

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	広報回数	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	H21	H22	H23
被害件数	件	0件	1件	4件
		100%	—	—

活動指標名	単位	H21	H22	H23
a 相談件数	件	67件	68件	79件
		67.0%	68.0%	79.0%
b 広報回数	回	10回	5回	10回
		83.3%	41.7%	83.3%
c 出前講座参加者数	人	85人	52人	165人
		85.0%	52.0%	165.0%
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・・・H21～H23（決算額）、H24（予算現額）

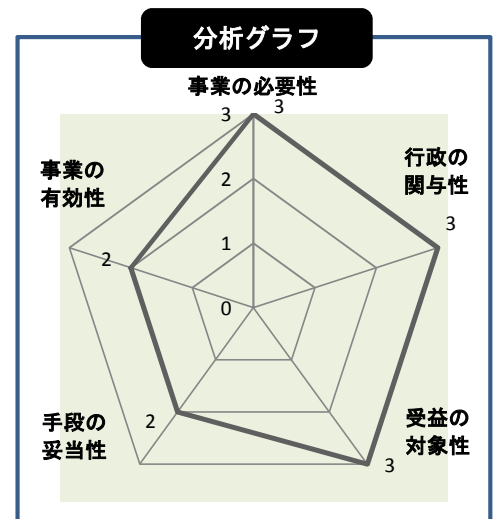
決算額（千円）		H21	H22	H23	H24
		3,936	4,477	11,222	8,213
うち経常経費		528	1,331	811	725
財源内訳	国費				
	県費	3,564	3,345	5,301	1,177
	市債				
	その他			2,700	4,705
	一般財源	372	1,132	3,221	2,331
うち経常		372	1,132	601	725
事業費に係る人件費		4,267	8,759	8,600	8,588

6. H25年度予算の方向性

方向性
減額
理由
国県の補助事業が平成24年度で終了する見込み

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 悪質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 被害が発生しているため、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