

令和 7 年度仙台市消費生活基本計画の実施状況等について

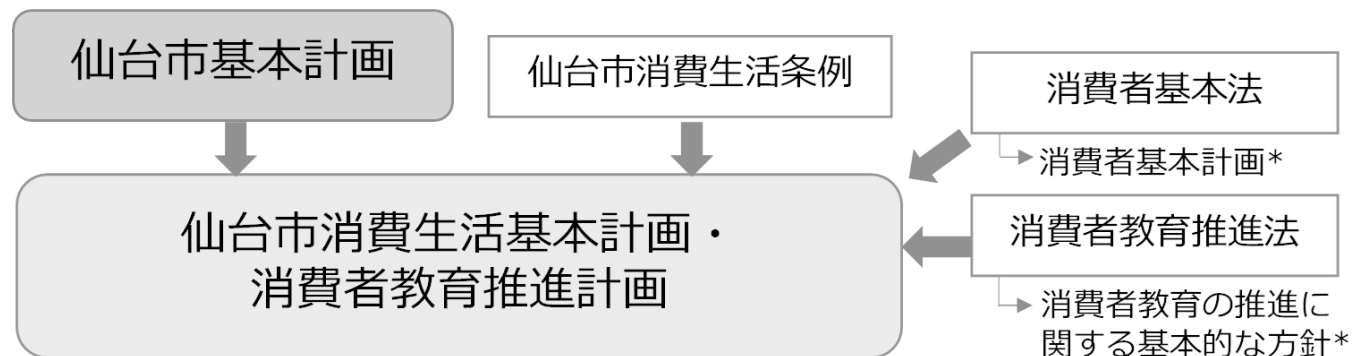
1 「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画」の概要

(1) 計画の目的

多様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」及び「消費者市民社会」の実現を目指し、消費者の利益の擁護や消費者の自立の支援に関する施策を、総合的かつ計画的に推進する。

(2) 計画の位置づけ

「仙台市基本計画」を上位計画とし、「消費者基本法」及び「仙台市消費生活条例」に基づき、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した。また、「消費者教育推進法」第 10 条により策定に努めることとされている「市町村消費者教育推進計画」を包含している。



(3) 取り組むべき課題

消費者を取り巻く状況を踏まえ、本計画を推進する上での課題を次のとおり整理している。

- 課題1 消費生活の安全・安心の確保
- 課題2 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の充実
- 課題3 消費者市民社会の形成に寄与する取り組みの推進
- 課題4 消費者被害の防止及び救済
- 課題5 高齢者の見守り

(4) 計画の構成

(3)のように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つの施策の柱に基づいて取り組みを推進してきた。なかでも特に重点的に監視する項目を「評価指標」として定め、進捗管理を行ってきた。結果は以下のとおりである。

- ◎ 施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保
- ◎ 施策の柱Ⅱ 消費者教育・啓発の推進
- ◎ 施策の柱Ⅲ 消費者被害の防止及び救済
- ◎ 施策の柱Ⅳ 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応
- ◎ 施策の柱Ⅴ 多様な主体との連携の推進

2 令和7年度の実施状況について（資料1-2も参照）

◎ 施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保（具体的施策33）

市民が安心して生活できるよう、食品や住まいの安全性の確保や適正な表示や計量に関する事業者への調査・指導など、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た。

(1) 評価指標

指標	目標値	R7 実績値	資料1-2の掲載場所
1. 食品表示法に基づく調査件数	120 件以上/年	123 件	I-2-(2)-①
2. はかり検査戸数	1,300 件以上/年	1,464 件	I-2-(4)-①

(2) 業務指標（一部抜粋）

- ① 食品衛生法等に基づき、食品関係事業者への適切な指導を行った。（健康福祉局）【I-1-(1)-①】
- ② 地震災害対策として、耐震診断支援事業や耐震改修工事補助金交付事業を実施したほか、一人暮らし高齢者等の世帯に家具転倒防止器具の取り付けや住宅用火災報知機の取り付け交換を行った。（都市整備局、消防局）【I-1-(2)-①】

◎ 施策の柱Ⅱ 消費者教育・啓発の推進（具体的施策 53）

ライフステージに応じた消費者教育・啓発の取り組みとともに、持続可能な社会づくりのため、環境教育や食育といったさまざまな角度からの取り組みを推進した。

(1) 評価指標

指標	目標値	R7 実績値	資料1-2の掲載場所
1. 「伊達学園」アクセス数	5,000 件以上/年	748,454 件	Ⅱ-1-(1)-④
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			
①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。	計画終了時点で 80%以上	85.2%	令和8年1月実施 市政モニター アンケート結果
②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択する。	計画終了時点で 60%以上	54.0%	
③食品ロスをなくす、減らす。	計画終了時点で 90%以上	87.2%	

(2) 業務指標（一部抜粋）

- ① 小中高等学校等で消費者教育ウェブ教材「伊達学園」やリーフレット等の教材を活用した授業を行うことで消費者教育の充実を図った。（教育局）【Ⅱ-1-(1)-⑥】
- ② 外国人市民が日本での生活に必要なことを学び、地域で安心・快適に暮らせるためのオリエンテーション等を実施し、消費生活情報を提供した。（文化観光局）【Ⅱ-1-(6)-①】
- ③ 食品ロス削減につながる啓発として、ワケルネットにおける情報発信や、せんだい食エコリーダーによる食品ロス削減講座等を実施したほか、事業系食品ロス削減に向け、「ワケルくんもったいないマルシェ」や「ペロリでキラリおいしく食べきろうキャンペーン」を実施し、事業者の意識向上を図った。（環境局）【Ⅱ-2-(4)-②】
- ④ 公式ウェブサイトや公式 Instagram「とれたて仙台」により、仙台産の農産物や地産地消についての情報を発信した。（経済局）【Ⅱ-2-(6)-②】

◎ 施策の柱Ⅲ 消費者被害の防止及び救済（具体的施策 33）

消費者被害を未然に防止するため、さまざまな媒体を活用し、消費生活に関する情報を提供した。また、市民が消費者トラブルに遭った際は、消費生活相談員が助言やあっせんを通じて解決を図るとともに、多様化・複雑化する相談内容に対応するため、研修等を通じて相談員の資質向上に努めた。

(1) 評価指標

指標	目標値	R7 実績値	資料 1-2 の掲載場所
1. 消費生活センターの認知度			
消費生活センターの名前も業務内容も知っている市民の割合	計画終了時点で 50%以上	45.2%	Ⅲ-1-(1)-①
消費生活センターの名前を知っている市民の割合	計画終了時点で 90%以上	83.5%	
2. 消費者被害に遭わないために日頃気をつけている市民の割合			
①高額なものの契約は、その場ですぐ決めず、よく考え、必要に応じ家族や友人に相談する。	計画終了時点で 70%以上	69.9%	令和 8 年 1 月実施市政モニターアンケート結果
②クレジットカード等の管理に注意して、計画的に使用し、利用明細をきちんと確認する。	計画終了時点で 60%以上	58.6%	
③契約書や申込書の内容をよく確認してから契約する。	計画終了時点で 60%以上	58.3%	

(2) 業務指標（一部抜粋）

- ① 被害拡大が懸念される相談事例や時期に合わせ、消費者トラブルの注意喚起情報をメール配信することで、消費者被害の拡大防止を図った。（消費生活センター）【Ⅲ-1-(1)-④】
- ② 国民生活センター等の研修に計画的に参加し、相談員の専門的な知識の向上を図るとともに、伝達研修によりセンター全体のレベルアップを図った。（消費生活センター）【Ⅲ-3-(1)-①】
- ③ 住まいの活用相談のうち、所有者本人からの売却や賃貸の相談について、不動産団体推薦の不動産事業者を紹介する不動産ダイレクト相談を実施し、空き家増加の未然防止に努めた。（都市整備局）【Ⅲ-4-(3)-①】

◎ 施策の柱Ⅳ 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応（具体的施策 15）

高齢者等の消費者トラブルを防ぐため、出前講座の実施、注意喚起チラシや情報誌等の配布、配食サービスを行う団体と連携した弁当配達時の注意喚起チラシの配布を行った。

(1) 評価指標

指標	目標値	R7 実績値	資料 1-2 の掲載場所
1. 配食サービス配達時の注意喚起チラシの協力団体数及び配布数	10 団体以上/年 36,000 部以上/年	17 団体 39,859 部	Ⅳ-1-(2)-③ Ⅳ-3-(2)-②
2. 出前講座（くらしのセミナー）実施回数			
① 高齢者・障害者向けセミナー	毎年 40 回以上	14 回	Ⅳ-1-(1)-①
② 見守りの担い手となる団体向けセミナー	毎年 5 回以上	2 回	Ⅳ-1-(2)-①

(2) 業務指標（一部抜粋）

- ① 警察等関係機関と連携し、専門知識を有する講師の派遣等により防犯講座を実施して防犯意識の向上に努めた。（市民生活課）【IV-1-(1)-①】
- ② 認知症サポーター養成講座及び認知症パートナー講座を実施することで、認知症に対する理解の促進を図った。（健康福祉局）【IV-1-(2)-⑤】

◎ 施策の柱V 多様な主体との連携の推進（具体的施策 18）

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するため、専門機関、関係機関、市民活動団体等、さまざまな主体との連携を図りながら、消費者被害の未然防止・拡大防止、消費者教育・啓発に取り組んだ。

(1) 評価指標（施策の柱IV再掲）

指標	目標値	R7 実績値	資料1-2の掲載場所
1. 配食サービス配達時の注意喚起チラシの協力団体数及び配布数	10 団体以上/年 36,000 部以上/年	17 団体 39,859 部	V-4-(2)-②

(2) 業務指標（一部抜粋）

- ① 庁内関係各課、各関係団体等と連携し、介護保険サービスや介護保険料に関する相談・苦情等に対応した。（健康福祉局）【V-3-(1)-②】
- ② 仙台市空き家ネットワーク会議及び住宅活用部会での意見交換を実施したほか、不動産、法務、建築の専門団体と連携し、住まいの活用相談や市民向けセミナーの開催により既存住宅の活用に関する相談体制の充実を図った。（都市整備局）【V-3-(3)-①】

3 計画期間を通した課題及び今後の方向性

◎ 施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保

食品表示法に基づく調査件数およびはかり検査戸数はいずれも目標値を上回り、食品表示や食品衛生に係る監視・指導など幅広い分野で概ね目標を達成した。

安全・安心な生活の確保は基本的かつ重要であることから、消費生活情報の収集及び提供、関係機関・団体等との連携による被害の防止、食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など消費生活の安定と向上を図るための施策を引き続き推進していく必要がある。

◎ 施策の柱Ⅱ 消費者教育・啓発の推進

消費者教育ウェブ教材「伊達学園」のアクセス数は目標を大きく上回り、デジタル媒体も活用しながら、消費者教育・啓発を推進した。一方、市民の行動や意識に関する調査では、表示確認による商品選択は目標を上回ったものの、エシカル消費や食品ロス削減に関する項目では伸び悩んでいる。

引き続き、幼児期から高齢者までライフステージに応じた知識の習得や注意喚起について、関係部局と連携しながら教材等を提供するとともに、様々な媒体を活用して学校・家庭・地域で活用しやすい情報発信を継続していく必要がある。また、持続可能な社会づくりに向けては、エシカル消費や食品ロス削減に関する講座・広報等を通じて啓発に取り組み、環境に配慮したライフスタイルの推進や事業者についても消費者志向経営の醸成を図っていく必要がある。

◎ 施策の柱Ⅲ 消費者被害の防止及び救済

消費生活センターの認知度や契約時の慎重な判断、クレジットカードの適正管理、契約内容の確認といった自立した消費者に求められる意識・行動について、いずれも目標を下回っている。

引き続き、多様な主体と連携し、各世代やニーズに応じた媒体で消費者被害防止の啓発を継続するとともに、外国人や災害時など一時的に脆弱な消費者となり得る市民等も含め、困ったときに迅速に相談窓口につながるができるよう消費生活センターの認知度向上を図っていく必要がある。あわせて、多様化・複雑化する相談に適切に対応し被害救済につなげるため、弁護士会・警察・福祉機関等との連携や研修の継続により相談体制の充実と相談員の資質向上を推進していく必要がある。

◎ 施策の柱Ⅳ 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応

配食サービス時の注意喚起チラシは、協力団体数・配布数ともに目標を達成した。一方で、高齢者や見守り活動団体向けの出前講座回数は目標を下回っており、開催方法の工夫等により被害に遭いやすい層への働きかけが必要である。

今後は一層の高齢化の進行や高齢者のみの世帯の増加、デジタル化に伴う情報格差による消費者被害や社会的孤立の課題も踏まえ、庁内外の関係機関や市民とも連携し、啓発事業を継続するとともに地域の見守りネットワークづくりを推進していく必要がある。

◎ 施策の柱Ⅴ 多様な主体との連携の推進

さまざまな主体がそれぞれの立場で消費者教育・啓発や高齢者等への支援に取り組んでいるが、共通の認識を持ち連携することで効果的な推進が期待できることから、引き続き各主体の取り組みをつなげ、情報共有を図っていく必要がある。