

仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画

(令和3年度～令和7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3年3月

仙 台 市

目次

第1章 計画の策定について	1
1 策定の趣旨	1
2 計画の位置づけ	2
3 計画の期間	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 消費者行動・意識、消費者教育の状況（市民・事業所・学校アンケート調査結果）	7
3 取り組むべき課題	13
第3章 目指すべき姿と施策の柱	15
1 目指すべき姿	15
2 施策の柱	16
第4章 計画推進のための施策の展開及び進行管理	17
1 施策の体系	17
2 施策の展開	18
3 計画の推進体制及び進行管理	35
資料	36
【資料1】消費者教育について	36
【資料2】計画の策定経過	46
【資料3】仙台市消費生活審議会	47
【資料4】市民、事業所、学校を対象としたアンケート調査実施状況	48
【資料5】中間案に対する意見募集の実施状況	49
【資料6】仙台市消費生活条例	50
【資料7】用語集	56

※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 計画の策定について

1 策定の趣旨

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守る条例」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、社会経済の進展により、消費者を取り巻く環境が大きく変化したことから、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。この間、平成23年3月に発災した東日本大震災は、燃料の途絶や流通のまひによる物資不足など、市民の消費生活に大きな影響をもたらしました。

また、平成24年12月施行の「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。）では、消費者自身が被害を回避できる力を身に付け、自ら考え行動する「自立した消費者」であることに加え、「消費者市民社会*」を構成する一員として、主体的に公正で持続可能な社会の形成に参画し、その発展に寄与する消費者の育成を支援し、消費者教育を総合的かつ一体的に推進することで、豊かで安全・安心な暮らしの実現を目指すことを目的としています。

このように、消費者政策は、「消費者の保護」から「消費者の自立の支援」へ、さらに消費者教育推進法により、「消費者の自立の支援」に加え、「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」へと視点が広がってきました。

一人一人が、さまざまな機会を通して、見て・聞いて・読んで「学び」、知識として学んだことを自らの消費生活に「生かす」とともに、見せて・話して・書いて、他の人に「伝える」ことにより、社会を生きていく実践的な力を育み、自立が困難な人を「見守る」ことで、市民協働により社会の消費者力を向上していくことができます。

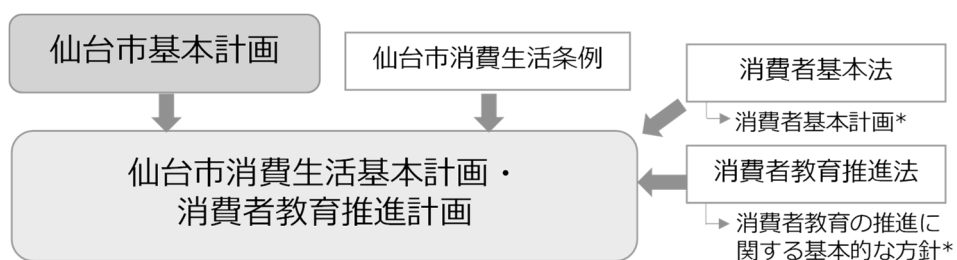
消費者を取り巻く環境は、少子高齢化の進行、高度情報化の進展と同時に、グローバル化・ポータレス化が進み、消費生活と経済社会との関わりが多様化・複雑化するのに伴い、消費者被害も多様化・複雑化が進んでいます。こうした中、民法改正により令和4年4月から成年年齢が18歳に引き下げられることとなっており、若年者の積極的な社会参加が期待される一方で、消費者被害の拡大などが懸念されます。また、平成27（2015）年9月に「持続可能な開発目標（SDGs）*」が国連サミットで採択され、令和元年10月に「食品ロス*の削減の推進に関する法律*」が施行されるなど、持続可能な社会の形成への関心が高まっています。

本計画は、平成23年3月の改定を経て、消費者教育推進法に基づき、「消費者教育推進計画」を新たに体系に位置付け、「消費者が安全・安心に暮らせる社会」及び消費者教育推進法の基本理念である「消費者市民社会」の実現を目指す計画として、平成28年3月に再度改定を行い、各種施策を進めてきました。第3期の計画期間が令和2年度で終了することから、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、アンケート調査等を通じていただいたご意見を生かし、令和3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するものです。

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」を包含しています。



3 計画の期間

令和3年度から令和7年度までの5年間

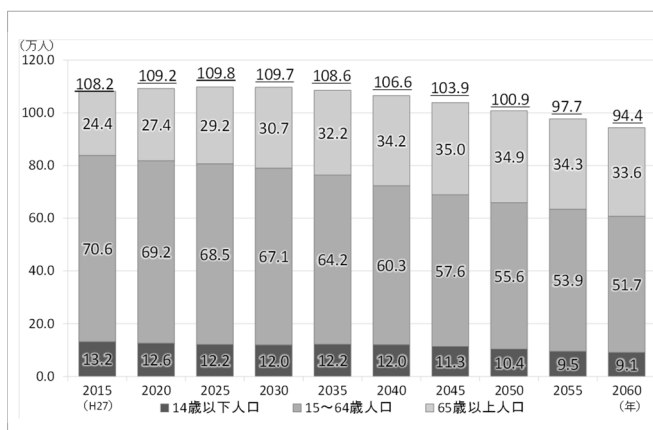
第2章 消費生活をめぐる社会の現状と課題

1 消費者を取り巻く状況

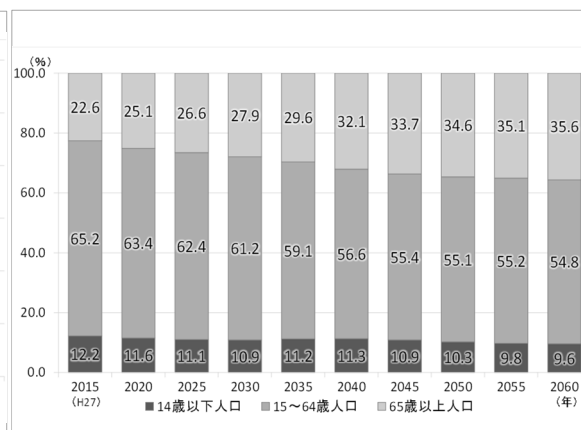
○高齢化の進行

出生率の低下により少子化が進行し、全国的には平成20（2008）年をピークに人口が減少している中、本市の人口は増加基調が継続していますが、今後5年程度で減少局面に転じる見込みです。本市の将来人口推計では、令和27（2045）年には、3人に1人が65歳以上の高齢者となることが見込まれています（図表1、2）。

<図表1> 将来人口推計



<図表2> 人口構成比

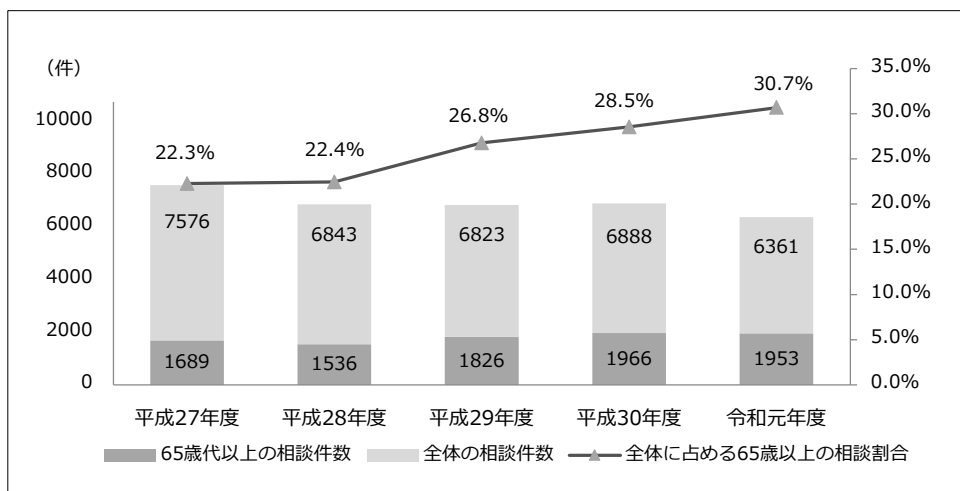


H27 国勢調査に基づき作成 (R2.10.1 現在の推計人口ベース)

こうした中、65歳以上の高齢者の消費生活相談件数全体に占める割合は年々増加傾向にあり、令和元年度においては、全体の30.7%となっています（図表3）。今後の高齢化の進行により消費者トラブルの更なる増加が懸念されます。高齢者の相談の特徴としては、訪問販売や電話勧誘販売の割合が他の世代と比べて大きくなっています（図表4）。

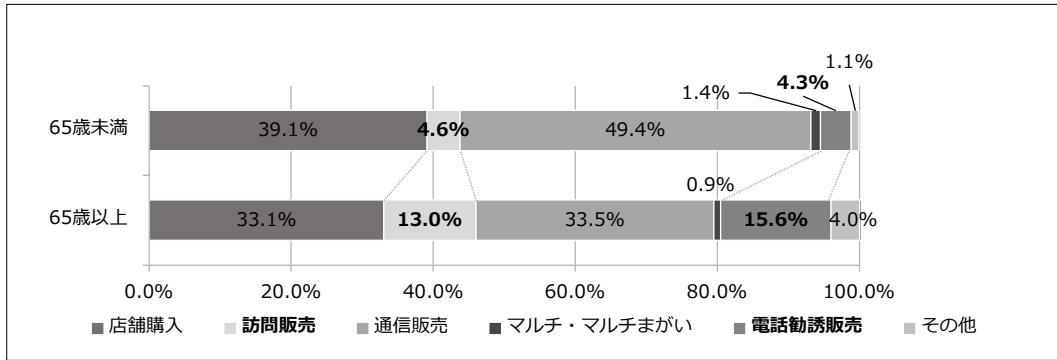
また、一人暮らしの高齢者も増えており、身近に相談できる人がいないことで被害が深刻化することも考えられます（図表5）。

<図表3> 相談件数及び65歳以上の相談件数・割合の推移



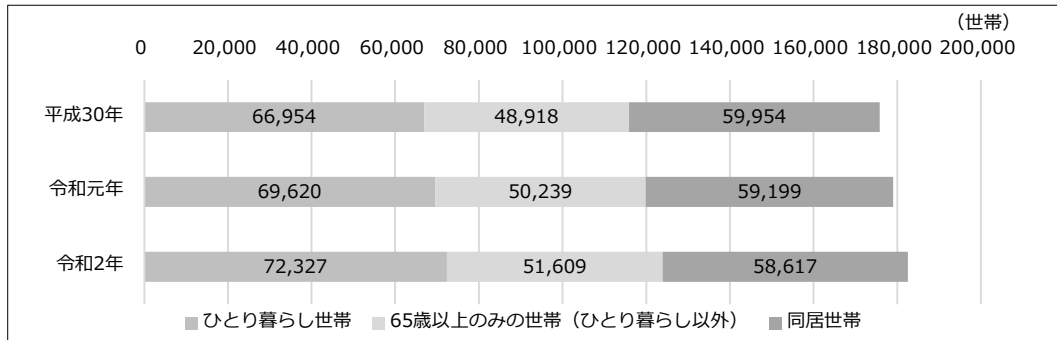
仙台市消費生活センター集計

<図表4> 65歳以上の販売購入形態別相談の特徴（令和元年度）



仙台市消費生活センター集計

<図表5> 65歳以上の高齢者を含む世帯の状況



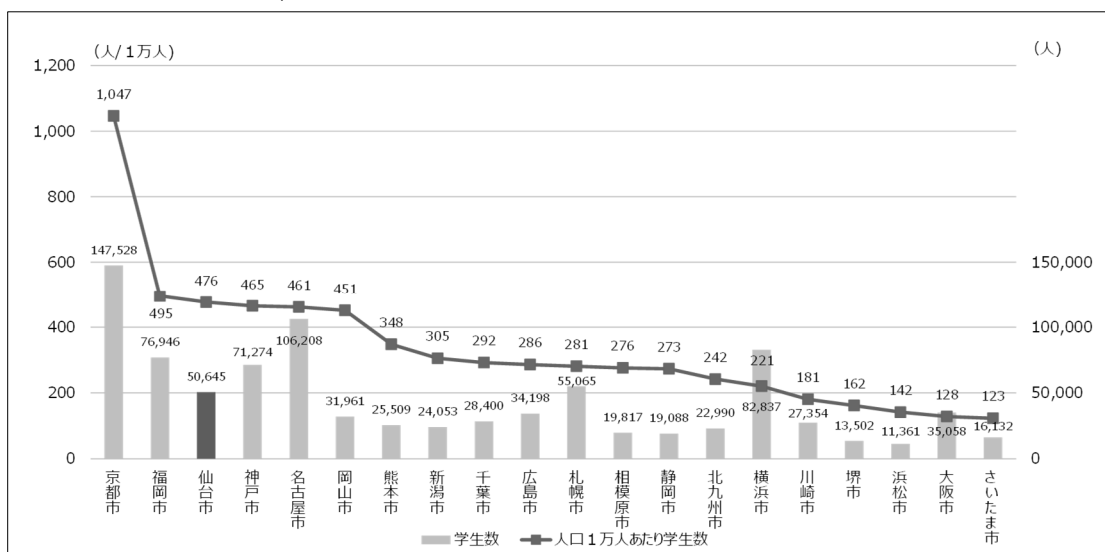
住民基本台帳から抽出したデータにより作成 各年10月1日時点

○成年年齢の引き下げ

民法改正により、令和4年4月に、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。成人すると、親の同意を得なくても、自分の意志でさまざまな契約ができるようになる一方で、新たに成人となる18歳、19歳が未成年者取消権*を行使することができなくなることから、若年層の消費者被害の拡大などが懸念されます。

「学都」と呼ばれる本市では、若い世代が多く、人口10,000人当たりの学生数は、政令指定都市で3番目となっています（図表6）。若年者からの消費生活相談件数は、20歳未満と20歳代を比較すると、20歳代の割合が大きく（図表7）、このことから成年年齢引き下げにより、18歳、19歳の若年層の消費者トラブルの急増が懸念されます。

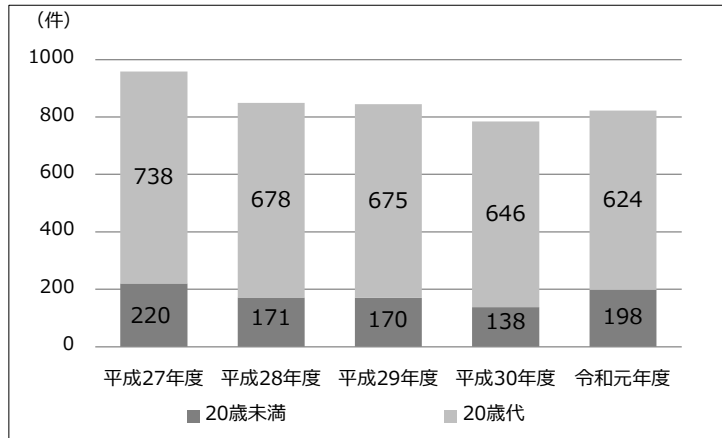
<図表6> 人口10,000人当たりの学生数



出典：令和2年度学校基本調査（文部科学省）、人口動態及び世帯数調査（総務省）

※学生数は令和2年5月1日現在。国・公・私立の大学・大学院、短期大学を対象。人口は、令和2年1月1日現在。

<図表7> 20歳代以下の相談件数



仙台市消費生活センター集計

○在留外国人の増加

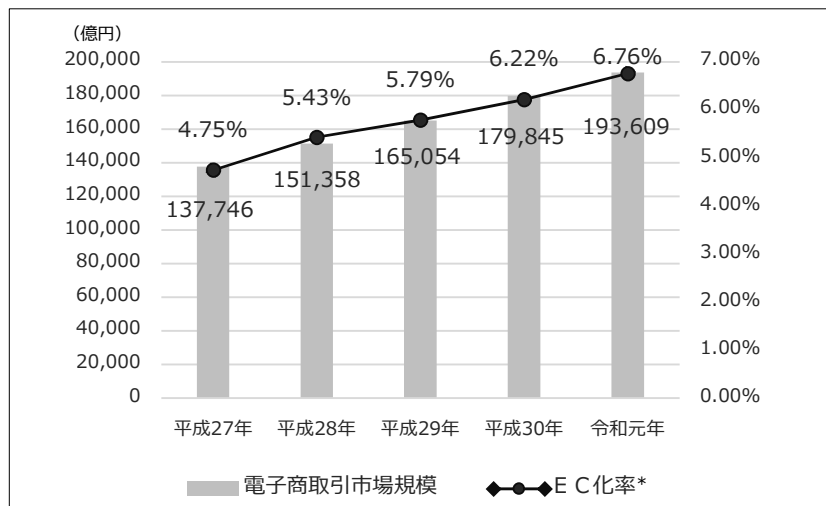
国内の外国人住民数は年々増加しており、本市においても令和2年10月1日現在、1万3千人を超えています。平成30年12月に「出入国管理及び難民認定法*」が改正されたこと等から今後も増加が見込まれます。本市においては、外国人住民からの相談件数は少ない状況にありますが、外国人住民が増加している現状を踏まえると、今後、消費者トラブルや相談が増加していくことが考えられます。

○デジタル化の進展・電子商取引*の拡大

デジタル化の進展により、電子商取引が活発化しており（図表8）、これに伴い、インターネット通販での商品・サービスの購入や、スマートフォンやインターネット接続回線の契約、多様化するキャッシュレス決済*に関するトラブル、インターネットを通じて海外との取引も容易になったことに伴うトラブル等、消費者被害は複雑化し、内容も多岐にわたっています。

また、デジタル市場でのフリーマーケット等、個人間の電子商取引についても急速に活発化しており、消費者は、被害者だけでなく加害者にもなりうる場合があります。

<図表8> 消費者向け電子商取引市場規模の推移



「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」（経済産業省）より引用

○自然災害の激甚化、多発化、新型コロナウイルス感染症の拡大

平成 23 年 3 月 11 日に発生した東日本大震災は、それ以前に取り組んできた防災対策や都市づくりの想定をはるかに超える規模の大災害でした。東北地方の太平洋沿岸部を中心に壊滅的な被害をもたらし、本市においても多くの尊い命が失われました。広い範囲でライフライン*が停止し、燃料の供給が途絶するなど、社会基盤に甚大な被害が生じたほか、流通のまひによる物資不足など、私たちの消費生活に大きな影響をもたらしました。震災直後には、住宅修理等の工事に関するトラブルや、震災に便乗した悪質商法等が増加し、福島第一原子力発電所事故による放射性物質に係る風評被害等が生じました。

また、近年では平成 30 年 7 月豪雨や令和元年東日本台風等による甚大な被害が生じました。自然災害発生後の生活基盤の再建時には、家屋の点検や修理を行うなどと言って不当に高額な金銭を要求する事業者が出現するなど、災害に関連した消費者トラブルが多くなる傾向があります。

さらに、新型コロナウイルス感染症は、令和元（2019）年 12 月に中国湖北省武漢市において確認されて以降、世界的に拡大し、本市でも感染が拡大しています。日常の消費生活にも大きな影響が生じ、マスクの需要が急増する中、インターネットにおけるマスクの高額転売や、個人等が誤った風説を流すことにより、合理的でない消費行動が起き、市場が混乱する事態が生じました。また、感染拡大防止のため、私たちの生活様式にも大きな変容をもたらしました。このような状況のなか、不確かな情報等により心理的に不安定な状態となっている消費者につけ込む悪質商法等も発生しています。

このように自然災害の発生後や感染症の拡大時等の非常時においては、不確かな情報に惑わされたり、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法等が発生するおそれがあります。

○持続可能な社会の実現への関心の高まり

日常生活における利便性の向上が追求され、大量生産、大量消費、大量廃棄が行われている経済社会においては、資源やエネルギーの消費量も増加の一途をたどっており、地球温暖化のような環境問題や経済社会の生み出すさまざまな問題は、産業活動のみならず、消費活動によるところも大きいとの認識が広がっています。

それに対応して、消費者は、自らの行動が社会に影響を与えることを自覚し、環境に配慮した商品の選択やエネルギーを節約するなど、日常の消費生活における省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動、さらには、人や社会、環境等に配慮した持続可能な消費を実践することが重要となっています。

平成 27（2015）年 9 月に「持続可能な開発目標（SDGs）」（図表 9）を柱とする「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が国連サミットで採択されました。持続可能なより良い世界を実現するための 17 の目標（ゴール）と 169 のより具体的な目標（ターゲット）から構成され、「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ものとされています。

本市においても、SDGs の推進を市民や企業など多様な主体と連携して取り組むため、令和 2 年 3 月に「仙台市 SDGs（持続可能な開発目標）推進方針」を策定しました。本計画においても、関連する SDGs の実現に向けて取り組みを推進していく必要があります。特にゴ

ール12では、持続可能な生産消費形態を確保することが掲げられ、「持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにする」、「世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」、「廃棄物の発生を大幅に削減する」ことなどが盛り込まれており、私たち一人一人の持続可能な消費の実践が重要な構成要素となっています。

<図表9> 持続可能な開発目標 (SDGs)



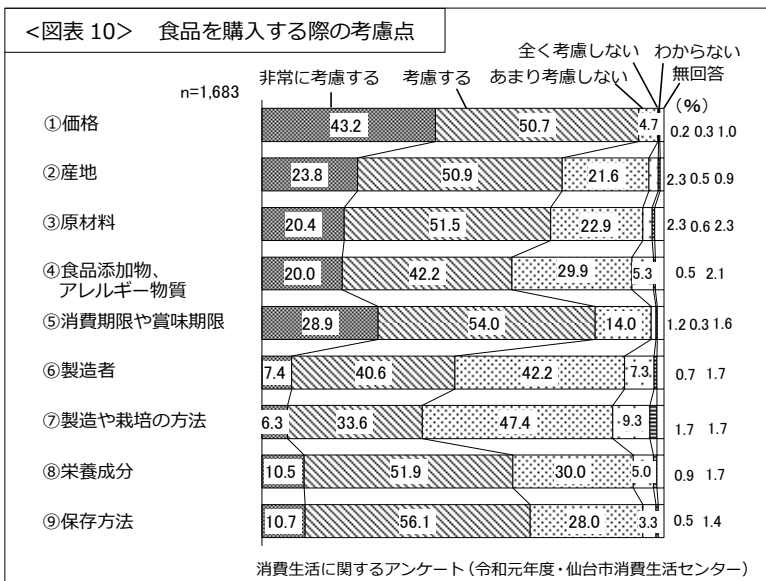
SDGsの17の目標

- | | |
|--|--|
| <p>1 貧困をなくそう</p> <p>あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる。</p> | <p>10 国内及び各国間の不平等を是正する。</p> |
| <p>2 飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する。</p> | <p>11 包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を実現する。</p> |
| <p>3 あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する。</p> | <p>12 持続可能な生産消費形態を確保する。</p> |
| <p>4 すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する。</p> | <p>13 気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる。</p> |
| <p>5 ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う。</p> | <p>14 持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する。</p> |
| <p>6 すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する。</p> | <p>15 陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する。</p> |
| <p>7 すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する。</p> | <p>16 持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する。</p> |
| <p>8 包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する。</p> | <p>17 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する。</p> |
| <p>9 強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る。</p> | |

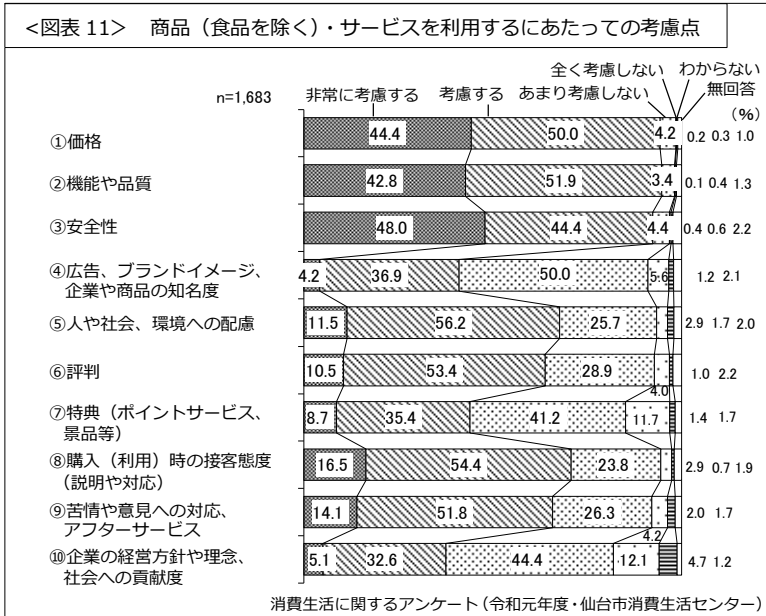
2 消費者行動・意識、消費者教育の状況 (市民・事業所・学校アンケート調査結果)

計画策定の基礎資料とするため、令和元年度に、市民の消費生活の現状や考えを伺う「消費生活に関するアンケート」、事業所の法令遵守(コンプライアンス)及び消費者対応への現状や考えを伺う「消費者・顧客対応に関するアンケート」及び学校における消費者教育の現状や課題を伺う「消費者教育に関するアンケート」を実施しました。

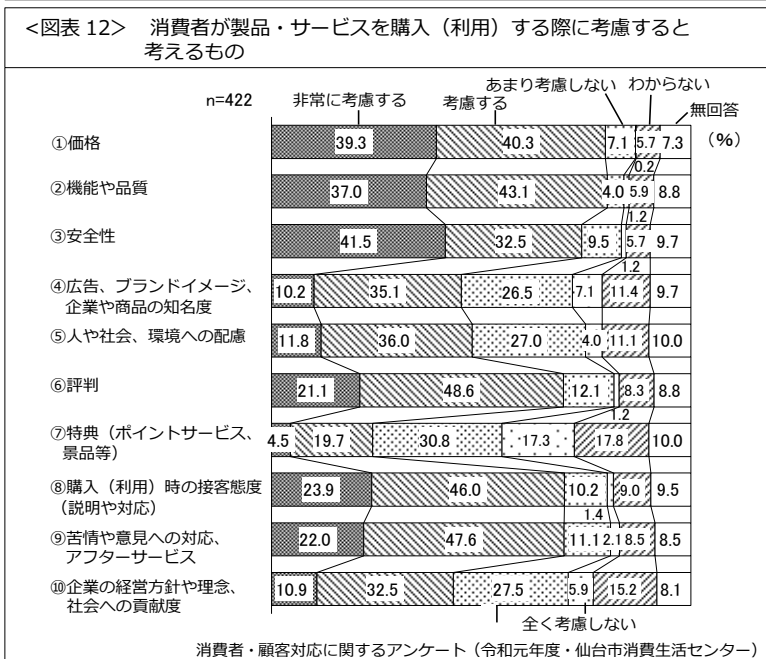
○食品購入や商品・サービスの利用にあたっての安全・安心に対する意識



市民を対象に実施した調査の結果では、食品を購入する際の考慮点について、「非常に考慮する」及び「考慮する」を合わせると、「価格」(93.9%)、「消費期限や賞味期限」(82.9%)、「産地」(74.7%)が高くなっています。

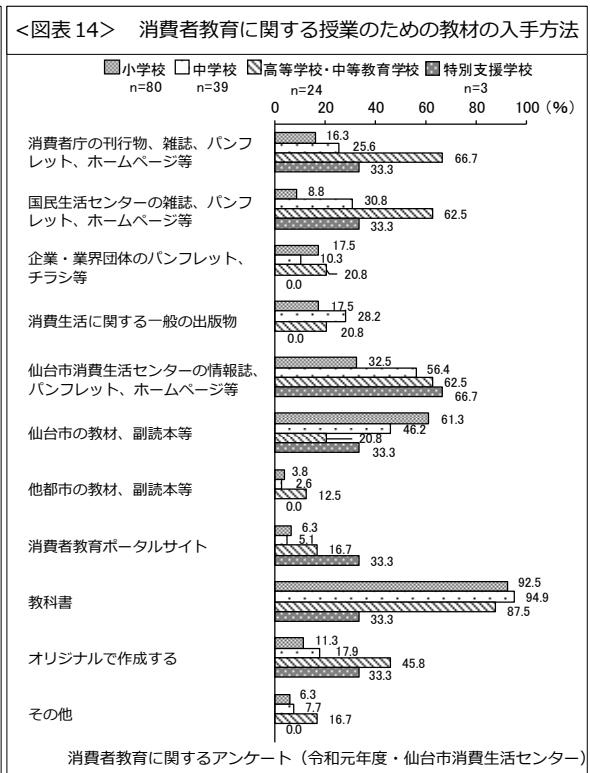
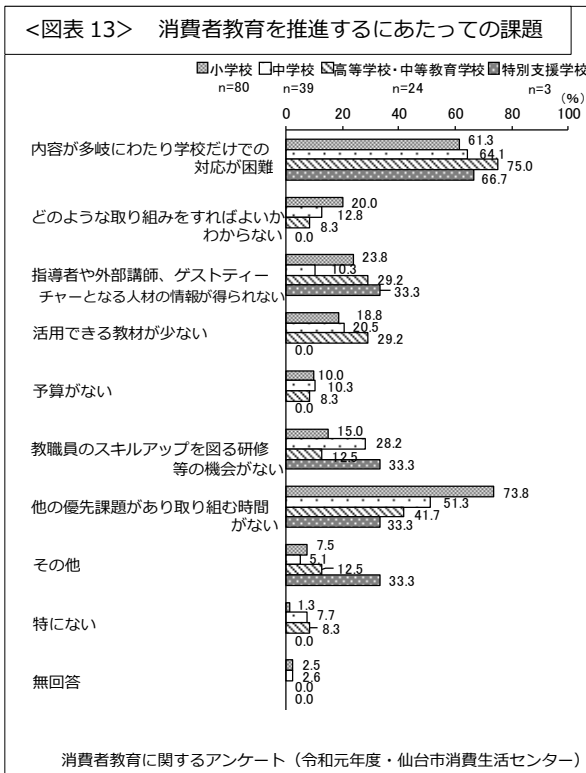


食品を除く商品・サービスを利用する際の考慮点については、「非常に考慮する」及び「考慮する」を合わせると、「機能や品質」(94.7%)、「価格」(94.4%)、「安全性」(92.4%)が高くなっています。



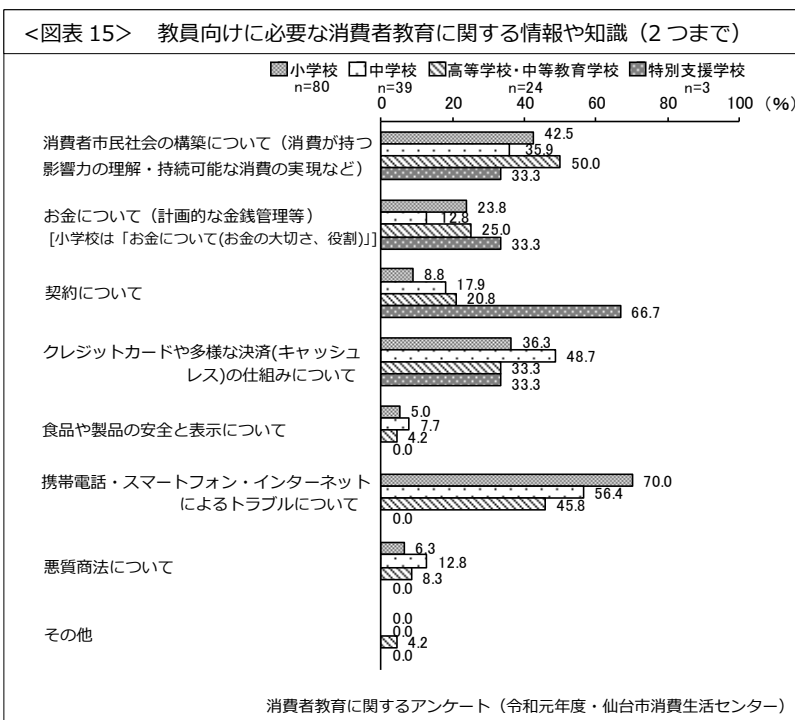
一方、事業所を対象に実施した調査の結果でも、消費者が製品・サービスを購入(利用)する際に考慮すると考える点について、「非常に考慮する」及び「考慮する」を合わせると、「機能や品質」(80.1%)、「価格」(79.6%)、「安全性」(74.0%)が高くなっています。

○消費者教育・啓発の課題、消費者市民社会に向けた取り組み状況



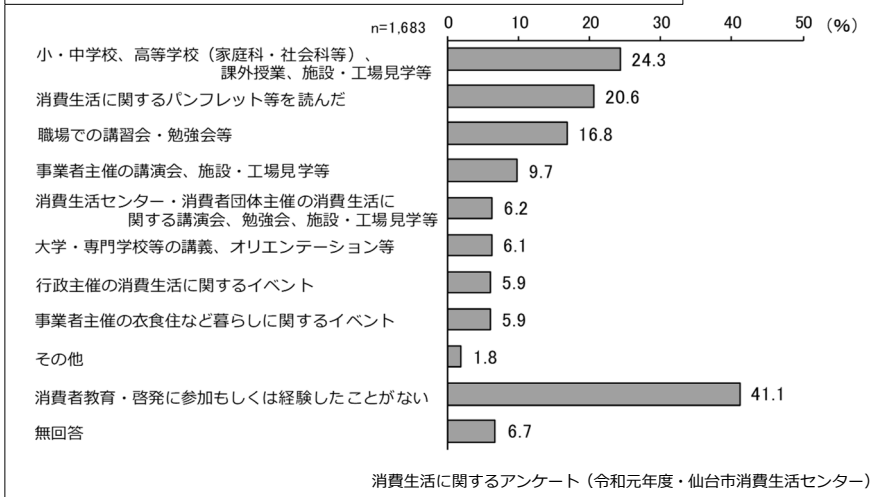
学校を対象に実施した調査の結果では、消費者教育推進の課題について、学校区分で異なるところはあるものの、「内容が多岐にわたり学校だけでは対応が困難」、「他の優先課題があり取り組む時間がない」、「指導者や外部講師、ゲストティーチャーとなる人材の情報が得られない」が多くなっています。

消費者教育に関する授業の教材について、教科書以外では、小学校は「仙台市の教材、副読本等」、中学校、特別支援学校は「仙台市消費生活センターの情報誌、パンフレット、ホームページ等」、高等学校は「消費者庁の刊行物、雑誌、パンフレット、ホームページ等」が多く利用されています。



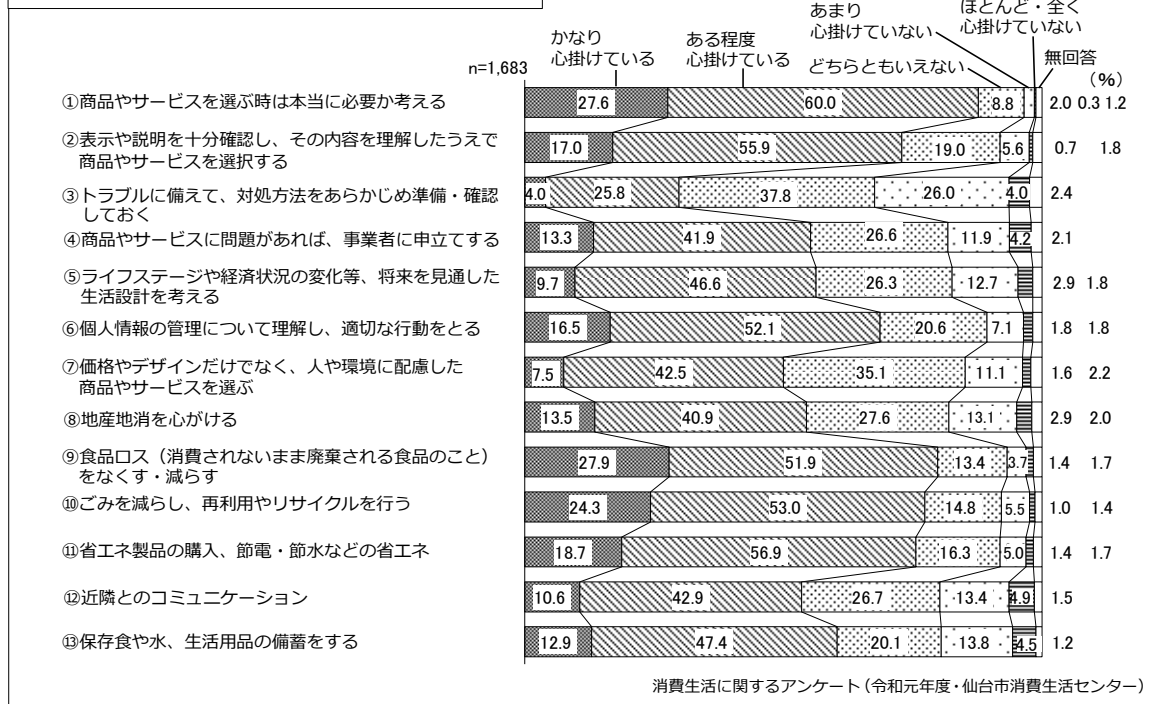
教員向けに必要な消費者教育に関する情報や知識については、「携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブルについて」、「消費者市民社会の構築について（消費が持つ影響力の理解・持続可能な消費の実現など）」、「クレジットカードや多様な決済（キャッシュレス）の仕組みについて」が多くなっています。

<図表 16> 消費者教育や啓発への参加・経験の機会とその内容



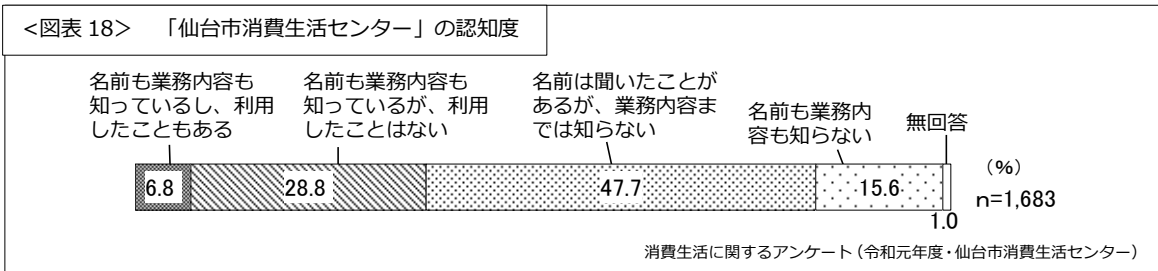
市民を対象に実施した調査の結果では、消費者教育や啓発の参加・経験の機会について、「小・中学校、高等学校（家庭科・社会科等）、課外授業、施設・工場見学等」（24.3%）、「消費生活に関するパンフレット等を読んだ」（20.6%）、「職場での講習会・勉強会等」（16.8%）が多くなっています。一方、「消費者教育・啓発に参加もしくは経験したことがない」（41.1%）が最も多くなっています。

<図表 17> 普段の生活で心掛けている取り組み

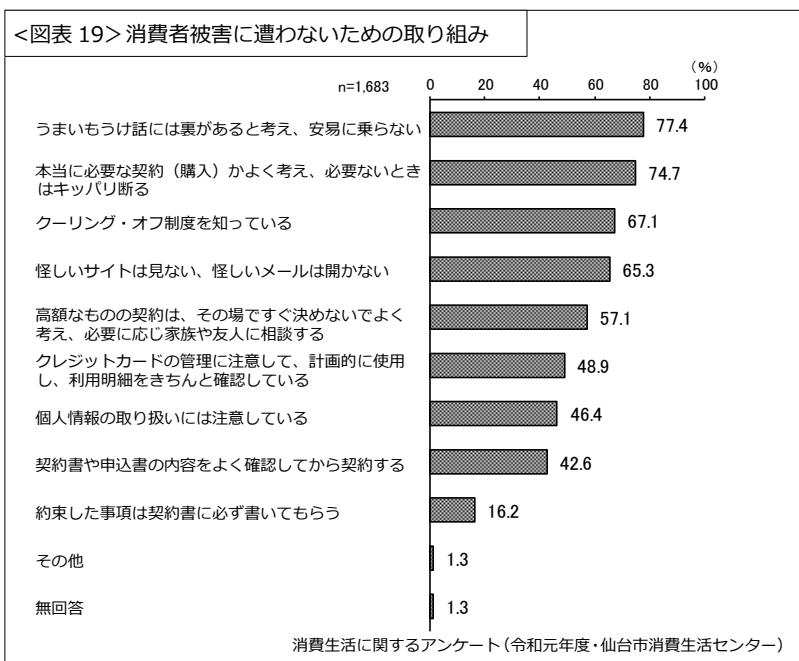


普段の生活で心掛けている取り組みについて、「かなり心掛けている」と「ある程度心掛けている」を合わせると、「商品やサービスを選ぶときは、本当に必要か考える」（87.6%）、「食品ロス（消費されないまま廃棄される食品のこと）をなくす、減らす」（79.8%）、「ごみを減らし、再利用やリサイクルを行う」（77.3%）などが高くなっています。一方、「トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく」（29.8%）、「価格やデザインだけでなく、人や環境に配慮した商品やサービスを選ぶ」（50.0%）が低くなっています。

○消費者被害に遭わないために

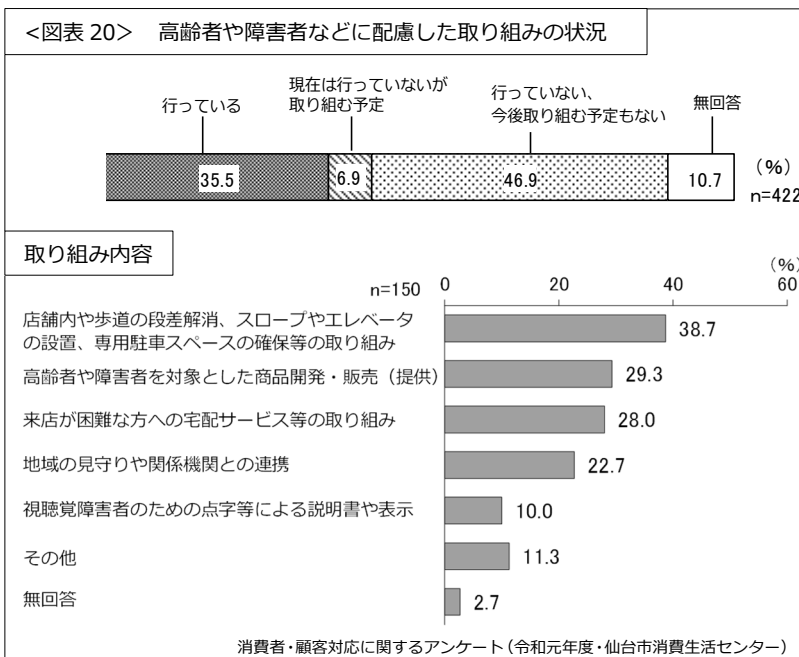


市民を対象に実施した調査の結果では、消費生活センターの認知度について、「名前も業務内容も知っているし、利用したこともある」と「名前も業務内容も知っているが、利用したことはない」の合計が 35.6%、「名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない」を加えると 83.3%となっています。



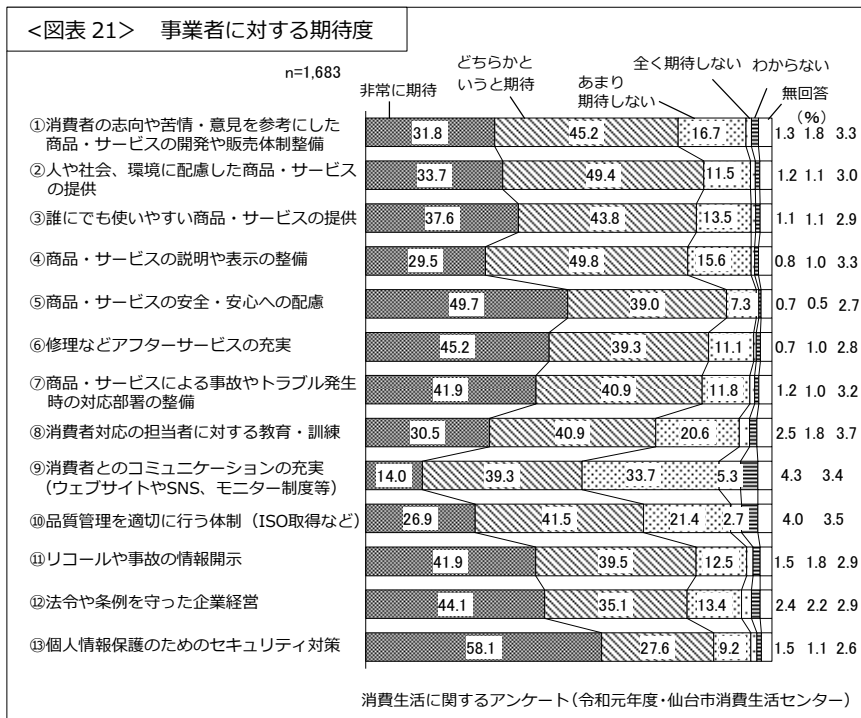
消費者被害に遭わないために日頃気をつけていることについては、「うまいもうけ話には裏があると考え、安易に乗らない」(77.4%)が最も多く、「本当に必要な契約(購入)かよく考え、必要ないときはキッパリ断る」(74.7%)、「クーリング・オフ制度*を知っている」(67.1%)が続いています。

○高齢者等への配慮

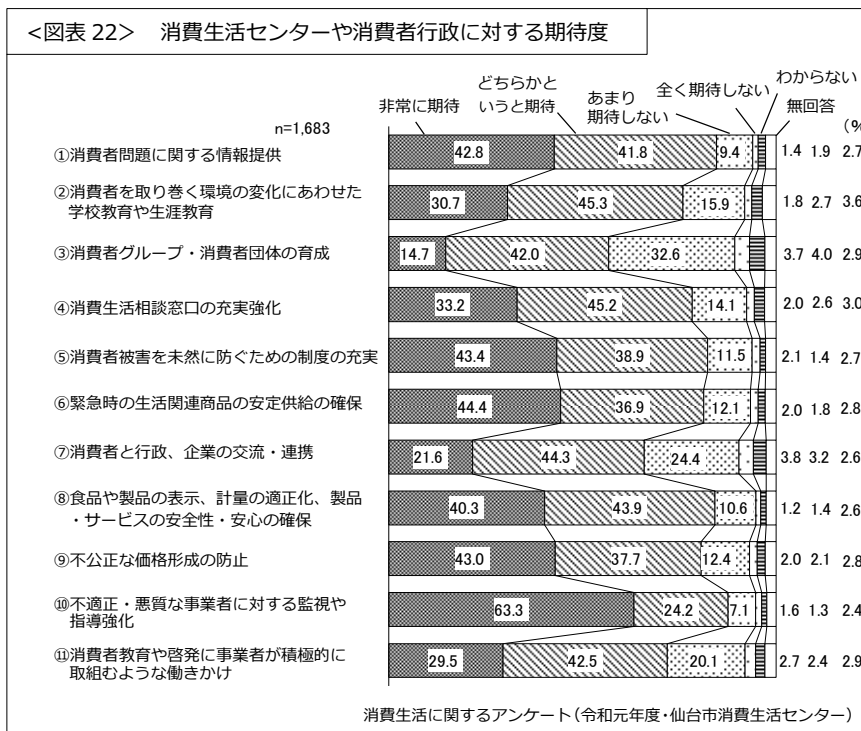


事業所を対象に実施した調査の結果では、高齢者や障害者などに配慮した取り組みの状況について、「店舗内や歩道の段差解消、スロープやエレベータの設置、専用駐車スペースの確保等の取り組み」(38.7%)、「高齢者や障害者を対象とした商品開発・販売(提供)」(29.3%)、「来店が困難な方への宅配サービス等の取り組み」(28.0%)に続き、「地域の見守りや関係機関との連携」(22.7%)となっています。

○事業者や消費者行政に期待する取り組み



市民を対象に実施した調査の結果では、事業者に対する期待度について、「非常に期待」と「どちらかという期待」を合わせると、「商品・サービスの安全・安心への配慮」(88.7%)、「個人情報保護のためのセキュリティ対策」(85.7%)、「修理などアフターサービスの充実」(84.5%)が高くなっています。



消費生活センターや消費者行政に対する期待度については、「非常に期待」と「どちらかという期待」を合わせると、「不適正・悪質な事業者に対する監視や指導強化」(87.5%)、「消費者問題に関する情報提供」(84.6%)、「食品や製品の表示、計量の適正化、製品・サービスの安全性・安心の確保」(84.2%)が高くなっています。

3 取り組むべき課題

消費者を取り巻く状況やアンケート調査結果を踏まえ、本計画を推進する上での課題を次のとおり整理しました。

○課題1 消費生活の安全・安心の確保

アンケート調査結果から、食品・製品等の安全性、表示や計量の適正化や、不適正・悪質な事業者に対する監視や指導についての関心は高く、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ません。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と提供、関係機関・団体等との連携による被害の未然防止と拡大防止、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等、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ります。

○課題2 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の充実

児童・生徒への消費者教育は、小・中・高等学校の各教科で、それぞれの発達段階に応じて行われています。平成29年及び平成30年に改訂された学習指導要領*では、成年年齢の引き下げを見据え、消費者の権利と責任、クーリング・オフ制度、消費者被害の防止について学習するなど、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ります。

また、学校における消費者教育が効果的に実施されるよう、教員のスキルアップを図る研修、外部講師派遣等のコーディネート、授業で活用できる教材の提供等について、教育委員会や関係機関・団体等との連携を図りながら推進していく必要があります。

さらに、社会経験が少ない若年者を狙った消費者トラブル等も発生していることから、消費生活講座の開催や、さまざまな媒体を活用した情報発信など、消費者教育・啓発を推進していく必要があります。

○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

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（以下、「国の基本方針」という。）では、消費者教育について、「自立した消費者であるためには、まず被害に遭わない消費者であること、そして合理的意思決定ができる消費者であることが必要であるが、これに加え、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という点でも自立した消費者を育成する教育である」と示されています。

消費者の日々の行動が経済社会や環境に影響を与えることを認識し、「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、それはまた、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ものことから、関連する環境教育、食育、国際理解教育などとあわせて消費者教育を推進していく必要があります。

○課題4 消費者被害の防止及び救済

高度情報通信ネットワーク社会の進展等による消費生活やライフスタイルの変化はあらゆる世代に及んでおり、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し、一層複雑化しています。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。若年者や高齢者、障害者、文化や言語の違い等により情報が届きにくいと考えられる外国人を含むすべての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・団体等と連携して取り組む必要があります。

また、自然災害の発生後や感染症の拡大時等の非常時においては、不確かな情報に惑わされたり、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法、各種給付金に関連する詐欺等の消費者トラブルが発生するおそれがあります。非常時においても、消費者が情報の真偽を判断し、被害に遭わない、自主的かつ合理的な意思決定を可能とするためには消費者教育が重要です。また、このような非常時には、消費者が適切に行動できるよう情報提供を行うことや、消費者トラブルを防止するための注意喚起を行うなど、正確で迅速な対応が必要となります。

○課題5 高齢者の見守り

高齢化の進行に伴い、高齢者からの消費生活相談件数も増加しています。高齢者の健康や生活の不安につけ込んだ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、更なる消費者被害防止への取り組みを行う必要があります。また、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高齢者はトラブルに遭っ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、特に地域の見守りが重要となります。消費者トラブルを防止していくためには、高齢者と接する機会の多い民生委員・児童委員、地域包括支援センター*、地域団体など、地域における見守りネットワーク活動との連携を図り、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行う必要があります。

第3章 目指すべき姿と施策の柱

1 目指すべき姿

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。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と提供、関係機関・団体等との連携による被害の未然防止と拡大防止、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等、「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、安全・安心な暮らしの実現のためには、国において消費者被害を防止するための法規制の整備・強化が行われるとともに、消費者が消費生活に関する知識を修得し、合理的な意思決定ができること、被害を回避したり、被害に遭った場合に適切に対応できる力を身に付けること、さらに、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「自立した消費者」の育成を目指す消費者教育が重要となっています。関係機関・団体等と連携を図り、自らの消費生活に関する行動が環境や社会に与える影響を考慮し、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」(※)の形成を目指します。

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

※「消費者市民社会」とは、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、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」(消費者教育推進法第2条第2項)のことです。

「消費者一人一人が、消費生活が、地球環境や経済社会の形成にも影響を与えていることを自覚し、周りの人や、将来生まれてくる世代のことまで考慮して商品やサービスを選択し、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参画する社会」を意味します。

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」の実現を目指し、5つの施策の柱のもと、持続可能な社会に向け、総合的かつ計画的に取り組みを推進します。

I 消費生活の安全・安心の確保（主に課題1関連）

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ます。

II 消費者教育・啓発の推進（主に課題2、3関連）

ライフステージ*に応じた消費者教育・啓発の取り組みを推進します。また、持続可能な社会づくりのためのライフスタイルを推進します。

III 消費者被害の防止及び救済（主に課題4関連）

消費者被害を未然に防止するために、情報提供等の取り組みを推進します。また、市民が消費者トラブルに遭った時には、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ます。併せて、多様化・複雑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ます。

IV 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応（主に課題5関連）

特に配慮を必要とする高齢者や障害者（以下「高齢者等」という。）の支援を行うため、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取り組みを推進します。

V 多様な主体との連携の推進

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	主な施策	関連するSDGs
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 事業者に対する指導等 4 個人情報保護施策の推進 5 災害時などの緊急時における対応 6 関係機関・団体等との連携	1 (1) 食品の安全性の確保、(2) 住まいの安全性の確保、(3) 生活用品の安全性の確保、(4) 生活衛生営業施設等の衛生確保、(5) 消費者、マスメディア等に対する情報提供 2 (1) 安定供給及び公正な価格形成の確保、(2) 適正な表示に関する事業者への調査・指導、(3) 適正な表示に関する消費者への啓発、(4) 適正な計量に関する調査・指導・啓発 3 (1) 法令遵守等のための指導又は要請 4 (1) 市民及び事業者に対する支援、(2) 苦情の処理のあっせん 5 (1) 生活必需品の安定供給等の確保、(2) 生活関連商品の価格動向の監視等、(3) 消費者被害の未然防止等 6 (1) 国・県等関係機関・団体等との連携、(2) 事業者団体等との連携	
II 消費者教育・啓発の推進	1 ライフステージ等に応じた消費者教育・啓発の充実 2 持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進 3 関係機関・団体等との連携	1 (1) 学校における消費者教育・啓発、(2) 幼児に向けた消費者教育・啓発、(3) 若い世代に向けた消費者教育・啓発、(4) 家庭に向けた消費者教育・啓発、(5) 地域や一般市民に向けた消費者教育・啓発、(6) 外国人住民に向けた消費生活情報の提供、(7) 消費生活に関する情報の提供、(8) 人材の育成 2 (1) 持続可能な社会を目指す消費生活に関する啓発・情報提供、(2) 持続可能な社会を目指す消費者志向経営の推進、(3) 環境教育・学習の推進、(4) 資源循環都市を目指す消費生活の推進、(5) 脱炭素型のライフスタイルの推進、(6) 食育の推進 3 (1) 連絡組織の運営、(2) 学校・市民等との連携、(3) 専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携、(4) 事業者団体等との連携	
III 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	1 (1) 相談窓口の周知及び効果的な広報・啓発活動、情報提供等、(2) 条例に違反した不適正な取引行為への対応、(3) 消費者事故の被害情報の通知及び提供 2 (1) 条例に基づくあっせん、調停等による消費者被害の救済、(2) 消費者訴訟の援助、(3) 特定適格消費者団体を目指す団体に対する支援 3 (1) 消費生活相談に関する専門的な知識の向上、(2) インターネットトラブルへの対応、(3) 多重債務者に対する支援、(4) 外国人からの相談に対する支援、(5) 特別相談窓口の設置等 4 (1) 国・県等関係機関・団体等との連携、(2) 専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携、(3) 事業者団体等との連携	
IV 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応	1 高齢者等に対する支援 2 高齢者等の自立した消費生活への支援 3 関係機関・団体等との連携	1 (1) 高齢者等に対する啓発の拡充、(2) 高齢者等の見守り事業の展開、(3) 高齢者等の財産等の保護の仕組みのPR 2 (1) 福祉用品・サービスに関する情報提供等 3 (1) 連絡組織による連携、(2) 事業者団体等との連携	
V 多様な主体との連携の推進	1 消費生活の安全・安心の確保における連携 2 消費者教育・啓発の推進における連携 3 消費者被害の防止及び救済における連携 4 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応における連携	1 (1) 国・県等関係機関・団体等との連携、(2) 事業者団体等との連携 2 (1) 連絡組織の運営、(2) 学校・市民等との連携、(3) 専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携、(4) 事業者団体等との連携 3 (1) 国・県等関係機関・団体等との連携、(2) 専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携、(3) 事業者団体等との連携 4 (1) 連絡組織による連携、(2) 事業者団体等との連携	

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、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ます。

○関連する SDGs



3. すべての人に健康と福祉を
12. つくる責任 つかう責任
17. パートナーシップで目標を達成しよう

○これまでの取り組み

食品の安全については、監視や食品検査、食中毒発生時における原因究明と拡大防止策に努め、リスクコミュニケーション*の推進を図っています。食品表示に関しては、店舗調査や指導により適切な表示が行われるよう取り組み、計量に関しては、店舗等への立ち入り検査により適正な計量が行われるよう取り組んでいます。また、住まいや生活用品等の安全性の確保についても店舗調査等の必要な取り組みを行っています。

事業者に対しては、法令遵守（コンプライアンス）などを呼びかけるほか、消費者からの相談を踏まえ個別の指導・要請を行っています。

さらに、東日本大震災等の経験を踏まえ、災害時における相互応援に関する協定や生活物資の供給協力に関する協定等により、災害が発生した場合の被災者に対する生活必需品の供給体制等の整備を行っています。

こうした消費者の安全を守るための取り組みを効果的に推進するため、国・県・本市の関係部局、事業者団体等との各種連絡会議等において情報共有、連携の強化を図っています。

○今後の取り組み

安全・安心な暮らしが確保されることは、消費生活を営む上で最も基本的かつ重要な事項であることから、引き続き食品の安全や計量の適正化、住まいや生活用品等の安全性の確保について必要な取り組みを行います。平成 30 年 6 月に食品衛生法*が改正され、令和 2 年 6 月から HACCP（ハサップ）*に沿った衛生管理の制度化などが施行されており、HACCP の導入支援及び衛生管理状況の確認を行います。また、食品表示に関しては、平成 27 年 4 月に食品表示法*が施行され、令和 2 年 4 月からは、アレルギー表示に係るルール of 改善、栄養成分表示の義務化、原材料と添加物を明確に区分した表示、新たな製造所固有記号への移行が全面施行されており、新基準での適切な表示の調査・指導に取り組みます。令和 4 年 4 月からは、原材料の原産地表示についても新基準での表示となるため、適切な表示の指導に取り組みます。

消費者の安全・安心を確保するため、国や県等の関係機関・団体等と連携し、適切な検査や指導を行うとともに、消費者等への情報提供を図ります。また、事業者に対して法令遵守、消

消費者への適切な情報提供などの取り組みの推進に向けた啓発や指導を行います。

併せて、個人情報の保護のための取り組みや、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対応の整備に努めます。

○取組事項

【重点】は重点的に取り組む施策

●施策の方向 1 商品・サービスの安全の確保

主な施策	推進局
(1) 食品の安全性の確保	
①市内の食品等事業者への HACCP 導入支援及び衛生管理状況の確認を行います。	健康福祉局
②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実施します。	健康福祉局
③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、消費者、事業者及び行政の相互理解を深め、協力して、安全性の確保を推進します。	健康福祉局
④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
(2) 住まいの安全性の確保	
①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。	危機管理室 都市整備局 消防局
②ダニアレルギーやシックハウス症候群に関して、ホームページ、パンフレット等により情報提供を行います。	健康福祉局
③市民からの相談等に応じ、情報提供や、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。	健康福祉局
(3) 生活用品の安全性の確保	
①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) 生活衛生営業施設等の衛生確保	
①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) 消費者、マスメディア等に対する情報提供	
①商品・サービスの安全性について、さまざまな媒体により情報提供を行います。	市民局
②商品・サービスによる危害の防止のために、リコール情報等の提供を行います。	市民局
③食品の安全性確保に関する情報を、さまざまな媒体により提供します。	健康福祉局

●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

主な施策	推進局
(1) 安定供給及び公正な価格形成の確保	
①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市民に供給します。	経済局
②生活関連商品の情報の収集及び提供を定期的に行います。	市民局
③生活用品が不足するおそれがある等のときは、必要な情報を収集し、適時適切に情報提供を行います。	市民局
(2) 適正な表示に関する事業者への調査・指導	
①不適正な食品表示等の発生防止のため、適時適切な調査・指導を行います。 【重点】	市民局
②生活用品の表示の立入調査及び適切な表示の指導を行います。【重点】	市民局
③食品販売業者、広告事業者等に対し、栄養成分表示や、虚偽誇大広告等の禁止に関する適切な表示について、相談指導を行います。	健康福祉局
④食品添加物、アレルギー、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) 適正な表示に関する消費者への啓発		
①さまざまな媒体により、適正な表示に関する啓発や情報提供を行います。		市民局
②栄養成分表示等の食品表示の活用方法や広告表現等について、啓発や情報提供を行います。		健康福祉局
③食品添加物、アレルゲン、期限表示等の衛生事項に関する食品表示について、啓発や情報提供を行います。		健康福祉局
(4) 適正な計量に関する調査・指導・啓発		
①商店・事業所において取引等に使用する計量器（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・啓発を行います。 【重点】		市民局
②さまざまな媒体により、適正な計量に関する啓発や情報提供を行います。		市民局

●施策の方向 3 事業者に対する指導等

主な施策		推進局
(1) 法令遵守等のための指導又は要請		
①事業者に対して、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）等について適切な指導・要請を行います。		市民局

●施策の方向 4 個人情報保護施策の推進

主な施策		推進局
(1) 市民及び事業者に対する支援		
①個人情報保護制度に関し、市民及び事業者に対し情報提供を行います。		総務局
②個人情報保護の重要性及び個人情報が悪用されるケース等について、さまざまな媒体により、啓発や情報提供を行います。		市民局
(2) 苦情の処理のあっせん		
①個人情報の取り扱いに関して生じた市民と事業者との間の苦情の処理あっせん等を行います。		総務局

●施策の方向 5 災害時などの緊急時における対応

主な施策		推進局
(1) 生活必需品の安定供給等の確保		
①「21大都市及び東北六都市災害時相互応援に関する協定」及び「災害時における生活物資の協力等に関する協定」等により災害時等における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。		経済局 危機管理室
(2) 生活関連商品の価格動向の監視等		
①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の高騰や売り惜しみ等が生じないよう、価格の動向等を監視し、情報提供や注意喚起を行います。		市民局
(3) 消費者被害の未然防止等		
①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悪質商法による消費者被害の未然防止・拡大防止のため、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 6 関係機関・団体等との連携

主な施策		推進局
(1) 国・県等関係機関・団体等との連携		
①国、県等の関係機関・団体等と連携し、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		
①事業者団体等との連携の強化を図り、安全な商品・サービスを消費者に提供できるよう情報共有や啓発を行います。		市民局

○評価指標

指標項目	評価内容	現状値 (令和元年度)	目標値
1.食品表示調査	調査件数	118 件	毎年 120 件以上
2.計量検査	はかり検査戸数	1,372 件	毎年 1,300 件以上

Ⅱ 消費者教育・啓発の推進

ライフステージに応じた消費者教育・啓発の取り組みを推進します。また、持続可能な社会づくりのためのライフスタイルを推進します。

○関連するSDGs



1. 貧困をなくそう
4. 質の高い教育をみんなに
8. 働きがいも 経済成長も
10. 人や国の不平等をなくそう
12. つくる責任 つかう責任
13. 気候変動に具体的な対策を
14. 海の豊かさを守ろう
15. 陸の豊かさを守ろう
16. 平和と公正をすべての人に
17. パートナリーシップで目標を達成しよう

○これまでの取り組み

学校における消費者教育の推進のため、教育委員会と連携し、教員を対象に「消費者市民社会」や「消費者教育の実践方法」等のテーマで研修会を実施しているほか、授業等への講師の派遣を行っています。また、消費者教育ウェブ教材「伊達学園」や、金銭の使い方、インターネットの安全・安心な利用についての基礎知識、契約などのリーフレット等、発達段階に応じたオリジナル教材の作成・提供等を行っています。さらに、教育現場との連携の強化を図るため、教育委員会、教員、消費生活センターで構成する「消費者教育連絡会議」を開催し、情報共有を行っています。

地域における消費者教育・啓発の推進のため、地域団体等の学習会や研修会に対して、講師の派遣や啓発資料の提供等を行っています。また、各種媒体や消費生活講座等を通じ、情報の発信・啓発を行うほか、地域等での見守りや啓発を行う「消費生活パートナー*」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等への支援を行っています。

市民センター等社会教育機関においても、消費生活に関連した講座等を幅広く開催し、さまざまな世代の市民が参加しています。

また、消費者教育・啓発と重なる領域を持つ環境教育や食育、キャリア教育といったさまざまな角度からの取り組みについても、関係機関・団体等との連携により実施しています。

あわせて、持続可能な社会づくりのために、低炭素型ライフスタイル・ビジネススタイルや3R、食品ロス削減の推進などに取り組んでいます。

○今後の取り組み

令和4年4月から成年年齢が引き下げられることを踏まえ、学校における消費者教育が効果的に実施されるよう、教員のスキルアップを図る研修、外部講師派遣等のコーディネート、授業で活用できる教材の提供等について、教育委員会や関係機関・団体等との連携を図りながら推進します。また、社会経験が少ない若年者等に対する消費者教育の取り組みを適切に進める必要があるため、新入生向けのオリエンテーションでの講座開催やリーフレットの配布などを行うほか、関係機関・団体等とのさまざまな連携の手法について検討します。

学校以外の場においても、関係機関・団体等と連携を図り、消費生活講座や各種イベント、地域団体・事業者・任意のグループ等に対する出前講座を開催するなど、消費者教育・啓発を推進します。

消費者教育は幼児期から高齢期までの各段階において体系的に行う必要があります。また、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す。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むため、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、情報提供を行います。

なお、自然災害の発生後や感染症の拡大時等の非常時においては、講座の開催が困難な状況が考えられることから、啓発や情報提供の手法等についても検討を行います。

平成27(2015)年9月に「持続可能な開発目標(SDGs)」が国連サミットで採択され、令和元年10月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行されるなど、公正かつ持続可能な社会の形成は、世界的に重要な課題となっています。また、本市では「仙台市地球温暖化対策等の推進に関する条例」を令和2年4月に施行しており、持続可能な社会を目指し、エシカル消費*の普及・啓発、脱炭素型のライフスタイル*や食品ロス削減、消費者志向経営*等を推進します。

○取組事項

【重点】は重点的に取り組む施策

●施策の方向 1 ライフステージ等に応じた消費者教育・啓発の充実

主な施策	推進局
(1) 学校における消費者教育・啓発	
①小学校・中学校・高等学校等、それぞれの発達段階や希望テーマに応じ、関係機関・団体等や専門の講師を活用し、消費者教育の内容・機会の充実を図ります。	教育局 市民局
②大学生、各種専門学校生等に対する消費者教育出前講座の開催やリーフレット等の配布等による情報提供及び啓発を行います。	市民局
③小学校・中学校・高等学校等、それぞれの発達段階に応じた消費者教育教材等を作成し、学校における消費者教育の支援と内容の充実を図ります。特に当事者となる若年層の生徒に対し、成年年齢引き下げによる消費者被害防止の広報・啓発を行います。	市民局
④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。【重点】	市民局
⑤教員を対象とした研修会・講座等を実施し、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。	市民局 教育局
⑥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実践を行い、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。	教育局
⑦教員に対し、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

	⑧児童・生徒の身近な問題であるインターネット・携帯電話等に関する講座の開催や情報提供を行います。	市民局
	⑨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実施します。特にファイナンスパークの活動では、一か月の世帯収入をどのように設計するかを学びます。	教育局
	⑩外国人留学生に対し、（公財）仙台観光国際協会が実施する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
(2)	幼児に向けた消費者教育・啓発	
	①保育所・幼稚園等と連携し、幼児向けの啓発教材の配布を行います。	市民局
(3)	若い世代に向けた消費者教育・啓発	
	①成人式や新入生オリエンテーションなどさまざまな機会を捉え、消費者教育出前講座の開催やリーフレットの配布等による情報提供及び啓発を行います。 【重点】	市民局
(4)	家庭に向けた消費者教育・啓発	
	①若年層、特に当事者となる年齢の生徒の保護者に向け、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配布を行い、成年年齢引き下げによる消費者被害の未然防止・拡大防止を図ります。 【重点】	市民局
	②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
(5)	地域や一般市民に向けた消費者教育・啓発	
	①各世代の市民を対象とした講座を開催し、消費者教育・啓発を行います。	市民局 教育局
	②地域団体、事業者、任意のグループ等に対し、出前講座「くらしのセミナー」を開催し、消費者教育・啓発を行います。	市民局
	③消費生活パートナーと連携して、市民への啓発を行います。	市民局
	④消費者団体等が市民の消費生活の安定及び向上に資する事業に取り組むための支援を行います。	市民局
(6)	外国人住民に向けた消費生活情報の提供	
	①外国人住民に対し、（公財）仙台観光国際協会が実施する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
(7)	消費生活に関する情報の提供	
	①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る消費者教育や啓発、情報提供を行います。	市民局
	②市や関係機関・団体等によ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、人材の活用や情報提供を行います。	市民局
(8)	人材の育成	
	①地域等身近な場所での啓発を行う「消費生活パートナー」を育成します。	市民局
	②出前講座等で質の高い消費者教育や啓発を行うため、消費生活相談員のスキル向上を図るとともに、年代やテーマに応じたマニュアルを整備します。	市民局

●施策の方向 2 持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進

主な施策	推進局
(1) 持続可能な社会を目指す消費生活に関する啓発・情報提供	
①消費生活講座やさまざまな媒体を活用し、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
②エシカル消費（フェアトレード*や地産地消、食品ロス削減など）等の普及啓発を行い、消費者市民社会の形成に向けた取り組みを推進します。 【重点】	市民局
③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、消費者被害の未然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
(2) 持続可能な社会を目指す消費者志向経営の推進	
①事業活動における環境配慮を推進します。	環境局
②一定規模以上の事業者等に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

	③地域社会の発展及び市民生活の向上に寄与する優れた取り組みを行っている市内の中小企業を表彰・紹介することにより、中小企業の独創的な社会的課題解決や魅力的な職場環境づくりに向けた取り組みを後押しするとともに、取り組みの波及による地域の活性化と中小企業の持続的な発展を図ります。	経済局
(3)	環境教育・学習の推進	
	①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市民活動団体など多様な主体と連携し、環境教育・学習を推進し、主体的かつ積極的に環境配慮行動に取り組む人づくりを進めます。	環境局
	③市民活動団体・大学等と連携し、環境学習プログラム実施の支援を行います。	環境局
	④ホームページやせんだい環境学習館において環境教育・学習情報の提供を行います。	環境局
(4)	資源循環都市を目指す消費生活の推進	
	①3Rの徹底とごみの発生抑制のために、さまざまな媒体によりごみ減量・リサイクル情報を発信します。	環境局
	②ごみ減量の観点から、食品ロスの削減に取り組みます。【重点】	環境局
	③食育の一環として、食品ロスについて市民への啓発を行います。	健康福祉局
	④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。	危機管理室
(5)	脱炭素型のライフスタイルの推進	
	①熱エネルギーを有効活用することにより平常時の低炭素化を推進するとともに、停電時に備えた分散型電源の普及、気候変動への適応力向上を推進するため、窓断熱改修または熱エネルギーを有効活用するためのシステムの導入を支援します。	環境局
	②市民や事業者等と協働して省エネ・創エネ・蓄エネの3E行動の普及啓発により市民の環境配慮行動の促進を図ります。	環境局
	③市公用車を率先して次世代自動車*に転換するとともに、電気自動車については、専用ロゴマーク「でんでんくん」をラッピングし、業務で使用することにより市民への普及啓発を推進します。	環境局
	④環境負荷の小さい商品・サービスを選択するグリーン購入*の促進を図ります。	環境局
(6)	食育の推進	
	①保育所・学校において食育の推進を行います。	子供未来局 教育局
	②市内産の農産物や地産地消について広く情報を発信します。	経済局
	③消費者と生産者が交流したり農業を体験する機会をつくります。	経済局
	④健康な暮らしを送るための食に関する知識や情報を発信し、健康的な食生活を推進します。	健康福祉局
	⑤市民の健康づくりを支援するため、栄養成分表示や健康に配慮した飲食店・惣菜店等を増やし、健康的な食生活の環境整備を図ります。	健康福祉局

●施策の方向 3 関係機関・団体等との連携

主な施策		推進局
(1)	連絡組織の運営	
	①「消費者教育推進地域協議会*」において情報共有を図り、消費者教育・啓発を総括的・効果的に進めます。	市民局
(2)	学校・市民等との連携	
	①「消費者教育連絡会議」において情報を共有し、学校における消費者教育の充実を図ります。	市民局
	②消費生活パートナーを育成し、連携して啓発を行います。	市民局
	③市民活動団体と連携し、消費者教育・啓発を推進するとともに、必要な支援を行います。	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	
	①大学等高等教育機関、財団法人消費者教育支援センター、弁護士会・司法書士会、東北総合通信局等、消費者教育に関して専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携を強化します。	市民局

(4) 事業者団体等との連携		
①事業者団体の CSR*の活動等と連携し、消費者教育・啓発を推進します。	市民局	
②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、消費者被害の未然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。【再掲】	市民局	

○評価指標

指標項目	評価内容	現状値 (令和元年度)	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	2,799 件	毎年 5,000 件以上
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	72.9%	計画終了時点で 80%以上
	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	50.0%	計画終了時点で 60%以上
	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	79.8%	計画終了時点で 90%以上

Ⅲ 消費者被害の防止及び救済

消費者被害を未然に防止するために、情報提供等の取り組みを推進します。また、市民が消費者トラブルに遭った時には、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ます。併せて、多様化・複雑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ます。

○関連する SDGs



1. 貧困をなくそう
10. 人や国の不平等をなくそう
12. つくる責任 つかう責任
16. 平和と公正をすべての人に
17. パートナリーシップで目標を達成しよう

○これまでの取り組み

消費者被害を未然に防止するため、ホームページや市政だより、消費生活情報誌、注意喚起のチラシやポスターなど、さまざまな媒体を通じて消費生活に関する情報を提供しています。また、消費者事故等が発生した場合には、消費者安全法*に基づき、消費者庁へ被害情報を的確に通知するとともに、市民への周知を図っています。

多様化・複雑化する消費生活相談に対応するため、研修等を通じて相談員の資質の向上を図るとともに、助言やあっせんの取り組みを行うなど、消費者トラブルの解決に努めています。

多重債務問題に関しては、平成 19 年度から「多重債務問題改善プログラム*」に基づく債務整理を進めるため、弁護士等の専門家に確実に引き継ぐ対応を行っています。

さらに、弁護士会等関係機関・団体等との連携により特別相談等を実施するほか、国や県、警察、弁護士会や事業者団体との情報交換を行っています。

○今後の取り組み

引き続き、消費者被害の未然防止・拡大防止及び救済のために、さまざまな媒体を活用し、適時適切な情報提供を行うとともに、トラブルに遭った際にすぐに相談できるよう、消費生活センターの認知度向上に取り組みます。

また、外国人住民が増加していることを踏まえ、関係機関・団体等と連携し、消費生活相談窓口の周知や通訳支援等を行います。

自然災害の発生後や感染症の拡大時等の非常時においては、不確かな情報に惑わされたり、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法や各種給付金に関連する詐欺等の消費者トラブルが発生するおそれがあるため、消費者が適切に行動できるよう、正確で迅速な情報提供や、消費者トラブルを防止するための注意喚起を行います。

さらに、弁護士会等関係機関・団体等との連携により特別相談等を引き続き実施するほか、国や県、警察、弁護士会や事業者団体との情報交換を行うなど、連携を図ります。

○取組事項

【重点】は重点的に取り組む施策

●施策の方向 1 消費者被害の未然防止・拡大防止

主な施策	推進局
(1) 相談窓口の周知及び効果的な広報・啓発活動、情報提供等	
①さまざまな媒体の活用及び多様な主体との連携により、消費生活センターの相談窓口のさらなる周知に取り組みます。【重点】	市民局
②地域団体、事業者、任意のグループ等に対し、出前講座「くらしのセミナー」を開催し、消費者被害防止の意識を高めます。	市民局
③ホームページ、メール配信、YouTubeなど、さまざまな媒体による情報提供、リーフレットや消費生活情報誌等を活用した啓発を行います。【重点】	市民局
④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の注意喚起情報を速やかに提供することにより、消費者被害の拡大防止を図ります。	市民局
⑤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悪質商法による消費者被害の未然防止・拡大防止のため、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】	市民局
⑥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努めます。	市民局
(2) 条例に違反した不適正な取引行為への対応	
①特に被害拡大が懸念される案件について、ホームページや消費生活情報誌への掲載及びメール配信等で情報提供を行い、消費者被害の拡大防止を図ります。	市民局
②不適正な取引行為に対しては、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
(3) 消費者事故の被害情報の通知及び提供	
①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的確に通知するとともに、併せて市民に対し、必要な情報の提供を行います。	市民局 消防局 教育局

●施策の方向 2 消費者被害の救済

主な施策	推進局
(1) 条例に基づくあっせん、調停等による消費者被害の救済	
①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、あっせん等を行います。	市民局
②事業者に対して、販売行為が適正か否かの調査を行い、販売行為が適正でないときはその是正を要請します。	市民局
③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等のために必要があるときは、調停による解決を図ります。	市民局
(2) 消費者訴訟の援助	
①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	
①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

主な施策	推進局
(1) 消費生活相談に関する専門的な知識の向上	
①国民生活センターや宮城県等が主催する研修に積極的に参加し、消費生活相談員の資質の向上を図ります。	市民局
②宮城県市長会消費者行政部会や東北都市消費者行政協議会における研修会の開催等により、消費生活相談員の資質の向上を図ります。	市民局
③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。【重点】	市民局
(2) インターネットトラブルへの対応	
①総務省で開催する電気通信事業者との連絡会議などに積極的に参加するとともに、国民生活センターが実施している研修やD-ラーニングを受講し、消費生活相談員の専門知識の向上を図ります。	市民局
(3) 多重債務者に対する支援	
①多重債務に関する相談窓口の周知を図ります。	市民局

②多重債務の研修会開催や、庁内連絡会議等での情報提供などにより、関係部署との連携を強化します。	市民局
③多重債務問題改善プログラムに基づき、相談者を確実に弁護士等の専門家に紹介・誘導します。	市民局
④生活に困窮している相談者を、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
(4) 外国人からの相談に対する支援	
①仙台市消費生活センター等における消費生活相談に、必要に応じて「コミュニティ通訳サポーター」を派遣し、通訳支援を行います。	文化観光局
②仙台市消費生活センター等における消費生活相談の電話による通訳支援を行います。	文化観光局
(5) 特別相談窓口の設置等	
①弁護士会等関係機関・団体等と連携し、悪質商法、多重債務問題、成年後見制度等に関する特別相談を実施します。	市民局
②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
③要請があった場合、地域に出向いて消費生活相談を受ける「移動相談」を実施します。また、新たな相談の手法について検討を行います。	市民局

●施策の方向 4 関係機関・団体等との連携

主な施策	推進局
(1) 国・県等関係機関・団体等との連携	
①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、消費者被害の救済や未然防止・拡大防止に努めます。	市民局
②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
(2) 専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携	
①「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により、地域における消費者被害の未然防止に努めます。【重点】	市民局
②「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、情報共有や連携を図ります。	市民局
(3) 事業者団体等との連携	
①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
②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努めます。【再掲】	市民局

○評価指標

指標項目	評価内容	現状値（令和元年度）	目標値
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	35.6%	計画終了時点で50%以上
	消費生活センターの名前を知っている市民の割合	83.3%	計画終了時点で90%以上
2.消費者被害防止の取り組み状況	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	57.1%	計画終了時点で70%以上
	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	48.9%	計画終了時点で60%以上
	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	42.6%	計画終了時点で60%以上

IV 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応

特に配慮を必要とする高齢者や障害者（以下「高齢者等」という。）の支援を行うため、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取り組みを推進します。

○関連するSDGs



1. 貧困をなくそう
3. すべての人に健康と福祉を
10. 人や国の不平等をなくそう
16. 平和と公正をすべての人に
17. パートナリーシップで目標を達成しよう

○これまでの取り組み

高齢者等の消費者トラブルを防ぐため、地域団体に対する出前講座の実施、注意喚起チラシや情報誌等の配布による啓発や、配食サービスを行う団体と連携し、弁当配達時に注意喚起チラシの配布を行っています。

また、成年後見制度*・権利擁護事業の紹介、福祉用品やサービスに関する情報提供等の支援を行っています。

さらに、「高齢者等の消費者トラブル見守り事業」により関係機関・団体等と連携し、高齢者等を見守るためのネットワークづくりを行っています。

○今後の取り組み

高齢化の進行や単身世帯の増加が今後さらに見込まれることから、高齢者等の消費者トラブルを防止するための見守り事業の必要性がより大きくなっています。

高齢者等の消費者トラブルを防止するため、高齢者等本人に加え、見守りの担い手となる地域団体や事業者等に対する出前講座の実施、配食サービスを行う団体と連携した注意喚起チラシの配布先の拡充を図る等、さまざまな機会を捉え、注意喚起や情報提供を行います。

また、「仙台市消費者の安全を守る連絡協議会」において、高齢者等と接する機会の多い民生委員・児童委員、地域包括支援センター、地域団体などの地域における既存の見守りネットワーク活動や関係機関・団体等との連携を図り、高齢者等の見守りを推進するとともに、見守りを行う支援者に対し情報提供するなど、消費者啓発を推進していきます。

○取組事項

【重点】は重点的に取り組む施策

●施策の方向 1 高齢者等に対する支援

主な施策	推進局
(1) 高齢者等に対する啓発の拡充	
①町内会、老人クラブ等地域団体、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を実施します。	市民局
②高齢者等を消費者被害から守るため、特殊詐欺や悪質商法などへの注意喚起等の啓発物品をさらに充実させ、さまざまなルートで情報提供を行います。	市民局
(2) 高齢者等の見守り事業の展開	
①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」を実施し、消費者被害の未然防止に有効な取り組みなどを紹介・提案します。【重点】	市民局
②高齢者等の見守りの担い手となる団体等に対して、消費者被害の未然防止に資する啓発物品の配布を行います。	市民局
③配食サービス等消費者宅を訪問する事業を行う団体等と連携し、消費者に対し注意喚起情報を提供します。【重点】	市民局
④高齢者等の消費者被害を防止するために見守り事業を展開します。	健康福祉局
⑤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
(3) 高齢者等の財産等の保護の仕組みのPR	
①相談者の家族に対し、必要に応じ成年後見制度、権利擁護事業を紹介することにより活用を促進します。	市民局
②認知症高齢者等で成年後見制度の利用が必要な方について、身寄りがないなどの場合、市長が裁判所に後見等開始の申立てを行います。生活保護受給者など一定の条件により、後見人等の報酬や申立費用を助成します。仙台市成年後見総合センターにおいて、成年後見制度に係る相談・支援を行います。	健康福祉局
③仙台市権利擁護センター（まもり一歩仙台：仙台市社会福祉協議会内）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 高齢者等の自立した消費生活への支援

主な施策	推進局
(1) 福祉用品・サービスに関する情報提供等	
①福祉用具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
②高齢者の自立支援や在宅介護を支援する、ITなどを活用した付加価値の高い健康福祉機器・サービスの研究開発・事業化を目指します。	経済局

●施策の方向 3 関係機関・団体等との連携

主な施策	推進局
(1) 連絡組織による連携	
①「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により、地域における消費者被害の未然防止に努めます。【重点】【再掲】	市民局
(2) 事業者団体等との連携	
①見守りの担い手となる団体等との連携を強化し、情報共有を図ります。	市民局
②配食サービス等消費者宅を訪問する事業を行う団体等と連携し、消費者に対し注意喚起情報を提供します。【重点】【再掲】	市民局

○評価指標

指標項目	評価内容	現状値 (令和元年度)	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	6 団体 32,160 部	毎年 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」の実施回数		
	①高齢者・障害者向けセミナー	29 回	毎年 40 回以上
	②見守りの担い手となる団体向けセミナー	4 回	毎年 5 回以上

V 多様な主体との連携の推進

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ます。

○関連する SDGs



16. 平和と公正をすべての人に

17. パートナーシップで目標を達成しよう

○これまでの取り組み

消費生活の安全・安心や消費者教育・啓発の取り組みを推進するため、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、消費者被害の未然防止・拡大防止、消費者教育・啓発に取り組んでいます。

○今後の取り組み

多様化・複雑化する消費生活をめぐる課題に対応し、あらゆる領域に関連する消費者教育・啓発を推進していくためには、消費生活センターがコーディネート役として、さまざまな主体と情報を共有し、連携を強化していく必要があります。また、地域における消費者教育・啓発の拠点としての役割も求められています。

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おり、それぞれが個別に取り組むだけでなく、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、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・団体等と更なる連携を図り、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、安全に安心して暮らせる社会及び消費者市民社会の形成を目指していきます。

○取組事項

【重点】は重点的に取り組む施策

●施策の方向 1 消費生活の安全・安心の確保における連携

主な施策	推進局
(1) 国・県等関係機関・団体等との連携	
①国、県等の関係機関・団体等と連携し、消費者の安全を守る取り組みを推進します。【再掲】	市民局
(2) 事業者団体等との連携	
①事業者団体等との連携の強化を図り、安全な商品・サービスを消費者に提供できるよう情報共有や啓発を行います。【再掲】	市民局

●施策の方向 2 消費者教育・啓発の推進における連携

主な施策	推進局
(1) 連絡組織の運営	
①「消費者教育推進地域協議会」において情報共有を図り、消費者教育・啓発を総括的・効果的に進めます。【再掲】	市民局
(2) 学校・市民等との連携	
①「消費者教育連絡会議」において情報を共有し、学校における消費者教育の充実を図ります。【再掲】	市民局

	②消費生活パートナーを育成し、連携して啓発を行います。【再掲】	市民局
	③市民活動団体と連携し、消費者教育・啓発を推進するとともに、必要な支援を行います。【再掲】	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	
	①大学等高等教育機関、財団法人消費者教育支援センター、弁護士会・司法書士会、東北総合通信局等、消費者教育に関して専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携を強化します。【再掲】	市民局
(4)	事業者団体等との連携	
	①事業者団体の CSR の活動等と連携し、消費者教育・啓発を推進します。【再掲】	市民局
	②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、消費者被害の未然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。【再掲】	市民局

●施策の方向 3 消費者被害の防止及び救済における連携

主な施策		推進局
(1)	国・県等関係機関・団体等との連携	
	①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、消費者被害の救済や未然防止・拡大防止に努めます。【再掲】	市民局
	②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。【再掲】	健康福祉局
(2)	専門的な知識を持った関係機関・団体等との連携	
	①「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により、地域における消費者被害の未然防止に努めます。【重点】【再掲】	市民局
	②「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、情報共有や連携を図ります。【再掲】	市民局
(3)	事業者団体等との連携	
	①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。【再掲】	都市整備局
	②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努めます。【再掲】	市民局

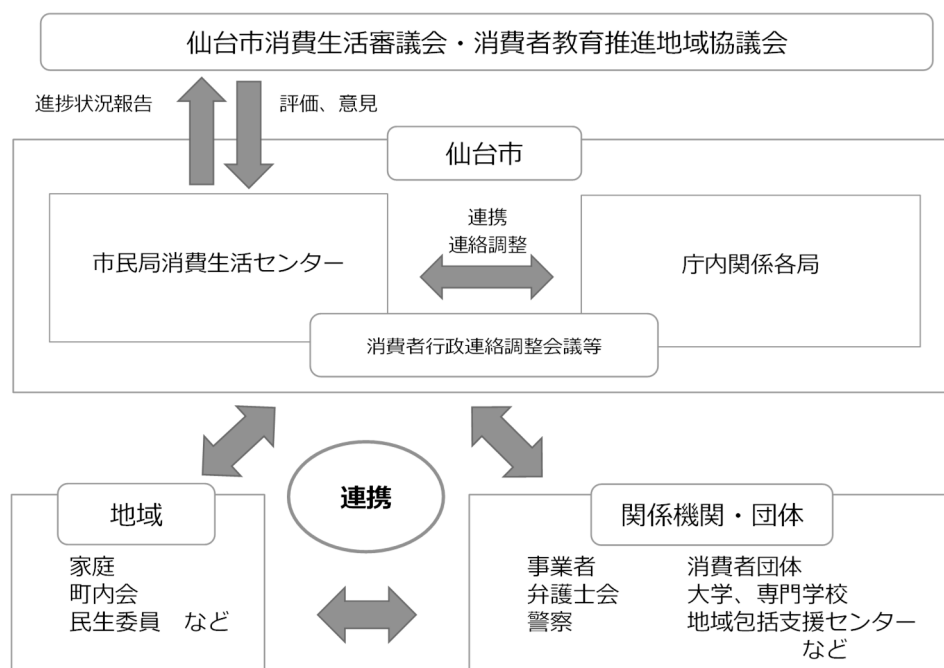
●施策の方向 4 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応における連携

主な施策		推進局
(1)	連絡組織による連携	
	①「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により、地域における消費者被害の未然防止に努めます。【重点】【再掲】	市民局
(2)	事業者団体等との連携	
	①見守りの担い手となる団体等との連携を強化し、情報共有を図ります。【再掲】	市民局
	②配食サービス等消費者宅を訪問する事業を行う団体等と連携し、消費者に対し注意喚起情報を提供します。【重点】【再掲】	市民局

3 計画の推進体制及び進行管理

「消費者行政連絡調整会議」等において、庁内関係部局と連絡調整を図るとともに、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。

また、計画の進行管理については、「消費生活審議会」において、年度ごとに施策の取り組み状況の報告・評価を行い、その結果を本市ホームページに掲載するなど、取り組みの充実を図ります。



【資料1】消費者教育について

この仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画では、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「消費者市民社会」を目指しており、その実現に向けて「消費者教育」を推進することとしています。

そのような社会を実現するためには、この計画に触れた方を始めとする多くの皆様に、「消費者市民社会」や「消費者教育」をより深く理解していただく必要があることから、国の基本方針を基に、消費者教育の意義や基本的な方向、本市での取り組みなどを資料としてまとめました。

一人一人が、さまざまな機会を通して、見て・聞いて・読んで「学び」、知識として学んだことを自らの消費生活に「生かす」とともに、見せて・話して・書いて、他の人に「伝える」ことにより、社会を生きていく実践的な力を育み、自立が困難な人を「見守る」ことで社会の消費者力が向上し、「消費者市民社会」の実現に繋がります。

1 消費者教育の意義

高度情報化の進展やグローバル化が進み、消費生活と経済社会との関わりが多様化・複雑化するに伴い、消費者と事業者との間の情報の質や量、交渉力の格差を起因とした消費者被害が多発してきました。安全・安心な暮らしの実現のためには、消費者被害を防止するための法規制の整備・強化が行われるとともに、消費者自身が被害を防止するための正しい知識や理解力を身に付けることが求められています。

また、日常生活における利便性の向上が迫られ、大量生産、大量消費、大量廃棄が行われている経済社会においては、資源やエネルギーの消費量も増加しており、環境問題を始め経済社会の生み出すさまざまな問題は、産業活動のみならず、消費活動によるところも大きいという認識が広がってきました。これらの問題に対応するために、消費者は、自らの行動が社会に影響を与えることを自覚し、省エネルギー等環境に配慮した行動や、人や社会、環境に配慮した商品やサービスを選択する等、持続可能な消費行動が求められています。

消費者教育は、「消費生活に関する知識を修得し、適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を育むために、また、消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができる消費者の育成を目指し、行われる教育」（消費者教育推進法第3条第1項、第2項）です。つまり、まず被害に遭わないこと、そして合理的な意思決定ができる消費者であることに加え、自らの消費生活が環境や社会に与える影響を考慮し、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という点でも「自立した消費者」を育成する教育であることを意味します。

全ての人が消費者であり、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各段階に応じてさまざまな知識と適切な行動がとれる実践的な力を身に付けていく必要があります。また、実践的な力を身に付け、自立が困難な人を「見守る」ことで、社会の消費者力を向上していくことができます。

2 「消費者市民社会」と「SDGs」

消費者教育推進法の理念である「消費者市民社会」とは、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が、現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、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」（消費者教育推進法第2条第2項）のことであります。消費者被害について認識し、危険を回避したり、被害に遭った場合にも適切に対応できる力を身に付けていくこと、また、消費生活が、地球環境や経済社会の形成にも影響を与えていることから、周りの人や、将来生まれてくる世代にまで思いを馳せて生活することが求められています。あまり馴染みのない言葉ですが、例えば図表 23 のような行動が消費者市民社会の形成につながります。

また、公正かつ持続可能な社会の形成という消費者市民社会の課題は、SDGs が国連サミットで採択されたこともあり、世界的に重要な課題となっています。より多くの人々が、SDGs に関する情報を得ること、また、主体的・能動的に学ぶことは、SDGs の達成につながり、それはまた、消費者市民社会の形成に参画する消費者が育成されていくことにもつながります。

<図表 23> 消費者市民社会における具体的な行動例



3 消費者教育の推進の基本的な方向

(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。国の基本方針では、対象領域を4つに分類し、それぞれの領域で育むべき力を定めています（図表24）。

<図表 24> 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に役立てることができる力 ・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) ライフステージに応じた体系的な消費者教育

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「消費者教育の体系イメージマップ」（図表25）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 25> 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】

		幼児期		小学生期		中学生期		高校生期		成人期			
		特に若者		成人一般		特に高齢者							
各期の特徴		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、消費者としての素地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		生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、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	
重点領域													
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持とう	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう					
	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、物の使い方などを工夫しよう	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	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう					
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	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理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう					
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	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	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すこ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る習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう					
	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、相談機関の利用法を知ろう	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、相談機関を利用しやすい社会をつくらう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう					
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	約束やきまりを守ろう	物の選び方、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	商品を選択し、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	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう					
	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	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	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くらしを目指して、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くらしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう					
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集め方や活用の仕方を知ろう	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	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう					
	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、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう					
	消費生活情報に対する批判的思慮力	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、選択の大切さを知ろう	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ろう	消費生活情報を評価、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評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう					

※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) 消費者の特性に対する配慮

消費者の特性として、年齢、性別、障害の有無のほか、消費生活に関する知識の量、就業の状態、居住形態、時間的余裕の有無、情報通信機器の利用可能の状況などが考えられます。これら消費者の特性により、消費者問題がより深刻化することがあり、また、消費者被害も年代ごとに特徴があることなどから、消費者教育は、消費者の特性に配慮しながら行う必要があります。

特に、成年年齢が引き下げられることから、若年者に対しては、学校において実践的な消費者教育のための学習の工夫等を進めるとともに、学校以外でもさまざまな機会を捉えながら消費者教育の充実を図ることが求められます。

また、高齢者の消費者教育については、高齢者においても年齢に幅があり、生活状況や行動範囲、活動状況もさまざまであるほか、加齢による判断力や身体的能力等の低下は個人個人によって違いがあることから、一層の工夫が必要となります。

さらに、身体障害、知的障害、精神障害、発達障害等、障害がある消費者に対しては、障害の特性に応じた適切な方法による情報の提供や必要な施策を講じることも求められています。高齢者や障害がある人など生活に支援が必要な人に対しては、その支援者への働きかけも重要となります。

(4) さまざまな主体との連携による推進

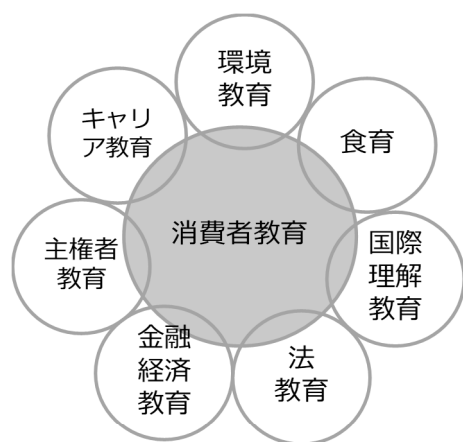
前述のとおり、消費者教育は範囲が広く、消費生活のあらゆる領域に関連しており、また、幼児期から高齢期まで、さまざまな年代で行われるものです。消費者教育は、学校教育や学校以外の場でも、地域や事業者団体、消費者団体など、さまざまな場で行われており、それらの取り組みがさまざまな主体により共有され、連携して進めていくことで一層推進されるものと考えられることから、消費者教育を効果的に推進していくためのコーディネート機能の強化が求められます。

本市では、長年にわたり市民参加・協働による取り組みが行われてきました。まちづくりも高い市民意識に支えられており、さまざまな主体と連携しながら、協働による消費者教育・啓発の推進に取り組んでいます。

(5) 他の消費生活に関連する教育と消費者教育との連携推進

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、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26）。このため、多様な主体が共通の認識に立ち、連携して取り組むことで相乗効果をもたらすものと考えられます。

<図表 26> 消費者教育と関連した教育



他にも、情報リテラシー*教育や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る。

		消費者教育との関連
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 	<ul style="list-style-type: none"> 自ら考え、自ら行動する人づくり 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
食育	<ul style="list-style-type: none"> マナーの習得 「もったいない」意識のかん養 食品ロスの削減 地産地消の推進 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 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
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
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
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

仙台版キャリア教育「仙台自分づくり教育」

仙台自分づくり教育の一環として、「仙台子ども体験プラザ-Elem (エリム) ※」において、体験型経済教育プログラム「スチューデントシティ」「ファイナンスパーク」を実施しています。

スチューデントシティ (小学校 5~6 年生)

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、お金とは何か、仕事とは何かを学びます。

ファイナンスパーク (中学生)

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、情報を適切に活用する力や生活設計能力などを身に付けます。



ファイナンスパークの様子
限られた生活費の中で、何を優先させ、何を我慢するのか、悩みながら決めていきます。

※「仙台子ども体験プラザ-Elem (エリム)」: 東日本大震災の被災地復興支援プロジェクト「カタルフレンド基金」による助成と協賛企業の協力をいただき、施設の中に「街」を再現した体験型の学習施設。

4 さまざまな場における消費者教育

(1) 学校

平成 29 年 3 月に小学校・中学校の学習指導要領が、平成 30 年 3 月に高等学校の学習指導要領がそれぞれ改訂されました。

児童・生徒が未来社会を切り拓くための資質・能力を一層確実に育成するため、子どもたちに求められる資質・能力とは何かを社会と共有し、連携する「社会に開かれた教育課程」を目指し、「何ができるようになるのか」を明確化し、①「何を理解しているか、何ができるか（知識・技能）」、②「理解していること・できることをどう使うか（思考力・判断力・表現力等）」、③「どのように社会・世界と関わり、よりよい人生を送るか（学びに向かう力・人間性等）」の 3 つの柱が重視されています。

今回の改訂では、一部の学習内容が中学校から小学校に移行され、小学校の家庭科で売買契約の基礎、中学校の技術・家庭科で計画的な金銭管理や消費者被害への対応、高等学校の公民、家庭科で多様な契約、消費者の権利と責任、消費者保護の仕組みが盛り込まれ、消費者教育に関する内容が充実されました。

令和 4 年 4 月に成年年齢が引き下げられることから、新たに成人となる 18 歳、19 歳の若年層が未成年者取消権を行使することができなくなります。特に 18 歳は、就職や大学等への進学で初めて親元を離れて一人暮らしを始めることも多く、生活環境が変わる時期でもあり、社会経験が浅く、消費者トラブルに巻き込まれやすい環境にあります。消費者トラブルを防ぐためには、成人するまでに、トラブルに遭わないための基本的な知識やスキルを身に付けることが大切です。

また、本市は「学都」と呼ばれ、消費者トラブルのターゲットとなりやすい若い世代が多いことから、大学等高等教育機関と連携した消費者教育や啓発も重要となります。学校によっては、新入生へのオリエンテーション等での注意喚起の講座の実施や、リーフレットの配布、大学の学生課の方との意見交換会を実施しており、今後も双方向での情報提供や共有を図り、継続的に行っていく必要があります。

e-ネット安心講座 (e-ネットキャラバン)

子どもたちがインターネットを利用したトラブルや事件・事故に巻き込まれないように、総務省（東北総合通信局）・文部科学省支援のもとで開催される情報モラル教育講座です。

情報通信分野等の企業・団体から派遣された講師が、学校等へ訪問し、児童・生徒、保護者、教職員などを対象に講座を実施しています。



講座「インターネットの安全・安心な使い方」

消費者教育講座

消費生活センターでは、小・中学生、高校生、大学生、教員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遭わないために」「悪質商法の被害に遭わないために」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。



講座「悪質商法の被害に遭わないために」

(2) 地域等

消費者教育は、学校だけでなく、幼児から高齢者まで、ライフステージに応じて、生涯にわたり学ぶ必要があります。

学校以外の生涯学習の場においても、各世代に向けた消費者教育・啓発に関連した事業や学習活動が行われています。本市の教育局や環境局、健康福祉局等の事業でも、「防犯」「ごみ減量・リサイクル」「省エネルギー等環境配慮行動の推進」「食育の推進」などをテーマに講座等を行っています。

また、市民活動団体においてもさまざまな形で啓発事業等が行われており、企業等においても、インターネットやスマートフォン、金融関係等、専門的な知識を生かし、CSR 活動の一環として出前講座等が行われています。

せんだい環境学習館 たまきさんサロン

たまきさんサロンは、環境について考え、学び、交流の輪を広げる場所です。

「サロン講座」では、自然科学や工学技術、歴史、民俗学、食文化などと環境のかかわりについて、各分野の専門家を講師に招いて解説します。また、環境に関するさまざまなジャンルの本やDVDなどをそろえており、貸し出しもしています。



サロン講座「ドロをリサイクルして、お花を育てよう！」

適格消費者団体の取り組み

内閣総理大臣認定適格消費者団体「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。

例えば、消費者から不当な契約条項や不当な勧誘・表示に関する情報提供を受け、問題点を検討のうえ、事業者に対して不当な条項の使用や、不当な勧誘行為をやめるよう申入れ等を行っています。

また、SNS*トラブルや消費生活に関するさまざまな契約問題をテーマとした講演会を行うなど、消費者被害の救済・予防を図る活動に取り組んでいます。



講演会「あなたは大丈夫?! SNSトラブル」

5 A DAY (ファイブ・ア・デイ) 食育体験ツアー

5 A DAYは、「1日5皿分(350g)以上の野菜と200gの果物を食べましょう」をスローガンにした健康増進運動です。

みやぎ生活協同組合では、野菜や果物を摂ることの大切さ、食品の働きや食事のバランス、お店の仕組みなどを学ぶ「5 A DAY 食育体験ツアー」を行っています。食育インストラクターによる座学、店頭でのお買い物ゲームやバックヤード見学、サラダ作りなどが一連となった参加型プログラムです。小学生向け及び園児向けプログラムがあります。



【園児向け】「たべるのおはなし教室」マグネットを貼って3色食品群の図を完成させます。

(3) 消費生活センター

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、講師の派遣や啓発資料の提供等を行っています。また、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を作成し、消費者教育の支援や啓発を行っています。

さらに、講座等の開催や、ホームページ、消費生活情報誌、メール配信、You Tube 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るほか、地域等身近な場所での啓発を行う「消費生活パートナー」を育成しています。

消費者教育・啓発の充実を図るとともに、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ています。

消費生活センターで作成した教材等の一例

○消費者教育ウェブ教材「伊達学園」

すぐろくやスクロールゲーム、クイズなどを通し、消費者被害に遭わないコツや環境にやさしい暮らし、防災や仙台の歴史や文化などについて学べる教材。教育現場のほか家庭でも、全ての世代の方に楽しんでいただける内容になっています。



○「めざせ六十二万石！伊達なものしり武将ゲーム」(ボードゲーム)

仙台の文化や歴史、消費生活などに関するクイズに正解すると「おこづかい」がもらえ、貯金しながらゴールの仙台城を目指すゲーム。

「伊達学園」のサイトでも楽しめます。



○「はたのはじめてのおつかい」(絵本及びウェブ版)

伊達武将隊の秦(はた)が、さまざまなトラブルを回避しながら、無事お城に届け物をする、幼児向けストーリー。



○「だまされてるかも」(DVD、You Tube)

消費生活センターのマスコットキャラクター「さっち(察知)」がご近所の高齢者を訪ね、異変を察知し、高齢者を消費者被害から守るストーリー。



○「悪質商法に気をつけて」(中学生向けパンフレット)

被害に遭わないためのポイントや、さまざまな悪質商法の手口やトラブル防止策、インターネットトラブルなどを紹介します。



○「選ぶ眼、決める力」(教員向け情報誌)

学校における消費者教育を推進するため、実践に役立つ情報や資料、教材や出前講座の案内等を掲載。

他にも、発達段階に応じた消費者教育教材や啓発資料を作成し、活用しています。

消費生活情報誌「ゆたかな暮らし」

消費者トラブルの相談事例や、製品事故などの注意喚起、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するため、消費生活情報誌「ゆたかな暮らし」を年4回発行しています。

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でもご覧いただけます。



ゆたかな暮らし 2020年12月号

消費者月間記念事業、消費生活講座

毎年5月は「消費者月間」として、消費者の安全・安心な暮らしのために、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全国の自治体で展開しており、本市でもイベント等を開催しています。令和元年度は、「エシカル消費」をテーマとして、JICA 東北との共催により、映画上映、講演会及びパネル展を実施しました。

また、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。



講演会「エシカル消費の基礎知識」

～ エシカル消費とは ～

エシカル消費とは、消費者が社会に与える影響を自覚し、地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動のことです。

持続可能な社会を実現するためには、身の回りにある「安さ」や「便利さ」等に隠された社会的費用といった背景や影響を意識し、消費者それぞれが社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら商品やサービスを選ぶことが重要です。

<エシカル消費の具体例>

人への配慮	障害者支援につながる商品
環境への配慮	フェアトレード商品 寄付付き商品
社会への配慮	エコ商品、リサイクル製品 資源保護等の認証ラベルのある商品
地域への配慮	地産地消 被災地の産品

くらしのセミナー

「悪質商法」「クーリング・オフ」「インターネットトラブル」「高齢者等の見守り」などのテーマで、出前講座を行っています。

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、地域団体等が実施する学習会や研修会、事業者の社内研修等へ講師を派遣し、消費者被害の未然防止の取り組みを行っています。



講座「悪質商法にご用心～最近の事例と被害防止について～」

消費生活パートナー

消費者被害の未然防止・拡大防止のため、地域など身近な場所で啓発を行ったり、高齢者等の見守りに関する活動を行うなど、地域と消費生活センターをつなぐ役割を担うボランティア活動です。

公募により、消費生活パートナー養成講座を修了した市民が、「見守る」「学ぶ」「伝える」を基本にそれぞれのライフスタイルに合わせて活動しています。



街頭キャンペーンでの啓発

【資料2】計画の策定経過

令和元年度

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について」
9月	「消費生活に関するアンケート」(市民対象)、「消費者・顧客対応に関するアンケート」(事業所対象)を実施
10月	「消費者教育に関するアンケート」(小中高等学校、特別支援学校対象)を実施
1月	第2回仙台市消費生活審議会 「消費生活基本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に向けて」 「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2年度

6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」
7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素案について」
8月	第2回仙台市消費生活審議会 「地域における消費者教育・啓発について」(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 「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の取りまとめ及び市民意見の募集について」
	市民意見募集(～11月)
1月	第3回消費者行政連絡調整会議 「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対する意見募集の結果について」 「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」
2月	第4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対する意見募集の結果について」 「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 「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対する意見募集の結果について」 「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」
	仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画(令和3年度～令和7年度)策定
3月	

【資料3】 仙台市消費生活審議会

〔委員名簿〕

(敬称略、五十音順)

(1) 第21次名簿(平成29年11月1日～令和元年10月31日)

	氏名	所属・役職名
会長	渡辺 達徳	東北大学大学院法学研究科教授
副会長	佐々木 伯朗	東北大学大学院経済学研究科教授
委員	加藤 房子	宮城県生活協同組合連合会常務理事
	鎌田 健司	仙台弁護士会
	佐藤 郷美	東北福祉大学教育学部教育学科准教授
	佐藤 広行	仙台商工会議所
	高橋 玲子	特定非営利活動法人消費者市民ネットとうほく理事
	高橋 玲子	一般公募
	高山 真里子	マリズファーム
	市川 達也 (～平成30年6月30日)	仙台市地域包括支援センター連絡協議会幹事
	中島 絢 (平成30年7月1日～)	仙台市地域包括支援センター連絡協議会副会長

(2) 第22次名簿(令和元年11月1日～令和3年10月31日)

	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	齋藤 浩美	一般公募
	佐藤 広行	仙台商工会議所
	佐藤 靖祥	仙台弁護士会
	高橋 玲子	特定非営利活動法人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
	中島 絢	仙台市地域包括支援センター連絡協議会副会長
	鳩原 淳子	仙台市立鶴谷小学校校長
	渡辺 淳子	宮城県生活協同組合連合会常務理事

〔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・啓発の取組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) 令和元年度第2回審議会（令和2年1月）

○テーマ：「学校における消費者教育について」

○出席者：仙台市立鶴谷小学校 校長 鳩原 淳子 氏

仙台市立八乙女中学校 校長 佐藤 修子 氏

(2) 令和2年度第2回審議会（令和2年8月）

○テーマ：「地域における消費者教育・啓発について」

○出席者：鶴ヶ谷地域包括支援センター 熊谷 明子 氏

鶴ヶ谷地域包括支援センター 西條 麻美子 氏

【資料4】市民、事業所、学校を対象としたアンケート調査実施状況

(1) 「消費生活に関するアンケート」

①調査対象

仙台市内在住の20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

令和元年9月、無記名式の質問紙調査、郵送による配付・回収

③回収状況

発送数 5,000 件 回収数 1,683 件 回収率 33.7%

④調査内容

くらしの中で特に大きな問題だと感じること／商品（食品以外）の購入やサービスの利用にあたっての考慮点やトラブルの有無について／食品を購入する際の考慮点やトラブルの有無について／消費者市民社会の認知度／普段の生活で心掛けていること／注意喚起情報を得やすい情報媒体／消費者教育や啓発の参加・経験の有無／消費生活に関する講座で関心のあるテーマ／「仙台市消費生活センター」の認知度／消費者ホットライン「188（いやや）」の認知度／消費者被害に遭わないために日頃気をつけていること／消費者被害を防ぐために大切だと考えること／事業者に期待すること／消費生活センターや消費者行政に期待すること／プロフィール

(2) 「消費者・顧客対応に関するアンケート」

①調査対象

仙台市内の事業所（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

令和元年9月、無記名式の質問紙調査、郵送による配付・回収

③回収状況

発送数 1,500 件 回収数 422 件 回収率 28.1%

④調査内容

消費者対応について、特に重視している取り組み／今後重視すべき取り組み／商品購入（利用）時に消費者が考慮すると考える点／消費者啓発活動・消費者を対象とした情

報提供の実施状況／消費者市民社会の認知度／「仙台市消費生活センター」の認知度／消費者・顧客からの意見や苦情、問い合わせの件数や内容の傾向、対応状況／高齢者や障害者に配慮した取り組みの状況／若年者に配慮した取り組みの状況／社会や地域のために取り組んでいる活動／行政が重点的に行うべきと考えること／プロフィール

(3) 「消費者教育に関するアンケート」

①調査対象

仙台市内の小中学校、高等学校・中等教育学校、特別支援学校（高等部）全 239 校（小学校 124 校、中学校 72 校、高等学校・中等教育学校 37 校、特別支援学校 6 校）

②調査期間及び調査方法

令和元年 10 月、無記名式の質問紙調査、郵送・FAX・電子メール等による回収

③回収状況（回収率）

小学校 80 校（64.5%）、中学校 39 校（54.2%）、高等学校・中等教育学校 24 校（64.9%）
特別支援学校 3 校（50.0%）

④調査内容

消費者教育に関する授業内容／消費者教育に関する授業の教材の入手方法／外部の講座等の利用状況／児童生徒の消費者トラブル見聞状況／消費者教育を推進する上での課題／消費者教育を推進するために必要だと思うこと／教員向けに必要な消費者教育に関する情報や知識／消費者教育に関する情報を得やすい媒体／教員の学習機会への参加意向／消費生活センターが作成した教材等の認知度及び使用状況／成年年齢引き下げに向けて児童生徒が学ぶべきこと

【資料 5】 中間案に対する意見募集の実施状況

- (1) 意見募集期間 令和 2 年 10 月 22 日（木）～令和 2 年 11 月 20 日（金）
- (2) 意見提出方法 郵送、FAX、電子メール
- (3) 意見提出数 105 件（10 個人・団体（内訳：個人 5 人、団体：5 団体））
- (4) 内訳
 - 第 1 章 計画の策定について 1 件
 - 第 2 章 消費生活をめぐる社会の現状と課題 7 件
 - 第 3 章 目指すべき姿と施策の柱 9 件
 - 第 4 章 計画推進のための施策の展開及び進行管理 87 件
 - 施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保 7 件
 - 施策の柱Ⅱ 消費者教育・啓発の推進 33 件
 - 施策の柱Ⅲ 消費者被害の防止及び救済 16 件
 - 施策の柱Ⅳ 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応 11 件
 - 施策の柱Ⅴ 多様な主体との連携の推進 10 件
 - その他 10 件
 - 資料 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。消費者と事業者の間の情報力、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 を適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、消費者が商品を適切に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、あっ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き認めるときは、

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、若しく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

●EC化率

全ての商取引金額(商取引市場規模)に対する電子商取引市場規模の割合。

●エンカル消費

直訳すると「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たり、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

ソーシャル・ネットワーキング・サービス(Social Networking Service)の略で、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(SDGs)」参照

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。

●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さまざまな手段がある。

●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。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、考えてから決めることができるので、対象とならない。

●グリーン購入

製品やサービスを購入する際に、環境を考慮して、必要性をよく考え、環境への負荷ができるだけ少ないものを選んで購入すること。グリーン購入は、消費生活な

ど購入者自身の活動を環境にやさしいものにするだけでなく、供給側の企業に環境負荷の少ない製品の開発を促すことで、経済活動全体を変えていく可能性を持っている。

さ

●CSR

Corporate Social Responsibilityの略で、企業の社会的責任。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。

●次世代自動車

ハイブリッド自動車、電気自動車、プラグインハイブリッド自動車、燃料電池自動車、クリーンディーゼル自動車、天然ガス自動車など、窒素酸化物(NOx)や粒子状物質(PM)等の大気汚染物質の排出が少ない、または全く排出しない、燃費性能が優れているなどの環境にやさしい自動車。

●持続可能な開発目標(SDGs)

SDGsは「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称。2015年9月の国連サミットで採択された、世界が直面するさまざまな問題に対し、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。

●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。

●出入国管理及び難民認定法

日本への入国、日本から出国するすべての人の出入国の公正な管理を図るとともに、難民の認定手続を整備することを目的とした法律。

●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

「消費者保護基本法」(昭和 43 年法律第 78 号)を大幅に改正し、平成 16 年に施行された法律。消費者と事業者との間にある情報の質や量、交渉力等の格差を踏まえ、消費者の権利の尊重や自立の支援を基本理念として、国、地方公共団体及び事業者の責務を明らかにするとともに、その施策の基本事項を定め、消費者の利益の擁護及び増進に関する消費者政策の推進を図ることで、国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的としている。

●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計画。

●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、自治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、平成 13 年に施行された法律。同法は、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ている。

●消費者志向経営

事業者が、消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図り、健全な市場の担い手として、消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供等を通じ、消費者の信頼を獲得する。さらに、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して行う、事業活動のこと。

●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。

●消費生活パートナー

地域と消費生活センターをつなぐ役割を担うボランティア。消費者被害の未然防止・拡大防止のため、養成講座を受講した「消費生活パートナー」が、地域など身近な場所で、消費生活に関する啓発等を行う。

●食品衛生法

飲食による衛生上の危害の発生を防止し、健康の保護を図るための法律。

●食品表示法

食品を摂取する際の安全性及び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、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、平成 25 年に制定された法律。従来の表示ルールを一元化することで、消費者と食品の製造・流通にかかわる事業者の双方にとって分かりやすく使いやすい制度として創設された。

●食品ロス

まだ食べられるのに廃棄される食品のこと。日本の食品ロスの量は年間 612 万 t(平成 29 年度推計値)。また、家庭における一人当たりの食品ロス量は 1 年で約 48kg、毎日お茶碗一杯分のご飯を捨てているのと同じ量になると試算されている。

●食品ロスの削減の推進に関する法律

食品ロスの削減に関し、国、地方公共団体等の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他食品ロスの削減に関する施策の基本となる事項を定めること等により、食品ロスの削減を総合的に推進することを目的とした法律。

●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して、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

平成 26 年の消費者安全法の改正により、高齢者、障害者の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）」を設置できることが規定され、その役割を本市において担う組織のこと。

た

●多重債務問題改善プログラム

社会問題化している多重債務問題の解決のために、平成 19 年度に開始された省庁横断型のプログラム。
(1)丁寧に事情を聞いてアドバイスを行う相談窓口の整備・強化、(2)借りられなくなった人に対する顔の見えるセーフティネット貸付けの提供、(3)多重債務者発生予防のための金融経済教育の強化、(4)ヤミ金の撲滅に向けた取締りの強化の四つを柱として、関係省庁、関係機関が一体となって多重債務者対策に取り組んでいる。

●脱炭素型のライフスタイル

地球温暖化対策では、深刻化する気候変動の影響等を踏まえ、国においては、温室効果ガス排出量を大幅に削減し、2050 年には温室効果ガス排出実質ゼロ（温室効果ガスの排出量と森林等による吸収量を均衡させること）の「脱炭素社会」の実現を目指している。環境にやさしい交通への転換や 3E（省エネ・創エネ・畜エネ）の取り組み、ごみの減量や資源の有効活用等、脱炭素型の暮らしへの転換のために、一人ひとりの行動・選択を変えるライフスタイル。

●地域包括支援センター

高齢者が地域で安心して生き生きと暮らしているよう、介護や医療、健康づくりなど、さまざまな面から支援を行う高齢者の総合相談窓口。高齢者や家族の方からのさまざまな相談に応じるとともに、介護予防サービスの紹介や関係機関との調整、虐待防止などの権利擁護活動を行う。

●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、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」の訴訟を起こす権利が認められた消費者団体を「適格消費者団体」という。

●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。

●特定商取引法

訪問販売や通信販売、連鎖販売取引などの、消費者トラブルを生じやすい特定の取引形態を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルールを定め、事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守ることを目的とする法律。

●特定適格消費者団体

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、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」の訴訟を起こす権利が認められた消費者団体を「適格消費者団体」といい、さらに「被害回復」の訴訟を起こす権利が認められた団体を「特定適格消費者団体」という。

は

●HACCP（ハサップ）

Hazard Analysis and Critical Control Point（危害分析に基づく重要管理点方式）の略。原材料の受入から最終製品までの各工程ごとに、微生物による汚染、金属の混入などの危害要因を分析した上で、危害の防止につながる特に重要な工程を継続的に監視・記録する工程管理システムのこと。平成 30 年 6 月の食品衛生法の改正により、原則すべての食品等事業者が HACCP に沿った衛生管理が制度化された。

●フードバンク

包装の印字ミスや賞味期限が近いなど、食品の品質には問題ないが、通常の販売が困難な食品・食材を、NPO 等が企業などから寄贈を受け、必要としている福祉施設や困窮世帯等へ無償提供する活動。

●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。

ま

●未成年者取消権

未成年者は成年者と比べ、取引の知識や社会経験が不足していることから、判断能力が未熟であるため、法定代理人（親権者）の同意なく小遣いの範囲を超えて締結した契約について取り消すことができる民法で規定された権利。ただし、成人と偽って契約した場合や婚姻の経験がある場合等取り消しできない場合がある。

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。

●ライフライン

都市機能を維持し、日常生活を送る上で必要な電気、ガス、上下水道、電話、通信、交通などの施設設備等のこと。

●リスクコミュニケーション

リスクを分析する過程において、リスク評価者、リスク管理者、消費者、事業者、研究者その他の関係者の間で、情報及び意見を相互に交換すること。

●リテラシー

読み書きができる能力や知識。与えられた材料から必要な情報を引き出し十分に使いこなせる能力のこと。メディア・リテラシー、情報リテラシー、金融リテラシーなどという表現が用いられている。

仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画
(令和3年度～令和7年度)

令和3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