

## 令和 4 年度仙台市消費生活基本計画の実施状況について

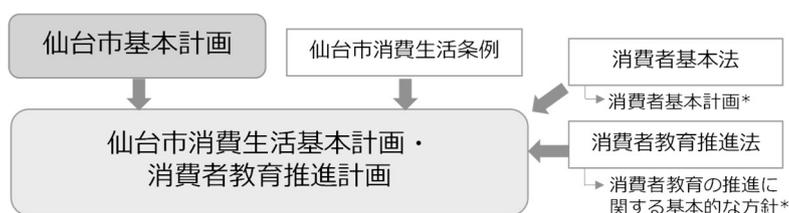
### 1 「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画」の概要

#### (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いる。また、施策の柱ごとに、「施策の方向」→「主な施策」→「取組事項」に細分化している。

- 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 進行管理について

消費者行政は教育、福祉、環境など、さまざまな部局にわたるものであるため、消費者行政連絡調整会議等において庁内関係部局との連絡調整を図りながら計画を推進する。年度ごとの施策の取組み状況については、消費生活審議会において報告・評価を行うとともに、本市のホームページに掲載する。

また、1 (4) に挙げた5つの施策の柱のもと施策を展開するが、その中でもより充実を図る必要がある施策を「重点施策」として位置付ける。さらに、施策の柱ごとに「評価指標」を定め、進行管理を行う。

## 3 令和4年度の実施状況について（資料2-2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、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。

安全・安心な生活の確保は、消費生活を営む上で基本的かつ重要な事項であることから、引き続き、国等の関係機関・団体と連携し、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、法令遵守の指導等を行うとともに、消費者への適切な情報提供を図っていく。併せて災害時等の緊急時における対応の整備に努めていく。

#### (1) 評価指標

指標	目標値	R3 実績値	R4 実績値	資料2-2の掲載場所
1. 食品表示法に基づく調査件数	120件以上/年	136件	122件	I-2-(2)-①
2. はかり検査戸数	1,300件以上/年	1,486件	1,532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。 【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を取り付けた。 【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。

今後も学校指導要領の変更や成年年齢の引き下げを踏まえ、引き続き効果的な消費者教育と教員のスキルアップをはじめ、ライフステージに応じた消費者教育の機会の充実に取り組んでいく。また、SDGsの達成や消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成に寄与するため、「人や社会、環境に配慮した消費行動」を実践していく等、さまざまな手法で消費者教育を推進していく。

(1) 評価指標

指標	目標値	R3 実績値	R4 実績値	資料 2-2 の掲載場所
1. 「伊達学園」アクセス数	5,000 件以上/年	90,246 件	219,998 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	80.4%	78.8%	/
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	62.4%	56.0%	
③食品ロスをなくす、減らす。	計画終了時点で 90%以上	90.5%	86.5%	

(※) 令和 5 年 2 月実施の市政モニターアンケートの結果による

(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。 【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。 【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。 【Ⅱ-2-(4)-②】
- ④ 公式ウェブサイトや公式 Instagram「とれたて仙台」を開設し、仙台産の農産物や地産地消についての情報を発信した。 【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。

今後も適時適切な情報提供行いつつ、消費生活相談窓口の認知度向上に取り組むほか、国や県、警察、弁護士会等と情報交換を行うなど、連携を図っていく。

(1) 評価指標

指標	目標値	R3 実績値	R4 実績値	資料 2-2 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	42.9%	44.8%	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	85.7%	86.3%	

指標	目標値	R3 実績値	R4 実績値	資料 2-2 の掲載場所
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	76.2%	78.3%	
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	63.5%	63.6%	
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	58.7%	66.3%	

(※) 令和 5 年 2 月実施の市政モニターアンケートの結果による

## (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。 【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。 【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業者に直接相談できる制度を実施した。 【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。

特に配慮を要する高齢者や障害者等の消費者トラブルを防止するための支援は、今後も必要性が大きくなっていくと考えられることから、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情報提供などの取り組みを推進していく。

### (1) 評価指標

指標	目標値	R3 実績値	R4 実績値	資料 2-2 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	10 団体 36,070 部	13 団体 38,980 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	8 回	15 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	1 回	3 回	IV-1-(2)-①

### (2) 業務指標 (一部抜粋)

- ① 障害者向け啓発リーフレットを作成し、市内障害福祉サービス事業所等に配布することで、消費者被害防止の注意喚起や相談窓口の周知を行った。 【IV-1-(1)-②】

- 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。 【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、各施策を推進した。

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、各主体の取り組みをつなげ、情報共有を図っていく。

(1) 評価指標

指標	目標値	R3 実績値	R4 実績値	資料 2-2 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	10 団体 36,070 部	13 団体 38,980 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、介護保険サービスに関する相談・苦情等に対応した。 【V-3-(1)-②】
- ② 住まいに関連する団体等と連携し、既存住宅の活用に関する相談体制の充実を図るとともに、意見交換等を実施した。 【V-3-(3)-①】