

長久手市行政評価票（A票：事業評価票）

事業番号	029 -	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
------	-------	-----	-----------	------	---------------

基本情報	第5次総合計画・基本方針	✓ 人がいきいきとつながるまち	会計区分	一般会計	
	まちづくり行程表・フラッグ	✓ 「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～	予算区分(款 - 項 - 目)		
	第6次総合計画・基本目標	—	6-1-1 商工費		
	法定受託事務の有無	✓	消費者安全法、長久手市消費生活センター条例		
	その他(関係計画、要綱等)	✓	長久手市消費生活相談設置要領		
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。			

事業目的等	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(B票)	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	改善・見直し	⑤			
	③		⑥			

コスト推移	項目	単位	区分	27年度(2015)	28年度(2016)	29年度(2017)	30年度(2018)	元年度(2019)
	事業費(A)	千円	予算	3,030	3,264	3,387	2,964	2,980
		決算	1,805	2,520	3,151	2,709		
人件費(B)	千円	決算	—	9,242	9,168	6,301		
総コスト(A)+(B)	千円	決算	—	11,762	12,319	9,010		

成果推移	成果指標	単位	区分	27年度(2015)	28年度(2016)	29年度(2017)	30年度(2018)	元年度(2019)
	A	啓発リーフレット	枚	目標	26,000	27,000	27,000	4,600
			実績	26,700	26,700	28,300	2,850	
B	くらしの講座	人	目標	20	20	40	40	40
			実績	10	26	48	70	
C	消費者生活相談	件	目標	120	120	140	140	180
			実績	178	152	186	218	
【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し、配布する。								
B 日常生活に役立つ知識を学ぶ「くらしの講座」を開催する。各回の定員を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。								

環境変化	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。
------	-----------------------	---

評価	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。
	過去5年間の振り返り	(過去5年間の事業の進捗状況、改善状況などの振り返り) 相談状況を考慮しつつ、相談日を増加し、平成30年3月に消費生活センターを開設した。
	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。

今後	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共に成人年齢の引下げに伴う若年層への啓発拡充を行う。

内部意見	総合計画担当、財政担当、行政改革担当による意見	
------	-------------------------	--

長久手市行政評価票（B票：事務事業評価票）

事業(A票)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	決算書ページ	—
事務事業名	①	消費者生活啓発事業	予算区分	6-1-1 商工費		
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	27年度 (2015)	28年度 (2016)	29年度 (2017)	30年度 (2018)	元年度 (2019)
事業費	千円	予算 決算	3,030 1,805	866 389	879 373	807 728	789
<備考：事業費の主な内訳(30年度(2018))>							
(1)		印刷製本費					521 千円
(2)		消費者団体補助金					50 千円
(3)		商品量目取締計量商品購入委託					42 千円

3. 活動推移

活動指標	単位	区分	27年度 (2015)	28年度 (2016)	29年度 (2017)	30年度 (2018)	元年度 (2019)
啓発リーフレット	枚	見込	26,000	27,000	27,000	4,600	4,000
		実績	26,700	26,700	28,300	2,850	
くらしの講座	人	見込	20	20	40	40	40
		実績	10	26	48	70	
<備考：活動の概要(30年度(2018))>							
高齢者及び若者向け消費者啓発リーフレットの作成・配布。くらしの豆知識の配布やくらしの講座の開催。							

4. 事務事業を取り巻く環境変化

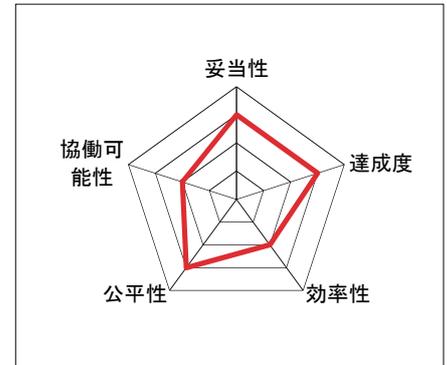
(制度の変更、ニーズの変化、技術の変化など)
平成30年3月 消費生活センター開設

5. 前年度からの改善状況

(1) 財政状況
(前年度【予算額】) (今年度【予算額】) (増減額)
807 千円 789 千円 Δ 18 千円
(2) 前年度の評価状況《参考》
・前年度【今後の方向性】 改善・見直し
・前年度【コメント】
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。
(3) 改善状況
(何をどのような状態に改善したのか)
啓発リーフレットの配布方法を広報折り込みの全戸配布から、サロン等の集まりや戸別訪問の際の手渡しに変更し、消費者がより関心を持てるようにした。また、くらしの講座に寸劇や体験型の内容を取り入れることで、理解しやすく興味を持って参加できるような内容とした。

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	2



【協働可能性について】

(1) 市民参加の延べ人数(人)				
区分	28年度 (2016)	29年度 (2017)	30年度 (2018)	元年度 (2019)
見込			63	63
実績			63	
(2) 協働の状況(30年度(2018))				
(協働で取り組んだこと、評価できない理由など)				
民生委員・児童委員に高齢者宅訪問の際の啓発冊子の配布を依頼した。				

【活動エピソード】

(活動のエピソード、コメント、特記事項など)
啓発冊子の配布方法を変更したことにより、市民と直接の対話できる機会が増え、注意喚起を促すことができた。

【改善ポイント】

(改善が必要なこと、改善の方法など)
高齢者への啓発の充実と共に若年層への啓発方法の検討が必要である。

7. 今後の方向性

改善・見直し

長久手市行政評価票 (B票：事務事業評価票)

事業(A票)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	決算書ページ	—
事務事業名	②	消費者生活相談事業	予算区分	6-1-1 商工費		
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) 消費生活相談員が市民の契約トラブル・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	27年度 (2015)	28年度 (2016)	29年度 (2017)	30年度 (2018)	元年度 (2019)
事業費	千円	予算	—	2,398	2,508	2,157	2,191
		決算	—	2,131	2,778	1,981	
<備考：事業費の主な内訳(30年度(2018))>							
(1)		消費生活相談員謝礼				1,865	千円
(2)		通信運搬費				67	千円
(3)		特別旅費				39	千円

3. 活動推移

活動指標	単位	区分	27年度 (2015)	28年度 (2016)	29年度 (2017)	30年度 (2018)	元年度 (2019)
消費生活相談	件	見込	120	120	140	140	180
		実績	178	152	186	218	
		見込					
		実績					
<備考：活動の概要(30年度(2018))>							
週4回(月：9:00~12:00、 火・水・金：10:00~16:00 ※12:00~13:00を除く)							

4. 事務事業を取り巻く環境変化

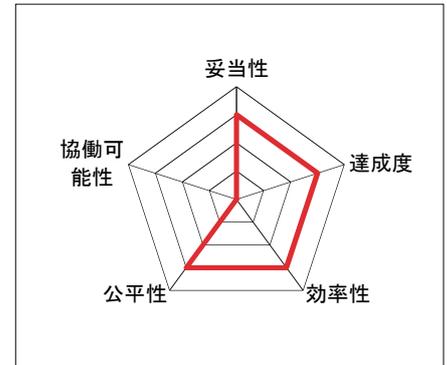
(制度の変更、ニーズの変化、技術の変化など)
平成30年3月に消費生活センターを開設した。

5. 前年度からの改善状況

(1) 財政状況
(前年度【予算額】) (今年度【予算額】) (増減額)
2,157 千円 2,191 千円 34 千円
(2) 前年度の評価状況《参考》
・前年度【今後の方向性】 拡充
・前年度【コメント】
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
(3) 改善状況
(何をどのような状態に改善したのか)
消費生活センターの周知、啓発を行い、いち早く相談につなげられるよう取り組んだ。

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	—



【協働可能性について】

(1) 市民参加の延べ人数(人)				
区分	28年度 (2016)	29年度 (2017)	30年度 (2018)	元年度 (2019)
見込				
実績				
(2) 協働の状況(30年度(2018))				
(協働で取り組んだこと、評価できない理由など)				
個人情報に関わるため市民との協働には適さない。				

【活動エピソード】

(活動のエピソード、コメント、特記事項など)
消費生活センターの啓発を兼ねて、相談員が地域のサロン等に出向いて説明を行う取組を始めた。

【改善ポイント】

(改善が必要なこと、改善の方法など)
消費生活センターの更なる周知と共に、相談実績、状況等を考慮して、柔軟な相談体制の構築、見直しが必要である。

7. 今後の方向性

改善・見直し