

事務事業評価表

平成14年度	主要事業計画対象の有無	有	電話	042(776)2598
担当部課名	市民部	消費生活センター	所	
事務事業名	消費生活保護事業(消費生活相談員)		事業コード	23230

1 総合計画における位置づけ

政策名	第3章	安全に暮らせる都市の実現をめざします	事業開始年度
基本施策名	第2節	安心して暮らせるまちづくり	~63
施策名	第3施策	安心できる消費生活の実現	

2 実施根拠及び関連法令等

消費者保護基本法、地方自治法

3 事業概要

(1) 事業の目的		(2) 対象(誰、何)	
消費生活に関する消費者相談及び苦情を受け、助言やあっせんをすることにより、消費生活の安定と向上に努める。		一般市民	
		対象数	612,000
(3) 平成13年度事業の内容		(4) 総合計画・実施計画における概要	
受付件数4,360件(苦情3,691件、問合せ・要望669件)		なし	
		(5) 個別計画の概要	
		計画名	
		計画年次	年度~ 年度

4 評価指標

指標名	受付件数の増加率		
指標式	当該年受付件数/11年度受付件数×100		
指標設定の意図	消費者被害の動向(拡大傾向にあるのか)		

5 目標と実績

〔金額単位：千円〕

	平成11年度	平成12年度	平成13年度(評価対象年度)		平成14年度	
	実績	実績	実績	目標	目標	
指標	100.0	124.3	a 129.1	b 100.0	100.0	
指標			c	d		
指標			e	f		
事業費	決算(予算)額	15,184	28,593	29,131	30,627	30,487
	人員・時間数					
	人件費	13,911	25,357	25,402	26,593	26,763
	その他経費	1,273	3,235	3,728	4,094	3,724
	合計	30,368	57,185	58,261	61,314	60,974
特定財源	3,260	3,260	4,834	3,260	3,260	

6 個別評価

(1)達成度…目標をどれだけ達成したか			
評価 A ▼	A : 達成している (100%)	= 、 、 の平均値 = 129.1%	
	B : 一部達成していない(100%> 80%)		
	C : 達成していない (80%>)		
$\frac{a}{b}$	$\frac{129.1}{100.0} \times 100 = 129.1\%$	$\frac{c}{d}$	$\times 100 =$
$\frac{e}{f}$	$\times 100 =$		
理由 :	経済不況の現在、消費者問題や環境問題が多様化・複雑化し、うまい儲け話にだまされる消費者被害が増えている。また、こりずに何度も被害に遭う傾向がある。		

(2)必要性…時代変化に適応した事業内容か			
評価 A ▼	A : 適応している	理由 :	消費者問題や環境問題が多様化・複雑化し、消費者被害が増えている中で消費者保護行政の果たす役割は、ますます重要となっている。
	B : 一部適応していない		
	C : 適応していない		

(3)経済性・効率性…費用対効果は妥当か			
評価 A ▼	A : 妥当である	理由 :	相談員10名(常時7名体制)が相談事務を行っている。電話での相談が大多数であるが、来所者の利便を考えて3か所設置している。
	B : 一部妥当でない		
	C : 妥当でない		

(4)事業の代替性…県、民間との役割分担のあり方から見て、市が実施していくことが適当か			
評価 A ▼	A : 代替の可能性ない	理由 :	消費者被害の防止・相談等を一番市民に近い市町村が担うことが妥当であり、国の方針でもある。
	B : 代替の可能性低い		
	C : 代替の可能性高い		

(5)市民満足度…対象市民の満足は得られているか			
評価 A ▼	A : 満足できる	理由 :	被害に陥った消費者の相談窓口が身近な市役所にあり、専門知識のある相談員が対処することで消費者から信頼されている。
	B : 一部満足できない		
	C : 満足できない		

(6)有効性…当該事業は上位の施策を実現する上で有効か			
評価 A ▼	A : 有効である	理由 :	安心して暮らせるまちづくりには、市民が賢い消費者として適切な自己判断をしていくことにより実現できるものであり、有効である。
	B : 一部有効である		
	C : 有効でない		

<p>評価バランスチャート</p>	成果向上の余地	
	<input checked="" type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない	説明 : 消費者被害を完全に防止することは不可能であるが、被害状況を教訓に注意をよびかける啓発活動が必要。
	コスト改善余地	
	<input type="checkbox"/> ある <input checked="" type="checkbox"/> ない	説明 : ますます複雑化する経済社会において、消費者被害が犯罪にはならない巧妙さで発生している現在、相談員の役割が重要になっている。

7 総合評価

評価	AA ▼	他自治体の類似事業との比較	
今後の進め方		説明	安心できる消費生活の実現するためには、消費者被害に対する相談と未然防止のための啓発の両方が必要であり、特に、規制緩和等で社会経済情勢が不安定な中で、消費者保護事業の重要性はますます高まっており、今後も継続して実施していく。
<input checked="" type="checkbox"/>	継続		
<input type="checkbox"/>	見直し		
<input type="checkbox"/>	廃止		
<input type="checkbox"/>	完了		

8 二次評価における変更点

--