

鎌ヶ谷市施策評価表(事後)

施策No.334

記入日 平成 25年 8月 6日

点検日 平成25年 8月 9日

施策名	安心できる消費生活の推進	施策担当マネージャー	市民生活部次長	マネージャー氏名	山中 冬樹	内線	203
政策展開の基本方向	3 「躍動感と魅力あふれる交流拠点都市」をめざして	政策	3.3 活力ある産業を育成します				
関連計画・根拠法令等	①鎌ヶ谷市総合基本計画	②消費者基本法	③消費者安全法	④			

1. 施策の目的・成果	(1) 施策の対象(誰を、何を対象としているか。範囲は。)						
	市民(消費者)						
	(2) 施策の意図(対象をどのような状態にするのか)						
	悪質商法などからの被害の防止・救済及び自立した消費者の育成を通じて、消費者の利益擁護と消費生活の安定・向上を図る。						
(3) 施策の成果							
	指標名	単位	平成21年度実績	平成22年度実績	平成23年度実績	平成24年度実績	目標値 (目標年度27年度)
施策	消費生活相談件数	件	101	129	325	354	300
基本事業	くらしの講座参加者数	人	30	95	839	256	50
	出前講座開催回数	回	1	3	7	10	3
	消費生活展来場者数	人	322	488	981	0	400
	消費生活相談件数	件	101	129	325	354	300

2. コストの推移	年度	単位	平成21年度 決算	平成22年度 決算	平成23年度 決算	平成24年度 決算見込み額	平成25年度 予算額	目標年度(年度) 今後の計画総額
	コスト・指標	千円						
	(1) 総事業費 自動計算	千円	1,236	1,803	8,021	3,890	3,958	0
	① 国庫支出金	千円						
	② 県支出金	千円						
	③ 市債・その他財源	千円						
	④ 一般財源	千円	1,236	1,803	8,021	3,890	3,958	
	(2) 総所要時間(0.5単位) ①+②+③ 自動計算	時間 /年	1,860	2,460	4,200	3,329	0	0
	① 正職員(時間内)	時間 /年	1,700	2,300	2,200	1,900		
	② 正職員(時間外)	時間 /年				179		
③ 非常勤職員	時間 /年	160	160	2,000	1,250			

3. コスト説明	(1) 市民一人あたりコスト	円	4	(2) 全施策中の順位	この施策は、全42施策中	36	番目にコストをかけています。
----------	----------------	---	---	-------------	--------------	----	----------------

4. 環境分析	(1) 過去5年間で施策を取り巻く環境はどのように変わったか	産地偽装問題等、消費生活に関する事件が相次ぐ中、消費者行政の一元化を目的として平成21年度に消費者庁が設置されるなど、国民の消費生活への関心が高まった。	(2) 今後施策を取り巻く環境はどのように変わることが予想されるか	今後も商品やサービスの多様化・複雑化に伴い、消費生活に関する疑問やトラブル等が絶えないことが予測される。
	(3) 施策について市民や議会の意見(市民意識調査、個別要望・意見等)	消費者保護の体制づくりが求められている。	(4) 国・千葉県の方針並びに係法規等の変化	国は、平成21年度に消費者庁を設置した。

5. 施策を構成する事務事業の状況※施策中優先順位順に記載	優先度	事務事業名	担当課							
	-	消費者対策に要する経費	商工振興課							
	-	消費生活センター整備事業	商工振興課							

※事務事業数が2以下の場合、優先度評価をしておりません。

6. 評価・検討	(1)行政関与の妥当性	3:高い	(理由)なぜ、市が関与する必要があるのか？市民等との役割分担は適切か？悪質商法などから市民を守るため、行政が関与することは必要なことである。
	(2)目的妥当性	3:高い	(理由)施策の目的は政策にどのように結びついているか。消費者行政の推進は、安心・安全な市民生活の向上に繋がる。
	(3)公平性	3:高い	(理由)対象は偏っていないか？対象を広げたり狭めたりできないか？消費者である市民を対象にしており、公平性は確保されている。
	(4)有効性	3:高い	(理由)この施策を廃止した場合支障があるか。同じ目的を持つ他の施策はあるか？さらに成果指標を伸ばせないか？この施策により、市民が安心できる消費生活を送ることができることになり有効性は高い。
	(5)効率性	3:高い	(理由)コストがかかりすぎていないか？どうしたらコスト、所要時間を縮減できるか？消費生活センターの開設により、市民が身近な環境のもとで相談や迅速な対応が可能となり、消費者行政の強化を図ることができるため、その効率性は高い。
	(6)総合評価	7:拡充	(今後の方向内容) 消費者被害の未然防止と救済、消費者の自立支援のために、今後も継続して強化充実すべき事業である。

7. 改革・改善案	(1)改革・改善の方向	消費生活に係る講座等を実施するなど、一層の消費者行政の充実を図ることにより、自立した消費者を育てる。
	(2)改革・改善案の概要 ※指標化以前の根拠とコストを示す	小学生を対象とした親子講座をはじめ、高校生や成人、高齢者など幅広い年齢層に対して「くらしの講座」を開催するほか、まなびい大学等で消費生活講座を実施。また、消費生活センターだよりを作成し、全自治会等への配布により悪質商法等への注意喚起を図る。
	(3)改革・改善案の問題要因と克服策	消費生活相談及び各種講座等を充実させるためには、専門の資格を有した消費生活相談員との連携が必要である。
	(4)改革・改善案導入の考え方 ※施策担当マネージャー所感	消費生活相談及び講座等の充実を図るため、消費生活相談員の資質向上に係る研修会参加等の支援は引き続き必要である。

8. 成果とコストの方向性	成果の方向性	向上		○	
		維持			
		低下			
		縮減	維持	増加	
コストの方向性					

成果とコストの方向性に関する説明

消費生活の安定・向上に対する市民の期待に応えるためには、消費者行政施策の一層の充実強化を図る必要がある。
 現行のコストを維持しながら、より成果を上げていきたい。

※評価検討(1)～(5) 1:低い、2:普通、3:高い、4:あてはまらない
 ※総合評価検討(6) 1:終了、2:廃止、3:休止、4:縮小、5:改善、6:現状維持、7:拡充
 1 終了:事業が完了したので、終了する 2 廃止:事業を廃止する 3 休止:再開を前提に休止する
 4 縮小:好ましくない状況なので、規模を縮小する 5 改善:事業実施方法等について、改善した上、継続する 6 精査・検証:精査・検証の上、継続する
 7 拡充:重点的に資源を配分し、規模を拡大する