

事務事業評価シート2(一般事業)

1 基本情報

事業番号		0110/100575/13/12		事業の種類	5		
年度	19	事務事業名	消費者団体補助金事業	作成日	平成21年1月20日	重要度	4
予算事業名	消費生活行政推進事業		担当部課名	まちづくり推進室			
政策名	にぎわいと活気のあるまちづくり						
施策名	消費生活		実施計画への記載	無	主要事業の指定	無	
根拠法規及び関連法規							
事業の目的	誰のために(具体的に)	相生市民					
	誰(何)を対象として	相生市消費生活研究会					
	意図(どのような状態にしたいのか)	消費者団体(相生市消費生活研究会)の取組みを支援し、市民の消費生活向上のための先導的役割を担う団体を育成する。また、当研究会の取組みに賛同する会員を募り組織を強化する。					

2 事業の概要 Do

実施の概要		消費者として自立するための学習(生活講座)の場の提供や情報提供(消費者ニュースの発行)、環境問題(5R生活)についての啓発事業(廃油石けんづくり・リフォーム・環境にやさしい買物袋持参運動など)を実施した。				
活動実績	項目	単位	17年度実績	18年度実績	19年度実績	20年度計画
	生活講座	参加者数	336人	356人	381人	380人
	消費者ニュース発行	発行回数	4回	5回	4回	5回

3 投入資源

会計区分		一般会計			事業費単位:円				
インプット指標		17年度決算	18年度決算	前年比	19年度決算	前年比	20年度予算	前年比	備考
人員	課長以上職員	0.108	0.083	76.9	0.085	102.4	0.081	95.3	
	主幹以下職員	0.210	0.180	85.7	0.300	166.7	0.150	50.0	
	臨時職員			-	0.100	#####	0.050	50.0	
支出内訳	人件費	2,822,568	2,261,274	80.1	3,604,062	159.4	2,122,982	58.9	
	事業費	180,000	180,000	100.0	180,000	100.0	180,000	100.0	
	合計	3,002,568	2,441,274	81.3	3,784,062	155.0	2,302,982	60.9	
財源内訳	国庫支出金			-		-		-	
	県支出金			-		-		-	
	市債			-		-		-	
	その他			-		-		-	
	一般財源	3,002,568	2,441,274	81.3	3,784,062	155.0	2,302,982	60.9	
合計	3,002,568	2,441,274	81.3	3,784,062	155.0	2,302,982	60.9		

4 評価指標

【有効性】

指標名1	生活講座								
指標説明(式)	講座数								
指標単位	区分	17年度	18年度	前年比	19年度	前年比	20年度(計画)	前年比	備考
	目標	5	5	100.0	5	100.0	5	100.0	
	実績	5	5	100.0	4	80.0			
指標名2	消費者ニュース								
指標説明(式)	発行回数								
指標単位	区分	17年度	18年度	前年比	19年度	前年比	20年度(計画)	前年比	備考
	目標	4	4	100.0	4	100.0	4	100.0	
	実績	4	5	125.0	4	80.0			

【効率性】

指標名1	生活講座1人あたりのコスト								
指標説明(式)	生活講座にかかる事業費÷参加者数								
指標単位	区分	17年度	18年度	前年比	19年度	前年比	20年度(計画)	前年比	備考
	実績	1,475	1,579	107.1		-		-	

指標名2									
指標説明(式)									
指標単位	区分	17年度	18年度	前年比	19年度	前年比	20年度(計画)	前年比	備考
	実績			-		-		-	

5 事業の評価(19年度実績) Check

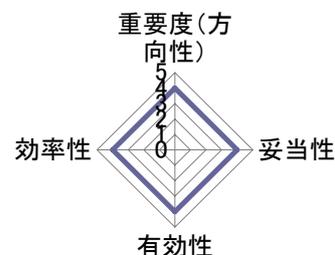
評価視点	具体的な評価観点	評価コメント及び現状認識	1次評価(係長)	2次評価(課長)
妥当性	目的の妥当性	消費生活に関心のある会員で構成されている任意団体に事業補助することで、より会員(市民)の声が届く消費者行政を推進することができた。	3	4
	市民ニーズ	消費生活の向上に関心のある会員で構成されている研究会であり、自立支援事業、環境啓発事業への取組みはニーズが高い。		
有効性	成果目標(改善)達成度	賢い消費者育成のためのくらしの生活展・各生活講座の開催、消費者ニュースの発行など会員相互の親睦を深めながら実施することができた。	3	4
	市民サービス	講演会の開催、消費者ニュースの配布など、会員以外の市民へも行い広く啓発を行った。		
効率性	手段の最適性	消費者ニュースを各施設などに配布し、安全・安心のための情報提供を行った。	3	4
	執行体制の効率性	消費生活に関心のある会員で構成されている任意団体に事業補助することで、より会員(市民)の声が届き、またスムーズに消費者へ意識啓発を図ることができた。		

6 課題として認識された点

評価視点	具体的な評価観点	内容
踏まえた20年度	期待する目標	環境問題・食糧問題・意識啓発を活動目標に活動する中で、会員(市民)のニーズにあった事業を実施する必要がある。

(1) 評価結果を踏まえた20年度の改革改善内容

改革の実施	具体的な評価観点	内容
有効性	市民ニーズ	とても幅広い消費生活の中で、研究会会員が相互に学習しあって、安全・安心な暮らしが送れるような事業提案をしていく体制づくりが必要である。
H19→H20予算反映額		



(2) 20年度の実施方針

とても幅広い消費生活の中で、安全で安心な暮らしが送れるよう、時代に沿ったテーマについて学習し、多くの市民に啓発を行う。

検討の有無	—
総合指標	22