

平成19年度 事務事業評価表

所属 05120000
地域振興部 産業経済課

事務事業	103301 消費生活モニター						
	事業区分	経常事業	施策体系	1033	消費生活		
区分	評価者	所管課長	存廃判断	可	NPO協働	否	
	***		***		***		
対象	区民（消費者）						
事務事業意図	適切な消費者行政に関する情報を受け、賢い消費者が増加する。						
事務事業手段	【昭和48年度事業開始】モニターを通じて商品や区民の消費活動の実状を把握し適切な消費者行政を展開する。4月1日現在において、区内在住及び満20歳以上の者を毎年3月の広報かつしかにて公募により40名以内で選出。モニター委嘱者数：平成17年度...40人 モニターにアンケート調査・量目調査・各種事業に参加しての意見の報告等により、消費者行政への協力を依頼する。また、モニター自らも研修会や自主学習によって「賢い消費者」としての意識向上を図り、自主学習報告は展示室等でパネル展示を行っている。						
根拠法令	消費者基本法、葛飾区消費生活モニター運営要領						
現状と課題	BSE問題、食肉偽装表示事件など「食の安全性の問題」やSF商法、ヤミ金融、マルチ商法などの契約の問題等、消費者を欺く事件が多く発生しており、消費者を取り巻く環境はますます複雑化してきている。委嘱期間終了後、自主的活動に発展させるため、平成16年度よりモニター卒業生が自主学習生として活動できるよう要領改正を行った。						
成果・活動指標	【成果指標1】 調査及び報告書提出数（アンケート調査＋量目調査＋随時報告＋自主学習報告）目標21年度 1,000枚【成果指標2】 研修会等参加延人数（打ち合わせ会＋研修会＋懇談会）目標21年度 250人【活動指標1】 モニター委嘱者数 【活動指標2】 アンケート・量目調査実施回数						
目標達成状況	成果指標1 [枚]	予定	平成17年度	平成18年度	平成19年度		
		実績	1,000.00	1,000.00	1,000.00		
	成果指標2 [人]	予定	250.00	250.00	250.00		
		実績	759.00	466.00			
	活動指標1 [人]	予定	40.00	40.00	40.00		
		実績	40.00	37.00			
	活動指標2 [回]	予定	10.00	10.00	10.00		
		実績	10.00	10.00			
	トータルコスト (千円)	予定		2,984	2,924		
		実績	2,739	2,572			
総合評価	継続 広く区民(消費者)の意見を求め、消費者行政に生かすことは、時代に即応した消費生活行政の実現に役立ち、モニター自身も研修会や調査等に参加することにより、消費者としての正しい知識を獲得する。						
事業評価	事業の必要性	はい 区が行っている消費者行政に対して、実際に区民(消費者)からの意見を取り入れることは、事業の見直しや、時代に即応した消費者行政を実現させるために必要である。					
	民間活用	実施困難 区が行っている消費者行政に対する区民からの幅広い意見を収集し、事業の展開に活用し、モニター自身にも知識の向上を促すことは、行政機関である区が行うべきである。					
	成果向上余地	はい 年間を通じての研修会の内容を充実させ、調査・アンケートを集約することで、常に新しい情報を区の行政に反映させることができる。また、基本的な知識を学び、モニター終了後の継続的な自主学習や、賢い消費者としての力に結びつけることができる。					
	経費削減余地	いいえ 事業費のほとんどが、研修会の講師謝礼や、モニター活動に対する謝礼などの報酬費で占めており、これ以上のコスト削減は難しい。					

コスト分析表

年 度 平成19年度

所 属 05120000

事務事業 103301

地域振興部 産業経済課

消費生活モニター

事業期間 平成17年度 ~ 平成19年度

(単位：千円)

		NO	平成17年度	平成18年度	平成19年度			
予 定	財源内訳	国庫支出金	(1)		0	0		
		都道府県支出金	(2)		0	0		
		地方債	(3)		0	0		
		その他	(4)		0	0		
		一般財源	(5)		2,804	2,784		
	直接費	事業費	(6)		1,064	1,064		
	職員人件費	人件費	(7)		1,740	1,720		
		再雇用職員分	(8)		0	0		
		(職員数：賦課)	(9)		0.20	0.20		
		(職員数：配賦)	(10)					
		職員数合計(9)+(10)	(11)		0.20	0.20		
	調整額	間接費	(12)		0	0		
		(加算)減価償却費	(13)		0	0		
		(加算)金利	(14)		0	0		
		(加算)退職給与引当	(15)		180	140		
		(控除)コスト対象外	(16)		0	0		
		(控除)雑収入	(17)		0	0		
	調整額計 (13)+(14)+(15)-(16)-(17)	(18)		180	140			
	トータルコスト (6)+(7)+(8)+(12)+(18)	(19)		2,984	2,924			
実 績	財源内訳	国庫支出金	(20)	0	0			
		都道府県支出金	(21)	0	0			
		地方債	(22)	0	0			
		その他	(23)	0	0			
		一般財源	(24)	2,559	2,432			
	直接費	事業費	(25)	899	772			
	職員人件費	人件費	(26)	1,660	1,660			
		再雇用職員分	(27)	0	0			
		(職員数：賦課)	(28)	0.20	0.20			
		(職員数：配賦)	(29)					
		職員数合計(28)+(29)	(30)	0.20	0.20			
	調整額	間接費	(31)	0	0			
		(加算)減価償却費	(32)	0	0			
		(加算)金利	(33)	0	0			
		(加算)退職給与引当	(34)	180	140			
		(控除)コスト対象外	(35)	0	0			
		(控除)雑収入	(36)	0	0			
	調整額計 (32)+(33)+(34)-(35)-(36)	(37)	180	140				
	トータルコスト (25)+(26)+(27)+(31)+(37)	(38)	2,739	2,572				

平成19年度 事務事業評価表

所属 05120000

地域振興部 産業経済課

事務事業	103302 消費者教育						
	事業区分	経常事業	施策体系	1033	消費生活		
区分	評価者	所管課長	存廃判断	可	NPO協働	否	
	***		***		***		
対象	区内在住・在勤の消費者						
事務事業意図	物の見方・考え方を多角的に捉え、商品やサービスの知識などを習得し、自己責任のもとで商品やサービスを選択できる消費者になる。						
事務事業手段	【昭和40年度事業開始】消費者講座、セミナー等の開催・消費生活問題特別講演会の開催 <平成17年度実施回数等>消費者講座：10回、セミナー：2回、その他の講座：4回 消費生活問題特別講演会1回（平成19年2月3日開催） 「食品の裏側から」無料、講師 食品ジャーナリスト 安部 司氏 <周知方法> 広報かつしかに掲載 <会場> 消費生活センター（立石5-27-1） 消費生活問題講師派遣事業の実施<平成18年度実施回数>13回						
根拠法令	消費者基本法、葛飾区消費生活センター条例						
現状と課題	消費生活に関わる問題は、悪質商法の被害等、従来からの問題だけでなくIT関連の新たな被害も加わり、問題が複雑・多様化している。消費者に対する啓発活動の重要性は高まっており、今後は早期から関心を持ち、正しい知識から判断できるよう、学校教育現場と連携を図る必要がある。						
成果・活動指標	【成果指標1】受講感想アンケート満足度（％）＝「ためになった」等回答者数／アンケート回答数 目標21年度 98％ 【活動指標1】講座等受講者数 【活動指標2】講座等開催数						
目標達成状況	成果指標1 [%]	予定	平成17年度	平成18年度	平成19年度		
		実績	95.00	96.00	96.00		
	成果指標2 []	予定					
		実績					
	活動指標1 [人]	予定	750.00	760.00	760.00		
		実績	580.00	768.00			
	活動指標2 [回]	予定	25.00	25.00	25.00		
		実績	22.00	22.00			
	トータルコスト (千円)	予定		11,988	11,658		
		実績	11,092	10,882			
総合評価	継続 講座等受講後の参加者アンケートによる満足度は8割を超えており、受講者には一定の効果がある。						
事業評価	事業の必要性	はい 消費生活にかかわる問題は、従来の問題だけでなく、くらしのIT化に伴う新たな問題等も加わり、複雑・多様化している。消費者が正しい知識を持ち判断できるよう啓発活動が必要である。					
	民間活用	実施困難 消費生活問題は、複雑・多様化している。このような消費生活問題について、消費者教育を行うためには、区民に一番身近な行政機関である区が実施すべきである。					
	成果向上余地	はい 消費生活問題に関心のある一部の区民が受講しているが、講座等のテーマを、よりタイムリーなものとしたり、その都度啓発の必要性が高いものを取り上げ、また、手軽な申し込み方法をとることで、受講者を増やすなど、効果を上げる余地はある。					
	経費削減余地	いいえ 事業費の約9割が講師謝礼などの報償費である。公共団体などの講師謝礼無料の講師選定を行うなど経費削減に努めているが、講座内容の質の向上を図り、一方に偏った内容としないためにも、現在の十分な経費を必要とする。					

コスト分析表

年 度 平成19年度

所 属 05120000

事務事業 103302

地域振興部 産業経済課

消費者教育

事業期間 平成17年度 ~ 平成19年度

(単位：千円)

		NO	平成17年度	平成18年度	平成19年度		
予 定	財源内訳	国庫支出金	(1)	0	0		
		都道府県支出金	(2)	0	0		
		地方債	(3)	0	0		
		その他	(4)	62	62		
		一般財源	(5)	10,936	10,826		
	直接費	事業費	(6)	1,428	1,428		
	職員人件費	人件費	(7)	9,570	9,460		
		再雇用職員分	(8)	0	0		
		(職員数：賦課)	(9)	1.10	1.10		
		(職員数：配賦)	(10)				
		職員数合計(9)+(10)	(11)	1.10	1.10		
	調整額	間接費	(12)	0	0		
		(加算)減価償却費	(13)	0	0		
		(加算)金利	(14)	0	0		
		(加算)退職給与引当	(15)	990	770		
		(控除)コスト対象外	(16)	0	0		
		(控除)雑収入	(17)	0	0		
	調整額計 (13)+(14)+(15)-(16)-(17)	(18)	990	770			
	トータルコスト (6)+(7)+(8)+(12)+(18)	(19)	11,988	11,658			
実 績	財源内訳	国庫支出金	(20)	0	0		
		都道府県支出金	(21)	0	0		
		地方債	(22)	0	0		
		その他	(23)	25	23		
		一般財源	(24)	10,077	10,089		
	直接費	事業費	(25)	972	982		
	職員人件費	人件費	(26)	9,130	9,130		
		再雇用職員分	(27)	0	0		
		(職員数：賦課)	(28)	1.10	1.10		
		(職員数：配賦)	(29)				
		職員数合計(28)+(29)	(30)	1.10	1.10		
	調整額	間接費	(31)	0	0		
		(加算)減価償却費	(32)	0	0		
		(加算)金利	(33)	0	0		
		(加算)退職給与引当	(34)	990	770		
		(控除)コスト対象外	(35)	0	0		
		(控除)雑収入	(36)	0	0		
	調整額計 (32)+(33)+(34)-(35)-(36)	(37)	990	770			
	トータルコスト (25)+(26)+(27)+(31)+(37)	(38)	11,092	10,882			

平成19年度 事務事業評価表

所属 05120000

地域振興部 産業経済課

事務事業	103303 消費者活動育成事務					
	事業区分	経常事業	施策体系	1033	消費生活	
区分	評価者	所管課長	存廃判断	可	NPO協働	否
	***		***		***	
対象	登録団体会員					
事務事業意図	各地域で消費者問題に関する活動が活性化し、自立した消費者が育成される。					
事務事業手段	【平成元年度事業開始】消費者団体登録《登録要件》 団体としての規約（会則）を有し、かつ消費者活動を継続的に行っていること。 団体の構成員が、10名以上であること。 団体の代表者が区民であり、その団体の構成員の7割以上が区民であること。 《登録方法》登録しようとする団体は、区所定の申請用紙と規約（会則）・会員名簿・活動計画書を添付して、消費生活センターに申請する。登録期間は3年間。 消費者団体の活動の場として消費者学習室を貸出。センター運営会議に代表者が参加。					
根拠法令	消費者基本法、葛飾区消費生活センター条例					
現状と課題	消費生活問題は多様化・複雑化しており、専門的な問題も発生しており、自発的な消費者活動の必要性・重要性が高まっている。しかし、登録団体の高齢化により、活動が停滞傾向にあり、今後は新たな消費者団体の育成や、既存消費者団体の若手会員の開拓や、大学や専門研究者などとの連携も必要となりつつある。					
成果・活動指標	【成果指標1】消費者学習室の利用者数(人) 目標21年度 4,000人 【成果指標2】消費者学習室貸出件数(件) 目標21年度 270件 【活動指標1】4/1現在登録団体会員(人) 【活動指標2】登録団体数(団体)					
目標達成状況	成果指標1 [人]	予定	平成17年度	平成18年度	平成19年度	
		実績	3,900.00	3,950.00	3,950.00	
	成果指標2 [件]	予定	250.00	255.00	260.00	
		実績	186.00	212.00		
	活動指標1 [人]	予定	2,000.00	2,000.00	2,000.00	
		実績	1,530.00	1,526.00		
	活動指標2 [団体]	予定	12.00	12.00	12.00	
		実績	7.00	7.00		
	トータルコスト (千円)	予定		3,840	3,720	
		実績	3,680	3,600		
総合評価	継続 消費者団体の活動が活発であり、会員が核になって地域の活動が展開されれば、自立した賢い消費者が増加する。消費者被害の未然防止にも繋がるため、継続して事業を展開する。					
事業評価	事業の必要性	はい 消費者被害が複雑・多様化している中で、賢い消費者育成の中心施策として、地域での活動の中心となる消費者団体の育成は必要である。				
	民間活用	実施困難 地域での活動の中心となる消費者団体の育成は、区が主体となって、実施すべきである。				
	成果向上余地	はい 消費生活展や、講座の参加者の団体への加入を促進し、消費者団体の量的拡大や、世代交代を図ることで効果を上げる余地がある。				
	経費削減余地	いいえ 人件費のみのため、経費削減は難しい。				

コスト分析表

年 度 平成19年度

所 属 05120000

事務事業 103303

地域振興部 産業経済課

消費者活動育成事務

事業期間 平成17年度 ~ 平成19年度

(単位：千円)

		NO	平成17年度	平成18年度	平成19年度			
予 定	財源内訳	国庫支出金	(1)		0	0		
		都道府県支出金	(2)		0	0		
		地方債	(3)		0	0		
		その他	(4)		0	0		
		一般財源	(5)		3,480	3,440		
	直接費	事業費	(6)		0	0		
	職員人件費	人件費	(7)		3,480	3,440		
		再雇用職員分	(8)		0	0		
		(職員数：賦課)	(9)		0.40	0.40		
		(職員数：配賦)	(10)					
		職員数合計(9)+(10)	(11)		0.40	0.40		
	調整額	間接費	(12)		0	0		
		(加算)減価償却費	(13)		0	0		
		(加算)金利	(14)		0	0		
		(加算)退職給与引当	(15)		360	280		
		(控除)コスト対象外	(16)		0	0		
		(控除)雑収入	(17)		0	0		
	調整額計 (13)+(14)+(15)-(16)-(17)	(18)		360	280			
	トータルコスト (6)+(7)+(8)+(12)+(18)	(19)		3,840	3,720			
実 績	財源内訳	国庫支出金	(20)	0	0			
		都道府県支出金	(21)	0	0			
		地方債	(22)	0	0			
		その他	(23)	0	0			
		一般財源	(24)	3,320	3,320			
	直接費	事業費	(25)	0	0			
	職員人件費	人件費	(26)	3,320	3,320			
		再雇用職員分	(27)	0	0			
		(職員数：賦課)	(28)	0.40	0.40			
		(職員数：配賦)	(29)					
		職員数合計(28)+(29)	(30)	0.40	0.40			
	調整額	間接費	(31)	0	0			
		(加算)減価償却費	(32)	0	0			
		(加算)金利	(33)	0	0			
		(加算)退職給与引当	(34)	360	280			
		(控除)コスト対象外	(35)	0	0			
		(控除)雑収入	(36)	0	0			
	調整額計 (32)+(33)+(34)-(35)-(36)	(37)	360	280				
	トータルコスト (25)+(26)+(27)+(31)+(37)	(38)	3,680	3,600				

平成19年度 事務事業評価表

所属 05120000

地域振興部 産業経済課

事務事業	103304 展示室運営(消費生活センター)					
	事業区分	経常事業	施策体系	1033	消費生活	
区分	評価者	所管課長	存廃判断	可	NPO協働	否
	***		***		***	
対象	区内在住・在勤・在学の消費者					
事務事業意図	区民が商品やサービスの知識などを積極的に収集・習得するために、消費者問題に関する必要な情報の提供を受けている。					
事務事業手段	【平成元年度事業開始】暮らしに関する問題点についてパネルや実物を展示し紹介 面積：120.6㎡ 開場時間：月～土曜日…午前9時～午後9時30分、日曜・休日…午前9時～午後5時、周知方法：広報かつしかに展示期間及び展示内容を掲載、入場料：無料、平成18年度展示内容：…消費生活モニター展示・悪質商法・消費生活展パネル展示・消費者団体展示・パソコンの中身を見る等 消費生活に関する図書資料・ビデオテープ等の設置及び貸出 貸出・返却受付時間：月～金曜日…午前9時～午後5時 消費生活センター窓口で申請用紙記入 貸出期間等：1回につき2週間、4冊(点)まで貸出。					
根拠法令	消費者基本法、葛飾区消費生活センター条例					
現状と課題	長引く不況の中、業者の強引・執拗な勧誘等により、消費生活相談は年々複雑・多様化しており、消費者自身も自ら情報収集に努め、これら悪質業者に対抗し、自己責任のもとで商品やサービスの選択ができるようになる必要がある。そのため、身近に必要な情報を提供する場として消費生活センターの展示室の役割は大きい。					
成果・活動指標	【成果指標1】展示室開場日数(365日-休館日-区の行事等により利用不可能日) 目標21年度 332日 【成果指標2】図書資料等貸出数 目標21年度 100冊 【活動指標1】展示テーマ数 【活動指標2】図書、ビデオテープ蔵書数					
目標達成状況	成果指標1 [日]	予定	平成17年度	平成18年度	平成19年度	
		実績	332.00	312.00	332.00	
	成果指標2 [冊]	予定	90.00	90.00	90.00	
		実績	30.00	45.00		
	活動指標1 [回]	予定	16.00	16.00	16.00	
		実績	15.00	12.00		
	活動指標2 [冊]	予定	2,450.00	2,455.00	2,455.00	
		実績	2,431.00	2,442.00		
	トータルコスト (千円)	予定		3,236	2,513	
		実績	2,389	1,857		
総合評価	継続 消費者が消費生活関連の知識を得るために、区民が必要なときに図書や資料、啓発パネルなどを閲覧、調べることができる身近な場所が必要である。 引き続き、区民が利用しやすいよう、資料や、図書の充実を図っていく必要がある。					
事業評価	事業の必要性	はい 年末年始の休館日及び、全館清掃日などの必要最低限の日数以外運営しており(年間330日程度)、区民が必要なときに情報収集する場として必要である。				
	民間活用	実施困難 事業者・消費者双方からみて、中立した立場で情報提供していくことができるのは公的機関であり、区民に一番身近な行政機関である区が実施することが適当である。				
	成果向上余地	どちらともいえない 展示内容やPRを工夫することで利用促進を図ることとしたい。広報展示品及びパネル等を、より多くの区民が容易に見られるように、ウィメンズパル以外の会場で展示することなども望まれるが、費用対効果の面から考えると難しい。				
	経費削減余地	いいえ 平成14年度より、展示室運営の業務委託をやめ、大幅に経費削減を図った。現在は職員による企画運営を行っており、人件費と必要な図書、資料、パネル作成等費用のみとなっており、これ以上の削減は困難である。				

コスト分析表

年 度 平成19年度

所 属 05120000

事務事業 103304

地域振興部 産業経済課

展示室運営(消費生活センター)

事業期間 平成17年度 ~ 平成19年度

(単位：千円)

		NO	平成17年度	平成18年度	平成19年度			
予 定	財源内訳	国庫支出金	(1)		0	0		
		都道府県支出金	(2)		0	0		
		地方債	(3)		0	0		
		その他	(4)		0	0		
		一般財源	(5)		3,146	2,443		
	直接費	事業費	(6)		2,276	1,583		
	職員人件費	人件費	(7)		870	860		
		再雇用職員分	(8)		0	0		
		(職員数：賦課)	(9)		0.10	0.10		
		(職員数：配賦)	(10)					
		職員数合計(9)+(10)	(11)		0.10	0.10		
	調整額	間接費	(12)		0	0		
		(加算)減価償却費	(13)		0	0		
		(加算)金利	(14)		0	0		
		(加算)退職給与引当	(15)		90	70		
		(控除)コスト対象外	(16)		0	0		
		(控除)雑収入	(17)		0	0		
	調整額計 (13)+(14)+(15)-(16)-(17)	(18)		90	70			
	トータルコスト (6)+(7)+(8)+(12)+(18)	(19)			3,236	2,513		
実 績	財源内訳	国庫支出金	(20)	0	0			
		都道府県支出金	(21)	0	0			
		地方債	(22)	0	0			
		その他	(23)	0	0			
		一般財源	(24)	2,299	1,787			
	直接費	事業費	(25)	1,469	957			
	職員人件費	人件費	(26)	830	830			
		再雇用職員分	(27)	0	0			
		(職員数：賦課)	(28)	0.10	0.10			
		(職員数：配賦)	(29)					
		職員数合計(28)+(29)	(30)	0.10	0.10			
	調整額	間接費	(31)	0	0			
		(加算)減価償却費	(32)	0	0			
		(加算)金利	(33)	0	0			
		(加算)退職給与引当	(34)	90	70			
		(控除)コスト対象外	(35)	0	0			
		(控除)雑収入	(36)	0	0			
	調整額計 (32)+(33)+(34)-(35)-(36)	(37)	90	70				
	トータルコスト (25)+(26)+(27)+(31)+(37)	(38)	2,389	1,857				

平成19年度 事務事業評価表

所属 05120000

地域振興部 産業経済課

事務事業	103305 消費生活展					
	事業区分	経常事業	施策体系	1033	消費生活	
区分	評価者	所管課長	存廃判断	可	NPO協働	否
	***		***		***	
対象	区内在住・在勤・在学の消費者、消費者団体、協賛団体					
事務事業意図	区内の消費者団体や消費者問題に関心の高いグループや企業等が連携し、消費生活問題の研究発表によって、区民等に役立つ情報・資料等を提供し「賢い消費者」を増加させ、消費生活を向上させる。登録団体の活動を活性化させる。協賛団体として消費者と共に活動することで、事業者は消費者問題へ目を向けた事業展開を推進させていく。					
事務事業手段	【昭和48年度事業開始】消費生活展の開催（18年度10月14日（土）・15日（日）） ウィメンズバル1階～3階を会場として使用・体験を含めたパネル展示（「食と環境」をテーマに計量感覚ゲーム・ごみ分別体験やエコエコショッピングなど参加者が体験を交えて学べる発表とした）・スタンプラリー（展示パネルの内容に沿ったクイズ形式で毎年実施。全てのテーマの内容が学べる）・フリーマーケット等 実行委員会の開催：各消費者団体から、2名ずつ委員を選出してテーマ等の開催に関する事項を決定する。プログラム（開催内容、会場案内等）2,000枚、冊子（啓発内容の詳細等）600冊の配布					
根拠法令	消費者基本法、葛飾区消費生活センター条例					
現状と課題	33年の歴史を持つ事業であるが、社会状況の変化により、消費生活に関わる問題は、複雑・多様化している。また、消費生活と密接に関係する環境問題も深刻化してきており、消費者に対する啓発活動の重要性は高まってきており、若手会員の開拓及び、新たな団体の育成が急務になっている。					
成果・活動指標	【成果指標1】スタンプラリー参加者 目標21年度 1,100人 【活動指標1】来場者数 【活動指標2】展示パネル枚数					
目標達成状況	成果指標1 [人]	予定	平成17年度 1,100.00	平成18年度 1,100.00	平成19年度 1,100.00	
		実績	1,200.00	1,200.00		
	成果指標2 []	予定				
		実績				
	活動指標1 [人]	予定	7,800.00	7,850.00	7,850.00	
		実績	5,000.00	5,000.00		
	活動指標2 [枚]	予定	100.00	100.00	100.00	
		実績	89.00	85.00		
	トータルコスト (千円)	予定		7,195	6,505	
		実績	6,474	6,287		
総合評価	継続 消費生活展は、普段、消費生活センター事業に関わることのない区民が、参加し、楽しみながら消費者問題を自然に学ぶことができるというメリットが大きく、啓発活動として有効である。また、同時に、消費者活動の活性化及び事業者の消費者問題に関する意識の向上にも有意義なものと考えている。					
事業評価	事業の必要性	はい 楽しみながら、消費者問題を自然に学ぶことができるメリットは大きいものであり、消費生活展の開催は必要である。				
	民間活用	実施済 地域での活躍の中心となる消費者団体の育成、区民へのPRの場を設ける消費生活展は、区が消費者団体等と協働して実施すべき事業である。ただし、基本的な会場設営等については実施は困難である。				
	成果向上余地	どちらともいえない 常に変化している消費者問題の中から、時代にあったテーマを取り上げて実施し、一定の成果をあげている。参加団体等がより多くなることが望ましいが、ウィメンズバルという限られている会場を利用するため、これ以上の拡充は難しい。				
	経費削減余地	いいえ 会場設営等委託料と印刷製本費が主たる経費のため、これ以上の削減は困難である。				

コスト分析表

年 度 平成19年度

所 属 05120000

事務事業 103305

地域振興部 産業経済課

消費生活展

事業期間 平成17年度 ~ 平成19年度

(単位：千円)

		NO	平成17年度	平成18年度	平成19年度			
予 定	財源内訳	国庫支出金	(1)		0	0		
		都道府県支出金	(2)		0	0		
		地方債	(3)		0	0		
		その他	(4)		0	0		
		一般財源	(5)		6,835	6,225		
	直接費	事業費	(6)		3,355	2,785		
	職員人件費	人件費	(7)		3,480	3,440		
		再雇用職員分	(8)		0	0		
		(職員数：賦課)	(9)		0.40	0.40		
		(職員数：配賦)	(10)					
		職員数合計(9)+(10)	(11)		0.40	0.40		
	調整額	間接費	(12)		0	0		
		(加算)減価償却費	(13)		0	0		
		(加算)金利	(14)		0	0		
		(加算)退職給与引当	(15)		360	280		
		(控除)コスト対象外	(16)		0	0		
		(控除)雑収入	(17)		0	0		
	調整額計 (13)+(14)+(15)-(16)-(17)	(18)		360	280			
	トータルコスト (6)+(7)+(8)+(12)+(18)	(19)		7,195	6,505			
実 績	財源内訳	国庫支出金	(20)	0	0			
		都道府県支出金	(21)	0	0			
		地方債	(22)	0	0			
		その他	(23)	0	0			
		一般財源	(24)	6,114	6,007			
	直接費	事業費	(25)	2,794	2,687			
	職員人件費	人件費	(26)	3,320	3,320			
		再雇用職員分	(27)	0	0			
		(職員数：賦課)	(28)	0.40	0.40			
		(職員数：配賦)	(29)					
		職員数合計(28)+(29)	(30)	0.40	0.40			
	調整額	間接費	(31)	0	0			
		(加算)減価償却費	(32)	0	0			
		(加算)金利	(33)	0	0			
		(加算)退職給与引当	(34)	360	280			
		(控除)コスト対象外	(35)	0	0			
		(控除)雑収入	(36)	0	0			
	調整額計 (32)+(33)+(34)-(35)-(36)	(37)	360	280				
	トータルコスト (25)+(26)+(27)+(31)+(37)	(38)	6,474	6,287				

平成19年度 事務事業評価表

所属 05120000

地域振興部 産業経済課

事務事業	103306 消費生活情報提供					
	事業区分	経常事業	施策体系	1033	消費生活	
区分	評価者	所管課長	存廃判断	可	NPO協働	否
	***		***		***	
対象	区民（消費者）					
事務事業意図	区民の消費者意識が高揚し、区民が消費生活を送るうえで必要な知識となる生活情報を迅速に受ける。					
事務事業手段	【昭和50年度実施開始】平成18年度実施内容 広報かつしかに「くらしのまど」掲載（1,300字程度）発行回数:11回 毎月5日号に掲載（1/5号除く）主な内容：電子マネー・旅行の選び方・ミネラルウォーターの表示・投資の被害・地上デジタル放送・衣替えとクリーニング・借金・多重債務・住宅用火災警報器・食品表示・賃貸トラブル等、広報かつしかに特集掲載：12月25日号2面・3面使用 くらしにいかすNo2 6発行「高齢者の暮らしと消費生活トラブル」2,000部 くらしの豆知識 国民生活センター発行の冊子に名入れ印刷をして配布。1,800部					
根拠法令	消費者基本法、葛飾区消費生活センター条例					
現状と課題	長引く不況の下、従前より巧妙かつ強引な営業活動が行われ、IT関連の普及に伴う相談など、相談は年々複雑・多様化しているが、実際に被害に遭わないと消費者問題に目を向ける区民は少ないのが現状である。日頃から少しでも消費者問題に関心を持つ区民が増加するよう、効果的な情報提供の手段・内容が必要である。					
成果・活動指標	【成果指標1】くらしにいかす配付部数 目標21年度 2000冊 【成果指標2】くらしの豆知識配付部数 目標21年度 1,800冊 【活動指標1】くらしのまど発行部数 【活動指標2】くらしにいかす発行部数					
目標達成状況	成果指標1 [冊]	予定	平成17年度	平成18年度	平成19年度	
		実績	2,000.00	2,000.00	2,000.00	
	成果指標2 [冊]	予定	1,800.00	1,800.00	1,800.00	
		実績	1,800.00	1,800.00		
	活動指標1 [部]	予定	208,000.00	208,000.00	208,000.00	
		実績	214,000.00	195,000.00		
	活動指標2 [冊]	予定	2,000.00	2,000.00	2,000.00	
		実績	2,000.00	2,000.00		
	トータルコスト (千円)	予定		7,573	6,433	
		実績	7,275	7,093		
総合評価	継続 冊子の配布率は非常に高く、また、広報かつしかが情報入手手段として活用されている率も非常に高い。また、区のホームページを活用して、相談件数が顕著に伸びているものに対して、注意を促すなどリアルタイムで、24時間入手可能な情報を提供していく。					
事業評価	事業の必要性	はい 「くらしにいかす」「くらしの豆知識」の両冊子とも95%以上の配布率を維持しており、広報かつしか毎月5日号に掲載の「くらしのまど」も好評であり、区民に消費生活情報提供することは必要である。				
	民間活用	実施困難 事業者、消費者双方から見て、中立した立場で情報提供していくことができるのは、区民に一番身近な行政機関である区である。				
	成果向上余地	はい 区のホームページを活用し、相談件数が顕著に伸びているものに対して注意を促すなどリアルタイムな情報提供をしていくことでより効果を与える余地がある。				
	経費削減余地	いいえ 事業費は、冊子の購入費、印刷経費にとどまっており、これ以上の削減は不可能である。				

コスト分析表

年 度 平成19年度

所 属 05120000

事務事業 103306

地域振興部 産業経済課

消費生活情報提供

事業期間 平成17年度 ~ 平成19年度

(単位：千円)

		NO	平成17年度	平成18年度	平成19年度			
予 定	財源内訳	国庫支出金	(1)		0	0		
		都道府県支出金	(2)		0	0		
		地方債	(3)		0	0		
		その他	(4)		0	0		
		一般財源	(5)		6,943	6,013		
	直接費	事業費	(6)		853	853		
	職員人件費	人件費	(7)		6,090	5,160		
		再雇用職員分	(8)		0	0		
		(職員数：賦課)	(9)		0.70	0.60		
		(職員数：配賦)	(10)					
		職員数合計(9)+(10)	(11)		0.70	0.60		
	調整額	間接費	(12)		0	0		
		(加算)減価償却費	(13)		0	0		
		(加算)金利	(14)		0	0		
		(加算)退職給与引当	(15)		630	420		
		(控除)コスト対象外	(16)		0	0		
		(控除)雑収入	(17)		0	0		
	調整額計 (13)+(14)+(15)-(16)-(17)	(18)		630	420			
	トータルコスト (6)+(7)+(8)+(12)+(18)	(19)		7,573	6,433			
実 績	財源内訳	国庫支出金	(20)	0	0			
		都道府県支出金	(21)	0	0			
		地方債	(22)	0	0			
		その他	(23)	0	0			
		一般財源	(24)	6,645	6,603			
	直接費	事業費	(25)	835	793			
	職員人件費	人件費	(26)	5,810	5,810			
		再雇用職員分	(27)	0	0			
		(職員数：賦課)	(28)	0.70	0.70			
		(職員数：配賦)	(29)					
		職員数合計(28)+(29)	(30)	0.70	0.70			
	調整額	間接費	(31)	0	0			
		(加算)減価償却費	(32)	0	0			
		(加算)金利	(33)	0	0			
		(加算)退職給与引当	(34)	630	490			
		(控除)コスト対象外	(35)	0	0			
		(控除)雑収入	(36)	0	0			
	調整額計 (32)+(33)+(34)-(35)-(36)	(37)	630	490				
	トータルコスト (25)+(26)+(27)+(31)+(37)	(38)	7,275	7,093				

平成19年度 事務事業評価表

所属 05120000

地域振興部 産業経済課

事務事業	103307 消費生活相談						
	事業区分	経常事業	施策体系	1033	消費生活		
区分	評価者	所管課長	存廃判断	可	NPO協働	否	
	***		***		***		
対象	区内在住・在勤の消費者						
事務事業意図	消費生活相談の処理を通して、消費者(区民)の利益を保護し、安全で豊かな消費生活の実現に貢献する。						
事務事業手段	【昭和51年度事業開始】区民から寄せられる契約・販売方法・品質・性能に関する相談や苦情を専門の相談員が個別に受け付け、関係機関と連携しながら、助言やあっせん等適切な方法で処理する【相談日時】月～金曜日(年末年始・休日を除く)午前9時～午後4時【相談方法】原則電話で相談(必要に応じて面接)【消費生活相談体制】専門の相談員による1日5人体制【消費生活相談情報システムの導入(平成16年4月より)】データ反映までの時間を短縮し、最新の相談事例を見ることにより相談解決に役立たせる。						
根拠法令	消費者基本法、葛飾区消費生活センター条例、葛飾区消費生活非常勤職員設置要綱						
現状と課題	消費者契約法や、特定商取引に関する法律の改正など消費者保護に関する法整備が行われているが消費者被害の相談は、年々複雑・多様化しており、一層の消費者保護が必要である。「個人情報の保護に関する法律」が平成17年4月に全面施行され、消費生活センターで消費者からの相談を受けることになり、相談事業の充実を図る必要がある。						
成果・活動指標	【成果指標1】斡旋・助言・他機関紹介等により処理した相談件数=相談受付数 - (斡旋不調数+処理不能数) 目標21年度 6,467件【成果指標2】斡旋・助言・他機関紹介等により処理した相談処理率(斡旋・助言・他機関紹介等により処理した相談件数÷相談受付件数) 目標21年度 99.5%【活動指標1】相談受付件数						
目標達成状況	成果指標1 [件]	予定	平成17年度 5,940.00	平成18年度 6,045.00	平成19年度 6,045.00		
		実績	3,851.00	3,359.00			
	成果指標2 [%]	予定	99.00	99.10	99.10		
		実績	98.87	99.38			
	活動指標1 [件]	予定	6,000.00	6,100.00	6,100.00		
		実績	3,895.00	3,380.00			
	活動指標2 []	予定					
		実績					
	トータルコスト (千円)	予定		21,366	21,308		
		実績	21,347	21,030			
総合評価	継続 消費生活センターがADR(裁判外紛争解決手続)の一つとして位置づけられたこと及び消費生活相談が複雑・多様化していることに、対処でき得る相談体制を維持していくべきである。						
事業評価	事業の必要性	はい 経済の規制緩和が進展し、事前規制から事後チェックへと移行している。平成17年より、「個人情報の保護に関する法律」に関する相談や、近年増加する「多重債務」に関する相談の窓口となるなど、消費生活センターで様々な相談を受け付けている。					
	民間活用	実施困難 事業者と消費者双方から見て、中立した立場で判断することができるのは公的機関であり区民にとって身近な区であるため、区において消費生活相談を行うべきである。					
	成果向上余地	はい 消費生活相談受付件数の約99パーセントの相談について、解決または、解決の糸口を提供することができる。年々、複雑・多様化している相談内容に対応し得る相談員の質の向上を図り、柔軟な相談体制を検討するなど、効果を上げる余地がある。					
	経費削減余地	いいえ 総コストのうち、相談員の人件費や質の向上に必要な不可欠な経費のみを計上しており、コストの削減は困難である。					

コスト分析表

年 度 平成19年度

所 属 05120000

事務事業 103307

地域振興部 産業経済課

消費生活相談

事業期間 平成17年度 ~ 平成19年度

(単位：千円)

		NO	平成17年度	平成18年度	平成19年度			
予 定	財源内訳	国庫支出金	(1)		0	0		
		都道府県支出金	(2)		0	0		
		地方債	(3)		0	0		
		その他	(4)		0	0		
		一般財源	(5)		21,096	21,098		
	直接費	事業費	(6)		18,486	18,518		
	職員人件費	人件費	(7)		2,610	2,580		
		再雇用職員分	(8)		0	0		
		(職員数：賦課)	(9)		0.30	0.30		
		(職員数：配賦)	(10)					
		職員数合計(9)+(10)	(11)		0.30	0.30		
	調整額	間接費	(12)		0	0		
		(加算)減価償却費	(13)		0	0		
		(加算)金利	(14)		0	0		
		(加算)退職給与引当	(15)		270	210		
		(控除)コスト対象外	(16)		0	0		
		(控除)雑収入	(17)		0	0		
		調整額計 (13)+(14)+(15)-(16)-(17)	(18)		270	210		
		トータルコスト (6)+(7)+(8)+(12)+(18)	(19)		21,366	21,308		
実 績	財源内訳	国庫支出金	(20)	0	0			
		都道府県支出金	(21)	0	0			
		地方債	(22)	0	0			
		その他	(23)	0	0			
		一般財源	(24)	21,077	20,820			
	直接費	事業費	(25)	18,587	18,330			
	職員人件費	人件費	(26)	2,490	2,490			
		再雇用職員分	(27)	0	0			
		(職員数：賦課)	(28)	0.30	0.30			
		(職員数：配賦)	(29)					
		職員数合計(28)+(29)	(30)	0.30	0.30			
	調整額	間接費	(31)	0	0			
		(加算)減価償却費	(32)	0	0			
		(加算)金利	(33)	0	0			
		(加算)退職給与引当	(34)	270	210			
		(控除)コスト対象外	(35)	0	0			
		(控除)雑収入	(36)	0	0			
		調整額計 (32)+(33)+(34)-(35)-(36)	(37)	270	210			
		トータルコスト (25)+(26)+(27)+(31)+(37)	(38)	21,347	21,030			

平成19年度 事務事業評価表

所属 05120000

地域振興部 産業経済課

事務事業	103309 消費者被害救済事業						
	事業区分	経常事業	施策体系	1033	消費生活		
区分	評価者	所管課長	存廃判断	可	NPO協働	否	
	***		***		***		
対象	区民						
事務事業意図	解決が難しくなった消費者被害（消費生活センターにおける斡旋解決できない場合）について、消費者救済委員会を設け、消費者の被害救済にあたる。						
事務事業手段	平成18年度、増大する消費者被害の未然防止や被害者救済のあり方、今後の消費生活行政のあり方等を検討するに当たり、幅広い立場からの意見を徴収するため行政検討会を設置。（構成 学識経験者3名 区内消費者団体代表者4名 公募区民3名） 平成19年度（仮称）消費生活条例（案）制定・の周知 平成20年度（仮称）消費生活条例（案）施行、消費者救済委員会設置						
根拠法令	消費者基本法、葛飾区消費生活行政検討会設置要綱						
現状と課題	複雑かつ悪質化する消費者被害が増大し、解決が難しくなっているケースがある。消費者被害の未然防止や被害者救済のあり方、今後の消費生活行政のあり方を検討する必要がある。						
成果・活動指標	成果指標1 斡旋成立率96.0%【平成18年度】成果指標2 検討会報告書提出1回 活動指標1消費生活行政検討会回数5回【平成19年度】成果指標（仮称）葛飾区消費生活条例（案）制定1回 活動指標2（仮称）葛飾区消費生活条例（案）の周知1回【平成20年度～平成27年度】成果指標 斡旋成立率 96.0% 活動指標 救済委員会開催回数						
目標達成状況	成果指標1 [%]	予定	平成18年度	平成19年度			
		実績	95.20	95.20			
	成果指標2 [回]	予定	1.00				
		実績	1.00				
	活動指標1 [回]	予定	5.00				
		実績	5.00				
	活動指標2 [回]	予定		1.00			
		実績					
	トータルコスト (千円)	予定	2,876	2,070			
		実績	2,704				
総合評価	拡充 解決が難しくなった消費者被害について、消費者救済委員会を設け、消費者の被害にあたる。						
事業評価	事業の必要性	はい 消費生活相談で、解決できない場合、消費者被害救済委員会を設置し、消費者の被害救済にあたる。そのために（仮称）消費生活条例（案）の制定を目指す。					
	民間活用	実施困難 事業者と消費者双方からみて、中立した立場で判断することができるのは、公的機関であり、区において消費者被害救済委員会を設置すべきである。					
	成果向上余地	はい 消費者被害救済委員会を設置し、運営することにより困難なケースについても解決可能が大となり、効果を上げる余地がある。					
	経費削減余地	いいえ 総コストのうち、委員の報酬や質の向上に必要な不可欠な経費を計上することになるので、コストの削減は困難である。					

コスト分析表

年 度 平成19年度

所 属 05120000

事務事業 103309

地域振興部 産業経済課

消費者被害救済事業

事業期間 平成18年度 ~ 平成19年度

(単位：千円)

		NO	平成18年度	平成19年度				
予 定	財源内訳	国庫支出金	(1)	0	0			
		都道府県支出金	(2)	0	0			
		地方債	(3)	0	0			
		その他	(4)	0	0			
		一般財源	(5)	2,696	1,930			
	直接費	事業費	(6)	1,036	210			
	職員人件費	人件費	(7)	1,660	1,720			
		再雇用職員分	(8)	0	0			
		(職員数：賦課)	(9)	0.20	0.20			
		(職員数：配賦)	(10)					
		職員数合計(9)+(10)	(11)	0.20	0.20			
	調整額	間接費	(12)	0	0			
		(加算)減価償却費	(13)	0	0			
		(加算)金利	(14)	0	0			
		(加算)退職給与引当	(15)	180	140			
		(控除)コスト対象外	(16)	0	0			
		(控除)雑収入	(17)	0	0			
	調整額計 (13)+(14)+(15)-(16)-(17)	(18)	180	140				
	トータルコスト (6)+(7)+(8)+(12)+(18)	(19)	2,876	2,070				
実 績	財源内訳	国庫支出金	(20)	0				
		都道府県支出金	(21)	0				
		地方債	(22)	0				
		その他	(23)	0				
		一般財源	(24)	2,564				
	直接費	事業費	(25)	904				
	職員人件費	人件費	(26)	1,660				
		再雇用職員分	(27)	0				
		(職員数：賦課)	(28)	0.20				
		(職員数：配賦)	(29)					
		職員数合計(28)+(29)	(30)	0.20				
	調整額	間接費	(31)	0				
		(加算)減価償却費	(32)	0				
		(加算)金利	(33)	0				
		(加算)退職給与引当	(34)	140				
		(控除)コスト対象外	(35)	0				
		(控除)雑収入	(36)	0				
	調整額計 (32)+(33)+(34)-(35)-(36)	(37)	140					
	トータルコスト (25)+(26)+(27)+(31)+(37)	(38)	2,704					