

宮城県消費者施策推進基本計画
(第 4 期)

令和3年3月
宮 城 県

目 次

第1章	計画の策定に当たって	1
第1	計画策定の趣旨	1
第2	計画の位置付け	2
第3	計画の期間	2
第2章	消費者行政を取り巻く現状と課題	3
第1	消費者行政を取り巻く現状	3
1	消費者を取り巻く環境の変化	3
2	県消費生活センター等の相談状況	7
3	法令関係の整備状況	11
第2	第3期基本計画の重点的取組の成果と課題	12
1	ライフステージに応じた消費者教育の推進	12
2	高齢者の消費者被害の防止と救済	12
3	多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進	13
第3	今後予想される社会情勢の変化	14
第3章	基本理念と目指すべき宮城県の姿	15
第1	基本理念	15
第2	目指すべき宮城県の姿	16
1	安全・安心な商品やサービスが適正な取引行為により提供される社会	16
2	消費者教育によって自立した消費生活を営むことができる社会	16
3	どこに住んでいても質の高い相談や支援を受けられる社会	16
4	人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会	16
第4章	計画の体系と施策展開	18
第1	施策体系	18
第2	消費者施策の推進	19
1	消費生活の安全・安心の確保	19
2	自立した消費者の育成	20
3	消費者被害の防止と救済	20
4	人や社会、環境に配慮した消費行動の推進	22

第3 重点的取組.....	23
1 ライフステージに応じた消費者教育の推進.....	23
2 高齢者，障害者，若年者等の配慮を必要とする消費者の被害の防止と救済	23
3 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進.....	23
4 人や社会，環境に配慮した消費行動の推進.....	24
第5章 計画の推進体制と進行管理	25
第1 推進体制.....	25
第2 進行管理.....	25
施策取組一覧.....	27
資料編	35
消費生活条例	39
消費生活条例施行規則	49
宮城県消費生活審議会委員名簿.....	57

【用語の解説】

(P6) エシカル消費（倫理的消費）

(P15) 消費者市民社会

(P17) 消費者志向経営（愛称：サステナブル経営）

第1 計画策定の趣旨

県では、これまで消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者施策」という。）の推進を図るため、消費生活条例（昭和51年宮城県条例第14号。以下「条例」という。）に基づく「宮城県消費者施策推進基本計画」（以下「基本計画」という。第3期計画期間：平成28年度から令和2年度まで）を策定し、毎年度その実施状況について検証を行いながら、消費者の安全・安心を確保するための取組などをはじめとした消費者施策を推進してきました。

しかし、県民の消費生活を取り巻く社会環境は、高齢化の進行、デジタル化の進展・電子商取引の拡大、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行などによって大きく変化し、それに伴い発生する消費者問題への対応が求められています。また、民法改正により、令和4年4月からは成年年齢が18歳に引き下げられることとなり、若年者の消費者被害の拡大が懸念されることから、消費者被害を未然に防止するための取組がさらに必要となっています。

さらに、平成27年9月には「国連持続可能な開発サミット」においてSDGs（持続可能な開発目標：Sustainable Development Goals）が採択されました。SDGsは、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に向けての国際目標であり、その達成に向けては、商品やサービスを提供する事業者の取組を促すとともに、商品やサービスを選択する消費者の適切な行動を促す必要があるなど、消費者施策の推進にとって重要な視点が盛り込まれています。

「消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）」の中でも、消費者が自らの行動が社会に与える影響を自覚し、消費者が公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会を「消費者市民社会」と定義し、消費者市民社会の実現を目指す消費者教育を推進していくこととされています。

県では、こうした消費者行政を取り巻く環境の変化や、新たな課題に対応するため、「県民が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会」の実現を目指し、第4期基本計画を策定することとしました。

第4期基本計画では、第3期基本計画で得た成果と課題、社会情勢の変化などを考慮し、これまで以上に効果的な消費者施策の推進を図っていきます。

第2 計画の位置付け

1 第4期基本計画は、条例第8条に基づき、消費者施策の計画的な推進を図るため、その基本的な方向を定めるものです。

なお、第4期基本計画のうち、消費者施策の根幹をなす消費者教育が関連する分野については、より具体的な個別計画として「宮城県消費者教育推進計画（第2期）」（以下「第2期教育計画」という。）を策定します。

2 第4期基本計画及び第2期教育計画は、県政運営の基本的な指針である「新・宮城の将来ビジョン」（計画期間：令和3年度から令和12年度まで）や、その他の県の関連する計画と整合性を図りながら消費者施策を総合的・計画的に推進していきます。

第3 計画の期間

計画期間は、令和3年度から令和7年度までの5年間とします。

第2章 消費者行政を取り巻く現状と課題

第1 消費者行政を取り巻く現状

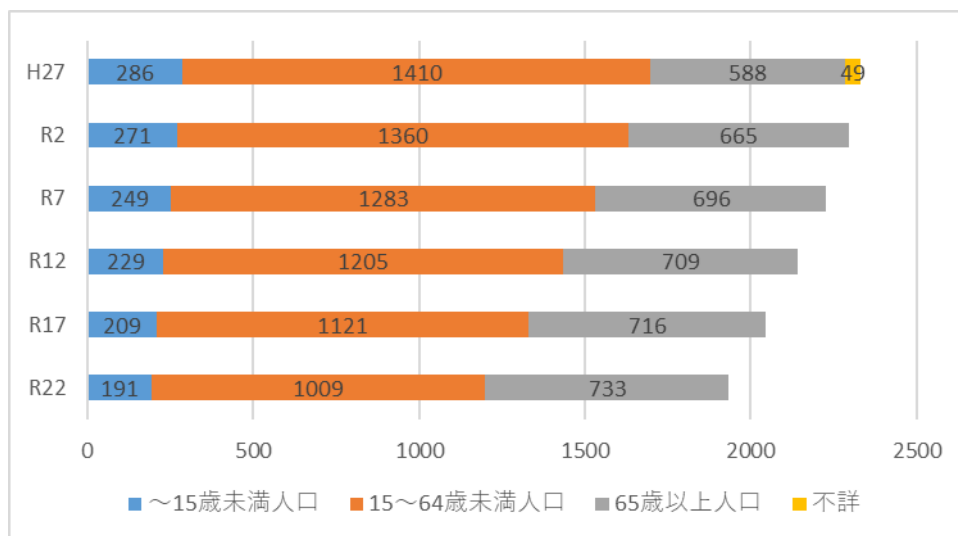
1 消費者を取り巻く環境の変化

(1) 高齢化の進行等

宮城県の人口は、平成15年の推計人口237万1,683人をピークに減少に転じ、平成27年の国勢調査では、233万3,899人となりました。今後も、生産年齢人口（15～64歳）及び年少人口（14歳以下）は減少する一方、65歳以上の人口は増加することにより高齢化率は上昇すると見込まれています。

宮城県内の65歳以上の高齢者は令和2年に約66.5万人で、総人口の約29%を占めています。令和22年には約73.3万人まで増加し、県内の総人口の38%を占める見込みとなっています。（グラフ1）

グラフ1 宮城県の年齢階層別人口の推移



資料：平成27年は「国勢調査」（総務省）、令和2年以降は「日本の地域別将来推計人口」（国立社会保障・人口問題研究所）数値

また、65歳以上の単身高齢者世帯数も年々増加しており、令和2年は132,690世帯（総世帯数の13.2%）、令和22年には148,839世帯（総世帯数の16.9%）まで増加するものと見込まれています。（表1）

表1 宮城県内の単身の高齢者世帯数の推移

区分	H29年	H30年	H31年	R2年	R22年
単身世帯数	111,120	116,740	121,355	132,690	148,839
総世帯数	980,380	989,257	998,065	1,008,441	880,587
割合	11.3%	11.8%	12.2%	13.2%	16.9%

資料：令和2年までは県長寿社会政策課調べ（各年3月末）、令和22年は国立社会保障・人口問題研究所推計値

60歳以上の高齢者から寄せられる消費生活相談は年々増加傾向にあり、令和元年度においては、全体の約34%となっています。高齢者の消費者トラブルの背景には、高齢者が持つ「お金」、「健康」、「孤独」に関する不安や認知機能の低下につけ込み、悪質事業者が高齢者をタ

ターゲットとして強引に勧誘を行っていることなどが考えられます。

また、単身高齢者の世帯が増加することにより、被害に遭っても相談する人がいないなど、消費者被害が表面化しにくく、消費者トラブルの更なる増加や深刻化を招くことが懸念されます。

(2) 民法改正による成年年齢の引下げ

民法（明治 29 年法律第 89 号）の改正により、令和 4 年 4 月から成年年齢が 20 歳から 18 歳に引き下げられることとなります。

成年年齢が 18 歳に引き下げられることは、若者の自己決定権を尊重し、その積極的な社会参加を促すことになると考えられる一方、これまで民法で認められていた未成年取消権が行使できなくなることから、18 歳と 19 歳の若者が新たに悪質事業者のターゲットとされることが予想されます。

成年年齢の引下げによって、スマートフォンの購入や、クレジットカードの作成等、親の同意を得ずに様々な契約をすることができるようになりますが、特に 18 歳は、就職や進学、それに伴う一人暮らし等、生活環境が大きく変わる時期であり、それに関わる消費者被害の拡大が懸念されます。

(3) デジタル化の進展・電子商取引の拡大

スマートフォンやタブレット型端末の急速な普及により、インターネットで様々な商品・サービスの取引が時間や場所にかかわらず可能となり、多くの消費者が利便性の高いオンラインサービスを経由した取引（電子商取引）を行うようになっていきます。電子商取引の拡大により、商品やサービスを容易に手に入れることができるようになった一方、取引条件等の理解が不十分なまま契約を締結してしまったり、商品・サービスが消費者の期待したものと異なるといったトラブルも発生しています。

また、フリーマーケットサービスをはじめとしたシェアリングエコノミーの浸透などを背景として、売手と買手の双方が消費者個人である消費者間取引も活発に行われています。

しかし、消費者間の取引については、特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）や消費者契約法（平成 12 年法律第 61 号）等の消費者保護規定が適用されず、トラブルになった場合には当事者間での話し合いによる解決が原則となるなど、消費生活センター等によるトラブルの解決が困難であるという問題が生じています。

そして、近年、クレジットカードや電子マネーなどのキャッシュレス決済サービスの種類や方式が増えています。キャッシュレス決済の普及で利便性が向上する一方、消費者は意識せずお金を支払うようになるため、お金の管理や生活設計を学ぶ金融教育の必要性がこれまで以上に高くなります。

電子商取引や消費者間取引は、スマートフォン等を利用して容易に取引ができることから今後ますますの市場拡大が予想されるため、そのリスクや特性について消費者の理解促進を図ることが必要となります。

(4) 訪日外国人・在留外国人の増加

宮城県ではみやぎ観光戦略プランを策定し、観光資源の磨き上げや受入環境の整備を図ることにより、外国人観光客の増加に取り組み、県内を訪れ宿泊した外国人は、平成 28 年で約

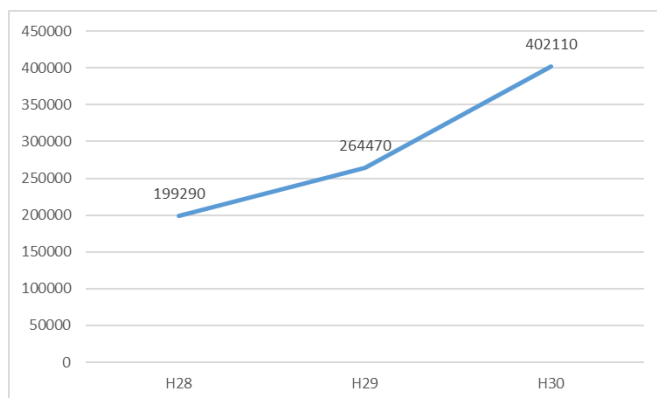
20万人だったのに対し、平成30年に約40万人と2年間で倍増しました。(グラフ2)

また、県内に居住する在留外国人についても、平成28年に約2万人だったのに対し、令和元年には約2万4千人となり年々増加しています。(グラフ3)

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年2月以降の観光需要は大きく落ち込んでいます。経済活動の再開や訪日外国人旅行者の誘致に向けた各種施策の展開により増加が見込まれる一方、新型コロナウイルス感染症による訪日外国人数への影響は今後も継続するものと見込まれます。

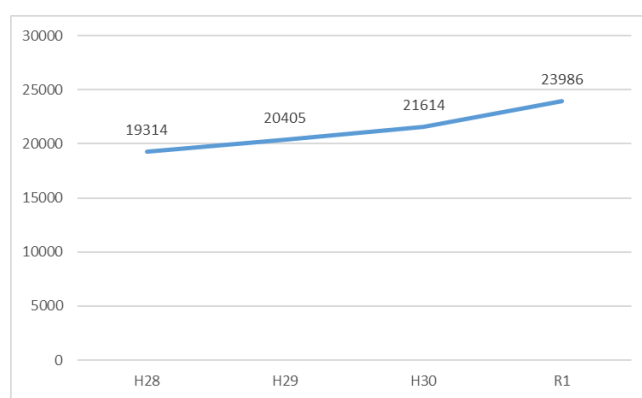
外国人は、文化や言語の違い等により消費者トラブルに遭いやすい傾向にあると考えられます。現状としては、外国人を当事者とする相談件数は極めて少ないものの、本人に消費者トラブルに遭っているという自覚がない、相談窓口を知らないといったことが原因で問題が表面化していないことも考えられることから、実態を正確に把握するため、各機関との連携を強化する必要があります。

グラフ2 宮城県における外国人宿泊者数



資料：宿泊旅行統計調査報告（観光庁）

グラフ3 宮城県内の在留外国人者数



資料：在留外国人統計（法務省）

(5) 公正で持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進

平成27年9月、「国連持続可能な開発サミット」において、SDGsが採択されました。

SDGsでは、全世界の共通課題である、貧困や不平等・格差、テロや紛争、気候変動など様々な課題を解決し、「誰一人として取り残さない」世界の実現を目指すために17の目標が設定されています。

目標の一つとしてゴール12には、「持続可能な生産消費形態を確保する」ことが掲げられ、ターゲットとして、「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」ことや「食品ロスを減少させる」こと、「廃棄物の発生を大幅に削減する」こと等が位置付けられており、適切な消費行動を促すために重要な視点が盛り込まれています。

令和元年10月1日に施行された「食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元年法律第19号）」では、食品の購入又は調理の方法を改善すること等により食品ロスの削減について自主的に取り組むよう努めることが消費者の役割として求められています。

また、国の消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）においても、人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動、いわゆるエシカル消費等に関する取組を体系的・総合的に進める必要があるとされています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



■ エシカル消費(倫理的消費)

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あり、消費者それぞれが各自にとっての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です。

(具体的な行動例)

[人への配慮] 障害がある人の支援につながる商品を選ぶ。

[社会への配慮] 寄付付き商品を選ぶ。フェアトレード商品を選ぶ。

[環境への配慮] エコ商品を選ぶ。リサイクル製品を選ぶ。

[地域への配慮] 地元の産品を買う。被災地の産品を買う。

(6) 自然災害の頻発・新型コロナウイルス感染症の拡大

平成23年3月に発生した東日本大震災では、食糧・衣類・薬品・日用品・燃料など生活必需品の入手が極めて困難な状況となりました。また、近年、地球温暖化による気候変動の影響により、全国各地で頻発している局地的な集中豪雨においては、住宅補修等の生活基盤の再建に乗じた悪質商法や義援金詐欺等の消費者トラブルの発生が確認されました。また、令和2年2月以降、我が国において急速に感染が拡大した新型コロナウイルス感染症の影響で、トイレットペーパーやマスク、アルコール消毒薬等の買い占めによって品薄の状態となり、マスクの一方的な送り付けや特別定額給付金に関連して個人情報を聞き出そうとする手口等が確認されました。

こうした自然災害や新型コロナウイルス等の感染症の発生時には、不確かな情報による生活関連物資の買い占めが起これば混乱が生じたり、生活基盤の再建に乗じた悪質商法や各種給付金に関する詐欺等の消費者トラブルが多発する傾向にあります。

自然災害の発生時や感染症の拡大時等には、消費者が適確な消費行動を行うことができるよう正確で迅速な情報提供を行うことや、情報化社会の特性も踏まえ、警察等と連携した詐欺被害防止のための啓発活動等に取り組むことが必要になります。

2 県消費生活センター等の相談状況

(1) 相談件数の状況

令和元年度における県消費生活センター及び県民サービスセンターに寄せられた相談件数は7,686件であり、市町村を含む県全体では19,621件となっています。(表2)

平成26年度以降、相談件数は減少していましたが、平成29年度、平成30年度については、架空請求の増加等により相談件数が増加しています。令和元年度は県受付分の相談件数は増加したのに対し、市町村受付分の相談件数の減少により、全体としては減少しています。

表2 県・市町村が受けた相談件数の推移

	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R1前年度比
県	7,741	7,109	7,207	7,616	7,686	100.9%
市町村	12,972	11,912	12,231	12,954	11,935	92.1%
合計	20,713	19,021	19,438	20,570	19,621	95.4%

(2) 商品・サービス別の相談状況(県受付分)

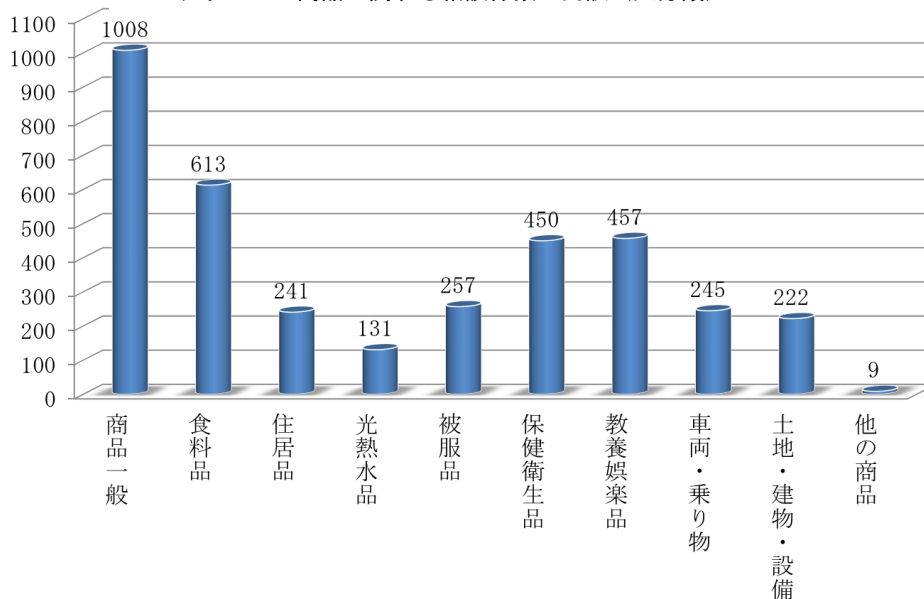
令和元年度の相談件数7,686件を商品及びサービス別にみると、商品に関する相談は3,633件でした。そのうち、はがきによる架空請求や身に覚えのない請求等に関する商品一般の相談が1,008件で最も多く、次いで健康食品等の食料品に関する相談が613件でした。(グラフ4)

また、サービスに関する相談は3,687件であり、そのうち、「運輸・通信サービス」(デジタルコンテンツ、インターネット通信サービス等)が1,392件で最も多く、次いで「金融・保険サービス」(融資サービス、預貯金・証券、保険等)が632件となっています。(グラフ5)

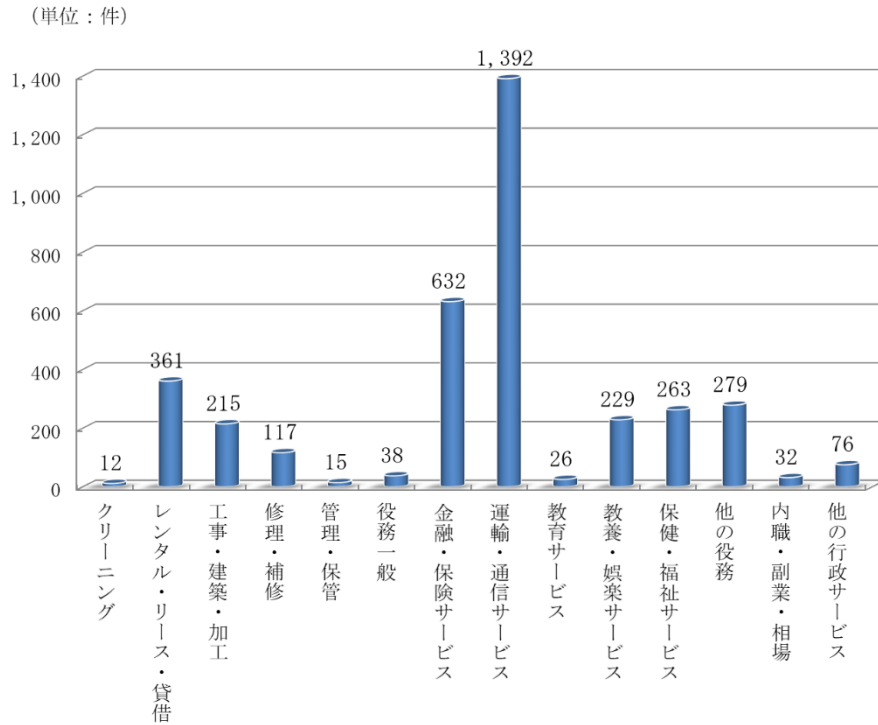
スマートフォン等の普及を背景として、「デジタルコンテンツ」に関する相談が依然として多く寄せられています。

(単位：件)

グラフ4 商品に関する相談件数の内訳(大分類)



グラフ5 サービスに関する相談件数の内訳（大分類）



令和元年度の相談内容を中分類による区分で見ると、1位の「商品一般」は平成30年度に特に顕著であったはがきによる架空請求が減少したことから1,008件に減少し、前年度から571件の減となりました。2位の「デジタルコンテンツ」は562件と177件の減少となりました。

「他の健康食品」は、定期購入に関する相談が倍増し150件から311件となりました。(表3)

表3 「商品・サービス別」相談件数上位10位（中分類）

順位	前年	商品・サービス	相談件数		備考
			R1	H30	
1	1	商品一般	1008	1579	《商品・サービスが特定できないもの》 架空請求・ダイレクトメールが多く迷惑・商品券・消費税・クーリングオフ制度について知りたい等の相談。
2	2	デジタルコンテンツ	562	739	アダルト情報サイト・出会い系サイト・オンラインゲーム等に関わる相談。
3	3	インターネット接続回線	385	359	光回線・プロバイダ等に関する相談。
4	4	不動産貸借	322	353	賃貸アパート、借家等での退居・敷金返還等に関する相談。
5	9	他の健康食品	311	150	ダイエットサプリ・酵素等の定期購入に関する相談。
6	6	相談その他	258	234	《商品・サービス以外》 振り込み詐欺・個人間金銭貸借・融資先問い合わせ・交通事故・労働問題・保証人・チェーンメール等に関する相談。
7	5	フリーローン・サラ金	233	257	クレジット・多重債務・ヤミ金等に関する相談。
8	7	工事・建築	210	187	新築工事・リフォーム工事等に関する相談。
9	8	四輪自動車	177	152	普通自動車・軽自動車等の新車、中古車等に関する相談。
10	11	携帯電話サービス	118	98	携帯電話サービス、PHSサービス、自動車電話、衛星携帯電話への加入・利用に関する相談。

(3) 「問題商法等別」による相談状況（県受付分）

令和元年度の問題商法等別の相談件数をみると、架空請求が 680 件と最も多く、次いで無料商法が 161 件、不当請求が 157 件となっています。（表 4）

メールやはがきで身に覚えのない費用の請求をされる「架空請求」や、「無料サービス」「無料体験」など、無料であることを強調した手口により消費者を誤認させる「無料商法」に関する相談が多く寄せられています。

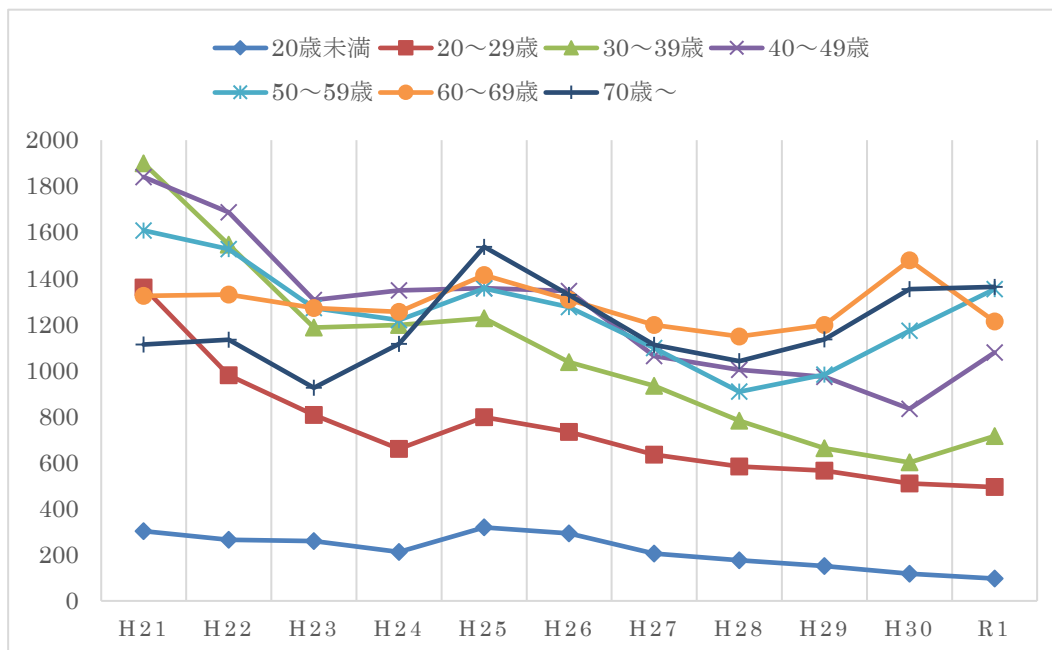
表 4 「問題商法等別」相談件数上位 10 位（重複集計）

順位	前年	商品・サービス	相談件数		備 考
			R1	H30	
1	1	架空請求	680	1418	身に覚えのない代金の請求。
2	5	無料商法	161	134	「無料サービス」、「無料招待」、「無料体験」など「無料」であることを強調した手口により誤認した相談等。
3	3	不当請求	157	163	二重請求、不当な取立て等、業者の不当な請求。
4	7	ネガティブオプション	111	78	契約を結んでいないのに商品を勝手に送りつけ、商品を受領したことで、支払義務があると消費者に勘違いさせて代金を支払わせようとする手口。商品と一緒に請求書が同封されていたりする手口。
5	4	サイドビジネス商法	109	141	「内職・副業(サイドビジネス)になる」、「脱サラできる」などをセールストークにした手口により誤認した相談等。
6	2	ワンクリック請求	105	173	メールやホームページにおいて、クリックする前に利用料金・利用規約等について明確な説明がない、又は事実と異なる説明によりクリックを促し、リンク先において即座に「契約完了」や「料金請求」といった内容を表示させるなどして金銭を払わせようとする手口。
7	6	利殖商法	59	105	「値上がり確実」、「必ず儲かる」など利殖になることを強調し、投資や出資を勧誘する手口。
8	8	紹介販売	45	75	一度被害にあった人を再び勧誘して、二次的な被害を与える手口。
9	10	点検商法	34	40	「点検に来た」と訪問し、「水質に問題がある」などと事実と異なることを言っ て工事等を進める手口。
10	11	当選商法	29	29	「当選した」、「景品が当たった」等、有利性を強調して契約をさせる手口。海外宝くじのダイレクトメールに関する相談も含む。

(4) 契約当事者の年代別の相談状況

令和元年度の契約当事者の年代別の相談件数をみると、60 歳以上が 2,576 件となっており、全体の約 3 割を占めています。平成 28 年度以降の年代別の相談件数の推移をみると、平成 30 年度までは 40 歳代までの方からの相談件数は減少しているのに対し、50 歳以上の方からの相談件数は増加傾向にありました。令和元年度においては、これまで減少傾向だった 30 歳代、40 歳代においても相談件数が増加しています。（グラフ 6）

グラフ6 契約当事者の年代別の相談状況



過去5年間に於ける年代別に最も相談が多かった商品及びサービス内容を見ると、40歳代までは全ての年代でデジタルコンテンツに関するものが最も多く、スマートフォン等のデジタルコンテンツを多く利用する世代が、トラブルに巻き込まれています。

また、50歳代から70歳代の年代においては、平成29年度まではデジタルコンテンツに関する相談が最多でしたが、平成30年度以降は架空請求に関する商品一般の相談が最も多くなっており、架空請求に関する消費者トラブルが急増していることが伺えます。(表5)

表5 商品及びサービス別・年代別相談件数（各年度第1位）

	H27年度		H28年度		H29年度		H30年度		R1年度	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20歳未満	119	58.0%	89	50.3%	64	42.1%	45	38.1%	28	28.9%
20歳代	161	25.3%	119	20.4%	100	17.7%	86	16.9%	73	14.8%
30歳代	240	25.7%	157	20.1%	112	16.9%	74	12.3%	61	8.5%
40歳代	281	26.4%	229	22.8%	200	20.6%	136	16.3%	90	8.3%
50歳代	266	24.2%	235	25.9%	232	23.6%	375	32.0%	150	11.1%
60歳代	261	21.8%	276	24.0%	277	23.1%	550	37.2%	244	20.1%
70歳代	75	9.9%	87	12.5%	103	14.1%	274	29.8%	238	24.2%
80歳代	28	8.4%	30	9.4%	36	9.9%	42	24.0%	88	24.8%
90歳以上	3	12.0%	6	24.0%	5	12.2%	4	8.9%	3	25.0%

※上段は件数、下段は各年代における全体の件数に占める割合

3 法令関係の整備状況

■消費者関連法の主な改正

<p>不当景品類及び不当表示防止法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁権限の一部(措置命令権限と合理的根拠提出要求権限)を都道府県知事に付与。(H26.6.13公布, H26.12.1施行) ・課徴金制度の導入(H28.4.1公布, H28.4.1施行)
<p>食品表示法 (H25.6.28公布, H27.4.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品を摂取する際の安全性及び一般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表示に関する規定を統合。新たに「食品表示基準」として整理。食品表示基準が改正され(平成29年9月1日), 全ての加工食品に重量割合1位の原料の表示が義務化。
<p>消費者安全法 (H26.6.13公布, H28.4.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村の消費生活相談に対し助言, 協力する役割として指定消費生活相談員を指定。 ・消費生活相談の民間委託の基準の明確化。 ・消費者安全確保地域協議会の設置, 見守りのための個人情報共有, 秘密保持義務について規定。
<p>特定商取引に関する法律 (H28.6.3公布, H29.12.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・電話勧誘販売における過量販売規制の導入, 定期購入契約に関する表示義務の追加・明確化, 美容医療の特定継続的役務提供への追加等。 ・業務禁止命令の創設, 業務停止命令期間の伸長等。
<p>民法(債権法改正) (H29.6.2公布, R2.4.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・約款に関する規定の新設, 賃貸住宅の敷金ルールを明文化, 消滅時効規定の見直し等について規定。
<p>民法(成年年齢関係) (H30.6.20公布, R4.4.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成年年齢の20歳から18歳への引下げ, 女性の婚姻開始年齢の引上げ等について規定。
<p>食品衛生法 (H30.6.13公布, R2.6.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食をとりまく環境変化や国際化等に対応し, 食品の安全を確保するため, 広域的な食中毒事案への対策強化, HACCPに沿った衛生管理の制度化, 健康被害等の収集等について規定。
<p>健康増進法 (H30.7.25公布, R2.4.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・望まない受動喫煙の防止を図るため, 施設等の管理について権原を有する者が講ずべき措置等について規定。
<p>消費者契約法 (H30.6.15公布, R1.6.15施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者と事業者の交渉力等の格差に鑑み, 社会生活上の経験不足の不当な利用, 加齢等による判断力の低下の不当な利用等の取り消しうる不当な勧誘行為の追加, 無効となる不当な契約条項について追加。
<p>消費者教育の推進に関する基本的な方針 (H25.6.28閣議決定 (H30.3.20変更))</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育の推進に関する法律第9条に基づき, 消費者教育の推進に関する基本的な方針を定めたもの。
<p>若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム (H30.2.20若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定 (H30.7.12改定))</p> <ul style="list-style-type: none"> ・民法の成年年齢引下げを見据え, 実践的な消費者教育の実践を推進するため, 消費者庁, 文部科学省, 法務省, 金融庁が連携し作成。
<p>食品ロスの削減の推進に関する法律 (R1.5.31公布, R1.10.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様な主体が連携し, 国民運動として食品ロスの削減を推進するため, 食品ロス削減に関する国・地方公共団体・事業者の責務, 消費者の役割等を規定。

第2 第3期基本計画の重点的取組の成果と課題

第3期基本計画では、県民が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けて、4つの消費者施策と特に力を入れて取り組む必要がある3項目を重点的取組と定め、施策を推進してきました。

以下では、重点的取組の項目を基に、その成果と第4期基本計画に引き継がれる課題を整理しました。

1 ライフステージに応じた消費者教育の推進

第3期基本計画では、消費者として主体的に判断し、問題を解決する能力を身に付けるため、学校教育期における消費者教育を推進するとともに、消費者を取り巻く環境の変化に対応するため、学校教育期以降も生涯にわたって消費者教育が体系的に行われる環境を整備し、どのライフステージでも重要となる製品事故等に関する適切な情報提供を図ることを重点的取組としてきました。

学校教育期における消費者教育については、小・中・高校生向けの消費生活読本を毎年度約66,000部作成し、配布しました。また、毎年度約1,000人に対して法律授業を実施することで消費者教育の充実を図り、若者の消費者被害の未然防止に努めました。

生涯にわたる消費者教育については、消費者トラブルの防止を図るため、各種講座や研修会の内容を体系化し、職員が地域に出向き、若年者・高齢者等それぞれのライフステージに合わせた出前講座を毎年度約610回実施しました。

また、教員の消費者教育に関する指導力の向上を図り消費者教育の担い手を育成するため、小・中・高等学校教諭初任者研修へ毎年度講師を派遣し、消費者教育に関する研修を実施しました。

さらに、県のホームページやみやぎの消費生活情報、新聞広告の掲載等、様々な媒体を活用し、消費者の特性に合わせて消費者トラブル等に関する情報提供を行いました。

しかし、出前講座については対象となる年代や人数等が限られ、各学校に向けて紙媒体で配布している消費生活読本についても配布対象が限定的になることから、インターネットやテレビ等のメディアを効果的に活用した消費者教育の実施を検討していく必要があります。特に、成年年齢引下げを見据え、18歳と19歳を中心とした若年者への消費者教育の一層の充実が急務となっています。

そして、学校教育期における消費者教育については、教員はその重要な担い手となりますが、弁護士等の外部人材の活用や、家庭内での消費者教育の充実についても進めていく必要があります。

2 高齢者の消費者被害の防止と救済

第3期基本計画では、高齢者本人や福祉関係者に対して出前講座による啓発やリーフレット等の情報提供を行うとともに、成年後見等の権利擁護制度の普及及び利用の促進によって消費者被害の未然防止を図り、福祉関係者等と連携した高齢者等の見守り体制の構築や、警察、弁護士会等との連携による問題解決に努めることを重点的取組としてきました。

高齢者本人や福祉関係者に対する啓発については、毎年度約250回の出前講座を実施するとともに、約170か所の地域包括支援センター及び訪問介護事業所へ毎月みやぎの消費生活情報

を配信し、高齢者の消費者トラブルによる被害の未然防止を図りました。

福祉関係者等と連携した高齢者の見守り体制の構築については、地域包括支援センター職員を対象とした研修会の実施や30の企業等との高齢者地域見守りに関する協定の締結により、高齢者が地域で安心して暮らせる体制の構築に努めました。

警察や弁護士会等との連携による消費者トラブルの解決については、警察への情報提供や弁護士会等の専門機関と連携し消費生活相談に対応することで、消費者被害の拡大防止、早期のトラブル解決につながりました。

しかし、依然として高齢者からの消費生活相談件数は増加傾向であり、また、単身高齢者世帯の増加により、被害が顕在化せず深刻化する事例もあることから、今後も地域での情報共有と見守りの体制を強化していく必要があります。

県内には、全市町村に計130か所の地域包括支援センターが設置されており、地域における重要な相談窓口となっていることから、被害の早期発見や、適切な相談窓口の紹介などに連携して取り組む必要があります。

また、高齢者の特性に合わせた消費者教育・啓発機会の確保や、分かりやすい情報提供方法について検討していく必要があります。

3 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進

第3期基本計画では、国、市町村、消費者団体等多様な主体との連携、特に、弁護士会等の専門知識を有する団体、機関等と連携した消費者施策の推進を図ることを重点的取組としてきました。

これについては、市町村の消費生活相談業務に必要な知識を習得するとともに、県と市町村の緊密な連携を図ることを目的とした研修会（市町村消費生活相談員等レベルアップ研修会）を毎年度4回開催したほか、仙台弁護士会の協力により、市町村の相談員を対象とした法律相談会を開催しました。加えて、平成31年4月1日には市町村の消費生活相談事務に関し助言を行う指定消費生活相談員を配置し、県と各市町村が連携して消費者問題の解決にあたるなど、市町村の消費生活相談の対応力向上を図りました。

また、高度化・複雑化している相談案件に対応するために、仙台弁護士会の協力の下、消費生活相談アドバイザー弁護士制度を運用し、毎年度約90件の相談について、弁護士の専門的助言を受けながら消費者トラブルの解決にあたりました。

身近な地域における啓発活動や消費者教育の担い手を育成するため、消費生活サポーター制度を創設し約150名の方が活動しています。行政と消費者を結ぶ消費生活サポーターの活動により、消費者にとってより身近な場面での啓発活動や消費者教育が推進されました。

こうした取組により、多様な主体が連携・協働しながら消費者施策を推進する体制が構築され、県全体の消費者行政の強化・充実が図られました。

今後も継続して多様な主体との連携・協働を図っていくことが重要ですが、特に、消費生活サポーターについては、登録者の高齢化等により活動範囲が限定的になっているという課題があるため、学生や企業等への拡大に取り組み、より活発な活動を促していく必要があります。

第3 今後予想される社会情勢の変化

今後は、さらなる高齢化の進行や単身高齢者世帯の増加が予想されており、高齢者の消費者被害の拡大が懸念されます。また、ICTの高度化によるAI、ロボットの活用などの技術革新が進展すると見込まれる中、我々の消費生活も変化していくものと考えられており、新たな消費者トラブルの発生が予想されます。

そして、自然災害等の激甚化、多発化により、生活基盤の再建に乗じた悪質商法や各種給付金に関する詐欺等の消費者トラブルが多発するおそれがあることに留意する必要があります。

また、新型コロナウイルス感染症拡大を機に厚生労働省から示された「新しい生活様式」の中では、通信販売の利用や電子決済の利用が実践例として示されており、今後の消費生活の変化を注視していく必要があります。事業者においては各業界が定めるガイドラインへの対応や3密の回避など、「新しい生活様式」に対応した事業活動・経済活動を行うことが求められます。

こうした今後予想される社会情勢の変化に適切に対応するため、多方面から幅広く情報を収集し、関係機関との連携による対応などを図っていく必要があります。

第1 基本理念

消費者の権利の尊重

消費者の自立の支援

消費者市民社会の実現

第3期基本計画では、「消費者の権利の尊重」、「消費者の自立の支援」、「消費者市民社会の実現」を基本理念に掲げ、消費者施策の推進に取り組んでまいりました。

条例第2条では「消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進は、県民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる事項が**消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者の自立を支援する**ことを基本として行わなければならない。」と定めています。

また、「消費者教育の推進に関する法律」では、消費者市民社会を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と定義し、**消費者市民社会の実現**を目指す消費者教育を推進していくこととされています。消費者市民社会を目指しライフステージに応じた体系的な消費者教育を推進することは、エシカル消費の普及や食品ロスの削減の推進等とともに、SDGsの達成に貢献するものです。

第4期基本計画でも、これらの3つを基本理念とし、消費者施策の推進を図っていきます。

■消費者市民社会

平成24年に施行された「消費者教育の推進に関する法律」において、『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え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」と定義されました。

県では、「消費者市民社会」の実現を基本理念の一つとして掲げ、取り組んでまいります。

第2 目指すべき宮城県の姿

目指すべき姿

『県民が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会』

第4期基本計画においては「**県民が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会**」を宮城県の目指すべき姿と定め、以下に掲げる4つの社会の実現を目指します。

1 安全・安心な商品やサービスが適正な取引行為により提供される社会

事業者は、消費者等と連携し、消費者目線で消費者の声を聴きかつ生かしながら、法令遵守・コーポレートガバナンスの強化に向けた取組（消費者志向経営）を行うことにより、適正な商品・サービスを必要な情報とともに提供し、消費者は、商品・サービスに関する正確で十分な情報が入手可能で、その自由意思のもと十分な選択肢が提供される環境下で取引を行うことができるようになっていきます。

行政は、事業者や詐欺被害等に係る監視・指導や情報提供等を行い、悪質な事業者に対しては厳正な処分を行うことにより、消費生活の安全・安心を図ります。

2 消費者教育によって自立した消費生活を営むことができる社会

すべての県民が、生涯にわたってライフステージに応じた消費者教育と必要な情報提供が十分に受けられる体制が構築されています。消費者教育が身についた消費者は常に商品等について自主的で合理的な選択をすることができるようになり、消費者被害を避け、被害に遭いにくくなります。

さらに、消費者それぞれが地域や環境などの社会的課題の解決に向けて主体的に考えて行動することによって、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画しています。

3 どこに住んでいても質の高い相談や支援を受けられる社会

関係機関や団体が連携を持つことによって、より効果的で利便性の高い相談体制が構築されています。消費者はトラブルに遭った場合でもどこに相談すればよいか分かり、すぐに適切な相談窓口において適切な助言・あっせんを受けることができます。

また、身近な地域レベルでの連携が進み、消費生活上特に配慮を必要とする高齢者・障害者、外国人等でも安心して消費生活を営むことができる体制が構築されていきます。

4 人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会

公正で持続可能な社会を形成していくために、消費者は、人や社会、環境に配慮した賢い消費行動（エシカル消費）を行い、事業者は、自らの事業活動において、持続可能な社会の発展等に資する商品・サービスを開発・提供するなど、未来・次世代のための取組（消費者志向経営）を行っています。

■消費者志向経営(愛称:サステナブル経営)

国においては、2016年に「消費者志向経営推進組織」を設置し「消費者志向経営」の推進に取り組んでおり、「消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）」の中でも「消費者志向経営」を推進することとしています。

国の消費者基本計画では、「消費者志向経営」とは、事業者が行政や消費者と連携し、消費者目線で、消費者の声を聴きかつ生かすこと、未来・次世代のために取り組むこと及び法令遵守・コーポレートガバナンスを強化することに取り組むことと定義されています。

具体的には、消費者と事業者との間に生じたトラブルの処理に係る事業所内の体制整備、事業者が自らの事業活動に関し遵守すべき自主規制の策定その他の消費者の信頼を確保するための事業者・事業者団体による取組の推進、公益通報者の保護に取り組むことが想定されます。

消費者志向経営の取組により、事業者は消費者からの信頼を獲得するとともに、内部のコンプライアンス意識の向上等により、中長期的な企業価値の向上が期待されます。

消費者は、商品・サービスの品質が確保され、ニーズを捉えた商品・サービスが提供されることで、自主的・合理的な選択をすることが可能になります。

県では、こうした消費者志向経営の考え方が社会の基本認識となるよう取り組んでいきます。

第4章 計画の体系と施策展開

第1 施策体系

基本計画では、第3章で掲げた「**県民が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会**」の実現に向けて、以下の4つの消費者施策に取り組んでいきます。

また、施策を相互に連携させながら特に力を入れて取り組む必要がある4項目を重点的取組と定め、施策を効果的・効率的に推進していきます。

なお、取組の実施に当たって、消費者教育に関する分野については、より具体の個別計画である**第2期教育計画の中で取組を具体化**し、一体となって消費者施策の実効性を高めます。

■4つの消費者施策と推進項目

消費者施策	推進項目	重点
1 消費生活の安全・安心の確保 (安全・安心な商品やサービスが適正な取引行為により提供される社会の実現)	(1) 商品・サービスの安全の確保	
	(2) 各種窓口相談等による情報提供の充実	1
	(3) 商品・サービスの表示及び規格の適正化による選択の機会の確保	
	(4) 適正な契約の確保	1 2
	(5) 生活関連物資の安定供給	
	(6) 所掌する団体・事業者等への適切な指導監督	
	(7) 関係機関及び各種団体等との連携・協力	3 4
2 自立した消費者の育成 (消費者教育によって自立した消費生活を営むことができる社会の実現)	(1) ライフステージ・場ごとの消費者教育	※ 1 2 3 4
	(2) 消費者教育推進に係る人材等の育成	※ 1 3
	(3) 関係団体への支援・連携・協働	※ 1 3
	(4) 関連施策等との連携	※ 1 3 4
3 消費者被害の防止と救済 (どこに住んでいても質の高い相談や支援を受けられる社会の実現)	(1) 消費生活相談体制及び相談機能の充実	
	(2) 消費者被害の未然防止	※ 1 2
	(3) 消費生活上特に配慮を必要とする消費者への支援	※ 1 2 3
	(4) 消費者被害の拡大防止と被害者の救済	3
	(5) 関係機関との連携の強化	3
4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進 (人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会の実現)	(1) エシカル消費の普及啓発	※ 1 4
	(2) 人や社会に配慮した消費行動の推進	※ 4
	(3) 環境へ配慮した消費行動の推進	※ 4
	(4) 環境に配慮した地域づくりの推進	4

※取組の全部または一部を【宮城県消費者教育推進計画】の中で具体化

■4つの重点的取組

重点的取組1	ライフステージに応じた消費者教育の推進
重点的取組2	高齢者、障害者、若年者等の配慮を必要とする消費者の被害の防止と救済
重点的取組3	多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進
重点的取組4	人や社会、環境に配慮した消費行動の推進

第2 消費者施策の推進

1 消費生活の安全・安心の確保 (安全・安心な商品やサービスが適正な取引行為により提供される社会の実現)

県民が安全で安心した消費生活を営むことができるよう、特定商取引に関する法律等に基づき事業者指導に取り組み、悪質な事業者に対しては厳正な処分を行うことにより、取引の適正化を図ります。

関係部局が連携し、重大事故情報等の収集、情報提供及び消費者への迅速な周知に取り組みます。特に自然災害等の発生時には、不確かな情報提供等による悪質商法や実態と合わない消費行動が発生するおそれがあることから、SNS等を活用し、可能な限り正確かつ迅速な情報提供に取り組みます。

また、消費者が自ら適切に商品・サービスを選択することができるよう、表示、規格等について適切な監視指導・処分を行うなど、関係法令に基づいた適正な表示の推進や、消費者の理解促進を図ります。

事業者に対しては、指導・処分等の規制に加え、関係法令の理解促進を図り、公正な取引の確保、適切な情報提供や苦情対応といった、消費者を重視した事業活動(消費者志向経営)への取組を支援します。

国や他の都道府県の動向等を踏まえ、消費者取引の適正化等を図る観点から、必要に応じて制度の在り方について検討します。

■具体的取組

消費者施策	推進項目	取組(事業名) <small>(取組の内容は施策取組一覧に記載)</small>	重点
1 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	① 液化石油ガス販売事業者への立入検査等	
		② 電気用品販売事業者への立入検査等	
		③ ガス用品販売事業者への立入検査等	
		④ 消費生活用製品の危険防止に係る立入検査等	
		⑤ 貸金業者の指導監督	
		⑥ みやぎ食の安全安心確保県民総参加運動	
		⑦ 食の安全安心相互交流理解度アップ	
		⑧ 食品営業施設取締指導	
		⑨ 食品検査対策	
	(2) 各種窓口相談等による情報提供の充実	① 製品事故・消費者事故等の情報提供	1
		② 消費者トラブル等の相談及び情報提供	
		③ 薬事啓発事業	
		④ 木造住宅等耐震化の相談・情報提供	
		⑤ 住まいの相談及び情報提供	
		⑥ 宅地建物取引等の相談・情報提供	
	(3) 商品・サービスの表示及び規格の適正化による選択の機会の確保	① 表示及び景品類付き販売の適正化	
		② 家庭用品の品質表示の適正化	
		③ 食品表示適正化	
		④ 栄養成分表示等適正化	
		⑤ 温泉利用施設の温泉成分等の揭示の適正化	
		⑥ 特定計量器等及び表示量目の適正化	
	(4) 適正な契約の確保	① 消費生活に関連する制度等の普及啓発	1
		② 不適正な取引行為の調査・指導等	
		③ 成年後見制度等の普及等	2
	(5) 生活関連物資の安定供給	① 生活関連物資の物価情報の提供	
		② 消費者物価指数等の情報提供	
		③ 災害時における物資供給及び物価監視等	
	(6) 所掌する団体・事業者等への適切な指導監督	① 消費生活協同組合の指導監督	
② 割賦販売事業者の指導監督			
(7) 関係機関及び各種団体との連携・協力	① 国、他の都道府県、市町村、警察本部との連携	3	
	② 事業者及び事業者団体の自主的な取組への支援	3,4	

■目標値

項目	基準値（R1年度）	目標値（R7年度）
消費生活の安全・安心確保に向けた定期的な立入検査等	約28,000件	同水準

2 自立した消費者の育成（消費者教育によって自立した消費生活を営むことができる社会の実現）

自立した消費者を育成するために、ライフステージや様々な場に応じた段階的、体系的な消費者教育が行われることが重要です。学校教育や家庭教育と連携した消費者教育を推進するとともに、様々な場で、インターネット等、各世代に適した媒体を活用した消費者教育を行うことで、自立した消費者の育成に取り組みます。特に、高齢者や、18歳と19歳の若年者に対する消費者教育に重点的に取り組みます。

また、消費者教育の担い手を育成するため、教員に対する研修の実施、学生等若い世代の消費生活サポーターの育成等、学校や地域、職域など、様々な場で消費者教育の中心的役割を担う人材の育成や、外部人材の消費者教育への活用に取り組みます。

さらに、自らの意思決定や消費行動がもたらす影響と社会的役割を自覚し、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、関連する環境教育、食育、金融教育などと連携し、より効果的な消費者教育の推進を図ります。

■具体的取組

消費者施策	推進項目	取組（事業名） <small>（取組の内容は施策取組一覧に記載）</small>	重点
2 自立した消費者の育成	(1) ライフステージ・場ごとの消費者教育	① 各学校段階に合った副教材の作成や授業支援等 ※	1 2
		② 地域の見守り体制の構築と関係機関連携による啓発等 ※	1 2 3
		③ PTA活動や学校行事等との連携等 ※	1 3
		④ 企業の従業員に対する消費者教育の支援等 ※	1 3 4
	(2) 消費者教育推進に係る人材等の育成	① 消費生活相談員や学校教職員に対する研修の充実等 ※	1
		② 教職員や保護者等の求めに応じた研修会等への講師派遣の支援 ※	1
		③ 学生サポーターの認定・活用 ※	1
		④ 地域における消費生活サポーター制度の活用等 ※	1 3
		⑤ 事業者に対する教育等 ※	1 3
	(3) 関係団体への支援・連携・協働	① 関係団体への支援・連携・協働 ※	1 3
	(4) 関連施策等との連携	① 環境教育との連携 ※	1 4
		② 食育との連携 ※	1 4
		③ 法教育・金融経済教育との連携 ※	1 3

※取組の全部または一部を【宮城県消費者教育推進計画】の中で具体化

■目標値

項目	基準値（R1年度）	目標値（R7年度）
消費生活サポーターの認定数（個人・団体）	168	200
小・中・高等・特別支援学校向け副教材の使用率	48.2%（250校/518校）	100%（518校/518校）

※消費生活サポーターとは、身近な地域の消費者トラブルを未然に防ぐために、自分のできる範囲で消費者教育の活動を担うボランティアです。

3 消費者被害の防止と救済（どこに住んでいても質の高い相談や支援を受けられる社会の実現）

様々な相談内容に対応するため、定期的な研修機会の確保や、弁護士を講師とした法律相談

会等の実施などにより、消費生活相談員の資質向上を図ります。指定消費生活相談員による市町村の消費生活相談事務に対する助言等により、市町村を支援します。

消費生活相談窓口での助言、あっせん等を適切に行うとともに、複雑な相談内容に対しては、市町村相談窓口や弁護士会、司法書士会の他、適格消費者団体等の専門機関と連携し、解決に努めます。

また、メール等を活用した消費生活相談体制の構築により、これまで顕在化していなかった消費者相談の掘り起こしと消費者被害の救済を図ります。

さらに、相談窓口の周知やホームページ、マスコミ等の媒体を通じた啓発活動及び情報提供により、新たな消費者トラブル及び消費者事故の発生防止を図るほか、高齢者等その対象に合わせた出前講座を推進します。

消費者の被害の防止に当たっては、国、市町村、警察、消費者団体、地域などと連携の強化を図り、また、高齢者、障害者、外国人等、消費生活上特に配慮を要する方々の消費者被害の防止に向けては、相談機関と見守り関係者が顔の見える関係を構築し、地域での情報共有と見守りにより、消費者被害の防止に取り組みます。

■具体的取組

消費者施策	推進項目	取組（事業名） <small>（取組の内容は施策取組一覧に記載）</small>	重点
3 消費者被害の 防止と救済	(1) 消費生活相談体制及び相談機能の充実	① 県消費生活センター等における相談対応機能の向上	
		② 様々な媒体を活用した消費生活相談体制の構築	
		③ 市町村の消費生活相談員の相談対応機能の向上支援	3
	(2) 消費者被害の未然防止	① 各種媒体を活用した消費者トラブル等の情報提供	※ 1 2
		② 展示会での啓発	
		③ 講演会、出前講座の開催	※ 1 2
	(3) 消費生活上特に配慮を必要とする消費者への支援	① 地域の見守り体制の構築等 【再掲】	※ 1 2 3
		② 成年後見制度等の普及等 【再掲】	2
		③ 高齢者の権利の擁護	2
		④ 障害者の権利の擁護	2
		⑤ 心の健康問題に関する相談支援	
	(4) 消費者被害の拡大防止と被害者の救済	① 消費者からの苦情に対する調査・助言・あっせん及び専門機関の紹介等	3
		② 条例第41条の申出に対する対応	
		③ 不適正な取引行為の調査・指導等 【再掲】	
		④ 商品等の検査	3
		⑤ 多重債務問題に関する取組	3
		⑥ 消費者被害救済委員会のあっせん・調停	
		⑦ 消費者の訴訟に対する費用の貸付	
	(5) 関係機関との連携の強化	① 国民生活センター、製品評価技術基盤機構との連携	3
		② 国、市町村、警察本部等との連携	3
③ 弁護士会、司法書士会、法テラス、適格消費者団体等との連携		3	

※取組の全部または一部を【宮城県消費者教育推進計画】の中で具体化

■目標値

項目	基準値（R1年度）	目標値（R7年度）
県、市町村、その他団体等の啓発講座の開催 （うち消費生活関連の啓発講座）	100%（603回） （143回）	110%（660回） （150回）
地域包括支援センターへの情報提供	50.6%（76/150か所）	100%（150/150か所）

4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進（人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会の実現）

公正で持続可能な社会を形成していくためには、消費者、事業者ともに自らの行動が人や社会、環境に与える影響を自覚することが大切です。

エシカル消費の普及や食品ロスの削減等の推進、消費者志向経営の推進を図り、SDGsの達成に貢献する消費者、事業者の育成に取り組みます。

■具体的取組

消費者施策	推進項目	取組（事業名） <small>（取組の内容は施策取組一覧に記載）</small>	重点
4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進	(1) エシカル消費の普及啓発	① エシカル消費についての普及啓発	※ 1 4
	(2) 人や社会に配慮した消費行動の推進	① 障害者工賃向上支援総合対策事業	4
		② 食育・地産地消推進事業	4
	(3) 環境へ配慮した消費行動の推進	① グリーン購入の普及促進	※ 4
		② みやぎの3R推進事業	※ 4
		③ 各種認証取得等支援事業	4
	(4) 環境に配慮した地域づくりの推進	① すばらしいみやぎを創る運動推進事業	4

※取組の全部または一部を【宮城県消費者教育推進計画】の中で具体化

■目標値

項目	基準値（R1年度）	目標値（R7年度）
県民一人一日当たりの一般廃棄物排出量	930g/人・日(※1)	910g/人・日(※1)
環境に配慮されたマークのある食品・商品を選ぶことを（かなり意識している・ある程度意識している）人の割合(※2)	46.2%	60.0%
地元産品を購入して地産地消を実践することを（かなり意識している・ある程度意識している）人の割合(※2)	57.1%	70.0%

※1 県民一人一日当たりの一般廃棄物排出量の基準値はH30年度、目標値はR12年度

※2 「消費者意識基本調査（消費者庁）」調査結果より

第3 重点的取組

基本計画では、施策を相互に連携させながら特に力を入れて取り組む必要がある4項目を重点的取組と定め、施策を効果的・効率的に推進していきます。

1 ライフステージに応じた消費者教育の推進

自立した消費者を育成するため、学校教育や家庭教育と連携した消費者教育の実施や出前講座の機会拡充等に取り組み、幼児期から高齢者までのライフステージごとに、それぞれの特性に応じた消費者教育を推進します。新型コロナウイルス感染症拡大を契機として従来の手法を見直し、インターネットを利用した研修会や出前講座などを行います。

さらに、製品事故等、消費生活の安全・安心に関わる分野は消費者の生命に直結しており、どのライフステージにおいても最重要の課題です。そのため、各ライフステージ、消費者の特性に合わせた適切な情報提供を図っていきます。

2 高齢者、障害者、若年者等の配慮を必要とする消費者の被害の防止と救済

高齢化及び単身高齢者世帯の増加による高齢者の消費者トラブルの増加が懸念され、障害者についても消費者トラブルに遭いやすい傾向があります。

こうしたことから、高齢者及び障害者の消費者被害を防止するため、相談機関と見守り関係者が顔の見える関係を構築し、地域での情報共有と見守りにより、消費者被害の防止と救済に取り組みます。特に、地域包括支援センター等の高齢者や障害者と接する機会の多い事業者など、関係機関への情報提供の機会を拡充し、地域での情報共有や消費者安全確保地域協議会の設置促進によって見守り体制の強化に取り組みます。被害に遭ってしまった高齢者及び障害者に対しては、迅速な被害情報の把握に努め、警察や弁護士会等との連携による解決に努めます。

成年年齢引下げにより、18歳と19歳の若年者が新たに消費者トラブルに巻き込まれることが懸念されます。対象となる若者や保護者を対象とした消費者教育を重点的に行うとともに、SNS等を活用した効果的な消費者教育を行います。また、若年者の消費者被害の適確な把握とトラブルの解決のため、若年者に情報が行き届きやすい方法で相談窓口を周知するとともに、メール等を活用した相談体制の構築に努めます。

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、インターネット等による電子商取引の利用が増加していることから、消費者の年齢その他の特性に配慮し、新たな消費者被害の防止に努めます。

3 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進

消費者施策を総合的・一体的に推進するためには、あらゆる場面で国、市町村、消費者団体、事業者団体、NPO等と連携して取り組んでいくことが必要です。

県と市町村が連携して消費生活相談にあたるほか、高度化・複雑化する相談案件に適切に対応するため、警察本部、弁護士会、司法書士会の他、適格消費者団体等の専門的知識を有する団体と連携を図りながら取り組みます。

消費者教育の推進にあたっては、弁護士会や企業等の外部人材の活用を図ります。また、学生や事業者の消費生活サポーターの育成等を通じた多様な主体による消費者教育の担い手育成に努めます。

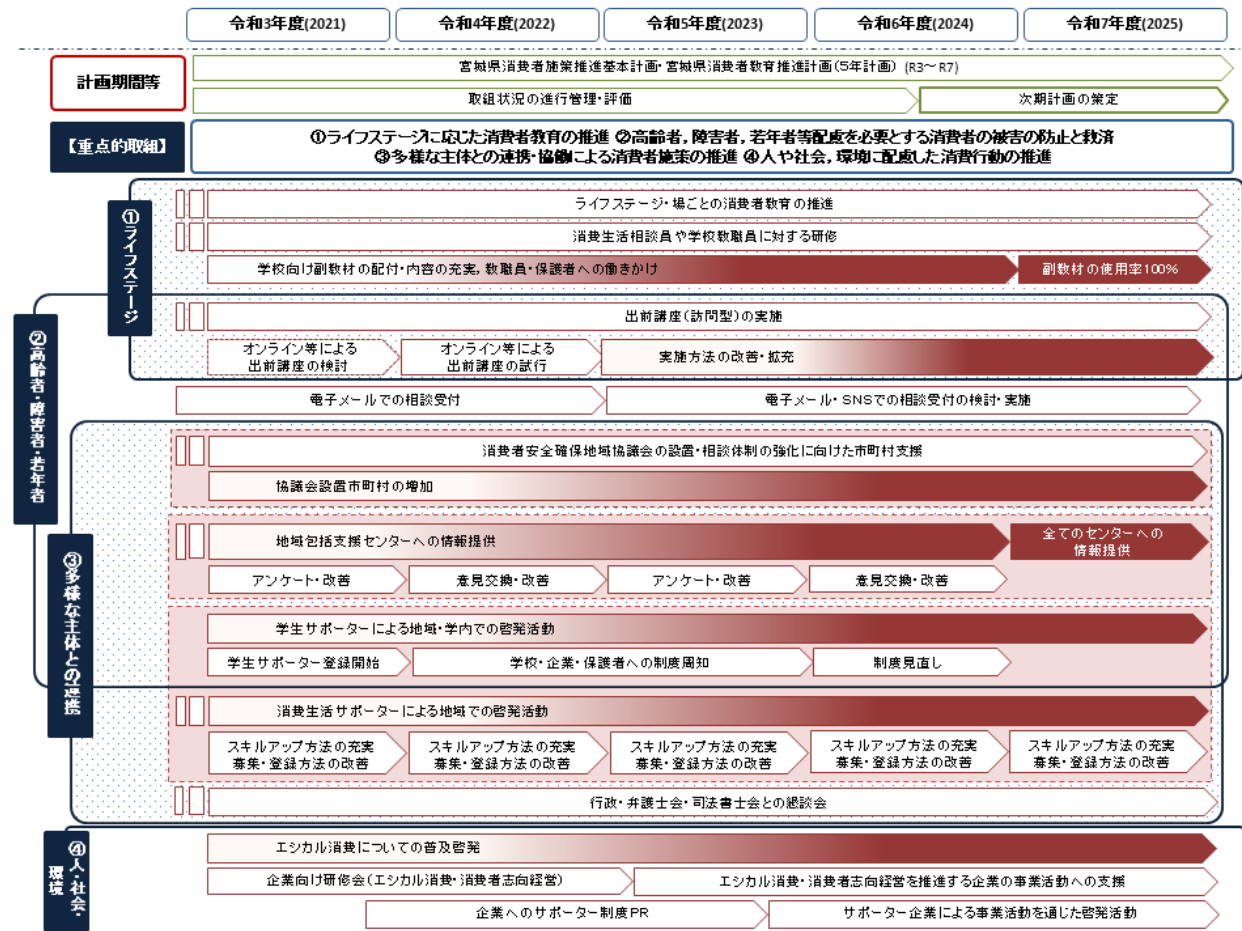
新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、電子商取引などの利用が増加していることから、必要となる消費者教育の実施や消費者トラブルに適切に対応するため、関連事業者との連携を図ります。

4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進

公正かつ持続可能な社会の形成は、世界的に一層重要な課題となっています。平成27年9月に採択されたSDGsの達成に向け、国際的な取組が広がっています。

県は、平成31年4月1日に「宮城県SDGs推進本部」を設置し、SDGsの達成に向け、県民、企業、市町村など様々な主体の取組や連携を促しながら、県施策を総合的に推進することとしています。

消費者や事業者は、その消費行動や事業活動により社会や環境に大きな影響を与えており、公正で持続可能な社会の形成に寄与する重要な担い手でもあります。エシカル消費の普及や食品ロスの削減等の推進、消費者志向経営の推進を図り、SDGsの達成に貢献する消費者、事業者の育成に取り組みます。



第5章 計画の推進体制と進行管理

第1 推進体制

- 消費者施策の推進に当たっては、行政、関係する機関、団体が情報共有を図り、それぞれの役割を果たすとともに、連携・協働して総合的かつ効果的に消費者施策及びその取組の推進を図ります。
- 「宮城県消費生活審議会」において、県民の消費生活の安定と向上に関する施策の基本的事項等の審議と基本計画の進行管理を行うことで効果的な消費者施策の推進を図ります。
- 「宮城県消費生活審議会」に教育関係者を加えて、消費者教育の推進に関する法律第20条に定める「消費者教育推進地域協議会」に位置づけ、構成員間相互の情報共有と連携による効果的な消費者教育の推進を図ります。
- 県においては、庁内の連絡調整等を行う組織として「消費者行政連絡調整会議」を設置し、知事部局と教育庁、警察本部の関係各課室の連携・協働による効果的な消費者施策の推進を図ります。

第2 進行管理

- 消費者施策の計画的・効果的な推進を図るため、当該年度の取組状況について、その翌年度に評価等を行い、その結果を「宮城県消費生活審議会」に報告し、ホームページ等で9月末までに県民に公表します。
- 消費者を取り巻く社会環境の変化、国の動向等を踏まえ、必要に応じて内容を見直す等適切な管理を行います。

施策取組一覧

- 「第4章 第3 重点的取組」に関する取組については、重点の欄に「重点的取組1， 2， 3， 4」の番号を表示しています。
- 「宮城県消費者教育推進計画」の中で取組の全部または一部を具体化するものについては、取組番号の下に「※」を表示しています。

1 消費生活の安全・安心の確保

※（ ）内の数値は、令和3年度当初予算額

消費者施策	推進項目	取組（事業名）	内容	重点	担当課
1 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	① 液化石油ガス販売事業者への立入検査等（製品安全4法による立入検査）	液化石油ガス（LPGガス）販売事業者に対し、必要に応じて立入検査等を実施し、液化石油ガスによる災害を防止するとともに、取引の適正を確保します。（5,215千円）		消防課
		② 電気用品販売事業者への立入検査等（製品安全4法による立入検査）	電気用品安全法（昭和36年法律第234号）に基づき、電気用品販売事業者に対し、立入検査等を行い、電気用品による事故の未然防止を図ります。		消防課
		③ ガス用品販売事業者への立入検査等（製品安全4法による立入検査）	ガス事業法（昭和29年法律第51号）に基づき、事故発生のおそれが多いとして同法で指定されたガス用品について、販売事業者への立入検査を実施するなどにより、事故の未然防止を図ります。		消防課
		④ 消費生活用製品の危険防止に係る立入検査等（製品安全4法による立入検査）	消費生活用製品安全法（昭和48年法律第31号）に基づき、特定製品に係る技術基準適合マークの表示義務や特定保守製品に係る表示義務・説明義務に関して、販売事業者に対する立入検査等を実施し、消費者の生命・身体に対する危害の防止を図ります。		消費生活・文化課
		⑤ 貸金業者の指導監督	貸金業法（昭和58年法律第32号）に基づき、貸金業登録を行った事業者への立入検査、指導監督等を実施し、資金需要者の利益保護を図ります。（509千円）		商工金融課
		⑥ みやぎ食の安全安心確保県民総参加運動事業	県民参加での食の安全安心確保対策の推進に向け、消費者の役割を自らの行動で積極的に果たす人材を育成するため、「みやぎ食の安全安心消費者モニター」を募集、登録します。 生産者・事業者が、県が定めるガイドラインに基づき自主基準を定め自ら取組宣言を行うことにより、食の安全安心に関する意識の高揚を図るとともに、消費者が安全で安心な食品等を選択する目安とします。（1,470千円）		食と暮らしの安全推進課
		⑦ 食の安全安心相互理解度アップ事業	食の安全安心の確保に向け、消費者、生産者・事業者及び行政等が情報の共有や意見交換を行い、食の安全安心に関する相互理解（リスクコミュニケーション）の充実・強化を図ります。（650千円）		食と暮らしの安全推進課
		⑧ 食品営業施設取締指導事業	食品営業施設等に対する監視指導や、流通食品等の検査を実施することにより、食に起因する衛生上の危害発生を防止します。（25,769千円）		食と暮らしの安全推進課
		⑨ 食品検査対策事業	主に輸入品に対し、食残留農薬、残留動物用医薬品検査、アレルギーマテリアル検査、指定外添加物検査等の検査を実施することで、食品の安全を確保します。（31,972千円）		食と暮らしの安全推進課
	(2) 各種窓口相 談等による 情報提供の 充実	① 製品事故・消費者事故等の情報提供	いわゆる製品安全4法に基づく関連製品について、産業保安に関する重大事故等が発生した場合は、ホームページに掲載するなど、適切な情報提供を行います。	1	消防課
			消費者安全法（平成21年法律第50号）に基づき、消費者事故等の情報を消費者庁に速やかに報告するとともに、消費者事故の拡大等を招くおそれがある場合には、事故防止に資する情報を適切に県民に提供するほか、関係事業者へ必要な働きかけを行います。	1	消費生活・文化課
		② 消費者トラブル等の相談及び情報提供	事業者等に対する消費者からの苦情に係る相談を受け付け、苦情の処理に努めるとともに、消費生活の安全・安心の確保のために必要な情報の収集及び提供を行います。特に災害発生時には、迅速で正確な情報の提供を行います。		消費生活・文化課
		③ 薬事啓発事業	消費者が医薬品や薬用植物を安全に使用できるよう、「くすりの相談室」にて医薬品に関する様々な相談に応じるほか、セミナーの開催等を通じて医薬品や薬用植物に関する正しい知識の普及啓発を図ります。（1,630千円）		薬務課
		④ 木造住宅等耐震化の相談・情報提供事業	木造住宅等の耐震診断や耐震改修工事についての相談窓口の開設や情報提供など、住まいの耐震性に関する支援を推進します。（545千円）		建築宅地課

1 消費生活の安全・安心の確保

※（ ）内の数値は、令和3年度当初予算額

消費者施策	推進項目	取組（事業名）	内 容	重点	担当課
1 消費生活の 安全・安心 の確保	(2) 各種窓口相 談等による 情報提供の 充実	⑤ 住まいの相談及び情報提供	住宅・宅地相談窓口を開設し、新築住宅や住宅リフォーム等の各種助成制度や税制の特例措置、省エネ住宅、長期優良住宅、住宅の瑕疵担保等に関する相談及び情報提供を行います。		住宅課
		⑥ 宅地建物取引等の相談・情報提供事業	宅地建物取引に関する相談窓口を開設し、消費者の契約や紛争などの相談を行うとともに、県ホームページを活用して情報提供を行うなど、安全な不動産取引の推進を図ります。（1,006千円）		建築宅地課
	(3) 商品・サー ビスの表示 及び規格の 適正化による 選択の機 会の確保	① 表示及び景品類付き販売の適正化	不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）に基づき、事業者に対し、不当な表示及び過大な景品類の提供を監視し、適宜指導を行うことにより、消費者が商品・サービスを適切に選択できる機会を確保します。		消費生活・文化課
		② 家庭用品の品質表示の適正化	家庭用品品質表示法（昭和37年法律第104号）に基づき、同法第2条第1項に規定する家庭用品について、必要に応じて販売事業者に対する立入検査を実施するなど、家庭用品の品質に関する表示の適正を確保することにより、消費者の利益の保護に努めます。		消費生活・文化課
		③ 食品表示適正化事業	消費者が食品を正しく選択する際の判断に資するため、食品表示法（平成25年法律第70号）や景品表示法に基づく監視・指導を行います。（1,196千円）		食と暮らしの安全推進課
		④ 栄養成分表示等適正化事業	食品の栄養表示やいわゆる健康食品等に関する健康の保持増進効果等の虚偽・誇大広告等について、事業者に指導、監督、相談等を行い、表示の適正化を図るほか、消費者へ適切な情報提供がなされるよう、事業者及び消費者に対する普及啓発を促進します。（537千円）		健康推進課
		⑤ 温泉利用施設の温泉成分等の掲示の適正化	温泉法（昭和23年法律第125号）に基づく立入検査を実施するとともに、再分析や温泉成分等の適正な掲示等について監視及び指導を行うことにより、安心して快適に温泉が利用できるように努めます。（2,170千円）		薬務課
		⑥ 特定計量器等及び表示量目の適正化	はかり、タクシーメーター等の特定計量器の精度を公的に担保するための製造計量器検定検査（製造された特定計量器及び基準器の検査）及び特定計量器定期検査（商店、学校、薬局等で使用中の特定計量器の検査）を実施するほか、県内のスーパーや商店等を対象に、立入検査による商品量目検査を実施することにより、表示量目の適正化を図るなど、取引の適正化に努めます。（11,682千円）		産業立地推進課
	(4) 適正な契約 の確保	① 消費生活に関連する制度等の普及啓発	消費者が不当な契約の締結に応じないよう、消費者関係法令（特定商取引に関する法律、消費者契約法、割賦販売法（昭和36年法律第159号）、景品表示法等）及び条例等に基づく各種制度について、ホームページや情報誌等により、消費者への普及啓発を図ります。		1 消費生活・文化課
		② 不適正な取引行為の調査・指導等	消費者関係法令及び条例等に反する不適正な事業活動を行っていることが疑われる事業者については、その実態等を調査し、消費者被害の拡大を防止するため、当該事業者に対する指導を行うほか、必要に応じて行政処分を行い、事業者名を公表します。		消費生活・文化課
		③ 成年後見制度等の普及等	地域包括支援センターを中心に、地域に住む高齢者の見守り体制の構築や消費者被害に関する情報の提供、成年後見制度の活用促進を図ります。（3,613千円）		2 長寿社会政策課

1 消費生活の安全・安心の確保

※（ ）内の数値は、令和3年度当初予算額

消費者施策	推進項目	取組（事業名）	内 容	重点	担当課
1 消費生活の 安全・安心 の確保	(5) 生活関連物 資の安定供 給	① 生活関連物資の物価情報 の提供	石油製品等、生活関連物資の価格をホームページで情報提供するとともに、必要に応じて、関係事業者への協力要請を行うなど、価格の安定と円滑な供給の実現に努めます。また、異常な物価高騰や、買い占め・売り惜しみのおそれがある場合などには、関係法令に基づいて必要な措置を講じます。		消費生活・ 文化課
		② 消費者物価指数等の情報 提供	ホームページ等により「仙台市消費者物価指数」等を毎月公表し、情報提供します。		統計課
		③ 災害時における物資供 給及び物価監視等	災害時における物資の供給について、提携事業者（コンビニエンスストア）との協定に基づき、連携して被災地へ食料品、飲料水等の物資供給を行います。		食産業振興 課
			災害時における物資の供給について、提携事業者（宮城県生活協同組合連合会）との協定に基づき、連携して被災地へ食料品、飲料水、日用品等の応急生活物資の供給を行います。また、災害に乗じた異常な物価高騰や、買い占め・売り惜しみなどが行われるおそれがある場合などには、関係法令に基づいて必要な措置を講じます。		消費生活・ 文化課
	(6) 所掌する団 体・事業者 等への適切 な指導監督	① 消費生活協同組合の指 導監督	消費生活協同組合法（昭和23年法律第200号）に基づく指導検査を実施し、消費生活協同組合の業務運営の適正化及び財務の健全化・透明性を確保することで、組合員の保護を図ります。（230千円）		消費生活・ 文化課
		② 割賦販売事業者の指導 監督	東北経済産業局との連携により、割賦販売法に基づく立入検査を実施し、割賦販売等に係る取引の公正化及び購入者等の利益の保護を図ります。		消費生活・ 文化課
	(7) 関係機関及 び各種団体 等との連 携・協力	① 国、他の都道府県、市 町村、警察本部との連 携	国、他の都道府県、市町村、警察本部との連携を図り、情報提供及び調査の協力等に努めます。	3	消費生活・ 文化課
		② 事業者及び事業者団体 の自主的な取組への支 援	事業者及び事業者団体が、自らその事業活動に関して遵守すべき基準を作成する取組及び消費者の信頼を確保するための自主的な取組を支援します。	3 4	消費生活・ 文化課

2 自立した消費者の育成

※（ ）内の数値は、令和3年度当初予算額

消費者施策	推進項目	取組	内容	重点	担当課
2 自立した消費者の育成	(1) ライフステージ・場ごとの消費者教育	①※ 各学校段階に合った副教材の作成や授業支援等	副教材や指導事例集、ラジオや県ホームページ、ポスターやSNSによる広報、情報誌及びDVD等での啓発、出前講座、法律授業等、学校教育期の各段階に合った消費者教育を推進します。(14,057千円)	1 2	消費生活・文化課
		②※ 地域の見守り体制の構築と関係機関連携による啓発等	地域のネットワークを生かした見守り体制の構築のほか、ラジオや県ホームページ、SNS、情報誌等での啓発、出前講座及び消費生活サポーター等により、地域における消費者教育を推進します。(7,580千円)	1 2 3	消費生活・文化課
		③※ PTA活動や学校行事等との連携等	PTAが主催する行事への出前講座のほか、ラジオや県ホームページ、情報誌等での啓発、SNSの活用、金融広報委員会と連携した講演会の開催等、家庭における消費者教育を推進します。(7,463千円)	1 3	消費生活・文化課
		④※ 企業の従業員に対する消費者教育への支援等	企業の従業員を対象とした出前講座等を実施するほか、消費者市民社会についての普及啓発、事業者の自主的な取組に対する支援等、職域における消費者教育を推進します。(826千円)	1 3 4	消費生活・文化課
	(2) 消費者教育推進に係る人材等の育成	①※ 消費生活相談員や学校教職員に対する研修の充実等	消費生活相談員や学校教職員に対する研修を充実させるほか、セミナーやワークショップの開催等により行政職員に対する人材の育成を推進します。(6,288千円)	1	消費生活・文化課
		②※ 教職員や保護者等の求めに応じた研修会等への講師派遣の支援	教職員や児童・生徒の保護者が消費者教育を学ぶ際に、弁護士会等の協力を得ながら、講師を派遣します。(330千円)	1	消費生活・文化課
		③※ 学生サポーターの認定・活用	消費者教育に関心の高い学生を学生サポーターに認定し、身近な人や同年代への主体的な啓発活動を推進します。(1,133千円)	1	消費生活・文化課
		④※ 地域における消費生活サポーター制度の活用等	身近な地域における消費者教育の推進と、地域と行政とのパイプ役等の役割を持つ消費生活サポーター等を活用し、各団体等への出前講座の派遣等を通して地域における人材の育成を推進します。(1,273千円)	1 3	消費生活・文化課
		⑤※ 事業者に対する教育等	事業者団体等との合同研修、消費者志向経営等に関する事業者向けの講座などを通じて、事業者教育を推進します。(210千円)	1 3	消費生活・文化課
	(3) 関係団体への支援・連携・協働	①※ 関係団体への支援・連携・協働	国、県及び市町村のほか、公益社団法人全国消費生活相談員協会、金融広報委員会、弁護士会、司法書士会等の関係団体と連携し、消費者教育を実効性あるものとして推進します。	1 3	消費生活・文化課
	(4) 関連施策等との連携	①※ 環境教育との連携	エシカル消費の推進をはじめ「持続可能な社会づくり」の実現を目指して行われる環境教育と連携を図ることで消費者教育の効果を高めていきます。(140千円)	1 4	消費生活・文化課
		②※ 食育との連携	食育の取組における望ましい食生活の普及や地産地消の推進、食品の安全性に関する知識や理解等、消費者教育の枠組みの中でも取組を推進します。(140千円)	1 4	消費生活・文化課
		③※ 法教育・金融経済教育との連携	契約自由の原則、私的自治の原則といった私法の基本原則、幅広い経済知識の習得や判断力、健全な金銭感覚、金融リテラシーの習得等、法教育・金融経済教育との連携を進め、効果的な消費者教育の推進を図ります。(1,241千円)	1 3	消費生活・文化課

3 消費者被害の防止と救済

※（ ）内の数値は、令和3年度当初予算額

消費者施策	推進項目	取組（事業名）	内 容	重点	担当課
3 消費者被害 の防止と救 済	(1) 消費生活相 談体制及び 相談機能の 充実	① 県消費生活センター等における相談対応機能の向上	県消費生活センター等の消費生活相談員等の研修の機会を確保するとともに、解決が困難な事例及び法律上の判断が必要な事例について、定期的に弁護士等を講師とした法律相談会等を開催することにより、相談対応機能の向上を図ります。（6,146千円）		消費生活・文化課
		② 様々な媒体を活用した消費生活相談体制の構築	電話や対面のみならず、メールによる相談の検討など、相談しやすい体制づくりに努めます。		消費生活・文化課
		③ 市町村の消費生活相談員の相談対応機能の向上支援	市町村の消費生活相談員等を対象とする研修、解決が困難な事例についての法律相談会等の開催に加え、相談や啓発への助言を行う指定消費生活相談員を県消費生活センターに配置することにより、市町村の相談対応機能の向上を支援し、もって県全体の相談対応機能の充実を図ります。（2,199千円）	3	消費生活・文化課
	(2) 消費者被害 の未然防止	① ※ 各種媒体を活用した消費者トラブル等の情報提供	新たな消費者トラブル及び消費者事故の発生等を防止するため、独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）が運用する「見守り新鮮情報」等を活用して、県のホームページやSNSを活用した情報の掲載、関係機関への情報提供等を迅速に行うことにより啓発に努めます。また、新聞をはじめとする各種情報誌への記事の掲載、啓発用リーフレットの作成及び配布等を積極的に行うことにより、広く県民に対し、消費者トラブル及び消費者事故に関する情報を提供します。（7,354千円）	1 2	消費生活・文化課
		② 展示会での啓発	県消費生活センターや県庁ロビー等に消費生活に関するパネルを展示することにより、時代に対応した身近な消費生活に関する情報を提供します。また、消費生活講座の開設、消費生活相談の受付、パネル展示など、消費生活に役立つ内容を集約した「消費生活展」を開催することにより、消費生活に関する情報の提供及び知識の普及啓発を行います。（4,383千円）		消費生活・文化課
		③ 講演会、出前講座の開催 ※ 催	消費者を対象に消費生活に関する出前講座を開催することにより、消費者の関心の高いテーマ、消費者トラブル等に関する有益な情報を提供します。（140千円）	1 2	消費生活・文化課
	(3) 消費生活上 特に配慮を 必要とする 消費者への 支援	① 地域の見守り体制の構築等【再掲】	地域における見守り体制の構築のほか、ラジオやホームページ、情報誌等での啓発、出前講座、東日本大震災による被災地域での取組等、地域における消費者教育を推進します。（6,447千円）	1 2 3	消費生活・文化課
		② 成年後見制度等の普及等【再掲】	地域包括支援センターを中心に、地域に住む高齢者の見守り体制の構築や消費者被害に関する情報の提供、成年後見制度の活用促進を図ります。（3,613千円）	2	長寿社会政策課
		③ 高齢者の権利の擁護	高齢者権利擁護講演会の開催等を通じて関係者等への啓発を行うほか、相談窓口を開設するなど高齢者の虐待防止及び権利擁護の促進を図ります。（3,845千円）	2	長寿社会政策課
		④ 障害者の権利の擁護	障害者の権利の擁護に係る相談等に対応するための常設相談窓口を設置し、必要に応じて専門機関等との連携を図ります。（1,858千円）	2	障害福祉課
		⑤ 心の健康問題に関する相談支援事業	心の健康問題に関する相談支援として、精神保健福祉センター内に心の健康相談電話を設置して、県民の精神的健康の保持増進を図ります。（4,272千円）		精神保健推進室

3 消費者被害の防止と救済

※（ ）内の数値は、令和3年度当初予算額

消費者施策	推進項目	取組（事業名）	内 容	重点	担当課
3 消費者被害 の防止と救 済	(4) 消費者被害 の拡大防止 と被害者の 救済	① 消費者からの苦情に対する調査・助言・あつせん及び専門機関の紹介等	消費者からの苦情の申出に対して、調査、助言、あつせんその他必要な措置を速やかに講じることにより適切に対処します。また、消費者からの苦情の申出のうち、専門的な対応が必要な事案については、弁護士会、司法書士会、法テラス等専門機関の紹介又は仲介を行うなどの確に対応します。	3	消費生活・文化課
		② 条例第41条の申出に対する対応	条例第41条第1項の規定による県民からの申出に対して、必要な措置を講じます。		消費生活・文化課
		③ 不適正な取引行為の調査・指導等【再掲】	消費者関係法令及び条例等に反する不適正な事業活動を行っていることが疑われる事業者については、その実態等を調査し、消費者被害の拡大を防止するため、当該事業者に対する指導を行うほか、必要に応じて行政処分を行い、事業者名を公表します。（199千円）		消費生活・文化課
		④ 商品等の検査	消費生活相談の対象となった商品・サービスの効能、欠陥の有無等について、国民生活センター、独立行政法人製品評価技術基盤機構（以下「製品評価技術基盤機構」という。）等の専門機関に診断を依頼するなど、原因の究明に努めます。	3	消費生活・文化課
		⑤ 多重債務問題に関する取組	多重債務問題の解決に向け、無料相談会を実施し、潜在的な多重債務者が相談窓口を訪れる機会を提供するとともに、自死対策に関する関係機関と連携し、「心の健康相談」を併せて実施します。	3	消費生活・文化課
		⑥ 消費者被害救済委員会のあつせん・調停	消費者からの苦情申出のうち、解決が著しく困難なものについては、「宮城県消費者被害救済委員会」を開催し、あつせん又は調停に付すことにより、解決を目指します。（405千円）		消費生活・文化課
		⑦ 消費者の訴訟に対する費用の貸付	被害を受けた消費者の訴訟に係る費用の貸付を行い、消費者を経済的に支援します。（50千円）		消費生活・文化課
	(5) 関係機関と の連携の強 化	① 国民生活センター、製品評価技術基盤機構との連携	国民生活センター、製品評価技術基盤機構等との連携を図り、全国の相談情報の収集、製品事故の分析等に努めます。	3	消費生活・文化課
		② 国、市町村、警察本部等との連携	国、市町村、警察本部等との連携を図り、悪質な事業者及び違法な貸金業者（いわゆる「ヤミ金融」）等に関する情報交換や事業者への対応等に努めます。	3	消費生活・文化課
		③ 弁護士会、司法書士会、法テラス、適格消費者団体等との連携	弁護士会、司法書士会、法テラス、適格消費者団体等との連携を図り、定期的な情報及び意見の交換等に努めます。	3	消費生活・文化課

4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進

※（ ）内の数値は、令和3年度当初予算額

消費者施策	推進項目	取組（事業名）	内 容	重点	担当課
4 人や社会、 環境に配慮 した消費行 動の推進	(1) エシカル消 費の普及啓 発	① エシカル消費について ※の普及啓発	ホームページやみやぎの消費生活情報等を活用し、エシカル消費（人や社会、環境に配慮した消費行動）についての普及啓発を図り、エシカル消費の意味や必要性に対する県民の理解向上を図ります。（140千円）	1 4	消費生活・ 文化課
	(2) 人や社会に 配慮した消 費行動の推 進	① 障害者工賃向上支援総 合対策事業	障害のある方が製造・作成した商品等の展示即売を行う「働く障害者ふれあいフェスティバル」等販売会の開催により、障害のある方の工賃向上と自立を推進しながら、障害に対する理解醸成と購入促進を図ります。（23,690千円）	4	障害福祉課
		② 食育・地産地消推進事 業	地産地消の啓発や地産地消推進店の拡大を全県的に推進し、県産農林水産物に対する理解向上や消費・活用の促進を図ります。（9,993千円）	4	食産業振興 課
	(3) 環境へ配慮 した消費行 動の推進	① グリーン購入の普及促 ※進	グリーン購入をテーマとしたセミナーの開催、市町村の取組に対する支援等を通じて、グリーン購入の普及を促進します。また、環境に配慮した製品を「宮城県グリーン製品」として認定し、その普及を図ります。（7,059千円）	4	環境政策課
		② みやぎの3R推進事業 ※	3R推進月間に合わせ、ラジオCMやイベントにより廃プラスチック対策、食品ごみの削減、廃棄物等の3Rに関する普及啓発と実践を事業者や県民に呼びかけます。（12,000千円）	4	循環型社会 推進課
		③ 各種認証取得等支援事 業	漁業認証（ASC/MSG/MEL認証）や森林認証（FSC認証）の取得を支援することにより、持続可能な森林管理や強い漁業経営体の育成を推進します。（5,200千円）	4	水産業基盤 整備課 林業振興課
	(4) 環境に配慮 した地域つ くりの推進	① すばらしいみやぎを創 る運動推進事業	活力のある個性的で心豊かな地域社会の形成を目指し、美しい生活環境を創る運動などの県民運動を推進する「すばらしいみやぎを創る協議会」に対する支援を通じて、地域に密着し、環境に配慮した取組を推進します。（5,400千円）	4	共同参画社 会推進課

資 料 編

- 補足資料
- 消費生活条例
- 消費生活条例施行規則

■県の相談体制(R2.5.1現在) <<P7関連>>

	場 所	開設日数	相談員数
宮城県消費生活センター	県庁1階	7	15
県民サービスセンター	大河原地方振興事務所	5	2
	北部地方振興事務所(大崎)	5	2
	北部地方振興事務所 栗原地域事務所	5	2
	東部地方振興事務所(石巻)	5	2
	東部地方振興事務所 登米地域事務所	5	2
	気仙沼地方振興事務所	5	2

(窓口開設は祝日を除く)

■相談方法別による相談件数の推移 県受付分 <<P7関連>>

(件数)

(単位:件)

方法\年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
電 話	8,753	8,287	7,123	7,147	8,228	7,626	6,657	6,153	6,250	6,683	6,671
来 庁	2,192	1,663	1,204	1,292	1,401	1,184	1,078	955	955	930	1,012
文 書	3	10	3	3	10	12	6	1	2	3	3
計	10,948	9,960	8,330	8,442	9,639	8,822	7,741	7,109	7,207	7,616	7,686

(割合)

(単位:%)

方法\年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1
電 話	80.0%	83.2%	85.5%	84.7%	85.4%	86.4%	86.0%	86.6%	86.7%	87.7%	86.8%
来 庁	20.0%	16.7%	14.5%	15.3%	14.5%	13.4%	13.9%	13.4%	13.3%	12.2%	13.2%
文 書	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

■「商品・サービス」年代別相談件数上位10位 令和元年度 <P7関連>

(単位:件)

順位	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代	
1	デジタルコンテンツ	28	デジタルコンテンツ	73	デジタルコンテンツ	61	デジタルコンテンツ	90	商品一般	150
2	他の健康食品	15	不動産賃借	31	不動産賃借	49	商品一般	77	デジタルコンテンツ	113
3	他の化粧品	12	商品一般	29	商品一般	46	他の健康食品	70	インターネット接続回線	80
4	四輪自動車	4	他の健康食品	23	他の健康食品	44	不動産賃借	59	他の健康食品	79
5	相談その他	4	フリーローン・サラ金	23	フリーローン・サラ金	28	インターネット接続回線	49	不動産賃借	51
6	商品一般	3	エステティックサービス	22	インターネット接続回線	26	フリーローン・サラ金	44	フリーローン・サラ金	46
7	高麗人参茶	2	四輪自動車	21	四輪自動車	25	四輪自動車	31	工事・建築	34
8	着物類	2	他の化粧品	16	工事・建築	22	相談その他	23	相談その他	34
9	基礎化粧品	2	モバイルデータ通信	12	他の化粧品	13	複合サービス会員	20	四輪自動車	29
10	新聞	2	他の内職・副業	11	エステティックサービス	10	基礎化粧品	18	基礎化粧品	25

順位	60歳代		70歳代		80歳代		90歳代以上		不明	
1	商品一般	244	商品一般	238	商品一般	88	工事・建築	3	商品一般	130
2	デジタルコンテンツ	90	インターネット接続回線	70	インターネット接続回線	28	商品一般	1	相談その他	97
3	インターネット接続回線	72	デジタルコンテンツ	45	工事・建築	22	他の酒類	1	デジタルコンテンツ	69
4	不動産賃借	42	相談その他	41	固定電話サービス	15	洗濯用洗剤	1	インターネット接続回線	55
5	他の健康食品	34	工事・建築	33	相談その他	15	指輪	1	工事・建築	53
6	フリーローン・サラ金	34	固定電話サービス	23	修理サービス	8	保健衛生用品その他	1	携帯電話サービス	46
7	工事・建築	33	フリーローン・サラ金	19	フリーローン・サラ金	8	金融関連サービス	1	広告代理サービス	32
8	相談その他	27	四輪自動車	18	不動産賃借	7	老人ホーム	1	フリーローン・サラ金	31
9	四輪自動車	24	携帯電話サービス	18	デジタルコンテンツ	7	祈とうサービス	1	他の健康食品	30
10	電気	23	役務その他サービス	17	他の行政サービス	7	相続	1	修理サービス	29

■「問題のある商法」年代別相談件数上位10位(重複集計) 令和元年度 <P9関連>

(単位:件)

順位	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代	
1	ワンクリック請求	14	サイドビジネス商法	52	架空請求	20	不当請求	33	架空請求	88
2	架空請求	9	利殖商法	23	不当請求	19	架空請求	29	ワンクリック請求	27
3	無料商法	8	架空請求	17	無料商法	16	無料商法	27	不当請求	25
4	不当請求	5	紹介販売	16	サイドビジネス商法	13	ネガティブオプション	16	ネガティブオプション	19
5	サイドビジネス商法	5	無料商法	15	利殖商法	9	サイドビジネス商法	12	無料商法	19
6	ネガティブオプション	4	不当請求	11	ネガティブオプション	8	ワンクリック請求	12	サイドビジネス商法	9
7	利殖商法	2	クレ・サラ強要商法	7	ワンクリック請求	8	アポイントメントセールス	5	モニター商法	6
8	モニター商法	1	ネガティブオプション	6	アポイントメントセールス	4	利殖商法	5	利殖商法	5
9	当選商法	1	ワンクリック請求	6	アンケート商法	2	点検商法	4	開運商法	4
10	—	—	キャッチセールス	6	当選商法	2	アンケート商法	2	点検商法	3

順位	60歳代		70歳代		80歳代		90歳以上		不明	
1	架空請求	199	架空請求	174	架空請求	58	ネガティブオプション	1	架空請求	86
2	ワンクリック請求	21	無料商法	21	点検商法	14	点検商法	1	無料商法	33
3	ネガティブオプション	18	不当請求	19	無料商法	9	不当請求	1	不当請求	26
4	不当請求	13	ネガティブオプション	12	不当請求	5	開運商法	1	ネガティブオプション	23
5	無料商法	13	ワンクリック請求	9	二次被害	5	—	—	ワンクリック請求	8
6	サイドビジネス商法	10	当選商法	8	ネガティブオプション	4	—	—	紹介販売	6
7	利殖商法	7	点検商法	7	原野商法	4	—	—	アンケート商法	5
8	当選商法	5	サイドビジネス商法	5	利殖商法	3	—	—	点検商法	4
9	二次被害	4	利殖商法	3	開運商法	1	—	—	当選商法	3
10	開運商法	4	開運商法	2	福祉商法	1	—	—	サイドビジネス商法	3