

第2次消費者基本計画の評価結果(自己評価及び第三者評価)

※自己評価: 県の自己評価  
 ※第三者評価: 群馬県消費生活問題審議会の意見

(1) 数値目標

指 標							計画の達成状況に係る評価				
目標項目	指標	基準値	令和元年度	2年度	3年度	4年度(A)	目標値(B)	目標に対する水準	進捗率	県の自己評価	審議会意見
消費者被害の根絶	消費者トラブルに遭った人の割合(戦略企画課「県政県民意識アンケート」※「県政県民意識アンケート」が「県民幸福度アンケート」に変更となり、対象項目が削除されたため、消費者庁が実施した「消費者意識基本調査」による「購入商品や利用サービスでの消費者被害の経験」の割合を参考とした。	H30年度 11.4%	10.9%	※13.0%	※16.9%	※17.2%	計画期間を通じて、 10.0%以下	※58%		・本項目は、「県政県民意識アンケート」で調査した「消費者トラブルに遭った人の割合」を指標としていたが、令和2年度から「県民幸福度アンケート」に変わったことにより、削除された。 ・そのため、消費者庁が実施した「消費者意識基本調査」による「購入商品や利用サービスでの消費者被害の経験」の割合を参考指標とした。 ・事業者による巧妙な手口等による消費者トラブルは、依然後を絶たない。事業者に対する関係法令に基づく指導等を行うとともに、消費者被害防止、消費者教育の出前講座やホームページ、メルマガ等を通じた広報啓発活動等を引き続き行ってきたい。	・目標である10%を達成できていないばかりか実績値は上昇している。そもそも10%という目標が現実的で無いのではないか。 ・アンケート結果以外に代替的に利用可能な統計を使ってもよいのではないか。
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」	H25～H29 年度の平均 値 90.5%	86.9%	88.1%	91.8%	90.8%	計画期間を通じて、 90%以上	101%		・あっせん解決率は、基準値及び目標値をと上回った。 ・消費者問題が多様化・複雑化していく中で、苦情相談の的確な対応と解決に向けた取組をより一層進めていきたい。	・引き続き尽力してください。
県民からの施策評価	「食品安全・消費者保護」施策満足度(戦略企画課「県政県民意識アンケート」※「県政県民意識アンケート」が「県民幸福度アンケート」となり、対象項目の内容が、「消費者としての安心・安全」に変更された。	H30年度 43.9%	47.2%	※46.9%	※44.8%	※42.9%	計画終了 年度に、 60.0%以上	※72%	※△6%	・本項目は、「県政県民意識アンケート」で調査した「食品安全・消費者保護」施策満足度を指標としていたが、令和2年度から「県民幸福度アンケート」になり、「消費者としての安心・安全」に変更されたため、この割合を参考指標としている。 ・前年度数値を下回り、県民の充足度ランキングでは、前年度の4位から5位に下がったものの依然として上位にあり、引き続き県民の充足度を高めるための情報発信等の取組を積極的に行っていきたい。	・目標に達していないことについて、原因を分析し、改善すべきところは改善してください。
							総合評価			・3つの目標項目の指標の実績数値のうち、あっせん解決率のみ目標値を上回ったものの、他の2つの項目は参考指標ではあるが前年度より悪化した。 ・「県民が安全で安心できる消費生活の実現」に向け、一定の成果をあげているものと評価するものの、今後、着実に目標を達成できるよう、消費者施策を推進していきたい。	・実施結果を総合的に検証し、今後の取組に生かしていただきたい。

(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=(令和4年度実績値-基準値)÷(目標値-基準値)×100(%)

(注) 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。

(2) 評価指標項目(各基本方針ごとの成果・進捗)

【基本方針Ⅰ 消費者に消費生活情報を提供する】

基本方針	番号	指 標									評 価			
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗 状況	審議会意見
Ⅰ 消費者に消費生活情報を提供する	1	メルマガ 「くま ま」登録 者数	人	561	620	670	711	745	757	800	消費生活課	→	進捗率 82.0%	・LINEなど様々なコミュニケーションツールが増えてはいますが、メールが手段としてなくなったというわけではなく、見た方が次のステップへ進むための重要な手段の一つと考えます。 ・メルマガの登録と配信解除を簡単に設定できるよう検討をお願いします。 ・メルマガで配信される内容がわかるようバックナンバーを見られるようにするとよいと思います。 ・目標の800人は、群馬県世帯数の約0.1%に当たりますが、どれだけの効果があるのでしょうか。別の視点からメルマガの評価をしなければなりません。 ・若い人はLINEをやっているのLINEを検討していく必要があると思います。
	2	「くまま 住まいの相 談セン ター」情報 提供件数	件	978	1,036	888	1,146	1,274	1,088	1,800	住宅政策課	→	進捗率 13.4%	・なぜ進捗率が13.4%と非常に低いのか。目標達成に向けて取組を進めて下さい。

【基本方針Ⅱ 消費者教育を推進する】

基本方針	番号	指 標									評 価			
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗 状況	審議会意見
Ⅱ 消費者教育を推進する	3	消費者被害 防止出前 講座実施 件数	件	57	80	55	25	41	36	毎年度 80以上	消費生活課	→	達成率 45.0%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。
	4	金融教育 出前講座 実施回数	回	43	31	31	25	27	61	毎年度 50以上	消費生活課	↗	達成率 122.0%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。
	5	高校等にお ける消費 者教育の 外部講師 等の活用	校	19	17	31	37	39	33	50	消費生活課	→	進捗率 45.2%	・「くまま版消費者教育教材」は、消費者教育教材コンクールで優秀賞を受賞し、また、実際に使ってみても生徒の反応が良い素晴らしい教材なので、より一層活用を働きかけてください。 ・高校等では、情報モラル教室、薬物乱用教室、非行防止教室など生徒全員に指導する場面があるが、本教材を活用した消費者被害防止教室も生徒全員に実施できる体制を教育委員会と連携して進めていただきたい。 ・高校は、消費者被害防止の大切な知識を、進路が分かれる前に一律に指導できる最後のチャンスなので推進をお願いしたい。 ・本当に聞いてほしいという方々へなかなか届かないという現状で、アプローチの仕方をいろいろ考えていくというのが一つだと思います。 ・一般県民の方も図書館などで教材を閲覧できると親子で見られる機会が得られると思います。
	6	大人向け 防犯出前 講座実施 回数	回	32	46	20	5	5	14	毎年度 35以上	消費生活課	↗	達成率 40.0%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。

【基本方針 III 消費者トラブルを解消する】

基本方針	番号	指 標									評 価			
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗 状況	審議会意見
III	7	県・市町郡 消費生活 センターへ の相談件 数(*)	件	19,440	20,737	19,114	16,915	15,164	15,929	—	消費生活課	→	—	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。

(\*)を付した項目については、目標値の設定が困難であるため、課題抽出のための指標として活用します。

【基本方針 IV 事業者の活動を適正化する】

基本方針	番号	指 標									評 価			
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗 状況	審議会意見
IV	8	事業者指 導(景品表 示法)処理 件数	件	28	8	32	26	35	26	毎年度 30以上	消費生活課	→	達成率 86.7%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。
	9	事業者指 導等(特定 商取引法) 処理件数	件	行政指 導 5 (行政処 分 1)	指導4	指導6	指導 2	指導6	指導6	毎年度 行政指導 5以上(行 政処分は 設定せ ず)	消費生活課	→	達成率 120.0%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。
	10	宅地建物 取引業者 事務所調 査件数	件	39 (97)※	12 (81)※	61	62	182	110	500 (R1~R5 年度の累 積件数)	住宅政策課	→	進捗率 83.0%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。

※ 10「宅地建物取引業者事務所調査件数」について、第1次消費者基本計画では対象としていなかった新規免許業者に対する調査件数を、第2次消費者基本計画では、対象に加えている。  
このため、第1次計画期間の欄(平成30年度以前)についても同様の計上を行った場合の数値を( )で表記。

【基本方針 V 県民とともに消費生活を考える】

基本方針	番号	指 標									評 価			
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗 状況	審議会意見
V	11	高齢者等 消費者被 害見守り事 業者に提 供した情報 件数	件	48	50	57	64	46	28	毎年度 50以上	消費生活課	→	達成率 56.0%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。
	12	1人一日当 たりごみ排 出量	g/人・日 (参 考)全 国順 位(多 い順)	986 (8位)	986 (11位)	989 (9位)	990 (6位)	968 (9位)	R6.3月 頃判明	950 (R4)	廃棄物・ リサイクル課	↗	進捗率 128.6%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。
	13	「ぐんま地 産地消費 優良店」数	店	51	69	72 (R2:目 標設定 なし)	72 (R3:目 標75店)	85 (R4:目 標81店)	87 (R7:100)	ぐんまブランド 推進課	↗	達成率 104.9%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。	
	14	市町村に おける消費 者安全確 保地域協 議会の設 置数	自治体	0	0	1	1	1	2	5	消費生活課	↗	進捗率 40.0%	・今後も目標達成に向けて、取組を進めてください。

- ↗ 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