

仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画（中間案）に関する
市民意見募集（パブリックコメント）の実施結果について

1 実施概要

- （１）実施期間 令和 7 年 10 月 22 日（水）～11 月 21 日（金） ※11 月 17 日（月）に市民説明会を開催
- （２）意見受付方法 郵送、Ｅメールまたは市ホームページから電子申請
- （３）周知方法及び配布場所
市政だより 11 月号及び市ホームページに掲載
概要版及び本編の配布（消費生活センター、市政情報センター、各区役所・総合支所、市民センター等）

2 意見募集結果

- （１）提出者数 11（個人 8、団体 3）
- （２）意見件数 51 件

3 意見の概要と本市の考え方

次ページ以降のとおり

4 今後の予定

令和 8 年 3 月 計画策定

「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画」（中間案）に
寄せられたご意見の概要と本市の考え方について

意見分野別	件数
第2章 消費生活をめぐる社会の現状と課題に関するご意見	6 件
第3章 目指すべき姿と施策の柱に関するご意見	1 件
第4章 計画推進のための施策の展開及び進行管理に関するご意見	43 件
Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保	(2)
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	(12)
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	(8)
Ⅳ 消費者被害の防止及び救済	(8)
Ⅴ 見守り等の配慮を要する消費者（高齢者等）への対応	(13)
その他ご意見	1 件
合計	51 件

第2章 消費生活をめぐる社会の現状と課題に関するご意見(6件)

項番	ご意見の概要	本市の考え方
1	仙台市（宮城県）特有の状況はあるか。高齢化、インターネット・SNSの利用増加、電子商取引の拡大、若者の消費者被害増加などを踏まえて対応体制の強化が求められると思う。	次期計画の中で、消費者を取り巻く状況などを踏まえて本市の課題を整理し、今後それに対応するための施策を展開してまいります。
2	消費生活センターの認知度向上と機能向上について、現状と目標値が「低い」と思う。「188」の周知度は如何か。消費者が消費生活センターに期待するのはトラブル解決の相談窓口が第一。デジタル媒体の活用などにより「存在を知ってもらう」策を強化したい。	消費者ホットライン「188」の認知度は、当センターが令和6年度に実施した消費生活意識調査の結果では、53.1%となっています。いただいたご意見を踏まえ、188及び消費生活センターの認知度向上に努めてまいります。
3	相談受付件数のみならず、「相談者の満足度」が大切だと思う。相談内容の分類、相談者の年代等による分類なども示されたい。特に対応不十分・対応不可を含めた解析が望まれる。	いただいたご意見を踏まえ、消費生活相談の状況の概要を最終案に掲載いたします。
4	多様な主体との連携推進について、関係機関・団体等との連携による課題解決力の向上。国民生活センター、県消費生活センター、県内市町の消費生活センターをはじめ、弁護士会や警察・福祉機関等の関係機関・団体との「具体・実質的」な連携・協働による課題解決が望まれる。	今後も国、県をはじめ、関係機関・団体等と連携を図っていくこととし、最終案に施策を記載いたします。

項番	ご意見の概要	本市の考え方
5	<p>海外事業者が関わる消費者問題は大幅に増加しており、特にインターネット通販で海外の商品、チケット、サービスなどを購入した際のトラブルが頻発している。情報化および国際化の進展により、消費者はインターネットを通じて海外事業者と気軽に取り扱できるようになった一方で、越境取引に関する消費者問題が増加している。今後、海外サイトでのトラブルはさらに増加する可能性が高いと予測される。次期計画における社会情勢の変化として、消費者をめぐる国内外でのデジタル化の進展を明確に記載してほしい。また、海外事業者の情報収集やトラブル解決の役割を担う越境消費センターとの連携を強化し、地域住民への情報提供や啓発活動を推進する必要がある。注意喚起の情報をより多くの地域住民に届けるため、SNSやウェブサイトなど多様な媒体を活用した情報発信をお願いしたい。(同様の意見他1件)</p>	<p>いただいたご意見を踏まえ、デジタル媒体も活用しながら、広く市民に向けて、被害拡大が懸念される相談事例や注意喚起情報の提供を行うこととし、最終案に施策を記載いたします。</p>

第3章 目指すべき姿と施策の柱に関するご意見 (1件)

項番	ご意見の概要	本市の考え方
6	<p>本計画が目指す「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」の実現は、デジタル化時代の新たな課題に対応する中で、その重要性を一層増していく。本計画が具体化されることにより、仙台市における消費者行政のさらなる進展に寄与することを期待している。引き続き、消費者被害の未然防止・救済の最前線における活動を通じて、本計画の推進に積極的に協力していく所存である。</p>	<p>いただいたご意見は、今後の施策を進める上での参考とさせていただきます。</p>

第4章 計画推進のための施策の展開及び進行管理に関するご意見(43 件)

I 消費生活の安全・安心の確保に関するご意見（2 件）

項番	ご意見の概要	本市の考え方
7	食品表示について、ゲノム編集の表示をしてほしいと国に要望しているが、なかなか難しいため、地方から動きを広めたい。このような動きがあることを知ってほしい。	いただいたご意見は、今後の施策を進める上での参考とさせていただきます。
8	消費者意識調査の結果(p11 図表 9)、市民（58.6%）・事業者（52.0%）ともに、消費生活センターや消費者行政に対して「不適正・悪質な事業者に対する監視や指導強化」への期待が高い。この点について、施策の柱Ⅰ「消費生活の安全・安心の確保」では、「商品・サービスの安全確保のため、関係法令等に基づき、食品の安全性を確保するための監視指導等を行う」「商品・サービス提供事業者より法令遵守等の取り組みについて情報を収集し、必要に応じて要請等を行う」（p22）としている。市民の期待が大きいテーマであることを踏まえ、事業者への指導、県や国等関係機関との連携、市民への情報提供などについて、具体策が示されることを求める。	消費生活における安全を確保するための取り組みについては、最終案に施策を記載いたします。

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・啓発の充実に関するご意見（12 件）

項番	ご意見の概要	本市の考え方
9	図表 4（p4）の「若者の年代別相談状況の推移」を考えると、p23 の評価指標「消費者教育出前講座の実施回数」を「毎年度 20 回以上→毎年度 40 回以上」（小中高のモデル校を対象に）と目標を上げてもらいたい。	申込による講師派遣のため、実績に基づく実施回数を設定しています。より多くの学校で活用できるよう、開催方法や周知方法を工夫してまいります。

項番	ご意見の概要	本市の考え方
10	<p>消費者が事業者に対して適切な意見を伝えることは、消費者の権利であり、結果として商品やサービスの向上にもつながる極めて重要な行為である。一方で、近年、消費者からの過度な要求、不当な言いがかり、暴言といった迷惑行為（カスタマーハラスメント。以下「カスハラ」という。）が社会的な問題となっている。こうした背景から、カスハラへの関心が高まる中で、事業者側がカスハラ対策を講じること、また、市民がカスハラに対する共通認識を持つこと、そしてその発生を未然に防止するための消費者教育は、非常に重要であると考ええる。企業のカスハラ対策が進展している現状を踏まえ、消費者教育計画にカスハラ防止に向けた消費者教育のあり方を盛り込んでほしい。（同様の意見他1件）</p>	<p>いただいたご意見を踏まえ、最終案に記載いたします。</p>
11	<p>現在、カード、クレジット、キャッシングによる多重債務の増加に加え、インターネットバンキングの普及や多様な金融商品の登場により、消費者をめぐる金融環境は著しく複雑化している。また、収入構造が不安定化する現代社会において、個人のライフプランと資金計画を結びつける実践的な金融教育の推進は、今後ますます重要となると考えられる。「お金に関するトラブルから身を守る能力」としての金融リテラシー向上を推進するためにも、「金融教育の推進」について、施策項目にも明確に記載してほしい。（同様の意見他1件）</p>	<p>金融経済教育の取り組みは、最終案に施策を記載いたします。</p>
12	<p>仕事をしているとイベントや講座を受ける機会自体が持てない。講座内容を広報してほしい。</p>	<p>いただいたご意見は、今後の施策を進める上での参考とさせていただきます。</p>
13	<p>消費者教育ウェブ教材「伊達学園」を知らなかった。保護者の立場から言うと、学校からはイベントなどの案内がアプリで数多く届くため、「見ておいてください」のみではまず見ない。先生が授業として触れたり、見ることを宿題にしたりするなどの工夫が必要。</p>	<p>いただいたご意見のとおり、活用できるよう引き続き周知してまいります。</p>

項番	ご意見の概要	本市の考え方
14	消費者教育ウェブ教材「伊達学園」を知ってもらうには、教育委員会を通して先生方に実際に教材を見てもらい、高校生に興味を持ってもらえるよう、先生方から声がけしてもらえるとよいのではないかと。高校生には探究の学習で取り上げてもらえるとうい。	今後もより多くの児童生徒に活用してもらえるよう、学校との連携を継続してまいります。
15	親は、こどもが被害にあわないための情報がほしいと思っている。社会学級などで（そのテーマでの）講座開催があれば参加すると思う。	出前講座「くらしのセミナー」は、グループや団体からの申込により講師派遣を行っております。こどもが被害にあいやすいテーマも可能ですので、ぜひご利用ください。
16	食品表示やエシカル消費について講師になることができる。講師登録のような仕組みがあれば、出向いて講座できるのではないかと。思う。	当センターでは、仙台市内で行われている消費者教育に関する取り組みを収集した「せんだい消費者教育支援バンク」を作成しています。掲載をご希望の場合はお知らせください。
17	消費者トラブルは多岐にわたるが、相談をどこにしたらよいかわからない方がいると思う。特に、学生は相談へと踏み出すのが難しいと思う。学生が相談できる第一歩としてセンターをどのように案内しているか。また、学生への教育をどのように行っているのか。	学生に対しては、大学新入生オリエンテーションやはたちの集い、SNS広告等による啓発のほか、大学や専門学校等向けに希望テーマに応じた出前式の講座を行っております。引き続き、さまざまな機会や媒体を活用した取り組みを進めてまいります。
18	メール相談は、高齢者には難しいかもしれないが、学生にとっては相談の第一歩として良い方法だと思う。この施策を今後どのように進めていくのか。	インターネット消費生活相談は、相談受付時間内に電話や来所が困難な方のほか、年代や特性に応じた相談しやすいツールのひとつとして、引き続き活用し、周知してまいります。

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に関するご意見（８件）

項番	ご意見の概要	本市の考え方
19	エシカル消費にはフェアトレード商品や環境に配慮した商品の購買、オーガニック製品などがあげられるが、エシカル消費行動の推進には何がエシカル商品なのか消費者へ正確に伝えることも重要であるとする。各種認証ラベル、認証マークについて存在を知らない消費者もいることから、持続可能性に配慮した商品の認証ラベル等の周知についても計画に追記してほしい。（同様の意見他１件）	商品の認証ラベル等の周知を含め、市民がエシカル消費について学ぶ機会や知る機会を提供するための施策につきましては、最終案に記載いたします。
20	エシカル消費の認知度に関する指標（p24）について、「エシカル消費という言葉を知っている市民の割合」は現状値 39.0%に対し目標値 50%以上、「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」は現状値 9.9%に対し目標値 20%以上となっている。どのような取り組みにより認知度を上げるのか。（同様の意見他１件）	エシカル消費に関するイベント開催や広報により、学ぶ機会や知る機会を提供し、認知度を上げる取り組みを継続してまいります。エシカル消費に関する施策につきましては、最終案に記載いたします。
21	グリーン購入は、環境負荷の低減だけでなく、持続可能な消費と生産を促進し、資源の循環的な利用を促すことで、循環型社会の形成に不可欠な役割を果たすとする。グリーン購入が循環型社会形成に果たす目的や具体的な役割について追記してほしい。（同様の意見他１件）	グリーン購入を含めたエコ商品の購入の実践はエシカル消費につながり、循環型社会の形成に不可欠です。これらは持続可能な社会の形成にも大きく貢献するものと認識しており、中間案 p18 に記載しております。
22	環境保全に配慮した事業活動として、持続可能な開発のための教育、循環型社会の形成に向けたエネルギー教育に関する取組項目を追加してほしい。（同様の意見他１件）	環境教育に関する施策につきましては、最終案に記載いたします。

IV 消費者被害の防止及び救済に関するご意見（8 件）

項番	ご意見の概要	本市の考え方
23	ADR機能を持つ被害救済部会は、消費者と事業者間の紛争に対し、あっせんや調停を通じて迅速・公正な解決を図るという重要な役割を担っているが、この間、開催がない状況である。消費者の被害防止・救済に繋がることから、被害救済部会の活用を積極的に行ってほしい。また、市民への周知・徹底を要望する。（同様の意見他 1 件）	消費者トラブルに関する苦情があっせん等により解決することが困難で、広く市民の消費生活に影響が生じるなど必要があるときは、仙台市消費生活条例に基づき、調停による解決を図ることとしており、市民への周知を行ってまいります。
24	多様な主体との連携を強化するため、市民団体、学校教育現場、警察、地域等が相互に連携した取り組みに加え、異年齢・異業種による連携のあり方を積極的に探求することが重要。特に、地域の企業や学生などの既存の組織や力を最大限に活用していく必要があると考える。消費生活センターがコーディネート役となり、異業種間連携を促進するための具体的な取り組みについて、項目の内容に記載してほしい。（同様の意見他 1 件）	多様な主体との連携は、すべての施策に共通する取り組みとして計画に位置付けており、最終案に施策を記載いたします。
25	適格消費者団体が、消費者トラブルの未然防止・拡大防止及び被害回復に向けて活動を継続し、期待される役割を発揮するためにも継続的な財政支援を願う。（同様の意見他 1 件）	適格消費者団体への支援につきましては、最終案に施策を記載いたします。
26	現計画の振り返りにおいて、消費生活センターの「名前も業務内容も知っている」市民の割合は 39.0%（p12 図表 15）であり、計画終了時点の目標値 50.0%以上（p9）に届いていない。特に、経験不足や知識不足により被害にあいやすい傾向にある若者に焦点を当てると、高校生の 82.6%が消費生活センターを知らないとされている（p14 図表 24）。施策Ⅳにおいて、「消費生活センターの認知度向上に努めます」（p25）としているが、最終案に掲載予定とされる「取り組み事項」においては、市民がトラブル時に「ためらいなく相談できる」（p16）環境整備に向けた、より効果的な認知度向上のための施策の具体化を望む。特に、若年層は 86.4%が SNS から情報を得ている（p14 図表 25）という実態があることから、SNS による情報発信等の対応が急務と考えられる。	いただいたご意見を踏まえ、より効果的な広報に取り組んでまいります。

項番	ご意見の概要	本市の考え方
27	施策Ⅳ(p25)において「特定適格消費者団体を目指す団体に対する支援」を盛り込まれていることは、団体への期待の表れと受けとめている。民間のボランティア活動により支えられているという実情に鑑み、消費者被害の実態調査・分析に要する費用や専門人材の育成・確保等への経済的支援を含む具体的な支援内容を計画に盛り込むことを求める。また、施策の柱Ⅴ(p10)の今後の課題において、関係機関・団体として「適格消費者団体等」とのさらなる連携を図ることが言及されていることを踏まえ、行政機関、消費生活センター、適格消費者団体が参加する定期的な情報共有・意見交換の場を設け、不当表示・不当勧誘行為等に関する情報の提供を確保するなどの方策についても盛り込んでほしい。	適格消費者団体への支援や連携につきましては、最終案に施策を記載いたします。

V 見守り等の配慮を要する消費者（高齢者等）への対応に関するご意見（13件）

項番	ご意見の概要	本市の考え方
28	図表1及び図表2（p3）の「高齢化率」「高齢者世帯数の推移」、図表3（p4）の「65歳以上の相談件数・割合の推移」から考えると、p27の評価指標「高齢者・障害者向けセミナーの実施回数」を「毎年度15回以上→20回以上」（各区年4回、おおむね四半期に1回）、「見守りの担い手となる団体向けセミナーの実施回数」を「毎年度3回以上→5回以上」（各区年1回）に増やしてもらいたい。	申込による講師派遣のため、実績に基づく実施回数を設定しており、開催方法や周知方法の工夫などにより、より多くの方にご活用いただけるよう取り組みを進めてまいります。
29	見守り等の配慮を要する消費者（高齢者等）への対応について、配食サービス配達時の見守り事業の推進を評価指標に位置付けている。配食サービス配達時の注意喚起を促すためのチラシ配布だけでなく、見守り事例など情報提供も取り入れるなど、より実効性のある見守り推進に取り組んでほしい。（同様の意見他1件）	いただいたご意見を踏まえ、効果的な取り組みについて検討してまいります。

項番	ご意見の概要	本市の考え方
30	高齢者等が抱える問題は消費者被害だけに留まらず、生活困難や精神的な被害にもつながる可能性がある。高齢者等が安心して生活できる環境づくりのため、他団体との連携に加え、庁内関係部局との連携も強化してほしい。(同様の意見他1件)	いただいたご意見のとおり、引き続き、庁内関係部局と連携しながら施策を進めてまいります。
31	民生委員・地域包括支援センター職員・ケアマネジャーなどとの連携した啓発活動はこれまでも取り組まれてきたが、今後ますます重要になってくる。高齢者の消費者トラブル見守りに「消費生活パートナー」の積極的な活用を要望する。(同様の意見他1件)	いただいたご意見のとおり、今後も連携して消費者被害防止や啓発に取り組むこととし、最終案に施策を記載いたします。
32	障害者の消費生活相談件数は全国的に増加傾向にあり、障害者を巡る消費者トラブルが社会的な課題として拡大している。障害のある方は、その特性から障害者自身が被害に遭っていることに気づきにくく、また、被害が表面化しにくいという実態がある。こうした状況に対応するため、障害の種類や程度に応じた個別化された消費者教育の実施や、地域における見守り体制の強化が非常に重要。計画において消費者の多様性の観点から、障害者への対応について明確な記載を設けてほしい。また、若年障害者への消費者教育支援として、支援学校等への副教材の提供についても検討を願う。(同様の意見他1件)	いただいたご意見は、今後の施策を進める上での参考とさせていただきます。障害のある方や関係者向けの施策につきましては、最終案に記載いたします。
33	高齢者は消費者トラブルを抱えやすい。悪質業者は高齢者を狙うことも多い。「地域との連携」とあるが、連携の対象を具体的に教えてほしい。また、コンビニ、銀行、生協も消費者被害防止のために協力できると思うので、連携できたらいいと思う。	「地域との連携」の対象は中間案 p29 に記載しております。いただいたご意見は、今後の施策を進める上での参考とさせていただきます。
34	元気な高齢者が被害にあっている。高齢者は警察や税務署をかたられると信じてしまうため、被害にあわないためのお知らせができないか。元気な高齢者は難しい講座には行かないが、楽しい講座には参加するため、楽しい講座のなかで「こんな被害事例があります」とお知らせをするのはどうか。	いただいたご意見は、今後の施策を進める上での参考とさせていただきます。

項番	ご意見の概要	本市の考え方
35	現在は高齢者も携帯電話を一人一台持つ時代。高齢者である両親にも、特殊詐欺メール等が届くようだ。両親に、携帯電話の利用で困ったことがあった場合、どこに相談するかをたずねたところ、携帯キャリアショップに行くことと答えた。仙台市は通信会社と協定を結び、携帯電話の利用でトラブルにあった場合の取り決めなどを行っているのか。	当センターでは、各通信会社と定期的に情報交換を行っており、相談業務に生かしております。
36	高齢化の進行に伴い、判断力が低下する傾向にある人の増加が懸念されており(p3、p16 課題5)、高齢者からの相談が全体の約3割を占めているとの報告がなされている(p4 図表3、p16)。施策V(p27)では「見守りネットワークづくりを推進します」とされているが、現計画の振り返りにおいて、「見守りの担い手となる団体向けセミナー」の実施回数が目標（毎年5回以上）に対し実績（令和6年度：2回）と大きく下回っている（p10 表 指標項目2 ②）。このことから、地域での見守り活動が十分な成果を上げていない現状があることがうかがわれるところであり、デジタル社会の進展に伴う「情報格差による消費者被害」(p16)が増加している現状を踏まえても、福祉機関、地域包括支援センター、成年後見制度関係者、法律専門家らとの連携を強化した見守り活動をさらに推進するなど、高齢者など特に配慮を要する消費者への具体的な対応方策を検討し計画に盛り込む必要があると考えられる。	いただいたご意見は、今後の施策を進める上での参考とさせていただきます。

その他ご意見(1件)

項番	ご意見の概要	本市の考え方
37	一般消費者が目にするのは「本文」よりも「概要版」と思われる。「概要版」では「本文」の要約に限ることなく、具体例を出来るだけ多く示されたい。	最終案の概要版作成に向け、ご意見を参考にしてまいります。