

消費者ネットワーク

2025年5月16日

第317号

一般社団法人
全国消費者団体連絡会
発行責任者 郷野 智砂子

TEL:03-5216-6024
FAX:03-5216-6036



消費者法制度のパラダイムシフトについて学習会 報告

消費者契約法は、2022年に改正審議の際に、国会で「～既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方の検討～」との附帯決議を付された上で可決成立しました。そして消費者庁は「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」で論議を進め、2023年7月に懇談会のまとめである「議論の整理」の中で、それまで当然のこととして消費者法制度の前提としてきた「合理的な判断の出来る消費者」から「消費者は誰もが脆弱性を有する存在」に消費者像を変化し、それに対応できる消費者法制に大転換すること（いわゆる「パラダイムシフト」）を提起しました。

そして消費者委員会は「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」を設けて、高齢化やデジタル化の進展等、消費者を取り巻く環境の変化に対応できる規律の在り方・考え方について2023年12月から検討しています。2024年10月には中間報告を公表し、現在論議の終盤に入りました。消費者法制の一大転換に向けて、これまでどのような論議がされ、今後どのように具体化につなげていくのか、消費者庁と消費者委員会の事務局よりご説明いただきました。



【日 時】 4月24日（木）14時00分～15時40分

〔Zoom 活用のオンライン学習会〕

【講 師】 消費者庁 消費者制度課長 古川 剛さん
内閣府消費者委員会 事務局長 小林 真一郎さん

【参 加】 79人

もくじ

消費者法制度のパラダイムシフトについて学習会 報告	1
お米に関するアンケートにご協力ください「お米の販売状況や価格について、 普段お買い物をしている店の情報を教えてください。」	4
全国消団連制作動画（ショート）2本のご案内	5
世界消費者権利デー記念講演会「持続可能なライフスタイルへの公正な移行 ～より近く・よりゆっくり・より寛容に～」開催報告	6
4月11日「食料・農業・農村基本計画」が閣議決定！！	8
スマイル基金ニュース クラウドファンディングで「防ごう！ 悪質訪販りフォーム」プロジェクト実施中（6/24まで！）	10
会員活動報告（埼玉県消団連、日本生協連）	11
会員活動予定／4月理事会報告／編集後記	12

概要(事務局による要約)

消費者法制度のパラダイムシフトに向けた検討について

内閣府消費者委員会 事務局長 小林 真一郎さんより

消費者団体の観点で、消費者契約法との関わりを紹介しますと、全国消団連ホームページの歴史コーナーには、1998年に「契約をめぐる被害の増加と消費者契約法制定運動」とあります。当時は契約に関するトラブルが増えてきて、民法の特別法を作る必要があるとして、消費者団体や弁護士会などによる署名運動も行われ、消費者契約法が民法の特別法との位置付けで2000年に制定され、2001年に施行されました。消費者庁ホームページの「消費者契約法」のコーナーを見ていただくと、「消費者と事業者の間には持っている情報の質・量や交渉力に格差があり、このような状況を踏まえて消費者の利益を守るために消費者契約法ができた」となっていて、不当な勧誘による契約の取消しと不当な契約条項の無効等を規定しているとあります。

その後、何度か改正があり、消費者団体や弁護士会からも意見書提出や審議会への委員参加といった取り組みにより一定の前進はありましたが、全ての課題をクリアすることはできていません。改正時の積み残し課題は、附帯決議に引き続き検討する内容が規定されています。本日の説明は、2022年改正時の附帯決議に由来する内容になります。

高齢化やデジタル化の進展等に伴い、消費者を取り巻く環境が日々変化していることと、消費者法を個別課題ごとに都度対応して改正を行っても、消費者取引の「安心・安全」を十全に実現するのは難しいと考えられるとのことで、附帯決議に「既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること」と挙げられていました。

第1弾は消費者庁「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」が2022年8月から開始され、2023年7月に議論の整理が公表されました。

第2弾は、消費者庁から消費者委員会に諮問があり、「消費者法制度に関するパラダイムシフト専門調査会」が2023年12月から開かれています。諮問内容は『超高齢化やデジタル化の進展等消費者を取り巻く取引環境の変化に対応するため、消費者の脆弱性への対策を基軸とし、生活者としての消費者が関わる取引を幅広く規律する消費者法制度のパラダイムシフトについて検討すること。具体的には、消費者が関わる取引を幅広く規律する消費者取引全体の法制度の在り方、ハードロー的手法とソフトロー的手法、民事・行政・刑事法規定など種々の手法をコーディネートした実効性の高い規律の在り方、デジタル化による技術の進展が消費者の関わる取引環境に与える影響についての基本的な考え方等を検討すること。』です。中間整理を2024年10月に公表し、現在は後半の論議を行っていて、今年の夏頃にとりまとめられる予定です。

このパラダイムシフト専門調査会は、消費者委員会と消費者庁の共同事務局として運営をしています。消費者団体・弁護士会が長年取り組んできたテーマに大きく関連する議論であり、是非関心を持っていただければと思います。

消費者庁 消費者制度課長 古川 剛さんより

◇消費者の脆弱性

消費者法制度のパラダイムシフトの検討において、「消費者の脆弱性」について捉えていくことが一番重要なことだと思っています。これは、消費者と事業者との情報の質・量・交渉力の格差に加えて、消費者の脆弱性を捉えます。脆弱性の考え方には、3類型あり、「類型的・属性的脆弱性（年齢や教育水準、経済状況等、ある集団に共通する特徴から捉えるもの）」例えば、社会生活上の経験が乏しいことから、取消権を設けることなど。「限定合理性による脆弱性（全ての人々が持つ脆弱性として、人は限られた範囲でしか合理的な判断ができない）」例えば、解約料を考えた時に人間はキャンセルが起る確率を低めに見積もっていて、実際にキャンセルが発生した時に、キャンセル料が高いと感じる認知バイアスがあること。「状況的脆弱性（人は誰もが状況

の影響を受けることもあり、状況次第では合理的に考えることが難しくなる)」例えば、ネットでの買い物でカウントダウンがされ焦らされるなど。があります。

近代法（今の民法）では、強い個人をモデルとして、自由かつ自律的な意思決定により契約を結んでいくことで幸福な社会状態になるとの考え方が前提でした。自由主義、資本主義の中で、対等な関係で取引自由に契約ができて、幸福になる社会で出来ているはずです。

ただ、高齢化やデジタル化で消費者を取り巻く環境が変化しています。人間を分析するツール（認知心理学、行動経済学など）もあり、強い個人モデルを前提とすることで世の中を成り立たせていただけではなかったのか（フィクションだったのではないか）との考えがあります。今も昔も、個人は周りの人と相談したり、情報を聞いたりして物事を判断しています。脆弱性を有することは人間として普通であることから考えていくことをしています。

例えば、まだわかりませんが、文言として「事業者は消費者の脆弱性を不当に利用しない」「脆弱性に配慮しなさい」など、事業者の行動理念になってほしいとの論議もあり、脆弱性を法制度の基礎に置くということになるかと思います。また、事業者が消費者の信頼を裏切るような側面や不当に儲けるような販売をすることなど、脆弱性も捉えて要件設定ができるとよいかと考えます。

法としての介入では、「独立した決定の保障（例えば、他者から介入がなければ自由に決定できるという幸福な選択をするもの）」「自分自身の選択であると納得できるような自律的な決定を保障（例えば、家族からの参考意見などを取捨選択しながら最終的には自分で決定し責任を持つ）」「結果として幸福を保護（例えば、深刻な許容しがたい結果に陥ることを回避すること）」のような考え方があるかと思います。規律をたくさん入れれば、自由な取引も阻害することにもなるので、消費者取引の「安心・安全」を確保するためにはどうしたらいいのかを議論しているところです。

◇アテンション・エコノミーへの対応

個人の情報、時間、関心・アテンションを事業者が集約して企業活動に活用されます。ターゲティング広告のように閲覧履歴を踏まえて有益な広告が表示されることや、フィルターバブルやエコーチェンバーなどが生じることもあり、対応を考える必要があります。商品・サービスを購入する消費者の立場から、情報、関心を提供する取引の観点も踏まえて規律を整理することも必要と考えています。

◇デジタル化が消費者の取引環境に与える影響

時間・空間・資材等の物理的障壁がほとんどないため、誰でも、誰とでも、いつでも、どこでも取引に関わることが可能です。また事業者の参入・撤退も容易です。例えば、スマホで地球の裏側から商品購入もできますが、トラブルが起きた時に対応できず泣き寝入りするしかないことも起こるかもしれません。リアル取引と大きく異なることとして、情報過多、取引が複雑、個別化などがあります。生成 AI の普及で偽・誤情報に取り囲まれたり、消費者の行動を誘導するようなことも可能になっています。

今様々な省庁が研究をしているのが「ダークパターン」であり、社会全体の損失・厚生を低下を生じさせるように誘導すると考えられています。消費者の脆弱性を利用したり、作出する可能性があります。また、個別化として、パーソナライズド・プライシングがあります。一般的に不健全なわけではなく、それを用いた搾取や不公正な取引が不健全であると考えられます。リアルな社会でもあることですが、倫理的な正当性に基づいてきちんと検討されていたり、消費者側ときちんと対話をしたり、そのような努力をすることが重要であると考えます。

またデジタル化に対応した消費者教育やリテラシーが重要で、消費者を支援する仕組みとして消費者団体の活動は重要です。

◇今後の予定

パラダイムシフトの検討では、後半、有識者の方からヒアリングを行っていて、そろそろ報告書の作成に向けて議論がされていく予定です。

お米に関するアンケートにご協力ください

「お米の販売状況や価格について、普段お買い物をしている店の情報を教えてください。」

コメ不足やコメ価格の高騰については連日のようにメディアが報道していますが、政府からの情報発信が弱く、消費者の不安解消には至っていない状況です。全国消団連では、各地のコメの供給や価格について情報を集約し、消費者としての発信につなげたいと考えています。ご協力をお願いします。

- ★どなたでもご参加いただけます。
- ★1店舗1アンケートとなります。複数店舗や別日の情報は個別に入力してください。
- ★購入の有無に関わらず、コメ5キロ単位の情報をご回答ください。
- ★回答は匿名で集計されます。

アンケート概要

【形式】 グーグルフォームによるwebアンケート
<https://forms.gle/esvUhnVEQG2BWVvu6>
または右の二次元コードからご入力ください。



【募集期間】 5月～6月（予定）

【質問】

- 1：店舗の所在地（都道府県まで）
- 2：確認した日にち
- 3：店舗の形態（スーパーマーケット・お米屋さん・ドラッグストア・生協の店・その他）
- 4：一番安かったお米の5キロ当たりの価格
3,000円未満、3,001～3,500円、3,501～4,000円、4,001～4,500円、4,501～5,000円、それ以上
- 5：一番安かったお米の種類や銘柄について分かる範囲でお答えください。
国産の単一銘柄米、国産の複数原料米、外国産と国産米のブレンド、外国産米、その他
- 6：一番高かったお米の5キロ当たりの価格
3,000円未満、3,001～3,500円、3,501～4,000円、4,001～4,500円、4,501～5,000円、それ以上
- 7：一番高かったお米の種類や銘柄について分かる範囲でお答えください。
国産の単一銘柄米、国産の複数原料米、外国産と国産米のブレンド、外国産米、その他
- 8：何かお気づきのことやご意見があればお書きください。



** より詳細な価格調査も実施しています **

全国消団連では、会員団体に協力を呼びかけ、2024年9月～2月に続き、備蓄米の流通が見られるようになった2025年4月から、より詳細な価格調査を再開しています。

会員団体の皆様、引き続きこちらの調査にもご協力をお願いします。

♪全国消団連制作動画(ショート動画)2本のご案内♪

みなさま、ダークパターン(ダークWEBパターン)という手法をご存じでしょうか。

OECDの報告書によると、ダークパターンは、通常オンライン・ユーザー・インターフェースに見られ、消費者を誘導し、欺き、強要し、又は操って、多くの場合消費者の最善の利益とはならない選択を行わせるものと言われています。(出典:ICPEN詐欺防止月間(2023年) | 消費者庁)

昨年夏、弊会インターンシップ参加学生が、ダークパターンについて学び作成したシナリオを基にショート動画(約2分/本)を作成しました。等身大の感覚で作成した啓発動画です。主人公の設定も含め、是非ご覧くださいませ。

■サプリメント版・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

主人公は、大学1年生。サークルは入っていない。東京の三鷹で実家暮らし。バイト先は高校の時からカラオケ店。好きなメニューは山盛りポテト。親がwebデザイナー。イラストレーターになりたいが、専門学校は反対されたので大学進学。インスタに絵垢がある。ダイエットのためお昼はサラダを絶対に食べる。朝のサプリは5種類。海外通販でサプリをよく買う。TikTokのダイエット垢フォロワー3000人(小規模アカウント級)。



どうも、万年金欠・限界ダイエッターです!
今日は絶対使っちゃダメな通販サイトの特徴教えます。
動画の最後に超有益な情報があるので、最後までみてください。
……続きは動画で



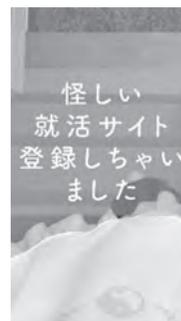
■就活版・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

主人公は21歳。長野県から上京して埼玉にひとり暮らし。東京の大学まで60分。仕送りの家賃以外は自分でバイトして作っている。就活期大学3年生春休み。ファッションはカジュアル~地雷ストリート系。嫌いなことは並ぶこと。ネイルごてごて派。インスタでメイクとファッションを知る。なにか調べるときはgoogle検索よりもインスタのタグ。通学の電車内では60分TikTokを見る。家でのリラックスは好きなvtuberの配信を見ること。就活が始まってから友達と一緒にいる時間が減ってさみしいので動画投稿をはじめた。

こんにちは限界就活生です。
最近あやしい就活サイトに登録しちゃったんです(´;ω;`)



https://www.youtube.com/channel/UCLZq-hh_9YEQV14RTuJwDUg





—世界消費者権利デー記念講演会—

「持続可能なライフスタイルへの公正な移行～より近く・よりゆっくり・より寛容に～」
開催報告

全国消団連 国際活動専門委員会

国際消費者機構（Consumer International 略称CI）は、2025年3月15日の世界消費者権利デーテーマを「持続可能なライフスタイルへの公正な移行」としました。

インターネットテクノロジーが大きく発展し、AIなどを駆使して私たちの生活も大きく変わろうとしています。皆の求めるところは持続可能なライフスタイルと共通してはいるものの、誰もが公正にそのライフスタイルへの移行（A JUST TRASITION）を実現するためには解決しなければならない多くの障壁があります。中でも経済的な社会の分断は、時代の進化とともに拡大し、資本主義社会の先行きを不透明にしています。

今回の記念講演会では早くから日本の停滞状態を必然ととらえ、分断の拡大に警鐘を鳴らしてきた経済学者の水野和夫氏をお迎えして、経済の面から日本の停滞状態の構造的な問題、そしてその解決への道筋について解説していただき、質疑応答を交えて今回のテーマを推進するためのヒントをいただきました。

【日 時】 3月15日（土）13時～14時半

【zoom を活用したオンライン講演会】

【講 師】 水野 和夫氏（芸術文化観光専門職大学客員教授）

【参 加】 38名



全体概要

インフレの出現により「16世紀にはすべての怪我が治る」とされた近代社会の始まり以来今日まで、世界はその行動原理「より遠く、より速く、より合理的に」に従いまっしぐらに進み、私たちが現在享受している豊かで便利な生活は、それなりの果実を手に入れた結果とも言えます。しかしながら、日本社会の経済の停滞状態は長期におよび、もはや経済成長で社会の諸課題を解決できない現実が最近では顕著です。

これまでの行動原理を180度転換する必要性が生じています。これは「～より近く、よりゆっくり、より寛容に～」と言い換えることができます。さらにまたこの新たな行動原理は、今回の全体的なテーマである「持続可能なライフスタイルへの公正な移行」と同じ意味を持つことであると、様々なデータの数字を提示されながら、講師より以下のように解説いただきました。

事務局による要約

『より速く、より速く、より合理的に』の掛け声の下、過去からこれまでの間、市場は果てがないかのように航海時代、植民地時代を経て拡大し、産業革命や多くのイノベーションにより、「より速く」がかなえられました。さらにエジソンの発明、フォードの技術革新等から「より合理的に」の希求も果たされました。

しかし、もはやこの行動原理の限界が来ていると言わざるを得ません。すでに市場は開発しつくされ無限の空間は存在しません。速さを競った挙句、AIなどの登場により、人には自ら考えることさえ必要ではない、という現実が存在します。「人は考える葦である、ここに道徳の原理がある」との『パンセ』の言葉も空しく響くほどです。さらに、合理性の追求は、企業の利潤を極大化させはしましたが、多くの非正規労働者を生み、人間のモノ化が進みました。

近代社会は経済的には利潤追求の社会と言いますが、実際には利潤は期待したほどには上がらないものです。長く続く日本の停滞状態は、内外の要因の結果ゆえになるべくしてもたらされたものなのです。内的には限界収益低減の法則により、限界収益がマイナスになりました。また金利は2019年からほぼマイナス状態が続いていますが、これらは時代の変化の過程での必然ととらえなければなりません。外的要因としては制約のある資源によりエネルギー収支が年々悪化し、一単位投入したエネルギーから獲得できる量の比率をみると、「1」のエネルギーを投入して得られるエネルギー量は「10」から「3」に落ちています。経済学の世界では、20世紀は機械化によって成長できるのではないかと、成長に頼らない古典派の考え方が否定されましたが、日本の現在の状況がもはや過去に戻るようになる経済成長に、頼ることができないことを認識する必要があります。

すでにJ.S.ミルの著作には資本主義社会が進展した先では資本の増加が停滞、社会はあるべき姿としての停滞状態に至り、それを社会の理想の状態としている記述が見られます。

その社会の特徴は①労働者階級の生活水準が高い、②富の公平な分配がなされている、実質賃金の増加、さらに一番大切な③人生の感動を自由に探究できる—自由時間が増加すること、の三つに要約されるとされ、成長の期待できない停滞状態の社会を理想的社会状態と予想しているのです。成長によって資本主義社会の繁栄が期待できない現代の状態こそが今回のテーマの「持続可能なライフスタイルへの公正な移行」を実現するにふさわしく、その実現は豊かでゆっくりとした生活を送れる状態の中でこそ可能になるのです。

しかし、近代社会をスタートとした今の資本主義の当然の帰結としてこの停滞状態がもたらされたとはいえ、私たちの置かれている停滞状態はミルの言う理想の状態とはあまりにもかけ離れています。私たちはこの停滞状態を受け入れざるを得ませんが、いかに理想に近づけるかも考えなくてはなりません。

イノベーションが停滞状態を変えるという期待もいまだにあります。電気や自動車などの公共財と異なり、独占財のAIはあまねく恩恵が行き渡らないという問題もあります。イノベーションの開発が格差を広げている要因にもなっています。ミルの後、ケインズは停滞状態を、実質金利がゼロになったときと定義しています。2014年以降実質金利は日本もドイツもマイナスになり、アメリカも遅れてゼロになりましたが、現在プラスに転じています。日本の生活水準は2割下がりました。生活水準の下落がピークアウトした後、小さな政府が推進され、資本の自由化が促進されました。世界中で分断が進み2007年に出版された『ショック・ドクトリン』に見るように、他人の不幸を待ち望んでいる社会になったと言えるほどです。

わが国では2013年から異次元金融緩和によって名目賃金は上がりましたが実質賃金は逆に下がり続けています。企業は人件費を削って売り上げを上げ、利潤率を高めました。ミルの理想とは正反対です。企業には過去最高の余剰資金があり、内部留保として積みあがっています。日本の労働者の生産性は1996年以降上がっているのに、実質賃金には反映されず、労働時間も長いまです。日本のGDPは2年前にドイツに抜かれましたが、労働者の能力が低い故ではありません。さらに格差の拡大で金融資産を持たない世帯が現在は24.5%にもなっています。消費性向は下がり、将来への不安から投資への関心は高まっています。人々

消費者ネットワーク NO.317 (2025.5)

に仕事の後芸術を楽しむ余裕はありません。食料の大半とエネルギーをすべて国外に頼っている日本の貿易赤字の増大とエネルギー収支の悪化に歯止めをかけるのは喫緊の課題ともいえます。化石燃料に頼らず、近隣で獲得することのできる再生エネルギーへの転換が急務です。

世界に目を向けるとどの定義に照らしてもリーダーと呼べる国はすでになく、頼れる国は存在しません。同じ停滞状態にありながら、日本の労働者の平均賃金をはるかに越えているドイツの例には学ぶところがあるかもしれませんが、日本はこの停滞状態の中で理想に至る独自の道を見出さなければなりません。

過去の成功体験を忘れられず再び経済成長を目指しては過去へ逆戻りすることなく、未来を見据えたいものです。この停滞状態はおそらく長期に続くと思われます。企業の内部留保を吐きださせるためには税金の形をとるのも一つのアイデアです。そしてこの社会では消費者が主役です。消費者団体の皆様には是非今後も頑張ってもらいたいと思います。」

としていくつかの質問にも答えていただき、講演を終了しました。



4月11日「食料・農業・農村基本計画」が閣議決定！！

「食料・農業・農村基本計画」は、食料・農業・農村基本法に基づき政府が策定するもので、概ね5年ごとに変更することとされています。4月11日、改正食料・農業・農村基本法（2024年6月5日施行）に基づく初の基本計画が閣議決定されました。

新たな基本計画は、食料・農業・農村基本法の理念に基づいた施策テーマ（①わが国の食料供給、②輸出の促進、③国民一人一人の食料安全保障・持続可能な食料システム、④環境と調和のとれた食料システムの確立・多面的機能の発揮、⑤農村の振興、⑥国民理解の醸成、⑦自然災害への対応）ごとに施策が整理されています。

さらに、食料・農業及び農村に関し総合的かつ計画的に講ずべき施策の項目においては、我が国の食料供給の2030年度目標として、①供給熱量ベースの総合食料自給率：45%、②生産額ベースの総合食料自給率：69%、③摂取熱量ベース食料自給率：53%が設定されています。詳細はこちらをご覧ください（https://www.maff.go.jp/j/keikaku/k_aratana/attach/pdf/index-61.pdf）

新たな食料・農業・農村基本計画のポイント

<p>○従来の基本法に基づき政策全般にわたる検証及び評価並びに今後20年程度を見据えた課題の整理を行い、食料・農業・農村基本法を改正（令和6年6月5日施行）。</p> <p>○改正基本法の基本理念に基づき、施策の方向性を具体化し、平時からの食料安全保障を実現する観点から、初動5年間で農業の構造転換を集中的に推し進める。</p>		
<p>食料安全保障の確保</p> <p>食料の安定的な供給</p> <p>国内の農業生産の増大</p> <p>目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 食料自給率 （担取ベース：53% ・国際基準準拠：45%） <p>安定的な輸入の確保 + 備蓄の確保</p> <p>食料自給力の確保 （農地、人、技術、生産資材）</p> <p>目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 農地の確保 （農地面積：412万ha） 持続可能な農業構造 （49歳以下の担い手数： 現在の水準 （2023年：4.8万）を維持） 生産性の向上 （労働生産性・土地生産性） ・1経営体当たり生産量：1.8倍 ・生産コストの低減： （米）15ha以上の経営体 11,350円/60kg→9,500円/60kg （麦、大豆）2割減（現状比） <p>輸出の促進 （国内の食料需要減少下においても供給能力を確保）</p> <p>目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 農林水産物・食品の輸出額 （輸出額：5兆円） 	<p>> 農地総量の確保、サステナブルな農業構造の構築、生産性の抜本的向上による「食料自給力」の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> 水田政策を令和9年度から根本的に見直し、水田を対象として支援する水田活用の直接支払交付金を作物ごとの生産性向上等への支援へと転換 コメ輸出の更なる拡大に向け、低コストで生産できる輸出向け産地を新たに育成するとともに、海外における需要拡大を推進 規模の大小や個人・法人などの経営形態にかかわらず、農業で生計を立てる担い手を育成・確保し、農地・水を確保するとともに、地域計画に基づき、担い手への農地の集積・集約化を推進 サステナブルな農業構造の構築のため、親元就農や雇用就農の促進により、49歳以下の担い手を確保 生産コストの低減を図るため、農地の大区画化、情報通信環境の整備、スマート農業技術の導入・DXの推進や農業支援サービス事業者の育成、品種の育成、共同利用施設等の再編集約・合理化等を推進 生産資材の安定的な供給を確保するため、国内自産の肥料利用拡大、化学肥料の原料備蓄、主な穀物の国産種子自給、国産飼料への転換を推進 	<p>農業経営の「収益力」を高め、 農業者の「所得を向上」</p>
<p>関係者の連携による持続的な食料システムの確立</p>	<p>> 輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」を強化</p> <ul style="list-style-type: none"> マーケットイン・マーケットメイクの観点からの新たな輸出先の開拓、輸出産地の育成、国内外一貫したサプライチェーンの構築を推進 食品産業の海外展開及びインバウンドによる食関連消費の拡大による輸出拡大との相乗効果の発揮 	

<p>食料安全保障の確保</p> <p>食料の安定的な供給</p> <p>食品産業の発展</p> <p>合理的な価格形成</p> <p>国民一人一人が入手できる</p> <p>物理的アクセス+ 経済的アクセス + 不測時のアクセス</p> <p>環境と調和のとれた食料システムの確立</p> <p>目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 温室効果ガス削減量（2013年度比） 削減量：1,176.5kt-CO₂ <p>多面的機能の発揮</p>	<p>> 食料システムの関係者の連携を通じた「国民一人一人の食料安全保障」の確保</p> <ul style="list-style-type: none"> 原材料調達安定化、環境・人権・栄養への配慮等食品等の持続的な供給のための取組を促進 コストの明確化、消費者理解の醸成等を通じた食料システム全体での合理的な費用を考慮した価格形成の推進 ラストワンマイル物流の確保、未利用食品の出し手・受け手のマッチング、フードバンク等の食料受入・提供機能の強化等を実施
<p>関係者の連携による持続的な食料システムの確立</p>	<p>> 「食料システム全体で環境負荷の低減」を図りつつ、多面的機能を発揮</p> <ul style="list-style-type: none"> GXに取り組む民間活力を取り込み、脱炭素化、生産性向上、地域経済の活性化を同時に実現する「みどりGX推進プラン(仮称)」、新たな環境直接支払交付金やクロスコンプライアンスの実施を通じ、環境負荷低減の取組を促進 バイオマス・再生可能エネルギー利用等の農林漁業循環経済の取組を促進 多様な者の参画等を得つつ、共同活動を行う組織の体制の強化により農業生産活動の継続を通じた多面的機能の発揮を促進
<p>農村の振興</p> <p>農業生産の基盤の整備・保全 地域の共同活動の促進</p> <p>農村との関わりを持つ者の増加</p> <p>機会の創出+経済面の取組+生活面の取組</p> <p>目標</p> <ul style="list-style-type: none"> 農村関係人口の拡大が 見られた市町村数 （市町村数：630） 農村地域において 創出された付加価値額 （付加価値額：22兆円） <p>中山間地域等の振興、鳥獣被害対策</p>	<p>> 地方創生2.0の実現のための「総合的な農村振興」、「きめ細やかな中山間地域等の振興」</p> <ul style="list-style-type: none"> 2025年夏を目途に「地方みらい共創戦略」を策定し、「『農山漁村』経済・生活環境創生プロジェクト」の下、官民共創の仕組みを活用した、地域内外の民間企業の参画促進や地域と企業の新たな結合等により、関係人口の増加を図り、楽しい農村を創出 所得向上や雇用創出のため、農泊や農福連携等、地域資源をフル活用し付加価値のある内発型新事業を創出 生活の利便性確保のため、自家用有償旅客運送等の移動手段の確保等の生活インフラ等を確保 中山間地域等の振興のため、農村RMOの立上げや活動充実の後押しによる集落機能の維持、地域課題に対応したスマート農業技術の開発・導入、地域の特色を活かした農業で稼ぐための取組を支援
<p>関係者の連携による持続的な食料システムの確立</p>	<p>国民理解の醸成 ○農業等に対する消費者の更なる理解や実際の行動変容につなげるため、食育等を推進</p>

認定 NPO 法人 消費者スマイル基金ニュース

●クラウドファンディングで「防ごう!悪質訪問販売リフォーム」プロジェクト実施中 (6/24 まで!)

全国の消費生活センターに寄せられている「悪質な訪問販売によるリフォーム契約」の相談件数は増加傾向にあり、国民生活センターのPIO-NETに登録された件数は2023年に年間10,000件を超え、悪質化する傾向にあり、犯罪に繋がる事案がみられています。

「消費者団体訴訟制度」を活用できる「適格消費者団体」は、消費者被害の拡大防止に取り組んでおり、全国には26の団体があります。これまで、「悪質な訪問販売によるリフォーム契約」について次のような取り組みを行っています。

- 不当に高額な違約金が記載された契約書を是正させる。
- 「この契約はクーリング・オフできない。」といった虚偽説明をやめさせる。

適格消費者団体の活動は、「消費者被害の拡大を防ぎたい」という高い志を持つ専門家のボランティアによるものです。さらに活動を展開するために、幅広い方々からのご支援が必要です。

そこで、消費者スマイル基金はクラウドファンディングを実施し、世の中の皆さまからの寄付金で、悪質な訪問販売リフォーム詐欺による消費者トラブルをなくすための活動を行う消費者団体への寄付を募ることにいたしました。

今回の募集は6月24日(火)まで行ってまいります。4月30日時点では26人から総額14万円の寄付をお預かりしており、より多くの皆様からのご協力をお待ちしております。

※NHKの番組「みみより!解説」(3月27日放送分)で本クラウドファンディングの事も紹介されました。
悪質リフォームトラブル未然に防げ 消費者団体取り組み強化へ - みみより!解説 - NHK

【プロジェクト名:『防ごう!悪質訪問販売リフォーム』】

実施期間:令和7年3月26日(水)~6月24日(火)

※クラウドファンディングURL: <https://readyfor.jp/projects/smile-fund>



こちらの二次元
バーコードからも
寄付をお申込み
いただけます。



【連絡先】消費者団体訴訟等支援法人 認定 NPO 法人 消費者スマイル基金 事務局

TEL 03-5216-7767 FAX 03-6256-9115

e-mail consumerkikin@tiara.ocn.ne.jp URL <http://www.smile-fund.jp/>



会員活動報告

埼玉県消費者団体連絡会の活動を紹介します

埼玉省委託事業 県内消費者団体地区別研修会④

「オーラルフレイルと低栄養 ～お口の健康、意識していますか～」を開催しました

2月20日、ふれあいキューブ（春日部市）にて、12団体45人（会場16人、オンライン29人）の参加で研修会を開催しました。

医療生協さいたまの保健師 檜山陽子さん、歯科衛生士 富岡ひとみさんを講師に、昨年開催した「高齢者と低栄養」の続編としてお話しいただきました。



保健師の檜山さんから、フレイル予防について、特に低栄養予防の観点から、「毎日10の食品群を摂る」「たんぱく質は毎日3食しっかり摂る」「エネルギーも不足しないように」「かむ・飲み込む力をつけてオーラルフレイルを予防する」の4つのポイントのうち、食事とエネルギー、BMI値の関係についてお話しいただきました。

次に、歯科衛生士の富岡さんから、虫歯と歯周病からオーラルフレイルについて説明いただきました。オーラルフレイルの危険性ありの人は、そうでない人に比べてフレイルや介護認定を受けた人・死亡した人が約2倍多いと調査結果が出ているとのことで、今からの予防が大切だということでした。いつまでも笑顔で食べ続けられるよう、かむ力や口腔乾燥予防・改善マッサージやあいうべ体操、パタカラ体操、お口の体操などを紹介いただき、実際に体験して、効果を確認しました。



日本生活協同組合連合会の活動を紹介します

【2024年度 全国生協組合員意識調査】物価高騰による暮らしへの対応について

日本生協連では、くらしや購買に関する意識・行動など生活者の実情について明らかにすることを目的に、全国の生協組合員を対象とした「全国生協組合員意識調査」を3年ごとに実施しています。

今回、2024年度に第11回目となる調査を実施しました（実施期間：2024年7月、有効回答数：5,666件）。特に物価高騰におけるくらしの厳しさが浮き彫りとなりました。

■物価高騰による影響

物価高騰により生活が「とても苦しくなった」が23.3%、「少し苦しくなった」が57.3%で、生活が苦しくなったという回答が合計で80.6%と大半を占めている状況となりました。

■物価高騰による生活対応

若年層では「食品や日用品のグレードを落とした」「大容量などを買うようになった」と、購入する量を減らすのではなくグレードを落とすことや、お得に購入することを考える傾向がありました。

その一方で、中・高齢層では、「購入する量が減った」「水道光熱費を節約」と、購入する商品の量自体を減らす方法で節約に対応していることがわかりました。

調査結果について詳しくは、「2024年度 全国生協組合員意識調査_公開版」をご覧ください。

(PDF：4.8MB、https://jccu.coop/info/newsrelease/2024/20241120_01.html)



会員団体の活動紹介 (5~6月の活動予定)

*詳細は各団体にお問い合わせください。終了している企画が含まれる場合があります。

会員団体名	月 日	行 事・活 動
コンシューマーズ京都 (075-251-1001)	5月24日(土) 13:30~15:30	第56回京都消費者大会 「買い物で社会をかえられる?~商品の選び方について考えてみよう~」 【講 師】 大藪千穂さん(岐阜大学副学長/教育学部教授 日本消費者教育学会会長) 【会 場】 京都経済センター 3-F 会議室 およびオンライン 【参加費】 無料 【申込締切】 5月20日(火) 【主 催】 コンシューマーズ京都・京都府・京都市 【後 援】 京都府生活協同組合連合会
	5月27日(火) 10:00~11:50	憲法学習会「憲法が描く平和の未来~私たちができること」 【講 演】 伊藤千尋さん(国際ジャーナリスト) 【トークセッション】 中西麻奈未さん(平和活動家)とピースアクション参加者 【会 場】 京都テルサ 東館3階 大会議室 および オンライン 【参加費】 無料 【申込締切】 5月16日(金) 【主 催】 コンシューマーズ京都 京都府生活協同組合連合会 京都生活協同組合

第6回理事会報告

- 開催日時: 2025年4月18日(金) 15:00~17:00
- 開催場所: 主婦会館プラザエフ5階会議室およびZOOM
- 出席者: 理事総数19名中13名、監事総数2名中1名
- 議決事項: ①第13回定時総会開催の件 ②第13回定時総会議案書決定の件
- 協議事項: ①第13回定時総会の運営について ②消費者政策に関する課題について(地方消費者行政をめぐる動向について、特定商取引法改正運動の状況と今後の動きについて、個人情報保護法の改正について、2025年度PLオンブズ会議報告会開催の件について、ほか報告7課題)
- 報告事項: ①全国消団連役員選挙管理委員会報告 ②環境・エネルギーに関する課題について(2課題)
③食に関する課題について(3課題) ④全国消団連 専門委員会の活動について
⑤全国消費者大会実行委員会の件 ⑥消費者スマイル基金について
⑦政府審議会等への対応報告 ⑧機関会議報告

編集後記

日本のサブカルチャーといえば、アニメ、漫画、ゲーム、アイドルなどが思い起こされます。サブカル・オタクな私にとっては、海外の方とのコミュニケーションの1つとしてとても役に立っています。最近では消費者に向けた啓発ツールにも多くのアニメが使われています。また、「消費者ホットライン188」の周知でアイドルグループとコラボレーションした動画の視聴回数は数日で数万回を超えるなど、幅広い世代の消費者の目に触れる、興味を持ってもらう、という点でもサブカルの起用に期待しているところです。

思い起こせば私の活動の原点は「ベルばら」(「ベルサイユのばら」池田理代子)にあるのではと思います。市民が革命を起こせるんだ、と子どもながらに思った記憶があります。(最初は、ただただオスカル様の美しさに魅了され読み始めた訳ですが(笑)。)そして今は「キングダム」を読みながら中華統一を目指し、「宇宙兄弟」を読みながら宇宙ステーションに想いを馳せていますが、まあ、現実には身の回りの小さな世界から変革を試みたいと思っている小市民であります。(C)

発行: 一般社団法人全国消費者団体連絡会

住所: 〒102-0085 東京都千代田区六番町15 プラザエフ6F TEL:03(5216)6024 FAX:03(5216)6036

ホームページ: <http://www.shodanren.gr.jp> E-mail: webmaster@shodanren.gr.jp