

2022年度 施策マネジメントシート【2021年度実績評価】

作成: 2022年 6月 13日

施策番号 4-1-4	施策名 消費者の安全・安心の確保	基本目標 自然と共生する災害に強い安全・安心のまちづくり 政策名 安全・安心に暮らせる生活環境づくり	
	主管課 商工労政課	課長名 仲野 裕司	内線 247
	施策関係課 環境土木課		

1. 施策の方針と成果指標

施策の方針		対象	意図				結果	
消費者が主役となり安全で安心な消費生活の実現と食の安全・安心確保のための取組をすすめます。			町民 ・消費者の被害防止及び食の安全・安心の確保				町民が安全で安心して暮らせる日常生活の確保	
成果指標	説明	単位	策定時(2017実績)	2019年度実績	2020年度実績	2021年度実績	2022年度目標	
① 安心して消費生活が送れると思う町民の割合	住民意識調査	%	未調査	76.5	74.2	77.6	93.0	
②								
③								
④								
成果指標 設定の考え方	第5期総合計画からの新たな指標。90%以上を目標に、2022年には93.0%を目指す。							

2. 施策の事業費

	2018年度決算	2019年度決算	2020年度決算	2021年度決算
施策事業費(千円)	6,588	7,487	6,979	6,774
人工数(業務量)	0.1250	0.1341	0.1420	0.1829

3. 施策の達成状況

(1) 施策の達成度とその考察			
①2021年度の成果評価 (前年度との比較)	<input checked="" type="checkbox"/> 成果は向上した <input type="checkbox"/> 成果は変わらなかった <input type="checkbox"/> 成果は低下した	想定される理由	・町広報誌を通じた相談事例などを目にするなど、消費生活に関する相談先として「消費者協会(消費生活センター)」の存在や活動が認識されている。
②2022年度の目標達成見込み	<input type="checkbox"/> 現状の取組の延長で目標は達成できる <input checked="" type="checkbox"/> 現状の取組の延長で目標達成は難しいが、現行事業の見直しや新規事業の企画実施で目標達成は可能 <input type="checkbox"/> 事業の見直しや新規事業の企画実施をしても目標達成は難しい	根拠 (理由)	・前期間での調査において、住民意識の傾向を把握できることにより、「消費生活センター」の認知度を測ることができたが、センターの存在を知らない層が20%以上ある状況で、残りの1年での目標達成は困難性が高い。 ・「出前講座」など若年層への消費者教育により、相談先の認識向上を図っていく。

(2) 施策の成果評価に対する2021年度事務事業の総括

①施策の成果向上に対して貢献度が高かった事務事業	芽室消費者協会運営支援事業	②施策の成果向上に対して貢献度が低かった事務事業	
	帯広地方食品衛生協会芽室支部運営事業		
③事務事業全体の振り返り(総括)		・新型コロナウイルス感染拡大が長期化している中でも、芽室消費者協会において消費者被害防止、消費生活の相談業務・啓発活動のほか、消費者(町内団体、学校等)に対する出前講座や、2年に1度開催の「消費生活展」を、感染防止対策を施しながら実施している。 ・帯広地方食品衛生協会芽室支部では、食品による危害発生の防止に努めるため、研修事業をはじめ帯広保健所からの検査対応等を実施している。	

(3)「施策の方針」実現に対する進捗結果(計画策定時との比較)

担当課 評価	消費生活センターは、コロナ感染拡大の中にあっても、常に新たな消費課題に対して研鑽を積み消費生活相談対応、啓発活動に臨んでおり、認識度の向上と併せ、安全で安心な消費生活の実現に向け進んでいる。		A	B	C	D	E
		進捗結果			○		

A:実現した
B:(前期実施計画策定時と比較して)大きく前進した
D:(前期実施計画策定時と比較して)変わらない又は維持した

C:(前期実施計画策定時と比較して)前進した
E:(前期実施計画策定時と比較して)後退した

4. 施策を取り巻く状況変化・住民意見等

施策を取り巻く状況と今後の予測	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染拡大に伴う外出自粛・巣籠などにより、インターネット通販の普及・拡大が進む一方で、正誤の入り混じった情報が氾濫しており、年代問わず相談の内容も複雑化・多様化してきている。 ・2022年度からの成年年齢の引き下げに伴い、消費者の安全・安心を守る取り組みの充実強化が必要となる。 ・消費者の「食の安全・安心」への関心は依然強く、より一層の消費者に対する正しい知識の普及・啓発が必要とされる。
この施策に対して住民や議会からどんな意見や要望が寄せられているか？	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害の防止や相談業務及び啓発活動の強化 ・遺伝子組み換え食品や食品添加物への正しい知識の普及などの「食の安全・安心」の啓発 ・食品ロス対策

5. 施策の成果向上のための具体的な取り組み(今後強化すべき取り組み、新たに実施すべき取り組み)

○消費者生活相談体制の充実強化	「消費生活センター」の相談員の資質向上を図り、多様複雑化する消費者問題に対応し、消費者被害の救済・未然防止を図る。
○消費者の自主活動と自立支援の推進	消費生活におけるトラブル未然防止、安心な生活を営むため、出前講座や啓発資料の配布、各種講座の開催など、消費者教育を実施する芽室消費者協会と連携を図り、その運営を支援する。
○食の安全・安心の確保	食の安全・安心の観点から、食品の安全や食品表示に関する正しい知識の普及を図り、消費者の食の安全・安心の確保するための取り組みを行う。

6. 経営戦略会議(庁内評価)

評価	担当課評価同様に、前進したと評価する。		A	B	C	D	E
進捗結果				○			
今後の取組に対する意見	5に記載の取り組みを進めてください。	A:実現した B:(前期実施計画策定時と比較して)大きく前進した C:(前期実施計画策定時と比較して)前進した D:(前期実施計画策定時と比較して)変わらない又は維持した E:(前期実施計画策定時と比較して)後退した					

7. 総合計画審議会(外部評価)

評価	消費生活センターの役割や、被害を未然に防いた件があるため取組みは評価できるが、成果指標から維持したと評価する。		A	B	C	D	E
進捗結果					○		
今後の取組に対する意見	<ul style="list-style-type: none"> ・成果指標の案として、消費生活センターを知っていますか？にすることはどうか ・消費生活センターを物理的に行きやすい場所に移してはどうか 	A:実現した B:(前期実施計画策定時と比較して)大きく前進した C:(前期実施計画策定時と比較して)前進した D:(前期実施計画策定時と比較して)変わらない又は維持した E:(前期実施計画策定時と比較して)後退した					