

# 消費者ネットワーク

2026年6月19日

第327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



## 全国消団連第 14 回定時総会を開催しました

全国消費者団体連絡会は、一般社団法人となった2013年から数えて14回目となる定時総会を、会場出席とオンライン（書面議決したうえで傍聴参加）のハイブリッド形式で開催し、議案はすべて可決されました。

個人情報保護も含めて、社会の急速なデジタル化と消費者の権利擁護に係る課題については、更に高度化・複雑化のスピードが増すことは確実です。専門的な知見を得ながら、疑問や不安を基に学習して、知見を整理して次の行動の基礎とするという流れを大切にします。さらに広く参加と行動を呼びかけていくことを前提に、会員団体及び多様な団体との連携強化、消費者運動の見える化と運動への理解・賛同の拡大、などの行動を進めていきます。

2026年12月24日の結成70周年を控え、記念企画等の準備を進めます。

会員団体の役割変更により任期中での理事の退任があり、新しく2人の理事が選任されました。任期は次回定時総会までです。

また、総会に先立ち、総会記念講演会「生成AIの利用とAI法～消費者として知っておきたいポイント～」を開催しました（3ページより関連記事）。



【日 時】2026年5月21日（木）16：00～16：29

【会 場】主婦会館プラザエフ5階会議室（Zoomによる傍聴あり）

【議 題】1号議案 2025年度の事業報告及び決算報告承認の件  
2号議案 2026年度の事業計画及び収支予算承認の件  
3号議案 理事補充選挙の件

### もくじ

全国消費者団体連絡会 第14回定時総会を開催しました	1
全国消費者団体連絡会 第14回定時総会記念講演会	
生成AIの利用とAI法～消費者として知っておきたいポイント～ 講演会報告	3
全国消団連コメ調査のまとめ	6
全国消団連たより	8
消費者スマイル基金たより	9
消費者庁新未来創造戦略本部たより	10
世界の消費者情報 国連「消費者製品安全原則」と2026年世界消費者権利デー	11
PLオンブズ会議報告会のご案内／編集後記	12

**本総会をもって、3人の理事が退任されました。退任にあたりコメントをいただきました。**

**小浦 道子さん（東京消費者団体連絡センター）**



2017年度に理事に就任して以来、理事会での議論に参加させていただきましたことは、私にとって大変貴重な経験となりました。心より御礼申し上げます。近年、消費者を取り巻く社会情勢の変化はますます加速しています。そのような中であっても、全国消団連の対応は常に迅速であり、同時に理事会での丁寧な合意形成が徹底されていたことが強く印象に残っております。消費者政策、食、環境・エネルギーなど、どの分野も課題が尽きない中、理事会で得られる情報は、いつも自団体に持ち帰って日々の活動に活用させていただきました。とりわけ、私たちだけではウォッチしきれない国の複雑な動きを、いち早くキャッチして共有していただけたことは、活動の大きな助けとなりました。全国消団連には、これからも各地の消費者団体を力強く引っ張っていく存在であってほしいと願っています。結成70周年という大きな節目を迎えられる全国消団連のこれからのますますのご発展と、皆さまのご健康を心よりお祈り申し上げます。これまで本当にありがとうございました。

**米田 覚さん（全大阪消費者団体連絡会）**

2021年5月に大阪消団連事務局長に着任し、同月に開催された全国消団連総会で理事に立候補して以来5年間在任しました。昨年9月の大阪消団連総会で事務局長を交代しましたのと出向元のおおさかパルコープの65歳定年再雇用満了による今年3月15日退職のため、任期中ですが辞任いたしました。在任中は理事の皆様と事務局の皆様の知見から多くのことを学びました。中でも消費者大会の成功に向けて、他の実行委員の皆様、事務局の皆様と共に知恵を絞ったことはとても貴重な経験となりました。今後は消費者の一人として、正に激動の情勢の中、全国消団連運動の前進を見守りたいと思います。



たいへんお世話になりました。本当にありがとうございました。

**高口 正治さん（北九州市消費者団体連絡会）**



振り返れば5年前、理事に就任させていただいた当時はコロナ禍の只中にあり、先行きに大きな不安を抱えながらの出発でした。そのような中で全国消団連の活動に関わる機会を得て、さまざまな知見を深めるとともに、自身の視野を広げることができました。

また、私たちを取り巻く消費生活環境は、デジタル化の進展や社会構造の変化に伴い、大きく変化してまいりました。このような時代において、消費者一人ひとりが安心して日々を送ることのできる社会を実現するためには、消費者団体・行政・事業者がそれぞれの立場から連携し、課題解決に

取り組んでいくことが、これまで以上に重要であると感じております。

在任中は、多くの分野の皆様より貴重なお話やご意見を伺う機会に恵まれ、私自身、たくさんの学びを得ることができました。この場をお借りして、心より御礼申し上げます。

今後も、すべての人が安全で心豊かな暮らしを実感できる社会の実現に向けて、皆様が一層ご活躍されることを期待するとともに、貴会のさらなるご発展を心よりお祈り申し上げます。5年間にわたり、本当にお世話になりました。



また、星野綾子さん（東京消費者団体連絡センター 事務局長）、立石 孝行さん（全大阪消費者団体連絡会 事務局長）が新たに理事に選任されました。よろしくお祈りいたします。

## 全国消費者団体連絡会 第14回定時総会記念講演会

## 生成AIの利用とAI法 ～消費者として知っておきたいポイント～ 講演会報告

近年、私たちの生活のさまざまな場面で人工知能(AI)、とりわけ生成AIが利用されるようになり、文章作成や調べものなど、日常生活を支える便利な道具として広がっています。一方で、個人情報取り扱いやAIによる判断の仕組み、偽・誤情報への活用や安全性などに対する不安の声も聞かれるようになってきました。

こうした状況の中、日本では2025年に「人工知能関連技術の研究開発及び活用の推進に関する法律(AI法)」が制定され、あわせて、AIの適正な利用を確保するための指針や、国としてのAI政策の方向性を示す「AI基本計画」も策定されました。法律の名前の通り、これらは、国産の生成AIの発展と社会での活用促進をどのように進めるのかに主眼を置いています。

学習会では、生成AIの基本的な考え方と利用する際の注意点とともに、消費者として知っておきたい知識についてご講演いただきました。そして生成AI使用の実体験や事例紹介を交えた、リアルな説明をいただきました。

【日 時】 5月21日(木) 14:00～15:30

〔実会場とウェブ会議システムを使用したハイブリッド講演会〕

【講 師】 伊本 貴士さん(メディアスケッチ株式会社 代表取締役)

【参加者】 82人



### 概要(事務局による要約)

#### ◆生成AIの利用とAI法～消費者として知っておきたいポイント～

AIによって消費者に広がる主なリスクとしては、「偽情報・なりすまし」「プライバシー侵害」「契約・表示の不透明化」「偽レビュー・評価操作」「AIによる攻撃」「権利侵害」「悪のAI利用」などがあります。

#### 1. 暮らしにおける生成AI活用

世界経済フォーラム年次総会(ダボス会議)では、AIを活用できる者とそうでない者との間で格差社会が起こると問題意識が論議されていました。

AIが担う機能としては、「予測・分析系(売上予測や未来予測など)」「制御(ロボット制御など)」「認識・検知(危険の検知など)」「生成・創造(文章・画像・動画の作成など)」「意思決定支援(戦略立案の支援など)」「エージェント(人間に代わって計画立案や業務遂行を行うもの)」などがあります。

現在は、あらゆる活動においてAIの活用を前提とする時代となりつつあります。仕事の現場では、当初は事務作業の補助にとどまっていたAIが、次第に業務の一部を担うようになり、将来的にはAIが作業主体となって、人はその管理・確認を行う役割へ移行していくと考えられます。

「生成AI」は、インターネット上の膨大なデータを学習し、「文章の次に続く適切な単語」を高い確率で予測することで文章を作成します。利用者の質問(プロンプト)の仕方によって、回答は大きく変化します。

例えば、生成AIによるプロンプト術の一つに、提供する情報を限定する、あるいは引用先としてドメインの指定を行うことで、より適切で利用者の意図に沿った回答を得ることが可能です。また、条件設定によっては、感情を含んだ文章の生成も可能です。一方で、AI自体が発展途上の技術であり、何をAIに任せて、何を人間がすべきかの明確な線引きは現時点では確立されていません。活用事例として、セミナータイトルアイデア出し、広報メッセージの作成、文書の評価(顧客の感情分析など)、画像の分析などに使用されています。ただし、生成AIの回答は必ずしも正確とは限らず、誤りを含む可能性もあるため、人による確認が不可欠です。

#### 2. 生成AI利用におけるプライバシー保護

一般に広く活用されている正規の「生成AI」サービスでは、データの取り扱いについては関係法令や各事業者の利用規約に基づき運用されています。しかしながら、意図的に不正利用をしなくても、運用上の不備

## 消費者ネットワーク NO.327 (2026.6)

等により情報漏えいが発生する可能性を完全に排除することはできず、100%安全であるとは言えません。

また、生成 AI は入力データを基に回答を生成する仕組みのため、利用状況によっては、過去の入力内容を踏まえて回答が生成される場合があります。こうした影響を避けるためには、履歴を記録・利用させない設定（データコントロールで「すべての人のためにモデルを改善する」をオフにして学習に利用させない設定にしてシークレットモードで利用する）を活用することが有効です。

さらに、生成 AI サービスの利用にあたっては、「個人情報を入力しない」「他社との秘密保持契約（NDA）等の範囲に含まれる情報は絶対に入力しない」など、基本的な注意事項を徹底することが、プライバシー保護の観点から重要です。

### 3. 生成 AI を利用した個人への権利侵害

今後、増加が懸念される被害として、「AI による印象操作（口コミサイトなどの偽レビューなど）」「AI フェイク詐欺（有名人の成りすまし音声や動画など）」「AI による大量プライバシー侵害（AI サイバー攻撃による個人情報の漏えいなど）」が挙げられます。生成 AI では、一般に不正行為や違法行為への利用を防ぐために制御が設けられていますが、すべての悪用を防ぐことは困難です。

また、生成 AI を用いたサイバー攻撃の高度化に対しては、企業側も AI 技術を活用した防御対策を講じる必要があります。企業におけるデータ管理の観点では、個人情報、機密情報、一般業務データなどを重要度に応じて分類して適切に管理することが重要です。政府、企業が一体になってセキュリティ水準を高めていく必要があります。さらに、消費者の安心確保の観点から、安全性の高いサービスを提供する事業者を認証する仕組みを整備し、消費者にわかりやすく提示することも一つの有効な方策として考えられます。

一方で、AI の高度なデータ分析能力により、個人情報が特定されるリスクも指摘されます。特に、匿名化されたデータであっても、他の情報と組み合わせることで個人が識別される（再識別）可能性があります。例えば、アプリの利用では匿名化されている情報であっても、GPS 情報や位置情報などを組み合わせることで、個人の行動や属性が推定される可能性があります。このように、複数のデータを統合・分析することで個人を特定し得る点については、十分な注意が必要です。

### 4. 日本の AI 法と各国の動向

日本の AI 法は利用推進を基本にしつつ、AI に起因する様々なトラブルに対しては、既存の法制度やガイドラインを組み合わせることで対応できるとのことから、個別に詳細な規則は具体的に記載していません。これは新しい技術である AI に対して柔軟に対応していく必要があるとの考え方に基づくものです。

これに対し、海外（EU、米国、中国）では、規制を明確に定め、罰則を伴う法制度が整備され、日本と比較して規制の明確性や拘束力が高い傾向が見られます。日本の法律に、事業者負担があまりないことは、文化的背景があるのではないかと考えています。AI を悪用した新たな詐欺や不正行為が出現している状況を踏まえると、個別事例に迅速に対応できる体制整備が必要であると考えます。

課題としては、ルールの内容がわかりにくいこと、何が違法かの判断が難しいことなどが指摘されています。また AI に対する規制のみでは被害の防止効果に限界があるとの見方もあります。消費者の立場から、生成 AI を通じて提供される情報の真偽を見極めることは難しく、一定の抑止力として罰則の在り方についても検討が必要であると考えられます。

#### まとめ

AI 時代の消費者保護として、消費者のリテラシー向上が必要です。また困った時に初期の相談先として消費者ホットライン188の周知も重要です。

「AI を止めるのではなく、AI を前提に、だまされにくい社会を作ること」が重要です。

#### ◇質疑応答から、特徴的なやり取り

**Q:** AI に依存して人の能力が退化してしまうおそれがあると考えます。それを防ぐための手段・方法を教えてください。

**A:** AI 依存で退化のおそれはありますが、方法として「脳トレ」があります。また、普段から何にでも疑問を持つ人は防止につながると考えます。

**Q:** 例えば、生成AIに自分の知らない、学術的なことを聞いた場合に、出てきた生成物が正しいかどうかは、どのように調べたらよいのでしょうか。信頼できる専門書を、ひも解くのでしょうか。最近のAIは、優秀なので、確認はしなくてもよいのでしょうか。手軽な正否の確認の仕方がありますか。

**A:** 基本的に専門的な内容になる程、AIは嘘をつく傾向がありますので、信じてはだめです。真偽を確認するのは人間にしかできないことなので、専門書で確認することです。正しい回答であるかもしれませんが、大事なことは、人間が自分の頭で考えて、自分の頭で判断することです。AIが優秀になれば、人間も優秀でなければならないと考えます。一緒に成長していく必要があります。

◆参加者アンケート（回収の36件から）

●記念講演会の内容の評価

5段階評価で平均 4.56 でした。

コメントとして、

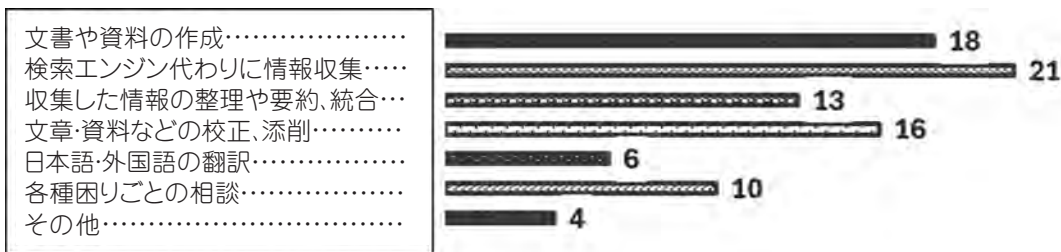
- ・生成AIで出来ること、使い方、注意点、今後の展望、課題など、大変わかりやすく解説いただき、理解が深まりました。
- ・生成AIによる利便性が増すことにより、その反動として消費者被害の問題が浮き彫りになる事の説明がわかりやすかった。
- ・AIに対して漠然と持っていた印象がしっかりと言語化された時間だった。注意点もありつつ前向きに付き合っていこうと思えた。
- ・生成AIを使って生活に即してどのようなことができるのか、悪質な事業者が使ったらどのようなことが起こっているのか起こり得るのかの一端を分かりやすく知ることができました。
- ・AIの実際を知りさらに規制強化の必要を強く感じた。  
などがありました。

●今回、参加者の皆さんと生成AIとの関りについて、伺ってみたところ、以下の通りの状況でした。

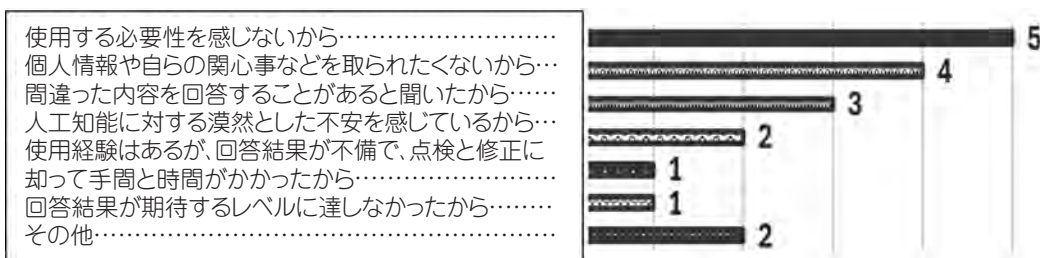
○生成AIをお使いですか

項目	回答
ほぼ毎日使っている	10
時々使っている	16
使うのをやめた	2
使ったことがない	8

○使用経験のある方に伺います。生成AIをどんなことに使用していますか（複数回答可）



○生成AIを使ったことのない方と、使うのをやめた方に伺います。使用しない理由、やめた理由をお聞かせください（複数回答可）



## 全国消団連コメ調査のまとめ

### 1. はじめに

全国消団連は、2024年8月以降のコメ不足・価格高騰を受け、①2024年新米流通後の時期（2024年9月～2025年2月）と、②備蓄米放出後の影響把握（2025年4月～2026年3月）の2段階でコメの価格等に関する実態調査を実施しました。本調査は全国消団連会員団体に呼び掛け、東北・首都圏・甲信越・東海・近畿の団体の参加により、スーパー・生協・宅配等を含めた現場の状況を毎週収集して取り組みました。ここでは調査の概要とそこから導き出される課題についてまとめます。調査の結果、行政が示す需給認識と消費者実感との間に明確な乖離が存在することが明らかとなりました。

#### <調査の概要>

■目的・主旨：コメの価格と供給量が与える影響について消費者視点から把握すること

■調査方法：各会員団体が近隣エリア店舗等を訪問し、調査票に記載した内容を事務局に週次単位で送付する方法を採用

■調査項目：①調査月日、②調査した店舗、③店舗所在地、④売場状況、⑤銘柄と量、⑥新米もしくは前年度産の別（※）、⑦価格（税込）、⑧その他/備考

（※）備蓄米放出後の調査では、「新米もしくは備蓄米、輸入米の別」を調査。加えて、備蓄米の表記の有無についても項目として追加。

### 2. 2024年新米流通後の時期（2024年9月～2025年2月）の調査

調査開始直後の2024年9月時点では、首都圏を中心に「コメ無し」と報告される店舗が複数確認され、同時期の東北では通常販売が行われていたことから、地域間の供給格差が顕著に存在していました。さらに、宅配では全品抽選という事例もあり、流通チャネルによる供給制約の差も確認されています。

10月に入り新米が流通し始めると、表面的には供給は改善するも首都圏や近畿の一部店舗では、新米の購入制限などが発生していました。価格面では明確な上昇傾向が見られました。古米価格は全国平均で概ね2,900～3,100円程度、新米価格は、3,500円前後に上昇し、前年より500～1,000円程度の値上がりとなりました。特に首都圏の全国スーパーでは3,500～4,000円未満の高値帯が常態化し、同一国内での価格格差が顕在化しました。

11月以降は、供給制限自体は緩和され、全国的に店舗での購入制限は概ね解除されましたが、一方で価格はさらに上昇に転じました。新米価格は3,800円前後が中心となり、価格の高止まりが目立ち始めました。店舗によっては1、2銘柄を2,800～3,200円程度で販売し、それ以外は3,000円台後半と幅のある価格構造となり、店舗間格差も拡大しました。また、低価格帯の商品は早期に売り切れる一方、高価格帯の商品は売場に残るといった価格帯別の需給分断も報告され、消費行動の変化が顕著となりました。

12月には、この傾向がさらに強まり、平均価格は3,500～3,900円程度で高止まりしました。特に「最も安価な米の棚が空で、それ以外は埋まっている」という報告が全国的に共通して見られ、名目的な供給安定と実質的な入手困難の併存という特徴的な市場構造が形成されました。また、生協宅配でも12月に入り制限が概ね解除されました。

年明け以降も価格上昇は止まらず、2025年1月には3,400～3,800円台が主流となり、一部では4,000円を超える商品も増え始め、徐々に価格が上昇傾向となりました。同一店舗でも1カ月で約200円の値上がりが確認されています。

2月には首都圏の平均価格が4,000円台に到達し、安価な米の大部分が棚から無くなり、基本的に4,000円台前半の価格のものしか置いていない店舗も現れました。

こうした動向は、農林水産省が示す「備蓄米放出等により需給は安定」とする公式見解とは明確に異なります。

### 3. 2025年備蓄米放出後の調査（2025年4月～2026年3月）

備蓄米放出後の2025年4月以降の調査では、供給状況は徐々に改善したものの、価格水準と流通実態には

大きな地域差、業態差が残ることが明らかになりました。4月時点では、東北では3,800円程度の比較的安定した価格で推移する一方、首都圏や近畿では高値と品薄が続き、備蓄米や輸入米が確認できない店舗も少なくありませんでした。5月にかけては売場在庫がやや回復したものの、単一銘柄米は調査店舗の平均価格が4,600円台と高値の傾向で推移し、低価格帯の商品は備蓄米やブレンド米、輸入米に限られる傾向がみられました。

5月19日週以降は、随意契約による政府備蓄米が首都圏や一部生協店舗で販売され、5kgあたり2,000円台前半の低価格商品が登場したことなどもあり、コメ価格全体での平均価格としては下落傾向が継続するようになりました。しかし、銘柄米はなお4,500～5,000円前後の高値が中心で、同じ売場の中で価格差が拡大しました。7月には在庫不足はかなり緩和され、全国平均でも引き続き価格下落がみられましたが、東北では比較的安定、首都圏ではなお高値、近畿では改善しつつも高止まりというように、地域差は解消されませんでした。

その後、2025年産米の出回りが始まる8月から9月にかけても、価格は期待されたほどには下がりませんでした。備蓄米の流通拡大によって一時的に平均価格は下がったものの、新米期に入ると銘柄米の価格は再び上昇傾向を示し、店頭では低価格帯の備蓄米が先に売り切れ、高価格帯商品が残る傾向が続きました。新米流通後も価格水準は備蓄米放出前に近い水準へ戻りつつあり、消費者の負担感は大きく軽減されたとは言い難い状況でした。

2025年秋から年末にかけては、新米流通により、全販売数量に占めるブレンド米の割合が減り、随意契約による政府備蓄米やブレンド米の販売が少なくなりました。そのため、全国的に品薄感そのものは後退した一方で、銘柄米が占める割合が増加し、価格の高止まりが続きました。特に首都圏や都市部では5kg4,000円台後半の商品が珍しくなく、消費者が実際に購入しやすい価格帯の商品は限定的でした。商品数そのものも十分には回復せず、備蓄米の流通が価格低下に一定の役割を果たした一方で、棚の選択肢の狭さや、安価な商品ほど入手しにくい状況が残りました。

2026年に入ってから、米価はなお平年より高い水準で推移しました。年明け以降、全国平均では一定の落ち着きがみられたものの、3月時点でも店頭価格はなお高止まり傾向にあり、地域や店舗によっては4,000円台前半から後半の価格が続いていました。2025年9月以降、備蓄米の効果で平均値は継続して押し下げられていても、年明け以降もコメの平均価格が4,000円台を維持し、通常銘柄米や安定供給された商品については高値が継続し、家計への圧迫感は解消していませんでした。

#### 4. まとめ

調査では、①地域による供給差、②流通チャネルごとの格差、③価格帯による実質的入手困難、というギャップが見られました。政府統計が示す全国平均価格と、消費者が実際に直面する売場価格との間には明確な乖離が存在していることが浮き彫りとなりました。平均価格の低下は主として備蓄米や低価格帯商品の流通拡大によるものであり、全ての店舗や地域で同じように値下がりが生じたわけではありません。備蓄米を扱わない店舗、あるいは銘柄米中心の売場では、なお高い価格が続いており、平均値だけでは消費者実感を十分に説明できませんでした。

特に重要なのは地域差です。2024年度の調査では、東北など産地では比較的安定供給・低価格(2,200～3,100円)が見られた一方、消費地である首都圏では恒常的な高価格(3,500～4,000円超)と品薄が並行して発生しました。また近畿では供給回復後も購入制限が長期間残る、など、同時期でも状況が大きく異なりました。全体的な供給量が回復したにもかかわらず、価格の上昇と流通構造の歪みにより、消費者のアクセスはむしろ制約されました。

備蓄米放出後の2025年4月から2026年3月までの調査でも、備蓄米政策は価格上昇の抑制と供給改善に一定の効果を持ったものの、その恩恵は地域や販売形態によって大きく異なっていました。首都圏や都市部では高値が長く残り、安価な商品は数量限定や一時的販売にとどまる場合も多くみられました。特に近畿圏は、首都圏よりも高い価格での供給が続きました。

今後の政策評価においては、単なる需給量の管理にとどまらず、地域間流通や価格帯別の供給バランス、並びに消費者実態を踏まえた指標の整備が求められます。



## 全国消団連たより

### 夏にむけて、暑さへの適応策と、気候変動の緩和策を進めましょう

昨年の夏は3年連続の記録的な高温となり、国内最高気温が更新されました。2026年の夏も、50%以上の確率で平年より気温が高いと予測されており、5月にすでに真夏日、猛暑日となった地域もありました。

また2026年4月、気象庁は最高気温が40℃以上の日の名称を「酷暑日」とすることを決定しました。

暑い夏に向けて、自分で取り組めて、自分の身を守り、将来の対策にもつながる取り組みをご紹介します。(記事中の鍵カッコで囲んだ言葉を検索すれば、さらに詳しい情報が見られます)



### 暑さへの適応策

環境省の第3次気候変動影響評価報告書によれば、高温による健康(熱中症、メンタルヘルス、感染症など)への影響はすでに始まっており、将来に向けて重大な影響が生じるとしています。

日本気象協会は「熱中症ゼロへ」というプロジェクトで「暑熱順化ポイントマニュアル」を通して、暑熱順化(体が熱さに慣れていくこと)の知識のほか、暑熱順化するために有効な動きや生活、熱中症に対して特に注意が必要な時期などを紹介しています。また、(一社)Jミルクの「牛乳でスマイルプロジェクト」でも暑さに強い体づくりへの提案を行っています。

エネルギー価格上昇を受けて、国民の命とくらしを守る観点から、使用量が多くなる7~9月に「電気・ガス料金支援」が行われます。LPガス利用者に対しては「重点支援地方交付金」での支援が予定されています。暑さに強い体づくりと併せて、冷房を適正に使用しての体調維持を心掛けてください。インターネットでは、冷房の効率を上げる様々な工夫が紹介されています。「住宅省エネキャンペーン2026」を活用した住宅のリフォームなど時間や費用がかかる対策から、日差しを防ぐなどすぐにはできる対策まで、できる範囲で工夫を重ねて効率を上げることが可能です。

### 将来の生活を守るための緩和策

2026年夏季は、発電量の予測に対して、発電能力に3%以上の予備率(余裕)が確保できる見通しになったため、国からの節電要請はありません。他方、省エネルギーの推進は、エネルギーの安定供給や脱炭素への貢献に加え、燃料費や光熱費の削減を通じて家庭や事業者の負担軽減につながる取り組みであることから、省エネルギー・省資源対策推進会議省庁連絡会議で「夏季の省エネルギーの取組について」が決定され、リーフレットで具体的な対策が呼びかけられています。

2022年10月から始まった「デコ活」(脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動)では、衣・食・住のほか、移・職・買に関する合わせて13種類の行動を「デコ活アクション」として紹介しています。

食に関連した取り組みの例として、農林水産業においては環境負荷低減の取り組みの見える化を推進しており、温室効果ガス削減への貢献や生物多様性の保全の取り組みの「みえるらべる」での表示を進めています。

全国消団連は4月27日「石油価格の急騰および国際情勢緊迫化に伴う消費生活への影響に関する緊急要請」を提出し、その中で需要抑制に関する政府の考え方の提示や情報の提供を求めてきましたが、現時点(5月末)で政府に需要抑制に向けた動きは見られません。短期的に必要な前述の電気・ガス、そしてLPガスへの支援策、ガソリンに対する「中東情勢を踏まえた緊急的激変緩和措置」による補助などの物価上昇対策のほか、将来に向けた対策として、海外に多くを依存しているエネルギーの有効利用、使用量を抑えた生活を目指して、出来ることをひとつずつ積み上げていきましょう。

## 認定 NPO 法人 消費者スマイル基金ニュース

### 1. 第18回助成事業募集のお知らせ（7月6日（月）申込締切）

5月26日（火）より、第18回助成事業の募集を開始いたしました。今回、助成総額の上限を従来から上乘せし500万円としました。それに合わせ、非営利法人向けの「消費生活相談又は消費者への情報提供等」の業務についても、適格消費者団体に申請いただけるようにしましたので、ご検討ください。

第18回助成事業の詳細については、下記消費者スマイル基金のホームページをご覧ください。多くの団体の皆さまのご応募をお待ちしております。

- 対象期間：2025年12月1日～2026年5月31日
- 申請期限：2026年7月6日（月）
- 助成金額：500万円（第18回助成事業全体を通じた総額上限）
- 助成対象：
  - (1) 特定適格消費者団体向け
    - ① 共通義務確認訴訟の提起（第一審、控訴審、上告審）
    - ② 裁判外の被害回復の実現
  - (2) 適格消費者団体向け
    - ① 差止請求訴訟の提起（第一審、控訴審、上告審）
    - ② 裁判外の差止請求（ただし、その結果について今回の助成事業の対象期間内に公表したものに限り）
  - (3) 非営利法人（適格消費者団体及び適格消費者団体を目指す団体を含む。）
    - ① 消費者被害に係る消費生活相談
    - ② 消費者被害に係る消費者への情報提供
    - ③ 事業者に対する消費者契約に係る不当行為是正等の申入れ業務

【詳細は以下をご覧ください】

[https://www.smile-fund.jp/subsidy/subsidy\\_18.html](https://www.smile-fund.jp/subsidy/subsidy_18.html)

### 2. 2026 消費者志向経営セミナー開催のお知らせ（7月3日（金）申込締切）

消費者スマイル基金が主催、消費者庁が後援となり、企業と消費者がともに持続可能で公正な社会を創り上げていくことを目的として、「2026消費者志向経営セミナー」を開催いたします。

本セミナーでは、デジタル時代における消費者の脆弱性を踏まえ、これからの消費者志向経営の方向性や、企業と消費者の協働のあり方について、講演およびパネルディスカッションを通じて議論を深めるとともに、消費者志向経営の次の10年を展望する機会といたします。

今回のセミナーは会場、オンライン参加が可能です。事業者の皆さまをはじめ、本テーマに関心をお持ちの多くの方々のご参加を心よりお待ちしております。

- 【日 時】 2026年7月10日（金）  
 セミナー：14:00～16:10（開場13:30～）  
 懇親会：17:00～19:00
- 【会 場】 主婦会館プラザエフ（東京都千代田区六番町15番地）  
 セミナー：4階「シャトレ」  
 懇親会：2階「レストランエフ」
- 【参加方法】 会場参加：定員40名（先着順）  
 オンライン参加：定員200名
- 【参加費】 セミナー無料、懇親会費3,000円（領収書を発行いたします）
- 【講 師】 慶應義塾大学大学院法務研究科教授 山本 龍彦氏、パナソニック株式会社 CSセンター センター長 藤原 正規氏、グーグル合同会社 YouTube 政府渉外・公共政策部 ジャパンリード 野田 由比子氏
- 【申込方法】 詳細につきましては、当基金ホームページの下記 URL をご参照ください。  
 なお、申込締切は7月3日（金）です。

詳細掲載 URL：[https://www.smile-fund.jp/info/20260519\\_01.html](https://www.smile-fund.jp/info/20260519_01.html)

申込 URL（GoogleForm）または二次元コードよりお申込みください。

○ GoogleForm：<https://forms.gle/BGvr496BC6d866Kg7>

○ 二次元コード





# 消費者庁新未来創造戦略本部たより

## 「高齢者の認知機能障害に応じた消費トラブルと対応策の検討に関する研究」に関する報告書及び啓発資材について

消費者庁新未来創造戦略本部

秋森 三千可

日本の高齢化が一層進展するなか、2024年に発表された推計では、認知症の人は約471万人、MCI（軽度認知障害）の人は、約564万人に達しています。認知症になっても住み慣れた地域で安心して暮らし続けられる社会の実現に向けて、消費者庁では、地域で高齢者や認知症など判断力の低下した消費者を見守る体制の構築や消費者被害に関する注意喚起等を行っています。

2024年から2026年にかけて消費者庁新未来創造戦略本部国際消費者政策研究センター（以下「研究センター」という。）にて実施した研究では、当事者と日常的に関わる医療福祉関係者500名に対してアンケートを実施し、消費者被害に遭ったことのある認知症等の高齢者の対応経験について調査しました。その後、「対応経験がある」と回答した人のうち協力を得られた26名に対し、インタビューを実施し、背景情報や現場での課題等について調査しました。

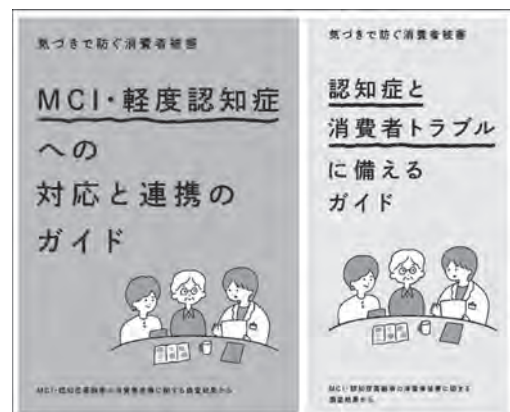
アンケート調査の結果からは、判断力や記憶力の低下といった特定の認知機能障害と消費者被害の関連性がみられ、また、被害経験のある認知症等高齢者の約8割は自身が被害に遭ったことを認識していませんでした。加えて、医療福祉関係者が被害やその可能性に気が付いた後、連携・相談した先としては「（当事者の）家族」や「地域包括支援センター」と回答した人が多く、消費生活センターと「連携した」と回答した人は、約2割でした。さらに、MCIや認知症の軽度段階においても被害が認められたことから、初期段階から消費行動上のリスクが高まることが示唆されました。

インタビュー調査では、対応時の具体的な状況やその際に感じた課題について聞き取りを行い、居住形態や家族・地域との関係といった心理社会的脆弱性が被害の発生・長期化に密接に関連していることが示唆されました。特に、MCIや認知症の軽度段階においては、自ら契約や業者への対応を行う等比較的自立した生活を送っている反面、認知機能の低下により、契約内容を適切に認識できていないケースが見受けられました。被害は本人の申告による発見が難しく、周囲の気づきにより適切な相談機関につなぐことが重要となりますが、一見すると自立した生活が維持されているため、周囲の気づきが遅れ、被害リスクが増幅している可能性が示唆されました。また、消費生活センターとの連携に関して、一部では、守秘義務や個人情報保護への懸念から、相談や情報共有の範囲に迷いが生じていることも明らかとなりました。

こうした結果を踏まえ、研究センターでは、2種類の啓発資材を作成し、公表しています。医療福祉関係者を対象とした「MCI・軽度認知症への対応と連携のガイド」では、認知症高齢者における消費者被害の特徴や、被害への気づきから関係機関への連携・対応の流れについて掲載しています。当事者や見守りの担い手を対象とした「認知症と消費者トラブルに備えるガイド」においては、トラブルに遭いやすい場面や、被害に気づくためのポイント、声かけ・相談時のヒントとなる情報を掲載しています。

報告書と合わせて消費者庁のウェブサイトにて公表しておりますので、ぜひご覧ください。なお、本稿における意見にわたる部分は筆者の個人の見解であることを申し添えます。

（参考：消費者庁ウェブサイト [https://www.caa.go.jp/policies/future/icprc/research\\_003/](https://www.caa.go.jp/policies/future/icprc/research_003/)）



## 世界の 消費者情報

# 国連「消費者製品安全原則」と2026年世界消費者権利デー

オンラインで容易に商品が購入できる現代において、私たちは「安全な製品が流通している」ことを前提に行動しています。

しかし現実には、回収・販売禁止となった製品の87%がオンラインで購入可能（経済協力開発機構（以下、OECD）調査）という調査結果もあり、安全性は必ずしも確保されておらず、さらに、世界では約44%の国で十分な製品安全制度が整備されていない（国連貿易開発会議（以下、UNCTAD）分析）とされ、危険な製品が国境を越えて流通する状況が続いています。

### •OECD 調査

[https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2023/06/online-product-safety-sweep-report\\_f68342d5/c1faa51e-en.pdf](https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2023/06/online-product-safety-sweep-report_f68342d5/c1faa51e-en.pdf)

### •UNCTAD 分析

<https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection/consumer-protection-map>  
こうした状況下で「安全な製品が手に入る」という前提そのものが、改めて問い直されています。

国際消費者機構（以下、CI）は、2026年の世界消費者権利デーのテーマを「Safe Products, Confident Consumers（仮訳 安全な製品－自信をもって選べる消費者）」と決めました。

このテーマは、製品安全の強化を通じて、消費者が信頼できる製品を、安心して選べる環境を実現すること、を目指すものです。そしてCIは、製品安全を、消費者の生命・健康だけでなく、市場への信頼や人権とも深く関わる課題としており、各国の枠を超えた対応を求めています。

<https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/world-consumer-rights-day-2026/>

UNCTADは2026年世界消費者権利デーへのメッセージの中で、危険な製品が流通し続けており、それが消費者の健康にリスクをもたらし、市場と製品への信頼を損ねていると指摘しています。

<https://unctad.org/osgstatement/world-consumer-rights-day-2026-consumers-international-safe-products-confident>

こうした問題意識を背景に、2025年12月、国連総会は「消費者製品安全」（A/RES/80/119）と附属文書「消費者製品安全原則」を史上初めて採択しました。

<https://docs.un.org/en/A/C.2/80/L.42>

この原則は、製品の安全を各国任せにするのではなく、国際社会全体で確保すべき共通課題として位置づけていると言えます。加えて、CIもUNCTADやOECD等と連携し製品安全の国際枠組み形成を進めてきており、2026年の世界消費者権利デーも国連「消費者製品安全原則」と整合的に展開されています。

それでは、決議と附属文書をご紹介します。国連の公式サイトで確認した原文を機械翻訳し、生成AIで要約したものです。原文は必ずご確認ください。

### 国連決議「消費者製品安全」前文・本文（要約）

国連総会は、消費者保護に関するこれまでの取組を踏まえ、すべての消費者が安全な製品を利用する権利を有することを再確認するとともに、制度が十分でない国や脆弱な立場にある人々への高い水準の保護の必要性を強調した。また、電子商取引や越境取引の拡大により、安全でない製品への対応が国際的課題となっている現状を認識し、製品安全の確保が市場への信頼や経済発展、持続可能な消費にも寄与することを確認した。

これを踏まえ、国連総会は附属の「消費者製品安全原則」を採択し、加盟国に実施を勧告するとともに、事務総長及びUNCTAD等に対し周知、普及、実施状況の共有・検討を要請した。さらに、関係機関や専門家会合において本原則の継続的検討と活用を求め、国際協力の強化を図ることとした。

### 附属文書「消費者製品安全原則」（要約）

#### I. 市場に流通する製品の安全に関する一般原則

*General principles for the safety of products on the market*

すべての製品は状態を問わず安全であることが求められ、事業者がライフサイクル全体にわたり安全確保の責任を負う。

#### II. 製品安全に関する規制及び基準 *Product safety regulation and standards*

各国は法制度を整備し、オンライン取引に対応するとともに、国際基準の整合、試験・認証体制や情報公開を進める。

#### III. 製品安全所管当局の責務

*Responsibilities of relevant authorities responsible for product safety*

当局は調査・措置権限を持ち、情報公開や国内外の連携、体系的なリスク管理体制を整備する。

**IV. 製品リスクの特定** *Product risk identification*

事故、苦情、市場監視、他国情報など多様な情報源からリスクを把握する。

**V. リスク評価及び管理** *Risk assessment and management*

使用者特性や使用環境を含めた総合的評価により安全性を管理する。

**VI. 是正措置** *Corrective measures*

事業者は迅速に対応し、当局はリコール、販売禁止、輸入拒否等の措置を講じる。

**VII. 消費者への情報提供** *Information to consumers by authorities and businesses*

危険情報やリコールを分かりやすく提供し、通報・相談体制や消費者教育を整備する。

**VIII. 事業者と当局の協力** *Cooperation between businesses and authorities*

関係主体が連携し、リスク低減と情報共有を進め、各国で同水準の安全確保を図る。

**IX. 国際協力** *International cooperation*

各国は情報共有と制度整備を通じ、製品安全向上に向けた国際的連携を強化する。

国連消費者製品安全原則および世界消費者権利デーテーマは、製品ライフサイクル全体を通じた安全確保とともに、被害の防止と救済の実現を求めています。これに対し日本では、越境 EC の拡大により海外事業者から安全性不明の製品が流入し、責任主体の不明確さやリコール対応の困難さなどの課題が生じています。また、事故発生時の被害救済も十分とは言えない状況です。こうした現状を踏まえ、製品によるトラブルから被害者を実効的に救済できる制度とするため、製造物責任法の抜本的な見直しが必要不可欠です。

出典	
国際連合公式サイトより 国連総会決議「消費者製品安全」 (A/RES/80/119) <a href="https://docs.un.org/en/A/C.2/80/L.42">https://docs.un.org/en/A/C.2/80/L.42</a>	国連貿易開発会議公式サイトより UNCTAD パンフレット (公表版) 国連消費者製品安全原則 <a href="https://unctad.org/system/files/official-document/a_res_80_119_consumer_product_safety_en.pdf">https://unctad.org/system/files/official-document/a_res_80_119_consumer_product_safety_en.pdf</a>

**PL オンブズ会議報告会「リチウムイオン電池発火事故から PL 法を考える」のご案内**

(主催：PL オンブズ会議 共催：(一社) 全国消費者団体連絡会)

製造物責任法 (PL 法) が 1995 年 7 月 1 日に施行されたことを記念して、毎年 7 月 1 日に製品安全に関する報告会を開催しています。本報告会では、リチウムイオン電池の発火事故の実態と流通の仕組み、事故発生時の責任追及の難しさのほか、製品安全 4 法改正で新たに設けられた「国内管理人」制度の役割、EU の制度と比較しながら今後の PL 法改正に何が求められているのかを考えます。

【日 時】 7 月 1 日 (水) 14:00 ~ 16:30

【報告内容】 1. リチウムイオン電池事故の実情と「製品安全 4 法」の施行状況

(経済産業省 製品安全課 課長補佐 小川ゆめ子さん)

2. 海外製造製品事故の対応の困難性 (弁護士・PL オンブズ会議メンバー 伊藤崇さん)

3. 「製品安全 4 法改正」の国内管理人の実情

(株式会社コマースロボティクス 営業部グローバル課 課長 戸嶋美希さん)

4. EU 立法状況 (一橋大学名誉教授・PL オンブズ会議メンバー 松本恒雄さん)

5. PL オンブズ会議からの提言

申込方法など、詳しくは全国消団連ホームページをご覧ください (6 月 26 日 (金) 締切)。



**編集後記**

推しロス、と言うらしい。大好きな 5 人組アーティストが 26 年半の活動を終了した。元々は娘の推し活「応援団」だった。なのにラストライブを見届けた後、心にぽっかり穴があいて、何日たっても淋しくてたまらない。

振り返ると、自分の日々は娘の成長と共に彼らの音楽にシンクロしていたのだと気づく。娘と一緒に応援しながら思い出を重ねてきた。どの曲にもシーンがあるし、いい曲がいっぱい。だからこそ別れが切ない。

ひたすらジメジメな母を横目に、娘の方はさっぱりしたもので「これでよかった。最高にカッコいい。最高の幕引き!」と言い切った。さすがだ。こんな性格に私もなりたいたい。

それにしても、配信会社が仕切った歴史的規模の生配信はアツパレだったと思う。登録のしやすさや、料金設定にも納得感があり、特別映像 3 時間に続くワクワクの本番ステージ 3 時間半は、通信障害もなく安定を保った。今どのくらいアクセスしてるんだろうと想像しても拍手喝采。ありがとう配信。

比較するものではないが、毎度なにかしら起こってドタバタし、なにかと試行錯誤の続く弊会の Web 配信も、常に安心感のある運営を目指したい。(H)

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](mailto:webmaster@shodanren.gr.jp)