

包装基準に関する要綱等の見直しについて  
京都市消費生活条例第17条第1項に基づく包装基準

1 包装基準の概要

(1) 制定経過等

京都市消費者保護条例(旧条例)

(包装等の基準)

第8条 市長は、法令に定めるもののほか、商品の内容を誇張し、又はその価格を著しく高くさせる等消費者に著しく不利益を及ぼす包装及び容器の使用を防止するため、審議会の意見を聴いて、商品の包装及び容器に関する基準(以下「包装基準」という。)を定めるものとする。

包装基準の制定について諮問(昭和57年12月17日)

消費者包装基準について 答申(昭和59年1月23日)

包装基準(昭和59年10月4日告示,昭和60年3月1日実施)

京都市消費生活条例

(包装の適正化)

第17条 市長は、包装(容器を使用する包装を含む。以下同じ。)の適正化を図るため、包装基準(包装で使用すべき物及び包装の方法に関する基準をいう。以下同じ。)を定めなければならない。

(京都市消費生活条例第17条第1項に基づく包装基準)

2 適正な包装の基準

事業者が守るべき適正な包装の基準は、次のとおりとする。

- (1) 必要以上の過大な包装(以下「過大包装」という。)でないこと。
- (2) 消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装であること。
- (3) 省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること。
- (4) その他消費者の適正な商品選択を妨げない包装であること。

基準は、条例改正に伴う名称変更を行ったのみで、制定時から内容の変更はない。

(2) 包装基準の普及・啓発

包装基準では、「2 適正な包装」の(1)~(4)のうち、特に(1)については、「3 過大包装」で具体的に規定している。

過大包装については、消費者啓発の面から市民公募のモニターによる試買調査を実施し、試買調査結果から必要に応じて事業者指導を実施してきた。その取組においては、これらの規定のうち、数値化しやすい空間容積率が過大包装判定の基幹部分となっている。

(過大包装の追放 取組のイメージ)

### 3 過大包装

(1) 2(1)の過大包装とは、次のいずれかに該当する包装とする。

ア 空間容積20パーセント以上

イ 包装経費15パーセント以上

ウ 「あげぞこ」等の方法により実質以上に見せかけ

エ 二次使用機能偽装

オ 商品の詰め合わせ、抱き合わせ等により空間容積又は包装経費が必要以上

事業者指導

(義務規定として)

消費者啓発

(適正包装のガイドラインとして)

効果的運用を図るため、「事業者指導」「消費者啓発」を柱として事業者、消費者双方の理解を深めることにより認識を喚起していく。

過 大 包 装 の 追 放

## 2 平成 19 年度調査について

### (1) 概要

職員による店頭調査として、12月の歳暮期に百貨店1店舗、スーパー2店舗、消費生活協同組合1店舗において、包装に関する取組の状況を店舗関係者から聴取し、歳暮商品の取扱い会場や、空間容積率が比較的高いものが多く見られる玩具入り菓子売り場やベビー用品売り場について、売り場を調査した。

### (2) 調査状況 ~ 販売店での包装に関する認識、取組等 ~

#### ア 贈答品

##### (過大・過剰包装)

- ・ 販売店で商品そのものの過大・過剰包装について考えることはない。商品企画や情報を本部で管理している場合、あまりに過大・過剰な印象を受ける包装は、本部とメーカーで話をすることはある。
- ・ 百貨店・スーパー・生協とも、過大・過剰包装の苦情は、ほとんど無い。
- ・ 包装についてはメーカー段階で取組をしているので、小売店としては品質・傷み等に注意を払っている。保存料を使わない食品は、その拘りが包装をシンプルにする面では不利な場合も多い。

##### (宅配への配慮)

- ・ 宅配が中心となっており、配送を考慮した包装が必要である。
- ・ 冷凍・冷蔵食品の宅配では、宅配業者の設備は整ってきたが、配達後の消費者の一時保管時のリスクにも相応の配慮が必要である。温度面の品質管理では、昨今は冬でも保冷に注意が必要となっている。

(スーパー，生協での簡易包装の推奨)

- ・ スーパー：簡易包装の希望者は少ない(2店舗とも)
- ・ 生協：簡易包装についての意見は様々である。漬物で，紙製樽入りのほか，価格は高くなるが木製樽入りもラインナップしているが，それぞれニーズがある。

イ 玩具菓子

- ・ 店舗では，過大包装としての認識はなく，苦情は特にない。

ウ ベビー用品(食器セット)

- ・ 内容品のサイズが異なるので，空間はできるが，苦情は特にない。
- ・ 絵柄が見えないと，逆に不安がられる。皿の一部が見えない箱詰めの商品もあるが，その商品は単品商品の展示がある。

(3) 遵守状況及び課題について

- ・ 試買調査の状況...参考資料1:最近の過大包装疑義商品の試買調査結果と事業者指導の状況
- ・ 平成19年度試買品...参考資料2:平成19年度の試買品について
- ・ 商品類型別の状況...参考資料3:改善が進まない商品，例年のように試買される商品など
- ・ 現在の判定の流れ...参考資料4:空間容積率から見た包装基準違反商品の判定の流れ
- ・ 個別基準の制定について...参考資料5:「商品群別に過大包装の個別基準を制定すること」について
- ・ 新包装材...参考資料6:平成20年5月3日付け京都新聞朝刊「陶器用緩衝材と宙づり包装材」

3 要綱，マニュアルの見直し・整備について

(1) 目的

ア 過大包装の判定の整備

過大包装に該当する場合のア～オのいずれかの項目に該当することにやむを得ない事情があると認められる場合の判定手順等を整備する。

イ 包装基準の運用と条例の基本理念の対応

消費生活条例の全面改正において，消費生活施策は「環境に配慮する見地から推進」，「食文化，始末の文化その他の京都固有に生活文化を尊重して推進」することから，包装基準の運用において考慮すべき事項について検討し，必要に応じて判定手順に盛り込む。

(2) 包装の適正化の指導に関する要綱の改正

基準の細則を定める内容として，現在，「包装基準の説明」として事業者に提示している計測方法等を含めて要綱化する。

(3) 運用マニュアルの整備

現在の「包装基準の説明」を改編し，指導，勧告，公表までの体系的な運用マニュアルとして整備する。

4 その他

- ・ 他都市等の状況について...参考資料7:包装基準・規則 他都市等の状況
- ・ 過大包装と過剰包装について...参考資料8:過大包装と過剰包装の区分ほか



## 最近の過大包装疑義商品の試買調査結果と事業者指導の状況

品目類別		空間容積率20%以上の商品点数				
		15年度	16年度	17年度	18年度	19年度
1	菓子類 (和・洋菓子含む)	9	6	10	14	
2	タオル・石けん・洗剤類	11	1	10	5	
3	お茶・コーヒー類 (液体含む)	9	4	5	5	1
4	佃煮・漬け物類	5	4	11	1	
5	海苔・かつお節類 (乾物・お茶漬け含む)	12	7	6	2	1
6	その他食品類 (調味料含む)	3	4	4	1	
7	食器類	5	8	5	5	1
8	おもちゃ類 (玩具菓子含む)	31	1	2	9	4
9	上記以外	16	16	5	7	
計 (試買総数)		101 (108)	56 (68)	58 (78)	49 (63)	7 (8)
事業者指導数(商品点数)		24	48	44	49	
事業者 の対応	A (具体的な改善策を示し、基準内に改善するもの。予定を含む。または、箱包装から袋包装に変更するもの。)	2	3	1	7	
	B (具体的な改善策を示し、若干の数値の改善を行うもの。予定含む。)	2	0	0	5	
	C (販売終了・中止、またはギフト期間終了時に終売、退店した等)	10	26	25	30	
	D (セット見本のため撤去、もしくは要望等により一時的に詰合せた商品)	4	1	2	3	
	E (当該商品の具体的な改善は示さず、「今後改善検討」としたもの、無回答)	2	8	10	3	
	F (改善はできない、内容品の見方が異なる等の報告があったもの)	4	10	6	1	

## 注 1 試買品の商品分布について

試買に際しては、生鮮食品等、保存の難しい商品は除外している。

また、年度により、おもちゃ類や化粧品類は、原則として購入対象から外す等の説明を行って試買を行っている。

なお、上記分類は、市民向けの広報資料で用いた分類である。(日本標準商品分類に依拠していない。)

- 2 事業者指導については、平成15年度は、空間容積率30%以上(計測誤差を考慮)かつ過大包装審査会を開催してモニターから過大包装と見なされた商品に実施し、平成16・17年度は、空間容積率30%以上の商品に実施した。

平成19年度の試買品について

商品名	商 品	空間 容積率	当該商品に見られる一般的な説明
<p>1</p> <p>かつおパック 他詰合せ</p>	(商品写真)	49%	内容品の大きさが様々である ので、工夫が難しいとされる。
<p>2</p> <p>海苔詰合せ</p>	(商品写真)	11%	(商品の品質保持に必要な個 包装を内容品として、海苔の 枚数は異なるが、同じ包装容 器が用いられていれば、同じ 商品体積として扱っている。)
<p>3</p> <p>お茶詰合せ</p>	(商品写真)	48%	「趣向を凝らし、文化的な視点 から商品が成り立っている」等、 文化的な面からの除外扱いを求 められる場合が多い。
<p>4</p> <p>乳幼児用食 器セット</p>	(商品写真)	53%	皿の絵柄を含め、見えやすい ように配置してある。

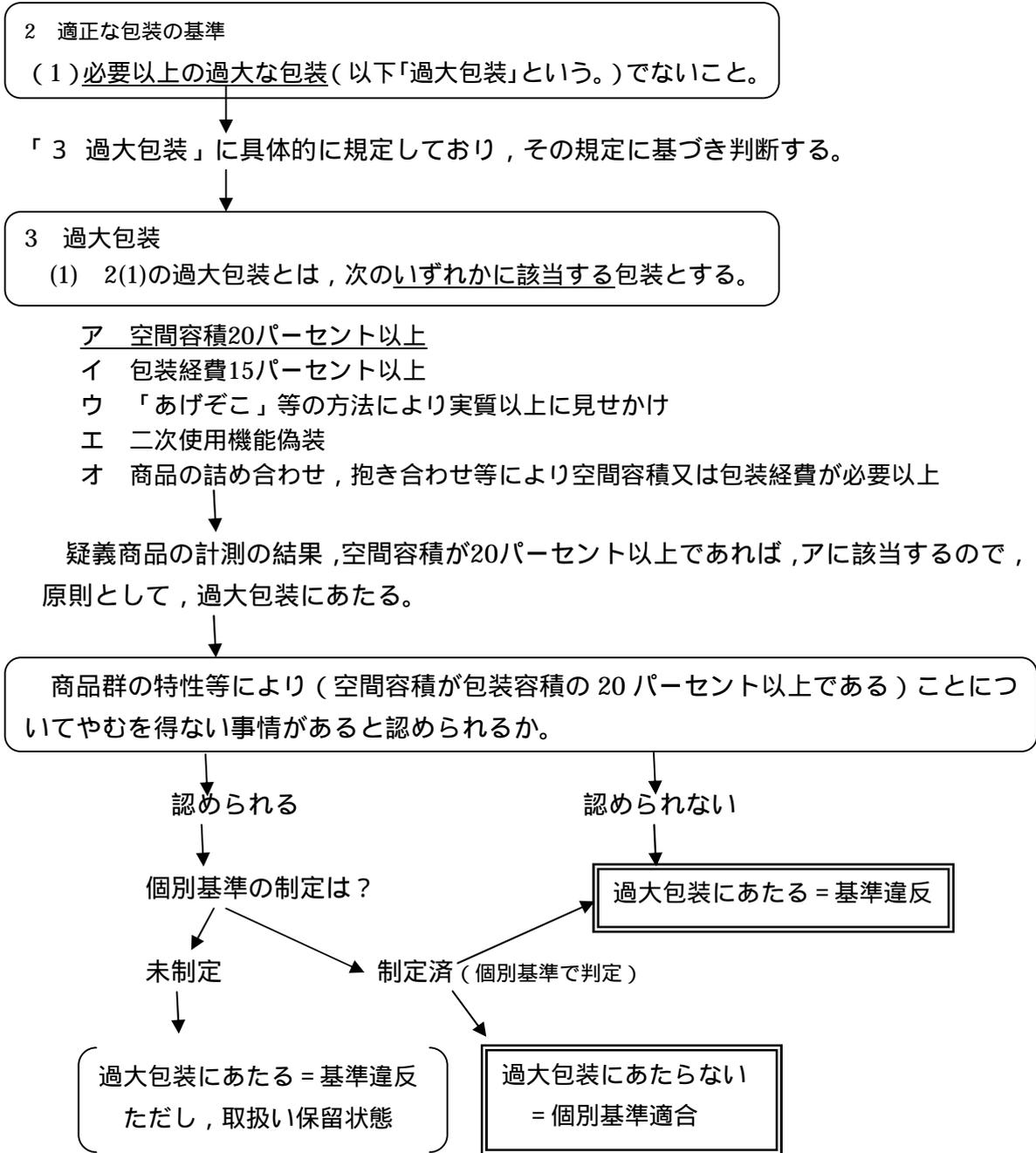
<p>5 玩具菓子 (ジュエルボックス)</p>	<p>(商品写真)</p>	<p>86%</p>	<p>様々な大きさの内容品を入れる、もしくは様々な種類の内容品があることを説明するため、外箱のサイズは相応のものが必要。</p> <p>〔 今回の内容品玩具は、最小の部類に入るものと見られる。台座を必要品と認めた場合は、空間容積率 44%。 〕</p>
<p>6 玩具菓子 (パン屋さん・カナッペセット)</p>	<p>(商品写真)</p>	<p>27%</p>	<p>様々な大きさの内容品を入れる、もしくは様々な種類の内容品があることを説明するため、外箱のサイズは相応のものが必要。</p>
<p>7 玩具菓子 (パン屋さん・おともだちパンセット)</p>	<p>(商品写真)</p>	<p>31%</p>	
<p>8 玩具菓子 (キャラクター人形2体セット)</p>	<p>(商品写真)</p>	<p>36%</p>	<p>様々な大きさの内容品を入れる、もしくは様々な種類の内容品があることを説明するため、外箱のサイズは相応のものが必要。</p>

改善が進まない商品，例年のように試買される商品など

商品	事業者の一般的な説明	備考
<p>贈答用商品全般</p> <p>異なる形状商品の詰め合せ・抱合せ品</p> <p>例：海苔・削り節・調味料，パスタ・同ソース，タオル・石けん，茶・菓子等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サイズが異なる商品の詰め合わせで，高さが様々であるので，20%は満たしていないが，これ以上の工夫は困難。</li> <li>・20%未満にするには，重ねて収納することになり，展示の際に，すべての商品を見せる必要がある。</li> <li>・価格設定に影響がある。数量は外箱に表示しており，誤認を与えるものではない。</li> <li>・期間限定品であり，現在，販売終了。(次回，企画時には気をつける。)</li> </ul>	<p>平成19年度 試買品参照 (かつおパック等セット)</p>
<p>消費者希望による詰め合せ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・もともとセット販売品ではなく，客の要望に応じて詰め合わせるもの。</li> <li>・缶入り商品を単独で販売しており，希望により，詰め合せ販売も行うが，外箱は，数種類のみであるので，内容品の組み合わせによっては過大になる。(箱代は，求めない場合と料金設定している場合がある。)</li> </ul>	<p>職員調査による試買前の確認により，これに該当する商品の試買はなくなる。</p>
<p>形状も含めて定番商品となっているとされる商品</p> <p>例：六角形や丸紙筒</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・単品販売しているものを，ある程度自由に組み合わせで詰め合わせできるように，単品の箱のサイズを数規格に留めている。</li> <li>・長年使っている包装で，消費者に受け入れられているデザインである。</li> </ul>	
<p>期間限定品など</p> <p>例：水羊羹・ゼリー，海産物等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在，販売終了。(次回，企画時には気をつける。)</li> <li>・既存のセット商品ではない。セット見本として展示。現在，撤去済み</li> </ul>	
<p>贈答用高級品，文具，和装小物等</p> <p>例：高級パスタ・同ソース，銘茶セット，筆記具セット，におい袋等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・贈答品としての性質上，塹斗がけを求められるので，相応の大きさの外箱が必要である。</li> <li>・贈答用品としてのセット販売のみである。単品で購入する人は少ないと考えられ，単品商品として商品化すると採算に合わない。(パスタ，パスタソースのセット等)</li> <li>・万年筆等セットでは，外箱は同じで，異なる本数を箱に収納する。何種類も外箱を用意するのは無駄である。</li> <li>・商品の性質上高級感が求められ，たとう紙等，文化的側面がある。</li> </ul>	<p>平成19年度 試買品参照 (銘茶セット)</p>

食器	<p>食器セット</p> <p>例；乳幼児用食器セット</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・見えよく、かつセット内容の識別が容易にでき、運送にも耐えられる外箱にする必要がある。</li> <li>・皿の絵柄は、展示時に見やすいようにする必要がある。</li> <li>・透明のブラケースなので、内容品をごまかす意図はなく、絵柄もしくは無地であることが分かるよう重ねないで商品の判別ができる収納方法を工夫しているが、これ以上は無理である。</li> </ul>	
玩具	<p>シリーズもの</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・形態の異なる商品をシリーズものとして企画した場合、陳列の効率、より安価な商品提供、運送時の破損防止・詰め物不要で省資源となるため包装を統一する必要がある、最大の商品に外箱を合わせることで物理的に空間が生じる。</li> </ul>	
食品全般	<p>包装フィルムによる品質保持が必要な商品</p> <p>例：佃煮、漬物、海苔、削り節、お茶漬け、コーヒー等</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品保護（ピンホール防止のための緩衝、もしくは混在防止）の為、中箱（缶）が必要であり、中箱（缶）ごと内容品を見なすべき。</li> <li>・中箱（缶）に相応の空間がないと、箱入れ時の傷付きのリスクが高まる。</li> <li>・缶を内容品と見ると適正包装である。缶入りでない商品も販売している。</li> <li>・当社の使用している缶は、通常の缶と異なり、密封でき保存期間が長くなるので、缶を内容品と見るべき。コスト面では高くなり、また、通常と異なる機械の導入も必要。（例：海苔）</li> </ul> <p>ピンホール・・・包装フィルムに小さい穴が開く現象。商品劣化の原因となる。摩擦，屈曲，突刺で発生する。</p>	
その他	<p>製造過程上、空間が生じることが避けられないとする商品</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・内容物が割れないようにし、小袋入りのものを機械でスムーズに収納する製造過程上、どうしても必要な空間ができる。（例：ビスケット）</li> <li>・手作業にすると、コスト高になる。</li> </ul>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・既に数年分の在庫があり、廃棄は省資源の観点から望ましくないため、在庫終了後切り替える。（例：たとう紙）</li> <li>・公正競争規約は遵守している。</li> </ul>	

空間容積率から見た包装基準違反商品の判定の流れ



ただし、これまで個別基準の制定に至った事例は無い。

<p>答申 (消費者包装基準について 答申 昭和59年1月23日 京都市消費者保護審議会)</p>	<p>基準 (京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づく包装基準)</p>	<p>要綱 (包装の適正化の指導に関する要綱)</p>
<p>2 適正包装の基準について                      今回の答申は、さしあたって適正包装に関する一般基準に限定するが、<u>特殊な包装形態、包装技術によって一般基準と異なる包装要因をなしている商品については、今後商品群別ごとに合理的な個別基準を定めることが望ましい。</u></p> <p>(4)過大包装の一般規定                      次の事項のいずれかに一つに該当する包装・容器は過大包装とすること。                      ア．内容品以外の空間容積が20パーセント以上ある包装・容器。                      イ．内容品の価格に比べて包装経費を15パーセント以上かけている包装・容器。                      ウ．あげぞこ、がくぶち、めがね、あんこ、えんとつ、十二単衣等の方法により内容品を実質以上に見せかけた容器・包装。                      エ．二次使用機能を偽装した包装・容器。                      オ．異質な商品を無理に詰合せまたは抱合せすることにより必要以上に大きくなっている包装・容器。</p> <p>3 適正包装の判定                      適正包装の判定は前項の一般基準に基づき市長が判定すること。                      ただし、<u>商品群の特性等により前項第4号の過大包装の一般規定に依り難い事由のある場合には、京都市消費者保護審議会の意見を聴いて市長が判定すること。</u></p>	<p>3 過大包装                      (1) 2(1)の過大包装とは、次のいずれかに該当する包装とする。<u>ただし、商品群の特性等により次のいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは、この限りでない。</u>                      ア 空間容積(包装容積から内容品体積を控除した容積をいう。)が包装容積の20パーセント以上であるもの                      イ 包装経費(商品の販売価格から内容品の販売価格を控除した額をいう。)が内容品の販売価格の15パーセント以上であるもの                      ウ 「あげぞこ」、「がくぶち」、「めがね」、「あんこ」、「えんとつ」、「十二単衣」等の方法により内容品を実質以上に見せかけているもの                      エ 二次使用機能(内容品の保護、内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後の使用機能をいう。)を偽装したもの                      オ 商品の詰め合わせ、抱き合わせ等により空間容積又は包装経費が必要以上であるもの</p> <p>包装基準の説明                      (2) 商品群の特性(その属する商品群に共通する特殊な包装形態、包装技術)によってアからオのいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは、この基準の適用の対象には含めず京都市消費生活審議会の意見を聞いて商品群別に過大包装の個別基準を制定することとしている。                      (3) ただし書きの適用については、<u>関係業界団体から当該商品群の特性を証する資料を添えて適用申請があったものについて検討するものとする。</u></p>	<p>(過大包装の個別基準)                      第6条 包装基準3(1)ただし書きに規定する場合には、<u>京都市消費生活審議会の意見を聞いて商品群ごとに過大包装の個別基準を別に定める。</u></p> <p>包装の適正化の指導に関する要綱の説明                      6 過大包装の個別基準について(第6条関係)                      包装基準3(1)ただし書きの適用を受けた商品群については、京都市消費生活審議会の意見を聞いて、当該商品群ごとに過大包装の個別基準を定めるものとする。</p>

基準制定時の「包装基準実施の手引き」ほか、平成14年3月発行の「京都市消費者保護条例関係規程集」にも掲載されている。

参考

## 新聞記事の切り抜き

京都新聞 2008年（平成20年）5月3日 土曜日 掲載

囲み記事 「京もの 今に生きる伝統」

見出し：「 陶器用緩衝材と宙づり包装材  
環境とデザイン性 重視 」

## 包装基準・規則 他都市等の状況

	条例 包装基準 の制定	事業者 による 過大包装 適正化	基準	過大包装にあたる空間容積率
札幌市	任意	努力*	-	
仙台市	義務	義務	有	空間容積率20%超
さいたま市	任意	努力	-	
千葉市	任意	義務	有	空間容積率20%超
川崎市	任意	義務	有	空間容積率20%以上
横浜市	注	努力	-	
新潟市	注	努力	-	
静岡市	注	努力	-	
浜松市	-	-	-	
名古屋市	任意	努力	有	空間容積率20%超
大阪市	義務	義務	有	基準には空間容積率を明示せず。(原則15%以上)
堺市	条例なし			
神戸市	義務	義務	有	基準には空間容積率を明示せず。(原則15%超)
広島市	任意	努力*	-	
北九州市	注2	-	-	
福岡市	任意	努力	-	
京都市	義務	義務	有	空間容積率20%以上
京都府	任意	努力*	-	(景品表示法により対応)
東京都	任意	義務	有	基準には空間容積率を明示せず。(原則20%超)

注 事業者の努力義務を規定 注2 市の施策義務を規定 「-」は、規定無し

包装の適正化のうち、誤認を与えない等、過大包装について表記されている条文についての分類。

なお、横浜市、福岡市は、「過大包装 努力、安全性の確保 義務」の組合せで構成されている。ただし、安全性の確保に具体的な規定を設けているわけではない。

\* 札幌市、広島市、京都府は、条例上「しなければならない」としているが、具体的な規定がないため、「努力」に分類した。

## &lt; 規準に違反した場合 &gt;

いずれの都市も、包装基準・規則に違反した場合、是正について勧告・公表を行うことができる。違反商品を「供給してはならない」と明記した規定の設け方は京都市のみ。

## 京都市消費生活条例

### (基本理念)

第 3 条 消費生活施策は、消費者の次に掲げる権利(以下「消費者権」という。)の実現を図ることを旨として、推進されなければならない。

- (1) 消費生活において生命及び身体の安全が確保されるとともに、財産を侵害されない権利
- (2) 商品等の表示、計量、包装、広告、価格及び供給の適正化を求める権利

### (商品等の表示の適正化)

第 14 条 市長は、商品等の表示(その単位当たりの価格の表示を除く。)の適正化を図るため、法令に別段の定めがある場合を除き、商品等表示基準(商品等の品質、利用の方法その他の商品等の内容及び取引方法に関し表示すべき事項及びその表示の方法に関する基準をいう。以下同じ。)を定めなければならない。

- 2 市長は、商品等表示基準を定め、又は変更したときは、これを告示しなければならない。
- 3 事業者は、商品等表示基準に適合しない商品等を消費者に供給してはならない。

### (包装の適正化)

第 17 条 市長は、包装(容器を使用する包装を含む。以下同じ。)の適正化を図るため、包装基準(包装で使用すべき物及び包装の方法に関する基準をいう。以下同じ。)を定めなければならない。

- 2 第 14 条第 2 項及び第 3 項の規定は、包装基準について準用する。

### (緊急時の公表)

第 26 条 市長は、第 3 条第 1 項第 1 号から第 3 号までに掲げる権利の侵害の発生又はその拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、商品等の名称、事業者の氏名又は名称その他必要な事項を公表することができる。

- 2 前項の規定による公表は、同項の権利の侵害の発生又はその拡大を防止するために必要な限度を超えないものでなければならない。
- 3 市長は、第 1 項の規定による公表をしたときは、遅滞なく、その旨及びその公表の内容を第 36 条に規定する審議会に報告しなければならない。

### (事業者に対する指導)

第 34 条 市長は、事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、当該事業者に対し、消費者権を保護するための措置その他の必要な措置を講じるよう指導をすることができる。

- (1) 第 14 条第 3 項(第 15 条第 2 項及び第 17 条第 2 項において準用する場合を含む。)(中略)の規定に違反していると認めるとき。
- (2) (略)

### (事業者に対する勧告及び公表)

第 35 条 市長は、事業者に対し前条の規定による指導を行った場合において当該事業者による同条の措置が不十分であると認めるときは、当該事業者に対し、相当の期限を定めて、同条の措置を的確に講じるよう勧告をすることができる。

- 2 市長は、前項の規定による勧告を受けた者が、正当な理由がなく、その勧告に従わないときは、その旨及びその勧告の内容を公表することができる。
- 3 市長は、第 1 項の規定による勧告をしたときは、その旨及びその勧告の内容を、同項の事業者が所属する事業者団体、当該事業者と契約関係にある他の事業者(市長が当該関係を知っている場合に限る。)その他市長が適当と認める者に通知しなければならない。
- 4 (略)

基準を設けている都市の例規等(関係箇所の抜粋)

## 仙台市消費生活条例

### (包装等の適正化)

第 16 条 事業者は、商品の内容を誇張し、廃棄物の量を増大させる等過大な包装をし、又は容器を用いてはならない。

2 事業者は、包装をし、又は容器を用いる場合には、市長が定める包装又は容器に関する基準に従い、行わなければならない。

(勧告及び公表)

第 25 条 市長は、(中略) 第 16 条第 2 項(中略)の規定に違反した事業者に対し、当該違反事項を是正するよう勧告することができる。

2 市長は、事業者が正当な理由なく前項の規定による勧告に応じないときは、その経過及び内容を公表することができる。この場合において、消費者の被害を防止するために必要と認めるときは、当該事業者の氏名等を公表することができる。

仙台市消費生活条例施行規則

(包装等の基準)

第 5 条 条例第 16 条第 2 項の市長が定める包装又は容器に関する基準は、次のとおりとする。

・ (1) 商品の容積に占める包装又は容器の容積(商品の容積から内容品の体積を控除したものをいう。)の割合が原則として 20 パーセント以下であること

千葉市消費生活条例

(包装等の適正化)

第 16 条 事業者は、商品の内容を誇張する等過大な包装をし、又は容器を用いてはならない。

(不適正な事業行為の調査)

第 3 2 条 市長は、法令に定めがあるもののほか、事業者が(中略) 第 16 条第 4 項の規定により規則で定める基準に従わない事業行為(以下これらを「不適正な事業行為」という。)を行っている疑いがあると認めるときは、事業者に対して報告、説明又は資料の提出を求めることができる。

(指導、勧告及び公表)

第 3 4 条 市長は、事業者が不適正な事業行為を行っていると認めるときは、当該事業者に対して、当該事業行為を是正するよう指導し、又は勧告することができる。

2 市長は、事業者が(中略)前項の規定による勧告に従わないときは、その経過(消費者の被害を防止するために特に必要があると認めるときは、その経過及び事業者の氏名等)を公表することができる。ただし、当該事業者に正当な理由がある場合は、この限りでない。

3 市長は、前項の規定により事業者の氏名等を公表しようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

(意見の聴取)

第 3 5 条 市長は、(中略)前条第 2 項の規定により、情報の提供又は公表をしようとするときは、当該情報の提供又は公表に係る事業者に対し、あらかじめ、その旨を通知し、意見の聴取を行うものとする。ただし、当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないとき、又は当該事業者の所在が不明で通知できないときは、この限りでない。

千葉市消費生活条例施行規則

(包装等の基準)

第 4 条 条例第 16 条第 4 項の商品の包装及び容器に関し事業者が遵守すべき基準は、次に掲げるとおりとする。

(1) 商品の容積に占める包装又は容器の容積(商品の容積から内容品の体積を控除したものをいう。)の割合が原則として 20 パーセント以下であること。

川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例

(包装の適正化等)

第 11 条 事業者は、商品の内容を誇張し、廃棄物の量を増大させるなど必要以上の過大な包装をしてはならない。

(不適正な事業行為等の調査又は指導)

第 24 条 市長は、法令に定めがあるもののほか、事業者が(中略)第 11 条第 1 項(中略)の規定に違反する事業行為又は(中略)第 11 条第 2 項(中略)の規定により市長の定めた基準に従わない事業行為(以下「不適正な事業行為等」という。)を行っているおそれがあると認めるときは、その実態を調査し、又は改善を指導することができる。

(是正等の勧告及び公表)

第 26 条 市長は、不適正な事業行為等が行われたと認めるとき(中略)は、当該事業者に対し、不適正な事業行為等を是正するよう(中略)勧告しなければならない。

2 市長は、事業者が前項の勧告を拒んだときは、事実を公表することができる。

3 前条第 4 項の規定は、前項の規定による公表について準用する。

川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例施行規則

(過大包装)

第 3 条の 6 前条第 1 号に規定する過大な包装とは、次の各号の一に該当する消費者包装(以下「過大包装」という。)をいう。

(1) 内容品以外の空間容積が原則として 20 パーセント以上あるもの

名古屋市消費生活条例

(包装の適正化)

第 13 条 事業者は、その供給する商品について、品質保全上必要な限度を超え、商品の内容を著しく誇張する等の過大な包装を行なわないよう努めなければならない。

(表示及び包装に関する指導及び勧告)

第 14 条 市長は、事業者が(中略)前条第 3 項の規定により定められた基準を守らないとき(中略)当該事業者に対し、その是正のために必要な措置をとるよう指導し、又は勧告するものとする。

(公表)

第 18 条 市長は、事業者が次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、その旨を公表することができる。

(1) (略)

(2) (中略)第 14 条(中略)の規定による勧告に従わないとき。

(3) (以下、略)

(意見の聴取)

第 18 条の 2 市長は、前条の規定による公表をしようとする場合は、当該事業者に対して、あらかじめその旨を通知し、意見の聴取を行うものとする。ただし、当該事業者が正当な理由がなく意見の聴取に応じないとき、又は当該事業者の所在が不明で通知できないときは、この限りでない。

名古屋市消費生活条例施行細則

(包装の基準)

第 3 条 (略)

3 事業者は、その供給する商品(宝石・貴金属類及び美術工芸品を除く。)の消費者包装に当たり、次の各号に掲げる過大な包装をしてはならない。

(1) 商品容積に対する空間容積(商品容積から内容品の体積を控除したものをいう。)の割合が、20 パーセントを超えること。

大阪市消費者保護条例

(包装の適正化)

第 10 条 事業者は、商品の内容を誇張し、廃棄物の量を増大させる等必要以上の過大な包装(容

器を含む。以下同じ。)をしてはならない。

(指導及び勧告)

第12条 市長は、第10条又は前条の規定に違反して商品を提供している事業者に対し、その違反を是正するために必要な措置をとるよう指導し、又は勧告することができる。

(公表)

第32条 市長は、事業者が(中略)第12条(中略)の規定による勧告に従わないとき又は第26条の規定による要請に協力しないときは、当該事業者の氏名又は名称、商品名その他の必要な事項を公表することができる。

2 市長は、前項の規定により公表を行おうとする場合においては、当該公表に係る事業者に対し、あらかじめ意見の聴取を行うものとする。

3 市長は、第1項の規定により公表を行おうとする場合においては、あらかじめ審議会の意見を聴くものとする。

大阪市消費者保護条例に基づく過大包装の基準

3 過大又は過剰な包装の禁止

事業者は、内容品の保護又は品質の保全上、適切な包装をしなければならず、次に掲げる過大又は過剰な包装を行ってはならない。

(1) 内容品の保護又は品質保全の範囲を超えて必要以上に空間容積の大きなもの

大阪市 ホームページ

過大包装基準について

商品の過大な包装をなくすため、次のような基準が定められています。

(1)必要以上に空間容積の大きなもの

中身がガサガサしていたり、必要以上に内容品と内容品の間仕切りを多くとっていたりするもの。 過大包装の目安としては、空間容積が15%以上のもの

神戸市民のくらしをまもる条例

(過大包装の禁止)

第26条 事業者は、消費者包装(消費者が直接手にしたときの商品の包装をいい、容器を用いた包装を含む。以下同じ。)について、消費者に内容を誇張した包装その他の内容品の保護又は品質保全上の必要を超えた過大な包装(以下「過大包装」という。)をしてはならない。

(指導、勧告及び公表)

第30条 市長は、第26条第1項又は前3条の規定に違反し、商品を提供している者に対して、その違反を是正するために必要な措置をとるべきことを指導し、又は勧告することができる。

2 市長は、事業者が前項の規定による勧告に従わないときは、その事業者の氏名又は名称、商品名その他必要な事項を公表することができる。

神戸市民のくらしをまもる条例施行規則

(過大包装の基準)

第17条 条例第26条第2項の過大包装の基準は、次の各号のいずれかに該当する消費者包装とする。

(1) 内容品以外の空間容積が必要以上に大きなもの

神戸市消費者包装の適正化の指導に関する要綱

(過大包装の空間容積に関する基準)

第4条 神戸市民のくらしをまもる条例施行規則(平成17年6月規則第18号。以下「規則」という。)第17条第1号に規定する内容品以外の空間容積が必要以上に大きなものとは、包装容積から内容品体積を控除した空間容積(内容品の保護等のために個々の内容品の周囲又はその間にしきり又は緩衝材を必要とする消費者包装については、当該空間容積から必要空間(内容品保護等のために必要とする最小限の空間をいう。以下同じ。)の容積を控除した空間容積)の包装容積に対する割合が15パーセントを超える消費者包装をいう。

( 過大包装の空間体積に関する基準の適用除外 )

第 5 条 前条第 1 項に規定する割合 ( 以下「空間割合」という。 ) が 15 パーセントを超え 25 パーセント以下の消費者包装で、空間割合を 15 パーセント以下とすることが困難なものについては、当該消費者包装に当該空間割合を表示する場合に限り、同条の規定は、適用しない。

## 東京都消費生活条例

( 適正包装の確保 )

第 19 条 知事は、商品の包装 ( 容器を用いる包装を含む。以下同じ。 ) について、内容品の保護、過大な又は過剰な包装の防止等のため必要があると認めるときは、法令に定めがある場合を除き、販売の際の包装について事業者が守るべき一般的基準を東京都規則 ( 以下「規則」という。 ) で定めることができる。

2 知事は、前項に定めるもののほか、商品ごとに包装の基準を設定することができる。

3 事業者は、商品を包装するに当たり、第 1 項の規定により定められた一般的基準及び前項の規定により設定された基準を守らなければならない。

( 指導及び勧告 )

第 48 条 知事は、( 中略 ) 第 19 条第 3 項 ( 中略 ) の規定に違反をしている事業者があるときは、その者に対し、当該違反をしている事項を是正するよう指導し、及び勧告することができる。

( 意見陳述の機会の付与 )

第 49 条 知事は、( 中略 ) 前条の規定による勧告をしようとするときは、当該要求又は勧告に係る事業者に対し、当該事案について意見を述べ、証拠を提示する機会を与えなければならない。

( 公表 )

第 50 条 知事は、事業者が ( 中略 ) 第 48 条の規定による勧告に従わないときは、その旨を公表するものとする。

## 東京都消費生活条例施行規則

### 第 3 章 適正包装の一般的基準

第 5 条 条例第 19 条第 1 項に規定する販売の際の包装について事業者が守るべき一般的基準は、次に掲げるものとする。

一、二 ( 略 )

三 内容品の保護又は品質の保全上必要以上に、空間容積若しくは包装費用が過大となる包装又は過剰な包装をしてはならないこと。

### 東京都 商品の詰め合わせ包装適正化要綱

( 包装基準 )

第 4 条 事業者は、商品を詰め合わせ包装する場合には、次の各号に掲げる基準を守らなければならない。

( 1 ) 商品の保護、固定、詰め込み取り出し等のために必要な隣接する商品と商品の間隔は 10 ミリメートル以下、商品と包装箱の内箱の内側の側面との間隔は 5 ミリメートル以下とする。

( 2 ) 同一同形 ( 同形の大小を除く、以下同じ。 ) の商品を詰め合わせる場合は、余剰空間容積を生じないように努めなければならない。

( 3 ) 同形の大小の商品又は形状の異なる商品を詰め合わせる場合は、余剰空間容積比率を 20 パーセント以下 としなければならない。ただし、形状の異なる商品又は特殊な商品を詰め合わせる場合に、やむを得ない事由によりこの数値を超えるときは、25 パーセント以下とする。

## 過大包装と過剰包装について

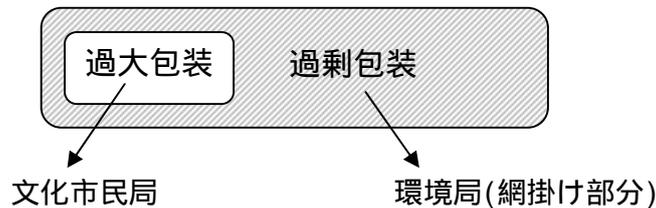
## 1 過大包装と過剰包装の区分について

消費生活条例及び包装基準では、包装の適正化について定めているが、本市では、過剰包装については環境局、過大包装については文化市民局が所管している。

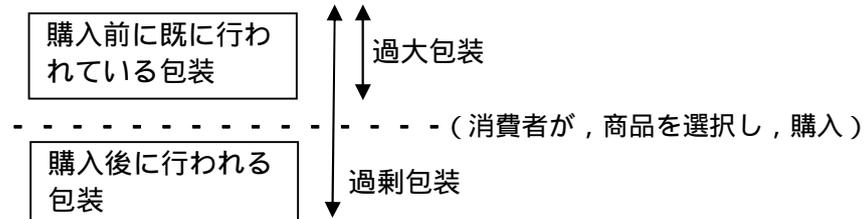
包装の必要性の面から見れば、過大包装は全て過剰包装に当たるとも言えるが、消費者の商品選択に着目して、特に過大包装に当たる商品は、次の考え方を基本として、過剰包装とは区分して取り扱うものである。

なお、過大包装・過剰包装は、相互に関連する場合があることから、適宜、両局で連携しながら取組を進めている。

(イメージ1：本市の担当局)



(イメージ2：時系列から見た区分)

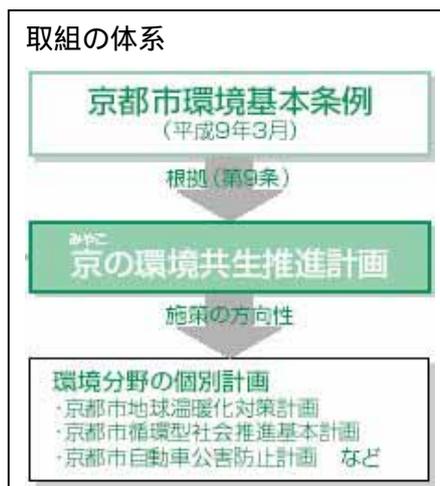


	区分の考え方	例示(包装基準との関係)
過大包装	商品を選択する際に、主として「大きさ」に起因して、優良誤認を与える包装	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外箱を大きくし、内容品の大きさを誤認させる包装(空間容積、あげぞこ、がくぶち、めがね、あんこ、えんとつ、十二単衣)</li> <li>・包装を豪華にし、内容品を良く見せる包装(包装経費ほか)</li> </ul>
過剰包装	優良誤認を与える包装ではないが、必要な程度を超えている包装	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品・内容品の保護等が理由の包装・中間包装が、必要と認められない包装(空間容積、包装経費等、過大包装には当たらないが、包装基準2(3)「省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること」を満たさない場合に当たる。)</li> <li>・購入後に行われる包装(レジ袋、箱を包装紙で包む等。運用上、包装基準の適用範囲外と解している。)</li> </ul>

## 2 過剰包装に関する取組について

本市における「過剰包装の追放」については、主として、環境への負荷の少ない環境共生型都市として、ごみ減量を推進する観点から環境局の様々な取組に内包される形で進められており、その取組は、事業者・市民の参加・協力による推進を旨として、規制ではなく、必要な取組を促進する方向で進められている。

包装基準においても「省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること」と規定としているが、本市におけるこの分野での具体的な取組については、環境局等の個別計画による。



京の環境共生推進計画	<p><b>第5章 環境配慮指針</b></p> <p>1 各主体の環境配慮指針</p> <p>(2) 事業者の環境配慮</p> <p>エ ごみの減量化を進め、資源を循環的に利用するまち・京都「ごみの減量化を進め、資源を循環的に利用するまち・京都」に掲げた目標を達成するため、事業活動において、以下のような環境配慮の取組が求められます。</p> <p>使い捨て製品の製造販売や過剰包装を自粛し、長期使用できる製品や修理しやすい製品など、環境への負荷が少ない製品の製造・販売、利用に努めます。</p>
------------	---

## 3 環境局と文化市民局の連携について

過大・過剰包装の追放について、年2回、中元・歳暮の贈答時期に、事業者の自主的な取組を喚起するため、環境局と文化市民局の連名で、業界団体等への要請を行っている。(環境局の担当課は、ごみ減量の観点から過剰包装の追放に取り組んでいる循環企画課)

また、マイシティライフ等の冊子における消費者啓発では、環境への配慮に関する様々な記事を掲載する際に、関連する環境局の取組を紹介する等の手法を用いて、消費者啓発を行っている。

## 7 包 装 基 準

- (1) 京都市消費者保護条例第 8 条の規定に基づく包装基準
- (2) 包装基準制定の趣旨
- (3) 包装基準の説明
- (4) 包装の適正化の指導に関する要綱
- (5) 包装の適正化の指導に関する要綱の説明

「京都市消費者保護条例規程集」（平成 14 年 3 月発行）よりの抜粋

注

基準，要綱，説明等，「消費者保護条例 ⇒ 消費生活条例」に読み替えが必要な箇所がありますが，内容的な変更はありません。

「包装基準の説明」等を掲載している直近の刊行物として御覧ください。

# 京都市消費者保護条例第8条の規定に基づく 包装基準

〔昭和59年10月4日〕  
〔告示第166号〕

京都市消費者保護条例施行規則第2条の規定に基づき、包装基準を次のとおり告示します。

## 京都市消費者保護条例第8条の規定に基づく包装基準

京都市消費者保護条例第8条の規定に基づき、包装基準を次のとおり定める。

### 1 適用範囲

この基準は、宝石類、貴金属類並びに極めて高価な美術工芸品及びこれに準ずるものを除くすべての商品の包装（消費者が直接手にしたときの包装をいい、容器を用いる包装を含む。以下同じ。）に適用する。

### 2 適正な包装の基準

事業者が守るべき適正な包装の基準は、次のとおりとする。

- (1) 必要以上の過大な包装（以下「過大包装」という。）でないこと。
- (2) 消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装であること。
- (3) 省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること。
- (4) その他消費者の適正な商品選択を妨げない包装であること。

### 3 過大包装

- (1) 2(1)の過大包装とは、次のいずれかに該当する包装とする。ただし、商品群の特性等により次のいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは、この限りでない。

ア 空間容積（包装容積から内容品体積を控除した容積をいう。）が包装容器の20パーセント以上であるもの

イ 包装経費（商品の販売価格から内容品の販売価格を控除した額をいう。）が内容品の販売価格の15パーセント以上であるもの

ウ 「あげぞこ」、「がくぶち」、「めがね」、「あんこ」、「えんとつ」、「十二単衣」等の方

法により内容品を実質以上に見せかけているもの

エ 二次使用機能（内容品の保護、内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後の使用機能をいう。）を偽装したもの

オ 商品の詰め合わせ、抱き合わせ等により空間容積又は包装経費が必要以上であるもの

(2) (1)アの包装容積の及び内容品体積の算出方法は、別表第1のとおりとする。

(3) (1)ウの「あげぞこ」、「がくぶち」、「めがね」、「あんこ」、「えんとつ」及び「十二単衣」の意義は、別表第2のとおりとする。

#### 4 実施時期

この基準は、昭和60年3月1日から実施する。

別表第1

区 分	算 出 方 法
包装容積	1 直方体の包装については、その実質の容積を算出する。 2 外箱及び内箱から成る直方体の包装については、内箱の縦及び横の長さ並びに高さを測定して容積を算出する。ただし、内箱の高さを超えて内容品が収納されているときは、その収納された状態において最も高い内容品の部分の高さを内箱の高さとみなして算出する。 3 1及び2により難い包装については、その形状等を考慮して容積を算出する。
内容品体積	1 直方体の内容品については、その実質の容積を算出する。 2 円すい形、円筒形等の内容品については、当該内容品を収納することができる最小の直方体の体積を当該内容品の体積とみなして算出する。 3 1及び2により難い内容品については、その形状等を考慮して体積を算出する。

別表第2

区 分	意 義
あげぞこ	外見から容易に判明しないような方法で包装の底を上げ，又は底を上げるのと同様のことをすること。
がくぶち	包装に額縁状の広い幅の縁取りをすること。
めがね	包装に切り抜きをして，中が見える部分のみ内容品を入れること。
あんこ	包装の底又は個々の内容品の間に紙片，木毛セロハン等を詰めること。
えんとつ	包装の中に空洞を作ること。
十二単衣	幾重にも包装を重ねること。

## 包装基準制定の趣旨

消費者をとりまく環境のなかで消費生活の向上に伴い、商品の包装・容器（以下「包装」という。）は、くらしに潤いを与えるようになってきた。同時に包装の持つ本来の商品保護、保全、運搬機能の他に販売促進機能としての役割も大きな比重を占めるようになってきている。

このことが原因となって、必要以上に空間容積を大きくしたり、必要以上に包装経費を商品価格に転嫁した過大・過剰包装による商品の販売が消費者負担を増加させている。また、包装技術や包装形態が著しい進歩を遂げた反面、安全性の問題が生じたり、資源の乱用や廃棄物処理等の社会問題も生じている。

もちろん、各関係業界団体においても「包装の適正化についての自主基準」が作成されるなど一定の進展は見られるものの、なお、包装は商品のセールスポイントとしての役割を持つため一部にはファッション性、文化性といった感性に訴えることを強調するあまり消費者の商品選択に誤認を与えたり、また、消費者にとっては不必要なものまでを購入せざるを得ないといった状況も存在している。

もとより、適正な包装に対する考え方は、経済的、社会的状況の推移とともに変化していくものであり、商品価値を適正に示す包装を否定するものではない。しかし、包装は、包装経費が商品価値に対して必要以上に転嫁されたり、消費者の選択を誤らせるおそれのない範囲で行われるべきであるという観点から、商品の内容を誇張したり、商品の価格を著しく高くさせる等消費者に著しい不利益を及ぼす包装及び資源の乱用や廃棄物の量の増大をもたらす包装の使用を防止するため、京都市消費者保護条例に基づき包装基準を定めるものである。

この包装基準は事業者が守るべき内容を具体的に示したものであるが、包装の適正化を図るためには包装そのものに関する事項を規定するだけでなく、包装に係る販売方法、表示等を具体的に指導することが必要で、それらの相乗効果によって所期の目的が達成され得るものとする。

そこで今回「京都市包装の適正化の指導に関する要綱」を併せて制定し包装に係る販売方法、表示等関連領域についての本市における指導方針を明らかにし制度の円滑な運営を図ろうとするものである。

# 包装基準の説明

## 1 適用範囲

この基準は、宝石類、貴金属類並びに極めて高価な美術工芸品及びこれに準ずるものを除くすべての商品の包装（消費者が直接手にしたときの包装をいい、容器を用いる包装を含む。以下同じ。）に適用する。

「消費者が直接手にしたときの包装」とは、消費者が商品を購入し受け取ったときの包装をいい、輸送、保管、貯蔵等のために行われる業務用の包装は含まれない。

## 2 適正な包装の基準

事業者が守るべき適正な包装の基準は、次のとおりとする。

- (1) 必要以上の過大な包装（以下「過大包装」という。）でないこと。
- (2) 消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装であること。
- (3) 省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること。
- (4) その他消費者の適正な商品選択を妨げない包装であること。

(1) 「必要以上の過大な包装」については、3 過大包装において具体的に規定している。

(2) 「消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装」とは、

- ① 包装の素材等に有害物質が含まれていないもの
- ② 包装の材質・形状等によって消費者の身体を損傷するおそれのないもの等をいう。

(3) 「廃棄物処理の観点から見て適切な包装」とは、包装を廃棄処理する場合において、廃棄物の量的増大を伴ったり有害物質を排出したりすることのないものをいう。

(4) 「消費者の適正な商品選択を妨げない包装」とは、

- ① 包装に表示してある内容（文字、絵、写真等）が内容品と異なっていないもの
- ② 生鮮食料品などその色つや、新鮮度等が商品選択の際の大きな判断要素になる商品において、故意にその内容品の色つや、新鮮度をよく見せるなど誤認を招かないもの
- ③ ②に掲げる商品において、内容品が均一でない場合についてはその全体を判断できる程度以上に外見できるもの等をいう。

### 3 過 大 包 装

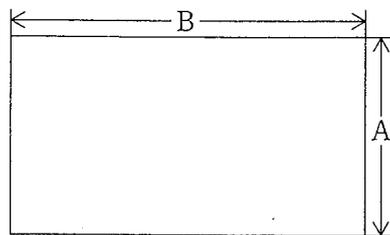
- (1) 2 (1)の過大包装とは、次のいずれかに該当する包装とする。ただし、商品群の特性等により次のいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは、この限りでない。
- ア 空間容積（包装容積から内容品体積を控除した容積をいう。）が包装容器の20パーセント以上であるもの
  - イ 包装経費（商品の販売価格から内容品の販売価格を控除した額をいう。）が内容品の販売価格の15パーセント以上であるもの
  - ウ 「あげぞこ」、「がくぶち」、「めがね」、「あんこ」、「えんとつ」、「十二単衣」等の方法により内容品を実質以上に見せかけているもの
  - エ 二次使用機能（内容品の保護、内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後の使用機能をいう。）を偽装したもの
  - オ 商品の詰め合わせ、抱き合わせ等により空間容積又は包装経費が必要以上であるもの

- (1) 過大包装についての一般的な判定基準を規定したものである。
- (2) 商品群の特性（その属する商品群に共通する特殊な包装形態、包装技術）によってアからオのいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは、この基準の適用の対象には含めず京都市消費者保護審議会の意見を聞いて商品群別に過大包装の個別基準を制定することとしている。（京都市包装の適正化の指導に関する要綱第6条参照）
- (3) ただし書きの適用については、関係業界団体から当該商品群の特性を証する資料を添えて適用申請があったものについて検討するものとする。
- (4) 空間容積率が20パーセント以下、また包装経費率が15パーセント以下であっても無条件に容認されるということではなく、適正な包装の基本的な考え方から逸脱するものについては過大包装と判定するものとする。
- (5) 「詰め合わせ」の意義
- 主として贈物として利用されることをねらいとして同じ種類の商品を一つに包装することをいう。
- (6) 「抱き合わせ」の意義
- 主として贈物として利用されることをねらいとして異なる種類の商品を一つに包装することをいう。

4 包装容積の算出方法（別表第1関係）

(1) 直方体の包装については、次の算出例を参考にして、その実質の容積を算出する。

(算出例)



(平面図)



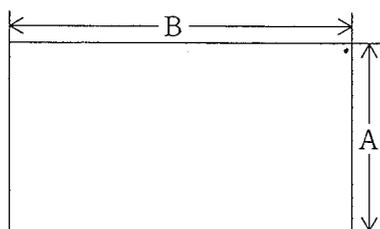
(側面図)

計算式 包装容積  $V = A \times B \times H$

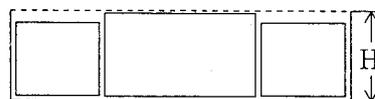
(2) 外箱及び内箱から成る直方体の包装については、内箱を基準として包装容積を算出する。

① 内箱の高さを超えないで内容品が収納されている場合は、次の算出例を参考にして包装容積を算出する。

(算出例)



(平面図)

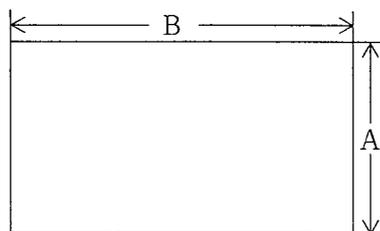


(側面図)

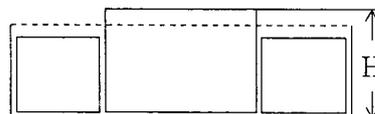
計算式 包装容積  $V = A \times B \times H$

② 内箱の高さを超えて内容品が収納されているときは、次の算出例を参考にして包装容積を算出する。

(算出例)



(平面図)



(側面図)

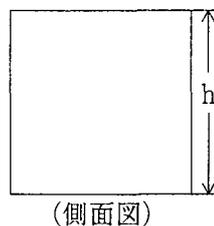
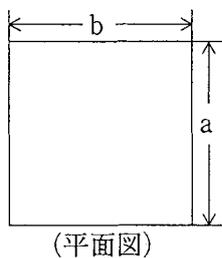
計算式 包装容積  $V = A \times B \times H$

(3) (1)及び(2)により難い包装については、その形状等を考慮して容積を算出する。

5 内容品体積の算出方法（別表第1関係）

(1) 直方体の内容品については、次の算出例を参考にして、その実質の体積を算出する。

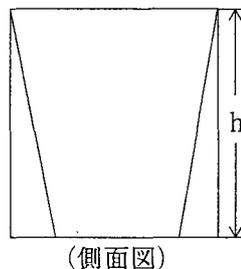
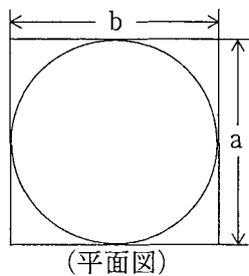
(算出例)



計算式 内容品体積  $v = a \times b \times h$

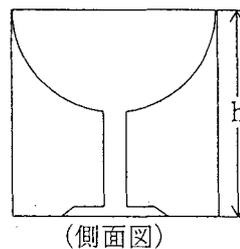
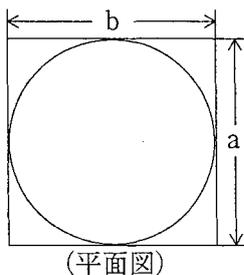
(2) 円すい形、円筒形等の内容品については、次の算出例を参考にして、当該内容品を収納することができる最小の直方体の体積を当該内容品の体積とみなして算出する。

(算出例1)



計算式 内容品体積  $v = a \times b \times h$

(算出例2)



計算式 内容品体積  $v = a \times b \times h$

(3) (1)及び(2)により難しい内容品については、その形状等を考慮して容積を算出する。

## 包装の適正化の指導に関する要綱

### (趣 旨)

第 1 条 この要綱は、京都市消費者保護条例第 8 条の規定に基づく包装基準（昭和 59 年 10 月 4 日京都市告示第 166 号。以下「包装基準」という。）の実施に際し、包装の適正化を図るため必要な事項を定めるものとする。

### (適用範囲)

第 2 条 この要綱は、宝石類、貴金属類並びに極めて高価な美術工芸品及びこれに準ずるものを除くすべての商品の包装に適用する。

### (詰め合わせ又は抱き合わせをした商品に関する事項)

第 3 条 事業者は、詰め合わせ又は抱き合わせをした商品を販売するときは、内容品のみの販売を併せて行うものとする。

2 事業者は、前項の商品を販売するときは、内容品についてそれぞれの品名、数量及び価格を表示するよう努めるものとする。

3 事業者は、前項の場合において、内容品が食料品であるときは、当該包装に詰め合わせ年月日を表示するよう努めるものとする。

### (二次使用目的の包装に関する事項)

第 4 条 事業者は、二次使用を目的とした包装（内容品の保護、内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後に、当該包装の形状、材質等から一定の用途に使用し得ることが容易に認められる包装で、本来の機能として販売されている商品と同程度の品質及び性能を有するものをいう。）をした商品を販売するときは、内容品のみの販売を併せて行うものとする。

2 事業者は、前項の商品を販売するときは、内容品についてそれぞれの品名及び数量を表示するよう努めるものとする。

3 事業者は、第 1 項の商品を販売するときは、当該包装の価格、材質、用途及び使用上の注意を表示するよう努めるものとする。

(事業者名等の表示)

第 5 条 事業者は、包装商品について責任の所在を明らかにするため、氏名及び住所（法人の場合は、その名称及び所在地）その他必要な事項を当該包装に表示するものとする。

(過大包装の個別基準)

第 6 条 包装基準 3 (1)ただし書きに規定する場合には、京都市消費者保護審議会の意見を聞いて商品群ごとに過大包装の個別基準を別に定める。

附 則

この要綱は、昭和60年3月1日から実施する。

## 包装の適正化の指導に関する要綱の説明

- 1 この要綱において個別販売を行うべき内容品とは、社会通念上一つの販売単位となり得るものをいう。(第3条, 第4条関係)
  
- 2 この要綱において個別販売の意味は、包装の中からそれぞれの内容品を取り出して消費者が購入できるようにするという趣旨ではなく、同じ内容品を同一店舗内で購入できるとか取り寄せるなどして、選択的に購入の機会が確保されていれば良いという趣旨である。(第3条, 第4条関係)
  
- 3 詰め合わせ又は抱き合わせをした商品に関する表示事項について (第3条関係)
  - (1) 内容品のそれぞれの品名, 数量及び価格の表示は、消費者にとって見やすい場所に行うものとする。
  - (2) 内容品が食料品である場合の詰め合わせ年月日の表示は、包装の見やすい個所に押印又はラベルをはり付ける等の方法によって表示するものとする。
  
- 4 二次使用目的の包装に関する表示事項について (第4条関係)
  - (1) 内容品についてのそれぞれの品名及び数量並びに包装の価格の表示は、消費者にとって見やすい場所に行うものとする。
  - (2) 包装の材質, 用途及び使用上の注意の表示は、包装の見やすい個所に表示することが望ましいが、包装の材質又は形態によって包装に表示することが困難な場合は、説明書をもってこれに代えることができる。
  
- 5 事業者等の表示について (第5条関係)

氏名及び住所(法人の場合は、その名称及び所在地)の表示は、包装の見やすい箇所に印刷, 押印又はラベルをはり付ける等の方法によって表示するものとする。
  
- 6 過大包装の個別基準について (第6条関係)

包装基準3(1)ただし書きの適用を受けた商品群については、京都市消費者保護審議会の意見を聞いて、当該商品群ごとに過大包装の個別基準を定めるものとする。