

備前市施策評価シート

(平成22年度事業)

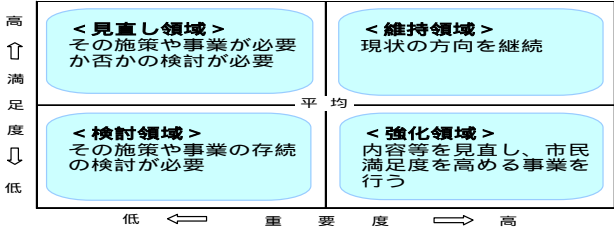
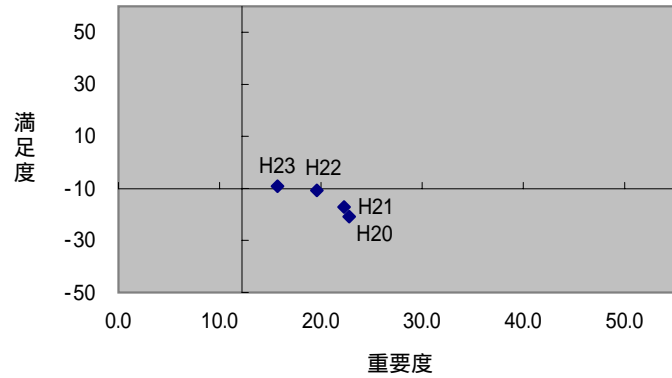
施策名 (小項目)	消費生活	コード	作成者	役職	市民課長
		01-04-05	氏名	谷本 隆二	
			電話	64-1876	
		このシート作成に要した時間		2.0 時間	

備前市総合計画の内容から記載する

政策の体系	基本目標(大項目)	安全で快適に暮らせるまちづくり
	基本施策(中項目)	安全で安心して暮らせるまちづくり
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。	
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、一方では、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、さまざまな問題を生じています。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おります。	
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 	

市民意識調査による施策の重要度・満足度

調査年度	H20	H21	H22	H23
重要度(%)	22.8	22.3	19.6	15.7
満足度(%)	- 20.9	- 17.2	- 10.7	- 9.2



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。ただ、高齢者からの相談件数については、長期的には被害が少なくというところで下がるのが望ましいが、短期的には相談窓口の充実で潜在的な高齢者被害が増えないことを目指しているため成果指標の相談割合は高くなるものと見込みます。以上、市民のニーズは年々高まっていることから、相談業務を中心に施策の充実を検討したい。

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		評価年度	成果指標の計算式の説明 ベンチマークの説明	目標値	
		H20	H21	H22		H23	H28
成果指標 この1年間に何らかの消費者トラブルにあったことのある市民の割合	目標	%	8.0	7.0	6.0	H23	5.0
	実績	%	7.3	4.3	4.9	H28	5.0
	達成率	%	91.3	61.4	81.7	-	-
	ベンチマーク	-	-	-	-	-	-
参考指標 消費者からの相談件数 電話・来庁を含む	目標	件	30	30	30	H23	25.0
	実績	件	32	39	47	H28	25.0
	達成率	%	106.7	130.0	156.7	-	-
	ベンチマーク	-	-	-	-	-	-
参考指標 高齢者からの相談件数	目標	%	30	30	30	H23	30.0
	実績	%	63	72	53	H28	30.0
	達成率	%	210.0	240.0	176.7	-	-
	ベンチマーク	-	-	-	-	-	-
参考指標 消費生活研修会参加者数	目標	人	200	200	200	H23	250.0
	実績	人	234	249	253	H28	250.0
	達成率	%	117.0	124.5	126.5	-	-
	ベンチマーク	-	-	-	-	-	-

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)												施策への貢献度	
				平成20年度				平成21年度				平成22年度					平成23年度
				直接事業費	人件費	人工数	当	直接事業費	人件費	人工数	当	直接事業費	人件費	人工数	当初予算 (直接事業費)		
1	消費生活推進事業	A	消費生活啓発事業	単市	30	507	0.06	26	1,777	0.17	23	663	0.07	435	-		
			消費生活相談事業	単市	0	332	0.03	0	602	0.06	190	1,756	0.34	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	単市	0	448	0.08	0	805	0.09	0	1,169	0.35	0	-		
			市消費生活問題研究協議会補助金	単市	110	10	0.00	100	10	0.00	120	30	0.00	120	-		
				平成20年度				平成21年度				平成22年度				平成23年度	
				140	1,297	0.17	126	3,194	0.32	333	3,618	0.76	555	-			

この施策に費やした資源(単位:千円,人)

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	相談対応のためには、幅広い専門知識が必要であるためシンクタンクとしての活用やより高度な対応の依頼・紹介先として活用している。

施策の評価

項目	評価	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	
		判断理由(なぜ、そのランクと評価したのか)	
1 <成果指標の妥当性> 施策の目的・成果を表現しているか?	3	消費者保護につながるため消費者トラブルにあったことのある市民の割合を指標とすることは妥当である。	
2 <事業構成の妥当性> 手段は最適か?	3	消費者の意識向上を図る妥当なものである。	
3 <施策の有効性> 指標分析、評価年度・中長期の達成見込みは?	3	有効な施策であり継続して実施する。	
進行年度(H23年度)の取組内容(課題解決状況)		県消費生活センターとの連携を強化し、広報啓発活動や相談体制の充実を図る。	
翌年度(H24年度)の取組目標		本年度と同様の内容を継続して努力する。	
二次評価者コメント 役職 市民生活部長 氏名 野上 茂之		会員には、研修会等に積極的に参加していただき、相互の連携を深めるとともに情報交換を行い、新たな会員獲得に努めてもらいたい。 相談業務については、相談者に対して親切かつ丁寧な対応に心がけること。	
			基本施策への貢献度 3 中立