

政策 04 安全で安心なまちづくり

施策 05 消費者・生活者の安心の確保

あるべき姿

施策がめざす尾張旭市の姿
消費者トラブル等に遭わず、安心して生活ができています。

施策の成果状況と評価

グラフの凡例 基準値及び目標値、実績値

指標	この1年間に消費者トラブルに遭った市民の割合（％） 【産業課】	基準値	実績値	実績値	目標値	対
		(H24)	(H29)	(H30)	(H30)	基準値
		1.5	2	2.2	1	☔ (低下)
評価	消費者トラブルに遭った市民の割合は、全体的には低い水準を維持しているものの、目標値には達していない。全国的にも近年は様々な手口が横行し、消費者トラブルの発生が多くなること懸念されるが、実施に被害を受けることのないよう、できる限りの周知徹底を図るよう努めていく。					対
						前年度
						☔ (低下)
						目 標 達成度 (---)

基本事業の成果状況と評価

基本事業01 賢い消費者の育成

グラフの凡例 基準値及び目標値、実績値

指標	消費生活啓発事業の参加者数（人）	基準値 (H24)	実績値 (H29)	実績値 (H30)	目標値 (H30)	対 基準値
	【産業課】	2,167	770	750	2,200	☂ (低下)
評価	平成27年度以降、消費生活展の開催を2日から1日としたため、来場者の総数は必然的に大幅に減少となり、目標達成は困難な状況である。消費生活講座についてもテーマによって参加者の増減がある。					対 前年度
						☂ (低下)
						目 標 達 成 度
						(---)

基本事業02 消費生活相談の充実

指標	消費生活相談で解決策を提示した割合（％）	基準値 (H24)	実績値 (H29)	実績値 (H30)	目標値 (H30)	対 基準値
	【産業課】	100	100	100	100	☀ (向上)
評価	相談窓口では、消費生活相談の対象とならない案件でも、法律相談や司法書士事務所、市役所他部署に取り次ぐなど、適切な対応ができています。相談員が消費者に代わって事業者との交渉等を行う「あっせん」も必要に応じて実施（H30実績：15件）しており、引き続き解決率100%の維持を目指す。					対 前年度
						☀ (向上)
						目 標 達 成 度
						🏰 (達成)

基本事業02 消費生活相談の充実

指標	消費生活相談対応率（％）	基準値 (H24)	実績値 (H29)	実績値 (H30)	目標値 (H30)	対 基準値
	【産業課】	100	100	100	100	☀ (向上)
評価	相談室の開設時間外には、他の相談日時や愛知県消費生活総合センターを案内している。架空請求ハガキの件など、よくある問い合わせについては、産業課職員でも対応できている。					対 前年度
						☀ (向上)
						目 標 達 成 度
						🏰 (達成)

基本事業02 消費生活相談の充実

指標	（参考：消費生活相談件数）（件）	基準値 (H24)	実績値 (H29)	実績値 (H30)	目標値 (H30)	対 基準値
	【産業課】	172	216	192	170	☀ (向上)
評価	相談件数は前年よりも減少しているが、いろいろな手口による消費者トラブルは今後も増加するものと思われる。なお、相談室の開設時間外には、他の相談日時や愛知県消費生活総合センターを案内している。架空請求ハガキの件など、よくある問い合わせについては、産業課職員でも対応できている。					対 前年度
						☂ (低下)
						目 標 達 成 度
						🏰 (達成)

基本事業03 専門的な市民相談窓口の充実

グラフの凡例 基準値及び目標値、実績値

指標	相談対応率 (%)	基準値 (H24)	実績値 (H29)	実績値 (H30)	目標値 (H30)	対基準値
		【市民活動課】	94	90.2	91.2	95
評価	前年度に比べ、実績値 (H30) が1ポイント増加した。法律相談は、定員7名の事前予約制であり、日によっては希望日に相談できない市民が発生することから、対応率にはばらつきが出る(法律相談以外の相談対応率は100%)。申込が集中する日は年によってまちまちであり、予測は困難であること、相談者の総数(227人)は年間の相談可能枠(252人)を下回っていることから、相談体制は充実していると考え。					対前年度
						目標達成度
						(---)

基本事業04 相談窓口の周知

指標	消費生活相談と市民相談の窓口を知っている市民の割合 (%)	基準値 (H24)	実績値 (H29)	実績値 (H30)	目標値 (H30)	対基準値
		【産業課】	66.3	58	54.8	68
評価	消費生活相談の認知度はほぼ横ばいであるが、前年度及び目標値と比較すると低い数値となっている。実際に消費生活に関するトラブルは誰もが巻き込まれる可能性があることから、継続的に周知を図っていく。					対前年度
						目標達成度
						(---)