

# 令和元年度単位価格表示実施状況調査結果

岩手県立県民生活センター R2.3

## I 調査概要

### 1 調査の目的

消費者の自主的かつ合理的な商品の選択に資するため、「単位価格表示の基準」（平成 18 年 1 月 17 日岩手県告示第 59 号）で定めた単位価格表示の対象店舗に対し、告示による単位価格表示の実施状況を調査し、結果を公表することにより、単位価格表示の普及推進を図ることを目的とする。

### 2 調査の対象

単位価格表示の対象品目の全部又は一部を販売する次に掲げる店舗（調査日現在：458 店舗）

#### (1) 一般小売店

売場面積が 300 m<sup>2</sup>以上の店舗

#### (2) ショッピングセンターなど、同一の建物内に複数の店舗が入居している場合

入居店舗の合計売場面積が 300 m<sup>2</sup>以上となる場合は入居している全ての店舗（ただし、調査対象品目の扱いが無い店舗は除く。）

#### (3) 農業協同組合が出資している会社の小売店（A コープ店等）

売場面積が 100 m<sup>2</sup>以上の店舗

#### (4) 消費生活協同組合の店舗

売場面積が 100 m<sup>2</sup>以上の店舗

### 3 調査期間

令和元年 12 月 9 日（月）から令和元年 12 月 20 日（金）までの間

## II 調査結果概要

### 1 調査回答率

80.3%（調査対象 458 店舗中、回答 368 店舗）

平成 30 年度

80.0%（調査対象 450 店舗中、回答 360 店舗）

### 2 集計結果の概要

回答のあった店舗中、対象品目の中でいずれか 1 品目でも単位価格表示を実施している店舗の割合は、平成 30 年度の 60.7%から 3.4 ポイント下がり、57.3%となった。

品目別の実施状況をみると、31 品目で実施率が上昇（平均 9.4 ポイント増）、6 品目で実施率が低下（平均 15.5 ポイント減）した。

また、平成 30 年度、品目別実施率が低かった「たまねぎ」「ばれいしょ」「かぼちゃ」については、実施率がそれぞれ 30.8 ポイント、24.1 ポイント、23.4 ポイント上昇した。

- (1) 取組店舗割合（対象品目 37 品目中、いずれかの品目で単位価格表示を実施している店舗）  
57.3%〔表示実施店舗 211 / （調査回答店舗 368 - 対象品目を扱っていない店舗 0） × 100〕

平成 30 年度

60.7%〔表示実施店舗 218 / （調査回答店舗 360 - 対象品目を扱っていない店舗 1） × 100〕

- (2) 単位価格表示実施率の高い品目（トップ 5）

令和元年度	平成 30 年度
①まぐろ (91.4%)	①精肉 (96.4%)
②さけ (87.0%)	②まぐろ (94.1%)
③精肉 (67.0%)	③さけ (89.0%)
④ハム (56.6%)	④ベーコン (59.5%)
⑤ベーコン (53.3%)	⑤ハム (58.5%)

- (3) 単位価格表示実施率の低い品目（ワースト 5）

令和元年度	平成 30 年度
①牛乳 (31.8%)	①ばれいしょ (10.9%)
②合成洗剤（洗濯用） (33.2%)	②たまねぎ (11.7%)
③ヨーグルト (33.4%)	③チーズ (15.8%)
④紅茶 (33.8%)	④ティッシュペーパー (18.6%)
⑤ティッシュペーパー (33.9%)	⑤トイレットペーパー (19.0%)

- (4) 単位価格表示実施率（品目別）の前年度比較

平成 30 年度に比べ表示実施率が上昇した品目 37 品目中 31 品目 (83.8%)

〔たまねぎ、ばれいしょ、かぼちゃ、チーズ、トイレットペーパーなど〕

平成 30 年度に比べ表示実施率が低下した品目 37 品目中 6 品目 (16.2%)

〔精肉、ベーコン、ソーセージ、まぐろ、さけなど〕

## 単位価格表示とは？

単位価格表示（ユニット・プライシング）とは、岩手県消費生活条例第 16 条第 1 項の規定に基づき定められたもので、商品の販売価格の表示のほかに「100 g 当たり〇〇円」「10ml 当たり〇〇円」というように、計量単位当たりの価格を併せて表示することにより、消費者が商品を購入する際の価格の比較を容易にし、商品選択の利便を図るための表示です。

### Ⅲ 調査結果詳細

〔品目別単位価格表示の実施状況〕

No.	品 目	基準 単体量	商品取扱 店舗数	実施して いる店舗	一部実施し ている店舗	実施して いない店舗	品目別 実施率	
							(B+C)/A	順位
1	合成洗剤(台所用)	10mℓ	365	23	103	239	34.5%	
2	合成洗剤(洗濯用)	100g	364	20	101	243	33.2%	△2
3	練り歯みがき	10g	358	20	102	236	34.1%	
4	シャンプー	10mℓ	357	40	96	221	38.1%	
5	トイレットペーパー	10m	362	54	81	227	37.3%	
6	ティッシュペーパー	10枚	345	38	79	228	33.9%	△5
7	ベーコン	100g	287	51	102	134	53.3%	⑤
8	ハム	100g	304	49	123	132	56.6%	④
9	ソーセージ	100g	285	29	115	141	50.5%	
10	粉ミルク	100g	267	15	76	176	34.1%	
11	チーズ	100g	300	35	77	188	37.3%	
12	乾麺	100g	340	34	87	219	35.6%	
13	スパゲッティ	100g	319	18	102	199	37.6%	
14	ソース	100mℓ	319	20	102	197	38.2%	
15	ケチャップ	100g	320	22	100	198	38.1%	
16	マヨネーズ	100g	338	38	101	199	41.1%	
17	食酢	100mℓ	339	39	102	198	41.6%	
18	化学調味料	10g	338	36	101	201	40.5%	
19	即席カレー	10g	341	18	115	208	39.0%	
20	インスタントコーヒー	10g	346	17	118	211	39.0%	
21	紅茶	10g	340	34	81	225	33.8%	△4
22	果実飲料	100mℓ	359	39	95	225	37.3%	
23	炭酸飲料	100mℓ	360	41	95	224	37.8%	
24	食用油	100g	340	39	99	202	40.6%	
25	砂糖	100g	326	22	98	206	36.8%	
26	ジャム	100g	308	36	78	194	37.0%	
27	しょうゆ	100mℓ	322	18	101	203	37.0%	
28	みそ	100g	319	18	101	200	37.3%	
29	牛乳	100mℓ	289	19	73	197	31.8%	△1
30	ヨーグルト	100g	287	18	78	191	33.4%	△3
31	かぼちゃ	100g	262	94	40	128	51.1%	
32	ばれいしょ	100g	286	13	87	186	35.0%	
33	たまねぎ	100g	268	13	101	154	42.5%	
34	精肉	100g	261	97	78	86	67.0%	③
35	まぐろ	100g	175	91	69	15	91.4%	①
36	さけ	100g	177	50	104	23	87.0%	②
37	小麦粉	100g	289	21	99	169	41.5%	
<b>(37品目全体)</b>			<b>(368)</b>	<b>(211)</b>	<b>(157)</b>	<b>(57.3%)</b>		

実施・一部実施店舗数

0 100 200

□ 実施店舗  
▨ 一部実施店舗

Ⅲ 調査結果詳細（続き）

〔品目別単位価格表示実施率の前年度比較〕

No.	品 目	基準 単位量	品目別表示実施率				前年度 比較 (B-A)
			H30年度(A)	順位	R1年度(B)	順位	
1	合成洗剤(台所用)	10mℓ	26.0%		34.5%		8.5ポイント
2	合成洗剤(洗濯用)	100g	25.6%		<b>33.2%</b>	<b>Δ2</b>	7.6ポイント
3	練り歯みがき	10g	24.9%		34.1%		9.2ポイント
4	シャンプー	10mℓ	24.1%		38.1%		14.0ポイント
5	トイレトペーパー	10m	<b>19.0%</b>	<b>Δ5</b>	37.3%		18.3ポイント
6	ティッシュペーパー	10枚	<b>18.6%</b>	<b>Δ4</b>	<b>33.9%</b>	<b>Δ5</b>	15.3ポイント
7	ベーコン	100g	<b>59.5%</b>	<b>④</b>	<b>53.3%</b>	<b>⑤</b>	-6.2ポイント
8	ハム	100g	<b>58.5%</b>	<b>⑤</b>	<b>56.6%</b>	<b>④</b>	-1.9ポイント
9	ソーセージ	100g	56.3%		50.5%		-5.8ポイント
10	粉ミルク	100g	20.2%		34.1%		13.9ポイント
11	チーズ	100g	<b>15.8%</b>	<b>Δ3</b>	37.3%		21.5ポイント
12	乾麺	100g	27.2%		35.6%		8.4ポイント
13	スパゲッティ	100g	27.0%		37.6%		10.6ポイント
14	ソース	100mℓ	24.4%		38.2%		13.8ポイント
15	ケチャップ	100g	24.6%		38.1%		13.5ポイント
16	マヨネーズ	100g	24.9%		41.1%		16.2ポイント
17	食酢	100mℓ	27.5%		41.6%		14.1ポイント
18	化学調味料	10g	26.3%		40.5%		14.2ポイント
19	即席カレー	10g	25.1%		39.0%		13.9ポイント
20	インスタントコーヒー	10g	26.3%		39.0%		12.7ポイント
21	紅茶	10g	23.6%		<b>33.8%</b>	<b>Δ4</b>	10.2ポイント
22	果実飲料	100mℓ	25.1%		37.3%		12.2ポイント
23	炭酸飲料	100mℓ	25.1%		37.8%		12.7ポイント
24	食用油	100g	26.4%		40.6%		14.2ポイント
25	砂糖	100g	27.4%		36.8%		9.4ポイント
26	ジャム	100g	21.7%		37.0%		15.3ポイント
27	しょうゆ	100mℓ	27.5%		37.0%		9.5ポイント
28	みそ	100g	22.7%		37.3%		14.6ポイント
29	牛乳	100mℓ	19.8%		<b>31.8%</b>	<b>Δ1</b>	12.0ポイント
30	ヨーグルト	100g	19.9%		<b>33.4%</b>	<b>Δ3</b>	13.5ポイント
31	かぼちゃ	100g	27.7%		51.1%		23.4ポイント
32	ばれいしょ	100g	<b>10.9%</b>	<b>Δ1</b>	35.0%		24.1ポイント
33	たまねぎ	100g	<b>11.7%</b>	<b>Δ2</b>	42.5%		30.8ポイント
34	精肉	100g	<b>96.4%</b>	<b>①</b>	<b>67.0%</b>	<b>③</b>	-29.4ポイント
35	まぐろ	100g	<b>94.1%</b>	<b>②</b>	<b>91.4%</b>	<b>①</b>	-2.7ポイント
36	さけ	100g	<b>89.0%</b>	<b>③</b>	<b>87.0%</b>	<b>②</b>	-2.0ポイント
37	小麦粉	100g	25.3%		41.5%		16.2ポイント

## ○単位価格表示の基準

平成 18 年 1 月 17 日告示第 59 号

岩手県消費生活条例（平成 17 年岩手県条例第 34 号）第 16 条第 1 項の規定に基づき、単位価格表示の基準を次のように定め、平成 18 年 4 月 1 日から施行する。なお、単位価格表示の基準（昭和 51 年岩手県告示第 1230 号）は、平成 18 年 3 月 31 日限り、廃止する。

### 単位価格表示の基準

（適用範囲）

第 1 この基準は、次に掲げる事業者であつて、第 2 第 1 号に規定する対象品目の全部又は一部を販売するもの（以下「対象事業者」という。）に適用する。

- (1) 売場面積が 300 平方メートル以上の店舗により小売業を営む者
- (2) 同一の建物内で営業する特定の小売業を営む者（以下「キーテナント」という。）及びこの者と出店契約を結んで小売業を営む者（以下「出店契約者」という。）の当該建物内における売場面積の合計が 300 平方メートル以上の場合における当該キーテナント及び出店契約者
- (3) 農業協同組合法（昭和 22 年法律第 132 号）に基づき設立された農業協同組合が出資している小売業を営む者のうち、売場面積が 100 平方メートル以上の店舗により供給事業を行うもの
- (4) 消費生活協同組合法（昭和 23 年法律第 200 号）に基づき設立された消費生活協同組合のうち、売場面積が 100 平方メートル以上の店舗により供給事業を行うもの

（単位価格表示）

第 2 対象事業者は、第 1 各号に規定する店舗においては、その供給する商品に次に定めるところによる表示（以下「単位価格表示」という。）を行うよう努めなければならない。

- (1) 対象品目  
対象品目は、別表に掲げるとおりとする。
- (2) 表示事項
  - ア 面前計量の方法により商品を販売する場合の表示事項は、商品名及び基準単位量（対象品目ごとに別表に定める基準単位量をいう。）当たりの価格（以下「単位価格」という。）とする。
  - イ 面前計量以外の方法により商品を販売する場合の表示事項は、商品名、内容量、販売価格及び単位価格とする。
  - ウ 単位価格は、有効数字 3 けた（4 けた目を四捨五入）で表示するものとする。
- (3) 表示方法  
表示方法は、次に掲げるいずれか 1 の方法又は 2 以上を組み合わせた方法とする。
  - ア 商品ごとに直接ラベルをはり付けて表示し、又は印刷して表示する方法
  - イ 商品の陳列棚等にラベルをはり付けて表示し、又は差し込んで表示する方法
  - ウ 商品の近くに下札又は置札きげふだで表示する方法
  - エ 商品の近くに一覧表で表示する方法

別表（第2関係）

単位価格表示の対象品目及び基準単位量

品 目	基準単位量	品 目	基準単位量
(日用品)		インスタントコーヒー	10 g
合成洗剤（台所用）	10 ml	紅茶	10 g
〃（洗たく用）	100 g	果実飲料	100 ml
練り歯みがき	10 g	炭酸飲料	100 ml
シャンプー	10 ml	食用油	100 g
トイレットペーパー	10 m	砂糖	100 g
ティッシュペーパー	10枚（2枚重ねのものは、2枚を1組として10組）	ジャム	100 g
(6品目)		しょうゆ	100 ml
(加工食品)		みそ	100 g
ベーコン	100 g	牛乳	100 ml
ハム	100 g	ヨーグルト	100 g
ソーセージ	100 g	(24品目)	
粉ミルク	100 g	(生鮮食品)	
チーズ	100 g	かぼちゃ	100 g
乾麺	100 g	ばれいしょ	100 g
スパゲッティ	100 g	たまねぎ	100 g
ソース	100 ml	精肉	100 g
ケチャップ	100 g	まぐろ	100 g
マヨネーズ	100 g	さけ	100 g
食酢	100 ml	(6品目)	
化学調味料	10 g	(その他)	
即席カレー	10 g	小麦粉	100 g
		(1品目)	
		合計 37 品目	

○単位価格表示4つのメリット

**単価の重要性を再発見する**

ユニット・プライシングは単価の重要性を再認識させ、そして品質と価格の関係をじっくり考えるきっかけを提供します。

**まやかし値上げを見破る**

販売価格はそのままで量目だけを減らして実質的に値上げする。ユニット・プライシングはこれを見破ります。

**過大包装を追放する**

過大包装容器は当然単価をつりあげたりします。また宣伝のいきすぎも割高なものにします。

**消費者の選択を助ける**

「どれを買おうかな？」銘柄・サイズ・品質…多種多様でつい迷ってしまいます。こんなとき、自由に正しい価格で買物ができるようユニット・プライシングは消費者の選択を助けます。