

仙台市消費生活基本計画 消費者教育推進計画 中間案（令和8～12年度）

令和7年10月14日

市民局消費生活センター

素案からの主な変更点

第1章 計画の基本的な考え方

第2章 消費生活をめぐる社会の現状と課題

- ①図表に最新年度データを追加 (p3～5)
- ②こども向け・高校生向けアンケートによる意識調査結果を追加 (p14)

第3章 目指すべき姿と施策の柱

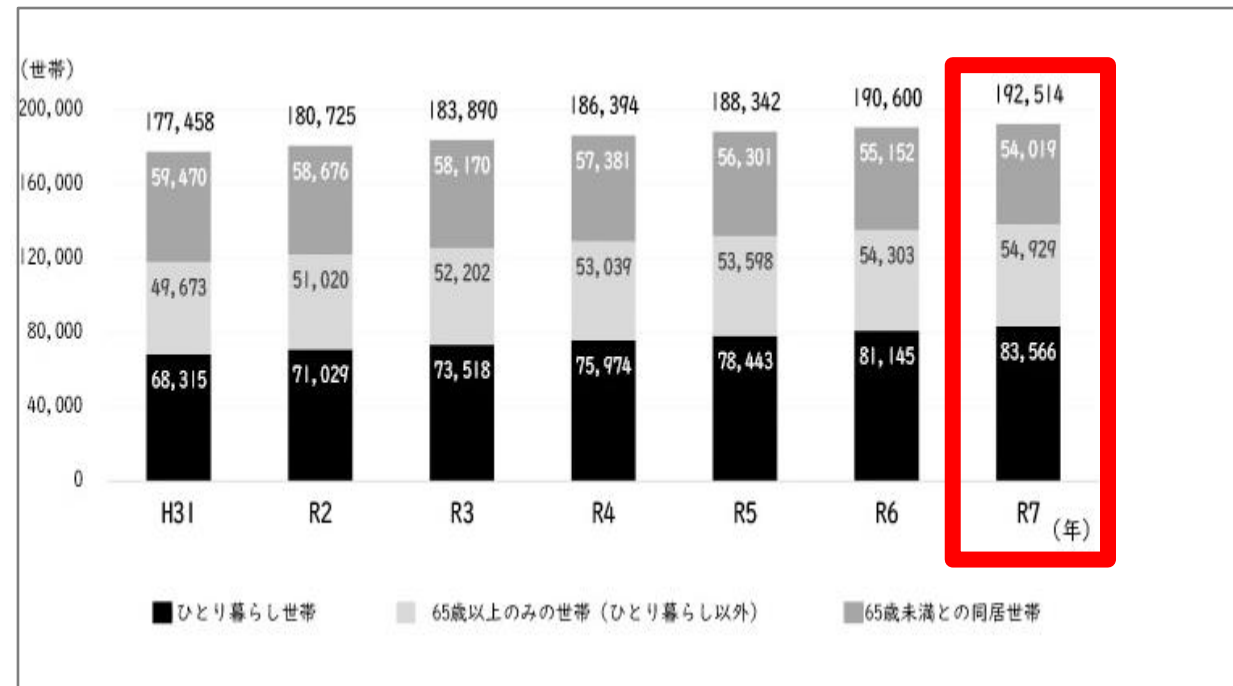
第4章 計画推進のための施策の展開及び進捗管理

- ③「施策の方向」を一部修正 (p21)
- ④施策の柱ごとに「主な施策」及び「評価指標」を追加 (p22～27)

変更点①

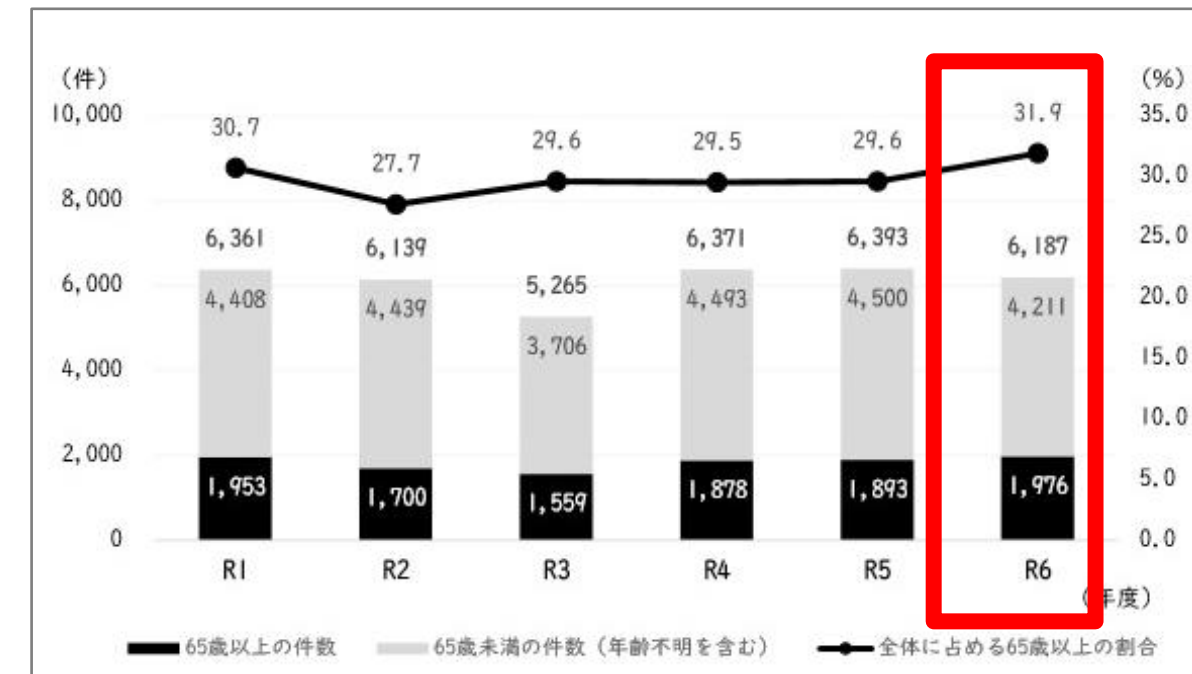
図表に最新年度データを追加 (p3~5)

図表2 65歳以上の高齢者世帯数の推移



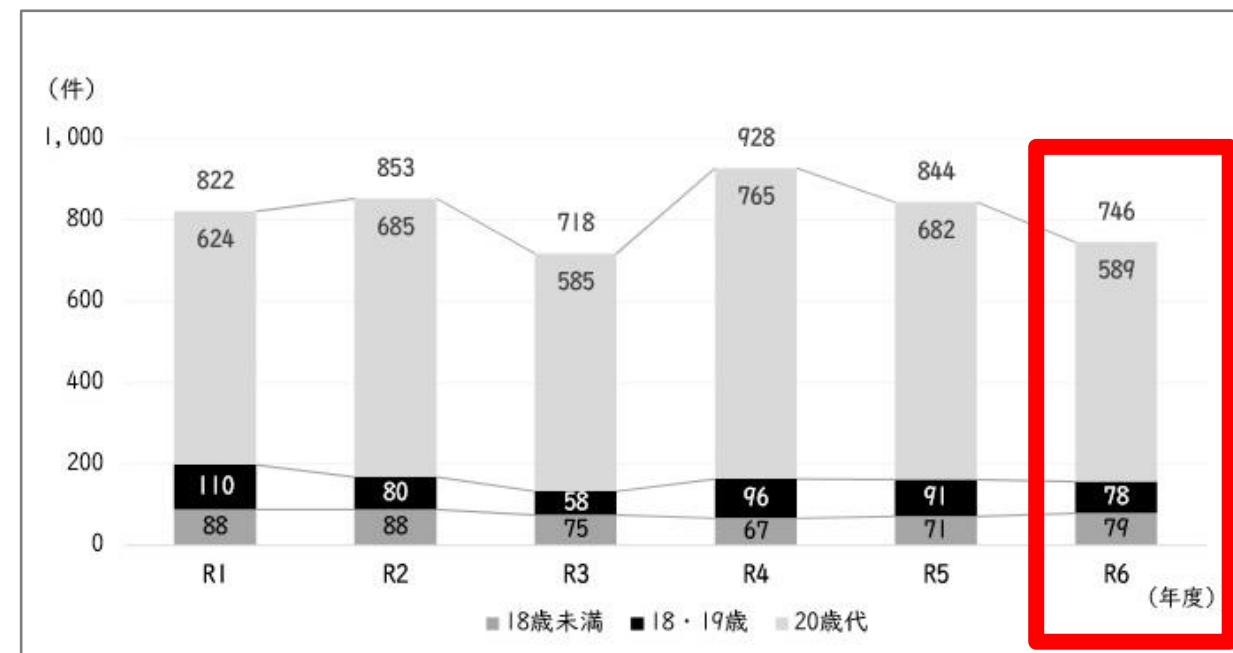
※ 住民基本台帳から抽出したデータにより作成

図表3 65歳以上の相談件数・割合の推移



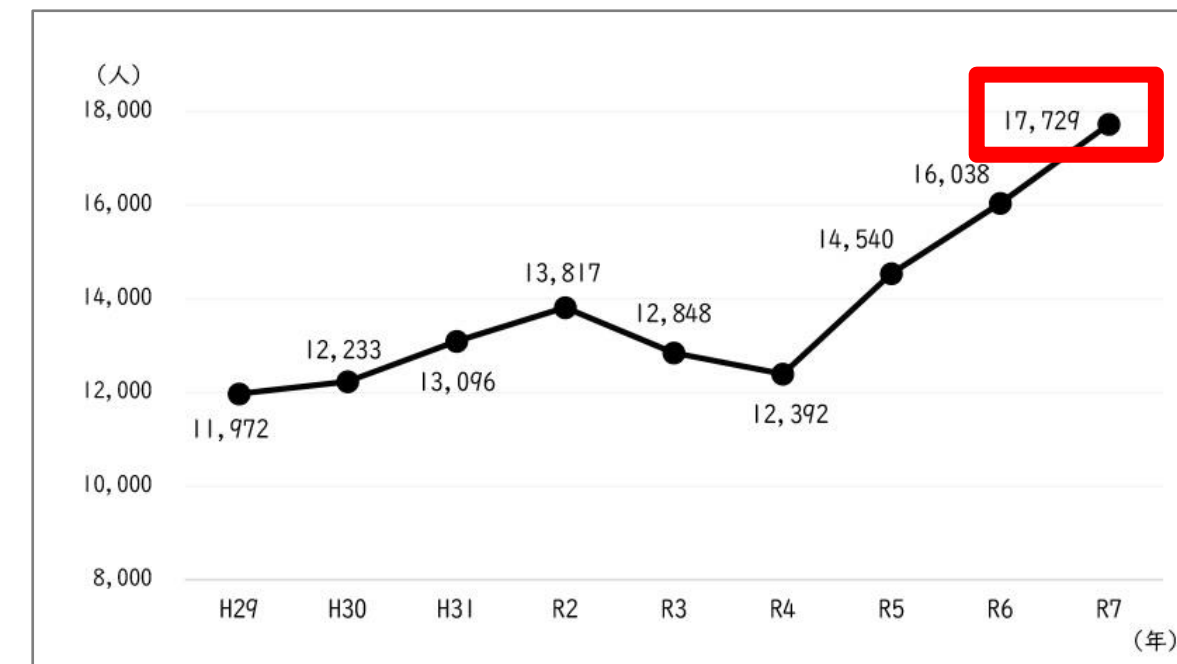
※ 仙台市消費生活センター集計

図表4 若者の年代別相談状況の推移



※ 仙台市消費生活センター集計

図表5 仙台市における外国人住民数の推移



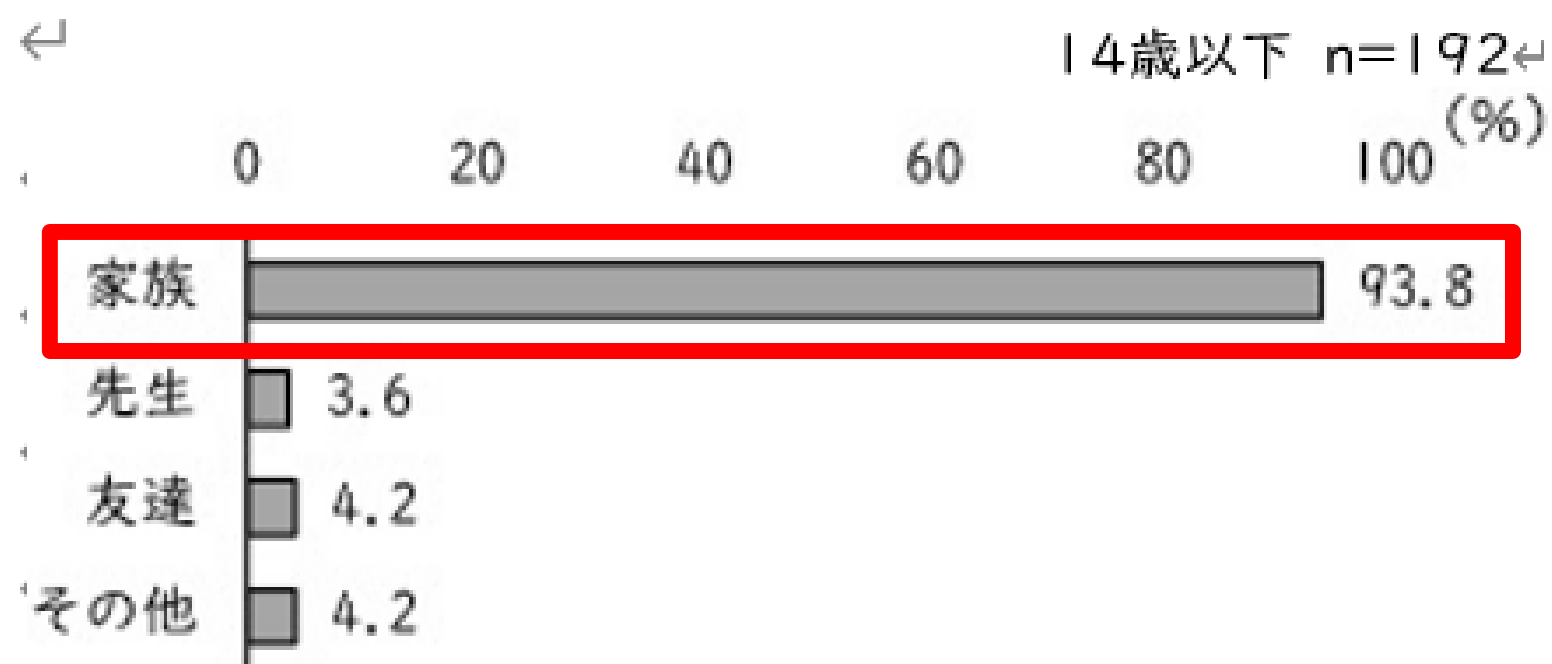
※ 各年4月30日現在「仙台市における外国人住民数の推移」(仙台市文化観光局資料)より作成

変更点②

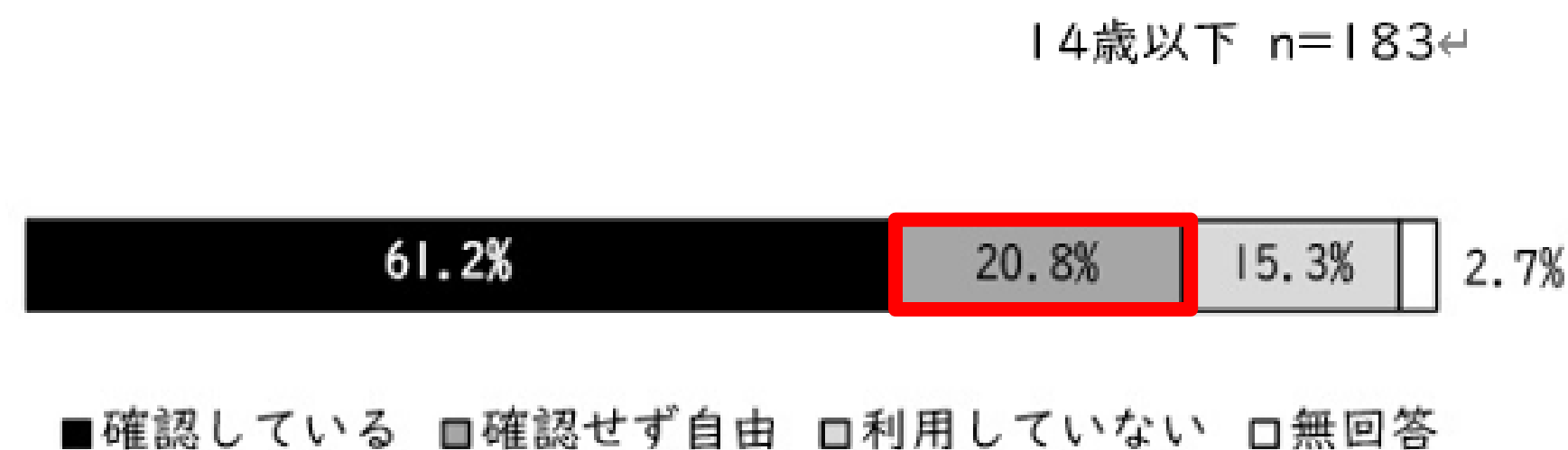
こども向けアンケートによる意識調査結果を追加（p14）

- ・ お金のことで困ったことがあった場合、誰に相談するかをたずねたところ、93.8%が「家族」と回答しました(図表 21)。←
- ・ インターネットやスマートフォンで動画を見たり、ゲームをしたりする際、家族に確認してから使っているかをたずねたところ、20.8%が「確認せずに自由に利用している」と回答しました(図表 22)。←

図表21 お金で困った場合の相談先(複数可)←



図表22 動画やゲーム利用の家族への確認←

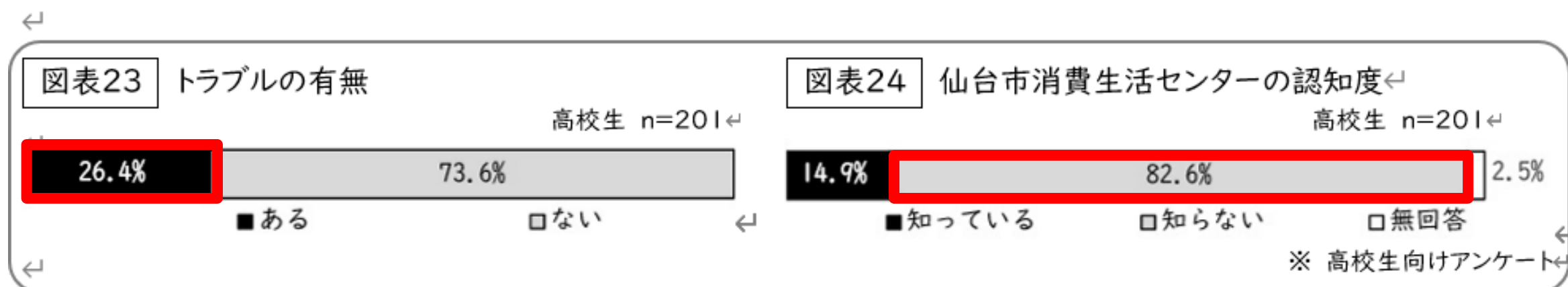


※ こども向けアンケート←

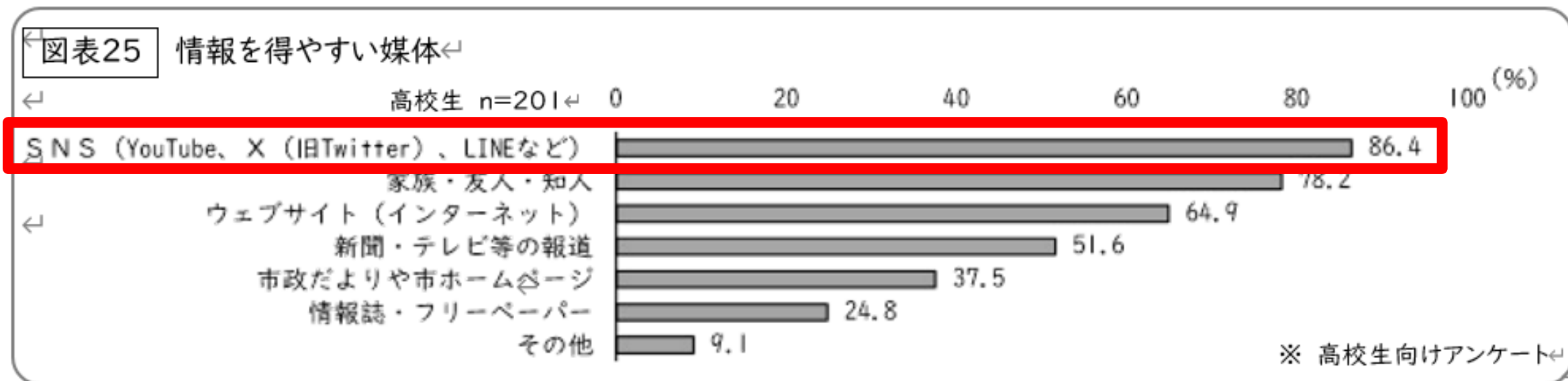
変更点②

高校生向けアンケートによる意識調査結果を追加 (p14)

- 商品の購入やサービスの利用にあたって、トラブルにあったことがあるかをたずねたところ、26.4%がトラブルにあったことが「ある」と回答しました(図表 23)。その内訳を自由記述でたずねたところ、インターネットによる購入に関するトラブルが多く見られました。←
- トラブルにあったときの相談窓口として、「仙台市消費生活センター」を知っているかをたずねたところ、82.6%が「知らない」と回答しました(図表 24)。←



- 消費生活に関する情報を得やすい媒体をたずねたところ、86.4%が「SNS(YouTube、X、LINE など)」と回答しました(図表 25)。←



変更点③

「施策の方向」を一部修正（p21）

柱	施策の方向（修正前）	（修正後）
I	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・計量の推進 3 事業者に対する指導等 4 個人情報保護施策の推進 → 削除 5 災害時などの緊急時における対応 6 関係機関・団体等との連携	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・計量の推進 3 不適正な取引行為への対応 4 災害時などの緊急時における対応 5 関係機関・団体等との連携
III	1 持続可能な社会を目指すライフスタイルの推進 2 持続可能な社会を目指すビジネススタイルの推進 3 環境配慮行動に取り組む人材の育成 4 関係機関・団体等との連携	1 持続可能な社会を目指すライフスタイルの推進 2 持続可能な社会を目指すビジネススタイルの推進 3 環境教育・食育の推進 4 関係機関・団体等との連携
V	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・団体等との連携	1 高齢者等に対する支援 2 高齢者等の見守り活動に対する支援 3 関係機関・団体等との連携

変更点④

施策の柱ごとに「主な施策」「評価指標」を追加（p22～27）

施策の柱Ⅰ

消費生活の安全・安心の確保

- 主な施策
- ・商品・サービスの安全性の確保のための監視指導
 - ・適正な商品表示・計量の推進のための調査指導
 - ・法令遵守等の取り組みに関する情報収集及び事業者への要請
 - ・災害時等緊急時の生活関連商品等の安定供給の確保、消費者被害の未然防止・拡大防止
 - ・国・県等の関係機関・団体等と連携し、消費者の安全・安心を確保

● 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	(123件)	毎年度 120件以上
2. 計量に関する検査	はかり検査戸数	1,522戸	毎年度 1,300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	(75.3%)	計画終了時点で 80%以上

※ （ ） 付きの現状値は、参考値を記載

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

● 主な施策

- ・学校や家庭における消費者教育・啓発
年代や消費者の特性に合わせた講座の実施や消費者教育教材の作成・配布
- ・地域等における消費者教育・啓発
消費生活や消費者被害防止についての情報提供・啓発・講座開催
- ・地域人材の育成、消費生活相談員のスキル向上、市民活動団体への支援
- ・教育委員会をはじめとした関係機関・団体等と連携し、消費者教育・啓発を推進

● 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%)	100.0%

※ () 付きの現状値は、参考値を記載

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

- 主な施策
 - ・ 持続可能な社会を目指すライフスタイルの推進
エシカル消費に関する情報提供や実践する機会の提供
脱炭素型のライフスタイルの定着や資源循環都市の実現に向けた行動につながる取り組み
 - ・ 持続可能な社会を目指すビジネススタイルの推進
環境に配慮した事業活動に対する支援、消費者志向経営の推進
 - ・ 環境教育・食育の推進
環境をテーマとした講座の開催や食に関する情報発信による学ぶ機会や知る機会の提供
 - ・ 市民や事業者、学校等、多様な主体と連携し、環境配慮行動の輪を広げる

● 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

施策の柱Ⅳ 消費者被害の防止及び救済

● 主な施策

- ・ 消費者被害の未然防止・拡大防止
被害拡大が懸念される相談事例や注意喚起情報の提供
相談窓口の周知による消費生活センターの認知度向上
- ・ 消費者被害の救済
消費生活条例に基づく助言及びあっせん等
特定適格消費者団体を目指す団体に対する支援
- ・ 消費生活相談の充実
研修の受講等による消費生活相談員の専門的知識の向上
国が推進する消費生活相談のデジタル化の動向を注視
多重債務者や外国人住民等からの相談には、必要に応じて関係機関・団体と連携

● 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 (消費者被害に遭わないために 日頃気をつけている市民の 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

※ () 付きの現状値は、参考値を記載

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

● 主な施策

- ・ 高齢者等に対する支援
防犯・悪質商法等をテーマとした出前講座の実施
配食サービス事業者・団体等との連携による注意喚起情報等の提供
- ・ 高齢者等の見守り活動に対する支援
講座の実施・啓発物品の提供・見守りガイドブックの配布
福祉部署との連携による見守り活動の担い手の育成
- ・ 関係機関・団体等との情報共有を通し、見守りネットワークづくりの推進

● 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%)	100.0%

※ () 付きの現状値は、参考値を記載