

平成15年度 杉並区事務事業評価表

評価対象事務事業名		消費者センター維持管理				整理番号	149		枝番号			
所属部課名		区民生活部消費生活課		コード	051801		連絡先電話番号	4104		昨年度整理番号	515	
係名		消費生活係				上位施策名			No			
予算事業名		消費者センター維持管理		コード	18750		消費者行政の充実			64		
事務事業の概要	事業開始年度		<input checked="" type="radio"/> 昭和 <input type="radio"/> 平成		47年度		根拠法令等 <input type="checkbox"/> 実施計画事業 <input checked="" type="checkbox"/> 行革対象事業					
	事業の種類		<input type="checkbox"/> 新規 <input type="checkbox"/> 一部新規 <input type="checkbox"/> 臨時・単年度 <input type="checkbox"/> 内部管理		(1) 消費者保護基本法							
	対象		<input checked="" type="checkbox"/> 個人 <input checked="" type="checkbox"/> 世帯 <input checked="" type="checkbox"/> 団体 <input type="checkbox"/> その他		(2) 杉並区立消費者センター条例							
	区内在住・在勤・在学者及び消費者団体等		(3) 杉並区立消費者センター条例施行規則									
	活動内容（事務事業の内容、やり方、手順）		消費者グループ等の活動及び区民の学習の場として、教室、グループ学習室、展示資料室を常時提供する。来所による消費者相談に対応する。		活動指標名(式)							
意図（対象をどのような状態にしたいのか）		良好な施設の維持管理により、消費者行政の拠点として、消費生活に係わる相談や活動の場を提供するとともに、多くの区民に消費者センターの存在や活動内容を理解してもらう。		成果指標名(式)								
				(1) 教室、グループ活動室の利用率(年間の利用件数÷延室数)								
				(2) 対住民利用率(利用者数÷区民人口)								
区分	単位	12年度実績	13年度実績	14年度		15年度計画	目標値		目標値に対する14年度の達成率%			
				計画	実績		年度					
指標	活動指標(1)	日	247	247	247	249	249					
	活動指標(2)	人	13,415	10,260	10,260	7,844	7,844					
	成果指標(1)	%	62	64	64	57	57					
	成果指標(2)	%	3	2	2	2	2					
総事業費・コスト把握	事業費	千円	29,553	29,383	29,270	29,034	29,236	特記事項				
	(内)委託費	千円	1,565	1,561	1,283	1,259	1,260					
	職員数(正規 非常勤)	人	1.00 0.00	1.00 0.00	1.00 0.00	1.00 0.00	1.00 0.00					
	人件費	職員分(超勤分含む)	千円	9,083	9,083	9,083	9,083				9,083	
		非常勤職員分	千円	0	0	0	0				0	
	総事業費 + +	千円	38,636	38,466	38,353	38,117	38,319					
	単位あたりコスト ÷	円	156,421	155,733	155,275	153,080	153,892					
	財源	受益者負担分	千円									
		国・都等からの支出金	千円									
		特定財源計 +	千円	0	0	0	0				0	
差引:一般財源 -		千円	38,636	38,466	38,353	38,117	38,319					
受益者負担比率 ÷	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0						
事業を取り巻く環境	開始当初から現在までの変化	当施設は、昭和40年に建設され、昭和47年に入居した民間の賃貸ビルである。このため設備や機能面において限界がある。また、施設の老朽化により、小修繕等で対応していただくだけでは、不十分なところが生じてきている。										
	事業に対する住民の意見(事業に対する期待・要望・苦情など)	・消費者活動の拠点として、また、学習の場として身近にある消費者センターは大きな役割を果たしている。 ・相談コーナーの設備が不十分である。 ・場所がわかりにくい。										
	今後の予測	施設が民間ビルであることと老朽化に伴い、良好な施設の維持管理の面において支障をきたしていくと思われる。ただし、平成16年4月に新センターが開設される予定であり、その後は、設備や機能面において充実されることが予想される。										

平成15年度 杉並区事務事業評価表

	活動指標(1)の14年度達成率%	100.8	活動指標(2)の14年度達成率%	76.5	14年度予算執行率%	99.2
14年度予算執行状況 (節減努力・未達理由等)						
前年度の改革案の取り組み状況 (15年度予算を削減または増額している場合、関連する新規事業がある場合にはそのその概要を明記)						
結果評価 (目的妥当性・有効性・効率性)	(1) 施策への貢献度は大きいですか 貢献度 大(理由)	理由: 区民の消費生活に係わる相談や知識及び最新情報を得る区で唯一の窓口として、消費者センターの役割は重要である。				
	(2) 区が行う必要がありますか。民間や国・都との役割分担は適切ですか 民間・国・都ではなく区が行うべきである(理由)	理由: 区民の消費生活の安定と向上を図るため、身近な自治体としての区に消費者センターの設置は不可欠である。				
	(3) 成果を向上させることができますか できる(^) 成果向上のための方策は何ですか 具体的な内容を選択し、改革案の概要へ 手段・方法の変更	理由:				
	(4) 受益者負担の見直し余地はありますか ない(理由)	理由: 消費者センターは消費者活動を支援するのが目的であり、その目的のために利用する場合は無料が原則となる。消費者グループが使用するコピー代や講座等での材料費については料金を徴収している。				
	(5) 成果を維持して対象を縮小できますか又は対象を拡大して成果を上げることはできますか 対象を変更するのは適切でない(理由)	理由: 消費者センターは、全ての区民の消費生活の安定と向上を図るために設置されており、対象を限定・縮小することは望ましくない。				
	(6) コストを下げる余地はありますか ない(理由)	理由: 賃借料や施設の老朽化に伴う経費等の経常的経費については、貸し主との協議により毎年努力しており、今の時点で大幅なコストの削減は難しい状況にある。(ただし、平成16年4月新センター開設予定)				
今後の事業のあり方	<input checked="" type="radio"/> 拡充 <input type="radio"/> サービス増 <input type="radio"/> 改善余地なし <input type="radio"/> 効率化 <input type="radio"/> 縮小 <input type="radio"/> 統廃合					
中長期的な視点	(1) 改革案の概要(いつまでに、どうかたちに) ・新センターでは、新しい建物になることやスペースの拡大、情報コーナーの拡充などで、消費者グループの活動拠点としての役割を果たすことができる。 ・情報コーナーを夜10時まで開設する。					
	(2) 改革案を実施するにあたっての阻害要因と克服方法 新センターは、複合施設になるので、施設の管理運用について他課との調整が必要になる。					
短期的な視点	(1) 翌年度予算見積の方向性	<input type="radio"/> 大幅増 <input type="radio"/> 増 <input type="radio"/> 増減なし <input checked="" type="radio"/> 減 <input type="radio"/> 大幅減 <input type="radio"/> 予算なし				
	(2) 理由 平成16年4月に新センターの開設を予定しており、その後は賃借料がなくなる。					

平成15年度 杉並区事務事業評価表

評価対象事務事業名		消費生活に関わる相談				整理番号	150		枝番号			
所属部課名		区民生活部消費生活課		コード	51801	連絡先電話番号	4104		昨年度整理番号	516		
係名		消費生活係			上位施策名				No			
予算事業名		消費者行政		コード	18850	消費者行政の充実				64		
事務事業の概要	事業開始年度 <input checked="" type="radio"/> 昭和 <input type="radio"/> 平成 47 年度				根拠法令等 <input checked="" type="checkbox"/> 実施計画事業 <input type="checkbox"/> 行革対象事業							
	事業の種類 <input type="checkbox"/> 新規 <input type="checkbox"/> 一部新規 <input type="checkbox"/> 臨時・単年度 <input type="checkbox"/> 内部管理				(1) 消費者保護基本法 (2) 消費者契約法 (3) 杉並区立消費者センター条例							
	対象 <input checked="" type="checkbox"/> 個人 <input checked="" type="checkbox"/> 世帯 <input type="checkbox"/> 団体 <input type="checkbox"/> その他 区民											
	活動内容 (事務事業の内容、やり方、手順) 消費者が商品やサービスを購入し又は利用する場合に生ずる安全、品質、計量、価格、表示、契約などに関する相談を受け付け、助言や斡旋等適切な方法で処理する。				活動指標名(式) (1) 相談受付件数 (2)							
	意図 (対象をどのような状態にしたいのか) 相談者の意思を尊重し、被害の救済、損害の回復及び利益の保護を図る。				成果指標名(式) (1) 相談処理率(処理件数÷相談件数) (2)							
区分		単位	12年度実績		13年度実績		14年度		15年度計画	目標値	目標値に対する14年度の達成率%	
							計画	実績	年度			
指標	活動指標(1)		件	3,642		3,987		4,800	4,414	4,800		
	活動指標(2)											
	成果指標(1)		%	98.2		98.3		100	91.6	100		
	成果指標(2)											
総事業費・コスト把握	事業費		千円	644		1,549		1,857	1,815	1,605	特記事項	
	(内)委託費		千円									
	職員数(正規 非常勤)		人	1.40	5.00	1.40	5.00	1.40	5.00	1.40		6.00
	人件費	職員分(超勤分含む)		千円	12,716		12,716		12,716	12,716		12,716
		非常勤職員分		千円	14,675		14,675		14,675	14,675		17,610
	総事業費 ++		千円	28,035		28,940		29,248	29,206	31,931		
	単位あたりコスト ÷		円	7,698		7,259		6,093	6,617	6,652		
	財源	受益者負担分		千円								
		国・都等からの支出金		千円								
		特定財源計 +		千円	0		0		0	0		0
差引:一般財源 -		千円	28,035		28,940		29,248	29,206	31,931			
受益者負担比率 ÷		%	0.0		0.0		0.0	0.0	0.0			
事業を取り巻く環境	開始当初から現在までの変化		昭和43年の「消費者保護基本法」の制定以来、「特定商取引法」、「製造物責任法」等が制定された。さらに平成13年には、「消費者契約法」が施行され、消費者保護の法整備が進みつつある。しかし、規制緩和の進展、経済社会のIT化、グローバル化など消費者を取り巻く環境は大きく変化し、契約などに関する消費者被害は複雑化多様化して件数も大幅に増加している。こうした傾向は今後も増加するものと予想される。									
	事業に対する住民の意見(事業に対する期待・要望・苦情など)		消費者被害を最小限にいとめ、トラブルの早期解決のための相談窓口は、身近な地域の消費者センターが必要である。									
	今後の予測		ITによる技術革新、経済政策の改革など、消費者を取り巻く経済社会が進展するなか、消費者相談は極めて複雑、多様化するとともに、今後ますます増加するものと思われる。									

平成15年度 杉並区事務事業評価表

	活動指標(1)の14年度達成率%	92.0	活動指標(2)の14年度達成率%	14年度予算執行率%	97.7
14年度予算執行状況 (節減努力・未達理由等)	全国消費生活ネットワークシステムの有効活用や相談員の研修等により処理能力は向上しているが、相談内容の複雑化等により解決するまでに長時間を要するケースも増えてきている。				
前年度の改革案の取り組み状況 (15年度予算を削減または増額している場合、関連する新規事業がある場合にはそのその概要を明記)	・国民センターの専門研修8回、都の消費生活相談員担当職員研修6回、都区アドバイザー検討会12回に参加し専門知識の習得に努めた。				
結果評価 (目的妥当性・有効性・効率性)	(1) 施策への貢献度は大きいですか 貢献度 大(理由)	理由: 区民の消費生活に関わる被害の救済や利益の保護を図っている。			
	(2) 区が行う必要がありますか。民間や国・都との役割分担は適切ですか 民間・国・都ではなく区が行うべきである(理由)	理由: 消費者相談は、区民の利便性の確保が重要であるため、区民に最も身近な区で迅速に処理することが最適である。また、事業者からの中立性とプライバシーの保護を図る必要があるため、民間委託は妥当ではない。			
	(3) 成果を向上させることができますか ある程度できる() 成果向上のための方策は何ですか 具体的な内容を選択し、改革案の概要へ 手段・方法の変更	理由:			
	(4) 受益者負担の見直し余地はありますか ない(理由)	理由: 消費者相談という事業の性格上、受益者負担にはなじまない。			
	(5) 成果を維持して対象を縮小できますか又は対象を拡大して成果を上げることはできますか 対象を変更するのは適切でない(理由)	理由: 区民の誰もが消費者被害を受ける可能性があるため、広く区民全体を対象とした消費者相談を実施する必要がある。			
	(6) コストを下げる余地はありますか ある(OA化)	理由:			
今後の事業のあり方	<input checked="" type="radio"/> 拡充 <input type="radio"/> サービス増 <input type="radio"/> 改善余地なし <input type="radio"/> 効率化 <input type="radio"/> 縮小 <input type="radio"/> 統廃合				
中長期的な視点	(1) 改革案の概要(いつまでに、どうかたちに) ・相談件数の増加と新しく発生すると予想される相談に対応するために、専門的な習得と事例研究を積み重ね相談員の資質の向上を図る。 ・職員を増員し、新たにホームページによる相談の受付と回答を行うこと、及び出前講座を積極的に行うことでサービスの拡充を図る。				
	(2) 改革案を実施するにあたっての阻害要因と克服方法				
短期的な視点	(1) 翌年度予算見積の方向性	<input type="radio"/> 大幅増 <input checked="" type="radio"/> 増 <input type="radio"/> 増減なし <input type="radio"/> 減 <input type="radio"/> 大幅減 <input type="radio"/> 予算なし			
	(2) 理由	・増大する相談に対応するため、相談員を1名増員する。 ・相談内容の複雑化、高度化に対応するために弁護士等によるアドバイザー制度の創設を検討する。			

平成15年度 杉並区事務事業評価表

評価対象事務事業名		消費者講座・特別消費者講座等、消費者教育の普及				整理番号	151		枝番号			
所属部課名		区民生活部消費生活課		コード	51801		連絡先電話番号	4104		昨年度整理番号	517	
係名		消費生活係				上位施策名			No			
予算事業名		消費者行政		コード	18850		消費者行政の充実			64		
事務事業の概要	事業開始年度		<input checked="" type="radio"/> 昭和 <input type="radio"/> 平成		44 年度		根拠法令等 <input type="checkbox"/> 実施計画事業 <input type="checkbox"/> 行革対象事業					
	事業の種類		<input type="checkbox"/> 新規 <input type="checkbox"/> 一部新規 <input type="checkbox"/> 臨時・単年度 <input type="checkbox"/> 内部管理		(1) 消費者保護基本法 (2) 消費者契約法 (3) 杉並区消費者センター条例							
	対象		<input checked="" type="checkbox"/> 個人 <input type="checkbox"/> 世帯 <input type="checkbox"/> 団体 <input type="checkbox"/> その他 区内在住・在勤・在学者									
	活動内容（事務事業の内容、やり方、手順）		消費者講座25回（テスト教室2回、親子料理教室2回含む）、特別消費者講座10回、出張講座2回、施設見学会2回。				活動指標名(式) (1) 消費者リーダー養成講座参加人数 (平成12・13年度は特別消費者講座参加人数) (2) 講座開催数					
	意図（対象をどのような状態にしたいのか）		消費者としての意識の向上と正しい知識の習得 特別消費者講座の開催による消費者活動をする区民の育成				成果指標名(式) (1) 消費者リーダー養成講座修了者数 (平成12・13年度は特別消費者講座修了者数) (2) 講座参加率(参加人数÷募集人数)					
区分		単位	12年度実績	13年度実績	14年度		15年度計画		目標値	目標値に対する14年度の達成率%		
					計画	実績			年度			
指標	活動指標(1)		人	46	49	160	42	45				
	活動指標(2)		回	50	37	36	31	35				
	成果指標(1)		人	46	49	160	35	45				
	成果指標(2)		%		83	100	61	80				
総事業費・コスト把握	事業費		千円	1,004	1,045	823	640	780		特記事項		
	(内)委託費		千円									
	職員数(正規 非常勤)		人	2.00	2.00	2.00	2.00	1.00 1.00				
	人件費	職員分(超勤分含む)	千円	18,166	18,166	18,166	18,166	9,083				
		非常勤職員分	千円	0	0	0	0	2,935				
	総事業費 ++		千円	19,170	19,211	18,989	18,806	12,798				
	単位あたりコスト ÷		円	416,739	392,061	118,681	447,762	284,400				
	財源	受益者負担分		千円	49	56	48	74	74			
		国・都等からの支出金		千円								
		特定財源計 +		千円	49	56	48	74	74			
差引:一般財源 -		千円	19,121	19,155	18,941	18,732	12,724					
受益者負担比率 ÷		%	0.3	0.3	0.3	0.4	0.6					
事業を取り巻く環境	開始当初から現在までの変化		自己責任を伴う社会に転換が進んでいる。									
	事業に対する住民の意見 (事業に対する期待・要望・苦情など)		消費者は生活に役立つ講座(金融、保険)の希望が多い。									
	今後の予測		新センターの立地条件を生かし、消費者のニーズに合った講座と、ニーズだけでなく、活動する消費者を育成する講座も同時に取り入れる必要がある。									

平成15年度 杉並区事務事業評価表

	活動指標(1)の14年度達成率%	26.3	活動指標(2)の14年度達成率%	86.1	14年度予算執行率%	77.8
14年度予算執行状況 (節減努力・未達理由等)	達成 (活動指標(1)の達成率は低いが、当初の予定を変更して講座を実施し、募集30名に対して35名の修了者があったため)					
前年度の改革案の取り組み状況 (15年度予算を削減または増額している場合、関連する新規事業がある場合にはそのその概要を明記)	正確で公正・公平な情報の提供に努めた。					

結果評価 (目的妥当性・有効性・効率性)	(1) 施策への貢献度は大きいですか 貢献度 大(理由)	理由:メディアを通して情報が溢れるほど提供されているが、事業者側からのCMが圧倒的に多い。消費者が知りたい情報の手段として消費者教育は不可欠である。
	(2) 区が行う必要がありますか。民間や国・都との役割分担は適切ですか 見直す余地がある(改革案の概要へ)	理由:
	(3) 成果を向上させることができますか ある程度できる() 成果向上のための方策は何ですか 具体的な内容を選択し、改革案の概要へ 実施主体の変更	理由:
	(4) 受益者負担の見直し余地はありますか ない(理由)	理由:平成12年度から特別消費者講座の資料代等を参加者負担としている。
	(5) 成果を維持して対象を縮小できますか又は対象を拡大して成果を上げることはできますか 対象を変更するのは適切でない(理由)	理由:区民のための講座であり、対象は適切
	(6) コストを下げる余地はありますか ある(民営化・外部委託化)	理由:

今後の事業のあり方	<input type="radio"/> 拡充 <input checked="" type="radio"/> サービス増 <input type="radio"/> 改善余地なし <input type="radio"/> 効率化 <input type="radio"/> 縮小 <input type="radio"/> 統廃合
-----------	---

中長期的な視点	(1) 改革案の概要(いつまでに、どうかたちに) ・消費者センターの今後のあり方について、行政が担うべき分野と消費者団体及び区民など住民に委ねた方が効果的、効率的な分野という観点から見直し、委託化を進めていく。 ・新しいNPO((仮称)「杉並消費者協会」)を設立し、このNPOの成長に合わせて、事業の委託を進める。
	(2) 改革案を実施するにあたっての阻害要因と克服方法 既存の消費者グループは加入者の減少や高齢化が進み、事業の委託先として適当でない。委託を行うためには、新たな人材を継続して生み出すシステムづくりが不可欠である。今年度と来年度は、そのシステムつくりと(仮称)「杉並消費者協会」設立の準備を行わなければならない。

短期的な視点	(1) 翌年度予算見積の方向性	<input type="radio"/> 大幅増 <input type="radio"/> 増 <input checked="" type="radio"/> 増減なし <input type="radio"/> 減 <input type="radio"/> 大幅減 <input type="radio"/> 予算なし
	(2) 理由	

平成15年度 杉並区事務事業評価表

評価対象事務事業名		消費者啓発印刷物の発行				整理番号	152		枝番号								
所属部課名		区民生活部消費生活課		コード	18850	連絡先電話番号	4104		昨年度整理番号	518							
係名		消費生活係		上位施策名				No									
予算事業名		消費者行政		コード	18850	消費者行政の充実				64							
事務事業の概要	事業開始年度		<input checked="" type="radio"/> 昭和 <input type="radio"/> 平成		47年度		根拠法令等 <input type="checkbox"/> 実施計画事業 <input type="checkbox"/> 行革対象事業										
	事業の種類		<input type="checkbox"/> 新規 <input type="checkbox"/> 一部新規 <input type="checkbox"/> 臨時・単年度 <input type="checkbox"/> 内部管理		(1) 消費者保護基本法 (2) 杉並区立消費者センター条例 (3) 杉並区立消費者センター条例施行規則												
	対象		<input checked="" type="checkbox"/> 個人 <input checked="" type="checkbox"/> 世帯 <input checked="" type="checkbox"/> 団体 <input type="checkbox"/> その他														
	区内在住・在勤・在学者及び消費者団体等																
	活動内容（事務事業の内容、やり方、手順）		消費者被害の未然防止のため若年層や高齢者向けに、高校・大学・成人式・敬老の日・消費者講座及び出張講座開催時に、消費者啓発リーフレット等を配布している。また、センターや区役所ロビー等でも配布している。														
活動指標名(式)		(1) 啓発リーフレットの発行部数 (2)															
意図（対象をどのような状態にしたいのか）		消費生活に関する必要な知識を身につけることにより、消費者意識が向上し消費者被害の未然防止が図られる。															
成果指標名(式)		(1) (代)啓発リーフレットの発行部数 (2)															
区分	単位	12年度実績		13年度実績		14年度		15年度計画		目標値	目標値に対する14年度の達成率%						
		計画	実績	計画	実績	計画	実績	年度									
指標	活動指標(1)		部		22,100		18,100		20,100		15,100		29,860				
	活動指標(2)																
	成果指標(1)		部		21,000		18,100		20,100		15,100		29,860				
	成果指標(2)																
総事業費・コスト把握	事業費		千円		1,201		615		422		108		1,737		特記事項		
	(内)委託費		千円														
	職員数(正規 非常勤)		人		0.40 0.00		0.40 0.00		0.40 0.00		0.40 0.00		0.40 0.00				
	人件費	職員分(超勤分含む)		千円		3,633		3,633		3,633		3,633		3,633			
		非常勤職員分		千円		0		0		0		0		0			
	総事業費 + +		千円		4,834		4,248		4,055		3,741		5,370				
	単位あたりコスト ÷		円		219		235		202		248		180				
	財源	受益者負担分		千円													
		国・都等からの支出金		千円													
		特定財源計 +		千円		0		0		0		0		0			
差引:一般財源 -		千円		4,834		4,248		4,055		3,741		5,370					
受益者負担比率 ÷		%		0.0		0.0		0.0		0.0		0.0					
事業を取り巻く環境	開始当初から現在までの変化		社会情勢の変化により、消費生活に関わるトラブルは多種多様化しており、啓発リーフレットの内容、発行部数、配布先も変化してきている。														
	事業に対する住民の意見(事業に対する期待・要望・苦情など)		商品及び役務に関する正確で迅速な情報の提供が求められている。														
	今後の予測		区民が情報を入手する手段は多様化してきており、インターネットやケーブルテレビ等新たな媒体を活用した情報提供が求められることが予測される。														

平成15年度 杉並区事務事業評価表

	活動指標(1)の14年度達成率%	75.1	活動指標(2)の14年度達成率%	14年度予算執行率%	25.6
14年度予算執行状況 (節減努力・未達理由等)	・高齢者向け啓発リーフレットについては、杉並区立消費者センターの住所や電話番号等の印刷を外注しないで、リソグラフで印刷して経費を削減した。 ・区独自の啓発リーフレットを外注しないで、国や都が作成した無料の啓発リーフレットを利用して経費を削減した。				
前年度の改革案の取り組み状況 (15年度予算を削減または増額している場合、関連する新規事業がある場合にはそのその概要を明記)					

結果評価 (目的妥当性・有効性・効率性)	(1) 施策への貢献度は大きいですか 貢献度 大(理由)	理由: 啓発リーフレットの発行は、消費者被害の未然防止に大きな役割を果たしている。同時に、区民に消費者センターを知ってもらうことにより、被害が拡大する前に的確に相談に応じることが可能となる等施策に大きく貢献している。
	(2) 区が行う必要がありますか。民間や国・都との役割分担は適切ですか 民間・国・都ではなく区が行うべきである(理由)	理由: 区が行うことにより、リーフレット等を区民に身近な場所で迅速に配布することができる。併せて、国、都の啓発資料も必要に応じて有料で購入し配布している。
	(3) 成果を向上させることができますか できる(^) 成果向上のための方策は何ですか 具体的な内容を選択し、改革案の概要へ 手段・方法の変更	理由:
	(4) 受益者負担の見直し余地はありますか ない(理由)	理由: 啓発リーフレットの発行は、消費者被害の未然防止や消費者意識の啓発のため発行しており、有料化はなじまない。
	(5) 成果を維持して対象を縮小できますか又は対象を拡大して成果を上げることはできますか 対象を変更するのは適切でない(理由)	理由: 啓発リーフレットは、全ての区民に関わるものである。被害の対象者が若年化・高齢化と拡大しているなかで、対象を重点化することはできても、限定・縮小化することは望ましくない。
	(6) コストを下げる余地はありますか ある(その他)	理由:

今後の事業のあり方	<input type="radio"/> 拡充 <input type="radio"/> サービス増 <input type="radio"/> 改善余地なし <input checked="" type="radio"/> 効率化 <input type="radio"/> 縮小 <input type="radio"/> 統廃合
-----------	---

中長期的な視点	(1) 改革案の概要(いつまでに、どうかたちに) ・財政状況を勘案しながら、早い時期に啓発冊子の作成方法や配布方法を検討して、誰もが消費者意識の向上が図られるようにインターネット等新たな媒体の活用などの有効な手段を検討し導入していく。具体的には、消費生活に関するホームページを開設し、リアルタイムな情報の提供と収集、区民相互の情報交換など、情報の共有を進める。 ・新センター開設後は、区民利用のインターネットパソコンを設置する。
	(2) 改革案を実施するにあたっての阻害要因と克服方法 消費者啓発は普遍的なものであり、区の消費者センターだけで独自のものを作成し配布していくのは、非効率である。このため、国、都、他の区市町村と相互に連携し、共用印刷物の一層の活用やインターネットでのリンク等により、コスト削減策や有効策を講じていく。 ・新センターは、複合施設になるので、施設の管理・運用について他課との調整が必要になる。

短期的な視点	(1) 翌年度予算見積の方向性	<input type="radio"/> 大幅増 <input type="radio"/> 増 <input checked="" type="radio"/> 増減なし <input type="radio"/> 減 <input type="radio"/> 大幅減 <input type="radio"/> 予算なし
	(2) 理由	

平成15年度 杉並区事務事業評価表

評価対象事務事業名		消費者グループ育成・支援				整理番号	153		枝番号			
所属部課名		区民生活部消費生活課		コード	51801	連絡先電話番号	4104		昨年度整理番号	520		
係名		消費生活係		上位施策名				No				
予算事業名		消費者行政		コード	18850	消費者行政の充実				64		
事務事業の概要	事業開始年度		<input checked="" type="radio"/> 昭和 <input type="radio"/> 平成		49 年度		根拠法令等				<input checked="" type="checkbox"/> 実施計画事業 <input type="checkbox"/> 行革対象事業	
	事業の種類		<input type="checkbox"/> 新規 <input type="checkbox"/> 一部新規 <input type="checkbox"/> 臨時・単年度 <input type="checkbox"/> 内部管理		(1) 消費者保護基本法							
	対象		<input type="checkbox"/> 個人 <input type="checkbox"/> 世帯 <input checked="" type="checkbox"/> 団体 <input type="checkbox"/> その他		(2) 杉並区立消費者センター条例							
	区内の消費者団体・グループ		(3) 杉並区立消費者センター条例施行規則									
	活動内容（事務事業の内容、やり方、手順）		・消費者グループの活動の場として、教室・グループ室を提供する。 ・消費者グループの自主的な活動を支援するため、学習会への講師派遣、講師謝礼の助成を行う。		活動指標名(式)							
意図（対象をどのような状態にしたいのか）		消費者グループの活性化を図り、自立した消費者を育成する。		成果指標名(式)								
				(1) 消費者グループが教室・グループ室の利用した件数								
				(2) 消費者グループ学習会講師派遣件数								
				(1) 消費者グループの教室・グループ室の利用率(年間の利用件数÷延室数)								
				(2)								
区分	単位	12年度実績		13年度実績		14年度		15年度		目標値		目標値に対する14年度の達成率%
		計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	年度		
指標	活動指標(1)	回	518	547	547	559	559					
	活動指標(2)	回	15	8	8	8	8					
	成果指標(1)	%	35	36.9	36.9	37.4	37.4					
	成果指標(2)											
総事業費・コスト把握	事業費	千円	157	135	158	90	158	特記事項				
	(内)委託費	千円										
	職員数(正規 非常勤)	人	0.40	0.00	0.40	0.00	0.40	0.00	0.40	0.00		
	人件費	職員分(超勤分含む)	千円	3,633	3,633	3,633	3,633	3,633				
		非常勤職員分	千円	0	0	0	0	0				
	総事業費 + +	千円	3,790	3,768	3,791	3,723	3,791					
	単位あたりコスト ÷	円	7,317	6,888	6,931	6,660	6,782					
	財源	受益者負担分	千円									
		国・都等からの支出金	千円									
		特定財源計 +	千円	0	0	0	0	0				
差引:一般財源 -		千円	3,790	3,768	3,791	3,723	3,791					
受益者負担比率 ÷	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0						
事業を取り巻く環境	開始当初から現在までの変化	消費者を保護の対象とする政策から、自立した主体としての利益保護のための環境整備を行う政策が必要となってきた。平成15年5月には、国民生活審議会消費生活部会から「21世紀の消費者政策の在り方について」が報告されている。また、4月に「杉並区消費生活行政あり方検討会」を発足し、区としても消費生活行政のあり方の見直しを進めている。										
	事業に対する住民の意見(事業に対する期待・要望・苦情など)	・いつでも無料で利用できる活動の場を提供して欲しい。 ・他団体との交流の場が欲しい。										
	今後の予測	平成15年9月頃に予定される「杉並区消費生活行政あり方検討会」の提言を踏まえて、消費生活行政の充実を図っていきたい。										

平成15年度 杉並区事務事業評価表

	活動指標(1)の14年度達成率%	102.2	活動指標(2)の14年度達成率%	100.0	14年度予算執行率%	57.0
14年度予算執行状況 (節減努力・未達理由等)	消費者グループ育成・支援の事業内容は学習会講師謝礼の補助であり、グループの申請に基づく補助事業である。 平成14年度は8回の申請を予定していたが、5回の申請しかなかったため、執行率は57パーセントにとどまった。					
前年度の改革案の取り組み状況 (15年度予算を削減または増額している場合、関連する新規事業がある場合にはそのその概要を明記)						
結果評価 (目的妥当性・有効性・効率性)	(1) 施策への貢献度は大きいですか 貢献度 大(理由)	理由: 消費者グループ活動の活性化を図ることは、自立した消費者を育成するうえで重要である。				
	(2) 区が行う必要がありますか。民間や国・都との役割分担は適切ですか 民間・国・都ではなく区が行うべきである(理由)	理由: 基礎的自治体としての区が行うことが最適。				
	(3) 成果を向上させることができますか できる(^) 成果向上のための方策は何ですか 具体的な内容を選択し、改革案の概要へ 手段・方法の変更	理由:				
	(4) 受益者負担の見直し余地はありますか ある(改革案の概要へ)	理由:				
	(5) 成果を維持して対象を縮小できますか又は対象を拡大して成果を上げることはできますか 対象を変更するのは適切でない(理由)	理由: 消費者グループの活動は、さまざまな消費者問題の解決に大きな役割を果たしており、対象を縮小することは適切でない。				
	(6) コストを下げる余地はありますか ある(区民との役割分担、協働)	理由:				
今後の事業のあり方	<input type="radio"/> 拡充 <input type="radio"/> サービス増 <input type="radio"/> 改善余地なし <input checked="" type="radio"/> 効率化 <input type="radio"/> 縮小 <input type="radio"/> 統廃合					
中長期的な視点	(1) 改革案の概要(いつまでに、どうかたちに) 16年4月に予定される消費者センターの移転を契機に、休日開館を含む利用時間の延長について検討する。 「杉並区消費生活行政あり方検討会」の提言を踏まえて、消費者が消費生活行政及び消費者センターの運営に主体的に参加できる仕組みを検討する。					
	(2) 改革案を実施するにあたっての阻害要因と克服方法 新センターは、他施設との併設施設になるため、施設の運営管理について他課との調整が必要である。 また、既存の消費者グループとの関係で、消費者センターの運営に参加する消費者をどのように選定するかを検討する必要がある。					
短期的な視点	(1) 翌年度予算見積の方向性	<input type="radio"/> 大幅増 <input type="radio"/> 増 <input checked="" type="radio"/> 増減なし <input type="radio"/> 減 <input type="radio"/> 大幅減 <input type="radio"/> 予算なし				
	(2) 理由	「杉並区消費生活行政あり方検討会」の提言を踏まえて、消費者グループの育成・支援の方策について検討する。しかし、提言は9月頃に予定されており、現段階での予算見積の方向性は「増減なし」とする。				

平成15年度 杉並区事務事業評価表

評価対象事務事業名		消費者教育副読本の作成				整理番号	154		枝番号				
所属部課名		区民生活部消費生活課		コード	051801		連絡先電話番号	4101		昨年度整理番号	519		
係名		消費生活係				上位施策名			No				
予算事業名		消費者行政		コード	18850		消費者行政の充実			64			
事務事業の概要	事業開始年度 <input type="radio"/> 昭和 <input checked="" type="radio"/> 平成				3年度		根拠法令等 <input checked="" type="checkbox"/> 実施計画事業 <input type="checkbox"/> 行革対象事業						
	事業の種類 <input type="checkbox"/> 新規 <input type="checkbox"/> 一部新規 <input type="checkbox"/> 臨時・単年度 <input type="checkbox"/> 内部管理				(1) 杉並区消費者教育副読本作成委員会設置要綱								
	対象 <input type="checkbox"/> 個人 <input type="checkbox"/> 世帯 <input type="checkbox"/> 団体 <input checked="" type="checkbox"/> その他				(2)								
	区立小学校5年生				(3)								
	活動内容（事務事業の内容、やり方、手順）				活動指標名(式)								
小学校教諭により小学校を対象にした副読本を作成し、5年生全員に配布している。				(1) 配布部数									
				(2)									
意図（対象をどのような状態にしたいのか）				成果指標名(式)									
小学校の授業(家庭科)で活用し、消費生活に関する知識を持った子どもを育成する				(1) 若年被害相談件数割合(若年被害相談数20代迄 ÷ 全体相談件数)									
				(2)									
区分		単位	12年度実績		13年度実績		14年度		15年度計画		目標値	目標値に対する14年度の達成率%	
							計画	実績			年度		
指標	活動指標(1)		部	4,800		4,800		4,800	4,800		4,500		
	活動指標(2)												
	成果指標(1)		%	23		21		21	27		24		
	成果指標(2)												
総事業費・コスト把握	事業費		千円	2,243		2,192		1,992	1,940		1,819	特記事項	
	(内)委託費		千円										
	職員数(正規 非常勤)		人	0.10		0.10		0.10		0.10	0.20		
	人件費	職員分(超勤分含む)		千円	908		908		908	908			908
		非常勤職員分		千円	0		0		0	0			587
	総事業費 + +		千円	3,151		3,100		2,900	2,848		3,314		
	単位あたりコスト ÷		円	656		646		604	593		736		
	財源	受益者負担分		千円									
		国・都等からの支出金		千円									
		特定財源計 +		千円	0		0		0	0			0
差引:一般財源 -		千円	3,151		3,100		2,900	2,848		3,314			
受益者負担比率 ÷		%	0.0		0.0		0.0	0.0		0.0			
事業を取り巻く環境	開始当初から現在までの変化		東京都に先駆けて作成してきた副読本で、他区も追随している。使用に関しては、現場の判断に委ねられている。										
	事業に対する住民の意見(事業に対する期待・要望・苦情など)		小学校の教諭から「わかりやすい」との評価を得ている。										
	今後の予測		アメリカでは、1972年から早期消費者教育を実施し、自立した消費者を育成している。我国にとっても、消費者の権利が保証され、自立した消費者を目指すためには早期教育は重要である。消費者契約法の制定時(平成12年)に衆参両院で「学校教育に積極的に取り組むこと」が決議されている。										

平成15年度 杉並区事務事業評価表

	活動指標(1)の14年度達成率%	100.0	活動指標(2)の14年度達成率%		14年度予算執行率%	97.4
14年度予算執行状況 (節減努力・未達理由等)						
前年度の改革案の取り組み状況 (15年度予算を削減または増額している場合、関連する新規事業がある場合にはそのその概要を明記)	児童の実数にあった部数の発行を行う。					

結果評価 (目的妥当性・有効性・効率性)	(1) 施策への貢献度は大きいですか 貢献度 大(理由)	理由: 若年層や子どもを狙った悪質商法が多く、早期消費者教育の必要性は重要である。
	(2) 区が行う必要がありますか。民間や国・都との役割分担は適切ですか 民間・国・都ではなく区が行うべきである(理由)	理由: 消費者教育副読本は、都に先駆けて、杉並区が作成し、他都市も追随している。内容的にも2年に1回改定し、時代の変化に対応したきめ細かなものとなっている。区が行うからこそできることである。
	(3) 成果を向上させることができますか できる(^) 成果向上のための方策は何ですか 具体的な内容を選択し、改革案の概要へ 事業費・活動量の増加	理由:
	(4) 受益者負担の見直し余地はありますか ない(理由)	理由: 小学生の副読本という性格上、受益者負担はなじまない。
	(5) 成果を維持して対象を縮小できますか又は対象を拡大して成果を上げることはできますか 対象を変更するのは適切でない(理由)	理由: 社会の状況がわかってくる小学5年生が妥当。
	(6) コストを下げる余地はありますか ある(その他)	理由: 毎年印刷部数を見直し、児童の実数にあった部数を印刷する。

今後の事業のあり方	<input type="radio"/> 拡充 <input type="radio"/> サービス増 <input type="radio"/> 改善余地なし <input checked="" type="radio"/> 効率化 <input type="radio"/> 縮小 <input type="radio"/> 統廃合
-----------	---

中長期的な視点	(1) 改革案の概要(いつまでに、どうかたちに) ・毎年印刷部数を見直し、児童の実数に合った部数を印刷する。 ・校長会、教頭会で毎年の配布と授業での活用をお願いしているが、今後は「消費者グループ」を派遣する方法なども検討してさらに成果を向上させるよう努める。
	(2) 改革案を実施するにあたっての阻害要因と克服方法

短期的な視点	(1) 翌年度予算見積の方向性	<input type="radio"/> 大幅増 <input type="radio"/> 増 <input type="radio"/> 増減なし <input checked="" type="radio"/> 減 <input type="radio"/> 大幅減 <input type="radio"/> 予算なし
	(2) 理由	児童数の減少

平成15年度 杉並区事務事業評価表

評価対象事務事業名		消費生活情報の提供及び展示				整理番号	155		枝番号			
所属部課名		区民生活部消費生活課		コード	51801		連絡先電話番号	4104		昨年度整理番号	521	
係名		消費生活係		上位施策名				No				
予算事業名		消費者行政		コード	18850		消費者行政の充実				64	
事務事業の概要	事業開始年度		<input checked="" type="radio"/> 昭和 <input type="radio"/> 平成		47年度		根拠法令等 <input checked="" type="checkbox"/> 実施計画事業 <input type="checkbox"/> 行革対象事業					
	事業の種類		<input type="checkbox"/> 新規 <input type="checkbox"/> 一部新規 <input type="checkbox"/> 臨時・単年度 <input type="checkbox"/> 内部管理		(1) 消費者保護基本法 (2) 杉並区立消費者センター条例 (3) 杉並区立消費者センター条例施行規則							
	対象		<input checked="" type="checkbox"/> 個人 <input checked="" type="checkbox"/> 世帯 <input checked="" type="checkbox"/> 団体 <input checked="" type="checkbox"/> その他		活動指標名(式) (1) 展示資料会館日数 (2) センター利用者数							
	活動内容 (事務事業の内容、やり方、手順)		意図 (対象をどのような状態にしたいのか) 消費生活に関する必要な情報を得、かつ身につけることにより自主的、合理的な消費者行動に、結びつける							成果指標名(式) (1) (代)図書・ビデオ貸し出し件数 (2) (代)すぎなみ生活展参加数 (平成13年度までは「センターまつり」)		
区分		単位	12年度実績	13年度実績	14年度		15年度		目標値	目標値に対する14年度の達成率%		
					計画	実績	計画		年度			
指標	活動指標(1)		日	247	247	247	247	249				
	活動指標(2)		人	13,415	10,260	10,260	7,844	8,000				
	成果指標(1)		件	62	150	64	42	42				
	成果指標(2)		人	770	325	715	336	477				
総事業費・コスト把握	事業費		千円	2,048	2,216	2,932	2,800			特記事項		
	(内)委託費		千円									
	職員数(正規 非常勤)		人	0.90 0.90	0.90 0.90	0.90 0.90	0.90 0.90	0.90 0.90				
	人件費	職員分(超勤分含む)	千円	8,175	8,175	8,175	8,175	8,175				
		非常勤職員分	千円	2,642	2,642	2,642	2,642	0				
	総事業費 + +		千円	12,865	13,033	13,749	13,617	8,175				
	単位あたりコスト ÷		円	52,085	52,765	55,664	55,130	32,831				
	財源	受益者負担分		千円								
		国・都等からの支出金		千円								
		特定財源計 +		千円	0	0	0	0	0			
差引:一般財源 -		千円	12,865	13,033	13,749	13,617	8,175					
受益者負担比率 ÷		%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0					
事業を取り巻く環境	開始当初から現在までの変化		社会状況の変化により、消費生活に係わる問題は多重多様化し、それに伴い商品やサービス等に関するトラブルが増加している。また、消費生活と関係ある環境問題も深刻化しており、今後も適切な情報の提供に欠かせない。									
	事業に対する住民の意見 (事業に対する期待・要望・苦情など)		区民が必要とする消費生活関連情報を身近な所で得られる体制を整えて欲しい。									
	今後の予測		情報技術の進展により、パソコンや携帯電話等が急速に普及している。企業や公共団体においてもホームページや電子メール等区民と情報交換していくことが主流になる。情報弱者に配慮しながら適時適切な情報を提供していくことが求められている。									

平成15年度 杉並区事務事業評価表

	活動指標(1)の14年度達成率%	100.0	活動指標(2)の14年度達成率%	76.5	14年度予算執行率%	95.5
14年度予算執行状況 (節減努力・未達理由等)	・すぎなみ生活展(センターまつり)の参加数の減少は、PR不足が一つの原因と考えられる。 ・消費者センターの図書や環境や食品の専門的なものが多く普段に区民に利用されることは少ない。					
前年度の改革案の取り組み状況 (15年度予算を削減または増額している場合、関連する新規事業がある場合にはそのその概要を明記)	国、都、企業などから送付される、「お知らせ」や「パンフレット」類を分別して並べることにより、施設利用者の利便性を向上させた。					

結果評価 (目的妥当性・有効性・効率性)	(1) 施策への貢献度は大きいですか	理由: 商品の安全性や消費者契約の知識や情報は直接区民の消費生活に係わるものであり、消費者センターが果たす役割は消費者保護の観点から需要である。
	<input type="text" value="貢献度 大(理由)"/>	
	(2) 区が行う必要がありますか。民間や国・都との役割分担は適切ですか	理由: 国や都並びに企業の最新情報を得ることでき、消費生活に関する総合的な情報を区民に提供できる。
	<input type="text" value="民間・国・都ではなく区が行うべきである(理由)"/>	
	(3) 成果を向上させることができますか	
	<input type="text" value="できる(^)"/> 成果向上のための方策は何ですか 具体的な内容を選択し、改革案の概要へ <input type="text" value="手段・方法の変更"/>	
(4) 受益者負担の見直し余地はありますか	理由: 消費者センターが提供する情報は、消費者被害の未然防止や消費者意識の啓発等、消費生活の安定及び向上に役立てるものであり有料化になりません。	
<input type="text" value="ない(理由)"/>		
(5) 成果を維持して対象を縮小できますか又は対象を拡大して成果を上げることはできますか	理由: 消費生活情報は、全て区民に係わるものであり普遍性がある。対象を若者や高齢者に重点化することはできても、限定、縮小は望ましくない。	
<input type="text" value="対象を変更するのは適切でない(理由)"/>		
(6) コストを下げる余地はありますか	理由: イベントの統合、PR経費の削減職員の応援体制などで事業をおこなっている。また、図書等についても区民の要望や職員の検討により必要最小限のものを購入している。現時点ではコストの削減は難しい。	
<input type="text" value="ない(理由)"/>		

今後の事業のあり方 拡充 サービス増 改善余地なし 効率化 縮小 統廃合

中長期的な視点	(1) 改革案の概要(いつまでに、どうかたちに) 区民のだれもがいつでも何処でも必要な消費情報が得られるように環境を整備する。
	(2) 改革案を実施するにあたっての阻害要因と克服方法

短期的な視点	(1) 翌年度予算見積の方向性	<input type="radio"/> 大幅増 <input checked="" type="radio"/> 増 <input type="radio"/> 増減なし <input type="radio"/> 減 <input type="radio"/> 大幅減 <input type="radio"/> 予算なし
	(2) 理由	ホームページの開設を予定している。