

第3次群馬県消費者基本計画

(令和6年度～10年度)

令和6年3月

群 馬 県

はじめに



近年、グローバル化やデジタル化の進展により、私たちの消費生活は様々な商品やサービスの選択肢が広がり、利便性が向上しました。一方で、人口減少や高齢化の進行、新型コロナウイルス感染症の影響など、消費者を取り巻く環境は大きく変化し、新たな課題も生じてきました。

高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺などによる被害の深刻化、成年年齢引下げに伴う若年者の消費者トラブルの増加も課題となっています。

さらに、2030年のSDGs達成に向けて、人や社会、環境等に配慮した消費行動がより一層求められています。

県では、これまでも「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」を基本理念とする「第2次群馬県消費者基本計画」に基づき、消費者被害の防止・救済や消費者教育の推進など様々な施策に取り組んでまいりました。

このたび、計画期間が終了することから、令和6年度から令和10年度までの5年間の計画期間とする「第3次群馬県消費者基本計画」を策定しました。この計画では、これまでの取組の成果と社会状況の変化を踏まえながら、「消費生活情報の発信」「消費者教育の充実」「消費者被害の未然防止・救済」「消費者と事業者との取引の適正化」「持続可能な社会形成の推進」の5つの基本方針を掲げ、消費者施策を効果的かつ効率的に実施していくこととしています。

「県民が安全で安心できる消費生活の実現」に向けた取組を更に推進していくため、市町村、関係機関、関係団体等と緊密に連携を図りながら、群馬県の消費者行政を一層充実させてまいりますので、皆様の御理解と御協力をお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定に当たり、貴重な御意見や御提言をいただきました群馬県消費生活問題審議会委員の皆様をはじめ、有意義な御意見をお寄せくださいました県民の皆様から感謝申し上げます。

令和6年3月

群馬県知事

山本 一太

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	45
群馬県消費生活問題審議会委員名簿	53
群馬県消費者行政推進本部設置要綱	54
群馬県消費者行政推進本部体制イメージ図	57
消費生活に係る県民意識調査（概要版）	58
県内消費生活相談窓口一覧	77

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

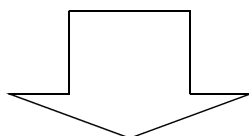
本計画の計画期間は、令和6年度から令和10年度までの5年間とします。

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



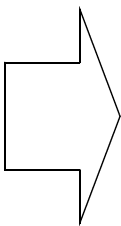
目的
県民が安全で安心できる消費生活の実現

【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。

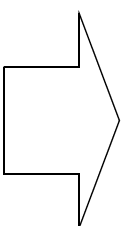
1 消費者被害の防止・減少

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。

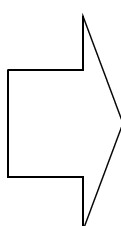
2 消費者トラブルの解決

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)

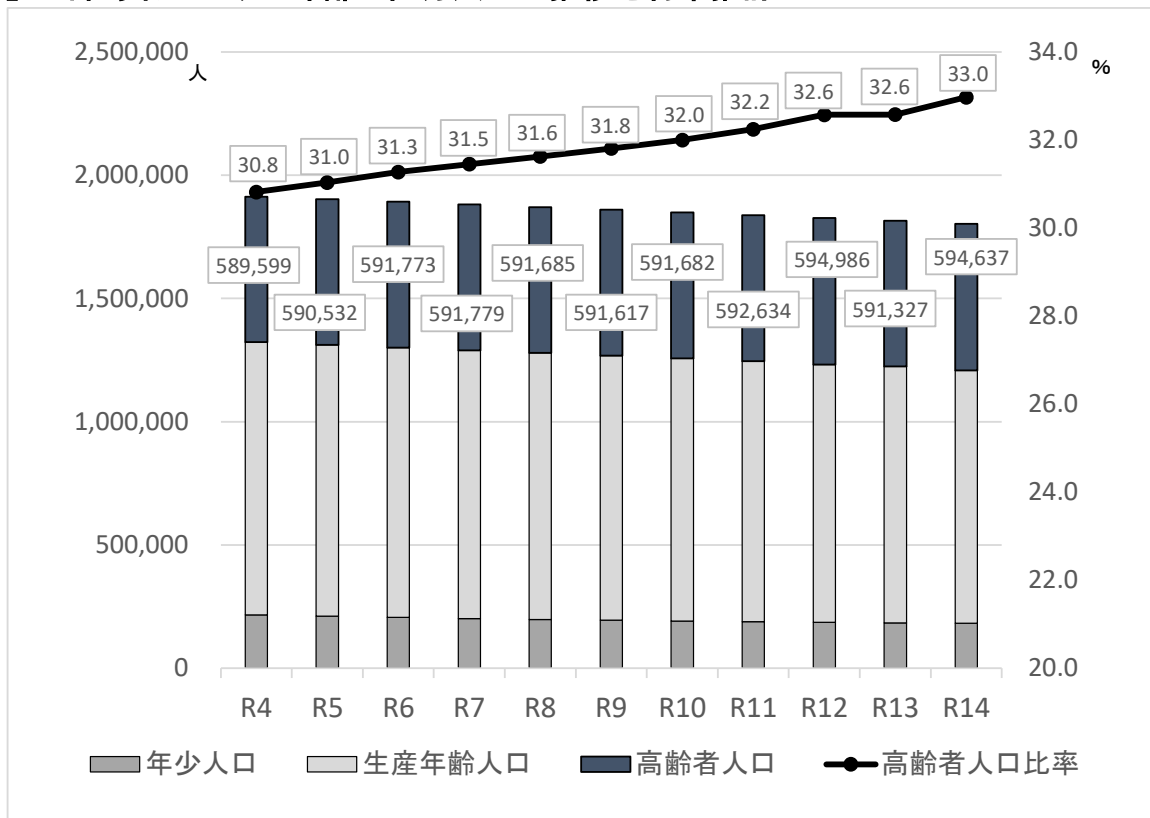
○課題

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)

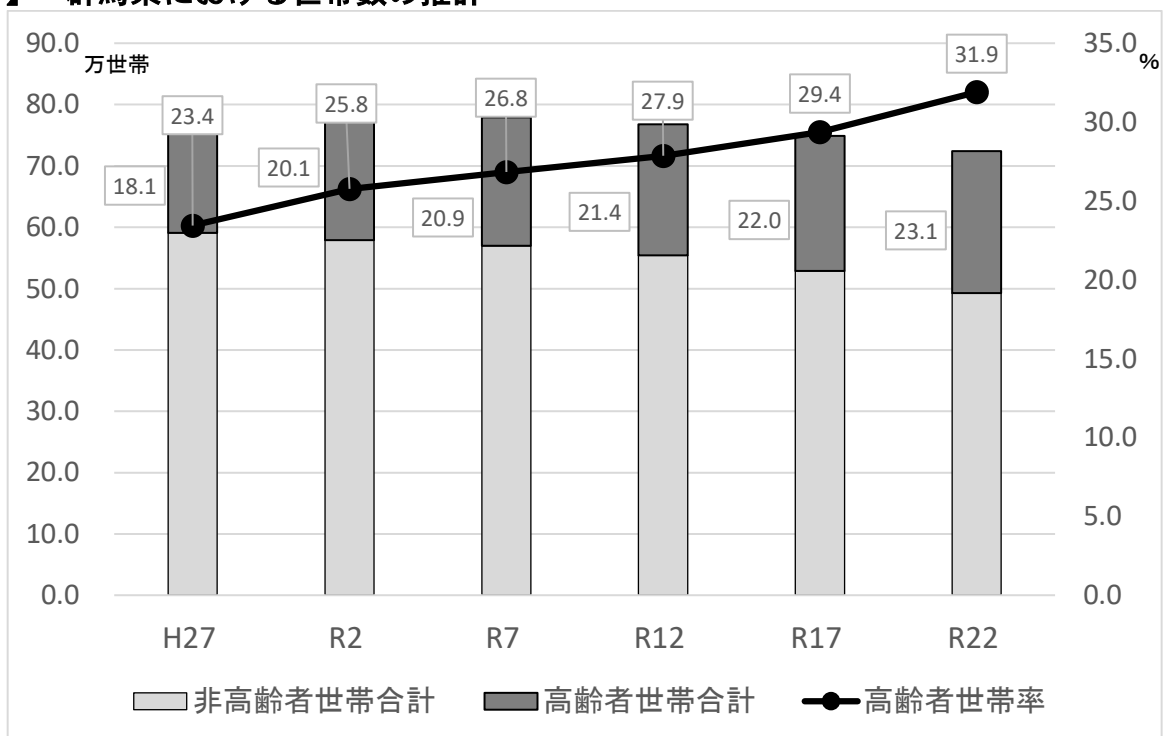
超高齢社会において、詐欺や訪問販売等の悪質商法による高齢者被害の未然防止が大きな課題となっています。

【図1】 群馬県における年齢3区分人口の推移と将来推計



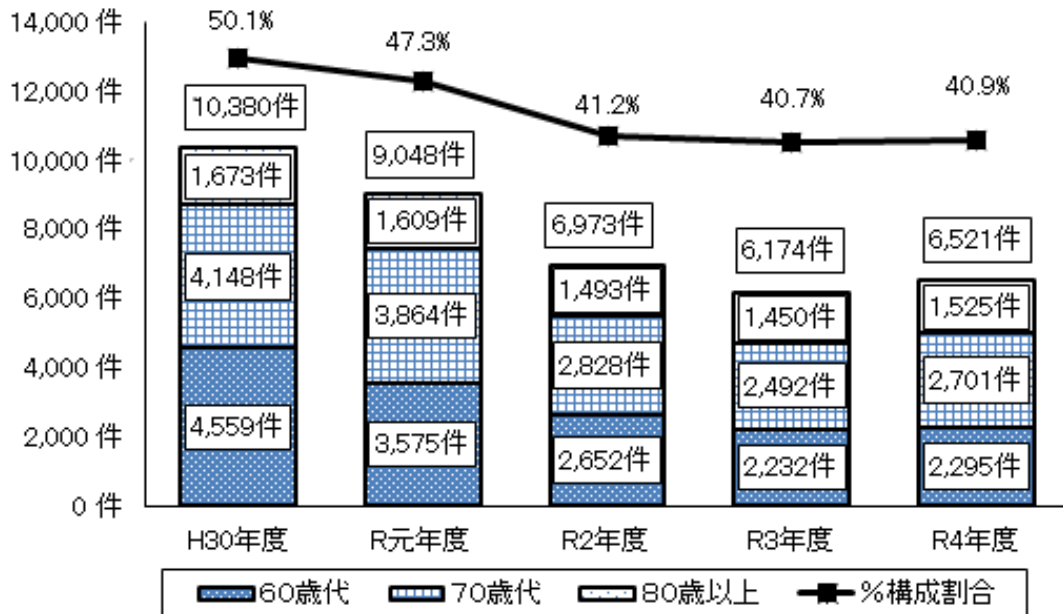
* 群馬県の将来推計人口(令和5年10月推計)及び群馬県年齢別人口統計調査結果から作成

【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	占いサイト、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。

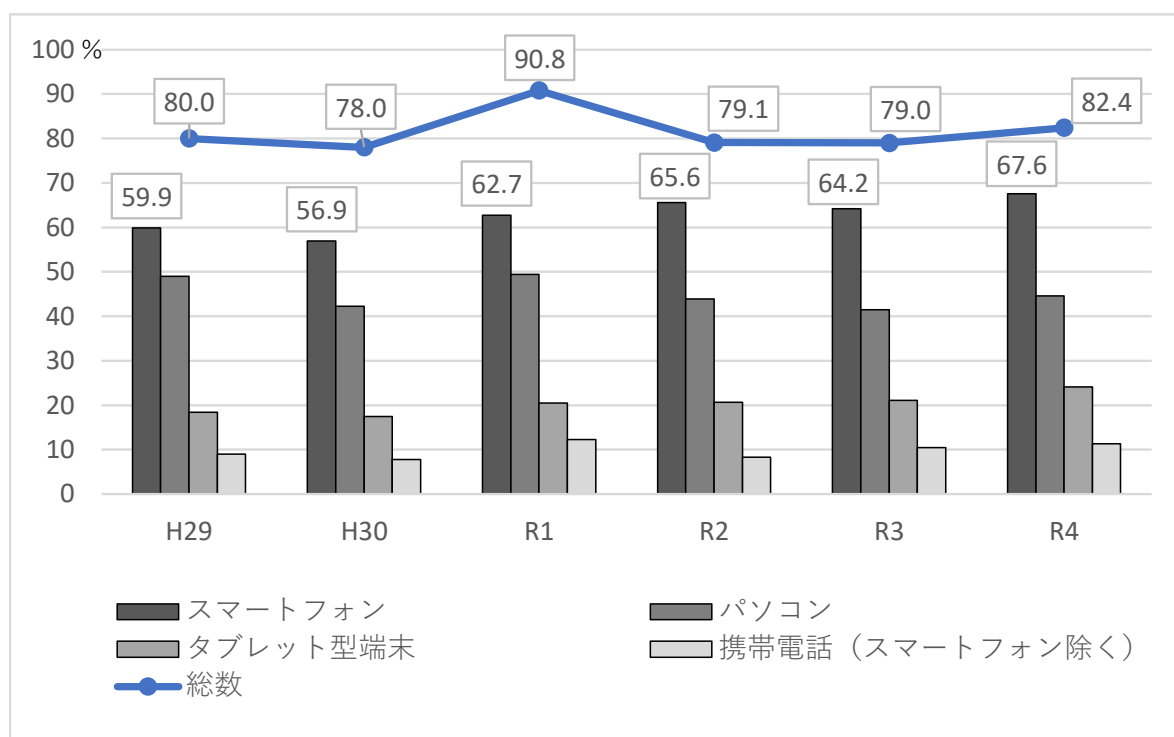
また、インターネット等の情報通信技術の恩恵を受けられないことで生じるデジタルデバインド(情報格差)への対策も求められます。

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。

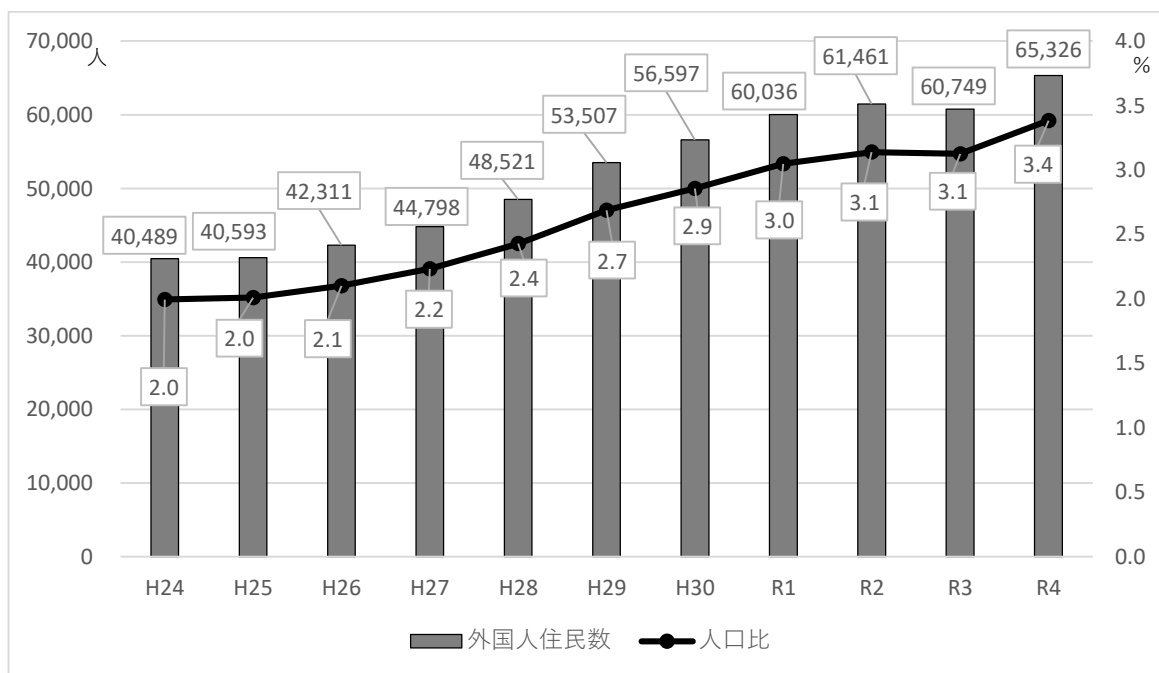
また、本県に住む外国人は平成24年から増加傾向にあり、令和4年には65,326人と、本県人口の3.4%を占めています。(図5参照)

○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	件数	構成割合	件数	構成割合	件数	構成割合	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）

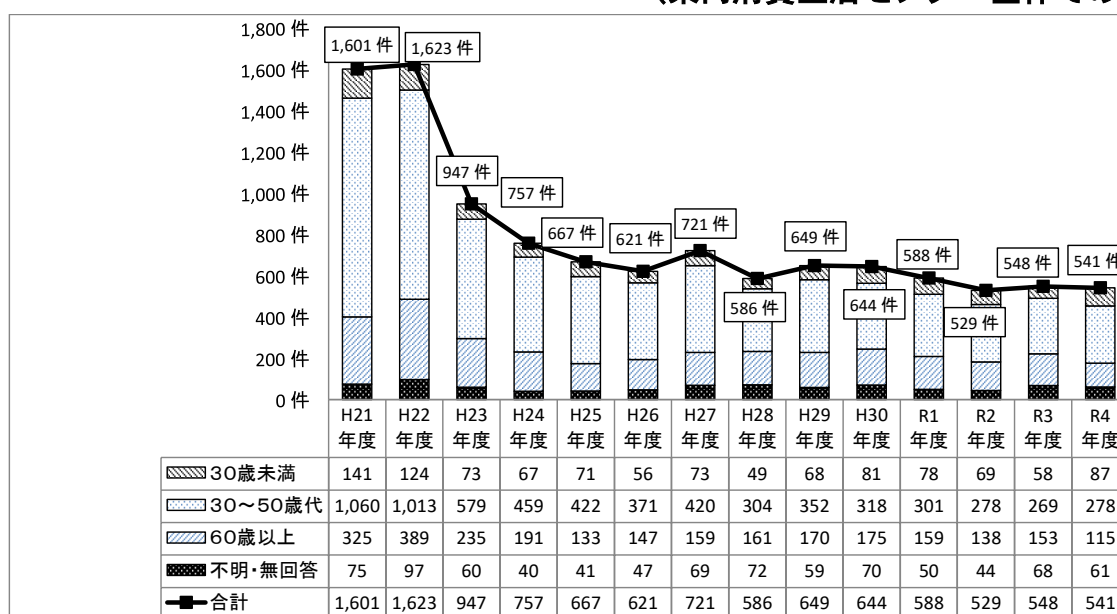
○課題

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

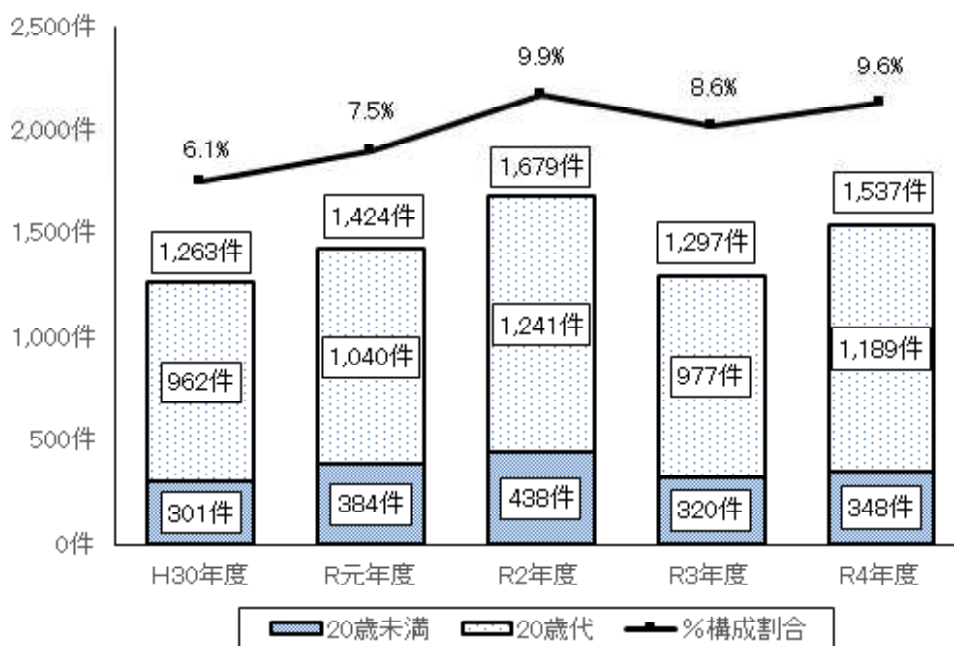
指摘がされています。

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)

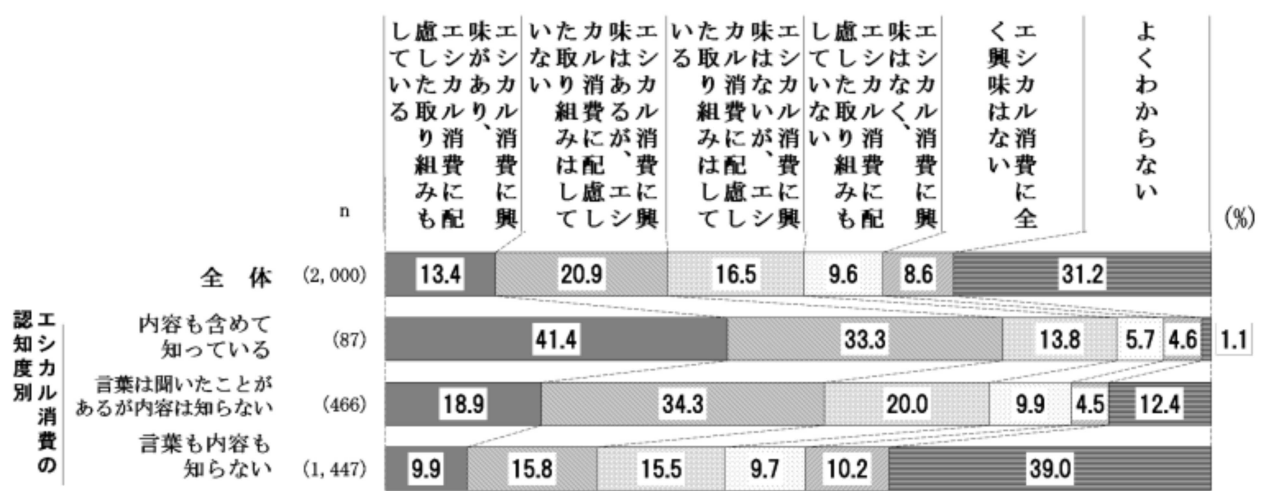
○課題

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

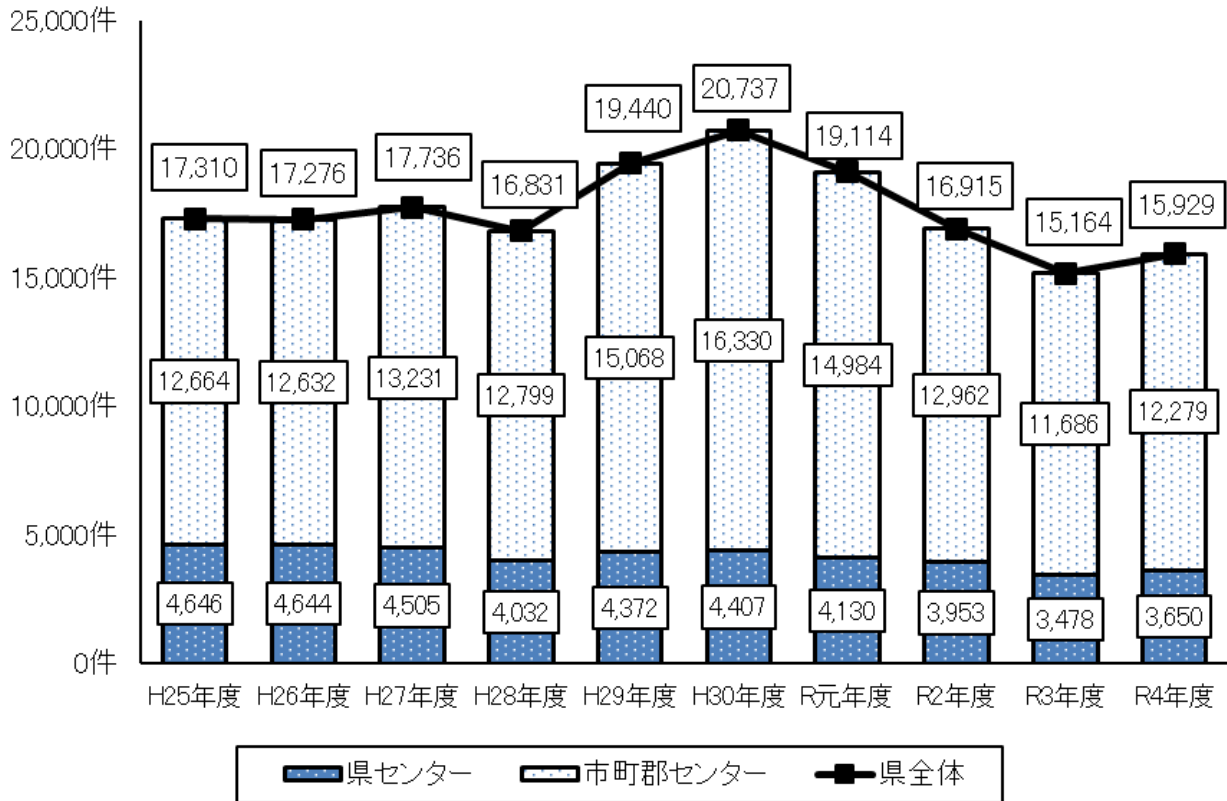
令和4年に本県で実施した「消費生活に係る県民意識調査」によると、消費生活センターについて「言葉も内容も知らない」と答えた人の割合は、県の消費生活センターについては35.1%、市町村の消費生活センターについては43.2%でした。消費生活についての身近な相談機関である県及び市町村の消費生活センターを一般消費者へ広く周知し、消費者の権利保護の強化を図る必要があります。特に20歳代以下、30歳代が他の年代よりも認知度が低く、より一層の周知が求められます。

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 高等学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にこの協定に参加してもらおう努力しつつ、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。
 - 消費生活に関する事で、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。デジタル化が進んでいく中で、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・高等学校、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。

○高等学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、高等学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)

高等学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、高等学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

<p>特殊詐欺被害防止の目的は、被害の根絶であり、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>被害発生件数の動向を把握し、県、警察及び関係機関等が連携して、特殊詐欺被害の防止に向けた啓発や対策を講じます。</p>	基準値	目標値
	<p>217件 (令和4年)</p>	<p>(-) (令和6～10年)</p>

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
	高等学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

高等学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。

資料編

●群馬県消費生活条例（平成18年条例第11号）

目次

- 第一章 総則（第一条－第八条の二）
- 第二章 安全の確保、取引の適正化等
 - 第一節 安全の確保（第九条・第十条）
 - 第二節 規格、表示等の適正化（第十一条－第十五条）
 - 第三節 不当な取引方法の禁止等（第十六条・第十七条）
 - 第四節 生活関連物資に関する施策（第十八条－第二十一条）
- 第三章 消費生活に関する教育の推進、情報提供等（第二十二条－第二十五条）
- 第四章 消費者苦情の処理等（第二十六条－第二十八条）
- 第五章 知事への申出（第二十九条）
- 第六章 立入調査、公表等（第三十条・第三十一条）
- 第七章 群馬県消費生活問題審議会及び群馬県消費者苦情処理委員会（第三十二条－第三十七条）
- 第八章 雑則（第三十八条－第四十条）
- 附則

第一章 総則

（目的）

第一条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差に鑑み、県民の消費生活における利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、県及び事業者の責務等を明らかにするとともに、県が実施する消費生活に関する総合的な施策（以下「消費者施策」という。）について必要な事項を定めることにより、県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

（基本理念）

第二条 消費者施策の推進は、県民の消費生活における基本的な需要が満たされること、県民の健全な生活環境が確保されること及び消費者の権利として認められている次の事項を尊重することを基本として行われなければならない。

- 一 消費者の安全が確保されること。
- 二 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること。
- 三 消費者に対し必要な情報が提供されること。
- 四 消費者に対し教育の機会が提供されること。
- 五 消費者の意見が消費者施策に反映されること。
- 六 消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されること。

2 消費者施策の推進は、消費者が自らの消費生活の安定及び向上のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

3 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

4 消費者施策の推進は、高度情報通信社会の進展への的確な対応及び環境の保全に配慮して行われなければならない。

(県の責務)

第三条 県は、この条例の目的を達成するため、経済社会の発展に即応して消費者施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

(事業者の責務)

第四条 事業者は、消費者に供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- 五 県が実施する消費者施策に協力すること。
- 六 事業活動を通して知り得た消費者に関する個人情報을適正に取り扱うこと。

2 事業者は、消費者に供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(事業者団体の役割)

第五条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

(消費者の役割)

第六条 消費者は、自ら進んで消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めるものとする。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めるものとする。

(消費者団体の役割)

第七条 消費者団体は、次に掲げる活動その他の県民の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

- 一 消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明
- 二 消費者に対する啓発及び教育
- 三 消費者の被害の防止及び救済のための活動

(県、事業者、消費者等の連携)

第八条 県、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体は、相互に連携を図りながら協力することにより、それぞれの責務又は役割を果たすよう努めるものとする。

(基本計画)

第八条の二 知事は、消費者施策の計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を定めなければならない。

- 2 基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。
 - 一 消費者施策についての基本的な方針
 - 二 消費者施策に関し、計画的に講ずべき施策
 - 三 前二号に掲げるもののほか、消費者施策の計画的な推進を図るために必要な事項
- 3 知事は、基本計画を定めるに当たっては、あらかじめ、群馬県消費生活問題審議会の意見を聴かなければならない。
- 4 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。
- 5 前二項の規定は、基本計画の変更について準用する。

第二章 安全の確保、取引の適正化等

第一節 安全の確保

(安全の確保)

第九条 事業者は、県民の消費生活における安全を確保するため、その供給する商品及び役務が県民の生命、身体及び財産の安全を害し、又は害するおそれがあるときは、供給の中止及び回収、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(安全確保の指導及び勧告)

第十条 知事は、県民の消費生活において、事業者が供給する商品及び役務が県民の生命、身体及び財産の安全を害し、又は害するおそれがあると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対してその安全を確保するために必要な措置を講ずるよう指導し、又は勧告することができる。

第二節 規格、表示等の適正化

(規格の適正化)

第十一条 事業者は、商品又は役務について品質その他の内容の向上及び県民の消費生活の合理化に寄与するため、その供給する商品及び役務について、適正な規格を定めるよう努めなければならない。

(広告その他の表示の適正化)

第十二条 事業者は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際し、その選択等を誤ることがないようにするため、その供給する商品及び役務について、品質その他の内容及び価格に関する広告その他の表示を適正に行うよう努めなければならない。

(計量の適正化)

第十三条 事業者は、消費者との間の取引に際し、消費者が計量につき不利益を被ることがないようにするため、その供給する商品及び役務について、適正な計量の実施に努めなければならない。

(包装の適正化)

第十四条 事業者は、消費者が商品について誤認することがないようにするため、その供給する商品について必要以上に過大な包装を行わないよう努めなければならない。

(適正化の指導)

第十五条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、事業者が第十一条から前条までに規定する規格、広告その他の表示、計量及び包装の適正化を推進するよう必要な指導に努めるものとする。

第三節 不当な取引方法の禁止等

(不当な取引方法)

第十六条 知事は、消費者の取引の安全を図るため、事業者が消費者の知識、能力又は経験の不足に乗じて消費者を取引に誘引し、又は消費者に取引を強制することにより消費者にその供給する商品又は役務の選択を誤らせるような取引方法を不当な取引方法として規則で定めるものとする。

2 知事は、前項の不当な取引方法を定めようとするときは、群馬県消費生活問題審議会の意見を聴くものとする。これを変更し、又は廃止しようとするときも同様とする。

(不当な取引方法の禁止)

第十七条 事業者は、消費者に商品又は役務を供給する場合には、前条の規定により定められた不当な取引方法を用いてはならない。

2 知事は、事業者が前条の規定により定められた不当な取引方法を用いているか否かを判断する場合において、当該事業者が不実のことを告げる行為（以下「不実告知行為」という。）をしたか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、当該告げた事項の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、次項及び第二十三条の規定の適用については、当該事業者は不実告知行為をしたものとみなす。

3 知事は、事業者が前条の規定により定められた不当な取引方法を用いていると認めるときは、当該事業者に対し、当該不当な取引方法の改善を指導し、又は勧告することができる。

第四節 生活関連物資に関する施策

(価格の動向等の調査)

第十八条 知事は、県民の消費生活との関連が高い物資（以下「生活関連物資」という。）について、必要に応じて、その価格の動向、需給の状況及び流通の実態を調査するものとする。

(供給等の協力の要請)

第十九条 知事は、県民に対する生活関連物資の円滑な供給を確保するために必要があると認めるときは、当該生活関連物資の生産、輸入又は販売を行う事業者に対して当該生活関連物資の供給又は供給のあっせんをするよう協力を求めるものとする。

(特定生活関連物資の指定等)

第二十条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、生活関連物資の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、当該生活関連物資の買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあるとき、当該生活関連物資を特に価格の安定及び円滑な供給の確保を図る必要がある物資（以下「特定生活関連物資」とい

う。)として指定することができる。

- 2 知事は、前項に規定する事態が消滅したと認められる場合には、同項の規定による指定を解除するものとする。

(特定生活関連物資の売渡しの勧告)

第二十一条 知事は、特定生活関連物資の生産、輸入又は販売を行う事業者が買占め又は売惜しみにより当該特定生活関連物資を多量に保有していると認めるときは、当該事業者に対し、売渡しをすべき期間及び数量を定めて、適正な価格で売渡しをすべきことを勧告することができる。

第三章 消費生活に関する教育の推進、情報提供等

(啓発活動及び教育の推進)

第二十二条 知事は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

(情報の提供)

第二十三条 知事は、事業者が第九条又は第十七条第一項の規定に違反する行為を行っている場合において、県民に被害が生じ、又は生じるおそれがあり、その発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、違反行為の内容、事業者の氏名又は名称及び住所その他の必要な情報を県民に提供するものとする。

(試験、検査の実施等)

第二十四条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、商品及び役務の試験、検査等を行うとともに、必要に応じて、その結果を公表する等必要な措置を講ずるものとする。

(意見等の反映)

第二十五条 知事は、消費者施策の策定及び実施に資するため、必要があると認めるときは、消費者等から、消費生活に関する意見及び要望を聴くものとする。

第四章 消費者苦情の処理等

(消費者苦情の処理)

第二十六条 知事は、事業者が供給する商品及び役務に関する消費者の苦情（以下「消費者苦情」という。）の申出があったときは、速やかにその内容を調査し、当該消費者苦情が適切に処理されるよう必要な措置を講ずるものとする。

- 2 知事は、消費者苦情を処理するため必要があると認めるときは、事業者その他の関係者に対し、資料の提出又は説明を求めることができる。
- 3 知事は、消費者苦情を処理するため必要があると認めるときは、群馬県消費者苦情処理委員会のあっせん又は調停に付することができる。

(訴訟の費用の貸付け)

第二十七条 知事は、消費者苦情に関し、消費者が事業者を相手として提起する訴訟で、次の各号に掲げる要件の全てを満たすものであると認めるときは、当該消費者に対し、当該訴訟の費用に充てる資金（以下「資金」という。）を貸し付けることができる。

- 一 同一の被害を受けた消費者が規則で定める人数以上存在すること。
- 二 一件当たりの被害額が規則で定める額以下であること。
- 三 前条第三項のあっせん又は調停によって解決されなかったものであること。
- 四 県内に住所を有している者が多数共同して提起する訴訟であること。

2 前項に定めるもののほか、資金の貸付けの限度額、貸付けの条件その他貸付けに関し必要な事項は、規則で定める。

3 知事は、第一項の規定による資金の貸付けに当たっては、群馬県消費者苦情処理委員会の意見を聴かなければならない。

(貸付金の返還等)

第二十八条 前条の規定により資金の貸付けを受けた者は、その訴訟が終了したときは、規則で定める日までに貸付けを受けた資金の全額を返還しなければならない。

2 知事は、前項の規定にかかわらず、特に必要があると認めるときは、群馬県消費者苦情処理委員会の意見を聴き、貸し付けた資金の一部の返還を免除することができる。

第五章 知事への申出

(知事への申出)

第二十九条 県民は、この条例の規定に違反する事業者の活動が行われることにより、消費者の権利が害され、又は害されるおそれがあると認めるときは、知事に対して、その旨を申し出て、適当な措置を講ずるよう求めることができる。

2 知事は、前項の規定による申出があったときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく適当な措置を講ずるものとする。

第六章 立入調査、公表等

(立入調査等)

第三十条 知事は、第十条、第十七条第三項、第二十条、第二十一条及び前条第二項の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、その業務に関し報告若しくは資料の提出を求め、又はその職員に、事業者の事務所、工場、事業場、店舗若しくは倉庫に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2 前項の規定により職員が立入調査又は質問をする場合には、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。

3 第一項の規定による立入調査及び質問の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(公表)

第三十一条 知事は、次の各号のいずれかに該当するとき、その旨を公表することができる。

- 一 第十条、第十七条第三項及び第二十一条の規定による勧告に正当な理由なく従わな

- かったとき。
- 二 第二十六条第二項の規定による資料の提出又は説明を正当な理由なく拒んだとき。
 - 三 前条第一項の規定による報告若しくは資料の提出をせず、又は立入調査を拒み、若しくは虚偽の答弁をしたとき。
- 2 知事は、前項の規定による公表をしようとするときは、あらかじめ、その公表の理由を当該事業者へ通知し、当該事業者が意見を述べる機会を与えなければならない。

第七章 群馬県消費生活問題審議会及び群馬県消費者苦情処理委員会

(審議会の設置)

第三十二条 知事の諮問に応じ、消費者施策の基本的事項その他施策の実施に係る重要な事項を調査審議するため、群馬県消費生活問題審議会（以下「審議会」という。）を置く。

(組織等)

第三十三条 審議会は、委員二十人以内で組織する。

- 2 委員は、次に掲げる者のうちから、知事が任命する。
 - 一 学識経験のある者
 - 二 県議会の議員
 - 三 消費者
 - 四 事業者
 - 五 関係行政機関の職員
- 3 委員の任期は、二年とし、再任されることを妨げない。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 4 前三項に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

(委員会の設置)

第三十四条 第二十六条第三項の規定により消費者苦情に関するあっせん又は調停を行い、及び第二十七条に規定する資金の貸付けに関する事項を調査審議するため、群馬県消費者苦情処理委員会（以下「委員会」という。）を置く。

(組織等)

第三十五条 委員会は、委員八人以内で組織する。

- 2 委員は、次に掲げる者のうちから、知事が任命する。
 - 一 学識経験のある者
 - 二 消費者
 - 三 事業者

(意見の聴取等)

第三十六条 委員会は、必要があると認めるときは、当事者、関係人等に対し、その出席を求めて説明若しくは意見を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

(準用)

第三十七条 第三十三条第三項及び第四項の規定は、委員会について準用する。

第八章 雑則

(小規模事業者への配慮)

第三十八条 知事は、消費者施策の実施に当たり特に必要があると認めるときは、小規模事業者（商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律（平成五年法律第五十一号）第二条に規定する小規模事業者をいう。）に対し、技術的な援助及び資金の融資を行うことができる。

(他の地方公共団体の長等との協力)

第三十九条 知事は、この条例の施行に関し必要があると認めるときは、他の地方公共団体又は国の関係行政機関の長の協力を求め、又はこれらの者から協力を求められたときは、その求めに応ずるよう努めるものとする。

(規則への委任)

第四十条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この条例は、平成十八年七月一日から施行する。

(経過措置)

- 2 この条例の施行の際現に改正前の群馬県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（以下「改正前の条例」という。）第二十三条の規定により置かれた群馬県消費生活問題審議会（以下「旧審議会」という。）は、改正後の群馬県消費生活条例（以下「改正後の条例」という。）第三十二条の規定により置く群馬県消費生活問題審議会（以下「新審議会」という。）となり、同一性をもって存続するものとする。
- 3 この条例の施行の際現に旧審議会の委員である者は、この条例の施行の日に、改正後の条例第三十三条第二項の規定により新審議会の委員に任命されたものとみなし、その任期は、平成十九年六月十五日までとする。
- 4 改正前の条例第十一条の二第二項の規定により旧審議会の意見を聴いたときは、改正後の条例の適用については、改正後の条例第十六条第二項の規定により新審議会の意見を聴いたものとみなす。
- 5 改正後の条例第十七条第二項の規定は、この条例の施行前に用いた取引方法については、適用しない。

附 則（平成二十五年十月十八日条例第五十八号）

- 6 この条例は、公布の日から施行する。

群馬県消費生活問題審議会委員名簿

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しています。

任期：令和5年9月1日 ～ 令和7年8月31日

区分	氏 名	役 職 名 等
学 識 経 験 者	肥 後 秀 明	日本銀行前橋支店長
	舟 木 諒	弁護士
	西 村 淑 子	群馬大学教授
	井 上 章 子	株式会社上毛新聞社経営企画室主事
	今 井 敬 子	群馬県高等学校教育研究会家庭部会副部長
	新 井 勘 一	公益財団法人群馬県防犯協会専務理事
消 費 者	針 谷 勉	群馬県生活協同組合連合会専務理事
	野 原 多 香 子	群馬県消費者団体連絡会副会長
	倉 持 た み 子	高崎市くらしの会会長
	掘 口 純 子	公募委員
	久 保 敏	公募委員
	簗 輪 欣 房	公募委員
事 業 者	高 橋 克 弥	群馬県農業協同組合中央会専務理事
	荻 原 マ サ エ	群馬県商工会女性部連合会副会長
	林 き み 代	群馬県飲食業生活衛生同業組合理事

15名

群馬県消費者行政推進本部設置要綱

(趣旨)

第1条 安全で安心な県民生活の確保に資するため、県民生活に重大な影響を与える消費者問題について関係部局が連携し総合的に対処するとともに、消費者施策の総合調整を図り円滑な消費者行政を推進することを目的として、群馬県消費者行政推進本部（以下「推進本部」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 推進本部は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 消費者安全法（平成21年法律第50号。以下「法」という。）第2条第5項に規定する消費者事故等及び第2条第7項に規定する重大事故等に係る情報の伝達体制の整備並びに情報交換に関すること。
- (2) 法第2条第7項に規定する重大事故等のうち、被害の発生又は拡大の防止を図るために実施し得る法令上の措置がない「すき間事案」に対する調整に関すること。
- (3) 消費者行政の総合的な推進に関すること。
- (4) 消費者行政に関する重要事項の審議に関すること。
- (5) その他消費者行政の推進に必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 推進本部は、本部長、本部長代行及び本部員をもって組織する。

- 2 本部長は、知事をもって充てる。
- 3 本部長代行は、副知事をもって充てる。
- 4 本部員は、群馬県庁議規程第3条第1項に規定する者（知事及び副知事を除く。）、及び振興局長の職にある者をもって充てる。
- 5 本部長は、必要があると認めるときは、前項に掲げる者以外の者を推進本部に出席させることができる。

(職務)

第4条 本部長は、推進本部を統括し、必要に応じ招集し、これを主宰する。

- 2 本部長代行は、本部長を補佐し、本部長に事故があるときは、その職務を代理する。
- 3 本部員は、本部長の命を受け、それぞれの職務に応じて推進本部の事務に参画する。

(幹事会)

第5条 推進本部に幹事会を置く。

- 2 幹事会は、次に掲げる事項を所掌する。
 - (1) 推進本部に付議する事案の整理、検討に関すること。
 - (2) 各部局内の関連施策との調整に関すること。
- 3 幹事会は、代表幹事、代表幹事代行及び幹事で構成し、それぞれ別表1に掲げる者をもって充てる。
- 4 代表幹事は、幹事会を総括し、必要に応じて幹事会を招集し、これを主宰する。
- 5 代表幹事代行は、代表幹事を補佐し、代表幹事に事故があるときは、その職務を代理

する。

- 6 代表幹事は、必要があると認めるときは、第3項に規定する者以外の者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

(検討部会)

第6条 代表幹事は、幹事会の指示する事項の調査、検討を行うため、関係課の実務担当者による検討部会を設置することができる。

- 2 検討部会は、代表幹事が必要に応じて招集し、これを主宰する。
- 3 代表幹事は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求めることができる。

(庶務)

第7条 推進本部の庶務は、生活子ども部消費生活課において処理する。

(雑則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、推進本部の運営に関し必要な事項は、本部長が別に定める。

附則

- 1 この要綱は、平成21年9月14日から施行する。

附則

- 1 この要綱は、平成24年4月1日から施行する。

附則

- 1 この要綱は、平成25年2月5日から施行する。

附則

- 1 この要綱は、平成25年4月1日から施行する。

附則

- 1 この要綱は、平成26年4月1日から施行する。

附則

- 1 この要綱は、平成27年4月1日から施行する。

附則

- 1 この要綱は、平成28年4月1日から施行する。

附則

- 1 この要綱は、平成29年4月1日から施行する。

附則

- 1 この要綱は、令和2年4月1日から施行する。

附則

- 1 この要綱は、令和3年4月1日から施行する。

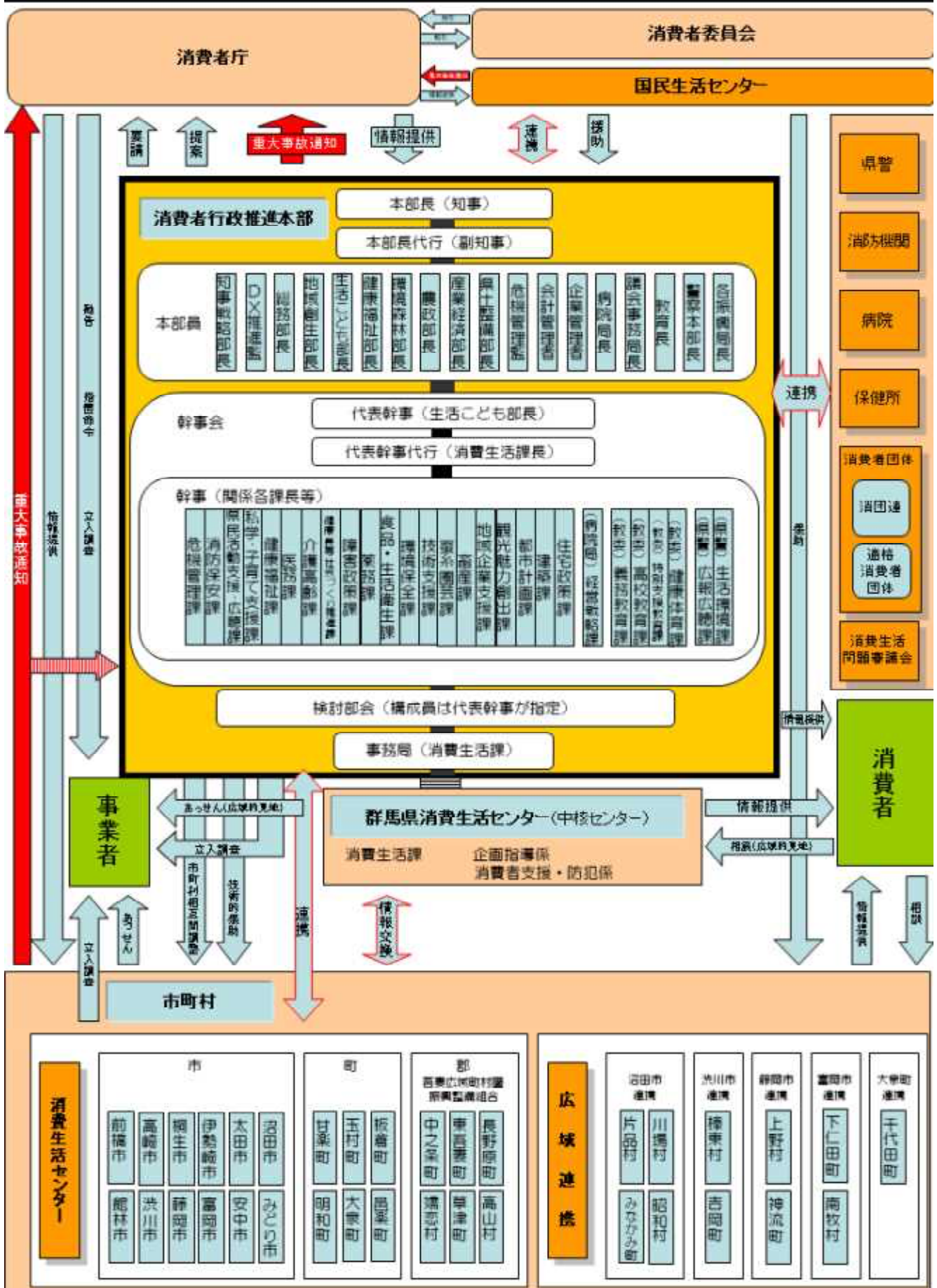
附則

- 1 この要綱は、令和4年4月1日から施行する。

別表 1

代表幹事	生活こども部長
代表幹事代行	生活こども部 消費生活課長
幹事	総務部 危機管理課長
幹事	総務部 消防保安課長
幹事	生活こども部 県民活動支援・広聴課長
幹事	生活こども部 私学・子育て支援課長
幹事	健康福祉部 健康福祉課長
幹事	健康福祉部 医務課長
幹事	健康福祉部 介護高齢課長
幹事	健康福祉部 健康長寿社会づくり推進課長
幹事	健康福祉部 障害政策課長
幹事	健康福祉部 薬務課長
幹事	健康福祉部 食品・生活衛生課長
幹事	環境森林部 環境保全課長
幹事	農政部 技術支援課長
幹事	農政部 蚕糸園芸課長
幹事	農政部 畜産課長
幹事	産業経済部 地域企業支援課長
幹事	産業経済部 戦略セールス局 観光魅力創出課長
幹事	県土整備部 都市計画課長
幹事	県土整備部 建築課長
幹事	県土整備部 住宅政策課長
幹事	病院局 経営戦略課長
幹事	教育委員会 義務教育課長
幹事	教育委員会 高校教育課長
幹事	教育委員会 特別支援教育課長
幹事	教育委員会 健康体育課長
幹事	警察本部 警務部 広報広聴課長
幹事	警察本部 生活安全部 生活環境課長

群馬県消費者行政推進本部体制イメージ



消費生活に係る県民意識調査

概要版



調査結果の概要

● 調査の概要 ●

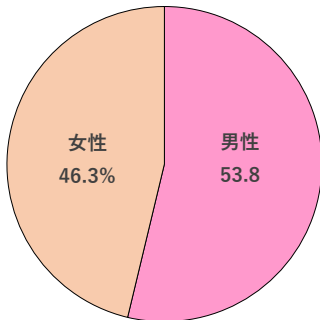
- (1) 調査地域……………群馬県全域
- (2) 調査対象（母集団）……………県内在住の18歳以上の男女個人
- (3) 調査対象数（標本数）……………2,000人
- (4) 抽出方法……………楽天インサイト株式会社の群馬県在住のモニターより抽出
- (5) 調査方法……………web調査
- (6) 調査実施時期……………令和4年9月27日（火）から同年10月3日（月）まで
- (7) 調査委託先……………株式会社 サーベイリサーチセンター

● 概要版（グラフ）のみかた ●

- グラフ中の「n」は、その設問の回答者総数を表しています。
- 調査結果の比率は、その設問の回答者総数(n)を基数として、小数点第2位を四捨五入して算出しています。四捨五入での端数処理の関係で、合計が100%にならない場合があります。
- 複数回答の設問の場合、回答比率の合計が100%を超える場合があります。
- 2つ以上の選択肢を合計している場合、各選択肢の回答者数を足しあげて計算しているため、比率の単純な合計とは多少の差が出る場合があります。
- 掲載したグラフには、全体の結果のみを示したものと、性別や年齢別の結果を併せて示したものがあります。
- スペースの都合上、グラフ中の選択肢の表記を一部省略している場合があります。

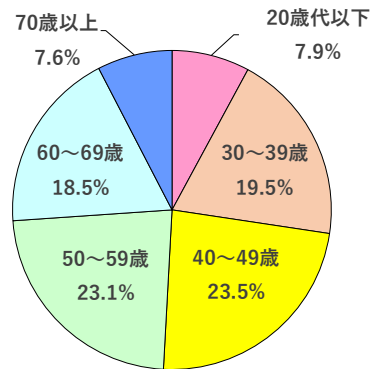
● 回答者の属性 ●

【性別】



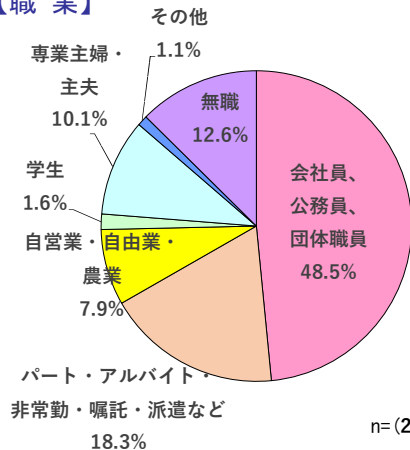
n=(2,000)

【年齢】



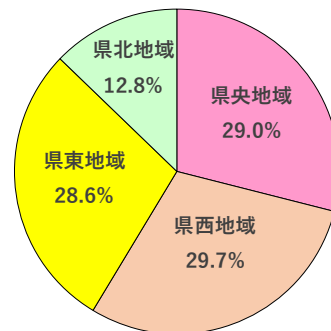
n=(2,000)

【職業】



n=(2,000)

【居住地域】



n=(2,000)

1

消費者問題に対する意識について

1 消費者問題についての関心度

消費者問題に対する関心度について聞いたところ、「関心がある」と「どちらかといえば関心がある」を合わせた『関心がある(計)』と回答した割合は、56.1%となっています。

性別で見ると、ほぼ同様の結果となっていますが、年齢別で見ると、『関心がある(計)』と回答した割合は、70歳以上(65.6%)で最も高くなっています。一方で、『関心がない(計)』と回答した割合は、20歳代以下(19.0%)で最も高くなっています。



1-1 関心のある消費者問題

先の質問で、「関心がある」または「どちらかといえば関心がある」と回答した方に、関心のある消費者問題について聞いたところ、「インターネット(携帯電話を含む)の安全性について」が、66.6%と最も高くなっています。

年齢別で見ると、上位5項目全てにおいて70歳以上が最も高く、「インターネット(携帯電話を含む)の安全性について」(75.8%)と「特殊詐欺や架空・不当請求について」(70.7%)ではそれぞれ70%を超えています。

	回答者数	上位5項目 (%)					
		インターネット(携帯電話を含む)の安全性について	・特殊詐欺や架空・不当請求について	に販売引のない勧誘や悪質不正な	にや表示の消費性(限分)	に個人情報流出問題	
全体	1,120	66.6	53.3	50.7	49.0	48.1	
年齢別	20歳代以下	85	62.4	38.8	41.2	41.2	38.8
	30歳代	233	62.7	42.1	50.6	48.9	46.8
	40歳代	245	68.2	51.4	50.6	47.8	43.3
	50歳代	238	65.1	60.5	47.5	49.2	48.7
	60歳代	220	68.2	57.3	54.1	48.6	50.5
	70歳以上	99	75.8	70.7	59.6	59.6	64.6

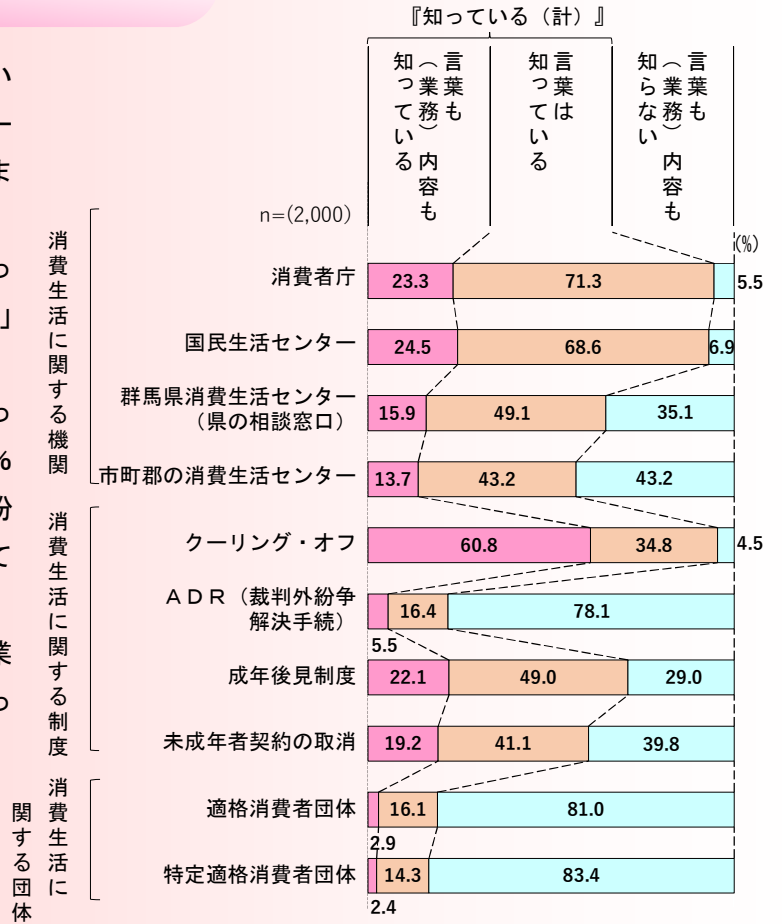
2 消費生活に関する機関や制度の認知度

消費生活に関する機関や制度の認知度について聞いたところ、『知っている（計）』は、「クーリング・オフ」が、95.6%と最も高くなっています。

機関については、「言葉も（業務）内容も知っている」は、「消費者庁」と「国民生活センター」で、20%より高い割合となっています。

制度については、「言葉も（業務）内容も知っている」は、「クーリング・オフ」では、60.8%と高くなっています。一方、「ADR（裁判外紛争解決手続）」では、5.5%と低く、制度によって認知度に大きな差があります。

団体については、両方の団体とも「言葉も（業務）内容も知らない」が80%より高い割合となっています。

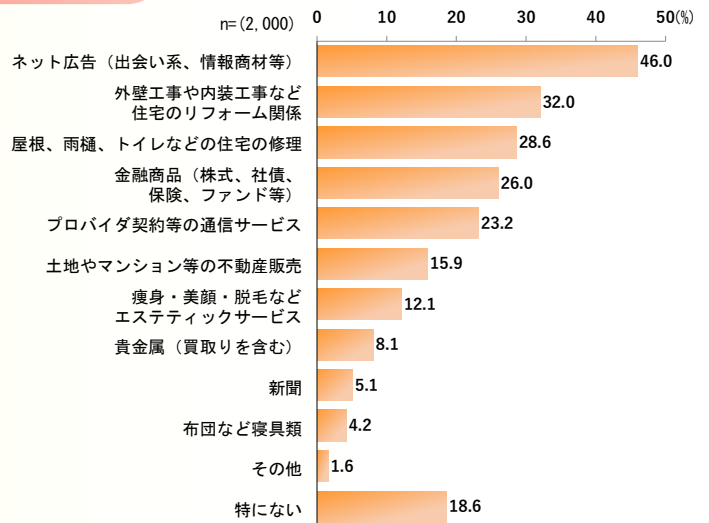


2

勧誘行為に対する意識について

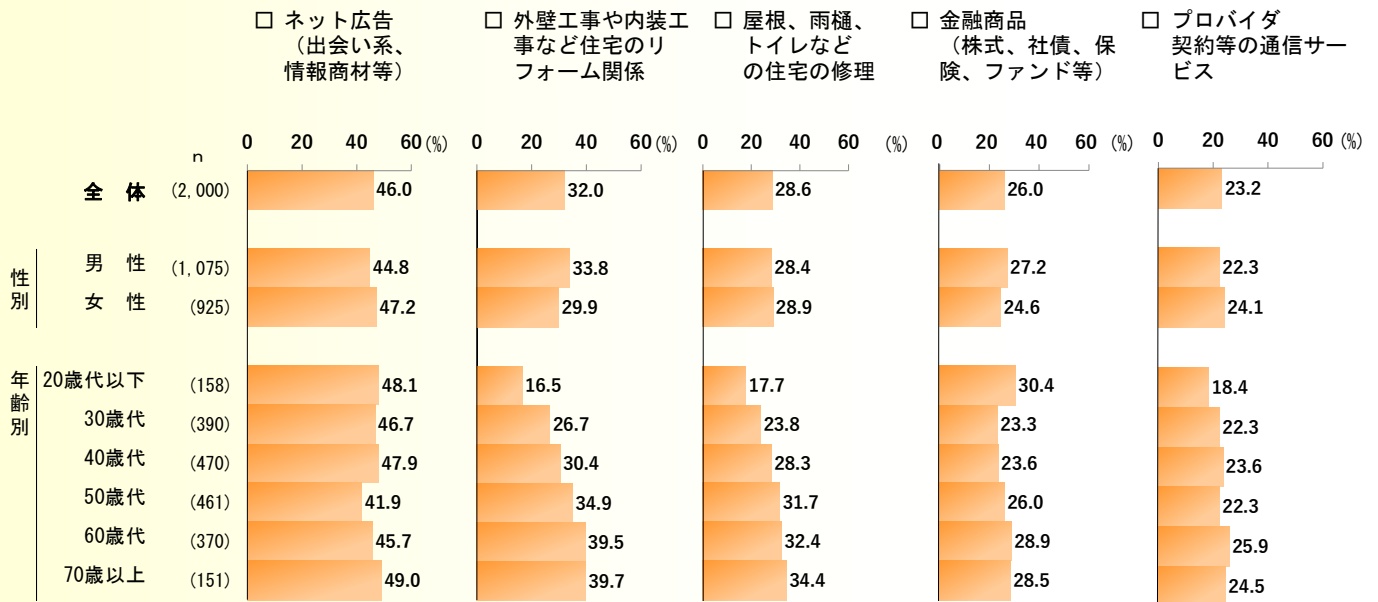
1 行政に特に規制してほしい勧誘行為

商品の販売やサービスの利用についての勧誘行為の中で、行政に特に力を入れて規制してほしいと思うものを聞いたところ、「ネット広告（出会い系、情報商材等）」が46.0%と最も高くなっています。以下、「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%）、「金融商品（株式、社債、保険、ファンド等）」（26.0%）などの順となっています。



1-1 行政に特に規制してほしい勧誘行為 性別・年代別

（上位5項目）



行政に特に規制してほしい勧誘行為の上位5項目について、性別で見ると、ほぼ同様の結果となっていますが、年齢別で見ると、「外壁工事や内装工事など住宅のリフォーム関係」「屋根、雨樋、トイレなどの住宅の修理」は、年齢が上がるほど割合は高くなる傾向がみられます。

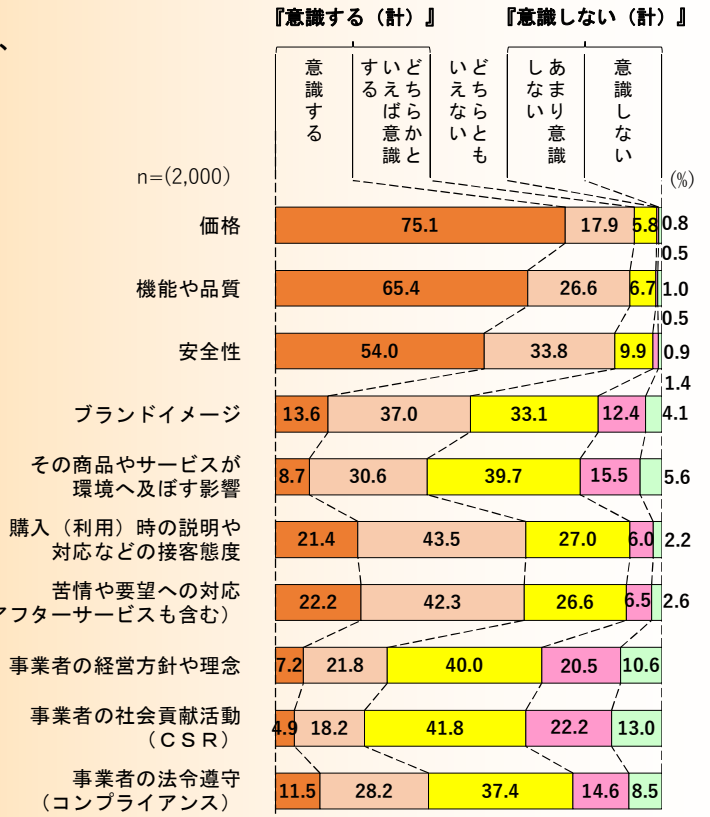
3

商品やサービスを購入(利用)する際の意識について

1 商品を購入したり、サービスを利用する際に意識すること

商品を購入したり、サービスを利用したりする際に、10項目のうちどれを意識しているかについて聞いたところ、『意識する(計)』と回答した割合は、「価格」が93.0%と最も高くなっています。以下、「機能や品質」(92.0%)、「安全性」(87.8%)、「購入(利用)時の説明や対応などの接客態度」(64.9%)などの順となっています。

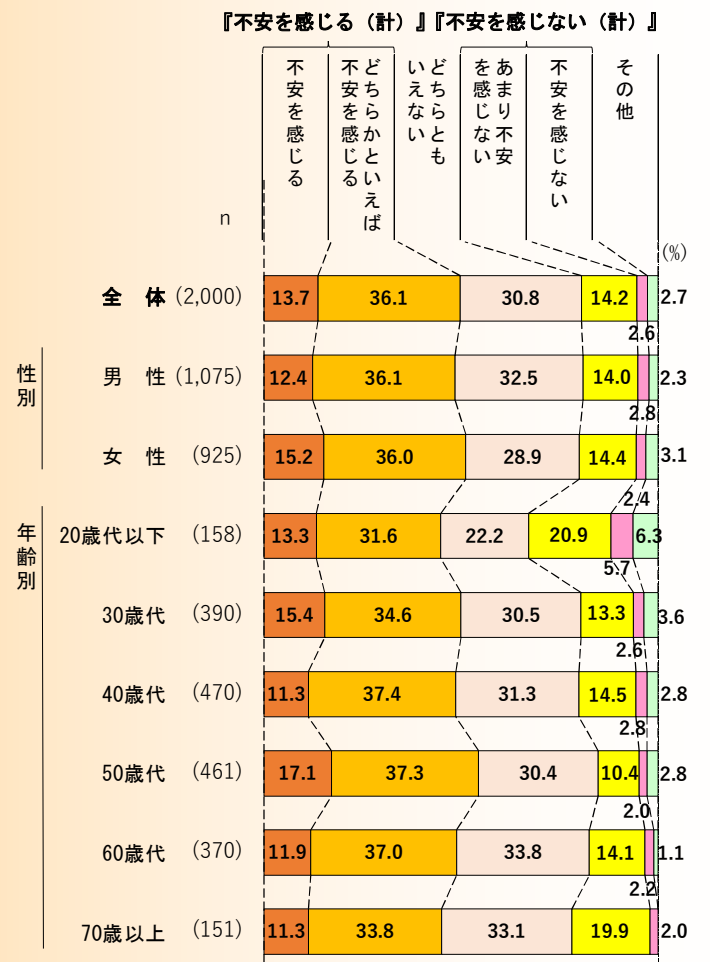
一方、『意識しない(計)』と回答した割合は、「事業者の社会貢献活動(CSR)」が35.2%と最も高くなっています。以下、「事業者の経営方針や理念」(31.1%)、「事業者の法令遵守(コンプライアンス)」(23.1%)、「その商品やサービスが環境へ及ぼす影響」(21.1%)などの順となっています。



2 契約や取引で不安を感じるか

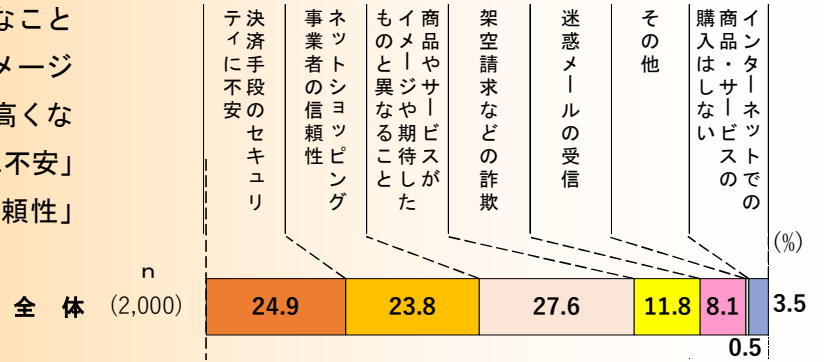
商品を購入したり、サービスを利用したりするための契約や取引で、不利益を被るかもしれないという不安を感じるかについて聞いたところ、『不安を感じる(計)』と回答した割合は、49.8%と半数近くにのびります。

性別でみると、ほぼ同様の結果となっていますが、年齢別でみると、『不安を感じる(計)』と回答した割合は、50歳代(54.4%)、30歳代(50.0%)で高くなっています。一方、『不安を感じない(計)』と回答した割合は、20歳代以下(26.6%)で最も高くなっています。



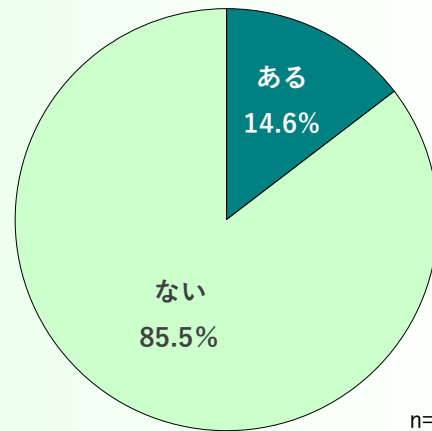
3 インターネットでの商品購入時で最も心配なこと

インターネットでの商品購入時で最も心配なことについて聞いたところ、「商品やサービスがイメージや期待したものと異なること」が27.6%と最も高くなっています。以下、「決済手段のセキュリティに不安」(24.9%)、「ネットショッピング事業者の信頼性」(23.8%)などの順となっています。



1 商品の購入やサービスの利用で、トラブルにあった経験の有無

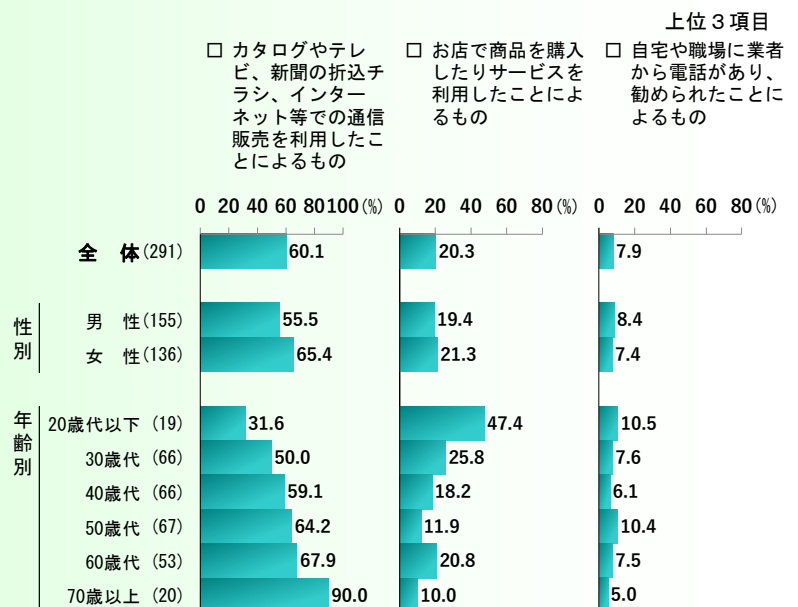
商品の購入やサービスの利用にあたり、過去1年の間にトラブルにあった経験があるかを聞いたところ、「ある」は14.6%となっています。一方、「ない」は85.5%となっています。



1-1 トラブルのきっかけ

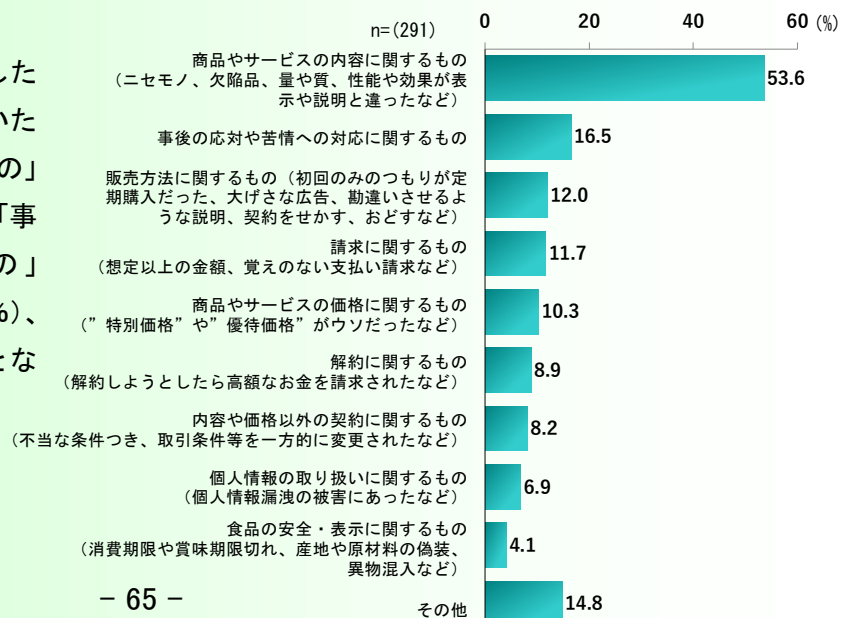
トラブルにあったことが「ある」と回答した方に、経験したトラブルのきっかけについて聞いたところ、「カタログやテレビ、新聞の折込チラシ、インターネット等での通信販売を利用したことによるもの」が60.1%と高くなっています。

年代別でみると、「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」と回答した割合は、年齢が上がるほど高くなる傾向がみられます。



1-2 トラブルの内容

トラブルにあったことが「ある」と回答した方に、経験したトラブルの内容について聞いたところ、「商品やサービスの内容に関するもの」が53.6%と最も高くなっています。以下、「事後の対応や苦情への対応に関するもの」(16.5%)、「販売方法に関するもの」(12.0%)、「請求に関するもの」(11.7%)などの順となっています。

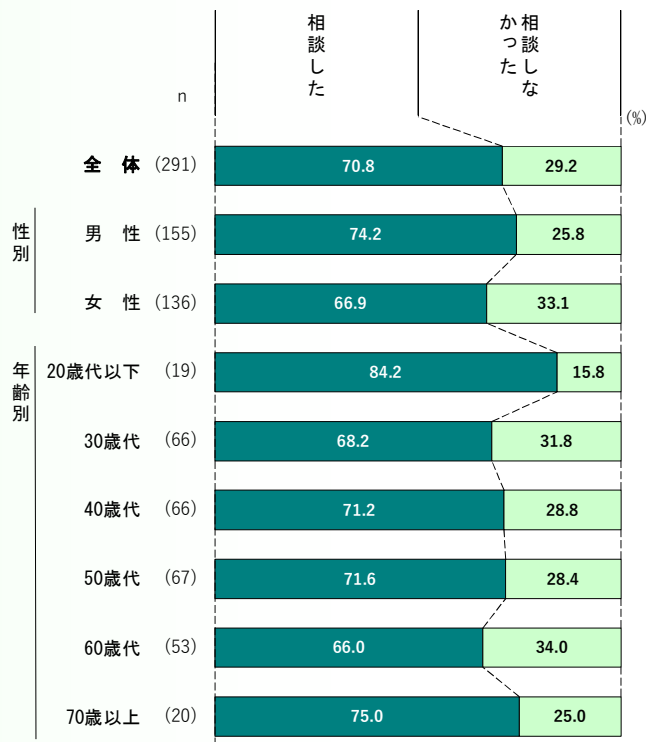


1-3 トラブルを相談したか

トラブルにあったことが「ある」と回答した方に、トラブルにあった際に誰かに相談したか聞いたところ、「相談した」と回答した割合は、70.8%となっています。

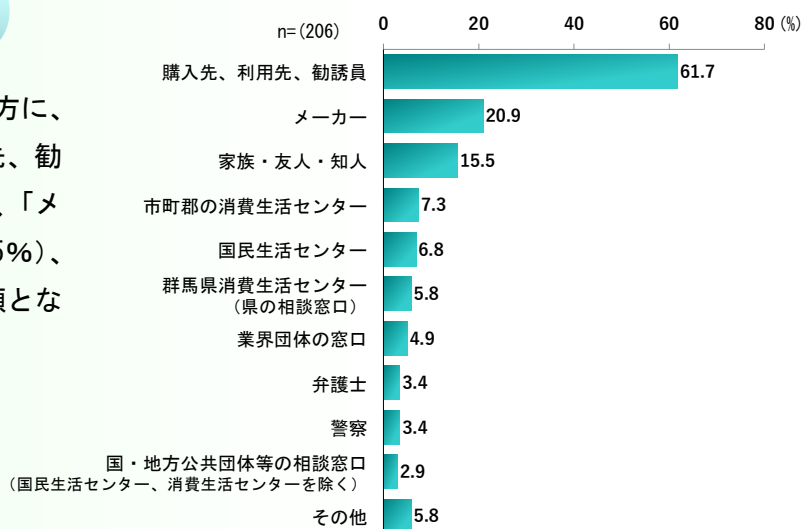
性別で見ると、女性よりも男性の方が「相談した」と回答した割合が高くなっています。

年齢別で見ると、20歳代以下（84.2%）、70歳代以上（75.0%）、50歳代（71.6%）で高くなっています。



1-3-1 トラブルの相談先

トラブルにあった際に「相談した」と回答した方に、相談先について聞いたところ、「購入先、利用先、勧誘員」が61.7%と最も高くなっています。以下、「メーカー」（20.9%）、「家族・友人・知人」（15.5%）、「市町郡の消費生活センター」（7.3%）などの順となっています。



1-3-2 相談先の対応についての満足度

	回答者数	い 満 足 し て	し や て や い 満 足	い ど ち ら な い と も	で や あ る 不 満	不 満 で あ る
購入先、利用先、勧誘員	127	18.1	27.6	23.6	10.2	20.5
メーカー	43	11.6	20.9	27.9	16.3	23.3
業界団体の窓口	10	50.0	10.0	30.0	10.0	-
国民生活センター	14	35.7	35.7	14.3	7.1	7.1
群馬県消費生活センター（県の相談窓口）	12	33.3	25.0	41.7	-	-
市町郡の消費生活センター	15	33.3	26.7	6.7	20.0	13.3
国・地方公共団体等の相談窓口（国民生活センター、消費生活センターを除く）	6	16.7	16.7	50.0	16.7	-
弁護士	7	28.6	-	28.6	28.6	14.3
警察	7	42.9	-	42.9	14.3	-
家族・友人・知人	32	31.3	28.1	34.4	6.3	-
その他	12	41.7	33.3	-	16.7	8.3

1-3-3 群馬県消費生活センター、市町村の消費生活センターの対応で不満な点

トラブルにあった際に、「群馬県消費生活センター（県の相談窓口）」、「市町村の消費生活センター」に相談した方で、その対応に「やや不満である」、「不満である」と回答した方は、5名でした。

その方たちに、対応の不満な点について聞いたところ、「相談の受付から助言にとどまり、あっせん、紛争解決まで責任を持って対応していない」が3人、「相談員の話し方等の対応が良くない」、「電話がかかりにくいなど、対応に時間がかかる」、「対応に専門性がないなど、十分な対応をしてもらえない」がそれぞれ1人となっています。

回答者数=5 (件)

相談の受付から助言にとどまり、あっせん、紛争解決まで責任を持って対応していない	3
相談員の話し方等の対応が良くない	1
電話がかかりにくいなど、対応に時間がかかる	1
対応に専門性がないなど、十分な対応をしてもらえない	1
相談時間が短いなど、一人一人がじっくり相談にのってもらえない	—
対応されず、たらい回しにされる	—
その他	1
わからない	—

1-3-4 相談しなかった理由

トラブルにあった際に、「相談しなかった」と回答した方に、相談しなかった理由について聞いたところ、「面倒くさかった」が25.9%と最も高くなっています。以下、「被害が小さかったので相談するほどのことではなかった」(24.7%)、「自分自身で解決しようと思った」(21.2%)などの順となっています。

回答者数=85 (%)

面倒くさかった	25.9
被害が小さかったので相談するほどのことではなかった	24.7
自分自身で解決しようと思った	21.2
どこに相談したらよいかわからなかった	18.8
相談してもよい解決策があると思わなかった	11.8
自分にも責任があると思った	11.8
気まずい思いをしたり、もめごとになったりすることが心配だった	9.4
私的なことなので相談することではないと思った	5.9
忙しくて相談する時間がなかった	4.7
被害にあったということにその時は気づかなかった	1.2
その他	7.1
特に理由はない	11.8

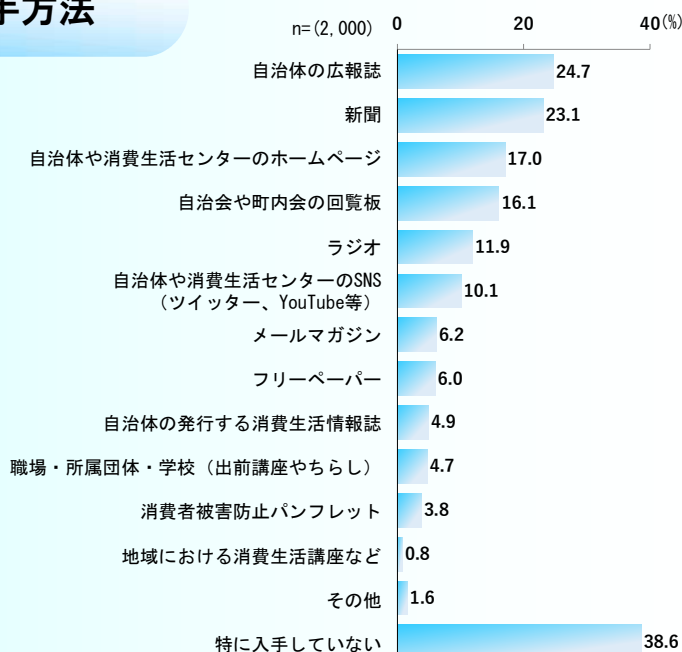
5

消費生活に関する情報や消費者教育について

1 行政が発信する消費生活情報の入手方法

行政が発信する消費生活情報の入手方法について聞いたところ、「自治体の広報誌」から入手している割合が、24.7%と最も高くなっています。以下、「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%)、「自治会や町内会の回覧板」(16.1%)などの順となっています。

一方、「特に入手していない」と回答した割合は、38.6%となっています。



2 消費生活について欲しい情報

消費生活について欲しい情報を聞いたところ、「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」が、39.9%と最も高くなっています。以下、「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%)、「消費生活に関する法律や制度」(25.8%)などの順となっています。

	回答者数	上位5項目 (%)					
		ブと悪質商法などの手口	消費者トラブルに関する相談窓口	商品・サービスの安全性や商品等のリコール情報	消費生活に関する法律や制度	食品の安全性や表示の信頼性	
全体	2,000	39.9	39.6	29.8	25.8	14.7	
性別	男性	1,075	41.7	41.4	31.4	26.1	11.4
	女性	925	37.7	37.4	27.9	25.4	18.4
年齢別	20歳代以下	158	29.7	29.7	28.5	26.6	8.9
	30歳代	390	31.8	31.8	29.0	27.4	13.6
	40歳代	470	39.6	41.1	28.9	27.9	12.8
	50歳代	461	41.9	44.5	28.6	25.4	13.4
	60歳代	370	44.3	42.4	29.7	23.5	17.0
	70歳以上	151	55.0	43.0	39.7	21.2	27.2

3 行政が発信する消費生活情報の提供方法で有効だと思うもの

行政が発信する消費生活情報の提供方法で有効だと考えられるものを聞いたところ、「テレビ」が52.8%と最も高くなっています。

性別でみると、「テレビ」と回答した割合は、女性の方が男性よりも高くなっています。

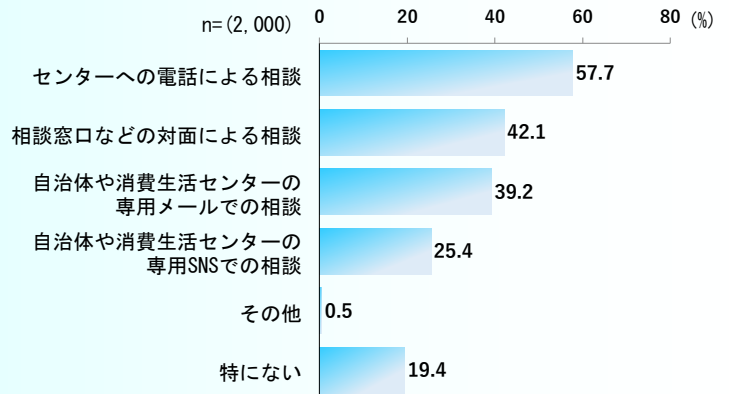
年齢別でみると、「新聞」「自治体の広報誌」と回答した割合は年齢が上がるほど高くなり、「自治体や消費生活センターのSNS（ツイッター、YouTube等）」と回答した割合は年齢が下がるほど高くなる傾向がみられます。

上位5項目 (%)

	回答者数	テレビ	自治体の広報誌	新聞	自治体や消費生活センターのホームページ	等（YouTube、SNS）	自治体や消費生活センターのSNS
全体	2,000	52.8	25.4	23.1	21.8	20.3	
性別							
男性	1,075	49.9	25.7	27.3	23.9	17.3	
女性	925	56.1	25.1	18.1	19.4	23.7	
年齢別							
20歳代以下	158	46.2	10.1	8.9	11.4	38.6	
30歳代	390	49.0	17.7	13.8	16.9	30.3	
40歳代	470	51.7	21.9	21.1	22.6	21.5	
50歳代	461	53.1	25.6	23.4	24.9	16.9	
60歳代	370	57.8	34.6	32.4	23.8	10.8	
70歳以上	151	58.9	49.0	43.7	28.5	4.6	

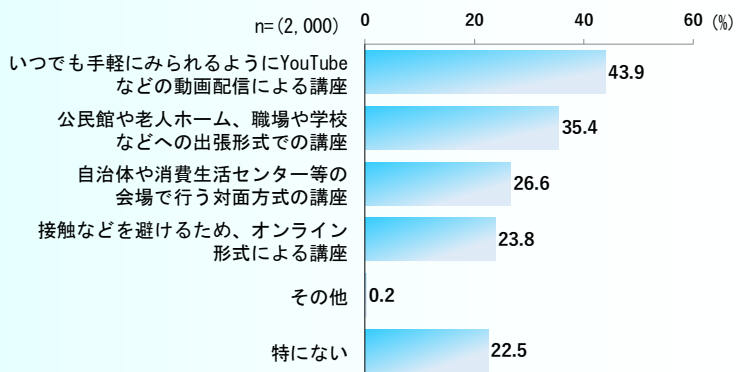
4 よいと思う群馬県消費生活センターや市町郡の消費生活センターでの相談方法

よいと思う群馬県消費生活センターや市町郡の消費生活センターでの相談方法について聞いたところ、「センターへの電話による相談」が57.7%と最も高く、以下、「相談窓口などの対面による相談」（42.1%）、「自治体や消費生活センターの専用メールでの相談」（39.2%）などの順となっています。



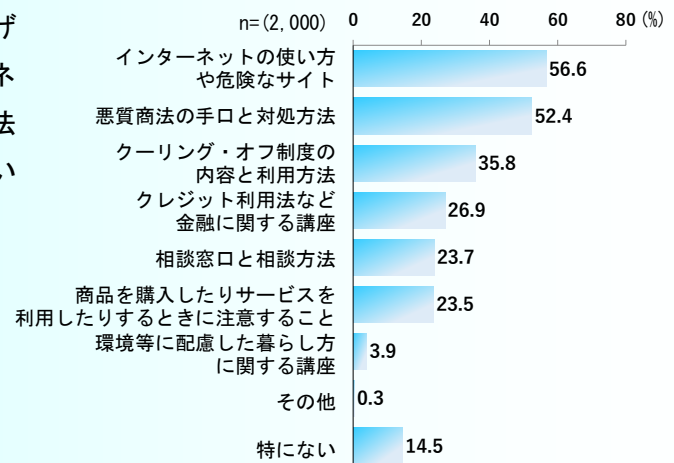
5 県実施の消費者被害防止講座や大人向け、子供向けの防犯講座について望む開催方法

県実施の消費者被害防止講座や大人向け、子供向けの防犯講座について望む開催方法について聞いたところ、「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」が43.9%と最も高く、以下、「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%）、「自治体や消費生活センター等の会場で対面方式の講座」（26.6%）などの順となっています。



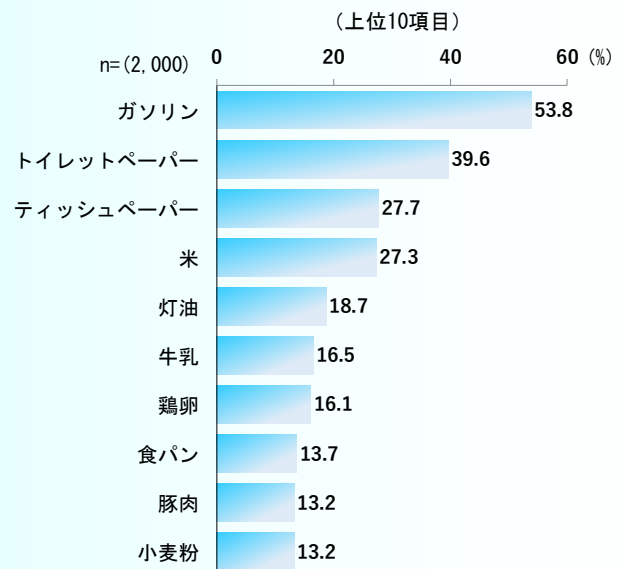
6 消費生活に関することで学校教育の場で取り上げてほしいこと

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と考えることを聞いたところ、「インターネットの使い方や危険なサイト」が56.6%と「悪質商法の手口と対処方法」(52.4%)がともに高くなっています。



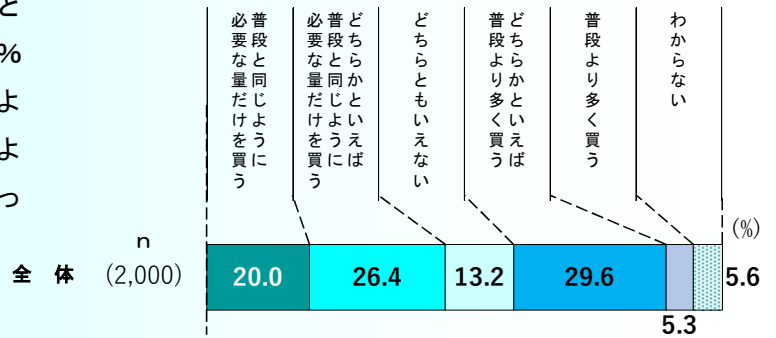
7 安定供給や価格の推移について特に気になる生活必需品

36種類の生活必需品のうち、安定供給や価格の推移が特に気になるものを聞いたところ、「ガソリン」が53.8%と最も高く、以下、「トイレットペーパー」(39.6%)、「ティッシュペーパー」(27.7%)、「米」(27.3%)などの順となっています。



8 生活必需品の品薄状況時の行動について

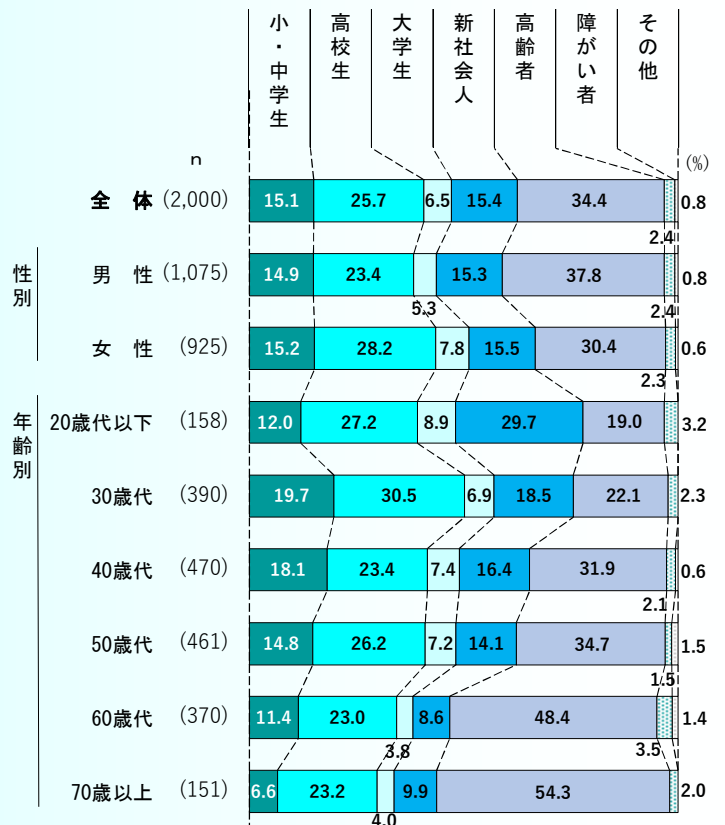
生活必需品の品薄状況時の行動について聞いたところ、「どちらかといえば普段より多く買う」が29.6%と最も高く、以下、「どちらかといえば普段と同じように必要な量だけを買う」(26.4%)、「普段と同じように必要な量だけを買う」(20.0%)などの順となっています。



9 消費者トラブルを防止するために行政が重点的に啓発・対策を行うべき層

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は、「高齢者」が34.4%、「高校生」が25.7%、「新社会人」が15.4%、「小・中学生」が15.1%となっています。

性別で見ると、女性よりも男性の方が「高齢者」と回答した割合が高くなっています。年齢別で見ると、「新社会人」と回答した割合は、20歳代以下(29.7%)で最も高くなっています。

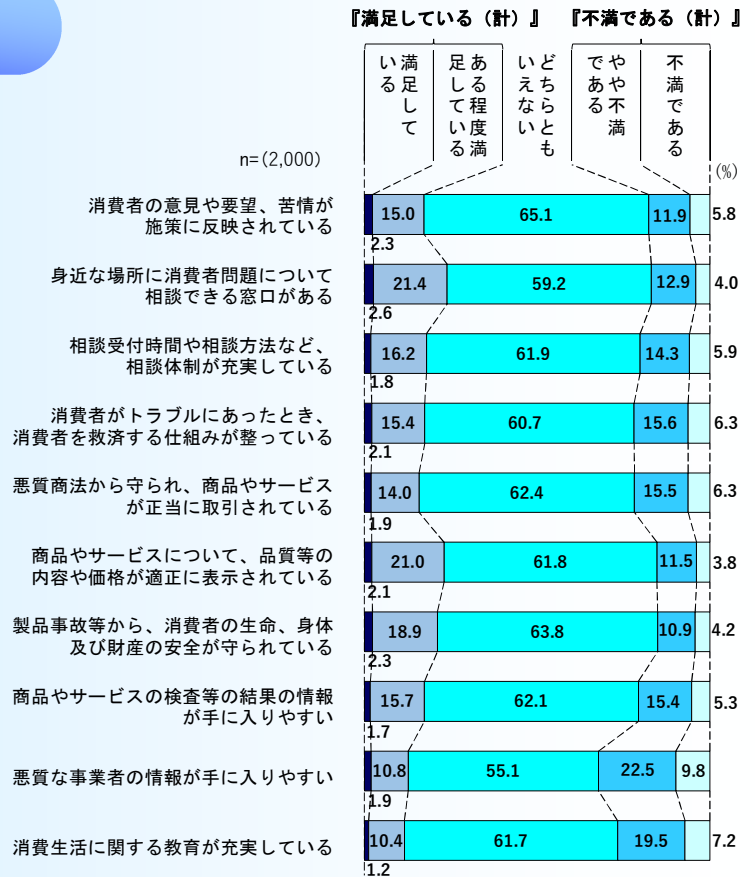


6

消費生活に対して行政に望むことについて

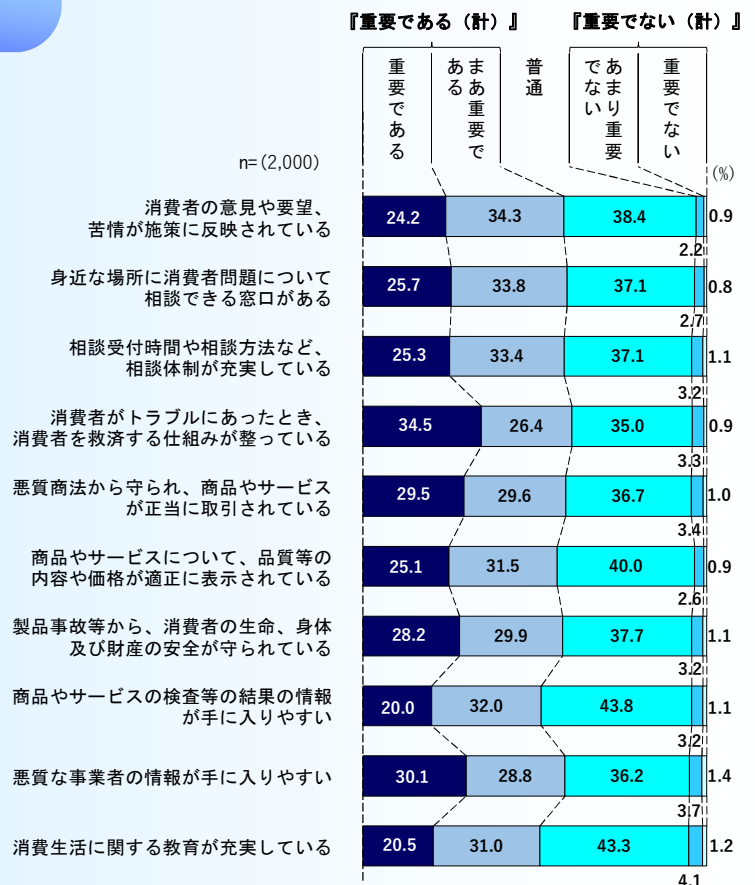
1 行政の取り組みに対する満足度

消費生活に対する行政の取り組みについて10種類を挙げ、それぞれに対する満足度を聞いたところ、『満足している（計）』は、「身近な場所に消費者問題について相談できる窓口がある」が24.0%と最も高くなっています。以下、「商品やサービスについて、品質等の内容や価格が適正に表示されている」が23.1%、「製品事故等から、消費者の生命、身体及び財産の安全が守られている」が21.2%、「相談受付時間や相談方法など、相談体制が充実している」が18.0%などの順となっています。



2 行政の取り組みに対する重要度

消費生活に対する行政の取り組みについて10種類を挙げ、それぞれの重要度を聞いたところ、『重要である（計）』は、「消費者がトラブルにあったとき、消費者を救済する仕組みが整っている」が60.9%と最も高くなっています。以下、「身近な場所に消費者問題について相談できる窓口がある」(59.5%)、「悪質商法から守られ、商品やサービスが正当に取引されている」(59.1%)、「悪質な事業者の情報が手に入りやすい」(58.9%)などの順となっています。

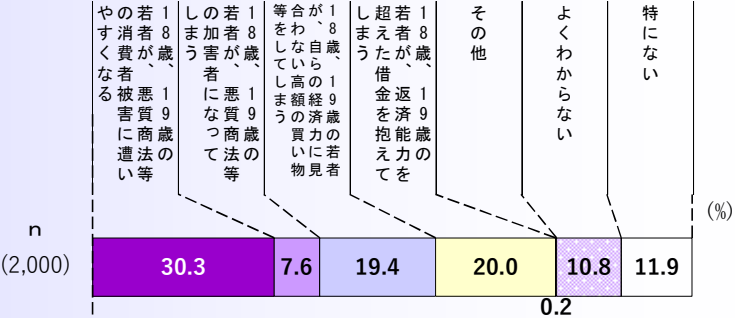


7

消費生活に係わる法制度改正について

1 成年年齢が18歳に引き下げられたことによる、想定されるトラブル等

成年年齢が18歳に下がり、どのようなトラブル等が起こりうると考えられるかについて聞いたところ、「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」が30.3%と最も高くなっています。以下、「18歳、19歳の若者が、返済能力を超えた借金を抱えてしまう」(20.0%)、「18歳、19歳の若者が、自らの経済力に見合わない高額の見合わない買い物等をしてしまう」(19.4%)などの順となっています。

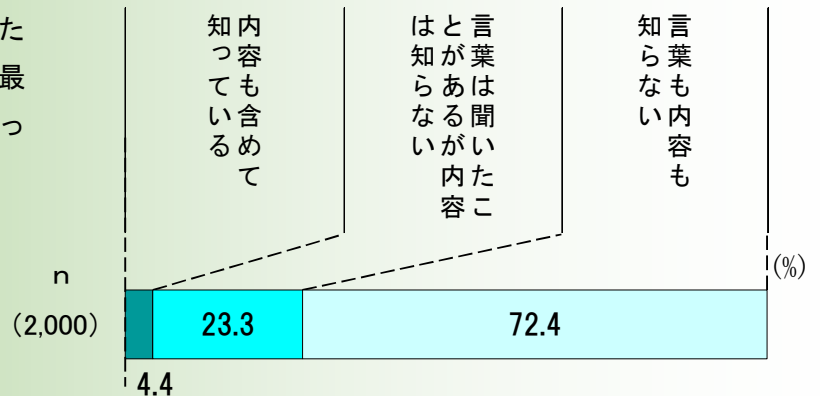


8

エシカル消費について

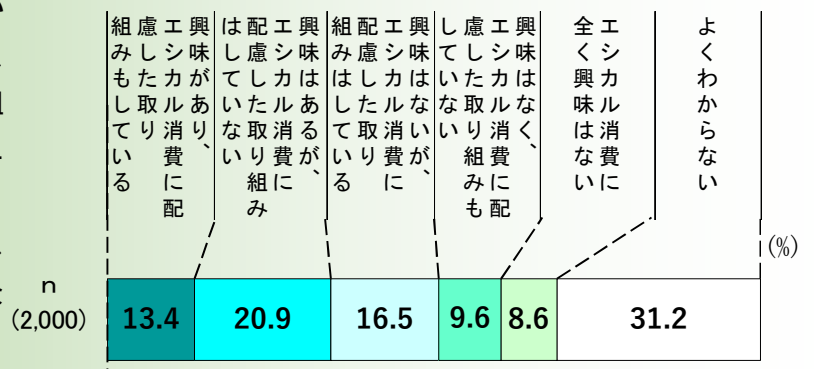
1 エシカル消費の認知度

エシカル消費について知っているかを聞いたところ、「言葉も内容も知らない」が72.4%と最も高くなっています。一方、「内容も含めて知っている」は、4.4%となっています。



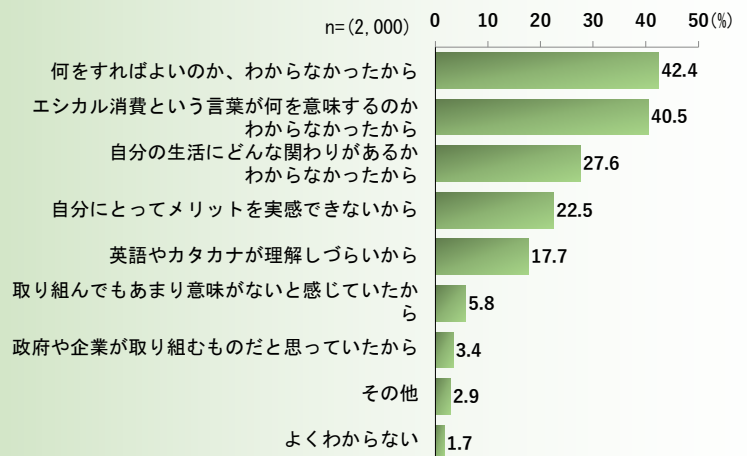
2 「エシカル消費」への興味と行動

「エシカル消費」への興味と行動について聞いたところ、「よくわからない」(31.2%)を除くと、「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」(20.9%)、「興味はないが、エシカル消費に配慮した取り組みはしている」(16.5%)、「興味があり、エシカル消費に配慮した取り組みもしている」(13.4%)などの順となっています。



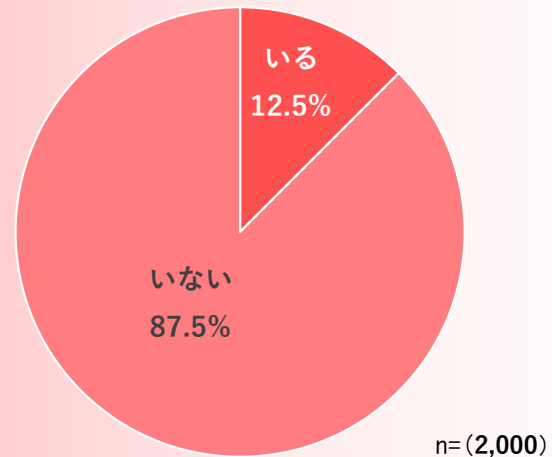
3 エシカル消費に興味はあるが、エシカル消費に配慮した取り組みをしていない理由

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をしていない理由について聞いたところ、「何をすればよいのか、わからなかったから」が42.4%と最も高くなっており、「エシカル消費という言葉が何を意味するのかわからなかったから」(40.5%)がそれに続いています。



1 周囲に借金返済で悩んでいる人がいるか

周囲に借金返済で悩んでいる人がいるかを聞いたところ、「いる」は、12.5%となっています。一方、「いない」は、87.5%となっています。



2 行政に期待する借金を抱えた方に対する支援策

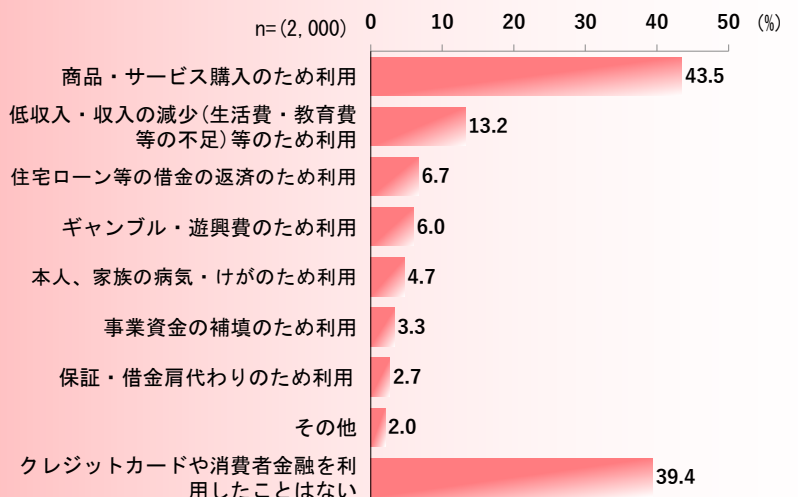
借金を抱えた方に対する支援として、行政に期待することについて聞いたところ、「社会福祉、消費者支援など、ワンストップで相談対応できる窓口の充実」が38.2%と最も高くなっており、「弁護士や司法書士等、法律専門家の紹介」(34.6%)、「借金に再び陥らないための家計管理の方法等、生活再建のためのアドバイスの提供」(34.1%)などがそれに続いています。

回答者数=2,000 (%)

社会福祉、消費者支援など、ワンストップで相談対応できる窓口の充実	38.2
弁護士や司法書士等、法律専門家の紹介	34.6
借金に再び陥らないための家計管理の方法等、生活再建のためのアドバイスの提供	34.1
生活福祉資金貸付等のセーフティネットの充実	29.0
貸金業法や債務整理の方法等に関する説明会の実施	18.1
専門家による心のケア	10.6
その他	0.6
特になし	22.4

3 クレジットカードのキャッシングや消費者金融などの利用状況

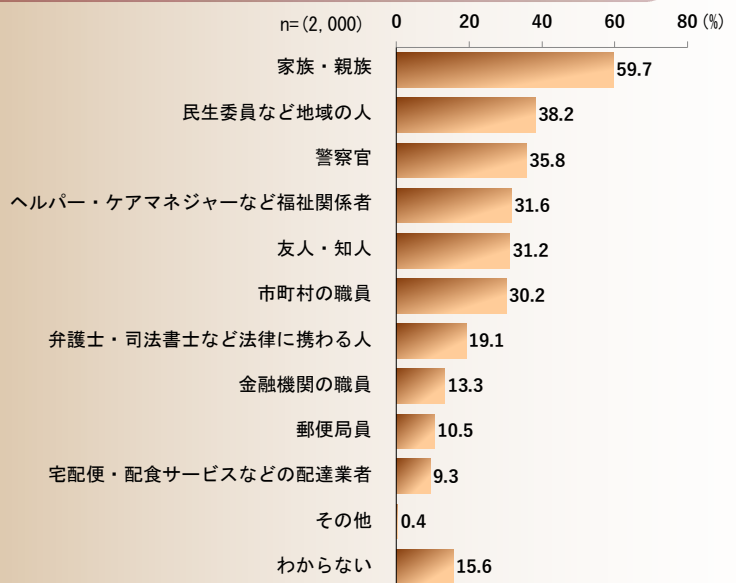
クレジットカードのキャッシングや消費者金融でお金を借りたことがあるかを聞いたところ、「商品・サービス購入のため利用」が43.5%と最も高くなっており、「低収入・収入の減少(生活費・教育費等の不足)等のため利用」(13.2%)がそれに続いています。また、「クレジットカードや消費者金融を利用したことはない」は39.4%となっています。



ひとり暮らしの高齢者や障がいのある方を狙った悪質商法や詐欺などについて

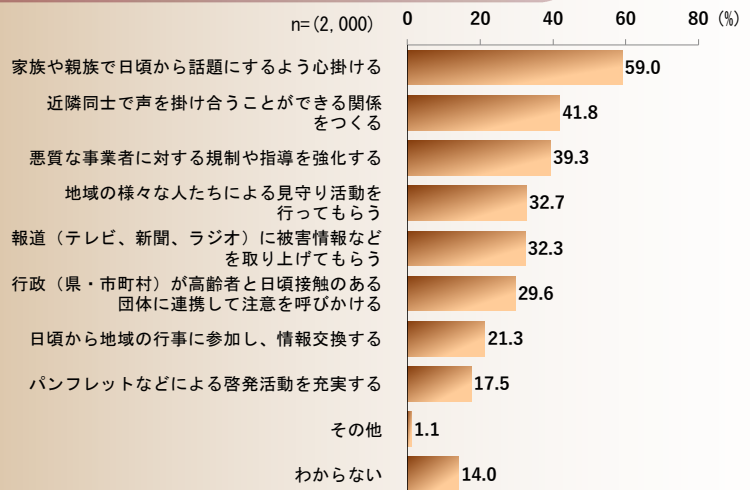
1 悪質商法や詐欺などの被害を防止するため、見守ってほしい地域の方

ひとり暮らしの高齢者や障がいのある方を狙った悪質商法や詐欺などの被害を防止するため、見守ってほしい地域の方について聞いたところ、「家族・親族」が59.7%と最も高くなっています。以下、「民生委員など地域の人」(38.2%)、「警察官」(35.8%)などの順となっています。



2 悪質商法や詐欺などの消費者被害にあわないための有効な対策

ひとり暮らしの高齢者や障がいのある方を狙った悪質商法や詐欺などの消費者被害にあわないための有効な対策について聞いたところ、「家族や親族で日頃から話題にするよう心掛ける」が59.0%と最も高くなっています。以下、「近隣同士で声を掛け合うことができる関係をつくる」(41.8%)、「悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」(39.3%)などの順となっています。



○県内消費生活相談窓口一覧

(令和6年3月現在)

市町郡名	郵便番号	所在地	相談用電話番号	FAX番号	対象区域	相談受付時間
前橋市	371-8601	前橋市大手町二丁目12-1 前橋市議会庁舎1階	027-898-1755	027-221-6200	前橋市	平日 9:00~17:00
高崎市	370-8501	高崎市高松町35-1 高崎市役所1階	027-327-5155	027-327-5156	高崎市	平日 9:00~16:30
桐生市	376-0045	桐生市末広町13-4 桐生市保健福祉会館4階	0277-40-1112	0277-40-1114	桐生市	平日 9:00~16:00
伊勢崎市	372-8501	伊勢崎市今泉町二丁目410 市役所本館5階	0270-20-7300	0270-20-7302	伊勢崎市	平日 9:00~16:00
太田市	373-8718	太田市浜町2-35 太田市役所2階	0276-30-2220	0276-30-2221	太田市	平日 9:00~16:00
沼田市	378-8501	沼田市下之町888 TERRACE沼田3階	0278-20-1500	0278-20-1501	沼田市 片品村 川場村 昭和村 みなかみ町	平日 9:00~12:00 13:00~16:00
館林市	374-0029	館林市仲町5-25 市民センター分室1階	0276-72-9002	0276-72-9003	館林市	平日 9:00~12:00 13:00~16:00
渋川市	377-0007	渋川市石原6-1 市役所 第二庁舎1階	0279-22-2325	0279-22-3002	渋川市 榛東村 吉岡町	平日 9:00~16:00
藤岡市	375-8601	藤岡市中栗須327 市役所本庁舎1階	0274-20-1133	0274-20-1133	藤岡市 神流町 上野村	平日 9:00~12:00 13:00~16:00
富岡市	370-2316	富岡市富岡1439-1 あい愛プラザ2階	0274-63-6066	0274-70-2201	富岡市 下仁田町 南牧村	平日 8:30~17:00
安中市	379-0192	安中市安中1-23-13 市役所敷地内	027-382-2228	027-345-3026	安中市	平日 9:00~16:30
みどり市	376-0192	みどり市大間々町大間々 1511 市役所大間々庁舎1階	0277-76-0987	0277-76-9049	みどり市	平日 9:00~16:00
甘楽町	370-2292	甘楽郡甘楽町小幡161-1 役場西庁舎1階	0274-74-3306	0274-74-3306	甘楽町	平日 9:00~12:00 13:00~17:00
玉村町	370-1132	佐波郡玉村町下新田227-10 玉村町勤労者センター1階	0270-20-4020	0270-20-4021	玉村町	平日 9:00~12:00 13:00~17:00
板倉町	374-0192	邑楽郡板倉町板倉2682-1 役場2階	0276-82-7830	0276-82-2758	板倉町	平日 9:00~17:00
明和町	370-0795	邑楽郡明和町新里250-1 役場1階	0276-84-3299	0276-84-3299	明和町	平日 9:00~17:00
大泉町	370-0595	邑楽郡大泉町日の出55-1 役場1階	0276-63-3511	0276-63-3921	大泉町 千代田町	平日 9:00~16:00
邑楽町	370-0692	邑楽郡邑楽町中野2570-1 役場1階	0276-47-5047	0276-88-3247	邑楽町	平日 9:00~12:00 13:00~16:30
吾妻郡	377-0425	吾妻郡中之条町西中之条 135 バイテック文化ホール 2階	0279-75-1166	0279-76-3060	中之条町 東吾妻町 長野原町 嬭恋村 草津町 高山村	平日 8:30~12:00 13:00~16:00
群馬県	371-8570	前橋市大手町1-1-1 昭和庁舎	027-223-3001	027-223-8100	県内全域	平日 9:00~16:30 土曜 9:00~12:00 13:00~16:30 (電話相談のみ)

第3次群馬県消費者基本計画 (令和6年度～令和10年度)

発行 令和6年3月

編集 群馬県

生活こども部消費生活課

〒371-8570 前橋市大手町一丁目一番一号

TEL 027-226-2274

FAX 027-223-8100

E-mail shouhika@pref.gunma.lg.jp
