

令和3年度単位価格表示実施状況調査結果（令和4年3月）

岩手県立県民生活センター

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：507店舗）

(1) 一般小売店

売場面積が300㎡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㎡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ない店舗は除く。）

(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㎡以上の店舗

(4) 消費生活協同組合の店舗

売場面積が100㎡以上の店舗

3 調査期間

令和3年11月9日（火）から令和3年11月30日（火）までの間

II 調査結果概要

1 調査回答率

80.9%（調査対象507店舗中、回答410店舗）

令和2年度

78.2%（調査対象481店舗中、回答376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（取組店舗割合）は、令和2年度の55.3%から0.7ポイント下がり、54.6%となった。

品目別の実施状況をみると、2品目で実施率が上昇（平均31.0ポイント増）、35品目で実施率が低下（平均2.3ポイント減）した。

また、生鮮食品では、まぐろが95.5%、さけが91.3%、精肉が62.1%と品目別実施率が高い一方で、1個当たりで販売する機会が多い、たまねぎは16.9%、ばれいしょは22.5%など、品目別実施率が低い傾向となった。

- (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）
54.6%〔表示実施店舗 224／（調査回答店舗 410－対象品目を扱っていない店舗 0）×100〕

令和 2 年度

55.3%〔表示実施店舗 208／（調査回答店舗 376－対象品目を扱っていない店舗 0）×100〕

- (2) 単位価格表示実施率の高い品目（トップ 5）

令和 3 年度	令和 2 年度
① まぐろ (95.5%)	① まぐろ (64.8%)
② さけ (91.3%)	② 精肉 (64.1%)
③ 精肉 (62.1%)	③ さけ (60.1%)
④ ハム (53.4%)	④ ハム (57.1%)
⑤ ベーコン (53.3%)	④ ベーコン (57.1%)

- (3) 単位価格表示実施率の低い品目（ワースト 5）

	令和 2 年度
① たまねぎ (16.9%)	① 粉ミルク (19.4%)
② 粉ミルク (18.9%)	② ばれいしょ (23.6%)
③ トイレットペーパー (22.0%)	③ 練り歯みがき (23.9%)
④ シャンプー (22.2%)	④ シャンプー (24.1%)
⑤ 練り歯みがき (22.3%)	⑤ テッシュペーパー (24.2%)

- (4) 単位価格表示実施率（品目別）の前年度比較

令和 2 年度に比べ表示実施率が上昇した品目 37 品目中 2 品目 (5.4%)

〔まぐろ、さけ〕

令和 2 年度に比べ表示実施率が低下した品目 37 品目中 35 品目 (94.6%)

〔たまねぎ、ベーコン、ハム、食酢、インスタントコーヒーなど〕

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	実施して	一部実施し	実施して	品目別		実施・一部実施店舗数
			店舗数	いる店舗	ている店舗	いない店舗	(B+C)/A	順位	
			A	B	C	D			0 100 200
1	合成洗剤(台所用)	10ml	403	28	63	312	22.6%		28 63
2	合成洗剤(洗濯用)	100g	401	28	62	311	22.4%		28 62
3	練り歯みがき	10g	400	28	61	311	22.3%	△5	28 61
4	シャンプー	10ml	397	24	64	309	22.2%	△4	24 64
5	トイレットペーパー	10m	400	44	44	312	22.0%	△3	44 44
6	ティッシュペーパー	10枚	402	47	43	312	22.4%		47 43
7	ベーコン	100g	334	56	122	156	53.3%	⑤	56 122
8	ハム	100g	335	56	123	156	53.4%	④	56 123
9	ソーセージ	100g	335	51	67	217	35.2%		51 67
10	粉ミルク	100g	291	20	35	236	18.9%	△2	20 35
11	チーズ	100g	333	34	51	248	25.5%		34 51
12	乾麺	100g	378	59	32	287	24.1%		59 32
13	スパゲッティ	100g	371	57	29	285	23.2%		57 29
14	ソース	100ml	369	54	32	283	23.3%		54 32
15	ケチャップ	100g	371	57	32	282	24.0%		57 32
16	マヨネーズ	100g	371	56	32	283	23.7%		56 32
17	食酢	100ml	369	75	12	282	23.6%		75 12
18	化学調味料	10g	372	56	32	284	23.7%		56 32
19	即席カレー	10g	378	57	29	292	22.8%		57 29
20	インスタントコーヒー	10g	382	39	48	295	22.8%		39 48
21	紅茶	10g	377	38	49	290	23.1%		38 49
22	果実飲料	100ml	394	61	28	305	22.6%		61 28
23	炭酸飲料	100ml	399	64	26	309	22.6%		64 26
24	食用油	100g	371	75	14	282	24.0%		75 14
25	砂糖	100g	374	62	29	283	24.3%		62 29
26	ジャム	100g	338	38	47	253	25.1%		38 47
27	しょうゆ	100ml	370	78	9	283	23.5%		78 9
28	みそ	100g	366	37	51	278	24.0%		37 51
29	牛乳	100ml	336	35	46	255	24.1%		35 46
30	ヨーグルト	100g	336	34	50	252	25.0%		34 50
31	かぼちゃ	100g	294	69	76	149	49.3%		69 76
32	ばれいしょ	100g	329	24	50	255	22.5%		24 50
33	たまねぎ	100g	301	21	30	250	16.9%	△1	21 30
34	精肉	100g	306	173	17	116	62.1%	③	173 17
35	まぐろ	100g	179	151	20	8	95.5%	①	151 20
36	さけ	100g	183	122	45	16	91.3%	②	122 45
37	小麦粉	100g	336	55	34	247	26.5%		55 34
(37品目全体)			(410)	(224)	(186)	(54.6%)			□ 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)
			R2年度(A)	順位	R3年度(B)	順位	
1	合成洗剤(台所用)	10mℓ	24.8%		22.6%		-2.2ポイント
2	合成洗剤(洗濯用)	100g	24.6%		22.4%		-2.2ポイント
3	練り歯みがき	10g	23.9%	△3	22.3%	△5	-1.6ポイント
4	シャンプー	10mℓ	24.1%	△4	22.2%	△4	-1.9ポイント
5	トイレットペーパー	10m	24.3%		22.0%	△3	-2.3ポイント
6	ティッシュペーパー	10枚	24.2%	△5	22.4%		-1.8ポイント
7	ベーコン	100g	57.1%	④	53.3%	⑤	-3.8ポイント
8	ハム	100g	57.1%	④	53.4%	④	-3.7ポイント
9	ソーセージ	100g	37.6%		35.2%		-2.4ポイント
10	粉ミルク	100g	19.4%	△1	18.9%	△2	-0.5ポイント
11	チーズ	100g	26.7%		25.5%		-1.2ポイント
12	乾麺	100g	25.3%		24.1%		-1.2ポイント
13	スパゲッティ	100g	25.9%		23.2%		-2.7ポイント
14	ソース	100mℓ	25.9%		23.3%		-2.6ポイント
15	ケチャップ	100g	26.7%		24.0%		-2.7ポイント
16	マヨネーズ	100g	25.6%		23.7%		-1.9ポイント
17	食酢	100mℓ	27.0%		23.6%		-3.4ポイント
18	化学調味料	10g	25.9%		23.7%		-2.2ポイント
19	即席カレー	10g	25.3%		22.8%		-2.5ポイント
20	インスタントコーヒー	10g	25.7%		22.8%		-2.9ポイント
21	紅茶	10g	25.4%		23.1%		-2.3ポイント
22	果実飲料	100mℓ	24.7%		22.6%		-2.1ポイント
23	炭酸飲料	100mℓ	24.9%		22.6%		-2.3ポイント
24	食用油	100g	26.0%		24.0%		-2.0ポイント
25	砂糖	100g	26.5%		24.3%		-2.2ポイント
26	ジャム	100g	26.4%		25.1%		-1.3ポイント
27	しょうゆ	100mℓ	25.9%		23.5%		-2.4ポイント
28	みそ	100g	26.5%		24.0%		-2.5ポイント
29	牛乳	100mℓ	25.6%		24.1%		-1.5ポイント
30	ヨーグルト	100g	26.7%		25.0%		-1.7ポイント
31	かぼちゃ	100g	50.5%		49.3%		-1.2ポイント
32	ばれいしょ	100g	23.6%	△2	22.5%		-1.1ポイント
33	たまねぎ	100g	25.1%		16.9%	△1	-8.2ポイント
34	精肉	100g	64.1%	②	62.1%	③	-2.0ポイント
35	まぐろ	100g	64.8%	①	95.5%	①	30.7ポイント
36	さけ	100g	60.1%	③	91.3%	②	31.2ポイント
37	小麦粉	100g	28.5%		26.5%		-2.0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って、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たで表示する方法

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数

品目	基準単位数	品目	基準単位数
(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		ジャム	100 g
(6品目)	10枚（2枚重ねのものは、2枚を1組として10組）	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にユニット・プライシングは消費者の選択を助けます。