

平成28年度
東京都消費生活調査員調査結果

計 量 調 査

【計量調査担当】 東京都計量検定所管理指導課企画調整担当

1 調査の概要

(1) 計量調査の目的

都民の日常生活に関係の深い食料品の計量に関する量目・表示及び販売実態等に対する消費生活調査員（以下、調査員）の調査報告を行政に反映させることにより、消費者利益の確保と計量適正化の促進を図るとともに、消費者の計量に関する認識をより一層深めてもらうことを目的とする。

(2) 調査地域

都内全域

(3) 調査内容

調査員が都内で購入した商品（食料品）のうち、調査対象商品15点の内容量を東京都が貸与した「はかり」で計量し、その結果を報告する。

(4) 調査対象商品

調査員が日常生活において都内で購入した商品のうち、計量販売されていた食料品であって、内容表示量が50g以上800g以下のもの。

(5) 調査期間

平成28年7月から11月、平成29年1月

(6) 調査票回収状況

ア 調査員配置数 97名（平成29年1月時点）

イ 調査票回収状況

実施回数（実施月）	提出者数 [人] ／調査員数 [人]	提出データ数 [点]	有効データ数 [点]
第1回（7月）	90／97	1,430	1,427
第2回（8月）	90／97	1,451	1,449
第3回（9月）	95／97	1,503	1,497
第4回（10月）	92／97	1,436	1,434
第5回（11月）	94／97	1,462	1,459
第6回（1月）	93／97	1,492	1,492
合計	554／582	8,774	8,758

※有効データ数とは、選定条件を満たしたデータ数

(7) 調査結果の集計方法

調査員から報告された調査票は、計量検定所管理指導課において内容を確認し、集計を行う。

計量法では、「物象の状態の量について、法定計量単位により取引又は証明における計量をする者は、正確にその物象の状態の量の計量をするように努めなければならない。」(第十条)としている。

本報告書においては、内容量について「表記と同じ」「表記より少ない」「表記より多い」とし、それぞれ次のように定義する。

表記と同じ	調査員が計量した内容量が、表記された内容量と同じ。
表記より少ない	調査員が計量した内容量が、表記された内容量より少ない。
表記より多い	調査員が計量した内容量が、表記された内容量より多い。

《参考》計量法

第十一条 長さ、質量又は体積の計量をして販売するのに適する商品の販売の事業を行う者は、その長さ、質量又は体積を法定計量単位により示してその商品を販売するように努めなければならない。

第十二条 政令で定める商品（以下「特定商品」という。）の販売の事業を行う者は、特定商品とその特定物象量（特定商品ごとに政令で定める物象の状態の量をいう。以下同じ。）を法定計量単位により示して販売するときは、政令で定める誤差（以下「量目公差」という。）を超えないように、その特定物象量の計量をしなければならない。

2 政令で定める特定商品の販売の事業を行う者は、容器に入れたその特定商品を販売するときは、その容器にその特定物象量を法定計量単位により、経済産業省令で定めるところにより、表記しなければならない。

3 前二項の規定は、次条第一項若しくは第二項又は第十四条第一項若しくは第二項の規定により表記された物象の状態の量については、適用しない。ただし、その容器若しくは包装又はこれらに付した封紙が破棄された場合は、この限りでない。

第十三条 政令で定める特定商品の販売の事業を行う者は、その特定商品とその特定物象量に関し密封（商品を容器に入れ、又は包装して、その容器若しくは包装又はこれらに付した封紙を破棄しなければ、当該物象の状態の量を増加し、又は減少することができないようにすることをいう。以下同じ。）をするときは、量目公差を超えないようにその特定物象量の計量をして、その容器又は包装に経済産業省令で定めるところによりこれを表記しなければならない。

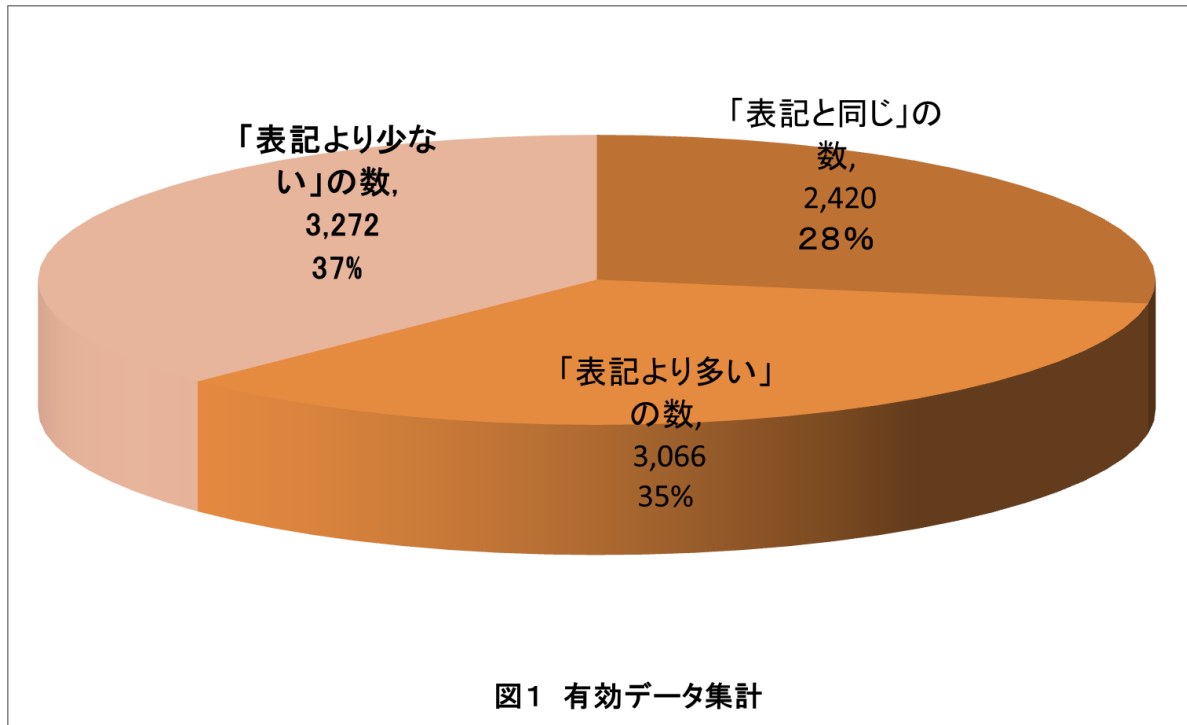
2 前項の政令で定める特定商品以外の特定商品の販売の事業を行う者がその特定商品とその特定物象量に関し密封をし、かつ、その容器又は包装にその特定物象量を法定計量単位により表記するときは、量目公差を超えないようにその表記する特定物象量の計量をし、かつ、その表記は同項の経済産業省令で定めるところによらなければならない。

3 前二項の規定による表記には、表記する者の氏名又は名称及び住所を付記しなければならない。

2 調査結果

(1) 全体集計

調査に有効な商品データは8,758点で、「表記と同じ」の商品数は2,420点(全体の28%)、「表記より少ない」の商品数は3,272点(全体の38%)、「表記より多い」の商品数は3,066点(全体の35%)であった。(図1を参照。)



(2) 購入先業態別集計

調査商品購入先の業態別による集計を行い、業態による内容量の状況を確認した。(表1を参照。)

また、商品数と「表記と同じ」の割合を示したグラフを図2とする。

なお、本集計における有効データ数は8,758点であった。

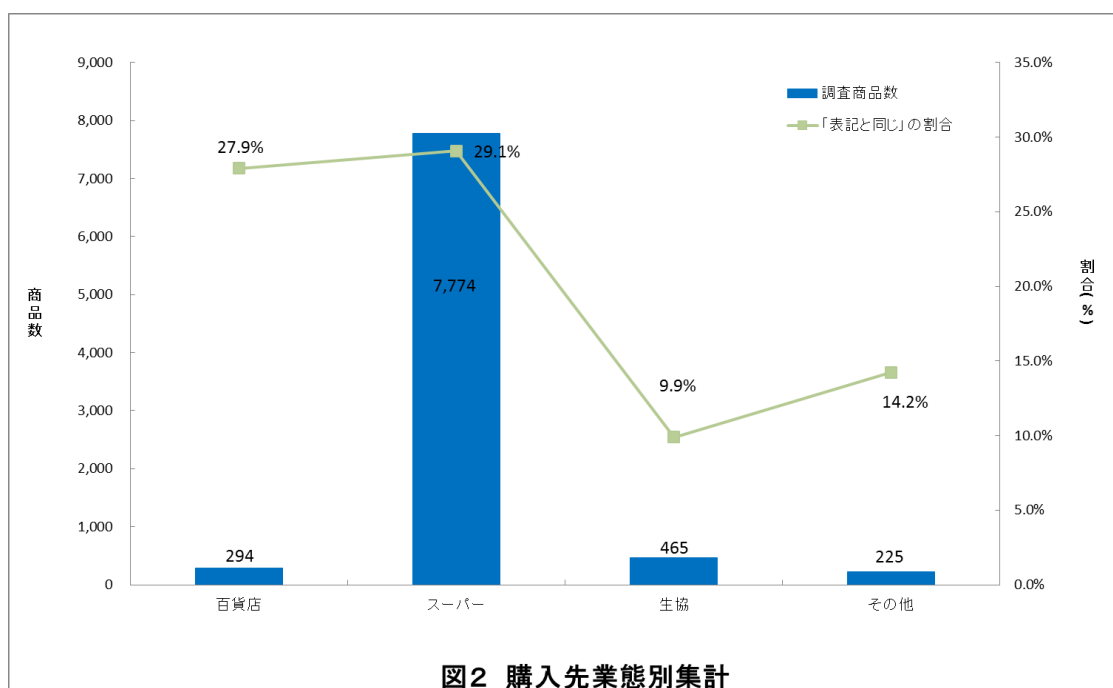
調査商品の購入先を見ると、スーパーマーケットの利用が突出して多く、商品数が7,774点で全体の88.8%を占めている。

内容量の状況については、「表記と同じ」の割合は、百貨店とスーパーマーケットが高く、それぞれ全体の27%以上となった。

また、「表記より少ない」の割合については、スーパーマーケットが高く39.0%、「表記より多い」の割合が高いのは生協で79.4%となっていた。

表1 購入先業態別集計一覧

購入事業所種類	調査商品		表記より多い		表記と同じ		表記より少ない	
	数量	全体の割合	商品数	割合	商品数	割合	商品数	割合
百貨店	294	3.4%	99	33.7%	82	27.9%	113	38.4%
スーパー	7,774	88.8%	2,479	31.9%	2,260	29.1%	3,035	39.0%
生協	465	5.3%	369	79.4%	46	9.9%	50	10.8%
その他	225	2.6%	119	52.9%	32	14.2%	74	32.9%
合計	8,758	-----	3,066	35.0%	2,420	27.6%	3,272	37.4%



・その他：個人商店、コーヒー豆店、テナント等

(3) 風袋種類別集計

調査商品には、様々な種類の風袋が使用されているため、風袋の種類別による内容量の状況を確認した。(表2を参照。)

また、商品数と「表記と同じ」の割合を示したグラフを図3とする。

なお、本集計における有効データ数は8,758点であった。

風袋の種類では、「トレイ、ラップ」という組み合わせが4,392点で全体の50.1%を占めており、次いで「トレイ、ラップ、吸水シート等」、「袋」であった。

調査商品10点以上(色付き)の内容量の状況を見ると、風袋数が少ないものは「表記より多い」の割合が高く、風袋数が増えると「表記より少ない」の割合が高くなる傾向が見られた。

表2 風袋種類別集計一覧

風袋種類別集計	調査商品		表記より多い		表記と同じ		表記より少ない	
	数量	全体の割合	商品数	割合	商品数	割合	商品数	割合
トレイ	35	0.4%	14	40.0%	12	34.3%	9	25.7%
ふた付トレイ	832	9.5%	315	37.9%	178	21.4%	221	26.6%
ラップ	315	3.6%	127	40.3%	86	27.3%	70	22.2%
袋	1,139	13.0%	571	50.1%	204	17.9%	162	14.2%
吸水シート	23	0.3%	11	47.8%	5	21.7%	5	21.7%
添え物	2	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
トレイ、ふた付トレイ	15	0.2%	3	20.0%	6	40.0%	6	40.0%
トレイ、ラップ	4,392	50.1%	1,087	24.7%	1,203	27.4%	1,345	30.6%
トレイ、袋	30	0.3%	17	56.7%	6	20.0%	1	3.3%
トレイ、吸水シート等	27	0.3%	8	29.6%	5	18.5%	13	48.1%
ふた付トレイ、ラップ	32	0.4%	16	50.0%	6	18.8%	7	21.9%
ふた付トレイ、袋	7	0.1%	4	57.1%	0	0.0%	1	14.3%
ふた付トレイ、吸水シート等	143	1.6%	40	28.0%	18	12.6%	60	42.0%
ふた付トレイ、添え物	17	0.2%	8	47.1%	3	17.6%	5	29.4%
ラップ、袋	2	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	1	50.0%
ラップ、吸水シート等	13	0.1%	5	38.5%	1	7.7%	7	53.8%
袋、吸水シート等	28	0.3%	9	32.1%	5	17.9%	3	10.7%
袋、添え物	8	0.1%	6	75.0%	0	0.0%	1	12.5%
トレイ、ふた付トレイ、ラップ	2	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
トレイ、ふた付トレイ、吸水シート等	1	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
トレイ、ふた付トレイ、添え物	1	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
トレイ、ラップ、袋	7	0.1%	2	28.6%	1	14.3%	4	57.1%
トレイ、ラップ、吸水シート等	1,404	16.0%	220	15.7%	222	15.8%	696	49.6%
トレイ、ラップ、添え物	78	0.9%	15	19.2%	19	24.4%	31	39.7%
トレイ、袋、吸水シート等	2	0.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%
トレイ、袋、添え物	3	0.0%	2	66.7%	1	33.3%	0	0.0%
トレイ、吸水シート等、添え物	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%
ふた付トレイ、ラップ、袋	1	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
ふた付トレイ、ラップ、吸水シート等	2	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
ふた付トレイ、ラップ、添え物	2	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
ふた付トレイ、袋、添え物	1	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
ふた付トレイ、吸水シート等、添え物	3	0.0%	1	33.3%	1	33.3%	1	33.3%
ラップ、袋、吸水シート等	2	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%
トレイ、ふた付トレイ、ラップ、吸水シート等	1	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%
トレイ、ラップ、袋、添え物	2	0.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%
トレイ、ラップ、吸水シート等、添え物	92	1.1%	12	13.0%	7	7.6%	48	52.2%
その他	93	1.1%	46	49.5%	8	8.6%	13	14.0%
合計	8,758	-----	2,555	29.2%	2,000	22.8%	2,711	31.0%

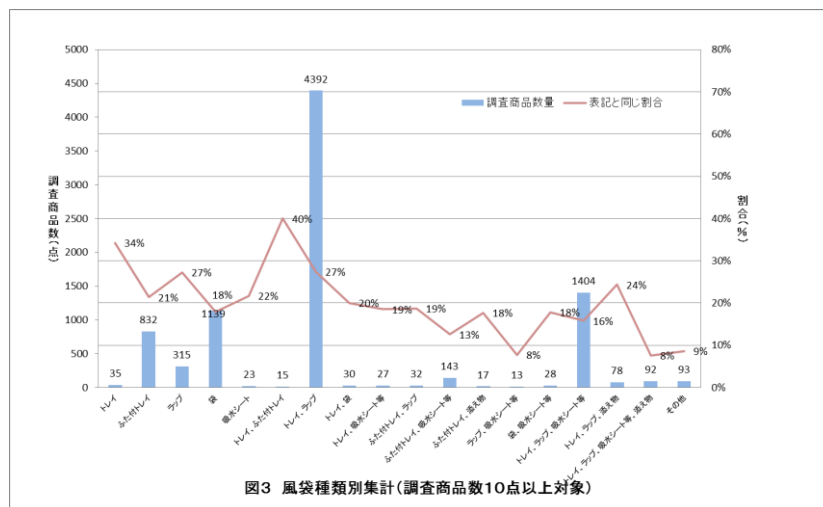


図3 風袋種類別集計(調査商品数10点以上対象)

・ その他：経木、スキンパック、しそ型ビニール、シール、乾燥剤、わさび、紙包み、もみじおろし等

(4) 商品分類別集計

調査商品を商品分類別に集計し、商品分類ごとに内容量の状況を確認した。(表3を参照。)

また、商品数と「表記と同じ」の割合を示したグラフを図4とする。

なお、本集計における有効データ数は8,758点であった。

調査商品数では食肉類が3,809点で最も多く、調査商品全体の43.5%を占めている。これに、魚介類、青果類、惣菜類が続いた。

内容量の状況については、魚介類にて「表記より少ない」の割合が46.8%と高く、「表記より多い」の割合は、青果類とその他が50%を超えて高かった。

表3 商品分類別集計一覧

商品分類	調査商品		表記より多い		表記と同じ		表記より少ない	
	数量	全体の割合	商品数	割合	商品数	割合	商品数	割合
食肉類	3,809	43.5%	1,110	29.1%	1,228	32.2%	1,471	38.6%
魚介類	2,529	28.9%	724	28.6%	621	24.6%	1,184	46.8%
青果類	1,053	12.0%	539	51.2%	268	25.5%	246	23.4%
惣菜類	964	11.0%	403	41.8%	228	23.7%	333	34.5%
その他	403	4.6%	290	72.0%	75	18.6%	38	9.4%
合計	8,758	-----	3,066	35.0%	2,420	27.6%	3,272	37.4%

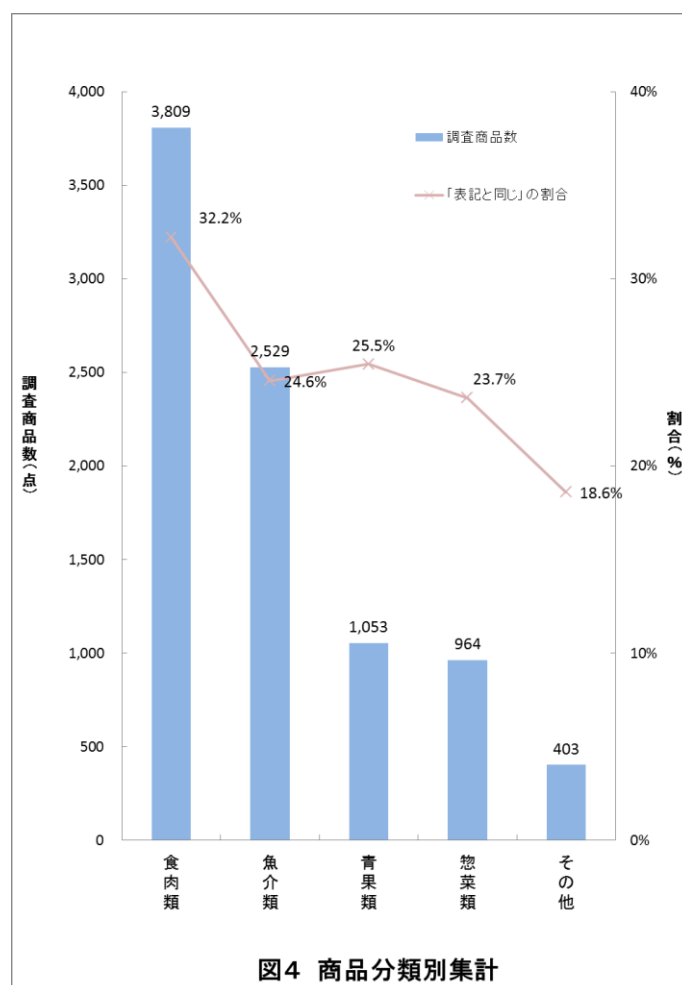


図4 商品分類別集計

*その他：ひじき、ヨーグルト、フルーツロール、ぶなしめじ、サラダフレック、ロースハム、コーヒー豆、豆腐等

3 まとめ

全6回の調査を通して、「表記と同じ」でなかったと報告された商品は、6,338点（「表記より少ない」3,272点、「表記より多い」3,066点）であり、調査商品全体の約72%を占めていた。

調査員としてご協力いただいた都内消費者の皆様によるアンケート結果には、「本調査により必ずしも表示内容と実際にはかった値が同じでないことが分かり驚いた。」「計量に関する意識が高まった。」と多く書かれており、より計量に関しての認識を一層深めてもらえたのではないかと考える。