

# 徳島県消費者基本計画のKPI一覧

資料4-1

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者基本計画
		H29	H30	H31	H32	H33	
<b>1 消費者教育の推進</b>							
<b>(1)ライフステージに応じた消費者教育</b>							
1 平成29年度は県内全ての高校で、消費者庁「若年者用消費者教育教材」を活用した授業を実施します。	実施						p11
2 平成29年度から各校種に応じて県内公立幼・小・中・高校において研究実践校を指定し、事例を収集します。 ⑳ 5校 → ㉑ 15校(累計)	5校		15校				p11
<b>(2)消費者教育のための人づくり</b>							
3 平成31年度までに、県内公立小・中・高校において、消費者教育の中心的な役割を果たす指導者を養成する講習会を実施します。	実施						p13
4 平成29年度からは、消費者大学・大学院における講座において県内各大学から講師を招聘します。	講師招聘						p13
5 平成29年度に「消費者教育人材バンク」を構築します。	構築						p13
6 平成31年度までに、とくしま「消費者教育人材バンク」の登録実施団体を40団体に増やし、登録団体相互の交流を行う場を設けます。			40団体				p13
<b>2 エシカル消費の推進</b>							
<b>(1)エシカル消費の推進</b>							
7 平成29年度に、消費者・事業者・行政などが参画するエシカル推進のための組織を設置します。	設置						p14
8 平成29年度に消費者大学校・大学院に「エシカル消費教育コース」を新設し、地域におけるエシカル消費の学習機会の充実を図ります。	新設						p15
9 平成29年度に、事業者向けのエシカル消費関連フォーラムを実施します。	実施						p16
10 平成29年度に、エシカル消費貢献事業者・団体の表彰制度を創設します。	創設						p16

# 徳島県消費者基本計画のKPI一覧

資料4-1

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者基本計画
		H29	H30	H31	H32	H33	
11 平成29年度に、エシカル消費自主宣言事業者・団体数を20とします。		20					p16
(2)エシカル消費の教育の推進							
12 平成29年度に県内高校2校を「エシカル消費」リーディングスクールに指定します。		指定					p17
13 平成31年度までに県内全ての公立高校に「エシカルクラブ」を結成します。				全校結成			p17
3 消費者志向経営等の促進							
(1)消費者志向経営の促進							
14 平成31年度までに、消費者志向自主宣言した事業者数を30とします。		0		30			p18
(2)内部通報者の保護と事業者倫理の向上							
15 平成29年度に、県内全ての市町村に、労働者からの法令違反行為の通報を受ける窓口を設置します。		設置					p19
4 消費者の安全・安心の確保、被害の救済							
(1)消費者相談・被害防止体制の充実・強化							
16 平成29年度に市町村消費生活センター設置率100%とする		100%					p20
17 平成29年度に県内消費生活相談員連絡協議会を設置する。		設置					p20
18 平成28年度から実施している「消費生活相談員養成講座」などを通じ、平成31年度までに、消費生活相談員資格保有者を100名増加育成する。 ⑳ 8名 → ㉑ 100名		8		100			p22

徳島県消費者基本計画のKPI一覧

資料4-1

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者基本計画
		H29	H30	H31	H32	H33	
<b>(2)高齢者や障がい者・子ども等への支援・見守りネットワークの構築</b>							
19 平成31年度までに、見守りネットワーク構築に向け、全域で消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会を設置します。				→ 全県設置			p24
20 平成29年度に、不審電話撃退装置の無償貸出制度を導入し、高齢者世帯に設置(300台)します。		300台					p24
21 平成29年度に、徳島県高齢運転者等交通事故防止対策プロジェクトチームを設置し、運転免許を返納した後も、交通手段の確保を含め、安心した暮らしができるサポートについて検討・実施することとします。		P T 設置					p24
22 ぐらしのサポーター認定者数(累計) ⑳ 440人 → ㉑ 470人 → ㉒ 500人 → ㉓ 530人 → ㉔ 560人		440人	470人	500人	530人	560人	p25
23 消費生活コーディネーター認定者数(累計) ㉕ 50人 → ㉖ 55人 → ㉗ 60人 → ㉘ 65人 → ㉙ 70人		50人	55人	60人	65人	70人	p25
<b>(4)食品の安全性確保及び表示等の適正化</b>							
24 HACCP認証施設(累計) ㉚ 10件 → ㉛ 12件		10件	12件				p28
25 食品表示Gメンによる立入調査・検査件数を、毎年3、200件以上とする。		3200以上	3200以上	3200以上	3200以上	3200以上	p30
26 平成31年度までに、食品表示ウォッチャーを、倍増(80→160名)する。	80名			→ 160名			p31
27 食に関する正しい知識の普及に関するイベント(リスクコミュニケーション)等参加者数を、毎年600人以上とする。		600以上	600以上	600以上	600以上	600以上	p31

# 徳島県消費者基本計画のKPI一覧

資料4-1

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者基本計画
		H29	H30	H31	H32	H33	
5 消費者市民社会の「徳島モデル」形成に向けた取組							
(1)関係機関・関係団体との連携強化							
28 消費者庁や、県内外の消費者や自治体・企業・教育機関等が、消費者行政・消費者教育等について自由に議論する場として、平成29年度に、「とくしま消費者行政プラットフォーム」を県庁10階に開設します。また、平成29年度の会議等による利用実績は100回をめざします。		100回					p32
(2)時代の変化に即応した消費者問題への取組み							
29 平成29年度に徳島版「地方創生特区」を設置します。		指定					p33

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
(1) ライフステージに応じた消費者教育の推進							
①学校における取組の推進							
ア 幼児期～高校生期の消費者教育							
1 「自立した消費者」として主体的に消費者市民社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、幼稚園から高校まで消費者教育を推進する学校を「研究実践校」として指定し、その成果を事例報告集にまとめ広く発信します。 【研究実践校】 ⑳ 34校 → ㉑ 44校 → ㉒ 59校	34校		44校			59校	p23
2 消費者として必要な知識や技術を習得し、将来「自立した消費者」として主体的に判断し行動することができる消費者力を育成するため、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。 【出前授業実践校】 ⑳ 50校 → ㉑ 55校 → ㉒ 60校	50校		55校			60校	p23
3 自らの消費生活の安定及び向上に向けて主体的に判断し、行動することができる「自立した消費者」を育成するため、消費者被害の未然防止や消費生活の向上を呼びかける啓発ポスターを児童・生徒から募集し、県民に対して広く発信します。 【啓発ポスターの活用事例数】 ⑳ 1枚 → ㉑ 3枚 → ㉒ 6枚	1枚		3枚			6枚	p23
4 消費者として必要な知識や技術を習得し、将来「自立した消費者」として主体的に判断し行動することができる消費者力を育成するため、私立の幼稚園から高校までを対象に、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。		推進					p24
5 児童生徒の発達段階に応じて、系統的に消費生活について学習できる内容の充実に向け、消費生活の各分野で活躍する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、学校における「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ⑳ 27団体 → ㉑ 40団体 → ㉒ 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	p24
6 金融及び経済を取り巻く環境の大きな変化に伴い、金銭を扱う場面において様々なリスクやトラブルに直面することが予想されるため、社会科・公民科、家庭科等を中心に、発達段階に応じて、現在及び将来の生活を支え得る金融及び金融商品の取扱いに関する知識の習得や金銭に対する健全な価値観を育成します。		推進					p24

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
7 食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品の表示について理解させ、食品の安全性に関するリスクコミュニケーションの推進を図るため、小・中学生を対象としたジュニア食品安全ゼミナール、高校生を対象とした食品表示ゼミナールを開催し、「食の知」を高め、「食品表示」に興味を持ち、冷静に判断することができる態度を育成します。 【リスクコミュニケーションとしての意見交換会等参加者数】 ⑳ 600名 → ㉑ 1,200名(累計)		600名	1200名				p24
8 地場産物を活用した学校給食を「生きた教材」として授業で使用し、食に対する正しい知識や食の大切さ、生産者への感謝の気持ちや食品ロスの削減について、理解させるとともに食に対する感謝の心を育みます。 【栄養教諭・学校栄養職員による食に関する授業を実施する学年の割合】 ㉒ 55.5% → ㉓ 55.5% → ㉔ 55.5%	55.5%		55.5%	55.5%			p25
9 エコリーダー養成講座を開催し、「新学校版環境ISO」の認証システムや具体的な活動内容を説明する講演を行うとともに、認証取得校の取組や、環境教育に関する資料をホームページ等から情報提供し、県環境・エネルギー教育発表会を開催することにより、公立小中高等学校の認証校割合を伸ばします。 【「新学校版環境ISO」認証を取得した学校の割合】 ㉕ 84% → ㉖ 85.5% → ㉗ 87.0%	84%		85.5%			87.0%	p25
10 「徳島県木材住宅推進協議会」を通じて、小中学生を対象としたフェアや出前講座を実施し、県産木材への理解を深めるとともに、木材を正しく利用し、森林を守ろうとする意識の醸成に向けて、木育・住育を推進します。		推進	→				p25
11 川口ダム自然エネルギーミュージアムを核として、企業局が有する「水力発電所」や「太陽光発電所」等の「自然エネルギー」施設を活かし、児童生徒に「エネルギー」や「環境問題」、「科学技術」に関心を深めるため、施設見学会や出前授業及び環境学習イベントを実施します。 【川口ダム自然エネルギーミュージアム入館者数】 12,000名/年		12000名/年	→				p25
12 家族形態の多様化、少子化、地域とのつながりの希薄化など、家庭やそれを取り巻く環境が大きく変化し、家庭と子供が抱える問題が複雑化する中、学校や地域が連携して、PTA活動等を通じ、保護者等に対する学習の機会及び情報を提供し、家庭教育を支援します。		推進	→				p25

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
13 県立3中学校、県立高等学校、総合教育センターに21名のALTを配置し、全クラスでALTを活用した授業を展開するとともに、英会話クラブやスピーチコンテストの指導など、外国語教育の充実と地域レベルの草の根の国際交流の進展を図ることにより、国際化の促進及びグローバル人材の育成を図ります。		推進					p26
14 児童・生徒が世界を体感する英語体験プログラムを実施し、日本人としてのアイデンティティーの確率や「生きた英語」に触れる機会を創出し、異文化理解やコミュニケーション能力の育成を図ります。 【児童・生徒が世界を体感する英語体験プログラムへの参加者数】 ⑳ 155名 → ㉑ 335名 → ㉒ 515名(累計)	155名	335名	515名				p26
イ 若年成人期における取組の推進							
15 悪質商法や振り込め詐欺等の被害防止に向けて、「消費者教育の充実等のための連携に関する協定」に基づき、大学において 啓発を行う出前授業を行うとともに、大学祭において、最新の情報提供を行います。 【出前授業回数】 ㉑ 4回 → ㉒ 4回 → ㉓ 4回	4回		4回			4回	p26
16 公益通報者保護制度の趣旨や内容、内部通報制度の種類や利点等について、大学生等に理解を深める出前授業を実施することにより、公益通報者保護制度の周知・啓発を行います。 【出前授業回数】 ㉑ 1回 → ㉒ 3回 → ㉓ 6回(累計)	1回		3回			6回	p27
17 複雑な食品表示制度に関する正しい知識の不足などの課題に対応するため、日常的な生活の中で食品表示の確認を行う「食品表示ウォッチャー」を学生等若い世代に拡充し、食品表示状況の幅広い情報収集と併せて、食品表示の正しい知識を持つ人材を育成します。 【食品表示ウォッチャー数】 ㉑ 80名 → ㉒ 160名	80名		160名				p27
㉑ 地域社会・職域における取組の推進							
ア 家庭における消費者教育							
18 多様化・複雑化する消費生活に関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大を図るとともに、PTAの研修会に講師を派遣するなど、保護者等のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㉑ 27団体 → ㉒ 40団体 → ㉓ 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	p28

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
19 子供の安全・安心を守るため、「おぎゃっと21」など子育て支援イベントや子育て支援ポータルサイト「とくしまはぐくみ ネット」において、保護者の見守りや事故防止に向けて必要な情報提供を行います。		情報提供					p28
20 事故防止の絵本やチラシ等を作成し、子供に対する啓発を行うとともに、消費者庁をはじめとする関係機関と連携し、「事故防止から事故発生時の対応」について、保護者や祖父母等多様な対象者に合わせた啓発活動を行い、事故防止に向けた意識を高めるとともに、家庭看護力の向上を図ります。 【ネットワーク会議の開催】 ⑳ 2回→㉑ 4回→㉒ 10回(累計) 【ハンドブック等を用いた啓発市町村数】 ⑳ 24市町村→㉑ 24市町村→㉒ 24市町村	2回 24市町村		4回 24市町村			10回 24市町村	p28
21 消費者の適正な廃棄物処理意識の醸成を図るため、ビーチコーミング・漂着物工作体験などの体験型環境学習を、主として親子づれを対象に行うことにより、ゴミの適正処理について家庭で考えるきっかけをつくり環境保全意識の向上を図ります。 【ビーチコーミング等参加者数】 ⑳ 200名→㉑ 200名→㉒ 200名	200名	200名	200名				p28
イ 地域における消費者教育							
22 県民、消費者行政、教育関係担当者が一同に介して交流できるまつりを消費者月間である5月に開催し、消費生活情報の提供や消費者トラブル防止に向けて、内容の充実と規模の拡大を進めます。 【まつりの参加者数】 ⑳ 400名→㉑ 450名→㉒ 500名	400名		450名			500名	p29
23 社会が急激に変化し、過疎化、少子高齢化、健康・医療・福祉、防災など、多くの地域課題が顕著化している中、公民館等の社会教育施設が地域住民の教養の向上、健康の増進、生活文化の振興、社会福祉の増進等を図るため、様々な学習機会及び学習情報を提供し、地域住民の主体的な学びを支援します。		推進					p29
24 「自立した消費者」となるためには、金銭・金融に関する正しい知識を身に付けることが必要であることから、学校や地域コミュニティへ講師を派遣し、金銭・金融教育の普及に努めるとともに、啓発イベントにより、様々な年代に対して、知識の浸透を図ります。 【金銭・金融教育関連イベント開催回数】 ⑳ 18回→㉑ 21回→㉒ 24回	18回		21回			24回	p29

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
25 高齢者等を標的にした悪質商法等の被害が後を絶たず、最新の情報を地域に発信していくことが重要であることから、地域のネットワークが高齢者等を狙った特殊詐欺や悪質商法等の被害の未然防止に生かされるよう、地域住民の会合等の機会に、最新の被害事例を紹介しながら知識や対処法等を学ぶ機会を提供します。 【出前講座受講者数】 ⑳ 250名以上		250名以上					p30
26 多様化・複雑化する消費生活に関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、地域のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㉑ 27団体 → ㉓ 40団体 → ㉕ 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	p30 再掲
27 食に対する消費者の不安が高まっている中で、より多くの消費者の食品安全に関する理解を深めるため、「事業者発信型」や「体験型」のリスクコミュニケーションや幅広い世代を対象とした「食の安全安心ミーティング」など、多様な関係者を通じたリスクコミュニケーションを推進します。 【リスクコミュニケーションとしての意見交換会等参加者数】 ㉑ 600名 → ㉓ 1,200名(累計)		600名	1200名				p30 再掲
28 県民参加の県産食材を活用し簡単に調理できる料理を募集するコンクールを開催し、優秀作品を給食献立への活用や、量販店とのコラボ商品化及びレシピ集の作成配布を行うことを通して、若い世代を含めた県民の食に対する関心や意識を高めるとともに、県産食材の価値を広く発信し、消費拡大につなげます。 【県民の食育に関心を持っている人の割合】 ㉑ 90.1% → ㉓ 95%	90.1%					95%	p30
29 事故防止の絵本やチラシ等を作成し、子供に対する啓発を行うとともに、消費者庁をはじめとする関係機関と連携し、「事故防止から事故発生時の対応」について、保護者や祖父母等多様な対象者に合わせた啓発活動を行い、事故防止に向けた意識を高めるとともに、家庭看護力の向上を図ります。 【ネットワーク会議の開催】 ㉑ 2回 → ㉓ 4回 → ㉕ 10回(累計) 【ハンドブック等を用いた啓発市町村数】 ㉑ 24市町村 → ㉓ 24市町村 → ㉕ 24市町村	2回 24市町村		4回 24市町村			10回 24市町村	p31 再掲
ウ 事業所等における消費者教育							
30 県内事業者のコンプライアンス経営の更なる向上を図るため、事業者や労働者向けの公益通報制度の周知や啓発を行うとともに、若者や一般県民に対しても公益通報者保護法の周知啓発を行います。 【啓発イベント数】 ㉑ 2件 → ㉓ 2件	2件		2件				p31

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
31 社会人にとって必要な知識や技術を習得する機会を創出するため、経済団体が実施する事業者向け講習会・研修会等において、消費者教育推進に向けた出前授業の活用や効果的な消費者教育推進に向けて啓発を図ります。		啓発					p32
32 消費生活に関する高度な知識を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、事業所における「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ⑳ 27団体 → ㉑ 40団体 → ㉒ 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	p32 再掲
33 県南地域の豊かな自然環境を守るため、ボランティアグループ(四国の右下☆RYUGU隊)が、地域の一員として、自然保護のためのボランティア活動に取り組み、環境保全活動を通じて、地域における持続可能な社会の形成に向けた意識の醸成を図ります。 【自然保護活動実施回数】 ⑳ 3回 → ㉑ 3回 → ㉒ 3回	3回	3回	3回				p32
(2) 社会情勢の変化に対応した消費者教育の推進							
①成年年齢引下げへの対応							
ア 若年成人に対する契約知識の普及							
34 契約トラブル等の防止に向けて、「消費者教育の充実等のための連携に関する協定」に基づき、大学において啓発を行う出前授業を行うとともに、大学祭において、最新の情報提供を行います。 【出前授業回数】 ⑳ 4回 → ㉑ 4回 → ㉒ 4回	4回	4回				4回	p33 再掲
35 若者に多い消費者問題や契約トラブル等について、理解を深めるため、県消費者情報センターのホームページから情報を発信するとともに、メールマガジンへの登録を呼びかけ、登録者に毎週火曜日に情報を配信します。 【配信回数】 ⑳ 50回 → ㉑ 150回 → ㉒ 300回(累計) 【登録者数】 ⑳ 650名 → ㉑ 750名 → ㉒ 900名(累計)	50回 累計 650名 累計		150回 累計 750名 累計			300回 累計 900名 累計	p33
36 社会人にとって必要な知識や技術を習得する機会を創出するため、経済団体が実施する事業者向け講習会・研修会等において、消費者教育推進に向けた出前授業の活用や効果的な消費者教育推進に向けて啓発を図ります。		啓発					p33 再掲
イ 小・中・高校生期における消費者教育の充実							
37 契約や消費者問題に関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、学校のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ⑳ 27団体 → ㉑ 40団体 → ㉒ 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	p34 再掲

# 徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
38 成年年齢引下げを見据え、契約等の基本的な知識を身に付けさせるため、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。 【出前授業実践校】 ㉨ 50校 → ㉩ 55校 → ㉪ 60校	50校		55校			60校	p34 再掲
39 成年年齢引下げを見据え、契約等の基本的な知識を見に付けさせるため、幼稚園から高校までを対象に、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。		推進					p34 再掲
②高度情報通信ネットワーク社会への対応							
ア インターネットトラブル等に関する理解の促進							
40 インターネットトラブル等について、理解を深めるため、県消費者情報センターのホームページから情報を発信を行うとともに、メールマガジンへの登録を呼びかけ、登録者に毎週火曜日に情報を配信します。 【配信回数】 ㉨ 50回 → ㉩ 100回 → ㉪ 150回(累計) 【登録者数】 ㉨ 650名 → ㉩ 750名 → ㉪ 900名(累計)	50回 累計 650 名 累計		100 回 累計 750 名 累計			150 回 累計 900 名 累計	p35 再掲
41 子ども・若者がインターネットを介していじめや犯罪被害に遭うケースが後を絶たないことから、子ども・若者や保護者の意識の向上と理解を深めるため、地域における子ども・若者の支援者として「ユースサポーター」を養成し、フィルタリングの活用等インターネットの適切な利用方法について、小中学生や保護者に対する啓発活動や支援活動を行います。 【ユースサポーターによるフィルタリング利用促進活動回数】 ㉨ 120回 → ㉩ 120回 → ㉪ 120回		120回	120回			120回	p35
イ 情報活用能力(情報リテラシー)の育成							
42 デジタルコンテンツに関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、学校や地域のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㉨ 27団体 → ㉩ 40団体 → ㉪ 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	p36 再掲
43 新学習指導要領において「学習の基盤となる資質・能力」の1つとして位置づけられた情報活用能力を、各教科等の特質を生かし、教育活動全体を通して育むために、教職員のICT活用指導力向上に向けた取組を推進します。 【ICTを活用した授業実践の研修参加者数】 ㉨ 400名 → ㉩ 410名 → ㉪ 440名	400名		410名			440名	p36

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
<b>②高齢社会への対応</b>							
<b>ア 高齢者に多い消費者被害に関する理解促進</b>							
44 特殊詐欺の被害防止に向け、被害状況や手口についての情報及び制作したCMを、県のホームページやソーシャルメディアを通して発信します。 【特殊詐欺に関するホームページでの情報発信数】 ⑳ 12回 → ㉑ 36回 → ㉒ 72回(累計)	12回		36回			72回	p37
45 特殊詐欺等から高齢者を守るため、声かけのポイントや様々な手口と対処法、相談連絡先等を掲載した、いつでも手軽に持ち運べる見守り手帳の内容の改善と啓発に努めます。 【見守り手帳発行部数】 ⑳ 2,000部 → ㉑ 2,000部 → ㉒ 2,000部	2000部		2000部			2000部	p37
<b>イ 高齢者が参加しやすい講座等の実施</b>							
46 多様化・複雑化する消費生活に関して専門的な知識や技術を有する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、地域のニーズに応じた「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ⑳ 27団体 → ㉑ 40団体 → ㉒ 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	p37 再掲
47 高齢者が安全で安心な消費生活を送る上で、必要な知識を身に付けることができるよう、徳島県シルバー大学校の講義に、最新の消費者トラブルについて周知・啓発する内容を盛り込みます。		周知啓発					p37
48 高齢者等を標的にした悪質商法等の被害が後を絶たず、最新の情報を地域に発信していくことが重要であることから、地域のネットワークが高齢者等を狙った特殊詐欺や悪質商法等の被害の未然防止に生かされるよう、地域住民の会合等の機会に、最新の被害事例を紹介しながら知識や対処法等を学ぶ機会を提供します。 【出前講座受講者数】 ㉑ 250名以上		250名以上					p38 再掲
<b>(3) 人や環境、社会、SDGs(持続可能な開発目標)を意識した消費行動の推進</b>							
<b>① エシカル消費教育の推進</b>							
<b>ア 学校におけるエシカル消費教育の推進</b>							
49 エシカル消費の普及・拡大を図るため、エシカル消費教育で県内の高校を牽引する学校をリーディングスクールとして指定し、伝統技法や地元食材を活用した安全安心な「エシカル商品」等を開発するとともに、その成果を県内外に発信します。 【リーディングスクール数】 ⑳ 2校 → ㉑ 3校(累計)	2校		3校				p38

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
50 県内全ての公立高等学校で、「エシカル消費」の機運を高めるために、「エシカル消費」を研究・実践する組織として「エシカルクラブ」を計画的に結成し、学校の特色に応じた啓発・実践活動を行うとともに、その成果を発信する「エシカルフェス」を開催し、全国大会(エシカル消費甲子園[仮])へとつなげます。 【エシカルクラブ設置率】 ㉙ 33%→ ㉺ 100%	33%		100%				p39
51 これまで培ってきたリサイクル活動や商品開発の視点から特別支援学校を「エコステーション」として拠点化し、児童生徒が エコボランティアとして、開発したエシカル商品や製品を家庭 や地域に提供することにより、エシカル消費に対する意識の向上を図ります。 【エシカル活動・作品を地域に提供した学校数】 ㉻ 7校→ ㉼ 8校→ ㉽ 11校		7校	8校			11校	p39
52 エシカル消費の普及・拡大を図るため、幼稚園から高校までを対象に、とくしま「消費者教育人材バンク」を活用し、多様な主体と連携した出前授業を推進します。		推進					p39
53 エシカル消費への理解や実践力を高めるため、食を通して食品ロスや地産地消、GAP、ロハス、フェアトレードなどを学べるエシカル教室を開催します。 【エシカル教室開催数】 ㉿ 2回→ ㊱ 4回→ ㊲ 6回(累計)		2回		4回		6回	p39
54 事業活動や消費生活、学校教育に、エシカル消費教育を取り入れ、エシカル消費を普及・浸透させる取組として、エシカル消費に先進的に取り組む学校、事業者等からの「エシカル消費自主宣言」を促進します。 【宣言事業者・団体数】 ㊳ 20団体→ ㊴ 30団体→ ㊵ 40団体(累計)	20団体		30団体			40団体	p39
55 エシカル消費について学習できる内容の充実に向け、消費生活の各分野で活躍する人材を積極的に開拓し、人材バンクへの登録者の増大や登録者間の交流を図ることにより、学校における「出前授業」を推進します。 【人材バンク登録団体数】 ㊶ 27団体→ ㊷ 40団体→ ㊸ 50団体(累計)	27団体		40団体			50団体	p40 再掲
56 持続可能性の高い生産方法で栽培される「GAP認証取得農産物」、「有機農産物」、「エコファーマー生産農産物」を「エシカル農産物」として位置づけ、選択的購入を積極的にしてもらえる よう、PRイベントや消費拡大キャンペーン、出前授業を実施します。		実施					p40

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
57 学校で習得した消費生活に関する知識をもとに、県下各3地域(県央・県南・県西)の農業・工業・商業科設置高校等が連携した「6次産業化プロデュース事業」における商品開発への取組の中で、エシカル消費を意識したを使った食べる商品(地産地消、無農薬栽培阿波藍を使った食べる藍商品、摘果・剪定による産業廃棄物の再利用商品等)のプロデュースを進めることをとおして、生産者及び消費者、それぞれの立場から多面的に必要な知識の習得、必要な情報の収集を行い、相手の立場に立った消費について考えることができる人材を育成します。 【エシカル消費を意識した商品プロデュース数】 ㉗ 1個→ ㉛ 13個→ ㉜ 22個(累計)	1個		13個			22個	p40
58 「食品ロス削減」を推進するため、紙芝居等を活用した「出前授業」を児童生徒に対して開催します。 【環境学講座の開催数】 ㉗ 3回→ ㉛ 6回→ ㉜ 9回	3回		6回			9回	p40
59 美しく豊かな環境を未来に継承するため、企業等と連携し、児童生徒を対象に、化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する啓発行事やセミナー等を計画的に実施することにより、有害化学物質の消費量削減への取組を促進します。 【啓発行事、セミナー等実施回数】 ㉗ 1回→ ㉛ 2回→ ㉜ 2回 ※学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定	1回		2回			2回	p41
60 「水質改善」と「生物多様性・生産性」を両立した「とくしまのSATOUMI(里海)」づくりを推進するため、自分たちの生活が河川や海の水質に及ぼす影響について学ぶ「水質汚濁を考える教室」の充実を図ります。 【開催回数】 ㉗ 7回→ ㉛ 21回→ ㉜ 42回(累計)	7回		21回			42回	p41
61 川口ダム自然エネルギーミュージアムを核として、企業局が有する「水力発電所」や「太陽光発電所」等の「自然エネルギー」施設を活かし、児童生徒に「エネルギー」や「環境問題」、「科学技術」に関心を深めるため、施設見学会や出前授業及び環境学習イベントを実施します。 【川口ダム自然エネルギーミュージアム入館者数】 12,000名/年		12000名/年					p41 再掲
イ 大学・大学院等におけるエシカル教育の推進							
62 エシカル消費への関心を高め、意識を醸成するために、「消費者教育の充実等のための連携に関する協定」に基づき、大学において啓発を行う出前授業を実施するとともに、イベント紹介や、大学祭においてエシカル消費の発信を行います。 【出前授業回数】 ㉗ 4回→ ㉛ 4回→ ㉜ 4回	4回		4回			4回	p42

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
美しく豊かな環境を未来に継承するため、企業等と連携し、児童生徒を対象に、化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する啓発行事やセミナー等を計画的に実施することにより、有害化学物質の消費量削減への取組を促進します。 <b>【啓発行事、セミナー等実施回数】</b> ㉑ 1回→ ㉓ 2回→ ㉕ 2回 ※学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定	1回		2回			2回	p42 再掲
②エシカル消費の推進							
ア 家庭・地域におけるエシカル消費の推進							
県内におけるエシカル消費の普及推進を一層加速させるため、地方では初めてとなる「エシカル消費」の推進組織として、関係者がそれぞれの強みを活かしながら、エシカル消費の普及啓発や教育活動等の企画運営、取組の全国への情報発信等を行います。 <b>【とくしまエシカル消費推進会議開催数】</b> ㉑ 2回→ ㉓ 4回→ ㉕ 10回(累計)	2回		4回			10回	p43
事業活動や消費生活、学校教育に、エシカル消費教育を取り入れ、エシカル消費を普及・浸透させる取組として、エシカル消費に先進的に取り組む学校、事業者等からの「エシカル消費自主宣言」を促進します。 <b>【宣言事業者・団体数】</b> ㉑ 20団体→ ㉓ 30団体→ ㉕ 40団体(累計)	20団体		30団体			40団体	p43 再掲
限りある資源を大切にするとともに、廃棄物の減量化を図り、温室効果ガス削減を推進するため、県民一人一人が、家庭で不要となり廃棄するものを有効活用したり、リサイクル製品の率先購入など3Rを積極的に推進できるようエコみらいとくしまを活用した講座を開催します。 <b>【とくしま環境首都学校の開催数】</b> ㉑ 10回→ ㉓ 15回→ ㉕ 20回	10回		15回			20回	p43
地球温暖化対策の新たな国際的な枠組みであるパリ協定を受けエコでエシカルな脱炭素型ライフスタイルへの転換を図るため電力需要が高まる夏場と冬場を中心に、節電・省エネを呼びかける啓発活動を実施し、脱炭素社会の実現を推進します。		推進					p43
大気環境保全への意識と関心を高めるため、大気環境移動測定車による大気環境測定の場合を活用して、小学生を対象に環境学習を実施し、大気環境保全への取組について理解を深めます。 <b>【実施市町村数】</b> ㉑ 1市町村→㉓ 5市町村→㉕ 11市町村(累計)	1市町村		5市町村			11市町村	p43
地産地消や食品ロスなど食に関わる社会的課題に対応するため栄養教諭による地場産物を学校給食に活用するための調理技術マニュアル等を活用し、栄養教諭・学校栄養職員の研修会等でマニュアルの活用や地場産物の活用の推進を図ります。		推進					p44

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
70 学校給食を「生きた教材」として活用し、地場産物や徳島の食文化への理解を深めるため、学校給食における地場産物の活用を推進します。また、全ての学校給食調理場等で学校給食における地場産物の活用率を調査して把握します。 【学校給食における地場産物の活用率】 ㉨ 35%→ ㉩ 35%→ ㉪ 35%	35%		35%			35%	p44
71 持続可能性の高い生産方法で栽培される「GAP認証取得農産物」、「有機農産物」、「エコファーマー生産農産物」を「エシカル農産物」として位置づけ、選択的購入を積極的にしてもらえよう、PRイベントや消費拡大キャンペーン、出前授業を実施します。		実施					p44 再掲
72 ジェネリック医薬品の使用促進を図るため、わかりやすい情報発信を行うとともに、医薬品を適正に使用するため、「かかりつけ薬局」等を積極的に利用し、薬に関する理解が深まるよう、「エシカル消費」醸成の観点で啓発事業を実施します。 【ジェネリック医薬品等に関する講習会受講者数】 ㉨ 688名→㉩ 2,000名→㉪ 3,500名(累計)	688名		2000名			3500名	p44
73 美しく豊かな環境を未来に継承するため、企業等と連携し、児童生徒を対象に、化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する啓発行事やセミナー等を計画的に実施することにより、有害化学物質の消費量削減への取組を促進します。 【啓発行事、セミナー等実施回数】 ㉨ 1回→ ㉩ 2回→ ㉪ 2回 ※学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定	1回		2回			2回	p44 再掲
74 「水質改善」と「生物多様性・生産性」を両立した「とくしまのSATOUMI(里海)」づくりを推進するため、自分たちの生活が河川や海の水質に及ぼす影響について学ぶ「水質汚濁を考える教室」の充実を図ります。 【開催回数】 ㉨ 7回→ ㉩ 21回→ ㉪ 42回(累計)	7回		21回			42回	p45
75 廃棄物の発生抑制やリサイクルを促進するため、廃棄物処理施設の見学など、住民や児童、生徒等に対する実践的な3Rの普及啓発活動や環境学習に取り組む市町村に対し、技術的な支援を行います。		支援					p45

# 徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
イ 事業者・団体におけるエンカル消費の推進							
76 事業活動や消費生活、学校教育に、エンカル消費教育を取り入れ、エンカル消費を普及・浸透させる取組として、エンカル消費に先進的に取り組む学校、事業者等からの「エンカル消費自主宣言」を促進します。 【宣言事業者・団体数】 ⑳ 20団体 → ㉑ 30団体 → ㉒ 40団体(累計)	20団体		30団体			40団体	p45 再掲
77 地球温暖化対策の新たな国際的な枠組みであるパリ協定を受けエコでエンカルな脱炭素型ライフスタイルへの転換を図るため電力需給が高まる夏場と冬場を中心に、節電・省エネを呼びかける啓発活動を実施し、脱炭素社会の実現を推進します。		推進					p45
78 美しく豊かな環境を未来に継承するため、企業等と連携し、児童生徒を対象に、化学物質が有する環境リスクとその適正利用に関する啓発行事やセミナー等を計画的に実施することにより、有害化学物質の消費量削減への取組を促進します。 【啓発行事、セミナー等実施回数】 ⑳ 1回 → ㉑ 2回 → ㉒ 2回 ※学校・大学・地域・事業者対象の総計で設定	1回		2回			2回	p46 再掲
(4) 消費者教育の担い手の育成・活用							
① 消費者教育指導者の育成							
ア 教職員研修での消費者教育の充実							
79 教科・領域の視点を踏まえ、地域の人的・物的資源を活用し中心となって消費者教育を推進することができるコーディネーター的な役割を果たす指導者の育成に向け、消費生活に関する最新の情報を提供するとともに、指導方法を身に付ける研修を行います。 【指導者養成講座受講者数】 ⑳ 45名 → ㉑ 135名(累計)	45名		135名				p46 再掲
80 幼・小・中・高校・特別支援学校教職員及び市町村行政職員を対象に、ライフステージに応じた消費者教育の意義や消費者トラブルの最新状況、トラブル回避のポイント、エンカル消費等の効果的な指導方法や、ギャンブル等依存症への理解を深める研修を行います。 【研修参加者数】 ⑳ 30名 → ㉑ 60名 → ㉒ 90名(累計)		30名		60名		90名	p47
イ 教員養成課程での消費者教育の充実							
81 スマートフォンや電子ゲーム機などによるインターネット利用の低年齢化に伴い、SNS等のトラブルが増加しており、デジタルコンテンツ等に対する指導力を身に付ける取組として県消費者情報センターが実施する出前授業のサポーターとして学生を派遣します。 【授業サポーター数】 ⑳ 15名 → ㉑ 25名	15名		25名				p47
② 消費者教育コーディネーターの育成							

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
<b>ア 地域における人材の育成・活用</b>							
82 くらしのサポーター活動の効果を高めるため、くらしのサポーターへの指導・助言を行うとともに、消費生活に関する専門的な知見を生かし、消費者被害を防止するための啓発活動、自主講座の企画・運営等の活動を行うコーディネーターの養成に取り組み、市町村等地域との連携強化を推進します。 【消費生活コーディネーター認定者数】 ⑳ 50名→ ㉑ 60名→ ㉒ 70名(累計)	50名		60名			70名	p48
83 地域のボランティアとして活動している元気な高齢者等を、新たな人材としてくらしのサポーターに認定するとともに、サポーター研修を充実させるなど、活動の活性化とサポーター同士の交流を促進することにより、消費者ネットの担い手としての役割強化を図ります。 【くらしのサポーター認定者数】 ⑳ 440名→ ㉑ 500名→ ㉒ 560名(累計)	440名		500名			560名	p48
84 複雑化・多様化する消費生活に関する専門的な知識や技術、問題対処能力を身に付けるとともに、エンカル消費や食の安全安心など幅広い視点から、地域の消費者教育を推進するリーダーを養成します。 【リーダー養成数】 ⑳ 126名→ ㉑ 230名→ ㉒ 340名(累計)	126名		230名			340名	p48
<b>(5) 消費者の安全・安心の確保に対する体制の構築</b>							
<b>① 分かりやすい情報による普及・啓発</b>							
<b>ア 事故の未然防止、トラブル対応能力の育成</b>							
85 食品等の自主回収や食品表示に関する情報、食中毒の発生状況 など、食の安全・安心の確保に必要な情報や、食の安全・品質 管理に取り組んでいる企業情報を提供します。		情報提供					p49
86 食品事業者の事業所に立ち入り、食品表示等の調査や店舗でのメニュー表示等を調査するとともに、食品表示法に基づき厳正に対処し、食品表示の適正化を推進します。 【立入検査件数】 ⑳ 3,200件→ ㉑ 3,200件→ ㉒ 3,200件	3200件		3200件			3200件	p49
87 食品関連事業者に対する栄養成分表示に関する相談や支援を行うとともに、消費者に対して栄養成分表示の読み取り方や健康食品に関する相談や質問に応じることに、健康づくりを推進します。		推進					p49
88 食に対する消費者の不安が高まっている中で、より多くの消費者の食品安全に関する理解を深めるため、「事業者発信型」や「体験型」のリスクコミュニケーションや子育て世代を対象とした「知って得する！ 食の安全」など、多様な関係者を通じたリスクコミュニケーションを推進します。 【リスクコミュニケーションとしての意見交換会等参加者数】 ㉑ 600名→ ㉒ 1,200名(累計)	600名	1200名					p50 再掲

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
89 事故防止の絵本やチラシ等を作成し、子供に対する啓発を行うとともに、消費者庁をはじめとする関係機関と連携し、「事故防止から事故発生時の対応」について、保護者や祖父母等多様な対象者に合わせた啓発活動を行い、事故防止に向けた意識を高めるとともに、家庭看護力の向上を図ります。 【ネットワーク会議の開催】 ㉨ 2回→ ㉩ 4回→ ㉪ 10回(累計) 【ハンドブック等を用いた啓発市町村数】 ㉨ 24市町村→ ㉩ 24市町村→ ㉪ 24市町村	2回 24市町村		4回 24市町村			10回 24市町村	p50 再掲
90 インターネットトラブル等について、理解を深めるため、県消費者情報センターのホームページから情報を発信を行うとともに、メールマガジンへの登録を呼びかけ、登録者に毎週火曜日に情報を配信します。 【配信回数】 ㉨ 50回→ ㉩ 150回→ ㉪ 300回(累計) 【登録者数】 ㉨ 650名→ ㉩ 750名→ ㉪ 900名(累計)	50回 累計 650名 累計		150回 累計 750名 累計			300回 累計 900名 累計	p50 再掲
イ 分かりやすい教材を通じた情報提供							
91 特殊詐欺の手口や、消費者トラブルに遭いやすい販売・取引について、リーフレットやパネルを作成し、イベントや出前授業を通して、消費者被害防止に向けての知識の啓発を行います。		啓発					p51
92 デジタルコンテンツに関する相談件数が増加しており、正しい使い方を啓発するための視覚的教材を作成し、出前授業で活用するとともに、ホームページに掲載し、学校や地域での活用を促進します。 【教材開発数】 ㉨ 10回→ ㉩ 15回→ ㉪ 20回(累計)	10回		15回			20回	p51
93 事故防止の絵本やチラシ等を作成し、子供に対する啓発を行うとともに、消費者庁をはじめとする関係機関と連携し、「事故防止から事故発生時の対応」について、保護者や祖父母等多様な対象者に合わせた啓発活動を行い、事故防止に向けた意識を高めるとともに、家庭看護力の向上を図ります。 【ネットワーク会議の開催】 ㉨ 2回→ ㉩ 4回→ ㉪ 10回(累計) 【ハンドブック等を用いた啓発市町村数】 ㉨ 24市町村→ ㉩ 24市町村→ ㉪ 24市町村	2回 24市町村		4回 24市町村			10回 24市町村	p51 再掲
94 川口ダム自然エネルギーミュージアムを核として、企業局が有する「水力発電所」や「太陽光発電所」等の「自然エネルギー」施設を活かし、児童生徒に「エネルギー」や「環境問題」、「科学技術」に関心を深めるため、施設見学会や出前授業及び環境学習イベントを実施します。 【川口ダム自然エネルギーミュージアム入館者数】 12,000名/年		12000名/年					p51 再掲
㉨ 関係機関の連携・協働による推進							

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
ア 高齢者・障がい者等を見守るコミュニティーづくり							
95 「とくしま消費者見守りネットワーク」の開催や研修会を実施するとともに、フォーラムを開催し、見守りネットワーク構築に向けての機運の醸成を図るなど、ネットワークの全県的な設置を推進します。 【全市町村における見守りネットワーク数】 ⑳ 2市町→ 平成31年度までに全市町村に設置	2市町		全市町村に設置				p52
96 認知症高齢者、知的障がい者、精神障がい者など判断能力が不十分な方が、地域で自立した生活を継続し安心して生活が送れるよう、引き続き福祉サービスの利用援助を実施します。		実施					p52
97 県社会福祉協議会に設置された「とくしま権利擁護センター」において、成年後見制度・権利擁護に関する相談や人材の育成、行政・専門職団体、支援機関等との連携・協働を図ることにより、地域における総合的な権利擁護体制を整備します。		整備					p52
98 ひとり暮らしの高齢者等の孤立化を防止するため、定期的に友愛訪問員が訪問する「友愛訪問活動」において、友愛訪問員のモチベーション向上と更なる活動の活性化を図るため、引き続き表彰を行います。		表彰					p52
99 障がい者が製造した商品等を限界集落の高齢者に定期的に宅配するとともに、高齢者の見守り活動を実施する取組を支援し、障がい者自らが地域の担い手としてやりがいを持って働くことができる場を創出します。 【見守り活動を実施する市町】 ⑳ 10市町→ ㉑ 11市町→ ㉒ 15市町	10市町	11市町				15市町	p53
イ 事業者における消費者志向経営の促進							
100 消費者志向経営を目指す事業者間の情報交換や経営者層等を対象とした各種セミナーを開催し、事業者による消費者志向自主宣言を推進します。 【消費者志向自主宣言事業者数】 ⑳ 10事業者→ ㉑ 30事業者(累計)	10事業者		30事業者				p54
ウ 災害時、非常時に対応できる消費者の育成							
101 地震発生等により交通が途絶することによる帰宅困難者を支援するため、コンビニエンスストアや外食事業者等との協定に基づき、災害時の帰宅困難者に適切な情報や便宜を提供できる「災害時帰宅支援ステーション」の普及啓発を推進します。		推進					p54
102 地域の寄り合いや各種団体等が実施する研修会において、地震や津波の特徴をはじめ、防災・減災に関する知識や情報を分かりやすく説明し、家庭や地域でできる日頃の備えについて考えを深めるための「防災出前講座」を実施することで、自助・共助による地域防災力の向上を図ります。 【講座受講数】 ⑳ 20,000名→㉑ 20,000名→㉒ 20,000名	20000名		20000名			20000名	p54

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
103 津波避難訓練に参加する人は徐々に増加しているが、より多くの県民に参加を促す必要があることから、県、市町の連携のもと、地域住民等が参加する津波避難訓練を毎年1回実施します。		実施					p55
104 消防団は大規模災害発生時における、「要員動員力」や「即時対応性」など、その特性を活かした活動が大いに期待できる組織であり、地域防災の要である消防団を確保するため、団員募集パンフレットによる周知啓発及びイベント等への出展による消防団活動のPRを通じて、広報啓発活動を推進します。		推進					p55
105 地震などの大規模災害が発生した場合、行政等による支援が遅延することが想定されるため、各家庭における3日分程度の生活必需品の備蓄や地域における毛布・食料等の備蓄の必要性の啓発を促進します。		促進					p55
106 耐震出前講座や各種イベントでの相談会などを開催し、南海トラフ巨大地震など、大規模地震発生時における「死者ゼロ」を目指し、木造住宅の耐震化に取り組みます。		取組					p55
107 災害時や非常時に児童生徒自らが主体的に判断し、安全に行動できる資質や能力を育成するため、地域や学校の状態に応じた防災教育を展開するとともに、研修会を開催し教職員のスキルアップを図ります。		スキルアップ					p55
<b>(6) 消費生活センターの機能強化</b>							
<b>① 県消費者情報センターの役割強化</b>							
<b>ア 地域における消費生活センター拠点化の促進</b>							
108 市町村消費生活センターの消費生活相談員に対し、PIO-NETや最近の相談事例と対応方法等について、研修会を実施するとともに、県消費者情報センターの消費生活相談員による市町村消費生活センターへの巡回指導を行います。		巡回指導					p56
109 各地域ごとの消費生活相談体制の強化を図るため、消費者問題において重要な法律関連の知識の習得を目指し、消費者行政担当職員、消費生活相談窓口での相談業務従事者等に対して、研修会を実施し、即戦力になるための実務的な研修や能力向上に役立つ研修を実施します。 【研修会実施回数】 ③⑩ 2回 → ③⑫ 6回 → ③⑭ 10回(累計)		2回		6回		10回	p56
<b>イ 相談窓口の充実強化</b>							

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
110 消費生活相談員のスキルアップとともに、消費生活相談員資格の保有者を確保していく必要があるため、消費者安全法に基づく消費生活相談員資格試験の登録試験機関((独行)国民生活センター、(一財)日本産業協会)が実施する資格試験の合格を目標とした消費生活相談員養成講座を実施します。 【消費生活相談員資格保有者】 ㉑ 22名→ ㉓ 100名(累計)	22名		100名				p57
111 県内の消費生活相談員が集まり、情報交換、意見交換を実施することにより、業務改善、業務の効率化につなげ、県内全体の消費生活相談の向上につなげます。		向上					p57
112 多重債務の解決方法等を適切にアドバイスするとともに、ギャンブル等依存症に関する相談機関の情報提供や専門機関との連携を行います。また、訪日・在日外国人に対して、消費生活トラブルに関する情報提供や意見交換会等を実施します。		実施					p57
② 市町村の取組への支援							
ア 市町村における体制づくり							
113 市町村における消費者行政・消費者教育の充実・強化に向け、市町村との連携を図り、パンフレットや教材等の提供を行うとともに、市町村による消費者教育推進計画の策定について、支援を行います。		支援					p57
114 幼・小・中・高校・特別支援学校教職員及び市町村行政職員を対象に、ライフステージに応じた消費者教育の意義や消費者トラブルの最新状況、トラブル回避のポイント、エンカル消費等の効果的な指導方法やギャンブル等依存症への理解を深める研修を行います。 【研修参加者数】 ㉒ 30名→ ㉔ 60名→ ㉖ 90名(累計)	30名		60名		90名		p58 再掲

# 徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
<b>(7) 「徳島モデル」の消費者教育の推進</b>							
<b>① 関係機関との連携体制の充実</b>							
<b>ア 消費者庁「モデルプロジェクト」との連携</b>							
115 消費者庁が作成した高校生向け消費者教育啓発教材「社会への扉」を活用した授業を引き続き、県内全ての高校において展開するとともに、生徒・教員に対するアンケートを実施し、教材の検証や教材を活用した授業事例集を作成・発信することにより、全国展開を図ります。また、教材を活用したデモンストレーション授業や教員を対象とした指導力向上研修を開催するとともに「小・中学生向け消費者教育用教材」を作成し、成年年齢引下げを見据えた消費者教育を推進・発信します。						p58	
116 全市町村における見守りネットワークの構築に向けて、「とくしま消費者見守りネットワーク」における情報交換や見守りネットワークの先進地域の関係者を招いたフォーラム及び県内3圏域での研修会を開催し、市町村における機運の醸成や構築に向けての支援をはじめ、活動への助言等を行います。						p59	
117 「とくしまエシカル消費推進会議」の開催や学校における「エシカル消費」リーディングスクール、エシカルクラブ設置によりエシカル消費教育をより一層推進するとともに、エシカル消費自主宣言企業の拡大に努めます。また、ライフステージに応じた普及啓発チラシや動画、冊子を作成するとともに、エシカル消費に積極的に取り組む県や市を招いて、本県においてエシカルサミットを開催し、全国におけるエシカル消費の普及拡大を図ります。						p59	
118 「食品ロス削減」講座や環境配慮型セミナーの県内3圏域での開催やフォーラムをとおして、県内や四国他県における啓発を推進します。						p59	
119 関係機関による「ネットワーク会議」の開催をはじめ、消費者庁作成ハンドブックや子供の安全安心チェックリストを活用した啓発を推進します。また、県内在住絵本作家が作成した絵本を関係機関に配付するとともに、重要度の高い事故原因に対して強力に啓発を行います。						p59	
120 平成29年度のプロジェクトで作成された栄養成分表示や保健機能食品の消費者教育ツール(パンフレットや解説書)を用いて、県内各地域での消費者教育学習会を実施し、「徳島モデル」の全国展開を促進します。また、食育イベント会場等において「栄養成分表示活用推進ブース」を設置し、普及啓発を図るとともに、食品表示適正化推進員(市町村版・消費者団体版Gメン) や関係団体と連携した消費者教育を推進します。						p59	
121 地方初となる「とくしま消費者志向経営推進組織」を活用し、事業者を対象としたセミナーを開催し、消費者志向経営自主宣言企業の拡大を図ります。						p60	

徳島県消費者教育推進計画のKPI一覧

資料4-2

事業の概要及びKPI(重要業績評価指標)	策定時	計 画					消費者教育推進計画
		H30	H31	H32	H33	H34	
122 県内自治体の内部職員からの通報窓口の設置・促進や外部労働者からの共通通報窓口の運用を図るとともに、事業者への内部通報窓口の設置促進や社員への啓発に努めます。 さらに、県内経済団体における公益通報制度推進員の配置や 同団体内に会員事業者が利用できる社外通報窓口の設置・運営を支援し、中小企業向けの内部通報制度推進に向けた「徳島モデル」を全国に発信します。							p60
123 フォーラムやゼミナール等の開催のほか「事業者発信型」や「体験型」のリスクコミュニケーション、幅広い世代を対象とした「食の安全安心ミーティング」など、多様な関係者を通じたリスクコミュニケーションを推進します。また、平成29年度の調査・研究による効果測定の結果を活かし、新たなリスクコミュニケーションを展開します。							p60
② 「徳島モデル」の全国発信							
ア 「オール徳島」県民運動の展開							
124 誰もが安心して暮らせる「消費者市民社会」の実現に向けて、消費者と事業者とのコミュニケーションの深化を図る県民大会を開催し、消費者志向経営の促進をはじめ、「自立した消費者」の育成やよりよい社会の実現に向けて主体的に行動することができる消費者力を育みます。 【県民大会参加数】 ⑳ 300名 → ㉒ 320名 → ㉔ 350名		300名		320名		350名	p61
125 過疎・高齢化が進む中で、「自立した消費者」を育成するため、「とくしま政策研究センター」と民・学・官が連携・協働し、「消費者行政・消費者教育」に関する調査研究を行います。		調査研究					p61