

消費者基本計画（第4次）アクションプラン 数値目標の見直しについて

<実績に対する評価>

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

資料1

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	(参考)目標値の考え方
1 安全・安心な消費生活の確保									
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	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	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					
2 消費者被害の未然防止・救済									
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	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	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					
【修正案】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	561回 (R4)	期待値・目標値		605回	650回	700回		アクションプラン策定時に基準としたR2は新型コロナの影響で実績が少なく、また、新型コロナ禍前の4カ年の実績の伸び方が1.08倍(H28:656回→R1:714回)であることから、R4実績を基準に毎年1.08倍ずつ実施回数を伸ばし、コロナ禍前の水準となる基準値の1.2倍以上を目指す。
			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	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%)
			実績	62.6%					
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	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	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	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%					
3 消費者の自立の支援									
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	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					
【修正案】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	447回 (R4)	期待値・目標値		400回	454回	510回		情報発信の媒体には、随時情報発信が可能なもの(SNS等)と年間の回数が決まっているもの(新聞等)があることから、随時情報発信ができるHPとSNSについて、R4実績を基準に、R3→R4のSNS発信回数の伸び(R3:144回→R4:178回 1.2倍)を上回る1.5倍を目標とし、情報発信全体としてはR4実績の約1.2倍を目指す。
			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	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					
【修正案】「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61,393件 (R4)	期待値・目標値		年間63,000件	年間65,000件	年間67,000件		R3.7月に「いばらき消費生活なび」HPを大幅にリニューアルしたことから、R4年度実績を基準に、アクセス数を年間2,000件ずつ増やし、直近7カ年の平均増加率(4.6%)を上回る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	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%					
【修正案】教員向け消費者教育講座の受講校の割合	生活文化課	80.9%(123校) (R4)	期待値・目標値		87%	94%	100%		R4年度から実施方法を変更したため、R4年度実績を基準とし、全高等学校等の受講を目指す。
			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)	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					
13 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	国消費者基本計画の数値目標に準拠し、30%を目指す。
			実績	24.6%					
14 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)	期待値・目標値	55%	60%	65%	70%	A	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。
			実績	69.2%					
4 多様化・複雑化する消費者問題への対応									
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	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)	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					
5 人や社会、環境に配慮した消費活動の推進									
14 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)	国消費者基本計画の数値目標に準拠し、30%を目指す。(再掲)
			実績	24.6%					