

# 第3次群馬県消費者基本計画（素案）

（令和6年度～10年度）

令和6年3月

群 馬 県

※知事挨拶掲載予定

# 目 次

第1章 計画策定の基本的な考え方	1
1 計画策定の趣旨	
2 計画の位置付け	
3 計画の期間	
4 計画の基本理念と目的	
【数値目標】	3
第2章 消費生活をめぐる現状と課題	4
1 消費者を取り巻く環境の変化	
(1) 人口減少・更なる高齢化の進行	
(2) デジタル化の進展	
(3) 消費生活のグローバル化の進展	
(4) 取引形態の多様化	
(5) 多重債務問題への取組	
(6) 成年年齢の引下げ	
(7) 持続可能な社会の実現に対する関心の高まり	
2 本県における消費者行政の状況	
第3章 消費者施策の基本方針及び講ずべき施策	16
第3次群馬県消費者基本計画施策体系図	
I 消費生活情報の発信	
II 消費者教育の充実	
III 消費者被害の未然防止・救済	
IV 消費者と事業者との取引の適正化	
V 持続可能な社会形成の推進	
(別表) 評価指標項目	40
第4章 関係機関、団体との連携強化	41
1 国・他都道府県・市町村との連携	
(1) 国・他都道府県との連携	
(2) 市町村との連携	
2 消費者団体・事業者団体・教育機関・地域における関係機関等との連携	
(1) 消費者団体との連携	
(2) 事業者団体との連携	
(3) 教育機関との連携	
(4) 地域における関係機関等との連携	
3 弁護士会・司法書士会等の専門機関との連携	
第5章 計画の推進体制と進行管理	43
1 推進体制	
2 進行管理	
資料編	
群馬県消費生活条例	
群馬県消費生活問題審議会委員名簿	
群馬県消費者行政推進本部設置要綱	
群馬県消費者行政推進本部体制イメージ図	
消費生活に係る県民意識調査(概要版)	
県内消費生活相談窓口一覧	

## 1 計画策定の趣旨

県では、「県民が安全で安心できる消費生活の実現」に向けて、令和元年度から令和5年度までを計画期間とする第2次群馬県消費者基本計画(以下「第2次計画」という。)を策定し、関係機関や団体等と連携し、消費者行政を総合的・計画的に推進してきました。

この間、人口減少や更なる高齢化の進行、高齢者世帯の増加、成年年齢の引下げ、SNS等の普及などによるデジタル化の進展、自然災害の激甚化・頻発化、新型コロナウイルス感染症の流行など、社会環境は大きく変化しました。その中で、高齢者等を狙った悪質な訪問販売や特殊詐欺、社会経験の浅い若者をターゲットにした悪質商法など、消費者問題は複雑化・多様化していることから、今後も継続的な啓発と相談体制の充実・強化がより一層求められます。

また、持続可能な社会の実現に向けて、関心が高まっている中、県民一人ひとりが、消費行動を通じて社会的な課題に向き合い、主体的に行動できるよう、自立した消費者を育成するための消費者教育を総合的に推進する必要があります。

県では、こうした消費者を取り巻く環境の変化や、新たな課題に対応するため、これまでの計画を見直し、第3次消費者基本計画を策定することとしました。

## 2 計画の位置付け

本計画は、群馬県消費生活条例(以下「消費生活条例」という。)第8条の2の規定に基づく、本県の消費者施策を策定・実施するための基本計画であるとともに、消費者教育の推進に関する法律(平成24年法律第61号)第10条第1項で規定する都道府県消費者教育推進計画としての位置付けを兼ねます。

また、上位計画である、「新・群馬県総合計画」(以下「総合計画」という。)における生活分野の個別基本計画及び総合計画に基づく群馬県の生活分野における最上位計画である「群馬県生活安心いきいきプラン」の個別基本計画として位置付けます。

## 3 計画の期間

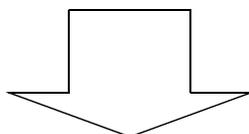
本計画の計画期間は、令和6年度から令和10年度までの5年間とします。

ただし、社会経済環境の変化に対応するため、必要に応じて見直すこととします。

#### 4 計画の基本理念と目的

消費生活条例第2条に規定する「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を基本理念とし、県民が安全で安心できる消費生活の実現を目的とします。

基本理念	
消費者の権利の尊重	消費者の自立の支援
【消費者の6つの権利】 ①安全の確保 ②自主的かつ合理的な選択の機会の確保 ③必要な情報の提供 ④学習・啓発の機会の提供 ⑤意見の消費者施策への反映 ⑥消費者被害の適切かつ迅速な救済	【自立支援のための3つの主旨】 ①自主的かつ合理的な行動 ②事業者による適正な事業活動の確保 ③消費者の年齢その他の特性への配慮



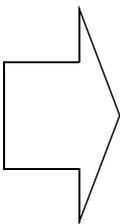
目的
県民が安全で安心できる消費生活の実現

## 【数値目標】

本計画の目的である「県民が安全で安心できる消費生活の実現」に向けての達成度合いを評価するに当たり、以下の数値目標を設定します。

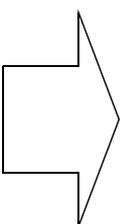
### 1 消費者被害の防止・減少

過去1年間に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」）

令和4年度		令和9年度
14.6%		令和9年度に14.0%以下を目指します。

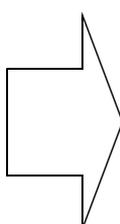
### 2 消費者トラブルの解決

群馬県消費生活センターによる「あっせん解決率」（群馬県消費生活課調べ）

平成30年度～ 令和4年度の 平均値		令和6年度～令和10年度（計画期間）
89.5%		計画期間を通じて、90.0%以上を目指します。

### 3 消費者施策に対する評価

「消費者の意見や要望、苦情が施策に反映されている」満足度（「消費生活に係る県民意識調査」）

令和4年度		令和9年度
17.3%		令和9年度に20.0%以上を目指します。

この章では、社会状況の変化や県消費生活センターに寄せられる相談の傾向などを基に、私たちの消費生活にどのような課題が生じているのかを、消費生活を巡る現状と課題として掲げます。

## 1 消費者を取り巻く環境の変化

### (1) 人口減少・更なる高齢化の進行

#### ○現状

群馬県の人口が平成16年をピークに減少する一方、高齢者人口(65歳以上)は増加を続けています。令和4年には589,599人であった高齢者人口は令和12年には594,986人となり、群馬県人口の32.6%になると推計されています。(図1参照)

さらに、高齢者の独居の世帯、あるいは夫婦のみの世帯も増えています。令和12年において、世帯主が65歳以上で、かつ単独若しくは夫婦のみの世帯数の合計(高齢者世帯合計)は、約214,000世帯となり、県内全世帯の27.9%を占めるようになると推計されています。(図2参照)

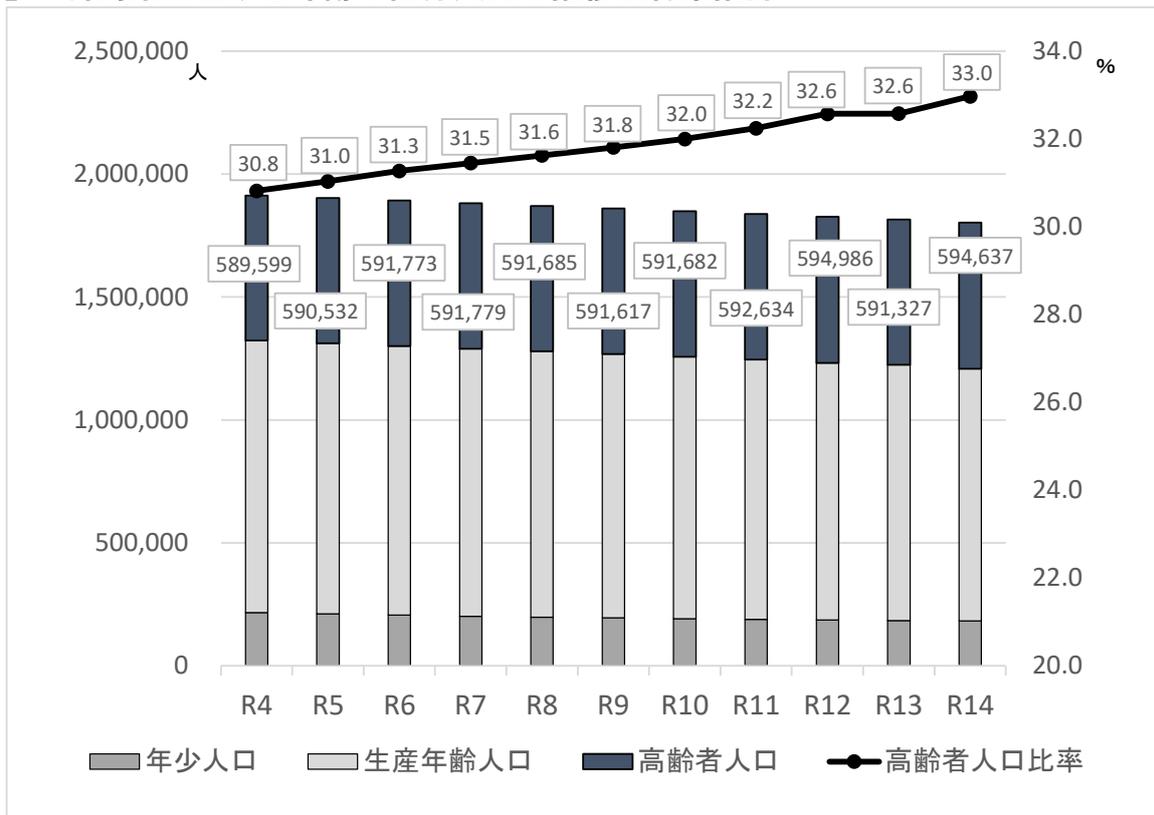
#### ○課題

県消費生活センターへの相談件数に占める、契約当事者が60歳以上の高齢者の割合は、平成30年度に50.1%と全体の半数を占め、その後年々減少しましたが、令和4年度には40.9%と前年度から0.2ポイント増加しています。(図3参照)

その相談の内容を見ると、高齢者件数では、対象商品が不明な請求などを含む「商品一般」が最も多くなっています。また、高齢者率では、住宅リフォームや屋根工事などを含む「戸建住宅」の割合が最も高くなっています。販売・購入形態別の相談件数で見ると、「通信販売」のうち、「化粧品」が最も多く、次いで、「訪問販売」のうち、「戸建住宅」が多くなっています。(表1・表2参照)

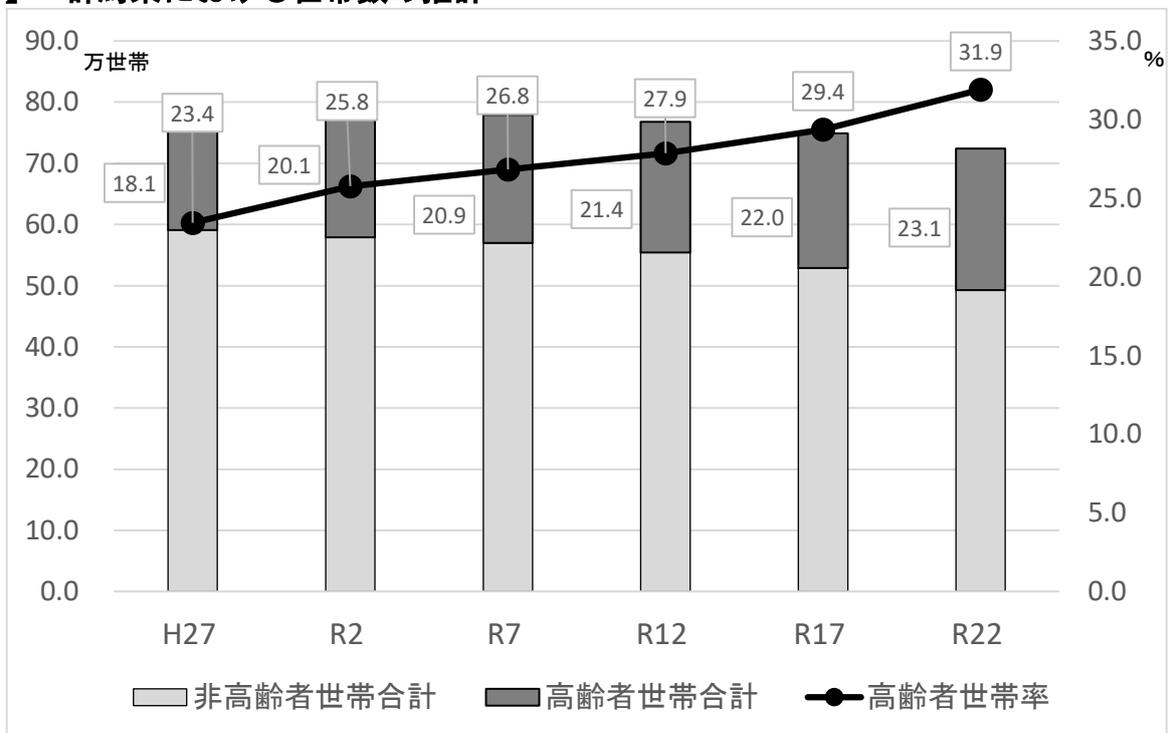
超高齢社会において、詐欺や訪問販売等の悪質商法による高齢者被害の未然防止が大きな課題となっています。

【図1】 群馬県における年齢3区分人口の推移と将来推計



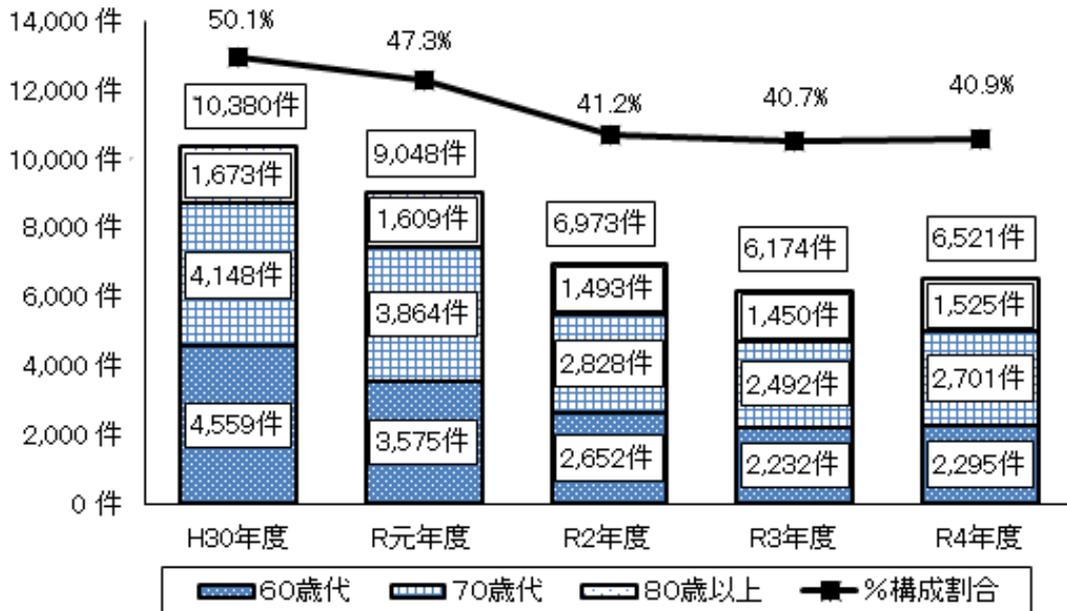
\* 群馬県の将来推計人口(令和5年10月推計)及び群馬県年齢別人口統計調査結果から作成

【図2】 群馬県における世帯数の推計



\* 日本の世帯数の将来推計(都道府県別推計)2019年推計(国立社会保障・人口問題研究所)から作成

**【図3】 高齢者（60歳以上）に関する相談件数の年度別推移**  
 （令和4年度／県内消費生活センター全体での集計）



（注）高齢者の範囲は、人口統計では65歳以上とされていますが、消費生活相談に関しては60歳以上として集計されています。

**【表1】 高齢者（60歳以上）の相談が多い商品・役務 上位10**  
 （令和4年度／県内消費生活センター全体での集計）

商品・役務	高齢者 件数	高齢者 率	全体 件数	商品・役務の主な内容
商品一般	806	48.5%	1,662	対象商品が不明な請求など
化粧品	477	40.9%	1,167	美容液、ファンデーションなど
戸建住宅	394	60.2%	654	住宅リフォーム、屋根工事など
役務その他	319	42.6%	749	古いサイト、アナログ戻しなど
健康食品	235	48.7%	483	健康食品、サプリメントなど
インターネット通信サービス	224	49.1%	456	光回線、プロバイダなど
相談その他	196	39.5%	496	不審な電話など
電気	195	46.4%	420	電気、電気料金など
移动通信サービス	142	47.0%	302	携帯電話、スマートフォンなど
融資サービス	139	25.9%	536	多重債務、クレジットカードなど

【表 2】 高齢者（60歳以上）の相談が多い販売・購入形態及びその主な商品・役務 上位5  
（令和4年度／県内消費生活センター全体での集計）

相談が多い販売・購入形態	件数	主な商品・役務	件数
通信販売	1,780	化粧品	446
		健康食品	152
		商品一般	140
		娯楽等情報通信サービス	107
		役務その他	89
店舗販売	980	自動車	84
		移動通信サービス	72
		融資サービス	55
		医療	43
		戸建住宅	41
訪問販売	937	戸建住宅	297
		衛生サービス	70
		書籍・印刷物	52
		役務その他	52
		電気	50
電話勧誘販売	439	インターネット通信サービス	94
		魚介類	57
		役務その他	49
		健康食品	39
		商品一般	35
訪問購入	160	アクセサリー	37
		商品一般	17
		和服	12
		食器・台所用品	11
		紳士・婦人洋服	9

## （2） デジタル化の進展

### ○現状

多くの方が、仕事や私生活において、インターネットにより提供されるSNSや電子メール、ウェブなどのサービスを利用してその便利さを享受しており、インターネットは現在の社会生活に欠かすことのできない主要な通信手段として、大きな役割を果たしています。

また、電子マネー、クレジットカード、コード決済などのキャッシュレス化による決済手段の利便性も高まっており、経済産業省の公表データによると、キャッシュレス決済比率は年々増加しています。

群馬県におけるインターネットの利用状況を端末別に見ると、スマートフォンがパソコンを大きく上回っています。（図4参照）

### ○課題

パソコンやスマートフォン等の情報通信機器の利用に関するトラブルを防ぐため、デジタル技術に関する知識やデジタル機器・サービスを利用する能力といった利用者のデジタルリテラシー（活用能力）の強化とともに個人情報保護及び適正な取扱いが求められます。特に、インターネットによる通

信販売やキャッシュレス決済などのデジタル化に十分対応できない高齢者の消費者被害の増加が懸念されることから、より一層対応が求められます。

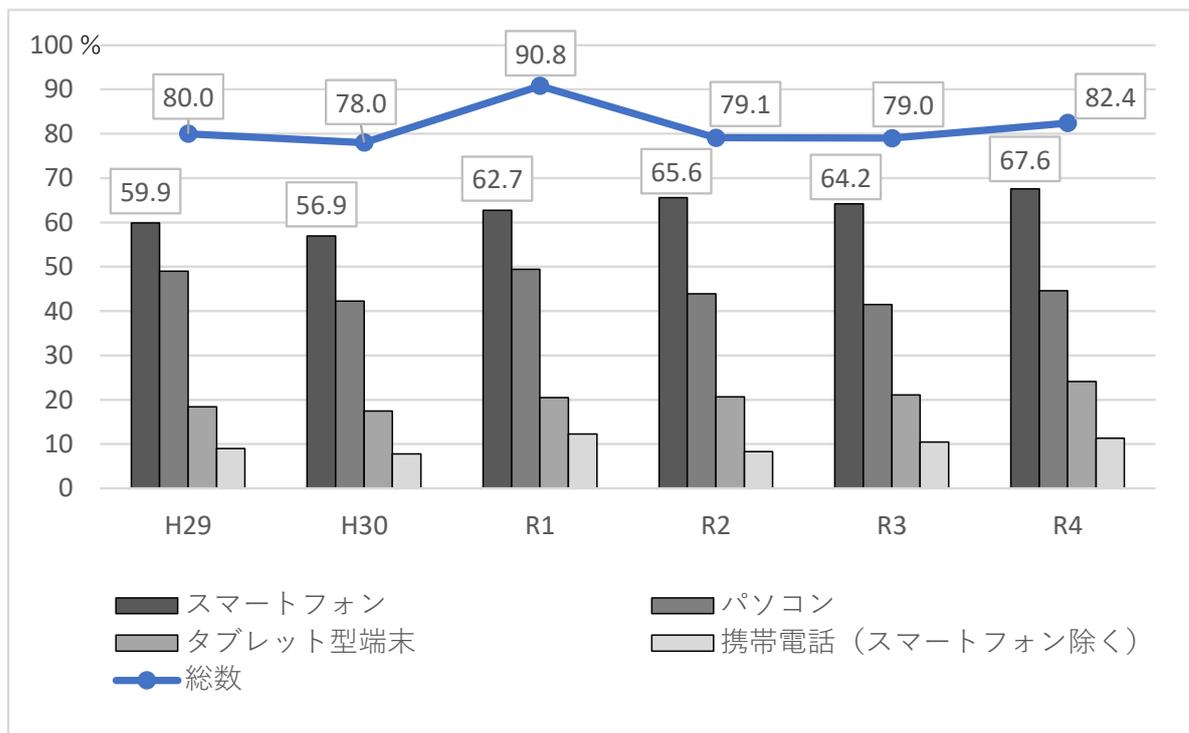
また、インターネット等の情報通信技術の恩恵を受けられないことで生じるデジタルデバインド(情報格差)への対策も求められます。

インターネットの普及により、ワンクリック請求や架空・不当請求、個人情報の流出やネットオークションにおけるトラブル等も発生しています。

子どものときからインターネットを利用できる環境が整っている現実を踏まえ、インターネットの利用者一人ひとりが、その便利さだけでなく、様々なトラブルに陥る危険性があることをしっかりと認識するとともに、実社会と同様にインターネット社会においても、自己・他者の安全のために、利用に当たって守るべきルール、利用者が持つべきモラルがあることを認識することが必要です。

また、デジタルデバインド(情報格差)の状況により、トラブルの回避やトラブルへの対処に影響してくる可能性が考えられるため、インターネットを利用しない人や十分に利活用できない人に対し、多様なコンテンツでの情報提供などが求められます。

【図4】 群馬県におけるインターネットの利用状況及びインターネットの端末別利用状況（個人）



\* 通信利用動向調査結果(総務省)から作成

### (3) 消費生活のグローバル化の進展

#### ○現状

国際化の進展により、私たちが日常購入する様々な製品や食品について、外国で生産されたものや、国内製品の原材料が世界各地から輸入されたものなど多岐にわたっています。

輸送手段や通信技術の発達などにより、経済のグローバル化が幅広く進展する中、消費者がイン

ターネット等を利用し、直接海外事業者と取引できるようになったことにより、トラブルが発生しています。

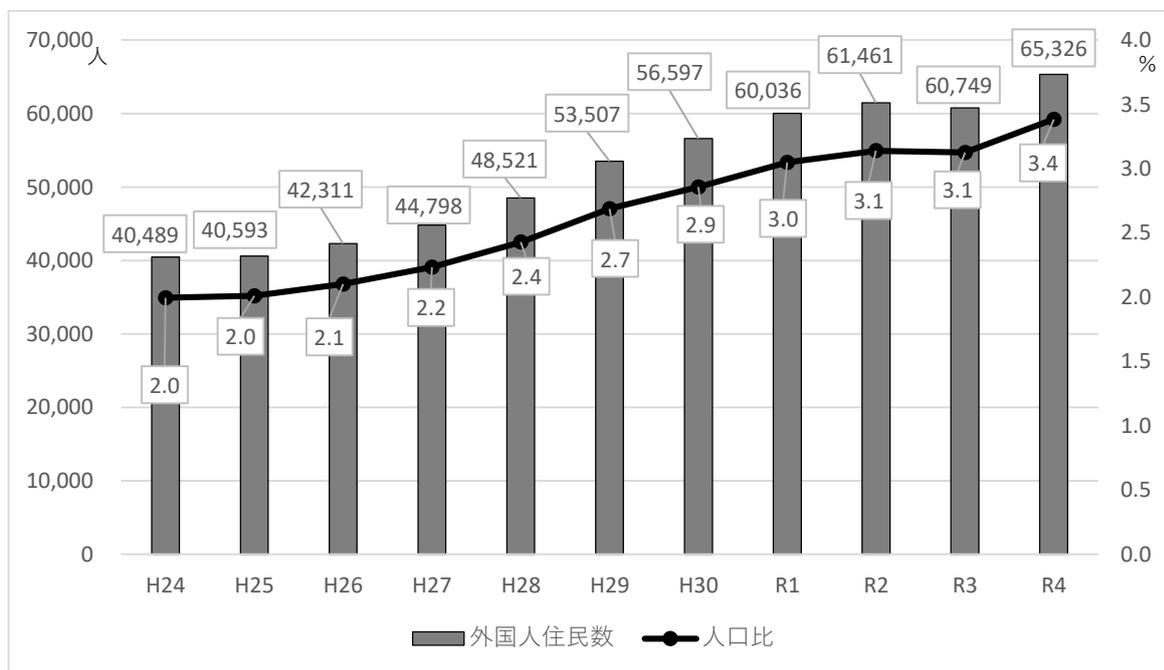
また、本県に住む外国人は平成24年から増加傾向にあり、令和4年には65,326人と、本県人口の3.4%を占めています。(図5参照)

○課題

近年、それぞれの国の商習慣、制度及び安全基準の違いによる輸入品の安全性や品質の問題によるトラブルも発生しています。

また、インターネット等で注文した海外の商品に関するトラブルも増えており、国境を越えた消費者トラブルや外国人消費者への対応が求められます。

【図5】 群馬県の外国人住民数と県人口に占める割合



\*群馬県市町村別住民基本台帳人口と世帯(群馬県統計課)から作成  
 ※いずれも12月末現在の人口で作成

(4) 取引形態の多様化

○現状

インターネットを利用する取引形態が広く普及しており、消費者の利便性や快適性は飛躍的に向上しています。

販売購入形態別相談件数では、「不明・無関係」を除くと、各年度とも構成割合は「通信販売」が最も高く、次いで「店舗購入」の順となっています。その他、「訪問販売」や「訪問購入」など増加傾向にあり、多様な取引形態での消費生活相談が多数寄せられています。(表3参照)

○課題

通信販売等においては、実際の商品を確認することなく取引が行われることが多く、そのため、届

いた商品やその引渡しに関するトラブルも起きています。このような取引を行うときは、消費者自身が情報セキュリティ意識を持つとともに、契約の詳細な内容、返品等の条件、所在地・連絡先などの事業者情報について十分に確認する必要があります。

**【表 3】 販売購入形態別相談件数の推移**

(県内消費生活センター全体での集計)

販売・購入形態	平成30年度		令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度	
	件数	構成割合								
店舗購入	3,095	14.9%	3,196	16.7%	3,009	17.8%	2,645	17.4%	2,935	18.4%
特 通信販売※1	5,080	24.5%	4,800	25.1%	5,337	31.5%	4,627	30.5%	5,250	33.0%
殊 訪問販売	1,561	7.5%	1,615	8.4%	1,787	10.6%	1,764	11.6%	1,623	10.2%
販 電話勧誘販売	1,624	7.8%	1,746	9.1%	1,139	6.7%	983	6.5%	872	5.5%
売 マルチ・マルチまがい※2	134	0.6%	131	0.7%	157	0.9%	113	0.8%	112	0.7%
訪問購入※3	135	0.7%	69	0.4%	156	0.9%	168	1.1%	215	1.3%
ネガティブ・オプション※4	39	0.2%	29	0.2%	114	0.7%	46	0.3%	57	0.4%
その他無店舗※5	95	0.5%	79	0.4%	63	0.4%	58	0.4%	73	0.4%
不明・無関係※6	8,974	43.3%	7,449	39.0%	5,153	30.5%	4,760	31.4%	4,792	30.1%
合計	20,737	100.0%	19,114	100.0%	16,915	100.0%	15,164	100.0%	15,929	100.0%

※1 通信販売：郵便、電話、インターネットなど通信手段を用いて購入するもの。アダルトサイトや出会い系サイトなどへの接続などに関する相談もここに分類される。

※2 マルチ・マルチまがい：商品・サービスを契約して、さらに次の契約者を勧誘して契約者が増えるごとにマージンが入る取引形態。若者を中心に相談が増えている。

※3 訪問購入：事業者が自宅等を訪れ、貴金属等を買取る取引。なお、訪問購入は、平成25年2月21日施行の改正特定商取引法の規定により、不当な勧誘行為禁止や書面交付義務といった規制がかかるとともに、売主（消費者）からのクーリング・オフが可能となっている。

※4 ネガティブ・オプション：事前に何の連絡もなく、事業者が一方向的に商品を送りつけて代金を請求する手口。いわゆる「送りつけ商法」。

※5 その他無店舗：露店、屋台、移動販売など店舗ではないところで購入するもの。

※6 不明・無関係：購入方法が不明なもの（契約者以外からの相談で購入形態が不明なものや、購入前でどのような購入形態を取るか決めていないもの）。販売や購入とは無関係なもの（商品・役務に関係ない税金や年金の掛金に係る相談、相続や労働問題など）。架空請求ハガキに関する相談もここに分類される。

## (5) 多重債務問題への取組

### ○現状

企業の倒産やリストラ、新型コロナウイルス感染症等の影響による収入の減少などを原因とし、返済不能に陥る多重債務問題が続いています。

クレジットや消費者ローン、銀行カードローンなどを利用し、複数の債権者に対して多重の債務を負う、いわゆる多重債務は、自己破産や自殺の要因となるなど、深刻な社会問題です。

県内の消費生活センターに寄せられた多重債務に関する相談件数の年度別推移を見ると、平成22年6月の改正貸金業法施行以降は減少したものの、近年は横ばい傾向であり、常に一定数以上の相談が続いています。（図6参照）

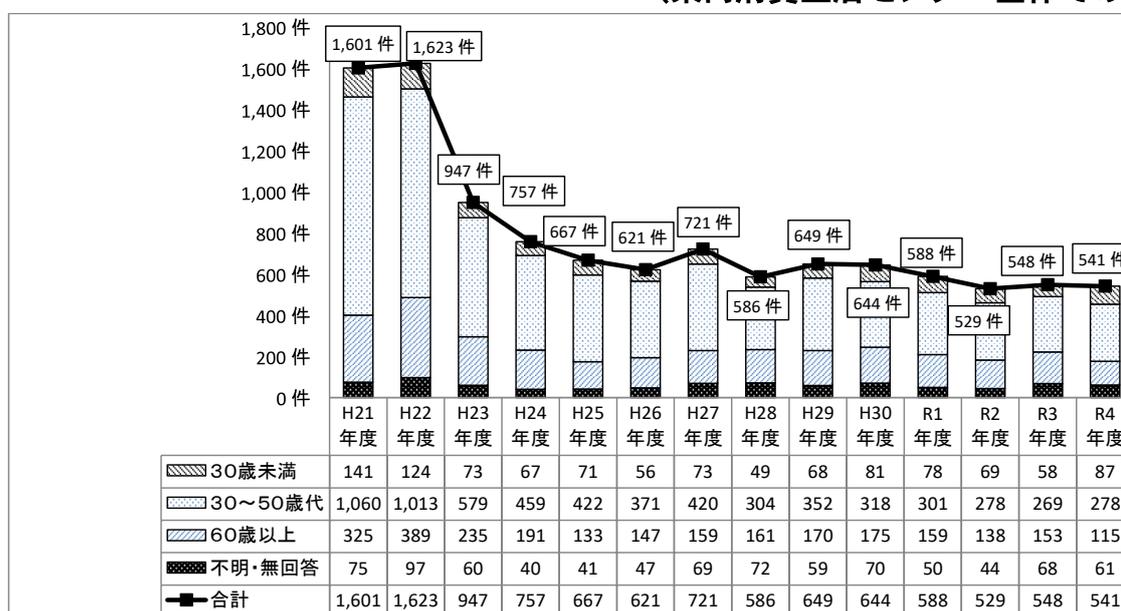
○課題

多重債務の多くは、生活費が足りないなどのちょっとしたきっかけで、カードローンを利用したり貸金業者などから借り入れることから始まります。

多重債務を抱えている人の中には、借金の返済のための借金を繰り返し、日々の取立てに追われ、心身ともに疲弊した結果、冷静な判断ができなくなるなど、状況を悪化させている人や、自己破産にとどまらず、追い詰められた結果、自殺や犯罪に至ってしまう人もいます。多重債務に陥る危険は誰にでも存在するものです。

このため、弁護士会・司法書士会や消費者支援団体等の民間団体及び国、警察と連携した多重債務者の債務解消や生活再建に向けた取組の継続が必要です。

**【図6】 多重債務に関する相談の年度別・年齢層別推移**  
(県内消費生活センター全体での集計)



**(6) 成年年齢の引下げ**

○現状

令和4年4月に改正民法が施行され、成年年齢が18歳に引き下げられ、18歳、19歳の者は「未成年者契約取消権」が行使できなくなり、社会経験の浅い若者は悪質事業者のターゲットになりやすい傾向にあります。

契約当事者が若者(30歳未満)の相談件数は、1,537件で全年齢層の9.6%を占めており、令和4年度は、20歳未満の相談件数は348件と若者全体の22.6%を占めています。(図7参照)

20歳未満で、オンラインゲームや出会い系サイトなどの相談が多くなっています。

○課題

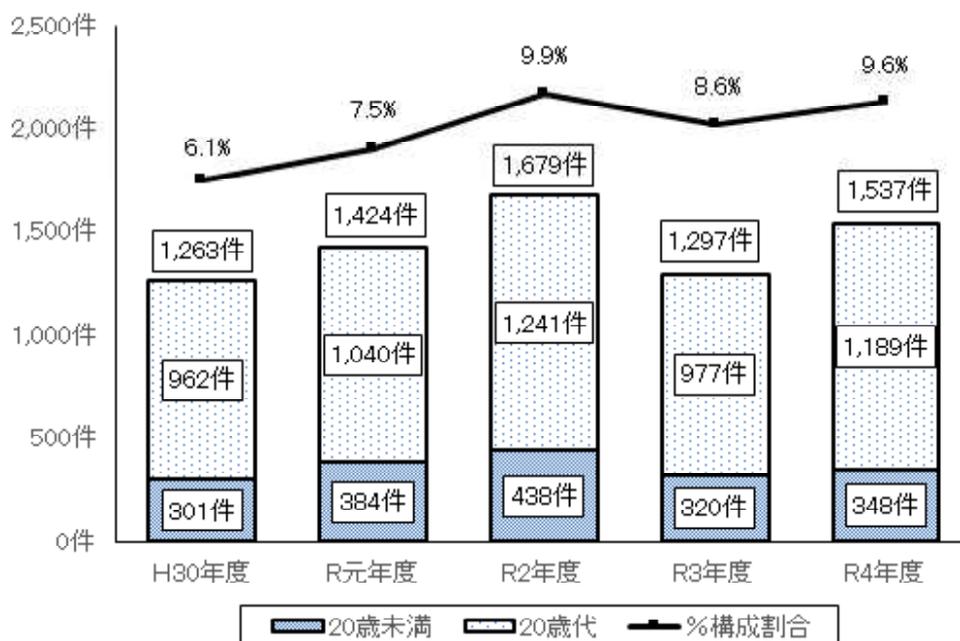
成年年齢の引下げは、18歳、19歳の若者が自らの判断によって人生を選択することができる環境を整備するとともに、その積極的な社会参加を促し、社会を活力あるものにすると考えられる一方、若年者の自立を促す施策や消費者被害の拡大を防止する施策などの環境整備が必要であるとの指摘がされています。

令和4年に本県で実施した「消費生活に係る県民意識調査」によると、「18歳、19歳の若者が、悪質商法等の消費者被害に遭いやすくなる」と考える人が全体の約3割となっています。

また、消費者トラブルを防止するため、行政が啓発・対策を重点的に行った方がよいと思う層を聞いたところ、「高齢者」の次に「高校生」と回答した割合が高くなっています。

これらのことから、18歳未満の未成年、とりわけ高校生に対しては、学校等と連携しながら重点的に消費者教育を実施する必要があります。

**【図7】 若者に関する相談件数の年度別推移**  
(令和4年度/県内消費生活センター全体での集計)



## (7) 持続可能な社会の実現に対する関心の高まり

### ○現状

現在の消費生活は利便性を追求する一方で、エネルギーや資源を過剰に消費し、廃棄物の増加など、環境への負荷を深刻化させています。生産・供給等の産業活動に多くのエネルギーや資源を必要とする産業界では、2030年のSDGsの達成に向けて、エネルギーの省力化や省資源等に向けた技術開発等の取組が続けられています。また、消費者個人では、地産地消やエコ商品の購入、マイバッグ・マイボトル等の持参、食品ロスの削減、節電など日常生活の中で様々な「エシカル(倫理的)消費(\*1)」の取組があります。

令和4年に本県で実施した「消費生活に係る県民意識調査」によると、エシカル消費の認知度について、7割以上の方が「言葉も内容も知らない」と回答しています。また、エシカル消費への興味と行動について、「よくわからない」を除くと、「エシカル消費に興味はあるが、エシカル消費に配慮した取り組みはしていない」が20.9%と最も高くなっています。(図8参照)

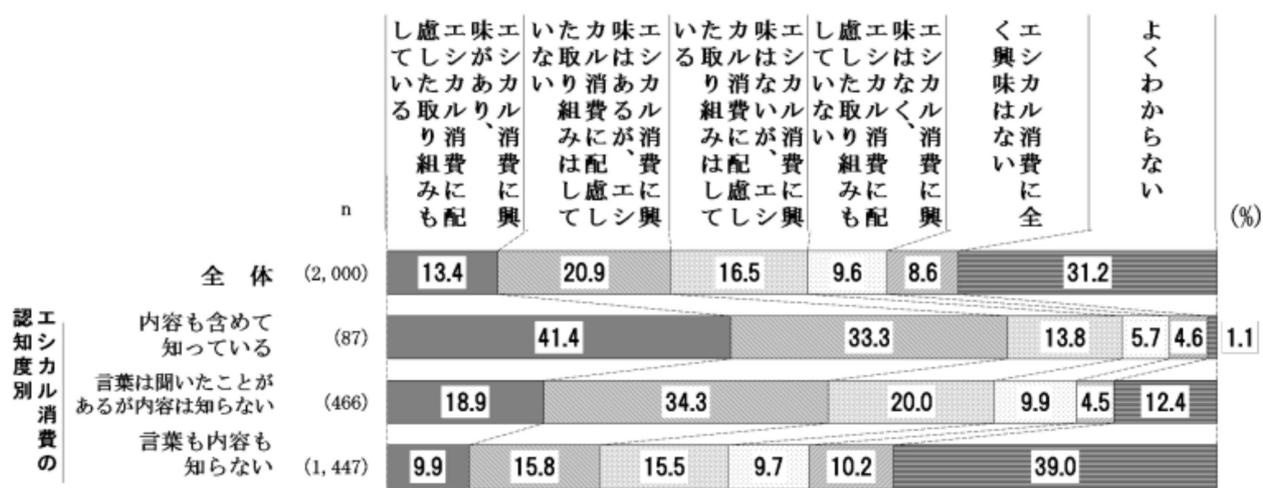
○課題

将来の世代が健康で文化的な生活を行えるよう、私たち消費者は、表裏一体の関係にある商品やサービスの生産・供給において、自分事として捉え、行動していく必要があります。

食品ロス削減など人や社会、環境に配慮した消費行動を促進する取組を事業者等と連携して推進していくとともに、エシカル消費の視点を普及・啓発していくことが重要です。

一人ひとりがエシカル消費の視点を意識し、社会的な課題に向き合うなど、「消費者市民社会(\*2)」の構築への参画が求められます。

【図8】 エシカル消費への興味と行動－エシカル消費の認知度別  
(令和4年/消費生活に係る県民意識調査)



【\*1:エシカル(倫理的)消費】

地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動をいいます。消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うことであり、SDGsの達成に関連する取組です。

【\*2:消費者市民社会】

消費者教育推進法(平成24年法律第61号)第2条第2項では、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。」と定義されています。消費者トラブルが起きたときに消費生活センターに相談・情報提供することも、消費者市民社会の構築への参画となります。

## 2 本県における消費者行政の状況

---

### ○現状

本県における消費者行政の状況を、県内の消費生活センターに寄せられる消費生活相談の内容から見ていくことにします。

消費生活相談体制については、市町村において相談体制の整備を進めたところ、平成24年4月から郡部も含めた県内全域で、身近な窓口で専門的な相談が受けられる体制が整いました。これ以降は、県の消費生活センターと市町村の消費生活センターの連携による対応が図られています。

令和4年度に県内の全ての消費生活センターに寄せられた相談件数は15,929件となり、平成30年度の20,737件から令和3年度の15,164件まで減少傾向にありましたが、令和4年度は前年度に比べ765件(5.0%)増加しました。(図9参照)

商品・役務別の相談件数を見ると、対象商品が不明な請求などを含む「商品一般」が最も多く、次いで美容液、ファンデーション、化粧品、シャンプーなどを含む「保健衛生品」となっています。

対前年度比で見ると、「保健衛生品」が150.5%、脱毛エステ、還付金詐欺、歯科治療、老人ホームなどを含む「保健・福祉サービス」が140.8%となっており、前年度より増加しています。(表4参照)

### ○課題

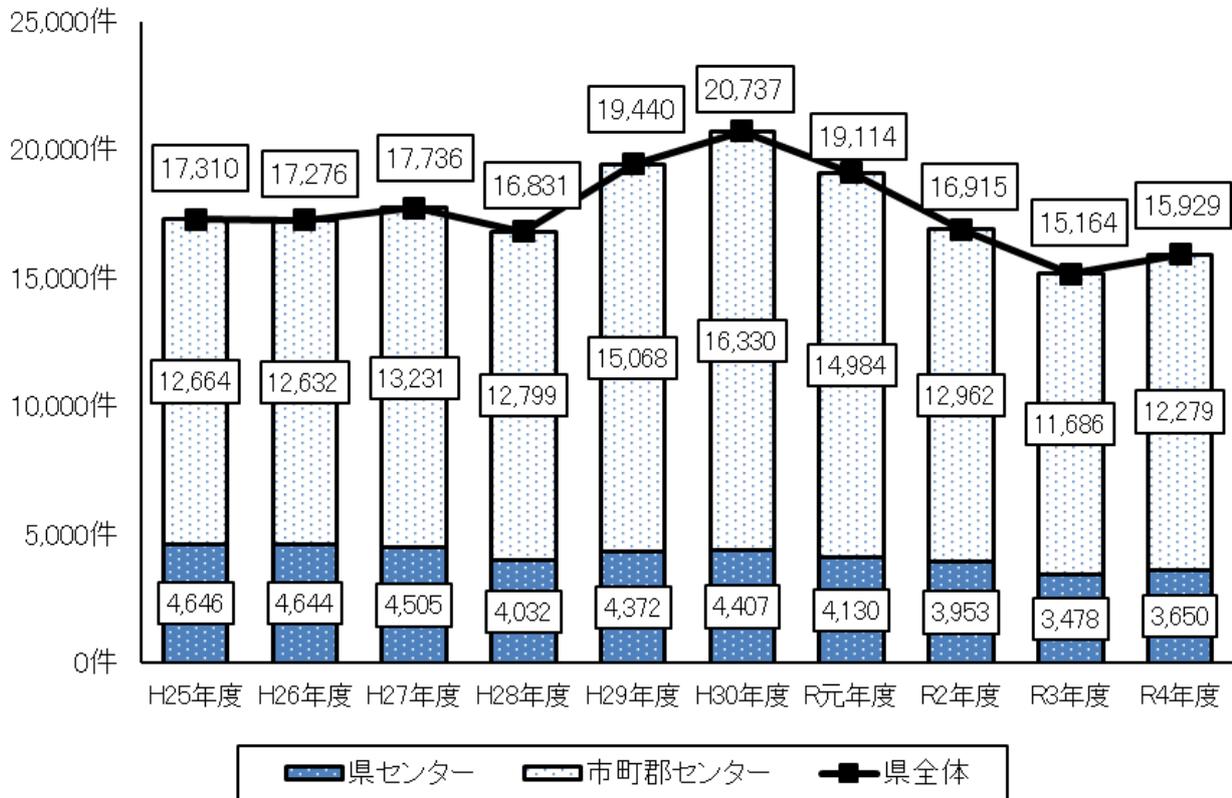
令和4年に本県で実施した「消費生活に係る県民意識調査」によると、消費生活センターについて「言葉も内容も知らない」と答えた人の割合は、県の消費生活センターについては35.1%、市町村の消費生活センターについては43.2%でした。消費生活についての身近な相談機関である県及び市町村の消費生活センターを一般消費者へ広く周知し、消費者の権利保護の強化を図る必要があります。特に20歳代以下、30歳代が他の年代よりも認知度が低く、より一層の周知が求められます。

また、複雑化・多様化する消費生活相談に対応するため、県消費生活センターが「中核的センター」としての役割を果たすことが求められています。このため、市町村の消費生活センターと緊密に連携を図るとともに、県相談員による市町村巡回訪問や研修会等を通じて、市町村に対する支援を充実させる必要があります。

一方、法令に違反する取引行為等を行った事業者に対して、行政指導や行政処分等を行うなど、厳正に対処していく必要があります。

【図9】 消費生活センターへの相談件数の年度別推移

(令和4年度/県内消費生活センター全体での集計)



【表4】 商品・役務別の相談件数 上位10

(令和4年度/県内消費生活センター全体での集計)

順位	商品・役務大分類	商品・役務の主な内容	令和4年度	令和3年度	対前年度比
1	商品一般	対象商品が不明な請求など	1,658	1,637	101.3%
2	保健衛生品	美容液、ファンデーション、化粧品、シャンプーなど	1,476	981	150.5%
3	金融・保険サービス	フリーローン・サラ金、クレジットカード、生命保険など	1,249	1,149	108.7%
4	教養娯楽品	新聞、スマートフォン、腕時計、電子タバコなど	1,127	1,091	103.3%
5	教養・娯楽サービス	アダルトサイト、出会い系、オンラインゲーム、セキュリティソフトなど	1,103	1,174	94.0%
6	運輸・通信サービス	光回線、携帯電話、固定電話、スマートフォンなど	1,068	1,167	91.5%
7	食料品	健康食品、サプリメント、ダイエットサプリ、海産物など	939	883	106.3%
8	保健・福祉サービス	脱毛エステ、還付金詐欺、歯科治療、老人ホームなど	897	637	140.8%
9	他の役務	占いサイト、求人広告、不用品回収、宗教など	895	975	91.8%
10	被服品	バッグ、洋服、靴、財布など	834	741	112.6%

第3章においては、本計画において実際に実施される消費者行政の諸施策を説明します。本章の構成は以下のとおりです。

## 1 基本方針

第3次消費者基本計画の目的である「県民が安全で安心できる消費生活の実現」を達成するために、群馬県行政として実施する施策の方針を示しています。この基本方針の下に、消費生活課をはじめとする各課が実施する施策(事業)が位置付けられます。

## 2 見出し文

基本方針を分かりやすく解説した文章です。

## 3 「消費生活に係る県民意識調査」から

本計画の策定に先立ち、県では令和4年に「消費生活に係る県民意識調査」を実施しています。この調査は第2次計画策定時の平成30年にも実施しています。この内容を紹介し、必要に応じて両方の調査を比較しながら、これらの基本方針を打ち出した背景を説明します。

## 4 主な施策

本計画における基本方針に基づき実施される諸施策について、①消費生活課実施施策、②関係課実施施策の2つに分類しています。

## 5 計画の成果・進捗を検証する指標

計画における基本方針の成果・進捗を判断する上で参考となる指標をピックアップしました。いくつかの指標には目標値が定められており、事業の進捗を確認することができますが、全ての指標に目標値が定められているわけではなく、中には目標値を定めるのは困難であり、計画期間においてその動向を注視していくべき指標も含まれています。

基本方針、さらには計画の成果や進捗は、これらの指標を参考にしながら判断していくべきものと考えています。

# 第3次群馬県消費者基本計画施策体系図

## 目的

### 県民が安全で安心できる消費生活の実現

#### 基本方針Ⅰ 消費生活情報の発信

消費生活課実施施策	<p>消費者月間啓発事業            関東甲信越ブロック悪質商法等被害防止キャンペーン            消費者被害防止に関する広報・啓発の実施            商品・サービスの安全性等に係る広報・啓発の実施            特殊詐欺被害防止広報啓発            県民防犯の日啓発事業            高齢者等消費者被害見守り事業者への情報提供</p>
関係課実施施策	<p>成年後見制度利用促進事業（健康福祉課）            高齢消費者被害防止キャンペーン事業（介護高齢課）            食品安全に関する正しい知識の普及（食品・生活衛生課）            医療機能情報の提供（医務課）・薬局機能情報の提供（薬務課）            違法薬物に関する正しい情報の提供（薬務課）            ホームページ「ぐんま食の安全・安心ポータルサイト」運用（食品・生活衛生課）            「ぐんま食の安全情報」の発行（食品・生活衛生課）            「ぐんま食の安全情報」公式SNSの運用（食品・生活衛生課）            農林水産物放射性物質検査結果のデータベースの運用（食品・生活衛生課）</p>

#### 基本方針Ⅱ 消費者教育の充実

消費生活課実施施策	<p>群馬県消費者教育推進地域協議会の開催            消費者学習公開講座の開催            金融広報推進            消費者教育出前講座            こどものための防犯出前講座            高齢者向け出前講座の開催－高齢消費者被害防止対策            高齢者向け体験・実践型研修            高校等における消費者教育の充実－成年年齢引下げに伴う被害防止対策            家庭科教員等研修講座の開催            女性のための防犯ハンドブックの配布</p>
関係課実施施策	<p>新しい有害環境から子どもを守る取組推進（児童福祉・青少年課）            市民後見推進事業（健康福祉課）            認知症サポーターの養成支援（健康長寿社会づくり推進課）            ぐんま環境学校(エコカレッジ)（環境政策課）            食農教育サポート（ぐんまブランド推進課）            小中学校における情報モラルに関する講習会の実施に向けた啓発（(教)義務教育課）            小中学校における消費者教育の推進（(教)義務教育課）            高等学校における消費者教育の推進（(教)高校教育課）            特別支援学校における消費者教育の推進（(教)特別支援教育課）            学校における食育推進（(教)健康体育課）</p>

### 基本方針Ⅲ 消費者被害の未然防止・救済

消費生活課実施施策	消費生活センター運営 市町村相談・啓発体制の支援 商品テスト 消費生活相談技術向上研修会の開催 多重債務者対策－消費者被害防止対策 関東甲信越ブロック悪質商法等被害防止キャンペーン【再掲】 市町村等における消費者安全確保地域協議会の設置促進 群馬県特殊詐欺等根絶協議会((警)生活安全企画課と共同事業)
関係課実施施策	日常生活自立支援事業 (健康福祉課) 医療安全相談センターの運営 (医務課) 障害者110番事業 (障害政策課) 家庭用品安全対策 (薬務課) 食品衛生検査施設の業務管理(GLP)の推進 (食品・生活衛生課) 食品検査計画策定会議 (食品・生活衛生課) 建設工事紛争相談窓口の設置 (建設企画課) 「ぐんま住まいの相談センター」情報提供(相談) (住宅政策課) 防犯機能付き電話機等の普及促進 ((警)生活安全企画課) 警察安全相談業務 ((警)広報広聴課)

### 基本方針Ⅳ 消費者と事業者との取引の適正化

消費生活課実施施策	消費者取引の適正化推進 消費生活協同組合指導 製品の安全確保に係る指導
関係課実施施策	無許可・無承認医薬品等指導取締 (薬務課) 医薬品製造業等の監視 (薬務課) 食品衛生 (食品・生活衛生課) 乳肉衛生 (食品・生活衛生課) 生活衛生 (食品・生活衛生課) 生活衛生適正化助成指導 (食品・生活衛生課) 商品・サービス・食品の安全の確保 (食品・生活衛生課、蚕糸園芸課) 農業安全使用推進 (技術支援課) 貸金業対策 (地域企業支援課) 旅行業者指導 (観光魅力創出課) 計量の適正化 (計量検定所) 宅地建物取引業者事務所調査 (住宅政策課)

### 基本方針Ⅴ 持続可能な社会形成の推進

消費生活課実施施策	消費生活問題審議会運営 各市町村消費者行政担当課長会議・各市町村消費生活センター所長会議 エシカル消費啓発講座
関係課実施施策	食品安全審議会の開催 (食品・生活衛生課) 食品安全県民会議の開催 (食品・生活衛生課) 環境にやさしい買い物スタイル普及促進協議会 (環境政策課) 循環型社会の形成 (廃棄物・リサイクル課) 地産地消推進(ぐんまブランド推進課)

## 基本方針Ⅰ 消費生活情報の発信

消費者が合理的で、かつ安全・安心な消費生活を営むためには、的確かつ迅速に消費生活情報を提供することが重要です。様々な媒体を通じて消費生活情報を発信することで、消費者の安全を図るとともに、消費者としての確かな商品・サービスの選択ができるよう支援します。

### ◆「消費生活に係る県民意識調査」から

#### ●行政が発信する消費生活情報の入手方法(複数回答)

○平成30年の調査での上位3項目は、「自治体の広報誌(34.2%)」、「新聞(29.7%)」、「自治体や町内会の回覧板(21.1%)」でした。

○令和4年の調査での上位3項目は、「自治体の広報誌(24.7%)」、「新聞(23.1%)」、「自治体や消費生活センターのホームページ(17.0%)」でした。

#### ●消費生活について欲しい情報(複数回答)

○平成30年の調査での上位3項目は、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法(41.1%)」、「消費者トラブルに関する相談窓口(37.4%)」、「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報(30.5%)」でした。

○令和4年の調査での上位3項目は、「悪質商法などの手口と消費者被害・トラブルへの対処方法(39.9%)」、「消費者トラブルに関する相談窓口(39.6%)」、「商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報(29.8%)」でした。

⇒「消費者トラブルに関する相談窓口」についての情報に対して要望が高まっていることがわかります。行政としてデジタル化に対応した消費関連の情報を迅速に発信していく必要があります。

### ◆主な施策

#### 1 消費生活課実施施策

##### ○消費者月間啓発事業

悪質商法などの手口や消費者トラブルへの対処方法、消費生活センターの役割や相談方法などについて分かりやすく情報発信するため、啓発品展示やデジタルサイネージなどの啓発事業を実施します。

##### ○関東甲信越ブロック悪質商法等被害防止キャンペーン

関東甲信越地区の都県・政令市・国民生活センターと共同で、高齢者及び若年層の消費者被

害防止を目的としたキャンペーンを実施します。キャンペーン期間中は、チラシ配布やポスター掲示のほか、特別電話相談等を実施することにより、集中的に啓発を行います。

#### ○消費者被害防止に関する広報・啓発の実施

消費者に対し、消費生活センターの相談窓口に関する情報や、悪質商法などの様々な消費者トラブルに関する留意点について、広報・啓発を実施します。実施に当たっては、県ホームページへの掲載、メールマガジン「消費者ホットぐんま」や県メディアプロモーション課X(旧:Twitter)による情報発信、消費生活情報誌「くらしのニュース」や各種ポスター、リーフレットの県民への配布、新聞等各種情報媒体を活用した情報提供を行うほか、各種研修会や会合等の様々な機会を捉えるなど、工夫を図りながら積極的に周知します。また、消費者に向けた「消費者教育出前講座」における啓発も積極的に実施します。

#### ○商品・サービスの安全性等に係る広報・啓発の実施

消費者被害防止に関する広報・啓発手段を活用し、消費生活用製品安全法及び消費者安全法に基づく製品事故等の情報について速やかに情報提供するとともに、商品・サービスの安全性や商品・製品等のリコール情報、注意喚起情報等について、積極的な広報・啓発を行います。

#### ○特殊詐欺被害防止広報啓発

特殊詐欺被害を未然に防止するため、市町村と連携し、民生委員を通じてひとり暮らしの高齢者へ「特殊詐欺被害防止マニュアル」を配布します。

#### ○県民防犯の日啓発事業

県民一人ひとりが、「自分の安全は自分で守る」という自主防犯意識を高めるよう、毎月16日の「県民防犯の日」、特に条例が施行された6月を中心に、防犯ボランティア団体、市町村、警察署及び行政県税事務所が連携して普及啓発活動を実施します。

#### ○高齢者等消費者被害見守り事業者への情報提供

県では、11事業者と高齢者等消費者被害防止の見守りに関する協定を締結し、各事業者において、高齢者等を訪問する際に見守り活動を実施しています。県はより多くの事業者がこの協定に参加してもらうよう努力しつつ、この締結を結んだ事業者に対して見守りの際に必要な消費生活情報を提供します。

## 2 関係課実施施策

#### ○成年後見制度利用促進事業（健康福祉課）

成年後見制度の利用を促進するため、県民を対象とした普及啓発を行うとともに、関係機関を

対象とした情報交換会や研修を実施するなど、市町村による制度利用促進体制整備を支援します。

#### ○高齢消費者被害防止キャンペーン事業（介護高齢課）

一般財団法人群馬県老人クラブ連合会が実施する「見守りサポーター」養成研修や老人クラブ会員による情報提供、声かけ等の事業に対して経費を補助し、高齢消費者被害の防止を図ります。

#### ○食品安全に関する正しい知識の普及（食品・生活衛生課）

「出前なんでも講座」等の講師派遣により自主的に学習しようとする消費者を支援するとともに、食品表示制度等の食品安全に関する正しい知識の普及を図ります。

#### ○医療機能情報の提供（医務課）・薬局機能情報の提供（薬務課）

病院・診療所等の医療機能情報（診療科目、診療時間、専門医の有無、対応可能な治療法及び医療の実績、薬局の施設やサービス等）をインターネットで検索できるシステムを運用し、県民が医療機関や薬局を適切に選択するための情報提供を行います。

#### ○違法薬物に関する正しい情報の提供（薬務課）

出前なんでも講座（薬物乱用防止教室）の講師派遣や、リーフレットなど各種啓発資材を配布することで、県民に対し、麻薬、覚醒剤、大麻等の違法薬物に関する正しい知識の普及を図ります。また、条例に基づき、「知事指定薬物」を指定し、法律より迅速に危険ドラッグの規制を行い、県ホームページ等を通じて注意喚起を行います。

#### ○ホームページ「ぐんま食の安全・安心ポータルサイト」運用（食品・生活衛生課）

ホームページ「ぐんま食の安全・安心ポータルサイト」の運用により、県民に分かりやすく情報提供を行います。

#### ○「ぐんま食の安全情報」の発行（食品・生活衛生課）

県民ボランティアである「食の安全情報通信員」制度を活用して、県発行の「ぐんま食の安全情報紙」を身近な人に配布しながら口コミで情報提供を行います。

#### ○「ぐんま食の安全情報」公式SNSの運用（食品・生活衛生課）

SNSを活用し、より多くの県民に、リアルタイムに食の安全に関する情報を発信します。

#### ○農林水産物放射性物質検査結果のデータベースの運用（食品・生活衛生課）

本県産農林水産物（牛肉を除く）の放射性物質検査結果をデータベースに取りまとめて、県ホームページで公開します。

## ◆計画の成果・進捗を検証する指標

### メールマガジン「消費者ホットぐんま」配信回数

<p>消費者に向けたメールマガジン「消費者ホットぐんま」を活用し、消費者トラブルに関する留意点や相談窓口に関する情報、商品・サービスに係る安全性に関する注意喚起など、消費者に役立つ情報を発信して広報啓発を実施します。</p> <p>メールマガジン以外にも、県メディアプロモーション課X(旧:Twitter)等の媒体も活用しながら、毎年度24回以上とすることを目標とします。</p>	基準値	目標値
	23回 (令和4年度)	毎年度24回以上 (令和6～10年度)

### 高齢者等消費者被害見守り事業者に提供した情報件数

<p>高齢者等消費者被害見守り事業については、11事業者と協定を締結し、各事業者において高齢者等を訪問する際に見守り活動を実施しています。県はより多くの事業者がこの協定に参加してもらうよう努力しつつ、この締結を結んだ事業者に対して見守りの際に必要な消費生活情報を提供しています。</p> <p>計画期間中の5年間において、この提供情報件数を毎年度30件以上とすることを目標とします。</p>	基準値	目標値
	28件 (令和4年度)	毎年度30件以上 (令和6～10年度)

## 基本方針Ⅱ 消費者教育の充実

消費者教育を充実させることで、被害に遭わない消費者、合理的意思決定ができる自立した消費者、そして自らの社会的役割を認識し、社会の発展と改善に積極的に関与する消費者を育成します。

### ◆「消費生活に係る県民意識調査」から

- 消費者トラブル防止のため、行政が啓発・対策を重点的に行った方がよいと思う層
    - 平成30年の調査の上位2項目は、「高齢者(34.8%)」、「高校生(28.2%)」でした。
    - 令和4年の調査の上位2項目は、「高齢者(34.4%)」、「高校生(25.7%)」でした。
  - 消費生活に関することで、学校教育の場で取り上げてほしいこと(複数回答)
    - 平成30年の調査での上位2項目は、「インターネットの使い方や危険なサイト(59.3%)」、「悪質商法の手口と対処方法(55.6%)」でした。
    - 令和4年の調査での上位2項目は、「インターネットの使い方や危険なサイト(56.6%)」、「悪質商法の手口と対処方法(52.4%)」でした。
  - 県実施の消費者被害防止講座や大人向け、子ども向けの防犯講座について望む開催方法(複数回答)
    - 令和4年の調査での上位2項目は、「いつでも手軽にみられるようにYouTubeなどの動画配信による講座(43.9%)」、「公民館や老人ホーム、職場や学校などへの出張形式での講座(35.4%)」でした。
- ⇒引き続き、高齢者と高校生等の若年層に対して消費者教育が求められています。デジタル化が進展していく中で、インターネットに関する消費者教育や講座の開催方法について対応していく必要があります。

### ◆主な施策

#### 1 消費生活課実施施策

##### ○群馬県消費者教育推進地域協議会の開催

消費者教育の推進に関して情報交換を行い、県全体の消費者教育を総合的、体系的かつ効果的に推進するため、群馬県消費者教育推進地域協議会を開催します。

##### ○消費者学習公開講座の開催

被害に遭わない消費者、合理的意思決定ができる消費者として必要な知識を身に付けるため、県内の大学等と連携し、消費者教育の公開講座を開催します。学習した内容を自らの消費生活に活かすとともに、周囲に情報発信できる人材を育成します。

##### ○金融広報推進

「ぐんま金融広報だより」の作成、学校への配布や金融・経済講演会の開催、金融広報アドバイザーの派遣等により金融経済情報提供や金銭・金融経済学習の支援を行っている群馬県金融広報委員会に対し、日本銀行前橋支店・財務省前橋財務事務所と協力して支援を実施します。

### ○消費者教育出前講座

日々の消費生活相談情報を集積し、それを県民に還元する場として、県消費生活相談員や行政職員が地域等に出向いて消費者被害防止出前講座や製品安全等出前講座などを行います。契約の仕組みと注意点、悪質商法のトラブルや、製品トラブルの事例とその対処法など、各年齢や特性等に合わせた内容で実施します。小・中・高校、大学・専門学校、企業、PTA、地域の高齢者サロン等、様々なライフステージにおける「場」を活用して学びの機会を提供することにより、消費者被害の未然防止だけでなく、消費者自身の自立を促します。

### ○こどものための防犯出前講座

子ども自身の危険回避能力の向上のための「子ども向け防犯出前講座」や地域全体の防犯力を向上させるための「子どもを守る防犯講習」等を実施します。

### ○高齢者向け出前講座の開催－高齢消費者被害防止対策

高齢者が消費者被害に遭わないよう、老人クラブや自治会、公民館等の各種団体からの依頼に応じて出前講座を実施します。高齢者に身近なトラブルや消費者被害の状況などの情報提供を行い、被害の未然防止に努めます。

### ○高齢者向け体験・実践型研修

特殊詐欺等の被害者の多くは、高齢者であり、詐欺の手口などの知識を持っていながらも被害に遭ってしまうため、県内の老人クラブなどの申込みに応じて、実践形式の体験で断り方など、被害を未然に防止するための対応力を身に付ける研修を実施します。

### ○高校等における消費者教育の充実－成年年齢引下げに伴う被害防止対策

令和4年4月に成年年齢が18歳に引き下げられたことから、高校生等の消費者被害を未然に防止するため、教育委員会等と連携して、高校等における消費者教育を充実します。消費者教育コーディネーターを設置し、消費者教育用の教材の提供、出前講座の実施による外部講師の派遣、消費生活センターに寄せられた相談情報を元にしたトラブル事例や対処法についての情報提供などを行い、高校生等が消費者問題を自らのこととして捉えて積極的に学んで行ける環境を作ります。

### ○家庭科教員等研修講座の開催

学校における消費者教育の効果的な授業実践を促すため、総合教育センター主催の研修会内において、家庭科教員等を対象とした消費者教育の講座を実施します。

### ○女性のための防犯ハンドブックの配布

犯罪被害に遭わないための対策などをまとめたハンドブックを作成し、県内各高等学校の3年女子生徒等に配布します。

## 2 関係課実施施策

### ○新しい有害環境から子どもを守る取組推進（児童福祉・青少年課）

インターネットを安全・安心に使うためのセーフネット標語「おぜのかみさま」を広報するための啓発用品を作成するほか、NPO法人「ぐんま子どもセーフネット活動委員会」が実施する講師派遣、スマートフォン等の新型機器に関する調査・研究及びネットパトロール活動等に要する経費を助成し、地域で

子どもたちをインターネット上の有害情報から守る取組を推進します。また、インターネット依存症予防教育推進事業により、依存症の背景や仕組み、予防や支援の方法について理解を促します。

○市民後見推進事業（健康福祉課）

市町村における市民後見人養成の取組を推進するため、研修会を開催するとともに、市町村が実施する市民後見人養成研修等の取組に対して補助を行います。

○認知症サポーターの養成支援（健康長寿社会づくり推進課）

認知症を理解し、認知症の人や家族を見守る「認知症サポーター」の市町村等による養成を支援します。

○ぐんま環境学校（エコカレッジ）（環境政策課）

地域の環境保全活動の核となる人材を育成するため、様々なプログラムの一つとして、消費生活における環境教育を実施します。

○食農教育サポート（ぐんまブランド推進課）

「食」とそれを支える「農」について理解を深めるため、食農教育を推進し、情報を発信します。

○小中学校における情報モラルに関する講習会の実施に向けた啓発（（教）義務教育課）

各学校において児童生徒や保護者に向けた情報モラルに関する講習会を実施できるよう、教員対象の研修会を実施するなど、指導者の養成を推進するとともに、講習会実施の必要性の周知を図ります。

○小中学校における消費者教育の推進（（教）義務教育課）

主体的に判断し、責任をもって行動できる自立した消費者を育成することができるよう、家庭科や技術・家庭科家庭分野、社会科などの学習において、指導資料「はばたく群馬の指導プランⅡ」に基づき、民法改正や新学習指導要領の趣旨を踏まえた消費者教育を推進します。

○高等学校における消費者教育の推進（（教）高校教育課）

主体的に社会の一員として行動できる自立した消費者を育成するために、公民科や家庭科を中心に、各教科等において、民法改正や新学習指導要領の趣旨を踏まえた消費者教育を推進します。

○特別支援学校における消費者教育の推進（（教）特別支援教育課）

社会の主役の一人として、自立した消費者を育成するために、社会科や家庭科、職業科を中心とした学習の中で、民法改正や新学習指導要領の趣旨を踏まえた消費者教育を推進します。

○学校における食育推進（（教）健康体育課）

食に関する指導の充実に向け、教職員を対象とした各種研修会の開催や指導資料の作成等を行います。

## ◆計画の成果・進捗を検証する指標

### 消費者被害防止出前講座実施件数

<p>若者や高齢者等各年代に応じたトラブル事例や悪質商法の手口などを分かりやすく解説し、被害防止のための啓発を行います。</p> <p>広報等による講座の周知を行い、消費生活相談員や行政職員に限られた人員の中で、より効果的な講座になるよう年間40件以上を目標に実施します。</p>	基準値	目標値
	36件 (令和4年度)	毎年度40件以上 (令和6～10年度)

### 金融教育出前講座実施回数

<p>群馬県金融広報委員会では、県の支援により、5名の金融広報アドバイザーによる金融教育出前講座を行っています。より多くの方に金融経済情報を提供するとともに、金銭・金融経済学習を進めています。</p> <p>計画期間中の5年間において、出前講座の実施回数を毎年度50回以上とすることを目標とします。</p>	基準値	目標値
	35回 (平成30年度～令和4年度の平均値)	毎年度50回以上 (令和6～10年度)

### 高校等における消費者教育の外部講師等の活用回数

<p>高校生等が消費者問題を自らのこととして捉えて学習できるよう、高校等における外部講師等の活用(※)を促進します。</p> <p>(※)消費生活相談員等による出前講座のほか、消費生活相談情報を活用した授業実施も含む。</p>	基準値	目標値
	47回 (令和4年度)	毎年度50回以上 (令和6～10年度)

### こどものための防犯出前講座実施回数

<p>子ども自身の危険回避能力の向上のための「子ども向け防犯出前講座」や地域全体の防犯力を向上させるための「子どもを守る防犯講習」等を実施します。</p> <p>出前講座の実施回数を毎年度130回以上とすることを目標とします。</p>	基準値	目標値
	104回 (平成30年度～令和4年度の平均値)	毎年度130回以上 (令和6～10年度)

## 基本方針Ⅲ 消費者被害の未然防止・救済

消費者が被った消費者トラブルに対して、自主交渉への助言、あっせんといった支援を実施し、複雑化・多様化する消費者トラブル等の早期解決や被害回復を図ります。

### ◆「消費生活に係る県民意識調査」から

●商品の購入やサービスの利用にあたって、過去1年の間に、トラブルの経験の有無について

○平成30年の調査では、「ある」の割合は8.6%でした。

○令和4年の調査では、「ある」の割合は14.6%でした。

⇒消費者トラブルに遭った人の割合は増加しています。消費者トラブル等の早期解決や被害回復を図るため、行政は専門的な相談窓口をより充実させると同時に、複雑化・多様化する相談に的確に応じられるよう、相談員のスキルアップを図っていく必要があります。

### ◆主な施策

#### 1 消費生活課実施施策

##### ○消費生活センター運営

消費者安全法の規定により、都道府県消費生活センターと市区町村消費生活センターとの役割分担について、次のように明確化されました。

・都道府県消費生活センター：専門的広域的相談への対応及び市区町村消費生活相談

支援等中核センターとしての役割

・市区町村消費生活センター：消費者に最も身近な最前線の窓口としての役割

このため、群馬県の消費生活センターにおいては、消費者からの苦情・相談に迅速かつ適切に

対応、処理できるよう相談業務の充実・強化を図るとともに、あっせんによる消費者被害の救済、苦情処理委員会の活用及び商品テストの実施等により中核センターとしての役割を果たします。

### ○市町村相談・啓発体制の支援

県消費生活相談員等による市町村巡回訪問、困難案件に係る経由相談の対応、市町村センターの消費生活相談員の現場研修受入れなどにより、市町村消費生活センター相談窓口の強化・充実を支援します。

市町村巡回訪問においては、商品テストや製品関係の相談対応の支援、出前講座などの啓発事業に係る支援も積極的に行います。

### ○商品テスト

消費者から直接、あるいは、商品テスト機能を備えていない市町村消費生活センターを通じて寄せられた商品や製品の苦情相談の解決を図るため、製品事故や故障の原因究明のための商品テストを行います。

また、身近な商品の正しい知識等を身に付けてもらうための出前講座を開催します。

### ○消費生活相談技術向上研修会の開催

各市町村消費生活センターの消費生活相談員等のレベルアップを図るための研修会の開催や、相談員がスキルアップに取り組むための支援を行います。

### ○多重債務者対策－消費者被害防止対策

自殺、家庭崩壊や犯罪等の原因として社会問題化している多重債務問題の解決に向けて、県内消費生活センターの相談体制を充実するとともに、多重債務者対策協議会の開催により市町村（消費者行政部局、福祉や税等の関係部局）及び適格消費者団体をはじめとする関係団体等との連携を強化します。

また、多重債務問題の根本的な解決を支援するため、法律専門家による債務整理相談、支援団体による生活再建相談、保健師等によるこころの相談を併せた無料相談会を実施します。

### ○関東甲信越ブロック悪質商法等被害防止キャンペーン【再掲】

関東甲信越地区の都県・政令市・国民生活センターと共同で、高齢者及び若年層の消費者被害

防止を目的としたキャンペーンを実施します。キャンペーン期間中は、チラシ配布やポスター掲示のほか、特別電話相談等を実施することにより、集中的に啓発を行います。

#### ○市町村等における消費者安全確保地域協議会の設置促進

消費者安全確保地域協議会は、国及び地方公共団体の機関、病院、教育機関、消費生活協力団体又は消費生活協力員等により市町村単位で組織され、消費生活上特に配慮を要する消費者の見守り等必要な取組を行います。県では、市町村等における消費者安全確保地域協議会の設置を推進します。

#### ○群馬県特殊詐欺等根絶協議会（（警）生活安全企画課との共同事業）

金融機関やコンビニなどの事業者や関係団体等が一体となった「群馬県特殊詐欺等根絶協議会」において、行政、県警と連携強化を図りつつ、特殊詐欺等の根絶に向けた取組を進めます。

## 2 関係課実施施策

#### ○日常生活自立支援事業（健康福祉課）

判断能力が不十分な方が自立した生活を送れるよう、福祉サービスの利用援助や日常的な金銭管理等を行います。

#### ○医療安全相談センターの運営（医務課）

医務課内に「医療安全相談センター」を設置し、専門の相談員を配置します。県民からの医療に関する相談等に応じ、必要な助言や情報提供を行います。

#### ○障害者110番事業（障害政策課）

県障害者社会参加推進センターに「群馬県障害者110番」を設置し、障害者の人権擁護や日常生活における相談に応じます。また、弁護士による無料法律相談も行います。

○家庭用品安全対策（薬務課）

基準違反の家庭用品が販売されていないか、販売店から家庭用品を買い上げ、食品安全検査センターにおいて試験検査を行います。

○食品衛生検査施設の業務管理（G L P）の推進（食品・生活衛生課）

食品衛生検査施設に対し、試験検査や試験品採取等の実施状況について内部点検、外部精度管理調査を行うことにより、食品安全のための検査施設及び検査結果の信頼性を確保します。

○食品検査計画策定会議（食品・生活衛生課）

食品の安全性を確保し、食品検査体制の充実を図るため、関係機関が連携・協力し、食品安全検査センターが行う検査の計画等、具体的な調整・協議を行います。

○建設工事紛争相談窓口の設置（建設企画課）

相談員を配置し、建設工事の発注者及び請負人等からの苦情相談に対し、必要な助言や情報提供を行います。

○「ぐんま住まいの相談センター」情報提供（相談）（住宅政策課）

「ぐんま住まいの相談センター」を通じて、県民からの住まいに関する様々な相談に対応します。また、住宅の新築、リフォームなど住宅に関連する情報提供や、より快適な住まいを実現するためのイベントやセミナーなどの普及・啓発活動を行います。

○防犯機能付き電話機等の普及促進（（警）生活安全企画課）

防犯機能付き電話機等の設置を促進し、悪質業者などからの電話を受けない対策を推進します。

○警察安全相談業務（（警）広報広聴課）

警察本部及び各警察署において、消費生活問題を含む各種相談を受理し、適宜対応します。

## ◆計画の成果・進捗を検証する指標

### 県・市町郡消費生活センターへの相談件数

<p>消費生活相談は、消費者トラブルを被った消費者が行うものであり、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。</p> <p>また、相談内容を分析することにより、相談者に適切な支援を行います。</p>	基準値	目標値
	<p>15,929件 (令和4年度)</p>	<p>( - ) (令和6～10年度)</p>

### 「ぐんま住まいの相談センター」情報提供（相談）件数

<p>「ぐんま住まいの相談センター」を通じて、県民からの住まいに関する様々な相談に対応します。</p> <p>消費者からの相談に対して情報提供等を行うものであり、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。</p>	基準値	目標値
	<p>1,088件 (令和4年度)</p>	<p>( - ) (令和6～10年度)</p>

### 市町村等における消費者安全確保地域協議会の設置数

<p>県内の市町村等における消費者安全確保地域協議会の設置を促進し、消費生活上特に配慮を要する消費者に対して必要とされる更なる取組を講じていきます。</p> <p>基準となる令和4年度における県内での消費者安全確保地域協議会設置自治体数は2ですが、計画終了期の令和10年度には、5つの自治体が消費者安全確保地域協議会を設置することを目標とします。</p>	基準値	目標値
	<p>2自治体 (令和4年度)</p>	<p>5自治体 (令和10年度)</p>

### 特殊詐欺被害の発生件数

県と警察が連携し、特殊詐欺被害の防止に向けた啓発や対策を講じるための課題抽出として、指標を活用します。	基準値	目標値
	217件 (令和4年)	( - ) (令和6~10年)

## 基本方針Ⅳ 消費者と事業者との取引の適正化

消費者被害の未然防止・拡大防止のため、消費者保護の各種法令等に基づき、悪質事業者等への監視、指導の徹底を図ります。

### ◆「消費生活に係る県民意識調査」から

- 過去1年間で商品の購入やサービスの利用にあたって、トラブルのきっかけとなった商品の販売方法またはサービス勧誘方法について(複数回答)
  - 平成30年の調査の上位1位は、「カタログやテレビ、新聞の折込チラシ、インターネット等での通信販売を利用したことによるもの(43.3%)」でした。
  - 令和4年の調査の上位1位は、「カタログやテレビ、新聞の折込チラシ、インターネット等での通信販売を利用したことによるもの(60.1%)」でした。
- ⇒トラブルのきっかけとして、「カタログやテレビ、新聞の折込チラシ、インターネット等での通信販売を利用したことによるもの」が大幅に増加しています。
- 商品の販売やサービスの利用についての勧誘行為で、行政に特に力を入れて規制してほしいと思うものについて(複数回答)
  - 平成30年の調査の上位3項目は、「迷惑メール(出会い系等)(38.0%)」、「シロアリ駆除、床下換気扇、太陽光発電、装置設置工事等(29.0%)」、「屋根工事や内装工事など住宅のリフォーム関係(26.9%)」でした。
  - 令和4年の調査の上位3項目は、「ネット広告(出会い系、情報商材等)(46.0%)」、「外壁工事や内装工事など住宅のリフォーム関係(32.0%)」、「屋根、雨樋、トイレなどの住宅の修理(28.6%)」でした。
- ⇒特定商取引法に定められている特定商取引(「訪問販売」「通信販売」等)についての法律違反行為については、行政としてより厳しく対処していく必要があります。

### ◆主な施策

#### 1 消費生活課実施施策

##### ○消費者取引の適正化推進

##### (1)特定商取引法に係る指導

訪問販売等に係る商取引の適正化及び消費者利益の保護を図るため、不適正な取引の疑いのある事業者に対し調査を行い、不適正取引と認められる場合には、特定商取引法や群馬県消費生活条例などに基づき処分や指導を行います。

訪問販売の禁止行為として、「老人その他の者の判断力の不足に乗じ、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結させること」(省令第7条)と定められているように、高齢者等の社会的弱者は法律や制度により守っていく必要があります。こうした社会的弱者を標的としている様々な悪

質商法については、徹底的に動向を監視し、厳正に対処します。

また、広域的に事業展開する悪質事業者に対応するため、国や近隣都県と情報交換を行うとともに、必要に応じて合同指導等を実施します。

さらに、市町村や各消費生活センターとの情報交換を行うとともに、指導等が困難な事案については警察当局の協力を得ながら問題解決を図ります。

## (2) 景品表示法に係る指導

商品や役務の取引に係る不当な表示による顧客の誘引を防止することにより、公正な競争を確保し消費者利益を保護するため、景品表示法に基づく指導を行います。

## (3) 割賦販売法に係る指導

割賦販売法に基づき、冠婚葬祭互助会等の前払式事業者に対して立入検査及び改善指導を行います。

## ○消費生活協同組合指導

消費者の自主的な協同組織である消費生活協同組合に対して、組合員保護と健全な運営を期すため、消費生活協同組合法第94条第2項の規定に基づき、年間4組合に対して組合の運営全般についての指導検査を実施します。

また、県内各生協では、平成20年度に改正消費生活協同組合法施行に伴う定款変更を行いました。組合運営に必要な規則等の整備も必要ことから、継続的に指導を実施します。

## ○製品の安全確保に係る指導

家庭用品品質表示法及び消費生活用製品安全法に基づき事業者指導を行います。なお、これらの権限は、群馬県知事の権限に属する事務の処理の特例に関する条例により、町村に委譲されていることから、町村との連絡を密に行い、実施します。

## 2 関係課実施施策

### ○無許可・無承認医薬品等指導取締（薬務課）

店舗やインターネットの商品広告について、医薬品的効能効果等を不正表示していないかを監視するとともに、痩身や強壮効果を標榜する健康食品の買上げ検査を行い、医薬品成分を含む健康食品の流通を防止します。

### ○医薬品製造業等の監視（薬務課）

医薬品、医薬部外品、化粧品及び医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保と適正な管理、流通の徹底を図るため、医薬品等の製造販売業者、製造業者及び薬局等販売業者への立入検査を行います。

○食品衛生（食品・生活衛生課）

食品関係営業施設等の監視指導や一般流通食品（輸入食品を含む）及び農作物等の安全検査を行う一方、食中毒防止等総合衛生対策を実施し、また、消費者への情報提供を行います。

○乳肉衛生（食品・生活衛生課）

乳処理施設の監視指導及び牛乳等の収去検査、と畜場及び食鳥処理場における食肉検査、畜水産食品中の残留有害物質モニタリング検査等を実施します。

○生活衛生（食品・生活衛生課）

理容所、美容所、クリーニング所、公衆浴場、旅館、興行場及び墓地等の営業の許可及び構造設備確認並びに監視指導や、住宅宿泊事業の届出受理並びに監視指導、特定建築物の監視指導、遊泳用プールの指導を行い、また、レジオネラ対策講習会を開催します。

○生活衛生適正化助成指導（食品・生活衛生課）

公衆浴場（銭湯）の確保対策や、（公財）群馬県生活衛生営業指導センターを通じた生活衛生関係営業の振興と指導を実施します。

○商品・サービス・食品の安全の確保（食品・生活衛生課、蚕糸園芸課）

米トレーサビリティ法に基づき、関東農政局群馬県拠点で県内で実施する立入検査について、情報共有及び調整を行います。

○農薬安全使用推進（技術支援課）

本県農産物の安全性を確保するため、農薬販売者に対する研修会、農薬立入検査の実施による適正な販売の指導、農薬使用者に対する各種研修会、講習会による農薬適正使用の徹底を推進します。

○貸金業対策（地域企業支援課）

資金需要者等の利益の保護を図るために、登録・立入検査等の貸金業者の指導監督や、資金需要者等からの苦情相談を実施します。

○旅行業者指導（観光魅力創出課）

旅行業法に基づき、群馬県知事登録の旅行業者・旅行業者代理業者並びに旅行サービス手配業者に対して登録事務（新規・更新・変更等の申請や、登録事項の変更・廃業等の届出に係る事務）や立入検査及び指導、旅行業協会との協議、情報交換等を行います。

○計量の適正化（計量検定所）

適正な計量の実施を確保するため、特定計量器（はかり、ガソリンスタンドの燃料油メーター及びタクシーメーター等）の検定・検査を実施するとともに、特定計量器の使用、製造、修理を行う各事業者への立入検査及び商品量目検査を実施します。

## ○宅地建物取引業者事務所調査（住宅政策課）

新規免許業者の事務所への立入調査、国土交通省通知に基づく一斉立入調査、苦情等が寄せられた業者事務所への立入検査を行い、業者への指導監督を実施し、消費者の利益保護を図ります。

## ◆計画の成果・進捗を検証する指標

### 事業者指導・助言（景品表示法）処理件数

<p>景品表示法に基づき、違法性が疑われる広告類に対して行う指導や事業者からの問合せに対する助言です。行政が監視の目を光らせることにより指導の件数が増加しますが、事業者が法律を遵守し、違法性が疑われる広告類が減少することにより、処理件数が減少することもあります。</p> <p>計画期間中の5年間において、処理件数を毎年度30件以上とすることを目標とします。</p>	基準値	目標値
	26件 (令和4年度)	毎年度30件以上 (令和6～10年度)

### 事業者指導等（特定商取引法）処理件数

<p>特定商取引法に基づき、訪問販売や連鎖販売取引、訪問購入などの特定商取引に対して行う指導です。行政が監視の目を光らせることにより行政指導や行政処分の件数が増加しますが、事業者が法令を遵守し、違法性が疑われる事業が減少することにより、指導等の件数が減少することもあります。</p> <p>計画期間中の5年間において、行政指導件数を毎年度5件以上とすることを目標とします。</p>	基準値	目標値
	<p>行政指導24件 行政処分 1件 (平成30年度～令和4年度の累積件数)</p>	<p>毎年度 行政指導5件以上 (行政処分は設定せず) (令和6～10年度)</p>

### 宅地建物取引業者事務所調査件数

<p>新規免許申請業者に対して免許前に事務所への立入調査を実施し、事務所要件を満たしていることを確認し指導しています。また、毎年度定期的に国土交通省通知に基づいた業者事務所への一斉立入調査や、苦情等が寄せられた業者事務所への立入調査を実施しています。行政が業者への指導監督の目を光らせることで、宅地建物取引の公正が確保され、消費者の利益保護が図られることとなります。</p>	基準値	目標値
	110件 (令和4年度)	500件 (令和6～10年度の累積件数)

## 基本方針Ⅴ 持続可能な社会形成の推進

持続可能な社会の形成に向けて、「消費者市民社会」を構成する一員として、消費者が社会課題を自分事として捉え、主体的に行動することを推進していきます。

### ◆「消費生活に係る県民意識調査」から

- 消費者問題についての関心の程度について
    - 平成30年の調査では、消費者問題に「関心がある」「どちらかといえば関心がある」と答えた人の割合は、50.7% でした。
    - 令和4年の調査では、消費者問題に「関心がある」「どちらかといえば関心がある」と答えた人の割合は、56.1% でした。
  - 「エシカル消費（「倫理的消費）」という言葉を知っているかについて
    - 令和4年の調査では、「言葉も内容も知らない」と回答した割合は、72.4%でした。
- ⇒消費者問題についての関心が高くなっていることが分かります。一方で、「エシカル消費（倫理的）消費」についての認知度は低いことから、行政として啓発を図り、「消費者市民社会」の一員として消費者一人ひとりが考えて行動することを推進していく必要があります。

### ◆主な施策

#### 1 消費生活課実施施策

##### ○消費生活問題審議会運営

消費生活問題審議会は知事の附属機関として消費者施策等の重要な事項を調査、審議するために設置されました。この審議会を通じて、消費者施策等について広く県民の意見を伺います。

##### ○各市町村消費者行政担当課長会議・各市町郡消費生活センター所長会議

県と各市町村とが相互に協力・連携を図るため、各市町村消費者行政担当課長会議と各市町郡消費生活センター所長会議を開催し、情報の共有に努めます。

##### ○エシカル消費啓発講座

エシカル消費の認知度を高め、実践の機運を醸成するための講座等を開催し、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動を促します。

## 2 関係課実施施策

### ○食品安全審議会の開催（食品・生活衛生課）

食品等の安全性の確保に関する重要事項等について、専門的かつ客観的な見地から調査審議を行う群馬県食品安全審議会を開催します。

### ○食品安全県民会議の開催（食品・生活衛生課）

食品の安全性確保のリスクコミュニケーションの場として、様々な立場（消費者、生産者、食品関連事業者、学識者、報道等）の代表者による食品安全県民会議を開催します。

### ○環境にやさしい買い物スタイル普及促進協議会（環境政策課）

県民、事業者、行政（県及び市町村）が協働して、環境にやさしい買い物スタイル普及促進を行い、低炭素・循環型社会の実現に向けたライフスタイルの見直しにつなげるための県民運動を展開します。

### ○循環型社会の形成（廃棄物・リサイクル課）

循環型社会の形成に向け、県HPや各種イベントを利用した「ぐんま3R宣言」の呼びかけや学習会等への「3Rリーダー」の派遣、リユース食器の活用促進、「プラごみ削減取組店」や「食べきり協力店」の登録、「30・10運動」及び「3キリ運動」の促進等に取り組み、3R（リデュース、リユース、リサイクル）にリフューズとリスペクトを加えた5Rを推進します。

### ○地産地消推進（ぐんまブランド推進課）

「ぐんま地産地消県民運動推進会議」（平成16年度設置）、「群馬県農畜産物販売戦略協議会」（平成22年度設置）を統合した「群馬県農畜産物ブランド戦略協議会」により、地産地消を推進していくための施策について検討します。

また、県産農畜産物を積極的に販売・活用する小売店、飲食店、旅館等を「ぐんま地産地消推進店」として認定、県産農畜産物を原料とする製品の製造、流通等を行う企業を「ぐんま地産地消協力企業・団体」として登録し、地産地消を推進します。

## ◆計画の成果・進捗を検証する指標

### エシカル消費啓発講座実施回数

<p>エシカル消費の認知度は高いとはいえない状況であるため、エシカル消費について知ってもらう内容や、身近なところから取り組める具体例を提示する内容を盛り込んだ講座等を実施します。</p> <p>計画期間における累積実施回数15回を目標とします。</p>	基準値	目標値
	<p>2回 (令和4年度)</p>	<p>15回 (令和6～10年度の累積件数)</p>

### 1人一日当たりごみ排出量

<p>第三次群馬県循環型社会づくり推進計画において、群馬県内のごみの総排出量を総人口と年間日数で割ることで算出される、1人が一日に排出するごみの量を、令和12年度には805グラム以下にすることを目標としています。</p>	基準値	目標値
	<p>968g/人・日 (令和3年度)</p>	<p>805g/人・日以下 (令和12年度)</p>

### 「ぐんま地産地消優良店」数

<p>県産農畜産物を積極的に販売・活用し、その良さのPRに取り組む小売店、飲食店、旅館等「ぐんま地産地消推進店」のうち、さらに県産農畜産物の取扱い割合が高い店舗を「ぐんま地産地消優良店」に認定しています。</p>	基準値	目標値
	<p>85店 (令和4年度)</p>	<p>100店 (令和7年度)</p>

## 別表：評価指標項目

(計画の進行管理において成果・進捗を検証する際に用いる項目)

基本方針	項目	基準値	目標値	担当所属
Ⅰ 消費生活情報の発信	メールマガジン「消費者ホットぐんま」配信回数	23回 (令和4年度)	毎年度24回以上 (令和6～10年度)	消費生活課
	高齢者等消費者被害見守り事業者に提供した情報件数	28件 (令和4年度)	毎年度30件以上 (令和6～10年度)	消費生活課
Ⅱ 消費者教育の充実	消費者被害防止出前講座実施件数	36件 (令和4年度)	毎年度40件以上 (令和6～10年度)	消費生活課
	金融教育出前講座実施回数	35回 (平成30年度～令和4年度の平均値)	毎年度50回以上 (令和6～10年度)	消費生活課
	高校等における消費者教育の外部講師等の活用回数	47回 (令和4年度)	毎年度50回以上 (令和6～10年度)	消費生活課
	こどものための防犯出前講座実施回数	104回 (平成30年度～令和4年度の平均値)	毎年度130回以上 (令和6～10年度)	消費生活課
Ⅲ 消費者被害の未然防止・救済	県・市町郡消費生活センターへの相談件数	15,929件 (令和4年度)	(－) (令和6～10年度)	消費生活課
	「ぐんま住まいの相談センター」情報提供(相談)件数	1,088件 (令和4年度)	(－) (令和6～10年度)	住宅政策課
	市町村等における消費者安全確保地域協議会の設置数	2自治体 (令和4年度)	5自治体 (令和10年度)	消費生活課
	特殊詐欺被害の発件数	217件 (令和4年)	(－) (令和6～10年)	(警)生活安全企画課 消費生活課
Ⅳ 消費者と事業者との取引の適正化	事業者指導・助言(景品表示法)処理件数	26件 (令和4年度)	毎年度30件以上 (令和6～10年度)	消費生活課
	事業者指導等(特定商取引法)処理件数	行政指導24件 行政処分1件 (平成30年度～令和4年度の累積件数)	毎年度 行政指導5件以上 (行政処分は設定せず) (令和6～10年度)	消費生活課
	宅地建物取引業者事務所調査件数	110件 (令和4年度)	500件 (令和6～10年度の累積件数)	住宅政策課
Ⅴ 持続可能な社会形成の推進	エンカル消費啓発講座実施回数	2回 (令和4年度)	15回 (令和6～10年度の累積件数)	消費生活課
	1人一日当たりごみ排出量	968g/人・日 (令和3年度)	805g/人・日以下 (令和12年度)	廃棄物・リサイクル課
	「ぐんま地産地消優良店」数	85店 (令和4年度)	100店 (令和7年度)	ぐんまブランド推進課

## 1 国・他都道府県・市町村との連携

### (1) 国・他都道府県との連携

消費者被害や製品事故について、国(関係省庁、国民生活センター、消費者安全調査委員会)や他の都道府県と積極的に情報交換を行い、消費者被害の未然防止や製品事故の拡大防止に努めます。

また、複数の都道府県にわたって悪質な訪問販売等を行っている事業者に対しては、国や他の都道府県と緊密な連携を図り、事業者の違法な活動を広域的に阻止するなど効果的な事業者指導を実施します。

### (2) 市町村との連携

消費生活相談について、市町村は消費者の身近な相談窓口として相談対応を行い、県は中核的センターとして、市町村に対する技術的な助言や情報提供等の実施により、市町村相談体制を支援します。

また、市町村で対応が困難な専門的な相談や広域的な相談については、市町村から県消費生活センターへ積極的に受け入れるほか、県消費生活センターの持つ商品テスト機能を活用することにより市町村消費生活センターを補完するなど、県と市町村との連携体制の強化を図ります。

さらに、県消費生活相談員が市町村消費生活センターを訪問し、相談窓口の充実・強化を支援するほか、市町村の消費生活相談員等に対して研修会を開催することにより、市町村における消費生活相談の技術力向上を支援します。

事業者指導においては、市町村消費生活センターと情報を共有し、よりスムーズな指導体制を構築します。

## 2 消費者団体・事業者団体・教育機関・地域における関係機関等との連携

### (1) 消費者団体との連携

消費者団体との協働により、消費者教育や食の安全の普及啓発など、各地域における実践的な取組を支援します。

また、適格消費者団体と連携を図り、消費者トラブル防止に対応します。

### (2) 事業者団体との連携

製造業や小売業などの各事業者団体との連携を強化し、商品等の自主基準の作成や検査体制の強化、苦情処理体制の整備など、消費者の信頼確保に向けた取組を促進します。

### (3) 教育機関との連携

高校や大学などの教育機関と連携し、消費者教育を充実させるとともに、エシカル消費の促進や食品ロスの削減など、持続可能な社会の構築に向けた取組を推進します。

#### **(4) 地域における関係機関等との連携**

地域に密着して活動する老人クラブや民生委員などと連携、協力することにより、消費者被害の未然防止に努めます。

### **3 弁護士会・司法書士会等の専門機関との連携**

---

金融取引や住宅リフォーム、多重債務問題など、専門的知識を必要とする相談への対応を強化するため、弁護士会や司法書士会等、専門機関との連携の強化を図ります。

## 1 推進体制

警察や教育委員会等を含めた庁内における消費者施策の推進体制を強化するとともに、市町村をはじめとする関係機関や団体との連携強化を図ります。

県では、多くの部局にまたがって行われている消費者行政の連携強化を図り、県民生活に重大な影響を与える消費者問題について総合的に対処するとともに、消費者施策の調整を図り円滑な消費者行政を推進するため、庁内部局横断的組織「群馬県消費者行政推進本部」を設置しています。

本計画の推進に当たっては、この「群馬県消費者行政推進本部」において、下部組織の「幹事会」を活用するとともに、個別の課題については、必要に応じて「検討部会」を設置し、より具体的な検討を行うなど、全庁的な体制により効率的で実効性のある施策の推進を図ります。

## 2 進行管理

本計画に定めた施策について、各年度ごとに具体的な事業・取組を計画的に実施するとともに、毎年度、「第1章 計画策定の基本的な考え方」において示した【数値目標】及び「第3章 消費者施策の基本方針及び講ずべき施策」において示した別表「評価指標項目」に掲げる評価指標について検証を行い、その検証結果を群馬県消費生活問題審議会に報告し、公表します。

そして、進捗状況については、年度ごとに予算の措置状況や指標の推移などを把握し、適切な進行管理を行います。

また、群馬県消費生活問題審議会や県民、消費者団体等からの意見や要望に基づき、新たな取組についての検討を行います。