

第 1 8 次東京都消費生活対策審議会
総会（第 3 回）
議 事 録

平成 1 6 年 5 月 2 5 日（火）

都庁第一本庁舎42階特別会議室 A

午前9時30分開会

消費生活部長 大変お待たせいたしました。本日は、委員の皆様にはお忙しい中ご出席いただきまして、誠にありがとうございます。

本審議会の事務局を担当いたしております生活文化局消費生活部長の高田でございます。

本事務局担当の書記に本年4月1日付で異動がありましたので、ご紹介いたします。長澤企画調整課長、藤井取引指導課長、杉田調整担当副参事です。

ただいまご出席をいただいております委員の方は23名、委任状がなしでございます。委員総数の半数以上の出席という総会開会に必要な定足数に達しておりますことをご報告申し上げます。

それでは、会長よろしくお願いたします。

松本会長 ただいま消費生活部長からご報告がありましたとおり、総会開催に必要な定足数に達しておりますので、第18次東京都消費生活対策審議会第3回総会を開会させていただきます。

それでは、お手元の会議次第に従いまして議事を進めてまいりたいと思います。

まず、2の答申案の審議に入ります。

昨年9月16日の第1回の総会におきまして知事から諮問を受け、後藤委員を部会長とする保証表示部会、鈴木深雪委員を小部会長とする保証表示小部会を設置し、部会・小部会ともにおのおの7回開催し、ご審議をいただきました。本年2月24日の第2回の総会における審議及び、中間報告に対して広く都民から募集をいたしましたパブリックコメントを踏まえて、さらに部会・小部会で審議を重ねていただきました。

本日、部会の最終報告をお出しいただきまして、答申案としてご審議をお願いしたいと思います。審議の進め方といたしまして、まず、後藤部会長から答申案についてご説明をいただきたいと思います。本日の総会でご承認が得られましたら、引き続き当審議会の答申として知事に提出することにいたしたいと思いますので、よろしくお願いをいたします。

それでは、後藤部会長から、「東京都消費生活条例に基づく保証表示のあり方及び指定する商品等の見直しについて」答申案のご説明をお願いいたします。

後藤部会長 それでは、お手元の答申(案)に沿いましてご報告させていただきます。

東京都消費生活条例第17条は、「知事は、必要があると認めるときは、商品又はサービスごとに、その品質、性能等を保証する旨の表示につき、表示すべき事項、表示の方法そ

の他表示に際し事業者が守るべき事項を指定することができる」と定めております。この条例17条につきまして、当審議会は平成15年9月16日に、社会経済状況等の変化を踏まえ、保証表示の適正化を図るため、「東京都消費生活条例に基づく保証表示のあり方及び指定する商品等の見直しについて」知事から諮問を受けました。

そこで、この事項を審議するため、保証表示部会及び保証表示小部会を設置いたしました。部会及び小部会におきましては、商品等や流通の多様化、消費行動の変化等を踏まえ、保証表示の見直しについて審議を行いました。審議に当たりましては、消費者の意識調査及びヒアリング、そして、関係事業者及び事業者団体に対するヒアリングを実施し、現状やニーズを踏まえた、実効性のある保証表示のあり方及び指定する商品等の見直しについて提案することを目指しました。

本報告は、平成16年2月24日に保証表示部会がまとめた中間報告をもとに、総会での意見を踏まえ、また、都民から寄せられました意見・提案等を参考としながら取りまとめたものであります。

第1、東京都の保証表示制度とこれまでの取組というところについて報告いたします。

東京都では、昭和50年12月施行の東京都消費生活条例におきまして保証表示制度を創設し、昭和52年4月にその対象として、電気洗濯機等35品目の商品を指定いたしました。

この背景としましては、販売促進の一環として普及している保証書に、消費者に不利益な部分についての表示がなかったり、その内容が不明確であったりしてトラブルの原因となることがありまして、必ずしも消費者にとって好ましいという状況ではなかったということがあります。

その後も、新しい商品の登場とその保証書の普及状況を勘案しまして、都民の消費生活に関連の深い商品のうちから、販売に当たって保証書の添付が慣例化しているものであって、家庭への普及率が高いもの及び今後普及すると予想されるものを選定基準としまして、随時指定商品等の見直しを行ってきました。その結果、現在では62品目の商品を指定しているわけでありまして、これまでの見直しの概要は、お手元の別紙1に示されているとおりであります。

保証表示のあり方としましては、事業者に保証書の添付を義務づけるという方法も考えられますけれども、東京都の制度は、事業者が商品に保証書を添付する場合に、その表示事項について一定の義務づけを行うというものでありまして、消費者にとって保証内容をわかりやすく正確なものにするために、保証期間や保証の条件等、現在11の表示すべき事

項を定めております。

以上がこれまでの取り組みの状況であります。

第2の保証表示に係る指定商品等の見直しの部分についてご報告いたします。

指定商品の追加、削除及び適用範囲の改正について。

東京都は、これまで耐久消費財の保証書を対象としまして指定を行ってききましたが、平成8年度に電気衣類乾燥機等を指定した以後、指定商品の見直しを行っていないため、その後の社会状況の変化を踏まえた見直しが必要となっていました。

前回の指定以後の耐久消費財関係の変化としまして、デジタル家電製品、特にDVD、デジタルカメラ、薄型テレビ（液晶・プラズマ）の大幅な普及が挙げられます。また、パソコンやプリンター、携帯電話、さらにはカーナビ等の普及が急速に進むとともに、ライフスタイルの変化や消費者の環境への関心の高まりなどから、食器洗い乾燥機、電磁調理器、温水洗浄便座、さらにはいす式の電気マッサージ器なども出荷台数を伸ばしております。

このような状況を踏まえまして、さきの選定基準により検討しました結果、別紙2に示しましたように新規指定として10品目、適用範囲の改正として3品目を選定するとともに、既に製造が中止されました商品について指定の解除1品目を選定いたしました。

具体的に申し上げますと、新規指定として食器洗い乾燥機、携帯電話端末、パソコン、プリンター等10品目。適用範囲の改正としまして、テレビジョン受信機、これは従来のブラウン管受信機に加えまして、液晶・プラズマ等による受信機を指定するという。それから電話機、ファクスの機能を備える電話機を加えるということ。それから電気洗濯機、これは電気洗濯乾燥機を加えるということ。この3品目を選定するとともに、既に販売が中止された商品について指定の解除1品目、これはワープロであります。選定いたしました。以上の指定商品等の見直しは、さきに挙げました家庭への普及率が高いもの等の基準から選定したものであります。

車いす等介護用品など、必ずしも一般的な普及率は高くなくても、必要な人への普及率は非常に高いという商品等につきましては、今回の指定の中には入っていないわけであり。車いすについて検討いたしましたが、現在、高齢者につきましては、介護保険法における福祉用具の貸与がなされておりまして、一般購入はほとんどなされていない状況であります。また、障害者につきましては、身体障害者福祉法における補装具の交付及び修理が適用されておりまして、これも一般購入はほとんどなされていない状況であります。

このように、介護用品は貸与による場合が多いことなどから、今回は指定対象としなかったということでもあります。

なお、そもそも品目指定という考え方自体を外して、保証書をつける場合はこのように表示せよという方式に改めてはどうかという意見もございましたが、耐久消費財と他の商品は表示すべき事項に違いがある等、ある程度グルーピングをする必要がありますし、また、品目指定を外すことが業界の理解を得られるか等の問題がありますため、今回は品目指定方式を維持しているということでもあります。ただし、IT化やライフスタイルの変化等に伴いまして、新しい商品やサービスが次々と登場している今日におきましては、品目指定の見直しを短いサイクルで行うことが必要であると考えerわけでもあります。

2番目の表示すべき事項というところにまいります。

表示すべき事項について、東京都消費生活条例第17条に基づく告示は11の項目を挙げております。平成14年度の条例改正で、表示すべき事項や表示の方法その他表示に際し事業者が守るべき事項の指定につきまして、審議会に諮問しなければならない事項から削除されたわけではありますが、今回の諮問事項を審議する過程では、業界団体ヒアリング等を行い、表示すべき事項等についても意見を徴し、審議会として一定の検討を行いました。

その結果、今回の新規指定商品を含め、現行保証書における不明確な点や不足している事項を明確にし、消費者に保証期間、保証内容等について正確な情報を提供するために、別紙3のとおり表示させるべきであるという結論に至りました。

3番目の表示の方法その他表示に際し事業者が守るべき事項についてご報告いたします。

今回の消費者調査及び都民の意見募集におきまして、保証書の表現について「もっとわかりやすくしてほしい」という意見が多数寄せられました。例えば資料の37ページ、クエスチョン7の消費者調査の結果を見ますと、「文字が小さくて読みにくい」、「表現が難しく理解できない」という不満が圧倒的に多いわけでもあります。

保証書は商品選択に当たって必要な情報であることから、保証表示に際しては、昨年10月に高齢者に配慮するためにJIS規格化された、年齢に応じた文字の大きさの規格等を踏まえ、消費者にとって読みやすい文字とわかりやすい表現及び方法を用いることが必要であります。読みやすい文字とは、文字の大きさだけでなく、背景の色との関係で見やすい色を使うといった点が含まれます。

わかりやすい表現等の関係では、例えば都が表示すべき事項の一つとしている告示11も、消費者にわかりにくいものの一つであります。この告示11の部分につきまして、従来は、

事業者は当該保証表示によって、当該商品に係る法律上の責任を免れるものではない旨という規定になっておりました。その趣旨は、メーカーが保証書により責任を負う場合でも、売り手の瑕疵担保責任等の他の法的責任の成立は妨げられないということにあるわけであり、

この表現を今回、次のように改めました。「保証書によって、保証書を発行している者（保証責任者）以外の事業者の法的責任を制約するものでない旨」と改めました。これは、メーカーが保証書を発行している場合に、この保証書によって、販売店が売り主として負う瑕疵担保責任を制約することはできないこと、また、販売店が保証書を発行している場合に、メーカーの責任については制約することができないことを規定したものでありまして、その意味では当然のことを注意的に規定したものであります。

しかし、その反面としまして、保証書を発行している事業者の法的責任は制約することができると読めるわけでありますので、メーカーが保証書を発行している場合に、メーカーが負う責任は制約できること、また、販売店が保証書を発行している場合に、販売店が負う責任は制約できることになると思われます。従来の規定ですと、このような保証書の発行者の責任も制約できないようにも読めますので、今回、消費者に不利な方向の改正がなされたように見えるわけであります。

しかし、今回の改正によりまして、消費者の保護を後退させる意図はありません。事業者が保証書を発行していない状態で本来負う法的責任が、保証書を発行することによって当然に制約されるものでないことは従来と同じであります。ただ、従来の規定によりまして、保証書によって事業者が法的責任を免れることはおよそあり得ないように読める可能性があります。2000年に成立した消費者契約法に照らしましても、メーカーと消費者の合意、あるいは販売店と消費者の合意によりまして、一定の場合にはメーカーや販売店が法律上の責任を免れることがあり得るわけでありますので、この場合を想定しているにすぎないわけであります。

そこで、例えばメーカーの保証書の場合、保証書によりまして販売店が売り主としての責任を免れることはないわけですから、そのことを消費者に伝えるようにわかりやすく説明することを都は事業者に指導すべきであるわけであります。

また、事業者は販売に当たって、消費者に対して保証表示内容を事前に提示するとともに、必要に応じて、または消費者の求めに応じて説明等を行うべきであります。さらに、事業者が消費者に保証書を渡す際には、保証書に記入漏れがないよう、所定事項の記載を

徹底させることが必要であります。

なお、保証表示の媒体としましては保証書が一般的であります。保証書に限定されるわけではなく、形態は問いません。例えばインターネット上の保証表示なども考えられるわけであり。しかし、東京都の消費者相談の事例を過去5年間ほど調査しましたところ、インターネット取引について、保証表示の内容とか履行についての苦情がほとんど出てこなかったため、今回はこの点については立ち入っておりません。

また、販売店の保証などでは、保証という文言ではなくて、保険という文言などを用いている例もありますが、修理、取りかえ等、通常保証とされている場合と同趣旨の記載がある場合については、これらも条例17条の適用を妨げられないわけであり。

第3の保証表示に関する新たな視点での検討の部分についてご報告いたします。

IT化の進展や価値観・ライフスタイルの変化、さらには販売戦略の多様化等、消費者を取り巻く状況の大きな変化の中で、これまで保証表示の対象として想定していなかった新しい商品やサービス等が登場してきています。そこで、これらについて検討を行いました。

まず、中古品であります。消費者向けの中古・再生品の国内市場規模は、リサイクル意識の高まり等から約5兆円と言われまして、大きなマーケットになっています。特に中古パソコンの市場は、平成14年度に前年度比22%増の約96万台と、新製品市場の約1割の規模にまで拡大しています。また、家庭用パソコンは、平成15年10月から資源有効利用促進法が適用となりまして、今後、消費者が使用したパソコンをみずから中古市場に持ち込むケースがふえることも予想されます。さらには、大手パソコンメーカーが保証書付きの自社ブランド中古パソコンの販売に乗り出したことも注目に値します。現在、自社ブランド中古パソコンを販売しているのはNECとIBMであります。NECのみ6カ月のメーカー保証をしているという状況にあるようです。

中古品市場の拡大の根底には、バブル崩壊後の消費者ニーズの変化があると言われております。消費者の低価格志向や資源の有効な利用を重視する環境志向の高まりが背景にあると言えるだろうと思います。

条例17条は、中古品を特に適用対象でないとする表現はとっておりません。従来から中古品についても条例が適用されると理解されてきましたが、中古品の市場拡大の動きを踏まえまして、中古品に保証書を添付する場合は、条例の適用対象であることを周知すべきであると思われます。その際、表示すべき事項及び表示の方法その他表示に際し事業者の

守るべき事項については、第2で検討したものを適用すべきであります。

なお、中古品の製造年月日や修理履歴等は、商品そのものの表示の問題でありまして、保証表示とは異なるものでありますが、消費者にとっては重要な情報であることから、今後中古品市場が拡大していく中で、この種の情報の表示のあり方について広く議論されることが望まれると思います。

次に、販売店独自の有料保証についてご報告いたします。

メーカーや販売店による無料保証に加え、現在では、家電量販店等が実施している有料の延長保証もかなり普及しています。これは1年間のメーカー保証に付加する形で、販売店がさらに2～4年の保証を上乗せするというものであります。

具体的には、消費者が購入時に購入金額の数%程度を支払うことで加入できる有料サービスでありまして、延長保証期間中に故障や破損が生じた場合、消費者は修理費用を負担せずに済むものであります。そのサービス内容や範囲につきましては、販売店によって異なっております。火災や落雷の場合も保証対象とするものも見られます。また、その呼び名も「保険」「保証」「補償」となっておりまして、一定しておりません。このような有料保証は、消費者と事業者が合意の上手数料を払うなど、独自の契約としての側面を持っております。

しかし、消費者に対するアンケート調査結果から見ますと、約6割の消費者が保証書による無料保証を利用したことがあり、また、約3割の消費者が有料の修理保証・保険の契約をしたことがあると回答するなど - - これは資料の30ページ、クエスチョン2でそういうことが読めます - - 保証に関する情報は消費者にとって重要な情報となっております。そこで、消費者が商品等の選択をしやすくするという観点から、保証書による無料保証と販売店の有料保証を比較検討できるよう、その表示事項について一定の標準化を図ることが重要であります。

また、メーカーの保証と販売店の保証とで、その法的性質に差異があるとしても、消費者は、両者は期間が違うだけの同じような保証と理解している可能性が高いわけがあります。したがって、販売店独自の無料保証については当然のことではありますが、有料保証につきましても条例を適用して対応すべきだということになります。ただし、その際の表示すべき事項等につきましては、有料保証が保証書による無料保証と比べてそのサービス内容が多様であることから、第2で検討した事項をそのまま当てはめるべきかどうかはさらに検討する必要があると思います。

次は、サービスについてご報告いたします。

経済のサービス化を反映し、消費者に提供されるサービスはますます多様化しております。条例17条は、「知事は、必要があると認めるときは、商品又はサービスごとに、その品質、性能等を保証する旨の表示につき、保証期間、保証内容その他表示すべき事項、表示の方法その他表示に際し事業者が守るべき事項を指定することができる」としておりまして、サービスについても対象としているわけでありまして。しかし、これまでは、サービスについては指定してこなかったわけでありまして。そこで今回、幾つかのサービスにつきましてその保証の実態を調査し、指定する必要があるかどうかを検討いたしました。

住宅リフォームの業界では平成14年6月から、財団法人住宅保証機構が、10平方メートル以上かつ500万円以上の新築に準ずる増改築工事について10年間の工事保証を開始し、保証書の標準様式を示している動きがありますが、具体的な保証書の添付は財団の調査でもかなり低く、ほとんど一般化していない状況であります。また、今回調査した他のサービスでも、ほとんど保証書の添付は見られなかったわけでありまして。資料の30ページ、クエスチョン3を見ますと、消費者アンケートの結果では、サービスについての保証書を受け取った経験がある消費者は3.9%にとどまるということでありまして。

また、サービスにつきましては、例えば住宅リフォームのようにサービスの結果何らかの形が残るものと、ホームセキュリティーのように形が残らないものがあり、形が残るサービスの場合は保証の問題としてとらえることが可能であるとしましても、形が残らないサービスの場合には、サービスの結果に対する保証というとらえ方もあり得るものの、基本的にはサービスの内容自体についての問題であること等が議論されました。

いずれにしましても、サービスについての保証書の普及率が極めて低いと、サービス全般については、保証表示よりもまず契約の内容を適正に表示させるべきで、現時点では、条例17条の保証表示の適用対象として具体的なサービスを指定するまでには至っていないと考えました。当面、各種サービスの保証実態について、引き続き把握に努めるべくさらに検討が必要であると思われまして。

次に、おわりにの部分についてご報告いたします。

今回の審議過程におきまして、都民へのインターネットアンケート及びパブリックコメントによる意見募集を行いました。その結果、保証書を利用した修理が広く行われている実態が明らかになるとともに、一方で、保証書の表現がわかりにくいという指摘、中古品やサービスに関する保証表示を進めてほしい等の要望や期待が寄せられました。

こうした意見や事業者団体等からのヒアリングをもとに、今回、平成8年度の改正以降のIT化の進展やライフスタイルの変化等の社会状況の変化を踏まえまして、デジタル家電製品やパソコン関連商品、食器洗い乾燥機等を新規指定と、テレビ等の適用範囲の改正、及び表示に際し事業者が守るべき事項の見直し等を行ったわけであります。

また、中古品の保証及び販売店による有料保証に関し、その取り扱いについて提言をまとめるとともに、多様化するサービスの保証に関しましてもその実態を調査し、今後の対応について見解を示しました。

保証書は消費者にとって重要な情報であり、その内容は、消費者の商品選択に役立つよう適正に表示されなければならないわけであります。今後、東京都において、指定する商品等の見直し及び消費者への周知、関係業界への働きかけにより、実効性ある施策を推進することが期待されるわけであります。

最後に、当審議会として今後取り組むべき課題を一つ挙げておきたいと思えます。すなわち今回の答申は、条例17条の保証表示を対象とするものでありますが、この問題を検討する過程で、条例17条の保証表示と関連し、あるいはこれと別個に条例16条の品質等の表示の問題が浮上してきております。すなわち中古品の製造年月日や修理履歴等は、商品そのものの表示の問題であり、保証表示とは異なるものでありますが、消費者にとっては重要な情報であることから、今後中古品市場が拡大していく中で、この種の情報の表示のあり方について広く議論されることが望まれます。

また、販売店独自の有料保証につきましても、条例17条を適用して対処すべきではあります。その際の表示すべき事項等につきましても、有料保証におけるサービス内容が多様であることから、保証表示として表示すべき事項をそのまま当てはめるべきかどうか検討する必要があります。販売店の有料保証における表示につきましても、保険サービスとサービスそのものの表示として問題とすべき側面もあるのではないかと考えられます。さらに、ホームセキュリティーのように形が残らないサービスの場合には、基本的にはサービスの内容自体についての問題であることも議論されたわけであります。

このように、中古品の保証、販売店保証、サービスの保証といった新たな領域における保証表示の検討を通じまして、商品・サービスの品質等の表示の問題を検討することが重要な検討課題となってきております。この点を今後の課題として一言つけ加えさせていただきます。

以上です。

松本会長 大変ありがとうございました。

それでは、ただいまの後藤部会長のご説明につきまして、どうぞご意見、ご質問等がございましたらご発言お願いいたしたいと思います。

佐野委員 今後の課題のところなんですが、先ほど説明がありましたように、保証書を中心とした考え方もあるが、今回はというお話がありました。昭和52年から約25年、商品を指定したり、解除したりしてきているわけです。もう少し合理的なやり方で、かつ消費者にわかりやすい、違う視点から保証制度を見るという、そういうことも検討課題の中の一つに入れていただけないかなと思うことと、もう一つは、解除のところなんですが、11ページの指定を解除すべき品目のワードプロセッサ、これは製造が中止されているためとありますけれど、中古品も入るのに、製造が中止されているためだけでは理由にはならないと思います。ですから、前回説明してくださったように、例えば中古品の流通がもうないとか、または中古販売がないとか、何かがないと、製造中止されているためだけでは、私は理由にならないんじゃないかなと。1行追加していただけたら、もっとわかりやすいと思います。

後藤部会長 すみません。ちょっとご質問させていただきたいんですが、保証制度について、違う視点から今後検討すべきであるということについてつけ加えるというお話ですが、違う視点からというのはどういうことですか。少し、申しわけありませんが。

佐野委員 先ほどもご説明いただいたように、前回も私、意見として申し上げたように、保証書を中心として考えるという考え方で、一々商品を指定したり、解除したりしないという。ただ、いろいろ難しいこともあるということですから、例えば家電製品とか、グループにして、もう個別商品を指定しないと。そのほうが消費者にとってわかりやすいし、今回もいろいろなものをもっと、指定をしてほしい商品として挙がっていますよね、パブリックコメントで。そういうこともある中で、もう少しわかりやすい制度と、もっと広く制度の中に取り入れるという考え方もあるのではないかなと思うんです。

後藤部会長 その点は部会でもいろいろ議論になったところでありまして、指定方式自体をもうやめてしまうということも、意見としては割と強く出たわけでありまして、その場合に、耐久消費財と他のものとは保証表示のあり方も異なってくるとおられますので、適用対象についての商品のグルーピング化をする作業とか、それから、業界団体の方に、今回新規に指定するというようなことに関して東京都の担当の方が説明に伺ったようなときでも、結構それぞれ説明して時間がかかって、理解していただくのに若干骨が折れ

たというようなお話も伺いまして、そういうことを背景に考えますと、今回は指定方式をやめるということまではいかずに、当面のやり方としまして、このように、IT化とかライフスタイルの多様化に伴って新商品やサービスがどんどん出てくる状況でありますから、頻繁に指定の見直しをすべきだということに落ちついたわけでありまして、今後の課題として、そういう、抜本的といいますが、品目指定ということについて廃止するというのも、部会の中で強い意見もあったということもあり、視野には入れているというわけでありまして、この答申の中にどこかに明示したほうがよろしいということであれば - - これは、今ここで決まれば、つけ加えたりできるんですか。

松本会長 それは不可能ではないですが、合意が得られれば。

後藤部会長 ですから、そういう意味では、ほかの方々の意見も聞いてということで。あと、ワープロのことも、確かに愛好者 - - 愛好者という言い方よりは、ある意味では、ワープロをずっと使いなれてきて、ワープロからパソコンに乗りかえたくない人とかいうこともあるわけでありまして、その点も気にはなっているところでありまして、これも、その文1行、先ほどつけ加えとおっしゃいましたけれども、ちょっとほかの方のご意見も伺って。

原委員 私は部会にも、それから小委員会にも所属しておりまして、その席でもいつも発言をしていたので、これ以上何を言うことがあるのかという感じかもしれませんが。実は今回この検討がスタートするときには、保証表示をちょっと長く動かしていなかったもので、再チェックをしてみようということでふたをあけたんですが、実際にはすごくたくさん問題が噴出したというような感じで、新しい品目を追加することだけではなくて、今回ここに掲げられている中古品とか、サービスとか、販売店独自の保証とか、それから今、佐野さんがおっしゃられた、今のように品目を追加していく、これは特定商取引法もそうなんですけれども、サービスとか商品を追加していくやり方の限界というのも見えていて、少なくともグルーピングだとか、それから、保証書とか保証表示のあり方からもう一回組み立て直しをしてみるとか、やっぱりそういう段階に私も来ているというふうに思っております。おわりにのところに、そういう先取りのことを書いていただきたいと言って、前回の部会のときには私も少し発言したような感じがしているんですけれども、ちょっとそのおわりにのところが、今回の報告をただなぞらえただけのような書きぶりというところは、私ももう少し進めた書きぶりしておいていただいたほうがいいかなというふうに思っております。ですから、将来的には佐野さんがおっしゃられたような意見の

ところがありますし、今回取り上げた中でも、販売店独自の有料保証については、まだ検討を重ねないといけないというふうに思っておりまして、ここで終わったということではないというふうに感じておりますので、私としてもこの意見を付したいと思います。

迫田委員 消費者にとってすごくわかりにくいと思われるのは、これが1人1人に伝わるときに、例えばプリンターやパソコン、ディスプレイ、それから携帯、こういったものは今、多くの人がほとんど当たり前に使っているものですよね。既に自分たちは保証書ももらって、それを使ってきたもの。今ごろになって、指定商品になったと言われても、では、今までもらっていた保証書はこの条例に合っていなかった、つまり指定されていなかったんだということがわかるわけですね。ということは、保証書として配られているものに対して、指定商品になっているものとなっていないものがあるんだということがおのずとわかるわけですね。そういうことで、一般消費者はどんどんわかりにくくなってしまふ。確かに指定するのが遅れたとか、もっと時代に合わせて早くやっていけばいいということなのかもしれませんが、でも、追いつかないのが現状だと思うのです。その辺をやはりある程度考えておかないといけないのではないかと思います。

高橋(滋)委員 行政法の間、私だけかもしれませんが。前回もこれは申し上げたことなんですけど、やっぱりいわゆる17条違反ということについては、多分勧告など、それから制裁、公表などの対象になるような話だと思うんですけども、そのときに、確かに消費者にとってはわかりやすい。指定方式をやめたら、よりわかりやすくなるかもしれませんが、制裁の前提になるような要件について余り抽象的な書きっぷりをするのは、予見可能性という点でどうなのかという疑問もあるわけで、そういう意味では、一挙に指定方式の廃止というところまで踏み込むかどうかについては、もう少し表現等も考えたほうがいいのではないかと。多少消極的な意見を申し上げますが、そういうふうな感想を持っているわけで。そういった意味で、新しい指定、要するに新しい品目に対する社会情勢の変化に対する対応という点では、もうちょっと委任のあり方を考えてみるとか、いろいろな形で対応できるテクニックはあると思いますので、その辺の可能性も含めて今後検討していただくという形のほうが、私としてはいいのではないかと思います。

曽根委員 今回、私もこの問題を勉強し始めて、最初は素朴に車いすの問題など、適用範囲を拡大していくことで消費者の利益が拡大していくならばというふうに思ったところから始まったんですが、この間勉強してきて、素人ながらこの問題の難しさというのをやっと理解したという段階なんですね。一つは、消費者にとっては商品情報を得ることと一

定の保証を確保するという消費者利益の立場がありますけど、また一方ではメーカーや販売戦略に位置づけられるものという面がありますし、それを取り仕切る行政の側でいえば、行政の権限と一方での責任、こういう条例をつくって一定の規定をつくる以上は、それについての責任が伴うと。この三者のそれぞれの立場が、どこかを最優先にするということは今の段階では難しいと思いますので、微妙なバランスの上にこれが載っているということかなというふうに今、私は理解しているんですね。

私自身は、消費者の利益拡大の方向で全体を改善していくという基本的な考え方はありつつも、じゃあ、そのために例えば商品指定を外して、どれでも保証書をつけて、つけたものについては東京都が条例で位置づけているんだということになって、もし何かトラブルが発生した場合に、その条例で位置づけたことについての行政責任はどういうふうに発揮され、また果たされるのかというようなことも含めて、これは非常に難しい問題があるなというふうに客観的に見て思うんです。

そういう意味では、今回は、あえて今回答申案に出されているように、商品指定をとにかく現実に必要なものについては拡大するという範囲にとどめたことは、次善の策といえますか、ある意味では現状を一定、一步進めるという点で私は評価したいと思いますが、今後については、やはり先ほどご意見が出ているように、本当の意味で、今の商品流通の中で、やはり私は、消費者の側とメーカー、販売の側で、商品情報についての認識は全く格差があって、消費者のほうがついていけないという現状が随所に見られるわけですから、それを、ギャップを埋めるためにこの条例が生きるという方向で、やっぱりある意味じゃ大きな見地から見直しをとすることは、今後検討していただければなと思いますし、私もちょっと一生懸命勉強していきたいなというふうに思っております。

今回はしたがって、どういうふうに今後していけばいいのかという展望は私自身も今ちょっと語れないんですけども、現状をここまでは改善するよということでの条例の今回の見直しとして、品目の拡大については私は賛成をしたいと思います。

以上です。

鈴木（善）委員 私も最後の部会に出席させていただいて、この答申の中身とは別に、指定というやり方ではなくて、商品の流通だとか技術開発の実態からすると、一般化という方向ではないかということでご意見を申し上げたわけです。ただ、意見を申し上げたときの基本的な立場は、こうした方向性については、今いろいろなご議論があったように、いろいろな問題を含んでいるわけでありまして、答申とは離れたところで今後の課題とし

て、ぜひ議論したらいいのではないかとということでコメントをさせていただきました。事務局の方も、これは今後の宿題だということで考えていきたいというお話でもありましたものですから、あえて答申の中にそれについて触れるということまでしなくていいのではないかなと考えたということでもあります。

松本会長 さまざまなお意見をお出しいただきましたが、この保証表示条項自体が保証書の添付を義務づけているわけでもなく、保証内容について義務づけているわけでもないという非常に消極的なものであって、一定の商品について保証書を添付して販売するということが相当程度普及した段階で、その表示すべき事項を標準化して、消費者に比較可能な状況にしましょうという、本質的に後追的な形を含んでいるということですので、前倒し的に何かやるというのは、恐らく条文自体を直さないといけないことだろうと思います。その限りで、今回の部会としては、さまざまな観点からご議論いただいて、条文の本来の趣旨を外れる部分についても含めてご審議いただいたというふうに理解しておりますので。今さまざまな委員からお出しいただいた部分を、先ほどの保証以外の商品やサービスの表示制度全体の見直しを今後やっていく必要があるんだという部分の中に引き取る形で、議事録としてそういうのをすべて残させていただいて、今回の答申自体は、この原案ということでまとめさせていただきたいというふうに思います。

ほかにございませんでしょうか。どうぞ。

三原委員 この原案はこれで、ご苦労いただいて、私もよろしいと思います。ただ、要望ということがありましたから。中間報告のときも要望をお願いしておきましたけど、販売店独自の有料保証について。都民意見の中にも、実質値上げではないかというようなことを現に言っている方もあるぐらいで、保証料は数%というふうに書いてありますけど、1%と5%では実質が大きく違いますので、ぜひここに、最後に書いてあるように、今回は保証の表示について是か非かという議論ですから、それは当然、表示をしてもらおうという方向ですけども、さらに有料保証の実態について、どういうふうに量販店などが行われているのか。現実には1%と5%では大きく違いますし、この調査を見ると、有料保証で修理をした人は10%ぐらい出ていますが、有料保証をかけた人のうち10%がやったのかどうか、この調査の実態がよくわかりませんが、いずれにしても、全国展開しているようなお店なんかでは、金額的には大変なものになるはずですから。

そこで、表示のことは当然ですけど、そのもう一つ奥側にある有料保証料のことについても、都側が実態を把握して、都民に適正な対応ができるよう指導をしていくべきだと思

います。この消費生活条例の中で見ると、そういうところがどうも立ち入れないような感じの条例なんですけど、必要があれば、我々議会で変えたって構わないんですから、ぜひひとつ、消費者を守るという立場から適切な案を、局のほうのお仕事もあるでしょうけど、この審議会でも次回にぜひそういう検討をお願いします。ここに至急検討すると書いてあります。これは表示の内容についての検討でしょうけど、実態についても調査・検討するというところを実行していただくよう要望しておきたいと思います。

迫田委員 意見として申し上げておきたいのですが、今、会長がおっしゃったように、これは非常に弱い網かけなわけですよ。つまり添付を義務づけているわけでもない。表示すべき事項を挙げているだけであって、内容も特に決めていないということであるならば、なおのこと一般化できるのではないのでしょうか。私の意見として、それを一応伝えておきたいと思います。

松本会長 大変重要な指摘だと思います。ただ、条例上、都の条例として組み込むと、先ほど高橋（滋）委員からのご指摘ありましたように、違反に対する制裁等というものがくっついてくるということから、もう一つ別のやり方としては、鈴木（善）委員のご発言されたことと絡みますが、東京都として直接条例の何条の適用ではなくて、事業者団体と協力をして、保証書が読みやすくなるように、いわゆる任意の標準化を図っていく。そういう民間レベルの実質的な取り組みを促進していくような形で、この条例の精神を生かしていくというやり方が一つ考えられると思いますから、そういうのを施策として積極的に推進していただきたいというふうに思います。

ちょうど先週、チェコのプラハでISO（国際標準化機構）の消費者政策委員会の総会が開かれまして、きょうご議論いただきましたサービスの表示、サービスの標準化の話だとか、あるいは中古品については既に昨年大きな議論がありまして、今回の審議会の報告書で議論していただいたような内容が、ISOの中でも国際的な民間における標準化の動きの中で随分意識されているということでありまして、東京都としても、先ほど言いましたように、条例に基づくものとは別に、積極的にそういう方向で施策実現していただきたいというふうに思います。

ほかにございませんか。

池山委員 これからの課題なども、部会長のほうからも具体的なお話もありましたし、今、皆様委員のご発言の中でも、やはりこれからの課題というのは大変大きな課題で、やっぱりそれは早急にこのことについては、どういうふうな形で審議するのか、話し合うの

かというのは、また別な形でご提案いただくなり、東京都のほうでそういう場をつくるよう努力していただきたいと思っておりますけれども。私も、この範囲内においては、課題というものがきちっとあるということを確認し合ったところで、この答申については賛成いたします。

松本会長 ありがとうございます。さまざまご意見いただきました。これらのご意見につきましては、その趣旨を生かして具体化に努めるように、行政に対して審議会として要望することといたしまして、答申につきましては、部会で作成していただきました原案のとおり決定ということにさせていただきたいと思っております。よろしいでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

松本会長 ありがとうございます。

それでは、答申書を副知事にお渡しいたしたいと思っております。

(答申書手交)

松本会長 委員の皆様のご協力によりまして、答申書をまとめ、副知事に提出することができました。どうもありがとうございました。

ここで、福永副知事からごあいさつをいただきたいと思っております。

福永副知事 福永でございます。ただいま松本会長から、東京都消費生活条例に基づく保証表示のあり方及び指定する商品等の見直しにつきまして答申をちょうだいいたしました。委員の皆様方には大変お忙しい中を、重要な課題につきまして精力的にご審議を賜りました。厚く御礼を申し上げます。

東京都といたしましては、今後速やかに、答申の中に盛り込まれました保証表示の指定商品、あるいは表示事項等につきまして、広く都民の皆様、あるいは関係業界の方々のご理解、ご協力をいただきながら、見直しの手続に入ってまいりたいというふうに存じております。

今回、IT化の進展やライフスタイルの変化等に対応いたしました保証表示のあり方等についてご協議をいただきましたが、最近の消費者の方々を取り巻く状況の変化は非常に激しくなっておりまして、消費生活条例に基づくルールにつきましては、不断に見直しを図り、時宜を逸しないよう、効果的に施策に展開をしていくことが必要不可欠なことであるというふうに考えております。

委員の皆様方には、今後とも引き続きまして都の消費者行政の発展にお力添えを賜りますよう、よろしく願いをさせていただきたいと思っております。どうぞよろしく願いたいし

ます。本当にどうもありがとうございました。

松本会長 どうもありがとうございました。

福永副知事は、他用のためここで退席をされます。

(副知事退席)

松本会長 さて、ただいまの副知事のごあいさつの中でもありましたが、消費者を取り巻く環境の変化は大変激しいものがあります。そうした中で、東京都が先駆的に取り組んでいる幾つかの事項についてご報告をお願いいたしたいと思います。

初めに、住宅の賃貸借に係る紛争防止のために条例が制定されました。この件につきまして、都市整備局の安藤住宅政策推進部長からご説明をお願いいたします。

住宅政策推進部長 都市整備局の住宅政策推進部長の安藤でございます。

それでは、私のほうから、ただいまご紹介のありました「東京における住宅の賃貸借に係る紛争の防止に関する条例」、略しまして賃貸住宅紛争防止条例につきましてご説明申し上げます。

資料2をごらんいただきたいと存じます。資料の2のところに条例制定の背景というのがございます。都に寄せられる相談件数のデータが記載されております。平成9年度 2,938件から平成14年度 5,549件というふうになっております。平成9年度から10年度若干ふえて、それからさらに11年度とほぼ横ばいな状況なわけですが、また12年度以降大幅な伸びを示しているという状況です。

実は平成10年3月、9年度末でございますけれども、国のほうで「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」という賃貸住宅紛争防止のためのガイドラインを策定しております。ちょうどそれが一番左側の9年度末の時期でございますして、10年度、11年度と若干の伸びで抑えられましたが、また改めて12年度以降伸びてきたというようなことでございます。

国のガイドラインでございますけれども、一つは、有料で頒布されていること、それから一つは、3分の1近くが判例の解説等に述べられているということで、わかりにくいということもございまして、いま一つ普及がなされていないというのが実態でございました。

この紛争防止のためには、宅地建物取引業法という関連する法律が実はございまして、この法律は取引の公正と消費者保護を目的としている法律でございますが、残念ながら、この辺の賃貸住宅の紛争防止に関してはルールづくりがなされていないというのが現状でございます。

そこで、都におきましては、賃貸住宅紛争防止条例を作成しまして、この住宅紛争について抜本的な解決を目指そうということで条例制定をしたところでございます。都におきましては、取り組みといたしまして、この条例、それから説明する際のモデルとなる説明書、それから東京都版のガイドラインというのを3点セットで策定しまして、普及を目指していきたいというふうに考えております。

資料2の下のほうの賃貸借における相談内容というのをごらんいただきたいんですが、相談件数が約1万件余りございますが、そのうち一番多いのが退去時の敷金精算をめぐるトラブルでございます。これが22%でございます。

次に大きいのが管理に関する問題でございます。この管理につきましては、宅地建物取引業法でも法の範囲外となっております、あくまでも宅地建物取引業法は契約の際の当初の段階の規制をする法律であるということで、この13%を占める管理についても、法律での規制が及んでいないという状況でございます。

そこで、裏面のほうを申しわけございませんが開いていただきたいと思うんですが、この条例でございますけれども、専ら居住を目的とするというのが一つございます。したがって、事業用の賃貸借については範囲外でございます。

それから、いま一つは、仲介に当たります専門的な立場にいる宅地建物取引業者に対して説明を義務づけているということが大きな特徴でございます。条例自体は7条、それから、規則にゆだねているのが5条ございまして、非常に条例規則としては簡素な構成となっております。条例につきましては、主に宅地建物取引業者に説明の義務を課したということで、主な内容につきましては、3の宅地建物取引業者の説明義務ということで、規則のほうにゆだねる構成をとっております。

宅地建物取引業者の説明義務をごらんいただきたいと思うわけですが、これは規則2条1項1号の内容でございますが、退去時の通常損耗等の復旧は、貸し主が行うことが基本であるということが規定されております。都におきましての条例規則におきましては、新たに特別なルールを策定したということではなくて、判例等で確立されている考え方について、宅地建物取引業者が契約に際して借り主に対して説明をするということが大きな特徴でございます。まず、退去時の通常損耗等の復旧につきまして、苦情の大きな原因でありますところについて、基本的には貸し主が行うことが基本であるということで、この辺のルールの徹底がなかなかされていないために、私どもは紛争等が絶えないのであるというふうに考えております。

それから、2番目でございますけれども、これが2番目に相談内容の多い管理に関する部分でございますが、入居期間中の必要な修繕につきましては、これも基本的には貸し主が基本として行いますということを規定しております。ただ、当然、民間と民間との契約でございますので、通常特約とっておりますけれども、基本的なルール以外に当事者で特別な約束事ができるということで特約ができますけれども、第3号で、一般的な1と2でご説明申し上げました基本的なルールのほかに、特約がある場合については、それもセットで同時に説明していただくというふうなことがこの第3号でございます。

それから、4に修繕及び維持管理等に関する連絡先というふうになっておりますが、基本的には修繕、維持管理等は大家さんがやる義務があるわけですが、管理業者に委託している場合がございますが、管理業者に委託していない場合もございます、その辺で説明が統一的になされていないというような状況で、その辺で大家さんと、それから管理業者、または宅地建物取引業者が管理をしている場合も多いわけですが、その辺の区分を明確に入居の際に説明するという内容でございます。

このほか別途、これだけでは具体的な説明としては十分ではございませんので、規則の中で1項設けまして、説明を適正に行うために必要な事項を知事が示すものとするという規定の1項を設けております。これにつきまして現在、必要な事項というのを策定しているところでございます。

その下に、先ほどご説明しましたような説明を行うための説明事項、モデル説明書、東京都版ガイドライン等につきまして、7月までに作成をする予定でございます。

条例の適用範囲、4をごらんいただきたいのですが、東京都内にある居住用の賃貸住宅でございます、これは例えば賃貸住宅、不動産の特徴上、東京都における業者さん以外に、例えば北海道とか九州の業者さんが都内の物件を扱う場合がございますが、その場合においても、この賃貸住宅紛争防止条例の適用がありまして、説明をしていただくというふうな形になっております。

5番目に、これは、違反者に対する指導等で、説明の全部または一部を行わなかったときにつきましては、指導及び勧告がございます。正当な理由なく勧告に従わなかったときは、氏名、住所、勧告の内容等を公表いたしますという内容でございます。

施行時期は、10月1日ですが、現在、この条例の内容と規則の内容につきましては都のホームページに掲載しておりますので、後ほどごらんいただければありがたいと思います。

それから7番目、東京ルールの推進と書いてありますが、この条例の取り組みとはほか

に、礼金・更新料のない契約を普及させる運動を進めていくことで、16年2月に発表しております「東京ルール」を推進していくとごうこととごうございます。この礼金・更新料のない契約につましましては、あくまでも運動とごうこととごう、宅建業者さん、それから大家さん、それから借り主と、理解を得ながら進めていくとごうこととごうございまして、条例とは別物とごうございます。現在、条例につましまして、一般の方々、それから宅建業者の方々、それから大家さんなどにつましまして、周知徹底を図るよう全力を尽くしているところとごうございまして、その周知の徹底の状況を見ながら、今後、礼金・更新のない契約を進めていきたいとごうこととごうに考ております。

説明は以上とごうございます。

松本会長 ありがとうございます。

ただいまのご説明につましましてご質問等とごうございましたら、どうぞお出しください。

曾根委員 これは既に第1回定例会で条例化されて、これから実施していくことになりまするので、きょうは都市整備局の方がおいでになっているので、ちょっとあえて要望だけさせていただきたいのですが。私たちもこれ、やっぱりかねてからちまたでは大きな問題になっていながら、いわば行政の側からのアプローチがなかなかなかった分野として、東京都があえてそこに踏み出したことについて歓迎をしたいとごうこととごうに思っているんですけども、ただ、私自身も賃貸の経験があるので、礼金をやっぱり払わざるを得なかった関係があるのです。それは大体力関係で決まっていまして、借りる側に弱みがあると、どうしても礼金を出さなくてはならない関係に陥るわけですね。特に、やはりこの賃貸住宅の問題では、実際上は高齢者のみの世帯の賃貸住宅が極端に不足している。住宅そのものは、全体は世帯数に比べて過剰ぎみであるというふうに言われていますが、賃貸住宅を必要とする特定の年代や階層の人たちにとっては非常に不足しているところで、需給のバランスからいって、やはり大家さんにある程度譲歩せざるを得ない関係が現実にあるところから、礼金の問題だとか、それから敷金の精算の問題なんか、定めをつくっても守られない実態が出てきてしまうということが一方であると思うので、やはりその分野の方々の賃貸住宅の供給をどういうふうにするかという、これは消費者行政よりもちょっと一歩進んだ問題かもしれませんが、ぜひその辺の対策もあわせてお願いして、この条例が生きるような方向で取り組んでいただきたいと要望しておきたいとごう思います。よろしくお願ひします。

松本会長 ほかにごうございませぬようでしたら、次のご報告といたしまして、食品事業者

を対象とした消費者への生産情報提供事業について、産業労働局の奥秋政策企画担当参事からご説明をお願いいたします。

産業労働局政策企画担当参事 産業労働局の奥秋でございます。農林水産部長が本日参りませんので、私のほうからご説明させていただきます。なお、食料安全室の武田副参事も参っておりますので、よろしくをお願いいたします。

それでは、座りましてご説明させていただきます。

まず、資料3をごらんいただきたいと存じます。資料3の後ろにこのようなリーフレットがついていると思います。このリーフレットでご説明させていただきます。

まず、リーフレットをあけていただきます。左ページでございます。東京都の食品安全行政の取り組みでございます。都民の食品に対します不安・不信の高まり等を踏まえまして、東京都は平成15年度の重点事業といたしまして、食品安全行政の一元的な推進と、東京都独自の仕組みによる食品の生産・流通・消費の各段階を通しての食の安全・安心の確保が図れるような施策に取り組んでいるところでございます。

東京都は、まず、食品安全行政のよりどころとなり、今後の都民の健康を守ることを目的にいたしまして、「東京都食品安全条例」を制定したところでございます。このような中で、生活文化局、環境局、健康局、私ども産業労働局、それから中央卸市場の各局は、食品安全対策推進調整会議を設置いたしまして、総合的な食品安全行政に取り組むこととしたところでございます。

私ども産業労働局では、生産段階から流通までの食品の安全・安心の確立を目標にいたしまして、消費者への情報提供、それから近隣の県との広域的な協力体制の確立を進めることといたしまして、きょうこれからご説明申し上げます「東京都生産情報提供食品事業者登録制度」を設けたところでございます。

この制度でございますが、この制度は、都内で販売される食品につきまして、その食品と、その食品の生産・製造・流通販売業者を対象にいたしまして登録制度を設け、食の安全・安心の確保を進めようと、こういう制度でございます。

リーフレットの真ん中に書いてございます生産情報提供食品事業者登録制度につきましてご説明申し上げます。

まず、目的は、そこにお書きしてありますとおり、食品の生産情報の提供に積極的に取り組む食品事業者とその食品を東京都が登録するということでございます。そして、この食品事業者が食品に登録マークを表示することで、消費者が食品を購入する際に、これ

が登録のある食品であると、こういうことがわかるような中で選択していただこうと、こういう形で制度を進めていこうと考えているところでございます。

登録制度の仕組みでございますが、その下に表がございますとおり、食品関係事業者が東京都知事に登録申請をすることになっています。東京都といたしましては、登録申請を受け付けた後、内容を確認するため、登録審査会というものを設けました。これは外部の有識者と学識経験者と都の食品関係に携わります職員とで構成するものでございます。こちらのほうで審査いたしまして、問題がなければ登録決定をしていくという形になります。

そして、食品事業者のほうには、先ほどご説明申し上げました登録マークの使用ということで、その事業者が登録されているかどうかということが、皆様からわかるような形になっております。また、都は広くホームページ、プレス等に、その登録事業者や登録食品につきまして内容を情報提供していくという制度でございます。これによりまして、問い合わせ窓口がわかる。消費者の皆様には食品の生産履歴がわかる。こういうことから、安心して食品の選択ができることを目指しているところでございます。

4月12日からこの制度の受け付けが開始されました。昨日現在で、申請事業者数は158事業者となっているところでございます。今後、今週28日に第1回の登録審査会を開催いたしまして、6月上旬には第1回目の登録決定ができるような予定になっております。また、この登録マークが使用されまして皆様方の目に入るというのは、6月中・下旬ごろからではないかと、このように考えているところでございます。

次に、リーフレットの右のページをごらんいただきたいと存じます。

まず、登録制度の対象でございます。どのようなものがこの登録制度の対象になるかというところございまして、まず一つは、都内で販売される食品でございます。その次に、その食品の生産者・製造者でございます。それと、その食品の流通販売事業者。こういう方々が登録制度の対象になります。東京都以外の道府県に置かれた事業所から東京都内へ出荷する食品事業者も、対象に含まれます。

また、国外で生産され、また製造された食品につきましては、直接輸入する日本国内の製造業者や流通販売業者が、輸出元の生産者・製造業者の生産情報を把握いたしまして、日本語のホームページによる生産情報の提供を行う場合に限りまして、当該食品と輸入食品事業者を登録の対象とすると、このようになっております。

次に、登録基準でございます。その上をごらんいただきたいと思っております。

まず、どのような条件が整えば登録されるかというところでございます。まず、食品の

生産・製造・流通販売に関しまして、知事が定めた記録項目につきまして情報を記録・保管している食品事業者であるということが一つでございます。

次に、今申し上げました食品事業者が生産または製造した食品に、食品または包装容器に生産履歴を知るための情報を表示していることが必要でございます。

次に、消費者の問い合わせに応ずるために、消費者対応窓口またはこれに準ずるものを設置しており、食品に関する速やかな情報提供を行っていることでございます。

次に、食品流通販売事業者におきましては、生産情報が提供できる食品を他の食品と区別して扱い、生産情報が出荷先の事業者や消費者に正確に伝わるよう流通させ販売していること。また、仕入れた食品を小分けして流通販売するような場合には、もとの食品に添付されている情報を小分けした食品に正確に引き継ぐために、表示等を張りつけ、または掲示することの処置を講じているということが必要となっております。

どのような情報が表示されるのかということにつきましては、先ほど、もう一つついております資料3という、この別添の資料がございますので、こちらのほうをごらんいただきたいと存じます。

登録制度の生産情報の記録につきましては、いろいろな考え方があるわけでございます。ここで考えております生産情報の記録といたしましては、生産・製造・流通販売等の内容や行程を記録した資料と考えているところでございます。生産情報の記録につきましては、関連する国の法令、制度等で定められているものでございますが、今回は都として食品の安心を確保するため、独自に重要と思われる項目を記録項目として定めたところでございます。

資料3のほうをごらんいただきますと、生産情報の表示項目ということがございまして、本登録制度、食品衛生法、JAS法という形で表がつくられております。本登録制度におきまして、先ほど申し上げました商品または包装容器にどのような表示をするのかというのが、この本登録制度の表示のところに記載されております。

まず一つは、名称でございます。また、生産・製造業者のところに がついております。これが表示項目でございます。それから問い合わせ先、それから識別番号。この4項目につきましては、食品または包装容器に表示するということになっております。

次に、先ほど申し上げました食品の生産・製造・流通販売に関しまして、知事が定めた記録項目というのがございます。これにつきましては、2ページ、裏をごらんいただきたいと存じます。

まず、食品生産・製造事業者につきまして申し上げます。この食品生産・製造事業者につきましては、青果物と畜産物で分けて項目がつくられております。青果物につきましては、そこで がついている部分が該当するところでございます。

この と と 、 につきましては、下の枠内に内容が説明されてあります。 につきましては、本登録制度では最低限記録として残す項目でございます。また、消費者等の要求に応じまして情報提供する項目、このような項目になっております。

につきましては、これは食品衛生法のところで出てまいります。可能な限り記録の作成・保存に努めるべき事項と、こういう事項でございます。

また、 につきましては、記録作成・保存が期待される項目でございます。

それから、JAS法（有機）の記録項目のところに出てまいります は、管理記録及び当該管理記録の根拠となる書類を保持する項目と、このようになっております。

本制度の記録提供項目につきましては、例えば青果物ですと、品名、栽培形態、種子・種苗導入情報、播種、定植年月日、収穫年月日、肥培管理、病害虫防除情報、出荷先情報、出荷日時、出荷数量、このような情報について問い合わせれば答えると、こういうことになっております。

また、畜産物につきましても、 がついている項目につきましては、問い合わせれば答えられるということになっております。

次の3ページをごらんいただきたいと思っております。3ページは、食品生産・製造事業者の本制度による記録・提供項目でございます。やはり のついている項目につきましては、消費者の方が問い合わせれば、登録する業者につきましては、これらの情報について答えるという制度でございます。

次に、4ページをごらんいただきたいと存じます。4ページは、流通販売事業者登録についてでございます。この のうち括弧がついていましては、卸売業者に適用されるものでございます。

このような形で、知事の定めました項目につきまして記録をし、これらの項目につきましては、消費者の方から問い合わせがあったときには答えられるという形にしなければいけないというのが本登録制度でございます。

また、先ほど、食品または包装容器に表示するというのがございました。それにつきましては、お手数ですが1ページをごらんいただきたいと存じます。1ページの下の方に、食品に添付されるラベルの例を記載してございます。皆様方がふだんごらんになりますの

は、この表示のラベルが多くなると思います。

これにつきましては、先ほど申し上げましたように、名称のところで、例えばこの場合ですと小松菜、それから生産者につきましては、東京東農業協同組合、東京太郎という形の表示がなされているわけでございます。問い合わせ先といたしましては、この場合には東京東農業協同組合に問い合わせると。問い合わせの方法といたしましては、電話、ファクシミリ、ホームページのアドレス、いずれか一つを書けばいいことになっておりますので、この場合にはホームページのアドレスを出しています。

その次に、識別記号がございます。この例ですと、上部に記載されている数字でございます。いろいろな生産物がありますので、いつ、どこの、誰が作ったものかを特定できませんと、その生産情報を調べられません。そこで、識別番号が定められています。この例ですと、消費者の方が東京東農業協同組合へ問い合わせをするときに、この識別記号により生産物と特定しますと、先ほど申し上げました2ページに記載されています生産履歴に関わる細かな情報を、手に入れることができることになります。

この例ではホームページのアドレスが出ておりますが、ホームページにアクセスする方法ですと、先ほどご説明いたしました「消費者等の要求に応じまして情報提供をする項目」、この小松菜の例ですと、その栽培形態、収穫年月日、肥培管理や病虫害防除情報などの生産履歴に関する情報です。これらの情報をこの識別番号を入力することにより、直ちにホームページの画面上で確認することができるというメリットがございます。

次に、登録が認められるとどうなりますかというところでございます。登録が認められますと、登録事業者は、知事が定めたマークを事業所や登録食品に表示することができることとなります。そのマークは、このリーフレットの右側のほうに出ております。口をあけて三角と丸と四角の食べものが口の中に入れている、このマークがこの制度の登録マークでございます。ですから、今後、登録事業者につきましては、このマークを登録食品に付けることができますので、消費者の皆様方はこのマークを目安に商品選択をしていただければ、今申し上げましたような情報を手に入れることができると、こういう形になっているところでございます。

次に、東京都といたしましては、先ほど仕組みのところでは申し上げましたが、ホームページでデータベースをご覧になれるという形になっております。東京都といたしましては、登録者、事業者のデータベースと、登録食品のデータベースという形で、双方につきまして、例えば事業者の場合ですと、事業者名、電話番号、住所、代表者名、そういうような

ものにつきましてデータベースをつくり、これをホームページに載せていくと。登録商品につきましては、生産者名、商品名、食品の区分とか、出荷情報、そういうものをページに載せていくと、こういう形で消費者の方々に情報を提供していきたいと、このように考えているところでございます。

また、この制度の登録有効期間は3年間となっております。

登録されますと、登録事業者につきましては責務が出てまいります。責務につきましては、そこにお書きしてありますとおり、食品関係法令の遵守ということが第1点。

それから、東京都がいろいろ登録内容に対しまして、その登録内容が正しいかどうか、遵守されているかどうかということを調査いたします。その調査への協力でございます。

それから、あと、先ほど流通業者のところでも申し上げましたが、登録食品を、例えばレタスのような形で1箱にたくさん商品が入っていると。それを分けて販売するようなケースになってきます。すると、個別の商品には登録マーク等がついてなくなるわけです。ラベルですね。そういうものにつきましては、その商品が登録商品であるということがわかるような表示の仕方、そういうことをしてほしい。それによって消費者は商品を選択する際の目安にすることができるようになります。

次には違反行為でございますけれども、違反があった場合にはどうするかということでございまして、一番厳しい場合には登録の取り消しでございます。登録基準や責務に反する行為が判明したときは取り消しを考えております。

また、登録申請や生産情報の記録や提供情報に虚偽の内容が含まれることが判明したときも、それから登録マークを不正に使用した場合、このような場合には事情を聴取いたしまして、取り消しということも考えてまいります。

また、無登録者がマークを無断使用した場合、こういう場合も出てくる可能性があるわけでございます。こういう場合には、不当景品及び不当表示防止法の適用を検討するという形で対応してまいりたいと、このように考えております。

以上でございます。

松本会長 ありがとうございます。

ただいまのご説明につきまして、どうぞご質問、ご意見ございましたらお出しください。

秋元委員 聞き逃したのかもしれませんが、商品に添付されるラベルのところ、電話とファクスとアドレスと、どれか1個とおっしゃいましたけれども、アドレスだけの場合、やはり電話番号は必ず入れていただくようなことをしていただければ。ホームページだけ

の場合は、一般消費者は電話だったらだれでも使えるけれども、インターネットの場合はまだまだ普及がいまいちかなと思うので、連絡方法としては、ラベルには電話番号が必ずあったほうがありがたいなという気がしたんですけれども。

産業労働局政策企画担当参事 下の部分でございますけれども、現在、電話番号につきましては、例えば個人の農業者の方とか生産業者の方でございますと、働いている時間にいろいろな電話がかかってくると、生産活動に支障が出る場合もあるということで、電話番号につきましては出さないでくださいというような要望もございました。それで、今回の登録制度につきましては、何はともあれ、より多くの事業者が、生産に関わりのあるいろいろな情報を都民に提供できるようにすることを第一に考えましたので、余り何々を出してくれという、規制するような提供方法というのは、ちょっと今回、検討会の中で控えさせていただきました。そういうご要望があるのはよくわかりますけれども、今回につきましては、ホームページアドレスというものだけでも一応登録していくということにさせていただいております。

須古委員 今の社会情勢からしますと、消費者サイドから見ますと、生産者がやはり見えにくいというところがすごく問題があると思うんですね。ですから、産直ですとか、ダイレクトに流通しているものは、このマークがすごく生きてくると思うんですけれども、やはりかなり加工という意味で、例えばお肉でも、ちょっとコショウを振って何とかして売ったりとか、そういうものに対して、逆に消費者は情報が欲しいというのがあると思うんですけれども、その辺に対してのお考えはどうされているのか。

産業労働局政策企画担当参事 この制度につきましては、食品製造業者の方も登録できます。つまり肉を加工して、例えば、たれにつけるですとか、塩につけるとか、そういう業者も登録対象になっていますので、その方々の情報につきましては、この制度に登録していただければとれるということになります。

須古委員 逆に、いろんなものが入ってくるじゃないですか。例えば細かいことを言いますと、たれとか、ほかの食材が入ってきた場合に、そのマーク自体がどのように生きてくるのかなど。生産情報というか、安心のためのマークですよね。加工という意味でいろんなものが入ってきますと、そこで、加工食品に対する逆に添加物の問題ですとか、そういったことで消費者が不安になる部分もあると思うんですけれども、その辺に対してはどういうお考えなのかなと思っています。

産業労働局政策企画担当参事 先ほどの資料3の3ページ、製造業者のところの欄に記

録の項目が書いてございます。先ほどの先生のご質問につきましては、提供項目の欄の真ん中辺に、「原材料の処理や加工等の行程や方法を記録した場合の当該記録」という欄がございます。ここに添加物の情報ですとか、いろいろな食品の加工情報、こちらを記載してくださいということになってございますので、かなりの添加物などの情報が入ってくるというふうに考えています。

松本会長 ほかにございませんか。

先ほど都市整備局のほうからご説明いただきました賃貸住宅紛争防止条例及びその規則につきまして、全文をコピーしたものをご用意いただきましたので、これから配付していただきます。

(資料配付)

松本会長 続きまして、6のその他でございますが、既に前回の総会、前々回の総会でご報告をいただいておりますが、「東京都食品安全条例」が既に公布され、本年の4月1日から施行されているそうでありまして、本日はその条例全文が資料として配付をされているということをお伝えしておきたいと思えます。

その他、今までの議題と離れまして、ご意見、あるいは東京都に対するご要望とかございましたら、ここでお出しいただきたいと思えます。

池山委員 消費者保護基本法の改正で、消費者基本法というふうな形で名前が新たにあって、今国会でこれが制定されるという形になっております。東京都の消費生活条例は、今、国で審議されている消費者基本法を先取りした形で、権利もきちっと取り上げられていまして、今後、国の消費者基本法が制定されたときに、改正されたときに、そうはいつでも、東京都の消費生活条例というのがやはり若干の改正が必要なんじゃないかなというふうに思うのです。例えば権利のところでも、国のほうはベーシックニーズなんか最初にちゃんと出ておりまして、その辺は東京都の消費生活条例には権利として挙げられていないけれどもどうなのかとか、それから消費者の役割というのも、前文のところには東京都ではきちっと取り上げていますけれども、条例として消費者の役割というのを新たに起こす必要があるのではないかなというふうにも感じておりまして、その辺のところをぜひ、この消対審の中で、消費生活条例の見直しといいますか、改定というのを取り上げていただきたいというふうに要望いたします。

松本会長 三原委員、どうぞ。

三原委員 淡々と進んじやったものですから、十分見ていなかったので少し戻らせてく

ださい。先ほど委員の方から、産労局さんの食品事業者登録制度の中で、生産情報の表示項目の中で、ラベルにインターネットのホームページのアドレスだけを書いてあるという件でご質問がありましたけど、積極的に情報提供したいという生産者なら、電話が鳴ったら仕事にならないから、電話番号を書かないでくれと言うのでは積極的に対応していることにならないのでは。仕事をしていれば、電話機をしょって歩いているわけじゃないんだから、すぐ出られなくても、それは電話番号ぐらい書いてあげないと。本当にホームページだけじゃ、私だって使えないよ。私なんか携帯電話も持っていないんだから。だから、やっぱり都民の一般的なレベルというか、こういうものを一番気にする人はだれなのか。そういうことを考えたら、電話番号を入れて最もよく情報が通じ合うようにするというのは、常識だと思うよ。だから、電話番号を書かれたらちょっと仕事になりませんなんていうことを言っているのは、ここで言うところの情報提供に積極的に取り組む食品事業者なんていうのに当たらないんだよ。だから、そんな人はこのラベルを張らなくていいんだよ。だから、ぜひそういうふうにして、消費者のために我々は努力したいという人が張ればいいんだから。そんな電話番号も出さないでくれなんていう業者は、登録する必要もないと思うよ。そこをやっぱりしっかり考えてやらなきゃ、だれのためにこれをやっているんだということになる。消費者のためにやっているんで、生産者のためにやっているんじゃないんだから。もっと真剣に考えて、先ほどの貴重なご意見をしっかり受けとめてほしい。

以上です。

松本会長 ほかにご意見ございませんか。どうぞ。

秋元委員 今お隣の池山さんがおっしゃっていたみたいに、今、消費者問題というのはすごくいろいろ起こってしまっていて、消費者にとってその辺のところをどうやって、自分自身も学習しなきゃいけないんだけど、なかなか問題が多くて、環境の変化もあったりして難しくなってきたらと思っていますね。私は消費者団体のメンバーですけども、多摩の消費者センターなどの相談業務はぜひ復活させていただきたいというふうにも思っております。例えば消費者月間事業も、ここの消対審の中から、消費者週間だとか、そういった中から生まれてきた事業だというふうに認識しているんですけども、なかなか予算も厳しくなってきた大変な中で、消費者団体と協働してやっているつもりでいるわけなんです。

消費者センターが出している「くらしねっと」にはいつも大きく広報していただいています。東京都の毎月出している広報にも、今まででしたらいつも、10月は消費者月間です、

集会があります、都民集会はいつありますよというような催し案内なんか載っていたんですが、去年、実は載っていなかったように思います。やはりより多くの都民に知らせるためには、東京都広報なんかをもっと活用して、消費者の教育といいますか、啓発とか、そういったところをもう少し力を入れていただきたいなというふうに思ったりもしております。そういった中で、やはりこの審議会の中でも、もう一度消費者問題をより解決していくためにも、消費者教育について一つ取り上げて、部会を設けてやるとか、何かそういうことをしていただけたらありがたいなと思っています。

以上です。

佐野委員 私も池山さんと同じような意見で、今回、消費者基本法が改正になりますので、それに伴って、やはり条例、私がすごく重要だと思う点は、「危害の防止」が「安全の確保」という形で名前が変わりそうな点です。その中でも特に、安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進という、東京都の条例でもかなり踏み込んだ形では書いてあるんですが、さらに、どういう形で害するおそれがあるものを回収できるかとか、その情報提供ができるかというところを、きちんとしたあり方をここで議論して、安全の確保に努めていくという形でやっていけたらなと思っています。

梶山委員 今、消費者基本法の問題が出ていたんですが、ちょっと私も読んでいて気づいたんですけど、例えば表示に関する問題がこれまでありましたけど、広告その他の表示という形で、これは表示に広告の問題がプラスされましたね。これはたった1字がプラスされたようですけども、特に広告とかマーケティングの世界では、広告と表示は同じものなのかとか、広告に契約性があるかないかとか、表示と契約性はどういう問題なのかとか、いろいろ議論があって、少なくとも景表法は広告と表示は同一視していて、どちらかという事業者というか、産業界の側は違うものだという形で、ずっと議論を長い間してきたと思うんですが、今回、これが割とあっさりと、景表法の見解に沿って恐らくつくられたということは、広告に関する問題をこれからどう扱っていくのかということなんですが、何か都の条例には広告に関するものがないということで、こういったようなこともこれからどうしていくのか。特に社会的な影響力が非常に大きいので、考えていったならばよいのではないかと考えます。ちょっと補足ですけども。

松本会長 ほかにご意見ございませんでしょうか。

さまざまにご意見をお出しいただきました。本審議会はまだ任期を半分以上残しておりますので、次の諮問をいずれ受けることになるだろうと思います。その場合に、本日の報

告書のご審議の際にお出しいただきました保証をめぐる表示、あるいは商品・サービスそのものの表示を全体として再検討すべきではないかという課題、あるいは消費者基本法の全面改正に伴う、東京都の条例がそれとの関係でどうなのかと。消費者教育とか、あるいは広告、リコールといった、そういった点、あるいは消費者団体の役割というもの、あるいは事業者団体の役割というものも新たな課題かと思えます。そういった消費者基本法との関係で、都の条例あるいは都の政策を再検討する必要があるんじゃないかといったご意見が出されました。この辺につきましては、東京都のほうで検討いただきまして、都民の要望にこたえる形で、我々に対して諮問を知事からしていただきたいというふうに考えております。

以上をもちまして、本日の総会を終了させていただきたいと思えます。どうも長時間にわたりまして熱心にご審議いただき、大変ありがとうございました。

午前11時19分閉会

(平成16年6月21日追記)

当日の報告事項「都民のための生産情報提供事業(食品事業者登録制度の開始)」について、委員の方から本食品事業者登録制度の「登録先」には「ホームページだけでなく、電話番号等も表示したほうがいい。」との御意見がありました。その後、担当の産業労働局農林水産部から、「本件について検討いたしました結果、登録の際に電話番号の表示も併せて行うよう指導することといたしました。」と報告がありましたので、各委員あてに報告いたしました。