

仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画

(令和8年度～令和12年度)



仙台市消費生活センター
マスコットキャラクター さっち
(察知)

令和8年3月

仙 台 市

目次

第1章 計画の基本的な考え方	1
1 策定の経緯と趣旨	1
2 計画の位置づけ	1
3 計画の期間	2
4 策定の経過	2
第2章 消費生活をめぐる社会の現状と課題	3
1 消費者を取り巻く状況	3
2 前計画(令和3年度～令和7年度)の振り返り	7
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)	11
4 取り組むべき課題	15
第3章 目指すべき姿と施策の柱	17
1 目指すべき姿	17
2 施策の柱	20
第4章 計画推進のための施策の展開及び進行管理	21
1 施策の体系	21
2 施策の展開	22
3 施策一覧	28
4 計画の進行管理及び推進体制	43
資料編	44
【資料1】消費者教育について	44
【資料2】計画の策定経過	52
【資料3】仙台市消費生活審議会	53
【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	54
【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	57
【資料6】仙台市消費生活条例	58
【資料7】用語集	63

文中「*」印を付した用語は、巻末の用語集に解説があります。

第1章 計画の基本的な考え方

1 策定の経緯と趣旨

本市の消費者政策は、昭和51年1月に施行された「仙台市民の消費生活をまもる条例」により、消費者の権利保護や苦情の処理、被害の救済等を中心に進めてきました。その後、消費者利益の擁護に加え、消費者の自立の支援と権利の確立を目的に条例を全面改正し、平成16年8月に「仙台市消費生活条例」を施行しました。

この条例に基づき、消費生活に関する施策を総合的・計画的に推進するため、平成18年3月に計画期間を5か年とする「仙台市消費生活基本計画」を策定しました。

平成24年12月には、「消費者教育の推進に関する法律*」（以下「消費者教育推進法」という。）が施行されたことから、平成28年3月策定の計画より同法に基づく「消費者教育推進計画」を一体としました。また、令和3年3月策定の計画では、評価指標と重点的に取り組む施策を明確化することで、年度ごとの進行管理をより行いやすくしました。

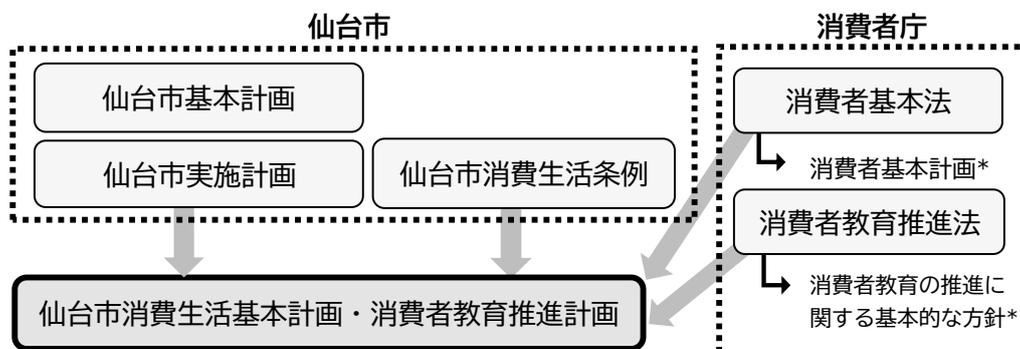
消費者政策の視点は、「消費者の保護」から「消費者の自立の支援」へ、そして「持続可能な社会*」を実現するための役割を担う消費者の育成支援に広がってきました。この間、少子高齢化やデジタル化の進展などに伴い、消費生活を取り巻く状況が大きく変化するなか、安全・安心で豊かな消費生活の実現がこれまで以上に求められています。消費者被害の防止及び救済に向けた取り組みはもちろんのこと、「消費者力*」を身に付けるための消費者教育や、持続可能で包摂的な社会の実現を目指す見守り活動の推進が重要となっています。

本計画は、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、仙台市消費生活審議会（消費者教育推進地域協議会*の役割を併せ持つ）や、市民・事業者・学校への消費生活意識調査等を通じていただいたご意見を生かし、令和8年度からの計画を策定するものです。

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ます。

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」を一体としています。



3 計画の期間

令和 8 年度から令和12年度までの 5 年間です。

4 策定の経過¹

本計画の策定にあたっては、各種アンケート調査をはじめ、パブリックコメント等の意見聴取を行い、その結果を踏まえ、仙台市消費生活審議会において審議を行いました。

(1) 消費生活意識調査

市民・事業者・学校関係者を対象に、消費生活に係る意識調査を実施しました。

- ・ 実施年度: 令和 6 年度
- ・ 有効回収数(有効回収率)

市民	2,060 件(41.2%)
事業者	408 件(27.2%)
学校	135 件(55.1%)

(2) こども若者向けアンケート

こどもや若者の意見を聴取するため、夏休み消費生活親子講座やエコフェスタ 2024、青葉区民まつりに参加したこども(未就学児～中学生)や、消費者教育出前講座を実施した高等学校の生徒に対し、アンケートによる意識調査を行いました。

- ・ 未就学児～中学生
対象: 各種イベントに参加した 14 歳以下のこども 192 名
期間: 令和 6 年 7 月、9 月、11 月
- ・ 高校生
対象: 消費者教育出前講座を実施した高等学校の生徒 201 名
期間: 令和 7 年 6 月

(3) パブリックコメント

計画の中間案をホームページ、市政情報センターや各区役所、市民センター等で公開し、広く市民意見を募集しました。

- ・ 期間: 令和 7 年10月22日から令和 7 年11月21日まで

(4) 仙台市消費生活審議会

学識経験者をはじめ消費者、事業者、消費者団体、学校関係者等で構成される審議会にて、審議を行いました。

- ・ 令和 7 年 1 月27日 骨子案
- ・ 令和 7 年 7 月 8 日 素案
- ・ 令和 7 年10月 14日 中間案
- ・ 令和 8 年 1 月28日 最終案

¹ 詳細は、資料編(P52～)に記載しています。

第2章 消費生活をめぐる社会の現状と課題

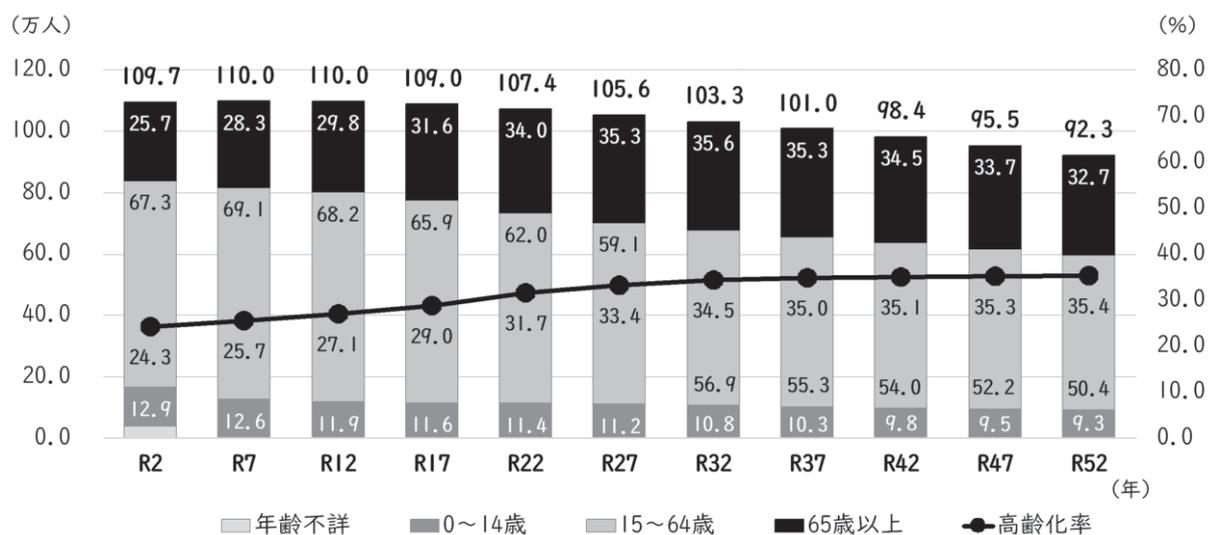
1 消費者を取り巻く状況

(1) 高齢化の進行

仙台市の人口は、今後緩やかに減少を続ける見込みです。全国的な傾向と同様、少子高齢化が進んでおり、高齢化率(65歳以上の割合)は人口が減少に転じたあとも2070年(令和52年)まで上がり続ける推計となっています(図表1)。

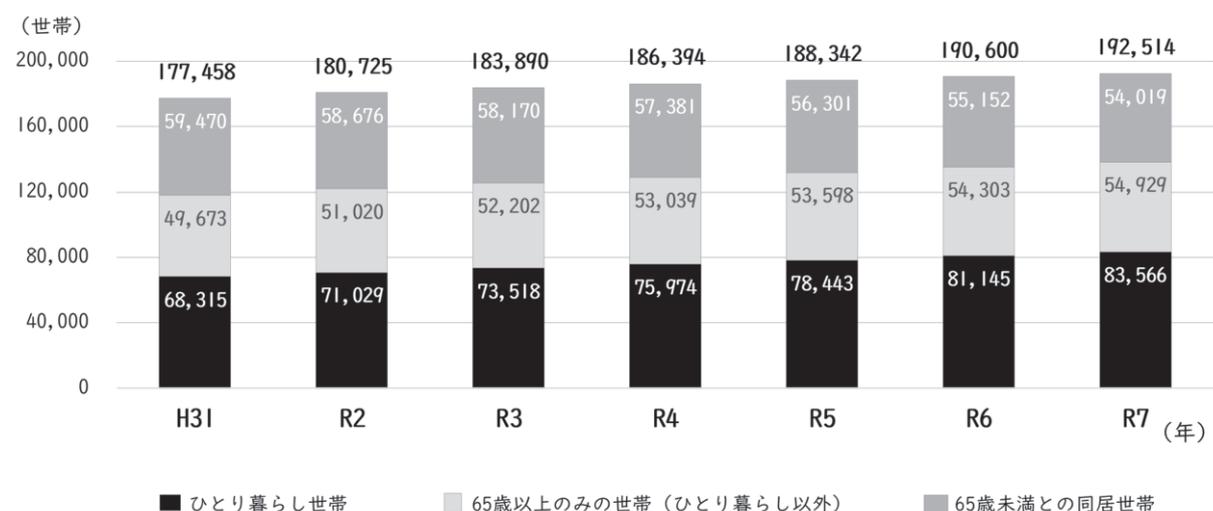
また、ひとり暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯の増加(図表2)、認知症や障害などにより判断力が低下する傾向にある人の増加も懸念されます。

図表1 仙台市の将来人口推計と高齢化率



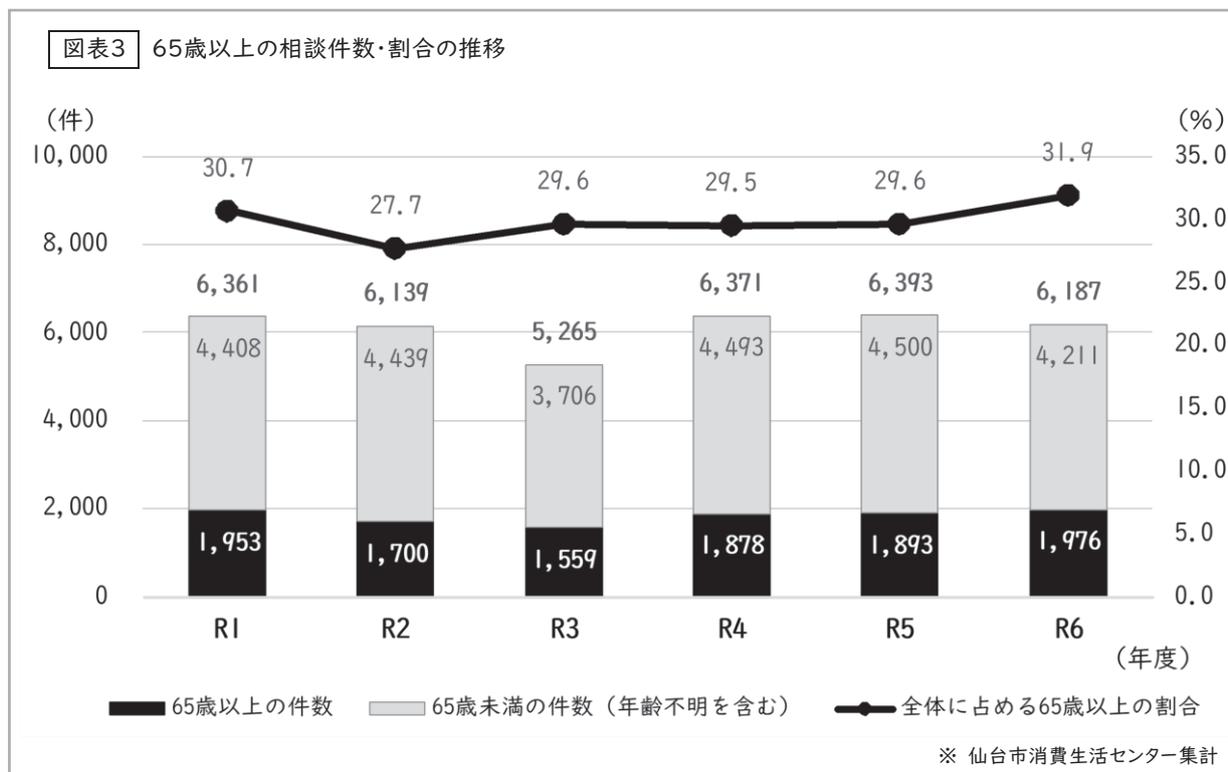
※ 令和2年国勢調査の結果を基に仙台市の将来人口を推計した「仙台市将来人口推計」(仙台市まちづくり政策局)より作成

図表2 65歳以上の高齢者世帯数の推移



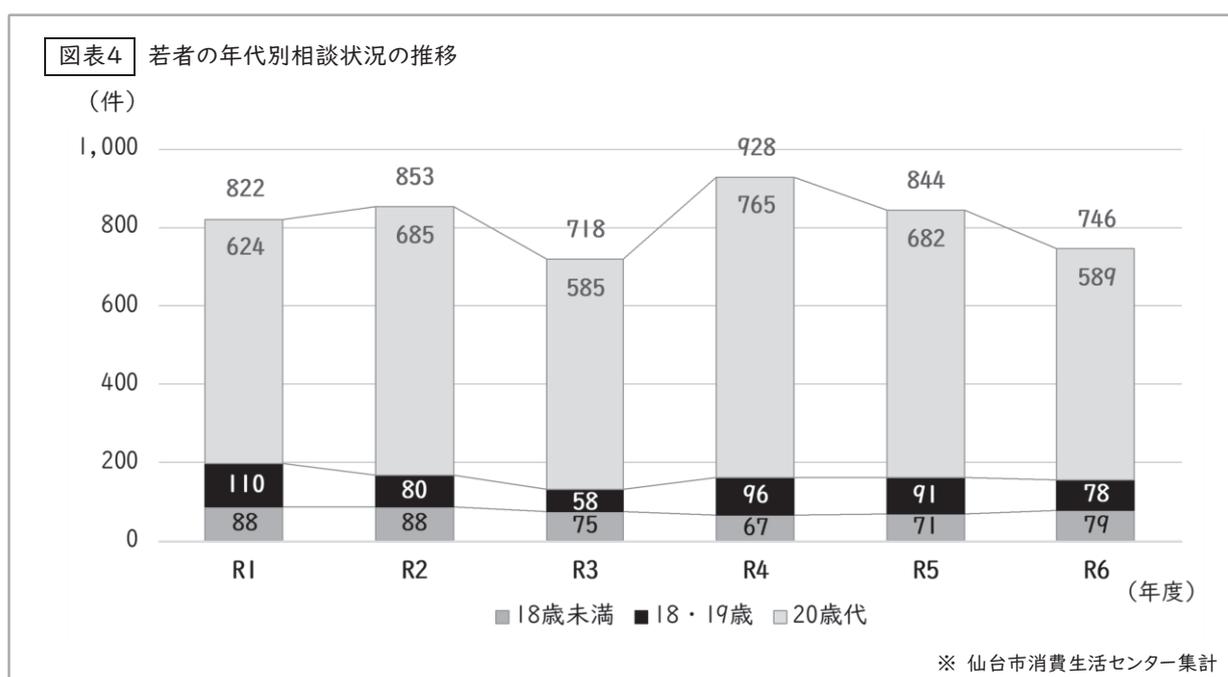
※ 住民基本台帳から抽出したデータにより作成

仙台市消費生活センターに寄せられた消費生活相談のうち、65歳以上からの相談は、全体の約3割を占めています(図表3)。また、80歳以上は本人以外からの相談割合が高くなっており、家族や本人と接する機会の多い周囲の方から相談が寄せられています。



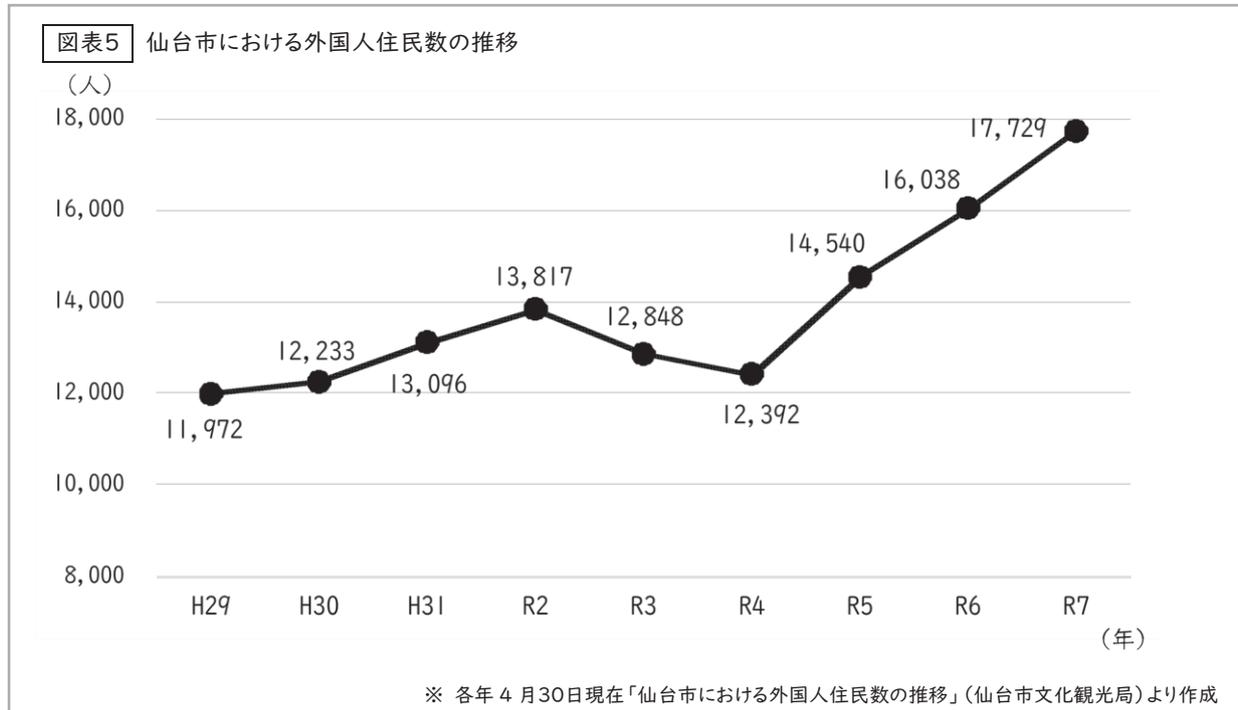
(2) 若者の消費者被害増加への懸念

令和4年4月の成年年齢引下げ前後で、18~19歳からの相談件数は、仙台市においても全国においても大幅な変化は見られませんでした(図表4)。しかし、仙台市消費生活センターに寄せられた消費生活相談の内容をみると、若者は経験不足や知識不足により被害にあいやすい傾向にあり、若者を狙う悪質商法に関する注意喚起が必要です。



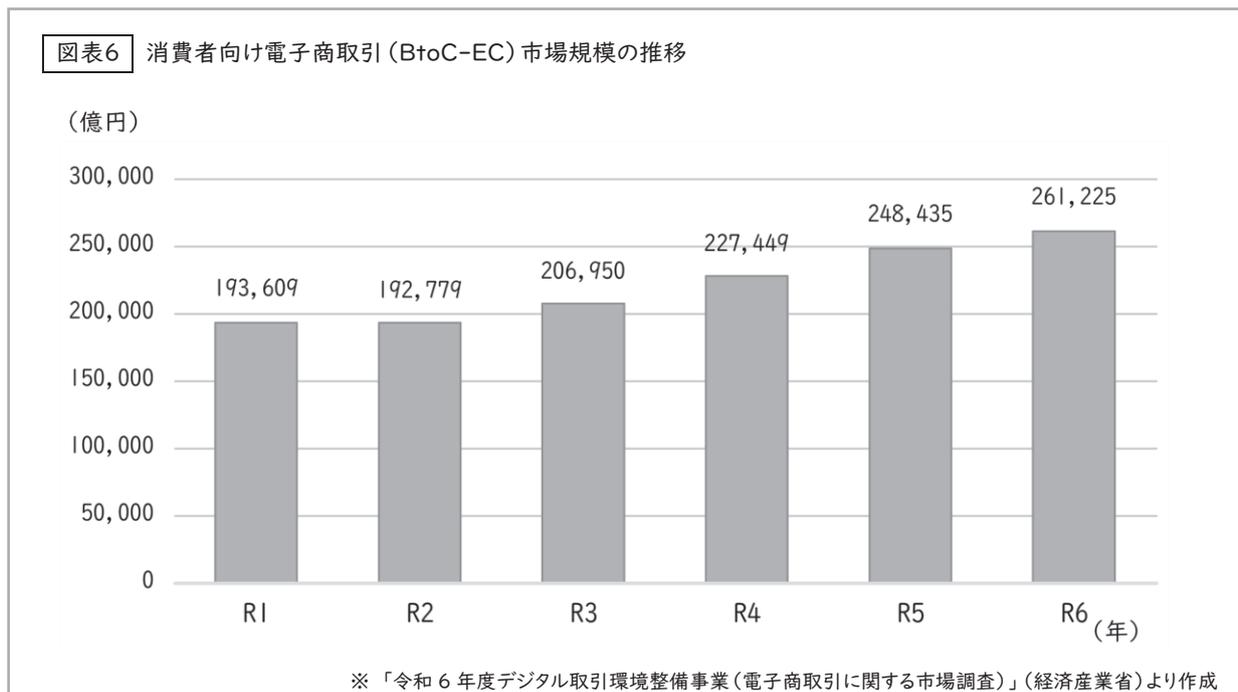
(3) 外国人住民の増加

仙台市では、留学や就労により外国人住民が増加しています(図表5)。増加に伴い外国人住民が被害者となる消費者トラブルや相談の増加が懸念されます。



(4) インターネット・SNSの利用増加と電子商取引の拡大

インターネットやSNS*の利用は年代を問わず日常的なものとなりつつあり、国内の消費者向けインターネット取引(電子商取引*)の市場規模が拡大しています(図表6)。特に、国内外の事業者がオンラインモール*等を通じて消費者に製品を販売する機会が増えていきます。海外との取引が容易になったことに伴うトラブルは今後ますます増えることが予想されます。



(5) 自然災害の大規模化・激甚化

令和6年1月に能登半島地域で発生した地震や同年9月に発生した豪雨など、近年、各地で度重なる自然災害が発生し、大きな被害が出ています。令和4年3月に発生した福島県沖地震では、地震保険サポートや罹災診断などに関し、災害に便乗した悪質商法に係る消費者トラブルの相談が増えました。また、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、マスクやアルコール消毒製品が品薄となるなか、不確かな情報に影響を受けた買いだめや、インターネット上での高額転売など、冷静さを欠いた消費行動の発生と市場の混乱も見られました。

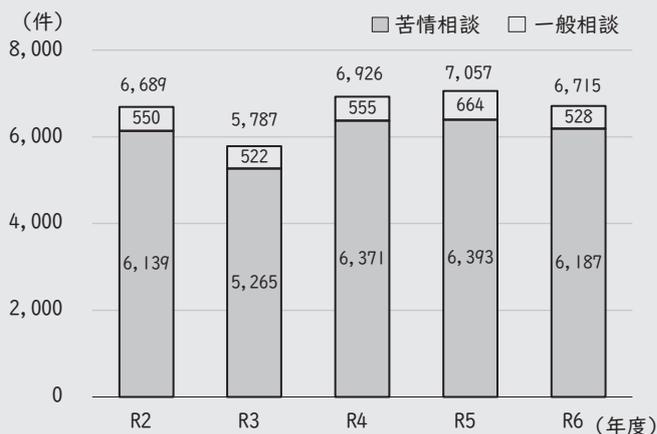
消費生活相談の状況

— 相談件数の推移等 —

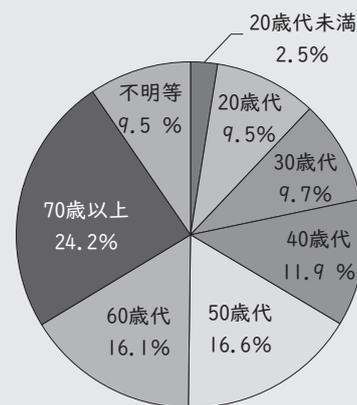
過去5年間に寄せられた消費生活相談のうち、契約トラブルなどに関する苦情相談は、令和3年度を除き、6,100件を上回っています。令和3年度は、コロナ禍による外出型消費の減少に伴い、相談件数が減少しましたが、その後の経済活動の再開により増加に転じ、以降、高止まり傾向にあります(図表7)。

令和6年度の苦情相談の年代別割合では、幅広い年齢層から相談が寄せられていますが、特に70歳以上からの相談が占める割合が高くなっています(図表8)。

図表7 相談件数の推移(令和2~6年度)



図表8 苦情相談の年代別割合(令和6年度)



— 主な相談内容 —

令和6年度の商品・サービス別の相談内容では、「商品一般」に関する相談が全体の約1割を占めており、ここ数年で最も多くなっています。「基礎化粧品」と「他の健康食品」では、SNS広告をきっかけとするネット通販で意図しない定期購入になっていたという相談が寄せられています。

(令和6年度)

	商品・サービス	件数	主な相談内容
1	商品一般	782	通販サイトや宅配便業者、金融機関等を装った偽のショートメッセージが届いたという相談など
2	不動産貸借	314	賃貸アパート等の契約や、退去に伴う原状回復費用に関する相談など
3	基礎化粧品	295	化粧水、美容液などをお試しのつもりで契約したら、定期購入が条件となっていたという相談など
4	他の健康食品	243	ダイエット食品などをお試しのつもりで契約したら、定期購入が条件となっていたという相談など
5	フリーローン・サラ金	203	消費者金融やクレジットカード利用による多重債務に関する相談など

※ 「商品一般」とは、商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、又は特定する必要のないもの

2 前計画(令和3年度～令和7年度)の振り返り

前計画(令和3年度～令和7年度)では、「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」を目指すべき姿とし、その実現に向け、5つの施策の柱のもと取り組みを進めました²。重点施策など主な取り組みは、次のとおりです。

施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保

<主な取り組み>

- ・ 食品表示*に関する小売店舗への啓発指導調査により、不適正な食品表示等について事業所への指導を行いました。また、店舗への巡回調査により、電気用品安全法、家庭用品品質表示法及び消費生活用製品安全法に基づく生活用品の安全表示が遵守されているかを確認し、販売店に表示義務を周知しました。
- ・ 計量法*に基づき、不正確な計量器や有効期限切れの特定計量器*を使用しないよう指導を行い、適正な計量の実施を確保しました。

<今後の課題>

- ・ 表示に関する調査では、不適正な表示が見受けられることから、引き続き、事業者への指導・啓発を継続する必要があります。
- ・ 店舗での量り売りや病院等での体重測定など、計量の結果を取引や証明に用いる場合は、定期検査を受けた特定計量器を使用し、適正に計量する必要がありますが、計量法の理解が不十分なために、正しい計量が行われていない場合があります。今後も事業者に対し、はかりの使用に関する周知・啓発を行う必要があります。

<評価指標>

- ・ 1、2ともに目標値を上回っています。今後も消費生活の安全・安心の確保に向け、取り組みを継続します。

指標項目	評価内容	目標値	実績値 (令和6年度)
1. 食品表示調査	調査件数	毎年 120件以上	123件
2. 計量検査	はかり検査戸数	毎年 1,300件以上	1,522件

施策の柱Ⅱ 消費者教育・啓発の推進

<主な取り組み>

- ・ 国のGIGAスクール構想*を踏まえ、消費者教育ウェブ教材「伊達学園」をタブレット端末にも対応できるよう改修しました。市内小中学校の児童生徒に一人一台端末が整備された令和3年度以降、教材へのアクセス数が大幅に伸びています。また、こどもから大人まで学校や家庭で楽しく学べるコンテンツや電子教材の充実を図り、学校教育の実情に即した消費者教育を推進しました。
- ・ 令和4年度の成年年齢引下げへの対応について、市の関係部局と連携しながらさまざまな取り組みを行いました。市ホームページにおける市長メッセージ動画や市立高校を中心とした消費者教育出前講座、大学新入生オリエンテーションなど、さまざまな機会を捉えて消費者被害防止の

² 前計画(令和3年度～令和7年度)の評価指標の目標値は計画終了年度時点のものであるため、その評価は令和8年度に行うこととしています。そのため本節では、令和6年度末時点での振り返りを行っています。

啓発を行いました。また、家庭での消費者教育教材として、保護者向けのリーフレットを配布し、日常の消費生活での意識付けを図りました。

- ・ エシカル消費*の普及啓発として、食品ロス*削減や地産地消などをテーマに開催したイベントでは、エシカル消費を知らない市民からも関心を得るとともに、消費行動を考える機会を提供することができました。また、仙台駅地下通路や庁舎建て替えに伴う仮囲いに広告を掲示し、通行する市民に対し広く啓発を行いました。
- ・ 食品ロス削減につながる啓発として、ウェブサイトでの情報発信や、市民協働による食品ロス削減講座を実施しました。また、事業系食品ロス削減に向けた取り組みも実施し、食品ロス削減に対する市民と事業者の意識向上を図ることができました。

<今後の課題>

- ・ 幼児期から高齢者まで、ライフステージ*に応じて身に付けるべき消費生活に関する知識や注意喚起情報を、教育委員会をはじめとする関係部局と連携しながら、継続して発信していくことが重要です。学習指導要領*や消費生活に関連する法改正のほか、社会情勢の変化等も捉えながら、適宜、教材や啓発資料を見直すとともに、学校や家庭、地域における生涯学習など、対象となる人や場に応じて、アクセスしやすく活用しやすい情報媒体を工夫しながら消費者教育を推進していく必要があります。
- ・ エシカル消費に関するイベントや広報を継続し、学ぶ機会や知る機会を提供する必要があります。また、市民一人ひとりの関心を高めることにとどまらず、消費者として自らの消費行動を考え、実践につなげていくことも重要です。
- ・ 食品ロス削減につながる啓発については、引き続きさまざまな媒体や機会を通じた情報発信や市民向け講座を開催し、参加する市民や事業者の拡大を図ることで、食品ロス削減の実践につながる取り組みを進める必要があります。

<評価指標>

- ・ 1は目標値を上回りましたが、2は下回っています。市民一人ひとりが自らの消費行動を考えるための機会を、より効果的に提供していく必要があります。

指標項目	評価内容	目標値	実績値 (令和6年度)
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	毎年 5,000件以上	654,569件
2. 消費者市民社会の形成に寄与する取り組みの状況	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	75.3%
	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	49.3%
	③ 食品ロス(消費されないまま廃棄される食品)をなくす、減らす	計画終了時点で 90%以上	84.1%

施策の柱Ⅲ 消費者被害の防止及び救済

<主な取り組み>

- ・ 幅広い世代に情報が届くよう、デジタル媒体を含むさまざまな広報ツールを活用しながら、相談窓口の周知や啓発情報の発信を継続して行いました。また、町内会や医療機関、本市の包括連携協定締結事業者等と連携を図りながら、相談が多い高齢者を中心に、消費者被害防止の取り組みを実施しました。
- ・ 消費生活相談員の資質向上の取り組みとして弁護士や外部講師による研修を継続して実施し、研修テーマについては、コロナ禍において進展した取引環境のデジタル化や取引範囲の拡大など、多様化・複雑化する消費者トラブルにも対応できるよう、相談傾向や社会情勢を踏まえた内容としました。
- ・ 令和5年度よりインターネット消費生活相談を開始し、消費生活センターの相談受付時間内に電話や来所が困難な方等もオンライン申請システムを利用して相談ができるよう相談体制を整備しました。また、令和6年度より消費生活相談ダイヤルに音声応答転送装置(IVR^{*})を導入し、当センターの受付対象外となる相談者(市外在住・在勤者や事業者等)へは、適切な相談先を自動応答で案内する仕組みとしたことで、相談体制の向上を図りました。

<今後の課題>

- ・ 引き続き、多様な主体と連携しながら各世代やニーズに応じてさまざまな情報媒体を活用し、消費者被害防止に係る啓発を行う必要があります。また、外国人や、災害時など一時的に脆弱的な消費者となりうる市民も含め、被害にあった場合には、すぐに相談できるよう消費生活センターの認知度向上を図る必要があります。
- ・ 多様化・複雑化する相談に対応し、より多くの被害救済につなげていくため、弁護士会や警察、福祉機関等の関係機関・団体等と連携し、相談体制の充実を図るとともに、専門家等による研修等の継続的实施により消費生活相談員の知識・スキルの維持向上を図る必要があります。

<評価指標>

- ・ 1、2ともに目標値を下回っています。対象となる主体のニーズに応じた情報媒体の工夫などにより、より効果的な周知・啓発を行う必要があります。

指標項目	評価内容	目標値	実績値 (令和6年度)
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	39.0%
	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	84.0%
2. 消費者被害防止の取り組み状況	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 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	51.3%
	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	42.3%
	③ 契約書や申込書(オンラインでの購入も含む)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	38.6%

施策の柱Ⅳ 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応

<主な取り組み>

- ・ 民生委員や地域包括支援センターなど地域の支援者・団体を対象に出前講座を実施したほか、「高齢者・障害者の消費者トラブル見守りガイドブック」を刷新し、高齢者等の消費者被害の現状や特徴、見守りの必要性等について理解を深めました。また、配食サービスを行う事業者・団体と連携し、高齢者に対する注意喚起を継続して実施しました。
- ・ 「仙台市消費者の安全を守る連絡協議会*」の開催により、消費生活相談の傾向や、特殊詐欺被害の現状、構成団体の取り組み等について情報共有するとともに、消費者被害防止の見守りネットワークづくりを推進しました。協議会の構成団体でもある市社会福祉協議会とは、成年後見制度*に関することや複合的な課題を抱える世帯に対してアウトリーチで支援を行うコーディネーターの取り組み等の情報共有を通して連携を図りました。

<今後の課題>

- ・ 今後一層の高齢化の進行や高齢者のみの世帯の増加が見込まれ、また、デジタル社会*の進展と併せて、情報格差*による消費者被害や、社会的孤立が懸念される市民への見守りの重要性が増しています。福祉分野をはじめとする庁内外の関係機関・団体等との連携や、見守り支援者である市民等とも連携・協働しながら、啓発事業を継続し、地域における見守りネットワークづくりを推進していく必要があります。

<評価指標>

- ・ 1 は目標値を上回っていますが、2 は目標値を下回っています。コロナ禍以降、大幅に依頼が減少したため、実施方法の工夫などにより、取り組みを推進する必要があります。

指標項目	評価内容	目標値	実績値 (令和6年度)
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	毎年 10団体 36,000部以上	13団体 38,600部
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」の実施回数		
	① 高齢者・障害者向けセミナー	毎年 40回以上	14回
	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	2回

施策の柱Ⅴ 多様な主体との連携の推進

<主な取り組み>

施策の柱Ⅰ～Ⅳに記載のとおり、専門機関、関係機関、市民活動団体等、さまざまな主体と連携し、消費者被害の未然防止・拡大防止、消費者教育・啓発に取り組みました。

<今後の課題>

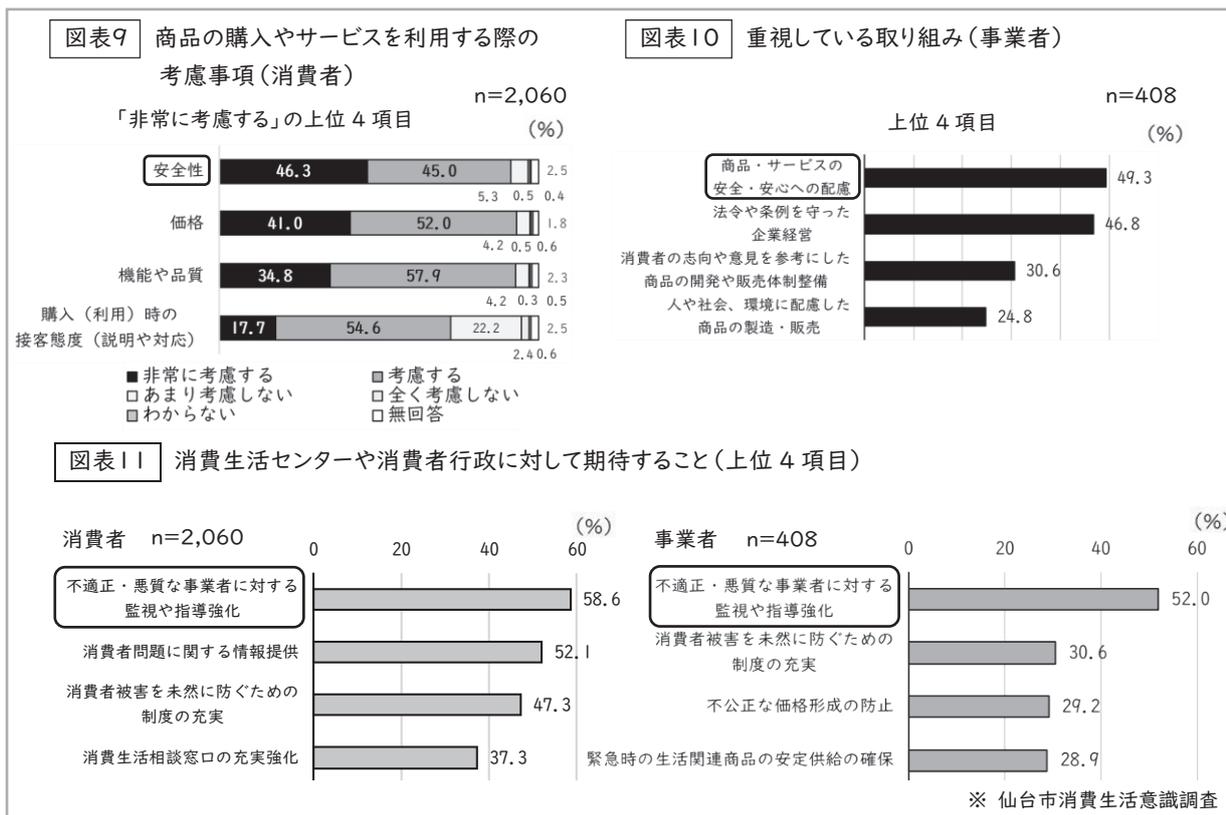
今後も国、県をはじめ、専門知識を有する仙台弁護士会、宮城県司法書士会や、適格消費者団体*等の市民活動団体といった関係機関・団体等と引き続き連携を図り、消費者被害の未然防止・拡大防止、消費者教育・啓発を推進していく必要があります。

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)

消費者・事業者・学校関係者を対象とした消費生活意識調査及び各イベントや講座でのこども若者向けアンケートの結果から、次のような消費者を取り巻く状況が明らかになりました。

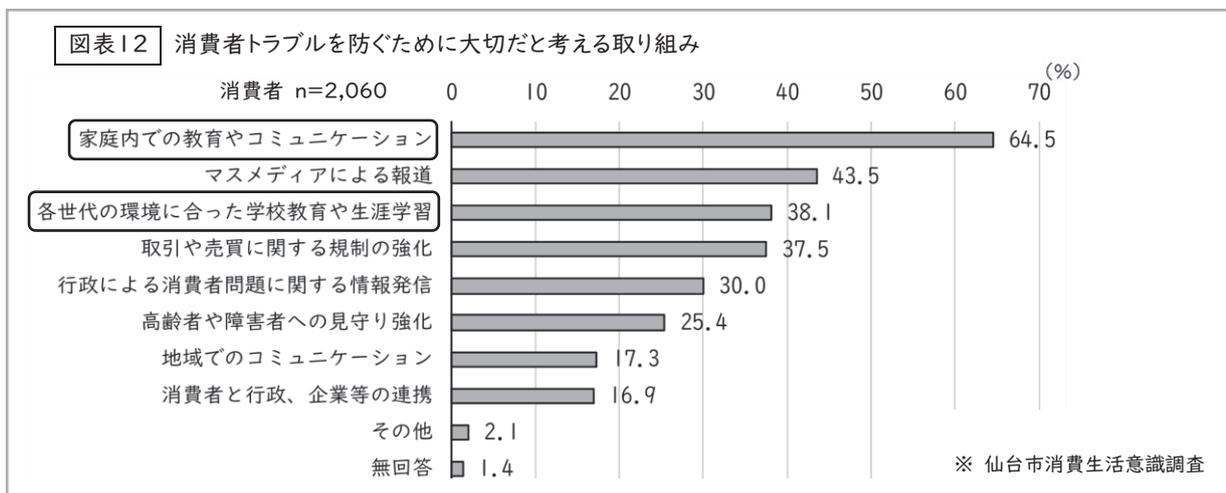
(1) 安全性への意識

- ・ 消費者・事業者ともに商品・サービスの安全性を重視しており(図表9、10)、不適正・悪質な事業者に対する監視や指導について、行政に対する期待度が高いことがわかりました(図表11)。
- ・ 消費者や学校からは、消費者問題や最新の消費者トラブルに関する情報提供を求める意見が多くありました。



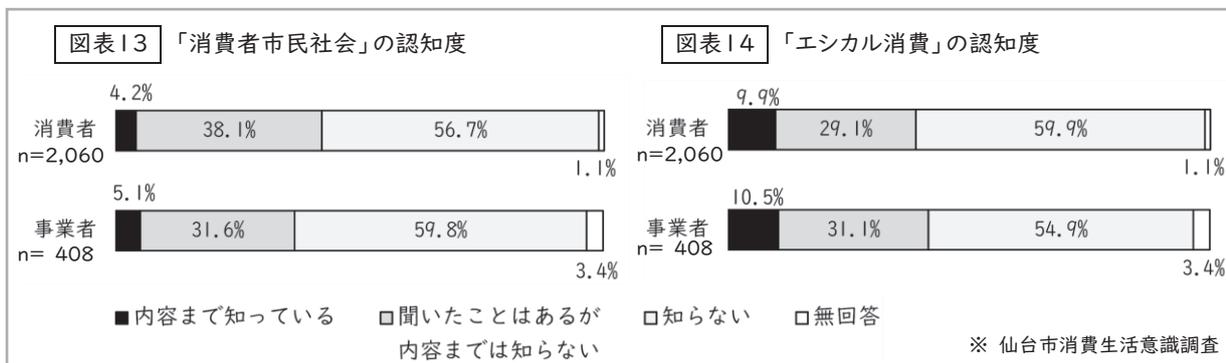
(2) 消費者教育の必要性

- ・ 消費者トラブルを防ぐためには、「家庭内での教育やコミュニケーション」や「各世代の環境に合った学校教育や生涯学習」が大切と考える消費者の割合が高いことがわかりました(図表12)。



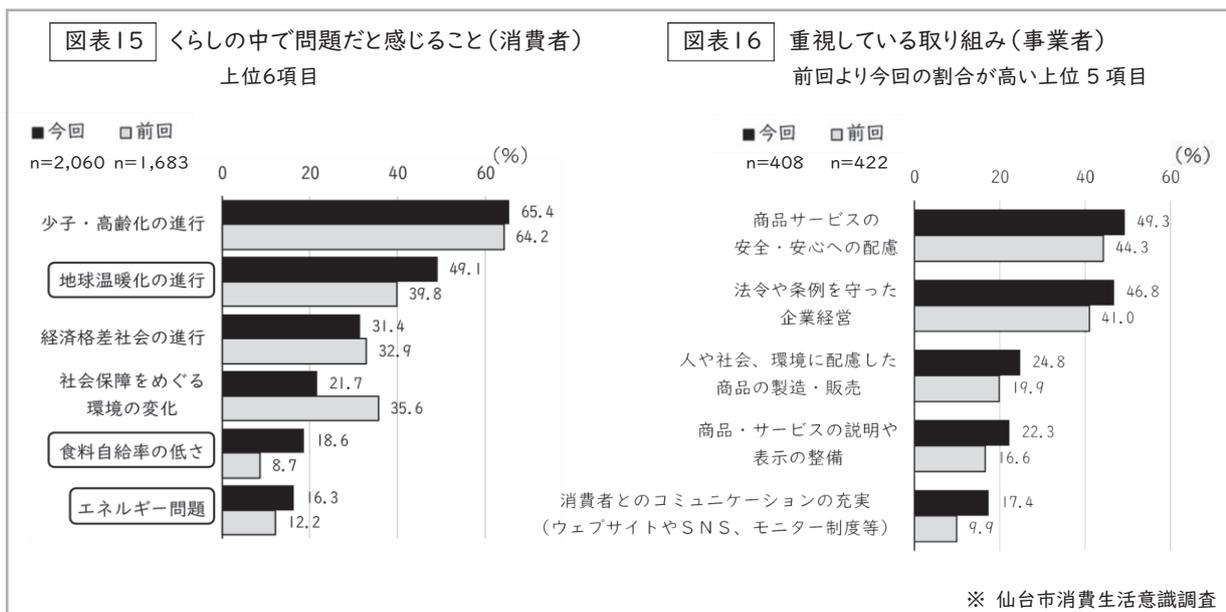
(3) 「消費者市民社会」及び「エシカル消費」の認知度

- ・「消費者市民社会」と「エシカル消費」については、消費者・事業者ともに半数以上が「知らない」と回答しました(図表13、14)。



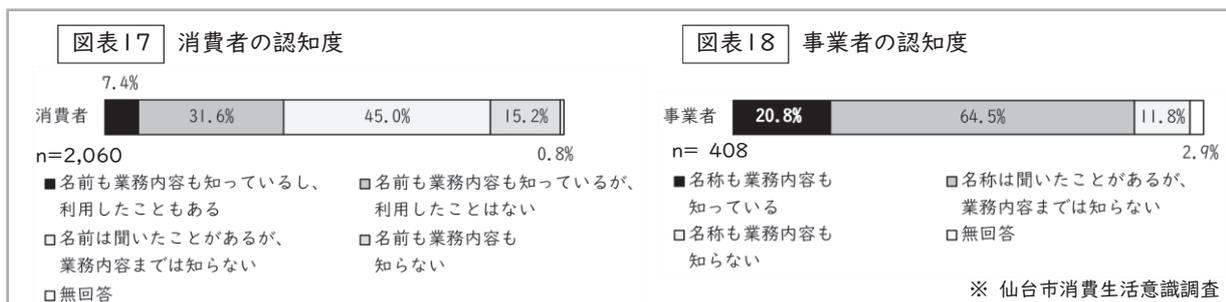
(4) 持続可能でより良い社会の実現に向けた気運の高まり

- ・「暮らしの中で問題だと感じること」をたずねたところ、消費者は「地球温暖化の進行」「食料自給率の低さ」「エネルギー問題」で令和元年度に実施した前回調査より割合が高くなり(図表15)、事業者が重視している取り組みでは、消費者志向経営*やエシカル消費につながる項目で割合が高くなりました(図表16)。

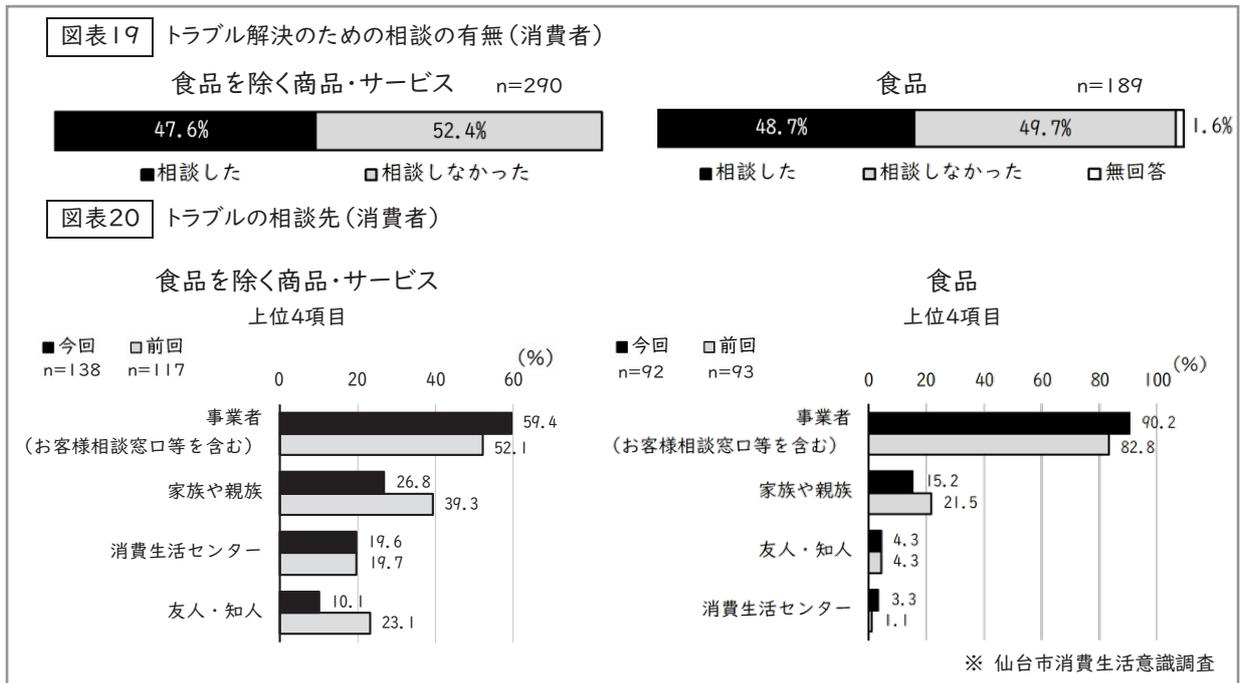


(5) 消費生活センターの認知度

- ・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」の割合は消費者39.0%(図表17)、事業者20.8%でした(図表18)。消費者の割合は、前計画目標値の50.0%には届きませんでした。

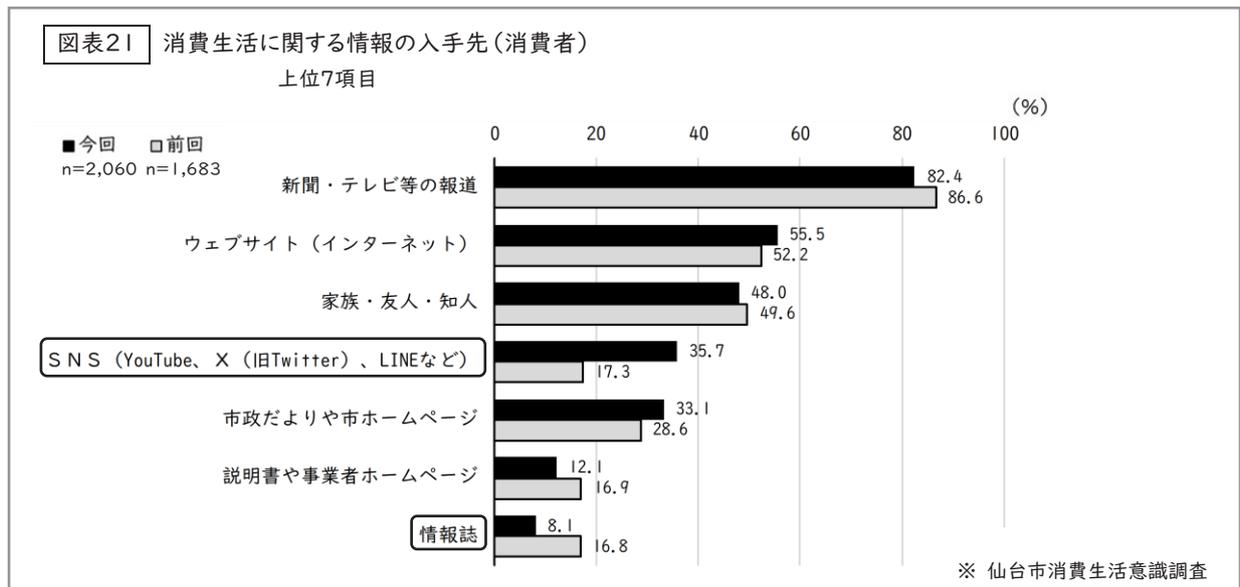


- ・ 消費者トラブルにあった市民のうち、約半数が「相談した」と回答しました(図表19)。また、その相談先は「事業者」が前回調査より増加し、家族や友人への相談が減少しました(図表20)。

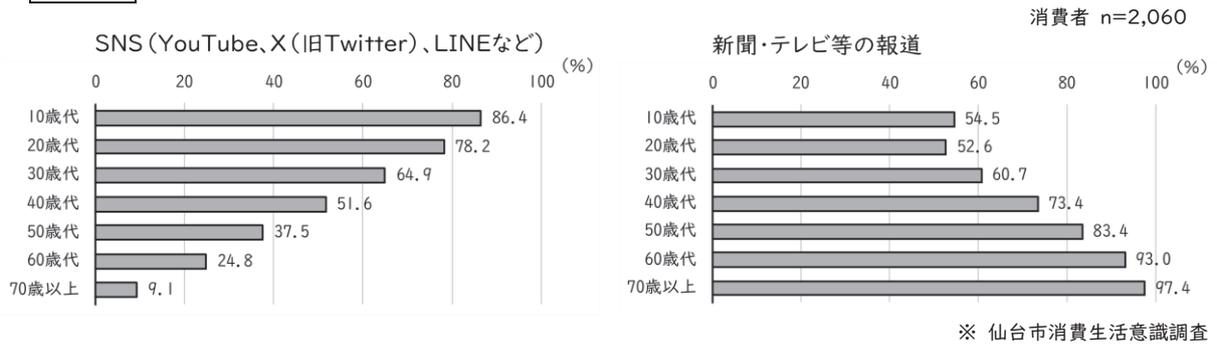


(6) 情報の入手方法等

- ・ 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(旧Twitter)、LINEなど)」が前回調査より大きく増加し、「情報誌」が減少しました(図表21)。
- ・ 年代が下がるにつれて「SNS(YouTube、X(旧Twitter)、LINEなど)」から入手する割合が高く、年代が上がるにつれて「新聞・テレビ等の報道」からの割合が高くなりました(図表22)。



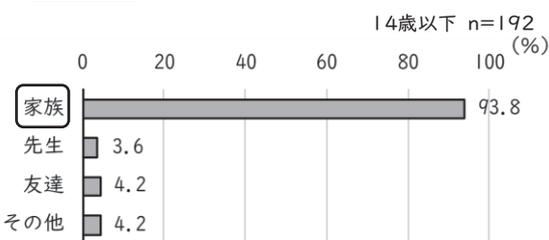
図表22 消費生活に関する情報の入手先(年代別)



(7) こども向けアンケート(14歳以下)

- ・ 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23)。
- ・ 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24)。

図表23 お金で困った場合の相談先(複数可)



図表24 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

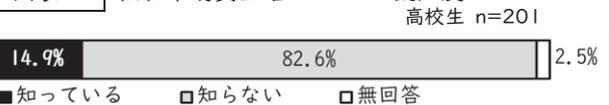
(8) 高校生向けアンケート

- ・ 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25)。その内訳を自由記述でたずねたところ、インターネット通信販売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26)。

図表25 トラブルの有無



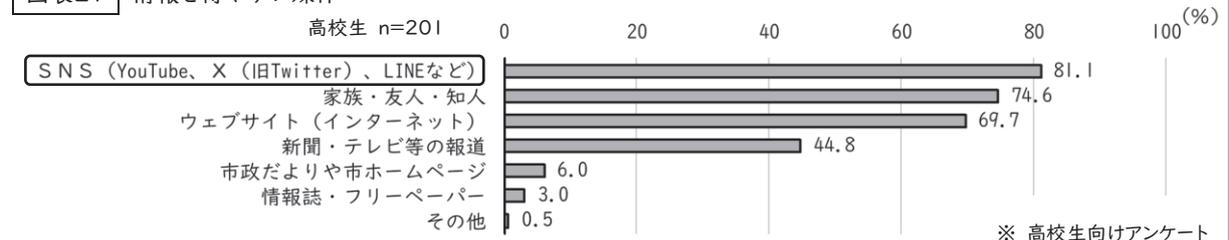
図表26 仙台市消費生活センターの認知度



※ 高校生向けアンケート

- ・ 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、81.1%が「SNS(YouTube、X(旧Twitter)、LINEなど)」と回答しました(図表27)。

図表27 情報を得やすい媒体



※ 高校生向けアンケート

4 取り組むべき課題

「消費者を取り巻く状況」「前計画(令和3年度～令和7年度)の振り返り」及び「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)」を踏まえ、本計画を推進する上での課題を以下のとおり整理しました。

課題1 消費生活の安全・安心の確保

消費者や事業者は商品・サービスの安全性についての関心が高く、不適正・悪質な事業者に対する監視や指導について、行政に対する期待度が高くなっています。また、消費者や学校は、消費者問題や最新の消費者トラブルに関する情報提供を求めている、その情報を得やすい媒体は紙からSNS等のデジタル媒体へと移行しています。電子商取引の拡大と自然災害の大規模化・激甚化に起因する消費者トラブルも懸念されます。

消費者が安全に安心して生活できるよう、消費生活情報の収集及び提供、関係機関・団体等との連携による被害の防止、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、法令遵守の指導を行うなど消費生活の安定と向上を図るための施策を引き続き推進していく必要があります。

課題2 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

デジタル化の進展に伴う取引環境の多様化・複雑化により、年齢等に関わりなくすべての消費者が消費者トラブルのリスクにさらされています。高齢化の進行と若者の経験不足や知識不足による消費者被害や、外国人住民が被害者となる消費者トラブルの増加への懸念もあります。さらに、消費者トラブルを防ぐためには、家庭内での教育・コミュニケーションや各世代の環境に合った学校教育や生涯学習が大切と考える消費者の割合が高くなっています。

幼児期から高齢期までライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育の推進がより一層必要となっています。消費者自身が意思決定を行い、消費者トラブルを自己解決することができるよう、自立する力を育むことも重要です。情報媒体や講座テーマなどは各年代や消費者の特性に合わせて提供するとともに、教育委員会をはじめ、関係機関・団体等との連携を図りながら消費者教育・啓発を推進する必要があります。

課題3 持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進

地球温暖化の進行、食料自給率の低さ、エネルギー問題などの項目について問題意識を持つ消費者の割合が増加し、消費者志向経営やエシカル消費につながる取り組みを重視している事業者の割合も増加する一方で、「消費者市民社会」や「エシカル消費」の認知度は伸び悩んでいます。

消費生活講座やイベントなどの学ぶ機会の提供や、さまざまな媒体を活用した啓発を行い、持続可能な社会を目指すライフスタイルを消費者一人ひとりが意識することで、エシカル消費を推進していく必要があります。また、環境に配慮した事業活動に対する支援等を継続して行うことで、持続可能な社会を目指す消費者志向経営を推進することも必要です。市民や事業者だけでなく、学校をはじめとした関係機関・団体等とも連携しながら取り組みを進めることも不可欠です。

課題 4 消費者被害の防止及び救済

デジタル化の進展等により、消費者が得られる情報量や取引・決済手段の選択肢が増え、取引環境は多様化・複雑化しています。国においては、特定商取引法や消費者契約法*の改正等、法規制の整備・強化が行われていますが、社会情勢の変化や新しい制度が導入されると、それに乗じて消費者被害が発生している状況です。このような状況のなか、消費生活センターの認知度は前計画の目標値に届いていません。

出前講座の実施やさまざまな媒体の活用により、被害拡大が懸念される相談事例や注意喚起情報を速やかに提供することで、市民の消費者被害防止の意識を高め、被害の拡大を未然に防ぐことが重要です。また、被害にあった場合にためらいなく相談できるよう、消費生活センターの相談窓口の周知に取り組むとともに、相談受付時間内に電話や来所が困難な方等向けに、インターネット消費生活相談を継続するほか、国が推進する消費生活相談のデジタル化の動向も注視しながら、相談しやすい環境を整備することが必要です。また、関係法令等の専門的な知識に関する研修の受講等により、消費生活相談員の資質向上を図るとともに、多重債務者への対応や外国人住民からの相談には、関係機関・団体等と連携して取り組むことも必要です。

課題 5 見守り等の配慮を要する消費者(高齢者等)への対応

高齢化の進行に伴い、ひとり暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯が増加しており、認知症の高齢者や障害者など判断力が低下する傾向にある人の増加が懸念されます。また、デジタル社会の進展と併せて、情報格差による消費者被害や、社会的孤立が懸念される市民への見守りの重要性が増しています。このような状況のなか、消費生活センターが受けた高齢者からの消費生活相談は相談全体の約3割を占めています。また、高齢になるほど本人以外の方からの相談割合が高くなっています。

高齢者等が属する地域団体等への出前講座や事業者と連携した配食サービスなどを通して、消費生活情報の提供や啓発を行い、消費者被害防止への取り組みを継続する必要があります。周囲に相談できる人がいない場合や、判断能力が十分ではない場合はトラブルにあっていているという認識が薄く、問題が潜在化しやすいと考えられるため、今後ますます地域の見守りが重要です。福祉部門をはじめとする行政機関や外部の関係機関はもちろんのこと、高齢者と接する機会の多い民生委員、地域包括支援センター、地域団体など、地域の見守りネットワーク活動と連携し、支え合いの仕組みを生かして、配慮を要する消費者を取り残さない支援が必要です。

第3章 目指すべき姿と施策の柱

1 目指すべき姿

本計画では、これまでの取り組みの定着とさらなる充実を図るため、前計画の目指すべき姿を引き継ぎます。

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

健康かつ安全で文化的な生活は、市民が等しく求めるものであり、そ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ません。少子高齢化やデジタル化の進展など社会環境が大きく変化する中においても、あらゆる消費者の安全や権利が確保され安心して生活できるよう、「消費者が安全に安心して暮らせる社会」を目指します。また、消費者は、個々の特性や消費生活の多様性を互いに尊重しつつも、持続可能な社会の実現という共通目標の達成に向けて、自身の消費生活が、地球環境や経済社会の形成に影響を与えていることを認識して行動する必要があります。市民一人ひとりが、周りの人や将来にわたる世代まで考慮して商品やサービスを選択し、持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」の形成を推進していきます。

安全・安心な暮らしの実現のためには、国における消費者被害防止のための法整備に加えて、すべての世代の消費者が「消費者力³」、すなわち、消費生活に関する知識を適切な行動に結び付けることができる実践的な力を身に付けることが不可欠であり、そのための「消費者教育⁴」が重要となっています。

学校、地域、家庭、職域等のさまざまな場を通じて消費生活に関する知識を身に付けるとともに、家族や周囲の自立が困難な人に対する見守りや働きかけを通じて、社会全体の「消費者力」の向上を図り、ひいては、誰一人取り残さない包摂的な社会づくりにつなげていくことが強く求められています。関係機関・団体等と連携を図り、日々変容する消費者を取り巻く環境に柔軟に対応できるよう「消費者力」をアップデートしながら、市民一人ひとりが、「消費者市民社会」の一員としての行動に結び付けていくことができるよう、本市の都市個性の一つでもある市民協働の力を生かしながら、さまざまな取り組みを進めていきます。

³ 「消費者基本計画」(令和7年3月18日閣議決定)では、消費者自身が違和感に“気づく力”、きっぱりと“断る力”、一人で抱えず“相談する力”だけでなく、家族等周囲の異変に気付き、相談を勧める等の“働きかける力”や社会的課題の解決のためにさまざまな主体の活動に参画・協働して“社会に働きかける力”が必要であるとしている。

⁴ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(令和5年3月28日閣議決定)では、消費者教育の推進の基本的な方向として、消費者教育の対象領域を4つに分類し、領域ごとに育むべき力(目標)が示されている。

— 消費者教育の推進 —

消費者教育推進法では、「消費者教育」を「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育とそれに準ずる啓発活動」として定義しています。ここでいう「自立した消費者」とは、合理的な意思決定ができ、被害にあわない消費者であるだけでなく、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者であることも包含しています。

すべての市民が消費者であり、市民一人ひとりが消費者として自立するためには、幼児期から高齢期までのライフステージに応じて「消費者力」を育成していくことが重要です。それぞれの発達段階や世代の中でもとりわけ、学校教育のように体系的かつ継続的な消費者教育が準備されていない大学生や社会人、高齢者等に対して、生涯を通じた切れ目のない学びの環境づくりを進めていくことが大切です。また、高齢者であっても、行動範囲や判断能力に幅があるように、個々の特性に着目することも必要です。年齢、性別、国や地域、障害の有無だけでなく、子育てや介護により学習の機会が得にくい消費者、社会とのつながりやデジタル機器の利用状況等を考慮したアプローチの視点も重要です。コロナ禍も相まって、急激なデジタル社会の進歩が消費生活に利便的な恩恵をもたらす一方で、デジタル機器を適切に使いこなすための知識や能力(デジタルリテラシー)の習得も新たな課題として生じています。加えて、災害時等の環境の変化や IT 技術の進展によって誰もが一時的に脆弱な消費者になり得ることも念頭に入れたきめ細やかな消費者教育を進めていくことも大切です。さらに、持続可能な消費活動を推進するためには、消費者と事業者間での信頼関係の構築が重要です。そのためには、消費者は、意見の適切な伝え方を習得する必要があります。

これらの視点を踏まえ、市民や関係機関・団体など、多様な主体と連携しながら、効果的な消費者教育の取り組みを推進していきます。

— 持続可能な社会づくりに向けた取り組みの推進 —

私たちを取り巻く経済環境は、大量生産・大量消費・大量廃棄型の経済社会から転換し、「循環経済」への移行が推進されるとともに、温室効果ガスの実質排出ゼロの実現による脱炭素社会^{*}への移行に向けた取り組みの加速化が求められています。エコ商品^{*}の購入が環境負荷低減につながり、フェアトレード^{*}商品の購入が開発途上国の生活水準の向上に寄与しています。また、地産地消は、地元の新鮮な食材を購入することで地元の経済の活性化に貢献できるだけでなく、輸送に伴う温室効果ガスの排出を減らすことができます。このように、生産から販売までのプロセスにおいて地球環境や身近な地域、人権や労働条件等に配慮された商品・サービスを選択する、いわゆる「エシカル消費」の実践は、持続可能な社会の形成に大きく貢献し得ることが分かります。

「消費者市民社会」の実現に向けては、消費生活の前提となる法教育や、デジタル社会において情報を正しく取捨選択するための情報教育、家計管理や将来的な生活設計を行うための知識や判断能力(金融リテラシー)を身に付ける金融経済教育など、消費者教育と密接に関連する分野はもちろんのこと、環境教育や食育、国際理解教育など、幅広い視点で、消費生活に関連する教育施策とも連携を図ることが重要です。

また、持続可能な社会の形成には、消費者教育により市民一人ひとりの行動変容を促すだけでなく、事業者側においても消費者を重視した事業活動を行っていくことが重要です。消費者被害に係る情報を社会で共有することで、事業者は、関連商品やサービスの改善を促したり、トラブルの原因となった社会的問題の解決にもつながり得るように、消費者は事業者の活動や商品・サービスの生産過程等について知る姿勢が必要です。事業者は、それを受けて環境保全や社会貢献など、消費者が共感・重視する活動や商品・サービスの改善に取り組む「消費者志向経営」の推進が求められています。

より良い社会づくりと持続可能な社会づくりという同じ目標に向けて、消費者と事業者が連携・協働しながら、双方向の理解やつながりを深めていくための取り組みを推進していきます。

— SDGsとの関係 —

SDGs*(Sustainable Development Goals)は「誰一人取り残さない」という理念のもと、経済、社会、環境をめぐるさまざまな課題に国際社会全体で取り組むための世界共通の目標です。17の目標のなかでも特に「目標12:つくる責任 つかう責任」は持続可能な生産消費形態を確保することを掲げており、消費者政策との関連性が強いものとなっています。

本計画においても、関連する目標を各施策に明示し、SDGsの考え方に則って施策を推進します。達成年限である2030年に向けて、誰一人取り残さない社会の実現を目指します。



— ダイバーシティの推進 —

仙台市は、市民一人ひとりが尊重され、多様な人々が持てる力を十分に発揮できるまちづくりを目指し、令和7年3月に「仙台市ダイバーシティ推進指針」を策定しました。推進指針には、多様な価値観やニーズに応じた柔軟な制度やサービスを整える視点や、市民協働によりさまざまなつながりや支え合いの仕組みを生かす視点が盛り込まれています。

消費者行政においても、年齢、性別、国や地域、障害の有無などに関わらず市民一人ひとりを包摂する姿勢が不可欠です。本計画では、これらの視点を踏まえ、誰もが安全に安心して暮らせるまちを目指します。

2 施策の柱

第2章で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」の実現を目指すため、施策の柱を5つにまとめました。

なお、すべての柱に共通して、専門機関、関係機関、市民活動団体等の多様な主体との連携を推進します。さまざまな主体が個別に取り組むだけでなく、共通の認識を持ち、情報共有・連携することで各施策を効果的に推進します。

I 消費生活の安全・安心の確保	多様な主体との連携の推進
市民が安心して生活できるよう、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	
ライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育・啓発を行うとともに、多様な人々にも配慮した包摂性のある社会づくりに向けた取り組みを推進します。	
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	
環境に配慮したライフスタイル・ビジネススタイルを推進する取り組みを進め、持続可能な社会を目指します。	
IV 消費者被害の防止及び救済	
消費者被害の未然防止・拡大防止及び救済のため、さまざまな媒体を活用した情報提供を行うとともに、トラブルにあった際に、あらゆる人がすぐに相談できるよう、消費生活センターの認知度向上と機能向上に努めます。	
V 見守り等の配慮を要する消費者(高齢者等)への対応	
高齢者や認知症・障害等により判断力が低下する傾向にある人など、見守り等の配慮を要する消費者の支援を行うため、見守りネットワークづくりを推進します。	

第4章 計画推進のための施策の展開及び進行管理

1 施策の体系

5つの施策の柱のもと、施策を展開し、関連するSDGsの実現に向けて取り組みを推進します。

また、施策の進捗状況や効果を把握するため、評価指標を設定します。なお、主な施策のうち、より充実を図る必要があると考えているものを明確にして、重点的に取り組んでいきます。

施策の柱	施策の方向
I 消費生活の安全・安心の確保	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
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	1 学校や家庭における消費者教育・啓発の充実 2 地域等における消費者教育・啓発の充実 3 啓発を行う人材の育成 4 関係機関・団体等との連携
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	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
IV 消費者被害の防止及び救済	1 消費者被害の未然防止・拡大防止 2 消費者被害の救済 3 消費生活相談の充実 4 関係機関・団体等との連携
V 見守り等の配慮を要する消費者(高齢者等)への対応	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

多様な主体との連携の推進

2 施策の展開

I 消費生活の安全・安心の確保

市民が安心して生活できるよう、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ます。



○ 施策の方向

- 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

○ 主な施策

商品・サービスの安全を確保するため、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、適正な商品表示・計量を推進するための調査指導を行うとともに、商品・サービスの安全性について情報提供を行います。また、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とともに、市民に対して被害情報に関する情報提供を行います。

災害時などの緊急時においても、他都市との協定により生活関連商品等の安定供給を確保するとともに、消費者被害の未然防止・拡大防止のため、緊急時における消費生活情報の提供及び相談体制の整備を行います。

また、消費生活の安全・安心を確保するため、国や県等の関係機関・団体等との意見交換などを通じて、連携した取り組みを進めます。

○ 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

○ 取組事項

施策の方向に基づく各施策については、「施策一覧」P28～31に掲載しています。

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

ライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育・啓発を行うとともに、多様な人々にも配慮した包摂性のある社会づくりに向けた取り組みを推進します。



○ 施策の方向

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

○ 主な施策

学校や家庭における消費者教育・啓発として、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・配布を行います。

地域等においては、広く市民に向けて、個々の特性も考慮しながら、さまざまな媒体による消費生活情報の提供、消費者被害防止に関する啓発を行うとともに、消費生活や消費者被害防止についての講座を開催します。また、消費者教育・啓発を行う消費生活相談員のスキル向上を図るとともに、消費生活パートナー*など地域人材の育成や、消費生活の安定及び向上に取り組む市民活動団体への支援を行います。

ライフステージや消費者の特性に応じた体系的な消費者教育・啓発を推進するため、消費者教育推進地域協議会や消費者教育連絡会議を開催するなど、教育委員会をはじめとした関係機関・団体等と連携を図りながら取り組みます。

○ 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%

※ ()付きの現状値は、参考値を記載

○ 取組事項

施策の方向に基づく各施策については、「施策一覧」P32～34に掲載しています。

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

環境に配慮したライフスタイル・ビジネススタイルを推進する取り組みを進め、持続可能な社会を目指します。



○ 施策の方向

- 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

○ 主な施策

持続可能な社会を目指すライフスタイルを推進するため、エシカル消費に関する情報提供や啓発を通して、自らの消費行動を考え、実践する機会を提供するとともに、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を進めます。

また、持続可能な社会を目指すビジネススタイルを推進するため、環境に配慮した事業活動に対する支援を行い、消費者志向経営を推進します。

環境をテーマとした講座の開催や食に関する情報発信など学ぶ機会や知る機会の提供により、環境教育・食育の推進を図るとともに、市民や事業者、学校等の多様な主体と連携しながら、環境配慮行動の輪を広げていきます。

○ 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

※ ()付きの現状値は、参考値を記載

○ 取組事項

施策の方向に基づく各施策については、「施策一覧」P35～37に掲載しています。

IV 消費者被害の防止及び救済

消費者被害の未然防止・拡大防止及び救済のため、さまざまな媒体を活用した情報提供を行うとともに、トラブルにあった際に、あらゆる人がすぐに相談できるよう、消費生活センターの認知度向上と機能向上に努めます。



○ 施策の方向

- 1 消費者被害の未然防止・拡大防止
- 2 消費者被害の救済
- 3 消費生活相談の充実
- 4 関係機関・団体等との連携

○ 主な施策

消費者被害の未然防止・拡大防止のための取り組みとして、広く市民に向けて、個々の特性も考慮しながら、さまざまな媒体により、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とともに、消費生活センターの認知度向上のため、デジタル媒体も活用した相談窓口の周知に努めます。

消費者被害の救済の取り組みとして、消費生活条例に基づく助言及びあっせん等を行うほか、特定適格消費者団体*を目指す団体に対する支援を行い、被害救済を図ります。

また、研修等を通じて消費生活相談員の専門的知識の向上を図るとともに、国が推進する消費生活相談のデジタル化の動向も注視しながら消費生活相談の充実に取り組みます。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・団体等と連携して対応します。

○ 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

※ ()付きの現状値は、参考値を記載

○ 取組事項

施策の方向に基づく各施策については、「施策一覧」P38～40に掲載しています。

V 見守り等の配慮を要する消費者(高齢者等)への対応

高齢者や認知症・障害等により判断力が低下する傾向にある人など、見守り等の配慮を要する消費者の支援を行うため、見守りネットワークづくりを推進します。



○ 施策の方向

- 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

○ 主な施策

高齢者等に対する支援として、地域団体等に対し、防犯・悪質商法等をテーマとした出前講座を実施するとともに、配食サービスを行う事業者・団体等と連携し、消費生活情報や注意喚起情報を提供します。また、自立支援や財産保護に関する情報提供にも取り組みます。

見守り活動の担い手となる団体・事業者等を対象に、講座の実施や啓発物品の提供、見守りガイドブックの配布を行うとともに、福祉部署とも連携し、見守り活動の担い手を育成します。

また、「仙台市消費者の安全を守る連絡協議会」の開催等により関係機関・団体等との情報共有を通して、見守りネットワークづくりを推進します。

○ 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%

※ ()付きの現状値は、参考値を記載

○ 取組事項

施策の方向に基づく各施策については、「施策一覧」P41～42に掲載しています。

3 施策一覧

施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保

施策の方向 1 商品・サービスの安全の確保

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)食品の安全性の確保			
1	食品の安全性に関する情報提供	ホームページや情報誌等により、食品関係事業者や消費者に食品に関する情報提供を行います。	市民局 健康福祉局
2	食品の安全性に関する情報収集	食品の安全性に関する情報収集及び調査研究を行うとともに、食品に起因する危害発生時には、関係機関・団体等と連携し、原因究明及び拡大防止措置を行います。	市民局 健康福祉局
3	食品の監視指導及び検査	食品等事業者へのHACCP導入支援及び衛生管理状況の確認を行います。また、食品の生産・製造・流通等の状況、食品関係施設の実態、食中毒等の危害発生状況等を考慮し、効果的な監視指導及び食品検査を行います。	健康福祉局
4	リスクコミュニケーションの推進	食品の安全性について、消費者、事業者及び行政の三者のリスクコミュニケーションの推進を図り、その意見を施策に反映させるなど、三者の相互理解を深め、連携して安全性の確保を推進します。	健康福祉局
(2)住居の安全性の確保			
5	地震災害対策の普及促進	地震災害対策の普及促進を図り、住宅の耐震化を支援します。	危機管理局 都市整備局 消防局
6	住居衛生に関する情報提供	市民からの相談等に応じて情報提供を行うとともに、必要に応じてダニアレルギー、室内化学物質の簡易測定を行い、住まいの衛生面からの安全性を確保します。また、ホームページやパンフレット等により住居衛生に関する周知を行います。	健康福祉局
(3)生活用品の安全性の確保			
7	家庭用品の安全確保対策	身近な家庭用品の試買調査により、有害物質を含む家庭用品による健康被害の発生を未然に防止します。	健康福祉局
(4)生活衛生関係営業施設等の衛生確保			
8	生活衛生関係営業施設等の監視指導	旅館業法、公衆浴場法、興行場法、理容師法、美容師法、クリーニング業法に基づき監視指導等を行います。	健康福祉局
(5)安全性の確保に関する情報提供等			
9	安全性・リコールに関する情報提供	ホームページや情報誌等により、商品・サービスの安全性やリコールに関する情報等を提供します。	市民局

No.	事業名	事業概要	推進局
10	消費者事故情報の通知・提供	消費者安全法*に基づき、消費者庁（所管省経由も含む）に対して、消費者事故等の被害情報を通知するとともに、消費者への情報提供を行います。	市民局 消防局 教育局
11	こどもの事故に関する注意喚起	新生児訪問や乳幼児健康診査、各母子保健事業等において、こどもの事故予防に関する教材配布や保健指導を行います。	こども若者局

施策の方向 2 生活関連商品の安定供給及び適正な表示・計量の推進

(1)安定供給及び公正な価格形成の確保			
12	価格動向の情報提供	生活に密着した食料品や日用雑貨品等の価格動向について、ホームページ等により情報提供を行います。	市民局
13	公平公正な市場運営	中央卸売市場において、野菜、果物、水産物、食肉、花き等を適正な価格で安定的に消費者に供給します。	経済局
(2)表示の適正化			
14	食品表示に関する啓発・情報提供	ホームページ等により、適正な食品表示（品質事項、衛生事項、保健事項）に関する啓発や情報提供を行います。	市民局 健康福祉局
15 重点	食品表示（品質事項）に関する指導等	遵守状況調査や関係機関との連携による疑義案件の立入調査により、不適正な食品表示への指導を行うとともに、不適正な表示の発生防止のための相談・啓発を行います。	市民局
16 重点	生活三法に基づく指導等	電気用品安全法、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法に基づく立入調査を行い、生活用品の適切な表示の指導を行います。	市民局
17	食品表示（保健事項）に関する指導等	栄養成分表示や、虚偽誇大広告等の禁止に関する適切な食品表示について、相談指導を行います。	健康福祉局
18	食品表示（衛生事項）に関する指導等	食品添加物、アレルゲン、期限表示等の衛生事項に関する適切な食品表示について、監視指導を行います。	健康福祉局
(3)計量の適正化			
19 重点	計量検査・指導	取引・証明に使用する計量器（はかり）の定期検査、商品量目立入検査、特定計量器の立入検査を実施し、必要な指導を行います。	市民局
20	計量に関する啓発	ホームページや情報誌、「計量のひろば」等のイベントにより、適正な計量に関する啓発や情報提供を行います。	市民局
21	仙台市計量功労者表彰	本市の計量行政の運営及び適正な計量の普及等に多大な貢献をし、その功績が顕著な事業者または個人に対して表彰を行います。	市民局

施策の方向 3 不適正な取引行為への対応

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)消費生活相談統計等に基づく情報提供及び事業者への要請等			
22	全国消費生活センター情報ネットワークシステム (PIO-NET) の活用	消費生活相談情報を PIO-NET を通して国等と共有するとともに、相談業務や消費者被害防止のための施策、教育・啓発資料の作成などに活用します。	市民局
23	事業者団体等との意見交換・要請	事業者団体等との意見交換、あっせん等の機会に、個別の販売行為の適正化、法令遵守（コンプライアンス経営）等の取り組みについて情報収集し、必要に応じて消費者への安全な商品・サービスの提供に向けた要請等を行います。	市民局
(2)消費生活条例に基づく対応			
24	条例違反等の情報提供	条例に違反またはその疑いのある事業活動による被害拡大防止のために必要な場合は、被害の概要等の情報を市民に提供します。	市民局
25	条例に基づく調査・勧告等	不適正な取引行為に対して、条例に基づき調査、勧告等を行い、勧告に従わない場合等には、事業者の氏名等の公表を行います。	市民局

施策の方向 4 災害時などの緊急時における対応

(1)生活関連商品等の安定供給の確保			
26	生活必需品の情報提供	災害などで生活用品が不足するおそれがある場合は、必要な情報を収集し、必要に応じて適時適切に情報提供を行います。	市民局
27	生活必需品の安定供給等の確保	災害時の協定により、被災者に対する生活必需品の供給体制の整備を行います。	危機管理局 経済局
28	生鮮食料品の確保・市場機能の復旧	中央卸売市場開設都市と締結している災害時の協定により、被災者に供給する生鮮食料品の確保及び市場機能の復旧を図ります。	経済局
(2)生活関連商品等の価格動向の監視等			
29	生活関連商品の価格動向の監視・注意喚起	災害時・新型インフルエンザ等発生時などの緊急時における価格高騰や売り惜しみ等が生じないよう、価格動向を監視し、必要に応じて情報提供や注意喚起を行います。	市民局
(3)消費者被害防止等			
30	緊急時等における消費者被害防止	被害拡大が懸念される相談事例や時期によって相談が増える案件に加え、災害時・新型インフルエンザ発生時など、緊急時における悪質商法による消費者被害防止のため、必要に応じて消費生活情報の提供及び相談体制の整備を行います。	市民局

施策の方向 5 関係機関・団体等との連携

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)国・県等関係機関・団体等との連携			
31	各種会議等における意見交換	国・県等関係機関・団体等との意見交換・情報共有により、消費者の安全を守る取り組みを推進します。	市民局
(2)事業者団体等との連携			
32	事業者団体等との意見交換	事業者団体等との意見交換を通して、消費者への安全な商品・サービスの提供に向けた情報共有を行います。	市民局

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 1 学校や家庭における消費者教育・啓発の充実

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)学校における消費者教育・啓発			
33	消費者教育出前講座	市内の小学校・中学校・高等学校等の児童生徒、大学・専門学校等の学生に対して、発達段階や希望テーマに応じた出前式の講座を行います。講師の派遣にあたっては、消費生活相談員のほか、関係機関・団体等と連携し、専門の講師を活用するなど、消費者教育の充実を図ります。	市民局 教育局
34	消費者教育教材 (ウェブ教材「伊達学園」を除く)	小学校・中学校・高等学校等及び大学・専門学校等の発達段階に応じた消費者教育教材を作成・配布し、学校における消費者教育の支援や消費者被害防止のための広報・啓発を行います。また、ニーズに応じて教材の電子化を推進します。	市民局
35 重点	ウェブ教材 「伊達学園」	消費者教育ウェブ教材「伊達学園」を提供し、小学校・中学校・高等学校等それぞれの発達段階に応じた学習機会の充実を図ります。	市民局
36	授業における消費者教育の実践	消費者教育ウェブ教材「伊達学園」やリーフレット等を活用した授業を実践し、小学校・中学校・高等学校等における消費者教育の内容・機会の充実を図ります。	教育局
37	消費者教育教員研修	教員を対象とした研修会・講座等を行い、小学校・中学校・高等学校等における消費者教育の内容・機会の充実を図ります。	市民局 教育局
38	消費者教育情報誌	教員向けに、消費者教育の情報誌を発行・配布し、学校における消費者教育のサポートを行います。	市民局
39	仙台子ども体験プラザ事業	スチューデントシティ・ファイナンスパークの活用等により、金銭・金融や生活費設計等に関する消費者教育を行います。	教育局
(2)若者に向けた消費者教育・啓発			
40 重点	若者向け消費者教育教材	消費者教育出前講座の実施や、大学新入生オリエンテーション、はたちの集い等におけるリーフレットの配布やSNS広告等、さまざまな機会や媒体を活用して情報提供及び啓発を行います。	市民局
41	外国人留学生向け生活オリエンテーション	外国人留学生に対し、(公財)仙台観光国際協会が行うオリエンテーション等により消費生活情報を提供します。	文化観光局
(3)家庭に向けた消費者教育・啓発			
42	幼児向け消費者教育教材	保育所・幼稚園等と連携し、親子で一緒に学べる幼児向けの消費者教育教材を作成・配布します。	市民局
43 重点	児童生徒の保護者向け消費者教育教材	児童生徒の保護者向けに、主な消費生活の場である家庭において活用してもらう啓発リーフレット等の作成・配布を行い、消費者被害防止を図ります。	市民局

施策の方向 2 地域等における消費者教育・啓発の充実

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)地域や市民に向けた消費者教育・啓発			
44	消費生活及び被害防止に関する情報提供	広く市民に向けて、個々の特性も考慮しながら、ホームページ、情報誌、メール配信、SNS など、さまざまな媒体により消費生活情報を提供するとともに、消費者被害防止に関する啓発を行います。	市民局
45	市民向け講座	消費生活講座を開催し、消費生活に関する知識や情報を提供します。また、市民センターにおける老壮大学等、地域の生涯学習の場において、消費者被害防止等についての講座を行います。	市民局 教育局
46	くらしのセミナー	地域団体、事業者、任意のグループ、高齢者等の見守りの担い手となる団体等に対し、出前講座「くらしのセミナー」を実施し、消費者教育・啓発を行います。	市民局
47	せんだい消費者支援バンク	市や関係機関・団体等における消費者教育に関する取り組みをまとめた「せんだい消費者支援バンク」を作成し、地域のさまざまな人材を活用した消費者教育の推進を図ります。	市民局
48	個人情報保護制度に関する研修	市民や事業者を対象とした個人情報保護制度に関する研修を行い、制度への理解を深めます。	総務局
49	誰にも優しいデジタル化	デジタルになじみの薄い方を対象に、民間事業者・団体等と連携し、デジタル機器やサービスの利用方法に関する助言・相談などの支援に取り組みます。	まちづくり政策局
(2)外国人住民に向けた消費生活情報の提供			
50	外国人住民向け生活オリエンテーション	外国人住民に対し、(公財) 仙台観光国際協会が行う生活のためのオリエンテーション等により消費生活情報を提供します。	文化観光局

施策の方向 3 啓発を行う人材の育成

(1)地域人材の育成			
51	消費生活パートナー	消費生活センターと地域の消費者の方々をつなぐパイプ役として、「消費生活パートナー」を育成し、身近な地域で消費者被害防止のための啓発や見守り活動につなげます。	市民局
(2)消費生活相談員の育成			
52	消費者教育に関する研修	出前講座等で質の高い消費者教育や啓発を行うため、国民生活センター等の消費者教育に関する研修を通して、消費生活相談員のスキル向上を図ります。	市民局

施策の方向 4 関係機関・団体等との連携

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)連絡組織の運営			
53	消費者教育推進地域協議会	消費者教育を推進する関係機関・団体等がそれぞれの取り組みをテーマに情報交換を行います。	市民局
(2)学校との連携			
54	消費者教育連絡会議	消費生活センターと教育現場等の連携強化を図るための情報共有・意見交換を行い、学校における消費者教育の充実を図ります。	市民局
(3)消費者団体との連携			
55	消費者団体活動補助金	消費生活の向上を図ることを目的として活動している市民活動団体の消費者教育・啓発を推進する活動に対し、必要な支援を行います。	市民局
(4)専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携			
56	講座や研修会における連携	消費生活講座や出前講座、消費者教育教員研修において、消費者教育に関して専門的な知識を持った関係機関・団体等と連携し、相談傾向や社会情勢に即した効果的な消費者教育を推進します。	市民局
(5)事業者団体等との連携			
57	くらしのセミナー	事業者団体のCSR*活動等と連携し、消費者教育・啓発を推進します。	市民局
58	消費者川柳	事業者等との連携により「仙台市消費者川柳」の募集・表彰を行うことで、消費者被害防止や持続可能な社会の形成に寄与する人材の育成につなげます。	市民局

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 1 持続可能な社会を目指すライフスタイルの推進

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)持続可能な社会を目指すための啓発・情報提供			
59 重点	エシカル消費に関する啓発・情報提供	市民が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を行います。	市民局
60	消費者川柳	ごみの減量や食品ロスなど環境をテーマとした「仙台市消費者川柳」の募集・表彰を行うことで、持続可能な社会の形成に寄与する人材の育成につなげます。	市民局
61	環境に関する啓発・情報発信	ホームページ、SNS、情報誌等を活用し、市の取り組みを発信するとともに、市民の行動を促す情報を提供し、環境に配慮したライフスタイルの啓発を行います。	市民局 環境局
(2)脱炭素型のライフスタイルの推進			
62	家庭向け脱炭素支援事業	家庭からの温室効果ガス排出量の削減に向け、高断熱住宅や省エネ・再エネ設備への支援に取り組みます。	環境局
63	せんだいE-Action	市民や企業等と協働し、3E（省エネ・創エネ・蓄エネ）を推進します。	環境局
(3)資源循環都市を目指す消費生活の推進			
64	災害用備蓄物資の有効活用	賞味期限まで1年未満となった災害用備蓄物資について、フードバンク等へ提供することにより食品ロスの削減を図ります。	危機管理局
65	プラスチック資源循環の推進	製品プラスチックとプラスチック製容器包装の一括回収・リサイクルを着実に進めるため、市民に身近な製品へリサイクルする資源循環の「見える化」を推進します。	環境局
66	食品ロス削減	せんだい食エコリーダーによる市民向け講座の開催や家庭で発生した未利用食品をフードバンク団体に寄付するフードドライブの実施を通して、食品ロス削減の実践行動を広く普及させます。	環境局

施策の方向 2 持続可能な社会を目指すビジネススタイルの推進

(1)持続可能な社会を目指す消費者志向経営の推進			
67	みちのく環境管理規格の認証取得支援	環境負荷の少ない社会経済システム構築のため、地域版環境マネジメントシステムであるみちのく環境管理規格（みちのく EMS）の認証取得支援を行います。	環境局
68	仙台市環境配慮事業者認定制度	ごみの減量・リサイクルの推進等に取り組む市内事業者を仙台市環境配慮事業者（エコにこマイスター）として認定することで、事業者の環境配慮の取り組みを推進します。	環境局

No.	事業名	事業概要	推進局
(2)脱炭素型のビジネススタイルの推進			
69	事業者向け脱炭素支援事業	一定規模以上の事業者には温室効果ガス削減のための計画書等の提出を義務付けるとともに、市が事業者の取り組みへの助言等による支援を行うことで、温室効果ガス排出とエネルギーコストの削減を推進します。	環境局
70	事業者向け脱炭素ワークショップ等	主に中小企業者を対象に、脱炭素の取り組みの必要性やメリット、温室効果ガス排出量の算定方法等について学ぶワークショップやセミナー等を開催します。	環境局
(3)資源循環都市を目指す事業活動の推進			
71	食品ロス削減	小売店等から生じる消費期限間近の食品等を消費者に割り引いて提供するマッチングサービスを運用するほか、飲食店等での食べきりや食べ残しの持ち帰りを推奨するなど、食品ロス削減に向けた啓発を行います。	環境局

施策の方向 3 環境教育・食育の推進

(1)環境教育の推進			
72 重点	環境に関する講座等	環境をテーマとした講座の開催やイベントへの出席により、環境について学ぶ機会を提供します。	市民局
73	環境教育・学習情報の提供	せんだい環境学習館たまきさんサロン及び環境Web サイトたまきさん等を通じて、環境教育・学習情報の提供を行います。	環境局
74	杜の都の市民環境教育・学習推進会議	市民・NPO・学校・事業者・行政等あらゆる主体との連携により、環境教育・学習を推進します。	環境局
75	せんだい環境学習講座	本市の環境に関わる学習講座の情報を集約し、学校や地域団体等へ情報発信と受講支援を行うことで、環境配慮行動に取り組む人づくりを進めます。	環境局
76	学校におけるプラスチックの分別収集	各学校でプラスチックを分別収集することにより、児童生徒が地球環境への理解を深め、主体的に環境保全に取り組む意識が育つよう、環境負荷を軽減する実践活動を推進します。	教育局
(2)食育の推進			
77	食を通じた健康づくりの啓発・支援	健康的な食生活を実践するための知識や情報を発信し、市民の健康づくりを支援します。	健康福祉局
78	仙台伊達なマルシェ-だてまる（仙台市食環境整備事業）	減塩や栄養バランスの良い食品を販売する店舗を参加登録し、市民が健康に配慮した食品を選択・購入できる環境を整えます。	健康福祉局

No.	事業名	事業概要	推進局
79	食育月間パネル展での情報発信	食育月間パネル展においてポスター掲示やリーフレット配布を行い、市民への啓発を行います。	健康福祉局
80	幼児に向けた啓発	各施設において、年間食育計画に基づき、こどもの作物栽培、収穫等の経験や保育士・栄養士による食に関する啓発を通して、食べものや食生活への理解を深める食育を推進します。	こども若者局
81	児童生徒に向けた啓発	各学校において、食に関する指導の全体計画等を踏まえ、給食時間における指導の充実等を図り、食育を推進します。	教育局
82	仙台産農作物の魅力発信	仙台的地産地消に関する情報発信事業「とれたて仙台」での情報発信や収穫まつり、農業体験等のイベントを通して、生産者と消費者の相互理解を深めることにより、仙台的地産地消を推進します。	経済局

施策の方向 4 関係機関・団体等との連携

(1)連絡組織の運営			
83	消費者教育推進地域協議会	消費者教育を推進する関係機関・団体等がそれぞれの取り組みをテーマに情報交換を行います。【再掲 53】	市民局
(2)学校との連携			
84	消費者教育連絡会議	消費生活センターと教育現場等の連携強化を図るための情報共有・意見交換を行い、学校における消費者教育の充実を図ります。【再掲 54】	市民局
(3)消費者団体との連携			
85	消費者団体活動補助金	消費生活の向上を図ることを目的として活動している市民活動団体の消費者教育・啓発を推進する活動に対し、必要な支援を行います。【再掲 55】	市民局
(4)事業者団体等との連携			
86	くらしのセミナー	事業者団体の CSR 活動等と連携し、消費者教育・啓発を推進します。【再掲 57】	市民局
87	消費者川柳	ごみの減量や食品ロスなど環境をテーマとした「仙台市消費者川柳」の募集・表彰を行うことで、持続可能な社会の形成に寄与する人材の育成につなげます。【再掲 60】	市民局

施策の柱Ⅳ 消費者被害の防止及び救済

施策の方向 1 消費者被害の未然防止・拡大防止

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)相談窓口の周知及び消費者被害防止に関する啓発等			
88 重点	消費生活センター相談窓口の周知	ホームページや情報誌等に加え、SNS 広告等のデジタル媒体を活用し、外国人住民等の情報が届きにくい対象者も含めて、消費生活センターの相談窓口のさらなる周知を行います。	市民局
89 重点	消費生活及び被害防止に関する情報提供	広く市民に向けて、個々の特性も考慮しながら、ホームページ、情報誌、メール配信、SNS など、さまざまな媒体により消費生活情報を提供するとともに、消費者被害防止に関する啓発を行います。 【再掲 44】	市民局
90	くらしのセミナー	地域団体、事業者、任意のグループ、高齢者等の見守りの担い手となる団体等に対し、出前講座「くらしのセミナー」を実施し、消費者教育・啓発を行います。【再掲 46】	市民局
91	緊急時等における消費者被害防止	被害拡大が懸念される相談事例や時期によって相談が増える案件に加え、災害時・新型インフルエンザ発生時など、緊急時における悪質商法による消費者被害防止のため、必要に応じて消費生活情報の提供及び相談体制の整備を行います。【再掲 30】	市民局
92	消費者川柳	消費者トラブルや特殊詐欺等の被害防止をテーマに「仙台市消費者川柳」の募集・表彰を行うことで、消費生活センターの相談窓口の周知及び消費者トラブルや特殊詐欺被害の防止につなげます。	市民局

施策の方向 2 消費者被害の救済

(1)消費生活条例に基づく助言及びあっせん、調停等			
93	消費生活相談における助言及びあっせん	消費者から事業者との取引に関して生じた苦情の申出があったときは、自主交渉のための助言やあっせん等を行います。	市民局
94	条例に基づく調停	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、調停による解決を図ります。	市民局
(2)消費者訴訟の援助			
95	消費者訴訟の援助	調停に付された案件について、訴訟活動に必要な援助を行います。	市民局
(3)特定適格消費者団体を目指す団体に対する支援			
96	消費者団体活動補助金	特定適格消費者団体を目指す団体に対し、支援を行います。	市民局

施策の方向 3 消費生活相談の充実

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)消費生活相談に関する専門的な知識の向上			
97	国民生活センター教育研修等	国民生活センター、宮城県、東北都市消費者行政協議会等が主催する研修に積極的に参加し、消費生活相談員の専門知識や資質の向上を図ります。	市民局
98 重点	勉強会等の開催	弁護士など外部講師との事例研究会等の実施により、相談業務に資するためのスキルや知識の向上を図ります。	市民局
99	事業者団体等との意見交換	総務省で開催する電気通信事業者との連絡会議や生命保険や貸金業、生活衛生などの関係機関・団体等との意見交換会への参加により、インターネットトラブルをはじめとする最新の情報を収集し相談業務に生かします。	市民局
(2)インターネット消費生活相談			
100	電子媒体を活用した消費生活相談	せんだいオンライン申請サービスを利用して、消費生活に関する相談を受け付けます。	市民局
(3)多重債務者等に対する支援			
101	多重債務研修会	職員向け多重債務研修会の開催や、庁内連絡会議等の情報提供などにより、相談窓口の周知やアウトリーチによる支援に向けて、関係部局との連携を強化します。	市民局
102	消費生活相談における関係機関・団体等との連携	多重債務に関する相談者を弁護士等の専門家に紹介・誘導するとともに、生活に困窮している場合は、生活の自立を支援する相談機関に紹介・誘導します。	市民局
103	仙台市生活困窮者等家計改善支援事業	家計収支の均衡が取れていないなど、家計に課題を抱える生活困窮者及び生活保護受給者に対し、収入、支出その他家計の状況の適切な把握及び家計の改善の意欲を高めることを支援するとともに、自ら家計管理ができるよう支援します。	健康福祉局
(4)外国人からの相談に対する支援			
104	仙台多文化共生センターによる通訳支援	コミュニティ通訳サポーターの派遣や通訳サポート電話により、日本語が不自由な外国人の相談対応を、通訳により支援します。	文化観光局

No.	事業名	事業概要	推進局
(5)特別相談窓口の設置等			
105	消費生活特別相談ダイヤルの設置	弁護士会等関係機関・団体等と連携し、消費生活トラブルや多重債務に関する特別相談を行います。	市民局
106	緊急相談窓口の設置	関係機関・団体等と連携し、急激にトラブルが増加した問題に関して緊急的な相談窓口を設置します。	市民局
107	移動相談	要請があった場合、必要に応じて地域に出向いて消費生活相談を受ける移動相談を行います。	市民局

施策の方向 4 関係機関・団体等との連携

(1)連絡組織による連携			
108 重点	消費者の安全を守る連絡協議会	「仙台市消費者の安全を守る連絡協議会」の見守りネットワークづくりを推進し、地域における消費者被害防止に努めます。	市民局
(2)国・県等関係機関・団体等との連携			
109	東北都市消費者行政協議会等	宮城県や東北の各都市との定期的な情報交換を図るなど連携し、消費者被害の防止及び救済に努めます。	市民局
(3)専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携			
110	消費生活相談における関係機関・団体等との連携	消費者の特性（高齢者、障害者、外国人等）に応じた相談について、関係機関・団体等と連携して対応します。	市民局
111	行政機関及び弁護士等との連携	「県内行政機関と仙台弁護士会・宮城県司法書士会との懇談会」により、消費者被害防止及び救済に向けた情報共有や連携を図ります。	市民局
(4)事業者団体等との連携			
112	消費者川柳	消費者トラブルや特殊詐欺等の被害防止をテーマに「仙台市消費者川柳」の募集・表彰を行うことで、消費生活センターの相談窓口の周知及び消費者トラブルや特殊詐欺被害の防止につなげます。 【再掲 92】	市民局
113	住まいの活用相談	住まいに関連する団体等と連携し、相互の情報提供の推進と意見交換を図り、市民に対する住まいの相談体制の充実や情報提供等を行います。	都市整備局

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 1 高齢者等に対する支援

No.	事業名	事業概要	推進局
(1)高齢者等に対する啓発			
114 重点	出前講座の実施	町内会、老人クラブ等の地域団体、任意のグループ、事業者等に対して、防犯・悪質商法等に関する出前講座（「くらしのセミナー」、「防犯講座」）を行います。	市民局
115	啓発チラシ・物品の配布	特殊詐欺や悪質商法などへの注意喚起等の啓発チラシ・物品を作成し、配布します。	市民局
116 重点	配食サービス事業者との連携	配食サービスを行う事業者・団体等と連携し、消費者に対し注意喚起情報を提供します。	市民局
117	地域包括支援センターによる注意喚起	地域包括支援センターが、地域の高齢者及び関係機関にパンフレット等を活用しながら消費者被害の注意喚起を行います。	健康福祉局
(2)高齢者等の自立した消費生活への支援			
118	特殊詐欺電話撃退装置等購入費補助金	特殊詐欺等の被害を未然に防止するため、特殊詐欺電話撃退装置等の購入費用を支援します。	市民局
119	誰にも優しいデジタル化	デジタルになじみの薄い方を対象に、民間事業者・団体等と連携し、デジタル機器やサービスの利用方法に関する助言・相談などの支援に取り組みます。【再掲 49】	まちづくり政策局
120	福祉用具等に関する情報提供	福祉用具・サービスに関する情報提供のために仙台市シルバーセンター福祉用具展示室において展示、相談等を行います。	健康福祉局
121	終活支援事業	終活に関する相談支援や広報・周知のほか、終活情報登録制度の導入等を通じて、市民一人ひとりが安心して終活に取り組める環境を整備し、終活の考え方を広く浸透させます。	健康福祉局
122	ウェルビーイング製品等開発支援事業	高齢者等の自立支援や在宅介護の支援なども含めたウェルビーイング分野において、ITなどを活用した付加価値の高い製品・サービスの開発・事業化を目指します。	経済局
(3)高齢者等の財産等の保護			
123	成年後見制度・権利擁護事業に関する情報提供	相談者の家族に対し、必要に応じて成年後見制度や権利擁護事業に関する情報を提供し、活用を促進します。	市民局
124	成年後見制度の利用支援	認知症高齢者等で成年後見制度の利用が必要な方で、特に必要と判断された場合に、市長申立を行います。また、一定の条件下で、後見人等の報酬や申立費用を助成するとともに、仙台市成年後見総合センターにおいて制度に関する相談・支援を行います。	健康福祉局

No.	事業名	事業概要	推進局
125	日常生活自立支援事業	仙台市権利擁護センター（まもりーぶ仙台）において、認知症高齢者等の金銭管理や福祉サービス利用のための援助等を行います。	健康福祉局

施策の方向 2 高齢者等の見守り活動に対する支援

(1)見守り活動の推進			
126 重点	くらしのセミナー	福祉部署と連携し、高齢者等の見守りの担い手となる団体等を対象に出前講座「くらしのセミナー」を行い、消費者被害防止に有効な取り組みなどを情報提供します。	市民局
127	啓発物品の提供	高齢者等の見守りの担い手となる団体等に対して、消費者被害防止に資する啓発物品を作成・提供します。	市民局
128	見守りガイドブック	「高齢者・障害者の消費者トラブル見守りガイドブック」を作成し、民生委員や地域包括支援センター、障害者サービス事業所などへ配布します。	市民局
129	小地域福祉ネットワーク活動推進事業	地域福祉活動の担い手が高齢者等の消費者トラブル防止について注意喚起できるよう支援します。	健康福祉局
(2)見守り活動の担い手の育成			
130	消費生活パートナー	消費生活センターと地域の消費者の方々をつなぐパイプ役として、「消費生活パートナー」を育成し、身近な地域で消費者被害防止のための啓発や見守り活動につなげます。【再掲 51】	市民局
131	認知症サポーター・認知症パートナー	認知症を正しく理解し、認知症の方やその家族を地域で見守る認知症サポーターや、認知症の人の思いや希望に耳を傾け、気持ちに寄り添えるパートナーを地域で養成します。	健康福祉局

施策の方向 3 関係機関・団体等との連携

(1)連絡組織による連携			
132 重点	消費者の安全を守る連絡協議会	「仙台市消費者の安全を守る連絡協議会」の見守りネットワークづくりを推進し、地域における消費者被害防止に努めます。【再掲 108】	市民局
(2)事業者団体等との連携			
133 重点	配食サービス事業者との連携	配食サービスを行う事業者・団体等と連携し、消費者に対し注意喚起情報を提供します。【再掲 116】	市民局
134	介護保険サービスに関する相談・苦情等対応	宮城県長寿社会政策課、宮城県国民健康保険団体連合会、地域包括支援センター等関係機関・団体等と連携し、市民の介護保険サービスに関する相談・苦情等について対応します。	健康福祉局

4 計画の進行管理及び推進体制

(1) 計画の進行管理及び評価

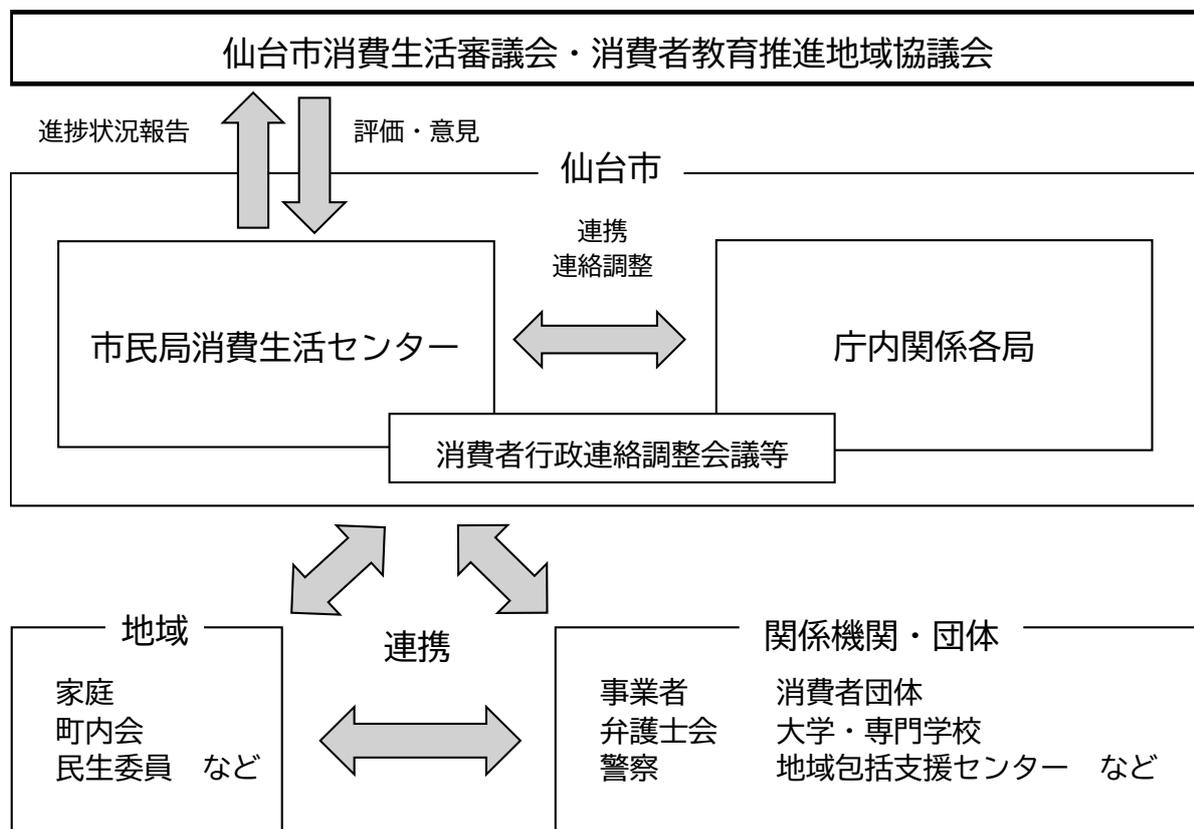
- ・ 本計画の進行管理にあたり、仙台市消費生活審議会に毎年度取り組み状況を報告し、その意見・評価結果等を市ホームページで公表します。
- ・ 消費者を取り巻く状況を捉えて施策を展開するため、仙台市消費生活審議会による意見・評価結果等を踏まえて、施策内容の見直しや拡充に関する検討を必要に応じて行います。

(2) 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していきます。

(3) 市民、事業者、学校、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します。



【資料1】消費者教育について

1 消費者教育の対象領域

消費者教育の範囲は広く、消費生活のあらゆる領域に関連しています。「消費者教育の推進に関する基本的な方針」では、対象領域を4つに分類し、それぞれの領域で育むべき力(目標)を定めています(図表28)。

＜図表28＞ 消費者教育の対象領域

領域	育むべき力
① 消費者市民社会の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力 ・ 持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力 ・ 消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力
② 商品等やサービスの安全	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力 ・ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力
③ 生活の管理と契約	<ul style="list-style-type: none"> ・ 適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力 ・ 契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力
④ 情報とメディア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上や消費者市民社会の構築に役立てることができる力 ・ デジタルサービスの仕組みやリスクを理解し、また、情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

2 消費者教育の体系イメージマップ

国の基本方針において、消費者教育は幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行うべきとされています。また、学校、地域、家庭、職域等のさまざまな場で、それぞれのライフステージに応じて効果的に消費者教育を行うためには、さまざまな主体が消費者教育のイメージを共有することが重要であり、消費者教育の対象領域ごと、発達段階ごとの学習目標を理解できるよう見える化した、「消費者教育の体系イメージマップ」(図表29)が示されています。

本市においては、この「イメージマップ」を活用し、さまざまな主体の消費者教育・啓発の取り組みをまとめた「せんだい消費者支援バンク」を作成し、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ます。

＜図表2.9＞消費者教育の体系イメージマップ 参考：消費者教育推進のための体系的プログラム研究会によるイメージマップ【消費者庁作成】

重点領域	各期の特徴		幼児期		小学生期		中学生期		高校生期		成人期			
	特徴	期待	特徴	期待	特徴	期待	特徴	期待	特徴	期待	特徴	期待		
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての意識の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生活を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を認識し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	消費がもつ影響力の理解	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての意識の形成が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルについて伝えよう	消費がもつ影響力の理解	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての意識の形成が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
	消費者の参画・協働	協力をすることの大切さを知らう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けて取り組むことこの重要性を理解しよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けて取り組むことこの重要性を理解しよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会をつくる	消費がもつ影響力の理解	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての意識の形成が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの身の危険や、ものの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	危険の少ないくらしと消費社会を目指すこととの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方をすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの身の危険や、ものの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	危険の少ないくらしと消費社会を目指すこととの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう	
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用方法を知らう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの身の危険や、ものの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	危険の少ないくらしと消費社会を目指すこととの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう	
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	物の運び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	物の運び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールの活用について理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそとのルールを理解し、くらしに活かそう	生活の管理と契約	物の運び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	物の運び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品とそとのルールを理解し、くらしに活かそう	契約とそとのルールを理解し、くらしに活かそう	生活の管理と契約	
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的な暮らしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の調べ方や活用方法を知らう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術の適切な利用法を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法を身に付けよう	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の調べ方や活用方法を知らう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知らう	著作権や発信した情報への責任を知らう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	情報と情報技術の適切な利用法を身に付けよう	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知らう	著作権や発信した情報への責任を知らう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知らう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	

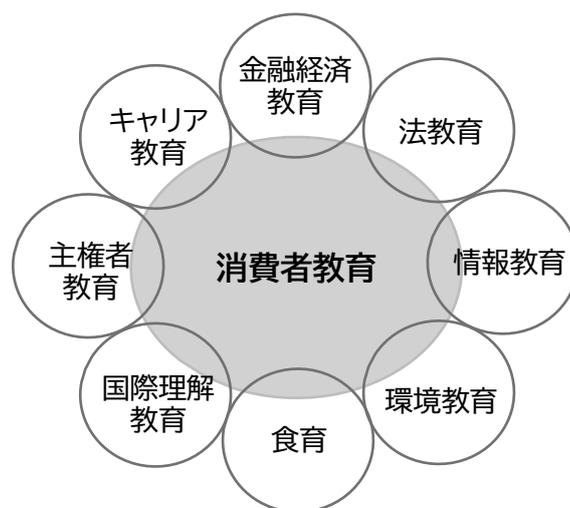
※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいうように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

3 消費者教育と関連した教育

消費者教育推進法では、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携を図ることが必要であるとされています。これらの教育の目的、内容や対象範囲は、それぞれ異なるものですが、消費者の自立を支援し、また、消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深める消費者教育と重なる部分も少なくありません(図表30)。

これらの教育と消費者教育との関係に着目し、それぞれの教育を推進することにより、相乗効果をもたらすと考えられるため、関連する教育に関する施策と消費者教育の連携の方向性について、多様な主体が共通の認識に立ち、関係機関・団体等が密接に連携・協働することが必要です。

<図表30> 消費者教育と関連した教育



他にも、安全教育等さまざまな切り口があり、それぞれが相互に関連しています。

	意義・目的	消費者教育との関連
金融経済教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 金融リテラシーの向上 ● 健全で質の高い金融商品の提供の促進や家計金融資産の有効活用を通じ、公正で持続可能な社会の実現に貢献 	<ul style="list-style-type: none"> ● 自立した消費生活を営む力
法教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 日常生活を支える法令を理解 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費者契約の適正化
情報教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 情報モラルを含む情報活用能力(情報活用の実践力、情報の科学的な理解、情報社会に参画する態度)の育成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社会のデジタル化に対応した消費者教育
環境教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境に対する知識や考え ● 社会の多様性や将来に対する責任 ● 資源やエネルギーの有限性 ● カーボンニュートラル達成に向けたライフスタイルの転換 	<ul style="list-style-type: none"> ● 自ら考え、自ら行動する人作り ● 生産・流通・消費・廃棄の社会経済システムの理解 ● 環境とのバランスを考えた日常の消費生活や事業活動 ● 持続可能な消費の実践

	意義・目的	消費者教育との関連
食育	<ul style="list-style-type: none"> ● マナーの習得 ● 「もったいない」意識の醸成 ● 食品ロスの削減 ● 地産地消の推進 ● 生産段階における環境負荷低減の取り組みや、環境と調和のとれた食料システムの重要性に対する理解 ● 栄養バランス等の観点から適切な食生活を送る ● 食品の安全性に関する知識と理解を深める 	<ul style="list-style-type: none"> ● 持続可能な社会の形成 ● 持続可能な消費の拡大 ● 栄養表示を含めた食品表示の正しい理解 ● 食における危険を回避する能力
国際理解教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や外国の人々との接点を理解 ● 地球規模の社会問題(環境や資源など)を考えさせる ● 内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚する 	<ul style="list-style-type: none"> ● 消費者市民社会の形成
主権者教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 他者と連携・協働しながら、社会を生き抜く力 ● 地域の課題解決を社会の構成員の一人として主体的に担うことができる力 	<ul style="list-style-type: none"> ● 自立した消費者の育成
キャリア教育	<ul style="list-style-type: none"> ● 家庭生活における役割、職業生活あるいは地域の一員として果たす社会的役割や責任を考える 	<ul style="list-style-type: none"> ● 自立した消費者の育成

4 消費者教育に関する具体的な取り組み

消費生活センターでは、学校や地域における消費者教育・啓発を支援するため、学校教育現場と連携し、発達段階に応じた消費者教育を実施するとともに、ライフステージに応じた学びの環境づくりを行っています。

講師の派遣や啓発資料の提供、幼児から大学生までそれぞれの発達段階に応じた消費者教育教材や啓発リーフレット等の作成及び配布を行っているほか、講座等の開催、ホームページ、消費生活情報誌、メール配信、YouTubeなど、さまざまな媒体により消費者教育・啓発や情報提供を行っています。また、地域等身近な場所で啓発を行う「消費生活パートナー」を育成しています。

さらに、消費者教育・啓発を体系的に推進するため、連絡組織を設置し、情報の共有や連携に努めるとともに、関係部局においても必要に応じて消費生活センターと連携しながら消費者教育の取り組みを行っています。

消費者教育出前講座

消費生活センターでは、小・中学生、高校生、大学生等を対象とした消費者教育に関する出前講座を行っています。

「契約の基礎知識」「金銭・金融教育」「インターネットトラブルの被害にあわないために」「悪質商法の被害にあわないために」などのテーマで、対象・内容に応じて、弁護士、司法書士、金融広報アドバイザー、消費生活相談員を講師として実施しています。



消費者教育出前講座

消費者教育教員研修会

仙台市教育センターとの共催により、消費者教育教員研修会を実施しています。

令和6年度は、仙台市教員研修として、「消費者教育の推進について～子供を取り巻く社会の変化～」(新任2年目の教員対象)や「学校教育における消費者教育の実践とSDGsとの関連」(全教員対象)をテーマに研修を行いました。



消費者教育教員研修会

仙台市オリジナル教材の作成

仙台市消費者教育ウェブ教材「伊達学園」

すごろくやスクロールゲーム、クイズなどを通して、楽しみながら消費者トラブルの対処方法などを学ぶことができるウェブ教材。幼児から高校生・若者まで、成長過程に応じた年代ごとの学習コンテンツや教材を掲載しており、教育現場のほか、家庭でもお楽しみいただくことができます。教材や刊行物のダウンロードも可能です。



仙台市消費者教育ウェブ教材「伊達学園」

発達段階に応じた教材



幼児向け絵本
「はたのはじめてのおつかい」



小学生(保護者)向け
「親子で考えよう!
消費生活のこと」



小学生向け
「めざせ! 買い物名人」



仙台市消費者教育ウェブ教材「伊達学園」 二次元コード



中学生向け
「めざせ! 消費者力を
鍛えて SKILL UP!」



中学生(保護者)向け
「安全安心
消費生活ガイド」



中学生向け
「伊達な暮らし入門」



高校生・若者向け
「今日から君も
オトナ消費者」



高校生・若者向け
「すぐ読める! 消費
生活のルール&
トラブルガイド」

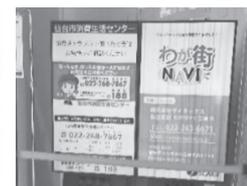
啓発動画・デジタル広告等の作成

消費生活センターのマスコットキャラクター「さっち」を起用した啓発動画などを作成し、当センターのYouTubeチャンネルへの投稿やSNSへの動画広告をはじめ、市内各所のデジタルサイネージ(市内郵便局や商業施設等)に掲出しています。

また、地下鉄仙台駅・広瀬通駅構内の内照広告、区役所のモニター等での情報提供も行っています。



地下鉄仙台駅内照広告



商業施設の
デジタルサイネージ

くらしのセミナー

くらしの中の身近な話題や疑問について学習したいという地域団体等の学習会や研修会に講師を派遣し、出前講座を行っています。

「悪質商法」「クーリング・オフ制度*」「インターネットトラブル」「高齢者等の見守り」など消費者被害の防止に関するテーマで、町内会、老人クラブ、地域包括支援センター、社会福祉協議会、PTA等に講師を派遣しています。



老壮大学への講師派遣

消費生活講座・消費者月間記念事業

消費生活に関するさまざまな知識や情報を提供し、日常生活で活用してもらうための「消費生活講座」を実施しています。

毎年5月は「消費者月間」として、全国の自治体で、消費者、事業者、行政が一体となり消費者問題に関する啓発・教育等の関連事業を展開しており、本市においてもイベントや消費生活パネル展を開催しています。

令和6年度は、「食で考える 地球の未来と私たちの消費」をテーマとして、東北大学大学院との共催により、映画上映と講演を実施しました。また、ララガーデン長町にて消費生活パネル展を行い、消費者トラブルの実例とその対策や消費生活に関する情報を紹介しました。



消費者月間 講演「食と私たちの暮らし」



消費生活パネル展

消費者川柳

消費者トラブルや特殊詐欺等の被害防止、「消費者市民社会」の実現を目指し、「消費者川柳」を募集しています。小学生・中学生・一般の部門ごとに入賞作品を選考し、入賞者には表彰状と副賞を贈呈するとともに、入賞作品を市ホームページに掲載するなど、消費生活センターの啓発にも活用しています。

平成27年度から実施しており、令和6年度で十周年を迎えました。



消費者川柳 表彰式

エシカル消費イベント

エシカル消費を学ぶ機会の提供と、実践への機運を醸成することを目的に、イベントを開催しています。

令和6年度は、「ETHICAL DAY.1 2024」と題し、伊達武将隊とエシカル消費を学ぶステージコンテンツと、地元の果物を使った飲み物の試飲や食育エシカルぬりえなどのエシカル消費を気軽に体験できるブースコンテンツを提供しました。

「エシカル消費」とは？

「エシカル(ethical)」とは、英語で「倫理的な」という意味。「エシカル消費」とは、人や社会、地域、環境に配慮した商品やサービスを選び、消費することです。普段の買い物など、一人ひとりの行動が私たちの未来を変える大きな力になります。

人・社会への配慮

- ・フェアトレード商品を選ぶ
- ・障害がある人の支援につながる商品を選ぶ



地域への配慮

- ・地元の産品を買う
- ・被災地の産品を買う



環境への配慮

- ・エコ商品を選ぶ
- ・認証ラベル*のある商品を選ぶ

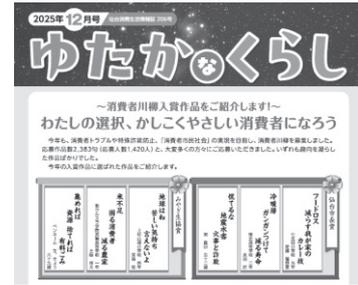


ステージコンテンツ
「伊達武将隊と学ぶエシカル消費」

消費生活情報誌「ゆたかな暮らし」

消費生活情報誌を年 4 回発行し、消費者トラブルの相談事例や、製品事故などの注意喚起情報、食や環境に関連したお知らせなど、消費生活に関するさまざまな情報を提供しています。

市役所本庁舎市民のへや、各区役所・総合支所、市民センター、市の文化施設などで配布するほか、仙台市ホームページにも掲載しています。



2025年12月号

消費生活パートナー

仙台市消費生活センターと地域の消費者の方々をつなぐ「パイプ役」として、消費生活に役立つ情報を届けたり、消費者トラブルで悩んでいる方を相談窓口につなぐたり、当センターと連携して消費者啓発を行うボランティアです。

消費生活パートナー養成講座を修了した方が、それぞれのライフスタイルに合わせて「見守る」「学ぶ」「伝える」活動を行っています。



消費生活パートナー養成講座

適格消費者団体 特定非営利活動法人消費者市民ネットとうほく

内閣総理大臣認定の適格消費者団体「特定非営利活動法人消費者市民ネットとうほく」では、消費者被害の未然防止・拡大防止及び救済のため、消費者や関係機関・団体等との連携・相互協力により、消費者の利益擁護・権利の確立を目指し、さまざまな活動を行っています。

消費生活センターとの連携では、消費者被害防止・救済に関する情報交換を定期的に行うとともに、消費者団体活動補助事業として、消費者被害の事例などをテーマにした講演やセミナーを開催するなど、消費者被害の救済・予防に向けた活動に取り組んでいます。



レスキュー商法に関する講演会

仙台子ども体験プラザ スチューデントシティ・ファイナンスパーク

仙台自分づくり教育の一環として、こどもたちが本物に近い街の中で働くことや社会の仕組み等について学ぶ、体験型経済教育プログラムを実施しています。

スチューデントシティでは、市内の小学5～6年生を対象に、ブースに再現された店舗・事業所で、働く側(労働)と買う側(消費)の両方を体験することで、社会と自分との関わり、経済の仕組みを学びます。

ファイナンスパークでは、市内の中学生を対象に、家族・収入など与えられた条件の中で、さまざまな商品やサービスの購入・契約など、1 か月の生活設計を行うことを通して、意思決定の在り方の重要性や、今の自分に何が大切なのかを考えます。



スチューデントシティ

せんだい環境学習館たまきさんサロン・せんだい環境 Web サイトたまきさん

せんだい環境学習館では、環境に関する多様なテーマの「サロン講座」を開催しているほか、セミナースペースや環境関連図書貸出しを行っています。また、「せんだい環境学習講座」として、本市の環境に関わる学習講座の情報を集約して学校や地域団体等に紹介し、受講の支援（講師謝礼の負担等）を行っています。

せんだい環境 Web サイトは、令和 3 年度にリニューアルし、環境に関する幅広い情報をさらにわかりやすく提供しています。



サロン講座

エコフェスタ

ごみ減量やリサイクル、地球環境保全への理解を深めることを目的に、企業や市民団体によるブース出展など、楽しみながら環境について考えるイベントです。

消費生活センターでは、リサイクル品を利用した工作や食品ロス計量体験、パネル展示などのブースを出展しています。



エコフェスタ 2024 工作体験

仙台伊達なマルシェ だてまる（仙台市食環境整備事業）

市民が食を通じた健康づくりを行う環境を整えるため、減塩や栄養バランスの良い食事につながる食品を提案・販売する食料品販売店に登録してもらい、市民にその情報を提供しています。

登録店は、「しおエコマーク」を掲示して減塩商品のコーナーを設置したり、主食、主菜、副菜を 3 色で示した「バランスマーク」を使って総菜のおすすめの組み合わせを提案するなど、食品を選ぶ際のヒントを提供して市民の健康づくりにつながるよう取り組んでいます。



バランスマーク



しおエコマーク

【資料 2】計画の策定経過

令和 6 年度

7 月	第 1 回消費者行政連絡調整会議 ・ 次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画策定について
	消費生活意識調査(市民・事業所・学校)を実施
8 月	第 1 回仙台市消費生活審議会 ・ 次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画策定について
1 月	第 2 回仙台市消費生活審議会 ・ 消費生活意識調査の結果報告について ・ 次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画策定(骨子案)について ・ 学校における消費者教育について(消費者教育推進地域協議会)

令和 7 年度

7 月	第 1 回消費者行政連絡調整会議 ・ 次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画(素案)について
	第 1 回仙台市消費生活審議会 ・ 次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画(素案)について
8 月	第 2 回仙台市消費生活審議会 ・ 消費者基本計画における「消費者力」の育成について(消費者教育推進地域協議会)
9 月	第 2 回消費者行政連絡調整会議 ・ 次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画(中間案)について
10 月	第 3 回仙台市消費生活審議会 ・ 次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画(中間案)について
	市議会市民教育委員会 ・ 仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画(中間案)について
	市民意見募集(～11月)
1 月	第 3 回消費者行政連絡調整会議 ・ 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 ・ 次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画(最終案)について
	市議会市民教育委員会 ・ 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
	第 4 回仙台市消費生活審議会 ・ 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 ・ 次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画(最終案)について
3 月	・ 仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画(令和8年度～令和12年度)策定

【資料3】仙台市消費生活審議会

〔委員名簿〕

(1) 第24次名簿(令和5年11月1日～令和7年10月31日) (敬称略・五十音順)

	氏名	所属・役職名
会長	佐々木 伯朗	東北大学大学院経済学研究科教授
副会長	吉永 一行	東北大学大学院法学研究科教授
委員	岩渕 文智 (令和6年9月30日～)	仙台市地域包括支援センター連絡協議会幹事
	千坂 祐 (令和6年6月20日 ～令和6年9月29日)	仙台市地域包括支援センター連絡協議会幹事
	横前 睦美 (～令和6年6月19日)	仙台市地域包括支援センター連絡協議会幹事
	萱場 律子	一般公募
	鈴木 源一 (令和7年4月24日～)	消費者市民ネットとうほく理事
	佐々木 菊恵 (～令和7年4月23日)	消費者市民ネットとうほく理事
	高山 真里子	マリズファーム
	藤居 法子	仙台商工会議所女性会常任委員
	見田 佳代	仙台市立台原小学校校長
	山田 いずみ	仙台弁護士会
	渡辺 淳子	宮城県生活協同組合連合会常務理事

(2) 第25次名簿(令和7年11月1日～令和9年10月31日) (敬称略・五十音順)

	氏名	所属・役職名
会長	吉永 一行	東北大学大学院法学研究科教授
副会長	岡庭 英重	山形大学人文社会科学部講師
委員	石動 光洋	一般公募
	岩渕 文智	仙台市地域包括支援センター連絡協議会幹事
	金田 憲子	仙台商工会議所女性会常任委員
	鈴木 源一	消費者市民ネットとうほく理事
	見田 佳代	仙台市立台原小学校校長
	御牧 宏一郎	株式会社 NTT ドコモ東北支社企画総務部長
	山田 いずみ	仙台弁護士会
		渡辺 淳子

〔仙台市消費者教育推進地域協議会〕

消費生活審議会は、平成26年度より、「消費者教育の推進に関する法律」第20条で、区域における消費者教育を推進するための情報交換及び調整を目的として設置に努めることとされている「消費者教育推進地域協議会」の役割を併せて担っています。

消費者教育を推進するため「地域」や「学校」等のテーマごとに関係者に出席いただき、消費者教育・啓発の取り組み等について情報提供をいただき、意見交換を行っています。

(1) 令和6年度第2回審議会(令和7年1月27日)

- テーマ:「学校における消費者教育について」
- 出席者:仙台市立若林小学校 校長 見田 佳代 氏
仙台市立七北田中学校 校長 大内 司朗 氏

(2) 令和7年度第2回審議会(令和7年8月6日)

- テーマ:「消費者基本計画における『消費者力』の育成について」
- 出席者:消費者庁消費者教育推進課 政策企画専門官 中川 壮一 氏

【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

(1) 市民調査

- ① 調査対象:仙台市内在住の18歳以上の方(住民基本台帳より無作為抽出)
- ② 調査期間及び調査方法
令和6年7月、無記名式の質問調査、郵送による配付・Webまたは郵送による回収
- ③ 回収状況:発送数5,000件 回収数2,060件 回収率41.2%
- ④ 調査内容
 - ・ 回答者の属性(性別、年代、職業、家族構成、居住区など)
 - ・ くらしや社会に関すること(くらしの中で問題だと感じること)
 - ・ 商品(食品を除く)・サービスに関すること(商品の購入やサービスを利用する際の考慮事項、トラブルの有無、内容、相談状況など)
 - ・ 食品に関すること(食品を購入する際の考慮事項、トラブルの有無、内容、相談状況など)
 - ・ 普段の生活や消費者教育(「消費者市民社会」「エシカル消費」の認知度、普段の生活で心掛けている取り組み、消費生活に関する情報の入手先、消費者教育や啓発の参加・経験など)
 - ・ 消費生活相談や消費者被害防止
(「仙台市消費生活センター」「消費者ホットライン*」の認知度、事業者や消費者行政に対する期待度など)
 - ・ 消費者行政への意見

(2) 事業所調査

- ① 調査対象
仙台市内の民間事業所(総務省統計局事業所母集団データベースより無作為抽出)
- ② 調査期間及び調査方法
令和6年7月、無記名式の質問調査、郵送による配付・Webまたは郵送による回収
- ③ 回収状況:発送数1,500件 回収数408件 回収率27.2%

④ 調査内容

- ・ 回答事業所の属性(本社・支社等の別、本社所在地、業種、従業員数など)
- ・ 消費者対応の取り組み状況
(重視している取り組み、今後重視すべきと考える取り組みなど)
- ・ 事業所からみた消費者が購入(利用)する際の考慮点
- ・ 消費者教育・普及啓発の取り組み状況
- ・ 消費者行政の認知度
(「消費者市民社会」「エシカル消費」「仙台市消費生活センター」の認知度)
- ・ 消費者対応の現状
(消費者からの意見や苦情、問い合わせの傾向や内容、対応方法など)
- ・ 消費者の特性(高齢者、障害者、若年者など)に配慮した取り組み
- ・ 社会や地域のための活動
- ・ 消費者行政に対する期待
- ・ 消費者行政への意見・要望

(3) 学校調査

① 調査対象

仙台市内の小学校、中学校、高等学校・中等教育学校、特別支援学校全245校
(小学校124校、中学校73校、高等学校・中等教育学校36校、特別支援学校12校)

② 調査期間及び調査方法

令和6年7月、無記名式の質問調査、郵送による配付・Webまたは郵送による回収

③ 回収状況:発送数245件 回収数135件 回収率55.1%

〔小学校74件(59.7%)、中学校37件(50.7%)、
高等学校・中等教育学校19件(52.8%)、特別支援学校5件(41.7%)〕

④ 調査内容

- ・ 回答学校の種別
- ・ 消費者教育に関する授業内容、教材
- ・ 講座等の利用状況(講座の利用有無、テーマや内容、依頼先など)
- ・ 児童生徒の消費者トラブル(消費者トラブル遭遇の有無、内容)
- ・ 消費者教育の推進の課題、必要事項
- ・ 消費者教育に関する情報、学習機会
(教職員向けに必要な情報や知識、情報を得やすい媒体、学習機会への参加意向など)
- ・ 消費者教育教材の認知度と使用状況
- ・ 保護者向けに効果的な啓発媒体やテーマ
- ・ 消費者行政への意見

(4) 第1回夏休み消費生活親子講座参加者アンケート

① 調査対象:参加した小学4~6年生の児童

② 調査日及び調査方法:令和6年7月29日、紙による配布・回収

③ 回収状況:配布数9件 回収数9件 回収率100.0%

- ④ 調査内容
- ・ おこづかいでものを買うとき、どんなことに気を付けているか
 - ・ もしお金のことで困ったことがあったら、誰に相談するか
 - ・ インターネットで動画を見たりゲームをしたりするときに気を付けていること
- (5) 第2回夏休み消費生活親子講座参加者アンケート
- ① 調査対象:参加した小学1~3年生の児童
- ② 調査日及び調査方法:令和6年7月31日、紙による配布・回収
- ③ 回収状況:配布数16件 回収数15件 回収率93.8%
- ④ 調査内容
- ・ おこづかいでものを買うとき、どんなことに気を付けているか
 - ・ もしお金のことで困ったことがあったら、誰に相談するか
 - ・ インターネットを利用するとき、おうちの人に確認しているか
- (6) エコフェスタ2024こどもアンケート
- ① 調査対象:来場したこども(14歳以下)
- ② 調査日及び調査方法:令和6年9月1日、紙による配布・回収
- ③ 回収状況:配布数68件 回収数68件 回収率100.0%
- ④ 調査内容
- ・ おこづかいでものを買うとき、どんなことに気を付けているか
 - ・ もしお金のことで困ったことがあったら、誰に相談するか
 - ・ インターネットで動画を見たりゲームをしたりするとき、おうちの人に確認しているか
- (7) 青葉区民まつりこどもアンケート
- ① 調査対象:来場したこども(14歳以下)
- ② 調査日及び調査方法:令和6年11月3日、紙による配布・回収
- ③ 回収状況:配布数100件 回収数100件 回収率100.0%
- ④ 調査内容
- ・ おこづかいをもらっているか
 - ・ おこづかいでものを買うとき、どんなことに気をつけているか
 - ・ もしお金のことで困ったことがあったら、だれに言うか
 - ・ スマホで動画を見たり、ゲームをしたりするか
 - ・ そのときは、おうちのひとにきいてから使っているか
- (8) 高校生向けアンケート
- ① 調査対象:消費者教育出前講座を実施した高等学校の生徒
- ② 調査日及び調査方法:令和7年6月30日、紙による配布・回収
- ③ 回収状況:配布数203件 回収数201件 回収率99.0%
- ④ 調査内容
- ・ 商品(食品含む)の購入・サービスの利用でのトラブルの有無
 - ・ トラブルの内容
 - ・ トラブルの相談先
 - ・ 「仙台市消費生活センター」の認知度

- ・ 消費生活に関する情報を得やすい媒体
- ・ 消費生活に関してどのような情報が欲しいか

【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

(1) 実施期間:令和 7 年10月22日~令和 7 年11月21日

※11月17日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) 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

(4) 内訳

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

施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保 2 件

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 12件

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 8 件

施策の柱Ⅳ 消費者被害の防止及び救済 8 件

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 13件

その他 1 件

【資料 6】仙台市消費生活条例

平成16年 3月19日 仙台市条例第 4 号

仙台市民の消費生活をまもる条例(昭和50年仙台市条例第48号)の全部を改正する。

目次

前文

第1章 総則(第1条—第8条)

第2章 危害の防止(第9条—第12条)

第3章 事業行為の適正化

第1節 表示、計量、包装等及び広告宣伝の適正化
(第13条—第17条)

第2節 不適正な取引行為の禁止(第18条)

第4章 消費者被害の救済(第19条—第22条)

第5章 調査、勧告及び公表(第23条—第26条)

第6章 消費者の自立支援等

第1節 消費者教育等の充実等(第27条—第29条)

第2節 消費生活支援協定の締結等(第30条・第31条)

第7章 生活関連商品等の安定供給の確保等(第32条・第33条)

第8章 仙台市消費生活審議会(第34条)

第9章 雑則(第35条)

附則

健康かつ安全で文化的な生活は、市民が等しく希求するものである。

このような豊かな生活を実現するためには、消費生活の安定と向上は、欠かすことができない。

消費生活を取り巻く環境は、その変化の度合いをますます強めてきている。消費者と事業者間の情報力、交渉力等の格差の存在に加えて、近年の社会経済の進展は、消費生活における選択の機会の拡大をもたらす一方で、商品及びサービスの新たな取引の方法を生み出し、消費者が直面している諸問題を多様化、複雑化させてきた。そのため、消費者の保護を基本とした従来の枠組みだけでは消費者の利益を確保することが困難になってきている。

消費生活においても、環境への配慮が求められており、市、事業者及び消費者は、環境への負荷が少なく持続的な発展が可能な社会の実現に努めなければならない。

このような認識に基づき、本市は、消費生活に関して必要な知識が不足し、又は判断力に不安がある消費者が不当に不利益を被らないよう必要な措置を講ずる等消費者の利益の擁護を図りながら、消費者の自立を支援していくとともに、事業者及び消費者との協力により、消費者の権利の確立を目指し、消費生活の一層の安定と向上を図るため、この条例を制定する。

第1章 総則

(目的及び消費者の権利)

第1条 この条例は、市及び事業者の責務並びに消費者の役割を明らかにするとともに、消費者の利益の擁護及び消費者の自立の支援に関する施策の基本となる事項を定めることにより、消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に

推進し、もって市民の消費生活の安定と向上を図ることを目的とする。

2 前項の目的を達成するため、市、事業者及び消費者は、相互に協力しながら、次に掲げる消費者の権利(以下「消費者の権利」という。)の確立を図るものとする。

- (1) 消費生活において生命、身体及び財産を侵されない権利
- (2) 商品及びサービスについて適正な表示を求める権利
- (3) 適正な取引環境の下で取引を行う権利
- (4) 消費生活において不当に受けた被害から適切かつ速やかに救済される権利
- (5) 消費生活において必要な情報を適切かつ速やかに提供される権利
- (6) 自立して消費生活を営むために必要な教育を受ける権利
- (7) 消費生活に関する市の施策に意見が十分に反映される権利

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 商品 消費者が消費生活において使用する物をいう。
- (2) サービス 消費者が消費生活において使用し、又は利用するもので商品以外のものをいう。
- (3) 消費者 商品又はサービスを使用し、又は利用して消費生活を営む者をいう。
- (4) 事業者 消費生活の用に供する商品又はサービスの製造、販売、提供その他これらに類する行為を業として行う者をいう。
- (5) 取引 契約の締結についての勧誘、契約の締結その他これらに類する行為をいう。

(市の責務)

第3条 市は、第1条第1項の目的を達成するため、消費者の利益の擁護、消費者の自立の支援及び消費者の権利の確立に関する施策(以下「消費生活に関する施策」という。)を総合的かつ計画的に実施するとともに、当該消費生活に関する施策の実施に当たっては、市民の意見が反映されるよう努めなければならない。

(事業者の責務)

第4条 事業者は、消費者の権利を尊重しなければならない。

- 2 事業者は、消費生活に関する法令を遵守するとともに、市が実施する消費生活に関する施策に協力しなければならない。
 - 3 事業者は、消費者との間の取引に関して生じた苦情を適切かつ速やかに処理するよう努めなければならない。
 - 4 事業者は、消費者の個人情報を通正に取り扱わなければならない。
 - 5 事業者は、消費生活における環境への負荷の低減に配慮するよう努めなければならない。
- (消費者の役割)

第5条 消費者は、消費生活に関する知識を修得するとともに、消費者の権利の確立に自ら努め、もって消費生活の安定と向上に積極的な役割を果たすものとする。

2 消費者は、消費生活を営むに当たり、環境への負荷を低減するよう努めるものとする。

(仙台市消費生活基本計画)

第6条 市長は、消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、仙台市消費生活基本計画を定めなければならない。

(市長への申出)

第7条 市民は、この条例に違反する事業者の事業活動又はこの条例に定める市の措置が講じられないことにより、広く市民の消費生活に支障が生じ、又は生ずるおそれがあるときは、市長に対し、その旨を申し出て、必要な措置を講ずることを求めることができる。

2 市長は、前項の規定による申出があった場合において、広く市民の消費生活に支障が生じ、又は生ずるおそれがあると認めるときは、この条例に基づく措置その他適切な措置を講ずるものとする。

3 市長は、第1項の規定による申出があったときは、処理の経過及び結果を当該申出を行った者に通知するものとする。

4 市長は、必要があると認めるときは、第1項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を公表しなければならない。

(国又は他の地方公共団体との相互協力等)

第8条 市長は、消費生活に関する施策を実施するに当たり、必要に応じ、国又は他の地方公共団体に対し、情報の提供、調査の実施その他の協力を求めるものとする。

2 市長は、国又は他の地方公共団体が実施する消費生活に係る施策について、情報の提供、調査の実施その他の協力を求められたときは、これに応ずるものとする。

3 市長は、第1項に定めるもののほか、市民の消費生活の安定と向上を図るために必要があると認めるときは、国、他の地方公共団体、関係業界等に対し、適切な措置を講ずるよう要請しなければならない。

第2章 危害の防止

(危害の防止の調査等)

第9条 市長は、商品又はサービスによる消費者の生命、身体又は財産に及ぼす危害又は損害を防止するために必要があると認めるときは、当該商品又はサービスの安全性について調査し、その経過及び結果を公表しなければならない。

(危害商品等の提供の禁止等)

第10条 事業者は、その欠陥により、消費者の生命、身体又は財産に危害又は損害を及ぼし、又は及ぼすおそれのある商品又はサービスを製造し、販売し、又は提供してはならない。

2 事業者は、製造し、販売し、又は提供する商品又はサービスが前項の規定に違反することが明らかになったときは、その旨の公表、当該商品又はサービスの提供の中止、改善等消費者の安全を確保するために必要な措置を講じなければならない。

(立証要求)

第11条 市長は、事業者が前条第1項の規定に違反する疑いがある場合において、第23条第1項の調査又は第24条第

1項の規定による調査若しくは質問を行って、なお当該疑いを解消することができず、かつ、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、資料の提出その他の方法により、当該商品又はサービスが消費者の生命、身体又は財産に危害又は損害を及ぼすものではないことの立証をすることを求めることができる。

(緊急危害防止措置)

第12条 市長は、商品又はサービスがその欠陥により、消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合において、当該危害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、法令に定める措置が速やかに講じられる場合を除き、直ちに次に掲げる事項のうち必要な事項を公表しなければならない。

- (1) 商品又はサービスの名称
- (2) 事業者の氏名又は名称
- (3) 事業者の住所又は事務所若しくは事業所の所在地
- (4) 危害の内容
- (5) 前各号に掲げるもののほか必要な事項

2 前項の規定による公表があったときは、事業者は、直ちに当該商品又はサービスの提供の中止その他の当該危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置を講じなければならない。

第3章 事業行為の適正化

第1節 表示、計量、包装等及び広告宣伝の適正化
(表示の適正化)

第13条 事業者は、商品又はサービスが誤って選択され、利用されること等により、消費者の利益が損なわれることのないよう、商品又はサービスの品質、用途、内容その他の必要な事項を適正に表示するよう努めなければならない。

2 事業者は、市長が定める商品又はサービスについては、市長が定める表示に関する基準に従い、表示しなければならない。

(価格等の表示)

第14条 事業者は、消費者が商品又はサービスの購入又は利用に際し不利益を被ることがないよう、商品又はサービスの価格を消費者の見やすい箇所に表示しなければならない。

2 小売業を営む事業者で市長が定めるものは、消費者が商品を選択することができるよう、市長が定める商品について、市長が定める基準量及び基準量当たりの価格を表示しなければならない。

3 事業者は、消費者が商品又はサービスを適切に選択することができるよう、商品又はサービスについて、質量、容積、時間、回数等の単位当たりの価格を表示するよう努めなければならない。

(計量の適正化)

第15条 事業者は、商品又はサービスの販売又は提供に際し、消費者の不利益となるような計量を行ってはならない。

(包装等の適正化)

第16条 事業者は、商品の内容を誇張し、廃棄物の量を増大させる等過大な包装をし、又は容器を用いてはならない。

2 事業者は、包装をし、又は容器を用いる場合には、市長が定める包装又は容器に関する基準に従い、行わなければならない。

(広告宣伝の適正化)

第17条 事業者は、商品又はサービスについて、事実と相違し、又は誇大な表現を用いる等消費者を誤認させるおそれのある広告宣伝をしてはならない。

第2節 不適正な取引行為の禁止

第18条 事業者が消費者との間で行う取引に関し、次に掲げる行為を不適正な取引行為とし、その内容は市長が定める。

- (1) 消費者に対し、商品若しくはサービスに関して重要な情報を提供せず、契約締結の意思を形成する上で重要な事項について誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的な判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること
 - (2) 消費者を威迫し、困惑させる等消費者の十全な意思形成を妨げる不当な手段を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること
 - (3) 取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること
 - (4) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の不当な手段を用いて、消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を迫り、又は履行をさせること
 - (5) 契約に基づく債務について、正当な理由なく完全な履行をせず、消費者の正当な根拠に基づく履行の請求に対し適切な対応をすることなく履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させ、又は消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること
 - (6) 契約内容を正当な理由なく一方的に変更すること
 - (7) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは無効の主張（以下これらを「申込みの撤回等」という。）に際し当該申込みの撤回等を妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は申込みの撤回等が有効に行われたにもかかわらず、当該申込みの撤回等によって生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させること
 - (8) 商品又はサービスの購入を条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約（以下これらを「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は不当な手段で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは履行をさせること
- 2 事業者は、消費者と取引を行うに当たり、前項各号に掲げる不適正な取引行為を行ってはならない。

第4章 消費者被害の救済

（条例違反等の情報提供）

第19条 市長は、この条例に違反し、又は違反する疑いのある事業活動により消費者に被害が生じ、又は拡大することを防止するために必要があると認める場合は、被害の概要その他の必要な情報を消費者に提供するものとする。

2 市長は、前項に規定する場合において、広範にわたる又は消費者に甚大な被害が生じ、又は生ずるおそれがあると認めるときは、事業者の氏名若しくは名称又は住所若しくは事務所若しくは事業所の所在地（以下「事業者の氏名等」という。）その他の当該被害の発生又は拡大を防止するために必要な情報を消費者に提供することができる。

（助言等）

第20条 市長は、消費者から事業者との間の取引に関して生じた苦情の申出があったときは、適切かつ速やかに対応し、必要な助言、あつせんその他の措置を講ずるものとする。この場合において、市長が必要と認めるときは、事業者に対し、資料の提出又は説明を求めることができる。

2 市長は、前項の苦情のうち、前項の措置を講じたにもかかわらず解決することが困難で、かつ、広く市民の消費生活に影響が生じ、又は生ずるおそれがあるために必要があると認めたもの（以下「紛争」という。）を仙台市消費生活審議会の調停（以下「調停」という。）に付すことができる。（調停）

第21条 市長は、紛争を調停に付した場合は、その旨を当該紛争の申出を行った者及びその相手方となる事業者（以下これらを「当事者」という。）に通知するものとする。

- 2 市長は、前項の場合は当該紛争の概要を公表し、当該紛争が解決したとき又は解決の見込みがないと認めるときは、必要に応じて審議の経過及び結果を公表し、同一又は同種の原因による被害の防止を図るものとする。
- 3 仙台市消費生活審議会は、紛争が付された場合は調停を行うものとする。この場合において、仙台市消費生活審議会は、事業者が正当な理由なく呼出しに応じないときは、これに応ずるよう勧告することができる。
- 4 仙台市消費生活審議会は、調停を行う場合には、当事者に対しては意見若しくは説明を聴き、又は必要な資料の提供を求め、市長に対しては資料の提供、調査その他必要な協力を求めて、調停案を作成するものとする。
- 5 仙台市消費生活審議会は、前項の規定により調停案を作成したときは、これを当事者に示してその受諾を勧告するものとする。
- 6 前各項に定めるもののほか、調停に関し必要な事項は、市長が定める。

（消費者訴訟の援助）

第22条 市長は、事業者との間の取引により消費生活において被害を受けた消費者（以下「被害者」という。）が、事業者を相手にして訴訟を提起し、又は事業者に訴訟を提起された場合において、次に掲げる要件を満たすときは、被害者の申出に応じ、当該訴訟に要する費用の貸付けその他の当該訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

- (1) 当該被害者の申出に係る紛争が仙台市消費生活審議会の調停に付されていること
 - (2) 当該被害者が受けた被害と同一又は同種の原因による被害が多数生じ、又は生ずるおそれがあること
 - (3) 当該被害者が援助を受けなければ訴訟を提起し、又は応訴することが困難であること
 - (4) 当該被害者が、当該貸付けの申出の日前3月以上引き続き本市の区域内に住所を有すること
- 2 前項の規定により訴訟に要する費用として貸し付ける資金（以下「資金」という。）は、無利息とし、その貸付期間は、市長が定める。
- 3 市長は、資金の貸付けを受けた者が、訴訟の結果当該訴訟に要した費用を得ることができなかつたときその他市長が償還させることが適当でないと認めるときは、資金の全部又は一部の償還を免除することができる。

4 前3項に定めるもののほか、資金の貸付けその他の訴訟活動の援助に関し必要な事項は、市長が定める。

第5章 調査、勧告及び公表

(調査及び商品の提出要求)

第23条 市長は、事業者が第10条、第12条第2項、第13条第2項、第14条第1項若しくは第2項、第15条、第16条第2項又は第18条第2項の規定に違反する疑いがあり、かつ、消費者に被害が及ぶおそれがあると認めるときは、事業者又はその関係人(以下「事業者等」という。)に対し、資料の提出、報告又は説明の要求その他の必要な調査を行うことができる。

2 市長は、事業者が第10条第1項の規定に違反する疑いがあり、前項の調査を行うために必要があると認めるときは、必要最小限度の数量の商品、当該事業者がサービスを提供するために使用する物又は当該サービスに関する資料の提出を求めることができる。

(立入調査等)

第24条 市長は、事業者が第10条、第12条第2項、第13条第2項、第14条第1項若しくは第2項、第15条、第16条第2項又は第18条第2項の規定に違反する疑いがあり、かつ、消費者に被害が及ぶおそれがあると認めるときは、この条例の施行に必要な限度において、その職員をして、事業者の事務所、事業所その他その事業を行う場所に立ち入らせて、帳簿、書類、設備その他の物件を調査させ、又は事業者等に質問させることができる。

2 前項の規定は、市長に対し、第21条第4項の規定による調査の協力の求めがあり、かつ、市長が当該調査を行う必要があると認める場合について準用する。

3 前2項の規定により調査又は質問を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、事業者等の請求があったときは、これを提示しなければならない。

4 前条第2項の規定は、第1項の規定による調査又は質問を行う場合について準用する。

5 市長は、事業者等が第1項の規定による調査又は質問に応じないときは、当該事業者に対し、書面により当該調査又は質問に応ずるよう勧告することができる。

6 市長は、事業者が正当な理由なく前項の規定による勧告に応じないときは、その経過を公表することができる。この場合において、消費者の被害を防止するために特に必要と認めるときは、当該事業者の氏名等を公表することができる。

(勧告及び公表)

第25条 市長は、第10条、第12条第2項、第13条第2項、第14条第1項若しくは第2項、第15条、第16条第2項又は第18条第2項の規定に違反した事業者に対し、当該違反事項を是正するよう勧告することができる。

2 市長は、事業者が正当な理由なく前項の規定による勧告に応じないときは、その経過及び内容を公表することができる。この場合において、消費者の被害を防止するために必要と認めるときは、当該事業者の氏名等を公表することができる。

(意見陳述の機会の付与)

第26条 市長は、第12条第1項、第19条第2項、第24条第6項又は前条第2項の規定により、事業者の氏名等を公表しようとするときは、あらかじめ当該事業者にその旨を通知し、意見を述べる機会を与えるものとする。ただし、緊急の

場合又は当該事業者の所在が不明で通知できないときは、この限りでない。

第6章 消費者の自立支援等

第1節 消費者教育等の充実等

(消費者教育等の充実)

第27条 市は、消費者が消費生活において主体的に行動することができるよう、消費者教育、消費者啓発その他の必要な施策の充実に努めるものとする。

(情報提供)

第28条 市は、消費者が消費生活を営むために必要な情報を収集し、消費者に適切に提供するものとする。

(消費者の活動等の支援)

第29条 市は、消費者又は消費生活に関する団体の活動及び消費者の組織化に対し必要な支援を行うことができる。

第2節 消費生活支援協定の締結等

(消費生活支援協定の締結等)

第30条 市長は、消費者行政の推進に当たって、商品又はサービスの取引に関する事業者の自主的な改善を促進し、市民の消費生活環境の充実に支援するため、事業者又は事業者の団体との間に協定(以下「消費生活支援協定」という。)を締結することができる。

2 市長は、消費生活支援協定を締結し、変更し、又は解除したときは、その内容を公表するものとする。

(事業者の指針策定への支援等)

第31条 市長は、事業者又は事業者の団体が事業活動を行う上で消費者への対応について遵守すべき指針の策定に際し、必要に応じて情報を提供することができる。

2 市長は、事業者又は事業者の団体が行う消費者に対する啓発、消費者への情報提供等について、必要な支援を行うことができる。

第7章 生活関連商品等の安定供給の確保等

(生活関連商品等の情報の収集及び提供)

第32条 市長は、日常生活と関連性の高い商品又はサービス(以下「生活関連商品等」という。)のうち必要があると認められるものについて、価格その他の必要な情報を収集し、必要に応じてこれを消費者に提供するものとする。

(安定供給の確保)

第33条 市長は、生活関連商品等が不足し、若しくは不足するおそれがあると認めるとき又は生活関連商品等の価格が著しく高騰し、若しくは高騰するおそれがあると認めるときは、事業者又は事業者の団体に対し、当該生活関連商品等の安定供給を確保するために必要な措置を講ずるよう要請することができる。

第8章 仙台市消費生活審議会

第34条 市民の消費生活の安定と向上に関する事項を調査審議するため、仙台市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

2 審議会は、次に掲げる事項をつかさどる。

(1) 第6条の仙台市消費生活基本計画の策定及び改定に関し意見を述べること

(2) 第13条第2項、第14条第2項、第16条第2項又は第18条第1項の規定に基づき市長が定める基準等の制定及び改正に関し意見を述べること

(3) 第20条第2項の規定により市長から付された紛争の調停を行うこと

- (4) 前3号に掲げるもののほか、消費生活に関する重要な事項を調査審議すること
- 3 審議会は、委員10人以内をもって組織する。
 - 4 委員は、学識経験者、消費者及び事業者のうちから、市長が委嘱する。
 - 5 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
 - 6 委員は、再任されることができる。
 - 7 第20条第2項の規定により市長から付された紛争の調停を行うため、審議会に被害救済部会を置く。
 - 8 前項に定めるもののほか、専門の事項を調査審議するため、市長が必要と認めるときは、審議会に部会を置くことができる。
 - 9 市長は、被害救済部会及び部会に専門委員を置くことができる。
 - 10 審議会、被害救済部会又は部会において特定の事項を調査審議するために必要があると認めるときは、関係者その他当該事項の調査審議のために必要な者に対し、出席を求めてその意見若しくは説明を聴き、又は必要な資料の提出を求めることができる。
 - 11 前各項に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、市長が定める。

第9章 雑則

(委任)

第35条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、平成16年8月1日から施行する。

(経過措置)

- 2 この条例の施行の際この条例による改正前の仙台市民の消費生活をまもる条例(以下「改正前の条例」という。)第26条の規定により現に締結されている消費者保護協定は、この条例による改正後の仙台市消費生活条例(以下「改正後の条例」という。)第30条の規定による消費生活支援協定とみなす。
- 3 前項に規定するもののほか、この条例の施行の日前に改正前の条例の規定によりした処分、手続その他の行為で改正後の条例中これに相当する規定があるものは、当該相当する規定によりしたものとみなす。
- 4 この条例の施行の際現に仙台市消費者保護委員会の委員である者は、その際改正後の条例第34条第4項の規定により審議会の委員に委嘱されたものとみなし、その任期は、同条第5項の規定にかかわらず、同項の任期からその者が仙台市消費者保護委員会の委員として在任した期間を控除した期間とする。

【資料 7】用語集

あ

●IVR

音声応答転送装置。電話の自動応答システムで、相談者の選択番号に応じて、自動音声で対応し、希望の部署へ転送したり、自動アナウンスで情報を伝えたりする仕組み。仙台市消費生活センターでは、令和6年9月に導入した。

●エコ商品

環境に配慮して生産された商品であることを示す認証マークやラベルのついた製品。

●エシカル消費

直訳は「倫理的消費」。地域の活性化や雇用を含む、人や社会、環境に配慮した消費行動。消費者それぞれが社会的課題の解決を考慮し、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと。

●SNS

Social Networking Serviceの略。YouTube、X（旧Twitter）、LINEなど、登録された利用者同士が交流できるWebサイトの会員制サービス。

●SDGs(持続可能な開発目標)

Sustainable Development Goalsの略。2015年9月の国連サミットで採択された、世界が直面する様々な問題に対し、世界が一丸となって取り組むための国際目標。「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030年までを期限とする17の目標(ゴール)と169のより具体的な目標(ターゲット)が示されている。

●オンラインモール

インターネット上の取引の「場」であるデジタルプラットフォームの一種。消費者と販売業者等との間でインターネット通販の契約(売買契約、役務提供契約)を締結することができる。

か

●学習指導要領

全国どこの学校でも一定の水準が保てるよう、文部科学省が定めている教育課程(カリキュラム)の基準。およそ10年に1度、改訂され、子どもたちの教科書や時間割は、これを基に作られている。

●GIGAスクール構想

児童生徒への1人1台端末や高速大容量の通信ネットワーク等の学校ICT環境を整備・活用することによって、教育の質を向上させ、全ての子供たちの可能性を引き出す「個別最適な学び」と「協働的な学び」を実現することを目的とした文部科学省が推進する取り組み。仙台市では、「仙台市学校教育情報化推進計画」に基づき、情報教育や、ICTを活用した授業等、学校教育の情報化に取り組んでいる。

●キャッシュレス決済

現金を使わずに商品やサービスの対価を支払ったり受け取ったりする決済手段。クレジットカードやデビットカード、電子マネー、スマートフォン決済など様々な手段がある。

●クーリング・オフ制度

いったん契約の申し込みや契約の締結をした場合でも、契約を再考できるようにし、一定の期間であれば無条件で契約の申し込みを撤回したり、契約を解除したりできる制度。令和4年6月より、書面によるほか、電磁的記録でもクーリング・オフの通知を行うことが可能となった。訪問販売や電話勧誘販売等の、主に不意打ち性の高い取引が対象で、店舗での購入、通信販売は、対象とならない。

●計量法

計量の基準を定め、適正な計量の実施を確保し、経済の発展と文化の向上に寄与するために制定された法律。取引や証明に用いる単位や計量器などについて定められている。

さ

●CSR

Corporate Social Responsibilityの略。企業活動において、法令遵守だけでなく、人権に配慮した適正な雇用や労働条件、消費者への適切な対応、環境問題への配慮、地域社会への貢献を行うなど、企業が果たすべき責任のこと。

●持続可能な社会

健全で恵み豊かな環境が地球規模から身近な地域までにわたって保全されるとともに、それらを通じて国民一人ひとりが幸せを実感できる生活を享受でき、将来世代にも継承することができる社会。

●循環経済

従来のReduce(リデュース)、Reuse(リユース)、Recycle(リサイクル)の3Rの取組に加え、資源投入量・消費量を抑えつつ、ストックを有効活用しながら、サービス化等を通じて付加価値を生み出す経済活動。資源・製品の価値の最大化、資源消費の最小化、廃棄物の発生抑止等を指す。サーキュラーエコノミーともいう。

●消費者安全法

消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保するために制定された法律で、地方公共団体の事務、消費生活センターの設置、消費者事故に関する情報の集約、消費者被害防止のための措置等について規定している。

●消費者基本法

消費者と事業者との間の情報の質や量、交渉力等の格差を踏まえ、消費者の権利の尊重と自立の支援を基本理念として、消費者政策の基本となる事項を定めた法律。平成16年に「消費者保護基本法」(昭和43年法律第78号)が改正され、「消費者基本法」となった。

●消費者基本計画

消費者基本法第9条の規定に基づき、政府が消費者政策の計画的な推進を図るため、長期的に講ずべき消費者政策の大綱及び消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項について定めた消費者政策の推進に関する基本的な計画。令和7年3月に第5期計画が策定された。

●消費者教育推進地域協議会

消費者教育推進法第20条の規定に基づき、地方公共団体が組織するよう努めることとされ、消費者教育推進のための情報交換や調整、消費者教育推進計画への提言等を行うとされている。

●消費者教育の推進に関する基本的な方針

消費者教育推進法第9条の規定に基づき、消費者教育の推進の意義及び基本的な方向、推進の内容、関連する他の消費者政策との連携に関する事項を定めたもの。都道府県及び市町村の消費者教育推進計画の基本となるものとして定められた。

●消費者教育の推進に関する法律(消費者教育推進法)

消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援するために、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とした法律。

●消費者契約法

消費者と事業者との間の情報の質・量や交渉力に格差があることを踏まえ、消費者の利益を守るため、消費者契約について、不当な勧誘による契約の取消しと不当な契約条項の無効等を規定した法律。

●消費者志向経営

事業者が、持続可能な社会に貢献することを目標とし、消費者がより良い消費活動をするために、消費者と共創・協働し、商品・サービスの改善等を通じて消費者の行動変容を促し、社会価値の向上を目指す経営。

●消費者市民社会

消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会。消費者一人ひとりが、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味する。

●消費者ホットライン

全国共通の電話番号「188(いやや)」。地方公共団体が設置している身近な消費生活センターや消費生活相談窓口を案内する。

●消費者力

消費生活に関する知識を適切な行動に結び付けることができる実践的な力のこと。消費者自身が違和感に「気づく力(批判的思考力)」、きっぱりと「断る力」、一人で抱えず「相談する力」のほか、家族等周囲の異変に気づき、相談を勧める等の「働きかける力」や社会的課題の解決のために様々な主体の活動に参画・協働して「社会へ働きかける力」などを指す。

●消費生活パートナー

仙台市消費生活センターと地域の消費者の方々をつなぐ「パイプ役」として、消費生活に役立つ情報を届けたり、消費者トラブルで悩んでいる方を相談窓口へ繋いだり、当センターと連携して消費者啓発を行うボランティア。消費生活パートナー養成講座の修了者が、ライフスタイルに合わせて「見守る」「学ぶ」「伝える」活動を行う。

●情報格差

デジタルデバイド(Digital Divide)。インターネットやパソコン等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に生じる格差。

●食品表示

食品を摂取する際の安全性や消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するための表示。食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合した食品表示法に基づき表示されており、表示内容によって、品質事項、衛生事項、保健事項の3つの事項に区分される。

●食品ロス

まだ食べられるのに廃棄される食品のこと。

●成年後見制度

認知症、知的障害、精神障害などによって物事を判断する能力が十分ではない人が不利益を被らないように、家庭裁判所に申し立てを行い、その人の権利を守る援助者(成年後見人など)を選ぶことにより、法律的な支援を行う制度。

●仙台市消費者の安全を守る連絡協議会

高齢者や障害者の消費者被害防止のため、高齢者等に関わる関係機関相互の連携を強化し、市内の被害の現状や課題等について情報の共有を図るとともに、地域における高齢者等の見守り活動を推進することを目的として要綱(平成27年12月施行)に基づき設置した協議会。

た

●脱炭素社会

二酸化炭素をはじめとした温室効果ガスの排出量について、排出削減と吸収源確保の取り組みにより、実質的にゼロ(温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること)を達成した社会。

●適格消費者団体

内閣総理大臣の認定により、消費者全体の利益を守るために、情報発信や事業者への改善申入れ、直接の被害者にかわって不当な契約条項や不当な勧誘行為をやめるよう「差止請求」の訴訟を起こす権限が認められた消費者団体。

●デジタル社会

インターネットなどの高度情報通信ネットワークを通じて、自由で安全に多様な情報や知識を世界的規模で入手・共有・発信するとともに、情報通信技術を用いた多様かつ大量の情報を適正かつ効果的に活用することにより、あらゆる分野において創造的で活力ある発展が可能となる社会。

●電子商取引

インターネット等のオープンなネットワークを使用した商取引。EC(Electronic Commerce)ともいう。

●特定計量器

水道、ガス、電気のメーターや燃料油メーター、タクシーメーターなど、取引又は証明に使用される計量器。使用するにあたり公的機関の検定等に合格し、かつ有効期間内のものを使用しなければならない。

●特定適格消費者団体

「適格消費者団体」のうち、新たな認定要件を満たしたうえで内閣総理大臣の認定を受けた団体。消費者に代わって被害の集団的な回復を求める「被害回復」の訴訟を起こす権限が認められる。

な

●認証ラベル

人や地域、社会、環境に配慮して作られていることを第三者が認証した製品に付与されるラベル。生産等の工程を消費者が一目で判断できる「エシカル消費の手がかり」となる。

は

●フェアトレード

直訳すると「公平・公正な貿易」。開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易のしくみ。

ら

●ライフステージ

人間の一生における幼年期・児童期・青年期・壮年期・老年期などのそれぞれの段階のこと。

仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画
(令和8年度～令和12年度)

令和8年3月発行

仙台市市民局消費生活センター

〒980-8555 仙台市青葉区一番町四丁目11番1号
141ビル(三越定禅寺通り館)5階
電話 022-268-7040 FAX 022-268-8309



仙台市消費生活センター
ホームページ 二次元コード

