

平成18年度 施策評価シート

総合計画における位置付け等

平成18年 月 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	評価担当部	市民部
基本施策名(節名)	第2節 安心して暮らせるまりづくり	評価担当課	消費生活課
施策名	安心できる消費生活の実現	課長名	小林 良司

1 施策の目的・概要(目的はわかりやすく記入)

情報化社会が進展する中で、消費者が確かな知識や判断力を身につけ、さまざまな情報を正しく理解し、適切な行動がとれる自立した賢い消費者となるために、行政が積極的に啓発事業・学習会事業を実施する一方で、消費生活に関する消費者からの相談・苦情を受け、解決に向けての助言や事業者と調整することにより、消費者被害の軽減をはかり、安心できる消費生活の実現をめざす。
 安心できる消費生活の実現を図るためには、消費者被害に対する相談と未然防止のための啓発活動を充実させるとともに消費者自身も自己防衛のための意識改革が必要で、行政の積極的な情報提供と消費者の学習意欲があって、はじめて賢い消費者・的確に自己判断できる自立した消費者となることができる。

2 事業費・人員

年度	平成14年度(決算)	平成17年度(決算)	増減の主な理由
事業費		35,394	中核市事務として、計量事務を実施することになったために増加した。
人件費		58,121	
市民一人あたりの事業費	70	140	
合計	43,276	93,515	

*人件費は、職員一人あたり H14:839万円、H17:805万円として算定。人口は、61.6万人(H15.4.1現在) 66.7万人(H18.4.1現在)とした。

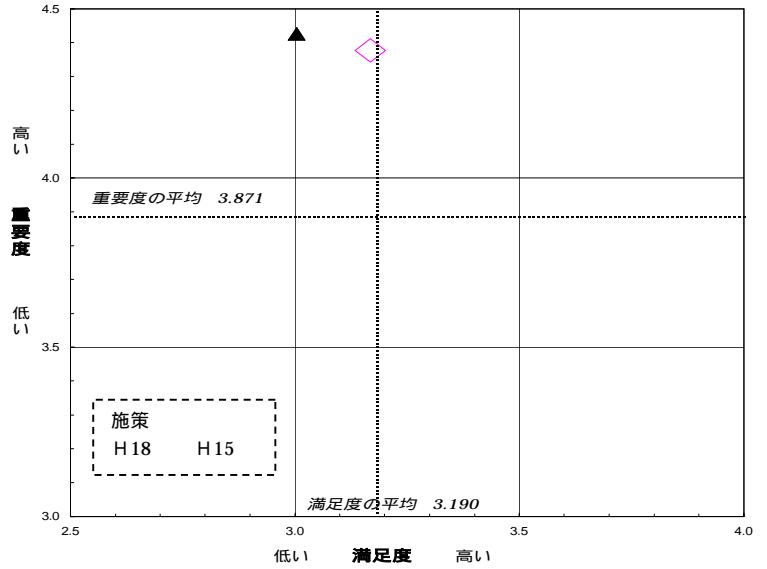
3 成果・活動指標

	指標名	指標の基準値の定義	基準値(単位)	基準年度
指標1	苦情相談に対する助言等処理率 助言等処理件数/苦情相談件数×100(%)	苦情相談のうち助言指導できた件数の割合	98.9(%)	16
指標2	講座・学習会の参加者数	講座・学習会の参加者	1553人	16
指標3	はかりの定期検査合格率 合格台数/検査台数×100(%)	検査台数に対する合格台数の割合	98.2(%)	16
指標4				
指標5				

	H17目標値/実績値	中間年度	中間年度の目標値	最終年度	最終年度の目標値	目標値の考え方(根拠)
指標1	98.9	19	100%	21	100%	基準年度の10%増加
達成率	99.2%					
指標2	1,553	19	1600人	21	1700人	
達成率	86.9%					
指標3	100	19	100%	21	100%	
達成率	99.5%					
指標4						
達成率	#DIV/0!					
指標5						
達成率	#DIV/0!					

4 市民満足度調査結果(平成18年度実施分)

この施策の満足度は3.168で51施策の中で26番目。
 重要度は4.377で2番目である。
 改善要望度は0.3730で5番目である。
 年齢別にみると、満足度は60歳代以上で高く、40歳代でもっとも低くなっている。
 重要度は20歳代でもっとも高く、他の年代では大きな差はみられない。
 前回調査と比較すると、満足度の施策の順位は前回調査より大幅に上がり、重要度は前回調査と同様である。
 満足度の順位では、20～60歳代は前回調査より大幅に上がっているが、70歳以上は大幅に下がっている。
 重要度の順位では大きな違いはなく、全ての年代で上位5施策に入っている。



5 1次評価(3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	それぞれの視点に対して評価の具体的根拠	
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 1	消費生活相談事業、くらしの情報提供事業、計量検査等事業	
効率性	最少経費で最大効果が得られる事業構成となっている	4 1	消費生活相談事業、くらしの情報提供事業、計量検査等事業	
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 1	消費生活相談事業、くらしの情報提供事業、計量検査等事業	
合計		6	評価結果に基づく区分(4項目の合計点数による) A(12から10点) B(9から5点) C(4点以下)	1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

6 課題と解決策(現状または、評価結果から)

課題	安心できる消費生活の実現を達成する事業展開のため、相談窓口と啓発の連携を強化し、相談内容等から受ける情報を事業に生かしていくこと
解決策	消費生活課が北消費生活センターに移転し、消費生活課と消費生活センターとの連携を強化し、事業全般の充実・強化を図る。

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)

成果を表す指標の設定が難しい施策であるが、事業の結果だけではなく、施策目的に適合した指標の設定を検討する必要がある。 今後は、関係機関との連携の中で、市民への啓発等に努め施策を推進していく必要がある。	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)

	3次評価
--	------

* 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

構成事務事業一覧

構成事務事業	事務事業担当課	H15施策の優先順位	H15人員(人)	H14決算額(千円)	H18施策の優先順位	H17人員(人)	H17人件費(千円)	H17事業費決算額(千円)	H17決算額(千円)
消費生活相談員経費	消費生活課	1	3.03	29,131	3	3.03	24,392	28,078	52,470
計量検査等事業費	消費生活課	2	1.05	3,067	4	2.00	16,100	4,657	20,757
くらしの情報提供事業	消費生活課	3	2.09	1,778	1	2.09	16,825	1,693	18,518
消費者啓発講座・学習会事業	消費生活課	4	0.03	287	2	0.03	242	222	464
モニター経費	消費生活課	5	0.08	1,398	休止	0.00	0	195	195
消費者活動等助成費	消費生活課	6	0.01	72	7	0.01	81	65	146
消費生活展経費	消費生活課	7	0.05	466	6	0.05	403	429	832
消費生活事業推進協議会	消費生活課	8	0.01	77	5	0.01	81	55	136
消費生活協同組合融資預託金	消費生活課	廃止	0.00	7,000	/	/	0	/	0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
							0		0
	計		6.35	43,276	/	7.22	58,121	35,394	93,515
	合計		6.35	43,276	/	7.22	58,121	35,394	93,515

