備 前 市 事 務 事 業 評 価 シ ー ト

（平成20年度事業）

事業の概要

事業開始年度		昭和４６年～		根拠法令・例規等	消費者基本法	
総合計画	大項目	基本目標	01	安全で快適に暮らせるまちづくり		
	中項目	基本施策	04	安全で安心に暮らせるまちづくり		
	小項目	施　策	05	消費者教育の実践、消費者保護の推進	問合先 担当課（室）	市民課
事務事業名			01	消費生活推進事業	職・氏名	生活安全係長　初治　慎一
					電　話	0869-64-1876

事業の実施

対　象 （誰・何に対して）	市内の消費者
目　的 （何のために）	消費生活啓発及び消費生活相談を実施することにより、消費者被害の未然防止を図る。
行 政 活 動 （どのような方法で）	消費生活相談及び広報への記事掲載をする。
事業の意図する成果 （どのような状態にしたいのか）	消費者被害の救済、トラブルの未然防止に努める。

事業の目的、対象、内容を考えながら目的妥当性の評価を行って下さい。

事業の実績

	実施項目	単位	平成18年度実績	平成19年度実績	平成20年度実績
活動実績	広報記事掲載	回	2	2	2
	年間相談件数	件	45	35	32
	６０歳以上の年間相談件数	件	13	14	18
事業費	直接事業費	千円	31	32	30
	必要人員　人件費	千円	0.32人　3,020	0.23人　2,322	0.09人　839
	事業費計	千円	3,051	2,354	869
財源	国県支出金	千円			
	受益者負担	千円			
	繰入金	千円			
	市債	千円			
	その他（　　）	千円			
	一般財源	千円	3,051	2,354	869
受益者負担比率		%			

事業費や単位当たりコストに留意しながら効率性の評価を行って下さい。

結果指標名		単位	平成18年度実績	平成19年度実績	平成20年度実績
結果指標① 消費生活相談		説明	消費者からの相談により、被害の救済・トラブル未然防止		
	結果指標量	件	45	35	32
	対前年比	%	―	77.8%	91.4%
	活動コスト	円	3,051,000	2,354,460	869,000
	単位当たりコスト	円	67,800	67,270	27,156
結果指標②		説明			
	結果指標量	―			
	対前年比	%			
	活動コスト	円			
	単位当たりコスト	円			

事業の目的やその数値目標である成果指標に留意しながら有効性の評価を行って下さい。

事業の成果

成果指標名	年度	平成18年度	平成19年度	平成20年度	到達目標値
６０歳以上の消費生活相談割合	目標値（A）	20.00	20.00	20.00	20.00
	実績値（B）	29.00	40.00	56.25	到達目標年度
	達成率（B/A）	145.00	200.00	281.25	２４年度

成果指標設定の考え方・式や説明

（６０歳以上の相談件数／消費生活相談件数）×１００

事務事業の評価

妥当性の評価

市の関与の妥当性必要性

- ☑ 市が実施するよう法令で義務づけられている
- ☐ 法令で義務づけられてないが、実施しなければ大半の市民の日常生活に支障をきたす
- ☐ 現在市が実施しているが、実施しなくても市民の日常生活に支障をきたさない
- ☐ 事業の内容が一部の受益者に偏っている
- ☐ 対象者は限定的であるが社会的弱者等を対象としている
- ☑ 現在の市を取り巻く環境からも目的・意図する成果は妥当である
- ☐ 事業開始当初の目的から変化してきている
- ☐ 事業開始当初の目的は、ほぼ達成されている
- ☑ 厳しい財政状況であるが、実施する必要がある
- ☐ 類似した事業がある

市民ニーズ

- ☐ 市民・団体等から要望・要請が強い

説明

妥当性評価＜A～E＞ A

判定理由・課題認識

消費生活相談及び広報等による啓発活動は、消費者被害の救済、トラブル未然防止につながり妥当である。

効率性の評価

コスト手段

- ☐ 単位当たりコストは前年度と比較して改善している
- ☐ 実施方法（派遣・委託含）を見直すことでコストを下げる余地がある
- ☐ 事務の電子化や事務改善によりコストを下げる余地がある
- ☑ コスト削減の努力はしているが、下がる余地は小さい
- ☐ 受益者負担率は適正である
- ☐ 受益者負担率を見直す余地がある
- ☑ サービスを維持するためこれ以外、他に手段が見当たらない
- ☐ 現在の手段は過剰なサービスのため、改善の余地がある
- ☑ 最適な手段を求めて職場内で改善・研修に努めている

効率性評価＜A～E＞ B

判定理由・課題認識

専任の相談員配置は困難なため、県の消費生活センターとの連携強化により、消費者トラブルの迅速かつ的確な解決に努め、効率化を図る。

有効性の評価

目的達成度市民参画度

- ☑ 成果指標の設定は適切である
- ☐ 成果指標の目標値は目標年度に達成できそうである
- ☐ 成果指標達成率は前年度と比較して向上している
- ☐ 成果指標達成率は80%未満となっている
- ☐ 現在の事業を継続しても成果指標の向上は期待できない
- ☑ 事業について積極的にHPや広報等で情報提供している
- ☐ 事業実施等で積極的に市民意見を反映させる仕組みがある
- ☑ 事業にはNPO、ボランティア団体等が参画している
- ☐ 事業のプランづくりから市民参加を得る手段をとっている

有効性評価＜A～E＞ B

判定理由・課題認識

相談件数は、概ね横ばい状態であるが、相談に来られた方は、消費被害者のほんの一部と考えられるため、掘り起こしを考える必要がある。

平成21年度の状況

目標値	結果指標量①	32	結果指標量②		成果指標量	20.00

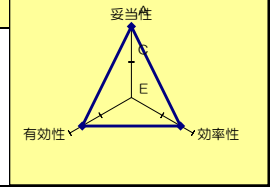
状況	拡充	現状継続	見直し	縮小	整理統合	休止	廃止・完了
		○					

説　明：消費者団体・広報紙等により、消費者被害防止啓発及び窓口相談を実施している。

総合評価

消費生活を取り巻く環境の変化は著しく、専門知識を有した専任の相談員配置が求められているところであるが、現体制で消費者教育及び消費者保護のための継続的な啓発活動等を実施するとともに、消費生活センターと連携して適切な相談が行えるよう相談担当職員の資質の向上に努める事が必要と考える。

評価区分＜A～E＞：A



平成22年度以降の方向性・内容

方向性	拡充	現状継続	見直し	縮小	整理統合	休止	廃止・完了
	○						

説　明：消費者庁の新設により、事務量の増大及び相談件数の増加等により、相談員の雇用等を検討する必要がある。

改善がある場合	評価の視点	改善内容	改善時期	改善により期待される効果
	効率性	研修参加による職員等の質の向上を図る。	平成２２年度～	消費者相談体制及び消費者被害の減少が見込まれる。