

## 平成 19 年度第 1 回千葉県消費生活審議会適正化部会議事録

- 1 日 時 平成 19 年 5 月 22 日（火）午後 1 時 30 分から 3 時まで
- 2 場 所 暮らしのプラザ 2 階 消費者活動コーナー
- 3 出 席 者 （委員）  
石井克枝部会長、陶山嘉代委員、山岡昭吉委員、秋山尚美委員  
佐々木綾子委員、菊地五月男委員  
（事務局）  
松戸主幹、西尾所長補佐、山本消費生活係長、庄司副主査、小熊主事
- 4 議 題
  - ・ 単位価格表示基準の見直しについて
- 5 議事の概要
  - ・ 事務局から提案された単位価格表示基準の見直し案については、案のとおり承認した。
- 6 会議経過
  - ・ 会議は公開。（傍聴人なし）
  - ・ 委員 6 人出席のため会議は成立。
  - ・ 部会長を議長として議事に入る。

（事務局）

ただ今から平成 19 年度第 1 回千葉県消費生活審議会適正化部会を開催します。本会議は、千葉県情報公開条例第 25 条に基づき、公開の会議としています。

なお、本日の会議は委員 6 人が出席していますので、会議は成立することを報告します。

（部会長）

前回の 3 月 2 3 日の部会では事務局から単位価格表示制度の概要や基準の見直しの趣旨などについて説明があり、次回、つまり本日の部会で消費者アンケートの結果などに基づいた具体的な見直し案を提示し、意見をいただきたいということでありました。

それでは事務局から説明をお願いします。

（事務局）

それでは事務局から説明を行います。

資料 1 は、単位価格表示基準の見直し（案）です。

これは、事務局におきまして見直し検討を行った結果をまとめたものです。

これは最後に説明します。

次に、資料 2 ですが、この資料は、4 つのデータを基に検討を進めていくということを説明させていただきましたがそれを 1 つの表にまとめたものです。

その1つは、「モニター調査結果」です。

これは、平成18年度に消費生活モニター43人が昨年5月に単位価格表示の調査を行った際、現行対象品目が販売されていなかったという回答をされた人数、つまりは現行対象品目を販売していなかった店舗数を表しています。

この結果によれば、現行品目の中で、シェイピングクリーム、ベビーパウダー、ちり紙、粉ミルクなどは販売していないと言う店舗が多くなっている状況が見て取れると思います。

また、「表示なし」の欄は、現行対象品目に単位価格表示がなされていなかったと指摘した人の人数、つまり店舗数を表しています。

この数字によりまして、対象品目がその性質上などにより単位価格表示に不向きであったり、販売形態によりその必要性が乏しかったりするのではないかということが推測されます。

この結果によれば、アイスクリーム、化学調味料、炭酸飲料、ばれいしょ、みかんなどが表示がなされていないケースが多かったことがわかります。

2つ目は「アンケート結果」であります。

18年度の消費者モニターと消費生活協力員163人に単位価格表示の認知度や利用度、現行対象品目から削除すべき品目や追加すべき品目についてアンケートを送り、123人から得た回答の結果をまとめたものです。

この数字によりまして、消費者が現行品目でどのような品目に単位価格表示を無用とし、どのような品目に単位価格表示を求めているかが把握できると考えます。

この結果によれば、練歯磨き、石けん、ちり紙、アイスクリームなどは対象品目から削除すべきと考える人が多くなっています。

また、逆に現行品目に追加すべき品目としてボディソープ、ラップフィルム、アルミホイル、バター、マーガリン、みそ、ヨーグルト、緑茶、しょう油、まぐろを挙げる人が多くなっています。

3つ目は「総務省家計調査」結果であります。

この調査によりまして、国が国民生活の実態を把握するために、どのような品目の購入を調査基準にしているか、また調査対象となっている品目の千葉市で調査対象となった世帯の1年間の支出金額、100世帯あたりの購入頻度などがわかります。

この結果によれば、現行品目でもシェイピングクリームやベビーパウダー、化学調味料などは調査対象となっていないこと、アンケートで追加すべき候補としてあげた品目ではラップフィルム、アルミホイル、みそ、ヨーグルト、風味調味料、緑茶、しょう油、マグロなどは1世帯あたりの支出金額が多いこと、購入頻度も多いことなどがわかります。

4つ目は、「他都市の状況」です。単位価格表示品目を指定している7都市における指定状況を示しています。

この数字によりまして、各都市で、どのような品目が数多く対象とされているか、また、対象とされていないかがわかります。

この結果によれば、シェイピングクリーム、ベビーパウダー、アイスクリーム、炭酸飲料、みかんなどは千葉市以外では指定されていないことがわかります。

また、アンケートにおいて追加すべき候補としてあげた品目の中では、バター、マーガリン、みそ、ヨーグルト、緑茶、しょう油、まぐろなどを対象品目としている都市が多くなっていることがわかります。

なお、前回の部会終了後委員さんより、単位価格表示の県内の近隣都市における実施状況についてお尋ねがありましたので、調査を行いました。その結果をここで報告いたしたいと思いますが、県内の近隣の市川市、船橋市、習志野市、市原市、四街道市の5市はいずれも単位価格表示基準を定めていないことがわかりました。

次に資料3ですが、資料3は、その結果が資料2の集計表に「モニター調査結果」としてまとめられておりますが、その基礎データです。

資料4は、その結果が資料2の集計表に「アンケート結果」としてまとめられておりますが、その基礎データです。

なお、8ページに今回のアンケートで寄せられた自由意見の主なものを載せてございます。自由意見の主なものといたしましては、

- ・ 単位価格表示の便利さを指摘する意見。
- ・ 単位価格表示は加工食品や生鮮食品などには有効だが、日用品に関しては原材料の質やブランド、好みにより購入する場合がほとんどであり意味がないのではとする意見。
- ・ 指定品目の多さに驚いたとする意見。
- ・ 高齢者でも見やすいように表示を大きくしてほしいという意見。

などがありました。

資料5は、本年2月に市内の事業者30社を対象としてアンケートを行い12社から回答を得たものの回答結果をまとめたものです。

資料6は、その結果が資料2の「他都市の状況」としてまとめられておりますが、その基礎データです。

以上が今回見直し案を作成するに当たりまして、検討資料といたしました資料の内容です。

資料7は、単位価格表示対象品目の説明資料です。現行の対象品目とアンケートにおいて追加すべき候補としてあげた品目の説明資料です。

以上が事務局において見直しの検討のため作成した資料です。ここまでの説明でご質問等ございましたら、お願いいたします。

(部会長)

質問はあるか。

無いようなので、次をお願いしたい。

(事務局)

それでは、本日の議題となっております単位価格表示の見直し案につきまして、資料 1 によりまして説明いたします。

資料 1 をご覧ください。

まず最初に、単位価格表示の対象とすべき品目はどのような品目を選定すべきかという「対象品目選定の考え方」につきまして、もう 1 度確認の意味で触れておきたいと思いません。

まず、1 に、消費者が日常頻繁に購入し（消費生活に密着し、）または家計に比較的大きな比重を占め、かつ短時日に品質・内容量が著しく変化しないもの、とします。

2 に、消費者の希望の多いものを基本として、商品の比較選択を難しくする次の要因に該当するもので、

- ・内容量が不統一または多様なもの
- ・ブランド数が多いもの
- ・品質が多様なもの
- ・容器または包装の形態が多様なもの、などといたします。

次に二つ目の、「見直しの方法」についてご説明いたします。

対象品目の削除、追加、名称変更および適用範囲の拡大など見直しを行うに当たっては、資料 2 にその集計表をまとめさせていただきましたが、次の 4 つのデータを基に見直しを行いました。

1 つ目は消費者モニターによる単位価格表示調査の結果

2 つ目は消費者及び事業者に対するアンケートの結果

3 つ目は総務省が実施している家計調査の結果

4 つ目は他都市の単位価格表示基準

以上の 4 つです。

それではまず、対象品目から削除すべきと考える品目を説明します。

削除すべき品目は、日用品では、シェイピングクリーム、ベビーパウダー、ちり紙を商品需要が少ないことなどから削除すべきと考えます。

加工食品では、粉ミルク、アイスクリーム、炭酸飲料を内容量の種類が少なく、品質、銘柄重視で選ばれる傾向があることなどから、また、化学調味料を商品需要が少ないことから削除すべきと考えます。

生鮮食品等では、ばれいしょ、みかんを販売形態が山売り、袋売りが一般的であり、単位価格表示になじみにくいなどの理由から削除すべきと考えます。

それではここで品目ごとに見て行きたいと思えます。

まず、のシェイピングクリームですが、

- ・販売していない店舗が比較的多い。
- ・削除すべきという意見がある。

- ・家計調査の対象品目ではない。
- ・他都市で指定されていない。

などの理由により削除すべきと考えました。

また、シェービングクリーム自体の需要が低下しているといわれておりますが、これは現在では電動シェーバーが広く普及していることが影響しているものと考えられます。

のベビーパウダーですが、

- ・販売していない店舗が多い。
- ・削除すべきという意見がある。
- ・家計調査の対象品目ではない。
- ・他都市で指定されていない。

などの理由によりです。

また、ベビーパウダーの需要が低下しているといわれておりますが、ベビーパウダーは、乳児などがかぶれを起こすことがあるといわれ、産科や小児科などの病院でも利用を進めていないとも聞いております。

のちり紙ですが、

- ・販売していない店舗が多い。
- ・削除すべきという意見がある。
- ・家計調査の対象品目ではない。

などの理由とともに

- ・他都市で指定しているところが少ない。

などの理由により削除すべきと考えました。

高齢者を介護している家庭では引き続き使われており、ある程度需要があるなどとも言われておりますが、相対的には販売していない店舗が多いという調査結果からも需要は低下していると考えてよいのではないかと考えます。

の粉ミルクですが、

- ・販売していない店舗が多い。
- ・家計調査で購入頻度がかなり少ない。

などの理由によりです。

のアイスクリームですが、

- ・削除すべきという意見が多い(品質、銘柄を重視しているため)。
- ・他都市で指定されていない。

などの理由によりです。

アイスクリームにつきましては、皆様ご存知のように、大きさが何種類もあると言うわけではなく、一定の大きさ(145ミリリットル)のものが大半ですので、「内容量が不統一または多様なもの」とは言いがたく、その点でも単価表示の必要性が低いとも考えられます。

の炭酸飲料ですが、

- ・削除すべきという意見がある（内容量の種類が少なく、品質、銘柄を重視しているため）。
- ・他都市で指定されていない。

などの理由によります。

炭酸飲料につきましては皆さんご存知のように、今、ペットボトルが主流でございまして、種類の的には500ミリリットル、ないしは2リットルの内容量のものが大半で、品目選定の考え方にある「内容量が不統一または多様なもの」に当てはまらないものと考えます。

の化学調味料ですが、

- ・表示していない店舗が多い。
- ・家計調査の対象品目ではない。
- ・他都市では指定されているところが少ない。

などの理由によります。

「化学調味料」はもともと「味の素」をさす言葉であるといわれており、味の素の主成分はグルタミン酸ナトリウムですので、大まかに言えば、化学調味料＝味の素＝グルタミン酸ナトリウムとなりまして、もともとの意味から言えば、きわめて狭い範囲しか表せないということになります。

のばれいしょとのみかんは一緒に説明させてさせていただきますが、

- ・表示していない店舗が多い。
- ・削除すべきという意見比較的多い、または多い。
- ・他都市で指定されているところが少ないか、または指定されていない。

などの理由によります。

また、最初に理由のところで説明しましたように、2つの品目は「販売形態が山売り、袋売り等が一般的であり、単価表示になじみ難い」ことも大きな理由として挙げてよいのではないかと考えます。

以上が、対象品目からの削除が適当と考えた9品目であります。

ここまでの説明でご意見等ございましたらお願いいたします。

（部会長）

それでは削除すべき9品目について何か意見はあるか。

（委員）

のアイスクリームについて総称としてのものなのか。

氷菓も含めたものか。

アイスクリームと表示されているものだけか。

それによって、内容が変わってくる。

（部会長）

むしろ、消費者が選ぶにあたって、好み、嗜好が優先されるから外すという意味と思われる。

(委員)

クリームの含有量云々ということではなくて、俗に言うアイスクリームということではないか。

(事務局)

形態はいろいろあると思うが、容器の大きさ、いわゆる内容量よりも銘柄、ブランドが重視されているので選定基準にそぐわないのではないと考えた。

(委員)

アイス全般ということか。

(事務局)

「クリーム」とあるので、クリーム状のものである。

(委員)

シェイピングクリームは一時はやったが、今も存在するとは思わなかった。

(委員)

ばれいしょは、袋入り、大きさがマチマチであるので表示があった方がよい。みかんは削除すべきだが、ばれいしょは残すべきではないか。

(委員)

両方とも特売という意識を植え付けるためのものではないか。確かに袋売りだと安いような印象はある。

(事務局)

野菜に関してはレンコンやかぼちゃ、果物ではバナナなどは、実際に単位価格が表示されていることもあるが、ばれいしょがそのように売られているということはほとんど無いという実態を反映したい。

(委員)

ばれいしょが削除ならば、かぼちゃも削除のような気がする。

(委員)

アンケート結果だと、ばれいしょの方がニーズがありそうだ。

(事務局)

生活に密着してはいるが、販売形態が単位価格基準になじまないのではないかという考えで提案させていただいた。ばれいしょは山売り、袋売りなどで、目の前にあるわけだから、比較、選択できる。事業者にそこまで責任を持たせなくてもよいのでは、と考えた。

(部会長)

9品目の削除についてはよろしいか。

次、説明願いたい。

(事務局)

それでは次に4ページの、対象品目に追加すべきと考える10品目について説明いたします。

対象品目に追加すべき品目としては、日用品ではラップフィルムとアルミホイルの2品目、加工食品ではバター、マーガリン、みそ、ヨーグルト、風味調味料、緑茶、しょう油の7品目、生鮮食品等ではまぐろ、の1品目、計10品目につきまして、購入頻度が高い、消費者の追加要望が高い、ほとんどの都市で指定している。などの理由により対象品目に追加すべきと考えました。

また、それ以外の理由といたしまして、いずれの品目も私たちの消費生活に密着したなじみの深い品目であるということができると思います。

それではここで品目ごとに見て行きたいと思います。

のラップフィルムですが

- ・追加すべきとの意見がかなり多い。
- ・家計調査で購入頻度が高い。

などの理由により追加すべきと考えました。

のアルミホイルですが、

- ・追加すべきとの意見がかなり多い。
- ・家計調査で購入頻度が高い。

などの理由によります。

のバターですが、

- ・追加すべきとの意見がかなり多い。
- ・他都市で指定されているところが多い。

などの理由によります。

のマーガリンですが、

- ・追加すべきとの意見がかなり多い。
- ・他都市で指定されているところが多い。

などの理由によります。

のみそですが、

- ・追加すべきとの意見がかなり多い。
- ・家計調査で購入頻度が比較的高い。
- ・他都市で指定されているところが多い。

などの理由によります。

のヨーグルトですが

- ・追加すべきとの意見が多い。
- ・家計調査で購入頻度が非常に高い。
- ・他都市で指定されているところが多い。

などの理由によります。

の風味調味料ですが、

- ・家計調査で購入頻度が比較的高い。

という理由によります。

の緑茶ですが、

- ・追加すべきとの意見がかなり多い。
- ・家計調査で支出金額が高い。
- ・他都市で指定されているところが多い。

などの理由によります。

のしょう油ですが、

- ・追加すべきとの意見がかなり多い。
- ・家計調査で購入頻度が比較的高い。
- ・他都市で指定されているところが多い。

などの理由によります。

のまぐろですが、

- ・追加すべきとの意見がかなり多い。
- ・家計調査で購入頻度が高い。
- ・他都市で指定されているところが多い。

などの理由により追加すべきと考えました。

以上が対象品目に追加すべきと考えた 10 品目です。

次に、品目の適用範囲の拡大及び名称変更を行うべきとした 2 品目につきまして説明いたします。

品目の適用範囲の拡大及び名称変更を行うべきとしたものは、加工食品の、1 つは食卓塩、1 つはサラダドレッシングとフレンチドレッシングであります。

まず、食卓塩につきまして説明いたします。

食卓塩は、使いやすい小ビンに入れられ食卓での調味料として使用されていますが、最近では食卓塩の他、料理用塩、精製塩、粗塩、焼塩など数多くの銘柄が販売されています。

このような近年の販売の実態や、日常生活に密着した品目であることから、「食卓塩」については適用範囲を広げ「食塩」にすべきと考えられます。

なお、他都市では「食塩」の名称で指定しているところが多数となっています。

次に、サラダドレッシングとフレンチドレッシングについて説明いたします。

国においては「サラダドレッシング」、「フレンチドレッシング」以外の多種のドレッシングが流通している実態に即して、JAS 規格である「ドレッシング品質表示基準」を廃止し、新たに、「ドレッシング及びドレッシングタイプ調味料品質表示基準」を平成 15 年 9 月に制定し、「サラダドレッシング」、「フレンチドレッシング」の区分を廃止しております。このことからその他のドレッシングも包括的に含めた「ドレッシング類」として対象品目の拡大を図ることが望ましいと考えます。

ただし、「マヨネーズ」については、ドレッシング類に含まれますが、これまでどおり個別の対象品目とすることの方が消費者にとって分かりやすいと考えられますので、現行どおりとするのが望ましいと考えます。

次に、対象品目の基準単位量の変更ですが、これにつきましては、品目の適用範囲の拡大及び名称変更を行うべきとしたサラダドレッシングとフレンチドレッシングにつきまして、ドレッシング類として統一しました後の基準単位量を設定しなければなりません。

ドレッシング類につきましては、実際に販売されている商品の単位には、「g」と「ml」のどちらの表記もなされていますが、液状のドレッシングの「ml」の表記が多く見受けられるため、流通実態に即した基準単位量とすることが望まれると考えられます。

よって「ドレッシング類」の基準単位量は「100ml」にすべきと考えます。

ただし、このことによって、グラムによる表示を排除するのではなく、8ページの別表の下の備考欄にも記載がありますように、「基準単位量がミリリットルで定められている商品が製造段階においてキログラム、グラムで表示されている場合はグラムで、それぞれ表示してさしつかえない」としており、弾力的に対応できるようにしたいと思います。

以上で、見直し案についての説明を終わります。

( 部会長 )

意見あるか。

( 委員 )

風味調味料とは何か。

( 事務局 )

風味調味料とは、JAS規格で調味料及び風味原料に糖分、食塩等を加え、乾燥し、粉末状、顆粒状にしたものであって、調理の際、風味原料の香り及び味を付与するものを言い、例えば「ほんだし」などをいう。

( 部会長 )

ナトリウム単体のものは少なく、いろいろなものが混じって売られている。

( 部会長 )

緑茶というのは、液体ではなく葉のことですね。

( 事務局 )

はい。

( 委員 )

麦茶はどうか。

( 事務局 )

含む。

( 部会長 )

生鮮食料品について、マグロが入るのはは千葉市は初めてか。

(事務局)

はい。

(部会長)

食卓塩から食塩、ドレッシング類、これらの範囲拡大、名称変更はよいか。

(各委員)

はい。

(委員)

ボディソープを追加しなかった理由は。

(事務局)

アンケートは多かったが、家計調査で対象とされていないため、数字的な裏づけがなく、追加するまでには至らなかった。

(部会長)

全体を通じて、他にあるか。

(委員)

対象品目を追加することは、消費者にとってうれしいが、事業者が大変ではないか。

(事務局)

前回、単位価格表示基準の目的を説明したが、消費者にも事業者にも意義がある。市も条例によって単位価格表示制度を設けており、市として推進していくのだという意思があるので、今回の見直しにより、時代に合せていないものは削除し、必要なものは追加することで提案させていただいた。事業者にとって負担にならないかということは確かにあるが、やはり消費者にとって必要なものだとして事業者に理解し、協力をいただきたいということで、今後もこの制度を推進していきたいと考える。

(部会長)

それでは、これまでの議論を踏まえ、当部会といたしましては事務局案を承認することといたしたいと思うが、よろしいか。

(各委員)

異議なし。

(部会長)

それでは、適正化部会としては事務局から提案のあった見直し案を承認することとし、これを踏まえて今後のスケジュールを再度事務局から説明してください。

(事務局)

本日提案させていただいた見直し案を、当適正化部会で承認いただいたものとし、これから先のスケジュールを決めさせていただきます。

この適正化部会の本体にあたります千葉市消費生活審議会に、この適正化部会の審議の結果、見直し案を了承されたことを報告し、あらためて審議会としてこの見直し案を了承していただくため、審議会を7月に開催したいと考えています。

その後、8月に消費生活条例施行規則の別表を改正し、10月に施行させたいと考えています。

( 部会長 )

7月に審議会での審議、10月に施行という手順になるということですね。

スケジュールに関し何かあるか。よろしいか。

( 各委員 )

はい。

( 部会長 )

他にご質問等なければ、議題2の「その他」は、部会としては特にはないが、事務局から何か用意がありますか。

( 事務局 )

事務局からも特に議題としてはありません。

( 部会長 )

それでは、これで本日の議事は終了します。円滑な進行にご協力いただきありがとうございました。