

2022 年度の事業報告

<2022 年度方針のふりかえり>

2022 年度は、“新たなつながりによる消費者運動づくり”を重点課題として掲げ、会員団体との Web での交流会の開催や、新たな会員団体の加入、内閣府消費者委員会との連携、特商法の抜本見直しに向けた運動体の結成などに取り組みました。新型コロナウイルス感染症が収束しない状況の中でしたが、「新たな生活様式」を継続しつつ、対面を含めたハイブリッド型での会議や学習会にも取り組みました。

また、2022 年度は以下の方針に沿った課題に取り組みつつ、常任理事会、理事会などで取り組みについて都度判断しながら活動を進めました。

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。会員団体や他分野における取り組みの工夫に学ぶ企画を実施することや、インターンシップ受け入れ、学生賛助会員獲得に向けた働きかけなどを通じて、今後の多様な参加のあり方を追求します。とくに、大学での講師対応など、幅広い層への理解を広げる取り組みを進めます。

→明治学院大学から 3 名のインターンシップ受け入れを行いました。インターンでは、コロナの影響により縮小していた企業見学を再開するとともに、若者を中心に被害が増えている「マルチ商法」の啓発資料の作成などに取り組みました。また、2022 年 6 月 22 日に大東文化大学の 3 年生を対象に、「消費者力を高める」と題した講義を行い、その中で消費者団体の役割・活動内容などを若い世代に伝えました。

(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。2018 年秋にスタートした 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、ハッシュタグデモなど、取り組みへの参加や賛同の呼びかけを行うツールとしての活用も検討していきます。2022 年度は成年年齢引き下げの施行もあり、とくに若年層に向けた情報発信の在り方を検討していきます。

→Facebook と Twitter の更新を通じてタイムリーな情報発信を進めました。2023 年 3 月時点でのフォロワー数は、Facebook が 327 名、Twitter が 463 名 (2022 年 3 月時点でのフォロワー数は、Facebook が 294 名、Twitter が 398 名でした)。Web 学習会への参加者も SNS からの参加が見られるなど、提供した情報が活用される機会が増えており、順調にフォロワー数を伸ばしています。また、YouTube での「成年年齢引き下げに向けた啓発」動画投稿 (視聴回数約 1,000 回) は、会員団体の HP でのリンク掲載や、特商法の改正運動などで活用されています。

(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。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、消費者団体の財政基盤づくりに寄与します。

→「消費者スマイル基金」の事務局支援に引き続き取り組み、2021 年度 (2022 年 8 月末) は、計 2 回の助成を実施し、8 団体に合計 255 万円の助成を行いました。「消費者

スマイル基金」では、広報強化のために、新たに公式 Twitter を開設しました。一方、コロナの影響を大きく受け、寄付金確保は十分にできませんでした。2023 年 3 月時点で「消費者スマイル基金」の会員数は個人正会員 75 名、団体正会員 23 団体、団体賛助会員 53 団体（非営利団体 42 団体・営利団体 11 団体）となりました。

→2022年の通常国会で改正された、消費者契約法改正及び消費者裁判手続特例法改正により、新たな支援法人が規定されたことを受け、その担い手となるべく準備を進めています。「消費者スマイル基金」では、財政基盤と体制の強化を目的に、2021 年度より消費者庁の事業の受託などに取り組み始めています。その一環で、2022 年度は消費者庁と連携し、孤独・孤立を背景とした消費者被害への対応に活かしていくことを目的に「一人で悩まず消費者相談を」と呼びかける LINE 相談なども実施しました。

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。

→2022年4月、消費者基本計画工程表素案に対して、消費者庁消費者政策課と意見交換会を行ったうえでパブリックコメントを提出し、工程表に意見が一定反映されました。

(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。

→地方消費者行政プロジェクトでは、引き続き「都道府県の消費者行政調査」に取り組み、2023年3月に報告書を公表するとともに、「地方消費者行政の充実・強化のための意見」を消費者担当大臣・財務大臣等へ提出しました。また、調査を踏まえ、3月に「地方消費者行政の充実・強化を考えるシンポジウム」を開催しました。今回は、コロナにより取り組みが進んでいない見守りの取り組み状況や、国が進める消費生活相談の DX 化への対応状況などについて調査・提言をしました。また、地方の消費者団体において市町村消費者行政調査の状況を共有しました。

(3) 消費者契約法改正など消費者関連法の強化

消費者契約法、消費者裁判手続特例法の 2022 年改正に向けた議員要請などの改正運動に取り組みます。また、改正状況を踏まえて将来的な改正運動を検討します。

取引 DPF 消費者保護法の施行状況や、新たに発足する官民協議会に参加し、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ます。

改正特商法・預託法における契約書面等の電子化の問題に引き続き幹事会を通じて取り組みます。また、特商法の 5 年後見直しとなる 2024 年の改正に向けて、学習や調査活動などに取り組み、全国的な運動に向けた活動を進めていきます。

成年年齢引き下げに対応して、若者の被害防止のために情報発信をしていきます。

民事訴訟法（民事裁判 IT 化）改正の状況を注視しつつ、集会への参加や学習などを進めていきます。

→消費者契約法と消費者裁判手続特例法の改正運動については、通常国会での参考人招致への対応を行ったほか、消費者法に関連する弁護士や消費者団体と「改正消契法・特例法幹事会」を結成し、議員要請や政党ヒアリング対応、学習会の開催や意見書の提出などを行いました。また、検討会報告書で提示されつつも現行法の枠組みでは対応できないとして改正に至らなかった、消費者の判断力不足や心理状態に着目した取消規定について、法の抜本見直しを直ちに行うことを提言しました。統一教会の問題に端を発した靈感商法の規

定改正や不当な寄附勧誘を防止する新法の動向については随時確認し、会員団体に情報共有を行いました。

- DPF については、新法に基づいて設置された官民協議会に構成メンバーとして参加し、法施行後の状況の共有などを行っています。ほか、DPF 事業者と消費者保護の観点から意見交換を行いました。
- 書面電子化の問題については、消費者庁「特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会」へのヒアリング対応や、政令案のパブリックコメントへの意見提出などを行いました。また、特商法の2016年改正の「5年後見直し」に伴った2024年の抜本的改正を目指し、2022年10月に結成された「特商法の抜本的改正を求める全国連絡会」の幹事団体として参加し、会員団体への参加を呼びかけました。また、幹事団体で構成する幹事会を中心に、12月に議員要請を行い、訪問販売や電話勧誘販売に対する勧誘規制の導入や、インターネット通販における規制強化、マルチ取引（連鎖販売取引）に対する規制の導入などを、消費者庁にて検討する場を設けるよう求めました。
- 成年年齢の引き下げについては、インターンによる「マルチ商法」啓発資料を基にした動画を制作し2月に公表した他、地方消費者行政調査にて消費者教育の動向を調査しました。
- 景品表示法については、消費者庁の検討会でのヒアリング対応や意見提出を行ったほか、バックアップ会議を行いました。また、同時並行で行われてきた消費者庁の「ステルスマーケティングに関する検討会」について、パブリックコメントへの意見提出を行いました。

（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 や特商法における契約書面等の電子化、地方消費者行政のデジタル化、食品のECサイトにおける表示、電気通信事業法関連の対応など）について、学習や会議対応などに取り組みます。

- 内閣官房デジタル市場競争本部の「モバイル・エコシステムに関する競争評価 中間報告」について、個人情報やプライバシー保護、セキュリティの観点を含めて検討するよう意見を提出した他、内閣官房やDPF事業者との意見交換を行いました。
- スマートフォン市場における電気通信事業法の改正を踏まえた対応状況などについて学習会を開催しました。
- 消費生活相談のDX化について、消費者庁・国民生活センターと地方消費者行政プロジェクトで意見交換会を行いました。

（５）食品安全・表示に関する対応

食の安全に関しては、食品添加物やゲノム編集食品などをはじめ、消費者が不安に感じることが多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、この間、消費者庁等で検討された食品添加物表示やECサイトにおける食品表示などをはじめ、食品表示全般についても理解が進むよう学習を進めます。また、機能性表示食品など健康に関わる課題、食料自給率や有機農業など食料・農業問題などについての学習や、食に関するパブリックコメントなどに対応していきます。

- ゲノム編集食品については、6月に調査会社を通して「ゲノム編集食品に対する消費者の理解度調査(アンケート)」を実施しました。8月には、ゲノム編集技術の仕組みなどについて学ぶ学習会を開催し、10月にはアンケート調査結果と学習会をもとにSFSS（食の安全と安心を科学する会）主催の「食のリスクコミュニケーション・フォーラム」におい

て「消費者がゲノム編集食品を受け入れるには」をテーマに講演を行いました。アンケート調査の結果は 12 月に報告書として取りまとめ公表しました。

→食品表示全般や添加物表示、有機農業や環境に配慮した有機食品の表示である有機 JAS マークなど基礎的な理解を深める学習会を行うとともに、食品表示基準の一部改正案に関するパブリックコメントに意見を提出しました。

(6) 環境・エネルギー問題に関する対応

2021 年 10 月に策定されたエネルギー基本計画の目標達成と、2021 年 11 月の COP26 で要請された COP27 に向けての NDC（国別目標）強化の着実な実行を求めています。

エネルギー問題に関しては、引き続き再生可能エネルギー主力電源化の課題（非化石証書市場や容量市場制度）などの論点について、動向を注視し政策提言を行います。

環境問題については 9 月に予定されている 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。

LP ガス問題については取引適正化、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。

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。

→エネルギー関連の審議会委員のバックアップの場としての「エネルギー問題懇談会」を中心に、電力関係の委員会や検討会、部会などの論議進行状況を共有化し、メンバーが参加している各委員会で消費者団体として足並みを揃えられるよう進めました。家庭向けの電気料金の値上げ申請について、私たちの生活に大きな影響を及ぼす影響を踏まえ、今回の電気料金の値上げ審査の論点、消費者としての意見提出に向けてのポイントを学ぶ学習会を開催し、公聴会参加、パブコメ発出の呼びかけを行いました。

→「原子力政策の基本原則と政策の方向性・アクションプラン」（案）に関し、運転期間延長と革新炉の新設については 1 年程度の時間をかけ国民参加の議論の上、結論を出すことを求める意見書を提出しました。

→福島第一原子力発電所に貯蔵されている ALPS 処理水の取扱いに関して、地元の消費者団体との意見交換も含めた視察を会員団体とともに行いました。

→LP ガス料金透明化問題について学習会を開催したほか、資源エネルギー庁、公正取引委員会との意見交換会や、消費者庁、消費者委員会に賃貸住宅における LP ガスの取引透明化に関する課題の解決に向けて省庁間連携を促す対応を求める要望書の提出、2023 年 3 月 2 日から再開した経済産業省「総合資源エネルギー調査会 資源・燃料分科会 石油・天然ガス小委員会 液化石油ガス流通ワーキンググループ」への参加など、更なる対応を行うよう、他方面に求めました。

(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。

→クレジットカード利用・登録における信用情報の運用について、指定信用情報機関の役割の学習会を開催しました。

→タクシーアプリを利用した「事前確定型変動運賃」の導入に関する検討会の対応を行ったほか、電車における時間帯での利用料金変動についてヒアリング対応を行いました。

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強めます。コロナ禍によりオンライン対応を進めている団体が増えていることから、昨年度に引き続き、会員団体との交流会を行っていきます。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。

→地域の会員団体との交流会を 2022 年 1 月 28 日、2 月 3 日の 2 回に分けて開催し、合計 18 団体 23 名の参加がありました。各団体の活動状況を共有した他、人員や活動資金不足などの悩みや課題も共有しつつ交流を深めました。

→2022 年 11 月、「消費者市民ネットワークみえ」が正会員として加入しました。

→事務局として参画している全国消費者大会について、2022 年 3 月、第 61 回大会をオンライン形式で開催し、3 セッションの当日の延べ参加人数は、360 名となりました。

(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。

→昨年に引き続き CI 事務局との懇談会を行いました。また、CI の開催するウェビナーにも参加しました。また、2022 年 10 月、「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 (TIS) 会議」に参加しました。

(3) 他団体との連携強化

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。

→日本弁護士連合会の特定商取引法の改正及び政省令の制定に向けた連続意見交換会に参加し、改正運動の取り組みを一緒に進めています。

→インターンシップで連携している明治学院大学准教授の福島成洋さんに、2023 年 2 月より消費者教育アドバイザーに就任いただきました。若者との連携を強化していきます。

(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。

→PL オンブズ会議では、昨年度に続きデジタル社会に対応した PL 法の在り方を検討し、2022 年 7 月 1 日に報告会を開催しました。また、先進事例として EU 指令の改正や、消費者安全調査委員会の設立 10 年を振り返る学習などを内部で開催しました。

→国際活動専門委員会の取り組みとして、機関紙「消費者ネットワーク」に海外の消費者問題の情報を連載するなど、情報提供の強化に取り組めました。また、2022 年 11 月に COPOLCO に関する学習会を、2022 年 3 月 15 日に消費者権利デーのテーマに沿った学習会「クリーンエネルギー社会を築くために消費者の力の拡充を！」を開催しました。