

## 令和4年度第2回表示・広告調査結果「東京都消費生活調査員調査」

### 1 調査のテーマ

「店舗における単位価格表示の調査」

### 2 調査の目的

東京都では、消費者が買い物をする際の価格比較を容易にするために、東京都消費生活条例において単位価格表示を義務付けている。単位価格表示は、商品の「中身」についての一定計量単位（重量、容量、長さ等）当たりの販売価格を、個々の商品の販売価格と併せて記載するものである。

今回は、東京都消費生活条例に基づいて、店舗における単位価格表示の調査を行い、事業者に対する指導など、今後の消費生活行政に役立てることを目的とした。

### 3 調査対象表示

都内に所在する、面積が300㎡以上の店舗における、「100gあたり〇〇円」、「10mlあたり〇〇円」といった単位価格表示で、お店の陳列棚などにあるプライスカードの表示を調査対象とした。

### 4 調査対象品目

単位価格表示を義務付けている68品目のうち、以下の品目とした。

加工食品：ソーセージ、スパゲッティ、ソース（ウスターソース、中濃ソース、濃厚ソース）、トマトケチャップ、食酢、干ししいたけ、めん類等つゆ、包装もち、包装生めん、ヨーグルト（飲料は除く。）

日用品雑貨：合成洗剤（台所用、洗たく用、住居用）、ねりはみがき、シャンプー又はヘアーリンス、ラップ（食品包装用ラップフィルムに限る。）、身体用液状洗剤（ボディソープ）

### 5 調査方法

調査期間内に都の指定する店舗へ行き、対象の加工食品10品目のうち3品目、日用品雑貨5品目のうち3品目のいずれかを選んだ後、品目ごとに2商品（合計6商品）の単位価格表示を調査。調査結果及びアンケートの回答は所定の「調査票」に記入し報告してもらった。

### 6 調査期間

令和4年10月8日（土曜日）から10月21日（金曜日）まで

## 7 調査規模

調査員数	回答者数	回収率
194名	167名	86.1%

## 8 調査結果

回答数 (複数回答あり)	調査実績	左記のうち不適正ありの 回答があったもの
173	49業者 173店 1,038商品	34業者 86店 399商品

## 9 不適正理由の区分別回答の内訳

区 分	回答（商品）数	割合（%）
表示単位価格表示なし	248	62.2
値引き後価格に表示なし	46	11.5
表示が規定単位と異なる	31	7.8
表示が見えづらい	20	5.0
その他	54	13.5
合計	399	100.0

## 10 調査員からの報告をもとにした指導

調査員から「不適正表示あり」として報告された34事業者（店舗86店の運営事業者）に対して、立入調査や電話確認の上、表示の改善等を指導した。

### 11 指導対象とした単位価格表示の例

#### ア 単位価格表示なし

- ・プライスカードの様式が単位価格表示をする仕様になっておらず、調査商品及び店舗内の商品に単位価格表示がない。

→単位価格表示の趣旨を説明し、東京都が指定する68品目について規定の単位あたりの価格を販売価格に併記して表示するよう口頭注意した。

・調査対象商品の一部に単位価格表示がない。

→東京都指定の対象品目について、単位価格表示を徹底するよう口頭注意した。

#### イ 値引きした商品の値引き後価格に対する単位価格表示なし

・特売品等、短期間のお買い得価格が通常のプライスカードの上に重ねられている場合に、値引き前には単位価格が表示されていたが、値引き後の表示には単位価格がなかった。

・特売品のプライスカードは、お買い得感を強調する特別なPOP表示であることが多く、値引き後の単位価格を表示しない仕様になっていた。

→値引き品についても単位価格の表示が原則であることを説明し、実施するよう口頭注意した。

#### ウ 表示が規定の単位になっていない

・干ししいたけについて10gあたりの単位価格を表示すべきところ100gあたり、包装もちについて100gあたりの単位価格を表示すべきところ1Kgあたりの表示になっていた。

・ソーセージ92g×2袋について1袋あたり、3食入りのうどんについて1袋あたり、だししょうゆについて1個あたりの価格を表示していた。

→規定の単位で表示するよう口頭注意した。

#### エ 単位価格表示はあるが見つづらい

・単位価格の文字が白抜きで小さくて見つづらい。

・統一された様式の単位価格表示がプライスカードの右下にあるが、非常に小さい。

→消費者が容易に識別できるような大きさと表示することが望ましいと指導した。