

事務事業マネジメントシート (20年度実績と21年度計画)

21年度予算編成後 平成 21 年 3 月 26 日 作成
20年度決算把握後 平成 21 年 5 月 19 日 作成

事務事業名		消費生活相談員派遣事業			<input type="checkbox"/> マニフェスト 関連	<input type="checkbox"/> 全庁横断 課題関連	<input type="checkbox"/> 集中改革 プラン関連								
総合計画 体系	政策	1	人々が安全に安心して暮らせるまちづくり		所属部	総務企画部	課長名 後藤一男								
	施策	2	防犯対策の推進		所属課	総務課	担当者名 長島正和								
	基本事業	6	消費者保護の充実		所属班	交通防災班	(内線) 220								
					法令根拠	消費者基本法									
予算科目	会計	1	款	2	項	1	目	4	事業連番	-	<input type="checkbox"/> 20年度で終了	<input checked="" type="checkbox"/> 21年度から開始	成果優先度評価結果	5	
														コスト削減優先度評価結果	9
事業期間	<input type="checkbox"/> 単年度のみ <input checked="" type="checkbox"/> 単年度繰返(開始年度 年度) <input type="checkbox"/> 期間限定複数年度 (年度 ~ 年度)														
事務事業の概要(具体的なやり方、手順、詳細。期間限定複数年度事業は全体像を記述)															
【事業の内容】 20年度、相談員制度は廃止。職員で住民からの消費者相談に対応。															
【業務の流れ】 随時、消費者相談に対応。															
【主な予算費目】 予算なし。															

1 現状把握の部(DO、PLAN)

(1) 事務事業の目的と指標	
① 手段(主な活動)	21年度計画(21年度に計画している主な活動)(PLAN)
20年度実績(20年度に行った主な活動)(DO)	・国の地方消費者行政活性化事業にあわせ、補正予算により相談員制度を再開。
消費者相談(件)	・地域での消費者問題啓発に努める。
	⑤活動指標(事務事業の活動量を表す指標)=①の指標 (単位)
	→ アイ 消費者関係啓発回数 回
	→ アイ 消費者講座受講数 人
② 対象(誰、何を対象にしているのか) * 人や自然資源等	⑥対象指標(対象の大きさを表す指標)=②の指標 (単位)
市民	→ アイ 市民 人
③ 意図(この事業によって、対象をどう変えるのか)	⑦成果指標(意図の達成度を表す指標)=③の指標 (単位)
消費者問題で困ったときに相談を受けられる	→ アイ 市消費者生活相談件数 件
④ 上位の目的(さらにどんな目的に結び付けるのか)	⑧上位成果指標(上位目的の達成度を表す指標)=④の指標 (単位)
正しい知識を持ち、的確な判断が出来るようになる	→ アイ 消費者生活に関する情報が十分に得られていると感じる市民の割合 %

(2) 総事業費・指標等の推移

		単位	18年度 実績(決算)	19年度 実績(決算)	20年度 目標(当初予算)	20年度 実績(決算)	21年度 目標(当初予算)	22年度 (目標)	23年度 (予定)	全体計画 ~ 年度
投入量	事業費	国庫支出金	千円							総 ト ー タ ル コ ス ト (期間 限定 複数 年度 のみ 記載) 目 標 合 計 値 画 22 年 度
		都道府県支出金	千円	686						
		地方債	千円							
		その他	千円							
		繰入金	千円							
		一般財源	千円	759	528	0	0	0	0	
	(A) 事業費計	千円	1,445	528	0	0	0	0		
	うち指定経費	千円								
	ひら時間外、特殊勤務手当	千円								
	人件費	正規職員従事人数	人		3	5	2	2	2	
延べ業務時間		時間		210	340	200	200	200		
(B) 人件費計	千円	0	836	0	1,353	796	796	796		
トータルコスト(A)+(B)	千円	1,445	1,364	0	1,353	796	796	796		
活動指標	アイ	回	10	6	0	3				
	アイ	人	180	170	0	140				
対象指標	アイ	人	53,303	54,027	0	54,407	55,124	55,732		
成果指標	アイ	件	93	58	0	19	100	200		
上位成果指標	アイ	%	21.2	19.7	25	27	30			

(3) 事務事業の環境変化・住民意見等

① この事務事業を開始したきっかけは何か?いつ頃どんな経緯で開始されたのか?
消費者保護基本法(1968年制定)が、H16年に大幅に改正されたのち、H18年度において、県のモデル事業の指定を受けて、相談員制度を設けた。

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のか?
・18年度件の委託事業として相談員による消費者相談を開始し、19年度は市の単独で同事業を行った。
・20年度は、専門相談員ではなく職員で対応しようということで試みたが、市での相談件数は激減した。しかし、県の消費者センター等での市民の相談件数は、県下でも上位の位置を占めている。
・国の新たな動きとして、消費者庁関連法案の制定、地方消費者行政活性化事業の開始が予定されている。

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?
・議会の総務委員会の中で、専門相談員による相談受付の必要性が問われている。

事務事業名	消費生活相談員派遣事業	所属部	総務企画部	所属課	総務課
-------	-------------	-----	-------	-----	-----

2 評価の部(SEE) *原則は20年度の後評価、ただし複数年度事業は20年度における途中評価

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？意図することが結果に結びついているか？	<input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】⇒ ⇒3評価結果の総括(SEE)に反映 <input type="checkbox"/> 結びついている ⇒【理由】 21年度中に補正で対応、専門相談員配置の予定であるが、対象・意図について見直しを考えているので、その際に併せて検討する。
	②公共関与の妥当性 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、達成する目的か？	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】⇒ ⇒3評価結果の総括(SEE)に反映 <input checked="" type="checkbox"/> 妥当である ⇒【理由】 消費者基本法に、地方自治体の責務として、地域に応じた消費者政策を推進する、とされており、妥当である。
	③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？	<input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】⇒ ⇒3評価結果の総括(SEE)に反映 <input type="checkbox"/> 適切である ⇒【理由】 従来の相談業務とあわせ、消費者問題の啓発にも取組みを広げていきたいことから、今までの対象・意図については、見直しを検討することとしている。
有効性 評価	④成果の向上余地 成果を向上させる余地はあるか？成果の現状水準とあるべき水準との差異はないか？何が原因で成果向上が期待できないのか？	<input checked="" type="checkbox"/> 向上余地がある ⇒【理由】⇒ ⇒3評価結果の総括(SEE)に反映 <input type="checkbox"/> 向上余地がない ⇒【理由】 再開する相談員による消費者相談の啓発、相談日開設の日数等、内容を充実させることで、成果向上の余地がある。
	⑤廃止・休止の成果への影響 事務事業を廃止・休止した場合の影響の有無とその内容は？	<input type="checkbox"/> 影響無 ⇒【理由】⇒ 21年度計画(21年度に計画している主な活動)(PLAN) <input checked="" type="checkbox"/> 影響有 ⇒【その内容】 現に、相談員制度を廃止し、職員で対応した20年度は相談件数は激減しており、専門相談員による相談が必要と判断したものである。
	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、この事務事業以外他に方法はないか？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？	<input type="checkbox"/> 他に手段がある ⇒(具体的な手段、事務事業) <input type="checkbox"/> 統廃合・連携ができる ⇒【理由】⇒ ⇒3評価結果の総括(SEE)に反映 <input type="checkbox"/> 統廃合・連携ができない ⇒【理由】 消費者問題に関する相談は本事業だけである。 <input checked="" type="checkbox"/> 他に手段がない ⇒【理由】
効率性 評価	⑦事業費の削減余地 成果を下げずに事業費を削減できないか？(仕様や工法の適正化、住民の協力など)	<input type="checkbox"/> 削減余地がある ⇒【理由】⇒ ⇒3評価結果の総括(SEE)に反映 <input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がない ⇒【理由】 20年度、21年度は当初予算の計上なし。補正予算では、活性化事業による交付金対象分の経費と相談員の人件費のみを計上予定である。
	⑧人件費(延べ業務時間)の削減余地 やり方を工夫して延べ業務時間を削減できないか？成果を下げずに正職員以外の職員や委託でできないか？(アウトソーシングなど)	<input type="checkbox"/> 削減余地がある ⇒【理由】⇒ ⇒3評価結果の総括(SEE)に反映 <input checked="" type="checkbox"/> 削減余地がない ⇒【理由】 職員の相談、啓発に要した業務時間であり、削減の余地はない。
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？	<input type="checkbox"/> 見直し余地がある ⇒【理由】⇒ ⇒3評価結果の総括(SEE)に反映 <input checked="" type="checkbox"/> 公平・公正である ⇒【理由】 特定されない市民に向けての相談及び啓発であり公平である

3 評価結果の総括(SEE)

(1) 1次評価者としての評価結果	(2) 全体総括(振り返り、反省点)
① 目的妥当性 <input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり ② 有効性 <input type="checkbox"/> 適切 <input checked="" type="checkbox"/> 見直し余地あり ③ 効率性 <input checked="" type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり ④ 公平性 <input checked="" type="checkbox"/> 適切 <input type="checkbox"/> 見直し余地あり	目的妥当性については、新たな事業が単に相談業務だけでなく、啓発等にも主税を入れていきたいので、対象・意図について見直しを行う。 有効性については、相談内容の充実、啓発の効果的な実施などを検討する。

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(改革改善案)・・・複数選択可	(2) 改革・改善による期待成果(廃止・休止の場合は記入不要)																					
<input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> 休止 <input checked="" type="checkbox"/> 目的再設定 <input type="checkbox"/> 事業統廃合・連携 <input checked="" type="checkbox"/> 事業のやり方改善(有効性改善) <input type="checkbox"/> 事業のやり方改善(効率性改善) <input type="checkbox"/> 事業のやり方改善(公平性改善) <input type="checkbox"/> 現状維持(従来通りで特に改革改善をしない)	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" rowspan="2"></td> <td colspan="3">コスト</td> </tr> <tr> <td>削減</td> <td>維持</td> <td>増加</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">成果</td> <td>向上</td> <td></td> <td></td> <td>○</td> </tr> <tr> <td>維持</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>低下</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			コスト			削減	維持	増加	成果	向上			○	維持				低下			
				コスト																		
		削減	維持	増加																		
成果	向上			○																		
	維持																					
	低下																					

(3) 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

国の消費者庁関連法案の制定、地方消費者行政活性化事業が確定しなければ、開始できない事業である。確定後、県の補正対応後、市でも早急な補正対応が必要となる。

5 事務事業貢献度評価結果(施策の統括課長の総括)

(1) 目的の直結度	6	(直結度高い 1~3 直結度中 4~6 直結度低い 7~9)
(2) 貢献度	10	(貢献度高い 1~3 貢献度中 4~9 貢献度低い 10~12)