

## はじめに

当審議会は、平成13年7月10日に、知事から諮問された「東京都消費生活条例による単位価格表示の品目等の見直し」について表示適正化部会を設置した。

その部会で、諮問事項の内容や経緯などについて事務局から説明を受けた後、実質的な審議を開始した。諮問事項の検討にあたっては、東京都が事前に実施した単位価格表示の実施状況調査や、消費者及び事業者の意識調査の結果等を踏まえ、また、部会自ら商品の流通・販売の最新の状況や表示の実態を把握するための店舗調査を実施し、学識者からもヒアリングを行った上、慎重に審議を行った。

その審議結果を踏まえ、次のとおり答申する。

# 第 1 単位価格表示制度と東京都の取り組み

## 1 単位価格表示の意義と役割

商品の販売価格とあわせて、単位量当たりの価格が表示されることにより、消費者にとっては、商品購入の際、異なる販売量目間、ブランド間、あるいは、店舗間の価格が比較でき、合理的な商品選択が可能となる。また、このことは、次のような効果ももたらす。

市場における有効な価格競争を活発化させる。

量目操作による安易な値上げを抑制する。

過剰過大包装を追放する一つの有効な手段となる。

消費者が単位価格の重要性を再認識し、品質と価格の関係を考える契機となる。

商品に対する消費者の知る権利や商品を選ぶ権利を保障する。

## 2 東京都における単位価格表示の推進

### (1) 東京都における単位価格表示への取り組みと概要

わが国では、昭和30年代後半から40年代にかけて、加工食品や日用品雑貨等における包装サイズの多種多様化が著しく進行し、消費者が多様化した商品群からの確かな商品選択を行うことが非常に困難な状況となった。これを背景として、消費者擁護を図り、消費者からの単位価格表示制度導入の強い要請に応えるため、経済企画庁、農林水産省、通商産業省は、昭和50年8月に、各都道府県及び政令指定都市に対し、単位価格表示の推進についての三省庁合同通達を出し、その具体的推進を地方自治体レベルでの取り組みに委ねた。

このような流れの中で、東京都では、昭和50年12月、東京都消費生活条例の施行に伴い、知事が、消費生活対策審議会に「単位価格等の表示事項」について諮問し、同審議会での審議を踏まえて、昭和51年7月から、指定品目60品目、店舗規模1,000㎡以上を対象として、単位価格表示制度が導

入されるに至った。

その後、東京都は、経済社会状況の変化や、消費者の要望等を考慮し、消費生活対策審議会の諮問・答申を経て、これまで随時、指定品目や対象店舗の見直しを行ってきた。その概要は別紙1のとおりである。

都における単位価格表示制度導入から二十数年を経過し、今日では、その意義が多くの消費者や事業者に認識され、消費生活上の重要な制度として定着を見るに至っている。これは、条例により、単位価格表示の対象店舗が徐々に拡大され、次第に多くの小売店へと普及するとともに、表示を行う品目も、指定品目にとどまらず、これ以外の品目へと波及し、そうした環境の中で、消費者意識の向上が図られたためと考えられ、そのような意味で条例のもたらした成果は大きいと評価できよう。

## (2) 現行制度の概要

東京都消費生活条例は、第18条第1項において、「知事は、消費者が商品を購入するに当たり、これを適切に選択するため必要があると認めるときは、商品ごとに質量、長さ、面積、体積等の単位当たりの価格を表示する方法及び表示に当たり使用する単位を指定することができる」とし、また、同条第2項において、「商品を消費者に販売する事業者のうち、知事の指定する業種、規模又は態様により事業を行う者は、商品を販売し、又は販売のために陳列するに当たり、前項の規定により指定された方法及び単位によりその単位当たりの価格及び販売価格を表示しなければならない」としている。これら規定に基づき、現在、告示で定められている主な内容は、次のとおりである。

### 品目及び単位

加工食品 51品目

生鮮食品 20品目

日用品雑貨 18品目

(品目と単位の具体的内容は別紙2のとおり)

なお、品目の選定にあたっては、下記の選定基準を採用している。

### (品目の選定基準)

消費者が日常頻繁に購入し、あるいは消費生活に密着し、かつ、短時日に品質、内容量が著しく変化しないもので、消費者の希望の多いものを基本とし、次のいずれかに該当するものを目途として選定する。

- ア 内容量が不統一で商品の比較選択が困難なもの
- イ ブランドが多種類のもの
- ウ 内容量に端数があるもの
- エ 容器、包装によって単位価格が異なるもの

### 表示方法

わかりやすく、かつ、目につきやすい方法

- ア 商品ごとに直接ラベルをはりつけるか印刷する
- イ 商品の陳列棚等にラベルをはりつけるか差し込む
- ウ 商品の近くに下札又は置札で表示
- エ 商品の近くに一覧表で表示

### 表示事項

商品名、単位、単位価格、内容量及び販売価格

### 事業者の範囲

下記の店舗で、表示対象品目を継続反復して最終消費者に販売する小売業者

- ア 1つの店舗面積が、300 m<sup>2</sup>以上の店舗  
なお、1つの建物内で、キーテナントと1以上の出店契約者の店舗面積が、300 m<sup>2</sup>以上の店舗を含む。
- イ 公設小売市場で、200 m<sup>2</sup>以上の店舗

## 第2 消費生活を取り巻く環境変化と条例見直しの必要性

### 1 消費生活を取り巻く社会経済状況の変化

近年、年齢層や生活スタイルによる嗜好の多様化や、アレルギーや生活習慣病の予防といった健康への配慮、経済的豊かさを背景とする高い品質の商品を好む志向など、消費者ニーズの多様化が進み、これに伴って商品の多様化、多品種化が進行している。輸入商品の増大がこれに拍車をかけている。また、地球環境問題の一層の深刻化により、詰め替え品等の廃棄物の抑制に配慮した、より環境負荷の少ない商品の需要が拡大しつつある。

一方、消費者の生活様式の変化や技術革新等の影響により、これまで高い需要を誇っていた商品の消費が落ち込み、それと代わって新たに別の商品が台頭するなど、市場における商品の世代交代的な動きも起きている。また、今日、店舗形態においても、多種多様な展開がみられる。コンビニエンスストアやディスカウントショップなどの新たな営業形態の店舗が急速に普及し、拡大するに至っている。店舗間の競争が一層激化する中で、より多くの顧客を獲得するための戦略として、従来は一部の商品を対象として、限定的に行われてきた特売が、より様々な商品を対象として、日常的に行われるようになってきている。

他方、高齢化の進行やユニバーサルデザインの浸透により、より見やすい表示を求める消費者の声が高まっている。

### 2 条例見直しの方向性

消費生活を取り巻く様々な社会経済状況の変化を考慮すると、現行の東京都消費生活条例に基づく単位価格表示について、次のような観点から見直しを行う必要があると考えられる。

#### (1) 指定品目及び品目選定基準の検討

単位価格を表示すべき品目の指定及びその解除については、既に述べたように過去数回にわたり実施されてきたが、今日では、制度導入当初と比較し、商

品の多様化が一層の進展を見ている。そのため、これに対応して、選定基準を検討するとともに、商品の世代交代的な動き等を踏まえ、指定品目の見直しを全体的に行う必要がある。

## **( 2 ) 表示方法の検討**

### **単位価格を表示する文字の大きさの検討**

単位価格を表示する文字の大きさについては、現在のところ、条例による指定が行われておらず、どのような大きさにするかは事業者の裁量に委ねられている。しかしながら、消費者の間に商品棚等における単位価格表示の文字が小さ過ぎて見にくいという指摘が従前から根強くある。高齢化が進展し、それに伴いユニバーサルデザインを推進する対応が強く求められていることに鑑み、また、消費者が単位価格表示を有効に利用でき、商品の価格面での合理的な比較選択を実効性あるものとするために、適正な文字の大きさについても検討する必要がある。

### **特売品の取り扱いの検討**

特売品については、単位価格表示を免除する旨の規定はなく、当然、特売品であっても、指定品目に該当すれば、単位価格表示がなされる必要がある。しかし、前述したとおり、特売の品目数が拡大し、特売が日常化する中で、指定品目に該当する特売品について単位価格表示が不徹底である状況が見られる。特売品についても単位価格を求める消費者の強い要望があることから、特売品の取り扱いについても、検討する必要がある。

## 第 3 条例に基づく単位価格表示の検討

### 1 条例に基づく単位価格表示の検討

#### (1) 品目選定基準及び指定品目の見直し

##### 品目選定基準の見直し

品目選定基準は、昭和 51 年の単位価格表示制度の導入以来、今日まで見直されずにきた。今回、検討したところ、現行基準の中で、第 1・2・(2) で述べた ア～エの 4 項目については、その内容が重複していたり、必ずしも明瞭でないため、より分かりやすい表現に改めるべきであるとの意見が多数を占めた。また、同種の商品であっても高い品質のものが出回わり、同種の商品内の品質の多様化が進んでいることから、単位価格表示により品質と価格の関係を明瞭にし、消費者の合理的な商品選択を促すことも重要であるということになった。さらに、現行基準においては、第 1・2・(2) で述べたア～エの 4 項目の「いずれかに該当する」場合を目途として、指定品目とするとしているが、これら項目の「いずれか」一つに該当したからといって、直ちに比較選択が難しくならないこともある（例えば、販売量目単位が一つに統一されておれば、ブランド数が多いといっても、比較選択が難しいということにはならない）。このため、新たな基準においては、4 項目を分かりやすい表現に直して 3 項目に整理し、「品質が多様である」ことを新たに加えた上、商品の比較選択を難しくするであろうこれらの要因を総合的に考慮して、単位価格を表示させるべき品目の選定を行うのが妥当であり、次のような品目選定基準に改めるべきである。

##### (新たな品目選定基準)

消費者が日常頻繁に購入し、あるいは消費生活に密着し、かつ短時日に品質、内容量が著しく変化しない商品であって、消費者の希望の多いものを基本として、商品の比較選択を難しくする次の要因を考慮して選定する。

- ア 内容量が不統一又は多様である
- イ ブランド数が多い

ウ 品質が多様である

エ 容器又は包装の形態が多様である

### 品目の見直し

消費生活を取り巻く社会経済状況の変化を踏まえ、上記の新たな品目選定基準にのっとり、現行の指定品目について検討を行った。その内容は次のとおりである。

#### ア 生鮮食品

生鮮食品のうち、青果物については、別紙の17品目について単位価格を表示することが求められているが、実際には、切り売りで販売している一部の商品を除き、必ずしも単位価格表示が励行されていない状況が見られる。

これは、加工食品や日用品雑貨等の工場生産製品と異なり、季節や天候等により需給状況が変化するなど、価格の変動が著しいという青果物そのものの特性や、青果物の規格化が著しく進行した今日の青果物の流通実態に起因するものと考えられる。実際のところ、青果物については、販売価格を固定して、1個売り、山売り、袋売りといった形態により販売されることが一般的である。

このような状況においては、青果物に単位価格を表示させることは、個々の1個売り、山売り、袋売りの青果物について、逐一異なる単位価格を算出して表示させることになる。また、一方では、そうした販売形態の場合には、単位価格表示がなかったとしても量目がほぼ揃っていることから、実質的には価格面での比較選択は可能である。こうしたことを考慮し、青果物については、原則として指定を解除することにした。しかしながら、消費者の合理的で適切な商品選択を確保するためには、本来からすれば、すべての商品に単位価格表示が行われることが望ましいと考えられるため、将来、取引形態の変化等により、今回削除する品目について再び単位価格表示を行う必要性が生じた場合には、再度指定の対象とすべきであると考ええる。

なお、れんこん及びやまといもについては、1個をさらに切り売りして販売されることが通常であり、かぼちゃについても同様に切り売りして販売されることが多く、その場合、その量目に応じた価格を付して販売されることがから、その価格付けの公正さを確保する観点から、単位価格表示の指定を引き続き継



続することが妥当である。

#### イ 加工食品

加工食品については、現在のところ、51品目について単価表示を義務づけているが、一部の品目に消費量の相当な落ち込みが見られる。今回見直した品目選定基準によれば、「消費者が日常頻繁に購入し、あるいは消費生活に密着し」た商品であることが、まずもって選定の基本要件となるため、消費量が相当減退し、今後も需要拡大が見込めない商品については、指定対象から外すことにした。すなわち、そうした商品である小麦粉、パン粉、片くり粉、豆類（大豆及び小豆）、砂糖、はちみつ及び魚肉ハム・ソーセージの7品目については、指定を解除すべきである。

一方、これとは逆に、近年、急速に需要が拡大してきた商品もある。中でも、ヨーグルトは高い消費の伸びを示し、しかも消費者の日常の食生活に欠かせない食品であること、また、店頭における商品展開も非常に多種多様にわたっていることから、今回追加指定を行うべきであると考えます。

また、野菜ジュースについては、これまで適用範囲をトマトジュース、トマトミックスジュース、にんじんジュース及びにんじんミックスジュースに限ってきたが、近年、市場において、こうしたジュース類以外の多種多様な野菜ジュースが出回るようになってきていることから、適用範囲を野菜ジュース全般に拡大すべきである。

さらに、かん詰（食肉加工品及び魚介類加工品）のうち、食肉加工かん詰については、消費量が相当減退し、今後も需要の伸びが見込めないことから、適用範囲から外し、魚介類加工かん詰のみを対象とする。また、化学調味料のうち、単一化学調味料及び複合化学調味料については、商品の指定当初と比較し、消費者が日常あまり頻繁に購入しなくなったことから、適用範囲を縮小し、品目名を「風味調味料」と改めることにした。

#### ウ 日用品雑貨

日用品雑貨については、現在、18品目を表示対象に指定しているが、先の加工食品の一部の品目と同様に、近年大幅に消費量が減退している品目がいく

つか見られる。しかし、その一方では、環境配慮の観点から、指定対象として  
いる日用品雑貨の大部分の商品については、詰め替え品が出回っており、詰め  
替え品のある商品については、その内容量や容器が多様となることに鑑み、消  
費者の合理的な比較選択を可能にするため、単位価格表示させることを維持す  
ることとした。

以上のように、消費量の増減傾向と詰め替え品の有無の双方の見地から検討  
をおこなった結果、固形石けん（洗たく用）については、消費量の減少が著し  
く、今後も需要の回復が見込めないこと、また、詰め替え品が出ていない商品  
であることから、今回指定を解除すべきであるとの結論に達した。

## （２）表示方法の見直し

### 単位価格を表示する文字の大きさ

単位価格表示の文字の大きさについては、単位価格表示制度の導入当初から  
定めてきておらず、事業者の自由に委ねられている。このため、商品棚等に表  
示されている単位価格表示の文字の大きさは事業者によりかなりまちまちであ  
り、中には、7ポイント以下の小さな文字を用いて表示しているところも見受  
けられる。単位価格表示が消費者に明瞭に認識され、商品の価格面での比較選  
択にあたり、有効に活用されるためには、大多数の消費者が、不自由を感じる  
ことなく識別できる程度の十分な文字の大きさが確保されるべきである。こ  
うしたユニバーサルデザイン的な観点を取り入れることは、高齢化が進展した今  
日においては特に重要であり、高齢者にも十分に配慮した文字の大きさとする  
必要がある。

単位価格表示は、多くの場合、スーパー等の小売店舗では、商品棚の前面に  
付されているが、それと買物客との距離は、商品棚の高さや客の目線の高さに  
よっても差異が生じると考えられるものの、およそ1 m程度である。また、店  
舗内の照明については通常でおよそ500ルクス程度と考えられる。このよう  
な条件において、65歳程度の高齢者が商品棚の前面における単位価格表示を  
識別できる最適な文字の大きさは、14ポイント程度が望ましいと考えられる。  
この最適な文字の大きさは、視認距離と視力との関係で決まるものであり、別  
紙3の関係式を用いて求められる。実際に商品棚の前面に付されている標準的

なプライス・タグを使用して、単位価格表示の部分を14ポイントに代えてシミュレーションして見たところ、別紙4のとおり、記載可能であると判断でき、また、従来のポイント数が小さい単位価格表示よりはるかに明瞭で識別しやすい表示となっていると判断できた。したがって、単位価格を表示する際の文字の大きさは、条例によりその基準値を指定しないまでも、商品棚の前面に単位価格を表示する場合には、14ポイント程度が望ましい文字の大きさであるとし、今後、事業者に対してそのポイントを目安として単位価格を表示するよう指導していくべきである。

### 特売品の取扱いについて

特売品については、前述のとおり単位価格表示を免除する旨の規定はなく、当然、特売品であっても、指定品目に該当すれば、単位価格表示がなされる必要がある。本来、指定品目に該当する特売品は、単位価格表示が励行される必要がある。このため、単位価格表示の現行の実施要領である「単位価格等表示実施の手引き」においても、「特売品等、一日を単位として価格の変動のないものは単位価格の表示対象となる。また、見切り品、投売り等時間単位で価格の変動があるものも、対象品目であれば、表示することが望まれる」とし、特売品についても、極端に時間を短く区切って行う場合を除き、通常品同様、単位価格表示が行われるべきとしている。既に述べてきたように単位価格表示は、消費者の合理的な比較選択を促すものであり、とりわけ特売品については、特売の名の下に消費者の購買意欲を煽り、商品選択を誤らせるような不当な価格操作がおこなわれないようにする意味からも、単位価格表示を励行させるべきである。今後は、事業者に対し、特売品の取扱いについて周知させるとともに、単位価格表示が励行されるよう指導すべきである。

## 2 結論

これまで検討した結論をまとめると、次のとおりである。

### (1) 品目選定基準について

現行の品目選定基準を改め、次のとおりとする。

消費者が日常頻繁に購入し、あるいは消費生活に密着し、かつ短時日に品質、内容量が著しく変化しない商品であって、消費者の希望の多いものを基本として、商品の比較選択を難しくする次の要因を考慮して選定する。

- ア 内容量が不統一又は多様である
- イ ブランド数が多い
- ウ 品質が多様である
- エ 容器又は包装の形態が多様である

### (2) 品目について

指定を解除すべき品目：22品目

**生鮮食品**（14品目）

ばれいしょ、玉ねぎ、里いも、さつまいも、トマト、にんじん、キャベツ、ごぼう、いんげん、根しょうが、さやえんどう、みかん、バナナ及びぶどう

**加工食品**（7品目）

小麦粉、パン粉、片くり粉、豆類（大豆及び小豆）、砂糖、はちみつ及び魚肉ハム・ソーセージ

**日用品雑貨**（1品目）

固形石けん（洗たく用）

指定を追加すべき品目：1品目

**加工食品**

ヨーグルト（単位：100グラム）

適用範囲を拡大すべき品目：1品目

## **加工食品**

野菜ジュースについて、適用範囲をトマトジュース、トマトミックスジュース、にんじんジュース及びにんじんミックスジュース以外の野菜ジュースにまで拡大する。

適用範囲を縮小すべき品目：2品目

## **加工食品**

かん詰の適用範囲から食肉加工品を外し、魚介類加工品のみとする。また、化学調味料の適用範囲を風味調味料のみに限定し、品目を「風味調味料」と改める

(品目の見直しの詳細な内容は別紙5のとおり)

### **(3) 表示方法の見直しについて**

#### **単位価格を表示する文字の大きさについて**

商品棚の前面に単位価格を表示する際の文字の大きさについては、14ポイント程度を目安として、事業者を指導する。

#### **特売品の取扱いについて**

従来の実施要領の基準(1日を単位として価格の変動のないものは表示対象とし、見切り品、投売り等時間単位で価格の変動があるものも、対象品目であれば、表示することが望ましいとする基準)に沿って単位価格表示の励行を図る。