

# 京都市消費生活基本計画（第2次計画） 令和2年度推進状況について

## 第2次計画施策体系一覧

| 施策目標                             | 推進施策                    | 事業数 |
|----------------------------------|-------------------------|-----|
| 基本方針1 消費生活の安心・安全                 |                         | 計59 |
| 1 安全な消費生活環境の確保                   | ①商品等の安全性の確保             | 15  |
|                                  | ②使い、住み続けるための安全性の確保      | 29  |
|                                  | 2 商品等を適切に選択できる環境の整備     |     |
|                                  | ③情報の適正化に向けた指導等の推進       | 6   |
|                                  | ④消費生活条例に基づく情報の適正化の推進    | 1   |
|                                  | ⑤身近な生活圏を支える事業者等への支援     | 4   |
|                                  | ⑥生活必需品の安定供給と適正な価格形成の確保  | 4   |
|                                  | 基本方針2 消費者被害の救済及び防止      |     |
| 3 消費者被害の救済                       | ⑦相談機能の強化と相談しやすい環境の整備    | 6   |
|                                  | ⑧相談内容の高度化への対応           | 1   |
|                                  | ⑨各種相談事業の実施              | 15  |
|                                  | ⑩様々な相談窓口との連携の強化         | 2   |
|                                  | 4 消費者被害の防止              |     |
|                                  | ⑪事業者に対する指導等の強化          | 2   |
|                                  | ⑫適正な取引行為の徹底             | 2   |
|                                  | ⑬取引行為に関する制度の検討          | 1   |
|                                  | ⑭危害に関する迅速かつ的確な情報提供等     | 4   |
|                                  | ⑮関係機関、団体との連携の推進         | 5   |
| ⑯身近な支援の仕組みづくり                    | 15                      |     |
| 基本方針3 消費者の自立支援                   |                         | 計60 |
| 5 消費者力の向上                        | ⑰児童、生徒等への消費者教育の推進       | 26  |
|                                  | ⑱消費生活のトラブル防止のための学習機会の提供 | 16  |
|                                  | ⑲様々な媒体を用いた情報の発信         | 15  |
|                                  | ⑳拠点施設等における学習活動への支援      | 3   |
|                                  | 基本方針4 京都から始める未来へつなぐ消費生活 |     |
| 6 新たな消費生活モデルの形成～京都固有の生活文化の継承と発展～ | ㉑食に関する学習機会の提供           | 19  |
|                                  | ㉒環境に配慮した消費者行動の促進        | 32  |
|                                  | ㉓消費者意見の反映及び行動する消費者の育成   | 19  |

合計242事業

※赤字は、重点課題として掲げている推進施策です。

推進施策3 情報の適正化に向けた指導等の推進

●法律に基づく販売業者等に対する立入調査等

★家庭用品品質表示法の規定に基づく立入調査

検査対象品目

- ・繊維製品（床敷物）
- ・合成樹脂加工品（ポリ袋）
- ・電気機械器具（電気ポット）
- ・雑貨工芸品（魔法瓶）



家庭用品の購入に当たって、その品質を正しく理解するための商品表示がされているか調査しました！

立入検査実施の延べ事業者数 3件

★消費生活用製品安全法に基づく立入検査

検査対象品目

- ・ライター



※PSC対象商品

- ・乳幼児用ベッド
- ・ライター
- ・浴槽用温水循環器 等



消費者の生命・身体に対して特に危害を及ぼすおそれが多い製品については国の定めたPSCマークがないと販売できないこととなっているため、法に基づいた適切な表示がされているか検査しました！

立入検査実施の延べ事業者数 1件

★電気用品安全法に基づく立入検査

検査対象品目

- ・モバイルバッテリー
- ・電気掃除機
- ・電子レンジ
- ・オーブントースター 等



電気用品による危険及び障害の発生を防止するため、法に基づいた適切な表示がされているか検査しました！

立入検査実施の延べ事業者数 2件

★ガス事業法に基づく立入検査

検査対象品目

- ・ガス瞬間湯沸器



※PSTG対象商品

- ・ガスふろパーナー 等
- ・ガスこんろ 等

ガス用品に対する安全性の確保及び公害の防止を図るため、販売業者へ立ち入り、帳簿や書類等について検査しました！

立入検査実施の延べ事業者数 1件

★液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律に基づく立入検査

検査対象品目

- ・液化石油ガスコンロ



※PSLPG対象商品

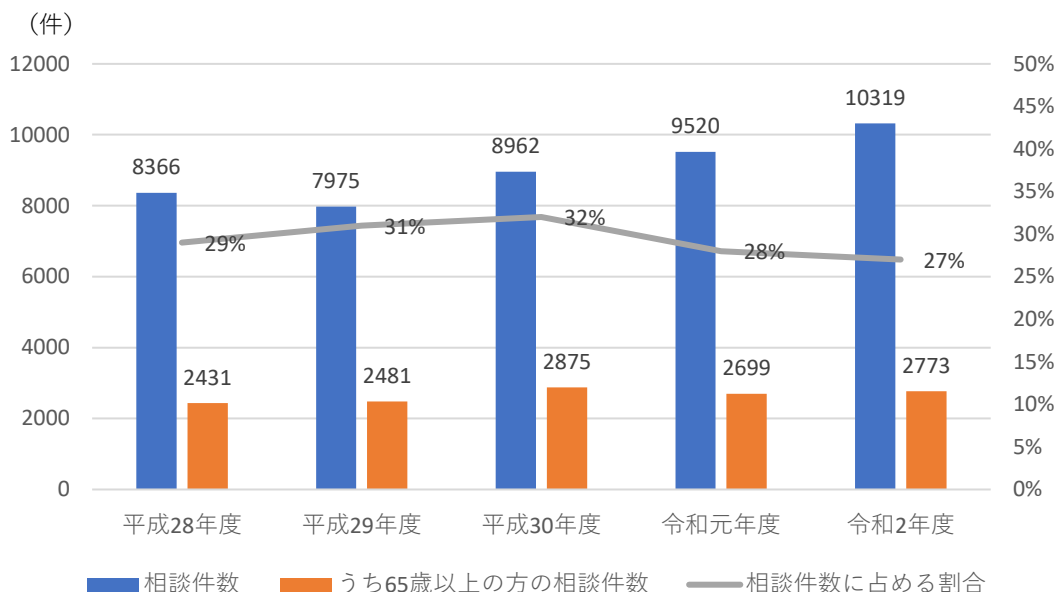
- ・液化石油ガスこんろ 等
- ・液化石油ガス用ガス漏れ警報器 等

液化石油ガス器具等による災害の防止等を図るため、販売業者へ立ち入り、帳簿や書類等について検査しました！

立入検査実施の延べ事業者数 1件

推進施策7 相談機能の強化と相談しやすい環境の整備

●令和2年度消費生活相談件数



令和2年度の特徴

- 1 相談件数が増加！  
9,520件（令和元年度） ⇒ **10,309件（令和2年度）**  
過去10年間で最大の相談件数となった令和元年度の相談件数を更に上回りました。
- 2 新型コロナウイルス感染症関連の相談が急増！  
162件（令和元年度） ⇒ **1,117件（令和2年度）**  
新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、新型コロナウイルスに関連する消費生活相談が令和2年1月頃から寄せられるようになり、令和2年度に急増しました。
- 3 「通信販売」のトラブルに巻き込まれたとの相談が増加  
3,127件（令和元年度） ⇒ **3,981件（令和2年度）**  
「ネットショッピングで商品を購入したものの、サポート窓口につながらない。」，「『お試し』のつもりで商品を購入したら、複数回の購入を条件とする定期購入だった。」などの「通信販売」についての相談件数が、年々増加する傾向にあります。

推進施策12 適正な取引行為の徹底

●事業者訪問への対応

事業者が消費生活相談状況等に係る情報収集や自社の取組の報告を行う事業者訪問対応を実施し、当該訪問を受けた際には、当該事業者（加盟店）に関する相談件数等の情報提供、不適正取引行為の指摘、トラブル事例の処理に関する協議（情報提供）を行いました。また、適宜、関係法令改正に関して留意する点についても聴き取りを行い、必要な情報提供を行いました。

**令和2年度実績：64回**（令和元年度実績：123件）

令和2年3月1日から5月31日までの間は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の観点から事業者のセンターへの訪問を停止しました。

推進施策17 児童、生徒等への消費者教育の推進

●情報モラル教室の実施

小・中（小中学校含む）・総合支援学校を対象に、無料通話アプリ等を介したトラブルや犯罪等の危険性、長時間利用等の依存性の問題等に関して、子どもたちが主体的に課題を理解して自ら解決策を考え、保護者の課題意識の向上及び家庭等での行動の支援にもつなげる情報モラル教室を、市民ボランティアである「情報モラル市民インストラクター」と教員が協働で実施しました。なお、令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により8月以降からの実施となりました。

『プログラム概要』

(1) 特徴

- ・ 教員と情報モラル市民インストラクターが協働で事業を行う。原則として教員（学級担当・教科担当）が指導するが、「問題提起」及び「情報提供」は情報モラル市民インストラクターをゲストティーチャーとして活用する。
- ・ 動画教材等を活用してグループ討議を行い、児童生徒が自らの問題点や解決策等について考える。
- ・ アンケート等を通して児童と保護者との会話につなげ、保護者の課題意識の向上を図る。

(2) 対象・内容等

|     | 主な対象学年 | 内容                  | 時間         | 進行                            |
|-----|--------|---------------------|------------|-------------------------------|
| 小学校 | 2年生    | ゲームの長時間利用           | 45分        | 教員                            |
|     | 3年生    | ゲーム依存               | 45分        |                               |
|     | 4年生    | SNSのトラブル            | 45分<br>90分 | 教員<br>情報モラル<br>市民インス<br>トラクター |
|     | 5年生    | インターネットへの投稿の危険性     | 45分        |                               |
|     | 6年生    | SNSによるコミュニケーショントラブル | 45分        |                               |
| 中学校 | 1～3年生  | インターネットへの投稿の危険性     | 50分        | 教員<br>情報モラル<br>市民インス<br>トラクター |
|     |        | SNSのトラブル            | 100分       |                               |



『実績』（実施校数  
（延べ回数））

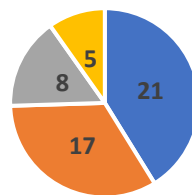
|     |          |
|-----|----------|
| 小学校 | 51校（79回） |
| 中学校 | 5校（9回）   |
| 合計  | 56校（88回） |

推進施策18 消費生活のトラブル防止のための学習機会の提供

●FM845「ピッカピカラジオ」による情報の提供

FM845（株式会社リビングエフエム）の放送番組「ピッカピカラジオ」の中の「ライフラインインフォメーション」コーナーにおいて、悪質商法の手口と対処法等の消費生活に関わる情報を提供しています。年末年始を除く毎週月曜日の午前11時18分頃から約3分間放送されています。

令和2年度実績



実績：51回

- 悪質商法に関する注意喚起
- 安全に関する注意喚起
- 契約に当たっての注意点
- エシカル消費の普及に関するもの等



推進施策22 環境に配慮した消費者行動の促進

●マイボトル推奨等サポート事業及び給水スポットの設置等

京都市では使い捨てが当たり前の生活から「ものを大切にするライフスタイル」への転換を図るため、市民の皆様の日々の生活における「ごみを減らす行動」を支援・推進しています。

その一環としてマイボトル対応や衣料品自主回収を実施する店舗について、京都市が「推奨店」として登録しHP等で広報する「マイボトル推奨等サポート事業」を実施しています。また、本市施設等で飲料水を提供している「給水スポット」の情報をお知らせしています。

マイボトルを持つメリット

お金を節約できる

いつでも適温で水分補給できる

毎日の生活が楽しくなる

『実績』

マイボトル推奨店  
衣料品自主回収店舗

238店舗  
29店舗



このステッカーが推奨店の目印！

推進施策23 消費者意見の反映及び行動する消費者の育成

●世界一安心安全・おもてなしのまち京都 市民ぐるみ推進運動

市民生活の一層の安心安全の実現と、京都市を訪れる全ての方の安心安全の向上を目指し、「京都が培ってきた文化力や人と人とのつながりを活かし、誰もが安心安全を実感できるまちづくり」のため、京都市と京都府警が取り組む「世界一安心安全・おもてなしのまち京都 市民ぐるみ推進運動」の一環として、地域団体による、犯罪の抑止を目的とする防犯カメラの設置に対し、経費の一部を補助しました。

『防犯カメラ設置の補助の応募・申請要件』

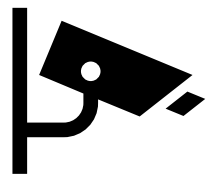
自治連合会、町内会などの地域団体で、以下の4つの要件を全て満たす団体

- 1 一定の地域を基盤とし、地域に根ざした活動をしていること
- 2 活動を行う地域の多数の世帯、住民で構成されていること
- 3 活動を行う地域の世帯、住民が自由に加入できること
- 4 規約、代表者を定めていること

募集 4月～6月末

補助率 9/10（1台上限20万円）以内

※ ただし、防犯カメラを取り付ける適当な場所がなく、やむを得ず自立柱を設置して取り付ける場合、1台当たりの補助金の上限は22万5千円



『補助実績数』

199台

# 重点課題 1

# 体系的・戦略的な消費者教育の推進

## 1 成年年齢引下げ等に対応した消費者教育教材の作成・配布

### 小学生向け消費者教育教材

GIGAスクール構想の実現やデジタル社会に対応した消費者教育・啓発を一層推進するため、1人1台配備される学習用端末で学べる教材として、小学校家庭科における「物や金銭の使い方」、「買い物の仕組み」や「消費者の役割」に関する学習等において活用できる消費者教育用WEBコンテンツである『買い物について考えよう～エコバッグがほしい!～』を教育部局との連携の下、作成しました。



### 中学生向け消費者教育教材

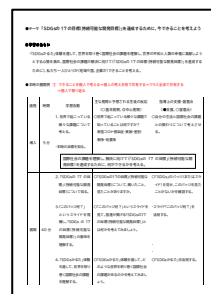
学習指導要領に明記されている「持続可能な社会の創り手の育成」を踏まえ、生徒のSDGsやエシカル消費への関心を高め、基礎的・基本的な知識の習得及び世界の課題と自分たちの生活とのつながりを考えさせることを目的に、実践的な消費者教育の授業等で活用できる『SDGs・エシカル消費の学習のための教材セット』を教育部局との連携の下、作成しました。



①



③



④

#### セット内容

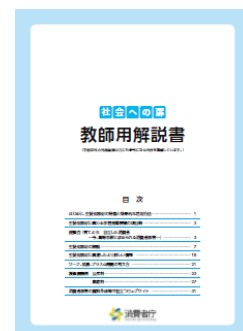
- ①SDGsって何?
- ②SDGsかるた
- ③ほんとうにおいしいチョコレート
- ④学習指導案及びワークシート例

### 高校生向け消費者教育教材

令和元年度から『社会への扉』を全市立高等学校（10校）及び総合支援学校（7校）へ配布し、活用状況を確認しています。



(学生向け)



(教員向け)



# 重点課題 1

## 体系的・戦略的な消費者教育の推進

### 2 エシカル消費の普及促進事業の実施

#### エシカル消費の普及促進

消費者が、自らの消費行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会情勢や地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会である「消費者市民社会」の実現に向けて、**人や社会、環境、地域の様々な課題について、主体的に考え、手の届く範囲でその解決に資する消費行動である「エシカル消費」**の考え方を広く紹介しました。

令和2年度は、総合企画局所管の市民協働ファシリテーターを活用した「市内・お困りごとバンク制度」を活用し、市内横断的な課題解決プロジェクトを立ち上げ、効果的な啓発手法について検討しました。

#### 「市内・お困りごとバンク」による取組

「市内・お困りごとバンク」による取組の一環として、ワークショップによる課題整理、市内小売店舗の視察等を実施し、エシカル消費の認知度向上及び市民に実践していただけるようなアプローチのアイデアや広報策を検討した結果、幅広い層の方にエシカル消費を身近な自分ごととして捉え、持続可能な社会の実現に向けたライフスタイルの実践につなげていただくことを目的として、**以下の啓発ツールを作成し**、活用しました。

##### ①ホームページ「みんなで、みんなに、いい消費。」の開設

「エシカル消費」に関する基本的な知識や、「エシカル消費」に関する幅広い社会的課題について考えるきっかけづくりの場とするため、**「エシカル消費」普及啓発ホームページを開設**しました。



##### ②「身近でできるエシカル消費」～倫さんのお買い物編～の作成

京都生活協同組合と協働し、スーパーで買物をするといった身近な消費行動を通して、**「エシカル消費」について気軽に学んでいただける内容の動画を作成**しました。



##### ③エシカル消費マスコットキャラクターによるSNSの開設

動画及びホームページの制作に当たって**新たに作成したオリジナルマスコットキャラクターのイラストを使用し**、「エシカル消費」の実践をはじめとした持続可能なライフスタイルについて、**身近で親しみやすい情報発信を積極的に行うため、SNSアカウントを開設**しました。



##### ④市内コープ店頭におけるポスター等掲示物による広報

より多くの機会を捉えて市民に「エシカル消費」という言葉を知り、自らの消費生活を振り返る機会としていただくため、**「エシカル消費」の説明や掲載ホームページを紹介したポスターなどの掲示物を作成し**、京都生活協同組合と協働して、**市内コープ店頭で掲示**を行っています。

# 重点課題 1

## 体系的・戦略的な消費者教育の推進

### 2 エシカル消費の普及促進事業の実施

#### 「ウィズコロナの消費行動を考える～消費者市民社会とエシカル消費～」の開催

新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけとして、消費者を取り巻く環境が大きく変化しつつあることを踏まえ、「ウィズコロナ」時代における持続可能な消費行動について、考えていただくことを目的として、京都府及びNPO法人コンシューマーズ京都との共催イベントを開催しました。

#### 実施状況

テーマ：**ウィズコロナの消費行動を考える  
～消費者市民社会とエシカル消費～**

日時：令和2年11月29日

内容：①「消費者市民社会って何？コロナ禍の課題について」  
②「SDGs目標達成のために地球温暖化防止の観点から」  
③「一杯のコーヒーからできること」  
④「ウィズコロナの消費行動を考える」（座談会）

参加者：58名（オンライン同時配信）



### 3 実践的な消費者教育推進支援事業

#### 中学校教員向け消費者教育研修会の実施

持続可能な社会の実現に向けて、消費者教育がどのように関わるのか等について教員が理解を深めるとともに、「未来を変えるエシカル消費」を活用した授業の実践等に向けて必要な知識を学ぶため、中学校教員向けの消費者教育研修会を実施しました。

#### 実施状況

日時：令和2年11月9日

テーマ：「エシカル消費」と中学校における消費者教育

参加者：15名



#### 教員を目指す学生を対象とした課外セミナーの開催

これからの消費者教育の担い手となる教員を目指す学生等が持続可能な社会の実現に向け、教育現場における消費者教育の重要性や、一人一人の消費行動が社会にどのような影響を及ぼすのかなどについて学ぶことにより、今後の学校教育における消費者教育の指導力の向上を図りました。

#### 実施状況

日時：令和3年2月13日

内容：①講義「消費者教育の実践について」  
②ワークショップ「モデル授業をつくろう！」

参加者：10名





# 重点課題 1

# 体系的・戦略的な消費者教育の推進

## 4 大学における消費生活講座

### 同志社大学における消費生活講座の実施

大学のまち京都ならではの取組として、**消費者団体と大学コンソーシアム京都等との協働**により、大学生が消費者契約トラブルなどの消費者問題についての現状認識を高め、その解決のために必要な法的知識を学ぶとともに、自らのライフスタイルについて考えを深めることを目的として、消費者問題に関する講座を同志社大学で開講しました。**令和2年度からは、受講者数の増加に伴い、春学期及び秋学期と通年で開講し、実施しました。**

以下のプログラムで実施しました

コンソーシアム京都 単位互換科目「消費者問題」  
●講義時間 2020年度春学期・秋学期 月曜日6限目(16:40~18:10)  
●講義教室 同志社大学今出川キャンパス  
●担当教員 同志社大学法学部 青木 真美 教授

【春学期】  
第1講 開講にあたって～「消費者問題」とは～  
第2講 「消費者問題」の現場から  
第3講 消費者を守る「知っておきたい身近な法律知識」  
第4講 消費者契約法「消費者団体訴訟制度・適格消費者団体含む」  
第5講 キャッシュレス時代の金融リテラシー  
第6講 インターネットトラブル対策について  
第7講 グループワーク「消費者被害を無くそう」  
第8講 消費者教育について  
第9講 持続可能な社会とは？SDGについて  
第10講 エシカルな消費を促すために  
第11講 消費者と企業の対話からく1>  
第12講 消費者と企業の対話からく2>  
第13講 グループワーク「消費者市民社会を目指して」  
第14講 消費者行政の取り組み  
第15講 まとめ講義

【秋学期】  
第1講 開講にあたって～「消費者問題」とは～  
第2講 「消費者問題」の現場から  
第3講 消費者契約法「消費者団体訴訟制度・適格消費者団体含む」  
第4講 インターネットトラブル対策について  
第5講 キャッシュレス時代の金融リテラシー  
第6講 消費者行政の取り組み  
第7講 グループワーク「消費者被害を無くそう」  
第8講 消費者教育について  
第9講 持続可能な社会とは？SDGについて  
第10講 エシカルな消費を促すために  
第11講 消費者と企業の対話から  
第12講 災害に備える  
第13講 食の安全・安心と食品衛生行政/京都府のごみ減量の取組み  
第14講 グループワーク「消費者市民社会を目指して」  
第15講 まとめ講義

### 実施状況

科目名：「**消費者問題**」  
実施日：春学期 令和2年4月13日～令和2年7月27日  
秋学期 令和2年9月28日～令和3年1月25日  
登録者：春学期 110名  
秋学期 109名

### 龍谷大学における消費生活講座の実施

龍谷大学で実施された「人権論B」（教養科目）の第5講において、「消費者問題と人権」をテーマに、現代の人権問題とその解決法を考えるため、**新たに消費生活講座を実施しました。**

### 実施状況

科目名：**人権論B（教養科目）**  
テーマ：第5講「消費者問題と人権」  
目的：現代の人権問題とその解決法を考える。  
実施日：令和2年11月19日、24日  
開催場：龍谷大学深草キャンパス  
講師：特定非営利活動法人コンシューマーズ京都  
前事務局長 西山 尚幸 氏



# 重点課題 1

## 体系的・戦略的な消費者教育の推進

### 5 消費者カパワーアップセミナー

#### 消費者カパワーアップセミナーの開催

消費者自らが適切に判断し、行動していく力（消費者力）を身に付けていただくことを目的として、消費者団体と連携し、悪質商法のトラブル防止等をはじめとした、暮らしに役立つ情報に関する消費生活講座「消費者カパワーアップセミナー」を開催しました。

例年3期に分けて開催していますが、令和2年度については、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、例年6～7月に実施している第1期のセミナーが開催できなかったことから、これを10月に延期し、また、例年第3期のセミナーを開催している2月に第2期のセミナーを開催しました。

また、NPO法人京都消費者契約ネットワーク監修による悪質商法の手口と対処法を学ぶための啓発動画「消費者カパワーアップWEB講座」を制作しました。

今後、NPO法人コンシューマーズ京都等の消費者団体と連携し、当該啓発動画を地域の学習会等で活用していただくよう、働き掛けていきます。



#### 実施状況

##### 『第1期』

テーマ：新型コロナウイルスと契約トラブルについて  
実施日：令和2年10月27日、29日、30日  
参加者：28名

##### 『第2期』

テーマ：安心して老後に備える！  
老いる前の整理のポイントについて  
実施日：令和3年2月25日、26日  
(セミナーA、Bに分かれて実施)  
参加者：77名

### 6 消費者団体との協働事業

#### 消費者問題学習会の開催

新型コロナウイルス感染症の感染拡大はテイクアウト需要や宅配需要を増加させ、使い捨てプラスチック容器の増加を招くことになったこと等を踏まえ、使い捨てプラスチック削減の取組などのエシカル消費の実践につなげていただくことを目的として開催しました。

#### 実施状況

テーマ：「プラごみの現状と未来～レジ袋有料化、ウィズコロナで状況は変わったか？～」

実施日：令和3年2月27日

内容：①京都市のプラごみの現状について  
②講演会「コロナ禍のプラスチック大量消費社会をどう生きる」

参加者：38名



## 重点課題2

# 高齢者等の消費者被害未然防止のための の安心・安全の確保に向けた取組

## 1 様々な媒体による情報提供・啓発等

### 「京（みやこ）・くらしの安心安全情報」の発行

悪質商法等に対する注意喚起や消費生活情報の提供を目的として、「京・くらしの安心安全情報」を2箇月に1回（年6回）発行しました。令和2年度は、各2,750部発行し、消費生活総合センター、市役所本庁舎、区役所・支所、各区社会福祉協議会、図書館、大学等に配布のほか、各地域包括支援センターに電子メールで配信するとともに、大学生向けアプリ「KYO-DENT」に掲載しました。

## 2 講座・セミナー等の実施

### 出前講座

出前講座とは地域や各団体で取り組まれる研修会や会合等に消費生活専門相談員等を講師として派遣し、悪質商法の手口やその対処方法等について分かりやすく説明する「アウトリーチ型」の支援で、消費者被害の未然防止のための重要な取組です。

平成20年度からは、必要に応じて、「京・くらしのサポーター」を派遣して寸劇を実施しています。

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、実施回数が減少したほか、寸劇公演は全て中止しました。

#### 『実績』

実施数：6件

参加者：63名

## 3 消費者安全確保地域協議会設置に向けた取組

### 権利擁護ネットワーク会議への参画

高齢者の消費者被害が深刻化しており、高齢者本人が相談することを待つのではなく、その周りにいる方々が、消費生活上の安全に常に気を配り、異変を察知した場合には、消費生活センター等の機関に適切につなぐことにより、高齢者を地域で見守る体制を構築することが極めて有効であることから、国においては、人口5万人以上を有する市町村に対し、消費者安全確保地域協議会の設置を促しています。

消費者安全確保地域協議会を設置することによって、地域協議会の構成員が見守り活動で得た個人情報を含む被害情報を地域協議会・消費生活センター等に提供できること、消費生活相談、見守り活動の中で得た情報等を基に見守りリストの作成が可能になること、地域協議会の構成員が消費者被害に係る広報物等により情報を共有し、意識の高まりが期待できます。

当センターでは、引き続き高齢サポート（地域包括支援センター）との連携強化の取組を進めています。高齢サポートにおいて、権利擁護ネットワーク会議に参画し、最新の悪質商法等の注意喚起や消費生活情報の提供を行っています。

（現在7区3支所（※）において参画）

※北区、中京区、東山区、山科区、下京区、右京区、西京区、洛西支所、深草支所、醍醐支所

## 重点課題3

# 食品表示監視指導業務の実施

## 1 食品表示に関する問合せへの対応

### 『これまでの実績』

|        | R2年度 | R元年度 | H30年度 |
|--------|------|------|-------|
| 相談受付件数 | 494件 | 521件 | 370件  |

食品の名称や原料原産地等の食品表示に対する相談、苦情、質問、要望などに対応しました！

## 2 任意調査・立入調査

### 『これまでの実績』

|               | R2年度 | R元年度 | H30年度 |
|---------------|------|------|-------|
| 任意調査等実施延べ事業者数 | 2件   | 5件   | 10件   |
| 指導・注意件数       | 1件   | 2件   | 7件    |

市民等の情報提供等により、不適正な食品表示が行われた場合は、品質に関する表示等について、任意調査・立入調査することとしています！  
令和2年度は、2社の事業者について実施し、そのうち1社に原産地の誤表示について、口頭注意を行いました！

## 3 定期パトロール

### 『これまでの実績』

|                 | R2年度 | R元年度 | H30年度 |
|-----------------|------|------|-------|
| 定期パトロール実施延べ事業者数 | 15件  | 18件  | 2件    |
| 口頭注意件数          | 2件   | 0件   | 0件    |

市内の食品関連事業者等において、生鮮食品、加工食品及び容器・包装された精米玄米が適正に表示されているか調査を実施しました！  
令和2年度は、15店舗についてパトロールを実施し、そのうち2店舗に複数の不適正な表示が確認されたため、速やかに改善するよう要請しました！

## 4 買上調査

### 『これまでの実績』

|             | R2年度      | R元年度  | H30年度 |
|-------------|-----------|-------|-------|
| 買上調査品目      | 豚肉, カットねぎ | カットねぎ | カットねぎ |
| 買上調査実施延べ検体数 | 7件        | 5件    | 6件    |

原材料又は原産地等が判別可能な食品を買い上げて、科学的検査を実施することにより、表示されている原産地等の虚偽性を確認しました！