

熊本市消費者行政推進計画の検証・評価（2次計画 p 13）

※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、2次計画 P 52～59）にて行います。

（1）消費者センターの認知度

成果指標の項目	現況値 2017 (H29)	実績値 2019 令和元年度	実績値 2020 令和2年度	実績値 2021 令和3年度	目標値 2021 令和3年度
消費者センターの認知度	76.2%	72.0%	70.9%	61.5%*	83.0%

⇒資料2 取組評価表 番号72

(市民アンケートより)

※消費者センター以外も含めた消費生活相談窓口の認知状況把握のため、令和3年度よりアンケート質問内容を変更しています。

旧) 問) 熊本市には消費生活に関する相談・情報提供等を行っている熊本市消費者センターがありますが、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知らない ④無回答

新) 問) あなたは、消費者トラブルで困ったときに相談できる窓口を知っていますか。（窓口の例）熊本市消費者センター、熊本県消費生活センター、国民生活センター、消費者ホットライン「188」など

答) ①知っている ②知らない ③無回答

「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、昨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、目標を達成することができませんでした。今後は第3次計画に基づき、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	現況値 2017 (H29)	実績値 2019 令和元年度	実績値 2020 令和2年度	実績値 2021 令和3年度	目標値 2021 令和3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	94.5%	93.2%	93.8%	93.3%	100%

⇒資料2 取組評価表 番号69、77

「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	現況値 2017 (H29)	実績値 2019 令和元年度	実績値 2020 令和2年度	実績値 2021 令和3年度	目標値 2021 令和3年度
クーリング・オフ制度を理解している人の割合	93.8%	96.0%	95.0%	96.3%	95.0%

⇒資料2 取組評価表 番号39、86、91、94 (市民アンケートより)

「クーリング・オフ制度の認知度」については目標を達成することができました。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	現況値 2017 (H29)	実績値 2019 令和元年度	実績値 2020 令和2年度	実績値 2021 令和3年度	目標値 2021 令和3年度
消費者教育に関する出前講座の回数	106回	84回	9回	9回	110回

⇒資料 取組評価表 番号34

「消費者教育に関する出前講座の回数」については新型コロナウイルスの影響により目標を達成することができませんでした。今後は、リモート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	現況値 2017 (H29)	実績値 2019 令和元年度	実績値 2020 令和2年度	実績値 2021 令和3年度	目標値 2021 令和3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)	80人	137人	137人	154人	280人

⇒資料 取組評価表 番号60

「消費生活地域見守りサポーター養成講座修了者数」については新型コロナウイルスの影響により、目標を達成することができませんでした。今後は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。