

消費者団体調査の実施について

令和5年4月6日
消費者委員会事務局

1 目的

社会の高齢化、デジタル化等が進展する中、対応すべき消費者問題の幅は広がっている。消費者団体は、会員同士での学習・啓発活動や共同購入などの共益的な役割に加え、政策形成過程で意見を述べる、地域での見守り活動の担い手となるなど公益的役割を担っている。

他方、近年消費者団体においては担い手不足、財政基盤の脆弱化、その他の要因等から活動維持が困難となっている団体もみられる。

消費者団体が社会から期待される役割のうち、特に政策提言の機能に着目し、その機能が将来も維持されるよう、消費者団体の実態を調査し課題とその対応策を検討してはどうか。

2 調査の進め方

(1) 調査対象

地方公共団体（都道府県）と関わり・協力関係のある地方団体と、適格消費者団体、政府審議会に参加している全国団体を中心とする。

(2) 調査方法

- ・団体にヒアリング調査等により現状把握を行う。その上で、課題や、課題への対応策等を検討する。
- ・成果物として実態調査（リスト、ヒアリング等で明らかになる課題等を整理）を取りまとめる。

3 スケジュール（現時点）

4月頃 都道府県と関わり・協力関係のある団体、政府審議会に参加している団体整理
団体、有識者、都道府県からヒアリング等調査

5月～6月頃 課題・論点等整理

6月～7月頃 取りまとめ

※本会議、委員間で調査・審議。

4 担当委員

大石委員、木村委員、清水委員

5 その他（関連資料）

- ・消費者庁「消費者団体名簿－消費者団体の現状について－」（平成26年）
- ・消費者委員会「消費者行政における新たな官民連携の在り方に関する調査報告」（平成27年）

以上