



(一財)日本消費者協会は、1961(昭和36)年9月、消費者教育、消費者啓発活動を主な目的として設立した消費者団体です。

だれもが充実した消費生活を営むうえで必要である基本的な知識の普及啓発、ならびに暮らしを改善するための情報を提供し、啓発活動を行う人材の育成などを行っています。

また1963(昭和37)年から開設した消費者相談室では、消費生活に関するさまざまな相談を受け、問題解決への助言やあっ旋などを行っています。2004(平成16)年から実施している消費者力検定は、消費生活の基礎知識を養い、消費者一人ひとりの消費者力アップを目指しています。このほかにも、消費者問題に関する調査・研究、悪質商法被害防止などに向けた広報・出版活動も続けています。

私どもの活動をご理解いただき、なお一層のご支援・ご協力をお願いいたします。

#### 連携団体

##### 《国内》全国消費者協会連合会

- 一般社団法人 北海道消費者協会
- 特定非営利活動法人 青森県消費者協会
- 特定非営利活動法人 仙台みやぎ消費者支援ネット
- 特定非営利活動法人 新潟県消費者協会
- 公益財団法人 横浜市消費者協会
- 愛知消費者協会
- 富山県消費者協会
- 特定非営利活動法人 徳島県消費者協会
- 特定非営利活動法人 熊本消費者協会
- 一般社団法人 全国消費者団体連絡会(全国消団連)
- 適格消費者団体・特定非営利活動法人 消費者機構日本(COJ)

##### 《海外》国際消費者機構(CI)

## 各種の消費者教育・啓発、消費者相談、消費者力検定などを通じて消費者力アップを推進しています。

### 教育・啓発

消費者が主体性を持って消費生活を営むことができるよう衣・食・住、経済、法律、商品・サービスなどに関する知識の普及を目的として、各種の消費者教育・消費者啓発事業を行っています。

消費者への情報提供のため、インターネットを活用した商品・サービス情報も発信しています。

#### ▼消費生活コンサルタント養成講座

消費生活に関する改善活動を行う人、消費者の自立支援を行うような活動を目指す一般の方々を対象に、消費生活に関する知識を習得してもらい、消費者啓発活動に従事する専門家の養成を行っています。

1962年に開講して以来、修了者は3,300名(2016年)を超え、多くの方が消費生活センター等の相談員として、また企業の相談窓口などで消費生活のプロとして全国各地で活躍しています。

#### ▼コンシューマ・オフィサー養成講座&連絡会

企業内において、消費者志向を正しく把握してもらうため、消費者問題の専門家を養成することを目的として1973年から開講しています。受講者は1,100名(2016年)を超えており家電製品、自動車、食品、流通、サービス業界などから企業の消費者関連部署の担

当者がスキルアップを目指して参加しています。

コンシューマ・オフィサー連絡会では、養成講座の修了者を中心に、消費者問題への理解を深めるための研修会を定期的に行っています。

#### ▼各種研修

消費生活相談員、行政職員、消費生活コンサルタント等を対象に、タイムリーなテーマを取り上げて「消費生活相談員・行政職員等研修講座」をはじめ、随時テーマ別の研修会・シンポジウムなどを開催しています。

#### ▼消費者教育事業

地方自治体などの要請を受けて行う「各種消費者教育・啓発事業」や業界団体・教育機関などからの新しい啓発活動など、幅広い研修の支援を行っています。

### 消費者相談

情報化、高齢化、国際化、デジタル化など経済社会の急速な構造変化やクレジットの普及などで商品・サービス・販売方法が多様化しており、消費生活に浸透してきています。消費者相談は、このような背景から発生する相談・苦情に応じ、同種苦情の未然防止を図るとともに、消費者の意向を関係各方面に反映させるよう情報提供して消費生活に役立っています。

### 消費者力検定

契約・悪質商法、衣食住など消費生活に関する正しい知識を身につけることによって、生活上手で自分の行動に責任を持つ、主体的な市民社会の担い手になることを目的として、2004年から年1回、「消費者力検定」を実施しています。消費生活について学びたい方のための「基礎コース」と、消費生活について幅広く学び、より知識を深めたい方のための「応用コース」の2コースで実施しています。このほか、世代別検定などの実施も検討しています。

### 調査・研究

1983(昭和58)年から定期的に行っている「葬儀に関するアンケート調査」は2016(平成28)年で11回を迎えました。各回ごとに報告書を発行し、市民生活の指標として各方面で調査結果が利用されています。また、消費生活にかかわる課題についての消費者調査を随時行い、その結果を被害防止等の活動に役立てています。

### 広報・出版活動

#### ●『ストップ ザ・悪質商法』

悪質商法による被害を防止するための小冊子を発行しています。

#### ●『消費者力検定関連冊子』

消費者力検定に出題した問題を中心に構成し、その解答・解説を対比して学べる「ワークブック」および、消費生活をやさしく学べる消費者力検定テキスト「消費者力をつける」も出版・販売しています。さらに、時代に合わせた啓発冊子を作成・販売しています。

## 消費者宣言

主権者であるべきわれわれ消費者は、生産者や労働者の団結力にくらべれば、いまはなおはなはだしく微力であり、したがって未組織であり、ときには消費生活が不健全化し、その声はともすれば社旗の底辺にかき消されがちである。日本消費者協会はこの弱い消費者の声を代弁し、同時に消費者が主権者としての資格と権威とを獲得するために全力をつくすものである。

われわれは、ここに新しい力と呼びおこし、今後の運動の方向をつぎのように定め消費者運動に邁進することを宣言する。

1. われわれは、正しい商品選択のための情報を消費者に提供するとともに、商品に対する苦情の処理にあたる。
2. われわれは、消費者の声を結集して生産者および販売者に伝え、消費者と生産者との間の疎隔を改め、わが国における消費生活の健全化をはかる。
3. われわれは、政府および地方行政機関に対し適切な消費者行政の確立を要求する。
4. われわれは、消費者のための、消費者の声による消費社会の成立を期し、消費者主権の確立に邁進する。
5. われわれは、海外諸国の消費者団体との連携を密接にし、消費者の国際的団結を強化する。

(1962年9月)

## 消費者運動の原則

### 1. 公正競争の確保

一切の生産が消費者のための生産である限り、消費者に提供される商品およびサービスは、その価格と量も匂と品質と機能において、消費者の健全な需要をもっともよく満たすための公正な市場競争が確保されなければならない。

### 2. 豊富のうちの選択

消費がわれわれの生活を維持し幸福を増進するものであるためには、われわれに提供される商品およびサービスは豊富でなければならない。それと同時に消費者は自分の需要にもっともよくあうものを自由に選ぶ立場におかれなければならない。

### 3. 正確な知識の普及

多くの種類の商品・サービスの中から、消費者が誤りなく自分の需要にもっともよくあうものを選ぶためには、すべての消費者はそれらの商品・サービスの価格・量目・品質・機能などについて、正確な事実を知らされなければならない。

### 4. 消費者の意志の尊重

消費者は提供を受ける商品・サービスについて、その提供者たる官庁・国有産業・民間企業などに対し、消費者としての意見を述べ、苦情が解決される機会と手段が与えられなければならない。

### 5. 消費者行政の整備

上記の4原則は消費者の固有の基本的権利である。しかし、これらの権利を消費者が確実に実行するためには、政府は直接間接にこれらの消費者の権利を守る措置をとる責任を負うべきものである。

### 6. 消費者の社会的責任

消費者はみずからその消費生活を健全なものとするに努力し、有効な消費者行政に協力して、社会全体の健全な成長を助けるべきである。

(1962年9月)