

1 全体指標

目標達成は で表示

成果指標名	直近値 (R元)	実績値					目標値 [R3]	令和3年度実績の概要
		R2	R3	R4	R5	R6		
クーリングオフ制度を知っている人の割合	81.9%	77.4%	80.9%				85%	島根県政世論調査結果（R3.8実施） 80.9%：よく知っている(25.4%)、ある程度知っている(55.5%) 見聞きしたことはあるがよく知らない(13.3%)、見聞きしたこともない(4.1%)
消費生活相談窓口を知っている人の割合	91.0%	87.5%	90.0%				100%	島根県政世論調査結果（R3.8実施） 90.0%：名前や業務の内容、所在地、連絡先等知っている6.1%、名前や業務内容を知っている34.2%、名前は知っている49.7% 全く知らない8.0%
社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択している人の割合	- (新規指標)	56.9%	62.1%				43% (最終50%)	島根県政世論調査結果（R3.8実施） 62.1%：ある62.1%、ない20.2%、わからない16.1%

2 個別指標

基本方針・施策		成果指標名	直近値 (R元)	実績値					目標値 [R3]	令和3年度実績の概要
				R2	R3	R4	R5	R6		
基本方針Ⅰ 消費者教育の推進										
施策① 消費者教育の総合的・一体的 推進	消費者問題出前講座の開催回数	142回	67回 39.4%	41回 24.1%				170回	対象別実績 若年者24回、高齢者8回、地域その他6回、職域3回 <消費者教育外部人材活用講師派遣事業> 法律の専門家を講師とした授業等の実施回数14件（情報科学高校ほか8校）	
	学校における消費者教育の実践研究数	6件	6件 120.0%	2件 40.0%				5件	小学校家庭科教育研究会、社会科教育研究会	
施策② 消費者団体等の活動への支援	県と民間の消費者行政事業協働件数	17件	16件 88.9%	19件 105.6%				18件 (最終20件)	明日への消費者活動支援事業（17団体）、消費者ネットしまね、 島根大学消費者研究会	
施策③ 消費生活情報の発信	消費生活に関する情報の提供回数	436回	1,188回 198.0%	240回 40.0%				600回	テレビ1回、ラジオ10回、新聞27回、広報紙等17回、 フェイスブック39回、ツイッター142回、ユーチューブ4回	
基本方針Ⅱ 消費生活相談体制の充実・強化										
施策④ 県消費者センターの充実	消費者相談のあっせん時解決率	91.9%	88.1% 96.8%	年度終了 後に集計				91.0%	県消費者センターへの相談件数 2,189件 (前年度同期 2,542件（年間3,298件）)	
施策⑤ 市町村相談体制の充実に向けた 支援	巡回訪問を実施した市町村数（R6までの累計）	19市町村 (H28～R元)	6 31.6%	5 57.9%				19市町村 (R2～6)	9月（隠岐の島町）、10月（吉賀町、海士町、西ノ島町、知夫村）	
基本方針Ⅲ 消費生活の安全・安心の確保										
施策⑥ 消費生活上特に配慮を要する 消費者の被害防止	地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議 会）が設置されている市町村数（R6までの累計）	6市町	8 66.7%	8 66.7%				12市町村 (最終19市町村)	松江市(H28.10)、飯南町(H29.4)、浜田市(H30.2)、西ノ島町(H31.1)、 大田市(H31.2)、雲南市(R元.11)、美郷町(R2.3)、安来市(R2.4)	
	市町村の地域見守りネットワーク設置による 県内人口カバー率（R6までの累計）	49.3%	55.6%	55.6%				(最終100%)	令和3年1月1日現在の住民基本台帳人口により算出	
施策⑦ 消費者事故等の未然防止・拡大 防止	消費生活相談窓口を知っている人の割合	91.0%	87.5% 87.5%	90.0% 90.0%				100.0%	島根県政世論調査により把握（再掲）	
施策⑧ 規格・表示、取引行為の適正化	家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法に基づく 事業所への立入検査件数	26件	15 53.6%	6 21.4%				28件	県：川本町（6店舗）	
施策⑨ 県民意見の反映	消費者団体等との意見交換回数	13回	6回 60%	7回 70%				10回	市町消問研等との意見交換（書面1、TV会議5） 消費者ネットしまね学習会	

注）「最終」とは、計画最終年度における目標値のこと。