

備前市施策評価シート

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	3.0 時間

この施策の アピール ポイント	関係機関や団体との連携を図りながら、消費生活問題の啓発や相談体制の充実をします
-----------------------	---

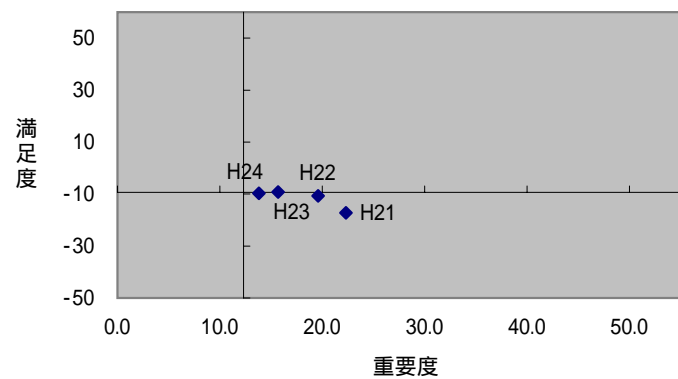
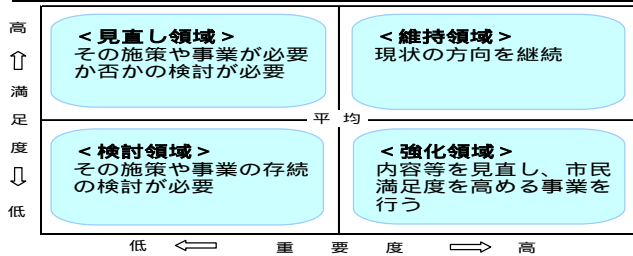
この施策の 平成23年度の 施政方針	消費生活についてであります。近年は、振り込み詐欺、インターネット利用詐欺、架空請求詐欺、主に高齢者を対象とした悪質商法、返済のための借金を繰り返す多重債務問題など、市民生活に不安を感じさせる事件や問題が数多く発生しております。このようなことから、消費者団体等を通じたきめ細やかな情報提供を行うとともに、出前講座による啓発活動を実施するなど消費生活問題に対する相談体制を充実させ、特に高齢者の被害防止や問題の解決に努めてまいります。
--------------------------	---

< 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	H21	H22	H23	H24
重要度(%)	22.3	19.6	15.7	13.8
満足度(%)	- 17.2	- 10.7	- 9.2	- 9.7



調査結果に対するコメント、市民の反応等	現状にあった調査結果であると思います。市民意識での重要度は下がっているものの、被害にあった人の割合が若干増えています。悪質商法の手口は多種多様で巧妙となっているため、普段の心がけなど啓発に注力する必要があると考えます。
調査対象でない施策は、市民の反応等	

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	
		H21	H22	H23			H24	H28
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	%	7.0	6.0	5.0	市民意識調査(100以下で達成)	H24	5.0
	実績	%	4.3	4.9	5.6		H28	5.0
	達成率	%	61.4	81.7	112.0		-	-
	ベンチマーク						-	-
消費者からの相談件数	目標	件	30	30	25	被害者数の把握と被害防止(100以下で達成)	H24	25
	実績	件	39	47	31		H28	25
	達成率	%	130.0	156.7	124.0		-	-
	ベンチマーク						-	-
高齢者からの相談件数	目標	%	30.0	30.0	30.0	高齢者(60歳以上)の相談件数/総相談件数(100以下で達成)	H24	30.0
	実績	%	72.0	53.0	45.2		H28	30.0
	達成率	%	240.0	176.7	150.7		-	-
	ベンチマーク						-	-
消費生活研修会参加者数	目標	人	200	200	250	賢い消費者の増加	H24	250
	実績	人	249	253	274		H28	250
	達成率	%	124.5	126.5	109.6		-	-
	ベンチマーク						-	-

目標達成に必要な新規事業(裏面 施策構成事務事業以外の事業)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(H24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(H25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		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
役職	市民生活部長		
氏名	野上 茂之		

施策構成事務事業の評価

施策を構成する 事務事業	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21年度			平成22年度			平成23年度			平成24年度		
			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	当初予算		
1	消費生活推進事業	消費生活啓発事業	単市	26	1,777	0.17	23	663	0.07	340	713	0.07	305	
		消費生活相談事業	単市	0	602	0.06	190	1,756	0.34	91	1,965	0.36	91	
2	消費生活団体支援事業	消費生活問題研究協議会事業	単市	0	805	0.09	0	1,169	0.35	0	861	0.32	0	
		市消費生活問題研究協議会補助金	単市	100	10	0.00	120	30	0.00	120	0	0.00	120	
この施策に費やした資源（単位：千円，人）				平成21年度			平成22年度			平成23年度			平成24年度	
				126	3,194	0.32	333	3,618	0.76	551	3,539	0.75	516	