

平成 2 9 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】 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提供した「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29年7月から11月及び平成30年1月

(6) 調査票回収状況

ア 調査員配置数 100名（平成29年4月時点）

イ 調査票回収状況

実施回数（実施月）	提出者数 [名] ／調査員数 [名]	提出データ数 [点]	有効データ数 [点]
第1回（7月）	98／100	1,520	1,508
第2回（8月）	98／100	1,537	1,528
第3回（9月）	97／100	1,540	1,533
第4回（10月）	96／100	1,515	1,511
第5回（11月）	95／100	1,492	1,487
第6回（1月）	90／100	1,424	1,421
合計	574／600	9,028	8,988

※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

ア 調査に有効な商品データは8,988点で、調査点数は多い方から順に、「表記より少ない」3,455点(全体の38.4%)、「表記より多い」3,008点(全体の33.5%)、「表記と同じ」2,525点(全体の28.1%)であった。(図1参照)

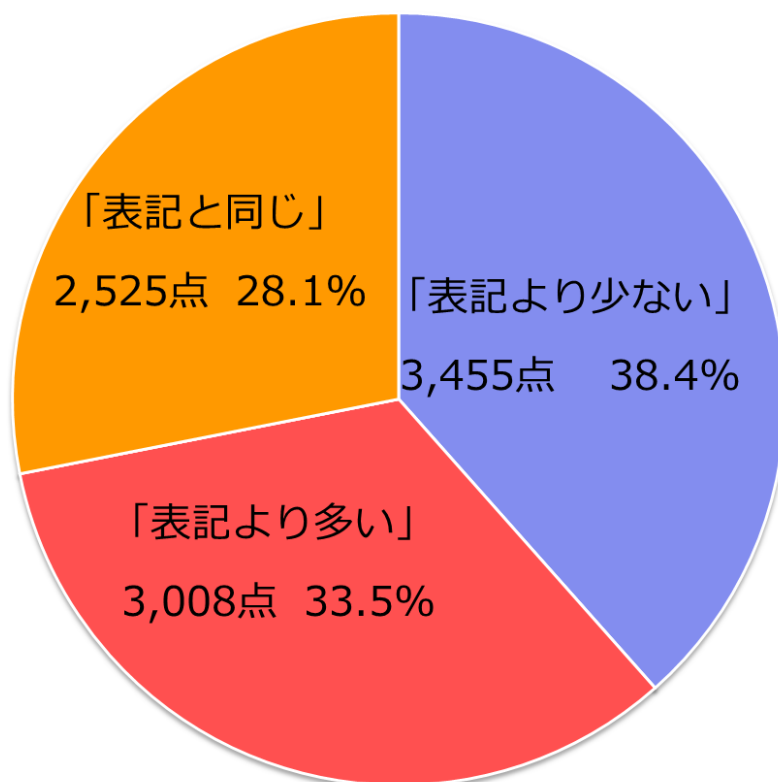


図1 有効データ集計

(2) 購入先業態別集計

購入先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1参照)

購入先業態別集計を示したグラフを図2とする。

本集計における有効データ数は8,988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、調査商品数が8,004点で全体の89.1%を占めている。

「表記と同じ」の発生割合は「その他」が最も高く31.5%、「表記より少ない」の発生割合は「スーパー」が最も高く39.4%、「表記より多い」の発生割合は「生協」が最も高く63.8%となった。

購入先種類	調査商品		表記より多い		表記と同じ		表記より少ない	
	商品数(点)	全体の割合(%)	商品数(点)	割合(%)	商品数(点)	割合(%)	商品数(点)	割合(%)
スーパー	8,004	89.1	2,549	31.8	2,299	28.7	3,156	39.4
生協	420	4.7	268	63.8	59	14.0	93	22.1
百貨店	364	4.0	132	36.3	104	28.6	128	35.2
その他	200	2.2	59	29.5	63	31.5	78	39.0
合計	8,988	—	3,008	33.5	2,525	28.1	3,455	38.4

表1 購入先業態別集計

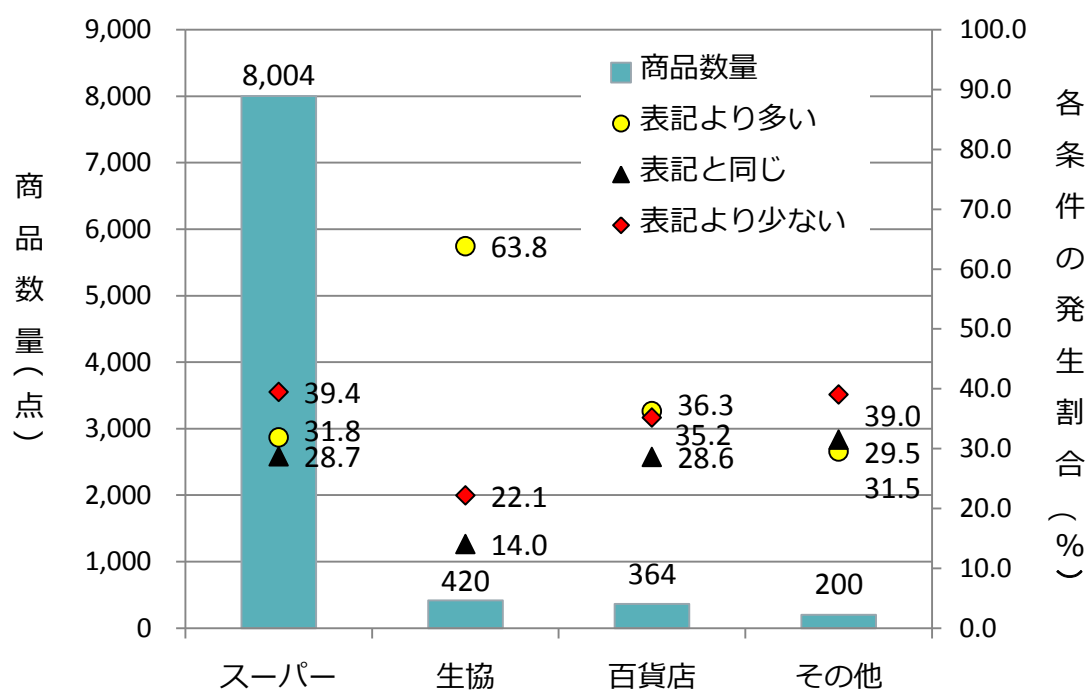


図2 購入先業態別集計

(3) 風袋種類別集計

調査商品の風袋種類別による集計を行い、風袋による内容量の状況を確認した。(表2参照)
調査商品数上位10位以上の風袋種類別の集計を示したグラフを図3とする。

本集計における有効データ数は8,988点であった。

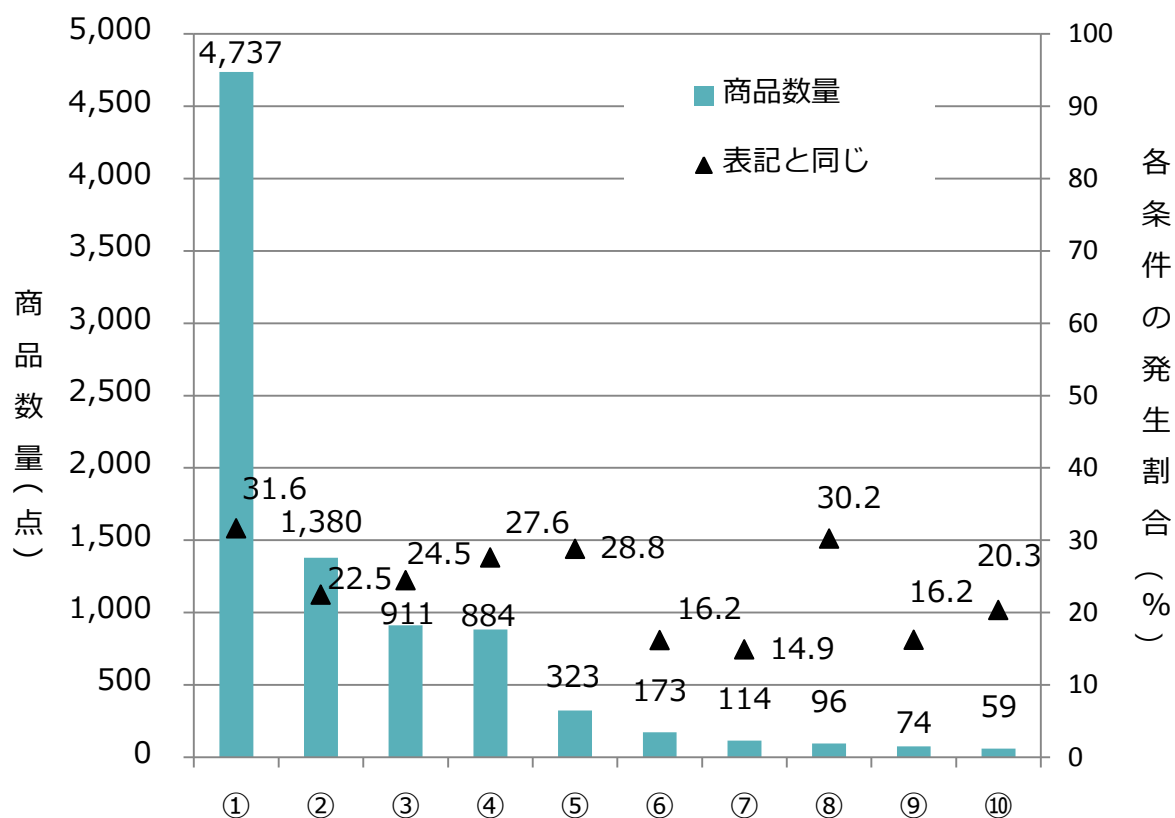
風袋の種類は「トレイ、ラップ」の場合が突出して多く、調査商品数が4,737点で全体の52.7%を占めている。

また、商品点数が10点以上の商品において、「表記より少ない」商品の割合は、風袋の種類が増えるほど多くなる傾向があり、「トレイ、ラップ、吸水シート等、添え物」は65%を超えている。

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	
	商品数 (点)	全体の 割合(%)	商品数 (点)	割合 (%)	商品数 (点)	割合 (%)	商品数 (点)	割合 (%)
トレイ、ラップ	4,737	52.7	1,465	30.9	1,498	31.6	1,774	37.4
トレイ、ラップ、吸水シート等	1,380	15.4	293	21.2	310	22.5	777	56.3
ふた付トレイ	911	10.1	406	44.6	223	24.5	282	31.0
袋	884	9.8	423	47.9	244	27.6	217	24.5
ラップ	323	3.6	144	44.6	93	28.8	86	26.6
トレイ、ラップ、吸水シート等、添え物	173	1.9	32	18.5	28	16.2	113	65.3
ふた付トレイ、吸水シート等	114	1.3	38	33.3	17	14.9	59	51.8
トレイ、ラップ、添え物	96	1.1	25	26.0	29	30.2	42	43.8
その他	74	0.8	48	64.9	12	16.2	14	18.9
トレイ	59	0.7	18	30.5	12	20.3	29	49.2
トレイ、袋	42	0.5	32	76.2	5	11.9	5	11.9
ふた付トレイ、添え物	35	0.4	19	54.3	5	14.3	11	31.4
ふた付トレイ、ラップ	31	0.3	17	54.8	5	16.1	9	29.0
袋、吸水シート等	21	0.2	6	28.6	10	47.6	5	23.8
トレイ、吸水シート等	12	0.1	6	50.0	2	16.7	4	33.3
トレイ、ラップ、袋	11	0.1	1	9.1	9	81.8	1	9.1
トレイ、ラップ、袋、吸水シート等	8	0.1	3	37.5	3	37.5	2	25.0
ふた付トレイ、吸水シート等、添え物	6	0.1	4	66.7	1	16.7	1	16.7
吸水シート	6	0.1	4	66.7	2	33.3	0	0.0

ふた付トレイ、袋	5	0.1	3	60.0	2	40.0	0	0.0
袋、添え物	5	0.1	3	60.0	1	20.0	1	20.0
トレイ、ふた付トレイ	5	0.1	3	60.0	0	0.0	2	40.0
トレイ、ふた付トレイ、吸水シート等	5	0.1	0	0.0	3	60.0	2	40.0
ふた付トレイ、ラップ、吸水シート等	5	0.1	0	0.0	2	40.0	3	60.0
ふた付トレイ、ラップ、添え物	5	0.1	4	80.0	0	0.0	1	20.0
袋、吸水シート等、添え物	5	0.1	1	20.0	0	0.0	4	80.0
ラップ、袋	4	0.0	3	75.0	0	0.0	1	25.0
トレイ、添え物	4	0.0	0	0.0	1	25.0	3	75.0
トレイ、ふた付トレイ、ラップ、袋、吸水シート等	3	0.0	1	33.3	1	33.3	1	33.3
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、吸水シート等	3	0	0	0.0	2	66.7	1	33.3
トレイ、袋、添え物	2	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0
トレイ、ふた付トレイ、ラップ、吸水シート等	2	0.0	1	50.0	0	0.0	1	50.0
ふた付トレイ、袋、吸水シート等	2	0.0	1	50.0	1	50.0	0	0.0
ラップ、添え物	1	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
トレイ、ふた付トレイ、吸水シート等、添え物	1	0.0	1	100.0	0	0.0	0	0.0
ふた付トレイ、ラップ、袋、吸水シート等	1	0.0	0	0.0	0	0.0	1	100.0
添え物	1	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
トレイ、袋、吸水シート等	1	0.0	0	0.0	1	100.0	0	0.0
トレイ、ふた付トレイ、ラップ	1	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	0.0	0	0.0	1	100.0
合計	8,988	-----	3,008	33.5	2,525	28.1	3,455	38.4

表2 風袋種類別集計一覧



①トレイ、ラップ ②トレイ、ラップ、吸水シート等 ③ふた付トレイ

④袋 ⑤ラップ ⑥トレイ、ラップ、吸水シート等、添え物

⑦ふた付トレイ、吸水シート等 ⑧トレイ、ラップ、添え物

⑨その他 ⑩トレイ

図3 風袋種類別集計(調査商品数上位10位対象)

(4) 商品分類別集計

調査商品の商品分類別による集計を行い、風袋による内容量の状況を確認した。(表3参照)
商品分類別の集計を示したグラフを図4とする。

本集計における有効データ数は8,988点であった。

調査商品数では「食肉類」が4,827点で最も多く、調査商品全体の53.7%を占めている。
これに、「魚介類」、「青果類」、「惣菜類」が続いた。「魚介類」にて「表記より少ない」商品の割合が49.0%と高く、「表記より多い」の割合は「青果類」で54%を超えていた。

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	
	商品数 (点)	全体の 割合(%)	商品数 (点)	割合 (%)	商品数 (点)	割合 (%)	商品数 (点)	割合 (%)
食肉類	4,827	53.7	1,447	30.0	1,481	30.7	1,899	39.3
魚介類	1,712	19.0	411	24.0	462	27.0	839	49.0
青果類	1,173	13.1	638	54.4	250	21.3	285	24.3
惣菜類	1,063	11.8	413	38.9	280	26.3	370	34.8
その他	213	2.4	99	46.5	52	24.4	62	29.1
合計	8,988	—	3,008	33.5	2,525	28.1	3,455	38.4

表3 商品分類別集計

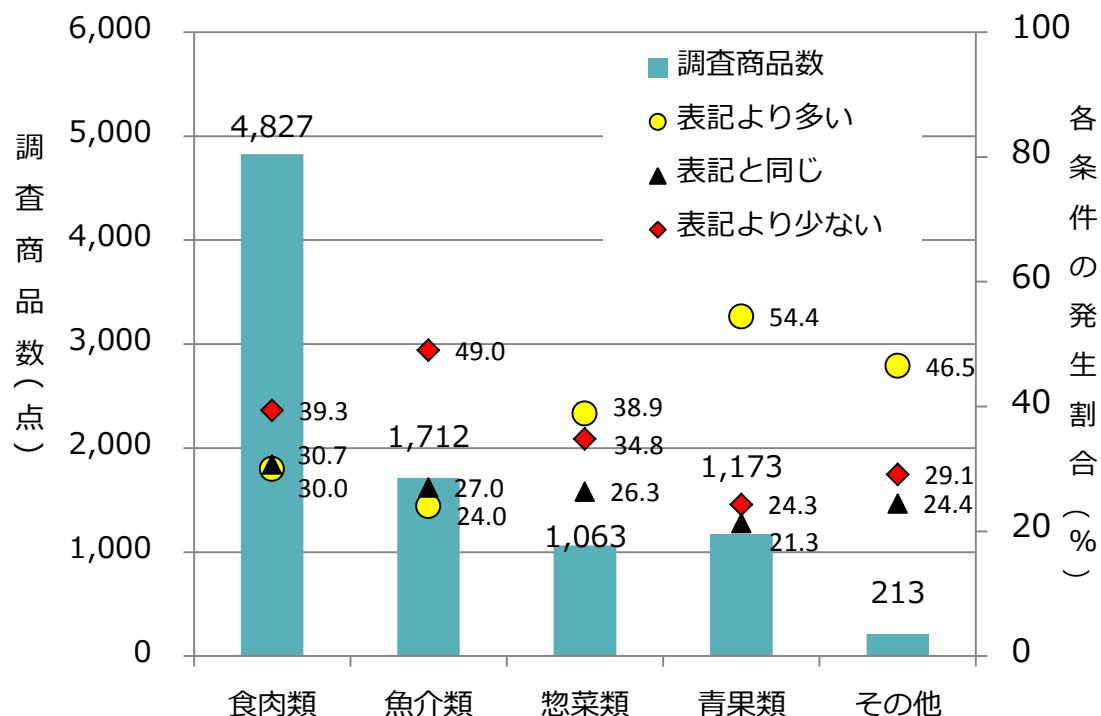


図4 商品分類別集計

3 まとめ

全6回の調査を通して、「表記と同じ」2,525点、「表記より少ない」3,455点、「表記より多い」3,008点となり、「表記と同じ」以外の割合が全体の約72%を占めていた。

調査商品	表記より多い		表記と同じ		表記より少ない	
	件数(点)	割合(%)	件数(点)	割合(%)	件数(点)	割合(%)
総件数(点)	3,008	33.5	2,525	28.1	3,455	38.4

表4 調査商品の内訳

「表記より少ない」商品の報告があった事業者のうち、量目公差を超えたものについては立入検査担当業務の参考として活用した。

今年度はそのうちの50事業者について立入検査が実施されており、そのうち16事業者について計量法違反となる不適正商品が確認されていた。

計量法違反となる不適正商品については、その場で計量上の問題点を説明し、再計量を指示しました。また、計量業務に携わる従業員への教育を徹底するよう指導しました。

調査員としてご協力いただいた都内消費者の皆様には、本調査を通して計量に関する認識をより一層深めてもらえたのではないかと考える。