

施策・基本事業評価表

優先度: 成果＝中。財源＝低。●地域支援課、商工観光課、福祉事務所

番号	施策名	施策の対象	施策のねらい	区分	施策の成果指標(単位)	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	前期 目標値	24年度	25年度	26年度	28年度 (目標値)	評価	評価の判定理由と原因分析の説明	今後の取り組み等
6-4	市民との協働による犯罪が 起こりにくいまちづくり	市民	犯罪や消費者ト ラブルが減り、安 全で安心なまち となっている。	成果	犯罪件数(件) ()内は人口千人あたりの 件数	767 (15.9)	642 (13.3)	539 (11.2)	573 (11.8)	705 (14.5)	617 (12.6)	618 (12.7)	↓	526 (10.7)	864 (17.6)	480 (9.8)	↓	目標達成	犯罪件数は、平成25年度を除くと 年々確実に減少傾向である。平成25 年度は、同一窃盗犯による4年間分の 200件超が計上されているためであり 特殊となっている。 平成26年度の犯罪件数は、480件と 目標の700件をかなり下回っている。 今後も、関係機関と連携し、防犯活動 を啓発、強化していく。	今年は、福岡県の特種詐欺による被害 額が、すでに昨年を超えようとしてい る。 警察と協議した結果、校区コミュニティ 協議会等の役員会で、警察から特殊 詐欺防止の啓発を行ってもらい、そこ から地域の方々に周知していただき、 被害防止を図っていくこととした。

番号	基本事業名称	基本事業の対	基本事業のねらい	区分	基本事業成果指標(単位)	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度	前期 目標値	24年度	25年度	26年度	28年度 (目標値)	評価	評価の判定理由と原因分析の説明	今後の取り組み等
01	自主防犯組織の強化と充 実	市民	地域の防犯組織 が確立し、地域 住民が自主的に 連帯し、防犯活 動が行われている。	成果	自主防犯組織数(団体)	5 (5)	13 (9)	17 (11)	14 (11)	11 (11)	11 (11)	11 (11)	14 (11)	11 (11)	11 (11)	11 (11)	11	目標達成	市内全地域において、校区毎の安全 安心まちづくり協議会が設立され、当 初の目的は達成したと言える。	市内全域で設立された安全安心まち づくり協議会、警察、防犯協会、市との 連携を図り、活動の活性化を推進して いく。
02	防犯意識の向上	市民	啓発の充実等によ り、市民の防 犯意識が高ま り、被害にあわ なくなっている。	成果	防犯対策を行っている市 民の割合(%)	58.4	56.9	56.9	60.1	57.3	64.5	59.9	↑	61.5	57.8	67.2	↑	目標達成	防犯対策を行っている市民の割合は、 前年度比で9.4ポイント増とかなり増加 しており、目標値である65%を超えた。 昨年度までも、60%前後の高い数値で 推移しており、目標達成であると判断 する。	今後も、各地域の安全安心まちづくり 推進協議会、警察、防犯協会等と連携 し、市民に対して防犯意識の向上を 図っていく。
				成果	防犯活動に参加している 市民の割合(%)	4.5	6.4	6.1	5.5	6.7	5.2	4.9	↑	5.5	4.5	4.8	↑	横ばい	防犯活動に参加している市民の割合 は、前年比0.3ポイント増加となってい るものの低い伸びであり、平成23年度 とほぼ同じ数字となっており、横ばいと 判断する。	市民個人個人の防犯意識は向上してい るが、地域の防犯活動に参加されて いる方々は、役員等の人達に限定され ているようである。 各地域の安全安心まちづくり推進協議 会等と連携し、幅広い参加を呼びかけ 活動を活性化していく必要がある。
03	賢い消費者づくりの推進	市民	消費者が、消費 生活に関する正 しい知識を習得 し、トラブルが未 然に防がれてい る。	代替	消費生活相談件数(件)	484	444	455	457	376	358	142	540	531	553	509	480	目標達成	相談件数は509件と減った。新規相談 件数も269件と前年度比31件の減だ が、目標値480件を超えていて、市民 からの多種多様な相談に対応できて いる。	相談件数の増減が目的ではなく、より 多くの市民の方に消費生活相談窓口 を知ってもらい、利用してもらおうが 重要なので、さらなる啓発・周知に努め る。併せて、多様化する振込詐欺防止 や特殊詐欺防止等の啓発・周知にも努 める。
				成果	消費者相談の解決率 (%)	84.8	95.4	85.9	92.7	87.9	95.5	95.8	-	78.8	77.8	72.2	95	不調	成果指標は、前年比5.6ポイント減少し ており不調である。相談窓口が介入し 解決に至ったものは39件、斡旋に応じ ないものが9件(業者1件、相談者8 件)、相談者と連絡が取れなくなった ケースが6件であった。	消費トラブル解決のため、事例検討 会、レベルアップ研修、各種説明会等 に参加することや司法書士を講師とし た研修会を開催することで、継続的に 相談員や職員のレベルアップを図る。 また、相談解決のためには、他の消費 生活センターや専門機関との連携も重 要であり、引き続き連携を図る。
				成果	クーリングオフを知ってい る市民の割合(%)	69.3	71.1	73.0	72.2	72.9	77.1	80.0	↑	79.4	80.2	79.8	↑	順調	出前講座、広報ちくごへの掲載等によ り、クーリング・オフの周知を進めてき たが、0.2ポイント目標に届かなか った。 全く知らない人の割合は前年同様 6.8%だったが、聞いたことがある人の 割合は12.9%から13.4%へ0.5ポイント の増となった。	クーリング・オフの周知は一定進んで いる。今後は全く知らない人の割合を 減らしていく必要がある。70歳以上の 年代が16.6%(前年12.8%)と他の年代 0.5%~11.5%(前年2.6%~6.9%)に 比べ依然として高い割合のため、引き 続きデイサービス等への出前講座を重 点的に取り組むことで周知していく。