備　前　市　事　務　事　業　評　価　シ　ー　ト

（平成23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	問合先	担当課（室） 市民課
	中項目	基本施策 04	安全で安心に暮らせるまちづくり		職・氏名 生活安全係長　新庄　敏彦
	小項目	施策 05	消費者教育の実践、消費者保護の推進		電話 0869-64-1876
事務事業名		01	消費生活推進事業	このシート作成に要した時間	4.0 時間

Plan

事業の目的

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。
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。

Do

事業の実績

目的を達成するため実施した事業

細事業名	事業の説明	優先度
消費生活啓発事業	市内の消費者に対し、消費者被害撲滅のため啓発や相談事業に向けた各種研修に参加し、専門知識の習得を行う。	◎
消費生活相談事業	市内の消費者が、訪問販売、電話勧誘等で巻き込まれたトラブルに対し、被害の救済のため相談を受けている。	○

事業費等		単位	平成21年度実績		平成22年度実績		平成23年度実績	
決算額 事業費	直接事業費	千円		26		213		431
	必要人員 人件費		0.23人	2,378	0.41人	2,420	0.43人	2,679
	事業費計			2,404		2,633		3,110
財源	国県支出金	千円						406
	受益者負担							
	繰入金							
	市債							
	その他（　）							
	一般財源			2,404		2,633		2,704
受益者負担比率		%		―		―		―

結果指標名		単位	平成21年度実績	平成22年度実績	平成23年度実績
結果指標 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	39	47	31
	対前年比	%	―	120.5%	66.0%
	活動コスト	円	602,000	1,946,471	2,379,420
	単位当たりコスト		15,436	41,414	76,755

事業の意図する成果とつながる成果指標を設定

事業の目的、対象、内容を考えながら妥当性を評価

事業費や受益者負担比率、単位当たりコストに留意しながら効率性を評価

事業の目的やその数値目標であるる成果指標に留意しながら有効性を評価

事業の成果

成果指標名	年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度目標値
６０歳以上の消費生活相談割合	目標値（A）	40	40	40	40
	実績値（B）	71.79	55.32	45.16	到達目標値
	達成率（B/A）	179.48%	138.30%	112.90%	40

成果指標設定の考え方・式や説明

（６０歳以上の相談件数　14件／消費生活相談件数 31件 ）×１００

Check

事務事業の評価

該当する項目を□から■へ　＜ ■ ←「コピー」して「貼り付け」してください＞

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

市民ニーズ
- ■ 市民・団体等から要望・要請が強い

妥当性評価（A 高い / B やや高い / C 普通 / D やや低い / E 低い）：**A**

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 高い / B やや高い / C 普通 / D やや低い / E 低い）：**B**

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
- □ 成果指標の到達目標値は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
- ■ 法定事務 ・ 内部管理事務　であり成果は求めにくい
- ■ 事業について積極的にHPや広報等で情報提供している
- ■ 事業にはNPO、ボランティア団体等が参画している

有効性評価（A 高い / B やや高い / C 普通 / D やや低い / E 低い）：**A**

進行年度（H24年度）の改革改善内容

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：消費者被害防止の啓発として、消費者団体や出前講座及び広報紙等による情報発信及び窓口相談の充実を図る。

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被害防止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。

総合評価（A 高い / B やや高い / C 普通 / D やや低い / E 低い）：**A**

Action

平成25年度の方向性・取組目標

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

取組目標：引き続き、消費者被害対策を推進していく。特に、高齢者を対象とした出前講座等を実施すると共に、相談窓口のＰＲにより相談者が一人で悩まずに、気軽に相談できる体制を構築していく必要がある。