

**京都市消費生活審議会
表示・包装適正化部会 会議録**

【日 時】 平成 21 年 3 月 23 日（月）午後 1 時 30 分～午後 4 時 45 分

【場 所】 京都市 市民総合相談課（市民生活センター）研修室

【出席者】 消費生活審議会委員 9 名（五十音順）
市川篤子委員，伊藤義浩委員，今嵐正三委員，大谷貴美子委員^{*2}，
狩野佳代子委員，小林智子委員，星野光恵委員，松岡久和委員^{*1}，
若林靖永委員 * 1 消費生活審議会会長 * 2 表示・包装適正化部会長

京都市
文化市民局市民生活部長 鶴谷隆
市民総合相談課長 山本滋生，同課消費生活係長 横道友香子 ほか

【議 題】 別紙次第のとおり

【概 要】

I 開会

- 京都市文化市民局市民生活部長挨拶
- 京都市消費生活審議会 表示・包装適正化部会長挨拶

II 議事

1 包装基準の運用について

(1) 包装基準に関する要綱（案）及び要領（案）について

（事務局説明）

- 資料 1 により，要綱，要領，手引きの関係を説明
 - 要領については，条例上の指導等については，既存の「不適正な取引行為を行う事業者に対する指導，勧告及び公表に関する実施要領」があり，それを基本的に踏襲している。
 - 要綱の名称については，要領の新設を受けて，これまであった「指導」の文字を削除し，区別を図った。
 - 手引きは，事業者向けの周知資料であり，担当者のマニュアルでもある。
- 説明順序について
 - 今回，細かな考え方の再構築を行っており，その説明を行いながら，必要に応じて，要綱，要領に戻って確認しながらのほうが分かりやすいと思われるので，手引きを中心に説明を行いたい。

(2) 包装基準の手引き（案）について

（事務局説明）

- 18 ページ（資料通し番号，以下同じ。）「第 1 包装基準制定の趣旨」

- 環境面については、前回の意見を踏まえ、本市の環境基本条例等の前文を参考に作成し、全体的には事業者へ取組を呼び掛けるようなスタイルとした。
- 19 ページ「1 商品の範囲」から「3 包装の範囲」まで
 - 32 ページの図の見方について、詳細は本文の関係箇所を参照しやすいよう第2-1-(1)-cのように表示していることを説明。
 - 21 ページのウ①②については、7 ページの新旧対照表を用いて、要綱の改正を行い、また、包装基準の掲載順に合わせ、要綱の掲載順も見直していることを説明。

大谷部会長 ここまでで分からないこと、疑問に思われたことなど、何かございますか。

若林委員 商品の範囲の話ではないが、商品の範囲の話を読んでいて思ったことがある。19 ページ 1 - (1) - b で、「店舗での販売」は、京都の小売店での販売ということで、京都市の取組として分かりやすいが、「カタログ販売や競り売り等」とか、ネットまで含めて広げると、アメリカで売っているものまで及ぼすのか、そこまでいなくても、日本国内の事業者はすべて対象とするのかと疑問が生じる。

商品の適用範囲を広げるということは、条例上は確か事業者の規定、事業者は京都市内に本社を置くとかの設定は無かったと思うので、例えばノルウェーの事業者が変な商品を出していたら、京都市としてアクションを起こすつもりなのかということになる。という意味で、「取引の形態は問わず」とあることによって、逆にこの包装基準の実際の取組に関して、どこを中心にがんばるのが曖昧になりそうである。

取り敢えず「店頭販売だけはきちっとする」というのであれば結構分かりやすいが、ここまでの説明からは、「ネットは…」とか、或いは京都の事業者の皆様の御理解を得てということであれば、販売形態の区分からではなく事業者の区分から「京都の事業者は…」というようなアプローチの議論もあり得るかということを使った。

そのあたりは、どう考えたらいいのかについては、いかがか。

大谷部会長 他の委員の方々、御意見をどうぞ。

伊藤委員 疑問点だけお尋ねすると、業者全体にどこまでするのか。これは京都だけの話なのか。他府県から流れてくる、この頃は広域流通であるので北海道から九州からどこからでも流れてくるが、そのようなものはどうするのか。それから海外のものはどうするのか。この辺が明確でない。

いろんな形で指導する場合、公表する前に指導するということだが、指導方法はどうのような形で行うのか。いざ、やってみたら、「はい、これはもう公表しますよ」という拙速なやり方も、無きにしも非ずかなと危惧される。事業者としては、商品の範囲でここまで細かく記載するなら、その辺も明確に表明して欲しいと思う。

横道係長 指導については、後ほど手引きの第4で詳しく説明予定だが、基本的には指導する事業者は、京都で販売されている事業者になるが、小売事業者、製造事業者とか、商品の販売形態で変わるので、実質的な供給者という整理をしている。

ここでは商品の範囲、包装の範囲という説明だけ行ったが、商品の流通ということを見ると、通信販売、インターネットを介して海外からの個人輸入もある中で、どこまで包装基準で規制できるのかということはある。しかし、カタログ販売では、インターネット通販も含めて、まず商品そのものを見て購入を決め、送られて届い

た時点で初めて包装を見るので、包装そのもので適正な商品選択を妨げられているとはならないので、その部分では適用しないという整理をしており、範囲を広げるものではない。

伊藤委員 通販が普及しているが、過剰包装していても分からない。カタログには商品そのものしか載っていないし、発送する際に何重にも、何重にも包装されても、その摘発はできない。そうすると逆に差別化されるのではないか。市内で商品を売る事業者は非常に不利な態勢になるのではないかという思いがする。

通販は、圏外のところで取引するので、そこがどんどん流行っていくと、市内の税金を払っている事業者が不利益を被る。市内の事業者は皆さんの目に付くので指導を受けるが、そちらは野放しということでは、京都の業者は差別化されている気がするが、どう考えるか。

大谷部会長 今のは過剰包装の話になりますね。

伊藤委員 過大包装でも過剰包装でも一緒である。普通、分からない、役所の文書は難しいので、一般の人が読んでも分からないと思う。いちいち読んで商売しないだろう。

文章上だけのことはさておき、絶対的な話からいくと、差別化のない監視体制が必要である。また、指導をどこまでするのか、その指導方法で大きく違ってくる。

前回申し上げたとおり、業界、業界でそれぞれ取り組んでいるし、「一つにまとめてこうだ」という話は通らない。業界別に、きちんとした業界では、全国レベルで協会があり、京都に支部がある。過剰包装、誇大包装とかの認識をしたうえで、まず指導に入るべきである。それからでないと、こういうものは適用できないと思う。それをする前では、事業者は協力しても差別されるのではないかと思い、最初から何も協力しないということになれば、大変な問題になる。業界ごとに解決できる話なので、文化市民局だけでなく、産業観光局と協議し、「これはこの業界にかなりある」、例えば「土産物屋にこういうものがある」ということであれば、業界ごとに先に指導すべきと思う。

先に条例を決めて「こうですよ」と言うより、それまでの積み重ねがもっとも必要で、それが、まず最初に取り組んでいただくべきことかなと思う。我々でも、この話を持って帰って、「このようになります。皆さんこれを読んで協力してください。」と言っても、誰も読まない、何を書いてあるか分からないという状況になる。

条例とはそんなものであるので、業界単位で話をし、指導して、それでこの話を進めなくてはならないと思う。私が帰ってこのまま連合会で話をしても、様々な業種が所属しており、理解してもらえるかなと思うと、分からないと一蹴されて終わりかなと思う。

若林委員 今の御指摘は、最後のところには賛成だが、途中経過については違う意見で、行政が指導するためにはその裏付けが必要である。行政が思い付きで、行政の内部だけでルールを決めて指導をすると、指導された側も「何の権限があって指導するのか」「手続き的にどうか」となる。今ここでやっていることは、行政が各業界に説明したり指導したりする際の裏付けとなる考え方やルールというものを作ろうということである。

卵が先か、鶏が先かの議論になってしまうが、行政が個別業界に説明しようとする、今日ここで議論するように、何らかのちゃんとしたプロセスを経て、もちろん業界からの御意見を聴いて、より適切なものに直していくことは当然のこととしながらだが、最終的には、審議会とか、市会とかで手続きを経て決められたルール

が必要であり、そのルールに基づかないで、業界に対して強く指導するとか、お願いするとかはできない。

あくまでもそのためのルールを作って、その後、提案してフィードバックがあれば、その都度、審議会で議論の対象として見直していくことになる。個別の業界ごとのルール、ガイドラインとか作っているルールもあるし、うちの業界は「ここは認めて欲しい」ということであれば、それは個別に検討することになると思う。

こういうルールを決める前に「指導を」と言われても、行政が思いつきで権力の乱用のように指導することになりかねないので、それは逆に適切ではないだろう。あくまでこういうルールを決めて、ルールに基づいて指導するということが求められるのではないか。最終的には、業界に、特に京都の業界の皆さんの御理解、御努力というものが一番大事な受け止めである。まず京都の皆さんががんばって、全国の皆さんもちゃんとがんばれよという話になる。京都の皆さんが守っていないようなルールを皆さんにお願いすることにはならない。

最終的には京都のそれぞれの業界の皆さんに御理解いただくという点是一緒であるが、どちらが先かという、ルールづくりである。分かりにくいという御意見は尊重しなければならないし、分かりやすくしないといけないが、ルールなしでは指導できないのではないか。

伊藤委員 京都市の業界ごとに総会があり、京都市は、全部に参加されており、常に顔を合わしている。ただ、文化市民局であるとか、産業観光局であるとかの違いはある。

顔を合わす時は、「おたくの業界は二重底が多いので、これから審議会を経て決めるけれども、そういう過剰包装については疑問がありますよ」とか、「だから審議会を通じてこれからまとめていくので皆さん協力してください」という話はできるわけである。

全く業界と京都市の行き来が無ければいいが、最低で年1回、年2回くらいは出ている。文化市民局の皆さんが出ていなくても、産業観光局は出ている。縦割り行政の悪いところで、文化市民局では取り組んでいるけど、片方では全く知らない。環境局も知らない。我々は3つの局に関わり、環境局、文化市民局、産業観光局があるが、産業観光局と環境局については必ず総会には案内を出しており、実は話し合う機会はたくさんある。事前に言える場所が無ければ話は分かるが、常にコミュニケーションできる場があり、その後、懇親会があり、お互い好きなことを言おうという場まで私どもは作っている。そのとき私どもも行っており、いろんな業界、装飾品から、家具屋から、肉屋から、魚屋からなどいろいろ行っており、そのとき役所の担当者も来ている。

そういうこともなく、一発でこれだということでは、私には、あまりにもという感じであり、皆さん方にもう少し考えていただかなければいけない。京都市と行き来が無ければいいが、有る中での話である。横の連携をしてもらって、やってもらっても、これは誰も反対はしないだろう。ただスムーズに理解を得たいなら、審議会と一般事業者の間でおかしなしこりが残らないよう、「こういう形でやりますよ。審議会委員の皆さんにも御足労いただいて、これから皆さんに分かってもらえるような形で進めますよ。」という話をしておいてもらえたら、すんなり行く話である。やっぱり出る機会があるので、それを利用してもらいたい。

大谷部会長 それはこれから運用面での検討も必要ですね。

山本課長 包装基準に基づく指導は、実効性の伴う動きが行政でも執れていなかった

たということで、昨年からまとめてきた。29 ページでは指導の対象となる事業者に触れているが、あまり厳密な定義に拘らず、実効性の面で、ある程度のフレキシブルなものとして広めの定義として、提案させていただいた。

縦割り行政に関しては、過大包装、過剰包装の関係で環境局とは昨年来の協議のほか、御指摘の産業観光局とは具体的な協議はしていないが、この手引きの案は、今回部会に初めてお諮りした段階であり、部会で方向性がまとまれば、産業観光局とも協力しながら取組を充実していきたい。本日は広範な手引きの素案だと御理解のうえ御審議いただきたい。

大谷部会長 取り敢えず包装基準をどこまで適用するかについては、少なくとも京都市民が優良誤認によって不利益を被らないという観点に立てば、事業者の問題とか、包装の問題、通信販売の問題もある程度考えがまとまると思うので、一応、次に進み、改めて御意見、御質問がありましたらお受けしたい。

(事務局説明)

○22 ページ「4 内容品の範囲」

- 包装も含めて内容品扱い（単体の商品であれば、無包装の扱いになる商品）とする商品について、*2の社会通念上容認されるものの考え方として、アイスクリームのように過大包装の基準が公正競争規約に設けられている場合は、その基準も目安となり得る。
- (1)にアからオまで掲げているが、いずれも包装の形態や内容品の量は社会通念上容認されるものということで、無条件に認められるものではない。

大谷部会長 御質問はございますか。

(委員一同 特になし)

(事務局説明)

○24 ページ「第3 適正な包装について」から28 ページまで

- 24 ページの(2)から(4)まで、従来の説明を踏襲しているが、関係法令の遵守の呼びかけを加えている。
- 26 ページの空間容積率の求め方は要綱内に新たに規定した。要綱の4 ページから6 ページはこれまで「包装基準の説明」に掲示していたものを踏襲し、3 ページはこれまでは、担当者の実務的な扱いを整理し、取りまとめたものである。
- 27 ページの(6)ただし書きの適用は、別表に例示をし、その例示に当てはまらなければ、指導、若しくは新たな商品群として追加するかケースバイケースで対応することになる。ここでは仕組みの説明に留めるので、例示する個々の商品群についても、後ほど検討いただきたい。
- 28 ページは、直接、包装基準の違反に当たるものではないが、要綱に努力義務として示しているものである。(2)bのみ、要綱には規定が無いが、医薬品、医薬部外品等は相談窓口の表示が義務付けられており、本項の趣旨に合っているので、手引きでは推奨することとした。

○7 ページ「新旧対照表」から8 ページ

- 新要綱第4条第2項では、表示すべき項目から、価格を削除しているが、

これは今回、個別販売品という観点から整理したので、もともと価格設定の無い内容品にわざわざ価格表示を求めても、価格の信用性の面でどうかということから削除した。

- 旧要綱の第3条第3項は、食料品に関する規定で、詰め合わせ年月日表示であるが、生鮮食品では見切り品を詰め合わせて売る場合、詰め合わせ年月日より中身をよく見るべきであり、加工食品では賞味期限表示があることから詰め合わせ年月日は不要となっているので削除した。

大谷部会長 27 ページの一番下にある「別表 ただし書き適用の例示」については、後ほど審議するというので、ただいまの説明の範囲で、質問等ありましたらお願いします。

若林委員 トータルの「適正な包装の基準(3)」が過剰に関わる議論なので、過大と過剰の両方が過剰基準も含めているようにも読めるが、考え方としてはかなり違っている。

先ほどのカタログ販売の場合、例えば、内容物でミカンが12個入っていると言われれば、それは大きな箱で送られてこようが、小さな箱で送られてこようが、ミカン12個とカタログに載っているのだから、それは過剰包装にはなることはあるが、事後的に大きな箱で送ってきたので誤認は何にも起こっていないので過大包装にはならない。カタログ販売やネット販売で見せ方によっては過大包装になるケースも無いとは限らないが、一般的には内容物の大きさ、量、重さ、個数だとかが表示されていることが、カタログ・ネット販売の通常であるので、カタログ・ネット販売形態では、過大包装は原則無いだろうという理解になるが、それはそのように理解してよろしいか。

横道係長 そのような理解のもと整理して進んできた。消費者包装の範囲を考えるうえで、前回、過大包装、過剰包装に分けて議論していただき、そのような包装については、過剰包装の分野で環境局の事業者働きかけていく取組の中でやっていく、規制の対象にはしないという整理をさせてもらった。

大谷部会長 他にございますか。

伊藤委員 旧要綱で詰め合わせ年月日表示するということが書いてあるが、新要綱案では削除ということになっている。やっぱり詰め合わせ年月日は、例えば、どんな商品であっても、表示したほうがいいのではないかな。

事業者名は表示しなければならないとするならば、詰めたとき、包装したときの日付をそこに入れておいても問題はない。日付を入れておくことによって、いろんなトラブルがあっても、いつ詰めたか送ったかが分かるので、入れるべきだと思う。

もう一つ、部長の仕事になるかと思うが、環境局と文化市民局に分かれている過大包装・過剰包装について一元化できないか。この問題は難しいので、一元化することによって、簡単にこの要綱なり、条例が活かせる。その場合、これはあちら、それはこちらという話も、惑うことも無くなっているのではないかな。これが今、市長が言う一番完成された合理化であり、取り組む一つの課題として、事業は一元化から進めていきますということになればいいと思うがいかがかな。

鶴谷部長 消費者の立場から見れば、環境局、文化市民局に違いは無いので、当然同じように扱う中で議論する必要があるかと思うが、過剰包装と過大包装を一つにまとめて議論すると非常に範囲が広く議論が尽くせないところがある。今のところは分けて議論をしたほうが、消費者にも事業者にも分かりやすいのではないかと

考えている。

伊藤委員 分けたほうが分かりにくい。一元化したほうが分かりやすい。資料 25 ページにも「過大包装と過剰包装については、必要な程度を超えている不必要な包装として、厳密に区別されることなく…」と、過大包装と過剰包装の垣根が無いというようなことが書かれているので、一元化することによって我々も取組しやすいのではないのかなと思う。こんなことを一つ一つクリアしていくことに意義がある。

今回審議会部会でこんなことがありましたという補足説明をつけて提案してもらうのがいいと思う。大谷部会長にもお願いしておく。

大谷部会長 ここでは過大包装ということで議論しているが、環境局で過剰包装をやっているのであれば、運用面では一緒に合わせてやっていただくことも分かりやすいのかなと考える。

詰め合わせ年月日を表示するということについては、どうか。

小林委員 具体的に食料品ということで書かれているが、特に食料品については安全性に関しては消費者の関心も高いので、それに関わるのであれば、積極的に取組をしていただくほうがいい。

松岡会長 先ほどの説明で食料品については賞味期限等の表示があるということだが、さらに詰め合わせ年月日の表示があると、違う年月日がたくさん表示されているということで迷わないのか気になる。

伊藤委員 もめる事例は、食料品以外でもいろいろあるので、総合的な話になるが、こちらはきちんと送ったのに配達が遅れてしまった場合、送った日がはっきりすれば、経過を追跡できる。

宅配事業者が個人で参入できるようになったので、非常にトラブルになることがある。今まで大きな業者だけだったのが、小さな個人の事業者が配達する仕組みになってきている。

我々の話の中でも、配送するときは宅配事業者に渡した日、渡せる日をあらかじめ判を押しておこうということがある。受けた業者も日付が入っていると優先して配達するよう指導を受けているようである。

トラブルがいろんな形で出てくると、消費生活相談にも関わってくる。そういったトラブルをできるだけ少なくしようとするのであれば、この審議会でも配慮すべき事項だと思う。

大谷部会長 詰め合わせ年月日という用語は、消費者がそれを購入した際の、箱詰めをされた年月日ということか。

横道係長 詰め合わせ・抱き合わせをした商品に関する事項で記載されており、製造年月日とか賞味期限とかではなく、すでにそういった年月日の表示がある商品を詰め合わせた日ということになる。

大谷部会長 買うときに賞味期限はどうなっているのかチェックしようというような考え方と、配送の日というのとは少し違うが、年月日表示の意図について説明を。

伊藤委員 賞味期限とか消費期限は食品衛生法や J A S 法によって商品に入っており、食べ物以外にはこの表示はないが、ここで言う年月日の表示は、配送の年月日ということである。絶対的な話になってくると、トラブル回避の一つの条件にもなってくるので、市民へのサービス、気配り心配りになってくると思う。

小林委員 消費者が賞味期限を確認して、これを詰めてくださいということであれば、何も問題はない。しかし、例えば、これとこれを詰めてくださいと依頼をして、送られてきた商品を開けてみると賞味期限ぎりぎりだったということがあった時に、

それは一体どこの責任なのか。配送した事業者のところで遅くなったのか、もともとの商品が問題で非常に賞味期限が短いものがセットされたのか。そういうこともあると思う。そこまで義務化するのかどうかはもう少し検討したほうがいいだろうが、状況としてはそういうことはあると思う。

横道係長 包装の適正化に関する要綱の中ではあるが、消費者に分かりやすい商品とするための表示に関する努力規定として、詰め合わせ年月日の表示があった。これを削除しようという考え方は、現在の商品等表示基準、以前は包装食品の品質表示基準という名称の基準があり、それについて賞味期限表示という考え方の中で、製造年月日等の表示を削除する改正を行った際に、ここの部分も合わせて削除すべきと思われるところ、この要綱は改正されていなかったの、今回の要綱改正で提案した。

大谷部会長 旧要綱では、内容品が食料品であるときに限定されているが、伊藤委員の話では、食料品以外にもいろいろあるからということで、そのあたりをどうするか。

小林委員の話は、食料品の場合はということだったが、もし残すとすれば、食料品として限定するのだろうか。

横道係長 こちらの要綱は、包装の適正化に関する要綱であるので、表示については、義務付けというよりは努力規定という形で整理してきた。新要綱でいうと、第4条第2項に品名、数量の表示に努めるとあり、旧要綱と同様に、第2項を受けて、第3項を設け、内容品が食料品であれば、詰め合わせ年月日を表示するよう努めるというような規定を残すというように理解していいのだろうか。

今回は、過去に削除すべきところの整理で削除したが、ここについては事務局でも少し検討しなければならない。部会長とも相談させていただきたい。

松岡会長 確認しておくべきこととして、先ほどの御提案は食料品に限ったものか、それとももっと基本的な商品一般についてのものか。

また、包装そのものの問題と、配送に関連するトラブルの問題は繋がってはいるが、別の問題という見方もできる。そうであっても敢えて結び付けて、表示を包装にしたほうがいいという御提案なのか。

そのあたりの中身がまだ十分理解できていないので、御説明を補足していただきたい。

伊藤委員 消費生活審議会という市民を保護しトラブルを防ぐことが目的の審議会、その中の部会である。基本姿勢はそこになければいけない。本来そうであるので、この部会でいうと過大包装も過剰包装も一元化してやらなければならない。過大包装はすべて過剰包装に含まれると書いてあるので当然やらなければならない。

ところで、皆さん方にも確認したいのが、この審議会で意見を述べてそれをある程度に集約していくのが今日の会議ではないのか。もともとは過大包装に関しての話の中ではあるが、全体的な流れの中で付随して出てきた意見であれば、参考意見として取り入れなければいけない。後で相談をしますというような話ではない。審議会でこういう意見が出ましたという話で、そのところは認識を変えてもらわなければならない。事務局の主導で動いて、それはいい、それはいいですよという取り上げ方では少しおかしい。我々、部会を軽んじている話である。

消費者を保護すべきという立場からいくと、詰め合わせの食品は賞味期限の表示が決まっているが、それ以外のそれに類する商品がたくさんある。よく考えれば分かる。トラブルの解決の基は、いつ送ったかということになるので、発送した日付

を入れることによって、トラブルはある程度防げる。それが消費者の保護にも繋がっていくと思う。こだわるわけではないが、折角あるものを削る場合は、やっぱりなぜかということになる。

大谷部会長 「内容品が食料品であるときは」という文にはなっているが。

伊藤委員 そこで、それを削るのであれば、代わりに発送年月日を入れるとかは必要だろう。トラブルを防ぐ一つの方法だと思う。

松岡会長 そうすると、詰め合わせ・抱き合わせの商品に限らない。御提案は、手渡しではない、「発送する商品については」ということか。

伊藤委員 そうです。削除に皆さんOKということであれば、もうどこでも審議することはなく、このような話はもう二度と挙がってこないだろう。せっかく今あるものだから、発送した年月日を入れるというような形で活かせないか。

将来的にはどうなるかまで考えると、要綱であるので、条例と違い罰則規定はない。要綱はいい加減なもので、できたら終わりか、市民生活部長の指導で終わりということになる。要綱であっても、きちんと指導し、もし条例に格上げするような必要が出てきたら罰則規定も設けてほしい。次から次へと悪い奴が出てきて、真面目な事業者が一番苦勞する。

以前にも言ったが、条例で決めた以上は罰則規定を作ってほしいと。未だに役所はどこも嫌がって作らない。その話になると皆逃げる。そうではなくて厳しくやるべきである。真面目な事業者が、悪い奴と一蓮托生、皆同じに見られるので、そこまで厳しくやってほしい。

大谷部会長 確認すると、ここは詰め合わせ年月日となっているが、発送年月日というのはどのように入れるべきとお考えか。

伊藤委員 詰め合わせ年月日を削除する代わりに、新たに発送する年月日を入れたらいいのではないか。

大谷部会長 詰め合わせ年月日は表示しなくていい、発送年月日は表示するようにということですね。

伊藤委員 そう、旧要綱にある文章の文言を少し手直ししてもらえたら、部会ではそこまで細かいところまでは拘らなくていいだろう。

大谷部会長 食料品であるときというの也要らない、発送する商品については発送する年月日を記入するようにというふうな感じでしょうね。

横道係長 先ほど包装の範囲のところで消費者包装という考え方を説明したが、発送という話からは包装基準は部分適用という形で考えている「消費者が受け取ったときの包装」が消費者包装に当たる。

要綱に盛り込むというよりも、消費者に分かりやすい商品とするために、配送する場合では、包装した年月日とか、発送した年月日とかを表示するよう努めてくださいということを、事業者名等の表示の等に当たるものとして、手引きの欄に表記していくことのほうが適切だろうと考えている。

大谷部会長 食品以外の事例では、以前、水仙を送ってもらったことがある。届いたときには随分萎れていた。いつ送られたか、また、製造年月日も何も無いので、いつ買われたかも分からないということがあった。

狩野委員 抱き合わせ商品というのは、中の内容品を消費者が認めることができない状態で包んでいるのであれば、表示してもらったほうがよい。

横道係長 要綱では、内容品を識別できるということで規定を設けているが、識別とは商品名や商品の義務付けられている表示とかも含めて考えているので、通常の

商品はそれで問題はクリアできると思う。

大谷部会長　それでは、次の説明をお願いします。

(事務局説明)

○29 ページ「第4 包装基準に適合しない商品の是正について」から31 ページまで

- 指導等の対象となる事業者は、一言で言えば、実質的な供給者である。
- 指導の前に、包装基準に適合しないことを判定する必要があるが、基本的には事業者に報告を求める。ただし、悪質な商品があれば速やかに指導することが優先されるので、回答が無くても次のステップに進む必要はあると考えている。
- 最終的に包装基準に適合しないという判定をする際は、明らかに悪質なものを除き、審議会、具体的にはこの表示・包装適正化部会で意見を聴取してから行い、部会を開催する場合は、事業者にも意見表明の機会を設けるよう考えている。35 ページの図では、中ほどに「事業者に意見を表明する機会の付与」という二重枠の囲みがあるところが、これに当たる。
- 2 ページ、要綱にも、第6条、第7条に、意見聴取について規定している。
- 30 ページ3-(1)-cには、「効果的と認めた事業者」という語句があるが、29 ページのように「実質的な供給者と認めることができる事業者」に改めさせていただきたいので、修正をお願いします。
- 9 ページの第3条第2項は、事業者の関係者等に通知する規定があるが、条例にも規定されており、この時点でかなり広く周知することになるが、公表と違い、事業者向けであり、報道機関や市民向けではない。

大谷部会長　御質問等ございますか。

伊藤委員　指導等の対象となる事業者について、京都市域外の事業者は対象としないとなっている。これは、すぐ隣の天津とかのお店で購入した商品は対象外になるのか。京都に住んでいる者が不利益な行為を受けるのではないのか。

例えば、醍醐には、京都市と宇治市にまたがる店舗があるが、そこで買って送ってもらったら、全部、基準違反に引っ掛からないということになるということか。その店が幾ら過剰包装でも過大包装でも、そういった包装をした場合であっても、あの店は京都市ではないということで済まされるのか。それは、京都市民として真面目な商いをしている者ほど損するのかなということになりはしないか。本店が市外に出て行くことにならないか。京都市の税収にも影響する問題ではないか。

商売人はそういうことをすぐに考えるものである。いろいろ考えるので、これは少し過剰な表記という気がするので、何とかならないか。この文章で道路を隔ててあっち側で売ったら対象外になるということになったら、極端な話、配送センターを向こうに変えたらいいのではないか。

大谷部会長　それは京都市民が過大包装や過剰包装を望むという前提の話か。

伊藤委員　京都市以外の業者は対象にしません。市内の小売業者は全部対象になるというのであれば、そこに大きな差別があるということを言いたい。やるのであれば、皆やらなければならないと思う。事業者の代表として来て、「はい、そうですか

と」は言えない。皆から「おかしいのではないか」という話になる。疑問に思ったことは、役所は説明しなければならないし、場合によっては部長や課長に来てもらって説明してもらわねばいけなくなる。

差別ということが非常に今、問題になってくるので、そのあたりの捉え方はどのようにになっているのか。

横道係長 全国的に商品が展開されていることもあり、そのような商品は本店が東京とかにあれば、そこが対象となるので範囲は広がる。

この文に対して差別と捉えるところに納得いただける説明は難しいが、京都市の条例上、京都市を中心に置いて適用範囲を考えていくと、このような整理になった。

伊藤委員 29 ページ1－aのただし以下の文は削除したらどうか。書いたら問題があるが、削除しておけば問題はない。実際にはスルッと見過ごすという対応でも問題はない話である。

若林委員 実際にはどうするかという話であるが、京都市の行政の及ぶ範囲なので、この規制を京都市民が消費者として買って被害を受けるという消費者被害の系列で考えれば、事業者がどこにあるかということは問題ではない。京都市民であるということで、京都市の公権力が適用される範囲を説明できると思うので、その法理で考えるのか。

或いは、京都での営業行為に関して規制をするということで考えると、宇治や大津という所でのお店での販売、営業行為は、京都市内での営業行為ではないので、規制の対象外になるという話になる。

事業者の事業に焦点を当てるのか、京都市民の消費に焦点を当てるのか、どちらなのかということになる。先ほど繰り返しカタログやネットのことを問題にしたのは、京都市民が消費者として利用するという観点で見れば、世界中のカタログ、ネットが対象になる。事業者という観点で見れば、京都に本店を置くとか、実際にお店を、リアルな実店舗を置いているとか、かなり制限されることになるという、これは考え方の整理である。

実際問題は、京都に店舗を持っている店にしっかりと指導をするというところが実際にはいいところだろう。このただし書き規定は正直だとは思う一方で、他方でカタログも対象だとすると辻褄が合わなくなる。カタログも対象なら、大津の店舗でも、京都の市民が買いに行つて騙されたということがあれば、京都市はやっぱり京都市の消費者を守るために戦うというふうにならないか。

京都の事業者だけに限定しますというルールであれば、カタログは取り扱わないとすることになる。カタログもネットも対象であるということであれば、実際の運用はいろいろであるとは思うが、ただし書き規定そのものは削除して、やっぱり必要があれば、京都市外の事業者の店であっても、その都道府県や市町村と少しもめるかも知れないが、京都市としては京都の消費者を守るためだということではあるというのも一つの法理だと思う。

伊藤委員 消費者を守る立場になると、圏外も対象にしてもらわないといけない。というのは、ごみ減らしが第一の要件、京都市の第一の取組である。ごみ減量が一番大事だと今、市長が提唱しているように、それならば域外の事業者も協力してもらおうというような形にしておいてもらうことがいいだろう。域外の事業者は野放しで、好きにどうぞということになってくると、買う市民がそれだけのごみを大量に出さないといけないということは、市民にはそれだけ負担も掛かるということになるので、それは少し今の話とは矛盾するだろう。大きな観点からいくと、これはやはり

明記することによって誤解を招くだろう。

圏外の事業者は対象外とはっきり明記すると、「ワシら何にも関係あらへんで」「京都市でごみが増えようが増えまいが関係ないで」と言われるおそれが、逆に出てくるのかな、宇治と醍醐あたり、向島あたりなどもそうだが、道路を隔てて市外になるところでは、そのあたりでのトラブルも出てくるのかなという気もする。ここは、うまくぼやかしてサラッとした表記にしておいたトラブルは避けられるだろう。

大谷部会長　　どこかで整理しなければならないが、消費者サイドの立場で区切るのか、京都市内で事業を行う事業者を対象とするのか。京都市民の利益を守るという面では、ここでの文は削除するのがいいのだろう。

他の委員の方はいかがか。

今嵐委員　　京都府中小企業団体中央会では、流通業、お菓子や食品関係、箱を作っている業界の方などたくさんおられる。

最終的には、消費者がどういうふうに感じるのか、どういう要求をされるのかによって、この包装やごみについても随分変わってきている。やはり基本的には有料化の流れの中で消費者も過大・過剰な包装というものはだんだん要らなくなってきたのかなというふうには思うが、その一方で、できるだけよく見せたいということもあり、付加価値を高めて買って欲しいというようなこともある。一番最初のところが消費者保護ということすると外してもらったほうがいい。

また、やはり実際に京都の中小企業者がものづくりをしたり、流通産業の方がどう考えるかからいっても、「京都の事業者についてだけこれを適用しますよ」というのは外してもらったほうがいい。中小企業を代表して出ている立場からすると、「なぜ京都だけこのようにはっきり書いているのか」「何をしていたのか」と言われかねないだろう。

他の所も、現在の流れの中でいろんな規制なり、基準とかは作っていかれるとは思いますが、そういう状況がはっきりとしない中では、京都だけは対象とするというふうに書くのはどうかと思う。

大谷部会長　　他に、小林委員はどうか。

小林委員　　その方向で進んでいただくのでいい。

若林委員　　別のことで、指導、勧告のところだが、指導、勧告、公表と3つの段階を踏んでいる。指導の後、勧告と公表は1本ではなぜいけないのか。3段階というのは、少しスピード感に欠けるのではないか。別にそれほどペナルティーはなく、社会的な評判を落とすくらいしか圧力にならない。指導して駄目だったら勧告と公表の1本で、勧告するときは公表だという2段階にするのは行き過ぎなのだろうか。

3段階は、農林水産省の事故米・偽装米のケースもそうだが、かなり業界寄りの行政のイメージが強い。もう少し消費者寄りにするなら2段階に、1段階目の指導で対応を済ませれば何ら公表しないけれども、それで直らなければ、勧告と公表は1本でというように、2段階にしたほうがいい。

勧告の内容を公表するだけであるので、スピード感を上げるためには3段階はどうかと思うが、これは他のいろんな行政による事業者指導の進め方との整合性はある。もう少しスピード感を持ってもいいのかな、そうしないと迫力が出ないのかなという印象を持った。御検討ください。

大谷部会長　　そのところはいかがか。

横道係長　　消費生活条例の第35条で、勧告及び公表があるが、期限を定めて勧告し、それで、正当な理由がなく勧告に従わないときは公表するということで、第35条で

勧告と公表が 2 段階に分かれている。勧告後、一定期間を置くことになるので、要領には期限の設け方の規定は置いていないが、運用上、短めの期間で対応するなど、悪質な事業者にスピーディに対応することも、運用面で対応するという考え方になる。

大谷部会長 若林委員いかがか。

若林委員 条例との関係では、指導を省くことはできないのか。指導について条例に規定があるのか。

横道係長 条例の第 34 条に指導がある。第 35 条の勧告は「前条の指導を行った場合においては」とあり、それぞれの段階を踏んで進めていくということで、指導は必要である。

若林委員 やっぱり条例上、3 段階になっているということですね。分かりました。

大谷部会長 他にありますか。

松岡会長 先ほどの事業者の範囲の扱いについて事務局の見解の説明をお願いしたい。

横道係長 ただし書きの「専ら京都市域外の店舗において小売を行う事業者を対象としない」ということを削除しても、もともと限定的なものであり、市外の事業者であっても、市内の店舗を通じて購入できるような広く扱われている商品であれば、過大包装の違反の指導は元の製造事業者から指導する。影響はほとんど限定的であり、ただし書き部分は削除しても問題はない。

若林委員 関連して気になる点は、実際に京都市内の店は京都市としてもウォッチを続けることになるだろうが、問題は、情報収集はどうするか。消費者誤認のケースで捉えているので、消費者から苦情の訴えがあれば、このシステムは動くのかということだ。

例えば、北海道に行って買い物した。その際に基準に照らし合わせてみて、誤認するような商品を買ってしまった。これはけしからんことだと京都市に訴えや何らかの形で情報が出された際に、このスキームは動くのか。カタログで動く、ネットで動くのであれば、その場合も動きますよねということだ。

京都市民が観光に行くかも知れないということで、北海道や沖縄、ニューヨークやハワイまで全部調べることは現実的でないので、京都市内のお店をチェックすることになるだろうが、現実には消費者の誤認は世界各地で起こりうる。それに対しては、対応するという原則、実際にどこまでするのかという話はケースバイケースだと思うが、対応しますと宣言できますかという話である。ここで課題となっているのは、そういう際に動きますという姿勢を示せるかどうかだと思う。

今の説明では実際にはそういうことはほとんど無いということで、私も実際にはそう無いと思うし、今の回答で問題があるわけではないが、有った場合にどうするのか。もう一步踏み込んで御検討いただきたい。

横道係長 レアケースなので対応は難しいと考える。

大谷部会長 苦情を申し立てたら、苦情の処理、対応はできるのか。買って来て困っているという申し入れがあればできるのか。

横道係長 京都市内では販売されていないけれど、例えば「旅行先で買ったものだが…」という相談があったときのパターンについては、現状では、そこまでは対応していない。

松岡会長 若林委員の御発言は、現実はどう対応するのかということも、もちろん含まれてはいるが、要するに、とにかく対象ではありませんからと「相談は全く受

け付けない」という態度をとるのか、できることが何かは別途考えるとしても、取り敢えず苦情としては受け付けて「対応は考えます」という姿勢で臨むのか、このどちらなのかということを探っている。

先ほどの皆さんの御意見に私も同意見であるが、現実には何ができるかは次の段階として、取り敢えず姿勢としては受けていきますという方向の回答でないと、審議会としてはなかなか納得できない。

若林委員 観光地のケースはレアケースとしても、近年の消費者の購買行動は広域化している。例えば、山科では、四条河原町の百貨店に行くよりは滋賀県のショッピングセンターに行くほうが近いという状況があり、そのショッピングセンターは京都市内にないから対象としないというのは、京都市の消費者を守ることにならないという考え方はある。

近接する自治体とは広域連携して、ちゃんと指導してくださいというふうに構えることが正しいのであって、京都市内でないと現実的に対応できないと小さく構えることは、消費者を守ることにはならないので、そういう方向で問題解決を図るような努力が必要だと思う。

横道係長 包装に関する消費生活相談の件数はそれほど無いが、実際、土産物とか他府県で買った商品についての相談は入ることはある。そういう相談に「市外で買われた商品は対象外」という対応、門前払いにはしていないが、この包装基準をもとに、調査をする、指導をするというところまではしていない。それについても、包装基準を適用して、一定のところまで対応すべきという形で今回の整理はしてきたので、その方向で対応していきたい。

大谷部会長 先ほどの縦割り行政のネットワークも同様だが、行政間の連携ということも合わせて取り組んでください。

伊藤委員 環境局では、過剰包装について「どしどし取組を推し進めます」という話である。環境局と文化市民局を一元化してほしいという理由はそこにある。

ごみ減量対策の審議会の中で、環境局は「過剰包装で目に余るものは、全部どしどし協力要請していきます」と。「取り締まる」とまで言ったかははっきり記憶していないが、環境局は「京都はCOP3を開催した京都議定書の発祥の地として、環境問題、ごみ減量については、一番に取り組めます」と言っている。環境局はものすごくやる気満々である。

今回のこのことを環境局に言っていって、それで照らし合わせて、圏外の業者に対しても「京都市はこういうことで、ごみ減量に取り組んでいるのでそれに協力してください」ということは幾らでも指導できる。その辺を上手に連携してもらわないと、環境局はやる気満々で、環境局は「やる」と言っているのに、文化市民局は腰が引けていたらいけないと思う。その辺から、市の中での調整をしてもらう必要がある。

小林委員 結局、どう実現性を高めるのかということが一番問題である。先ほどの話からも、消費者の権利をきちんと守ることをベースに考えようということである。

この手引きは事業者向けということで、事業者が消費者に一番分かりやすく、一番いい形の包装のあり方を考えるためのものになる。環境の条例から「包装基準制定の趣旨」に取り入れており、消費者にとっては過大包装も過剰包装も同じレベルという意味で言えば、やはり環境の問題と包装の問題ときちんと連携をとりながら、事業者にも消費者にもきちんとアピールしていくというのが、一番、消費者にとっても分かりやすいし、事業者にとっても取り組みやすいことになると思う。

環境局との連携は、私もよろしく願いたい。

山本課長 環境局との縦割り行政の話については、取り扱う分野の線引きを踏まえたうえで、過大包装・過剰包装の追放について連名で要請するなど、これまでも協力は行ってきた。今後、この手引きを運用していく中で、環境局との認識の違いで取組がうまくいかないということはないと考えている。

この手引きは、指導対象の事業者に、これを読んでいただいて取組を進めていただくものなので、先ほど伊藤委員から御指摘のあったように、指導対象の事業者のただし書きについては、ここまで書くと反って疑義が生じるので、ただし書き以降は削除することで調整する。

市川委員 最終的には消費者のために動いていくということに関して、実際に条例、包装基準を守っているのはどの商品なのか、消費者には今の段階では全く分からない。具体的に買うときにどのように伝えていくのか、今、案なり、決まっていることなりあれば、説明してほしい。

横道係長 包装基準は条例に基づき随分前に制定したもので、市民にお知らせはしているが、周知・広報についての課題はあると思う。

商品の適用範囲は、一般的な商品、食品とかの分野に関わらず、いろいろな商品が対象ということになるが。

市川委員 これから手引きとかは、実際に動き出すときに「決まりましたよ」ということで周知されると思うが、実際にお店で商品のお金を払うとき、いろいろな商品がある中で、この商品は守っているのかが分からない。

業界の基準よりも京都市の基準のほうが厳しい、京都市では空間容積率 20%という基準を設けているという話もあるが、圏外、京都産の違いは、商品によっては産地を見れば分かる。しかし、実際に商品を手にするときに、京都産であっても、他よりも厳しい京都市の基準を、ごみの問題とか、包装容量とかに関して、守っているのかは分からない。

問題があったときだけ結果的に動くのではなく、買うときに、実際の商品を手にするときに、この商品は、こういった基準を「より守っていますよ」ということを直接、伝える案はあるのか。

横道係長 それは事業者に「こういうふうにしてください」というようなことになると思うが、基準を守っていただいた後について、「こういう商品を作っています」ということは、包装基準に限らず、消費者の視点や立場に立った商品を作っている事業者であるということをいろんなところでアピールされるのと同様にアピールいただければいいというふうに考えている。この手引きの中で、優良誤認を与えない商品であるというアピールをする方法を規定することはしていない。

この手引きは事業者向けということで今後周知を図っていくことになるが、その方法はこれから考えていくという段階である。

市川委員 手引き自体に問題があるというのではなく、これから運用するときはどうするのかという点で、京都産であれば、基準は守っているだろう、守っていただいて、最終的に消費者が守られるというのは理想であるけれど、圏外の商品、基準は守っていないという商品も一緒に並んでいることになる。

消費者が、直接、手にするときに分かるようにするために、どうするのか。考える必要がある。企業任せになるのか。企業に「守ってください」というだけで、企業には行政が個別に指導するというだけでいいのか、ということである。

消費者のほうには、当然、広報とかでお知らせはすると思うけれど、消費者に向けて、何か手立ては考えていないのか。

横道係長 消費者向けとしては、包装基準自体は以前からある中で、包装基準の運用のために手引き等の整理を行ったという内容での公表は考えていないが、この手引きは、ホームページに掲載する予定である。また、今までどおり包装基準があり、このような運用をしていきますから皆さんも知ってくださいという形になるが、消費者の方に対して、改めて周知していくことは必要だと考えている。

山本課長 これだけの内容であるので、これを直接に市民向けにお知らせすることは難しい。

基本的には、消費者が京都で購買されるときに、実は買ってみたらアゲゾコだったとか数量が少しおかしいという話は、直接販売店にクレームを付けられることもあれば、消費生活相談に相談をいただくこともあるので、相談いただけたら、この基準、手引きに基づき、事業者との話を進めるという、そういった行政の進め方にはなるだろう。

大谷部会長 他には、よろしいでしょうか。
(委員一同 特になし)

大谷部会長 ただし書き別表の説明をお願いします。

(事務局説明)

○36 ページ「別表 ただし書き適用の例示」の1から5まで。42 ページ以下の「過去の調査商品等について」を参照しながら進行。

- ・ 別表には、判定欄を設けているが、本日、認められれば、また、適用の条件に修正があればそれも反映させて、実際の手引きに提示していきたい。
- ・ 掲載順は、1～3は要綱に関係がある項目で、4以降は順不同で掲載している。
- ・ たくさん種類があり過ぎても、内容が重複したりすると思われるので、ある程度の統合した形で9種類となっている。
- ・ 例示に当てはまるかどうかは、基本的にケースバイケースで考える必要がある。

大谷部会長 すべてケースバイケースという形になってしまうようだが、ここに掲載されている考え方等について御意見ををお願いします。

(委員一同 黙考)

大谷部会長 商品は多様ですから、難しいですね。

(委員一同 黙考)

大谷部会長 説明いただいた商品のように、あとは、その都度、ケースバイケースで検討していくことになるそうだが、何かございませんか。

(委員一同 特に意見なし)

大谷部会長 1から5までは、すべて事務局案どおりでよろしいですか。

(委員一同 了承)

大谷部会長 では次の6から説明してください。

(事務局説明)

○ 37 ページ「別表 ただし書き適用の例示」の 6 から 9 まで。47 ページ以下の「過去の調査商品等について」を参照しながら進行。

- ・ 7 の＊の説明は、反って分かりにくいので削除する。
- ・ 商品群として 9 つに整理して掲げたが、これを元にただし書きの例示の表を整備する。判定欄は削除し、適用の条件を表記した形で完成版としたい。

大谷部会長 6 から 9 まで、いかがですか。

(委員一同 黙考)

大谷部会長 商品を考えてキリが無いので、そのとき、そのとき、ケースバイケースでいくしかないようだが、ございませんか。

(委員一同 黙考)

狩野委員 ケースバイケースが多くなってくるということは、どう対応するのか、危惧されないか。

大谷部会長 ものすごい数の商品がある中で、種類をきちっとここで決めてしまうということも、なかなか難しい。提示されている条件というのは、買う側が不利益を被らないということを重点に考えているような中身には見える。そこに大きな落ち度があるとは感じないが、何か少しでも感じられるようなことがあれば言っていたきたい。

ここに挙がっていない商品群が、今後、出てくるかも分からない。

(委員一同 黙考)

横道係長 補足しますと、例示を含め、手引きに掲載することによって、事業者にも、これが目に入ることになる。今までであれば、事業者から、空間容積率を含め、どういう点で包装基準に引っ掛かるのかという問いに、やり取りを一から始めていくことになるが、これをあらかじめ示すことによって、事業者もこの商品はどういうところで、やむを得ないと認めてもらえるのではないだろうかとなるだろう。話がそこからスタートできるので、効率的なやり取りができるのではないかと考えた。

そういう理由で、これまでいろいろやり取りしてきた蓄積から、例示として、あらかじめ示すということを考えたものである。

大谷部会長 これで、一応認めるという形でよろしいか。

(委員一同 特になし)

大谷部会長 では、これで 6 から 9 まで、よいということで、よろしいですね。

(委員一同 了承)

松岡会長 異論はないが、1 点だけ確認をしたい。これは手引きであり、条例でも包装基準そのものでもなく、一種のサンプルである。時代の流れ、受け取り方の変化によって、こういうものは当然変更されていくという理解でよいか。また、変更する場合は、審議会で確認するという手順になるのか。

例えば、50 ページにゼリーの写真があり、きれいに並んでいると思えなくもないけれど、一方、きれいに見せるために必要だと認められると、ほとんど全部の商品は、まさに売るためにそういうことをする。環境の点からすると、空間や使っている包装材料が多いし、無駄ではないかということにもなりうるだろう。

また、そういう感覚がだんだん強くなってくると考えると、今は認められるような商品に対して、3 年後 5 年後には「これはもう少し考え直していただきたい」と言う可能性もあると考えてよいか。

横道係長 27 ページ、手引きの(6)の(注)で触れている。そのような対応をしていきたいと考えている。

大谷部会長 これで、包装基準に関連するところはひととおり終わったが、改めて、最初のほうでも包装基準に関するところで質問し忘れたとか、もう一度確認しておきたいとか、そういうことはないか。

(委員一同 特になし)

大谷部会長 ないようですので、次の報告事項について、説明をお願いします。

2 報告事項：地方消費者行政の活性化について

(事務局説明)

地方消費者行政の活性化は、消費者庁の設置と2本立てで、消費者行政を推進していこうという取組である。

○52 ページ 資料7「消費者庁関連予算の概要」

- ・ 平成20年度第2次補正予算のうち、「① 地方消費者行政活性化のための基金の造成」がこれに当たる。

○53 ページ～ 資料8「地方消費者行政活性化事業の概要」

- ・ 平成21年度から3年間を強化期間として、地方で取組を進める。
- ・ 本市は、市町村プログラムと事業計画を府に提出する必要がある。
- ・ 基金の対象は、54ページの左側の①から⑧までの事業であるが、制約として、①から⑦までの1つ以上を行わないと⑧は計上できないこと、人件費には充てられないこと、既存の事業には充てられないこと等があり、新規事業や既存事業の充実強化と認められる部分が基金の対象である。
- ・ 現在の進捗状況は、55ページの右側に基金条例制定、基金造成があるが、京都府では総額3億円の基金が造成されており、現在、本市は市町村プログラム作成の準備を行っている。

○56 ページ 資料9「市町村プログラム(案)」

- ・ 消費生活基本計画を推進する視点で基金を活用したいと考えているので、市町村プログラムの作成に当たり、御意見をいただきたい。表示・包装適正化部会以外の委員には、先日の消費者苦情処理部会で意見をいただいている。
- ・ 計画期間は、本市の当初予算に計上されておらず、補正予算成立後ということで11月1日からとなっている。
- ・ 消費者教育や広報活動では、大学生向けの講座、消費者力検定の受講支援、食品表示に関するシンポジウム、市民向けのパンフレットの作成、消費者団体と連携した取組、当センターの認知度を高める取組などに活用したいと考えている。
- ・ 欄外の消費生活相談員の処遇改善の取組は、基金活用の必須事項であるが、人件費には充てられないので、研修の充実に活用予定である。
- ・ 都道府県計画は国に5月頃までに出すということになっており、それまでに市町村プログラムを出すことになる。都道府県計画の提出後、市町村事業計画、都道府県事業計画の作成、事業実施は、国の審査後に補正予算を組んでからとなる。

大谷部会長 御質問、御意見等がございましたら、お願いします。

松岡会長 4月中に市町村プログラムを提出した後、事業の実施計画の提出は、いつ頃までに行うのか。

山本課長 6月頃には、市町村プログラムを基にした21年度の事業計画を提出することになる。

松岡会長 今日、説明を聞いていきなり意見を出すのは難しいかもしれないが、それまでにもう一度、審議会や部会を開催することは難しい。皆さんいろいろ豊富なアイデアをお持ちだから、後日、個別に御連絡いただくのも結構と思うが、この機会に意見をお出しいただきたい。

大谷部会長 どなたかございませんか。

小林委員 消費生活相談の複雑・高度化への対応強化ということは大変良いことだが、それと同時に窓口をたくさん持つ、受け皿の裾野を広げるということも重要だと思う。現在、京都市内の中で相談やっている窓口は幾つくらいあるのか。

山本課長 消費生活相談という形に限れば、2箇所である。この市民生活センターの年間8千件余りを受けている消費生活相談窓口、それから府のセンターで、本市分を含み相談を受けているが、その中でほぼ同じくらいの本市分の相談を受けている。

小林委員 高齢者の被害が増えているということでは、高度な内容の相談はできなくても、できるだけ身近な所で、ちょっと立ち寄ってという感じで気軽に相談できる場をたくさん作っていくことが必要である。出張相談のような形になるのかも知れないが、まだまだ高齢者被害では埋もれている被害がたくさんあるので、窓口をたくさん設けるということをお願いする。

相談をしっかりと受けるということと同時に、被害の救済ということも非常に重要である。京都市にはNPO法人の消費者契約ネットワークという適格消費者団体が誕生し、精力的に差し止め請求の裁判を起し、随分成果を挙げている。しかし、財政的には大変な状況で、弁護士の先生方はほとんどボランティアでやっている。そういうところへの財政的支援も行っていたきたい。

若林委員 消費者の自立支援、消費者被害の未然防止・拡大防止の実効性の確保に関して、2点申し上げる。

警察では、振り込め詐欺の取組や、それ以前のもので言えば、交通事故対策等、相当厳格に数値目標を決めて頑張っている。そのため、数値が改善されるよう、組織を挙げて全力を尽くす。そして、こうすれば事故が減る、振り込め詐欺が減らせるということで、科学的な様々な研究、工学的なアプローチその他いろんなアプローチを使う。結果を出すために全力を挙げるという点では、見上げた組織だと思う。他の、結果を示すことをためらう、やっているふりしか見せないところとは、大きな違いである。

消費者行政も結果に拘るべきである。是非、様々な宣伝・啓発その他の取組に関し、実効性をチェックする仕組みをビルトインしていただきたい。「チラシを作りました。配りました。終わり。」というのではなく、その結果どうだったかということ、多少お金が掛かっても、常にビルトインしておく。或いは、新しい宣伝、例えば、チラシを作る場合、文字の大きさはどうだ、絵の形はこうだと、それを変わると消費者の心理に与える影響に違いがある。そういう心理学、行動科学のちゃんとした研究室と連携する。本来、そういうことはもっと国のほうでやったらという考えもあるが、そういう事柄もビルトインしていただきたい。

2点目として、私たちの行動を大きく変えるためのポイントは2つある。2つあるが、実は1つでもあり、それは口コミである。他人の行動や他人の常識が私たちの行動に大きく影響を与えることが分かっている。

そして、2つ目のポイントは、口コミを広げるうえで非常にインパクトがあるのは、携帯やパソコン、ネットを通じたムービーである。文字情報は全然ダメである。

ムービーの長さは、30秒とか1分とか、長くても10分だが、10分では長い。最近では予備校のイー・ラーニング教材も15分だそうである。人間が頑張っても15分しか集中力がもたない。1対1だと60分とか90分とかの授業もできるが、実は、最近では90分の授業が成立しない大学も増えているので、もっと授業は短くするかという話も出ており、予備校でも15分というくらいである。長くても5分、できれば2分くらいがベストだと思う。

そして、携帯とかパソコンで見ることのできる、様々な消費者被害に関する、消費者の問題について考えようというムービーを、面白い、話題になるような内容で作る。方法論としては、だいたい今ヒットしているのは次の2つのパターンである。

芸人さんはコント力が強いので、まだ有名になっていない人でもいいので、お笑い芸人さんを使って、彼らの持っている表現力だとかを使って、面白いものを作る。

話題性では、今風に言えば、ゆるキャラとか、アニメだとかを使ってみる。彦根市だったら、ひこにゃん人形が消費者啓発をやったら多分ヒットする。ひこにゃんは京都市では使えないので、京都市には何かあったかなとは思いますが……。

しかも、それを著作権の問題は整理したうえで、ありとあらゆる携帯やネットで、口コミで話題になるように、どんどんばら撒いていい、リンクしていいとする。大学等でも教材として先生方がすぐ使える、或いは消費者団体とかも「これを見たらいい」と使えるようにする。

そういうムービー製作を、自らスタジオを持つのがいいかどうかは分からないが、もう紙媒体には限界があるということで、紙にお金を掛ける余裕があれば、それを止めて、ムービーづくりを是非進めていただきたい。

大谷部会長 ありがとうございました。消費者行政活性化オリジナル事業に「地域独自の」と書いてあるが、これはどのように反映させていくのかと思っていた。

今、言われたようなことでは、JRとかではよく画面にいろんな映像が、おばあちゃんの知恵袋みたいなものだとかが流れるが、地下鉄の中にはどうか。京都テレビでコマーシャルを流してもらうのもいいが。

大阪だったら、大阪のおばちゃんがやるコマーシャルが被害防止に役立ったとか、滋賀県では、知ったかぶりカイツブリという面白い歌がある。みんなが振り向くような、面白いなと注意をひいてくれるような仕掛けが必要ではないだろうか。

研修とかはどこでも共通で、従来の単なる研修とかでは、余り効果が挙がらないし、京都独自ということにもなっていないだろう。少しインパクトのあることをやったほうがいいので、これらの点も含めて、考えていただきたい。

他に何かございますか。

松岡会長 同じようなことだが、そもそも「被害に遭ったら、ここに相談してください」ということ自体が、必ずしも認知度が高くない。電車、地下鉄、市バスの吊り広告などでも、「何か被害に遭ったらここに連絡を」と、もう少し広く、たくさん宣伝し、とにかく認知度を上げて、何かあったらここに来てもらえるようにするのがいいと思う。

先ほどの動画はとても面白いアイデアだし、土日の電話相談やインターネット相談のように相談の間口を広げることも考えていただきたい。

大谷部会長 他に何かございますが。

市川委員 行政側が頑張っているということは分かるが、困ったら、では実際にどうするのかというと、まず、そこが分からない。先ほどの何か困ったらここへ電話をするというのもその1つで、そうなれば一番いいのだが、ドロボウに遭ったら110番というのは分かるのだが、まず、どこにすればいいのか分からない。

次に、「ちょっと私、騙されたかも？」というときの疑問はどうするか。今の、電話先には、確実に騙された、困っているという段階でしか電話できないというような敷居の高いイメージがある。もっと御近所さんのように、京都市では、京都いつでもコールのように、とにかくそこに掛ければ次に問い合わせるところを教えてくれるところもあるが、そういった第一段階のところの敷居がもっと低く感じられるようになれば、もう少し気持ち的にも電話が掛けやすくなるのではないか。

山本課長 たくさんの御意見をいただきましたが、共通しているのは、やはりセンターの認知度がまだ低いということがある。昨年も各区役所のふれあい祭り等の祭りで、皆さんに簡単なクイズをしていただき、その中にアンケートとして、市民生活センターを知っているかというような欄を設けたが、随分少ない。統計的には30%いくかどうかという認知度だった。

全国的にも被害、相談の掘り起こしが課題である。まだまだ騙されたほうが悪いという意識があり、被害に遭われた方が「誰かに相談して解決していこう」とはならない。そこで市民生活センターに取り敢えず一報していただくために、「くらしのみはりたい」では、お年寄りの方が困っていれば市民生活センターに電話していただくようアドバイスいただけるようお願いして、現在1,300人程の方に御登録いただいているが、それが実際にどれだけ実効性が上がっているのかという検証はできていない。どれだけの効果が挙がっているかということについては、今後、アンケートに取り組みたい。

様々な消費者団体、NPO法人等との連携についても、本市の事業の間口を広げるためには、実際、間口を広げるほど本市だけでやっていくことが難しくなっていく。いろんな団体の方との共同作業の中でやっていくことが大事であるので、そういう取組も検討してプログラムや事業計画に反映していきたいと考えている。

大谷部会長 パッと立ち寄って、ちょっと相談できるという点では、市民生活センターは、この4階まで上がってくるというのも勇気がある。先ほどの何でも相談できるところが、京都市内のあちこちにあって、そこからここを紹介してもらえというのがいい。いきなりこの4階に上がっていくというのも分かりにくいし、ここまで来ても何となく冷たい感じで、もう少しアットホームな感じで相談にのってもらえるような雰囲気作りをされてもいいのかなと思う。

市町村プログラムでは、今後、日程も詰まっているようですが、いいものにしていただきたいと思う。

松岡会長 説明を受けて、すぐにこれだけたくさんの非常にバラエティーに富んだ意見が出た。こういうプログラムの中で、アイデア・コンペのような事業をやることも、どういう成果が上がるかは分からないが、1度試みてみれば良いのではないか。

大谷部会長 それでは、他に御意見はないようなので、これで部会の審議を終わらせていただきます。

Ⅲ 閉会

松岡会長 閉会にあたり、今日の審議について、2点申し上げる

包装基準については、内容がなかなか難しい話なので、どこまで議論が進むのか不安はあったが、消費者行政の基本に立ち返るような深い御指摘をいただいた。それが部会でも共有される認識になったと思う。これは非常に心強いことである。

市町村プログラムは、3年限りで、使途も制限され、必ずしも使い勝手が良いものではないが、これまで消費者行政は縮小続きの困った方向だった中では、国が京都府に3億円も出すのは、非常に画期的なことである。今までセンターが無い市町村に、相談窓口を始めさせようというのが大きなねらいであるようだが、先進的にやっている大都市では、さらにいろいろなアイデアを出し、新しいことにチャレンジする良いきっかけである。この短い時間でいろんなアイデアが出たのは、委員の皆さんの意識が非常に高いということであり、今後も、お気づきの点など、積極的に意見を出していただければ、京都市の取組も大変充実したものになっていくだろう。

鶴谷部長 本日は長時間に渡り、御審議いただきありがとうございました。

本日の御意見等を踏まえ、部会報告という形で、次回の審議会で報告させていただく。

消費者を取り巻く課題は、まだまだたくさんあるが、皆様の御協力のもと、消費者行政を進めていきたいと思うので、引き続き御協力お願い申し上げます。

本日は、ありがとうございました。

(閉会)