

群馬県消費者基本計画に基づく計画評価（第三者評価）について（公表用）

群馬県消費生活問題審議会は、群馬県消費者行政推進本部から報告を受けた平成30年度実績及び計画の総括に係るの自己評価に対し、次のとおり第三者評価として意見を付しました。

○平成30年度実績及び計画（平成26～30年度）の総括に係る自己評価に対する審議会意見（第三者評価）

基本方針	番号	指 標									H30年度進行に係る評価		計画の総括に係る評価		
		項目	単位	基準 H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30 A	担当所属	自己 評価	審議会意見	自己 評価	
I 消費者の 安心の確保	1	事業者指導 (景品表示 法)処理件数	件	24	54	22	20	15	28	8	消費生活課	↘	商品やサービスの的確な選択は、消費生活の最も重要な要素です。虚偽または誇大な広告・表示は、消費者の誤解を招くことにつながります。引き続き、広範かつ機敏な情報入手に努め、事業者の監視を一層強化してください。	C	商品やサービスの的確な選択は、消費生活の最も重要な要素です。虚偽または誇大な広告・表示は、消費者の誤解を招くことにつながります。今後は、毎年度30件以上実施できるよう、情報入手と監視を一層強化し、迅速な事業者対応に努めてください。また、事業者や消費者への啓発を進め、制度の周知を図ってください。
	2	食品営業施設監視件数	件	21,748 <18,528>	26,349 <18,857>	26,609 <19,045>	24,009 <22,586>	21,732 <21,996>	20,695 <21,780>	20,247 <21,493>	食品・生活衛生課	→	目標の達成状況を評価します。食の安全については、消費者の関心が大変高まっています。引き続き、食品安全対策上の観点からきめ細かな監視に努めてください。	A	計画期間を通じた目標の達成状況を評価します。食の安全については、消費者の関心が大変高いので、引き続き、食品安全対策上の観点からきめ細かな監視に努めてください。
	3	宅建業者事務所調査件数(*)	件	67	40	54	56	53	39	12	住宅政策課	→	消費者トラブルの防止に向けた取組を評価します。宅地・建物に関する契約は、消費者契約の中でも高価であり、ローン返済等により消費者の生活に多大な影響を与えます。消費者の目線に立ち、公正な取引が行われるよう宅建業者の監視を継続してください。	A	宅地・建物に関する消費者トラブルの防止に向けた取組を評価します。宅地・建物に関する契約は、消費者の生活に多大な影響を与えるので、今後も消費者の目線に立ち、公正な取引が行われるよう宅建業者の監視を継続してください。
II 消費者の自立への支援	4	消費者被害防止出前講座実施回数	回	48	84	78	73	75	57	80	消費生活課	↗	高齢者への講座開催の取組を評価します。引き続き、各年代層にふさわしい講義手法等を検討するとともに、消費者トラブルの実態を踏まえた講義素材の選定を行い、内容の改善を図ってください。また、若年層への講座の周知に努めてください。なお、出前講座が実施されていない地域がないか点検し、ある場合には、その要因を分析してください。	B	計画期間を通じ、回数は目標値に達しませんでした。高齢者や若者への講座開催の取組を評価します。引き続き、各年代層にふさわしい講義手法等を検討するとともに、消費者トラブルの実態を踏まえた講義素材の選定を行い、内容の改善を図ってください。また、若年層への講座の周知に努めてください。なお、出前講座が実施されていない地域がないか点検し、ある場合には、その要因を分析してください。
	5	金融教育出前講座実施回数	回	24	32	34	48	45	43	31	消費生活課	↘	障害のある消費者の自立支援として、福祉施設での講座の継続を評価します。金融教育は、「金融」という言葉の響きのために、敬遠されることがあります。出前講座の周知を工夫し、引き続き、年代層に沿ったわかりやすい講座となるよう努めてください。	B	計画期間を通じ、回数は目標値に達しませんでした。障害のある消費者の自立支援として、福祉施設での講座の継続を評価します。金融教育は、「金融」という言葉の響きのために、敬遠されることがあります。出前講座の周知を工夫し、引き続き、受講者に応じたわかりやすい講座となるよう努めてください。
	6	メールマガジン「消費者ホットぐんま」登録者数	人	335	390	353	418	481	561	620	消費生活課	↗	消費者が希望して申し込むことにより登録者となるため、希望者の募集に工夫を加えるべきと考えます。消費者へ直接届く情報発信は一定の効果が期待されます。引き続き、内容の充実を図ってください。	A	消費者へ直接届く情報発信は重要なため、引き続き募集方法を工夫して登録者数を増やしてください。また、内容の充実、発信のタイミングにも引き続き留意してください。
	7	医療機能情報提供システムへのアクセス件数(*)	件	141,896	149,410	176,239	113,977	99,291	113,580	137,824	医務課	→	消費者にとって、医療サービスの選択にあたり、医療機能情報が的確に得られることは有益です。引き続き、システムの周知や提供情報の充実を図ってください。	B	消費者にとって、医療サービスの選択にあたり、医療機能情報が的確に得られることは有益です。引き続き、システムの周知や提供情報の充実を図ってください。
	8	「ぐんま地産地消推進店」数(*)	店	342	371	404	396	411	460	453	ぐんまブランド推進課	→	目標の達成状況を評価します。推進店を訪れた際は、消費者の地産地消への関心も高まりやすく、学習・啓発のよい機会です。新規認定店の増加だけでなく、引き続き、推進店の取組等の質的向上にも努めてください。	A	目標の達成状況を評価します。今後も新規認定店の増加を図るとともに、既存推進店の質的向上と消費者への一層の周知に努めてください。
	9	情報モラル講習会実施校割合(小中学校)	%	小学校 75 中学校 91	小学校 87 中学校 94	小学校 95 中学校 98	小学校 93 中学校 98	小学校 96 中学校 98	小学校 99 中学校 99	小学校 100 中学校 100	(教委) 義務教育課	↗	目標の達成状況を高く評価します。引き続き、学校における児童・生徒の高度情報通信社会への対応力向上のため、指導者の養成を推進し、学校の実態に応じた児童生徒・保護者への啓発に努めてください。	A	計画期間を通じた目標の達成状況を高く評価します。引き続き、学校における児童・生徒の高度情報通信社会への対応力向上のため、指導者の養成を推進し、学校の実態に応じた児童生徒・保護者への啓発に努めてください。

(注1) 表中の〈 〉内は、食品衛生監視指導計画において、毎年度設定している目標値。

(*) を付した項目については、達成すべき目標値の設定が困難なため、実績値をもって事業執行状況の推移を把握することとしている。(次ページへ続く)

基本方針	番号	指 標									H30年度進行に係る評価		計画の総括に係る評価		
		項目	単位	基準 H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30 A	担当所属	自己 評価	審議会意見	自己 評価	
Ⅲ 消費者被害の防止・救済	10	高齢者等消費者被害見守り事業者数	者	0	6 (累計)	8 (累計)	11 (累計)	11 (累計)	11 (累計)	11 (累計)	消費生活課	→	目標の達成状況を評価します。 特に、独居高齢者は、悪質商法や詐欺犯罪のターゲットとなりやすく、被害金額も多額となる傾向があります。 今後は、見守りの維持強化のため、見守り事業者へのフォローに力を入れてください。	A	目標の達成状況を評価します。今後も見守りの維持強化のため、見守り事業者に適切なフォローを行ってください。また、高齢者は悪質商法等のターゲットになりやすいので、今後は地域による高齢者等の見守り体制の構築にも力をいれてください。
	11	県・市町郡消費生活センターへの相談件数(*)	件	16,568	17,310	17,276	17,736	16,831	19,440	20,737	消費生活課	↗	消費生活センターは、消費者行政において大事な第一次の情報入手源です。 相談窓口の周知を徹底し、一人でも多くの消費者を救済するための体制を充実させてください。	A	消費生活センターは、消費者行政において大事な第一次の情報入手源です。 相談窓口の周知を徹底し、一人でも多くの消費者を救済するための体制を充実させてください。 また、今後は、成年年齢の引き下げによる若年層の被害増が予想されるので、若年層の消費生活センター活用が進むよう、引き続き工夫してください。
	12	悪質事業者に対する指導状況(*) (特定商取引法関係)	件	行政指導 8 行政処分 1	行政指導 8 行政処分 2	行政指導 2 行政処分 0	行政指導 7 行政処分 0	行政指導 4 行政処分 1	行政指導 5 行政処分 1	行政指導 4 行政処分 5	消費生活課	→	相談状況を的確かつ迅速に把握し、機敏な聴取に努め、積極的な指導を行ってください。昨今では、事業者の勧誘活動が複数県にまたがる事例も見られますので、他県との連携を更に強化してください。	A	相談状況を的確かつ迅速に把握し、機敏な聴取に努め、積極的な指導を行ってください。事業者の勧誘活動が複数県にまたがる事例も見られますので、他県との連携を今後も強化してください。
	13	大人向け防犯出前講座実施回数(*)	回	68	74	93	76	33	32	46	消費生活課	→	引き続き、実演を交えるなどの工夫をし、高齢者がわかりやすく、印象に残る講座の実施を心がけてください。また、多くの人が受講できるよう、PRにも力を入れてください。	B	H28年度からの新規講座・研修の開催を考慮し、目標の達成状況を評価します。 引き続き、実演を交えるなどの工夫をし、高齢者がわかりやすく、印象に残る講座の実施を心がけてください。また、多くの人が受講できるよう、PRに一層力を入れてください。
	14	住宅相談件数	件	804	1,162	1,108	1,015	923	978	1,036	住宅政策課	→	消費者にとって、住宅の取得等は消費者契約の中でも高価なものであり、経験も乏しいことから、トラブルも見受けられます。専門的相談窓口として一層周知することで、消費者トラブルの防止、救済に努めてください。	B	消費者にとって、住宅の取得等は消費者契約の中でも高価なものであり、経験も乏しいことから、トラブルも見受けられます。専門的相談窓口として一層周知することで、消費者トラブルの防止、救済に努めてください。
Ⅳ 環境消費にの生配推活進した	15	ぐんま環境学校(エコカレッジ)修了者数(*)	人	15	17	21	17	31	15	26	環境政策課	→	目標の達成状況を評価します。 引き続き、修了されたボランティアの方はもとより、地域の方々へエコカレッジの理念が広がるよう、その運営について更に工夫を重ね、内容の充実を期待します。	A	目標の達成状況を評価します。 引き続き、修了されたボランティアの方はもとより、地域の方々へエコカレッジの理念が広がるよう、その運営について更に工夫を重ね、内容の充実を期待します。
	16	1人一日当たりごみ排出量	g	(H23) 1,076 (H24) 1,059	1,050	1,051	1,031	1,005	986	R2年3月 ころ判明	廃棄物・ リサイクル課	→	目標の達成状況を評価します。 ゴミ排出量は順調に減っていますが、依然多く、全国で8番目に多い状況にあります。 引き続き、県民・事業者・市町村への普及啓発や支援を継続してください。 (注)全国で8番目に多いとは、令和元年度群馬県消費生活問題審議会開催日において確認可能な平成29年度実績における全国比較によります。	B	目標の達成状況を評価します。 ゴミ排出量は順調に減っていますが、依然多く、全国で8番目に多い状況にあります。 引き続き、県民・事業者・市町村への普及啓発や支援を継続してください。 (注)全国で8番目に多いとは、令和元年度群馬県消費生活問題審議会開催日において確認可能な平成29年度実績における全国比較によります。

(*)を付した項目については、達成すべき目標値の設定が困難なため、実績値をもって事業執行状況の推移を把握することとしている。

平成30年度進行に係る自己評価凡例	
↗	個別事業の実績や内容が前期を上回る又は前進等の場合
→	個別事業の実績や内容がほぼ前期なみ又は維持等の場合
↘	個別事業の実績や内容が前期を下回る又は後退等の場合

計画の総括に係る自己評価凡例			
	成果等	最終年度の進捗率	備考
A	十分な成果が得られた	8割超	その他の事情も勘案して総合的に判断する
B	成果は得られたが改善の余地がある	6割以上	
C	成果が不十分であり改善が必要	6割未満	

消費者基本計画の「基本目標」の総括(審議会意見)について

目標項目	指標	基準値 平成24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度 A	目標値 30年度 B	目標に対する 30年度の水準 (*)	進捗率	計画の総括に係る評価		
												県の自己評価		審議会意見
												自己 評価	要旨	
消費者被害の根絶	消費者トラブルに遭った人の割合(消費生活に係る県民意識調査)	24.2%	—	—	22.8%	21.6%	11.4%	8.6%	10.0%	116%	110%	A	<ul style="list-style-type: none"> ・実績値は目標値を達成した。 ・消費者トラブルは、新たな手口や商法により内容が複雑・多様化し、高齢者を狙った利殖商法や架空請求なども発生している。苦情相談への的確な対応と事業者への関係法令に基づく積極的な調査・指導・検査等を行うとともに、各種出前講座やホームページ、メルマガ等を通じた消費者教育、広報啓発活動などを行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・目標の達成状況を評価します。 ・引き続き、相談体制の充実と積極的な事業者指導等を図るとともに、出前講座や各種広報媒体による消費者教育、広報啓発活動などを通じて消費者トラブルの根絶に努めてください。
消費者トラブルの解決	県消費生活センター「あっせん解決率」	89.4%	88.2%	89.1%	91.0%	90.3%	94.1%	89.9%	95.0%	95%	9%	B	<ul style="list-style-type: none"> ①進捗率は低位にとどまったが、計画期間中、概ね90%を維持した。 ②消費者問題が多様化・複雑化していく中で、解決率を上昇させるのは困難であった。 ・以上から左の評価とした。 <p>※第2次計画では、上記の点を踏まえ、「計画期間を通じて、90%以上」を目標とした。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・計画期間を通じて、解決率が概ね90%を維持したことを評価します。 ・今後とも、多様化・複雑化していく消費者問題に対して、高い解決率を維持し、県民の安全・安心の確保を図ることが必要です。
県民からの施策評価	「食品安全・消費者保護」施策満足度(広報課「県民意識アンケート」)	42.0%	39.3%	44.6%	44.7%	45.5%	43.9%	43.9%	60.0%	73%	11%	C	<ul style="list-style-type: none"> ・施策の満足度を改善するためには、消費者施策全般について、総合的に取組を強化することが必要である。 ・今後、第2次群馬県消費者基本計画の5つの基本方針「Ⅰ消費者に消費生活情報を提供する」「Ⅱ消費者教育を推進する」「Ⅲ消費者トラブルを解消する」「Ⅳ事業者の活動を適正化する」「Ⅴ県民とともに消費生活を考える」に基づく施策の実施により、県民の満足度を高めたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・施策の満足度の改善には、消費者施策全般を強化することが必要ですが、進捗度が低い施策により注力することも考えてください。 ・県民満足度が一層高まるよう、今後も各種施策を着実に推進してください。
<p>(注)進捗率は、基準値に対する最新値が目標値に向けてどの程度進捗したかを計るため、次により算出。 【算出方法】進捗率=(平成30年度実績値-基準値)÷(目標値-基準値)×100(%)</p> <p>(*)目標に対する水準は、数値を増やす目標の指標項目(県消費生活センター「あっせん解決率」、「食品安全・消費者保護」施策満足度)はA/B、数値を減らす目標の指標項目(消費者トラブルに遭った人の割合)は、B/Aにより算出。</p>												<p>総括評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ・3つの目標項目の指標の実績数値は、いずれも計画策定時に比して改善していることから、本計画は、「県民が安全で安心できる消費生活の実現」という目的の達成に向け、一定の成果をあげているものと評価する。 ・その一方、これまで本計画に基づき各種施策に取り組んできたところであるが、現時点での進捗率から、本計画の目標の達成に至るまでには、その推進は十分でなく、今後なお一層の消費者施策の推進・強化を図ることが必要と評価する。 		<p>計画の目的である「県民が安全で安心できる消費生活の実現」に向けて、今後は、第2次群馬県消費者基本計画の5つの基本方針「Ⅰ消費者に消費生活情報を提供する」「Ⅱ消費者教育を推進する」「Ⅲ消費者トラブルを解消する」「Ⅳ事業者の活動を適正化する」「Ⅴ県民とともに消費生活を考える」に位置づけられた施策についての取組を強化・推進してください。</p>