

## 仙台市消費生活基本計画の実施状況について

### 1 「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画」の概要

#### (1) 目的

多様な主体との連携により、「消費者が安全に安心して暮らせる社会」及び「消費者市民社会」の実現を目指し、消費者の利益の擁護や消費者の自立の支援に関する施策を、総合的かつ計画的に推進する。

#### (2) 取り組むべき課題

本計画を推進する上での取り組むべき課題について、次の5つに整理している。

- 課題 1 消費生活の安全・安心の確保
- 課題 2 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の充実
- 課題 3 消費者市民社会の形成に寄与する取り組みの推進
- 課題 4 消費者被害の防止及び救済
- 課題 5 高齢者の見守り

#### (3) 構成

(2) の課題に対応するよう5つの施策の柱に基づいて取り組みを推進する。また、施策の柱ごとに、「施策の方向」→「主な施策」→「取組事項」に細分化している。

施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保

施策の柱Ⅱ 消費者教育・啓発の推進

施策の柱Ⅲ 消費者被害の防止及び救済

施策の柱Ⅳ 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応

施策の柱Ⅴ 多様な主体との連携の推進

### 2 令和4年度の取り組みについて

#### ●施策の柱Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保

##### (1) 評価指標（基本計画 P21）

指標	目標値	実績(R4.4~R4.9)	R3 実績 (内、R3.4~R3.9)
1. 食品表示法に基づく 調査件数	120 件以上/年	65 件	136 件 (82 件)
2. はかり検査戸数	1,300 件以上/年	1,144 件	1,486 件 (1,007 件)

## (2) 主な取り組み

- ・消費生活情報誌「ゆたかな暮らし」を活用した消費者事故に関する情報提供 1-(5)-①
- ・生活三法に基づく生活用品表示の立入調査の実施 2-(2)-②【重点】
- ・食品衛生責任者講習等における食品表示パンフレットの配布 2-(3)-①
- ・仙台市計量検査器材保管室改修工事 2-(4)-①【重点】

## ●施策の柱Ⅱ 消費者教育・啓発の推進

### (1) 評価指標（基本計画 P26）

指標	目標値	実績(R4.4～R4.9)	R3 実績 (内、R3.4～R3.9)
1. 「伊達学園」アクセス数	5,000 件以上/年	70,429 件	90,246 件 (11,671 件)
2. 消費者市民社会の形成に寄与する取り組みを心掛けている市民の割合			
①表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで、商品やサービスを選択する。	計画終了時点で 80%以上	市政モニター（調査中） （エコフェスタ 86.2%） （区民まつり 81.8%）	市政モニター 80.4%
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	市政モニター（調査中） （エコフェスタ 74.4%） （区民まつり 70.2%）	市政モニター 62.4%
③食品ロスをなくす、減らす。	計画終了時点で 90%以上	市政モニター（調査中） （エコフェスタ 90.3%） （区民まつり 89.5%）	市政モニター 90.5%

※エコフェスタ n=145、青葉区民まつり n=258（令和4年度）

※市政モニターn=189（令和3年度）

※令和4年度の市政モニターアンケートは現在調査中（R5.1.18～2.3）

## (2) 主な取り組み

- ・小学生向け教材「買い物名人」の電子化（ページめくり機能） 1-(1)-③
- ・消費者教育ウェブ教材「伊達学園」の新規コンテンツ作成 1-(1)-④【重点】
- ・YouTube バンパー広告による若者向け啓発動画の配信（R4.11.1～11.30） 1-(3)-①【重点】
- ・「はたちの集い」の会場における若者向け啓発動画及びセンターPR動画の放映（R5.1.8）  
1-(3)-①【重点】
- ・消費生活講座並びに消費生活情報誌「ゆたかな暮らし」を活用したエシカル消費及び食品ロス削減に係る啓発 2-(1)-①
- ・エコフェスタ 2022 への参加（R4.9.1） 2-(1)-②【重点】
- ・エシカル消費イベントの開催（R4.11.20） 2-(1)-②【重点】
- ・消費者川柳の募集（1,311人、2,285句の応募あり） 2-(1)-③

●施策の柱Ⅲ 消費者被害の防止及び救済

(1) 評価指標 (基本計画 P29)

指標	目標値	実績 (R4. 4～R4. 9)	R3 実績
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	市政モニター (調査中) (エコフェスタ 84.8%) (区民まつり 76.4%)	市政モニター 42.9%
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	市政モニター (調査中) (エコフェスタ 93.1%) (区民まつり 93.8%)	市政モニター 85.7%
2. 消費者被害に遭わないために日頃気をつけている市民の割合			
① 高額なものの契約は、その場ですぐ決めず、よく考え、必要に応じ家族や友人に相談する。	計画終了時点で 70%以上	市政モニター (調査中) (エコフェスタ 73.8%) (区民まつり 79.1%)	市政モニター 76.2%
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	市政モニター (調査中) (エコフェスタ 67.6%) (区民まつり 68.2%)	市政モニター 63.5%
③ 契約書や申込書の内容をよく確認してから契約する。	計画終了時点で 60%以上	市政モニター (調査中) (エコフェスタ 55.9%) (区民まつり 58.9%)	市政モニター 58.7%

※エコフェスタ n=145、青葉区民まつり n=258 (令和4年度)

※市政モニターn=189 (令和3年度)

※令和4年度の市政モニターアンケートは現在調査中 (R5. 1. 18～2. 3)

(2) 主な取り組み

- ・ 第34回青葉区民まつりへの参加 (R4. 11. 3) 1-(1)-①【重点】
- ・ 消費生活センターHPのトップページリニューアル 1-(1)-③【重点】
- ・ 消費生活相談員に対するオンライン研修の充実 3-(1)-①
- ・ 東北都市消費者行政協議会研修会の開催 (R4. 7. 8、11. 15) 3-(1)-②
- ・ 「インターネット消費生活相談」の試行開始 (R5. 1. 16～) 3-(5)-③
- ・ 行政懇談会への参加 (R4. 9. 9、R5. 2. 7 予定) 4-(2)-②

●施策の柱Ⅳ 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応

(1) 評価指標 (基本計画 P32)

指標	目標値	実績 (R4. 4～R4. 9)	R3 実績 (内、R3. 4～R3. 9)
1. 配食サービス配達時の 注意喚起チラシの協力 団体数及び配布数	10 団体以上/年 36,000 部以上/年	11 団体 19,320 部	10 団体 36,070 部 (10 団体) (17,620 部)
2. 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	40 回以上/年	3 回	8 回 (2 回)
②見守りの担い手となる 団体向けセミナー	5 回以上/年	1 回	1 回 (0 回)

(2) 主な取り組み

- ・ 区役所の敬老行事における啓発 1-(1)-②

※「施策の柱Ⅴ 多様な主体との連携」については、施策の柱Ⅰ～Ⅳに記載した施策の再掲であるため、割愛。