

表示・包装適正化部会 報告（平成 20 年 10 月 24 日開催）

（経過）

平成 20 年 8 月 19 日開催の第 93 回消費生活審議会で、「包装基準に関する要綱等の見直しについて」と題し、包装基準そのものではなく、その運用の見直しに関して提議。

審議の結果、包装に関する今日的な課題を含め、包装に関して、一から検討を進めることとなった。

表示・包装適正化部会で、「包装基準制定の趣旨について」と題し、包装基準による規制の対象など、包装に関する今後の取組方向について、認識の共通化を図った。

1 第 93 回審議会で出された立法的、技術的な課題等について
（事務局説明事項）

（1）包装基準 3（1）各号とただし書きの関係について

（課題） 基準の厳密な読み方では、各号すべてがただし書きに掛かるという構成となっており、どのように読むべきか解釈が難しいこと、特にオでは「必要以上であるもの」という判断をした後、ただし書きにより「やむを得ない事情がある」と認められることは通常はないことが指摘されている。

実際の運用上、支障が無ければ、変更する必要性はないため、まず、運用面での検討を行いたいこと

基準の読み方には若干説明がいても、解釈が一定で、明確な説明が行える、また、その情報を周知しており、事業者等からもその情報にアクセスできる状態にするということで対応が可能である。

現状の構成は、運用次第で相応の意義を持たせることができる可能性があること

オの「必要以上」と、ただし書きの「やむを得ない事情」を考える範囲を区別して扱うことにより、アからオのうち、どれか一つでも該当すれば、さらに広い範囲で様々な事情を聴取して、やむを得ない事情について検討し、判断するということとなり、目前の商品そのものからは判断できない要因をやむを得ない事情の判断材料の一つに加えられる可能性がある。

例えば、一見して無駄な空間がある商品の空間発生理由について「環境への配慮」と説明があり、その理由が妥当なものであれば、消費者にも間接的に恩恵が及ぶことが考えられる。目前の包装と内容品の関係だけ見れば過大包装と見られる商品について、優良誤認を避けるための必要な措置を前提に、「やむを得ない事情」に当たる商品とするか否か検討することも、その理由によっては行うべきである。

一旦、「見直ししないこと」として議論に入りたいこと
今後の議論の中で、基準の全面的な改正が必要となれば併せて検討する。

(2) 「包装基準制定の趣旨」と包装基準の規定内容について

(課題) 包装基準制定の趣旨に掲げる規制目的として「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」の使用を防止するという2つの目的が掲げられているが、包装基準で実際に規制を行おうとする内容が合致していないと指摘されている。

2つの目的に対して、具体的・理念的という違いは有るが、対応する規定はあること

ただし、過大包装として具体的に規定を設けている場合と、具体的な規定を設けず、「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」と理念的な規定に留めている場合に分かれている。

理念的な規定を設けることにも意義があること

- 条例では示していない適正な包装はどのようなものを提示している。
- 法令の狭間で課題が生じたとき、緊急的な手段として、理念規定を根拠に、条例上の報告等を求めることも考えられる。
- 法令の整備が進み、理念規定を用いる機会は考えにくく、包装基準による規制の性格が分かりにくくなるというのであれば、安全な包装と、省資源・廃棄物減量の面の包装は、削除するののも一つの方法ではある。

(3) 8月19日審議会配布資料「参考資料4：判定の流れ」について

(課題) 順を追って見ても理解できない、流れが間違っているが、これをもとに議論するのか、これを見直すのかの説明がまず無いと議論に入れない、また、実際には、これまで事情を聴いて認めてきたと思うが、その手法とも合っていないと指摘されている。

見直すための資料であること

- 8月19日の審議会では、時間が無く、説明ができなかったことを陳謝。
- うまく機能していない現状の説明のための資料であり、チャート図上は、3段目の囲み、「やむを得ない事情があると認められるか。」から下の部分が検討の結果に応じて変わることになる。
- 個別基準を制定するという必要な手続きが定めてあるが実際には制定されてこなかった状況が続いており、その原因として、定めた手続きに問題があるなら、その是正が必要であるという考えで、審議をお願いした。

2 部会での審議結果・了承事項について

(1) 審議対象とすべき包装の範囲について

審議対象は、「消費者が直接手にする包装」である。

事業者間の輸送等のための包装は、審議の対象としない。

具体的な規制に関する審議対象は、「消費者が購入する前にされている包装」である。

購入した後の包装
贈答用の特別な包装，熨斗，
レジ袋などの包装は，規制の対
象外として，消費者教育の取組
課題である。

購入する前にされている包装のうち，
規制の対象外とするもの，及びその課題

「消費者が購入する前にされている包装」は，過大包装・過剰包装（注）
ともに関係があるが，過剰包装に当たる包装については，ごみ減量施
策として環境局の取組を主としており，消費生活施策の分野からは，
消費者教育などの面から必要な連携・取組を行う。

包装に関わる所管局が，消費生活施策の文化市民局とごみ減量施策
の環境局とに分かれていることから，連携が必要であるが，それぞれ
が責任をもって取り組むために，過大包装と過剰包装のきちんとした
区分が必要である。

過剰包装は，必要な程度の範囲をどう考えるかなど消費者のニーズ
やライフスタイルにも関わることから，包装基準の具体的な規制の対
象外である。

（注）規制を行う区分としての過大包装は，商品選択時に優良
誤認を与える包装であり，購入後の包装は範囲外であるが，
過剰包装は，必要な程度を超えている包装であり，購入前・
購入後ともに発生する可能性がある。

(2) 規制対象及びその課題について

過大包装に当たる包装は，包装基準の具体的な規制の対象である。

販売促進機能を重視するあまり消費者が商品選択を行う際に優良誤認を与
える包装であり，購入後の包装と異なり，包装することを断ることはできない。
過大包装に当たる場合は，事業者には是正させる必要がある。

業界ごとの取組促進が重要である。

包装基準の規制の効果を上げるため，細やかな内容説明を行ったうえで，業
界ごとに，自主行動基準の策定の働きかけを行う方向に誘導する。

(3)「包装基準制定の趣旨」について

「包装基準制定の趣旨」については、時代に合わせた修正を行う。
地球温暖化に関することなど、時代に合わせ、追加的な文言の盛り込み等を行う。

「包装基準制定の趣旨」自体は、法令の前文、目的に位置づけられるものではなく、基準の説明用資料であるため、基準の規定の改正が無い場合でも、基準の内容に反しない範囲であれば、時代に合わせた見直しを行っても何ら問題はない。

3 その他の問題提起

包装の面でも、表示について検討すべき課題がある。

包装に関して、リサイクルや廃棄方法の表示があるが、法令で規定されている表示の大きさは守られていても、高齢者等には表示が分かりにくいものも多い。今後の検討課題の一つとしていただきたい。