

備前市施策評価シート

(平成19年度事業)

施策名 (小項目)	消費生活	コード	作成者	役職	市民課長
		01-04-05	氏名	野上 茂之	
			電話	64-1818	

備前市総合計画の内容から記載する

政策の体系	大項目(基本目標)	安全で快適に暮らせるまちづくり
	中項目(基本施策)	安全で安心して暮らせるまちづくり
① 施策の対象と目的 (誰のために、何のために)	市民の消費生活の安定と消費者保護を推進する。	
② 現況と課題 (総合計画から現在の問題点を抽出)	近年、私たちの暮らしは、社会経済の発展、商品、サービスの多種・多様化により、豊かで質の高いものになっており、一方で、販売競争の激化に伴う契約等に関するトラブルや商品の安全性や品質など、さまざまな問題が生じています。消費問題の対応は、消費者、事業者、地域、行政が一体となって取り組むとともに、消費者自らの力で自主的、合理的な消費生活の実現を目指して行動することが一層重要であります。今後も消費者の意識高揚を図ることが必要となっています。	
③ 施策展開 (総合計画の施策部分から、実施する施策を抽出)	<ul style="list-style-type: none"> 消費者教育の実践 消費者保護の推進 リサイクル運動の推進 消費者団体の育成・支援 	

④ 市民意識調査による施策の重要度・満足度

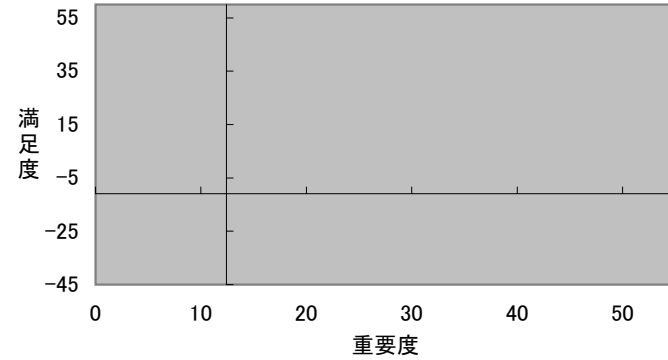
調査年度	H19	H20	H21
重要度(%)			
満足度(%)			

<見直し領域>
その施策や事業が必要か否かの検討が必要

<維持領域>
現状の方向を継続

<検討領域>
その施策や事業の存続の検討が必要

<強化領域>
内容等を見直し、市民満足度を高める事業を行う



調査結果に対するコメント、市民の反応等	調査対象でない施策の場合は、市民の反応等
現状にあった調査結果であると思います。今後は、市民のニーズが高まっていることから満足が得られる施策を検討する必要があります。	

⑤ 施策成果指標(基本目標・基本施策・施策意図から設定)

施策に対する成果指標名	単位	過年度実績			目標値			ベンチマーク	指標の説明
		H17	H18	H19	H20	H23	H28		
1 消費トラブルにあったことのある市民の割合	目標	%	10	10	8	5	5		市民意識調査(100以下で達成)
	実績	%	11.2	8.7	8.1				
	達成率	%	87.0	81.0					
2 消費者からの相談件数	目標	件	30	30	30	25	25		被害者数の把握と被害防止(100以下で達成)
	実績	件	46	45	28				
	達成率	%	153.3	150.0	93.3				
3 高齢者からの相談件数	目標	%	50	30	30	25	20		高齢者(60歳以上)の相談件数/総相談件数(100以下で達成)
	実績	%	57	29	50				
	達成率	%	114.0	96.7	166.7				
4 消費生活研修会参加者数	目標	人	200	200	200	250	250		賢い消費者数の増加
	実績	人	161	165	230				
	達成率	%	80.5	82.5	115.0				

⑥ 施策構成事務事業の評価

施策を構成する事務事業	事務事業評価結果 A~E (高~低)	細事業	事業分類	事業費等(単位:千円,人)									H20当初(直接事業費)		
				H17			H18			H19					
				直接事業費	人件費	人工数	直接事業費	人件費	人工数	直接事業費	人件費	人工数			
1 消費生活推進事業	A	消費生活啓発事務	その他単市	35	604	0.10	31	804	0.32	32	1,735	0.17	☆☆☆	\$\$\$	33
		消費生活相談事業	その他単市	0			0	2,216		0	587	0.06	☆☆	\$\$	0
2 消費生活団体支援事業	B	消費生活問題研究協議会事業	その他単市	26			0	1,648	0.25	0	723	0.08	☆	\$	0
		市消費生活問題研究協議会補助金	単市補助給付	202	998	0.17	202	228		180	0	0.00	☆☆☆	\$\$\$	110
消費生活モニター事業		消費生活モニター事業		124	583	0.08	136	600	0.07						
この施策に費やした資源(単位:千円,人)				H17	H18	H19	H20当初(直接事業費)								
				387	2,185	0.35	369	5,496	0.64	212	3,045	0.31	143		

⑦ ⑥以外で、目標達成に必要な新規事業及び連携させる他部署の事業

実施主体	新規に必要な事業・連携が必要な事業	説明・期待される効果
県消費生活センター	相談業務	市には専門の知識を有する職員が不在であるため

⑧ 施策の評価

項目	5:非常に高い 4:高い 3:どちらともいえない 2:低い 1:非常に低い			
	一次評価		二次評価	
	評価	判断理由	評価	判断理由
1 目的達成度(中・長期目標に対する)	3	研修会の参加者数が増えている。	3	消費者からの相談件数は減少している。さらに努力が必要である。
2 事業構成の適当性	3	妥当なものである。	3	消費者団体等への支援事業であり妥当である。
3 施策の有効性(評価年度の目標達成)	2	妥当な施策であり継続して実施する。	3	消費者の意識高揚が図られており有効な施策である。
担当への指示(今後の展開・協働の可能性・事業見直し・新規事業創出等)	消費生活関係の研修会への参加者数及び協議会会員の増員に努めるとともに、積極的な広報啓発事業を推進する必要がある。市消費生活問題研究グループと県消費生活センターとの交流を活発化して連携を深めていくこと。			
二次評価者コメント	消費者からの相談にこたえるため、会員のスキルアップが求められる。今後共、消費生活の安定と消費者保護のため関係団体と行政機関が協働して一層の推進を図っていく必要がある。			基本施策への貢献度
役職 民生部長 氏名 鶴川 晃匠				3中立