

事務事業マネジメントシート(平成22年度実績と平成23年度計画)

平成23年 7月26日更新

事務事業名		消費生活センター運営事業				□ マニフェスト 関連		□ 全庁横断 課題関連		□ 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	総務部	課長名	建岡純雄	
	施 策	2	防犯対策の推進				所属課	総務課	担当者名	村上浩昭	
	基本事業	6	消費者保護の充実				所属班	交通防災班	(内線)	1222	
予算科目		会計 一般	款 2	項 1	目 4	事業連番 11518	法令 根拠	消費者安全法、消費者基本法		成果優先度評価結果	③
終了、開始年度		□ 22年度で終了 ☑ 22年度から開始				事業期間	□ 単年度のみ ☑ 単年度繰返 (開始年度 22 年度) □ 期間限定複数年度 (~ 年度)		コスト削減優先度評価結果: ⑪		

★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】 (開始した背景・きっかけ・今後の状況変化を含む)	・消費者安全法により市町村の行う消費者行政事務は、①消費者からの苦情に係る相談 ②消費者からの苦情の処理のためのあっせん ③情報の収集・提供 ④消費者事故等の発生に関する情報の交換などである。市町村には、これらの事務を行うため、次の要件に該当する施設（消費者センター）を設置するよう、努力義務が課せられている。これを機会に平成22年4月1日にセンターを設置し、消費者相談のみならず、法で定められた消費者行政に取り組んでいくものである。・県では、住民により身近な市町村における相談業務の推進を基本としており、今後県と市町村の役割分担が進むものと思われる。また、現在センター未設置の全市に対して、消費者センターの設置要請が行われており、多くの市が設置へ向けて検討を始めている。・多重債務、架空請求、食の安全、製品事故など、住民に身近なところで、消費者問題が発生しており、消費者庁の設置と併せ、住民の関心も高くなってきている。消費者ホットラインが22年1月12日より開設されると、相談件数が増大することは間違いない。
【業務の流れ】	市民への周知、相談の受付（週5日）、情報の収集提供、消費者事故の予防啓発
【主な予算費目】	旅費（相談員研修2回：175,000円）、需用費（消耗品費＝書籍購入13,000円、印刷製本費＝窓口啓発チラシ、消費者問題パンフレット：474,000円）、委託料（週5日→252日：3,296,000円）、備品購入費＝キャビネ、レターケース、パンフレットスタンド：97,000円
【意見や要望】 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？	・議会の総務委員会において、センター設置についての考え方を聞かれたことがある。・県消費者センターへの本市住民からの相談件数は、H17年度から647件、623件、533件、457件と推移してきているが、20年度の相談件数457件は、相談件数で県下第4位の数字であり、消費者問題に悩まれている住民が多いという事実がある。

1 現状把握の部（DO、PLAN）

(1) 事務事業の目的と指標		新規・拡充区分
① 手段(主な活動) 22年度実績(22年度に行った主な活動) (DO)		23年度計画(次年度に計画している主な活動) (PLAN)
・相談員の委託業務（週5日）相談員養成講座の参加、消費者問題の予防啓発、消費者問題アドバイザー事業への呼びかけなどを行ったことにより、相談件数がH21年度70件がH22年度141件と倍増した。		・相談員の派遣委託、相談員による相談業務（週3日を週5日に）、県の相談員養成講座への参加、消費者問題の予防啓発、22年度より専任職員の配置と消費者センターを設置（当面は総務課内で対応）
① 活動指標(事務事業の活動量を表す指標)	(単位)	予算の主な増減の理由
→ ア 消費者問題啓発講座回数	回	見守り啓発活動の強化による増
② 対象(誰、何を対象にしているのか) *人や自然資源等	② 対象指標(対象の大きさを表す指標)	(単位)
市民	→ ア 人口	人
③ 意図(この事業によって、対象をどう変えるのか)	③ 成果指標(意図の達成度を表す指標)	(単位)
消費者問題で困ったときに相談を受けられる。	→ ア 市への消費者生活相談件数	件
	→ イ 県消費者センターへの相談件数	件
*③成果指標設定の理由と23年度目標値設定の根拠		

(2)各指標・総事業費 の推移				単位	20年度 実績(決算)	21年度 実績(決算)	22年度 目標(当初予算)	22年度 実績(決算)	23年度 目標(当初予算)	24年度 予定	25年度 見込	総トータルコスト 全体計画 ～ 年度
① 活動指標				ア回	0	0	10	8	40	40	40	
② 対象指標				アイ人	0	0	54,000	55,828	54,500	54,600	54,800	(期間限定複数年度のみ記載)
③ 成果指標				アイ件 イ件	0 457	70 403	200 250	141 310	220 230	240 210	260 190	
投 入 費 量	事業 費 内 訳	財 源	国庫支出金	千円								0
			都道府県支出金	千円			2,828	2,416	2,823			
			地方債	千円								
			その他	千円								
			繰入金	千円								
			一般財源	千円			662	642	736	3,609	3,609	
	入 費 量	(A) 事業費計		千円	0	0	3,490	3,058	3,559	3,609	3,609	
			(A)のうち指定経費	千円	0	0	0	0	0	0	0	
			(A)のうち時間外、特約	千円	0	0	0	0	0	0	0	
	人 件 費	正規職員従事人数 延べ業務時間		人	0	0	2	3	1	1	1	
				時間	0	0	200	500	2,000	2,000	2,000	
(B) 人件費計			千円	0	0	796	2,060	8,240	8,240	8,240		
トータルコスト(A)+(B)			千円	0	0	4,286	5,118	11,799	11,849	11,849		

合志市

事務事業名	消費生活センター運営事業	所属部	総務部	所属課	総務課
-------	--------------	-----	-----	-----	-----

2 評価の部（SEE）

*原則は22年度の実績評価、ただし複数年度事業は22年度実績を踏まえての途中評価

目標達成度評価	①22年度目標達成度評価 事務事業の当年度実績は当年度目標値を達成したか、未達成の場合その原因は？	☒ 達成した ☐ 達成しなかった ⇒【理由】
	②23年度目標達成見込み 事務事業の次年度目標値に対して次年度の見込みはついているのか？	☒ 目標達成見込みあり⇒【理由】 ☐ 目標達成は厳しい⇒【理由と対策】 消費者問題の出前講座やアドバイザー事業への参加の呼びかけ等、啓発活動を行うことで、目標達成に努める。
有効性評価	③成果の向上余地 次年度以降にこの事務事業の成果を向上させる余地はあるか？成果が頭打ちになっていないか？	☒ 向上余地がある ⇒【理由】 ☐ 向上余地がない ⇒【理由】 市内には、消費者問題で苦しんでいる人が潜在しているので啓発活動等を行い顕在化していく。また被害に遭わないための啓発を推進する。
	④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？	☐ 他に手段がある（具体的な手段、事務事業） ☒ 他に手段がない ⇒【理由】 ☐ 統廃合・連携ができる ⇒【理由】 ☐ 統廃合・連携ができない ⇒【理由】 消費者問題は個人のプライバシーに関わるので、他事業との統合は出来ない。
効率性評価	⑤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）	☐ 削減余地がある ⇒【理由】 ☒ 削減余地がない ⇒【理由】 平成22年度に消費生活センターを開設し、現在消費者問題の啓発推進を行っているところであるので、削減は出来ない。
	⑥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）	☐ 削減余地がある ⇒【理由】 ☒ 削減余地がない ⇒【理由】 相談業務は委託している。
公平性評価	⑦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】 市内の住民を対象としているため、公平である。
役割分担評価	⑧行政の役割分担の適正化 事業事務のやり方や手段においてこれまでの行政、市が行ってきた範囲を住民や地域・団体に移行できないか？	☐ 見直し余地がある ⇒【理由】 ☒ 役割分担は適正である ⇒【理由】 消費者問題の解決については行政が行っていくものであり妥当である。

3 評価結果の総括（SEE） ※事務事業全体の振り返り、成果及び反省点等を記入

・市消費生活センターへの相談件数は、昨年の70件から141件と倍増した。 ・被害に遭わないようにする啓発活動を行っている。
--

4 今後の方向性（事務事業担当課案）（PLAN）

<