

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

資料1

＜上期の実績に対する評価＞

A(達成率100%以上) : 7指標
B(達成率75~99%) : 2指標
C(達成率50~74%) : 1指標
D(達成率50%未満) : 2指標

指標名	担当課所	基準値 (R2)		R4 (上期)	R5	R6	R7	R4上期の実績に対する評価	下期の見通し
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	D	下期に検査を実施する市町村が多いことから、上期の実績は伸びなかった。11月末現在、20件程度の実施状況のため、12/6に全市町村あて数値目標を踏まえた検査実施の通知を发出了。併せて、進捗管理を毎週実施し、目標を達成する予定。
			実績	7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	D	下期に検査を実施する市町村が多いことから、上期の実績は伸びなかった。11月末現在、20件程度の実施状況のため、12/6に全市町村あて数値目標を踏まえた検査実施の通知を发出了。併せて、進捗管理を毎週実施し、目標を達成する予定。
			実績	7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	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。(上期実績51回、下期は43回実施予定)
			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	B	上期と同ペースで取組むと目標達成となるが、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。(県出前講座は下期43回実施予定)
			実績	281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	目標達成に至らなかったため、下期はTwitterでの投稿回数の増(週2~週3)や、各種広報媒体を活用し、さらなる周知に取り組んでいく。
			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%	-	※二次試験12/10、11、合格発表12月下旬。
			実績	26.5% (R3実績)※					
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。
			実績	4.5					
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%	-	引き続き、国研修や県が実施するスキルアップ研修等に行政職員の参加を促し、職員の質の向上を図っていく。
			実績	(国集計中)					
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	上期と同ペースで取組むと目標達成となるが、引き続き、Twitterを中心にこまめな情報発信を行っていく。
			実績	121回					
10 「いばらき消費生活ナビ」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	C	上期は計29回情報発信を行ったが、引き続き、目標達成に向けこまめな情報発信を行っていく。
			実績	27,328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	今年度の目標は達成したが、動画は12月下旬まで視聴できることから、まだ受講していない学校に受講を勧め、割合を高めていく。
			実績	52.0%					
「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)	(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	今年度の目標は達成したが、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。
			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。
			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	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。
			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)	(再掲)
			実績	4.5					
5 人や社会、環境に配慮した消費活動の推進									
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)	(再掲)
			実績	24.6%					

(参考) 目標値の考え方
製品の安全性の確保に向け、基準値から約20%増の検査件数を目標とする。
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)
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。
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。
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)
国全体の合格率(25.8%・R2)以上を目指す。((30%-10%)÷4=5%/年)
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「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。
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。
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。
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。
(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)
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。
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)
(再掲)