

平成19年度に実施された事業の結果報告及び今後の方向性(概要)

※本ページは各事務事業の概要紹介と19年度の報告を目的としています。評価の詳細については次ページをご覧ください。

事業名	消費生活啓発事業	所管	市民経済部 消費生活センター
			TEL 2928-1233

事業の目的 (何の為に 行うか)	日常生活を送るなかで発生する、さまざまな消費者問題に対応できる消費者を育成する。講座、消費生活展等を開催し、消費者が自ら考え、判断しうる能力を高めることにより、消費者被害を未然に防止する。
------------------------	--

対象 (誰を、何を 対象としてい るか)	市民	対象とした数	339,058
		実際に 利用した数	2,263

活動の内容	(何を したか)	○講演会・講座:消費生活相談員を講師として派遣し、相談事例に基づいた内容の講義を行う。 ○街頭キャンペーン:啓発用の小冊子を街頭で配り悪質商法に対する注意を呼びかける。 ○消費生活展:消費生活に関するテーマを決め、調査・研究した成果物の展示・説明を行う。 ○広報とこざわ:「消費者トラブル注意報」と題し、相談事例をQ&A形式で連載する。 ○啓発チラシの作成							
	活動実績	項目名	消費生活講座	15 ----- 単位 回	項目名	街頭キャンペーン	700 ----- 単位 人	項目名	消費生活展

経費 (どれだけか かったか)	当初予算額(千円)	決算額(千円)	事業費合計(千円) ※人件費・公債費を含む	市民一人当たり単価(円)
	936	829	7,123	21.0

成果 (結果として どうなった か)	成果指標名	説明 (計算方法等)	目標値	実績	達成率
	消費生活講座参加人数	延べ人数	720 ----- 単位 人	763 ----- 単位 人	106.0 ----- 単位 %

今後の 方向性 (所管の意 見)	総合 評価	* 事業の継続 ⇒ * 拡充 縮小 統合 改善・効率化 改善余地なし その他〔 〕				
		終了	⇒ 事業完了	終了	休止	
	予算	* 現状どおり 増額		減額	終了	

今後の 方向性 (二次評価の 意見)	二次評価実施の有無 有り⇒下記評価へ * 無し⇒終了					
	総合 評価	拡充	縮小	統合	改善・効率化	改善余地なし その他〔 〕 終了
	予算	現状どおり 増額		減額	終了	

平成 20 年度事務事業評価表(一般用)

①事務事業名		担当 部課	部課コード	030500	TEL	2928-1233		
事業コード	消費生活啓発事業							
030504								
開始年度		昭和	47	年度	—	終了年度	平成	年度

②事業の概要	事業の種類	<input checked="" type="checkbox"/> 自治事務 <input type="checkbox"/> 法定受託事務 <input type="checkbox"/> 法定受託＋附加			根拠法令			
	分野別計画・指針				消費者基本法			
	関連・類似事業	消費者相談事業						
総計画の体系	政策	第5章 にぎわいと活力に満ちた魅力あるまち	施策	5節 消費生活	中柱	2 消費者活動の促進	小柱	(1) 消費者教育・啓発の充実

③事業の内容	・H19市民意識調査における施策の順位…43施策中 27 位		・実施計画における位置づけ…		H19	<input type="radio"/>	H20	<input type="radio"/>
	行政改革大綱における行動計画への位置づけ							
	コード	事務事業見直しの推進			コード			
事業開始の背景	消費生活問題が複雑多様化してきたなかで、消費者に安定した消費生活を送るための知識・情報を提供する機会として開始された。							

④前年評価と改善点	目的(何のために、具体的に)								
	日常生活を送るなかで発生する、さまざまな消費者問題に対応できる消費者を育成する。講座、消費生活展等を開催し、消費者が自ら考え、判断しうる能力を高めることにより、消費者被害を未然に防止する。								
	対象(誰を、何を対象としているのか)								
	市民				利用数の考え方 消費生活講座参加者、消費生活展来場者、街頭における啓発用冊子・チラシ配布数の合計				
	対象数	単位	平成 18 年度	337,883		利用数	単位	平成 18 年度	2,160
			平成 19 年度	339,058				平成 19 年度	2,263
事業の具体的な内容及び実施方法									
○講演会・講座:消費生活相談員を講師として派遣し、相談事例に基づいた内容の講義を行う。 ○街頭キャンペーン:啓発用の小冊子を街頭で配り悪質商法に対する注意を呼びかける。 ○消費生活展:消費生活に関するテーマを決め、調査・研究した成果物の展示・説明を行う。 ○広報とらざわ:「消費者トラブル注意報」と題し、相談事例をQ&A形式で連載する。 ○啓発チラシの作成									

⑤経費	平成19年度事務事業評価結果(平成20年度の方向性) << 最終評価 <input checked="" type="checkbox"/> 一次評価 <input type="checkbox"/> 二次評価 >>								
	総合評価	<input checked="" type="checkbox"/> 事業の継続 ⇒ (<input type="checkbox"/> 拡充 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 統合 <input checked="" type="checkbox"/> 改善・効率化 <input type="checkbox"/> 改善余地なし <input type="checkbox"/> その他 ())							
	予算	<input checked="" type="checkbox"/> 現状どおり <input type="checkbox"/> 増額 <input type="checkbox"/> 減額 <input type="checkbox"/> 終了							
平成19年度中に改善した点									
消費者生活センターの業務案内、消費関連情報、講演会・講座等についてホームページに掲載し、啓発に努めた。									

⑥指	《会計種別》	一般会計	平成 18 年度 (千円)	平成 19 年度 (千円)	平成 20 年度 (千円)	
	当初予算		910	936	972	
	決算 (見込み含む)		758	829		
	(嘱託職員) (臨時職員)	(人) (人)	(人) (人)			
	正規職員人件費		0.67 人 6,164	0.67 人 6,294	※「財源内訳」について平成20年度のみ、当初予算の内訳となっています。	
	公債費					
	事業費合計		6,922	7,123		
	財源内訳	一般財源		6,922	7,123	972
		国・県支出金				
		受益者負担金				
	市債					
	その他					
	市民一人当たり(単位:円)		20.5	21.0		
	利用数一単位あたり(単位:円)		3,204.6	3,147.6		

⑦一次評価	項目名	消費生活講座	講師派遣回数	単位	回	H 18	12	H 19	15	H20見込み	13	将来目標
	活動実績	街頭キャンペーン	啓発グッズ配布数	単位	人		700		700		700	
		消費生活展	来場者数	単位	人		800		800		800	
	成果分析	消費生活講座参加人数	延べ人数	単位	人	目標値	720		720		720	
						実績	660		763			実績値の拡大を図る1 実績値の縮小を図る2
					%	達成率	91.7		106.0			

⑧二次評価	評価項目	現状評価	事業の対象を見直す必要性	評価項目	現状評価	現在の実施主体	見直しの必要性
	対象設定	<input type="checkbox"/> 対象を絞る <input type="checkbox"/> 対象を拡大する <input checked="" type="checkbox"/> 見直しの必要なし	実施主体	市	<input type="checkbox"/> 有 <input checked="" type="checkbox"/> 無		
	他事業との整理・統合	<input type="checkbox"/> 統合する <input checked="" type="checkbox"/> 連携する <input type="checkbox"/> 類似事業がない <input type="checkbox"/> 統合等必要なし	受益と負担の関係	<input type="checkbox"/> 有 <input checked="" type="checkbox"/> 無	<input type="checkbox"/> 有 <input checked="" type="checkbox"/> 無	<input type="checkbox"/> 有 <input checked="" type="checkbox"/> 無	
明らかとなった課題							
暮らしの安全・安心を脅かす悪質商法の手法はますます巧妙化しており、消費者が被害に合わないためには、消費者の自己管理がますます重要になってきている。広報紙やホームページを活用し、消費者に最新の情報を分かりやすく提供して行く。							

⑨個別計画における方向性	評価項目	今期目標項目(何を)	達成水準(どこまで)	時期(いつまで)
	平成20年度における目標設定	消費生活に関する情報を市民に提供し、消費者被害の未然防止と知識向上を図る。	広報紙、ホームページに、よくある事例を掲載するとともに、相談案内のパンフレットや啓発品の配布を街頭キャンペーンにおいて、実施する。	継続して取り組む。
	平成21年度における事業の方向性			
	総合評価	<input checked="" type="checkbox"/> 事業の継続 ⇒ (<input type="checkbox"/> 拡充 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 統合 <input type="checkbox"/> 改善・効率化 <input type="checkbox"/> 改善余地なし <input type="checkbox"/> その他 ())		
予算	<input checked="" type="checkbox"/> 現状どおり <input type="checkbox"/> 増額 <input type="checkbox"/> 減額 <input type="checkbox"/> 終了			
評価理由				
消費者行政の最終目標は、トラブルに合わないよう消費者一人一人が自ら考え、判断しうる能力を身に付けてもらうことにある。講座、啓発チラシの配布等による啓発のほか、広報紙やホームページを活用し、最小の経費で市民の間に着実に消費者問題に対する意識・知識を広げるよう、効率面を重視した企画とする。				
評価日	平成20年5月15日	記入者職氏名	消費生活センター所長 小野洋子	

⑩環境基本計画	一次評価	平成21年度における事業の方向性					
	総合評価	<input type="checkbox"/> 拡充 <input type="checkbox"/> 縮小 <input type="checkbox"/> 統合 <input type="checkbox"/> 改善・効率化 <input type="checkbox"/> 改善余地なし <input type="checkbox"/> その他 () <input type="checkbox"/> 終了					
	予算	<input type="checkbox"/> 現状どおり <input type="checkbox"/> 増額 <input type="checkbox"/> 減額 <input type="checkbox"/> 終了					
⑪次年度用事前評価	評価理由						
	評価日						
	次年度優先順位…	位	非常に高い	高い	やや低い	低い	優先度評価
見込まれる貢献度	総合計画上位目標	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
市長マニフェスト	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
評価理由							
評価日							

⑫個別計画における方向性	◎環境基本計画	本事業の左記計画における位置づけ…	無し	計画コード	
	◎次世代育成支援行動計画	本事業の左記計画における位置づけ…	無し	計画コード	
	基本目標				
主要課題					
施策の方向					