

事後評価シート

コード 4-1-4	事務事業名 消費生活対策事業(相談、啓発事業)	所管部課 市民生活部生活文化課
--------------	----------------------------	--------------------

事務事業の概要	事務事業の目的 消費生活の安定と向上を図るため、市民の抱える様々な問題解決に向け、そのトラブルを未然に防ぎ、解決に向けての相談支援及びその啓発活動の充実を図る。	事業の区分 <input checked="" type="checkbox"/> 総合計画 <input type="checkbox"/> 行革項目 <input type="checkbox"/> その他の事務事業
	実施内容、実施方法 市民が巻き込まれやすい消費生活上のトラブルを解決するため、専門知識と資格をもつ消費生活相談員を配置し、的確なアドバイスや事件を未然に防ぐ支援を行うと併に関係機関との連携強化を行う。また、市民が消費生活する中から様々なテーマを抽出し、講座等の開催及び消費生活情報を提供する。	根拠法令等 消費者基本法 西東京市消費者センター条例
事業開始時期	合併前から	実施形態 <input checked="" type="checkbox"/> 直営 <input type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> その他 ()

評価指標の設定	活動指標名 相談受付件数	活動指標の考え方(定義) 消費生活相談を受けた件数
	講座等開催日数	さまざまなテーマ、対象者を設定し、講座、見学会等を開催した回数
	成果指標名 1次 事件解決指数	成果指標の考え方(定義) 1次 苦情件数の相談件数に対する割合
	1次 講座等参加数	1次 各種講座等に参加した人数
	2次 講座参加者の満足度	2次 参加者アンケートで「良かった」と回答した割合

		単位	15年度	16年度	17年度	18年度
事務事業データ	事業費(A)		9,202	10,865	9,566	9,762
	国庫支出金	千円				
	都支出金		943	876	0	0
	地方債					
	その他					
	一般財源		8,259	9,989	9,566	9,762
	所要人員(B)	人	1.26	1.26	1.26	1.26
	人件費(C)=平均給与×(B)	千円	10,424	10,493	10,313	10,313
	総コスト(D)=(A)+(C)	千円	19,626	21,358	19,879	20,075
	単位当たりコスト (E)=(D)/ (相談受付件数)	千円	11	9	11	#DIV/0!
歳入	千円					
活動指標	目標値	件			2,000	2,000
	実績値	件	1,855	2,501	1,729	
活動指標	目標値	日			15	17
	実績値	日	11	17	17	
1次成果指標	目標値	%			90	
	実績値	%	77	85	95	
1次成果指標	目標値	人				
	実績値	人	167	458	478	
2次成果指標	目標値	%			100	
	実績値	%	80	100	100	

事業環境	市民・関連団体等の意見 (アンケート結果など)	相談業務は、電話によるものと相談室で行われるもの二つの方法で行われている。プライバシーに関わるものを中心に、アンケート等の意見聴取が行えない。しかし、事件解決後のお礼の電話等が入ることが多い。また、出前講座等を通じて、その講座等の終了時にアンケートを実施する。意見として、大変勉強になったので次の機会も参加したい。もっと、多くの講座を実施してほしい。身近な事例で勉強になる。
	26市のサービス水準との比較 (平均値、本市の順位など)	26市... 相談員配置(人数) = 平均3.5人・本市2人配置/上位 相談件数5位(1,729件) 講座等開催(回) 平均16回・本市17回
	運営上の制約条件・外部要因等	消費生活相談は月曜日から金曜日の10時～16時(昼休み1時間除く)で実施しているが、当該時間外での問合せが非常に多くなってきている。

コード 4-1-4	事務事業名 消費生活対策事業(相談、啓発事業)	所管部課 市民生活部生活文化課
--------------	----------------------------	--------------------

【事業所管部評価】

検証項目	選択基準	ランク	選択理由、特記事項等
1 目的の適切さ・目標	目的の妥当性	5 上位施策と目的が合致しており、施策に対する貢献度は他の事業と比較して著しく高い	▼ 5
	目標の妥当性	5 国・都の基準や他都市の水準を参考にしながら目標を定量的に設定している	▼ 5
	緊急性	4 今後しばらくの間、少しずつでも継続して実施する必要がある	▼ 4
2 市が関与する必要性	法的義務性	5 法律で実施することが義務づけられている	▼ 5
	必要性	5 市民等の生命・財産・権利の保障に不可欠なサービスである	▼ 5
	民間との役割分担	3 本市以外の都内で、民間団体が同種・類似サービスを提供している事例がある	▼ 3
3 内容の適切さ	ニーズ	5 市民(庁内)ニーズに関係なく実施する必要がある	▼ 5
	規模・方法の妥当性	2 事業規模や方法は、他の部門の求めて適宜見直している	▼ 2
	公平性	5 直接の対象は、すべての市民または団体である	▼ 5
4 実施手続の適切さ	有効性	5 これまで質・水準の改善に積極的に取り組んできており、成果が向上している	▼ 5
	効率性	3 既に他の実施主体を一部活用し、コスト低減に取り組んでいる	▼ 3
	独自性	2 庁内に同種の目的を有する(類似・重複を含む)他の事務事業がある	▼ 2
合計			49

	評価結果	判断理由、説明等
総合評価	<input type="checkbox"/> 拡充 <input type="checkbox"/> 継続実施 <input checked="" type="checkbox"/> 改善・見直し <input type="checkbox"/> 抜本的見直し <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 廃止	<p>近年、市民が巻き込まれやすい消費生活上のトラブルは複雑多岐にわたり、その解決に向け、専門資格を持つ相談員が事件解決への適切なアドバイスを行っている。また、超高齢社会の到来を目前にして、高齢者をターゲットとした事件も同様に巧妙化し、増えつつあり、消費者被害の救済及び未然防止のため啓発の必要性がますます高まってきている。</p>

18年度における改善点	<p>国、東京都で実施される事例研究などの研修に相談員が積極的に参加し、高度で複雑多岐にわたる直近事例の知識を高めることで、被害者救済能力の向上に努める環境作りを行う。また、これらの環境作りのために各関係機関等との連携を図っていく。</p>
-------------	--

二次評価	<input type="checkbox"/> 拡充 <input type="checkbox"/> 継続実施 <input checked="" type="checkbox"/> 改善・見直し <input type="checkbox"/> 抜本的見直し <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 廃止	<p>相談件数の推移からみて、まだまだ当該事業の果たす役割は大きいものと推測する。今後の費用対効果を十分に検討し、さらに効率的な事業展開を図る必要があるだろう。また当該事業が、専門員による相談が主とすれば、正規職員をセンターに配置する必然性はないのかもしれない。当面、センターを本拠に事業展開するのであれば、再雇用等による受付、施設管理に特化すべきであり、将来的には、庁舎内への機能配置も検討すべきと考える。そして、施設の有効活用の視点から、消費者センター建物の用途についても全庁的課題として取り組むべきではないか。</p>
------	---	--

行革本部評価	<input type="checkbox"/> 拡充 <input type="checkbox"/> 継続実施 <input checked="" type="checkbox"/> 改善・見直し <input type="checkbox"/> 抜本的見直し <input type="checkbox"/> 休止 <input type="checkbox"/> 廃止	<p>消費生活上のトラブルは、近年大きな社会問題となっており、当該事業を実施する意義は大きい。ただし、当該事業の中核となるのは、専門資格を持つ相談員であり、二次評価記載の視点で今後検証していく必要がある。</p>
--------	---	--