

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	消費生活推進事業（消費生活事業推進協議会）		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）	
消費者保護行政の参考とするため、各界の代表者の意見を聞く場としての協議会		各種団体代表者	
		対象数	15
(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	
協議会を2回開催延べ出席者27名		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	構成員の出席率	議題・意見等の提案率
指標式	延べ出席者 / 協議会開催数 × 100	意見等の協議件数 / 延べ出席者 × 100
指標設定の意図	消費者保護行政に対する構成員の関心度	消費者保護行政に対する構成員の関心度

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	96.9	87.5	a	90.0	b	
指標	80.6	60.7	c	92.6	d	
指標			e		f	
事業費	決算（予算）額	103	94	77	106	86
	人員・時間数					
	人件費	103	94	77	106	86
	その他経費	0	0	0	0	0
	合計	206	188	154	212	172
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 = 91.3%												
	B:一部達成していない(100%> 80%)													
	C:達成していない (80%>)													
a	90.0	b	100.0	$\times 100 = 90.0\%$	c	92.6	d	100.0	$\times 100 = 92.6\%$	e		f		$\times 100 =$
理由:	構成員全員が常に出席することが理想であるが、欠席もやむをえない。また出席者全員が意見を述べ合うことがふさわしいが時間の制約がある。													

(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:	消費者保護行政の事業推進に貴重な意見が得られている。
	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、その事業推進に意見・助言が得られる協議会は必要。
	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:	消費者問題の最新情報を議題とすることで出席者からの積極的な意見・助言の発言が多く、協議会の役割が十分に果たされている。
	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>	<p>成果向上の余地</p> <input type="checkbox"/> ある <input type="checkbox"/> ない	<p>説明:</p>
	<p>コスト改善余地</p> <input type="checkbox"/> ある <input checked="" type="checkbox"/> ない	<p>説明:</p> <p>会議出席者への謝礼のみの予算であるため、コストを削減する余地はない。</p>

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

--