

## 長久手市行政評価票（A票：事業評価票）

事業番号	28	—	事業名	消費者行政推進事業	担当部課	くらし文化部悩みごと相談室
------	----	---	-----	-----------	------	---------------

<b>基本情報</b>	総合計画	基本方針	3	人がいきいきとつながるまち	会計	1	一般会計		
		分野別項目	17	安心で安全な消費生活を支える	款	6	商工費		
		施策の進め方	3	消費者相談体制の充実	項	1	商工費		
	まちづくり 行程表	フラッグ	F2	「あんしん」～助けがなかったら生きていけない人は全力で守る～			目	1	商工費
		政策分類	—	—	大事業	4	消費者行政推進事業		
	その他(関係法令、要綱等)		消費者安全法、長久手市消費生活センター条例、長久手市消費生活相談設置要領ほか						
事業開始の背景、経緯等		適切な情報の提供や相談業務の充実により、消費生活における被害防止を図り、住民一人ひとりが正しい知識を持ち、安心して安全な消費生活を送ることができるようにする必要があるため。							

<b>事業目的等</b>	事業内容	(どのような事業なのか) 市民に対し消費生活講座や消費者啓発リーフレットの作成・配布を行います。消費生活に関する相談に対応し、被害の未然防止や救済・解決を支援します。					
	事業対象	(誰、何を対象にしているか) 消費者である市民					
	事業意図	(対象をどのような状態にしたいか) 消費者の安全・安心を守り、豊かな消費生活を実現する。					
	事業を構成する事務事業	① 消費者生活啓発事業	改善・見直し	④			
	② 消費者生活相談事業	拡充	⑤				
	③		⑥				

<b>コスト推移</b>	項目	単位	区分	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
	事業費(A)	千円	予算	△	3,030	3,264	3,387	2,964
			決算	△	1,805	2,520	3,151	
	人件費(B)	千円	決算	△	-	9,242	9,168	
総コスト(A)+(B)	千円	決算	△	-	11,762	12,319		

<b>成果推移</b>	成果指標	単位	区分	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
	A 啓発リーフレット	枚	目標	26,000	26,000	27,000	27,000	4,600
			実績	26,200	26,700	26,700	28,300	
	B ぐらしの講座	人	目標	20	20	20	40	40
			実績	10	10	26	48	
	C 消費者生活相談	件	目標	△	120	120	140	140
実績			△	178	152	186		
【指標の説明】(指標の設定根拠、数値目標の設定根拠など)								
A 市民の消費者としての意識を高めるため、必要な消費者啓発リーフレットを作成する。 (平成29年度までは広報折込をしていたが、平成30年度は訪問時やサロン等の人の集まる場所で配布する。)								
B 日常生活に役立つ知識を学ぶ「ぐらしの講座」を開催する。毎回の定員を30名とする。								
C 過去の相談実績を参考に相談実施回数から算出する。								

<b>環境変化</b>	他市町での取組状況や事業を取り巻く環境変化	(他市町における同様の取組での特徴的な点、制度の変更、ニーズの変化、技術の変化など) 国県等により自治体の消費生活センター設置及び消費者行政の強化が進められている。
-------------	-----------------------	---

<b>評価</b>	目標達成状況	(成果指標等の目標に対する達成状況や進捗状況など) 啓発活動は、概ね目標を達成している。 相談件数についても、目標値は達成しているが、まだ周知の余地がある。
	事務事業全体を見た課題	(構成している事務事業それぞれの評価を踏まえ、全体的な課題を整理) 消費生活について、被害の対象となりやすい高齢者に啓発情報が届きにくい。

<b>今後</b>	今後の方向性	(事業の成果を高めるための事務事業の方向性) 平成30年3月に設置した消費生活センターにおいて、消費生活相談及び啓発事業の充実を図る。
	中長期の目標	(いつごろまでに事業をどのような状態にしたいか) 地域における高齢消費者の見守り体制を構築する。

# 長久手市行政評価票（B票：事務事業評価票）

					事業名	消費者行政推進事業								
番号	①	事務事業名	消費者生活啓発事業		款	6	項	1	目	1	大	4	中	1
事務事業の期間	事務事業開始年度				—				終了（予定）年度	—				

## 1. 事務事業の目的

対象・手段	(誰、何に対し、何をどのように実施しているのか)
	市民に対し消費生活講座の開催や消費者啓発リーフレットの作成、配布等をする。また、市内消費者団体の支援のため、補助金を交付する。
意図	(対象をどのような状態にしたいか)
	消費生活トラブルを未然に防ぎ、市民の消費者としての意識を高める。また、市内の消費者団体の知識を向上させる。

## 2. コスト推移

項目	単位	区分	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
事業費	千円	予算		3,030	866	879	807
		決算		1,805	389	373	
<事業費の主な内訳（当該事業年度）>							
① 印刷製本費						156	千円
② 広報折込手数料						82	千円
③ 消費者団体補助金						50	千円

## 3. 活動推移

活動指標	単位	区分	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
啓発リーフレット	枚	目標	26,000	26,000	27,000	27,000	4,600
		実績	26,200	26,700	26,700	28,300	
くらしの講座	人	目標	20	20	20	40	40
		実績	10	10	26	48	

<備考：活動の概要（当該事業年度）>

- 高齢者向け消費者啓発リーフレット28,300部作成、広報折込にて配布。
- くらしの豆知識 100部作成、窓口及びくらしの講座で配布
- くらしの講座①セカンドライフと生命保険 23人参加
- ②キューピー挙母工場 見学 25人参加

## 4. 事務事業を取り巻く環境変化

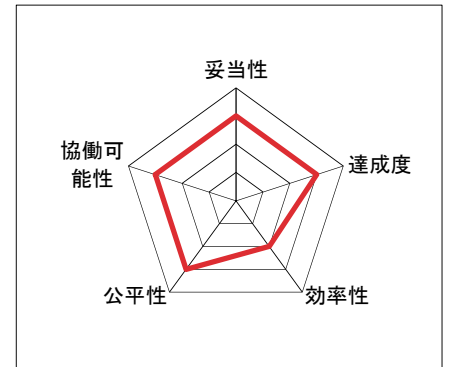
(制度の変更、ニーズの変化、技術の変化など)
平成30年3月 消費生活センター開設

## 5. 前年度からの改善状況

<参考：前年度の事務事業評価のコメント>
※新規行政評価対象
(何をどのような状態に改善したのか)
—

## 6. 評価

項目	評価
妥当性	3
達成度	3
効率性	2
公平性	3
協働可能性	3



### 【アピールポイント】

(活動内容でアピールしたいこと、良かったことなど)
くらしの講座の回数を増加し、市民がより興味を持てる内容を検討し実施した。

### 【ウイークポイント】

(活動内容で失敗したこと、改善が必要なことなど)
くらしの豆知識の配布やくらしの講座に関し、市民へのPRが不足しているため、十分な周知ができていない。

## 7. 今後の方向性

**改善・見直し**

### 【コメント】

(改善の方法、今後の具体的展開など)
啓発リーフレットの配布方法やくらしの講座等について、消費者がより理解しやすく興味を持って参加できるような内容や方法を検討し、開催する。

# 長久手市行政評価票（B票：事務事業評価票）

		事業名		消費者行政推進事業										
番号	②	事務事業名	消費者生活相談事業		款	6	項	1	目	1	大事業	4	中事業	2
事務事業の期間		事務事業開始年度		平成16年度		終了（予定）年度		—						

## 1. 事務事業の目的

対象・手段	(誰、何に対し、何をどのように実施しているのか)
	消費生活相談員が高齢者や若者の契約トラブル・金融商品トラブル・製品事故などの相談に応じる また、積極的に情報収集及び共有を行う。
意図	(対象をどのような状態にしたいか)
	被害の救済及び拡大の防止

## 2. コスト推移

項目	単位	区分	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
事業費	千円	予算	—	—	2,398	2,508	2,157
		決算	—	—	2,131	2,778	—
<事業費の主な内訳（当該事業年度）>							
① 消費生活相談員謝礼						2,003	千円
② 相談室改修工事						270	千円
③ 専門相談員謝礼						220	千円

## 3. 活動推移

活動指標	単位	区分	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度
消費生活相談	件	目標	—	120	120	140	140
		実績	—	178	152	186	—
		目標					
		実績					
<備考：活動の概要（当該事業年度）>							
週4回（月：9:00～12:00、火・水・金：10:00～16:00） ※12:00～13:00及び第5金曜を除く							

## 4. 事務事業を取り巻く環境変化

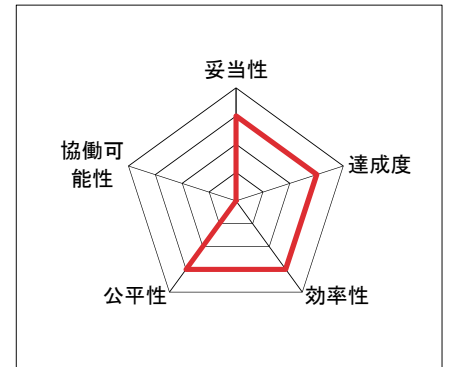
(制度の変更、ニーズの変化、技術の変化など)
平成30年3月に消費生活センターを設置した。

## 5. 前年度からの改善状況

<参考：前年度の事務事業評価のコメント>
※新規行政評価対象
(何をどのような状態に改善したのか)
—

## 6. 評価

項目	評価
妥当性	3
達成度	3
効率性	3
公平性	3
協働可能性	—



### 【アピールポイント】

(活動内容でアピールしたいこと、良かったことなど)  
平成29年度から消費生活相談の実施日を週3回から4回に増加した。  
全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）を導入した。

### 【ウイークポイント】

(活動内容で失敗したこと、改善が必要なことなど)  
専門相談員や職員が研修に参加して知識を向上し、情報共有をすることでより効果的な支援を行う必要がある。

## 7. 今後の方向性

**拡充**

### 【コメント】

(改善の方法、今後の具体的展開など)  
消費生活センターの周知を進め、消費トラブルの相談を図るとともに、被害の未然防止のため対象者を絞った啓発や見守り体制の構築を図る