

ニッポン 消費者 新聞

発行所 © 日本消費者新聞社

本社 〒105-0003 東京都港区西新橋2-8-18共立ビル
TEL.03(3503)6881(代表)

第940号

年間購読料 8,640円(税込み)
郵便振替口座 00120-2-191763
(毎月1日発行)(昭和49年10月17日第三種郵便物認可)

消費者月間

被害救済検討

消費者制度
運用推進

「トラブル防止」も重点課題

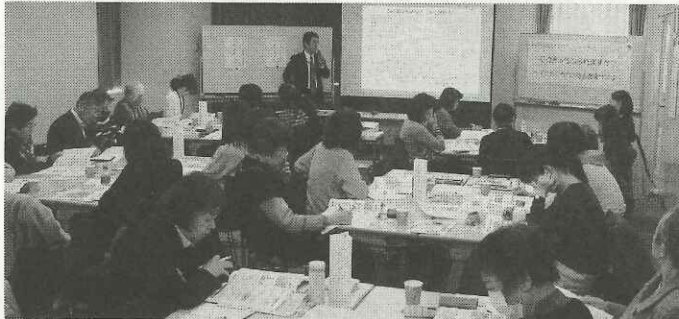
消費者庁がシンポ 9月に発足10周年

また同庁は五月十八日を「消費者ホットライン188の日」として、「188」の周知活動を展開する。五月二十七日には東京都消費生活センターが主催する「消費者月間シンポジウム」を開催。消費者支援功労者の表彰も実施する予定。

社是

- 一、人間を蝕むすべてのものを排除する
- 一、消費生活の安定と向上につとめる
- 一、中立公正不偏不党の精神を遵守する

岡村消費者庁長官インタビュー 5面 4人の歴代長官もアピール 32面



岡村和美長官

今年10周年の節目の年、3月の全国消費者大会で号を組み、全国の消費者約三十団体にアンケートを実施、今後の行政運営や施策展開への要望を尋ねた。様々な意見が寄せられる中、共通していたのは消費税率一〇%導入と原発再稼働への反対主張。消費者庁は五月二十七日に「月間シンポジウム」を都内で開き、消費者問題の重要性をアピールする(関連記事二面、三十二面)。

高齢者を狙った悪質業者の海外拠点化、個人情報不正活用を前提とする架空請求詐欺のまん延など消費者被害は深刻化。それに加え、製品データ偽装や長期間の不正検査など、モノづくりの信頼性を地に落とす企業不祥事発覚も相次ぐ中、今年も「消費者月間」を迎えた。今年「消費者の権利尊重と自立支援を任務とする消費者庁及び消費者委員会が発足して九月で満十年。ニッポン消費者新聞では特集号を組み、全国の消費者約三十団体にアンケートを実施、今後の行政運営や施策展開への要望を尋ねた。様々な意見が寄せられる中、共通していたのは消費税率一〇%導入と原発再稼働への反対主張。消費者庁は五月二十七日に「月間シンポジウム」を都内で開き、消費者問題の重要性をアピールする(関連記事二面、三十二面)。

18~21面

実効策提示

消費者29団体 緊急アンケート

「消費者月間」は毎年開催され今年で三十二回目。消費者基本法の前身となる「消費者保護基本法」が公布された五月にちなみ設定された。「消費者の権利」が明記された消費者基本法の公布以降は、同権利をどう確保・実現するか、それが施策展開の基軸に据えられてきた。

ただこれまでの行政運営が文字通り、理念に沿った方向性で一致していたかどうかは議論あるところ。発政の事業内容について認識

「消費者月間」は毎年開催され今年で三十二回目。消費者基本法の前身となる「消費者保護基本法」が公布された五月にちなみ設定された。「消費者の権利」が明記された消費者基本法の公布以降は、同権利をどう確保・実現するか、それが施策展開の基軸に据えられてきた。

当初は「消費者目録」を各都府県に定着させていくことが消費者庁の役割とされていたが、消費者団体は消費者問題の重要性を顧みない施策が依然多すぎると指摘する。

「SDGs」共通のゴールへ向け

「SDGs」共通のゴールへ向け。回答で、貴重な意見として「全面移転反対」が圧倒的だった。海洋汚染防止ではマイクロプラスチックの排出規制導入を早急な必須施策に挙げ、事業者の発生抑制を求める意見が多数を占めた。

各地消費者団体が今後の活動テーマとして注目しているのが「SDGs」への取組。国連の「持続可能な開発目標」として掲げられた取組は各国消費者団体の共通目標に位置付けられている。今回のアンケート結果では現在SDGs活動に

これら団体が今後も事業活動をスムーズに実施するために何が必要か。アンケートでは財政的支援策をはじめ各種支援を求める意見が目立った。消費者月間はこのような共通目標に位置付けられている。今回のアンケート結果では現在SDGs活動に

主な記事内容

- 食添摂取量統計データに疑問 (24面)
- ゲノム編集食品めぐり抗議書 (28面)
- 日本ヒューブ協議会今年度総会 (32面)
- 生活支える電気メーター、検定制度が信頼性を確保 (23面)
- 安心・納得できる葬儀とは、トラブル防止策 (29面)
- 海賊版サイトに警告表示検討 (25面)
- 東レ、時短&高除去浄水器 (34面)
- アトネイチャー乳がん啓発 (35面)

消費者月間

消費者・企業・行政がイベント

消費者庁、27日にシンポジウム開催

各地消費生活センターも啓発事業

五月は毎年恒例の「消費者月間」。持続可能な消費社会を目指し、消費者・事業者・行政が連携し、様々な啓発事業を展開する。三十二回目となる二〇一九年度消費者月間の全国統一テーマは「ともに築こう豊かな消費社会」...

消費者

五月は毎年恒例の「消費者月間」。持続可能な消費社会を目指し、消費者・事業者・行政が連携し、様々な啓発事業を展開する。三十二回目となる二〇一九年度消費者月間の全国統一テーマは「ともに築こう豊かな消費社会」...



健康関連取引適正事業団はウェブサイト上で消費者月間の啓発を展開。健取団発行の「安心のおしり」の無償提供を展開する。森永乳業は消費者月間ポスターを事業所に掲示するほか、消費者の申し出があった場合、乳製品に関する啓発資料を送付...

事業者

健康関連取引適正事業団はウェブサイト上で消費者月間の啓発を展開。健取団発行の「安心のおしり」の無償提供を展開する。森永乳業は消費者月間ポスターを事業所に掲示するほか、消費者の申し出があった場合、乳製品に関する啓発資料を送付...

行政

乳業は消費者月間ポスターを事業所に掲示するほか、消費者の申し出があった場合、乳製品に関する啓発資料を送付。また、社員の消費生活アドバイザー資格取得を推進する。日清製粉グループ本社は社長メッセージを発信してグループ社員に消費者月間を周知するほか、従業員の「消費者志向経営」に対する意識向上の取り組みを展開する...

消費者庁 2019年度「ベスト消費者サポート」発表

- 生活相談員
▽湯浅咲枝(東京都小平市)
▽高橋非常勤講師
▽海田朋子(宮城県宮崎市)
▽宮崎県消費生活センター消費生活相談員、NPO法人消費者ネットワークやぎ理事
▽坂本久美子(青森県八戸市)
▽青森県消費生活センター主任相談員
▽佐藤八重美(大阪府羽曳野市)
▽大阪市消費生活センター消費生活相談員
▽安田孝子(徳島県板野郡)
▽NPO法人徳島県消費生活協会会長、上板町消費生活協会会長
▽鈴木美恵子(栃木県宇都宮市)
▽栃木県消費生活センター消費生活相談員
▽佐藤洋子(埼玉県浦和市)
▽白岡市消費生活センター消費生活相談員
▽鶴なつ子(熊本県熊本市)
▽玉名市消費生活センター消費生活相談員
▽鈴木伸子(東京都調布市)
▽調布市消費生活センター消費生活相談員
▽剣持秀次(山梨県甲府市)
▽甲府市消費者安全確保地域協議会委員、山梨県消費生活協力員甲府市在任者連絡会会長、甲府市福祉推進員、甲府市消費者協会理事
▽友藤真士子(兵庫県加東市)
▽兵庫県連合婦人会副会長、加東市連合婦人会会長、加東市消費者協会会長
▽下都恵美子(大分県大分市)
▽大分県金融広報委員会金融広報アドバイザー
▽後藤とし子(山形県寒河江市)
▽前寒河江市消費生活研究所会長、前山形県消費生活団体連絡協議会会長
▽横山清子(新潟県佐渡市)
▽佐渡市消費生活センター消費生活相談員
▽高津律子(愛知県春日井市)
▽愛知県金融広報委員会金融広報アドバイザー、愛知県消費生活総合センター元消費生活相談員
▽伊藤光夫(三重県桑名市)
▽伊藤光夫(三重県桑名市)
▽社会保険労務士、ファイナンシャルプランナー、山本裕子(香川県さぬき市)
▽さぬき市消費者団体連絡協議会顧問、更生保護女性会長尾支部幹事
▽松本千晴(愛媛県松山市)
▽伊予市消費者相談窓口消費生活相談員
▽西村晴子(山口県山口市)
▽山口県消費生活センター消費生活相談員
▽西松章子(京都府京都市)
▽京(みやこ)・くらしのサポートセンター、民生児童委員
▽村田裕子(栃木県宇都宮市)
▽栃木県消費生活センター消費生活相談員
▽若林智子(栃木県宇都宮市)
▽宇都宮市消費生活センター消費生活相談員
▽藤田初美(三重県名張市)
▽名張市消費生活協議会会長
▽山崎敏彦(奈良県生駒市)
▽生駒市消費生活協議会副会長、生駒市消費生活審議委員会委員
▽岡崎仁美(愛媛県松山市)
▽松山市消費生活センター消費生活相談員
▽大貫芳子(神奈川県相模原市)
▽相模原市消費生活総合センター消費生活相談員
▽峠田嘉代子(愛知県瀬戸市)
▽名古屋消費生活センター消費生活相談員

全葬連葬祭サービスガイドライン 遵守宣言



このマークの事業所は信頼できる葬儀社です

ご葬儀に関するお問い合わせは、右記組合までお気軽にご連絡ください。

Table listing various funeral associations across Japan with their contact numbers. Includes entries for Hokkaido, Aomori, Iwate, Miyagi, Fukushima, Ibaraki, Tochigi, Gunma, Saitama, Chiba, Tokyo, Kanagawa, Gifu, Shizuoka, Aichi, Mie, Shiga, Kyoto, Osaka, Hyogo, Nara, Wakayama, Tottori, Shimane, Tokushima, Kagawa, Ehime, Kochi, Fukuoka, Saga, Nagasaki, Kumamoto, Oita, Miyazaki, Kagoshima, and Okinawa.

お葬式は、安心と信頼の全葬連加盟店へ



安心・納得できる葬儀を 特集 企画

消費者トラブル防止へ 全葬連が健全化事業推進

五月は「消費者月間」。国の統一テーマは「ともに築こう豊かな消費社会」。誰一人取り残さない(2019)。「誰一人取り残さない」社会の創造は、人生で最も大切な営みの一つ「葬儀」についても重要な示唆を与え、悔み、慰み、供養することの大切さを改めて考え合う契機となる。葬儀をめぐるのは、ネット広告や新聞広告をめぐる不当表示、追加料金発生に絡んだ消費者トラブル、互助会加盟企業と消費者との解約紛争など、深刻な消費者被害・トラブルがあとを絶たない。ウソの表示をネット上に掲載していた葬儀提供業者や、流通大手グループ葬儀社に対し消費者庁が相次いで景品表示法違反として措置命令や課徴金納付命令などの行政処分を下しているのは、急増する消費者被害発生を背景とする。本人や家族の気持ちを大切に、納得できる葬儀を準備するにはどうしたらいいのか。地域密着事業を基本とする全日本葬祭協同組合連合会(石井時明会長)の松本勇輝専務理事は「安心な葬儀には消費者トラブル防止へ向けた葬祭サービスガイドラインを採用する事業者選びなどが一歩」と提唱している。

表示違反横行、消費者庁が行政処分



松本勇輝専務理事

法違反例は、インターネットによる葬儀紹介契約を展開している事業者でも発生している。昨年十二月、葬儀サービスを提供するユニクエスト社(本社・大阪市)は消費者庁から景品表示法違反に該当する不当表示を運用しているとして措置命令を受けた。同社は「小さな家族葬」などのサービスを提供するにあたって「追加料金一切不要の安心価格」などと表示していた。消費者の間には、簡単な価格を示しながら「追加料金不要」と記載していた。だが実際は、表示価格に加え別の追加料金を徴収するなど消費者被害が各地で発生、すでに二〇一七年十一月には措置命令の行政処分が命じられていた。同社は「命令を真摯に受け止める」とコメントしているが消費者の信頼感を取り戻すには時間がかかる。

消費者の選択の目安に 安心マーク周知徹底へ

四月十三日に消費者庁が流通大手インテグラーフの「イオンライフ」(本社・千葉市)に下した課徴金納付命令は、業界はじめ消費者に大きな衝撃を与えた。同社は新聞広告などで「家族葬」などの葬祭サービスを提供していた。一定の価格を示しながら「追加料金不要」と記載していた。だが実際は、表示価格に加え別の追加料金を徴収するなど消費者被害が各地で発生、すでに二〇一七年十一月には措置命令の行政処分が命じられていた。同社は「命令を真摯に受け止める」とコメントしている。このように葬祭業界では「追加料金」インターネット広告「ネット契約」などをめぐって問題が浮上しているが、葬祭互助会の

求されることになり、行政処分の違反企業は全葬連会員ではない。葬儀事業には登録制度もなく参入規制もありません。超高齢社会の進展、IT化による高度情報化の推進、それに伴う地域コミュニティの崩壊の中で、今後葬儀事業への参入が様々な事業形態で行われていくと見られます。その上で松本さんは、「全葬連としては景品表示法はもとより、今年六月に施行される改正消費者契約法についても遵守する対応を業界内で強化していく予定です」。国際化への対応も積極的。国際葬儀連盟会長に全葬連は経済産業省の認可団体。都道府県が認定する各地の六十近い事業者協同組合の連合体だ。会員事務を尊重すること。他に「料金体系の明確化」「価格の提示」「見積書(施行明細書)の交付」などの規定もある。遵守している事業者には全葬連が信頼マーク(別掲)を付与している。「納得できて安心できる葬儀の実現には平素からの相談も大切だ。信頼マークのある葬儀社は、事前相談も実施。選択のマークとして活用していただければと思います」。今年の消費者月間、葬儀のあり方を考える絶好の契機だ。全葬連への加盟会員事業者は「お葬式検索サイト」で紹介されている。

Eat Well, Live Well.

Aji AJINOMOTO.

うま味調味料「味の素®」ができるまでについて、もう一度お話しします。

原材料は、天然のさとうきび。日本やブラジルではさとうきびだけでなく、アメリカではとうもろこし、タイやベトナムでは芋も栽培されています。つまり、その土地の作物から、アミノ酸が抽出されます。

さとうきびを煮る。しぼり終わったら、畑の肥料にリサイクル。「味の素®」づくりは、自然にとことん優しい仕事でもあるのだ。

しぼった汁から糖蜜をとる。ラム酒、ビール、カブ、みそ、さとうきび、糖蜜からつくると、知っていましたか？

糖蜜を発酵させます。発酵により、糖蜜がグルタミン酸に変わります。大豆から醤油や味噌、牛乳からチーズをつくるのも、発酵。共通点は、「おいしいものができる」こと。

グルタミン酸ナトリウムを粉状に。

味の素®

畑から、味の素®

「味の素®」の詳しい情報はこちら。 www.ajinomoto.co.jp/aji/