

仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画

(令和 3 年度～令和 7 年度) 素案

令和 2 年 7 月 2 日

目次

第1章 計画の策定について.....	- 1 -
1 策定の趣旨.....	- 1 -
2 策定の経緯.....	- 1 -
3 計画の位置づけ.....	- 2 -
4 計画の推進体制及び進行管理.....	- 2 -
5 計画の期間.....	- 2 -
第2章 消費生活をめぐる社会の現状と課題.....	- 3 -
1 消費者を取り巻く状況.....	- 3 -
2 消費者行動・意識、消費者教育の状況（市民・事業所・学校アンケート調査結果）.....	- 7 -
3 取り組むべき課題.....	- 13 -
第3章 目指すべき姿と施策の柱.....	- 15 -
1 目指すべき姿.....	- 15 -
2 施策の柱.....	- 16 -
第4章 計画推進のための施策の展開.....	- 17 -
1 施策の体系.....	- 17 -
2 施策の展開.....	- 18 -
3 評価指標.....	- 26 -
資料.....	- 27 -

第1章 計画の策定について

1 策定の趣旨

消費者を取り巻く環境は、少子高齢化の進行、高度情報化の進展と同時に、グローバル化・ボーダレス化が進み、消費生活と経済社会との関わりが多様化・複雑化するのに伴い、消費者被害も多様化・複雑化が進んでいます。こうした中、民法改正により令和4年4月から成年年齢が18歳に引き下げられることとなっており、若年者の消費者被害の拡大が懸念されます。また、地球温暖化のような環境問題や経済社会の生み出すさまざまな問題は、産業活動のみならず、消費行動によるところも大きいとの認識が広がっており、持続可能な消費活動の実践は、2015年9月に国連サミットで採択された「持続可能な開発目標（SDGs）」の重要な構成要素となっています。

本市では、消費者をめぐる社会の変化や新たな課題に対応するため、さまざまな主体との連携により「消費者が安全に安心して暮らせる社会」と、「消費者市民社会」の実現を目指し、「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画」（令和3年度～7年度）を策定し、消費生活に関する施策を総合的に推進していきます。

2 策定の経緯

本市の消費者政策は、昭和51年1月に施行された「仙台市民の消費生活を守る条例」により、消費者の権利保護や苦情の処理、被害の救済等を中心に進めてきましたが、その後、社会経済の進展により、消費者を取り巻く環境が大きく変化したことから、消費者利益の擁護に加え、消費者の自立の支援と権利の確立を目的に、条例を全面改正し、平成16年8月に「仙台市消費者条例」を施行しました。

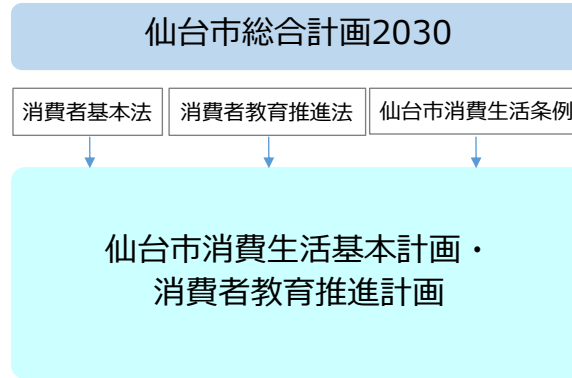
この条例に基づき、消費生活に関する施策を総合的・計画的に推進するため、平成18年3月に計画期間を5か年とする「仙台市消費生活基本計画」を策定しました。この間、平成23年3月に発災した東日本大震災は、燃料の途絶や流通のまひによる物資不足など、市民の消費生活に大きな影響をもたらしました。

本計画は、平成23年3月の改定を経て、平成24年12月施行の「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法」という。）に基づき、「消費者教育基本計画」を新たに体系に位置付け、「消費者が安全・安心に暮らせる社会」と消費者教育推進法の基本理念である「消費者市民社会」の実現を目指す計画として、平成28年3月に再度改定を行い、各種施策を進めてきました。第3期の計画期間が令和2年度で終了することから、仙台市消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会の役割を併せ持つ）や、市民・事業所・学校を対象としたアンケート調査等を通じていただいたご意見を活かし、令和3年度からの計画を策定するものです。

3 計画の位置づけ

「仙台市総合計画」を上位計画とし、「仙台市消費生活条例」第6条に規定する消費生活に関する施策を計画的に推進するための総合的な計画として策定するものです。

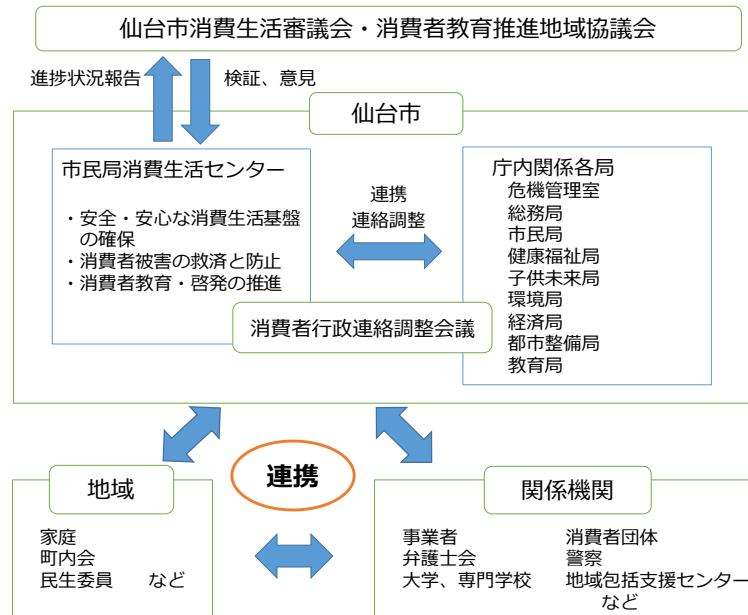
また、「消費者基本法」第9条に規定する「消費者基本計画」との整合を図るとともに、「消費者教育推進法」第10条に規定する「市町村消費者教育推進計画」を包含しています。



4 計画の推進体制及び進行管理

「消費者行政連絡調整会議」等において、庁内関係部局と連絡調整を図るとともに、地域や関係機関等と連携して計画を推進します。

また、計画の進行管理については、「消費生活審議会」において、年度ごとに施策の取り組み状況の評価・検証を行い、その結果を本市ホームページに掲載するなど、取り組みの充実を図ります。



5 計画の期間

令和3年度から令和7年度までの5年間

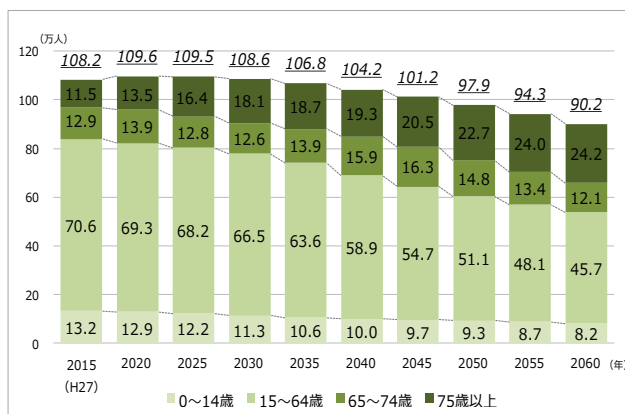
第2章 消費生活をめぐる社会の現状と課題

1 消費者を取り巻く状況

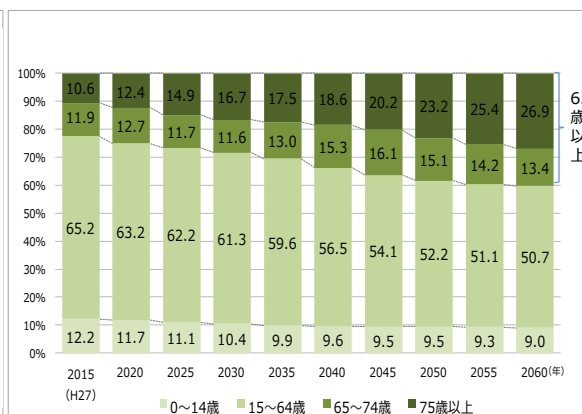
○高齢化の進行

出生率の低下により少子化が進行し、全国的には2008年（平成20年）をピークに人口が減少している中、本市の人口は増加基調が継続していますが、今後5年程度で人口は減少局面に転じる見込みです。本市の将来人口推計では、令和22（2040）年には、3人に1人が65歳以上の高齢者となることを見込まれています（図表1、2）。

<図表1> 将来人口推計



<図表2> 人口構成比

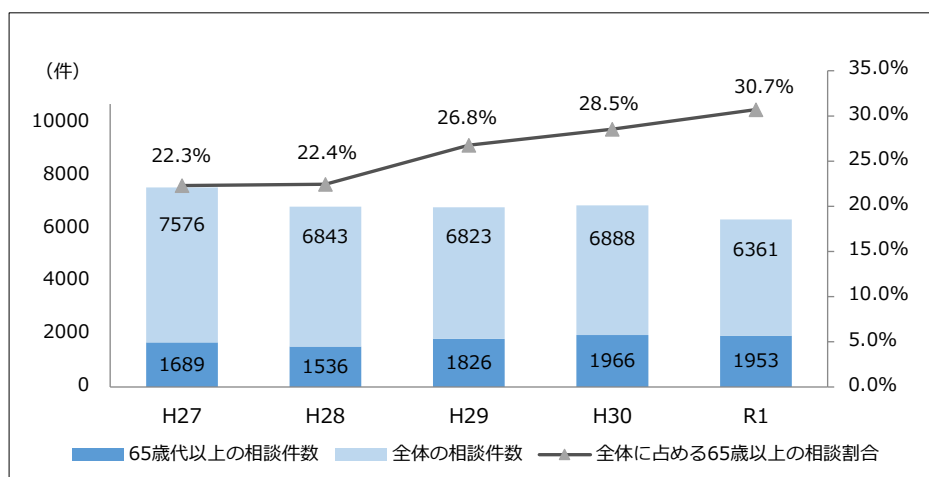


まち・ひと・しごと総合戦略 人口ビジョン（令和2年3月仙台市）

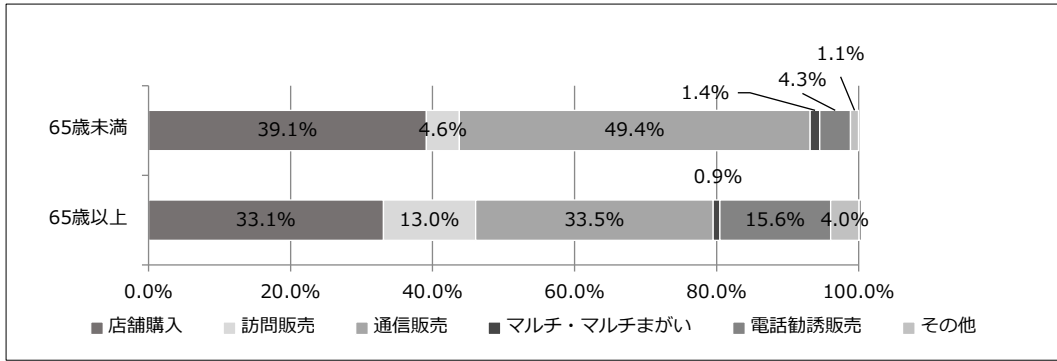
こうした中、65歳以上の高齢者の消費生活相談件数全体に占める割合は年々増加傾向にあり、令和元年度においては、全体の30.7%となっています。今後の高齢化の進行により消費者トラブルの更なる増加が懸念されます（図表3）。高齢者の相談の特徴としては、訪問相談や電話勧誘、訪問購入の割合が他の世代と比べて大きくなっています（図表4）。

また、一人暮らしの高齢者も増えており、身近に相談できる人がいないことで被害が深刻化することも考えられます（図表5）。

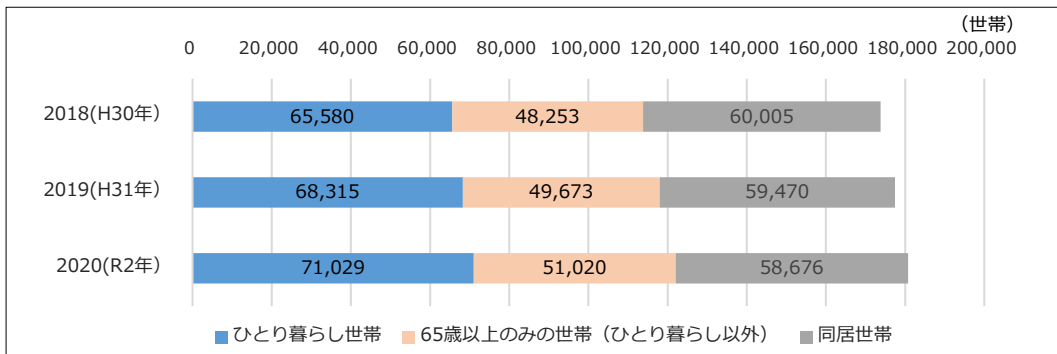
<図表3> 相談件数及び65歳以上の相談件数の推移



<図表4> 65歳以上の販売購入形態別の特徴（令和元年度）



<図表5> 65歳以上の高齢者を含む世帯の状況



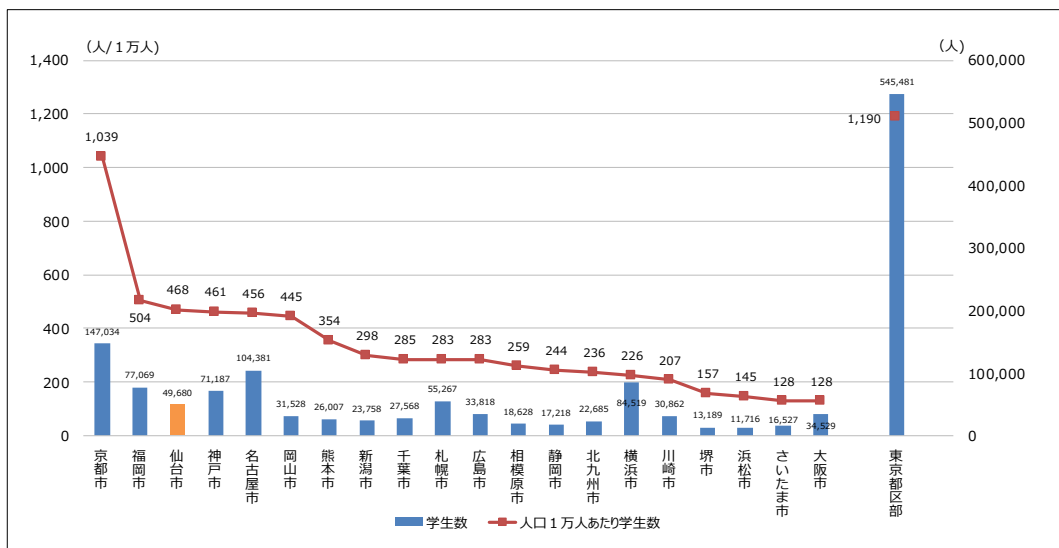
*住民基本台帳から抽出したデータにより作成 各年4月1日時点

○成年年齢の引き下げ

民法改正により、令和4年4月に、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることから、新たに成年となる18歳、19歳の若年層が未成年者取消権を行使することができなくなります。

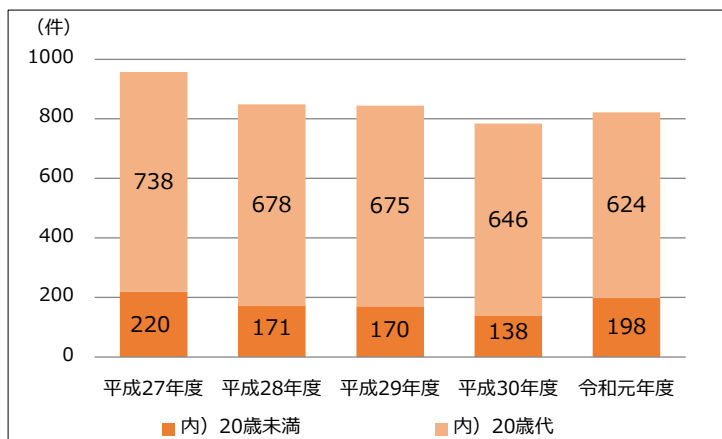
「学都」と呼ばれる本市では、若い世代が多く、人口10,000人当たりの学生数は、政令指定都市で3番目に高くなっています（図表6）。若年者からの消費生活相談件数は、20歳未満と20歳代を比較すると、20歳代の割合が大きく（図表7）、成年年齢引き下げにより、18歳、19歳の若年者の消費者トラブルの急増が懸念されます。

<図表6> 人口10,000人あたりの学生数



まち・ひと・しごと総合戦略 人口ビジョン（令和2年3月仙台市）

<図表7> 20歳代以下の相談件数



○在留外国人の増加

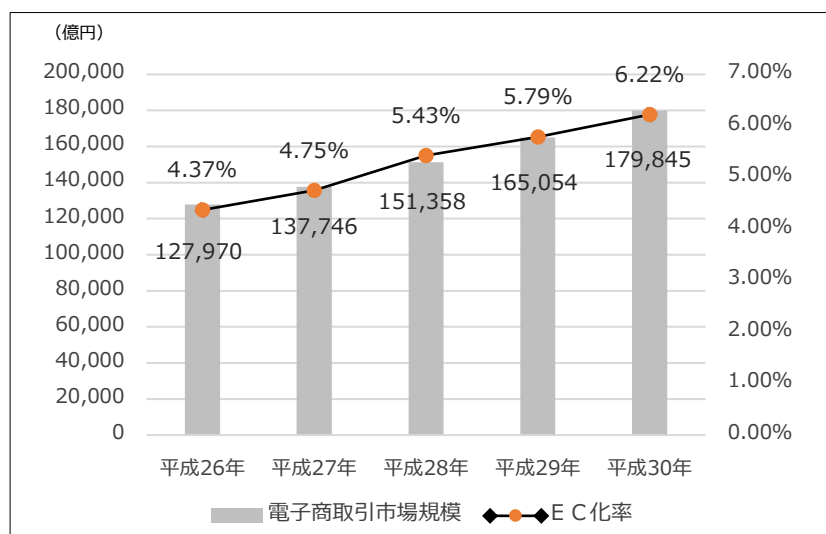
国内の外国人住民数は年々増加しており、本市においても令和2年4月1日現在の外国人住民数は1万3千人を超えています。平成30年12月に「出入国管理及び難民認定法」が改正されたこと等から今後も増加が見込まれます。

○デジタル化の進展・電子商取引の拡大

高度情報通信社会の進展により、電子商取引は活発化しており（図表8）、これに伴い、インターネット通販での商品・サービスの購入や、スマートフォンやインターネット接続回線の契約、キャッシュレス化により多様化する決済手段に関するトラブル、インターネットを通じて海外との取引も容易になったことに伴うトラブル等、消費者被害は複雑化しており、内容も多岐にわたっています。

また、フリーマーケット等インターネット上での取引が個人間で行われ、消費者は、被害者だけでなく加害者にもなりうるおそれがあります。

<図表8> 消費者向け電子商取引市場規模の推移



※ E C 化率：全ての商取引金額（市場規模）に対する電子商取引市場規模の割合

「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」（経済産業省）より引用

○自然災害の激甚化、多発化、新型コロナウイルス感染症の拡大

平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災は、それ以前に取り組んできた防災対策や都市づくりの想定をはるかに超える規模の大災害でした。東北地方の太平洋沿岸部を中心に壊滅的な被害をもたらし、本市においても多くの尊い命が失われました。広い範囲でライフラインが停止し、燃料の供給が途絶するなど、社会基盤に甚大な被害が生じた一方、流通のまひによる物資不足など、私たちの消費生活に大きな影響をもたらしました。震災直後には、住宅修理等の工事に関するトラブルや、震災に便乗した悪質商法等も増加、福島第一原子力発電所事故による放射性物質に係る風評被害等の課題が生じました。

また、近年では、平成 30 年 7 月豪雨や令和元年東日本台風等による甚大な被害が生じました。自然災害発生後の生活基盤の再建時には、焦って契約してしまうなど、自主的かつ合理的な選択が困難となるおそれがあります。

さらに、新型コロナウイルス感染症は、2019 年 12 月に中国湖北省武漢市において確認されて以降、世界的に広がりました。このような感染症の拡大時においても、不確かな情報に惑わされたり、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法等が発生するおそれがあります。

○持続可能な社会の実現への関心の高まり

日常生活において、利便性の向上が追求され、大量生産、大量消費、大量廃棄が行われている経済社会において、資源やエネルギーの消費量も増加の一途をたどっており、地球温暖化のような環境問題や経済社会の生み出す様々な問題は、産業活動のみならず、消費活動によるところも大きいとの認識が広がっています。

それに対応して、消費者は、自らの行動が社会に影響を与えることを自覚し、環境に配慮した商品の選択やエネルギーを節約するなど、日常の消費生活における省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動、さらには、人や社会、環境等に配慮した持続可能な消費を実践することが重要となっています。

2015 年 9 月に「持続可能な開発目標 (SDG s)」(図表 9) を柱とする「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が国連サミットで採択されました。持続可能なよりよい世界を実現するための 17 の目標と 169 のターゲットから構成され、「誰一人取り残さない」という理念のもと、環境、経済、社会をめぐるさまざまな課題に国際社会全体で取り組むものとされています。

本市においても、SDG s の推進を市民や企業など多様な主体と連携して取り組むため、令和 2 年 3 月に「仙台市 SDG s (持続可能な開発目標) 推進方針」を策定しました。本計画においても、関連する SDG s の取り組みを推進していく必要があります。

<図表9> 持続可能な開発目標 (SDGs)



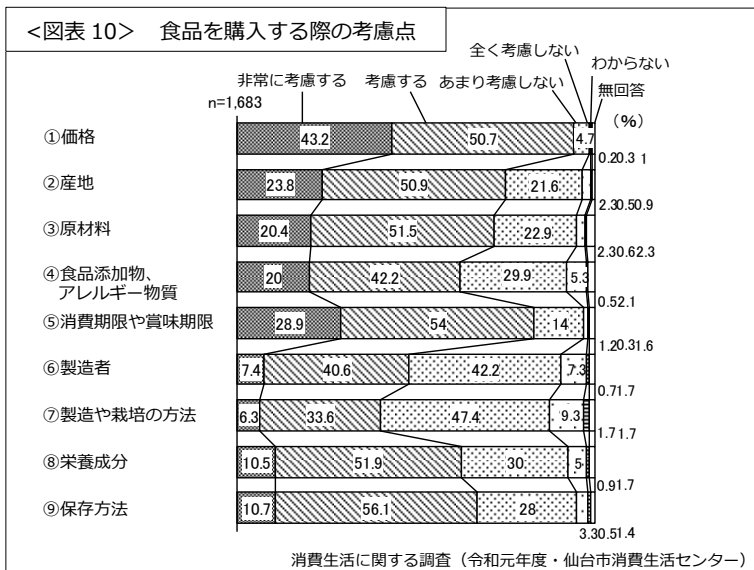
SDGs の 17 の目標

	あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる。		各国内及び各国間の不平等を是正する。
	飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する。		包摂的で安全かつ強靭(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を実現する。
	あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する。		持続可能な生産消費形態を確保する。
	すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する。		気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる。
	ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う。		持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する。
	すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する。		陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する。
	すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する。		持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する。
	包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する。		持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する。
	強靭(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る。		

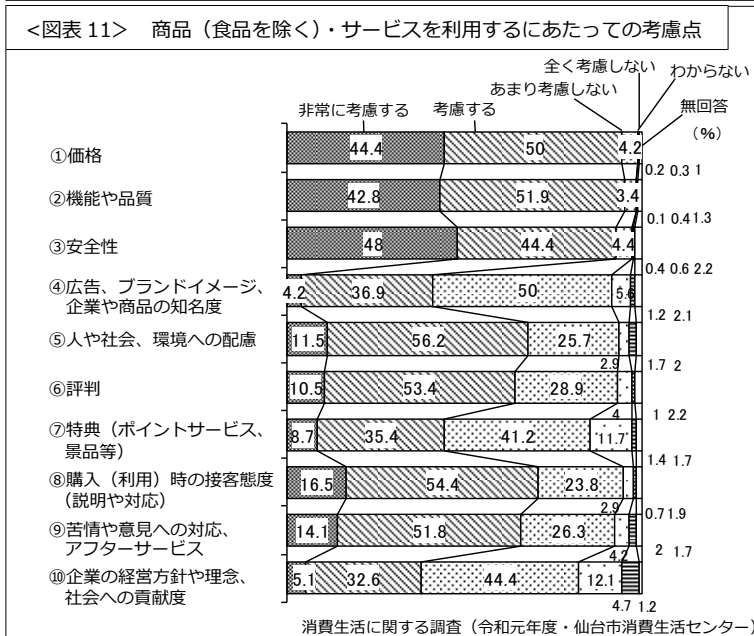
2 消費者行動・意識、消費者教育の状況 (市民・事業所・学校アンケート調査結果)

計画策定の基礎資料とするため、令和元年度に、市民の消費生活の現状や考えを伺う「消費生活に関するアンケート」、事業所の法令遵守(コンプライアンス)及び消費者対応への現状や考えを伺う「消費者・顧客対応に関するアンケート」及び学校における消費者教育の現状や課題を伺う「消費者教育に関するアンケート調査」を実施しました。

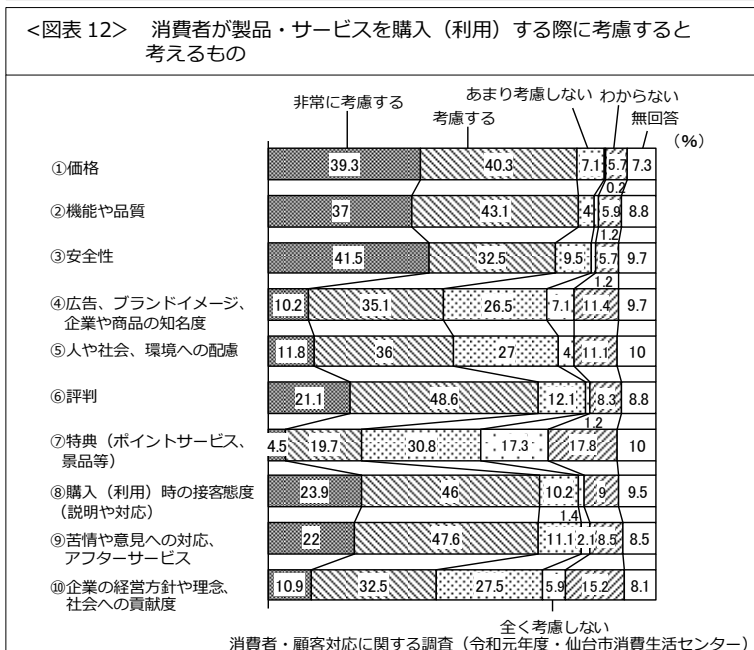
○食品購入や商品・サービスの利用にあたっての安全・安心に対する意識



市民を対象に実施した調査の結果では、食品を購入する際の考慮点について、「非常に考慮する」及び「考慮する」を合わせると、「価格」(93.9%)、「消費期限や賞味期限」(82.9%)、「産地」(74.7%)が高くなっています。



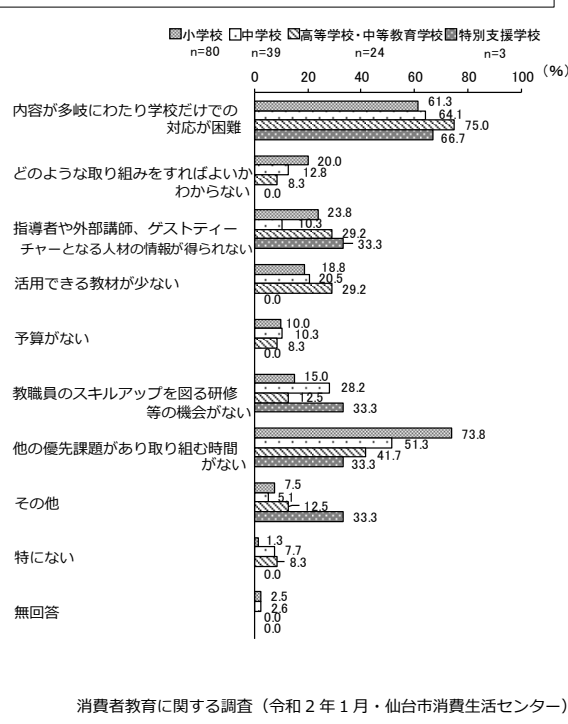
食品を除く商品・サービスを利用する際の考慮点については、「非常に考慮する」及び「考慮する」を合わせると、「機能や品質」(94.7%)、「価格」(94.4%)、「安全性」(92.4%)が高くなっています。



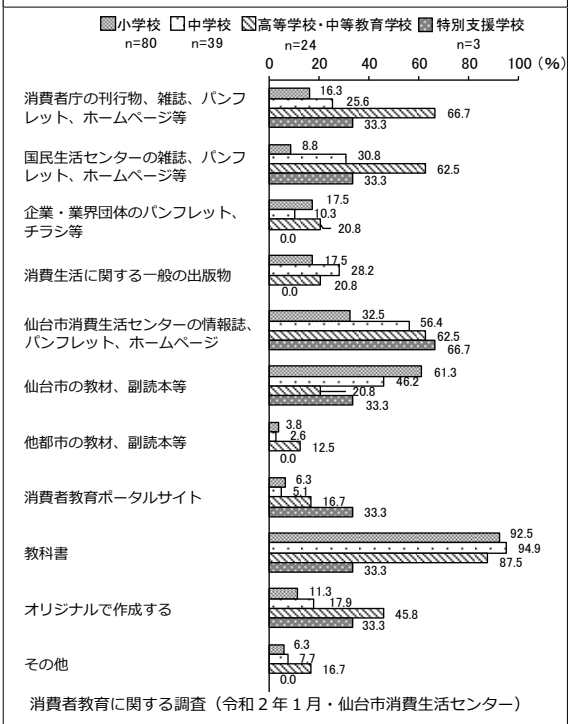
一方、事業所を対象に実施した調査の結果でも、消費者が製品・サービスを購入（利用）する際に考慮すると考える点について、「非常に考慮する」及び「考慮する」を合わせると、「機能や品質」(80.1%)、「価格」(79.6%)、「安全性」(74.0%)が高くなっています。

○消費者教育・啓発の課題、消費者市民社会に向けた取り組み状況

<図表 13> 消費者教育を推進するにあたっての課題



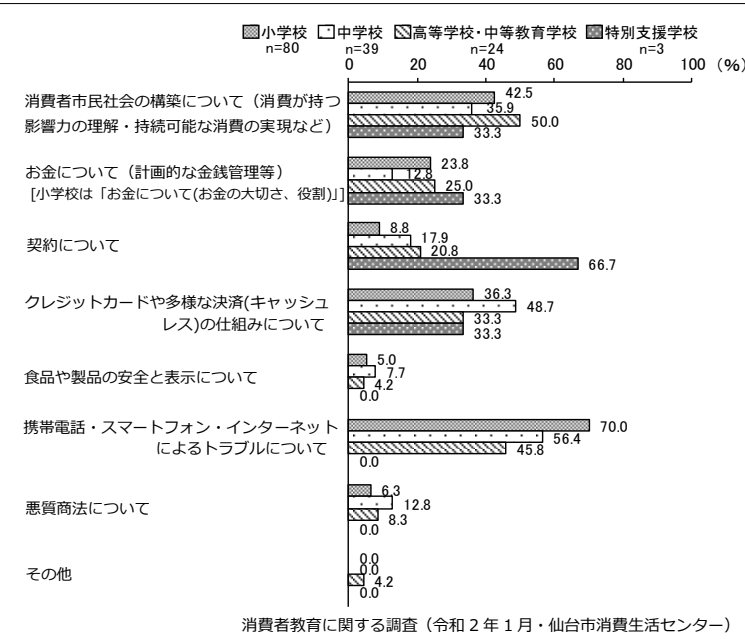
<図表 14> 消費者教育に関する授業のための教材の入手方法



学校を対象に実施した調査の結果では、消費者教育推進の課題について、学校区分で異なるところはあるものの、「内容が多岐にわたり学校だけの対応が困難」、「他の優先課題があり取り組む時間がない」、「指導者や外部講師、ゲストティーチャーとなる人材の情報が得られない」が多くなっています。

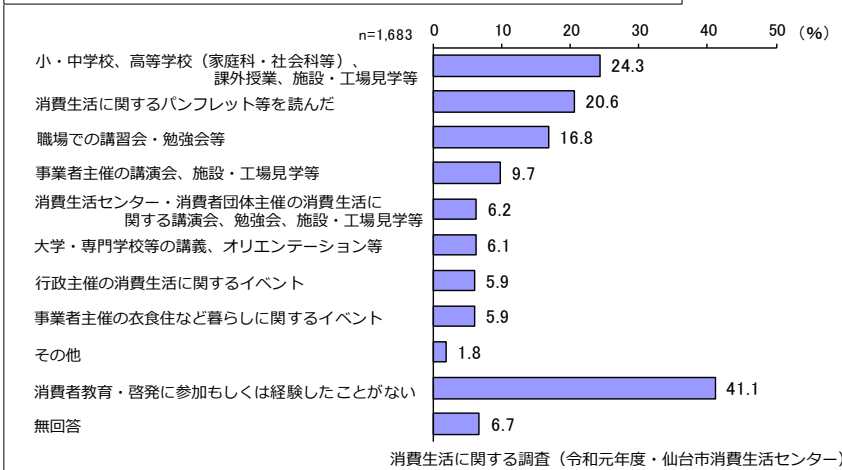
消費者教育に関する授業の教材について、教科書以外では、小学校は「仙台市の教材、副読本等」、中学校、特別支援学校は「仙台市消費生活センターの情報誌、パンフレット、ホームページ等」、高等学校は「消費者庁の刊行物、雑誌、パンフレット、ホームページ等」が多く利用されています。

<図表 15> 教員向けに必要な消費者教育に関する情報や知識（2つまで）



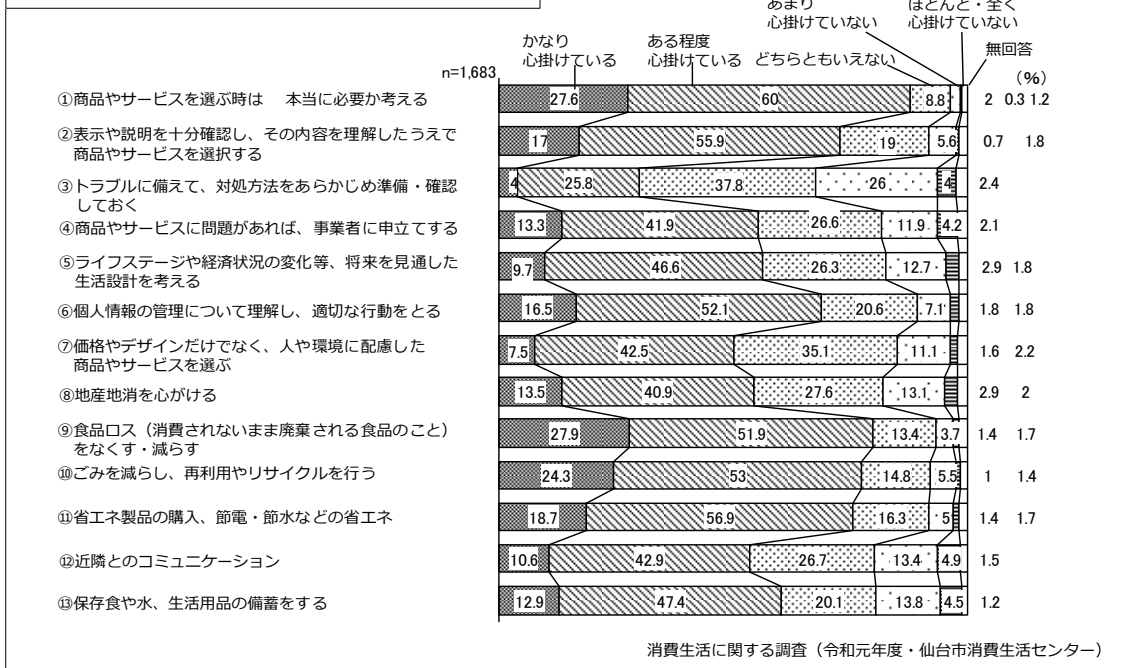
教員向けに必要な消費者教育に関する情報や知識については、「携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブルについて」、「消費者市民社会の構築について（消費が持つ影響力の理解・持続可能な消費の実現など）」、「クレジットカードや多様な決済（キャッシュレス）の仕組みについて」が多くなっています。

<図表 16> 消費者教育や啓発への参加・経験の機会とその内容



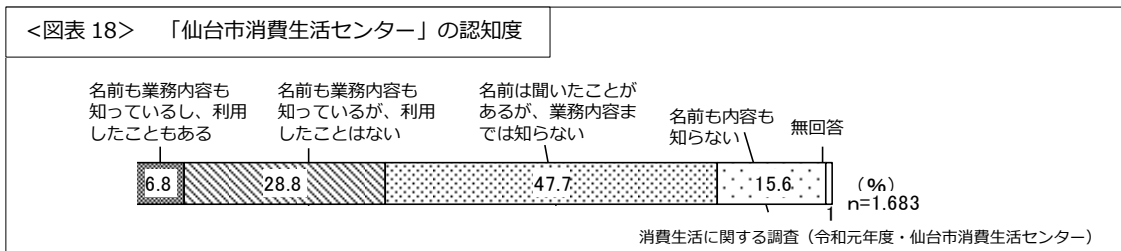
市民を対象に実施した調査の結果では、消費者教育や啓発の参加・経験の機会について、「小・中学校、高等学校（家庭科・社会科等）、課外授業、施設・工場見学等」（24.3%）、「消費生活に関するパンフレット等を読んだ」（20.6%）、「職場での講習会・勉強会等」（16.8%）が多くなっています。一方「消費者教育・啓発に参加もしくは経験したことがない」（41.1%）が最も多くなっています。

<図表 17> 普段の生活で心掛けている取り組み



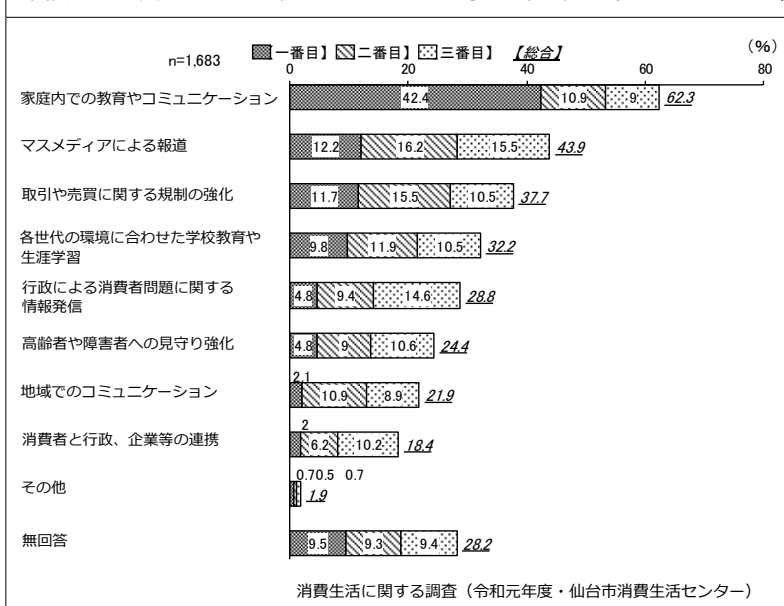
普段の生活で心掛けている取り組みについて、「かなり心掛けている」と「ある程度心掛けている」を合わせると、「商品やサービスを選ぶときは、本当に必要なか考える」（87.6%）、「食品ロス（消費されないまま廃棄される食品のこと）をなくす、減らす」（79.8%）、「ごみを減らし、再利用やリサイクルを行う」（77.3%）などが多くなっています。一方、「トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく」（29.8%）、「価格やデザインだけでなく、人や環境に配慮した商品やサービスを選ぶ」（50.0%）が低くなっています。

○消費者被害に遭わないために



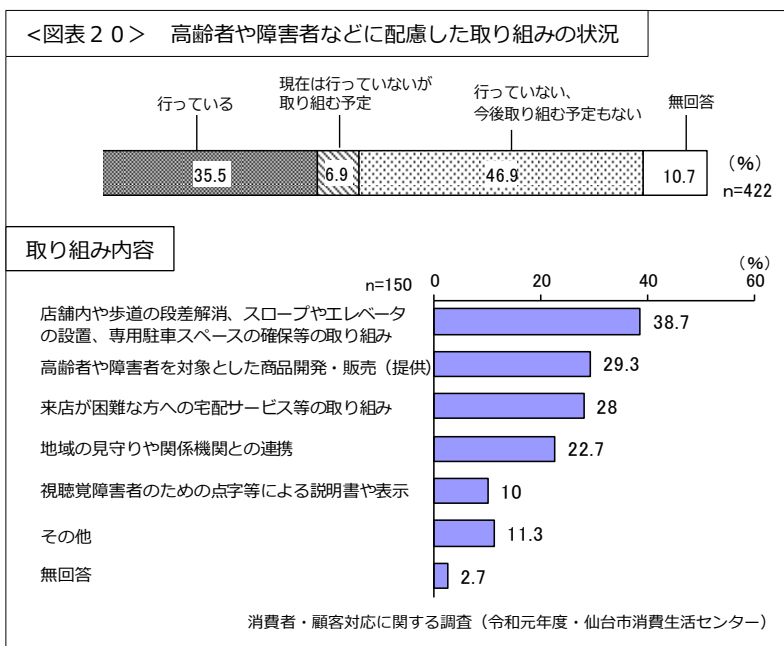
市民を対象に実施した調査の結果では、消費生活センターの認知度について、「名前も業務内容も知っているし、利用したこともある」と「名前も業務内容も知っているが、利用したことはない」の合計が 35.6%、「名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない」を加えると 83.3%となっています。

<図表 19> 消費者トラブルを防ぐために大切だと考える取り組み（1 番目から 3 番目）



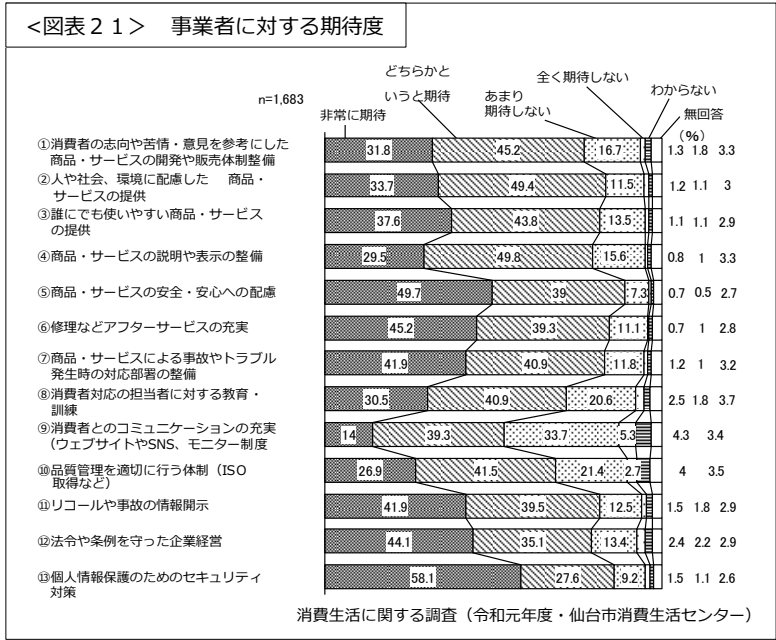
消費者トラブルを防ぐために大切だと考える取り組みについては、1 番目から 3 番目の合計で「家庭内での教育やコミュニケーション」(62.3%) が最も多く、「マスメディアによる報道」(43.9%)、「各世代の環境に合わせた学校教育や生涯学習」(37.7%) が続いています。

○高齢者等への配慮

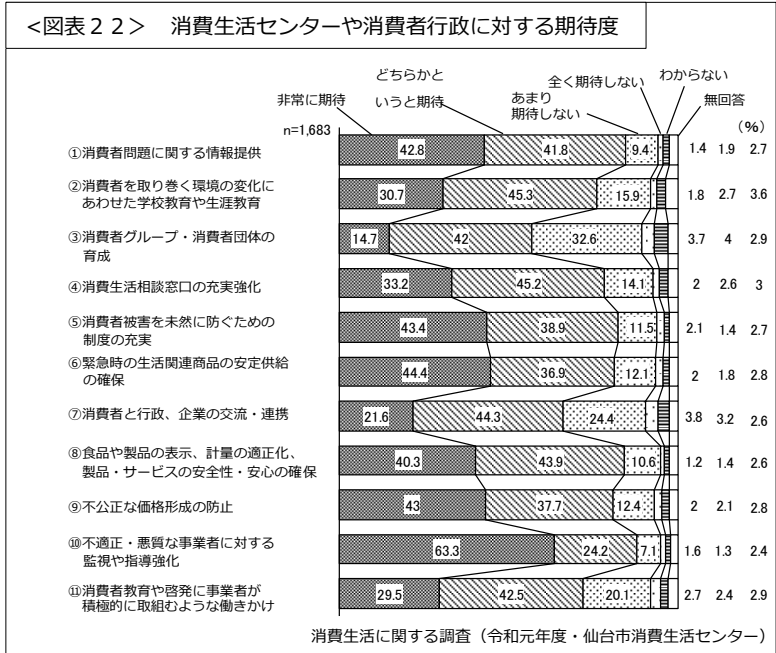


事業所を対象に実施した調査の結果では、高齢者や障害者などに配慮した取り組みの状況について、「店舗内や歩道の段差解消、スロープやエレベータの設置、専用駐車スペースの確保等の取り組み」(38.7%)、「高齢者や障害者を対象とした商品開発・販売（提供）」(29.3%)、「来店が困難な方への宅配サービス等の取り組み」(28.0%) に続き、「地域の見守りや関係機関等との連携」(22.7%) となっています。

○事業者や消費者行政に期待する取り組み



市民を対象に実施した調査の結果では、事業者に対する期待度について、「非常に期待」と「どちらかという期待」を合わせると、「商品・サービスの安全・安心への配慮」（88.7%）、「個人情報保護のためのセキュリティ対策」（85.7%）、「修理などのアフターサービスの充実」（84.5%）が高くなっています。



消費生活センターや消費者行政に対する期待度については、「非常に期待」と「どちらかという期待」を合わせると、「不適正、悪質な事業者に対する監視や指導強化」（87.5%）、「消費者問題に関する情報提供」（84.6%）、「食品や製品の表示、計量の適正化、製品・サービスの安全性・安心の確保」（84.2%）が高くなっています。

3 取り組むべき課題

消費者を取り巻く状況やアンケート結果を踏まえ、本計画を推進する上での課題を次のとおり整理しました。

○消費生活の安全・安心の確保

アンケート結果から、食品・製品等の安全性、表示や計量の適正化や、不適正・悪質事業者に対する監視や指導についての関心は高く、健康かつ安全で文化的な生活の基盤となる消費生活の安定と向上は欠かすことができません。消費者が安全に安心して生活できるよう、消費生活情報の収集と提供、関係団体との連携による被害の未然防止と拡大防止、食品の安全性を確保するための監視指導、適正な商品表示・計量を推進するための調査指導、法令遵守の指導を行う等、引き続き消費生活の安定と向上を図るための施策を推進していく必要があります。

○消費者市民社会の形成に寄与する取り組みの推進

国の基本方針では、消費者教育について、「自立した消費者であるためには、まず被害に遭わない消費者であること、そして合理的意思決定ができる消費者であることが必要であるが、これに加え、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与するという点でも自立した消費者を育成する教育である」と示されています。

消費者の日々の行動が経済社会や環境に影響を与えることができることを認識し、「人や社会、環境に配慮した消費行動」を実践していくことは、持続可能な開発目標（SDGs）の達成に寄与するものであり、それはまた、消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成につながるものであることから、関連する環境教育、食育、国際理解教育などとあわせて消費者教育を推進していくことが必要です。

○成年年齢引き下げに対応した消費者教育の充実

児童・生徒への消費者教育は、小・中・高等学校の各教科で、それぞれの発達段階に応じて行われています。平成 29 年及び平成 30 年に公示された新しい学習指導要領では、成年年齢の引き下げを見据え、未成年者取消権、クーリング・オフ制度、消費者被害の防止について学習するなど、消費者教育の充実が図られており、引き続き体系的に推進していく必要があります。

また、学校における消費者教育が効果的に実施されるよう、教員のスキルアップを図る研修、外部講師派遣等のコーディネート、授業で活用できる教材の提供等について、教育委員会や関係機関との連携を図りながら推進していく必要があります。

さらに、社会経験が少ない若年者を狙った消費者トラブル等も発生していることから、消費生活講座の開催や、さまざまな媒体を活用した情報発信など、消費者教育・啓発を推進していく必要があります。

○高齢者等の見守り

高齢化の進行に伴い、高齢者からの消費生活相談件数も増加しています。高齢者の健康や生活の不安に付け込んだ悪質商法等の手口は複雑化・巧妙化しており、高齢者に対する情報提供や注意喚起などの啓発等を強化する必要があります。また、周囲に相談できる人がいない場合や、判断能力が十分ではない高齢者はトラブルに遭っているという認識が薄く、問題が潜在化しやすいと考えられるため、特に地域の見守りが重要となります。消費者トラブルを防止していくためには、高齢者と接する機会が多い民生委員、地域包括支援センター、地域団体など、地域における見守りネットワーク活動との連携を図り、見守りを行う支援者に対する情報提供などの取り組みを行う必要があります。

第3章 目指すべき姿と施策の柱

1 目指すべき姿

健康かつ安全で文化的な生活は、市民が等しく求めるものであり、その基盤となる消費生活の安定と向上は欠かすことができません。消費者が安全に安心して生活できるよう、消費生活情報の収集と提供、関係団体等との連携による被害の未然防止と拡大防止、食品の安全性を確保するための監視指導、適正な商品表示・計量を推進するための調査指導、法令遵守の指導を行う等、「消費者が安全に安心して暮らせる社会」を目指します。

また、安全・安心な暮らしの実現のためには、消費者被害を防止するための法規制の整備・強化を行うとともに、消費者が消費生活に関する知識を修得し、合理的な意思決定ができること、被害を回避したり、被害に遭った場合に適切に対応できる力を身に付けること、さらに、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する「自立した消費者」の育成を目指す消費者教育が重要となっています。関係機関等と連携を図り、自らの消費生活に関する行動が環境や社会に与える影響を考慮し、持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」の形成を目指します。

「消費者が安全に安心して暮らせる社会」及び「消費者市民社会」の実現

2 施策の柱

第2章で整理した課題に対応し、「消費者が安全に安心して暮らせる社会」及び「消費者市民社会」の実現を目指し、5つの施策の柱のもと、持続可能な社会に向け、総合的かつ計画的に取り組みを推進します。

I 消費生活の安全・安心の確保

市民が安心して生活できるよう、市として総合的に消費生活における安全を確保するための取り組みを推進します。

II 消費者教育・啓発の推進

ライフステージに応じた消費者教育・啓発の取り組みを推進します。また、持続可能な社会づくりのためのライフスタイルを推進します。

III 消費者被害の防止及び救済

消費者被害を未然に防止するために、情報提供等の取り組みを推進します。また、市民が消費者トラブルに遭った時には、相談・あっせん等を通じて解決を図るとともに、被害の拡大防止に努めます。併せて、複雑・多様化する相談内容に対応するため、相談員の資質向上に努めます。

IV 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応

高齢者や障害者（以下「高齢者等」という。）が消費者トラブルに遭うケースが増えており、特に支援を必要とする高齢者等の特性に応じた支援を行うため、見守りネットワークと連携し、高齢者等やその見守りを行う支援者に対する取り組みを推進します。

V 多様な主体との連携の推進

さまざまな主体の取り組みをつなげ、情報共有を図ることで、消費生活の安全・安心や消費者教育・啓発の取り組みを効果的に推進します。

<掲載イメージ>

施策の方向は現計画の項目を掲載。施策の方向、主な施策については、具体的施策を整理の上、中間案で提示予定。

第4章 計画推進のための施策の展開

1 施策の体系

5つの施策の柱のもと、施策を展開します。

施策の柱	施策の方向	主な施策	関連するSDGs
I 消費生活の安全・安心の確保	1 商品・サービスの安全の確保 2 生活関連商品の安定供給及び適正な表示及び計量の推進 3 事業者に対する指導等 4 関係機関との連携の強化 5 個人情報保護施策の推進 6 大地震等の災害時及び緊急時における対応		
II 消費者教育・啓発の推進	1 消費者教育の内容及び機会の充実 2 学校以外の場における消費者教育の内容及び機会の充実 3 持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進 4 関係機関との連携の強化		
III 消費者被害の防止及び救済	1 消費者被害の未然防止・拡大防止 2 消費者被害の救済 3 消費生活相談の充実 4 関係機関等との連携の強化		
IV 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応	1 高齢者等に対する支援 2 高齢者等の自立した消費生活への支援 3 関係機関との連携の強化		
V 多様な主体との連携の推進	1 情報の共有・情報発信力の強化 2 多様な主体への支援と連携の強化 3 各主体の連携促進		

2 施策の展開

I 消費生活の安全・安心の確保

市民が安心して生活できるよう、市として総合的に消費生活における安全を確保するための取り組みを推進します。

○関連するSDGs



3. すべての人に健康と福祉を

12. つくる責任 つかう責任

17. パートナーシップで目標を達成しよう

○取り組みの状況

食品の安全については、監視や食品検査、食中毒発生時における拡大防止策に努め、リスクコミュニケーションの推進を図っています。食品表示に関しては、店舗調査や指導により適切な表示が行われるよう、計量に関しては、店舗等への立ち入り検査により適正な計量が行われるよう取り組んでいます。また、住まいや生活用品等の安全性の確保についても必要な取り組みを行っています。

事業者に対しては、法令遵守(コンプライアンス)や消費者志向経営を呼びかけるほか、消費者からの相談を踏まえ個別の指導・要請を行っています。

こうした消費者の安全を守るための取り組みを効果的に推進するため、国・県・本市の関係部局、司法関係者、事業者団体等との各種連絡会議等において情報共有、連携の強化を図っています。

さらに、東日本大震災等の経験を踏まえ、災害時における対応について検討を進めています。

○今後の取り組み

安全・安心な暮らしが確保されることは、消費生活を営む上で最も基本的かつ重要な事項です。

消費者の安全・安心を確保するため、国や県等の関係機関と連携し、適切な検査や指導を行うとともに、消費者等への情報提供を図ります。また、事業者に対して法令遵守、消費者への適切な情報提供などの取り組みの推進に向けた啓発や指導を行います。

併せて、個人情報の保護のための取り組みや、大規模災害時等、緊急時における対応の整備に努めます。

○取組事項

施策の方向	
主な施策	
(1)	

Ⅱ 消費者教育・啓発の推進

ライフステージに応じた消費者教育・啓発の取り組みを推進します。また、持続可能な社会づくりのためのライフスタイルを推進します。

○関連するSDGs



1. 貧困をなくそう
4. 質の高い教育をみんなに
8. 働きがいも経済成長も
10. 人や国の不平等をなくそう
12. つくる責任 つかう責任
13. 気候変動に具体的な対策を
14. 海の豊かさを守ろう
15. 陸の豊かさを守ろう
16. 平和と公正をすべての人に
17. パートナーシップで目標を達成しよう

○取り組みの状況

教育委員会と連携し、教員を対象に「消費者市民社会」や「消費者教育の実践方法」等のテーマで研修会を実施しているほか、学校での消費者教育の推進のため、講師の派遣や、金銭の使い方、インターネットの安全・安心な利用についての基礎知識、契約など、発達段階に応じたオリジナル教材の作成・提供等を行っています。また、教育現場との連携の強化を図るため、教育委員会、教員、消費生活センターで構成する「消費者教育連絡会議」を開催し、情報共有を行っています。

地域における消費者教育・啓発の推進のため、地域団体等の学習会や研修会に対して、講師の派遣や啓発資料の提供等を行っています。また、各種媒体、講座等を通じ、情報の発信・啓発を行うほか、地域等での見守りや啓発を行う「消費生活パートナー」の育成や消費生活の安定及び向上に取り組む市民団体等への支援を行っています。

市民センター等生涯学習機関においても、消費生活に関連した講座等が幅広く開催され、さまざまな世代の市民が参加しています。

また、消費者教育・啓発と重なる領域を持つ環境教育や食育、キャリア教育といったさまざまな角度からの取り組みについても、関係機関等との協働により実施しています。

あわせて、持続可能な社会づくりのために、低炭素型ライフスタイル・ビジネススタイルや3R、食品ロス削減の推進などに取り組んでいます。

○今後の取り組み

消費者教育は、消費者と事業者との間の情報の質・量や交渉力の格差等を起因とした消費者被害を防止するとともに、合理的意思決定ができる消費者を育成し、さらに、自らの

消費生活に関する行動が社会や環境に影響を及ぼしうることを認識し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「自立した消費者」を育成し、消費者市民社会の形成を目指すものです。

消費生活センターでは、学校における消費者教育が効果的に実施されるよう、教員のスキルアップを図る研修、外部講師派遣等のコーディネート、授業で活用できる教材の提供等について、教育委員会や関係機関との連携を図りながら推進します。

また、成年年齢が引き下げられることを踏まえ、被害に遭わない、自主的かつ合理的な意思決定ができる消費者を育成するために、社会経験が少ない若年者等に対する消費者教育の取り組みを適切に進める必要があります。

学校以外の場における消費者教育についても、関係機関との連携を図り、消費生活講座や各種イベント、地域団体・市民団体・事業所等に対する出前講座等での啓発を推進します。

さらに、持続可能な社会を目指し、エシカル消費の普及・啓発、低炭素型ライフスタイル・ビジネススタイルや食品ロス削減等の推進に努めます。

○取組事項

施策の方向	
主な施策	
(1)	

Ⅲ 消費者被害の防止及び救済

消費者被害を未然に防止するために、情報提供等の取り組みを推進します。また、市民が消費者トラブルに遭った時には、相談・あっせん等を通じて解決を図るとともに、被害の拡大防止に努めます。併せて、複雑・多様化する相談内容に対応するため、相談員の資質向上に努めます。

○関連する SDG s



1. 貧困をなくそう
10. 人や国の不平等をなくそう
12. つくる責任 つかう責任
16. 平和と公正をすべての人に
17. パートナリーシップで目標を達成しよう

○取り組みの状況

消費者被害を未然に防止するため、ホームページや市政だより、消費生活情報誌、注意喚起のチラシやポスターなど、さまざまな媒体を通じて消費生活に関する情報を提供しています。また、複雑化・多様化する消費生活相談に対応するため、研修等を通じて相談に関する資質の向上を図るとともに、助言やあっせんの取り組みを行うなど、消費者トラブルの解決に努めています。

また、多重債務問題に関しては、平成 19 年度から「多重債務問題改善プログラム」に基づく債務整理を進めるため、弁護士等の専門家に確実に引き継ぐ対応を行っています。

さらに、弁護士、司法書士等専門家との連携により特別相談等を実施するほか、国や県、警察、弁護士会や事業者団体との情報交換を行っています。

○今後の取り組み

消費生活相談は、消費者を取り巻くさまざまな状況の変化に伴い、複雑化・多様化しており、社会情勢の変化や新しい制度が導入されると、それに乘じて消費者被害が発生している状況です。トラブルに遭った際にすぐに相談できるよう、消費生活センターの認知度向上に努めます。

消費者被害の未然防止・拡大防止及び救済のために、さまざまな媒体を活用し、適時適切な情報提供を行うとともに、複雑化・多様化している消費者トラブル相談に対応できるよう相談員の資質の向上に努めます。

また、消費者事故等が発生した場合には、消費者安全法に基づき、消費者庁へ被害情報を的確に通知するとともに、市民への周知を図ります。

さらに、弁護士、司法書士等専門家との連携により特別相談等を実施するほか、国や県、警察、弁護士会や事業者団体との情報交換を行うなど、連携の強化を図ります。

○取組事項

施策の方向	
主な施策	
(1)	

IV 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応

高齢者や障害者（以下「高齢者等」という。）が消費者トラブルに遭うケースが増えており、特に支援を必要とする高齢者等の特性に応じた支援を行うため、見守りネットワークと連携し、高齢者等やその見守りを行う支援者に対する取り組みを推進します。

○関連するSDGs



1. 貧困をなくそう
10. 人や国の不平等をなくそう
16. 平和と公正をすべての人に
17. パートナーシップで目標を達成しよう

○取り組みの状況

高齢者等の消費者トラブルを防ぐため、地域団体に対する出前講座の実施や、注意喚起チラシや情報誌等の配布による啓発、配食サービスを行う団体と連携し、弁当の配達時に注意喚起チラシの配布、地域での啓発活動を行う「消費生活パートナー」を育成する等の取り組みを行っています。

また、関係機関との連携により「高齢者等の消費者トラブル見守り事業」、成年後見制度・権利擁護事業の紹介等、高齢者等を見守るためのネットワークづくりを行っています。

○今後の取り組み

今後さらに高齢化が進行していくことから、高齢者等の消費者トラブルを防止するための見守り事業の必要性がより大きくなっています。

高齢者等の消費者トラブルを防止するため、地域団体、事業者等に対して出前講座の実施や、さまざまな機会を捉え、注意喚起や情報提供を行います。

また、「消費者の安全を守る地域協議会」において、高齢者等と接する機会の多い民生委員、地域包括支援センター、地域団体などの地域における既存の見守りネットワーク活動等や関係機関との連携を図り、高齢者等の見守りを推進するとともに、見守りを行う支援者に対する情報提供を行うなど、消費者啓発を推進していきます。

○取組事項

施策の方向	
主な施策	
(1)	

V 多様な主体との連携の推進

さまざまな主体の取り組みをつなげ、情報共有を図ることで、消費生活の安全・安心や消費者教育・啓発の取り組みを効果的に推進します。

○関連するSDGs



16. 平和と公正をすべての人に

17. パートナーシップで目標を達成しよう

○取り組みの状況

専門機関、関係機関、市民団体等、さまざまな主体との連携を図り、消費者被害の未然防止・救済、消費者教育・啓発に取り組んでいます。

○今後の取り組み

多様化・複雑化する消費生活をめぐる課題に対応し、あらゆる領域に関連する消費者教育を推進していくためには、さまざまな主体が情報を共有し、連携を強化していく必要があります。

今後も関係機関や団体等と連携を図り、消費者被害の未然防止・拡大防止、消費者教育・啓発を推進し、消費者市民社会の形成を目指していきます。

○取組事項

施策の方向	
主な施策	
(1)	

3 評価指標

施策の進捗状況や効果を把握するため、3つの評価指標を設定します。

<取組指標>

1. 消費者教育や啓発、学習機会の提供

	令和元年度実施状況	評価指標
出前講座の実施回数	37回	毎年40回以上

<成果指標>

2. 消費者市民社会の形成に寄与する取り組みを心掛けている市民の割合

	令和元年度調査結果 「かなり心掛けている」+「ある程度心掛けている」の合計	評価指標
表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで、商品やサービスを選択する	72.9%	計画終了時点で80%以上
価格やデザインだけでなく、人や環境に配慮した商品やサービスを購入する	50.0%	計画終了時点で60%以上
食品ロス(消費されないまま廃棄される食品)をなくす、減らす	89.7%	計画終了時点で95%以上

3. 消費者トラブル等の相談先認知度

	令和元年度調査結果	評価指標
消費生活センターの名前も業務内容も知っている人の割合	35.6%	計画終了時点で40%以上
消費生活センターの名前を知っている人の割合	83.3%	計画終了時点で90%以上

資料

○持続可能な社会を目指して～消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の推進～

○計画の策定経過

○仙台市消費生活審議会委員名簿

○市民、事業所、学校を対象としたアンケート調査実施状況

(○中間案への意見募集の実施結果(概要))

○仙台市消費生活条例

○用語集