

2023 年度事業方針

2023 年度は、エネルギー価格の高騰をはじめ、政治、経済、社会の情勢が大きく変化しており、消費者運動が取り上げるべき問題もより幅広くなっています。また、社会の急速なデジタル化における課題も増えており、その内容も高度になってきています。

こうした状況を踏まえ、2023 年度は、“**多様な団体との更なる連携の強化**”を重点とし、消費者関連法の改正運動をはじめ、電気・ガスなどのエネルギーや、食品の安全・表示課題などについて、行政や大学、他分野の団体など、多様な団体との連携を強化し、学習活動・情報提供活動・政策提言・立法運動に取り組みます。また、これらの運動の中でより多くの国民に消費者運動への理解・賛同を増やすよう、各団体にも情報発信の協力を得ながら運動の見える化に取り組み、消費者団体のポジショニングの向上につとめます。

なお、取り組みにあたっては、新型コロナウイルスの感染状況をみながら、オンラインと実参加の両面での活動を進めていきます。また、消費者団体の連絡会という組織の性質上、全国消団連学習会に参加した会員団体がその会員を対象に学習会を開催する、という形で消費者団体の活動が広がっていくことを目指します。

1. 消費者問題・消費者運動への社会的な理解促進と主体的な基盤整備

(1) 消費者運動への幅広い理解・参加の獲得

消費者運動総体として、歴史の継承・後進の育成が課題となってきました。インターネットの受け入れや、大学での講師対応などを通じて、若年層への理解を広げる取り組みを進めます。また、行政や大学など多様な団体との連携を強化し、消費者団体の更なる役割発揮に向けた、活動に取り組みます。あわせて、より多くの消費者に消費者運動への理解・賛同を増やすよう、他団体にも情報発信の協力を得ながら運動の見える化に取り組み、消費者団体のポジショニングの向上につとめます。

(2) 新たな情報発信に向けた研究

若年層をはじめ消費者運動への幅広い参加を獲得する上でも、ホームページや機関紙「消費者ネットワーク」のほか、情報発信の多様化が必要です。SNS (Facebook・Twitter) のタイムリーな更新を継続するほか、フォロワー数の増加を目指します。また、YouTube の投稿や連携する団体の動画の紹介などを通じた情報発信のさらなる強化に取り組みます。

(3) 「NPO法人消費者スマイル基金」への支援

消費者スマイル基金が 2017 年にスタートし、これまでに計 10 回の助成事業を実施することができましたが、運営基盤・財政基盤は十分とは言えません。2021 年度より消費者庁の受託事業 (収益事業) を開始し、財政基盤・体制を強化していきます。引き続き本基金の事務局として、消費者運動への社会的な理解促進を進めるとともに、助成事業を通じて消費者団体の財政基盤づくりに寄与します。

2. 消費者が安全で安心できるくらしの確保

(1) 消費者基本計画への対応

2020 年度から 5 か年計画として策定された第 4 期消費者基本計画は消費者政策推進の要であり、毎年度の工程表見直しに向けて、フォローアップと政策提言に取り組みます。

(2) 地方消費者行政の充実・強化

地方消費者行政プロジェクトで自治体消費者行政調査に取り組み、現状把握に努めます。そのうえで求められる施策などについて、シンポジウム等で社会に発信します。

(3) 特定商取引法改正など消費者関連法の強化

特商法の5年後見直しとなる2024年の改正に向けて、「特商法の抜本的改正を求める全国連絡会」を中心とした全国的な改正運動を展開し、国会議員への要請活動や地方議会請願、調査・署名活動などに取り組みます。

消費者契約法の抜本見直しを契機とした消費者関連法の見直しの論議状況を踏まえつつ、将来的な改正運動を検討していきます。

景品表示法の2023年改正に向けて、景品表示法検討会報告書及びビステルマーケティングに関する検討会報告書の内容が実現するよう、学習会や議員要請など必要な取り組みを進めていきます。

取引DPF消費者保護法に基づく官民協議会に参加し、法の施行状況など、オンラインにおける取引の適正化に向けた取り組みを進めていきます。

若者の消費者被害防止のために、SNSなどを活用しながら広く情報発信をしていきます。

改正公益通報者保護法の施行から1年を迎える中、内部通報対応体制の整備状況などを踏まえながら、より実効性を高めるための取り組みを進めていきます。

(4) 社会のデジタル化に関する対応

社会のデジタル化が進む中、消費者をとりまくデジタル化に関する各課題（DPFやSNSにおける消費者トラブル、地方消費者行政のDX化、電気通信事業法関連の対応、個人情報保護など）について、学習や会議対応などに取り組みます。

(5) 食品安全・表示に関する対応

食の安全に関しては、消費者に関心が高いと思われる項目について、基本的なところから理解を深めることができるよう学習を進めます。

食品表示に関しては、新たな表示制度となる遺伝子組換え表示や、ガイドラインが策定され運用が始まっている食品添加物の「無添加」「不使用」表示、ECサイトにおける食品表示などについて消費者の理解が進むよう学習を行うとともに、消費者庁が検討を進めようとしている「食品表示基準のコーデックスの整合性を踏まえた見直し」に対しては、検討状況を見ながら対応していきます。

また、トクホや機能性表示食品などの保健機能食品や健康に関わる課題について、学びあいの場をつくります。

「食料・農業・農村基本法の見直し」については、検証部会の動向を注視しつつ学習を進め、改正に向けた議論や検証結果・まとめを踏まえて意見提出などに対応していきます。

フードテック（細胞培養肉など）の分野について情報を収集しながら、消費者への情報提供のあり方を検討します。

(6) 環境・エネルギー問題に関する対応

エネルギー問題に関しては、引き続き第6次エネルギー基本計画に基づく取り組み、GX実行会議の基本政策（原発政策などエネルギーにかかわる部分）、電気料金値上げ、ほか電力システム改革全般や再生可能エネルギー主力電源化の課題などの論点について、動向を注視し政策提言を行います。

LPガス問題については、引き続き取引適正化、料金透明化の進捗を注視し業界や行政に取り組み強化を促していきます。

環境問題については、IPCC第6次統合報告書の公表を受けて、気候変動対策の理解とエネルギー政策への反映や消費者が取るべき行動についての学習や啓発を進めます。COP28

に向けての動向を注視していきます。

プラスチック問題については、プラスチックごみや容器・包装などの諸課題への対応を継続するほか、サステナブルファッションについて取り組みを検討します。

(7) その他課題

その他、情勢に応じた消費者における課題の対応を進めます。

3. 国内各団体や国際的な消費者運動との連携強化

(1) 会員団体との連携強化

消費者団体の有する資源は限られており、個々の団体で全ての分野に精通することは困難です。消費者団体全体として社会的影響力を発揮するため、全国消団連は引き続き、会員団体が一致できる主張の社会的「拡声器」としての役割を果たしていきます。

オンラインを活用しながら、地域団体との連携を進めます。昨年度に引き続き、会員団体との交流会を開催するほか、全国消団連が取り組む課題について、ともに運動展開できるように進めていきます。

地方消費者行政などの地域課題について、地域団体との情報共有レベルを高めながら、課題解決に取り組めます。

(2) 国際的な消費者運動との連携強化

引き続き、CI から発信される情報に学ぶ、取り組み要請に応えるなどして国際的な消費者運動との連携強化を図ります。G20 消費者政策国際会合を受けて設立された「徳島県持続可能な社会を目指した国際連携ネットワーク」に参加します。

また、コロナ禍における国際的に共通する消費者課題や、社会のデジタル化に伴って増加する国を超えた消費者問題などに対応するため、国際活動専門委員会の活動を活性化していきます。

(3) 諸団体との連携強化

日本弁護士連合会と連携した特定商取引法の改正運動をはじめ、環境に関する問題や、成年年齢引き下げ問題などで活動している様々な団体と情報交換を行うなど連携強化を図るとともに、こうした方々に消費者運動・消費者団体の存在を知っていただくべくアピール強化を進めます。

(4) 専門委員会の取り組み (PL オンブズ会議、国際活動専門委員会)

PL オンブズ会議ではデジタル社会における製造物責任について、様々な有識者の協力を得ながら学習・分析を続け、PL 法の改正も捉えた取り組みを進めていきます。また、国際活動専門委員会の活動を継続し、国際的な情報の収集や国内への情報発信に取り組めます。

以上