

# 令和7年度単位価格表示実施状況調査結果（令和8年2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：549店舗）

#### (1) 一般小売店

売場面積が300m<sup>2</sup>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300m<sup>2</sup>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がない店舗は除く。）

#### (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100m<sup>2</sup>以上の店舗

#### (4) 消費生活協同組合の店舗

売場面積が100m<sup>2</sup>以上の店舗

### 3 調査期間

令和7年11月4日（火）から令和7年12月3日（水）までの間

## II 調査結果概要

### 1 調査回答率

78.1%（調査対象549店舗中、回答429店舗）

令和6年度

77.3%（調査対象547店舗中、回答423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6年度の81.8%から0.4ポイント下がり、81.4%となった。

品目別の実施状況をみると、対象品目37品目のうち、さけの品目別実施率が令和6年度の88.3%から4.9ポイント上昇し、全調査対象店舗の調査を開始した平成24年度以降最高の93.2%となった。

また、品目別実施率は、精肉95.2%、まぐろ94.3%、さけ93.2%といった生鮮食品が高い一方で、炭酸飲料17.9%、果実飲料18.1%、粉ミルク19.3%といった飲料類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）

81.4% [表示実施店舗 349 / (調査回答店舗 429 - 対象品目を扱っていない店舗 0) × 100]

令和 6 年度

81.8% [表示実施店舗 345 / (調査回答店舗 423 - 対象品目を扱っていない店舗 1) × 100]

(2) 単位価格表示実施率の高い品目（トップ 5）

令和 7 年度	令和 6 年度
① 精肉 (95.2%)	① 精肉 (97.2%)
② まぐろ (94.3%)	② まぐろ (90.9%)
③ さけ (93.2%)	③ さけ (88.3%)
④ かぼちゃ (75.3%)	④ かぼちゃ (78.1%)
⑤ ハム (44.1%)	⑤ ハム (75.7%)

(3) 単位価格表示実施率の低い品目（ワースト 5）

令和 7 年度	令和 6 年度
① ティッシュペーパー (16.9%)	① 合成洗剤（台所用）(43.9%)
② トイレットペーパー (17.2%)	② ティッシュペーパー (44.0%)
③ 炭酸飲料 (17.9%)	③ トイレットペーパー (44.1%)
④ 果実飲料 (18.1%)	④ 粉ミルク (44.8%)
⑤ 粉ミルク (19.3%)	⑤ 合成洗剤（洗濯用）(44.9%)

(4) 単位価格表示実施率（品目別）の前年度比較

① 令和 6 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%)

[さけ、まぐろ]

② 令和 6 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%)

[ベーコン、ハム、チーズ、ジャム、牛乳]

## 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。

調査結果 HP



### 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 単位量	商品取扱 店舗数	実施して いる店舗	一部実施し ている店舗	実施して いない店舗	品目別 実施率		実施・一部実施店舗数
			A	B	C	D	(B+C)/A	順位	
1	合成洗剤(台所用)	10ml	420	23	71	326	22.4%		23 71
2	合成洗剤(洗濯用)	100g	415	39	53	323	22.2%		39 53
3	練り歯みがき	10g	409	35	56	318	22.2%		35 56
4	シャンプー	10ml	407	35	55	317	22.1%		35 55
5	トイレットペーパー	10m	418	39	33	346	17.2% △2		39 [33]
6	ティッシュペーパー	10枚	421	40	31	350	16.9% △1		40 [31]
7	ベーコン	100g	357	34	122	201	43.7%		34 122
8	ハム	100g	356	32	125	199	44.1% ⑤		32 125
9	ソーセージ	100g	358	32	120	206	42.5%		32 120
10	粉ミルク	100g	348	33	34	281	19.3% △5		33 [34]
11	チーズ	100g	355	42	52	261	26.5%		42 52
12	乾麺	100g	399	62	31	306	23.3%		62 [31]
13	スペaghetti	100g	396	63	31	302	23.7%		63 [31]
14	ソース	100ml	398	44	49	305	23.4%		44 [49]
15	ケチャップ	100g	397	45	48	304	23.4%		45 [48]
16	マヨネーズ	100g	399	48	46	305	23.6%		48 [46]
17	食酢	100ml	399	62	32	305	23.6%		62 [32]
18	化学調味料	10g	397	29	65	303	23.7%		29 [65]
19	即席カレー	10g	404	46	47	311	23.0%		46 [47]
20	インスタントコーヒー	10g	405	41	51	313	22.7%		41 [51]
21	紅茶	10g	398	24	68	306	23.1%		24 [68]
22	果実飲料	100ml	409	45	29	335	18.1% △4		45 [29]
23	炭酸飲料	100ml	418	33	42	343	17.9% △3		33 [42]
24	食用油	100g	399	65	29	305	23.6%		65 [29]
25	砂糖	100g	401	68	25	308	23.2%		68 [25]
26	ジャム	100g	372	30	64	278	25.3%		30 [64]
27	しょうゆ	100ml	401	65	31	305	23.9%		65 [31]
28	みそ	100g	399	42	55	302	24.3%		42 [55]
29	牛乳	100ml	361	45	48	268	25.8%		45 [48]
30	ヨーグルト	100g	361	41	53	267	26.0%		41 [53]
31	かぼちゃ	100g	194	62	84	48	75.3% ④		62 [84]
32	ばれいしょ	100g	322	19	86	217	32.6%		19 [86]
33	たまねぎ	100g	308	18	84	206	33.1%		18 [84]
34	精肉	100g	331	303	12	16	95.2% ①		303 [12]
35	まぐろ	100g	175	103	62	10	94.3% ②		103 [62]
36	さけ	100g	176	79	85	12	93.2% ③		79 [85]
37	小麦粉	100g	370	41	54	275	25.7%		41 [54]
(37品目全体)			(429)	(349)	(80)	(81.4%)			□ 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)
			R6年度(A)	順位	R7年度(B)	順位	
1	合成洗剤(台所用)	10mℓ	43.9%	△1	22.4%		-21.5ポイント
2	合成洗剤(洗濯用)	100g	44.9%	△5	22.2%		-22.7ポイント
3	練り歯みがき	10g	48.3%		22.2%		-26.1ポイント
4	シャンプー	10mℓ	45.0%		22.1%		-22.9ポイント
5	トイレットペーパー	10m	44.1%	△3	17.2%	△2	-26.9ポイント
6	ティッシュペーパー	10枚	44.0%	△2	16.9%	△1	-27.1ポイント
7	ベーコン	100g	75.7%	⑤	43.7%		-32.0ポイント
8	ハム	100g	75.4%		44.1%	⑤	-31.3ポイント
9	ソーセージ	100g	58.2%		42.5%		-15.7ポイント
10	粉ミルク	100g	44.8%	△4	19.3%	△5	-25.5ポイント
11	チーズ	100g	57.7%		26.5%		-31.2ポイント
12	乾麺	100g	51.4%		23.3%		-28.1ポイント
13	スペゲッティ	100g	52.6%		23.7%		-28.9ポイント
14	ソース	100mℓ	52.3%		23.4%		-28.9ポイント
15	ケチャップ	100g	52.1%		23.4%		-28.7ポイント
16	マヨネーズ	100g	51.9%		23.6%		-28.3ポイント
17	食酢	100mℓ	51.7%		23.6%		-28.1ポイント
18	化学調味料	10g	52.1%		23.7%		-28.4ポイント
19	即席カレー	10g	50.8%		23.0%		-27.8ポイント
20	インスタントコーヒー	10g	50.1%		22.7%		-27.4ポイント
21	紅茶	10g	51.0%		23.1%		-27.9ポイント
22	果実飲料	100mℓ	45.0%		18.1%	△4	-26.9ポイント
23	炭酸飲料	100mℓ	45.3%		17.9%	△3	-27.4ポイント
24	食用油	100g	51.8%		23.6%		-28.2ポイント
25	砂糖	100g	50.6%		23.2%		-27.4ポイント
26	ジャム	100g	55.9%		25.3%		-30.6ポイント
27	しょうゆ	100mℓ	52.1%		23.9%		-28.2ポイント
28	みそ	100g	52.2%		24.3%		-27.9ポイント
29	牛乳	100mℓ	56.3%		25.8%		-30.5ポイント
30	ヨーグルト	100g	56.3%		26.0%		-30.3ポイント
31	かぼちゃ	100g	78.1%	④	75.3%	④	-2.8ポイント
32	ばれいしょ	100g	52.6%		32.6%		-20.0ポイント
33	たまねぎ	100g	51.9%		33.1%		-18.8ポイント
34	精肉	100g	97.2%	①	95.2%	①	-2.0ポイント
35	まぐろ	100g	90.9%	②	94.3%	②	3.4ポイント
36	さけ	100g	88.3%	③	93.2%	③	4.9ポイント
37	小麦粉	100g	55.0%		25.7%		-29.3ポイント
平均			56.1%		32.2%		-23.9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つて、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量

品 目	基 準 単 位 量	品 目	基 準 単 位 量
○日用品 (6品目)		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	10 枚 (2枚重ねのものは、2枚を1組として10組)	ジャム	100 g
		しょうゆ	100 mL
○加工食品 (24品目)		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		
粉ミルク	100 g	○生鮮食品 (6品目)	
チーズ	100 g	かぼちゃ	100 g
乾麺	100 g	ばれいしょ	100 g
スペaghetti	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		
化学調味料	10 g	○その他 (1品目)	
即席カレー	10 g	小麦粉	100 g
		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

販売価格は今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ユニット・プライシングは消費者の選択を助けます。