

平成 30 年度仙台市消費生活基本計画の実施状況について

1 「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画」の目的・根拠

○目的

市民協働により、「消費者が安全に安心して暮らせる社会」「消費者市民社会」を目指し、消費者の利益の擁護および消費者の自立の支援に関する施策を、総合的かつ計画的に推進することを目的とする。

○根拠

仙台市消費生活条例に基づき「仙台市消費生活基本計画」を計画期間 5 年（平成 28 年度～32 年度）として策定している。

この計画は、平成 24 年 12 月に施行された「消費者教育の推進に関する法律」において策定に努めることとされている「消費者教育推進計画」を含んだものとなっている。

2 基本計画の構成

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

- 重要課題Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保
- 重要課題Ⅱ 消費者市民社会を目指す消費者教育・啓発の推進
- 重要課題Ⅲ 消費者被害の防止及び救済
- 重要課題Ⅳ 高齢者等特に支援を要する消費者への対応
- 重要課題Ⅴ 多様な主体の連携の推進

3 基本計画の実施状況及び評価について

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

4 平成 30 年度の実施概要

(1) 重要課題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た。

- ① 商品・サービスの安全の確保を目的に、広域・大量に食品を製造する施設に対して目標値を上回る監視件数を実施し、食品関係事業者への指導を徹底した。(目標値 68,500 件、実施件数 80,141 件) 【Ⅰ-1-(1)-①】
- ② 地震災害対策として、耐震診断や改修工事助成を実施している。また、取付を希望する一人暮らし高齢者等の家屋に、家具転倒防止器具を取付けた。 【Ⅰ-1-(2)-①】
- ③ 生活用品や栄養成分などの表示に関する調査を定期的に行い、食品・商品の適正な表示の確保に努めるとともに、調査結果を公表した。 【Ⅰ-2-(2)-①②③】
- ④ チラシやイベント、講座により、適正な計量に関する啓発や情報提供を行った。 【Ⅰ-2-(4)-②】

(2) 重要課題Ⅱ 消費者市民社会を目指す消費者教育・啓発の推進

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

- ① 小中高校等の発達段階に応じた出前講座を実施したほか、市内の大学や専修学校・各種学校にポスターを掲出するなど、若者への啓発を拡充した。 【Ⅱ-1-(1)-①②】
- ② 教職員対象の消費者教育研修を実施し、担当教科を問わず受講することで、より多くの教員に消費者教育の意義について周知することができた。 【Ⅱ-1-(1)-④】
- ③ スチューデントシティは県立中学校 1 校を含む 8,579 名、ファイナンスパークは私立小学校 1 校を含む 7,450 名が参加し、児童・生徒が体験活動から消費生活における意思決定力等を学ぶ機会を提供できた。 【Ⅱ-1-(1)-⑧】
- ④ 老壮大学等における講座を充実させ、消費者被害防止や地産地消などについて啓発ができた。 【Ⅱ-2-(4)-①】
- ⑤ 仙台市熱エネルギー有効活用支援補助事業の実施や、次世代自動車普及啓発など、低炭素型ライフスタイル・ビジネススタイルの推進を行った。 【Ⅱ-3-(1)-①②】

(3) 重要課題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、相談・あっせん等を通じて解決を図るとともに、被害拡大の防止に努めた。併せて、複雑・多様化する相談内容に対応するため、相談員の資質向上に努めた。

- ① 消費生活センターの認知度は 43.3%であった。(目標値：計画終了時点で 50%) 認知度向上のため、バス・地下鉄の車内や情報誌等に広告を掲載した。 【Ⅲ-1-(1)-①】
- ② 複雑・多様化する消費者トラブルをあっせんにより解決することができた。(あっせん解決率は 95.0%) (目標値 95 以上%) 【Ⅲ-2-(1)-①】

- ③ 多重債務研修会などで相談窓口の周知を行うとともに、相談者を弁護士等の専門家に紹介するなど、より専門的な相談機会を市民に提供できた。【Ⅲ-3-(3)-③】
- ④ 仙台市空き家対策ネットワーク会議などにおいて、関係団体と意見交換を実施した。また、既存住宅の活用に関する相談窓口を設置し、対応した。【Ⅲ-4-(1)-④】

(4) 重要課題Ⅳ 高齢者等特に支援を要する消費者への対応

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

- ① 高齢者を対象とした出前講座は、目標値を上回る回数を実施した。(目標値 60 回、実施回数 106 回) 併せて、高齢者を見守る側を対象とした出前講座を目標値どおり実施した。【Ⅳ-1-(1)-①】
- ② 高齢者宅に配食サービスを行う事業者・団体の協力を得て、弁当の配達に合せ月に一度注意喚起のチラシを届ける事業を実施した。また障害者施設に、障害者向けの啓発リーフレットを配付し、見守り活動を推進した。【Ⅳ-1-(2)-①】
- ③ 協議会を開催し、構成する関係機関、団体と連携を強化し、情報を共有し、地域における見守り体制を構築することにより、消費者被害防止に寄与できた。【Ⅳ-3-(1)-②】

(5) 重要課題Ⅴ 多様な主体の連携の推進

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た。

- ① 「せんだい消費者教育支援バンク」を作成し、HPに掲載した。【Ⅴ-1-(1)-②】
- ② 市内で活動する広く消費者問題に取り組む団体と連携を図り、必要な支援を行った。また、消費生活講座を共催するなどの連携を行うことができた。【Ⅴ-2-(1)-①】
- ③ 「消費生活パートナー」の登録者を 48 人(目標値 40 人以上)確保し、育成講座、消費者啓発に取り組んだ。【Ⅴ-2-(2)-①】
- ④ 大学等へポスターやリーフレットを送付し、進学で新生活を始める大学生等への注意喚起を行った。【Ⅴ-2-(5)-①】
- ⑤ 消費者教育推進地域協議会において、成年年齢引き下げなどの社会的課題をテーマとし、消費者教育に関する情報共有を図った。【Ⅴ-3-(1)-③】

5 重点的監視項目

市民協働により「消費者が安全に安心して暮らせる社会」「消費者市民社会」を目指すこととしており、特に重点的に監視する項目については、以下のとおりです。

(1) 消費生活相談あっせん解決率

あっせん案件中、解決に至る案件の割合を 毎年 95%以上

平成 30 年度 95.0%

平成 29 年度 96.2%

平成 28 年度 92.7%

(平成 27 年度 91.9%)

(2) 消費生活センターの認知度

消費生活センターについて、名前も業務内容も知っている市民の割合を

計画終了時点で 50% へ

平成 30 年度 43.3%

平成 29 年度 40.5%

平成 28 年度 38.0%

(平成 27 年度 24.6%)

(3) 「消費者市民社会」の認知度

「消費者市民社会」について内容まで知っている市民の割合を

計画終了時点で 30% へ

平成 30 年度 12.6%

平成 29 年度 12.7%

平成 28 年度 9.2%

(平成 27 年度 11.6%)