

2. 指標設定

成果指標	指標名	被害件数		H27	指標の設定理由			
	数値	0件			消費者行政は、市民が安心して生活するための基本的な政策であるため			
活動指標	指標	a	相談件数	b	市報掲載回数	c	出前講座参加者数	d
	数値	目標	100件	目標	12回	目標	100人	目標

3. 実績（上段・実績／下段・達成率）

成果指標名	単位	H20	H21	H22
被害件数	件	0件	0件	1件
		100.0%	100.0%	—

活動指標名	単位	H20	H21	H22
a 相談件数	件	38件	67件	68件
		38.0%	67.0%	68.0%
b 市報掲載回数	回	—	10回	5回
		—	83.3%	41.7%
c 出前講座参加者数	人	—	85人	52人
		—	85.0%	52.0%
d				

4. 課題と対応

課題
新たな悪徳商法の手口から消費者を守るための体制づくり及び啓発
対応（改善点等）
相談体制の充実及び消費者に対する情報等の提供の強化

5. 事業費・・・H20～H22（決算額）、H23（予算現額）

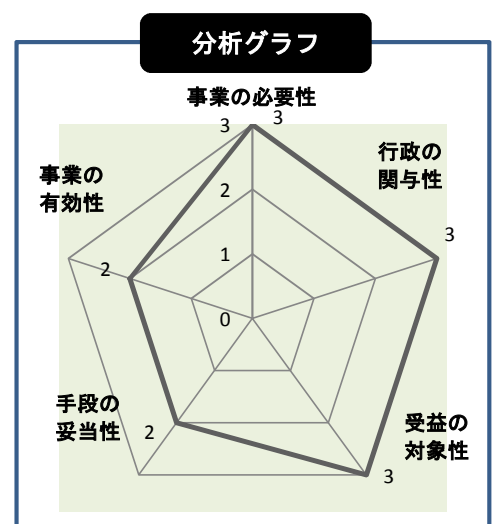
決算額（千円）		H20	H21	H22	H23
		840	3,936	4,477	11,221
うち経常経費		840	528	1,331	215
財源内訳	国費				
	県費	219	3,564	3,345	5,347
	市債				
	その他				2,700
	一般財源	621	372	1,132	3,174
うち経常		621	372	1,132	215
事業費に係る人件費		4,245	4,267	8,759	6,880

6. H24年度予算の方向性

方向性
前年並
理由
消費生活相談員は専門知識及び実務経験を要するので、育成、増員等を継続して行う必要がある

7. 担当課による分析

着眼点	分析	分析根拠
① 事業の必要性	必要性の再確認	3 悪徳商法の被害から消費者を守る必要がある
② 行政の関与性	責任領域の精査	3 消費者行政は、市が担うべき事業である（消費者安全法）
③ 受益の対象性	事業対象の確認	3 年齢を問わず、消費者である市民が、いつでも被害にあう可能性がある
④ 手段の妥当性	活動指標の分析	2 消費者の被害を未然に防ぐため、啓発活動が指標として適切であるが、新たな啓発方法についても検討すべき
⑤ 事業の有効性	成果指標の判断	2 被害の減少は確認できないが、被害がなくなるよう取り組む



8. 内部評価委員会評価（委員会評価）

事業の方向性	評価内容
継続	手段方法について検討するとともに、引き続き市民を被害から守るよう努めること