

事務事業評価表

平成14年度	主要事業計画対象の有無	無	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（消費者活動等助成）		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 相模原市消費者団体連絡会に運営費の一部を補助し、活動の活発化を図るとともに、自主的活動を支援する。		(2) 対象（誰、何） 相模原市消費者団体連絡会	
		対象数	1(10)
(3) 平成13年度事業の内容 補助金の交付		(4) 総合計画・実施計画における概要 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	消費者団体の事業費に対する補助率		
指標式	補助金額 / 団体運営事業費 × 100		
指標設定の意図	消費者団体の自立度合いを測る。		

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	40.2	30.0	a 19.1	b 20.0	20.0	
指標			c	d		
指標			e	f		
事業費	決算（予算）額	124	72	72	65	
	人員・時間数					
	人件費	52	52	0	0	
	その他経費	72	72	72	72	65
	合計	248	248	144	144	130
特定財源	0	0	0	0	0	

6 個別評価

(1)達成度…目標をどれだけ達成したか			
評価 B ▼	A:達成している (100%)	= 、 、 の平均値 = 95.5%	
	B:一部達成していない(100%> 80%)		
	C:達成していない (80%>)		
$\frac{a}{b}$	$\frac{19.1}{20.0} \times 100 = 95.5\%$	$\frac{c}{d}$	$\times 100 =$
$\frac{e}{f}$	$\times 100 =$		
理由:	消費者団体の自主的な活動を支援するのが補助金交付の目的であるため、団体の自主財源確保の努力が望まれる。		

(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:	消費者団体の自主的な活動を支援することから事業費の20%ぐらいの補助率が妥当と考える。
	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:	消費者団体の自主的な活動を支援し、連携して消費者問題に対処していくには、一番市民に近い市町村が担うことが妥当である。
	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 B ▼	A:満足できる	理由:	補助金額が年々減少されているので、消費者団体の活動資金に不便を感じている。
	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、消費者団体の活動は、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>	<p>成果向上の余地</p> <input checked="" type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない		<p>説明:</p> 団体の自主財源の確保の努力
	<p>コスト改善余地</p> <input type="checkbox"/> ある <input checked="" type="checkbox"/> ない		<p>説明:</p> 団体の自主的な活動を支援するためには、これ以上のコストを削減する余地はない。

7 総合評価

評価	A ▼	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

--