

第2次群馬県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委員の意見

(1)数値目標

目標項目	指標	基準値	令和元年度	2年度	3年度	4年度	5年度 (A)	目標値 (B)	目標に対する 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(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% (14.6%)	※21.6%	計画期間を通じて、 10.0%以下	※46% (67.1%)		B	・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、依然後を絶たず、インターネット通販などによるトラブルも増加している。 ・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いくきたい。	・「インターネット通販などによるトラブル」では一般的な通信販売でのトラブルと理解されてしまう。「インターネット」により提供されるSNSや電子メール、ウェブなどに起因する「トラブル」の方が適当ではないか。 ・今後、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。
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」	H25～H29 年度の平均値 90.5%	86.9%	88.1%	91.6%	90.8%	93.3%	計画期間を通じて、 90%以上	104%		A	・あっせん解決率は、基準値及び目標値ともに上回り、計画期間中の最高値となった。 ・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。	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。
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、対象項目の内容及、「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%	※40.6%	計画終了年度に、 60.0%以上	※68%	※-18.6%	B	・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。 ・前年度数値を下回っているが、施策実施ランキングは1つ上がり、4位となった。幸福実感との相関が強いと、引き続き県民の満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くきたい。	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。
									総括評価		・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。		

(※)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算するため、次により算出。
【算出方法】進捗率=(令和5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。

(注)「消費者被害の根絶」の「令和4年度」欄及び「目標に対する水準」欄に記載の括弧書きの数値は、令和4年度に消費生活課が実施した「消費生活に係る県民意識調査」の数値である。

(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										令和5年度実績に係る評価			計画の総括に係る評価		
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗状況	審議会意見	自己 評価	審議会意見
Ⅰ 消費者に消費生活情報を提供する	1	メールマガジン「消費者ホットぐんま」登録者数	人	561	620	670	711	745	757	760	800	消費生活課	→	進捗率 83.3%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	B	・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。
	2	「ぐん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	955	1,800	住宅政策課	→	基準に比して数値は減少	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	C	・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。

【令和5年度実績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

※矢印は前期との数値比較だけでなく、自己評価の記載内容を考慮し、達成状況や効果等を総合的に分析検証した結果を示しています。

【計画の総括に係る自己評価凡例】

三段階評価		
A	B	C
十分な成果が得られた	成果は得られたが改善の余地がある	成果が不十分であり改善の余地がある
目標達成	達成率6割以上	達成率6割未満
その他の事情も勘案	その他の事情も勘案	その他の事情も勘案

【基本方針Ⅱ 消費者教育を推進する】

基本方針	番号	指 標										令和5年度実績に係る評価			計画の総括に係る評価		
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗状 況	審議会意見	自己 評価	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	52	毎年度80以上	消費生活課	↗	達成率 65.0%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	B	・出前講座等実施後にアンケートを実施した場合には、その結果を「自己評価」の中に盛り込むこと。 ・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、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	50	毎年度50以上	消費生活課	→	達成率 100.0%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	B	・出前講座等実施後にアンケートを実施した場合には、その結果を「自己評価」の中に盛り込むこと。 ・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、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	29	50	消費生活課	→	進捗率 32.3%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	B	・出前講座等実施後にアンケートを実施した場合には、その結果を「自己評価」の中に盛り込むこと。 ・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。
	6	大人向け防犯出前講座実施回数	回	32	46	20	5	5	14	23	毎年度35以上	消費生活課	↗	達成率 65.7%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	B	・出前講座等実施後にアンケートを実施した場合には、その結果を「自己評価」の中に盛り込むこと。 ・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、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										令和5年度実績に係る評価				計画の総括に係る評価	
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗状 況	審議会意見	自己 評価	審議会意見
Ⅲ 消費者 トラブル を解消 する	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	16,688	—	消費生活課	→	—	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	B	今後も、新たな計画での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										令和5年度実績に係る評価				計画の総括に係る評価	
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗状 況	審議会意見	自己 評価	審議会意見
Ⅳ 事業者 の活動 を適正 化する	8	事業者指導 (景品表示 法)処理件 数	件	28	8	32	26	35	26	21	毎年度 30以上	消費生活課	→	達成率 70.0%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	A	今後も、新たな計画での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	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、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	A	今後も、新たな計画での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	85	500 (R1～ R5年度 の累積 件数)	住宅政策課	→	進捗率 100.0%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	A	今後も、新たな計画での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										令和5年度実績に係る評価			計画の総括に係る評価		
		項目	単位	基準 2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	目標 2023 (R5)	担当所属	自己 評価	進捗状 況	審議会意見	自己 評価	審議会意見
V 県民とともに消費生活を考える	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	35	毎年度50以上	消費生活課	→	達成率 70.0%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	B	・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、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)	966 (8位)		950 (R4)	廃棄物・リサイクル課	↗	進捗率 55.6%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	B	・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、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)	88 (R5: 目標87店)	87 (R7: 100)	ぐんまブランド推進課	↗	達成率 101.2%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	A	・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、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	2	5	消費生活課	→	進捗率 40.0%	今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。	B	・媒体を問わず、多くの人に伝えるためには、わかりやすい表現を心がけること。 ・今後も、新たな計画での目標達成に向けて、取組を進めてください。