

令和6年度第2回宮城県消費生活審議会

日 時：令和7年1月28日（火）

午前10時から正午まで

場 所：宮城県庁4階 特別会議室

次 第

1 開 会

2 あいさつ 【5分】

3 諮 問 【5分】

4 議 事 【100分（11:50まで）】

(1) 宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）の骨子案について

(2) 宮城県消費者教育推進計画（第3期）の骨子案について

5 その他 【5分】

6 閉 会

<配付資料>

- ・ 次第、出席者名簿、座席表、消費生活条例抜粋
- ・ 資料1 諮問書写し（宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）及び宮城県消費者教育推進計画（第3期）の策定について）
- ・ 資料2-1 宮城県消費者施策推進基本計画（第2期～第5期）の構成比較表
- ・ 資料2-2 // （第5期）策定の方向性について
- ・ 資料2-3 // （第5期）骨子案
- ・ 資料2-4 // （第5期）目標項目の検討
- ・ 参考資料1 国・他県の消費者施策基本計画との構成比較表（基本計画の比較）
- ・ 資料3-1 宮城県消費者教育推進計画（第2期～第3期）の構成比較表
- ・ 資料3-2 // （第3期）において重点的に取り組む事項について
- ・ 資料3-3 // （第3期）骨子案
- ・ 参考資料2 他府県の消費者教育計画及び計画案との重点事項等 比較表（教育計画の比較）
- ・ 資料4 計画策定スケジュール

消文第 304 号

令和 7 年 1 月 28 日

宮城県消費生活審議会会長 殿

宮城県知事 村 井 嘉 浩

宮城県消費者施策推進基本計画（第 5 期）及び宮城県消費者教育
推進計画（第 3 期）の策定について（諮問）

このことについて、消費生活条例（昭和 51 年宮城県条例第 14 号）
第 30 条の規定により、貴会の意見を求めます。

諮問理由

県は、消費生活条例（昭和 51 年宮城県条例第 14 号）第 8 条の規定に基づき、平成 18 年に宮城県消費者施策推進基本計画を策定し、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を図っている。また、平成 28 年には、消費者教育についての具体的な計画である宮城県消費者教育推進計画を策定し、消費者教育の体系的な推進を図っている。

両計画が令和 7 年度末で終期を迎えることから、消費者行政を取り巻く状況の変化等を踏まえながら、今後も消費者施策の推進を図っていくため、令和 8 年度以降を対象期間とする宮城県消費者施策推進基本計画（第 5 期）及び宮城県消費者教育推進計画（第 3 期）の策定について諮問するもの。

宮城県消費者施策推進基本計画（第2期～第5期）の構成比較表

期	第2期	第3期	第4期	第5期（案）	
計画策定年月	平成23年3月	平成28年3月	令和3年3月	令和8年3月	
計画期間	平成23年度～平成27年度	平成28年度～令和2年度	令和3年度～令和7年度	令和8年度～令和12年度	
構成	I 「消費者施策推進基本計画」の策定に当たって 1 計画策定の趣旨 2 計画の位置付け 3 計画の期間 4 計画の実施状況の管理 II 消費者行政をめぐる現状及び課題について 1 消費者行政をめぐる現状 2 課題 III 推進する消費者施策及びその内容 1 消費生活の安全・安心の確保 2 商品やサービスの選択の機会確保 3 啓発活動の推進と消費者教育の充実 4 消費者被害の救済 5 消費者行政の充実・強化 6 関係団体への支援 7 環境に配慮した消費行動の推進 IV 主要重点推進項目 1 市町村の消費生活相談体制の強化について 2 高齢者の消費者被害対策について 3 若者の消費者被害対策について 4 多重債務者対策について	第1章 計画の策定に当たって 1 計画策定の趣旨 2 計画の位置付け 3 計画の期間 第2章 消費者行政を取り巻く現状と課題 1 消費者行政を取り巻く現状 2 第2期基本計画の主要推進重点項目の成果と課題 3 今後予想される社会情勢の変化 4 東日本大震災を契機とした消費者施策の展開 第3章 基本理念と目指すべき宮城県の姿 1 基本理念 2 目指すべき宮城県の姿と方向性 第4章 計画の体系と施策展開 1 施策体系 2 基本施策の推進 (1) 消費生活の安全・安心の確保 (2) 自立した消費者の育成 (3) 消費者被害の防止と救済 (4) 環境に配慮した消費行動の推進 3 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 (2) 高齢者の消費者被害の防止と救済 (3) 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進 第5章 計画の推進体制と進行管理 1 推進体制 2 進行管理	第1章 計画の策定に当たって 1 計画策定の趣旨 2 計画の位置付け 3 計画の期間 第2章 消費者行政を取り巻く現状と課題 1 消費者行政を取り巻く現状 2 第3期基本計画の重点的取組の成果と課題 3 今後予想される社会情勢の変化 第3章 基本理念と目指すべき宮城県の姿 1 基本理念 2 目指すべき宮城県の姿 第4章 計画の体系と施策展開 1 施策体系 2 消費者施策の推進 (1) 消費生活の安全・安心の確保 (2) 自立した消費者の育成 (3) 消費者被害の防止と救済 (4) 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進 3 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 (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 (3) 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進 (4) 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進 第5章 計画の推進体制と進行管理 1 推進体制 2 進行管理	第1章 計画の策定に当たって 1 計画策定の趣旨 2 計画の位置付け 3 計画の期間 第2章 消費者行政を取り巻く現状と課題 1 消費者行政を取り巻く現状 2 第4期基本計画の重点的取組の成果と課題 3 今後予想される社会情勢の変化 第3章 基本理念と目指すべき宮城県の姿 1 基本理念 2 目指すべき宮城県の姿 第4章 計画の体系と施策展開 1 施策体系 2 消費者施策の推進 (1) 消費生活の安全・安心の確保 (2) 自立した消費者の育成 (3) 消費者被害の防止と救済 (4) 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進 3 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 (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 (3) 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進 (4) 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進 第5章 計画の推進体制と進行管理 1 推進体制 2 進行管理	備考 ・第4期→第5期は、構成及び重点的取組は変わらない。 ・しかしながら、各項目の記載内容や、取組内容、目標とする項目は見直しを行う。

第5期の考え方
 長期的な視点で、消費者施策を着実に進めていく

消費生活条例（昭和51年3月27日 宮城県条例第14号）
 （基本理念）

- 第2条 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。
- 一 消費者の安全が確保されること。
 - 二 商品及びサービス(以下「商品等」という。)について自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること。
 - 三 消費者に対し、必要な情報が提供されること。
 - 四 消費者に対し、消費生活に関する教育の機会が提供されること。
 - 五 消費者の意見が消費者施策に反映されること。
 - 六 消費者に被害が生じた場合には、適切かつ迅速に救済されること。
- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。
- 3 消費者施策の推進は、環境への負荷の低減に配慮して行われなければならない。

- 1 策定の趣旨 第4期基本計画における成果や課題、社会情勢の変化などを踏まえ、より効果的な消費者施策の展開を図るため、第5期基本計画を策定するもの。
- 2 位置付け 消費生活条例第8条に基づき消費者施策の推進に関する基本的な方針を定める。策定に当たっては、県の総合計画「新・宮城の将来ビジョン」と整合性を図る。
- 3 計画期間 令和8年度から令和12年度までの5年間

現行計画 (R3~R7) の施策の方向

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

【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

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

【施策】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)各種相談窓口等による情報提供の充実
- (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
- (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との連携・協力

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

【施策】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
- (2)消費者教育推進に係る人材の育成
- (3)関係団体への支援・連携・協働
- (4)関連施策等との連携

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

【施策】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
- (2)消費者被害の未然防止
- (3)消費生活上特に配慮を必要とする消費者への支援
- (4)消費者被害の拡大防止と被害者の救済
- (5)関係機関との連携の強化

4 人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会

【施策】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
- (2)人や社会に配慮した消費行動の推進
- (3)環境に配慮した消費行動の推進
- (4)環境に配慮した地域づくりの推進

【重点的取組事項】

- 1 ライフステージに応じた消費者教育の推進
- 2 配慮を必要とする消費者被害の防止と救済
- 3 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進
- 4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進

現行計画期間中の取組と今後の課題

【取組内容】

- 事業者への立入検査、誇大広告を行う事業者等に対する指導
- 各種相談窓口の設置
- 注意喚起情報の掲示、関係機関への情報提供
- 各種会議における関係団体との意見・情報交換

【課題】

- 消費者問題の複雑化により、専門機関との連携の重要性が高まっている

【取組内容】

- OSNSやTV等、様々な媒体を活用した広報活動
- 出前講座・講演会の実施、弁護士による法律授業
- 教員向けの研修
- 県警・マスコミと連携した広報活動

【課題】

- 消費者教育が手薄になっている年代がある
- 関心が低い方への啓発 ●多種多様なトラブル
- 消費生活サポーターの年齢層の偏り、サポーターの役割

【取組内容】

- 各種媒体を活用した消費者トラブル等の情報提供
- 出前講座・講演会の実施
- 関係機関への情報提供及び意見交換
- 相談員の研修機会の確保、法律相談会の実施

【課題】

- 配慮を要する消費者（高齢者等）の増加
- 関係機関との連携強化及び見守り体制の構築
- 消費生活相談員の確保

【取組内容】

- エシカル消費に関するリーフレット作成、セミナー及び動画コンテンツの実施
- 「宮城県グリーン製品」の認定やセミナーによるグリーン購入等の普及促進
- ラジオCMや啓発イベントの実施による3Rの推進

【課題】

- エシカル消費の認知度がまだまだ低い
- 消費者と事業者の行動変容には啓発の継続が必要

次期計画の方向性

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

【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

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

○事業者は適正な事業活動を展開し、消費者は自身の選択に納得し取引している。

【施策】消費生活の安全・安心の確保

- ・事業者に対する指導、迅速な情報提供の実施
- ・関係機関と連携した対応、速やかな情報共有・情報発信

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情報提供を受けることができる。
○消費者は、常に商品等について自主的かつ合理的な選択ができる。
○自立した消費者として、被害に遭いにくくなる。
○持続可能な社会の形成に積極的に参画している。

【施策】自立した消費者の育成

- ・消費者教育及び啓発の継続、社会情勢に応じた啓発
- ・消費者教育の充実、教育の担い手に対する研修の実施
- ・専門家や関係機関等（企業、サポーター含む）との連携

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

○関係機関が連携を持つことで、より効果的で利便性の高い相談体制が構築されている。
○消費者トラブルに遭っても、どこに相談すればよいか分かり、適切な助言及びあっせんが受けられる。
○特に配慮を必要とする消費者でも、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る。

【施策】消費者被害の防止と救済

- ・消費者トラブル等の情報提供の継続
- ・身近な地域での連携による見守り体制構築の推進
- ・相談員確保に資する各種取組、資質向上のための研修

4 人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会

○持続可能な社会の形成のために、消費者はエシカル消費を、事業者は消費者志向経営を実践している。

【施策】環境に配慮した消費行動の推進

- ・エシカル消費の普及啓発
- ・環境教育と連携した消費者教育

【重点的取組事項】

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

宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）骨子案

第1章 計画の策定に当たって

- 第1 趣 旨 第4期基本計画における成果や社会情勢の変化などを踏まえ、より効果的な消費者施策の展開を図るため、第5期基本計画を策定するもの。
- 第2 位置付け 消費生活条例第8条に基づき策定。消費者施策の推進に関する基本的な方針を定める。
- 第3 計画期間 令和8年度から令和12年度までの5年間

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
- 2 県消費生活センター等の相談状況
- 3 法令等の整備状況

第2 第4期基本計画の重点的取組の成果と課題

1 ライフステージに応じた消費者教育の推進

- 成果 出前講座の実施。消費者教育の担い手育成のため教員向けの研修を実施。
- 課題 教育・啓発が手薄の年代がある。また、関心が低い方への啓発も課題。

2 配慮を必要とする消費者の被害の防止と救済

- 成果 高齢者や若年層を対象とした啓発の実施。福祉関係者、弁護士会、学校等への情報提供及び意見交換。
- 課題 関係機関との連携強化及び見守り体制の構築が必要。

3 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進

- 成果 市町村相談員向けの研修会や法律相談会の開催。消費生活相談アドバイザー弁護士制度の運用、消費生活サポーターによる啓発活動。
- 課題 消費生活サポーターの年齢層の偏り。サポーターを活かした取組の検討。

4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進

- 成果 エシカル消費に関するセミナー開催や動画コンテスト等、各種啓発事業を実施。
- 課題 エシカル消費の認知度が低い。

第3 今後予想される社会情勢の変化

- 1 配慮を要する消費者の増加と被害拡大
- 2 デジタル技術の進展等による新たな消費者トラブルの発生
- 3 消費生活相談員のなり手不足
- 4 持続可能な社会実現への関心の高まり

第3章 基本理念と目指すべき宮城県の姿

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

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1 基本理念

第2 目指すべき宮城県の姿

『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』の実現のため、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

- ▽事業者は消費者の視点に立ち、適正な商品・サービス・情報を、適切に提供する。消費者は、自らの選択に納得した上で取引ができる。
- ▽行政は監視・指導や情報提供等を行い、消費生活の安全・安心を図っている。

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情報提供を受けることができる。
- ▽消費者は、常に商品等について自主的で合理的な選択ができる。
- ▽消費者被害に遭いにくくなる。
- ▽公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画している。

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

- ▽関係機関が連携を持つことで、より効果的で利便性の高い相談体制を構築している。
- ▽どこに相談したらよいか分かり、適切な助言・あっせんが受けられる。
- ▽身近な地域での連携が進み、消費生活上特に配慮を必要とする高齢者・障害者・若年者・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る。

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実現していくために、消費者はエシカル消費を、事業者は消費者志向経営を実践している。

第4章 計画の体系と施策展開

第1 施策体系

第2 消費者施策の推進

4つの消費者施策を定め、目指すべき姿の実現に向けて取り組みます。

消費者施策	推進項目
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 (2) 各種窓口相談等による情報提供の充実 (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 (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
	参考指標 消費生活の安全・安心確保に向けた定期的な立入検査等
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 (2) 消費者教育推進に係る人材の育成 (3) 関係団体への支援・連携・協働 (4) 関連施策等との連携
	目標項目 消費生活サポーターの認定数 小・中・高等・特別支援学校向け副教材の使用率
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 (2) 消費者被害の未然防止 (3) 消費生活上特に配慮を必要とする消費者への支援 (4) 消費者被害の拡大防止と被害者の救済 (5) 関係機関との連携の強化
	目標項目 県、市町村、その他団体等の啓発講座の開催回数と受講者数 地域包括支援センター等への情報提供 参考指標 市町村の消費者安全地域確保協議会の設置数
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 (2) 人や社会に配慮した消費行動の推進 (3) 環境に配慮した消費行動の推進 (4) 環境に配慮した地域づくりの推進
	目標項目 エシカル消費の認知度 県民一人一日当たりの一般廃棄物排出量

※「宮城県消費者教育推進計画」で消費者教育に関する取組を具体化

第3 重点的取組

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・効率的に推進します。

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5章 計画の推進体制と進行管理

第1 推進体制

第2 進行管理

消費者施策推進基本計画 目標項目の検討

1 検討が必要な理由

基本計画では、施策の実施状況を測る指標として8つの項目で目標値を設定している。
 前回の計画策定時からの状況の変化を踏まえ、次期計画の策定に合わせて目標項目を見直すもの。

2 現在の目標項目と新たな項目案

施策名	現在の目標項目	問題点		新たな項目案	特記事項
1 消費生活の安全・安心の確保	①消費生活の安全・安心確保に向けた定期的な立入検査等	・実施回数は検査計画や対象施設数の変動に影響される。	継続	(参考指標) 消費生活の安全・安心確保に向けた定期的な立入検査等【継続】	・実績を示すために参考指標として残すのはどうか。 ・北海道は参考値として管理している。
	2 自立した消費者の育成		継続	①消費生活サポーター認定数【継続】	
	③小中高特支の副教材使用率		継続	②小中高特支の副教材使用率【継続】	
3 消費者被害の防止と救済	④県市町村等の啓発講座開催数	・依頼数に応じた開催数である。	継続+α	③県市町村等の啓発講座開催数・受講者数【継続+α】	
	⑤包括Cへの情報提供		継続+α	④包括Cやその他福祉関係団体への情報提供【継続+α】	・審議会での意見のやり取りを踏まえて追記。 ・次期は「件(提供先)」でカウント。
			新規	(参考指標) 市町村の消費者安全地域確保協議会設置数【新規】	・新規。取組(設置)主体が県ではないため参考指標とする。
4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進	⑥一般廃棄物排出量/人・日	・循環型社会形成推進計画(循環型社会推進課)での目標項目。	新規	⑤エシカル消費の県民認知度【新規】	・宮城県のデジタル身分証アプリ「ポケットサイン」で、県民に対しアンケートを実施して調査をする予定。
	⑦環境配慮マーク商品を選ぶことを意識する人の割合	・消費者意識基本調査(消費者庁)での調査項目だったが、R4年度からこの項目が消えた。	継続	⑥一般廃棄物排出量/人・日【継続】	・次期 循環型社会形成推進計画(R8年度~)でも継続して目標項目となる方向。
	⑧地産地消を意識する人の割合	・同上	削除		

3 参考 他都道府県で設定している目標項目の例

	項目	備考
1	188、消費生活センターの認知度	北海道、青森県、山形県、仙台市等。調査方法は様々。(県民意識調査、モニター制度、調査会社に委託、店頭アンケート実施など)
2	消費生活相談員の研修参加率	北海道、青森県、山形県、福島県等。
3	消費者被害未然防止のための情報発信回数	愛知県。紙媒体やSNSなどでの発信回数。毎年100回以上が目標。ホームページのアクセス数を目標にしている県もある。
4	福祉関係者を対象とした研修会の開催回数	岩手県。年間10回が目標。
5	消費者安全地域確保協議会の設置数(もしくは人口カバー率)	北海道、青森県、山形県、岩手県、新潟県、愛知県など。
その他	相談の解決率(北海道、群馬県、愛知県、京都府等)、消費者ボランティア人数・大学生ボランティアによる情報発信回数(京都府)、目標を設定していない(秋田県、東京都等)	

国・他県の消費者施策基本計画との構成比較表

自治体名	宮城県	国（消費者庁）	岩手県	北海道	広島県
計画名	宮城県消費者施策推進基本計画 （第5期）	第5期消費者基本計画（素案）	次期岩手県消費者施策推進計画（骨子） （※第5期）	第4次北海道消費生活基本計画（素案）	第4次広島県消費者基本計画（骨子）
策定年月	令和8年3月	令和7年3月（予定）	令和7年3月（予定）	令和7年3月（予定）	令和7年3月（予定）
計画期間	令和8年度～令和12年度	令和7年度～令和11年度	令和7年度～令和11年度	令和7年度～令和11年度	令和7年度～令和11年度
構成	<p>第1章 計画の策定に当たって</p> <p>1 計画策定の趣旨</p> <p>2 計画の位置付け</p> <p>3 計画の期間</p> <p>第2章 消費者行政を取り巻く現状と課題</p> <p>1 消費者行政を取り巻く現状</p> <p>2 第4期基本計画の重点的取組の成果と課題</p> <p>3 今後予想される社会情勢の変化</p> <p>第3章 基本理念と目指すべき宮城県の姿</p> <p>1 基本理念</p> <p>2 目指すべき宮城県の姿</p> <p>第4章 計画の体系と施策展開</p> <p>1 施策体系</p> <p>2 消費者施策の推進</p> <p>（1）消費生活の安全・安心の確保</p> <p>（2）自立した消費者の育成</p> <p>（3）消費者被害の防止と救済</p> <p>（4）人や社会、環境に配慮した消費行動の推進</p> <p>3 重点的取組</p> <p>（1）ライフステージに応じた消費者教育の推進</p> <p>（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</p> <p>（3）多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進</p> <p>（4）人や社会、環境に配慮した消費行動の推進</p> <p>第5章 計画の推進体制と進行管理</p> <p>1 推進体制</p> <p>2 進行管理</p>	<p>第1章 消費生活を取り巻く現状の課題～消費者政策のパラダイムシフトの背景～</p> <p>1 デジタル技術の飛躍</p> <p>2 消費生活のグローバル化の進展</p> <p>3 社会構造の変化</p> <p>4 より良い社会の実現と国際協調への貢献</p> <p>5 エネルギー・食糧危機と自然災害の激甚化・頻発化</p> <p>第2章 消費者政策において目指すべき社会の姿～求められるパラダイムシフト～</p> <p>1 本計画の基本的な方向性（高齢者等だけでなく全ての消費者が脆弱性を有することを認識、消費者と事業者は対峙する関係でなく健全な取引社会を共創するパートナーと捉える等）</p> <p>2 目指すべき社会の姿</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公正公平な取引環境の確保 ・全世代の消費者力（気付く、断る、相談する、周囲に働きかける力）の実践 ・持続可能で包摂的な社会の実現（※カスハラ対策含む） <p>第3章 消費者施策の推進</p> <p>1 行政の役割（※法整備、地方支援、DX等）</p> <p>2 事業者・消費者の役割と期待</p> <p>3 行政、事業者、消費者の連携による持続可能な社会の実現</p> <p>第4章 消費者政策における基本的な施策</p> <p>1 第1章で挙げた課題への対応</p> <p>2 消費者の安全及び自主的且つ合理的な選択、自律的な選択の機会の確保</p> <p>※施策の実施状況は、別に「工程表」を作成してそちらで管理している。</p>	<p>※次期計画骨子案として、取組の案のみ公表されている。</p> <p>取組1 商品やサービスの安全の確保及び消費者と事業者の取引の適正化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・監視指導、検査の徹底 ・消費者事故の調査、公表 ・生活関連物資の安定供給、価格安定 ・規格、表示の適正化推進 ・消費者契約の適正化の推進 <p>取組2 消費者教育の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ライフステージや特性に応じた教育の推進 ・社会情勢の変化に対応した教育、情報提供の推進（デジタル化、特殊詐欺の増加、成年年齢引下げへの対応） ・持続可能な社会の実現に向けた消費行動の推進 <p>取組3 消費者被害の救済</p> <ul style="list-style-type: none"> ・相談対応の充実 ・多重債務問題の解決支援 ・地域のつながりを生かした見守り体制の構築 <p>取組4 市町村・関係機関等との連携・協働</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村の相談体制の充実への支援 ・関係機関との連携 ・消費者と事業者との協働 	<p>第1章 計画の策定に当たって</p> <p>1 計画策定の趣旨</p> <p>2 計画の位置付け</p> <p>3 計画期間</p> <p>第2章 消費生活を取り巻く現状</p> <p>1 消費者被害の現状</p> <p>2 消費者を取り巻く社会環境の変化</p> <p>3 国の消費者行政の動向</p> <p>4 消費者の意識（インターネットの利用増加、緊急時における不確かな情報への対応等）</p> <p>第3章 消費者施策の基本的な方針</p> <p>1 基本的な方向性</p> <p>2 見直しの考え方（次の点に留意し見直す）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタル化及び消費者の多様化に伴う対応（デジタル格差や高齢者・若年者に配慮等） ・多様な主体の協働による取組（消費者と事業者の協働による取組等） <p>第4章 総合的・計画的の講ずべき施策の展開方向</p> <p>1 消費者の権利の尊重</p> <ul style="list-style-type: none"> ・被害防止、救済、連携体制構築 ・公正な取引の確保、安全安心の確保 <p>2 消費者の自立の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育、啓発の推進、情報提供 ・関係団体との連携 ・消費者市民社会の形成 <p>第5章 推進体制と推進管理等</p> <p>1 推進体制</p> <p>2 推進管理</p> <p>3 計画の見直し</p>	<p>1 趣旨</p> <p>2 計画の位置付け、計画期間</p> <p>3 県内の消費生活相談の状況</p> <p>4 第3次計画の振り返り</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取組の検証 ・消費生活に関する県民アンケート結果 <p>5 社会情勢の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社会人口動態の変化（高齢化等） ・デジタル技術の発達と取引のグローバル化 ・持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり ・災害等に便乗した悪質商法等への対応 <p>6 国の次期消費者基本計画の改定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国の基本方針案 <p>7 次期計画の検討の方向性（教育・啓発の重要性が高まっている、安心安全な消費生活環境の確保、多様化・複雑化する相談への対応、多様な主体との連携協働の強化、デジタル技術の一層の活用等）</p> <p>8 第4次計画の目指す姿・施策体系等</p> <p>（1）基本理念と目指す姿</p> <p>（2）施策体系と取組の方向</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育・啓発の推進（教育の推進、教育推進のための人材養成、消費者への注意喚起、SDG s に貢献する消費行動の促進） ・安全・安心な消費生活環境の確保 ・消費生活相談・支援の充実

宮城県消費者教育推進計画の構成比較表

期	第2期	第3期(案)	備考
計画策定年月	令和3年3月	令和8年3月	
計画期間	令和3年度～令和7年度	令和8年度～令和12年度	
構成	<p>第1章 計画の策定に当たって</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 計画の背景と趣旨 2 計画の位置付け 3 計画の期間 <p>第2章 消費者教育の現状と課題</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 消費者を取り巻く現状 <ol style="list-style-type: none"> (1) 消費生活相談の状況 (2) 消費者啓発及び情報提供事業 2 現計画の取組の成果と課題 (施策ごとの取組成果・課題とする) 3 国の動きと社会情勢の変化等 <ul style="list-style-type: none"> ・成年年齢の引き下げ ・キャッシュレス時代への対応 4 消費者教育における新たな視点 <ul style="list-style-type: none"> ・SDGsへの対応 <p>第3章 消費者教育推進の重点事項</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 SDGsへの対応を踏まえた消費者市民社会の意義の普及・啓発 2 成年年齢引き下げを見据えた学校教育期における消費者教育の充実 3 消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築 4 消費者教育を担う人材等の育成 5 各種関係団体・機関との連携の強化 <p>第4章 計画の施策と具体的取組</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ライフステージ・場ごとの消費者教育 <ol style="list-style-type: none"> (1) 学校教育期での取組 (2) 地域での取組 (3) 家庭での取組 (4) 職域での取組 2 消費者教育推進に係る人材の育成 <ol style="list-style-type: none"> (1) 行政・教職員への取組 (2) 学生への取組 (3) 地域人材への取組 	<p>第1章 計画の策定に当たって</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 計画の背景と趣旨 2 計画の位置付け 3 計画の期間 <p>第2章 消費者教育の現状と課題</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 消費者を取り巻く現状 <ol style="list-style-type: none"> (1) 消費生活相談の状況 (2) 消費者啓発及び情報提供事業 2 現計画の取組の成果と課題 (施策ごとの取組成果・課題とする) 3 国の動きと社会情勢の変化等 <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の多様な特性(年齢、性別、障がいの有無、国籍など)に応じたアプローチ ・デジタル化に対応した消費者教育の推進 4 消費者教育における新たな視点 <ul style="list-style-type: none"> ・SDGsの意欲の高まり ・消費者市民社会構築に向けた多角的な視点の情報提供 <p>第3章 消費者教育推進の重点事項</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 SDGsの意欲の高まりを踏まえた消費者市民社会の意義の普及・啓発 2 成年年齢前の学校教育期における消費者教育の充実 3 消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築 4 消費者教育を担う人材等の育成 5 各種関係団体・機関との連携の強化 <p>第4章 計画の施策と具体的取組</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ライフステージ・場ごとの消費者教育 <ol style="list-style-type: none"> (1) 学校教育期での取組 (2) 地域での取組 (3) 家庭での取組 (4) 職域での取組 2 消費者教育推進に係る人材の育成 <ol style="list-style-type: none"> (1) 行政・教職員への取組 (2) 学生への取組 (3) 地域人材への取組 	<p>※社会情勢の変化には「消費者の多様な特性(年齢、性別、障がいの有無、国籍など)に応じたアプローチ」と「デジタル化に対応した消費者教育の推進」を盛り込む。</p> <p>※SDGsに対する社会全体の関心が高まりを盛り込む。</p> <p>※新たな視点には非常時・緊急時に消費者が合理的な判断をするために必要な情報を提供するため、「消費者市民社会の一員としての行動を促進」を盛り込む。</p> <p>※成年年齢引下げによる若者の消費者被害未然防止を継続して行う必要があるため重点事項に継続</p>

	<p>(4) 職域への取組 3 関係団体への支援・連携・協働 4 関連施策等との連携 (1) 環境教育 (2) 食育 (3) 法教育 (4) 金融経済教育 ○計画の施策と具体的取組のイメージマップ</p> <p>第5章 計画の推進体制 1 推進体制 2 計画の管理</p>	<p>(4) 職域への取組 3 関係団体への支援・連携・協働 4 関連施策等との連携 (1) 環境教育 (2) 食育 (3) 法教育 (4) 金融経済教育 ○計画の施策と具体的取組のイメージマップ</p> <p>第5章 計画の推進体制 1 推進体制 2 計画の管理</p>	
--	---	---	--

宮城県消費者教育推進計画（第3期）において重点的に取り組む事項について

- 策定趣旨** 現行計画で得た成果や課題、国の動きや社会情勢の変化等を考慮し、多様な主体との連携のもと、より効果的な消費者教育の充実を図るため、第3期計画を策定するもの。
- 位置付け** 消費生活条例第8条に基づく宮城県消費者施策基本計画の消費者教育に関する分野を具体化するため、個別計画として、「消費者被害の救済・未然防止」、「『自立した消費者』の育成」並びに「消費者市民社会の形成に寄与する消費者を育む」という観点から策定した計画。消費者教育の推進に関する法律第10条に基づく消費者教育推進計画として定めるもの。
- 計画期間** 令和8年度～令和12年度（宮城県消費者施策基本計画に連動）

現行計画（R3～R7）の＜重点事項＞	現行計画期間中の取組と課題	次期計画（R8～R12）の＜重点事項＞
--------------------	---------------	---------------------

<p>（1）SDGsへの対応を踏まえた消費者市民社会の意義の普及・啓発 ＜主な取組＞ 「自立した消費者」「消費者市民社会」への理解 ・より効果的な広報媒体の活用、出前講座の効果的な実施 ・企業を巻き込んだ方策 ・事業者に対する教育機会の展開 ・消費者志向経営の促進 ・環境や人に配慮した消費行動の促進</p> <p>（2）成年年齢引き下げを見据えた学校教育期における消費者教育の充実 ＜主な取組＞ 「成年年齢引き下げ」に向けて、学校・家庭等において十分な教育が施される下地をつくる。 ・消費者教育を担う教員研修の環境づくり ・家庭教育を担う保護者の理解促進 ・若年層への様々な手法を用いた啓発</p> <p>（3）消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築 ＜主な取組＞ 地域の見守り体制の構築により高齢者の消費者トラブルを防止する。 ・高齢者にも分かりやすい啓発の工夫 ・地域における見守りを担う関係機関との連携強化</p> <p>（4）消費者教育を担う人材等の育成 ＜主な取組＞ 様々な場において、「消費者教育」の担い手の育成・活用を図る。 ・教員、保護者に対する啓発機会の拡充 ・消費生活サポーターの活動の活性化 ・若者の消費生活サポーターの育成・活用 ・サポーター制度の企業への拡大</p> <p>（5）各種関係団体・機関との連携の強化 ＜主な取組＞ 企業を含む関係者団体が連携して、消費者教育の機運を高める。 ・みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン協賛企業の活用・拡充 ・県・県警・マスコミとの協定の継続</p>	<p>【取組】 ○エシカル消費のリーフレットを作成し、小売店及びイベントで配布 ○企業等・社会人等向けエシカル消費セミナーを開催 ○高校生等を対象としたエシカル消費動画コンテストを開催</p> <p>【課題】 ●カスタマーハラスメントの社会問題化 ●セミナーを開催したが企業等の参加が少ないなど、関心が低い ●令和5年度県民意識調査の結果でもエシカル消費の言葉と内容を知っている人が7.6%と非常に低い</p> <p>【取組】 ○副教材、事例集の作成、配布 ○高等学校の法律授業に弁護士を派遣 ○中学校や支援学校、児童クラブ等で出前講座</p> <p>【課題】 ●教員向け研修機会の確保</p> <p>【取組】 ○県内市町村の消費者行政担当職員及び福祉関係部署の職員を対象に見守りネットワークの必要性等を説明し、未設置市町村への個別訪問 ○消費者教育に関する相談員の研修受講 ○地域コミュニティや老人クラブ、社会福祉協議会等で出前講座</p> <p>【課題】 ●高齢化や孤独・孤立が顕在化する中、見守りネットワークを設置している市町村は2市にとどまる</p> <p>【取組】 ○新任教職員研修において、消費者教育について講義 ○相談員を国民生活センター等の研修に派遣 ○消費生活サポーター養成講座の開催</p> <p>【課題】 ●コロナ禍で消費生活サポーター養成講座及びイベント等の開催を中止にしたことによりサポーターの登録数が減少 ●消費生活サポーターに若年層が少ない</p> <p>【取組】 ○金融広報委員会との共催によるセミナー等の開催 ○みやぎ消費者被害ゼロキャンペーンによる新聞での啓発 ○みやぎ青葉の会や東北財務局等との多重債務無料相談会の開催</p> <p>【課題】 ●民間企業との連携が不足</p>	<p>（1）SDGsの意欲の高まりを踏まえた消費者市民社会の意義の普及・啓発 ＜主な取組＞ 「エシカル消費」を含む消費者市民社会の官民協働での普及推進 ・企業と連携した普及啓発の方策 ・企業等と連携したカスタマーハラスメント防止に関する消費者教育 ・企業を巻き込んだ現役世代対象の消費者教育 ・地域の活性化を含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動の促進</p> <p>（2）成年年齢前の学校教育期における消費者教育の充実 ＜主な取組＞ 「成年年齢」前の年代への学校・家庭等の教育が施される下地づくり ・消費者教育を担う教員研修の環境づくり ・家庭教育を担う保護者の理解促進のための親子向けイベントでの啓発 ・若年層への様々な手法を用いた啓発</p> <p>（3）消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築 ＜主な取組＞ 地域の見守り体制の構築により高齢者等の消費者トラブルの防止 ・高齢者及び障がい者にも分かりやすい啓発の工夫 ・地域における見守りを担う関係機関との連携強化 ・市町村の消費者安全地域確保協議会の設置促進 ・企業を巻き込んだ現役世代対象の消費者教育【再掲】</p> <p>（4）消費者教育を担う人材等の育成 ＜主な取組＞ 様々な場において、「消費者教育」の担い手の育成・活用 ・教員、保護者に対する啓発機会の拡充 ・消費生活サポーターの活動の活性化 ・学生等の消費生活サポーターの発掘・育成・活用</p> <p>（5）各種関係団体・機関との連携の強化 ＜主な取組＞ 企業を含む関係者団体が連携して、消費者教育の機運を高める。 ・みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン協賛企業の活用・拡充 ・企業等と連携したカスタマーハラスメントの防止に関する消費者教育【再掲】 ・企業を巻き込んだ現役世代対象の消費者教育【再掲】 ・県・県警・マスコミとの協定の継続</p>
---	--	--

国の動き・社会情勢の変化等（次期計画に取り込むべき視点）	第3期計画のポイント（新たな視点）
------------------------------	-------------------

<p>【消費者教育の推進に関する基本方針（消費者庁）】 （基本的な視点）</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「教えられる」だけでなく、消費者による自ら及び相互に「学ぶ」「考える」「行動する」ことを促進 ● 多様な消費者の特性を踏まえたきめ細やかな対応（特に若者、高齢者等） ● デジタル化への対応 ● 消費者市民社会の一員としての行動を促進 	<p>【消費者を取り巻く現状と課題】</p> <p>（1）消費者の多様化 ① 高齢化の進行・障がい者の増加 ② 成年年齢の引下げ ③ 孤独・孤立の顕在化 ④ 在留外国人等の増加 ⑤ 家計の多様化</p> <p>（2）社会情勢の変化 ① デジタル化の進展 ② 持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けた機運の高まり ③ 自然災害等の緊急時</p> <p>（3）安全・安心の確保</p>
--	--

- 消費者の多様な特性に応じた相談・啓発の拡充
 ※高齢者・障害者等の社会経済環境の変化への対応が難しい消費者
- ライフステージに応じた消費者教育の更なる推進
 ※現役世代への消費者教育の促進
- デジタル化に対応した消費者教育
 ※タブレット端末による授業でのデジタル教材の活用への対応
- カスタマーハラスメント防止に関する消費者教育
- 災害や感染症蔓延時等の非常時における適切な情報提供及び消費者教育

第1章 計画の策定に当たって

- 趣旨 現計画の実績や社会情勢の変化、国の動向等を踏まえ、消費者教育のさらなる充実を図るため、第3期宮城県消費者教育推進計画を策定するもの
- 位置付け 消費生活条例第8条に基づく宮城県消費者施策基本計画の個別計画として、また、消費者教育の推進に関する法律第10条に基づく消費者教育推進計画として定めるもの
- 計画期間 令和8年度～令和12年度（宮城県消費者施策基本計画に連動）

第2章 消費者行政・教育の現状と課題

1 消費者を取り巻く現状

(1)消費生活相談の状況

- 令和5年度相談件数は、18,050件（県6,146件、市町村11,904件）
- SNSを端緒とした副業・情報商材トラブルの増加
- 高齢者の相談は通信販売関係を中心に依然として多い傾向

(2)消費者啓発及び情報提供事業

- 年間出前講座等の回数：95回（R5年度）
※コロナ禍により大幅に減少したものの、増加傾向
- SNS等を活用した若年層を含む幅広い世代への啓発

2 現計画の取組の成果と課題

(1)ライフステージ・場ごとの消費者教育

【成果】

- 学校教育期
- ✓ 副教材等による授業支援、弁護士派遣による法律授業（高校以上）、教員研修による教育機会の拡充
- 地域・家庭・職域等
- ✓ 出前講座、消費生活情報誌・TV・SNS等による広報
- ✓ 地域の老人福祉施設協議会の団体のイベント等での啓発、地域包括支援センター等への情報提供

【課題】

- 自分の興味のあるものしか見ない若年者が閲覧するツールでの啓発方法の検討
- 家庭教育を担う保護者への啓発方法の検討
- 高齢者には、地域の見守り体制の充実が必須
- 事業者（従業員）に対する啓発・教育が不足

(2)消費者教育推進に係る人材の育成

【成果】

- 教員向け研修の実施
- 相談員研修、市町村相談員等への研修・事例検討会
- 消費生活サポーターの活用・養成・フォロー

【課題】

- 若年層の被害の未然防止
- 教員の研修環境の整備・教員のエシカル消費に対する認知度不足
- 消費生活サポーターの高齢化等による人材不足・活動の停滞

(3)関係団体への支援・連携・協働

【成果】

- 「消費者市民ネットとうほく」との連携、支援
- 弁護士会・司法書士会との連携、会議開催
- 県警・新聞社と「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン」の実施

【課題】

- 見守りネットワークが県内2市のみの設置にとどまる
- 事業者（従業員）に対する啓発・教育が不足【再掲】

(4)関連施策等との連携

【取組】

- 金融広報委員会との共催によるセミナー等の開催
- 「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン」の展開
- エシカル消費普及セミナーの開催等

【課題】

- エシカル消費の認知度・理解度の向上
- 環境教育や食育を担当する部署との連携

3 国の動きと社会情勢の変化等

【消費者を取り巻く現状と課題】

(1)消費者の多様化

- ① 高齢化の進行・障がい者の増加
- ② 成年年齢の引下げ
- ③ 孤独・孤立の顕在化
- ④ 在留外国人等の増加
- ⑤ 家計の多様化（※）

※家計金融資産が増加の一途をたどっている一方で、貯蓄がない世帯も約13%、新型コロナウイルス感染症による生活困窮者の増加等の経済的な格差

(2)社会情勢の変化

- ① デジタル化の進展
 - ② 持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現に向けた機運の高まり
 - ③ 自然災害等の緊急時（※）
- ※ コロナ禍における不確かな情報の拡散等

(3)安全・安心の確保

【消費者教育推進の意義】

- 消費者の自立支援 = 合理的な意思決定ができ、被害に遭わない + より良い市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成
- 消費者のせい弱性への対応、個人のWell-being（※）向上の観点

※「ウェル・ビーイング」とは、個人の権利や自己実現が保障され、身体的、精神的、社会的に良好な状態にあることを意味する概念

4 消費者教育における新たな視点

- ◆ 消費者の多様な特性に応じた相談・啓発の拡充
- ◆ ライフステージに応じた消費者教育の更なる推進
- ◆ デジタル化に対応した消費者教育
- ◆ カスタマーハラスメント防止に関する消費者教育
- ◆ 災害や感染症蔓延時等の非常時における適切な情報提供及び消費者教育

第3章 消費者教育推進の重点事項

(1)SDGsの意欲の高まりを踏まえた消費者市民社会の意義の普及・啓発

<主な取組>

「エシカル消費」を含む消費者市民社会の官民協働での普及推進

- 企業と連携した普及啓発の方策
- **企業等と連携したカスタマーハラスメント防止に関する消費者教育**
- **企業を巻き込んだ現役世代対象の消費者教育**
- **地域の活性化を含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動の促進**

(2)成年年齢前の学校教育期における消費者教育の充実

<主な取組>

「**成年年齢**」前の年代への学校・家庭等の教育が施される下地づくり

- 消費者教育を担う教員研修の環境づくり
- 家庭教育を担う保護者の理解促進のための親子向けイベントでの啓発
- 若年層への様々な手法を用いた啓発

(3)消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築

<主な取組>

地域の見守り体制の構築により高齢者等の消費者トラブルの防止

- 高齢者**及び障がい者**にも分かりやすい啓発の工夫
- 地域における見守りを担う関係機関との連携強化
- 市町村の消費者安全地域確保協議会の設置促進
- **企業を巻き込んだ現役世代対象の消費者教育【再掲】**

(4)消費者教育を担う人材等の育成

<主な取組>

様々な場において、「消費者教育」の担い手の育成・活用

- 教員、保護者に対する啓発機会の拡充
- 消費生活サポーターの活動の活性化
- **学生等の消費生活サポーターの発掘・育成・活用**

(5)各種関係団体・機関との連携の強化

<主な取組>

企業を含む関係者団体が連携して、消費者教育の機運を高める

- みやぎ消費者被害ゼロキャンペーン協賛企業の活用・拡充
- 県・県警・マスコミとの協定の継続
- **企業等と連携したカスタマーハラスメントの防止に関する消費者教育【再掲】**
- **企業を巻き込んだ現役世代対象の消費者教育【再掲】**

第4章 計画の施策と具体的取組

第2期計画で定めた4つの施策を基本として、これまでの取組を、さらに充実させていく。

○施策・取組案

1 ライフステージ・場ごとの消費者教育

- 学校教育における取組（出前講座等の消費者教育の機会拡充）
- 地域での取組
- 家庭での取組（家庭教育を担う保護者の理解促進のための親子向けイベントでの啓発）
- 職域での取組（事業者（団体）等への出前講座）
- 企業等と連携したカスタマーハラスメント防止に関する消費者教育

2 消費者教育推進に係る人材の育成

- 行政・教職員への取組（教員が研修を受けやすい環境整備）
- 学生への取組（入学オリエンテーションにおける出前講座）（若者の消費生活サポーターの育成）
- 地域人材への取組（消費生活サポーター活動の活性化）
- 職域への取組（現役世代への消費者教育の更なる推進）

3 関係団体への支援・連携・協働

- 情報連絡会議・ネットワーク体制（事業者に対する消費者教育の機会の確保）（現役世代への消費者教育の更なる推進）

4 関連施策等との連携

- 環境教育
- 食育
- 法教育
- 金融経済教育

第5章 計画の推進体制（推進体制と計画の管理）

- 国、市町村、消費者団体、事業者団体、NPO法人など各種関係機関・団体との連携により計画を推進。
- 施策・取組について、毎年度、評価等を行い、消費生活審議会への報告及び県民に公表。
- 消費者を取り巻く社会環境の変化、国の動向等を踏まえ、必要に応じて計画の見直しを行う。

他府県の教育計画及び計画案との重点事項等 比較表

※他府県の特徴的な取組に下線

自治体名	宮城県	山形県	鳥取県	京都府	愛知県
計画名	消費者教育推進計画（案）	第4次消費者基本計画 （教育推進計画と兼ねる）	鳥取県消費者教育推進計画	京都府安心・安全な消費生活の 実現を目指す行動計画（案） （教育推進計画と兼ねる）	第四次愛知県消費者行政推進計画（案） （教育推進計画と兼ねる）
策定年月	令和7年3月	令和4年3月	令和6年3月	令和6年度	令和6年度
計画期間	令和8年度～令和12年度	令和4年度～令和8年度	令和6年度～令和12年度	令和7年度～令和11年度	令和7年度～令和11年度
重点事項等	<p><重点事項></p> <ul style="list-style-type: none"> ① SDGs への対応を踏まえた消費者市民社会の意義の普及・啓発 ② 成年年齢前の学校教育期における消費者教育の充実 ③ 消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築 ④ 消費者教育を担う人材等の育成 ⑤ 各種関係団体・機関との連携の維持・強化 	<p><重点的な取組施策></p> <ul style="list-style-type: none"> ① 高齢者等被害防止のための見守り体制の構築 ② 若年者に対する消費者啓発・教育の強化 ③ エシカル消費（倫理的消費）の推進 ④ デジタル化に対応した施策の推進 	<p><重点的に取り組むべき内容></p> <ul style="list-style-type: none"> ① 家庭・職域・地域における消費者教育に対する支援 ② 要配慮者の消費者トラブルの未然防止に向けた地域の見守り活動の支援 ③ デジタル化に対応した消費者教育の推進 ④ 思いやり消費（エシカル消費）の実践に向けた消費者教育の推進 	<p><重点方針></p> <ul style="list-style-type: none"> ① 急増するインターネット取引被害への対応 ② 高齢者等の消費者被害への対応 ③ 消費生活相談体制の強化 ④ ライフステージ（年齢等特性）に応じた消費者教育の推進 	<p><基本理念></p> <p>消費者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</p> <p><目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ① 消費者被害の救済・未然防止の強化 ② 主体性のある消費者の育成 ③ 消費生活の安全・安心の確保
主な取組等	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ラジオ、SNS等のメディアイベントを活用した啓発 ✓ 中高・専門学校・大学・支援学校等の若年者への出前講座 ✓ 現役世代への消費者教育の推進 ✓ 消費生活サポーターの育成・活用 ✓ 教員研修の実施 ✓ 地域包括支援センター等との連携 ✓ 地域の社会福祉法人団体実施のイベントでの啓発 ✓ 地域安全確保協議会設置促進のための全市町村向け説明会及び個別訪問 ✓ 企業・社会人等向けエシカル消費セミナー、高校生等動画コンテスト等のエシカル消費普及啓発 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 各種公式 SNS を活用した情報発信 ✓ 高校・大学等の学校期・若者期への出前講座 ✓ <u>消費者教育コーディネーターによる学校訪問等によるニーズ把握</u> ✓ 教員向け講座の実施 ✓ 消費生活サポーター登録団体と連携し、イベント出展 ✓ 山形県消費者安全確保地域見守りネットワーク協議会を開催及び市町村訪問 ✓ <u>消費生活講座未実施の町と共催で出前講座実施</u> ✓ 県 HP でエシカル消費に取り組む団体の紹介、イベントにブース出展 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 高等学校等の弁護士出前事業 ✓ 教員向け消費者教育研修 ✓ <u>とっとり消費者大学</u> ✓ 職域における従業員向け啓発講座の開催 ✓ 相談窓口・消費者ホットライン 188 の啓発 ✓ 県消費者見守りネットワーク協議会の開催 ✓ 社会福祉関係機関における啓発講座の開催 ✓ <u>消費者トラブル未然防止のためのスマホ講座</u> ✓ <u>とっとり思いやり消費推進宣言の普及</u> 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SNS やホームページ等を活用した情報発信の強化 ✓ <u>SNS 経由「消費生活相談窓口」の設置</u> ✓ 若年者自身による啓発・消費者教育（大学・大学生協と連携） ✓ <u>勤労者世代への消費者教育</u> ✓ 消費者ボランティアによるトラブル防止の講座 ✓ <u>市町村消費者安全確保地域協議会の設置に向けた支援（設置のインセンティブとなる取組）</u> ✓ 消費者教育コーディネーター機能の強化 ✓ 京都エシカル消費推進ネットワークを主体とした持続可能な消費の普及 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 消費生活情報サイトや SNS 等の多様な手段による情報発信 ✓ <u>消費者教育コーディネーターの配置による消費者教育推進体制</u> ✓ 消費生活モニターの活用 ✓ <u>消費者教育センターを拠点とした消費者教育の推進</u> ✓ デジタル化の進展に伴う新たな課題等の研究 ✓ 研修や教員向け情報提供紙の発行等を通じた指導力の向上 ✓ 消費者教育推進地域協議会の開催 ✓ <u>カスタマーハラスメント防止に向けた啓発</u> ✓ エシカル消費の普及・啓発 ✓ 地産地消や食品ロス削減等の具体的な消費行動の推進

宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）及び
宮城県消費者教育推進計画（第3期）策定スケジュール

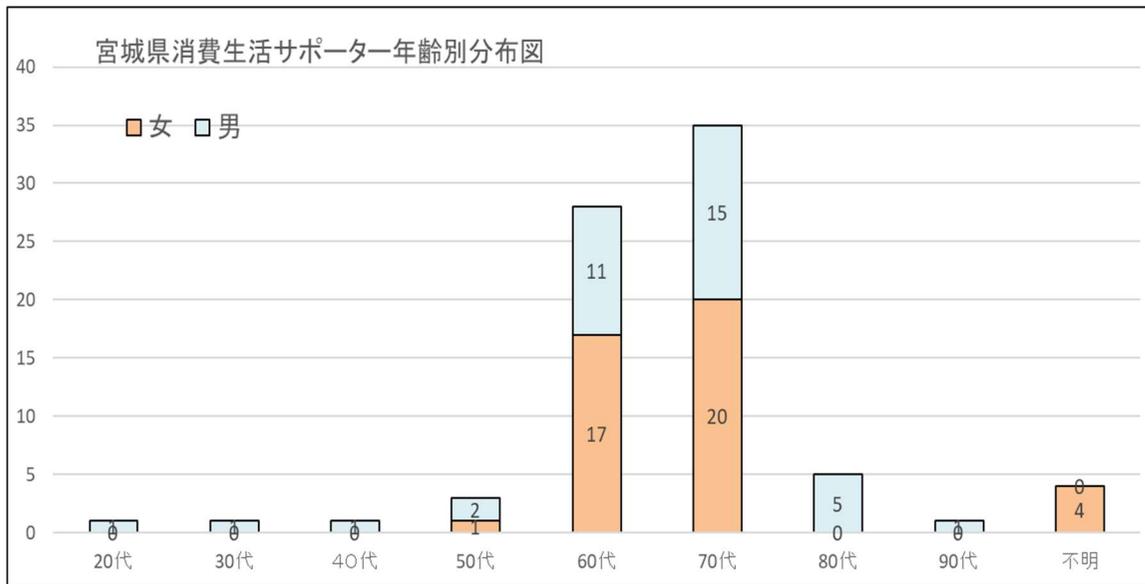
年	月	策定スケジュール	消費生活審議会	意見照会	その他事務局の作業	備考	
R7	4月	上旬	基本計画及び教育計画 画素案作成			○委員の交代ある場合は 手続要	
		中旬					
		下旬					
	5月	上旬					
		中旬					
		下旬		第1回 素案について審議			
	6月	上旬	基本計画及び教育計画 中間案作成			○各課へ関連事業の照会	
		中旬					
		下旬					
	7月	上旬					○次期委員の就任手続き開始 (推薦依頼、履歴書提出等)
		中旬					
		下旬					
	8月	上旬					
		中旬					
		下旬	第2回 中間案について審議				
	9月	上旬	○県議会常任委員会へ 基本計画（中間案）報告				
		中旬					
		下旬				○現委員の任期満了	
	10月	上旬			○パブリックコメント の募集		○新委員の任期開始
		中旬			○関係機関（弁護士会 ほか各種団体等）及び 市町村への意見照会		
		下旬					
	11月	上旬	基本計画及び教育計画 最終案作成				
		中旬					
		下旬				○各課へ最終案の意見照会	
12月	上旬						
	中旬	第3回 最終案について審議				○各課へ関連事業の予算照会	
	下旬						
1月	上旬		諮問に対する答申 (文書上のやり取りのみ)		○最終案の文書審査		
	中旬						
	下旬			○パブリックコメント公表			
2月	上旬	○基本計画について議会提案					
	中旬						
	下旬						
3月	上旬	●基本計画・教育計画公表					
	中旬						
	下旬						

1 サポーター数の推移（個人）⇒コロナ禍(R2)以降急速に減少

	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
人数(人)	169	168	148	159	117	101	82	79

2 年齢構成（個人）⇒約9割が60代以降（高齢者主体）

	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代	不明	計
人数(人)	1	1	1	3	28	35	5	1	4	79
構成比(%)	1	1	1	4	35	44	6	1	5	100



3 居住地

サポーター居住地
20/35 自治体

市町村	人数	市町村	人数	市町村	人数
仙台市	33	白石市	2	蔵王町	2
石巻市	5	登米市	5	色麻町	1
岩沼市	1	名取市	1	柴田町	2
大崎市	9	東松島市	3	大和町	1
角田市	3	富谷市	1	美里町	2
栗原市	3	大河原町	2	利府町	1
気仙沼市	1	川崎町	1		

4 主な活動内容（報告書より）

◆情報誌「みやぎの消費生活情報」の配布（個人・団体）

活動内容
情報誌「みやぎの消費生活情報」を町内会や勤務先等で回覧

◆情報誌配布以外の活動（個人）

活動内容
高齢者対象の集会の場で消費者トラブルの情報提供
県が実施する講座・講演会に参加
新聞記事、図書、リーフレットで情報収集
県と共催でパネル展や出前講座を実施
スーパーで啓発チラシ及び啓発グッズを配布
職場内のシステムを利用し啓発情報を掲示
啓発活動及び出前講座の手伝いを行った
市町村が実施する講座で講師を務めた

◆情報誌配布以外の活動（団体）

活動内容
出前講座開催（県の出前講座を活用）
講座等の開催時に参加者へ啓発チラシや啓発グッズを配布
新聞、インターネット、リーフレット等から情報収集
利用者訪問時に声掛け