

宮城県消費者施策推進基本計画
(第 3 期)

平成28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	5
3	法令関係の整備状況	7
第2	第2期基本計画の主要推進重点項目の成果と課題	8
1	市町村の消費生活相談体制の強化	8
2	高齢者の消費者被害対策	8
3	若者の消費者被害対策	9
4	多重債務者対策	10
第3	今後予想される社会情勢の変化	10
第4	東日本大震災を契機とした消費者施策の展開	11
第3章	基本理念と目指すべき宮城県の姿	12
第1	基本理念	12
第2	目指すべき宮城県の姿	13
第4章	計画の体系と施策展開	14
第1	施策体系	14
第2	消費者施策の推進	15
1	消費生活の安全・安心の確保	15
2	自立した消費者の育成	16
3	消費者被害の防止と救済	17
4	環境に配慮した消費行動の推進	18
第3	重点的取組	19
1	ライフステージに応じた消費者教育の推進	19
2	高齢者の消費者被害の防止と救済	19
3	多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進	20
第5章	計画の推進体制と進行管理	21
第1	推進体制	21
第2	進行管理	21

目 次

施策取組一覽	2 3
資料編	3 1
補足資料	3 2
消費生活条例	3 5
消費生活条例施行規則	4 7

第1章 計画の策定に当たって

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、「消費者の権利の尊重」及び「消費者の自立の支援」を基本理念とする消費生活条例（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2期計画期間：平成23年度から平成27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、高度情報通信社会の進展、高齢化・独居化の進行などによって大きく変化し、それに伴う消費者問題も新たに発生しているため、これらに的確に対応していくことが求められていることから第3期基本計画を策定し、さらなる取り組みを推進することとしました。

県では、消費者が「自らの」利益の擁護及び増進のために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ことが重要と考えています。これからは自身のみならず、その外側にも目を向け、身近な生活環境から広く社会、地球環境に至るまで意識を及ぼせることができ、自らの消費行動が外的環境に与える影響を自覚しながら積極的に社会に参加していく消費者を育成することが求められています。そこで、第3期基本計画では、「消費者市民社会」の実現に寄与する人材育成等の重要性も考慮し、基本理念に新たに「消費者市民社会の実現」を加えることとしました。

また、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、より具体の個別計画として「宮城県消費者教育推進計画」を策定し、施策を展開することとしました。これにより、消費者施策の実効性を高め、新しい概念である「消費者市民社会」の実現を図ろうとするものです。

第3期基本計画では、第2期基本計画で得た成果と課題、そして社会情勢の変化などを考慮し、より消費者の視点に立った計画とすることで、多様な主体との連携のもと、これまで以上に効果的な消費者施策の展開を図っていきます。

第2 計画の位置付け

1 第3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、消費者施策の推進に関する基本的な方向を定めるものです。

なお、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、より具体の個別計画として「宮城県消費者教育推進計画」を策定します。

2 基本計画及び宮城県消費者教育推進計画は、県の長期総合計画である「宮城の将来ビジョン」（計画期間：平成19年度から平成28年度まで）と、東日本大震災からの復興の道筋を示す「宮城県震災復興計画」（計画期間：平成23年度から平成32年度まで）その他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、平成28年度から平成32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) 高度情報通信社会の進展

高度情報通信社会の進展等を背景として、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インターネット経由の取引を行うようになってきました。また、情報通信に関する新たな消費者トラブルが次々と発生しており、内容も携帯電話やスマートフォン、光回線など電気通信サービス契約に関するもの、インターネット通販による商品の購入や電子マネー等多様化する決済手段に関するもの、迷惑メールや個人情報の不正入手に関するものなど、多岐にわたっています。

(2) 消費生活におけるグローバル化の進展

消費生活におけるグローバル化の進展に伴い、食料品、衣料品、電気製品等の様々な商品が事業者により輸入されて広く流通しています。また、高度情報通信社会の進展などにより、消費者が自ら海外から商品を直接購入することが容易になっています。

このようなグローバル化の進展に伴い、模倣品販売や詐欺が強く疑われるような消費者トラブル等が増加しています。

(3) 消費者トラブルに巻き込まれやすい高齢化・独居化の進行

県内の65歳以上の単身高齢者世帯数は年々増加しており、平成26年度の単身高齢者世帯数は94,768世帯(8.2%)、平成37年度には101,885世帯(11.2%)まで上昇するものと見込まれています。

高齢者、特に、相談する相手のいない単身高齢者は、特殊詐欺をはじめとした様々な消費者トラブルに巻き込まれやすい傾向にあります。

■県内の単身の高齢者世帯数の推移

区 分	H24年	H25年	H26年	H37年
単身世帯数	84,226	89,281	94,768	101,885
総世帯数	1,119,559	1,132,955	1,154,399	907,199
割 合	7.5%	7.8%	8.2%	11.2%

資料：平成26年までは県長寿社会政策課調べ(各年3月末)
平成37年は国立社会保障・人口問題研究所推計値

(4) 特殊詐欺の増加と被害金額の高額化

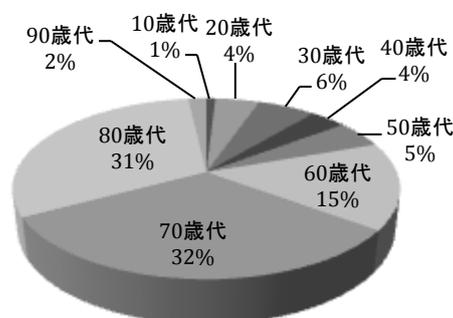
特殊詐欺は年々その手口が多様化・巧妙化しており、宮城県警察本部によると、県内の特殊詐欺被害の認知件数は、東日本大震災発生翌年度にあたる平成23年度に一時激減したものの、その後は再び増加しており、さらに被害金額についても著しく高額化しています。

■特殊詐欺被害認知状況

	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度
被害件数	184	55	73	131	225
被害金額(万円)	25,240	15,370	30,410	54,100	100,992

資料：宮城県警察ホームページより作成

■特殊詐欺被害者の年代別割合 平成26年度



資料：宮城県警察ホームページより作成

●P32に関連資料掲載

(5) 食の安全性に対する関心の高まり

近年、ホテルや百貨店、レストラン等において、実際に使われていた食材と異なる表示が行われていた事例が相次ぎ、メニュー表示に対する消費者の信頼が揺るがされました。また、冷凍食品への農薬混入事件や、食品に、虫、ビニール片、金属片、プラスチック片など様々な異物が混入していたという事例も相次ぎ、食の安全安心に対する関心が一段と高まっています。

(6) 環境問題の進展

今、私たちが暮らしている便利で豊かな社会は、大量生産・大量消費・大量廃棄型社会で、地球温暖化・天然資源の枯渇・廃棄物の増大といった環境問題をもたらしています。

例えば、食品ロス（食べられるのに廃棄される食品）の量は、年間で我が国の米の収穫量（約813万トン）に匹敵する量（約500～800万トン）が発生しており、環境への負荷をもたらす大きな問題となっています。そのほか、現代社会で多用されるデジタルカメラ、携帯電話、ゲーム機等の電子機器に含まれる、レアメタルなどの有用金属がごみとして捨てられているなどの問題もあります。

2 県消費生活センター等の相談状況

(1) 相談件数の状況

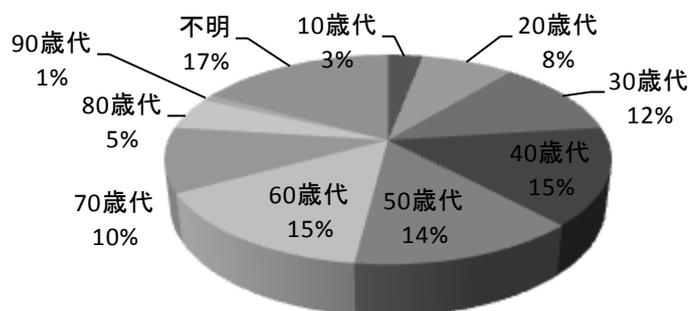
平成26年度における県消費生活センター及び6つの県民サービスセンターに寄せられた相談件数は8,822件であり、県全体では21,872件となっています。また、年代別では60歳以上の相談割合が全体の約3割となっています。

■県・市町村が受けた相談件数の推移

	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H26構成比
県	9,960	8,330	8,442	9,639	8,822	40.3%
市町村	12,763	11,385	11,306	12,494	13,050	59.7%
合計	22,723	19,715	19,748	22,133	21,872	100.0%

●P32に関連資料掲載

■消費生活相談者の年代別割合 平成26年度



(2) 分類別に見た件数の多い相談内容

①「商品・サービス」による分類

「商品・サービス」別では、相談の多い順に「デジタルコンテンツ」、「フリーローン・サラ金」、「不動産貸借」となっています。

スマートフォンをはじめとする情報通信機器の普及を背景として、「デジタルコンテンツ」に関する相談やプロバイダ、光回線契約の電話等による強引な勧誘等といった「インターネット接続回線」に関する相談が大幅に増加しています。

■「商品・サービス」相談件数上位10位 平成26年度

●P33に関連資料掲載

順位	前年	商品・サービス	相談件数		備考
			H26	H25	
1	1	デジタルコンテンツ	1792	1561	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。
2	2	フリーローン・サラ金	413	538	クレジット・多重債務・ヤミ金等に関する相談。
3	4	不動産貸借	407	458	賃貸アパート、借家等での退居・敷金返還等に関する相談。
4	5	商品一般	398	395	《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。
5	3	相談その他	356	480	《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。
6	8	インターネット接続回線	319	214	光回線・プロバイダ等に関する相談。
7	6	工事・建築	288	384	新築工事・リフォーム工事等に関する相談。
8	7	四輪自動車	224	235	普通自動車・軽自動車等の新車、中古車等に関する相談。
9	26	役務その他サービス	103	49	《サービスのうち金融・保険・運輸・通信・教育・教養・娯楽・保健・福祉・外食・冠婚葬祭・家事サービス以外》個人情報削除サービス・被害回復サービス等の不審電話や架空請求、二次被害等に関する相談。
10	15	他の行政サービス	100	72	行政のアンケート調査、行政機関を名乗る不審電話、税金の支払方法等に関する相談。

②「問題のある商法」による分類

「問題のある商法」別では、相談の多い順に「ワンクリック請求」、「架空請求」、「不当請求」となっています。

スマートフォン等でインターネットを閲覧したところ高額な料金を請求されたなどといった「ワンクリック請求」や、メールやハガキで身に覚えのない費用の請求がなされたなどといった「架空請求」に関する相談が大幅に増加しています。

■「問題のある商法」相談件数上位10位（重複集計） 平成26年度

●P33に関連資料掲載

順位	前年	商品・サービス	相談件数		備考
			H26	H25	
1	1	ワンクリック請求	981	757	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。
2	2	架空請求	650	435	身に覚えのない代金の請求。
3	3	不当請求	170	263	二重請求、不当な取立て等、業者の不当な請求。
4	6	無料商法	142	143	「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。
5	5	利殖商法	104	143	「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。
6	7	二次被害	89	85	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。
7	9	サイドビジネス商法	71	56	「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。
8	4	ネガティブ・オプション	53	151	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。
9	8	当選商法	44	59	「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。
10	10	紹介販売	28	44	人を紹介したことによって販路を拡大する販売システム。

3 法令関係の整備状況

国では、悪質商法が後を絶たない状況や、食の安全安心に対する信頼を揺るがす事件が相次いだことなどを踏まえ、行政のあり方を事業者優先から消費者の立場に立ったものに転換し、また、適切な判断・行動ができる消費者の育成を支援していくために、様々な体制の整備や法律の制定・改正が行われました。

■消費者関連法の主な改正

<p>貸金業法(H22.6.18完全施行)</p> <ul style="list-style-type: none">・個人の借入額を年収の3分の1までとする総量規制の導入, 上限金利の引下げ等
<p>特定商取引に関する法律の一部改正(H24.8.22公布, H25.2.21施行)</p> <ul style="list-style-type: none">・新たな取引類型に「訪問購入」を追加。訪問購入業者に対する不当な勧誘行為の禁止, 書面の交付義務, 売主である消費者によるクーリング・オフ等
<p>消費者教育の推進に関する法律の制定(H24.8.22公布, H24.12.13施行)</p> <ul style="list-style-type: none">・消費者教育を総合的かつ一体的に推進するため, 消費者教育に関する基本理念や国・地方公共団体の責務等を規定, 消費者教育推進計画の策定等
<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)</p>
<p>食品表示法の制定(H25.6.28公布, H27.4.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none">・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一元化し, 新たな食品表示制度を整備
<p>消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の制定(H25.12.11公布, H28.10.1施行)</p> <ul style="list-style-type: none">・多数消費者に生じた財産的被害を集団的に回復するため, 特定適格消費者団体による裁判手続を創設
<p>不当景品類及び不当表示防止法等の一部改正(H26.6.13公布)</p> <ul style="list-style-type: none">・景品表示法の一部改正(H26.12.1施行)都道府県知事に対する措置命令の権限付与・消費者安全法の一部改正(H28.4.1施行)高齢者等の見守りのための消費者安全確保地域協議会の設置等

第2 第2期基本計画の主要推進重点項目の成果と課題

第2期基本計画では、県民の生活の安定及び向上を図るため、7つの消費者施策と4つの主要推進重点項目を定め、各取組を推進してきました。

以下では、主要推進重点項目を基に、取組の成果と第3期基本計画に引き継がれる課題を整理しました。

1 市町村の消費生活相談体制の強化

平成22年度には県内すべての市町村に消費生活相談窓口(以下「相談窓口」という。)が設置されていますが、専任の消費生活相談員が配置されていない自治体が8市町ありました。しかし、平成24年度末までに6市町が消費生活相談員を配置して消費生活相談員設置市町村が33に拡大するとともに、他の市町村でも消費生活相談員が増員され、相談体制が強化されました。今後は相談窓口の消費生活センター移行などを視野に入れていくことも必要です。

また、県では、市町村消費生活相談員への助言や研修会の開催等を行ったほか、弁護士の助言を受けられる制度の活用促進を図るなど、市町村消費生活相談員の資質向上に向けた支援を行ってきました。相談内容の多様化が進む今日において、消費生活相談員には定期的な研修等による専門知識の修得及び専門性向上のためのさらなる機会が必要です。

さらに、限りある人的資源の中で高度化・複雑化する事案に効果的・効率的に対応するためには、県の消費生活センターが引き続き市町村の相談機能を補完するとともに、市町村自らの相談対応力の向上が図れるよう、法律等の専門家や適格消費者団体、その他関係団体等との連携・強化を図ることによって市町村の取組を促進していく必要があります。

■市町村が受けた相談件数の推移

	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H26構成比
仙台市	8,055	6,654	6,885	7,829	8,339	63.9%
他市町村	4,708	4,731	4,421	4,665	4,711	36.1%
合計	12,763	11,385	11,306	12,494	13,050	100.0%

●P34に関連資料掲載

2 高齢者の消費者被害対策

高齢者本人や福祉関係者に対して出前講座を行い、消費者被害に関する注意・啓発機会の拡充を図るとともに、福祉関係機関との連携による悩みごと相談等と合わせて高齢者の消費者被害の未然防止に努めてきました。

しかし、消費生活相談件数全体に占める60歳以上の割合は約3割、特に特殊詐欺で見ると、被害者の約8割が60歳以上という状況で、新たな手口の出現や、被害金額の

高額化など、高齢者を狙った悪質な取引や特殊詐欺による被害は、極めて深刻な状況となっています（第2章第1・1（4）、第2章第1・2（1）参照）。こうした被害の防止に向けては、警察等と連携しながら、これまで以上に教育や啓発の機会を増やしていく必要があります。

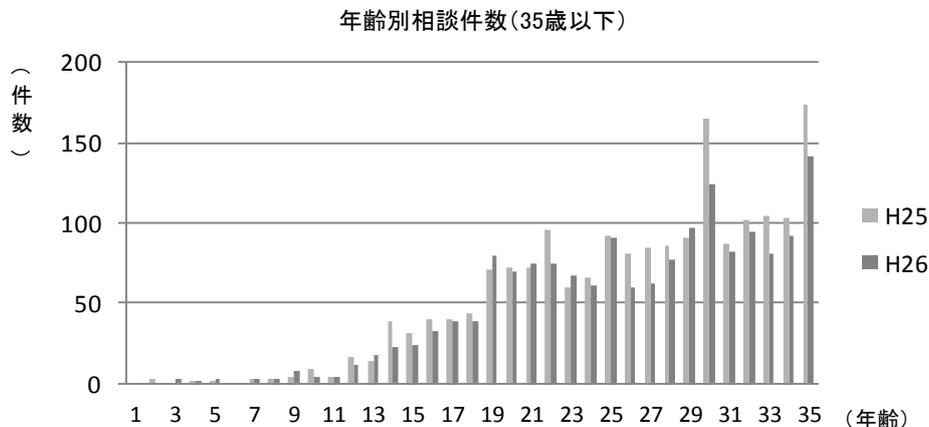
さらに、今後、相談する相手のいない高齢者の一人暮らし世帯が増加していくことが見込まれることから（第2章第1・1（3）参照）、出前講座による本人への啓発機会を拡充するとともに、地域の人や福祉関係者等の見守る側への啓発拡充を図りながら、関係者による連携の強化や地域ぐるみの見守り体制を構築していく必要があります。

3 若者の消費者被害対策

生涯にわたって自立した消費者として、安全で安心な消費生活を営んでいくためには、「自ら考え」、「主体的に判断し」、「より良く問題を解決する」という基礎的な能力を、学校にいる間に身につけておくことが大変重要になります。そのため、児童・生徒、教員それぞれを対象とした講座の開催や、弁護士を派遣しての法律授業、高校生用の副教材の作成配布などにより若者の消費者教育を着実に実施してきました。授業を受けた受講者からは、消費者被害について理解し、有意義に感じたとの感想が得られました。

しかし、教育機関においては、消費者教育の実施に当たってカリキュラム上における消費者教育の定義の不明瞭さが課題となっており、また、教材や実践事例の不足、教員の研修機会の不足なども課題としてあげられています（資料編「平成25年度宮城県消費者教育に関する実施状況調査」参照）。そのため、教員対象の研修機会の拡充などを通して消費者教育の理解を深め、学校教育期における消費者教育の充実を図っていく必要があります。

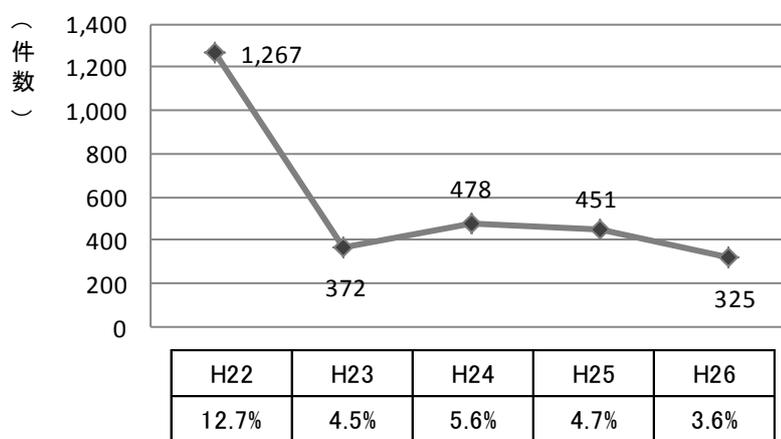
また、年齢別相談件数からは、高校や大学を卒業し、社会に出た途端に様々なトラブルに巻き込まれる状況が見られます。そのため、学校卒業後も、誰もがどこにいても生涯にわたって消費者教育を受けられるよう取り組んでいく必要があります。



4 多重債務者対策

多重債務については、相談窓口での対応とともに、無料相談会を実施するなどの取組を行ってきましたが、平成22年6月に改正貸金業法（昭和58年法律第32号）が完全施行されたこと、関係機関により窓口機能の拡充が図られたことにより、平成22年度には1,267件あった県への相談件数は、平成23年度には372件と約3分の1に減少しました。相談者は減少しているものの、依然として県民の生活破綻を招くおそれのある問題であるため、引き続き弁護士会及び司法書士会等と連携して取り組んでいくことが必要です。

■ 多重債務相談件数の推移



消費生活相談全体に占める多重債務相談の割合

第3 今後予想される社会情勢の変化

震災復興の進展による影響（事業者の参入、住宅事情、雇用環境の変化など）、少子高齢化の進展、高度情報通信社会の進展、国際化の進展、社会保障・税番号制度の導入、消費税増税、再生可能エネルギーへの転換などの変化を契機とした新たな消費者問題の発生が予想されます。

これまでにない事例に対しては、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4 東日本大震災を契機とした消費者施策の展開

平成23年3月11日に宮城県を襲った東日本大震災では、多くの尊い命が失われるとともに、相当数の家屋が損壊・喪失し、さらに、鉄道・道路をはじめとする公共交通網や電気、上下水道、燃料など生活に不可欠なライフライン・物流が破壊・寸断されるなど、我が国戦後最大規模といわれる未曾有の被害が生じました。

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となり、消費生活が崩壊する中、県民一人ひとりが秩序を持ってこうした状況に対応したほか、行政・企業・各種団体・NPO法人など多様な活動主体が互いに手を携え、各方面からの支援を受けながら、県民生活の安定に向けた活動に取り組みました。

また、「絆」、「助け合い」という人と人との結びつきが再認識され、日常生活における地域コミュニティの重要性があらためて評価されました。

私たちは、今後も起こり得る非常時においても消費生活を速やかに安定させるため、地域防災計画等に則しながら事前の備えに努めるとともに、「自立」、「連携」、「共助」といった震災から得た経験を今後の消費者施策に反映していきます。

第3章 基本理念と目指すべき宮城県の姿

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

県の消費者施策の基本理念について、条例第2条は「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。

県では、消費者が「自らの」利益の擁護及び増進のために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ことが重要と考えています。これからは自身のみならず、その外側にも目を向け、身近な生活環境から広く社会、地球環境に至るまで意識を及ぼせることができ、自らの消費行動が外的環境に与える影響を自覚しながら積極的に社会に参加していく消費者を育成していくことが必要であると考えます。

第3期基本計画では、これまでの基本理念「消費者の権利の尊重」、「消費者の自立の支援」に、新たに「**消費者市民社会の実現**」を加え、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。

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』

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提供される社会

事業者は責任をもって安全・安心な商品やサービスを必要な情報とともに提供し、消費者は常に必要な情報を得ることができるようになります。また、行政は表示の適正化に向けた取組や情報提供等を行い、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、自らの消費生活に関する行動によって、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ます。消費者はどこに相談すればよいかを知ることができ、適切な助言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 環境に配慮した消費行動ができる社会

持続可能な社会を実現していくために、大量生産・大量消費・大量廃棄型社会を見つめ直し、循環型社会や低炭素社会等の環境にやさしい社会を目指して、事業者、消費者それぞれが環境に配慮した事業活動、消費行動を行っています。

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3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「**宮城県消費者教育推進計画**」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提供される社会の実現)	(1) 商品・サービスの安全の確保と各種窓口相談等による情報提供の充実	1
	(2) 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	
	(3) 適正な契約の確保	1 2
	(4) 生活関連物資の安定供給	
	(5) 所掌する団体・事業者等への適切な指導監督	
	(6) 関係機関及び各種団体等との連携・協力	3
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
	(2) 消費者教育推進に係る人材の育成	※ 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
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	
	(5) 関係機関との連携の強化	3
4 環境に配慮した消費行動の推進 (環境に配慮した消費行動ができる社会の実現)	(1) 環境への負荷の低減に向けた取組	※ 1
	(2) 環境に配慮した地域づくりの推進	

※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

■3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	高齢者の消費者被害の防止と救済
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

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、商品・サービスに対する監視、関係事業者への指導、消費者事故等の情報収集・情報提供を行うほか、県民に対して各種相談窓口とその業務内容を周知し、相談対応や情報提供を行うなど、消費生活の安全・安心の確保に努めます。

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、規格等について着実に検査及び監視指導を行うほか、消費者が事業者と適正な契約を締結できるよう普及啓発を行います。悪質な事業者には指導・処分を行い、必要に応じて公表します。

消費生活の安全・安心の確保に当たっては、国や他の都道府県、市町村、警察本部との連携・協力のほか、事業者団体とも連携・協力して取り組みます。

■具体的取組

消費者施策	推進項目	取組 (取組の内容は施策取組一覧に記載)	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と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 液化石油ガス販売事業者への立入検査等	
		③ 電気用品販売事業者への立入検査等	
		④ ガス用品販売事業者への立入検査等	
		⑤ 消費生活用製品の危険防止に係る立入検査等	
		⑥ 貸金業者の指導監督	
		⑦ 食の安全安心の確保	
		⑧ 消費者トラブル等の相談及び情報提供	
		⑨ 医薬品の安全の確保	
		⑩ 住まいの耐震性等に関する支援	
		⑪ 住まいの相談及び情報提供	
		⑫ 不動産取引等の相談及び情報提供	
	(2) 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 不当表示及び不当な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 食品表示の適正化	
		④ 食品の栄養や健康に関する表示の適正化	
		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	
	(3) 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
	(4) 生活関連物資の安定供給	① 生活関連物資の価格調査及び物価情報の提供	
		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	
(5) 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		
(6) 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	

■目標値

項目	基準値 (H26年度)	目標値 (H32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30,000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)

消費者教育は、幼児期から高齢期まで、それぞれの時期に応じ、また、様々な場に応じて段階的、体系的に行われることが重要です。そこで、学校教育と連携した消費者教育を推進するとともに、様々な場で各世代に適した消費者教育を行うことにより、消費者被害から自らを守る力を養い、かつ、適切な消費行動をとることができる自立した消費者の育成に、国、関係する団体や機関と連携・協働して取り組みます。

また、現在、消費生活相談員、学校教職員、消費者団体等様々な主体が消費者教育の担い手として活動していますが、学校、地域、職場等の様々な場で消費者教育の中心的な役割を担う人材の育成に取り組みます。

さらに、消費者教育、消費者市民社会の実現と関係の深い環境教育、食育、法教育、金融経済教育などと連携し、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 (取組の内容は施策取組一覧に記載)	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等	※ 1
		② 地域の見守り体制の構築等	※ 1 2 3
		③ PTA活動や学校行事等との連携等	※ 1 3
		④ 事業者に対する出前講座の実施等	※ 1 3
	(2) 消費者教育推進に係る人材の育成	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 学生リーダーの育成等	※ 1
		③ 地域における消費生活サポーター制度の活用等	※ 1
		④ 経営者、従業員に対する研修の充実等	※ 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
		② 食育との連携	※ 1
		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 (H26年度)	目標値 (H32年度)
消費生活サポーターの認定数	0人	200人
小・中・高等・特別支援学校向け副教材の使用率	5.4% (41校/749校)	100% (749校/749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。

※学校数は平成26年度を基準にしています。

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開催などにより、消費生活相談員の資質向上を図ります。

また、相談窓口の周知や消費生活相談、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などを推進します。

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、地域の中で支援を行っている方々による見守り体制の構築などを図っていきます。

なお、消費者被害に遭ってしまった県民に対しては、消費生活相談窓口での調査、助言、あっせん等を適切に行うとともに、法律上の判断が必要な事例や消費生活相談窓口等では解決が困難な事例については、弁護士会、司法書士会、日本司法支援センター(以下「法テラス」という。)、適格消費者団体等の専門機関等と連携し、解決に努めます。

■具体的取組

消費者施策	推進項目	取組 (取組の内容は施策取組一覧に記載)	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 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 ※ 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】 ※ ② 高齢者の日常生活等の悩みに対する相談機能の充実 ③ 成年後見制度等の普及等 【再掲】 ④ 高齢者の権利の擁護 ⑤ 障害者の権利の擁護 ⑥ 心の健康問題に関する相談支援	1 2 3 2 2 2
	(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 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 ⑤ 多重債務問題に関する取組 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	3 3 3
	(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 ② 国、市町村、警察本部等との連携 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 3 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 (H26年度)	目標値 (H32年度)
県、市町村、その他団体等の啓発講座の開催	100% (616回)	110% (680回)
適格消費者団体の設立	0団体	1団体

※適格消費者団体とは、個々の消費者に代わって事業者による不当行為そのものの差止請求等ができる国に認定された団体です。

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

持続可能な社会を実現していくためには、事業者、消費者ともに「環境にやさしい」という視点をもって、製品の生産や購入、使用の方法等についても意識していくなど、事業活動や消費行動において環境に配慮していくことが必要です。

そのため、グリーン購入や、廃棄物の3R（リデュース、リユース、リサイクル）等による環境負荷の低減に向けた情報提供や啓発、環境教育に取り組んでいきます。

■具体的取組

消費者施策	推進項目	取組 (取組の内容は施策取組一覧に記載)	重点
4 環境に配慮した消費行動の推進	(1) 環境への負荷の低減に向けた取組	① グリーン購入等の普及促進	※ 1
		② 環境関連情報の発信	1
		③ 3Rの推進	※ 1
		④ 環境にやさしい買い物の推進	※ 1
	(2) 環境に配慮した地域づくりの推進	① 地域に密着した環境への取組の推進	

※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 (H25年度)	目標値 (H32年度)
県民一人一日当たりの一般廃棄物排出量	1,018g/人・日	930g/人・日

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3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

消費者として主体的に判断し、問題を解決する能力については、学校教育期を終える頃までに身につけることが必要です。学校教育期においては、通常のカリキュラムのほか、出前講座等の実施、教員に対する研修の実施等を通じて段階的・体系的な消費者教育の推進を図ります。

また、消費者を取り巻く環境の変化に対応するためには、常に新しい知識を取り入れる必要があります。そのため、消費者には学校教育期以降も、生涯にわたって消費生活について学習する機会が必要であり、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じ、消費者教育が体系的に行われる必要があります。今後は地域や家庭、職域等で消費者教育を担う人材の育成や環境教育等と連携した消費者教育にも取り組み、消費者教育の底上げを図ります。

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 高齢者の消費者被害の防止と救済

消費者トラブルに巻き込まれやすい高齢者、特に、相談する相手がいない単身高齢者が今後増加していくことから、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ことで、高齢者の消費者被害の未然防止を図ります。

また、判断力が著しく低下した高齢者等の契約トラブルに関しては、成年後見等の権利擁護制度の普及及び利用の促進を図り、トラブルの未然防止に努めます。

さらに、消費者団体やNPO法人、各地域の町内会、社会福祉協議会、介護（障害福祉）サービス事業所、地域包括支援センター、民生委員などと連携し、高齢者等の見守り体制の構築を図っていきます。

被害に遭ってしまった高齢者に対しては、迅速な被害情報の把握に努め、警察本部や弁護士会等との連携による解決に努めます。

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 法人と連携して取り組んでいくことが必要です。特に，近年高度化・複雑化する相談案件に対応するためには，弁護士会，司法書士会，法テラス等の専門的知識を有する団体，機関等がそれぞれの役割を果たしながら連携して取り組んでいくことが必要です。

また，マスコミに積極的に情報を提供するなど，幅広い世代に向けた周知広報を図るほか，宮城県消費者行政推進会議をはじめ，あらゆる機会をとらえて，消費者施策や消費者トラブル等に関する事例等の情報共有化を図り，連携した取組を行うことで，宮城県全体として消費者行政の強化・充実を図ります。

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（平成24年法律第61号）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・協働による体系的かつ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、その取組状況について、毎年度評価等を行い、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」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

消費者施策	推進項目	取 組	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 の確保と各 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 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。		消防課
		③ 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
		④ 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
		⑤ 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
		⑥ 貸金業者の指導監 督	貸金業法に基づき、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。		商工経営支援課
		⑦ 食の安全安心の確 保	食の安全安心消費者モニター制度事業など、みやぎ食の安全安心県民総参加運動事業を通じて、食の安全安心の確保に努めます。また、飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止するため、食品営業施設等に対する監視指導及び食品等の検査を実施します。		食と暮らしの安全推進課
		⑧ 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。		消費生活・文化課
		⑨ 医薬品の安全の確 保	医薬品について、「くすりの相談室」を開設して相談等を行うほか、「薬と健康の週間」に各地域で講演会や展示会等を開催し、医薬品の適正な使用と取扱いについて正しい知識の普及啓発を図ります。		薬務課
		⑩ 住まいの耐震性等 に関する支援	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、住まいの耐震性等に関する支援を推進します。		建築宅地課
		⑪ 住まいの相談及び 情報提供	住宅・宅地相談窓口を開設し、欠陥住宅やシックハウスなどの住宅トラブルに関する相談を行うとともに、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、住宅の瑕疵担保に関する相談及び情報提供を行います。		住宅課
⑫ 不動産取引等の相 談及び情報提供	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。		建築宅地課		

1 消費生活の安全・安心の確保

消費者施策	推進項目	取組	内 容	重点	担当課	
1 消費生活の 安全・安心 の確保	(2) 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 不当表示及び不当な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、不当な表示及び不当な景品類付き販売を監視し、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、必要に応じて工場等への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 食品表示の適正化	食品の表示について、「食品表示110番」や「食品表示ウォッチャー」等により得られた情報に基づき、国や市町村と連携しながら、事業者等に対し確認調査を行うなど、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、表示の適正化を図るほか、事業者及び消費者に対し、出前講座を開催するなどにより、食品表示に関する制度の普及啓発を図ります。		食と暮らしの安全推進課	
		④ 食品の栄養や健康に関する表示の適正化	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、広告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普及啓発を推進します。		健康推進課	
		⑤ 温泉利用施設の温泉成分等の揭示の適正化	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揭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。		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。		産業立地推進課	
	(3) 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(昭和51年法律第57号)、消費者契約法(平成12年法律第61号)、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。		2	長寿社会政策課

1 消費生活の安全・安心の確保

消費者施策	推進項目	取組	内 容	重点	担当課	
1 消費生活の 安全・安心 の確保	(4) 生活関連物資の安定供給	① 生活関連物資の価格調査及び物価情報の提供	石油製品等、生活関連物資の価格を調査し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。 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。		食産業振興課 消費生活・文化課	
	(5) 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。			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
	(6) 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	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	消費生活・文化課

2 自立した消費者の育成

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等 ※	副教材の新規作成，指導事例集の作成，ラジオやホームページ，情報誌等での啓発，出前講座等，学校教育期の各段階に合った消費者教育を推進します。	1	消費生活・文化課
		② 地域の見守り体制 ※の構築等	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。	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	P T Aが主催する行事への出前講座のほか，ラジオやホームページ，情報誌等での啓発，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。	1 3	消費生活・文化課
		④ 事業者に対する出前講座の実施等 ※	事業者に対する出前講座等の実施のほか，消費者市民社会普及のためのシンポジウム開催，事業者の自主的な取組に対する支援，表彰等，職域における消費者教育を推進します。	1 3	消費生活・文化課
	(2) 消費者教育推進に係る人材の育成	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行政職員に対する人材の育成を推進します。	1	消費生活・文化課
		② 学生リーダーの育成等 ※	消費生活サポーター制度の活用等により，各学校や関係する団体等との連携を進め学生リーダーの育成を推進します。	1	消費生活・文化課
		③ 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	消費生活・文化課
		④ 経営者，従業員に対する研修の充実等 ※	事業者団体等との合同研修のほか，事業者向けの出前講座などを通じて，職域における消費者教育を推進します。	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 ※	「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。	1	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。	1	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民法の基本原則，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 3	消費生活・文化課

3 消費者被害の防止と救済

消費者施策	推進項目	取組	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。		消費生活・文化課
		② 市町村の消費生活相談員の相談対応機能の向上支援	市町村の消費者行政について、市町村の消費生活相談員等を対象とする研修会、解決が困難な事例についての法律相談会等を開催するなど、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。	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、県のホームページへの情報の掲載、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。	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。		消費生活・文化課
		③ 講演会、出前講座 ※ の開催	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。	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。	1 2 3	消費生活・文化課
		② 高齢者の日常生活等の悩みに対する相談機能の充実	高齢者及びその家族が抱える医療、法律、保健・介護等に関する心配ごとや悩みごとなどの専門相談を実施し、県内全域をカバーするセーフティネットとしての役割を担うことにより、高齢者及びその家族の福祉の増進を図ります。	2	長寿社会政策課
		③ 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。	2	長寿社会政策課
		④ 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。	2	長寿社会政策課
		⑤ 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。	2	障害福祉課
	⑥ 心の健康問題に関する相談支援	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。		障害福祉課	

3 消費者被害の防止と救済

消費者施策	推進項目	取組	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・あっ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、あっせんその他必要な措置を速やかに講じる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。		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	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アッセン・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、あっせん又は調停に付すことにより、解決を目指します。		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。		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 環境に配慮した消費行動の推進

消費者施策	推進項目	取組	内容	重点	担当課
4 環境に配慮した消費行動の推進	(1) 環境への負荷の低減に向けた取組	① グリーン購入等の ※ 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、優れた取組の表彰及び「みやぎグリーン購入ネットワーク」の運営支援等を通じて、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。	1	環境政策課
		② 環境関連情報の発信	「みやぎ環境e-NEWS」の発行などを通じ、廃棄物の3Rに関すること、新エネルギーや省エネルギーなど環境に関する情報、環境関連のイベントに関する情報発信の充実を図ります。	1	環境政策課
		③ 3Rの推進 ※	ライフステージに応じた普及啓発事業の実施やラジオスポットCM放送等の実施により、県民及び事業者に対する廃棄物等の3Rに関する普及啓発に努めます。	1	循環型社会推進課
		④ 環境にやさしい買い物物の推進 ※	小売業者、住民団体、市町村等関係者の協働によるレジ袋の使用削減に向けた取組を支援するとともに、毎年10月の「3R推進月間」に合わせて、「環境にやさしい買い物キャンペーン」を実施することにより、「環境にやさしい買い物」を推進します。	1	循環型社会推進課
	(2) 環境に配慮した地域づくりの推進	① 地域に密着した環境への取組の推進	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。		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

■「特殊詐欺」とは、振り込み詐欺と振り込み類似詐欺の総称です。〈P4関連〉

- ・振り込み詐欺・・・オレオレ詐欺, 架空請求詐欺, 融資保証金詐欺, 還付金等詐欺
- ・振り込み類似詐欺・・・金融商品等取引詐欺, ギャンブル必勝情報詐欺, 異性交際あっせん詐欺, その他

■「振り込み詐欺」の手口 〈P4関連〉

オレオレ詐欺	電話を利用して、息子や孫、警察官、弁護士などを装い、様々な理由をつけてお金を振り込ませる手口です。近年、お金を直接取りに来るようになりました。特に息子や孫を装う場合、「オレだけど・・・」と話し始めることからオレオレ詐欺と呼ばれています。
架空請求詐欺	郵便、インターネットを利用して、有料サイトの利用料金が未払いであるなど架空の事実を口実として、お金を振り込ませる手口です。最近の傾向としては、ゆうパック、レターパック、宅配便などでお金を郵送させる「郵送型」が増えています。
融資保証金詐欺	インターネットやFAXを利用して融資する広告を出していますが、融資を申し込んだ者に「保証金・手数料・返済実績」等の名目でお金を振り込ませ、実際には融資しないという手口です。ヤミ金との違いは、融資をしないという点です。
還付金等詐欺	電話を利用して、市役所や社会保険事務所等を装い、「医療費などの還付金がある、ATMで手続きができる」などと言い、ATMに行かせてウソの手続きを教え、お金を振り込ませる手口です。

資料：宮城県警察ホームページより引用

■「振り込み類似詐欺」の手口 〈P4関連〉

金融商品等取引詐欺	電話や郵便を利用して、「社債、未公開株、外国通貨」等の金融商品に関するウソの儲け話をもちかけて、お金を振り込ませる手口です。
ギャンブル必勝情報詐欺	電話やインターネットを利用して、「パチンコ、競馬、ロト6などの必勝情報」を教えるなどもちかけて、お金を振り込ませる手口です。
異性交際あっせん詐欺	SNSサイト等を通じて、別のサイトに誘い、「登録・退会費用、文字化け解除費用」等の名目でお金を振り込ませたり、電子マネーでの支払を求める手口です。
その他の類似詐欺	いずれの手口にも厳密には該当しないが、似通った手口であり、類似していると認められるもの。例えば電話やパンフレットを使った靈感商法のような手口。

資料：宮城県警察ホームページより引用

■県の相談体制 〈P5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 〈P5関連〉

	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H26構成比
電 話	8,287	7,123	7,147	8,228	7,626	86.5%
来 庁	1,663	1,204	1,292	1,401	1,184	13.4%
文 書	10	3	3	10	12	0.1%
合 計	9,960	8,330	8,442	9,639	8,822	100.0%

■「商品・サービス」 年代別相談件数上位10位 平成26年度 <<P5, P6関連>>

順位	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代	
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数
1	デジタルコンテンツ	181	デジタルコンテンツ	188	デジタルコンテンツ	280	デジタルコンテンツ	349
2	テレビ放送サービス	8	不動産貸借	68	不動産貸借	85	フリーローン・サラ金	81
3	相談その他	6	フリーローン・サラ金	64	フリーローン・サラ金	81	不動産貸借	68
4	自動二輪車	4	四輪自動車	30	四輪自動車	39	インターネット接続回線	58
5	携帯電話サービス	4	商品一般	23	商品一般	34	相談その他	54
6	インターネット接続回線	4	エステティックサービス	21	インターネット接続回線	27	商品一般	42
7	スポーツ・健康教室	4	インターネット接続回線	18	相談その他	22	工事・建築	37
8	-	-	携帯電話サービス	16	複合サービス会員	21	四輪自動車	31
9	-	-	相談その他	12	工事・建築	16	-	-
10	-	-	他の健康食品	11	携帯電話	12	-	-

順位	50歳代		60歳代		70歳代		不 明	
	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数	商品・サービス	件数
1	デジタルコンテンツ	344	デジタルコンテンツ	253	デジタルコンテンツ	85	相談その他	148
2	フリーローン・サラ金	67	商品一般	77	商品一般	68	デジタルコンテンツ	100
3	インターネット接続回線	66	工事・建築	77	工事・建築	53	商品一般	74
4	不動産貸借	51	インターネット接続回線	67	インターネット接続回線	39	不動産貸借	67
5	商品一般	43	フリーローン・サラ金	36	相談その他	38	フリーローン・サラ金	56
6	四輪自動車	36	相談その他	34	ファンド型投資商品	23	四輪自動車	46
7	工事・建築	34	不動産貸借	32	フリーローン・サラ金	21	工事・建築	44
8	相談その他	28	四輪自動車	29	不動産貸借	19	他の行政サービス	41
9	修理サービス	14	ファンド型投資商品	23	役務その他サービス	16	インターネット接続回線	34
10	-	-	役務その他サービス	21	-	-	広告代理サービス	30

■「問題のある商法」 年代別相談件数上位10位（重複集計） 平成26年度 <<P6関連>>

順位	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代	
	問題商法	件数	問題商法	件数	問題商法	件数	問題商法	件数
1	ワンクリック請求	147	ワンクリック請求	98	ワンクリック請求	150	ワンクリック請求	192
2	架空請求	9	架空請求	54	架空請求	92	架空請求	117
3	二次被害	5	サイドビジネス商法	32	不当請求	24	不当請求	42
4	無料商法	5	無料商法	20	無料商法	22	無料商法	18
5	不当請求	4	不当請求	19	二次被害	14	二次被害	16
6	-	-	紹介販売	11	サイドビジネス商法	9	サイドビジネス商法	8
7	-	-	キャッチセールス	5	キャッチセールス	6	利殖商法	6
8	-	-	二次被害	4	アポイントメントセールス	5	当選商法	5
9	-	-	利殖商法	3	次々販売	5	開運商法	5
10	-	-	-	-	-	-	-	-

順位	50歳代		60歳代		70歳代		不 明	
	問題商法	件数	問題商法	件数	問題商法	件数	問題商法	件数
1	ワンクリック請求	191	ワンクリック請求	129	架空請求	71	架空請求	50
2	架空請求	118	架空請求	121	ワンクリック請求	32	ワンクリック請求	39
3	不当請求	32	利殖商法	27	利殖商法	25	ネガティブオプション	26
4	無料商法	22	無料商法	24	二次被害	11	不当請求	20
5	二次被害	13	不当請求	14	無料商法	11	無料商法	13
6	利殖商法	9	二次被害	14	不当請求	10	利殖商法	11
7	開運商法	8	当選商法	12	点検商法	10	サイドビジネス商法	6
8	サイドビジネス商法	7	ネガティブオプション	6	当選商法	9	-	-
9	当選商法	6	SF商法	6	次々販売	5	-	-
10	-	-	-	-	SF商法	5	-	-

■市町村消費生活相談体制(平成26年5月2日現在)・H26年度相談件数一覧 <<P8関連>>

市町村名	開設日数	相談員数	市町村受付相談件数	県受付件数(市町村毎)	市町村・県合計
仙台市	7	12	8,339	3,351	11,690
石巻市	5	4	1,142	356	1,498
塩竈市	4	1	135	279	414
気仙沼市	5	2	239	195	434
白石市	3	1	103	117	220
名取市	5	2	494	289	783
角田市	5	2	56	92	148
多賀城市	5	2	320	217	537
岩沼市	3	1	137	163	300
登米市	5	3	208	333	541
栗原市	5	2	158	270	428
東松島市	5	1	105	119	224
大崎市	5	4	710	361	1,071
蔵王町	5	1	25	65	90
七ヶ宿町	5	-	0	5	5
大河原町	2	1	28	162	190
村田町	3	1	8	58	66
柴田町	3	1	87	176	263

市町村名	開設日数	相談員数	市町村受付相談件数	県受付件数(市町村毎)	市町村・県合計
川崎町	1	1	7	46	53
丸森町	5	-	0	113	113
亘理町	5	1	77	143	220
山元町	5	1	40	42	82
松島町	2	1	34	67	101
七ヶ浜町	2	1	10	71	81
利府町	2	1	32	180	212
大和町	2	1	26	135	161
大郷町	1	1	10	39	49
富谷町	2	1	56	250	306
大衡村	5	1	4	27	31
色麻町	2	2	37	12	49
加美町	4	1	228	56	284
涌谷町	2	2	27	44	71
美里町	5	2	126	72	198
女川町	3	1	39	11	50
南三陸町	2	1	3	31	34
(その他・不明)				875	875
合計		60	13,050	8,822	21,872

■平成25年度宮城県消費者教育に関する実施状況調査(一部抜粋) <<P9関連>>

「設問」 消費者教育を推進するに当たって、課題となっていることがあれば選んでください。(3つまで)

「回答」 消費者教育における課題

