

数値目標設定に向けた考え方（案）

1 数値目標設定に係る審議会委員の意見

- ・計画には検証が必要。具体的な数値目標を設定し毎年度ごとの検証をすべき。
- ・5年間を見通した重点課題と目標を設定し、そのチェックと見直しをしていくことで、計画的に施策を推進できる計画にすべき。
- ・府の状況を踏まえて、具体的なめざす状況、数値目標などを設定することが最重要でこれを計画期間中に達成するために施策がある。
- ・「重要目標達成指標（KGI※₁）」を設定してはどうか。またそれを具体化していくために「重要達成度評価指標（KPI※₂）」を設定してはどうか。
- ・政策の実施状況のモニタリングは重要であるけれども、過度な負担を実施者に負わせることには注意が必要である。あまりに細かな分析はかえって論じるべき点が見えにくくなる。

※₁ KGI（Key Goal Indicator）重要目標（最終的な到達目標）の達成度合いを検証するための指標

※₂ KPI（Key Performance Indicator）は、重要目標達成に向けた過程を計測する中間指標。KGIを到達するための過程としてKPIを設計する。

2 消費者庁が設定している政策目標と府の実績

大阪府消費者基本計画（第2期）骨子案修正版P18

（2）国の地方消費者行政強化作戦における府の状況

3 他府県の設定状況 ⇒ 47都道府県中、31都道府県が基本計画を策定。そのうち、5都府県（東京都、神奈川県、三重県、滋賀県、京都府）が数値目標設定無し。

■設定されている数値目標の傾向

①県民意識調査等の手法を活用したもの

Ex) ・消費生活センターの存在、・消費者ホットラインの認知度、・エシカル消費の認知度等

②消費者庁が設定している政策目標

Ex) ・人口5万人以上の市町における消費者安全確保地域協議会の設置数、・消費生活相談員の研修参加率、・市町村センター設置率等

③個別事業についてのアウトプット指標

Ex) ・研修・啓発講座の開催回数や受講者数、広報メール登録者数等

4 事務局案

骨子案では、重要目標として、基本目標ⅠからⅣを設定している。

重要目標の達成度合いを具体的に明確にするため、「重要目標達成指標（KGI）」としてアウトカム指標を設定。

※国の「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」報告書（P10）より抜粋。

『現行の第3期消費者基本計画ではKPIが設定されているが、アウトプット指標がほとんどで施策の実施による中期的な具体的成果（アウトカム）を想定したものはごく一部に留まっている』

■アウトカム指標案：府内高等学校等における消費者教育教材を活用した消費者教育の実施率

【設定理由】＜基本目標Ⅲ消費者教育の推進＞

成年年齢引下げが計画期間中の2022年4月から施行されること、エシカル消費等次代を担う若年者への消費者教育が最重要課題であることから設定