

消費者ネットワーク

2025年9月19日

第320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

日本のライドシェアって、どうなっているの？ 学習会報告

「日本型ライドシェア・公共ライドシェア」は、「地域公共交通空白」の解消に向けた二つの取り組みです。

日本型ライドシェアは、タクシー事業者の管理の下、自家用車・一般ドライバーを活用した運送サービスの提供を可能とする自家用車活用事業で、2024年3月よりスタートしました。タクシー配車アプリデータ等を活用して、タクシーが不足する地域・時期・時間帯を特定し、地域の自家用車・一般ドライバーの力を借りて補う制度で、都市部や観光地などの指定地域を中心に導入されて、始動から1年が経過しました。

また、公共ライドシェアは、地方自治体が主体となり、地域の公共交通機関の空白地帯を補完するための制度です。二制度合計で1600以上の自治体で取り組まれています。

その一方で「ライドシェアの車両を見かけたことがない」「利用したことがない」といった声も多く聞かれ、昨年末に公表された交通労働者によるアンケート調査結果などから、消費者の理解や利用は進んでいないのではないかと考えたことから、交通空白地域解消は重要な政策と考え、学習会を開きました。

今回は、二つの制度の概要や地域の事例について、安全性、利便性など、現状の課題とこれからの制度の方向性について、国土交通省の担当の方にお話を伺いました。

【日 時】8月26日（火）14時00分～15時15分〔Zoom 活用のオンライン学習会〕

【講 師】鈴木充生さん（国土交通省 物流・自動車局旅客課 課長補佐）

東海林厚史さん（国土交通省 総合政策局モビリティサービス推進課 専門官）

【参 加】23人

もくじ

日本のライドシェアって、どうなっているの？ 学習会報告	1
全国消団連インターンシップ学生による日本型ライドシェア体験報告	4
いわゆる「カスタマーハラスメント」対策に係る法律に成立を受けて	5
第8次消費者委員会の活動について	6
消費者スマイル基金ニュース（0711セミナー報告、助成決定）	9
意見を提出しました／8月理事会報告	11
世界の消費者情報（「第23回国際シンポジウム」参加報告）	13
消費者庁新未来創造戦略本部たより	14
会員活動報告	15
会員活動予定／第64回全国消費者大会のお知らせ／編集後記	16

概要(事務局による要約)

◆日本版ライドシェアについて 国土交通省 物流・自動車局旅客課 課長補佐 鈴木充生さん



○前提としてのタクシー事業の現状

タクシー事業は 2002 年に規制緩和がされ、事業者数、車両数は増えて、営業 1 台当たりの収入は減りました。2009 年には、タクシー特別措置法が成立し、タクシーの供給を絞る方向に舵を切って車両は減り、営業収入は増えました。その後新型コロナウイルス感染症拡大による移動者減でタクシー会社の経営が悪化しましたが、現在は回復しつつあります。法人タクシーの運転者数と個人タクシーの事業者数は、規制緩和された 2002 年以降、6 割前後まで減少しており、新たな人材の採用・育成が喫緊の課題です。

○日本版ライドシェア

運転者不足や観光の足の解消として 2024 年 3 月から開始した制度です。タクシー事業者が実施主体となつて 141 地域、1,007 事業者、9,295 台（2025 年 7 月 20 日時点）で導入されています。安全・安心な旅客運送サービスに必要な要件は、「適切な運行管理を行いドライバーと車の安全性を確保すること」「事故時の責任の所在が明確になっていること」「ドライバーの適切な労働条件の確保」として、安全確保と利用者保護を担保しています。また、制度は利用者ニーズに応じた運用改善を行っています。

○改善事例

『長野県軽井沢町』では、休日や夕方飲食後のタクシーが不足を指摘する声があり、観光協会やタクシー協会などが連携して、自治体が手を挙げて運用が始まっています。

『群馬県桐生市』では、新型コロナウイルス感染症拡大の影響でタクシー営業の縮小により、週末深夜の移動手段確保について多くの市民から意見が寄せられて、運行が始まりました。配車ツールもアプリは高齢の方などは使いづらいこともあり、LINE アプリ、電話を使っています。

『鹿児島県伊佐市』では、乗合タクシーの拡充と日本版ライドシェアの導入も組み合わせて地域の移動手段を確保に努めています。支払いも現金可能として、幅広いニーズに対応できるようにしています。

『石川県金沢市』では、北陸新幹線開通で観光客が大幅に増え、タクシーが不足しました。その対応として導入しました。日本版ライドシェアのドライバーを経験して慣れたら、タクシードライバーに移行するなどのキャリアアップにも活用されているとのことです。

『鳥取県米子市』は、2024 年 10 月開催の「ねんりんピック」で導入した日本版ライドシェアをそのまま活用しています。

○今後の取り組み

バス・鉄道事業者による日本版ライドシェアへの参画の促進を進めています。バス・鉄道事業者のニーズとして、終電・終バス後の輸送ニーズの対応、駅など交通結節点からの二次交通をライドシェアで担うなどの活用が考えられます。バス・鉄道事業者が日本版ライドシェアに参画する方法としては、タクシー事業の許可を受けるパターンと、バス・鉄道事業者がタクシー事業者とパートナーシップを組むことで、施設・車両の共用、ドライバーをシェアするパターンがあると考えています。今後も必要に応じて日本版ライドシェアのバージョンアップを検討していきます。

◆公共ライドシェアについて 国土交通省 総合政策局モビリティサービス推進課専門官 東海林厚史さん



○公共ライドシェア（自家用有償旅客運送）

初めは「自家用有償旅客運送」として 2006 年 10 月に制度が創設され、その後に「公共ライドシェア」という愛称をつけたものです。実施主体は市町村や NPO 法人などです。ドライバーは第一種運転免許の保有し、かつ国土交通大臣が認定する講習受講済みの方で、自家用車を使用します。2023 年 12 月、2024 年 4 月に運用改善を実施し、制度導入した市町村は 645（2025 年 3 月末）で自治体全体の約 37%になりました。

○運用改善の内容

- ・交通空白の実情、例えば、朝夕は足があるが昼間に少なくなるなど、時間帯による差異に留意した対応ができるようにした。
- ・対価の目安として、タクシー運賃の 5 割程度で運用していたが、これでは厳しいとのことでタクシーの営業利益やタクシー固有の費用分を除いた、タクシー料金の 8 割に引き上げた。

- ・実施主体の自治体からの受託により株式会社が協力できることも明確化した。
- ・観光地の宿泊施設が所有する車両や、病院・介護施設の送迎の車を、未使用時間帯に自治体に提供し、公共ライドシェアに活用することも可能であることを明確化した。
- ・運用区域内での移動に限定していると解されがちであったが、例えば運用区域内の自宅から区域外の病院などへの往復も可能であることを明確化した。
- ・ダイナミックプライシングを導入し、運送対価について固定的に運用するのではなく、時間帯や需要を見ながら、上限下限を決めて、その中の幅で運用ができるようにした。

○改善事例

『千葉県南房総市・館山市』では、鉄道事業者（JR 東日本）が、電車の駅から家までの二次交通の不足を課題に感じていたことから、制度に参画して自らの社員をドライバーとして、バスの運行も時間外でタクシーの稼働が少ない深夜時間帯に運用をしています。

『富山県南砺市』では、深夜帯の移動手段不足を補充するもので、タクシーと公共ライドシェアとの共同運営になっています。専用アプリ「なんモビ」を開くとタクシーもライドシェアも呼べるようにしてあり、利用者の利便性を確保した取り組みになります。なおそれぞれが競合しないようタクシー優先配車となるよう順位を決めて、タクシーと公共ライドシェアが共存できるような仕組みにしています。

◆国土交通省「交通空白」解消本部について 同じく 東海林厚史さん

2024 年の臨時国会で石破総理から「地域交通は地方創生の基盤です。全国で「交通空白」の解消に向け、移動の足の確保を強力に進めます。」との方針が示されました。これを受けて、国土交通省「交通空白」解消本部を設置し、①「地域の足対策」と「観光の足対策」、②「日本版ライドシェア」や「公共ライドシェア」のバージョンアップと全国普及の取り組みを進めていくことになりました。

「地域の足の確保」に向けて、全国の自治体にアンケートを取り、日本版・公共ライドシェアの準備状況や地域の交通空白地域の存在などをお聞きしました。また、国土交通省でも自治体を訪問し、自治体と事業者との橋渡しの支援を行い、ほとんどの自治体で何らかの対応が進められる状況になっています。地域の実情に応じた最適なツールを選び導入していただくのが大事であると考えています。また交通空白は、該当する地区が 2,057 あり、対応状況も調査し、地域の状況について問題意識を持っていただくことが重要であると考えています。自治体が必要としている支援策については、予算面や制度に係る情報や知見の提供、担当者のマンパワー不足など、課題も併せて提示いただきました。

「観光の足の確保」は、「交通空白」にあたるのは 462 自治体で、地域の課題として認識をしていただきました。タクシー等二次交通サービスの提供とわかりやすい情報発信が課題に挙げられています。

今後の対応として、「交通空白」解消本部と官民連携プラットフォーム（困りごとを抱える自治体、交通事業者と、幅広い分野の企業・団体群の連携・協働体制）を両輪として、「交通空白」の解消に向けた取り組みを強力に推進していきます。今年度から 3 か年をかけて集中対策期間として取り組みを進め、皆様が活動しやすいように見直していくことを考えています。

■質疑応答

Q: ドライバーの安全性や質の確保について、どのような対策を講じていますか。

A: タクシー事業者が通常のドライバーの管理を行っていることと同様に、日本版ライドシェアのドライバーについても同様に管理を行い、教育も含めて質の確保がなされる仕組みになっています。

公共ライドシェアでは、タクシー事業者が撤退した後の地域交通を補完するという制度趣旨から、タクシーと同じではありませんが、タクシーに準じて運行の管理（ドライバー点呼、アルコールチェックなど）を行っています。国土交通大臣の認定講習の中に必要な安全運転のためのスキルアップも含まれていて、最終的に実技試験を受けて修了証を受けた方が担うこととしています。

Q: 利用者の声と利用者によるタクシーとライドシェアの評価を教えてください。

A: 日本版ライドシェアでは、利用者からは「快適に乗れました」「タクシーと変わらなかった」など好意的な意見が多いかと思います。国土交通省の X（エックス）でも声を集めて発信しているのでご覧ください。

公共ライドシェアも概ね好評をいただいている、「タクシーやバスが撤退して大変だと思っていたが何とか足の確保ができます」と前向きに捉えられているようです。まだ使い方が洗練されていないこともあり、わかりづらいというのはあります。配車アプリが利用しやすい形で導入が進めばよいと思っています。

Q：海外のライドシェアと比べて日本の制度の強み、弱みがあれば教えてください。

A：海外のライドシェアは、ドライバー、利用者の双方ともそれぞれの希望に応じた対応と利用が可能で利便性は高いかと思います。一方、何かあった時の対応は不安があるかと思います。ドライバー管理や車両管理は安全・安心のための重要なポイントで、日本版ライドシェアはその点しっかり対応しているので、安心してご乗車いただけたと考えています。

以上

全国消団連インターンシップ学生による日本型ライドシェア体験報告

2025 年度も全国消団連は、大学生によるインターンシップを受けて入れています。

前ページに記載の日本型ライドシェア・公共ライドシェア学習会の参加者に、開催前のアンケートとしてライドシェア利用体験を聞いたところ、23 人のご回答のうち、お一人のみ利用ありとの返答をいただきました。

加えて事務局にも利用経験者がいなかったことから、インターンシップ学生の皆さんにご協力いただいて、都内施設見学の移動手段として 8 月 8 日にライドシェアお試しを行うこととしました。別日程で利用したインターン生からの報告と併せてご紹介いたします。学習会報告と照らし合わせながら、お読み取りください。

1. 8 月 8 日の試乗について

事務局注 配車アプリを使って「ライドシェア」を頼んだところ、操作を誤って通常のタクシーが到着しました。そのまま乗車しましたが、偶然ドライバーがライドシェア経験をお持ちで、道中に経験や感想を伺うことが出来ました。経験者の声として貴重であることから、今回、ご紹介します。

・ライドシェアを始めたきっかけと働き方

- 本業とは別に、副業として働いた。
- 家族の仕事の都合に合わせて、好きな時間に働けることが最大の魅力。
- 稼働時間は 1 日 4 時間までという制限があるが、早朝や深夜など、タクシーが不足する時間帯を中心に効率的に稼働。

・収入と労働環境

- 収入は時給 2,000 円+歩合という仕組みで、乗客を乗せていない時間も時給が発生するため、収入面では満足。
- 自家用車を使用することに抵抗はなく、乗客もライドシェアの仕組みを理解した上で利用しているため、特に問題は感じなかった。

・制度への評価と期待

- 現在の「日本版ライドシェア」の仕組み（時間帯や営業区域の制限）については、タクシーが少ない時間帯がメインとなるため、どの時間帯でも乗車できるわけではないと現状を認識。
- 今後はさらに利用者が増え、より柔軟な働き方ができることを期待。



2. 別日程での利用体験からの感想と懸念点

・現状のメリットと今後期待したい点

- 深夜時間帯のタクシー不足解消に繋がることは、利用者として非常にありがたい。
- 電車が止まった際など、緊急時の移動手段として、今後さらに重要な役割を担うと期待できる。

・懸念点と今後の課題

- 車両の質のばらつき：自家用車を使用するため、通常のタクシー車両とは異なり、改造車などこだわりが強い車両で運行される場合があり、乗客によってはトラブルに発展する可能性があると感じた。
- 安全性や品質の担保：ドライバーのスキルや接客の質が一定ではないため、安心して利用できる基準をどのように確保していくかが今後の課題である。
- トラブル発生時の対応：万が一、事故や乗客・運転手間のトラブルが発生した場合の責任の所在や対応体制がどうなっているのか、さらに明確にする必要があると感じた。

以上

いわゆる「カスタマーハラスメント」対策に係る法律に成立を受けて

事業者等に対して、いわゆる「カスタマーハラスメント」への労働者保護対策を義務付けた「労働施策の総合的な推進並びに労働者の雇用の安定及び職業生活の充実等に関する法律等の一部を改正する法律」が6月の国会で可決成立し、地方自治体の条例や企業の対応マニュアル作りが進められています。

働く人たちを守るためのルール作りは大切なことです。そのうえで、消費者の正当な申し出（苦情・クレーム）までもがカスタマーハラスメントとして排除されることを危惧し、全国消団連は2024年4月12日厚生労働省ヒアリングなどで意見を述べました。改めて今号でその意見を紹介します。

2024年4月12日

消費者の立場から見たカスタマーハラスメントの対策についての意見（抜粋）

一般社団法人 全国消費者団体連絡会

全国消団連では、消費者の正当な申し出（苦情・クレーム）までもがカスタマーハラスメントとして受け取られることで、排除されることを危惧しています。

消費者にとっては申し出を行うことが大変勇気のいる行為であるうえに、様々な要因により必ずしも理路整然と説明できない場合や、高齢や障がい、病気等の様々な要因でコミュニケーションを十分にとることが出来ない場合もあります。

また、消費者の持つ脆弱性との観点からも、「消費者・事業者間の情報力・交渉力等の構造的格差」にも配慮いただきたいと思います。

事業者側でも申し出に対応する個々の場面において、消費者からの正当な申し出に対し、適切な対応ができない場合（たとえば、従業員への顧客対応の教育不足、顧客マニュアルや内部規定などが無い、それらがあっても十分に周知徹底されていないなど）もあると考えられます。こうした場合には、受け入れてもらえるはずの正当な申し出が、受け付けてもらえないこととなり、消費者の権利の侵害となる可能性にも配慮ください。

なお、著しい迷惑行為（理不尽なクレームや言動など）があった場合には、個別に警察を呼ぶなどして毅然と対策・対応いただく問題であり、広く消費者一般の問題として捉えるべきではないと考えます。

消費者の正当な申し出の適切な対応として、事業者がしっかり顧客対応できる体制を整えることが重要だと考えます。消費者基本法の第5条4項においても「消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること」が事業者の責務等として位置付けられています。

事業者の顧客対応の体制構築・強化に向けては「各従業員が顧客対応の力をより付けていただくための教育研修の強化」「顧客対応や危機管理などの各種マニュアル、内部規定の作成及び周知徹底」「組織全体としてフォローする体制の構築・強化」「従業員のメンタルケアなどサポート体制の構築・強化」などが必要ではないかと考えます。

また、消費者自身も正当な申し出をカスタマーハラスメントと受け止められるような言動とならないよう、より多くの消費者が、消費者の権利と義務について正しく理解するための消費者教育を強化が必要であると考えます。

社会全体での意識が変わっていくように、消費者、事業者がお互いの立場の理解を深めていくことも重要で、そのために対策を講じていくことができるとよいと考えます。

以上

【参考】

○消費者基本法関連条文

第五条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

～（略）

四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

https://www.cao.go.jp/consumer/history/02/kabusoshiki/chihou/doc/130613_shiryou5-1.pdf

○衆参両院附帯決議

・衆議院：

https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_rchome.nsf/html/rchome/Futai/kourou78CB244DF7ECAB2549258C8C001AF92F.htm

・参議院：

https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_rchome.nsf/html/rchome/Futai/kourou78CB244DF7ECAB2549258C8C001AF92F.htm

○消費者庁消費者向けリーフレット「ぼのぼのと考えよう カスハラってなんのこと？」

消費者庁は漫画の人気キャラクターを使って、上記啓発リーフレットを作成しました。

<https://www.caa.go.jp/notice/entry/041885/>



第8次消費者委員会の活動について

小林真一郎（内閣府消費者委員会）

2023年9月に発足した第8次消費者委員会は、2025年8月までの任期の中で、消費者行政の監視機能を果たすべく、本会議・下部組織¹の場において各種テーマについての調査・審議を精力的に行ってきました。以下、主な取組の概要をご紹介します。

1. 第5期消費者基本計画策定に向けた取組

第8次消費者委員会において最重点課題として取り組んだのが、2025年度からの5か年計画である第5期消費者基本計画策定に向けた取組です。消費者委員会として消費者基本計画に位置付けるべきと考えるテーマについて、従来から課題となっているベーシックな消費者問題から、今後の5か年で社会実装が大きく進むと考えられる分野（デジタル・AI・自動運転等）まで、関係省庁・有識者をお呼びしてのヒアリングを幅広く重ね、「次期消費者基本計画策定に向けた消費者委員会意見」を2回にわたりとりまとめました（2024年4月、9月）。そのほとんどは第5期消費者基本計画に反映されました。

今後は計画の実効性確保（検証・評価・監視）が課題となります。

（参考）関係省庁ヒアリングで取り上げた分野

決済制度の透明化、LPガスに関する消費者問題、子どもの事故防止、高齢化等への対応、取引デジタルプラットフォーム、法や執行体制の及んでいない事業者への対応、前受金ビジネスに関する消費者問題、AIと消費者保護、地方消費者行政、身元保証等高齢者サポート事業等、消費者教育の取組、「国民を詐欺から守るための総合対策」、クレジットカード不正利用防止の強化、適格消費者団体の活動の意義及び強化、自動運転における消費者保護、食品衛生基準行政、消費者基本計画工程表の改定、第5期消費者基本計画

2. 紅麹問題を受けた対応

2024年3月に発覚した紅麹サプリメントによる健康被害事案を受けて、機能性表示食品制度見直しに係る食品表示基準改正案が消費者庁から諮問されました。これを受けて本会議・食品表示部会で審議を重ね、答申書に多数の附帯意見を付すとともに、加えて「サプリメント食品に係る消費者問題に関する意見」を発出しました（2024年7月）。同意見では、「1 健康被害情報の収集・活用、有効性・安全性の実効性の確保」「2 表示・広告規制の強化」「3 消費者への情報提供及び注意喚起」「4 消費者保護の取組を規律する法制度や組織の明確化」に関して意見を述べています²。

¹ 第8次では本会議のほか、以下の下部組織を設けました。

- ・新開発食品調査部会（新開発食品評価第一調査会）※ 2024年3月31日付廃止
- ・食品表示部会
- ・公共料金等専門調査会
- ・消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会
- ・消費者をエンパワーするデジタル技術に関する専門調査会
- ・支払手段の多様化と消費者問題に関する専門調査会

² 紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合とりまとめ（「紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応」2024年5月）では、「今回の事案を受け、食品業界の実態を踏まえつつ、サプリメントに関する規制の在り方、許可業種や営業許可施設の基準の在り方などについて、必要に応じて検討を進める」とされています。

3. 消費者をエンパワーするデジタル技術に関する専門調査会

デジタル化の進展に伴い、消費者自身では未然に防ぐことが難しい問題や、消費者と事業者の技術力の差異があることにより生じると考えられる問題があることが指摘されています。こうした課題への対応として、消費者を支援するため、デジタル技術を活用することが考えられることから、専門調査会を設けて2024年4月から審議を行い、同年12月に報告書・意見をとりまとめました。

報告書では、消費者をエンパワーするデジタル技術に現時点どのようなものがあるかを可能な範囲で洗い出し、こうしたデジタル技術の開発を更に促進し、利活用を進め、消費者被害の未然防止、拡大防止等に寄与させていく上での課題(1)デジタル技術を開発提供する事業者の信頼性確保やその技術の品質の担保、(2)デジタル技術が抱え得るリスクへの対応、(3) デジタル技術の開発・実装に向けたインセンティブの方策、(4) デジタル技術の利活用に係る法的責任の整理、(5) パーソナルデータの取扱いに関連して、同意やオプトアウトへの対応等、(6) 消費者によるデジタル技術の利活用にに向けた支援等)について整理しました。

消費者問題への対応を進める上で、「消費者法制度による規律、消費者教育・リテラシーによる対応に加え、デジタル技術を更に利活用し、対応することは重要」という観点を打ち出した点が特徴です。

4. 消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会

「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」という消費者庁からの諮問(諮問の起点は、2022年の消費者契約法改正時の国会附帯決議)を受けて、2023年12月から25回にわたって審議を行い、2025年7月に報告書・答申をとりまとめました。

報告書では「第1 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」「第2 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」「第3 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」について消費者法制度の見直しのための考え方を整理しており、答申では「報告書の内容を踏まえ、消費者ならば誰しもが多様な脆弱性を有するという認識を消費者法制度の基礎に置き、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に向けて、種々の規律手法を目的に応じ有効かつ適切に組み合わせて実効性の高い消費者法制度を整備すべく更なる具体的な検討を行うなど、必要な取組を進めることが適当」としています。

5. レスキューサービスに関する消費者問題についての意見

トイレの故障、水漏れ、鍵の紛失等レスキューサービスに関する消費生活相談が増加傾向にあり、その被害が深刻となっていることから調査審議を行いました。調査の過程では、この問題では悪質事業者への行政処分や消費者啓発等の取組が重要であることとともに、被害の入口がデジタル広告となっている点にも着目しました。

意見(2025年8月発出)では、レスキューサービスに関する消費者問題への対応策として、

(1) 政府に対し、検索連動型広告を掲載するデジタルプラットフォーム事業者において、特別な事情下では広告内容の調査確認の取組を高度化するよう要請することを検討すること

(2) 警察庁及び消費者庁に対し、悪質なレスキューサービス事犯に対する執行を強化すること

(3) 消費者庁に対し、関係行政機関と連携し、消費者への啓発を強化するとともに、事業者団体等との連携を図ること

を求めています。

6. クライミング施設における消費者安全に関する意見

近年、スポーツクライミングは、オリンピックを契機として人気が高まり、国内ではクライミング施設が増加しています。競技者が利用する専門施設だけでなく、小規模なジム、こどもが利用できる施設・公園等も増加しています。クライミングは高い壁を生身で登るため、安全でない体勢で落下すると、重大な事故につながる可能性があり、実際に骨折等の事故が発生している状況です。そのため、事故情報を適切に収集し、事故の発生状況等実態を踏まえ、安全面での対応策を実施することが重要と考えられます。

意見(2025年8月発出)では、

- (1) スポーツ庁に対し、関係省庁等と連携し、クライミングジムで発生した事故情報等を把握する方策を検討すること
- (2) スポーツ庁、こども家庭庁、文部科学省、経済産業省及び国土交通省に対し、それぞれ適切に事故情報を収集した上で、関係事業者が実施すべき安全面に関する対策等について、連携して、安全対策等の策定等に向けた措置を講じ、関係事業者に対してその実施を徹底させるための措置を講ずること
- (3) 消費者庁に対し、クライミング施設に係る消費者事故の防止のため、今後策定される安全面に関する対策等について、消費者に適時適切に周知すること

を求めています。

7. 支払手段の多様化と消費者問題に関する専門調査会

支払手段の多様化とそれがもたらす消費者への影響や消費者問題について調査審議を行うべく、専門調査会を設けて2025年3月から審議を行い、同年8月に中間整理をとりまとめました。

中間整理では、支払事業者を規律する法律が多岐にわたっており、所管省庁も複数あるという状況の中で、支払手段の多様化・複雑化が消費者にどのような影響を与え、消費者トラブルと関わっているのかを明らかにするとともに、今後、特に迅速な対応が必要と考えられる課題について整理しています。

他にも、郵便料金改定、JR 東日本運賃改定、コメの価格上昇を受けた国民生活安定緊急措置法に基づく転売規制等の課題についての審議および答申・意見のとりまとめや、消費者団体・歴代消費者委員会委員長・ドイツ消費者問題諮問委員会委員長等との意見交換会を行いました。また、2025年8月には、当面の主要課題等について議論し、次期への申し送りとなる「留意事項」をとりまとめました³。上記でご紹介した各種意見・報告書につきましては、消費者委員会ホームページをご参照ください。



2025年9月から第9次消費者委員会がスタートしますので、引き続き活動にご注目ください。また、各団体で発出された意見書等を消費者委員会にお送りいただくと審議の参考にさせていただきますので、今後ともご協力のほどお願い致します。

³「留意事項」のほか、第8次消費者委員会のこれまでの活動の一覧や、開催実績等については、第470回消費者委員会本会議(2025年8月27日)資料もご参照ください。

認定 NPO 法人 消費者スマイル基金ニュース

1.2025 消費者志向経営セミナー「消費者との安全・安心なネット取引に向けて」開催報告（後編）

2025年7月11日（金）、主婦会館プラザエフ 7階カトレアにて「消費者との安全・安心なネット取引に向けて」をテーマに消費者庁後援による「2025消費者志向経営セミナー」が開催されました。当日は、消費者庁 消費者制度課 古川 剛課長をお迎えし、開会のご挨拶をいただきました。

古川氏からは、デジタル化が進む中、消費者団体訴訟制度の役割や適格消費者団体と事業者との協働の重要性が語られました。その中で、「訴訟だけでなく、日々の対話を通じて健全な市場を築くことが大切であり、適格消費者団体が事業者との対話を通じ、健全な市場形成に貢献していること、そうした団体を支援する消費者スマイル基金の意義について非常に大きいと感じています。」と述べられています。さらに、「ネット取引の安全確保に向けて、講師の方々の知見を行政の施策に活かしていきたい。」との意向も示されました。

その後、龍谷大学 法学部教授 カライスコス アントニオス氏と楽天グループ株式会社 渉外統括部 政策渉外部 ジェネラルマネージャー 片岡 康子氏、公益社団法人 日本通信販売協会（以下、JADMA）専務理事 万場 徹氏を招いての講演では、有識者、事業者、業界団体各々の取り組みのお話をいただきました。休憩を挟み、第2部ではパネルディスカッションを行いました。パネリストにご講演いただいた楽天グループ㈱の片岡氏とJADMAの万場氏、龍谷大学教授のカライスコス氏に消費者庁の古川氏を加えて、コーディネーターの消費者スマイル基金 理事の坂倉 忠夫がスムーズな進行に努めました。

【セミナー詳細】

①講演「安全・安心なデジタル取引に向けた政策と実務」

龍谷大学 法学部教授 カライスコス アントニオス氏

龍谷大学のカライスコス教授による講演では、「安全安心なデジタル取引に向けた政策と実務」をテーマに、消費者志向経営とデジタル取引の課題、特に“ダークパターン”に焦点を当てて解説されました。個人データの不透明な扱いやフェイクレビュー、カスタマージャーニーの悪化などが指摘され、OECDの定義をもとに“ダークパターン”の分類（強制、インターフェース干渉、執拗な繰り返し（ナギング）、妨害、こっそり（スニーキング）、社会的証明、緊急性など）と具体例が紹介されました。さらに、日本ではダークパターンに対する直接的な規制法は存在せず、消費者保護法、個人情報保護法、競争法に分散して対応していることや国内外の規制状況、事業者がダークパターンを使ってしまう背景、そして今後の対応として認定制度の導入や分野横断的な規制の重要性が語られました。最後に一般社団法人 ダークパターン対策協会の活動にも触れ、認定制度による共同規制の展望を以下のようにお話しいただきました。

「この協会の主な目的は、法令違反ではないが適切とも言えない、いわゆるグレーゾーンの事例を拾い上げることにあります。そのため、消費者庁、総務省、公正取引委員会、個人情報保護委員会などの関係省庁と連携し、ダークパターン事例に関する情報提供窓口の設置を目指します。外部認定審査機関ということで、消費者団体や適格消費者団体などにも役割を担っていただきたいと考えています。実務の現場とも連携しながら、より実効性のある対策を進めていく予定です。」

②講演「楽天市場の消費者保護の取り組みについて」

楽天グループ㈱ 渉外統括部 政策渉外部 ジェネラルマネージャー 片岡 康子氏

楽天市場は、創業以来、時代やニーズの変化、ECの成熟度などに合わせ、行政機関や知的財産の権利者、他のECプラットフォーム事業者をはじめとする外部との連携、法令遵守体制の強化により取引の安全性向上に取り組んできました。また、消費者保護を重視したECプラットフォームとして、出店審査やモニタリング、違反点数制度を導入し、店舗のルール遵守を促進しております。店舗のルール違反を検知した場合は、その内容に応じ、再発防止のための講習から契約解除まで違反点数に応じたさまざまな措置を実施しています。消費者向けには、リコール情報や詐欺事例などの情報発信、ヘルプページや問い合わせ方法の充実（チャット・電話・メール等）、「あんしんショッピングサービス」によるトラブル救済などに取り組んでいます。

また、安全・安心な取引環境を実現するために、出店審査や出店後のモニタリングとルール遵守の確認等、出店事業者向けの取り組みだけでなく、ユーザー側の不正利用防止という観点での取り組みも行い、消費者と店舗双方が安心して利用できる仕組みづくりを進めています。その他、オンラインマーケットプレイス協議会

(JOMC)を通じて加盟各社の消費者保護の取り組みを公表し、ECプラットフォーム事業者が行っている自主的な取り組みを強化しています。消費者の方々には、ECプラットフォーム事業者による消費者保護の取り組みを知っていただいた上で、そのような取り組みを行っている事業者を選択し、安心して使っていただきたいと思います。

③講演「通信販売における苦情相談の現状と今後の対応」

(公社)日本通信販売協会 専務理事 万場 徹氏

JADMAは1983年設立の業界団体で、約600社が加盟しています。通販業界の健全化を目指し、消費者向けには自主規制や通販利用の注意喚起、講師派遣、情報発信など、事業者向けには法令周知や法令相談、ガイドライン作成、教育支援を行っています。特商法に基づく苦情相談機能も持ち、会員・非会員問わず対応しています。最近では定期購入トラブルや詐欺サイトへの注意喚起を強化し、消費者にクーリングオフは通販にないことや支払い方法の選択にも注意を促しています。事業者に対しても返品特約の明示についての制度を伝えています。悪質事業者対策として、掲載判断の利用として広告業界団体への情報提供を行っています。学校教育現場との連携や教材提供を通じて、若年層へのネットリテラシー向上にも取り組んでいます。通販業界の健全化と消費者保護を両立するため、幅広い取り組みを展開しています。

④パネルディスカッション【テーマ】安全・安心なデジタル取引に向けた消費者と事業者の協働

パネルディスカッションは、1つ目の議題で、「ダークパターンによる消費者被害を防ぎ安全・安心な取引に向けた取り組み」、2つ目の議題では「デジタル取引における今後の消費者と事業者との協働の在り方」についてパネリストの方々に下記の内容で議論されました。

●「ダークパターンによる消費者被害を防ぎ安全・安心な取引に向けた取り組み」概要

ダークパターンによる消費者被害防止に向け、事業者・団体・協会がそれぞれの立場で取り組みを進めています。楽天グループではユーザビリティやVOC活用による改善を重視し、景表法違反への対応も徹底しています。JADMAは中小企業向けに法令理解を促すセミナーを継続的に開催するなどの取り組みを行っています。(一社)ダークパターン対策協会はグレーゾーンに着目し、認定制度を通じて企業の自主的な姿勢確認と誠実な対応を促進しようとしています。今後の鍵となるのは、ダークパターンの共通認識の形成と消費者との信頼構築です。

●「デジタル取引における今後の消費者と事業者との協働の在り方」概要

デジタル取引における安全・安心の確保には、事業者と消費者の協働が不可欠です。JADMAの万場氏は、悪質事業者の排除と中間層事業者の啓発・育成を重視し、消費者による注意喚起として、認定マークなどの峻別できる方法、その他、消費者教育のリテラシーを高めるための教育の強化を提案されました。楽天グループ(株)の片岡氏は、消費者保護の取り組みを行う事業者が消費者に選択されるというインセンティブが働くことがポイントだと考えており、事業者の情報提供とその情報を基にした消費者の購買行動が重要だと述べました。龍谷大学のカライスコス氏は、健全な事業者ができる防御策は、自分たちが健全であることをアピールすることだと考え、認定制度にはそのような意味も含めて運用していきたいと語りました。また、違反があった場合は是正姿勢の評価や事業者と消費者の対話の場の重要性を指摘しました。消費者庁の古川氏は、法令だけでなく企業の真摯な対応、すなわち企業の姿勢論や消費者と事業者の対話の重要性、信頼構築のプロセスが信頼性をより高めていく重要な鍵であり、消費者団体との協働による規律形成が信頼性向上につながるとまとめました。

コーディネーターの坂倉氏より、まとめとして、「①「事業者、事業者団体、消費者、消費者団体、行政」各主体による協働と、社会への発信、意識や認識の醸成、②横の連携、あるいはトップダウンによる縦の連携、企業の中で消費者視点をしっかりと浸透させることが消費者志向経営に繋がっていく」とまとめました。

セミナーの締めくくりとして、消費者スマイル基金 理事長の河野康子より、参加者および登壇者への深い感謝の意を述べました。急速なデジタル化に伴い顕在化する「ダークパターン」などの新たな消費者リスクに対し、各登壇者から多角的な知見が共有されたことを振り返り、消費者スマイル基金として、今後も事業者と消費者が健全な関係を築けるような対話と協働の場を提供し続ける決意を表明して、2回目となる本セミナーは盛況のうちに終了しました。

【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/>



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

「コメの価格・供給に関する意見書」を提出しました

昨年8月から続いているコメ問題では、供給不足、価格上昇、備蓄米の放出の遅延、生産調整による需給バランスなどの課題が浮かびました。全国消団連では、この間のコメの価格と供給等の動向について会員団体の協力を得ながら調査を続けてきました。

2025年9月となり、25年産の新米が市場に出回り始めましたが、深刻な水不足や虫害など、今年度の動向も楽観視できない状況です。また、キャンセルが発生したとはいえ、備蓄米の在庫量は大幅に減少しています。今後も消費者が安心してコメの利用を継続できるようにする必要があります。

全国消団連では、消費者と生産者の生活の安定を求める観点から、日本国政府に対してコメの政策に関する意見を述べ、特に25年産米供給が本格化するにあたり、早急に対策を講じるよう強く要望するため、9月12日に内閣総理大臣 厚生労働大臣 農林水産大臣 経済産業大臣 内閣府特命担当大臣(消費者及び食品安全) 消費者庁長官 内閣府消費者委員会委員長宛に意見書を提出しました。

安定供給と価格の適正化など、コメ政策についての改善を求める意見書

全国消団連は、この間のコメに対する国の対応に対して消費者と生産者の生活の安定を求める観点から、日本国政府に対してコメの政策に関する意見を述べます。2025年産米供給が本格化するにあたり、早急に以下の措置を講じることを強く要望します。

I. コメの流通量と価格に対する消費者の不安解消に向けた施策

1. コメの流通及び価格高騰の原因検証、供給不足・価格上昇への対応について具体的な施策を計画的に立て、広く消費者に周知してください

猛暑による高温障害の影響で精米の歩留まりが悪化し、店頭販売量が減少しました。また、消費者の購入量増加やインバウンド需要拡大が価格高騰を招いたとされます。しかし、農林水産省は需要減少の従来傾向を見直さなかったため状況の認識が遅れ、備蓄米の放出も遅れる結果となりました。

農林水産省は、生産現場や多様化が進む米流通の現状について継続的に分析を進め、米不足の原因を徹底解明し、価格高騰への対応策とともに安全で安心な供給体制の再構築を進めてください。また、継続的な検証と適切な対策についても講じてください。

2. 2025年産米の需給見通しと価格情報を早期かつ定期的に公表してください

今年の猛暑や雨不足、線状降水帯の影響で、コメの流通と価格が不透明な状況が続いています。このため、迅速かつ実態を踏まえた主食用米の需要見通しの公表を求めます。

農林水産省は、速報値で、今年の主食用コメの作付面積は過去5年間で最大の136万3,000ha、収穫量は前年より56万t増の735万tとの見込みを公表しました。しかし、猛暑や渇水、冠水被害や害虫被害などの影響が懸念されています。例年7月下旬に示される需要見通しの公表も見送られる中で、消費者としての不安は募るばかりです。需給の調査・把握は必要です。今後これまでの算定方法を見直した上で、新たな方法で改めて需給見通しを公表するとのことですが、現状を検証して、実態を踏まえた需要見通しを早期に公表してください。

3. 消費者に不安を与えないよう、正しい情報を分かりやすく発信してください

昨年8月、メディアからの報道で、情報が錯綜し憶測が流れたことで、消費者は不安を煽られる一方、コメの供給と生産に関しては、情報が小出しに公表されました。その結果、消費者はそれらの情報に左右されて、冷静な判断が難しくなり、買い急ぎや過剰な購買行動などの事案も見受けられました。このような事態を防ぐためには、発生した事態が何を原因としたのかについて正確かつ正直に発信することが重要です。さらには、価格や品質、安全性に加えて、生産者の努力や米の価値についても伝えることが重要です。

併せて消費者に近い中小小売業者にも正確な情報を提供し、供給不足や価格上昇時に消費者が冷静に対応できる環境を整えるべきです。不安を解消する正確な情報を定期的かつ統一的に発信してください。

4. コメの価格と供給量の地域間格差の是正に向けた対応を検討してください

全国消団連は、2024年9月11日週から現在まで継続してコメの価格と供給等について調査しています。そして調査結果から、米の価格に地域間格差が存在することを確認しました。農水省の7月28日発表分でも、都道府県別の中央値の最高値は滋賀県で4,380円、最低値は茨城県と沖縄県で2,980円でした。

加えて、備蓄米については、地域毎の取り扱い開始時期に差が生じていました。

米価格の格差解消とともに、流通していない地域を発生させない、流通量が不足した場合に速やかに地域間での在庫の移送を行えるなど、公平で公正なコメの流通ルール化作りの促進を卸も含む事業者に働きかけ、政府として点検を進めてください。

5. 備蓄米の管理・放出を適正化し、迅速な対応を可能にする制度を再構築してください

2025年5月に備蓄米の放出について、随意契約方式に切り替え、古い備蓄米を大量に放出することで価格は下がりました。しかし2025年3月、入札方式で始まった備蓄米の放出には中小小売事業者の参加は困難で、流通の偏りや消費者への供給問題が生じました。

価格変動や市場の不透明さが続く中、公平で透明性のある供給を確保するためには、災害時等の有事以外においても放出を行うか否かを含めた判断基準の明確化や迅速対応が可能な制度整備が必要です。また、備蓄米制度の目的について改めて確認を行い、運用基準面での整備とあわせて、放出先に関する優先順位（病院、介護施設、学校、フードバンク等）についても検討をしてください。

さらに、円滑な流通と追跡調査の仕組みを構築することや、昨年のようなコメ不足発生時の対策も迅速に対応してください。

併せて、価格鎮静化のために放出した備蓄米の補充について、確保計画を早急に立て、調達を進めてください。

II. 食料安全保障と長期的視点

1. 生産政策の見直しと拡大、価格調整機能を検討してください

日本政府は2025年8月、米の増産に踏み切ることを表明しました。従来の生産抑制政策を再評価し、食料安全保障を強化するため、新たな基本計画の重点に沿って確実な米の増産と国内生産力拡大が求められています。

課題として、農業従事者の高齢化や多様な担い手の確保、低収入、農地の確保、猛暑の影響が挙げられますが、生産者への直接的な支援も含めて、これらの課題解決のために長期的な計画を立案し、それを着実に実行してください。加えて、価格の安定については、「価格安定基金」の創設などを検討して下さい。農家の再生産が可能な価格と、消費者が購入しやすい価格の両立は、持続可能性と食の安定供給のために不可欠です。

最後に、コメの供給面からだけでなく、日本の農業・環境を守るため、また食品の安全性と主食としての米を守るためにどのような対策を取るべきかの国民的議論と国の真摯な対応を期待します。

以上

第 3 回 理事会 報告

1. 開催日時：2025年8月21日（木） 15:00～16:50
2. 開催場所：ZOOM開催 5階会議室（ハイブリッド開催）
3. 出席者：理事総数19人中14人 監事総数2人中1人
4. 議決事項：役員補充選挙の実施と選挙管理委員会の設置の件
5. 協議事項：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、消費者契約法と消費者法制度のパラダイムシフトについて、個人情報保護法の改正について、消費者団体の在り方検討について、ほか報告5課題）
6. 報告事項：①環境・エネルギーに関する課題について（2課題）、②食に関する課題について（4課題）、③全国消団連 専門委員会の活動について、④全国消費者大会について、⑤消費者スマイル基金活動報告、⑥政府審議会等対応状況、⑦機関会議等報告

世界の 消費者情報

公正取引委員会競争政策研究センター主催 「第23回国際シンポジウム」参加報告

全国消団連国際活動専門委員会 委員 山地理恵
(一般社団法人日本消費生活問題研究所 (JACARIN) 国際部研究員)

去る3月14日、公正取引委員会競争政策研究センターの主催、日本経済団体連合会が後援、日本経済新聞社、公正取引協会が共催した第23回国際シンポジウム「ダークパターン～人を欺くウェブデザインに対し競争政策が果たす役割～」が開催された。当日は「ダークパターン」という概念の名付け親である英国の著名ウェブデザイナー、ハリー・プリヌル氏他による講演（録画配信）の他、ダークパターンの現状や国内外における規制の動向、競争政策からのアプローチのあり方などについて講演およびパネルディスカッションが行われた。米国の競争法の専門家ならびに日本の消費者政策の専門家による開催プログラム詳細はWEBサイトに公表されている。

当日は対面参加70名弱オンライン参加400名超との案内があり、商品の閲覧や購入を行う際に、消費者に対して会員登録を強制する行為や重要な情報を見えにくくさせる行為、いわゆるダークパターンが消費者等の利用者に不利益をもたらす側面があるだけでなく、ダークパターンを利用する事業者とそのような手段を利用しない事業者の間における公正かつ自由な競争を阻害する懸念があり、独占禁止法や競争政策の観点からどのように対応していくべきかなどが検討された。

前半の講演において、米国でのダイエットサプリのダークパターン広告に対する2021年の集団訴訟の案件、日本における個人情報保護の観点からみた課題として、同意概念の重要性と不適切利用の検討、OECDが2024年実施したダークパターンによるテレビ購入のイメージ調査結果等が紹介された。後半のパネルディスカッションでは、デジタル化によるイノベーションで恩恵が得られる一方で消費者の認識や判断をゆがめられる行為に対し、日本ではこういった行為がどの類型に当てはまり得るのか未だ整理の段階であり、「公正な競争」を観点とする我が国ではダークパターンを直接規制する法律構成に至っていないこと、自由な競争促進・手段を促す土台がある欧米法との比較として「自由競争」をベースに企業活動を行う国民性との文化的な違い、日本においても複数の既存法に抵触する可能性に対し、消費者保護の重要性が高まるなかで事業者がWEBサイトを構築する際にどのような視点をもつべきか、EUで2024年2月に全面施行されたデジタルサービス法(DSA)のように横断的な規制がなぜ設けられないのか、民間主導のベストプラクティスの可能性が提議された。

また、会場とオンライン参加者をつないだ質疑応答では人工知能AIの台頭についても言及され、特定のデータの悪用など意図すれば悪く使える存在に対しどう規制するのか、消費者の自主性、自己決定権をゆがめる行為そのものについて、一般消費者の多くはまだ知る段階に至っていない課題意識が共有された。

公開シンポジウムでの一参加者の立場として、横断的な規制は事業者を委縮させるといった自由主義の市場経済における競争政策の視点を知ると共に、国内外を不可逆的につなぐデジタル化に対して消費者が置き去りにになっていないか改めて考える機会となった。悪質な事業者が市場で淘汰されるのをただ待つのか、それとも消費者保護、被害抑止力となりえる連携とは何か、我が国の消費者の特徴とそれを取り巻く課題について今後の国会の審議等にも注視し、報告していきたいと考える。

【参考 URL】

<https://www.jftc.go.jp/cprc/events/symposium/20250314sympo.html>



消費者庁新未来創造戦略本部たより

体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」実践ガイドについて

消費者庁新未来創造戦略本部 日野 智啓

催眠商法やゲーム課金、定期購入など、私たちの日常には様々な消費者トラブルが潜んでいます。消費者庁では、そのような消費者トラブルによる被害を未然に防止するために必要な「消費者力」（気づく・断る・相談する力）の育成・強化を図ることを目的に、VR 動画等を活用した体験型教材（以下、「本教材」。）を作成しています。

本教材のうち動画教材では、臨場感のある VR 動画により被害者目線で勧誘手口を疑似体験できるほか、対処法をシミュレーションし、心理学の専門家による解説を視聴することができます。

本教材の更なる活用、全国的な普及を図るため、消費者庁新未来創造戦略本部では、消費者教育に携わる各地域の行政職員や消費生活相談員、消費者教育コーディネーターなどの担い手に向けて、本教材の講座での取り入れ方や実践方法等を整理した実践ガイドを公表しました。

実践ガイドでは、本教材の作成目的や本教材を使った講座の展開例に関するセミナーの内容、また、各地域の講座で本教材を試験的に導入したモデル講座の実施事例を紹介しています。そのうち、実施事例では講師の属性や受講者の年代、所属、使用した本教材の組み合わせなど、様々なパターンを紹介し、実施事例ごとに講座の展開例や工夫点、受講者の感想等、担い手が本教材を新たに導入するにあたり参考となる情報が数多く掲載されています。

また、上記のような一般の担い手向けの実践ガイドに加え、学生ボランティアなど若い担い手向けのガイドも作成し、より分かりやすい講座の準備の仕方や組み立て方、また、現在、学生ボランティアとして消費者教育の活動を行っている学生のインタビュー等を掲載し、若い担い手の活動を支援しています。

本教材や実践ガイドは、消費者庁のホームページに公開しておりますので、是非、積極的に授業や講座、イベントなどに御活用ください。

安全・安心な社会を実現するためには、消費者一人一人が「消費者力」を身につけ、高めていくことが重要です。本教材を通じて、被害に気づくための臨場感やリアリティを感じ、断るための批判的思考や相談するという主体的な行動を身につけることが、実践的な「消費者力」の向上に繋がります。消費者庁では、本教材をはじめ、消費者教育の担い手の活動を幅広く支援するとともに、教材の実践的な活用による各世代の「消費者力」強化に取り組んでまいります。

体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく 断る 相談する」特設サイト

(<https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/>)

体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく 断る 相談する」実践ガイド

(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/nurture)

● ● ● 会 員 活 動 報 告 ● ● ●

東京消費者団体連絡センターの活動を紹介します

東京消費者団体連絡センター創立40周年を記念しレセプションを開催しました

8月28日(木) 12時から創立40周年記念レセプションを東京都生協連会議室で開催しました。東京都から生活文化局長をはじめ、内閣府消費者委員会、生協総合研究所、消費者団体、地域生協、歴代事務局長、事務局を含めて計60名の方にご参加いただきました。消費者団体としては、日頃より大変お世話になっている全国消費者団体連絡会、主婦連合会、全国消費生活相談員協会、日本消費者協会、消費者機構日本、消費者市民社会をつくる会、FOOD COMMUNICATION COMPASSからもご参加いただきました。

東京消費者団体センターの40年の活動を振り返り、諸先輩方の活動をご参加いただいた皆様と共有することができました。そして、ご来賓や消費者団体、生協の皆様から今後の東京における消費者活動への期待やあり方についてご助言をいただきました。

40年間の活動を支えていただいた関係者の皆様への感謝と、10年後の東京における消費者活動を検討していく上で貴重な機会となりました。また、今回のレセプションに合わせ、記念誌「40年のあゆみ」を発行しました。連絡センターとしては初めての記念誌ですが、活動の歴史を残す貴重な資料となる、と皆様から好評をいただきました。



埼玉県消費者団体連絡会の活動を紹介します

2025 年度県内消費者団体研修・交流会を開催しました(埼玉県委託事業)

7月4日(金) 埼玉会館会議室にて、第1部80人(消費者団体17団体50人、消費者行政8人、社会福祉協議会1人、地域包括支援センター15人、その他6人)、第2部12団体33人が参加しました。今回は、埼玉県消費生活課からの案内により、消費者行政や社会福祉協議会、地域包括支援センターなど、多様な立場での参加がありました。

第1部は、講演とワークショップ体験「安心してらせる地域づくりのために ～長野県での消費者行政懇談会について学ぶ～」をテーマに、長野県消費者団体連絡協議会事務局の中谷隆秀さんにお話しいただきました。

中谷さんは、消費者団体の活動を知ってもらい、連携や協力の関係を作る場として、2013年から県内9会場での懇談会をスタートされたと話され、当初から長野県くらし安全・消費生活課の協力により、日程調整と会場確保、全会場への参加、県行政からの情報提供(特殊詐欺被害の状況、相談件数の内容と推移、消費生活サポーターの活動事例、消費生活基本計画の達成状況、消費者行政関連情報など)などを県が担当されているとのこと。懇談会は、報告のみの形から、ワークショップを取り入れ、参加対象者も、回数を重ねるごとに多様な立場の人が集まり、「安心してらせる地域づくり」を考える場としてきたと話されました。会場でも、ワークショップ体験を実施、「投資詐欺」・「流行り詐欺」の替え歌を全員で合唱し、「オレオレ詐欺」をテーマに、9つのグループで交流しました。

第2部は、12の消費者団体33人が活動交流を行い、第1部の感想や質問など、さらに日ごろの活動報告とグループ交流をしました。



会員団体の活動紹介 (9～10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
岩手県消費者団体 連絡協議会 (019-684-2225)	10月29日 (水) 全体会 10:30～12:30 分科会 13:30～15:30	2025 年岩手県消費者大会 全体会 「戦後 80 年～これからも平和であり続けるために～」 【講 師】 清末愛砂さん (室蘭工業大学大学院教授) 分科会 ① PFAS ② 地域医療 ③ 食育 ④ 子どもの権利 ⑤ 誇大広告 【会 場】 アイーナ (盛岡市) 全体会及び第 1 分科会のみ YouTube ライブ、見逃し配信あり (要申込み) 【参加費】 無料
コンシューマーズ京都 (075-251-1001)	9月27日 (土) 10:00～11:30 10月2日 (木) 10:00～11:30 13:30～15:00 10月23日 (木) 10:00～12:00	秋の京都消費者大会「私たちの食糧をとりまく情勢から考える未来」 【講 師】 藤原辰史さん (京都大学人文科学研究所教授) 【会 場】 京都経済センター (京都市中下京区) 【参加費】 無料 (オンライン参加の通信費は各自でご負担ください) 【参加方法と定員】 ①会場 50 名 ②オンライン 100 名 (いずれも先着順) 【申込締切】 9 月 24 日 (水) 消費者カパワーアップセミナー 「見抜く力をつけよう! デジタル社会のホンネとタテマエ」 ①「見抜く力を養う!～デジタル広告のカラクリとダークパターン～」 【講 師】 武田典子さん (公益社団法人 日本広告審査機構 (JARO) 関西 事務所) ②「体験型ネットトラブル対策講座～ネットトラブルを疑似体験してみよう～」 【講 師】 京都府警察ネット安心アドバイザー 【会 場】 コープ御所南ビル (京都市中京区) 【参加費】 無料 (オンライン参加の通信費は各自でご負担ください) 【参加方法と定員】 ①会場 20 名 および オンライン 100 名 (先着順・要申込) ②定員に達しました 【申込締切】 9 月 30 日 (火) 京都消費者問題セミナー 「あなたをねらうネット広告!～悪質・巧妙な広告による消費者トラブルにまきこ まれないために～」 【講 師】 笠井北斗さん ((一社) 日本アフィリエイト協会 (JAO) 代表理事) 【開催方法】 オンラインのみ 【定 員】 先着 100 名

第 64 回全国消費者大会のご案内

(主催：第 64 回全国消費者大会実行委員会、事務局：全国消費者団体連絡会)

日 時：2025年11月29日(土) 10:00～16:00 (時間は予定)

開催形式：主婦会館プラザエフB2クラルテ (東京・四ツ谷)、およびオンライン

今大会は、前回と開催時期が変わります。また多くの皆様が会場参加いただけるよう、会場が変更となります。プログラムの詳細は、10月中旬にご案内の予定です。皆様ぜひご予定ください。

編集後記

9月に入りましたが、今後も暑い日が続きこれから本格的な蚊のシーズンの到来とのことです。わんこがいる我が家では5月から12月まで、フィラリア予防のお薬を飲ませます。フィラリアといえば、10年程前、大村智先生の講演を聞く機会に恵まれました。そのお人柄とご功績を尊敬し(僭越ながら)大ファンです。わんこには、毎月「大村先生ありがとうございます」と言ってお薬を飲ませています。今後は投薬期間がのびるのでしょうか。地味に心配な今日この頃です。(M) ※フィラリア：蚊が媒介する寄生虫

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