

# 事務事業実績測定調査

事務事業名称													事業者等に係る調査事業			
測定年度		2021(R3)年度				部		危機管理部			課		消費生活センター			
市長公約との関係		所信表明		市政運営方針		R2		R3		R4						
総合計画体系		基本目標		1.安全で、利便性の高いまち												
		施策目標		3.暮らしに身近な安全が確保されたまち												
		実行計画名														
1. 事務事業の概要																
種類		市民サービス			特性			非選択的事業			区分		非選択的事務事業			
事業期間		2001(H13)年度				年度		～				年度まで				
根拠法令等		家庭用品品質表示法、電気用品安全法、消費生活用製品安全法、ガス事業法、液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律、計量法等														
関係補助金名称		サンセット														
関係附属機関名称																
事業対象		メインターゲット		計量法等の規定に基づく立入検査の対象となる事業所												
		サブターゲット		消費生活を営む市民												
		ターゲットが抱える課題		有効期限の切れている計量器による著しく不正確な内容量表示商品や不適正な品質表示の製品を販売している事業所が存在する。												
		ターゲットが抱える課題		市民が商品を購入する際に適切な情報提供を受けることができず、不利益を被る可能性がある。												
めざす姿、あるべき姿 (課題が解決した状態)		法の規定に基づく適正な計量や表示を遵守した販売が行っている状態。														
事業概要		①市内の販売店にある商品に、政令で定められた適正な品質表示があることを立入検査により確認 ②計量法に基づいた商品量目立入検査を実施 ③適正管理事業所からの報告等の受理及び府への進達処理 ④計量法に基づいた定期検査(所在場所)を実施														
2. ロジックモデル及び指標設定																
ロジックモデル		アウトカム (活動効果)				アウトプット (活動結果)				インプット (活動)						
						法の規定に基づく適正な計量や表示方法等を遵守した販売が行っている				法の規定に基づく商品量目立入検査や販売事業者への立入検査等を実施する。						
指標設定		アウトカム (活動効果)				アウトプット (活動結果)				インプット (活動)						
		指標説明				商品量目立入検査や製品安全マーク等に係る検査等の結果、適正に表示等がされていた商品の割合 【算出式: 適正に表示等がされていた商品の数 / 立入検査等を行った商品の数 × 100】				商品量目立入検査や製品安全マーク等に係る調査店舗数						
				単位		単位		%		単位		店舗				
		指標種類				増加することが良いとされる指標				増加することが良いとされる指標						
		指標数値		R2	R3	R4	R5	R2	R3	R4	R5	R2	R3	R4	R5	
		目標(見込み)						100	100	100	100	6	6	6	6	
		実績						100	100			6	3			
達成度						100%				50%						
分析						立入検査を行った店舗すべてにおいて、法に基づく適正な表示がなされていた。				新型コロナウイルスの影響により商品量目立入検査(中元期と歳末期)は実施できなかったが、製品安全マーク等に係る調査を3店舗実施した。						

3. 人員体制 (人)

	R3
正職員(再任用)	0.64
任期付職員	0.00
会計年度任用職員	0.00
特別職非常勤	0.00
附属機関委員	0.00

※「止職員、再任用、任期付」の人員については、人員配置をもとに平均人件費を乗算しています。  
 ※R2年度から会計年度任用職員制度が創設されたこと等に伴い、R1年度の「人件費 会計年度任用職員」欄については、過去の調書の「非常勤職員人件費」「臨時職員人件費」の合計を転記しています。  
 ※「歳入計」欄および「一般財源」欄には物件費に充当されるものを記載していますが、R1年度は人件費に充当されるものも含まれています。  
 (千円)

4. 決算額

		R1決算額	R2決算額	R3決算額	(参考)R3予算額	(参考)予算執行率
歳出	人件費					
	正職員、再任用、任期付	5,131	9,092	5,028		
	会計年度任用職員(時間外、交通費等含む)	0	0	0		
	特別職非常勤	—	0	0		
	附属機関委員	—	0	0		
	人件費計	5,131	9,092	5,028		
	物件費計	1,879	3,265	2,063	2,299	91%
	歳出計	7,010	12,357	7,091		
歳入	国庫支出金	0	0	0	0	
	府支出金	54	52	46	52	
	受益者負担(使用料・手数料)	0	887	904	911	
	市債	0	0	0	0	
	その他	841	0	0	0	
	歳入計	895	939	950	963	
	一般財源	6,115	2,326	1,113	1,336	

5. 総括的分析

総括的分析	新型コロナウイルスの影響により、目標とする店舗数の立入検査を実施できなかったが、実施した店舗においては法に基づく適正な表示がなされていた。
-------	---

6. 今後の方向性

区分	現状維持
今後の取組方針	法の規定に基づき、適正な計量や表示が遵守されているか、立入検査を行う。

# 事務事業実績測定調査

事務事業名称	消費者等教育啓発事業													
測定年度	2021(R3)年度				部	危機管理部				課	消費生活センター			
市長公約との関係	所信表明			市政運営方針	R2	R3			R4					
総合計画体系	基本目標				1.安全で、利便性の高いまち									
	施策目標				3.暮らしに身近な安全が確保されたまち									
	実行計画名				3-2.安全な消費生活の推進									

## 1. 事務事業の概要

種類	市民サービス	特性	選択的事业	区分	一般事務事業
事業期間	1982(S57)年度		年度	~	年度まで
根拠法令等	枚方市消費生活相談員等派遣実施要綱、消費者教育推進法等				
関係補助金名称					サンセット
関係附属機関名称					

事業対象	メインターゲット	悪質商法等による被害に遭う可能性のあるすべての市民
	サブターゲット	
	ターゲットが抱える課題	「自分は消費者被害には遭わない、騙されない」と思っているため対策を怠ってしまう。
	ターゲットが抱える課題	

めざす姿、あるべき姿(課題が解決した状態)	市民一人ひとりが消費者問題に対する基本的な知識を習得し、消費者被害に遭わない行動をしている。
-----------------------	--

事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>①消費生活セミナーの開催</li> <li>②消費生活相談員派遣による出前講座の実施</li> <li>③メセナひらかた会館多目的ホール、大会議室等での消費者教育講演会の実施</li> <li>④市民公募によるくらしのリーダー(悪質商法の被害防止などを目的とする「消費生活地域・学生啓発リーダー」)の育成</li> <li>⑤月刊くらしの赤信号(8,000部/月)の作成及び配布。なお、配布についてはくらしのリーダー、希望する団体、民生委員児童委員協議会、老人クラブ連合会、市施設等へ行なっている</li> <li>⑥広報、ホームページ等での啓発記事掲載</li> <li>⑦消費者施策の推進に寄与する事業に取り組んでいる団体からの事業提案を審査選定し、消費生活の推進等を目的とした啓発活動を業務委託し、消費者団体の活動を支援・育成する</li> </ul>
------	--

## 2. ロジックモデル及び指標設定

ロジックモデル	アウトカム(活動効果)	アウトプット(活動結果)	インプット(活動)
	市民の消費者行動に対する意識が向上する	消費生活セミナー及び消費者教育講演会に市民が参加する	消費生活セミナー及び消費者教育講演会を実施する

指標設定	指標説明	各種活動の参加者の満足度【算出式:アンケートで「とてもわかりやすかった」「わかりやすかった」と回答した人数/アンケート回答者数×100】	消費生活セミナー及び消費者教育講演会への参加者数(交付金事業分除く)	消費生活セミナー及び消費者教育講演会の実施回数																																										
	指標種類	増加することが良いとされる指標	増加することが良いとされる指標	増加することが良いとされる指標																																										
	指標数値	<table border="1"> <tr> <th>単位</th> <th>%</th> </tr> <tr> <td>R2</td> <td>R3</td> <td>R4</td> <td>R5</td> </tr> <tr> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>84</td> <td>87</td> <td></td> </tr> </table>	単位	%	R2	R3	R4	R5	100	100	100	100	実績	84	87		<table border="1"> <tr> <th>単位</th> <th>人</th> </tr> <tr> <td>R2</td> <td>R3</td> <td>R4</td> <td>R5</td> </tr> <tr> <td>400</td> <td>400</td> <td>400</td> <td>400</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>22</td> <td>94</td> <td></td> </tr> </table>	単位	人	R2	R3	R4	R5	400	400	400	400	実績	22	94		<table border="1"> <tr> <th>単位</th> <th>回</th> </tr> <tr> <td>R2</td> <td>R3</td> <td>R4</td> <td>R5</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>1</td> <td>6</td> <td></td> </tr> </table>	単位	回	R2	R3	R4	R5	10	10	10	10	実績	1	6	
	単位	%																																												
	R2	R3	R4	R5																																										
	100	100	100	100																																										
実績	84	87																																												
単位	人																																													
R2	R3	R4	R5																																											
400	400	400	400																																											
実績	22	94																																												
単位	回																																													
R2	R3	R4	R5																																											
10	10	10	10																																											
実績	1	6																																												
達成度	87%	24%	60%																																											
分析	消費生活セミナー等の啓発事業におけるアンケート結果によると概ね満足していただいた。	参加者数が少ないのは、新型コロナウイルスの影響により、消費生活セミナー等の参加人数を制限したうえで実施したためである。	新型コロナウイルスの影響により、消費生活セミナーを目標回数開催することができなかった。																																											

ロジックモデル②	アウトカム(活動効果)	アウトプット(活動結果)	インプット(活動)
	市民の消費者行動に対する意識が向上する	出前講座の開催により、市民が消費者問題に対する基本的な知識を習得できる機会が増える。	消費生活相談員による出前講座を実施

指標設定②	指標説明	各種活動の参加者の満足度【算出式:アンケートで「とてもわかりやすかった」「わかりやすかった」と回答した人数/アンケート回答者数×100】	出前講座参加人数	出前講座開催回数																																										
	指標種類	増加することが良いとされる指標	増加することが良いとされる指標	増加することが良いとされる指標																																										
	指標数値	<table border="1"> <tr> <th>単位</th> <th>%</th> </tr> <tr> <td>R2</td> <td>R3</td> <td>R4</td> <td>R5</td> </tr> <tr> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>84</td> <td>87</td> <td></td> </tr> </table>	単位	%	R2	R3	R4	R5	100	100	100	100	実績	84	87		<table border="1"> <tr> <th>単位</th> <th>人</th> </tr> <tr> <td>R2</td> <td>R3</td> <td>R4</td> <td>R5</td> </tr> <tr> <td>600</td> <td>600</td> <td>600</td> <td>600</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>96</td> <td>64</td> <td></td> </tr> </table>	単位	人	R2	R3	R4	R5	600	600	600	600	実績	96	64		<table border="1"> <tr> <th>単位</th> <th>回</th> </tr> <tr> <td>R2</td> <td>R3</td> <td>R4</td> <td>R5</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>15</td> <td>15</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>4</td> <td>4</td> <td></td> </tr> </table>	単位	回	R2	R3	R4	R5	15	15	15	15	実績	4	4	
	単位	%																																												
	R2	R3	R4	R5																																										
	100	100	100	100																																										
実績	84	87																																												
単位	人																																													
R2	R3	R4	R5																																											
600	600	600	600																																											
実績	96	64																																												
単位	回																																													
R2	R3	R4	R5																																											
15	15	15	15																																											
実績	4	4																																												
達成度	87%	11%	27%																																											
分析	消費生活セミナー等の啓発事業におけるアンケート結果によると概ね満足していただいた。	参加者数が少ないのは、新型コロナウイルスの影響により、出前講座の依頼が少なかったためである。	新型コロナウイルスの影響により出前講座の依頼件数が少なかった。																																											

ロジックモデル③	アウトカム (活動効果)					アウトプット (活動結果)					インプット (活動)				
	市民の消費者行動に対する意識が向上する					消費者団体による啓発活動により、市民が消費者問題に対する基本的な知識を習得できる機会が増える。					消費生活の推進等を目的とした啓発活動を業務委託し、消費者団体の活動を支援・育成する。				
指標設定③	指標説明	各種活動の参加者の満足度 【算出式:アンケートで「とてもわかりやすかった」「わかりやすかった」と回答した人数/アンケート回答者数×100】				消費者団体による啓発活動参加人数				消費者団体による啓発活動回数					
	指標種類	増加することが良いとされる指標				増加することが良いとされる指標				増加することが良いとされる指標					
	指標数値	R2	R3	R4	R5	R2	R3	R4	R5	R2	R3	R4	R5		
	目標(見込)	100	100	100	100	350	350	350	350	10	10	10	10		
	実績	84	87			109	113			6	6				
	達成度	87%				32%				60%					
	分析	消費生活セミナー等の啓発事業におけるアンケート結果によると概ね満足していただけ。				参加人数が少ないのは、新型コロナウイルスの影響により廃油回収の回数が少なかったためである。				新型コロナウイルスの影響により廃油回収を目標回数実施することができなかった。					

3. 人員体制 (人)

	R3
正職員(再任用)	1.29
任期付職員	0.00
会計年度任用職員	0.45
特別職非常勤	0.00
附属機関委員	0.00

※「止職員、再任用、任期付」の人件費については、人員配置をもとに平均人件費を乗算しています。  
 ※R2年度から会計年度任用職員制度が創設されたこと等に伴い、R1年度の「人件費 会計年度任用職員」欄については、過去の調書の「非常勤職員人件費」「臨時職員人件費」の合計を転記しています。  
 ※「歳入計」欄および「一般財源」欄には物件費に充当されるものを記載していますが、R1年度は人件費に充当されるものも含まれています。  
 (千円)

4. 決算額

		R1決算額	R2決算額	R3決算額	(参考)R3予算額	(参考)予算執行率
歳出	人件費					
	正職員、再任用、任期付	10,342	6,300	10,136		
	会計年度任用職員(時間外、交通費等含む)	1,919	1,832	1,551		
	特別職非常勤	—	0	0		
	附属機関委員	—	0	0		
	人件費計	12,261	8,132	11,687		
	物件費計	1,488	868	971	1,546	68%
	歳出計	13,749	9,000	12,658		
歳入	国庫支出金	0	0	0	0	
	府支出金	0	0	0	0	
	受益者負担(使用料・手数料)	0	0	0	0	
	市債	0	0	0	0	
	その他	13	3	1	20	
		歳入計	13	3	1	20
	一般財源	13,736	865	970	1,526	

5. 総括的分析

総括的分析 新型コロナウイルスの影響により消費生活セミナーをはじめ、各種啓発事業が中止となり、目標値に達することができなかったが、定期刊行紙「月刊くらしの赤信号」や啓発物品の配布、ホームページや公共施設のデジタルサイネージを活用した情報発信など市民一人ひとりの消費者問題に対する意識の高揚に努めるとともに、令和4年4月1日の成年年齢引き下げに伴う若年層の消費者トラブル未然防止のため、様々な角度から周知・啓発に取り組んだ。

6. 今後の方向性

区分	現状維持
今後の取組方針	市民の消費者問題に対する意識の高揚を図るため、引き続き各種啓発事業に取り組む。

# 事務事業実績測定調査

事務事業名称													消費生活センター機能拡充事業			
測定年度		2021(R3)年度				部		危機管理部			課		消費生活センター			
市長公約との関係		所信表明		市政運営方針		R2		R3		R4						
総合計画体系		基本目標		1.安全で、利便性の高いまち												
		施策目標		3.暮らしに身近な安全が確保されたまち												
		実行計画名														
1. 事務事業の概要																
種類		市民サービス				特性		選択的事业			区分		一般事務事業			
事業期間		2009(H21)年度				年度		~				年度まで				
根拠法令等		大阪府消費者行政強化事業補助金及び推進事業補助金交付要綱、地方消費者行政推進事業実施要領、地方消費者行政活性化基金管理運営要領等														
関係補助金名称												サンセット				
関係附属機関名称																
事業対象		メインターゲット		悪質商法等による被害に遭う可能性のあるすべての市民												
		サブターゲット		さらなるレベルアップを図る必要のある本市消費生活相談員												
		ターゲットが抱える課題		「自分は消費者被害には遭わない、騙されない」と思っているため対策を怠ってしまう。												
		ターゲットが抱える課題		消費生活相談が複雑化・多様化するなか、消費生活相談員のさらなるレベルアップが必要。												
めざす姿、あるべき姿(課題が解決した状態)		市民一人ひとりが消費者問題に対する基本的な知識を習得し、消費者被害に遭わない行動をしている。また、複雑化・多様化する消費生活相談に迅速かつ適切な対応ができています。														
事業概要		消費者行政強化・推進事業補助金等を活用し、消費生活センター機能の充実及び消費者行政の啓発充実を図る事業を実施 ①消費生活センターの周知活動 ②啓発用冊子の地域配布、啓発用グッズ作成・配布 ③小学校での情報リテラシー講演会 ④消費生活相談員(消費生活苦情相談事業に携わる専門相談員)のレベルアップのため、(独)国民生活センター等主催研修への派遣														
2. ロジックモデル及び指標設定																
ロジックモデル		アウトカム(活動効果)				アウトプット(活動結果)				インプット(活動)						
		情報の共有化を図ることで、各種相談に対し質の高い対応を行うことが出来る。				研修で知識を習得した消費生活相談員が、勉強会を実施し他の相談員と情報の共有化を図る。				(独)国民生活センター等主催の研修に消費生活相談員が参加する。						
指標設定		アウトカム(活動効果)				アウトプット(活動結果)				インプット(活動)						
		指標説明		相談者の満足度【算出式:相談結果への満足度に関するアンケートで「満足」「概ね満足」と回答した人数/アンケート回答者数×100】		指標説明		情報の共有化を行うことでレベルアップに繋がった相談員の延べ人数		指標説明		年間研修参加人数				
		指標種類		増加することが良いとされる指標		指標種類		増加することが良いとされる指標		指標種類		増加することが良いとされる指標				
		指標数値		R2 R3 R4 R5		指標数値		R2 R3 R4 R5		指標数値		R2 R3 R4 R5				
		達成度		100%		達成度		71%		達成度		86%				
分析		相談者の窓口アンケート結果によると、高い満足度をいただくことができた。				各相談員が受講した研修内容を他の相談員全員と共有し、個々のスキルアップに繋げることができた。				在籍する相談員全員が様々なテーマで実施する国民生活センター主催の宿泊研修に参加することができた。※1名欠員のため、参加者は6人であった。						

3. 人員体制 (人)

	R3
正職員(再任用)	0.50
任期付職員	0.00
会計年度任用職員	0.00
特別職非常勤	0.00
附属機関委員	0.00

※「止職員、再任用、任期付」の人件費については、人員配置をもとに平均人件費を乗算しています。  
 ※R2年度から会計年度任用職員制度が創設されたこと等に伴い、R1年度の「人件費 会計年度任用職員」欄については、過去の調書の「非常勤職員人件費」「臨時職員人件費」の合計を転記しています。  
 ※「歳入計」欄および「一般財源」欄には物件費に充当されるものを記載していますが、R1年度は人件費に充当されるものも含まれています。  
 (千円)

4. 決算額

		R1決算額	R2決算額	R3決算額	(参考)R3予算額	(参考)予算執行率
歳出	人件費					
	正職員、再任用、任期付	4,009	3,988	3,929		
	会計年度任用職員(時間外、交通費等含む)	0	0	0		
	特別職非常勤	—	0	0		
	附属機関委員	—	0	0		
	人件費計	4,009	3,988	3,929		
	物件費計	2,586	1,018	979	3,400	38%
	歳出計	6,595	5,006	4,908		
歳入	国庫支出金	0	0	0	0	
	府支出金	2,586	11,027	7,145	15,409	
	受益者負担(使用料・手数料)	0	0	0	0	
	市債	0	0	0	0	
	その他	0	0	0	0	
	歳入計	2,586	11,027	7,145	15,409	
	一般財源	4,009	▲ 10,009	▲ 6,166	▲ 12,009	

5. 総括的分析

総括的分析	在籍するすべての相談員が各種研修に参加し、他の相談員に情報共有を行うことでスキルアップを図ることができた。また、相談者の窓口アンケートをみて「相談結果への満足度」について高い評価をいただいております。多種多様な相談を適切に対応できている結果であると考えます。
-------	---

6. 今後の方向性

区分	現状維持
今後の取組方針	複雑化・多様化する相談に適切かつ迅速に対応するため、引き続き研修の機会を確保し、相談員のスキルアップに努める。

# 事務事業実績測定調査

事務事業名称	消費生活センター施設維持管理業務										
測定年度	2021(R3)年度			部	危機管理部			課	消費生活センター		
市長公約との関係	所信表明		市政運営方針	R2	R3	R4					
総合計画体系	基本目標		1.安全で、利便性の高いまち								
	施策目標		3.暮らしに身近な安全が確保されたまち								
	実行計画名										
1. 事務事業の概要											
種類	内部管理			特性	内部事務			区分	一般内部管理事務		
事業期間	1980(S55)年度			年度	~	年度まで					
根拠法令等	枚方市立消費生活センター条例										
関係補助金名称				サンセット							
関係附属機関名称											
事業対象	メインターゲット		相談等で消費生活センターへ来られた利用者								
	サブターゲット										
	ターゲットが抱える課題		サンブラザ3号館は国の定める耐震基準を満たしておらず、センター利用者の安全を守る観点から早急に耐震補強工事もしくは代替施設への移転を行う必要がある。								
	ターゲットが抱える課題		センターの利用者が、安全快適に利用できるよう必要な施設保全や保守点検等を実施する必要がある。								
めざす姿、あるべき姿 (課題が解決した状態)	センターの利用者が施設を安全快適に利用できている。										
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>枚方市立消費生活センター施設の概要 枚方市岡東町12-3-202、昭和55年4月1日設置、総面積294㎡(機械室除く) 苦情相談コーナー、研修室、資料閲覧・視聴覚コーナー、事務室</li> <li>消費生活センター施設の維持管理に関する事業 ①清掃業務委託 ②空調施設保守点検委託 ③自動扉保守点検委託 ④防火対象物定期点検委託 ⑤サンブラザ3号館共益費・振興会負担金・ゴミ処理負担金の支払 ⑥光熱水費の支出等</li> </ul>										

## 2. ロジックモデル及び指標設定

ロジックモデル	アウトカム (活動効果)				アウトプット (活動結果)				インプット (活動)					
					消費生活センターが適正に維持管理されている。				必要な保守点検等を実施する。					
指標設定	アウトカム (活動効果)				アウトプット (活動結果)				インプット (活動)					
	指標説明				保守点検の結果、不具合のあった件数				保守点検の回数					
	単位				単位 件				単位 回					
	指標種類				減少することが良いとされる指標				増加することが良いとされる指標					
	指標数値		R2	R3	R4	R5	R2	R3	R4	R5	R2	R3	R4	R5
	目標(見込み)						0	0	0	0	7	7	7	7
実績						0	1			7	7			
達成度				0%				100%						
分析				空調機の保守点検で一部不具合が見つかり、修繕を行った。				各設備にかかる保守点検を既定回数実施した。						

3. 人員体制 (人)	
	R3
正職員(再任用)	0.19
任期付職員	0.00
会計年度任用職員	0.00
特別職非常勤	0.00
附属機関委員	0.00

※「止職員、再任用、任期付」の人件費については、人員配置をもとに平均人件費を乗算しています。  
 ※R2年度から会計年度任用職員制度が創設されたこと等に伴い、R1年度の「人件費 会計年度任用職員」欄については、過去の調書の「非常勤職員人件費」「臨時職員人件費」の合計を転記しています。  
 ※「歳入計」欄および「一般財源」欄には物件費に充当されるものを記載していますが、R1年度は人件費に充当されるものも含まれています。  
 (千円)

#### 4. 決算額

		R1決算額	R2決算額	R3決算額	(参考)R3予算額	(参考)予算執行率
歳出	人件費					
	正職員、再任用、任期付	1,523	1,515	1,493		
	会計年度任用職員(時間外、交通費等含む)	0	0	0		
	特別職非常勤	—	0	0		
	附属機関委員	—	0	0		
	人件費計	1,523	1,515	1,493		
	物件費計	9,189	7,737	7,988	9,220	87%
	歳出計	10,712	9,252	9,481		
歳入	国庫支出金	0	0	0	0	
	府支出金	0	0	0	0	
	受益者負担(使用料・手数料)	0	0	0	0	
	市債	0	0	0	0	
	その他	0	0	0	0	
	歳入計	0	0	0	0	
	一般財源	10,712	7,737	7,988	9,220	

#### 5. 総括的分析

総括的分析	空調設備の保守点検において一部不具合が見つかり、修繕を行ったが、当センターの各設備について、概ね適切に維持管理が行えていると考える。
-------	--

#### 6. 今後の方向性

区分	現状維持
今後の取組方針	センターの利用者が安全・快適に利用していただけるよう、引き続き適切な維持管理に努める。

# 事務事業実績測定調査

事務事業名称													消費生活相談関係事業						
測定年度		2021(R3)年度			部		危機管理部			課		消費生活センター							
市長公約との関係		所信表明			市政運営方針		R2		R3		R4								
総合計画体系		基本目標			1.安全で、利便性の高いまち														
		施策目標			3.暮らしに身近な安全が確保されたまち														
		実行計画名			3-2.安全な消費生活の推進														
1. 事務事業の概要																			
種類		市民サービス			特性		選択的事业			区分		一般事務事業							
事業期間		1980(S55)年度			年度		~				年度まで								
根拠法令等		消費者基本法、消費者安全法、枚方市立消費生活センター条例、枚方市消費者安全確保地域協議会設置要綱																	
関係補助金名称		サンセット																	
関係附属機関名称																			
事業対象		メインターゲット			悪質商法等に遭った、ある製品を使って怪我をしてしまったなど、消費者被害に遭う可能性のある市民														
		サブターゲット																	
		ターゲットが抱える課題			自分が消費者被害に遭ったと思っていない、また、騙された自分を認めたくないため相談等をしていない。														
		ターゲットが抱える課題																	
めざす姿、あるべき姿(課題が解決した状態)		消費者被害に遭われた、若しくは遭っているかもしれないと感じた市民が消費生活センター等の相談機関に相談し、消費生活相談員による助言(自主交渉)、斡旋解決等ができています。また、高齢者等の見守りの必要な市民が消費者被害に遭われた場合、関係機関と連携し、被害の早期解決のための対応を行うとともに、今後同様の被害に遭わないための出口支援を行うべく見守り活動を行うことができています。																	
事業概要		<p>①消費生活にかかわる市民の相談を電話及び窓口で消費生活相談員が受けて、解決へ向けて助言またはあっせんを行う。</p> <p>②全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)を運用し、消費生活相談に係る情報を入力・調査・検索することにより、本市消費生活相談の迅速、的確な処理に活用する。</p> <p>③2019年4月1日に設置した「枚方市消費者安全確保地域協議会」の構成機関が連携し、消費者事故等の発生の防止を図るための見守り活動、啓発活動及び広報活動を行う。</p>																	
2. ロジックモデル及び指標設定																			
ロジックモデル		アウトカム(活動効果)				アウトプット(活動結果)				インプット(活動)									
		消費生活相談に対して助言や斡旋等を行う				市民が消費生活相談をする				消費生活相談を開設する									
指標設定		アウトカム(活動効果)				アウトプット(活動結果)				インプット(活動)									
		消費生活相談処理完了率 【算出式:相談結果が「処理不能」「あっせん不調」とならなかった相談件数/年度内に処理した消費生活相談件数×100】				相談件数(一年間あたり)				相談開設日数(一年間あたり)									
		単位 %				単位 件				単位 日									
		増加することが良いとされる指標				増加することが良いとされる指標				増加することが良いとされる指標									
		指標種類		R2		R3		R4		R5		R2		R3		R4		R5	
		指標数値		100		100		100		100		3,000		3,000		3,000		3,000	
実績		98		98.40						3,414		3,016							
達成度		98%				101%				100%									
分析		消費生活相談に対して助言や斡旋等を行えた割合は比較的高い数値であった。				相談件数は、増加(減少)するのがよいとは一概には言えるものではないが、例年と同程度のご相談を受けた。				年間通して休所することなく、相談を開設することができた。									

3. 人員体制 (人)	
	R3
正職員(再任用)	1.16
任期付職員	0.00
会計年度任用職員	3.99
特別職非常勤	0.00
附属機関委員	0.00

※「止職員、再任用、任期付」の人件費については、人員配置をもとに平均人件費を乗算しています。  
 ※R2年度から会計年度任用職員制度が創設されたこと等に伴い、R1年度の「人件費 会計年度任用職員」欄については、過去の調書の「非常勤職員人件費」「臨時職員人件費」の合計を転記しています。  
 ※「歳入計」欄および「一般財源」欄には物件費に充当されるものを記載していますが、R1年度は人件費に充当されるものも含まれています。  
 (千円)

#### 4. 決算額

		R1決算額	R2決算額	R3決算額	(参考)R3予算額	(参考)予算執行率
歳出	人件費					
	正職員、再任用、任期付	9,300	9,251	9,114		
	会計年度任用職員(時間外、交通費等含む)	17,267	16,418	13,750		
	特別職非常勤	—	0	0		
	附属機関委員	—	0	0		
	人件費計	26,567	25,669	22,864		
	物件費計	822	852	797	881	99%
	歳出計	27,389	26,521	23,661		
歳入	国庫支出金	0	0	0	0	
	府支出金	10,635	0	0	0	
	受益者負担(使用料・手数料)	0	0	0	0	
	市債	0	0	0	0	
	その他	0	0	0	0	
	歳入計	10,635	0	0	0	
	一般財源	16,754	852	797	881	

#### 5. 総括的分析

総括的分析	相談件数は、増加(減少)するのがよいとは一概に言えるものではないが、昨年度に比べ398件減少した。また、活動効果をみても助言や斡旋等を行った割合は比較的高い数値となっており、様々な消費者相談への対応が適切に行えている状況であると考え。
-------	---

#### 6. 今後の方向性

区分	現状維持
今後の取組方針	年々、複雑化・多様化する相談に適切に対応し、消費者トラブルの未然防止・早期解決を図る。

# 事務事業実績測定調査

事務事業名称		消費生活センター運営事務															
測定年度	2021(R3)年度				部	危機管理部				課	消費生活センター						
市長公約との関係	所信表明		市政運営方針		R2	R3		R4									
総合計画体系	基本目標		9.施策体系外														
	施策目標		99.施策体系外														
	実行計画名																
1. 事務事業の概要																	
種類	内部管理			特性			庶務的事務			区分		庶務的内部管理事務					
事業期間	不明			年度	~		年度まで										
根拠法令等	決裁																
関係補助金名称											サンセット						
関係附属機関名称																	
事業対象	メインターゲット		課の運営事務に携わっている職員														
	サブターゲット																
	ターゲットが抱える課題		課の運営を円滑に行う必要がある。														
	ターゲットが抱える課題																
めざす姿、あるべき姿 (課題が解決した状態)	課の運営が円滑に執行できている。																
事業概要	課の運営事務																
2. ロジックモデル及び指標設定																	
ロジックモデル	アウトカム (活動効果)				アウトプット (活動結果)				インプット (活動)								
指標設定	指標説明																
	指標種類		単位		単位		単位		単位		単位						
	指標数値	R2		R3		R4		R5		R2		R3		R4		R5	
		目標 (見込み)															
	実績																
	達成度																
分析																	

3. 人員体制 (人)

	R3
正職員(再任用)	1.22
任期付職員	0.00
会計年度任用職員	0.00
特別職非常勤	0.00
附属機関委員	0.00

※「止職員、再任用、任期付」の人件費については、人員配置をもとに平均人件費を乗算しています。  
 ※R2年度から会計年度任用職員制度が創設されたこと等に伴い、R1年度の「人件費 会計年度任用職員」欄については、過去の調書の「非常勤職員人件費」「臨時職員人件費」の合計を転記しています。  
 ※「歳入計」欄および「一般財源」欄には物件費に充当されるものを記載していますが、R1年度は人件費に充当されるものも含まれています。  
 (千円)

4. 決算額

		R1決算額	R2決算額	R3決算額	(参考)R3予算額	(参考)予算執行率
歳出	人件費					
	正職員、再任用、任期付	9,781	9,730	9,586		
	会計年度任用職員(時間外、交通費等含む)	0	0	0		
	特別職非常勤	—	0	0		
	附属機関委員	—	0	0		
	人件費計	9,781	9,730	9,586		
	物件費計	1,052	873	872	1,141	86%
	歳出計	10,833	10,603	10,458		
歳入	国庫支出金	0	0	0	0	
	府支出金	0	0	0	0	
	受益者負担(使用料・手数料)	0	0	0	0	
	市債	0	0	0	0	
	その他	0	0	0	0	
	歳入計	0	0	0	0	
	一般財源	10,833	873	872	1,141	

5. 総括的分析

総括的分析 定期的にセンター会議を開催し、各種事務事業の進捗管理や情報共有を行い、年間通して円滑に業務を遂行することができた。

6. 今後の方向性

区分	現状維持
今後の取組方針	引き続き、相談員を含め、職員一人ひとりが公務員としての自覚と責任のもと、正確かつ迅速な事務に努める。