

茨城県消費者基本計画（第4次）アクションプラン数値目標

指 標 名	担当課所	基準値 (R2)	期待値			目標値 (R7)	目標値の考え方
			R4	R5	R6		
1 安全・安心な消費生活の確保							
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	年間145件	年間150件	年間155件	年間160件	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。
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	年間174件	年間183件	年間192件	年間200件	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)
2 消費者被害の未然防止・救済							
「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	—	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	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。
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	301回	334回	367回	400回	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。
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%	69%	76%	83%	90%	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%)
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%	15%	20%	25%	30%	国全体の合格率(25.8%・R2)以上を目指す。((30%-10%)÷4=5%/年)
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	—	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	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。
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%	40%	53%	66%	80%	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。
3 消費者の自立の支援							
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	128回	157回	187回	220回	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。
「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	年間48,000件	年間49,000件	年間50,000件	年間51,000件	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。
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)	25%	50%	70%	80%	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。
「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	—	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	(再掲)
エンカル消費の認知度	生活文化課	18.4%	21%	24%	27%	30%	国消費者基本計画の数値目標に準拠し、30%を目指す。
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年平均)	55%	60%	65%	70%	より多くの案件で解決の道筋がたつよう、直近3年平均から20%増を目指す。
4 多様化・複雑化する消費者問題への対応							
「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	—	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	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。
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	—	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	(再掲)
5 人や社会、環境に配慮した消費活動の推進							
エンカル消費の認知度(再掲)	生活文化課	18.4%	21%	24%	27%	30%	(再掲)