

事務事業マネジメントシート(平成28年度実績と平成29年度計画)

平成29年12月22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	4	生活環境の健康			所属部	総務部	課長名	岩田建一
	施策	17	防犯対策の推進			所属課	総務課	担当者名	中山あや
	施策の柱	55	消費者保護の充実			所属班	総務・男女共同参画班	(内線)	1217
予算科目		会計一般	款2	項1	目1	事業連番11518	根拠法令	消費者安全法、消費者基本法	
							成果優先度評価結果	①	
							コスト削減優先度評価結果	⑫	
終了、開始年度		☐ 28年度で終了 ☐ 28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)		

★事務事業の概要(PLAN)

【事業の内容】	市消費者センター相談員が行う事務(消費者からの相談対応、苦情処理のための斡旋(業者との交渉)、事案の国民生活センターへ報告)を支援し、併せて、相談員の研修会への参加や、市民対象の出前講座や講習会の実施などを円滑に行うために、事務局として関連業務を行う。
【業務の流れ】	①相談員と連携して消費生活センターの事務関係業務を行う。 ②市広報紙に「消費生活センター便り」を毎月掲載する。 ③緊急を要する悪質商法への注意喚起について市ホームページに掲載する。
【主な予算費目】	相談員報酬(週5日)、費用弁償、印刷製本費、消耗品費
【意見や要望】	消費生活センターの充実(相談室の整備、相談体制の充実等)の声が議会等からある。

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)28年度実績(28年度に行った主な活動)(DO)		29年度計画(次年度に計画している主な活動)(PLAN)
①相談員と連携して消費生活センターを円滑に運営した。		前年度と同様。
②市広報紙に「消費生活センター便り」を毎月掲載した。		
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	相談内容の複雑化による相談時間延長に伴う報酬の増。
→イ:		
②対象(誰、何を対象にしているのか)*人や自然資源等一般市民		②対象指標(対象の大きさを表す指標)(単位)
		→ア:市人口(3月末)
		→イ:
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)
①消費者問題で困ったときに気軽に相談を受けられる。		→ア:市への消費者相談件数
②悪質商法による被害をできる限り予防・軽減・回復する。		→イ:被害金額に対する救済金額の割合
*③成果指標設定の理由と29年度目標値設定の根拠		総トータルコスト
被害金額に対する救済金額の割合		全体計画
		～年度
		0

(2)各指標・総事業費 の推移		単位	26年度 実績(決算)	27年度 実績(決算)	28年度 目標(当初予算)	28年度 実績(決算)	29年度 目標(当初予算)	30年度 予定	31年度 見込	32年度 見込
① 活動指標	アイ	回	26	23	24	32	24	24	24	24
② 対象指標	アイ	人	59,067	60,008	60,100	61,022	60,900	61,500	62,000	62,500
③ 成果指標	アイ	件	242	261	200	331	300	300	300	300
	イ	パーセント	34	25.5	50	13	50	50	50	50
投資 入費 量	事業 内訳	国庫支出金	千円							
		都道府県支出金	千円	1,304	1,530	1,589	1,777	1,804	1,804	1,804
		地方債	千円							
		その他	千円							
		繰入金	千円							
	(A) 事業費計	一般財源	千円	1,145	1,253	1,199	1,232	1,378	1,378	1,378
		(A)のうち指定経費	千円	2,449	2,783	2,788	3,009	3,182	3,182	3,182
		(A)のうち時間外、特勤	千円	0	0	0	0	0	0	0
	人件 費	正規職員従事人数	人	2	2	2	2	2	2	2
		延べ業務時間	時間	255	205	250	340	250	250	250
	(B)人件費計		千円	1,015	761	996	1,270	996	996	996
トータルコスト(A)+(B)		千円	3,464	3,544	3,784	4,279	4,178	4,178	4,178	

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 (CHECK)

*原則は28年度の事後評価、ただし複数年度事業は28年度実績を踏まえての途中評価

目標達成度評価	①28年度目標達成度評価	☒ 達成した ☐ 達成しなかった ⇒【理由】
	②29年度目標達成見込み	☒ 目標達成見込みあり⇒【理由】 ☐ 目標達成は厳しい⇒【理由と対策】 消費相談員と常に連携して消費生活センターを円滑に運営する。また、相談件数も伸びており、救済金額も増えると予想され、達成見込みあり。
有効性評価	③成果の向上余地	☒ 向上余地がある ⇒【理由】 ☐ 向上余地がない ⇒【理由】 予防のための啓発(出前講座)をより積極的に実施することで、成果の向上余地はある。
	④類似事業との統廃合・連携の可能性	☐ 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るので、他事業との統合はできない。
効率性評価	⑤事業費の削減余地	☐ 削減余地がある ⇒【理由】 ☒ 削減余地がない ⇒【理由】 必要最低限の事業費である。
	⑥人件費(延べ業務時間)の削減余地	☐ 削減余地がある ⇒【理由】 ☒ 削減余地がない ⇒【理由】 相談件数が増加し相談案件も複雑化する傾向にあり、人件費(特に勤務時間・勤務日数)が減る見込みはない。
公平性評価	⑦受益機会・費用負担の適正化余地	☐ 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。 また法に基づく事業であり受益者負担が発生する事業ではない。
役割分担評価	⑧行政の役割分担の適正化	☐ 見直し余地がある ⇒【理由】 ☒ 役割分担は適正である ⇒【理由】 消費者が自力で解決できない問題について行政が法令等に基づき助言・支援するものであり妥当である。

3 評価結果の総括 (CHECK)

平成28年度は17回の出前講座と15回の啓発活動を行った。相談員・行政側が出向いて初めて市民が相談を持ちかけてくるケースも少なくなく、その手応えから「住民にセンター自体の周知浸透が必要」「予防が最善」と判断。平成29年度以降も啓発活動(出前講座・広報紙連載等)に力を入れていく。

4 今後の方向性(事務事業担当課案) (ACTION)

(1) 今後の事業の方向性（改革改善案）・・・複数選択可 ☐廃止 ☐休止 ☐目的再設定 ☐事業統廃合・連携 ☒事業のやり方改善（有効性改善） ☐事業のやり方改善（効率性改善） ☐事業のやり方改善（公平性改善） ☒現状維持（従来通りで特に改革改善をしない） 【有効性改善】予防のための啓発(出前講座)をより積極的に実施することで、成果の向上を図る。		(2) 改革・改善による期待成果 (廃止・休止の場合は記入不要) <table><tr><th colspan="2" rowspan="2"></th><th colspan="3">コスト</th></tr><tr><th>削減</th><th>維持</th><th>増加</th></tr><tr><th rowspan="3">成果</th><th>向上</th><td></td><td></td><td></td></tr><tr><th>維持</th><td></td><td>○</td><td></td></tr><tr><th>低下</th><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																							