

阿波市全庁評価シート 令和2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3年7月8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	吉本菜々		
	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)		阿波市消費者協会・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資質の向上、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の開催											
	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		令和 元 年度	令和 2 年度	令和 3 年度	最終目標		
	阿波市消費者協会会員数				人	目標	300	300	300	↑		
							実績	196	188			
	消費者等研修会参加者数				人	目標	150	150	150	↑		
							実績	0	0			
						目標						
					実績							
DO	予算費目	会 計		款		項		目		備考		
	直接事業費			令和 元 年度決算	令和 2 年度決算	令和 3 年度予算						
		国庫支出金		千円	千円	千円		決算・予算額には、消費者安全確保地域協議会に係る活動費用を含みます。				
		県支出金		千円	千円	千円		消費者等研修会については、新型コロナウイルスの影響により令和元年度・令和2年度の開催は見送りとなりました。				
		地方債		千円	千円	千円						
		その他特定財源		千円	100 千円	千円						
		一般財源		233 千円	978 千円	1,006 千円						
	計(A)		233 千円	1,078 千円	1,006 千円							
	人件費(B)	正職員工数・経費		0.200 人	1,208 千円	0.400 人	2,447 千円	0.400 人	2,435 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)		1,441 千円		3,525 千円		3,441 千円						

		チェック項目					一次評価		二次評価				
KCMIC	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	消費者を取り巻く社会経済状況の変化、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、消費生活における問題も複雑化しています。消費者がトラブルに遭わないために、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 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	令和2年度に市消費者協会が設立し、会員同士の交流が深まり、活動の幅も広がっています。消費者1人1人が安全・安心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	消費者協会会員全体が高齢化しており、特に若い世代の新規加入者の確保が難しい状況です。自立する消費者を育成するため、会員の増員に向けた取組みを推進します。	<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 checked="" 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 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	消費者協会会員が研修会及び講演会等へ参加し、そこで得た知識を生かして、地域における消費者問題の啓発活動が実施されています。	<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 type="radio"/>	ある	<input checked="" type="radio"/>	ない		
ACTION	一次評価					二次評価							
	評価点	必要性 3	有効性 4	達成度 2	効率性 4	総合評価 A	必要性 4	有効性 4	達成度 4	効率性 4	総合評価 A		
	今後の方向性	<input checked="" type="radio"/> 拡大・充実 <input type="radio"/> 縮小	<input type="radio"/> 現状維持 <input type="radio"/> 統合/終期設定	<input type="radio"/> 方法改善 <input type="radio"/> 廃止/休止	<input type="radio"/> 民間委託等		<input checked="" type="radio"/> 拡大・充実 <input type="radio"/> 縮小	<input type="radio"/> 現状維持 <input type="radio"/> 統合/終期設定	<input type="radio"/> 方法改善 <input type="radio"/> 廃止/休止	<input type="radio"/> 民間委託等			
	当面の課題	消費生活が多様化・複雑化する中、消費者問題の啓発活動を実施する消費者協会会員の増員や資質・能力の向上、意識改革が求められます。					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連携し、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調査・研究し、消費者トラブルの未然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 令和2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3年7月8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	吉本菜々				
	事業区分	<input checked="" type="radio"/> 1 ソフト事業	<input type="radio"/> 3 経常的事務事業	<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充実を推進します。										
			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 県や関連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	令和 元 年度	令和 2 年度	令和 3 年度	最終目標	↑				
						目標	150	150	150					
						実績	238	276						
						目標								
						実績								
						目標								
					実績									
DO	予算費目	会 計	款		項		目		備考					
			令和 元 年度決算	令和 2 年度決算	令和 3 年度予算									
	直接事業費	国庫支出金		千円	千円	千円								
		県支出金	6,753	千円	5,428	千円	5,633	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	3,698	千円	2,896	千円	3,522	千円						
		計(A)	10,451	千円	8,324	千円	9,155	千円						
	人件費(B)	正職員工数・経費	0.700	人	4,226	千円	1.500	人	9,176	千円	1.500	人	9,133	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)			14,677	千円	17,500	千円	18,288	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	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、振り込み詐欺や悪質商法などの消費者トラブル、商品やサービスなどの消費生活に関する苦情や問い合わせに対し、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、消費者被害の防止に向けた出前講座を行うなど、消費者教育や啓発に努めています。	<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	令和2年度は276件の相談が寄せられ、令和元年度と比較すると38件の増加となりました。消費者被害の防止に向けた啓発活動により、センターが広く市民に周知され、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 type="radio"/>	ある	<input checked="" 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	4	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るとともに、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														