平成　23　年度事後評価・決算

事務事業マネジメントシート

平成　24 年　7 月　27 日時点

事務事業名				課	商工観光課
	コード1	1445	消費者保護対策事業	所属班	商業振興班
	コード2		☑ 主要事業	電話番号	62-5874　内線　7192

政策体系				予算科目	会計	款	項	目
	基本方針	5	活力と躍動感に満ちたまちづくり		一般会計	07	01	01
	施策	7	消費生活の支援	根拠法令	消費者安全法、消費者基本法、旭市消費生活センター設置規則			
	施策の展開	1	消費生活における安全対策の推進					
	基本事業	338	消費生活相談体制の強化					

1　現状把握（Do）

（1）事業概要

① 事業期間	② 事業の内容　※何をどのようにする事業なのか、市民が理解できるよう記述する、行政用語は使わない
☑ 単年度繰返 ☑ 昭和 45 年度～ ☐ 開始年度不詳 ☐ 期間限定複数年度 平成＿年度～ 平成＿年度まで ※全体像を記述⇒	・消費生活センターにおいて、事業者とのトラブルに悩む市民に対し、専門的な助言やあっせんを行い、被害の救済を図る。 ・借金返済に苦しむ市民に対し必要な情報を提供し、法律専門家へ確実に引き継ぐなど、多重債務からの救済を行う。 ・消費者被害の未然防止のため、消費生活講座や出前講座を実施する。また、啓発リーフレットの作成・配布を行う ・製品による消費者トラブルを防ぐため、製品の適正表示について市内販売店への立入検査を行う。 ・計量器定期検査を実施（隔年）

（2）トータルコスト

① 事業費の内訳（費目等）
消費生活相談員報酬・講師謝礼・旅費・図書購入費・啓発用品購入費・啓発リーフレット印刷費・電話料・事務用備品費

② 延べ業務時間の内訳
相談業務関係　1000時間 啓発事業　995時間 立入検査関係　20時間

			単位	21年度（決算）	22年度（決算）	23年度（決算）	24年度（計画）	25年度（計画）	26年度（計画）
事業費	財源内訳	国庫支出金	千円	0	0	429	0		
		都道府県支出金	千円	748	1,702	6,871	6,055		
		地方債	千円	0	0	0	0		
		その他	千円	0	0	0	0		
		一般財源	千円	1,376	1,264	1,550	2,109		
	事業費計（A）		千円	2,124	2,966	8,850	8,164	0	0
人件費	正規職員従事人数		人	0.89	1.02	1.00	1.02		
	延べ業務時間		時間	1,800	2,050	2,015	2,065		
	人件費計（B）		千円	6,840	7,759	7,657	7,847	0	0
トータルコスト(A)＋(B)			千円	8,964	10,756	16,507	16,011	0	0

（3）事務事業の手段・目的・上位目的及び対応する指標

手段

① 主な活動

23年度実績（23年度に行った主な活動）
消費生活相談事業・センター周知事業・消費生活講座、出前講座実施・消費者啓発事業・多重債務関係事業・立入検査・

24年度計画（24年度に計画している主な活動）
消費生活相談事業・センター周知事業・消費生活講座、出前講座実施・消費者啓発事業・多重債務関係事業・立入検査・計量検査・庁内外関係機関との連携

⑤ 活動指標名

		単位	21年度（決算）	22年度（決算）	23年度（決算）	24年度（計画）	25年度（計画）	26年度（計画）
ア	相談窓口開設日数(年間)	日	95	193	244	246		
イ	消費生活相談員の配置人数（週延べ人数）（充分な体制で迅速・適切に対応　）	人	2	4	6	7～8		
ウ	消費生活講座・出前講座開催回数	回	8	15	8	15		

目的

② 対象（誰、何を対象にしているのか）

全市民

⑥ 対象指標名

		単位	21年度（決算）	22年度（決算）	23年度（決算）	24年度（計画）	25年度（計画）	26年度（計画）
ア	人口							
イ								

③ 意図（対象がどのような状態になるのか）

・消費者被害にあったときは、いつでも相談でき、専門的な助言やあっせんにより被害を解決できる。
・市民が被害にあわないよう、必要な情報が得られ、消費者教育を受けられる。

⑦ 成果指標名（考え方）

		単位	21年度（決算）	22年度（決算）	23年度（決算）	24年度（計画）	25年度（計画）	26年度（計画）
ア	相談処理におけるあっせん件数とあっせん率（適切な被害の回復、相談対応の充	件 %	2/128 1.6	17/178 9.6	35/281 12.5	49/360 13.6		
イ	消費生活講座・出前講座開参加者数（参加者数から消費者啓発の充実度を見る）	人	243	422	261	300		

上位目的

④ さらに、どんな上位目的に結び付けるのか

・消費者トラブルの相談先として、市民に消費生活センターが信頼され、確実な相談対応で消費生活の安心が実現される。
・市民が消費行動に注意し、トラブルを防ぐことが出来るようになる。

⑧ 上位成果指標名（考え方）

		単位	21年度（決算）	22年度（決算）	23年度（決算）	24年度（計画）	25年度（計画）	26年度（計画）
ア	旭市民が旭市消費生活センターに相談した割合(県センターではなく市センターに相談した人の割合)	%	49.2	55.8	73.6	80.0		
イ	消費生活相談員の配置人数（週延べ人数）（充分な体制で迅速・適切に対応　）	人	2	4	6	7～8		

（4）事務事業の環境変化、住民意見等

① 開始したきっかけは何か？どんな経緯で始まったか？	② 事務事業を取り巻く状況（対象者や根拠法令等）はどう変化しているか？開始時期あるいは5年前と比べてどう変わったか？	③ この事務事業に対して関係者（住民、議会、事業対象者、利害関係者等）からどんな意見や要望が寄せられているか？
昭和44年5月地方自治法改正により、消費者保護行政が地方公共団体の事務となった。	国の消費者行政一元化により消費者庁が設置され、消費者安全法が施行された。旭市では23年度に消費生活センターを設置し、相談日の増設、相談員の増員を行い、消費者行政の強化を図っている。相談件数は増加している。	・平成23年9月議会請願採択 「地方消費者行政の充実のための国による支援に関する請願」 ・相談者からは「相談してよかった」「また困ったことがあったら相談したい」と丁寧な対応に感謝する言葉があった。

事務事業名	消費者保護対策事業	課名	商工観光課	班名	商業振興班

2 評価（Check1）担当者による事後評価

目的妥当性評価	① 政策体系との整合性 この事務事業の目的は市の政策体系に結びつくか？意図することが上位目的に結びついているか？	☐ 見直し余地がある ⇒【理由】 ☑ 結びついている ⇒【理由】 市民の消費生活の安心安全のために、相談体制の充実と啓発事業の推進が必要。
	② 対象・意図の妥当性 対象を限定・追加すべきか？意図を限定・拡充すべきか？	☐ 見直し余地がある ⇒【理由】 ☑ 適切である ⇒【理由】 全市民のための事業である。
	③ 行政関与の妥当性 なぜこの事業を市が行わなければならないのか？税金を投入して実施すべきか？	☐ 見直し余地がある ⇒【理由】 ☑ 妥当である ⇒【理由】 消費者と事業者の間にある情報量や交渉力に格差により、消費者被害が発生するため、被害を消費者の自己責任とすることはできない。誰でも被害にあう可能性はあり、一部の社会的弱者だけが消費者保護の対象ではない。消費者の暮らしにもっとも身近な市が、被害救済のための相談事業と未然防止のための啓発を行う必要がある。
有効性評価	④ 成果の現状水準 あるべき水準や目標に達しているか？近隣市や類似団体と比較してどうか？	☑ 見直し余地がある ⇒【理由】 ☐ 妥当である ⇒【理由】 近隣の消費生活センター設置市の相談受付状況と比較すると、相談件数が少ない。地元のセンターに相談する割合も低い状況。センターの認知度が低いことや、消費者として困ったときに泣き寝入りせず相談するといった、意識が低いと思われる。
	⑤ 成果の向上余地 次年度以降の成果向上が期待できるか？事務事業を取り巻く環境変化等を考慮するとどうか？	☑ 活動量を増やせば成果は向上する ⇒【理由】 ☐ 活動量を増やさなくても、やり方を工夫することで成果は向上する ⇒【理由】 ☐ 活動量を増やしたり、活動を工夫したりしても、今以上成果は向上しない ⇒【理由】 継続した啓発事業の実施が必要。講座の開催だけではなく、ホームページや広報紙の活用、庁内外の関係機関との連携による被害防止に取り組む必要がある。相談体制をさらに充実することで、市民に信頼される相談対応が可能になる。
	⑥ 類似事業との統廃合・連携の可能性 目的を達成するには、この事務事業の他（民間・国県を含む）に方法があるか？ ↓ 他に手段がある場合 (1)具体的にはどのような事務事業か？ (2)類似事業との統廃合ができるか？類似事業との連携を図ることにより、成果の向上が期待できるか？	☐ 他に手段がある (1) 事務事業名：（ ） (2) ☐ 統廃合ができる ⇒【理由】 ☐ 連携ができる ⇒【理由】 ☐ 既に統廃合・連携している ⇒【理由】 ☐ 統廃合・連携ができない ⇒【理由】 市民から年間300件の相談を受付ける事業は他にない。他の各種市民相談とは異なり、助言するに止まらず問題の解決まで見届け、全ての相談情報を全国消費生活情報ネットワークシステムに入力し、啓発事業に活用している。相談から啓発まで一体的な事業。 ☑ 他に手段がない ⇒【理由】
効率性評価	⑦ 事業費の削減余地（表面トータルコストの事業費部分） 事業費を削減できないか？（経費の精査、過剰仕様の適正化、回数削減、住民の協力、アウトソーシングなど）	☐ 削減余地がある ⇒【理由】 ☑ 削減余地がない ⇒【理由】 旭市の相談体制は十分とは言えず、充実強化には、相談員を複数配置することが必要。
	⑧ 人件費の削減余地（表面トータルコストの人件費部分） やり方の工夫（業務プロセスの改善など）や臨時職員の活用・委託により、正規職員の延べ業務時間を削減できないか？	☐ 削減余地がある ⇒【理由】 ☑ 削減余地がない ⇒【理由】 相談・啓発事業ともさらに充実していくことが必要。今後相談件数が増加すれば、相談情報入力のチェック、伝送処理に時間がかかる。
公平性評価	⑨ 受益機会・費用負担の適正化余地 事業の内容が一部の受益者に偏っていて不公平ではないか？受益者負担が公平・公正になっているか？	☐ 見直し余地がある ⇒【理由】 ☑ 公平・公正である ⇒【理由】 相談事業は被害にあった消費者の被害回復だけではなく、相談情報を全国消費生活情報ネットワークシステムに入力し記録している。このデータが法改正や事業者の処分に活用されるため、相談者個人の救済だけでなく、市民全体の被害予防・防止のための事業である。

3 評価（Check2）担当課長による評価結果と総括

（1）1次評価者としての評価結果

① 目的妥当性	☑ 適切	☐ 見直し余地あり
② 有効性	☐ 適切	☑ 見直し余地あり
③ 効率性	☑ 適切	☐ 見直し余地あり
④ 公平性	☑ 適切	☐ 見直し余地あり

（2）全体総括（振り返り、反省点）

低迷する経済情勢等に伴い、消費者被害が増大しており、行政での出来る救済として、相談体制の強化は必要と思われる。

4 今後の方向性（事務事業担当課案）（Plan）

（1）今後の事業の方向性（複数選択可）　※2～3年後を目処にした方向性

☐ 目的再設定
☑ 事業のやり方改善による成果向上
☐ 事業のやり方改善による事業費削減
☐ 受益機会の適正化
☐ 廃止・休止
☐ 行政関与の見直し
☐ 事業統廃合・連携（関連事業：　）
☐ 事業のやり方改善による延べ業務時間削減
☐ 費用負担の適正化

（2）改革改善案について　※いつまでに、なにを、どうするのか？

① 消費生活センター事業の一層の周知（随時）
② 積極的に出前講座を開催する（随時）
③相談体制の強化(迅速な対応・解決までの時間短縮・迅速な国への情報提供)
④

（3）改革・改善による期待成果
（廃止・休止の場合は記入不要）

		コスト 削減	コスト 維持	コスト 増加
成果	向上		○	
	維持			
	低下			

（4）改革、改善を実現する上で解決すべき課題（壁）とその解決策

① 時代に即した職員・相談員の資質向上を図る。（研修会等への参加）
② 相談者が来所しやすい環境づくり（庁内全体での連携体制の構築）
③
④