



<ワンイシュー型消費者団体>

特定非営利活動法人 親子消費者教育サポートセンター

一般社団法人 Consumer Rights Japan

理事長 加藤絵美

(A) NPO法人親子消費者教育サポートセンター

■設立：2014年

■活動内容：子どもに関連する消費者教育
＜明るい社会の賢い消費者へ 私たちがサポートします＞

■対象：

- ・これから赤ちゃんを産むプレママ & プレパパ
- ・子育て中のママ & パパ
- ・未就学児、小学生、中学生、高校生、大学生
- ・乳幼児、児童などが集う施設や、その施設を運営する人
- ・消費者対応でお悩みの企業、団体など
- ・サークルやグループ

■活動概要：

当団体は、消費者問題に関する専門家（消費生活相談員や学校の教員、社会教育主事、子どもの製品安全の専門家、企業のお客様対応部門のスタッフなど）や研究者/大学生/大学院生などが集まり、子どもと保護者への消費者教育プログラムの開発と実践を行っています。主に乳幼児が集まる施設（保育所・こども園・幼稚園）や、小中高大学、図書館、公民館、学校、各地の消費生活センターなどで活動しています。子どもへの消費者教育は、大人向けとは違う視点や工夫が必要ですので、プログラムの開発時には、メンバーだけでなく、外部の様々な方々のご意見を取り入れながら制作しています。当団体の専門分野は、子どもの健康や命にかかわる消費者問題、食品安全、子どもをターゲットにした広告・マーケティング活動に関わる消費者問題など多岐に渡ります。

特定非営利活動法人
親子消費者教育サポートセンター

会員募集

メールでのお問い合わせ

法人概要 活動内容 消費者教育とは?

明るい社会の賢い消費者へ 私たちがサポートします

活動報告 子ども消費者 ニュース 消費者問題 ニュース その他

2019/7/1	【活動報告】子どもへのマーケティングガイドライン スウェーデンとの協働
2019/5/10	【活動報告】WTO Trade Dialogue スイス(5/6)
2019/4/2	【活動報告】AI/IOT 国際会議 シンガポール(3/25)
2019/2/19	【4-5歳児に消費者教育】埼玉県内の保育園 キャラバン
2019/1/1	謹賀新年

消費者庁

消費者庁
子どもを事故から守る
プロジェクト

見よう! 使おう!
698
ユニットプライス

活動事例

子ども消費者教育イベントにて

デジタル紙芝居
「あぶないカモが教えてくれる あぶないカモ」
@札幌市「子育てフェスタ2018」

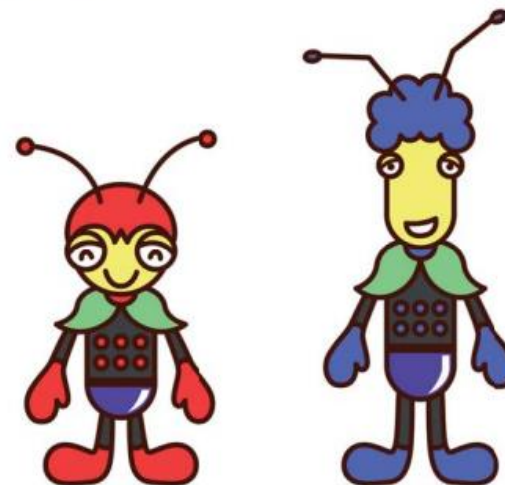


小学校の授業にて

山形県山形市鈴川小学校・千歳小学校・東小学校
小学3年生(200名)向け 広告教育(2016.8~10)
「アドバとタイズの広告だいぼうけん」

ワークシート

アドバとタイズの
こうこく
広告だいぼうけん



(B) 一般社団法人Consumer Rights Japan

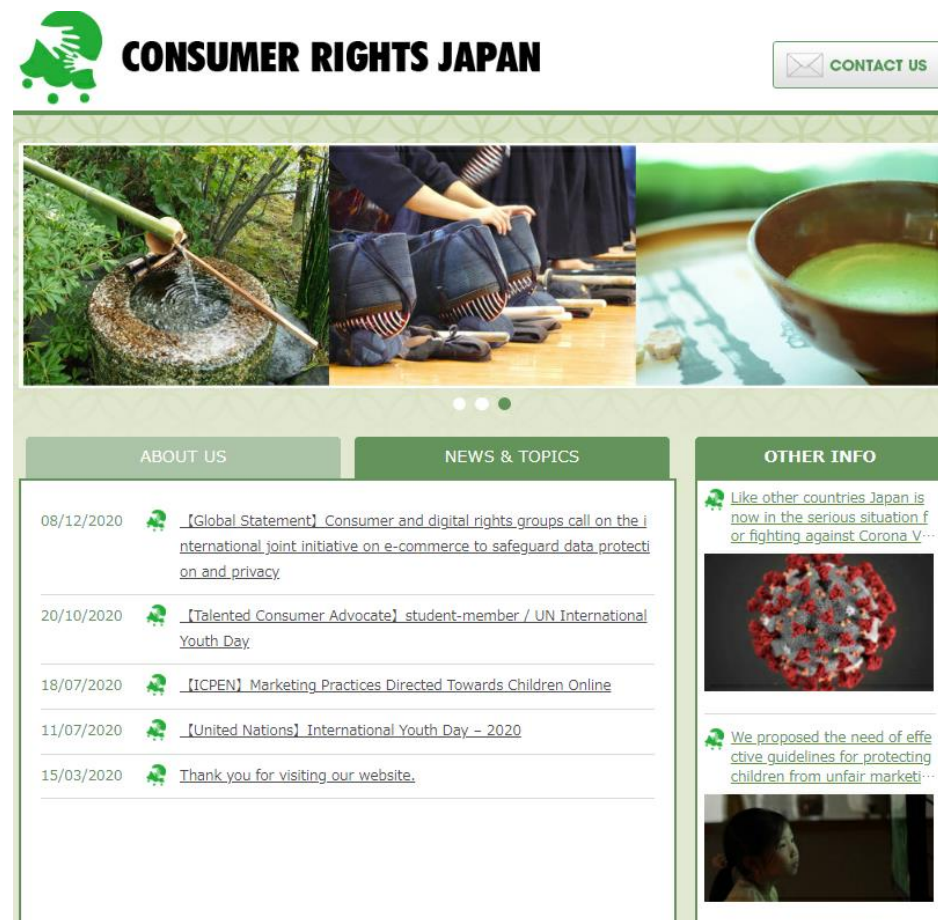
■ 設立: 2020年

■ 活動内容: グローバルな消費者問題への対処

- ・海外消費者団体との連携 (Consumers International, BEUC等)
- ・国際規格 (ISO)
- ・越境消費者問題

■ 活動概要:

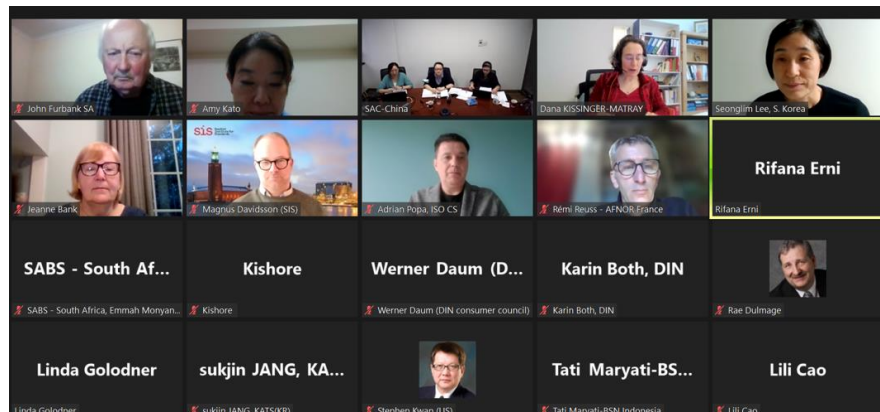
海外の消費者団体・国際機関との連携／協働を通じて、様々な消費者問題をグローバルな視点で捉え課題提起を行なう団体です。消費者の権利が侵害されている事案について、国境や文化を超えて考え、活動します。当団体は、研究者、NGO出身者、消費生活相談員などで構成され、デジタル分野の専門組織「Internet Society Japan Chapter」がデジタル関連の消費者問題に関して当団体と連携しています。



活動事例

グローバルな視点での消費者保護

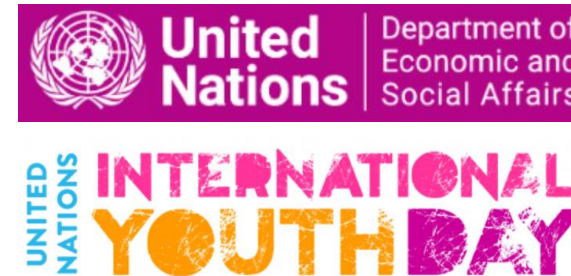
子ども広告ガイドラインの国際規格化への取り組み
ISO/COPOLCO



COPOLCO WG22

国際連携

Consumers Internationalとの連携
国連への働きかけ



両団体の特徴(1)

- ワンイシュー型団体
 - (A) 消費者教育
 - (B) 国際消費者問題
- 構成員の特性
 - (A)(B)とも、専門家により構成されているが、各人本業あり
- 活動スタイル
 - (A)(B)とも、打ち合わせは主に夜間や土日祝日



2015年3月学童保育の1～4年生向け消費者教育



2019年5月 WTOにて

両団体の特徴(2)

- 意見表明の在り方

- (A) 消費者教育の実践が主たる目的であるため、意見表明は行わず。

- (B) 国際消費者問題の解決に向けた意見表明を実施。(海外との連携)

- 団体の継続性への取組み

- (A)(B) 外部からの補助金や助成金などを利用せず。

- 目指す組織運営の在り方

- (A)(B) 構成員の各人が本業を持ちながら、社会貢献活動の場として活用。

- 構成員は各分野のプロフェッショナルとしての位置づけ。

消費者団体への支援の在り方

消費者団体と事業者の関係性について

情報量・交渉力・財力の面で、「消費者団体」は事業者に劣る。こうした視点での消費者団体への支援の在り方も要考慮。

消費者団体と消費者行政機関の関係性について

消費者行政機関と消費者団体は両輪となり、それぞれの力が消費者政策推進への相乗効果となることが理想的。しかし実態は異なる。消費者団体に不足している「力」を特定し、支援の在り方を検討することが必要。

消費者団体への支援について

- … 「**経営力**」を支援するためのアドバイザーサービスの必要性
- … 「**調査力**」を高めるための支援の必要性(エビデンス無しで政策提言をしてしまうことを回避。
確かなデータを入手するための力が必要)
- … 「**マーケティング力**」を高めるための支援の必要性

御清聴ありがとうございました

