

## 2022 年度事業計画

2022 年度は、新型コロナウイルス感染症が依然として収束しない状況にある中、「新たな生活様式」としてテレワークなどの取り組みが継続されています。またその一方で、感染状況をみながら、対面によるいわゆるオフィス回帰とのバランスも模索されています。コロナの状況が長引く中、日本国内では情勢に関連した消費者被害も増加しています。こうした中、政治、経済、社会の状況も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、社会の急速なデジタル化における課題など、内容も高度になってきています。

コロナ禍によりくらしの在り方や働き方が一変し、対面での意見交換会など、これまで実施できていたことができなくなった反面、リモート・オンライン化が進行したことで、今まで参加できなかった地域の消費者とのつながり、連携が生まれるようになりました。

こうした新たな生活様式を踏まえ、2022 年度は、昨年度に引き続き“**新たなつながりによる消費者運動づくり**”を重点とします。

主な活動分野としては、CI の提起する「消費者の 8 つの権利」のうち、「全国消団連・消費者運動ビジョン」（2003 年）で「その性格から消費者団体が中心となって問題を提起し、運動を展開する必要がある」と整理した、第 2～第 7 の権利に関する課題を中心に、情勢を踏まえながら学習活動・情報提供活動・政策提言・立法運動に取り組みます。

なお、学習活動については、Web を主体としつつ、周知活動にも積極的に取り組み、参加者を増やします。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ています。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。

#### (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。

#### (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 9 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。

## 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) 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。

### (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。

### (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。

### (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。

## (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、課題解決に取り組みます。

### (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) 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。

### (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みます。

以上