

## 仙台市消費生活基本計画(平成 28 年度～令和 2 年度)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」の目的・構成

#### (1) 目的

市民協働により、「消費者が安全に安心して暮らせる社会」「消費者市民社会」を目指し、消費者の利益の擁護および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) 構成

以下の 5 項目の重要課題ごとに、「施策の方向」→「主な取組事項」→「具体的施策」に細分化している。

重要課題Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保

重要課題Ⅱ 消費者市民社会を目指す消費者教育・啓発の推進

重要課題Ⅲ 消費者被害の防止及び救済

重要課題Ⅳ 高齢者等特に支援を要する消費者への対応

重要課題Ⅴ 多様な主体との連携の推進

### 2 基本計画の実施状況及び評価について

基本計画推進のために実施する施策について、「具体的施策」毎に、実施状況、実施による成果(効果)を確認し、それに対する課題・改善点や今後の取り組みを表記した。また、指標・目標値を設定できるものについては、それに対する実施結果を示している。

### 3 令和 2 年度の実施状況概要

#### (1) 重要課題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。

- ① 商品・サービスの安全の確保のうち「食品の安全性の確保」を目的に、食品関係事業者へ目標を上回る件数の監視を実施するとともに、食品衛生法に基づく適切な指導により衛生管理の向上に寄与した。(目標値 68,500 件、実施件数 69,444 件)【I-1-(1)-①】
- ② 取引等に使用するはかりの定期検査及び立入検査の実施により、適正な計量の実施を確保した。また、消費者に対し、講座やイベント、チラシ等により、適正な計量に関する啓発や情報提供を行った。【I-2-(4)-①②】
- ③ ホームページに、新型コロナウイルス感染症に関する悪質商法の注意喚起情報を掲載するほか、国民生活センターのサイトへのリンクを掲載することにより、情報提供を行った。【I-6-(3)-①】

## (2) 重要課題Ⅱ 消費者市民社会を目指す消費者教育・啓発の推進（具体的施策 39）

消費者市民社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、消費者教育・啓発に重点的に取り組んだ。

- ① 仙台市オリジナルのウェブ教材「伊達学園」について、タブレットに対応するリニューアルを行った。【Ⅱ-1-(1)-③】
- ② 外国人留学生や外国人市民に対し、日本語学校のオリエンテーション等により必要な生活情報を提供することができた。【Ⅱ-1-(1)-⑨、Ⅱ-2-(5)-①】
- ③ 仙台市熱エネルギー有効活用支援補助事業の実施や、仙台市環境配慮事業者認定制度の実施などにより、低炭素型ライフスタイル・ビジネススタイルの推進を行った。【Ⅱ-3-(1)-①③】

## (3) 重要課題Ⅲ 消費者被害の防止及び救済（具体的施策 26）

消費者被害の未然防止のため情報提供等の取り組みを推進し、相談・あっせん等を通じて解決を図るとともに、被害の拡大防止に努めた。併せて、複雑・多様化する相談内容に対応するため、相談員の資質向上に努めた。

- ① 消費生活センターの認知度は 46.6%であった。（目標値：計画終了時点で 50%）認知度向上のため、情報誌への広告の掲載やラジオ放送での PR などを行うとともに、相談ダイヤル周知のポスターを作成し、市内医療機関や町内会等へ配布した。【Ⅲ-1-(1)-①】
- ② 国民生活センターの Web 研修等に計画的に参加し、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】

## (4) 重要課題Ⅳ 高齢者等特に支援を要する消費者への対応（具体的施策 13）

高齢者や障害者が消費者トラブルに遭うケースが増えており、特に支援を要する高齢者等の特性に応じた支援を喫緊の課題として重点的に取り組んだ。

- ① 高齢者宅に配食サービスを行う事業者・団体の協力を得て、弁当の配達に合わせ月 1 回注意喚起のチラシを届けることで被害防止の注意喚起を行った。【Ⅳ-1-(2)-①】
- ② 消費者の安全を守る連絡協議会を開催し消費者被害等の情報共有を図ることにより、関係機関、団体との連携を強化するとともに、地域における見守り体制を構築することで、消費者被害防止に寄与した。【Ⅳ-3-(1)-②】

## (5) 重要課題Ⅴ 多様な主体との連携の推進（具体的施策 20）

さまざまな主体の取り組みをつなげ、情報共有を図ることで、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した。

- ① ライフステージに応じた消費者教育を推進するため、専門知識や情報を持つ団体や企業の協力により「せんだい消費者教育支援バンク」を作成し、ホームページに掲載した。【Ⅴ-1-(1)-②】
- ② 「消費生活パートナー」の登録者を 51 人（目標値 40 人以上）確保し、連携して消費者啓発に取り組んだ。【Ⅴ-2-(2)-①】

- ③ 消費者行政連絡調整会議において、次期消費生活基本計画の構成案について協議し、庁内の意見を集約・確認できた。 【V-3-(1)-①】

#### 4 重点的監視項目

市民協働により「消費者が安全に安心して暮らせる社会」「消費者市民社会」を目指すこととしており、特に重点的に監視する項目を定め、進捗管理を行ってきた。結果については、以下のとおり。

##### (1) 消費生活相談あっせん解決率

あっせん案件中、解決に至る案件の割合を 毎年 95%以上

令和2年度	92.3%
令和元年度	93.3%
平成30年度	95.0%
平成29年度	96.2%
平成28年度	92.7%
(平成27年度)	91.9%

##### (2) 消費生活センターの認知度

消費生活センターについて、名前も業務内容も知っている市民の割合を

計画終了時点で 50% へ

令和2年度	46.6%
令和元年度	37.9%
平成30年度	43.3%
平成29年度	40.5%
平成28年度	38.0%
(平成27年度)	24.6%

##### (3) 「消費者市民社会」の認知度

「消費者市民社会」について内容まで知っている市民の割合を

計画終了時点で 30% へ

令和2年度	7.3%
令和元年度	8.6%
平成30年度	12.6%
平成29年度	12.7%
平成28年度	9.2%
(平成27年度)	11.6%

## 5 消費生活基本計画・消費者教育推進計画(平成28年度～令和2年度)総括

### (1) 実施状況

本計画においては、5つの重要課題を柱として、消費生活に関する施策に取り組んできた。計画の推進にあたっては、関係部署や関係団体等との連携を図りながら実施したが、令和元・2年度の施策推進に当たっては、新型コロナウイルス感染症の影響で各種事業の中止や縮小を余儀なくされ、代替手段を用いるなどの工夫により計画に基づく取り組みを推進した。このため、計画に掲げた目標については、個別には目標値を下回った項目はあるものの、全体としては概ね達成できたものとする。

#### ①重要課題Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保

食品表示及び食品衛生に係る指導をはじめとする幅広い分野にわたって、消費生活の安全・安心の確保に努めた。また、新型コロナウイルスの感染拡大後には、ホームページに感染症に関する悪質商法の注意喚起情報を掲載するなど、その時々々の社会情勢を踏まえた取り組みも推進した。

#### ②重要課題Ⅱ 消費者市民社会を目指す消費者教育・啓発の推進

対象者の年代に合わせた消費者教育を推進した。消費者教育・啓発については、各種イベントや講座の開催を主な手法としていたため、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、各種事業の中止や縮小をせざるを得ない状況であったが、Webにより啓発する等の工夫により、消費者教育の推進に取り組んだ。

#### ③重要課題Ⅲ 消費者被害の防止及び救済

消費生活に関する相談窓口を充実・強化するとともに、研修等を通じて消費者相談に関する専門的な知識の向上を図ることで、複雑化・多様化する消費者トラブルの解決に努めた。また、メール配信、消費生活情報誌等、多様な媒体を通じて消費生活情報の提供を行い、消費者被害の未然防止に努めた。

#### ④重要課題Ⅳ 高齢者等特に支援を要する消費者への対応

地域団体や地域住民に対する出前講座の実施、配食サービス事業者による注意喚起チラシの配布など、消費者被害の未然防止に寄与する取り組みを行った。また、関係機関との連携による見守りのネットワーク作りを推進した。

#### ⑤重要課題Ⅴ 多様な主体との連携の推進

庁内のみにとどまらず、各種団体、事業者、市民等との連携を行うことで、包括的・横断的に消費生活に関わる問題に取り組んだ。

### (2) 今後の課題及び方向性

高齢化の進行やデジタル化の進展、自然災害の激甚化や新型コロナウイルス感染症の拡大など、この5年間で消費者を取り巻く状況は大きく変化した。今後、持続可能な社会の実現への関心の高まりや、令和4年には成年年齢が引き下げられるなど、さらなる変化が予想される。

また、令和元年度に実施した市民アンケートなどからは、消費生活における安全・安心に対する市民の意識が高いことに加え、消費者教育の重要性、消費者被害に遭わないための取

り組みや消費者市民社会の形成に寄与する取り組みなどに対する関心、消費者行政に対する期待などが読み取れることから、これからの消費生活基本計画を推進するに当たって、次のとおり今後の課題を整理した。

#### ○課題 1 消費生活の安全・安心の確保

健康かつ安全で文化的な生活の基盤となる消費生活の安定と向上は欠かすことができない。消費者が安全に安心して生活できるよう、引き続き消費生活の安定と向上を図るための施策を推進していく必要がある。

#### ○課題 2 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の充実

成年年齢の引き下げを見据え、学習指導要領では消費者教育の充実が図られており、引き続き体系的に推進していく必要がある。また、教員のスキルアップ研修などについて、関係機関等と連携を図りながら推進していくことや、さまざまな媒体を活用した情報発信などにより、消費者教育・啓発を推進していく必要がある。

#### ○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

「人や社会、環境に配慮した消費行動」を実践していくことは、持続可能な開発目標 (SDGs) の達成に寄与するものであり、消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成につながることから、関連する環境教育等とあわせて消費者教育を推進していく必要がある。

#### ○課題 4 消費者被害の防止及び救済

消費者を取り巻くさまざまな状況の変化に伴い、消費者トラブルは多様化、複雑化している。消費者トラブルを防止するためには、さまざまな関係機関等と連携する必要がある。

また、非常時においても消費者が被害に遭わないためには、消費者教育に加え情報提供や注意喚起など、正確で迅速な対応が必要となる。

#### ○課題 5 高齢者の見守り

高齢者の不安につけ込む悪質商法等の手口は複雑化・巧妙化しており、高齢者に対する情報提供や注意喚起などの啓発等が必要とされる。また、高齢者の消費者トラブル防止のためには、民生委員、地域包括支援センターなど、地域における見守りネットワーク活動と連携を図る必要がある。