所属名称	事務事業名称	事業概要（全体）	会計	経費：投入コスト	成果：活動実績（H30）	成果：成果指標	目標設定の考え方・根拠／H30目標値が未達成の理由・分析	総合評価	評価理由	現状の課題	環境影響：有益なもの	環境影響：有害なもの
市民相談課	実施計画ランク：重要 消費者相談事業 期間：昭和47年度～	事業の種別：■ 自治事務 □ 法定受託事務 □ 法定受託＋附加 根拠法令：消費者基本法、消費者安全法、所沢市市民相談員設置条例 事業の目的及び具体的な内容：消費者の利益を守り、消費生活の安定と向上を確保することを目的とする。 電話または面接により消費生活相談員が消費者と事業者との取引や契約に関する相談を受け、相談者自身で自主交渉できるよう助言や情報提供を行う。相談内容によっては、他の専門相談窓口への紹介や事業者との解決に向けた「あっせん」を行う。	一般	H29予算現額 9,146千円 H29決算額 8,341千円 H30予算現額 8,945千円 H30決算額（見込み） 8,294千円 H29正規職員人件費 1.45 人 12,303千円 H29その他職員従事割合 非常勤特別職 5.00 人 臨時職員 1.00 人 H30正規職員人件費 1.73 人 14,497千円 H30その他職員従事割合 非常勤特別職 5.00 人 臨時職員 1.00 人	項目名： ①相談件数 ②解決件数 ③処理不要・処理不能件数 実績： ①2,338件 ②2,308件 ③30件	指標名：相談解決率（％） （解決件数÷相談件数×100） H29年度目標 98% / H29実績 99% H30年度目標 100% / H30実績 99% R元年度目標 100%	目標設定の考え方・根拠：消費者と事業者との消費者問題を解決することが、消費者の利益を守り、消費生活の安定と向上を確保することにつながるため、相談解決率を指標とする。 H30目標値が未達成の理由・分析：相談者と連絡が取れなくなり処理不能となったものや、相談者が単に情報提供しただけで処理を望んでおらず処理不要のものがあったため。	A	相談件数は、県内でさいたま市、川口市に次いで多いなか、成果指標である相談解決率は、高い水準を維持できており、成果を上げていると考えられる。 平成30年度は架空請求ハガキを中心に相談件数が急増した。多様化、複雑化している消費者問題に対しては、消費生活相談員の研修への積極的な参加による資質向上を図るとともに、情報を相談員相互で共有して相談体制の充実に努めている。 評価者：市民相談課長　渕江　弘行	H30年度に改善した点：広報ところざわに「消費生活トラブル注意報」の特集記事を連載して、消費生活センター及び消費生活相談事業の周知を図った。 また、職員が自宅で不要となったパズルやぬり絵などを持ち寄り、子ども連れの方にも相談をしやすい体制を整えた。 事業達成に向けての現在の課題及び今後の課題解決に向けた取り組み：年々増加する相談に対応すべく、相談体制の充実を図る。通常相談員2名体制であるが、特に相談の多い連休明けについては、3名体制にするなど見直しを行っている。	無	無
市民相談課	実施計画ランク：重要 計量検査事業 期間：平成14年度～	事業の種別：■ 自治事務 □ 法定受託事務 □ 法定受託＋附加 根拠法令：計量法、所沢市計量法関係手数料条例 事業の目的及び具体的な内容：適正な計量の実施を確保することを目的とし、取引又は証明用に使用する計量器の定期検査、計量器使用事業所への立入検査を実施する。	一般	H29予算現額 1,094千円 H29決算額 922千円 H30予算現額 2,072千円 H30決算額（見込み） 1,894千円 H29正規職員人件費 1.62 人 13,746千円 H29その他職員従事割合 非常勤特別職 0.00 人 臨時職員 0.00 人 H30正規職員人件費 1.22 人 10,224千円 H30その他職員従事割合 非常勤特別職 0.00 人 臨時職員 0.00 人	項目名： ①定期検査 （定期検査受検器物数） ②商品量目立入検査 （量目検査商品数） ③量目検査適正商品数 実績： ① 780 ② 678 ③ 671	指標名：量目検査適正商品率（％） （適正商品数÷量目検査商品数×100） H29年度目標 100% / H29実績 99% H30年度目標 100% / H30実績 99% R元年度目標 100%	目標設定の考え方・根拠：適正な計量を確保するため、商品量目立入検査における適正商品率を指標とする。 H30目標値が未達成の理由・分析：風袋の過小設定及び商品の乾燥による自然減量を考慮しない事業者がいたため。	A	商品量目立入検査の結果、目標値はほぼ達成している。 事業者にとって最も重視するのは消費者からの信頼であり、消費者の信頼は、商品の品質・信用による。計量商品において、適正な計量は欠かせない要件であるため、立入検査による監視活動や適正計量の啓発に努めている。 評価者：市民相談課長　渕江　弘行	H30年度に改善した点：埼玉県がインターネット上で公開している「医療機能情報提供システム」を活用し、調剤薬局の新規・廃業事業所の状況を正確に把握し、計量器の定期検査に受検漏れがないよう努めた。 事業達成に向けての現在の課題及び今後の課題解決に向けた取り組み：計量知識や技能の継承が課題であるが、組織的な協力態勢によって人員不足を補い、「計量制度」の信用・信頼のため、計量業務を確実に進めていく。	無	無
市民相談課	実施計画ランク：重要 消費生活に関する表示の適正化事業 期間：平成13年度～	事業の種別：■ 自治事務 □ 法定受託事務 □ 法定受託＋附加 根拠法令：食品表示法に基づく事務処理要領、所沢市家庭用品品質表示法に基づく事務処理要領、他 事業の目的及び具体的な内容：品質表示等の適正化を図り消費者の安全・利益を確保することを目的とする。 店頭販売商品について各法律に基づく表示義務遵守がされているか確認するため立入検査を実施する。	一般	H29予算現額 27千円 H29決算額 8千円 H30予算現額 34千円 H30決算額（見込み） 8千円 H29正規職員人件費 0.43 人 3,649千円 H29その他職員従事割合 非常勤特別職 0.00 人 臨時職員 0.00 人 H30正規職員人件費 0.28 人 2,346千円 H30その他職員従事割合 非常勤特別職 0.00 人 臨時職員 0.00 人	項目名： ①家庭用品・消安用品・電気用品の立入検査における検査個数 ②食品表示法における表示調査の調査個数 ③適正表示数 実績： ①2,050個 ②472個 ③2,480個	指標名：適正表示率（％） （適正表示数÷検査・調査数×100） H29年度目標 100% / H29実績 99% H30年度目標 100% / H30実績 98% R元年度目標 100%	目標設定の考え方・根拠：表示の適正化及び消費者の安全と利益を確保するため、適正表示率を指標とする。 H30目標値が未達成の理由・分析：食品表示法の表示検査において、一部商品に原産地表示がされていない事業者があったため。	A	各種の立入検査を適切に実施するなどして、各法令等に基づいて適正な表示が行われるよう努めている。 評価者：市民相談課長　渕江　弘行	H30年度に改善した点：食品表示法に基づく立ち入り検査の検査対象となる店舗の選定について、平成30年度は調査対象を市内西部とし、市内西部にある店舗のうち、未実施及び前回調査から期間が経過しているものを優先的に行った。 事業達成に向けての現在の課題及び今後の課題解決に向けた取り組み：原料原産地の表示に関する改善指導した事業者には、指導後も確認をするなどして、今後も表示の適正化に努める。	無	無
市民相談課	実施計画ランク：重要 消費生活啓発事業 期間：昭和47年度～	事業の種別：■ 自治事務 □ 法定受託事務 □ 法定受託＋附加 根拠法令：消費者基本法、消費者安全法 事業の目的及び具体的な内容：日常生活を送るなかで発生する、様々な消費者問題に対応できる消費者を育成することを目的とする。 講座、消費生活展等を開催し、消費者が自ら考え、判断しうる能力を高めることにより、消費者被害を未然に防止する。	一般	H29予算現額 2,380千円 H29決算額 2,225千円 H30予算現額 2,318千円 H30決算額（見込み） 2,276千円 H29正規職員人件費 0.50 人 4,243千円 H29その他職員従事割合 非常勤特別職 0.00 人 臨時職員 0.00 人 H30正規職員人件費 0.65 人 5,447千円 H30その他職員従事割合 非常勤特別職 0.00 人 臨時職員 0.00 人	項目名： ①講座・講演会参加者数 ②消費生活展来場者数 ③啓発品の配布数 実績： ①376人 ②435人 ③12,920個	指標名：消費生活講座・講演会開催回数（回） H29年度目標 11回 / H29実績 11回 H30年度目標 11回 / H30実績 11回 R元年度目標 11回	目標設定の考え方・根拠：講座・講演会を開催することにより、消費者被害の未然防止・被害拡大防止のための知識を深め、様々な消費者問題への対応力向上を図る。 H30目標値が未達成の理由・分析：目標達成済	A	消費者問題が多様化・複雑化し、対象者も子どもから高齢者まで各年代に広がっていくなか、積極的に講師派遣を行い、対象者に合わせたテーマ設定を行い、かつ最新の悪質商法手口と対処方法・これから増えるであろう事例を紹介するなど内容の充実に努めた。また、市民フェスティバルや消費生活展などの啓発活動も行った。 評価者：市民相談課長　渕江　弘行	H30年度に改善した点：消費生活相談のうち、60歳以上の方からの相談が約半数であるため、高齢者ご本人だけでなく、地域包括支援センターや民生委員等の高齢者を見守る方への啓発活動を積極的に行った。 事業達成に向けての現在の課題及び今後の課題解決に向けた取り組み：子どもから高齢者まで多様化している消費者問題について、それぞれの特性に応じた啓発活動を進めていく。 また、成年年齢の引き下げに伴い、若年層の消費者被害が増加する恐れがあるため、若年層への啓発活動をより一層強化していく。	無	無