

熊本市消費者行政推進計画の検証・評価（3次計画p27）

※検証は、熊本市の消費者行政（資料1）、計画の成果指標及び取組評価表（資料2、3次計画P50～55）にて行います。

（1）消費生活相談窓口の認知度

成果指標の項目	基準値 2021 令和3年度	実績値 2022 令和4年度	実績値 2023 令和5年度	目標値 2026 令和8年度
消費者トラブルで困ったときの窓口を知っている市民の割合	61.5%	51.1%	53.5%	76.0%*

（市民アンケートより）

※ 2次計画策定時の基準値となった平成29年度実績を3次計画目標値とする。

「消費者センターの認知度」は、熊本地震発生の際に相談窓口として広く認知された平成28年度をピークに年々減少しています。また、令和3年度アンケート内容の見直しを行ったことにより、さらに減少につながりました。今後は出前講座等の啓発事業を着実に実施するとともにテレビ、ラジオ等のメディアを活用した広報により市民への認知度向上を目指します。

（2）消費者センターへの相談により解決可能となった割合

成果指標の項目	基準値 2020 令和2年度	実績値 2021 令和3年度	実績値 2022 令和4年度	実績値 2023 令和5年度	目標値 2026 令和8年度
消費者センターへの相談により解決可能となった割合	93.8%	93.3%	93.2%	93.5%	100%

⇒資料2 取組評価表 番号9、17

「消費者センターへの相談により解決可能となった割合」は、高い水準で推移しています。今後も国民生活センターや熊本県が主催する消費生活相談員研修に参加することで相談員のスキルアップにつなげ、目標の達成に向けて丁寧な相談対応に努めてまいります。

（3）クーリング・オフ制度の認知度

成果指標の項目	基準値 2020 令和2年度	実績値 2021 令和3年度	実績値 2022 令和4年度	実績値 2023 令和5年度	目標値 2026 令和8年度
クーリング・オフ制度を理解している人の割合	88.9%*	80.7%	79.3%	80.5%	91.0%

⇒資料2 取組評価表 番号49

（市民アンケートより）

※前計画では、制度について「聞いたことはあるが、内容はよくわからない」と答えた数も認知度に含めておりましたが、制度内容の理解が重要であることから、第3次計画より認知度についての見直しを行いました。

旧) 問) 特定商取引に関する法律で、一定期間であれば無条件で契約を解除できる「クーリング・オフ」という制度がありますが、あなたは知っていますか。

- 答) ①利用したことがある ②知っているが、利用したことはない
③聞いたことはあるが、内容はよくわからない ④知らない

新) 問) あなたは、訪問販売などで一定期間であれば無条件で契約が解除できる「クーリング・オフ制度」を知っていますか。

- 答) ①知っている ②聞いたことはあるが内容はよくわからない ③知らない

今後もクーリング・オフ制度の認知度の向上と制度の正しい理解に向けて出前講座などの消費者教育を推進してまいります。

(4) 消費者教育に関する出前講座の回数

成果指標の項目	基準値※ 2019 令和元年度	実績値 2020 令和2年度	実績値 2021 令和3年度	実績値 2022 令和4年度	実績値 2023 令和5年度	目標値 2026 令和8年度
消費者教育に関する出前講座の回数	84回	9回	9回	96回	110回	110回

⇒資料 取組評価表 番号45、58、67

※新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年度（2020年度）の出前講座回数が大きく減少したため、影響の少なかった令和元年度（2019年度）の回数を基準値とする。

「消費者教育に関する出前講座の回数」については、今後もオンラインによる開催など感染予防に配慮した開催方法を工夫し、目標の達成に努めます。

(5) 消費生活地域見守りサポーター養成講座修了者数

成果指標の項目	基準値 2020 令和2年度	実績値 2021 令和3年度	実績値 2022 令和4年度	実績値 2023 令和5年度	目標値 2026 令和8年度
消費生活地域見守りサポーター養成講座修了者数（累計）	137人	154人	174人	621人	430人

⇒資料 取組評価表 番号74

「消費生活地域見守りサポーター養成講座修了者数」については、今後も感染予防に配慮した養成講座を開催するとともに地域包括支援センターや民生委員等の関係機関と連携し、サポーターの養成に努めてまいります。