

「消費者基本計画工程表改定素案」に関する意見

(別紙様式)

意見 No.	氏名 ・ 法人名	意見		
		対象箇所はプルダウンリストから選択してください。		意見 (複数の箇所に御意見のある場合などは分けて記載いただき、1行につき1意見を記載してください。)
		施策名	項目名	
1	東京都生活協同組合連合会	1. 消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止	KPI(アウトカム指標)	「事故情報データベース」に登録された事故件数と「注意喚起の認知度」が記載されているが、取組の効果を見るには、注意喚起の結果どの程度、事故が減少したのか実態に基づく指標が必要で、併せて事故情報等の消費者への情報発信も大切なことですが、事業者と連携した取組等についてもKPIを設定してください。
2	東京都生活協同組合連合会	2. 特定商取引法の執行強化等	取組	特商法改正後も契約行為に不慣れな高齢者や契約に関する知識が身につけていない若者等の消費者被害を増加させないように対応を求めてきましたが高齢者の定期購入や、若者のマルチ商法による被害は減少傾向にありません。被害防止契約についての相談窓口の周知や、契約書の電子化に伴う取組等についても記載を検討していただき被害の把握と被害防止に向けた取組を継続され、必要であれば契約書面の電子化について再度見直しを行うようにしてください。
3	東京都生活協同組合連合会	3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた消費者法制の整備等	KPI(アウトプット指標)	消費者契約の中身を知ってもらうための学習会や、パンフレット等での広報活動をされている事がわかりますが、現状の取り組みでは対策の改善に大きな前進が見込めないと考えます。昨年度も意見に記載していますが、消費者契約法についてわかり易く周知するために報道機関の協力等も得て、様々な機会を通じて取組む課題としてKPIへの加筆を検討してください。
4	東京都生活協同組合連合会	5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	取組	「一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保する」ため遺伝子組み換え食品、ゲノム編集食品等の対策については引き続き、広報や啓発活動をおこなう場合、一般の消費者でも理解できる表記での広報を望みます。インターネット販売でのトラブル防止についての記載もありますが、何よりもスピード感を持ち問題解決に望まれることを期待します。また、現在死亡事例を含む健康被害が生じ社会的な問題となっている機能性表示食品の点検のあり方や表示の見直しについても加筆が必要と考えます。
5	東京都生活協同組合連合会	6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	取組	現在も増加傾向にある高齢者や障がい者を中心とした消費者トラブル防止については社会の安定を図る上でも重要な課題です。その為には成年後見制度や市民後見制度、見守りネットワークの充実が有効と考え、それぞれの課題について、各省庁が連携し消費者庁が中心となり取組を推進される事を期待します。
6	東京都生活協同組合連合会	7. 成年年齢下げに伴う総合的な対応の推進	取組	注意喚起だけでは問題解決にならない大きな課題ですが、引き続き教育現場からの意見等を参考にしながら問題解決の為に新しい取組をおこなってください。また、若者が相談しやすい新たな取組や、被害情報の多い悪質業者については、注意喚起の情報公開や、改善が見込めない場合の罰則強化も視野に入れた対策も検討してください。
7	東京都生活協同組合連合会	9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	取組	食品ロス削減のための活動が盛んに行なわれており、フードバンク等のスタートアップ団体への支援等の施策があるが、手続きの簡素化、小規模な団体でも簡単に申請ができる支援策を望みます。また、企業から出る余剰在庫等を支援に回せるような循環型支援活動の実験や、各自治体でのフードドライブ活動推進等も検討してください。
8	東京都生活協同組合連合会	10. エシカル消費の普及啓発	目標	エシカル消費の普及活動は、食品ロス削減、プラスチック削減、温室効果ガス削減、省エネ・節電に現れますので引き続き、取組状況を把握するKPIを参考指標として設定してください。エシカル消費の意識が薄い消費者にも浸透するようなわかり易い呼びかけや、集客が見込めるイベント等での広報活動の取組を検討してください。
9	東京都生活協同組合連合会	11. 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進	KPI(アウトカム指標)	公益通報者保護制度の定着・推進のためには労働者の理解度の向上、事業者における社会的責任の認知と体制整備が必要となるが、内部通報した人が不利益を被らないよう安心して相談ができるよう、民間事業者の体制整備をKPIに設定してください。
10	東京都生活協同組合連合会	12. デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の確保	KPI(アウトカム指標)	コロナ禍を経験しインターネット取引の件数増加に伴い、消費者間の取引も増加していることから、引き続き消費者に向けた注意喚起等についてもKPIを設定してください。
11	東京都生活協同組合連合会	13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制整備	KPI(アウトカム指標)	消費者教育は、エシカル消費をはじめとしたSDGsを推進するための基礎となり将来を担う世代の消費力を高めるために重要です。KPI「アウトカム指標」の項目欄には多くの記載があり、様々な取組をしている事がわかりますが、この多くの取組を通じて出された意見、やってみてわかった事案等は課題解決の十分な検証を行ない、優先課題を決めて今後の重点対策項目として活用される事を期待しています。
12	東京都生活協同組合連合会	14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等	取組	消費者のくらしに近い地方消費者行政の機能を強化し、消費者被害の未然防止・拡大防止を実現するためには、いつでも安心して、相談に対応できる人材の確保が重要課題となります。消費生活相談員の人材育成や、処遇改善等に取り組み、地方公共団体の取組み支援のため設定したKPIをもとに課題を把握し、また新たな課題についても引き続きスピード感をもって取組んでください。