

消費者教育施策のロジックモデルとKPI・評価指標例

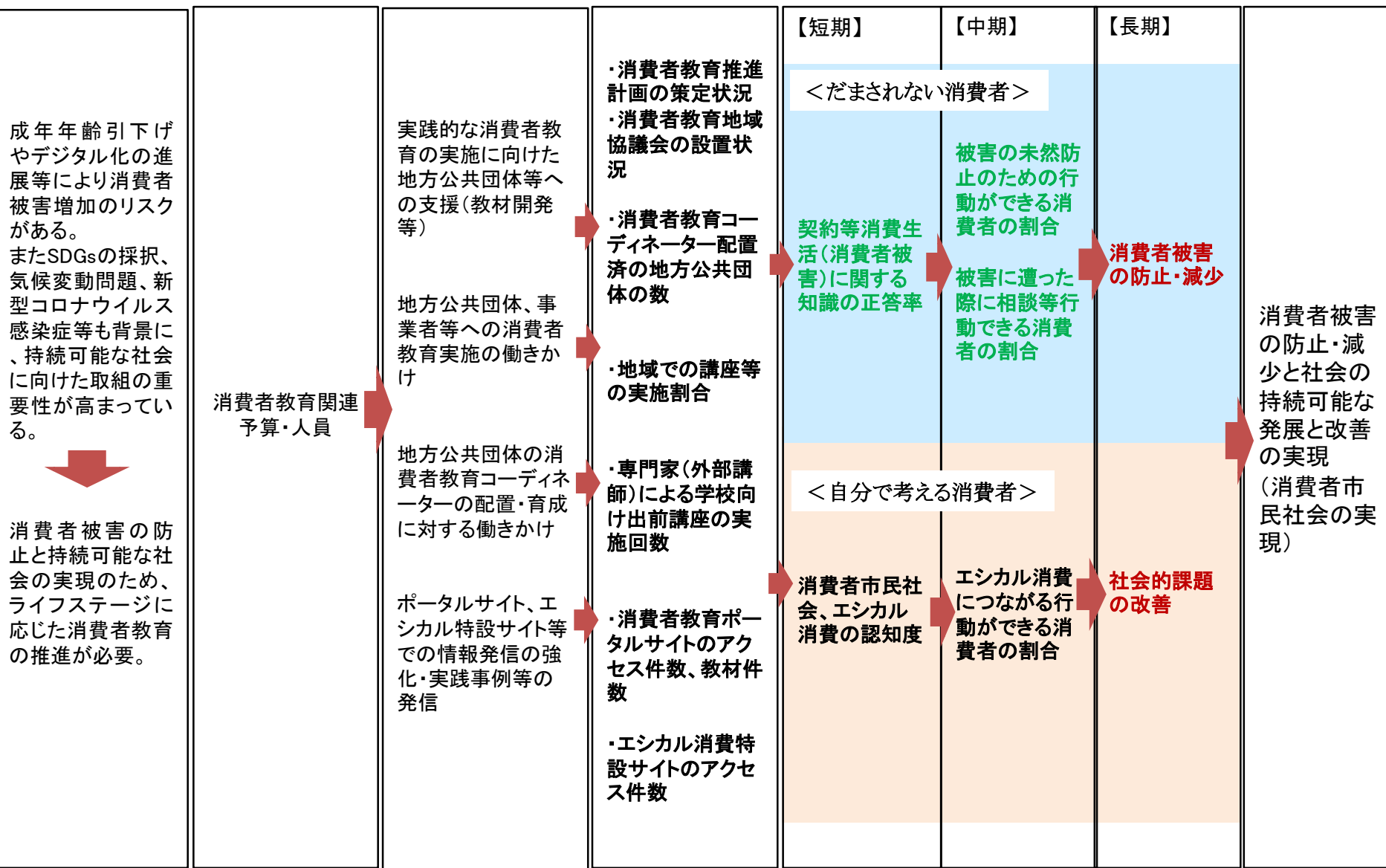
**現状把握
・課題設定**

成 年 年 齢 引 下 げ
や デ ジ タ ル 化 の 進
展 等 に よ り 消 費 者
被 害 増 加 の リ ス ク
が あ る。
ま た S D G s の 採 択、
気 候 変 動 問 題、新
型 コ ロ ナ ウ イ ル ス
感 染 症 等 も 背 景 に
、 持 続 可 能 な 社 会
に 向 け た 取 組 の 重
要 性 が 高 ま っ て い
る。



消 費 者 被 害 の 防
止 と 持 続 可 能 な 社
会 の 実 現 の た め、
ラ イ フ ス テ ー ジ に
応 じ た 消 費 者 教 育
の 推 進 が 必 要。

インプット アクティビティ アウトプット アウトカム インパクト



(※) 若年者の消費生活に関する知識と行動についての実態調査の調査対象は18・19歳

消費者基本計画工程表※におけるKPI（抜粋）

	指標	目標	直近値
SDGs 関連（消費者市民社会）	消費者市民社会の認知度	消費者市民社会の認知度の向上を目指す	令和元年度27.0% (平成29年度33.2%)
	エシカル消費の認知度	令和4年度調査において、認知度を30%にする	令和元年度12.2% (平成29年度6.0%)
地域での消費者教育推進	消費者教育推進計画の策定状況	指定都市及び中核市で消費者教育推進計画の策定と消費者教育地域協議会の設置割合50%以上を目指す	令和3年度37.8% (令和2年度38.8%)
	消費者教育地域協議会の設置状況		令和3年度35.4% (令和2年度35.0%)
	地域における消費者教育推進の実態把握	都道府県・指定都市等が実施する消費者教育関連事業（講座等）の実施割合増を目指す	令和3年度42.2% (令和2年度55.3%)
多様な主体における消費者教育の推進	消費者教育コーディネーターの配置	全ての都道府県、指定都市に配置し、その他の市町村等での配置増を目指す	令和3年度 40都道府県、17指定都市、99市町村等 (令和2年度 33都道府県、15指定都市、90市町村)
	消費者教育ポータルサイトのアクセス数	消費者教育ポータルサイトのアクセス数の増加、教材等掲載数の拡充を行う	令和3年度845,095件 (令和2年度1,232,306件)
	消費者教育ポータルサイトの教材等掲載数		令和3年度1,637件 (令和2年度1,565件)

※ 令和4年6月15日 消費者政策会議決定

最近の消費者教育関係調査結果

	指標	直近値
SDGs 関連 (消費者市民社会) ※1	エシカル消費につながる商品・サービス購入の意向がある人の割合	令和元年度81.2% (平成29年度61.8%)
	エシカル消費につながる商品・サービス購入経験がある人の割合	令和元年度35.5%(平成29年度28.4%)
	エシカルにつながる行動の日常的な実践者の割合	令和元年度36.1%(平成29年度29.0%) (エシカル消費に関連する言葉を知っている人のうち)
成年年齢関係 ※2	18・19歳の「社会への扉」で取り扱った内容の正答率	令和3年度 契約の成立時期 25.8% 未成年者取消権 44.6% クーリング・オフ 43.4% 消費生活相談窓口 51.4% 等
	18・19歳のネット通販での商品購入時に気を付けていることがある人の割合	令和3年度87.2%
	18・19歳のネット通販利用時に発生した問題解消に向けて積極的な行動をとる人の割合	令和3年度52.1% (ネット通販での商品購入時に気を付けていることがある人(18～19歳:87.2%)のうち)
	18・19歳の商品やサービス選択時に、エシカル消費につながる行動をとっている人の割合	令和3年度58.2%

※1 「倫理的消費(エシカル消費)」に関する消費者意識調査

※2 若年者の消費生活に関する知識と行動についての実態調査

地方公共団体の評価指標例①

	地方公共団体	指標	目標値
総合的な 評価	千葉県	消費者教育学習の機会が提供されていると思う県民の割合	30%
	石川県	消費者教育を「受けたことがある」県民の割合	25%
	愛知県	ウェブサイト「あいち暮らしWEB」へのアクセス件数	43万件
	鹿児島県	消費者行政に対する県民の満足度 ※	50%
SDGs(消 費者市民 社会) 関連	北海道	消費生活モニターのうち、「エシカル消費」の言葉及び内容を知っていると回答した人数の割合	50%
	福井県	商品・サービス選択時に環境や社会のことを意識する消費者の割合	8割以上
	静岡県	消費者市民社会の考え方を意識して商品・サービスを選択する県民の割合	59.2%
	兵庫県	実施している県民の割合が60%以上のエシカル消費行動項目数	6項目
	徳島県	エシカル消費の実践意欲度（今後、エシカル消費につながる活動をしたいと答えた割合）	80%
	鯖江市	商品・サービスを選択する際に、地域・社会・環境のことを意識する消費者の割合	70%

地方公共団体の評価指標例②

	地方公共団体	指標	目標値
消費者被害防止 関連	青森県	消費生活センター、消費者ホットラインの認知度	80%
	富山県	消費者トラブルの経験がある県民の割合	16.1%以下
	福井県	高齢者の特殊詐欺被害ゼロを目指す	ゼロ
	静岡県	消費生活相談における被害額	280千円／人 以下
	兵庫県	<ul style="list-style-type: none"> ・過去3年間に消費者トラブルに遭ったことのある人の割合 ・消費者トラブルで既に支払いをしている人の割合 	8.0% 10.0%
	鹿児島県	<ul style="list-style-type: none"> ・若年者の消費生活センターの認知度 ・消費者ホットラインの認知度 	75% 80%
	相模原市	クーリング・オフ制度の認知度（制度も内容も知っている人の割合）	65%