【資料２－１】

大阪市消費者教育推進計画（第２期）の指標及び評価について

○　評価指標について（大阪市消費者教育推進計画（第２期）Ｐ６　参照）

評価指標	２期計画終了時 （令和11年度） の目標数値	令和７年度結果	令和７年度の自己評価
１ 地域講座の回数・受講人数の累計	300回・5,600人	49回・768人	1年あたりのおおよその目標（60回・1,120人）と比べ、回数（▲11回）、人数（▲352人）ともに下回った。原因としては、各区における社会福祉や高齢者の団体へのRRの方法やタイミングが各団体のニーズを加味した内容になっていなかった等、不十分であったと考えている。これらを踏まえ、市内24区の社会福祉協議会、高齢者団体に積極的に参加してPRするとともに、団体側の年間行事が決まる前のタイミングで提案するなど、各団体のニーズに沿った効果的なPRをすることにより、より多くの講座回数と受講人数を確保していく。
２ １のうち「消費者被害や特殊詐欺について情報を身につけ、契約時に迷ったときはその場で契約せずに家族などに相談することなど簡単な対処方法を心得ている」と受講者アンケートで答えた高齢者の割合	95%	98.1%	目標値を上回り順調と考えている。
３ １のうち「消費生活に関して気軽に相談できる人がいる」と受講者アンケートで答えた高齢者の割合	95%	93.7%	目標を下回ってはいるものの、高い割合を維持していることから、順調と考える。
４ 若者向け消費者教育講座の回数・受講人数の累計	25回・3,600人	９回・693人	1年あたりのおおよその目標（５回・720人）と比べ、回数は上回っている。 人数は27人下回っているものの、順調と考える。
５ ４のうち「消費者被害を未然に防止するために必要な悪質事業者の手口や拒否方法といった基本的な知識や情報を身につけている」と受講者アンケートで答えた若年者の割合	95%	92.8%	目標を下回ってはいるものの、高い割合を維持していることから、順調と考える。