

仙台市消費生活基本計画 消費者教育推進計画 (令和8～12年度) の進捗管理について

令和8年8月6日
市民局消費生活センター

計画の基本的な考え方

● 策定の趣旨

消費生活を取り巻く状況と課題を的確に把握し、今後取り組むべき課題に対応するため、計画を策定するもの。

● 策定の経緯

仙台市消費生活意識調査や子ども若者へのアンケート調査を行うとともに、パブリックコメント等の意見を踏まえ、仙台市消費生活審議会において審議を実施。

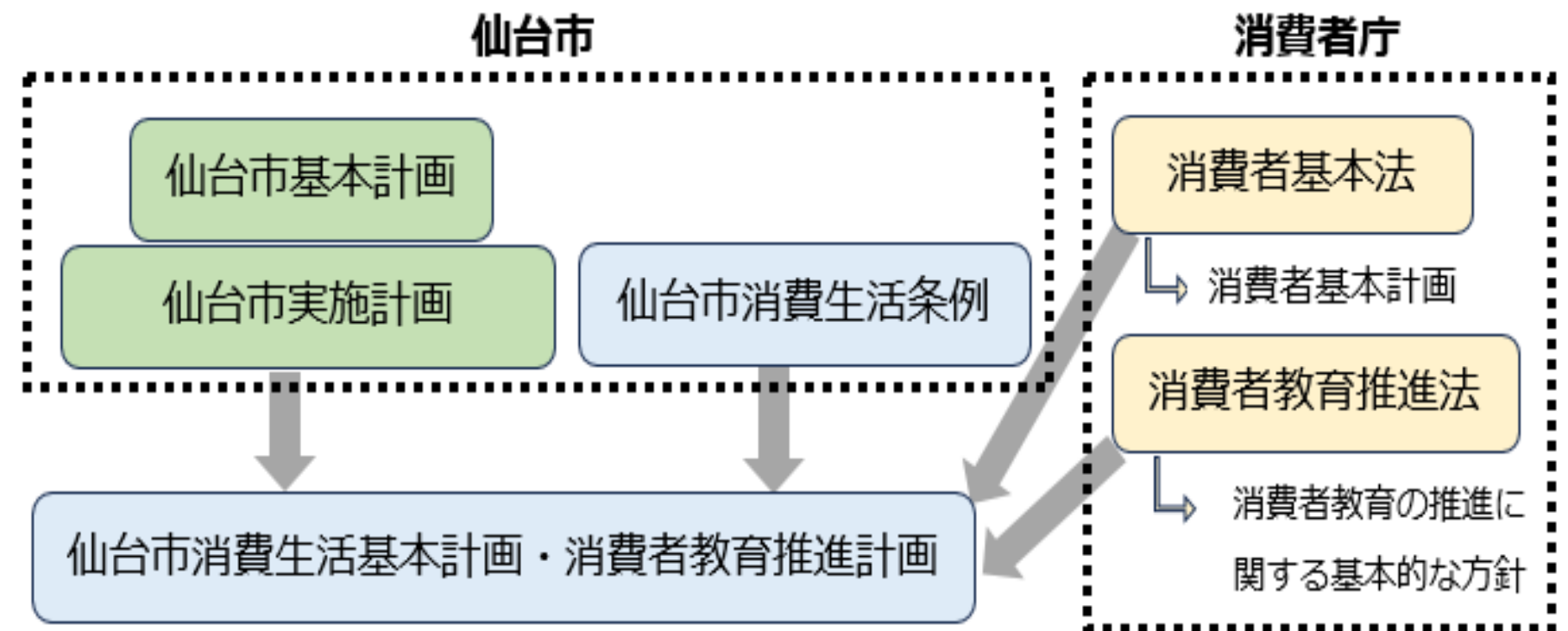
● 計画期間

令和8年度～12年度（5か年）

● 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。

また、「消費者教育推進法」第10条により策定に努めなければならないとされている「市町村消費者教育推進計画」を一体としている。



消費生活をめぐる社会の現状と課題

●消費者を取り巻く状況

- ・高齢化の進行
- ・若者の消費者被害増加への懸念
- ・外国人住民の増加
- ・インターネット・SNSの利用増加及び電子商取引の拡大
- ・自然災害の大規模化
- ・激甚化

●消費生活に関する意識調査結果

【消費者意識調査】

- ・消費者は、商品・サービスの「安全性」を重視している。
- ・消費者トラブル防止に「家庭内での教育やコミュニケーション」が大切と回答。
- ・「消費者市民社会」と「エシカル消費」について、消費者・事業者ともに半数以上が「知らない」と回答。
- ・消費生活センターの「名前も業務内容も知っている」消費者は、現計画目標50.0%に届かず。
- ・消費者が消費者被害等の注意喚起情報を得やすい情報媒体は、「SNS(YouTube、X、LINEなど)」が前回調査より大幅増。「情報誌」は減少。

【こども向けアンケート】

- ・お金のことでも困ったことがあった場合、93.8%が「家族」に相談。
- ・動画視聴やゲームをする際、20.8%が、家族に「確認せずに自由に利用」している。

【高校生向けアンケート】

- ・商品・サービスに関するトラブルにあったことが「ある」は26.4%、消費生活センターを「知らない」は82.6%。
- ・消費生活に関する情報を得やすい媒体は、86.4%が「SNS」と回答。

目指すべき姿と施策の柱

● 目指すべき姿

多様な主体との連携による
「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

● 踏まえるべき視点

- 消費者教育の推進
- 持続可能な社会づくりに向けた取り組みの推進
- SDG s の考え方に則った施策の推進
- ダイバーシティの推進

● 施策の柱

- I 消費生活の安全・安心の確保
- II ライフステージや消費者の多様な特性に応じた消費者教育・啓発の充実
- III 持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進
- IV 消費者被害の防止及び救済
- V 見守り等の配慮を要する消費者（高齢者等）への対応

「施策一覧」の概要

施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保

施策の方向		施策数
1	商品・サービスの安全の確保	11
2	生活関連商品の安定供給及び適正な表示・計量の推進	10
3	不適正な取引行為への対応	4
4	災害時などの緊急時における対応	5
5	関係機関・団体等との連携	2

計32施策

具体的な施策

- ・ 食品表示や生活三法、計量法に基づく指導等
- ・ 事業者団体等との意見交換・要請
- ・ 食品の安全性や消費者事故などに関する情報提供 など

評価指標

指標項目	評価内容	現状値 (令和6年度)	目標値
1. 食品表示に関する 調査・啓発	調査・啓発件数	(1 2 3 件)	毎年度 1 2 0 件以上
2. 計量に関する検査	はかり検査戸数	1, 5 2 2 戸	毎年度 1, 3 0 0 戸以上
3. 安全・安心への 配慮	商品やサービスを選択する際、 表示や説明を確認している市 民の割合	(7 5. 3 %)	計画終了時点で 8 0 %以上

「施策一覧」の概要

● 施策の柱Ⅱ ライフステージや消費者の多様な特性に応じた消費者教育・啓発の充実

施策の方向		施策数
1	学校や家庭における消費者教育・啓発の充実	11
2	地域等における消費者教育・啓発の充実	7
3	啓発を行う人材の育成	2
4	関係機関・団体等との連携	6

計26施策

具体的な施策

- ・ 消費者教育ウェブ教材「伊達学園」等の提供による学習機会の充実
- ・ 若者向けに、さまざまな機会や媒体を活用した情報提供・啓発
- ・ 教育現場等との連携強化や、学校や家庭での消費者教育の充実 など

評価指標

指標項目	評価内容	現状値 (令和6年度)	目標値
1. 消費者教育ウェブ教材 「伊達学園」による 消費者教育の推進	「伊達学園」への アクセス数	654,569件	毎年度 750,000件 以上
2. 学校における 消費者教育の推進	① 消費者教育出前講座 の実施回数	24回	毎年度 20回以上
	② 講座アンケートで内 容が「参考になった」と 回答した割合	(100.0%)	100%

「施策一覧」の概要

● 施策の柱Ⅲ 持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進

施策の方向		施策数
1	持続可能な社会を目指すライフスタイルの推進	8
2	持続可能な社会を目指すビジネススタイルの推進	5
3	環境教育・食育の推進	11
4	関係機関・団体等との連携	5

計29施策

具体的な施策

- ・ エシカル消費について知り、意識を高めるための啓発や情報提供
- ・ 環境に関する講座の開催やイベントへの出展により学ぶ機会を提供
- ・ 「仙台市消費者川柳」の募集・表彰 など

評価指標

指標項目	評価内容	現状値 (令和6年度)	目標値
1. 消費者市民社会の形成に 寄与する取り組み	価格やデザインだけでなく、 人・社会・地域・環境について 意識したことがある市民の 割合	(49.3%)	計画終了時点で 60%以上
2. エシカル消費の認知度	① エシカル消費という言葉 を聞いたことがある市民の割 合	39.0%	計画終了時点で 50%以上
	② エシカル消費という言葉 も内容も知っている市民の割 合	9.9%	計画終了時点で 20%以上

「施策一覧」の概要

施策の柱Ⅳ 消費者被害の防止及び救済

施策の方向		施策数
1	消費者被害の未然防止・拡大防止	5
2	消費者被害の救済	4
3	消費生活相談の充実	11
4	関係機関・団体等との連携	6

計26施策

具体的な施策

- ・ さまざまな媒体を活用した消費生活センター相談窓口の周知
- ・ 消費生活及び被害防止に関する情報提供
- ・ 特定適格消費者団体を目指す団体への支援 など

評価指標

指標項目	評価内容	現状値 (令和6年度)	目標値
1. 消費生活センターの認知度	① 消費生活センターの名前を知っている市民の割合	84.0%	計画終了時点で90%以上
	② 消費生活センターの名前も相談機関であることも知っている市民の割合	(39.0%)	計画終了時点で50%以上
2. 消費者被害防止の取り組み (消費者被害にあわないために日頃気を付けている市民の割合)	① 契約する際は、契約内容（ネット通販の場合は最終確認画面）を確認している	(38.6%)	計画終了時点で50%以上
	② 高額な契約や契約内容に不安がある場合は、その場ですぐ決めず、自分で調べたり相談したりする	(51.3%)	計画終了時点で60%以上
	③ キャッシュレス決済*は、管理に注意して計画的に使用し、利用状況を確認している	(42.3%)	計画終了時点で50%以上

「施策一覧」の概要

● 施策の柱Ⅴ 見守り等の配慮を要する消費者(高齢者等)への対応

施策の方向	施策数
1 高齢者等に対する支援	12
2 高齢者等の見守り活動に対する支援	6
3 関係機関・団体等との連携	3

計21施策

具体的な施策

- ・ 地域団体や事業者等への防犯・悪質商法などに関する出前講座
- ・ 配食サービス事業者との連携による注意喚起情報の提供
- ・ 見守りネットワークづくりの推進と、事業者・団体と連携した注意喚起情報の提供
など

評価指標

指標項目	評価内容	現状値 (令和6年度)	目標値
1. 連携による見守り事業の 推進	配食サービス配達時の注意喚起 チラシの配布数	13団体 38,600部	毎年度 10団体 36,000部 以上
2. 消費者被害防止及び見守り 事業の推進 (出前講座 「くらしのセミナー」)	① 高齢者・障害者向けセミ ナーの実施回数	14回	毎年度 15回以上
	② 見守りの担い手となる団体 向けセミナーの実施回数	2回	毎年度 3回以上
	③ 講座アンケートで内容が 「参考になった」と回答した 割合	(92.9%)	100%

計画の進行管理及び推進体制

● 計画の進行管理及び評価

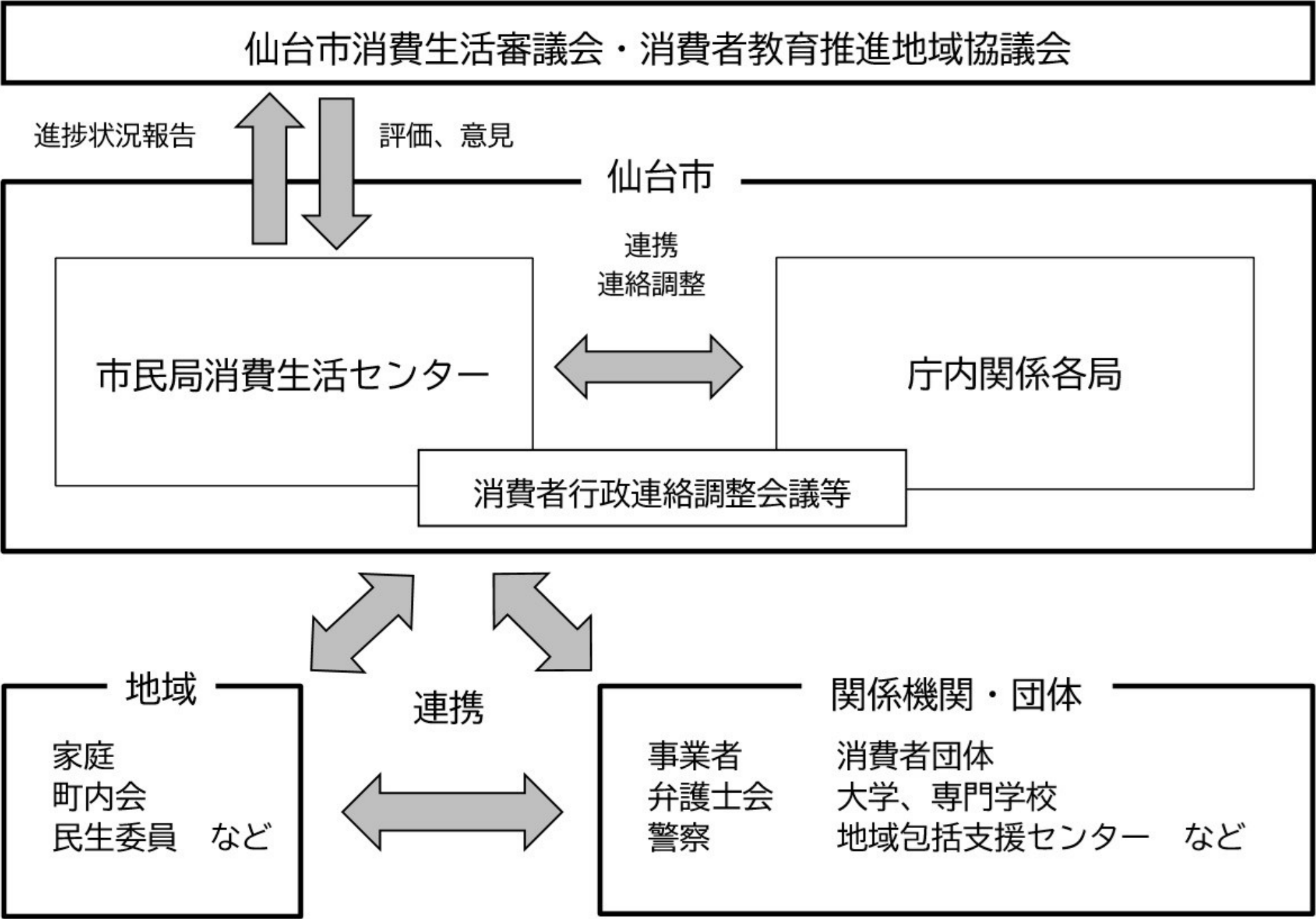
本計画の進行管理にあたり、仙台市消費生活審議会に毎年度取り組み状況を報告し、その意見・評価結果等を市ホームページで公表する。

● 市の関係部局内の連携

消費者施策は広範な分野にわたることから、消費者行政連絡調整会議等により庁内のさまざまな部局と連携しながら、全庁的に施策を展開。

● 関係機関・団体等との連携

地域や関係機関・団体等との連携・協働により計画を推進。



【参考】 仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画の構成

第1章

計画の基本的な考え方

- 1 策定の経緯と趣旨
- 2 計画の位置づけ
- 3 計画の期間
- 4 策定の経過

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
- 2 前計画（令和3年度～令和7年度）の振り返り
- 3 消費生活に関する意識調査結果
（消費生活意識調査・こども若者向けアンケート）
- 4 取り組むべき課題

第3章

目指すべき姿と施策の柱

- 1 目指すべき姿
- 2 施策の柱

第4章

計画推進のための施策の展開及び進捗管理

- 1 施策の体系
- 2 施策の展開
- 3 施策一覧
- 4 計画の進捗管理及び推進体制

資料編

【資料1】 消費者教育について

【資料2】 計画の策定経過

【資料3】 仙台市消費生活審議会

【資料4】 消費生活意識調査・こども若者向け
アンケート実施状況

【資料5】 中間案に関する市民意見募集
（パブリックコメント）の実施結果

【資料6】 仙台市消費生活条例

【資料7】 用語集