

備 前 市 事 務 事 業 評 価 シ ー ト

(平成24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
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	消費者基本法
	中項目 基本施策	04 安全で安心して暮らせるまちづくり	問 担当課(室)
	小項目 施策	05 消費者教育の実践、消費者保護の推進	合 職・氏名
事務事業名	01	消費生活推進事業	生活安全係長 新庄 敏彦
			電 話
			0869-64-1876
		このシート作成に要した時間	時間

事業の目的		Plan
対象 (誰・何に対して)	市内の消費者	事業の目的、対象、内容を考えながら妥当性を評価
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。	

事業の実績		Do	
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。	

決算額	事業費等		単位	平成22年度実績	平成23年度実績	平成24年度実績
	事業費	直接事業費	千円	213	431	392
		必要人員	人	0.41人	0.43人	0.41人
		必要人員	人	2,420	2,679	2,049
		事業費	千円	2,633	3,110	2,441
		国庫支出金	千円			367
		受益者負担				
		繰入金				
		市債				
		その他()				
	一般財源		2,633	3,110	2,074	
	受益者負担比率	%	-	-	-	

結果指標	結果指標名	単位	平成22年度実績	平成23年度実績	平成24年度実績	
	結果指標量	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	31	31	32
	対前年比	%	-	100.0%	103.2%	
	活動コスト	円	1,946,471	2,379,420	2,131,653	
	単位当たりコスト		62,789	76,755	66,614	

事業の成果						
合	成果指標名	年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25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)	55.32	45.16	37.5	到達目標値
	達成率(B/A)		138.30%	112.90%	93.75%	
成果指標設定の考え方・式や説明						
(60歳以上の相談件数 12件 / 消費生活相談件数 32件) × 100						

事務事業の評価		該当する項目を から へ く 「コピー」して「貼り付け」してください	Check
妥当性の評価	市の関与の妥当性	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いないが、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	妥当性評価 <A-F> A
	市民ニーズ	市民・団体等から要望・要請が強い	
効率性の評価	コスト	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	効率性評価 <A-F> B
	手段	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	
有効性の評価	目的達成度	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	有効性評価 <A-F> A
	市民参画度	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	

進行年度(H25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高質の向上に努める事が必要と考える。	総合評価	A

平成26年度の方向性・取組目標		Action
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も悩まずに、気軽に相談できる体制を構築していく必要がある。	

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に留意しながら