平成20年度　施策評価シート

◆総合計画における位置付け等

平成20年6月30日記入

基本目標	ゆとりある　みどり豊かな環境共生都市をめざして	施策コード	23230
政策名（章）	第3章　安全に暮らせる都市の実現をめざします	評価担当局	市民局
基本施策名（節名）	第2節　安心して暮らせるまちづくり	施策所管課	消費生活課
施　策　名	安心できる消費生活の実現	課長名	小俣　善幸

1　施策の目的・概要（目的はわかりやすく記入）

近年、振り込め詐欺被害や、食の安全、多重債務者問題など、消費生活センターで受ける相談は、複雑・多様化している。悪質な被害を未然防止するためには、自分で判断し行動できる「自立した消費者」をめざすことである。市では消費生活情報紙、ホームページ、リーフレットなどによる情報提供や講師派遣、講座開催、消費生活展開催などによりあらゆる機会を捉え、情報発信していく。

また、消費生活センターの認知度を高め、多重債務者相談や契約に関すること等、気軽に消費生活センターを利用し消費生活相談員から助言を得て自ら問題解決にあたることが出来るよう支援する。

2　事業費・人員

（単位：千円）

年度	平成17年度（決算）	平成19年度（決算）	増減の主な理由
事業費	35,394	36,723	計量定期検査委託料の増 消費者啓発講座・学習会事業の増
人件費	58,121		
市民一人あたりの事業費（単位：円）	53	52	
合計	93,515	36,723	

＊人件費は、職員一人あたり　H17：805万円、H19：805万円として算定。人口は、66.7万人（H18.4.1現在）、70.6万人（H20.4.1現在）とした。

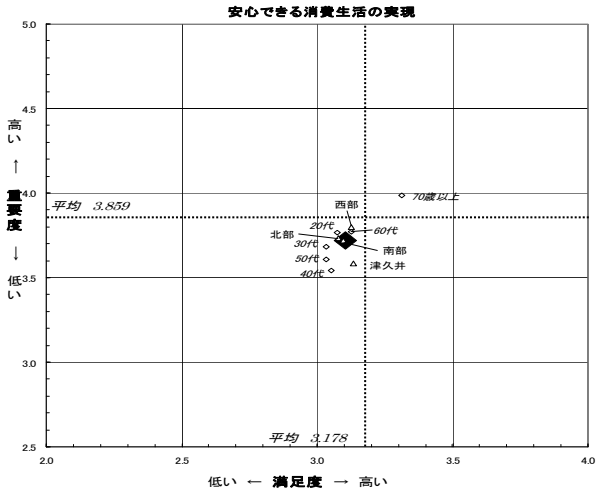
3　成果・活動指標

	指標名	指標の基準値の定義	目標値の考え方（根拠）
指標1	苦情相談に対する助言等処理率	苦情相談のうち助言指導できた件数の割合 助言等処理件数/苦情相談件数×100%	苦情相談件数のうち助言やあっせんなどにより指導できた件数の割合。
指標2	講師派遣事業への参加者数	講師派遣事業への参加者	消費生活相談員を講師として地域に派遣し、消費者力アップをめざす。参加者数を増やすことで、被害未然防止力を高める。
指標3	商品量目等立入検査適正率	立入検査後改善数/検査時不適正数×100%	商品量目、計量器、家庭二法の立入検査で不適正な量目や表示について、消費者が不利益にならないよう指導、啓発する。
指標4	消費生活センター認知度	みんなの消費生活展参加者へのアンケートによる消費生活センターの認知度	不特定多数の参加が見込まれる「みんなの消費生活展」において、アンケートを実施し、消費生活センターの認知度を知り今後の啓発に生かす。
指標5			

	基準年	基準値	H19		H20		H21		H22	
			目標値	実績値	目標値	実績値	目標値	実績値	目標値	実績値
指標1（単位：%）	H17	98.0	100.0	97.0	100.0		100.0		100.0	
事業費/人員										
指標2（単位：人）	H17	887.0	977.0	1,254.0	1,067.0		1,157.0		1,247.0	
事業費/人員										
指標3（単位：%）	H17	100.0	100.0	100.0	100.0		100.0		100.0	
事業費/人員										
指標4（単位：人）	H19	52.5								
事業費/人員										
指標5（単位：%）										
事業費/人員										

4　市民満足度調査結果（平成20年度実施分）

〇この施策の満足度は3.103で121施策の中で76番目。
〇重要度は3.717で80番目である。
〇改善要望度は-0.0472で71番目である。
〇年齢別にみると、満足度は70歳以上で最も高く、50代で最も低くなっている。重要度は70歳以上で最も高く、40代で最も低くなっている。
〇地区別にみると、満足度は津久井で最も高く、北部で最も低くなっている。重要度は西部で最も高く、津久井で最も低くなっている。



5　1次評価（2つの視点から評価を行う）

視点の種類	評価基準・着眼点	評価点	H18評価点	前回（H18）評価結果との比較分析
有効性	各事業が果たす施策に対する目標の達成度合いを把握し、効果の高い事業を実施している	(4) 2　1	4 (2) 1	講師派遣事業に力を入れ、消費生活相談員が地域に出向き消費者被害未然防止講座等を開催している。参加者数を増やすことで、「自立した消費者」をめざしていただきたいと考えている。参加者には、消費生活情報紙やリーフレットを配布し、さらに啓発に努めている。また、消費生活展などで消費者団体や企業と協力し、消費生活に関する啓発事業の促進を心掛けている。
市民満足度	市民満足度調査により市民ニーズを把握し、市民の立場に立って事業展開している	4　2 (1)	4 (2) 1	消費生活相談は、多重債務者や契約のトラブルにあった方など、必要に迫られて相談にくるもの。また、助言等により相談者自身で解決するものである。相談件数自体は年々減少傾向にあるが、内容は複雑・多様化し、なかなか解決に結び付くことが難しい状況である。消費生活センターの認知度をもっと高める必要がある。
合計		5	評価結果に基づく区分（2項目の合計点数による） A（6点以上）　B（5点・4点）　C（3点以下）	1次評価 B

S

6　課題と解決策（現状または、評価結果から）

課題	消費生活センターの認知度は52%であり、広報紙やホームページで啓発に努めているが、なかなか知られていない。より多くの人にセンターの存在を知ってもらい、悪質商法などの被害未然防止や拡大防止に努めていかなければならない。
解決策	今消費者行政の一元化で、消費者庁設置法案が国会に提出される予定であり、消費生活センターを法的に位置付けるということです。この機会に講座等で啓発に努めることが、センターの認知度を高めると考える。また政令指定都市移行を目指すなかで、消費生活条例を制定し、安心･安全な消費生活の実現を図る。

7　2次評価及び意見（1次、2次で評価に相違がある場合など、必要に応じて意見を記入）

市民にわかりやすい指標設定を行う必要がある。（例：消費センターの認知度など） ⇒指標6「消費生活センター認知度」を追加した。	2次評価 B

＊Aは、良好、Bは、事務事業の見直しが必要、Cは、事務事業を統合・廃止の方向

8　3次評価及び意見（評価結果及び課題・解決策について、必要に応じて意見を記入）

【評価コメント】 指標4については、事業回数を増やせば数値が上がる指標であり、客観性が得られないため、評価を変更する。 【指摘事項・意見】 成果指標として「消費生活センター認知度」を設定すること。次のステップとして「消費生活センター利用率」なども検討する必要がある。	3次評価 C

＊Aは、良好、Bは、事務事業の見直しが必要、Cは、事務事業を統合・廃止の方向

安心できる消費生活の実現

コード	23230

構成事務事業一覧

単位：千円

事務事業担当課	構成事務事業	H19決算見込（事業費）	H20予算（事業費）	H21見込額（事業費）	事業効果の高い指標番号	前回の優先順位	H17人員（人）	H17決算額（事業費）	H17合計（人件費含む）
消費生活課	消費生活相談員経費	27,576	29,010	34,172	1	1	3.03	28,078	52,470
消費生活課	計量検査等事業費	6,466	5,212	5,212	3	6	2.00	4,657	20,757
消費生活課	くらしの情報提供事業	1,725	1,745	1,745	2	3	2.09	1,693	18,518
消費生活課	消費者啓発講座・学習会事業	543	557	557	2	2	0.03	222	464
~~消費生活課~~	~~モニター経費~~					~~休止~~	~~0.00~~	~~195~~	~~195~~
消費生活課	消費者活動等助成費	0	0			廃止	0.01	65	146
消費生活課	消費生活展経費	300	438	438	2	5	0.05	429	832
消費生活課	消費生活事業推進協議会	113	280	280	2	4	0.01	55	136
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
									0
		36,723	37,242	42,404			7.22	35,394	93,515