

施策分析シート（令和3年度）

No1

施策名	消費生活の安全安心の確保		施策No	05-07	部課名	産業経済部産業振興課	
					課長名	檀上	内線
関連部課名							
行政評価事業体系	分野	Ⅲ	産業革新都市				
	政策	05	活力ある地域経済づくり				

目的 消費者トラブルを未然に防ぎ、区民一人一人が安全で安心な消費生活を送ることができるよう相談業務や普及啓発事業を推進する。

指	幸福実感指標名	指標の推移			指標に関する質問文
		30年度	元年度	2年度	
①	生活の安定	2.60	2.53	—	生活を送るために必要な収入を得ていくことに不安を感じますか？
②					
③					
④					

標	施策の成果とする指標名	指標の推移					指標に関する説明
		30年度	元年度	2年度	3年度見込み	目標値(8年度)	
①	消費者相談受付件数（件）	1,633	1,606	1,790	1,650	1,600	
②	相談件数中、高齢者の相談件数（件）	749	678	678	600	500	
③	講座実施数（回）	94	77	57	81	80	出前講座（2年度は資料配付のみ含む）・地域連携消費者講座を含む。
④	講座参加者数（人）	2,937	2,598	1,403	2,500	2,260	2年度は新型コロナウイルスの影響で縮小。
⑤							

（単位：千円）

行政コスト計算書	勘定科目				行政収入	勘定科目			
	元年度	2年度	差額	元年度		2年度	差額		
行政費用	給与関係費	22,392	29,425	7,033	地方税等	0	0	0	
	物件費	4,107	4,133	26	国庫支出金	0	0	0	
	維持補修費	0	0	0	都支支出金	5,319	5,911	592	
	扶助費	0	0	0	分担金及び負担金	0	0	0	
	補助費等	391	28	▲ 363	使用料及び手数料	0	0	0	
	減価償却費	0	0	0	その他	0	0	0	
	不納欠損・貸倒引当金繰入額	0	0	0	行政収入合計(a)	5,319	5,911	592	
	賞与・退職給与引当金繰入額	1,371	3,046	1,675	行政収支差額(a)-(b)=(c)	▲ 22,942	▲ 30,721	▲ 7,779	
	その他行政費用	0	0	0	金融収支差額(d)	0	0	0	
	行政費用合計(b)	28,261	36,632	8,371	通常収支差額(c)+(d)=(e)	▲ 22,942	▲ 30,721	▲ 7,779	
特別費用(g)	0	0	0	特別収入(f)	0	0	0		
特別収支差額(f)-(g)=(h)	0	0	0	当期収支差額(e)+(h)	▲ 22,942	▲ 30,721	▲ 7,779		

貸借対照表	勘定科目				勘定科目			
	元年度	2年度	差額	元年度	2年度	差額		
流動資産	収入未済	0	0	0	流動負債	420	1,010	590
	不納欠損引当金	0	0	0	還付未済金	0	0	0
	その他の流動資産	0	0	0	特別区債	0	0	0
固定資産	有形固定資産	0	0	0	賞与引当金	420	1,010	590
	土地	0	0	0	その他の流動負債	0	0	0
	建物	0	0	0	固定負債	3,771	4,635	864
	建物減価償却累計額	0	0	0	特別区債	0	0	0
	工作物等	0	0	0	退職給与引当金	3,771	4,635	864
	工作物等減価償却累計額	0	0	0	その他の固定負債	0	0	0
	無形固定資産	0	0	0	負債の部合計	4,191	5,645	1,454
建設仮勘定	0	0	0	正味財産	▲ 4,191	▲ 5,645	▲ 1,454	
その他の固定資産	0	0	0	正味財産の部合計	▲ 4,191	▲ 5,645	▲ 1,454	
資産の部合計	0	0	0	負債及び正味財産の部合計	0	0	0	

財務諸表に関する特徴的事項等

- 行政費用として人件費が増加しているが、これは主に相談員が非常勤職員から会計年度任用職員となったためである。
- 行政費用として補助費等が減少しているが、これは主に新型コロナウイルス感染症の影響で消費者講座や出前寄席が実施できず、手数料の支出が減少したためである。
- 行政収入は、消費者行政推進交付金である。

施策の現状・課題・今後の方向性

現状	<p>○令和2年度に寄せられた消費生活に関する相談件数は1,790件となっている。新型コロナウイルス感染症のためマスクやトイレットペーパー不足の相談が寄せられ、令和元年度と比べて184件増加した。</p> <p>○荒川区は、高齢者のいる世帯の半分近くが一人暮らしである。高齢者の独居化により、周囲の目が届きにくく、相談がしにくい等、消費者被害の発見が遅れて深刻化する場合もある。また、悪質商法の手口は手の込んだものとなっており、消費者が騙されたことに気付かないような巧妙なものが増加している。</p> <p>○裁判所を連想させるハガキを初めとする架空請求の相談は全国的に減少しており、区では令和元年度には205件であったのに比べ、令和2年度は41件と激減している。</p> <p>○30歳未満の若年層が契約当事者である相談は、令和元年度は182件であったのが、令和2年度は255件と1.4倍となっている。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症の影響で訪問販売や通信販売の相談が増加している。</p> <p>○センターでは対応できない個人事業者からの相談が増加している。</p>
課題	<p>○寄せられた相談では、誰にも相談せず、なかなか気付かれなかった結果、消費者被害が拡大しているケースが多いため、初期段階で迅速かつ適切な対応を行い、被害の拡大防止につながる仕組みを作る必要がある。</p> <p>○高齢者や社会経験が乏しい若者を狙った悪質商法が新しい手口で次々と現れ、巧妙化が進んでいる。手口の最新情報が十分に行きわたる前に、被害が拡大しており対策が必要である。</p> <p>○一度、悪質な訪問販売の被害にあうと次々と悪質な訪問販売の被害にあう場合が多く、被害額が高額となってしまうため、未然防止のための対策が必要となっている。</p> <p>○通信手段の大幅な進歩により、インターネット通販などのネット取引に伴うトラブルや、SNSをきっかけとして消費者被害に遭う事例もみられる。消費者被害を未然に防ぐには、区民一人一人が正しい知識を身につける必要がある。</p> <p>○若年層の契約トラブルにおいて、件数が増加しているだけでなく、契約金額が高額となっているケースが増加しており、若年層への啓発が重要な課題となっている。</p> <p>○個人事業者への注意喚起や相談窓口紹介が必要となっている。</p>
今後の方向性	<p>○国民生活センターや都などの関係機関と連携を図り、相談体制を強化するとともに、人材確保のために相談員の処遇改善や増員を図る。</p> <p>○区報による啓発記事などにより、消費生活に関する知識を定期的に情報発信する。また、みまもり配食サービスで啓発チラシを配布するなど、情報が届きにくい一人暮らし高齢者等にも注意喚起を図るとともに、地域団体、事業者等と協働し、地域の見守り強化を図る。</p> <p>○悪質な訪問販売による被害を防ぐために、訪問販売お断りステッカーの配付を継続するとともに、生活安全課等と連携し被害未然防止のための周知啓発を実施する。</p> <p>○インターネット・SNS等を利用した新たな手口の周知も含め消費者教育を効果的に行うとともに、消費生活に関わる問題意識のより一層の向上を図るため、消費者講座の内容や実施方法について、更なる創意工夫を実践していく。</p> <p>○成年年齢引き下げに伴う若年層への消費者教育について、教育委員会及び区内教育機関等の関係部署と連携し、効果的に実施していく。</p> <p>○新たな社会問題への知識向上を図るため情報収集や研修を充実する。</p> <p>○個人事業者を含む中小企業向けの契約トラブル相談窓口について、周知する。</p>

施策の分類		分類についての説明・意見等
3年度	4年度	
重点的に推進	重点的に推進	<p>区民の消費生活の安定と向上を図ることは重要な課題であり、消費生活に関する相談や情報提供、啓発活動を行う当該施策の優先度は極めて高いため、重点的に推進する。</p>

施策を構成する事務事業の分類								
事務事業名	事務事業 No	行政費用（千円）		決算額（千円）		施策推進のための 分類		分類についての説明・意見等
		元年度	2年度	元年度	2年度	3年度	4年度	
消費者啓発事業	06-01-28	8,847	9,237	3,430	2,774	重点的 に推進	重点的 に推進	消費者の安全・安心の確保や自立の支援、消費者トラブル等に対する啓発活動の場として実施する事業であるため、重点的に推進する。
消費者相談事業	06-01-30	18,923	25,241	14,491	17,856	重点的 に推進	重点的 に推進	消費生活の安全安心の確保のため、消費者問題への迅速な対応と解決を図る事業であるため、重点的に推進する。
消費生活の表示に関する 立入検査等事務	06-01-31	492	2,154	—	—	継続	継続	法律に基づく立入検査等事務であるため、継続して実施する。
合 計		28,262	36,632	17,921	20,630			