

消費者基本計画（第4次）アクションプラン 数値目標の進捗状況

<実績に対する評価>

資料3-1

A（達成率100%以上）	: 12指標
B（達成率75～99%）	: 1指標
C（達成率50～74%）	: 1指標
D（達成率50%未満）	: 0指標

指標名	担当課所	基準値 (R2)		R4	R5	R6	R7	R4の実績に対する評価	今後の方向性	(参考)目標値の考え方
<b>1 安全・安心な消費生活の確保</b>										
1 消費生活用製品安全法に基づく販売店等への立入検査数	生活文化課	年間140件	期待値・目標値	年間145件	年間150件	年間155件	年間160件	A	引き続き、市町村と連携して販売店への立入検査を実施し、消費者の生命・身体に対する危害の防止及び利益の保護に努めていく。	製品の安全性の確保に向け、基準値から約20%増の検査件数を目指す。
			実績	153件						
2 家庭用品品質表示法に基づく販売店等への立入検査数	生活文化課	年間165件	期待値・目標値	年間174件	年間183件	年間192件	年間200件	A	引き続き、市町村と連携して販売店への立入検査を実施し、消費者の生命・身体に対する危害の防止及び利益の保護に努めていく。	立入検査件数全国一を目標とし、基準値から約20%増を目指す。(R2全国第1位:高知県(175件)、茨城は第2位)
			実績	184件						
<b>2 消費者被害の未然防止・救済</b>										
3 「いばらきくらしのセミナー」受講者の満足度	消費生活センター	—	期待値・目標値	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	A	引き続き、受講者の満足度向上に向け、講師の研修受講等を通じて質の高い講義を行っていく。	国消費者基本計画の研修実施の数値目標に準拠し、5段階評価中平均4以上を目指す。
			実績	4.8						
4 県、市町村、民間団体が実施する消費者教育講座等の実施回数	生活文化課 消費生活センター	271回	期待値・目標値	301回	334回	367回	400回	A	引き続き、学校や企業等に消費者教育講座等の活用を働きかけ、消費者被害の未然防止を図っていく。	出前講座、講演会、セミナー等の実施回数について、基準値の1.5倍の実施を目指す。
			実績	561回						
5 消費生活センターの認知度	生活文化課 消費生活センター	62.1%	期待値・目標値	69%	76%	83%	90%	B	広報誌・ラジオ放送・SNSなど各種広報媒体を活用するとともに、学校等へ消費者教育講座の活用を働きかけて講座受講者に対し周知していくことにより、認知度向上に取り組んでいく。	国消費者基本計画の数値目標に準拠し、90%を目指す。(62.1%+(7%/年×4年)=90%) ※R4ネットモニターアンケート結果(10～11月実施)
			実績	62.8%						
6 消費生活相談員養成講座受講者の試験合格率	消費生活センター	10%	期待値・目標値	15%	20%	25%	30%	A	養成講座受託者と協議のうえ、課題と対応策を年度末までに整理して、次年度の当該事業に活かす。(例 過去問の試験を行う。成績不良者は受験を見送る。成績不良者への追加講義を行う等)	国全体の合格率(25.8%・R2)以上を目指す。((30%-10%)÷4=5%/年)
			実績	21.7%						
7 レベルアップ・スキルアップ研修会出席者の満足度	消費生活センター	—	期待値・目標値	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	A	引き続き、受講者の満足度向上に向け、講師の研修受講等を通じて質の高い講義を行っていく。	国消費者基本計画の研修実施の数値目標に準拠し、5段階評価中平均4以上を目指す。
			実績	4.4						
8 国、県等が実施する研修への市町村行政職員の参加率	生活文化課	27.0%	期待値・目標値	40%	53%	66%	80%	C	市町村に対して、定期的に、国等が実施する研修を案内して受講を促すとともに、四半期ごとに市町村行政職員の研修受講状況を確認し、受講状況の低い市町村に対して研修への参加を促していく。	国「地方消費者行政強化作戦2020」の数値目標に準拠し、全市町村の80%の参加を目指す。
			実績	29.8%						
<b>3 消費者の自立の支援</b>										
9 各種媒体を通じた情報発信回数	生活文化課 消費生活センター	101回	期待値・目標値	128回	157回	187回	220回	A	引き続き、SNSを中心にこまめな情報発信を行っていく。	HP、メールマガジン、SNS、ラジオ、新聞等での発信回数について、基準値の2倍以上を目指す。
			実績	447回						
10 「いばらき消費生活なび」HPのアクセス数	生活文化課 消費生活センター	年間46,953件	期待値・目標値	年間48,000件	年間49,000件	年間50,000件	年間51,000件	A	引き続き、こまめな情報発信を行っていく。	更新頻度を上げるなどしてアクセス数を年間1,000件ずつ増やし、基準値の10%増を目指す。
			実績	61,393件						
11 教員向け消費者教育講座の受講校の割合	生活文化課	6%(10校)	期待値・目標値	25%	50%	70%	80%	A	引き続き、学校における消費者教育の充実に向け、受講校の割合を高めていく。	高等学校等の80%(県立高校等の全校、私立高校等の50%を目標)の受講を目指す。
			実績	80.9%						
12 「いばらきくらしのセミナー」受講者の満足度(再掲)	消費生活センター	—	期待値・目標値	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	(A)	引き続き、受講者の満足度向上に向け、講師の研修受講等を通じて質の高い講義を行っていく。(再掲)	国消費者基本計画の研修実施の数値目標に準拠し、5段階評価中平均4以上を目指す。(再掲)
			実績	4.8						
12 エシカル消費の認知度	生活文化課	18.4%	期待値・目標値	21%	24%	27%	30%	A	さらに認知度を高めるため、HPやSNSでの情報発信、チラシ配布など、積極的な周知を図っていく。	国消費者基本計画の数値目標に準拠し、30%を目指す。 ※R4ネットモニターアンケート結果(10～11月実施)
			実績	24.6%						
13 多重債務者向け無料相談会で債務整理につながった案件の割合	生活文化課	50%(直近3か年平均)	期待値・目標値	55%	60%	65%	70%	A	引き続き、多重債務者の債務整理に向け、法律専門家との連携を図っていく。	より多くの案件で解決の道筋がたつよう、直近3か年平均から20%増を目指す。
			実績	69.2%						
<b>4 多様化・複雑化する消費者問題への対応</b>										
14 「いばらきくらしのセミナー」受講者の満足度(若者)	消費生活センター	—	期待値・目標値	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	A	引き続き、受講者の満足度向上に向け、講師の研修受講等を通じて質の高い講義を行っていく。	国消費者基本計画の研修実施の数値目標に準拠し、5段階評価中平均4以上を目指す。
			実績	4.8						
レベルアップ・スキルアップ研修会出席者の満足度(再掲)	消費生活センター	—	期待値・目標値	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	5段階評価中平均4以上	(A)	引き続き、受講者の満足度向上に向け、講師の研修受講等を通じて質の高い講義を行っていく。(再掲)	国消費者基本計画の研修実施の数値目標に準拠し、5段階評価中平均4以上を目指す。(再掲)
			実績	4.4						
<b>5 人や社会、環境に配慮した消費活動の推進</b>										
エシカル消費の認知度(再掲)	生活文化課	18.4%	期待値・目標値	21%	24%	27%	30%	(A)	さらに認知度を高めるため、HPやSNSでの情報発信、チラシ配布など、積極的な周知を図っていく。(再掲)	国消費者基本計画の数値目標に準拠し、30%を目指す。 ※R4ネットモニターアンケート結果(10～11月実施)(再掲)
			実績	24.6%						