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		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		02	消費生活団体支援事業	このシート作成に要した時間	3.0 時間

Plan

事業の目的

対象（誰・何に対して）	消費生活問題研究協議会
目的（何のために）	消費生活に関する知識の普及及び各種の実践活動を行う団体に対し支援を行い、各地域において消費者被害防止を図る。
事業の意図する成果（どのような状態にしたいのか）	消費生活団体の活発な活動による資質の向上及び消費者被害防止を図る。

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
消費生活問題研究協議会事業	消費生活に関する知識の習得及び消費者被害防止の活動を目的に活動している協議会に対し、各種情報の提供や総会等の支援を行っている。	◎
市消費生活問題研究協議会補助金	協議会に対し、知識の習得及び被害防止の研修を目的として、研修事業費用の一部を補助している。	○

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
決算額 事業費	直接事業費	千円	120	120	120
	必要人員 人件費		0.36人 815	0.49人 1,911	0.33人 944
	事業費計		1,319	2,031	1,064
財源	国県支出金	千円			
	受益者負担				
	繰入金				
	市債				
	その他（　）				
	一般財源		1,319	2,031	1,064
受益者負担比率		%	－	－	－

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	説明	理事会を開催し、各種研修等を支援する。		
結果指標量		7	7	7
対前年比	%	－	100.0%	100.0%
活動コスト	円	805,000	1,169,000	845,000
単位当たりコスト		115,000	167,000	120,714

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
消費生活研修参加者	目標値（A）	250	250	250	250
	実績値（B）	239	275	274	到達目標値
	達成率（B/A）	95.60%	110.00%	109.60%	250

成果指標設定の考え方・式や説明

消費生活研修への参加を推進し、資質向上に努める。

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～F＞: **B**

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～F＞: **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～F＞: **B**

事業の目的やその数値目標である成果指標に留意しな

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：最近の消費者被害の情報提供や消費関連研修の斡旋により、消費者被害防止の知識の普及に努めている。

総合評価

消費生活団体には、消費生活に関する知識を地域住民へ広く普及させることを期待するものであり、今後も消費生活に関する講座情報などの提供等、積極的な支援が求められる。

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

Action

平成26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：今後も消費生活団体を通じて講座・研修等の情報提供等、積極的に支援していく。