

第 62 回高知県消費生活審議会

開催日時：令和 7 年 12 月 3 日（水）

委員氏名：金岡美智、宮地幸、宮本光教、中川雅人、森田健嗣、下元敏晴、大村耕作、
白石研二、笹岡貴文、上岡志乃、町田博（オブザーバー）

議題：次第参照

諮問

（1）高知県単位価格表示基準の廃止について

事務局

諮問書を読み上げ、会長に手交。

事務局

資料 1-1、1-2、1-3 により説明。

委員

事業者アンケートのスーパーマーケット 3 店舗は、サニーマート 3 店舗みたいな感じか。
スーパーマーケットはいくつかあるがそれぞれではないということか。

事務局

そのとおり。

委員

問合せについて数十年にわたり寄せられていないというのは、返せばアンケートの内容
からして、知られていないというのがあるという理解でよろしいか。

事務局

そのように言える。

委員

資料 1-1、3 ページの参考の一番下に中国四国農政局によると単位価格表示を行って
いないものを見かけないとするが、これは高知県の状況を見かけないとのことか。事務局

が自ら出向いて、見てということではないのか。

事務局

中国四国農政局によることを書いているが、職員も店舗に出向き調べている。

委員

この基準は国内産に適用するのか、輸入品にも適用するのか。

もう一つ、他県の状況について制定 19 と未制定 28 で分かれているが、それぞれの主な経緯や、まだ残っているところの今後の方針、方向性などの 3 点について分かるか。

事務局

まず一つ目の質問については、輸入や国産に関係なく対象になる。

二つ目の質問について、資料 1-1 にあるように昭和 50 年に経済企画庁、農林省、通商産業省の連名で単位価格表示の推進について各都道府県等に通知が出ている。四国の中でも、愛媛と当県は制定していて、香川と徳島は最初から制定していない状況で、横並びを見ている感じもなく、なぜこのように対応がばらけているのか、はっきりしたところは分からない状況。また、今回全国調査をした際に、まだ定めたままの都道府県について今後の見込みを聞いてみたが、特に廃止の動きまで踏み込んで答えているところはなかった。

委員

基準は、もともと農林省とか通商産業省とか各省庁にまたがると思うが、通常、日本の政府は一旦決めたら全国一律が多い。このように自由な、罰則規定もないのは珍しい規定だと思った。

委員

どういった背景でこの基準がでてきたのか聞きたかった。随分以前の昔は、同じ商品で多くの量を買うときには、商品を選択する基準として、グラム当たりで安いものが割安といった感覚があった。自分が子供の頃、スーパーマーケットの量販店に、生鮮食品が小売店のように入っていた時期もあったが、その頃は、買い物をする人がグラム当たりで比較検討できることは大事だった気がする。アンケートにもあるように、物価高騰もある中で、最近はどちらかというところ、できるだけ実額で安いものとか、生鮮でも量的にはそれほど多くなくても実額で安いものといった傾向があり、そういう流れの中での話なのかなと、説明を聞きながら感じたところ。そういった意味では、全国一律で制定しているわけではないが、制定した経過が何であったのかが分かればすっきりすると思った。今の消費者の

買い物行動にも沿った取り組みかなというふうには感じた。

事務局

この基準を制定した昭和 53 年 3 月に県が手引を作っており、それを見ると、同一商品について一定時点の同じ種類の商品双方の価格を比較したり、同じ商品の違った時点での価格を比較したりすることができるようになる。あと、過剰な包装品には、余分なコストがかかっている、他に比べて割高になっているということがあったり、また、価格は据え置きでも中身を減らすことによって実質的な値上げを図ったり、徳用型と言いつつながら実際は普通サイズのものより割高な場合などは単位価格を表示することによって、そういったことも消費者が気付くようになる。さらに、同じ商品であっても単位価格が通常のものより著しく低いような場合には、中身の品質が他よりも大きく劣っていたりとか、原材料や製造方法が異なる場合も少なくないということもあるので、そういったことについて消費者に注意を喚起するという隠れた機能もあると書かれている。参考までに。

委員

今回の説明にもあった消費者が判断する基準が変わってきているとか、商品の品質については、昔よりは自ら表示の方の義務化の関係とかでそこをきっちり見ながら選択するという流れからいくと、その流れに沿った取り組みかなという感じを受けた。

委員

高知市の基準が残ってるが、何か連携を取っているのか。高知市もやめるのか。

事務局

高知市には情報提供しており、県は廃止について今回の消費生活審議会に諮ろうとしているということはお伝えをしている。

委員

事業者アンケートで、品目を増やすとなったら事業者は負担が生じる。だからこういう答えが普通に出てくると思うので、あまりこの結果は意味があるのかなという気はする。

委員

他に意見や質問はないようなので、高知県単位価格表示基準を廃止する諮問について、当審議会の意見として廃止は適当という意見でよろしいか。

(異議なし)

委員

答申書を読み上げ、事務局に手交。

議事

(1) 消費生活相談の状況について

事務局

資料2により説明。

委員

通信販売に関する相談があまり減っていないと思うが、大手の通信販売メーカーではなく、小規模な事業者の案件が多いのか。

事務局

通信販売の相談で非常に多いのは、大手のショッピングサイトを通じて購入を申し込んだ後のトラブルのほか、海外のECサイトの情報も多く入ってきており、粗悪品が届いた、注文したものと違う、商品が届かないといったものが非常に多くある。小規模な事業者というよりは大手のサイトを通じた申込み、契約について相談が多い状況にある。

委員

フリーローンとかサラ金の相談で、6年度、7年度の分を見ても、コロナ禍で2、3、4年度辺りは減っているが、その後5、6年度で多分7年度もこの倍とすると、同じぐらいいくのかなと想定される。何か対策が取れそうな気もするが、いかがか。

事務局

相談件数は減少基調にあったのが逆転したというところについては、物価の高騰であるといったことも関係しているのではと思っているが、相談の内容を見ていると、無計画な買い物であるとか、自分の家計の状況を認識されていない方も結構多くおり、金銭教育が大事ということを感じているところ。教育のタイミングというところの難しさもあるかもしれないが、子どもに限らず成人、一定年齢を重ねた方についてもお金の使い方ということを今一度考えていただけるような、何か取り組みが必要かなというふうに考えている。

委員

安全安心まちづくりとかの会議もあるので、その辺とリンクして協議もやっていったらいいかなと思う。

委員

資料2の4ページ、6年度の実績の報告の対応処理結果で、あっせん解決、あっせん不調、処理不能、処理不要とあり、傾向としてはどのようなものなのか。

また、処理不能、処理不要はどういった中身なのか。相談の内容によっては、相談者サイドのほうにも何か原因があると、処理が不能や不要になるのか。

事務局

あっせんをする相談の傾向というところは、なかなか申し上げることは難しい。最近、事業者との交渉がなかなか難しい。契約内容がすごく複雑になっており、絡んでいる事業者もたくさんあり、支払方法も今いろいろある中、事業者と連絡がつくまでに時間がかかったり、事業者とやり取りする中でも困難なケースというのが一定ある。どういったものかというのは、申し上げるのが難しい。

処理不能というのは、例えば、ある契約についての苦情の相談があったとしても、途中で相談者との連絡が途切れてしまい、それ以上聞き取りが難しくなったような場合を指している。処理不要というのは、単に情報提供だけといったものを指している。

委員

あっせんが不調で関係者も多くなると、恐らく消費生活センターの対応では難しいところだろうと思うが、場合によっては、連携して取り組んでる専門機関などにつないで、相談は可能な限り対応していただければ、センターの役割もしっかり果たされるのかなと感じた。

委員

なぜ70歳代、高齢者が多くターゲットにされているか分析はされているのか。社会行動的にしょうがない、やむを得ない数字なのか。そこら辺をどういうふうにお考えなのか。

事務局

通信販売の事例では、70歳以上の高齢者の方がターゲットにされているというのが一つ要因としてある。今、ターゲティング広告で狙い撃ちをした広告が非常に多くなっている。70歳以上でもスマホをお持ちの方が多くなっており、動画、SNSを活用される方も年齢

にかかわらず増えているなかで、そういった方へ健康食品や、すごく安い、安いのに効果がとても優れているといった広告を送ることによって、契約に誘い出すという手口。悪質な事例で処分されているような事業者もあるが、高齢者が今そのターゲットの中心になっているというところがある。センターとしても、通販利用する際のポイントや、慎重な検討をしていただくというのは、常日頃皆さんにお伝えをしているところではあるが、まだなかなか浸透していないところがあるということの裏返しかとも思っており、広報・啓発に一層力を入れていきたい。

委員

いきいき百歳体操とか、町内会とかの時間にいろいろやっているが、そこに出てこられない方も結構多く、そういう方にどうやって情報を伝えていくかが、社会全体の基本的な在り方ではないかと思う。

委員

資料2の11ページ、通信販売におけるページについて、大手サイトや海外のECサイトの商品はすごく安く、魅力的でよく見るが、サイトの下の方へ下りていくと日本語の使い方が違ったり、大手サイトでも結構海外を介したところが関係していたり、販売元が海外だったりということも時々あり、よく確認しないといけないと注意をしている。

敬老会で地区でお祝いをする際に、違法な商法に気を付けましょうといったチラシを配り、啓発をしているところもある。そういった集まりで違法な商法とかをみんなで勉強するのもいいことだと思う。

(2) 高知県消費者教育推進計画の進捗状況について

事務局

資料3-1、3-2、5により説明。

委員

くらしのサポーター登録は、ここにいる方はみんな登録しているのか、登録できないのか。県庁職員何千人もいるが、全員がやったらすごい数字になる。強制じゃないにしても、そういうことも一つ必要かと思う。

それと、消費者を守っていくということは、生活を守って、極論を言えば命を守ること。南海トラフのエリアメッセージは何人ぐらい登録してるのか、割と多いような気がする。発信をピンポイントで、1万人いれば1万人全員に届く。そういうことも一つ

活用できるんじゃないか。部局とか、いろんな課題はあるとは思いますが、検討してはと思う。

事務局

どこまでできるか分からないが、考えていきたい。

委員

資料3-1のNo.2で、ネット被害に関連した消費生活出前講座の回数ということで、目標値達成に向けた課題と今後の取組内容で、ニーズに応じた講座内容とあるが、ニーズの拾い方を教えていただきたい。

事務局

この項目は、主に出席講座の場面を想定しており、出席講座の依頼があった際、依頼者側からどういった層の方が参加をされるかとか、スマホをお持ちであるかどうかとか、その講座で取り上げてほしいような項目とか、聞き取りを事前に行い、それを基に内容をアレンジをしてやっており、ニーズというのは、そういった際の依頼者側のニーズということになる。

委員

出席講座の開催を案内する際に、ニーズや要望に沿った形でできることをしっかり伝えながら講座をPRしていけば、恐らく目標とした回数を達成していくこともできると思うので、ぜひ引き続きよろしく願いしたい。

委員

事務局はいただいたご意見などを反映して、引き続き消費者教育を推進していただくよう、よろしく願います。

(3) 高知県食品ロス削減推進計画の進捗状況について

事務局

資料4により説明。

委員

食品ロスの関係についてもここ数年すごく取り組みが活発に進んでいると思う。食ロスが少なくなる、県民の意識も高くなる、ローリングストックまでに消費をしてという話に

なるとフードバンクが気になる場所。食品ロスが無くなるということはいいことだが、取り組みが進んでいく一方で、大変な思いをされている方に食品が回っていかないということもある。回答は必要ないが、今後、別のところで支援をする検討も必要。

委員

勤務先で、年に2回大きな会があるときにフードドライブを行っている。2年ぐらい前から始め、最近定着してきて、たくさん寄付をいただいている。

また、スーパーに行くと、期限が近く割引になる商品にシールを貼ってあるところが1社2社と増えており、そういうものをよく活用する。1社では数枚集めたらガラポンができるが、小さな子どもがいないので、そのまま子ども食堂とかへ寄附してもらいたいと言ったこともある。最近のスーパーでは、大きなポスターに何枚か貼っていき、いっぱいになるとどこかに寄付をするような取り組みもしていて、とてもいいなと思って買い物に行く。

商品も食品も値段が上がってきており、特売で安く売っているときに買い過ぎてしまうこともあるが、自分の家の冷蔵庫の中身とよく相談をしながら買い物をするのが一番食品ロスを防ぐことができると思った。

委員

食品ロス削減に伴うフードバンクや子ども食堂等への寄付減少の影響は懸念される場所ではあるが、食品ロス削減における寄附活動を通じてフードロスへの理解が進むとともに、子どもさんや保護者の方々が一緒に、フードバンクを利用される世帯や地域の課題に思いを寄せていただける福祉教育的な効果も大きい。

企業によっては食品ロス削減を目的とした寄附付き商品で、フードバンクや子ども食堂を支援されている事例もあり、食品ロス削減とフードバンク等の食支援を一体的に進めることが大切だと感じている。

委員

10月が食品ロス削減月間、食品ロス削減の日が10月30日ということで、広報もされている。このロス削減月間に何かイベント的なものはやっているか。

事務局

当課として特にはやってはない。

委員

イベントをやればいいというものではないが、例えば大型ショッピングセンターで、食ロス削減月間のときに啓発の催事をすれば、買い物のついでに寄ったお客さんに対して取り組みのPRにつながると思う。併せて、フードバンクとかフードドライブを行い、当日お持ちいただいたら、そういう形で協力できますよとご案内をする。作業的なものとか予算的なものもあろうかとは思いますが、月間のPRをするということであれば、そんなこともやってみてもいいのかなと感じた。

委員

そちらの検討もよろしく願います。

食品ロスの削減については、食料安全保障の観点からいっても、いわゆるカロリーベースでの食料自給率のアップにもつながると思うので、ぜひ強力な取り組みをよろしく願います。

これにて全ての議事を終了する。

事務局

本日いただいた意見などについては、これからの取り組みや次年度の事業実施の参考とさせていただきます。

以上をもって、審議会を閉会する。