

「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		
		対象箇所はブルダウリストから選択してください。		
		施策名	項目名	
			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。)	
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)	消費者に向けての素早い情報発信や注意喚起、知らせたい人に届くよう、「事故情報データベース」に登録された事故案件等の活用も検討してください。また、多くの事業者への啓発協力も大切な施策になると考えられますので事業者との連携等についてもKPIを設けてください。
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た高齢者や契約に関する十分な知識が身に付いていない若者等の消費者被害を増加させることがないよう厳格に対応することを求めてきましたが、高齢者の定期購入被害は減少せず、若者のマルチ商法による被害も増加傾向にあります。昨年度の「消費者基本計画工程表素案」に関する意見では、契約書面の電子化に関する問題提起をおこない、2022年12月28日には「特定商取引に関する法律施行規則の一部を改正する命令(案)第10条1項第1号及び同第4号」については、当会からも意見書を提出しています。契約書面の電子化で起きた被害の把握と被害防止に向けた取組みを継続し、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(アウトカム指標)	消費者契約法の中身を知ってもらうために、消費者への意識調査、報道機関の協力を要請する等、様々な機会を通じて取組む課題として、KPI(アウトカム指標)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、ガム編集食品等、消費者にわかりやすい食品表示を目標に消費者の声に耳を傾け改善されることを望みます。インターネット販売における食品の情報提供については、より細かな監視体制の強化、インターネット販売でのトラブル防止のための罰則強化等も検討してください。
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	想定した実績となっていない原因を明らかにして、適切な対策をすすめるとともに、手続き等の簡素化や、支援団体等の紹介を通じて認知度をあげる取組みをさらにすすめてください。
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の解決には繋がらない大きな課題ですので、若者の利用頻度が高いお店との連携を強化するとともに、広報活動や若者向けアプリ等の導入については、若者世代にヒアリング等を実施し、使ってもらうために継続的な改善をすすめてください。相談体制についても、大学や高校等の教育現場と連携して問題の洗い出し、相談しやすい環境づくりをすすめてください。
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	フードバンクやフードドライブ活動等、食品ロス軽減のための活動も盛んに行なわれていますが、食品ロス削減を支える団体の支援としてスタートアップ団体の支援で終わらず、資金面での支援や公共の遊休施設等を含めた継続的な支援策を今後の取組み予定に加えてください。
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	エシカル消費の実践による効果は、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・節電等に現れますので、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。エシカル消費の対象範囲は、人権問題、環境問題など範囲が広いので、これらの諸問題との関係についても継続的に検討してください。
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とともに、事業者における社会的責任の認知と体制整備にむけたフォローも必要となることから、事業者の規模別による体制の整備状況を把握するKPIを設定してください。
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)	新しい生活様式の実践の中でインターネットでの取引が日常化し、消費者間の取引も増加していることから、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るものであり、将来を担う世代の消費力を高めるために重要です。消費者教育推進に欠かせない日常的な教育や相談等を担う人材については、教育部門とさらに連携を強め、適正な人員配置による教育推進を評価するKPIを設定してください。
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必要になります。消費生活相談員の人材育成や処遇改善等に関する地方公共団体の取組みを支援するため設定したKPIをもとに課題を把握し、さらにスピード感をもって強化してください。