

評価指標（案）

目標項目	内容	現状 (2017;H29)	目標値 (2034;H34)
1 消費生活に関する講座を受講した高校生の割合 (県総合計画の参考指標)	成年年齢引下げを踏まえ、新成人となる高校生の消費者教育を充実させる必要があることから、3年間で概ね1回は受講できることを目指す。	23%/年	30%/年
2 消費生活出前講座等（高齢者向け含む）受講者数	消費者トラブルの未然防止を図るため、高齢者等を含めた消費生活講座の受講を毎年100人ずつ増加させることを目指す。	4,400人/年	5,000人/年
3 消費者教育担い手	地域の身近な場所において、消費者啓発を受けられる環境づくりが必要であることから、地域住民や消費生活相談員等の担い手を新たに毎年30人ずつ育成することを目指す。	350人 (累計)	500人 (累計)
4 商品等選択時に消費行動が環境に及ぼす影響を考慮する人の割合	持続可能な社会の実現のため、消費行動が環境に及ぼす影響を考慮する人の割合の増加を目指す。	37.0%(H30)	現状値以上
5 県民1人1日当たりの食品ロス発生量 (県総合計画の参考指標)	国連の「2030年までに世界全体の1人当たりの食料廃棄を半減する」との目標を踏まえ、全県的な食品ロス削減運動の展開や意識啓発等により、2030年までの半減を目指して減少させる。	約110g (H28)	減少させる

※1 消費生活出前講座(一般向け)、悪質商法撃退教室(高齢者向け)、くらしの相談会(各市町村ごとにくらしのアドバイザーが企画(消費者協会委託事業))合計の4年平均(小学生向け講座を除く(H29のみ実績))

※2 消費生活推進リーダー24、くらしのアドバイザー70、消費生活相談員 30、消費生活研究グループ 166、事業者・学生ボランティア(多様な主体参加者) 30、見守り研修会新規受講 30~50

他県消費者教育推進計画の検証及び評価の指標例

都道府県	評価指標等	数値
福井(28-30)	商品・サービス選択時に環境や社会の事を意識する消費者 〔商品やサービスが環境へ及ぼす影響 28.4%(H27) 〔事業者の経営方針や理念、社会貢献活動 13.5%〕〕	8割以上
	生産(事業)活動において環境や社会のことを意識する生産者(事業者)の割合	5割
	高齢者の特殊詐欺被害 〔(H26)51件、被害金額2億8,540万円 〔(H27)58件、被害金額2億5,284万円〕〕	ゼロを目指す
愛媛県 第2次 (30~34)	学校における消費者教育実施率 幼稚園~高校	100%
	〃 大学等	50~70%
	〃 指導要領以外の実施率(小学校から高校)	30~80%
	出前講座実施回数の向上 小学校	H29:19回→20回以上
	中学校	H29:24回→25回以上
	高校	H29:38回→40回以上
石川(27-31)	講座実施回数	508回/年→750回
	見守りネットワーク市町数	6市町 → 19市町
	担い手	延べ350人
	適格消費者団体設立	なし → 設立
	消費者教育教材貸出回数	30回/年 → 100回
岩手(27-31)	メールマガジン登録者数	899人 → 1,300人
	県民報道機関向け情報提供回数 教員向け研修回数	H25実施回数 年2回
京都(29-31)	消費者教育講座開催数(年) 小~高校	100 → 200講座
	大学	40 → 70
	成人	170 → 300
	ネットトラブル防止講座開催数	50 → 100講座
	消費者教育推進校	0 → 5校
高齡者見守りネットワーク数	5市町村→13市町村	
福島(27-32)	県ホームページへのアクセス件数	現状より上
岡山(26-30)	教員向け消費者教育講座の受講者数	68 → 350人(累計)
徳島(30-34)	指標なし：各種事業の参加人数等をKPIとしている。	
和歌山・千葉 (27-29)	指標なし：各事業の実施状況を○△×・abcで評価	
千葉(29-30)	指標なし：各事業をabcで評価	
鳥取(28-30)	指標なし：取組み状況を一覧表とする	

なし：兵庫(30-32)、福岡(26-30)

県審議会議事録

H27.11(部長) 実は目標の話は、冒頭に言いましたけど、とても難しいと僕は思っています。数字の目標っていうのは。これはさっき言ったように、元々の哲学が自分の生活をキチンと自分の守れるように。そしてそうじゃない方についてどうやって守っていくか、っていうこと考えていくものですから、「何人にしましょう」とか「何パーセント」とか難しいと思ってるんですけど、ただ少しでもこういった考え方が、多くの県民に伝わるような工夫をしていきたいと思っております。

H26.11（会長）通常、計画には数値目標のようなものがあるので、今は難しいと思うが、将来的にはできればと思う。

（事務局） 指標については、国の基本方針の中でも問題にされてはいるものの、示されていない。今年、たぶん基本方針の見直しの中間の年だと思うので、その中で指標が示されれば、採用できるものを取り入れて、例えば、国の指標と本県のを対比しながら見ていけると思う。国のものを見ただうえで、必要に応じて計画を見直すこともできると考えている。

（会長） 途中で見直すことはできるのか。

（事務局） すぐ指標化しなければならないということにはならないと思うが、県の計画は、大切なことが起こったときは、例えば5年と決められていても途中で変えることもあるので、国の動きを見ていきたい。

（会長） 国の動きというよりも、県として先にできればいいと思うが。

（事務局） また、どのようにすればよいかご相談させていただきたいと思う。

（会長） 数値目標かどうかは別として、でも何かあったほうがいいと思う。

（事務局） 相談件数が減れば、見た目だけ数字が減ったから本当にできたのかどうかというのもあるし、人の気持ちというところもあるので、それをどのように指標化するかは悩ましいところである。また、委員の皆様のお知恵を拝借したいと思っている。

（会長） いろいろな分野の委員がいらっしゃるので、個別にでもまたご指導いただけたらと思う。

国方針（3）指標化に関する調査研究

消費者教育の推進のためには、消費者教育及び消費者市民社会という概念の普及が引き続き必要であり、その普及の程度を測ることも有益である。その指標化に関する調査研究を実施する必要がある。

また、地方公共団体における、教育委員会を含む他部局との連携の状況や連携の進展度を検証していくことも必要であり、そのための調査研究も実施する。