

事務事業評価表 平成24年度

政策 安全で快適な都市生活の充実
 施策 安全な暮らしの確保
 基本事業 消費生活の安定

事業名 **消費者行政活性化事業**

[0921]

| | | | | | |
|----|-------|--------|--------|----------|------|
| 部名 | 経済部 | 事業開始年度 | 平成21年度 | 実施計画事業認定 | 非対象 |
| 課名 | 商工労働課 | 事業終了年度 | 平成23年度 | 会計区分 | 一般会計 |

| 事務事業の目的と成果 | |
|------------|--|
| 対象 | <p>(誰、何に対して事業を行うのか)</p> <p>市民</p> |
| 意図 | <p>(この事業によって対象をどのような状態にしたいのか)</p> <p>消費者相談業務の周知等により 市民の消費生活の安定及び向上を図る。</p> |
| 手段 | <p>(事務事業の内容、やり方、手段)</p> <p>江別消費者協会へ消費者行政活性化のための業務を一部委託</p> |

| 事業量・コスト指標の推移 | | | | | | |
|----------------|------------|----|---------|---------|---------|--------|
| 区分 | | 単位 | 21年度実績 | 22年度実績 | 23年度実績 | 24年度当初 |
| 対象指標1 | 市民 | 人 | 122,568 | 122,138 | 121,705 | 0 |
| 対象指標2 | | | | | | |
| 活動指標1 | 相談員の研修参加回数 | 回 | 10 | 20 | 34 | 0 |
| 活動指標2 | 講演会開催回数 | 回 | 69 | 28 | 19 | 0 |
| 成果指標1 | 講演会参加者数 | 人 | 3,866 | 3,581 | 1,906 | 0 |
| 成果指標2 | | | | | | |
| 単位コスト指標 | | | | | | |
| 事業費計 (A) | | 千円 | 3,300 | 5,321 | 4,921 | 0 |
| 正職員人件費 (B) | | 千円 | 830 | 2,015 | 2,007 | 0 |
| 総事業費 (A) + (B) | | 千円 | 4,130 | 7,336 | 6,928 | 0 |

| 費用内訳 | |
|------|---|
| 23年度 | 需用費 284千円、役務費 137千円、委託料 4,032千円、備品購入費 468千円 |

事業を取り巻く環境変化

| | | | |
|--------|---|-------------|--|
| 事業開始背景 | 国の地方消費者行政活性化交付金により、道において造成された基金を用い、消費生活相談窓口の機能強化、事業拡大を図る。 | 事業を取り巻く環境変化 | 消費者の職の安全、安心の信頼を大きく揺るがした食品偽装問題や不当請求、高齢者を狙った悪質商法など消費者問題はますます多様化、複雑化している。 |
|--------|---|-------------|--|

23年度の実績による事業課の評価（7月時点）

(1)税金を使って達成する目的（対象と意図）ですか？市の役割や守備範囲にあった目的ですか？

義務的事務事業

妥当である

妥当性が低い

理由・
根拠は？

消費者行政を一元的に所管する消費者庁が創設され、消費生活における消費者被害を防止し、その安全を確保する消費者安全法が成立するなど、消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、市においても市民の消費生活の安定と向上に努めることが求められている。

(2)上位の基本事業への貢献度は大きいですか？

貢献度大きい

貢献度ふつう

貢献度小さい

基礎的事務事業

理由・
根拠は？

上位基本事業へ直接寄与する施策である。

(3)計画どおりに成果はあがっていますか？計画どおりに成果がでている理由、でていない理由は何ですか？

あがっている

どちらかといえばあがっている

あがらない

理由・
根拠は？

消費者相談内容が複雑化している中で、消費者への迅速な情報提供や周知活動を行うことは、消費者被害の発生・拡大を防止し、その重要性は非常に高い。

(4)成果が向上する余地（可能性）は、ありますか？その理由は何ですか？

成果向上余地 大

成果向上余地 中

成果向上余地 小・なし

理由・
根拠は？

継続的な消費者周知・啓発による被害の未然防止が期待できる。

(5)現状の成果を落とさずにコスト（予算＋所要時間）を削減する新たな方法はありませんか？（受益者負担含む）

ある

ない

理由・
根拠は？

地域の消費者の安心・安全な消費生活を実現するために必要不可欠な事業であり、これ以上の予算削減は難しい。