

阿波市全庁評価シート 平成30年度実施事業対象

PLAN	No.	26	1	基本事務事業名	消費者行政推進事務	事務事業名	消費者団体育成事業	公的関与	1	シート作成日	令和元年6月21日		
	部局名	産業経済部		課名	消費生活センター	主務課長名	田處美千代		シート作成者名	柏木咲良			
	事業区分	<input type="radio"/> 1 ソフト事業		<input type="radio"/> 3 経常的事務事業		<input checked="" type="radio"/> 5 補助金・負担金・支援		事業運営方法	<input type="checkbox"/> 1 直営		<input type="checkbox"/> 3 全部委託		
		<input type="radio"/> 2 ハード事業		<input type="radio"/> 4 施設の維持管理		<input type="radio"/> 6 内部管理事務・その他			<input type="checkbox"/> 2 一部委託		<input checked="" type="checkbox"/> 4 補助等		
	総合計画	基本構想(政策)		2. 安全・安心・快適な阿波			実施計画		事業の開始・終了				
		基本計画(施策)		(3)消費者対策の推進			<input checked="" type="radio"/> 1 該当		平成 17 年 ~	令和 年	<input checked="" type="checkbox"/> 期間設定なし		
		主要施策		(1)消費者教育・啓発の推進			<input type="radio"/> 2 非該当		根拠法令等				
	事業の 対象・目的	対象(誰を、何を)		市内各消費者協会・消費者									
		目的(どうい う状態にし たいのか)		最終的	消費者教育を推進し、市民の健全な暮らしや生活の向上、消費者問題意識の高揚及び消費者トラブルの未然防止を目的とします。								
				今年度									
事業の 活動内容	具体的にどのような活動を行いますか。(主なもの5つまで)												
	① 消費者問題啓発活動の支援												
	② 消費生活啓発研修会開催の支援												
	③ 食の安心・安全のための料理講習の支援												
	④												
	⑤												
数値目標 (事業の目的 及び活動内 容の達成度 を測る指標)	指標名		計算式又は指標設定理由		単位		平成 29 年度	平成 30 年度	令和 1 年度	最終目標			
	市内消費者協会会員数				人	目標	300	300	300	↑			
						実績	208	215					
	消費者等研修会参加者数				人	目標	150	150	150	↑			
						実績	46	55					
						目標							
					実績								
DO	予算費目	会 計	一般会計			款		項		目			
	直接事業費			平成 29 年度決算	平成 30 年度決算	令和 1 年度予算	備考						
		国庫支出金		千円	千円	千円	平成30年度決算額には消費者安全確保地域協議会の啓発物品等作成費を含みます。						
		県支出金		千円	千円	千円							
		地方債		千円	千円	千円							
		その他特定財源		千円	千円	千円							
		一般財源		231 千円	455 千円	347 千円							
	計(A)		231 千円	455 千円	347 千円								
	人件費(B)	正職員工数・経費		0.250 人	1,482 千円	0.200 人	1,161 千円	0.200 人	1,208 千円				
		臨時・嘱託職種											
臨時・嘱託工数・経費		0.000 人	0 千円	0.000 人	0 千円	0.000 人	0 千円						
全体事業費(A+B)		1,713 千円		1,616 千円		1,555 千円							

		チェック項目					一次評価		一次評価の説明				二次評価	
必要性	1. 市が実施しなくても、公平性・公正性が確保できる等、他の実施主体があり、事業を廃止・休止しても影響は大きくない。	<input type="radio"/>	少ない	<input checked="" type="radio"/>	大きい	消費生活を取り巻く社会経済状況の変化、消費者のライフスタイルの多様化に伴い、製品事故や契約トラブルなど、消費者に不安を与える事例が多く発生しているため、知識の普及啓発として必要です。	<input type="radio"/>	少ない	<input checked="" type="radio"/>	大きい				
	2. 厳しい財政状況の中、次年度以降実施する緊急性が認められない。	<input type="radio"/>	ない	<input checked="" type="radio"/>	ある		<input type="radio"/>	ない	<input checked="" type="radio"/>	ある				
	3. 住民満足度の向上のために、現在の手段、方法等の改善の余地がある。	<input checked="" type="radio"/>	ある	<input type="radio"/>	ない		<input checked="" type="radio"/>	ある	<input type="radio"/>	ない				
	4. 住民ニーズの低下がみられたり、近隣自治体と比較してニーズを上回るサービスとなっている。	<input type="radio"/>	いる	<input checked="" type="radio"/>	いない		<input type="radio"/>	いる	<input checked="" type="radio"/>	いない				
有効性	1. 施策の目的を実現するために、事業内容が必ずしも適切とはいえない。	<input type="radio"/>	いえない	<input checked="" type="radio"/>	いえる	安心・安全な消費生活を送るために有効です。	<input type="radio"/>	いえない	<input checked="" type="radio"/>	いえる				
	2. 事業内容のマンネリ化など、施策への貢献度が著しく高いとはいえない。	<input type="radio"/>	いえない	<input checked="" type="radio"/>	いえる		<input type="radio"/>	いえない	<input checked="" type="radio"/>	いえる				
	3. 市が実施する施策の中で類似・重複した事務事業が存在する。	<input type="radio"/>	する	<input checked="" type="radio"/>	しない		<input type="radio"/>	する	<input checked="" type="radio"/>	しない				
	4. 事業の継続をしても成果の向上が期待できない。	<input type="radio"/>	できない	<input checked="" type="radio"/>	できる		<input type="radio"/>	できない	<input checked="" type="radio"/>	できる				
達成度	1. 目標設定に対して進捗状況が劣っていると思う。	<input type="radio"/>	目標に比べて劣っている	若い世代の加入者が少なく、消費者協会会員の年齢層が高齢化しているため、今後会員数が減少することが見込まれます。消費者1人ひとりが、社会を構成する一員としての自覚を持ち行動できるよう、啓発活動を推進し	<input type="radio"/>	目標に比べて劣っている								
	2. 目標設定に対して成果があまり上がっていないと思う。	<input checked="" type="radio"/>	あまり上がっていない		<input checked="" type="radio"/>	あまり上がっていない								
	3. 目標設定に対して概ね目標を達成していると思う。	<input type="radio"/>	概ね達成している		<input type="radio"/>	概ね達成している								
	4. 目標設定に対して十分に目標を達成していると思う。	<input type="radio"/>	十分達成している		<input type="radio"/>	十分達成している								
効率性	1. 効果に比べてコストが高い。	<input type="radio"/>	高い	<input checked="" type="radio"/>	適当	消費者団体の研修会及び講演会の参加等により、地域の消費者問題啓発が実践されています。	<input type="radio"/>	高い	<input checked="" type="radio"/>	適当				
	2. 他の実施主体のノウハウや新たな制度を活用できる。	<input type="radio"/>	できる	<input checked="" type="radio"/>	できない		<input type="radio"/>	できる	<input checked="" type="radio"/>	できない				
	3. 予算・人員と成果の関係で、実施手段等を見直す余地がある。	<input type="radio"/>	ある	<input checked="" type="radio"/>	ない		<input type="radio"/>	ある	<input checked="" type="radio"/>	ない				
	4. 電子化や契約方法の変更などによりコスト削減の余地がある。	<input type="radio"/>	ある	<input checked="" type="radio"/>	ない		<input checked="" type="radio"/>	ある	<input type="radio"/>	ない				
ACTION	評価点	一次評価					二次評価							
		必要性	有効性	達成度	効率性	総合評価	必要性	有効性	達成度	効率性	総合評価			
		3	4	2	4	A	3	4	2	3	B			
	今後の方向性	<input type="radio"/> 拡大・充実	<input type="radio"/> 現状維持	<input checked="" type="radio"/> 方法改善	<input type="radio"/> 民間委託等		<input type="radio"/> 拡大・充実	<input checked="" type="radio"/> 現状維持	<input type="radio"/> 方法改善	<input type="radio"/> 民間委託等				
		<input type="radio"/> 縮小	<input type="radio"/> 統合/終期設定	<input type="radio"/> 廃止/休止			<input type="radio"/> 縮小	<input type="radio"/> 統合/終期設定	<input type="radio"/> 廃止/休止					
当面の課題	近年、高齢者の消費者トラブルが増加しています。消費者問題啓発活動を実施する消費者協会会員の資質や能力の向上、意識改革が必要です。					二次評価での指摘事項及び一次評価との相違点								
改革案と実行計画	消費者トラブル防止と適切な対応のため、阿波市消費生活センターを中心に、徳島県消費者情報センターや福祉関係団体等との連携を図り、消費者問題の周知を図っていきます。					阿波市消費生活センターを中心に、新たな啓発方法などを研究し、消費者トラブルの防止と対応を図ります。								
委員会指摘事項														

阿波市全庁評価シート 平成30年度実施事業対象

PLAN	No.	26	基本事務事業名	消費者行政推進事務	事務事業名	消費者行政推進事業	公的関与	4	シート作成日	令和元年6月24日		
	部局名	産業経済部		課名	消費生活センター	主務課長名	田處美千代		シート作成者名	柏木咲良		
	事業区分	<input checked="" type="radio"/> 1 ソフト事業	<input type="radio"/> 3 経常的業務事業	<input type="radio"/> 5 補助金・負担金・支援	事業運営方法		<input type="checkbox"/> 1 直営	<input type="checkbox"/> 3 全部委託				
		<input type="radio"/> 2 ハード事業	<input type="radio"/> 4 施設の維持管理	<input type="radio"/> 6 内部管理事務・その他			<input checked="" type="checkbox"/> 2 一部委託	<input type="checkbox"/> 4 補助等				
	総合計画	基本構想(政策)	2. 安全・安心・快適な阿波			実施計画		事業の開始・終了				
		基本計画(施策)	(3)消費者対策の推進			<input checked="" type="radio"/> 1 該当		平成 29 年 ~	令和 年	<input checked="" type="checkbox"/> 期間設定なし		
		主要施策	(2)相談体制の充実			<input type="radio"/> 2 非該当		根拠法令等	消費者安全法			
	事業の対象・目的	対象(誰を、何を)	市内の消費生活者									
		目的(どうい う状態にし たいのか)	最終的	消費生活センターにおいて、消費者相談、啓発業務の充実を図り、安全で安心な消費生活の実現を推進します。								
			今年度									
事業の活動内容	具体的にどのような活動を行いますか。(主なもの5つまで)											
	① 迅速で的確な消費者相談、処理及びあっせん											
	② 消費者問題の啓発を図るため、周知活動及び出前講座等の充実											
	③ 県や関係機関との速やかな情報交換、連絡調整											
	④											
	⑤											
数値目標 (事業の目的 及び活動内 容の達成度 を測る指標)	指標名	消費生活相談件数	計算式又は指標設定理由	単位	件	平成 29 年度	平成 30 年度	令和 1 年度	最終目標			
	目標					150	150	200	↑			
	実績					200	247					
	目標											
	実績											
	目標											
実績												
DO	予算費目	会 計	款	項	目	備考						
	直接事業費			平成 29 年度決算	平成 30 年度決算	令和 1 年度予算						
		国庫支出金		千円	千円	千円						
		県支出金	13,538	千円	6,753	千円	6,753	千円				
		地方債		千円		千円		千円				
		その他特定財源		千円		千円		千円				
		一般財源	2,187	千円	3,668	千円	4,485	千円				
	計(A)	15,725	千円	10,421	千円	11,238	千円					
	人件費(B)	正職員工数・経費	0.700 人	4,151 千円	0.700 人	4,064 千円	0.700 人	4,226 千円				
		臨時・嘱託職種										
臨時・嘱託工数・経費		0.000 人	0 千円	0.000 人	0 千円	0.000 人	0 千円					
全体事業費(A+B)			19,876 千円		14,485 千円		15,464 千円					

		チェック項目					一次評価		一次評価の説明			二次評価	
KGMIC	必要性	1. 市が実施しなくても、公平性・公正性が確保できる等、他の実施主体があり、事業を廃止・休止しても影響は大きくない。					<input type="radio"/> 少ない	<input checked="" type="radio"/> 大きい	平成29年6月1日に消費生活センターを開設したことにより、振り込め詐欺や悪質商法等の消費者トラブル、商品やサービス等の消費生活に関する苦情や問合せに対し、迅速に対応できるようになりました。	<input type="radio"/> 少ない	<input checked="" type="radio"/> 大きい		
		2. 厳しい財政状況の中、次年度以降実施する緊急性が認められない。					<input type="radio"/> ない	<input checked="" type="radio"/> ある		<input type="radio"/> ない	<input checked="" type="radio"/> ある		
		3. 住民満足度の向上のために、現在の手段、方法等の改善の余地がある。					<input type="radio"/> ある	<input checked="" type="radio"/> ない		<input type="radio"/> ある	<input checked="" type="radio"/> ない		
		4. 住民ニーズの低下がみられたり、近隣自治体と比較してニーズを上回るサービスとなっている。					<input type="radio"/> いる	<input checked="" type="radio"/> いない		<input type="radio"/> いる	<input checked="" type="radio"/> いない		
	有効性	1. 施策の目的を実現するために、事業内容が必ずしも適切とはいえない。					<input type="radio"/> いえない	<input checked="" type="radio"/> いえる	消費者からの相談対応、苦情処理のためのあっせんのほか、相談員が各種団体やサロンなど地域の集まりに出向き、消費者問題の解消に向けた出前講座を行うなど、消費者教育に努めています。	<input type="radio"/> いえない	<input checked="" type="radio"/> いえる		
		2. 事業内容のマンネリ化など、施策への貢献度が著しく高いとはいえない。					<input type="radio"/> いえない	<input checked="" type="radio"/> いえる		<input type="radio"/> いえない	<input checked="" type="radio"/> いえる		
		3. 市が実施する施策の中で類似・重複した事務事業が存在する。					<input type="radio"/> する	<input checked="" type="radio"/> しない		<input type="radio"/> する	<input checked="" type="radio"/> しない		
		4. 事業の継続をしても成果の向上が期待できない。					<input type="radio"/> できない	<input checked="" type="radio"/> できる		<input type="radio"/> できない	<input checked="" type="radio"/> できる		
	達成度	1. 目標設定に対して進捗状況が劣っていると思う。					<input type="radio"/> 目標に比べて劣っている	平成30年度は247件の相談が寄せられ、消費生活センターを開所した平成29年度と比較すると、47件の増加となりました。センターの存在が市民に広く周知され、安全安心な消費生活に寄与していると考えます。	<input type="radio"/> 目標に比べて劣っている				
		2. 目標設定に対して成果があまり上がっていないと思う。					<input type="radio"/> あまり上がっていない		<input type="radio"/> あまり上がっていない				
		3. 目標設定に対して概ね目標を達成していると思う。					<input type="radio"/> 概ね達成している		<input type="radio"/> 概ね達成している				
		4. 目標設定に対して十分に目標を達成していると思う。					<input checked="" type="radio"/> 十分達成している		<input checked="" type="radio"/> 十分達成している				
	効率性	1. 効果に比べてコストが高い。					<input type="radio"/> 高い	<input checked="" type="radio"/> 適当	寄せられた相談をより良い解決へと導くため、相談員の確保、養成、スキルアップに積極的に取り組みます。	<input type="radio"/> 高い	<input checked="" type="radio"/> 適当		
		2. 他の実施主体のノウハウや新たな制度を活用できる。					<input type="radio"/> できる	<input checked="" type="radio"/> できない		<input type="radio"/> できる	<input checked="" type="radio"/> できない		
		3. 予算・人員と成果の関係で、実施手段等を見直す余地がある。					<input type="radio"/> ある	<input checked="" type="radio"/> ない		<input type="radio"/> ある	<input checked="" type="radio"/> ない		
		4. 電子化や契約方法の変更などによりコスト削減の余地がある。					<input checked="" type="radio"/> ある	<input type="radio"/> ない		<input checked="" type="radio"/> ある	<input type="radio"/> ない		
ACTION	一次評価					二次評価							
	評価点	必要性	有効性	達成度	効率性	総合評価	必要性	有効性	達成度	効率性	総合評価		
		4	4	4	3	A	4	4	4	3	A		
	今後の方向性	<input type="radio"/> 拡大・充実	<input checked="" type="radio"/> 現状維持	<input type="radio"/> 方法改善	<input type="radio"/> 民間委託等		<input type="radio"/> 拡大・充実	<input checked="" type="radio"/> 現状維持	<input type="radio"/> 方法改善	<input type="radio"/> 民間委託等			
		<input type="radio"/> 縮小	<input type="radio"/> 統合/終期設定	<input type="radio"/> 廃止/休止			<input type="radio"/> 縮小	<input type="radio"/> 統合/終期設定	<input type="radio"/> 廃止/休止				
	当面の課題	消費生活センターを中心とした消費者相談、啓発により、消費者被害の未然防止や拡大防止を図り、誰一人取り残さない安全・安心で豊かに暮らすことのできる消費生活の実現を推進していく必要があります。					二次評価での指摘事項及び一次評価との相違点						
改革案と実行計画	消費生活センターの継続的な周知とともに、安定的な運営のために消費生活相談員(有資格者)の確保と相談員のスキルアップを図ります。					消費生活センター利用の周知徹底を図り、数年後を見据えた消費者相談員の育成を進めます。							
委員会指摘事項													