

消費税増税にともなう
滋賀県における
食品価格変動調査報告書

2015年1月

公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(NACS)
西日本支部 自主研究会 しが消費生活研究会

— 目次 —

1. はじめに
2. 調査の方法
3. 調査品目と銘柄
4. 調査対象店舗
5. 調査結果
 - (1) 価格表示方法
 - (2) 本体価格（平均価格）の変動について その1
 - (3) 本体価格の変動について その2
 - (4) 農林水産省食品の価格動向調査結果との比較
6. 考察（分析）
 - (1) 調査からわかったこと
 - (2) 個別店舗の多彩なセール促進表示と価格・販売戦略について
7. おわりに
8. 調査を終えて（調査員の感想）
9. 資料
 - ①調査票
 - ②調査結果データ一覧表

概 要

本報告書は、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS：ナックス）西日本支部所属の自主研究会「しが消費生活研究会」が、2014年3月から9月にかけて実施した、滋賀県湖南・湖西地域における量販店舗の食品店頭販売価格調査の結果をまとめたものである。

本年4月、17年ぶりに3%の消費税増税が実施された。その影響が食品価格にどのように及ぶのかを調査するのが目的であった。長いデフレーションと消費低迷の時代を経た今日、消費税増税前後の物価は必ずしも増税を一律に反映したものとはなっていなかった。

1. はじめに

2014年4月1日、消費税が5%から8%に改定された。消費税が初めて導入されたのはちょうど25年前の1989年4月1日である。当初の税率は3%、そして8年後の1997年4月1日に5%に改定された。従って、今回の改訂は17年ぶりということになる。

しが消費生活研究会は、これを絶好の機会ととらえ、消費税のアップにともない小売物価（とりわけ本体価格）がどのように変動するのかを調査することにした。1970年代の狂乱物価と言われた未曾有のインフレーションの時代には、公共料金値上げなどにもなういわゆる「便乗値上げ」が横行した。また、それを防止するための行政による監視も行われた。現在も消費者庁が「物価モニター」事業を行っている。特に今回の消費税改定前後にあわせて、モニター数の増加もはかっている。

当会も滋賀県下の一部地域に限られたものではあるが、食品価格調査を実施することにした。それによって見えてくるものは何か。長いデフレーションを経験した上での消費税アップという初めての経験は、物価にどのような影響を与えるのであろうか。果たして、便乗値上げと思われるような事例はあるのだろうか。

2. 調査の方法

指定の時期に当会会員5名が個別に直接店舗に出向き店頭表示価格を調査、独自に作成した調査票（巻末資料）に記入した。

調査項目は次の通り。

- ①指定銘柄品の税抜価格（本体価格）、税込価格のいずれかまたは両方を記入
- ②調査銘柄品の前回調査時からの量目変更の有無をチェック
- ③特売品かどうかのチェック（特売品とは、表示価格と併せて何らかのお得感を意味するセールス言葉が表示されているもの、とした）
- ④価格表示方法の確認

調査時期は次のとおり。

第一回目 3月15日～25日（消費税アップ直前）

第二回目 4月15日～25日（消費税アップ直後）

第三回目 9月10日～25日（消費税アップ後概ね半年経過）

3. 調査品目と銘柄

調査は日常よく購入する食料品19品目・銘柄に絞った。例えば、しょうゆについては、ヒガシマル醤油の薄口の1000ml入り、といった具合である。

食品は①主食・穀類②調味料類③副食材④乳製品⑤嗜好品類に分類し、それぞれ3～5品目・銘柄とした。いずれも、どこの店舗にも置いてあるだろうと思われる業界の代表的メーカーの定番品から選択した。

なお、これら19品目以外に、個別店舗での任意の銘柄の調査対象として、①精米（5kg）②豆腐③卵④茹でうどんを取り上げた。

これらの食品については、どの店舗でも置いているという大手の銘柄品がないだろうという前提で選択した。つまり、滋賀県下というエリアでなく、個別店舗での価格変動調査となる。これらの銘柄の選択は各調査員に任せられた。

詳細は巻末添付資料（物価調査票）参照。

4. 調査対象店舗

会員が日常的に利用している滋賀県下のショッピングセンター内食品売り場、総合スーパーマーケット内食品売り場、食品スーパーマーケット、百貨店内食品売り場、合計 17 量販店舗で調査した。

地域的には、大津市 (9 店舗)、草津市 (4 店舗)、高島市 (1 店舗)、湖南市 (1 店舗)、甲賀市 (2 店舗) である。つまり、湖南、湖西地区の調査となっており、湖北、湖東は含まれていない。また、資本系列的には 9 系列・グループとなった。

- ①ショッピングセンター内食品売り場 2 店舗
- ②総合スーパーマーケット内食品売り場 7 店舗
- ③食品スーパーマーケット 6 店舗
- ④百貨店内食品売り場 2 店舗

5. 調査結果

まず、調査結果から本体価格を算出し、品目ごとの平均価格、最高価格、最低価格を割り出し一覧表にした。また、平均価格を 100 として、各店舗の本体価格を指数化した。

税込価格表示の場合の本体算出にあたっては、以下のように行った。

税込価格を 1.05 (消費税アップ前) または 1.08 (消費税アップ後) で除し、端数は四捨五入した (実際は、税込価格の端数処理については四捨五入、切り上げ、切り下げなど、店舗、事業者によって異なる)。

(1) 価格表示方法の変化について

Table.1 第一回目調査時 (消費税アップ直前)

表示法	店舗数	割合
税込価格表示法	12	70.6%
本体価格表示法 (税抜価格表示法)	3	17.6%
本体価格+税込価格表示法	0	0.0%
その他 (複数方法を併用)	2	11.8%
合計	17	100.0%

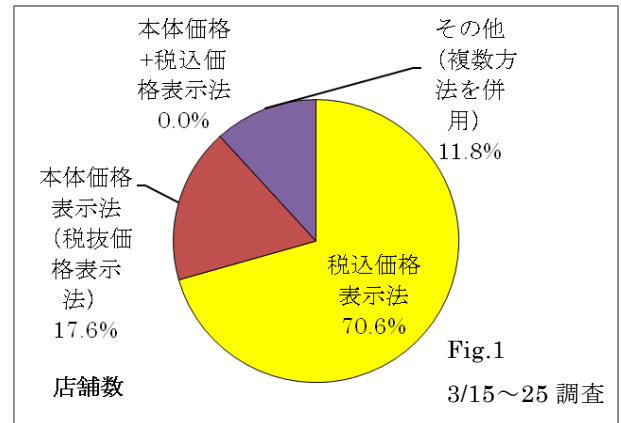


Table.2 第二回目調査時 (消費税アップ直後)

表示法	店舗数	割合
税込価格表示法	1	5.9%
本体価格表示法 (税抜価格表示法)	2	11.8%
本体価格+税込価格表示法	13	76.5%
その他 (複数方法を併用)	1	5.9%
合計	17	100.0%

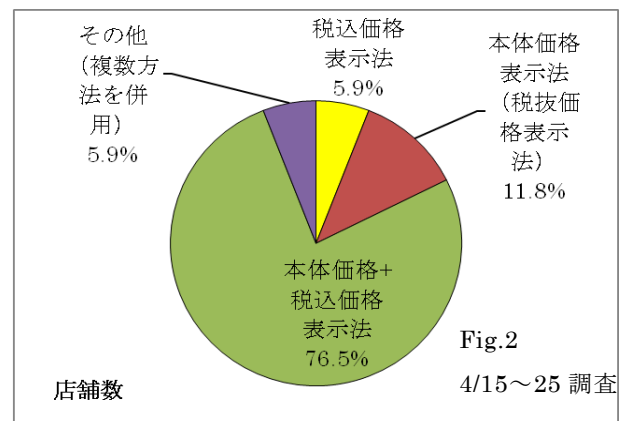
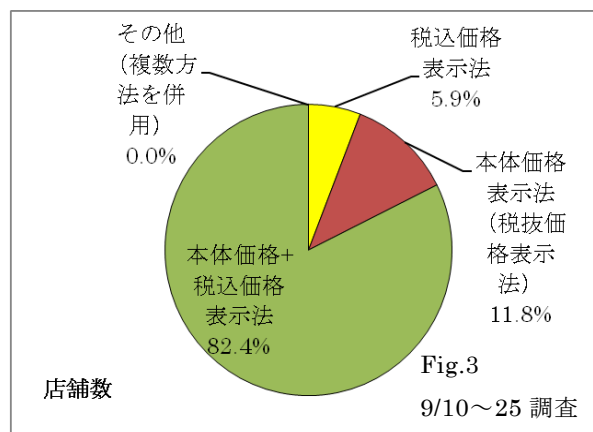


Table.3 第三回目調査時
(消費税アップから約6か月後)

表示法	店舗数	割合
税込価格表示法	1	5.9%
本体価格表示法 (税抜価格表示法)	2	11.8%
本体価格+税込価格表示法	14	82.4%
その他 (複数方法を併用)	0	0.0%
合計	17	100.0%



価格表示方法の変化をまとめた (Table.1~3 および Fig.1~3)。

消費税アップまでは「税込価格のみ表示」が主流であった。しかし「本体価格のみ表示」している店舗も複数あった。また、消費税アップを間近に控え、複数の表示が混在している店舗もあった。

アップ直後には「本体価格+税込価格表示」が主流になった。一方元々「本体価格のみ表示」の店舗は消費税アップ後もそのまま表示方法を変更していなかった (もちろん、表示が本体価格であることは別途表示がある)。独自路線を継続したと考えられる。また、逆の独自路線を貫く「税込価格のみ表示」の店舗もあり、その店舗はその方針を店舗内に大きく表示していた。

アップから約半年後の9月も大勢に変化はなかった。「本体価格+税込価格表示」の場合、割安感を訴えるためか、「本体価格」を大きくし「税込価格」を小さい数字で表示している店舗が多かった。

価格表示方法についてチラシでも調査した。今回の実店舗調査と対象が100%同じではないが、調査10店舗チラシ中、「本体価格+税込価格」が7店舗 (70%)、「本体価格」のみが2店舗 (20%)、「税込価格」のみが1店舗 (10%) だった。ここでも、「本体価格+税込価格」表示が主流であるが、店頭では「本体価格+税込価格」方式でありながら、チラシでは「本体価格」表示を貫く店舗もあった。

(2) 本体価格 (平均価格) の変動について その1 (統一銘柄品 19品目)

◇3月 (消費税アップ直前) → 4月 (消費税アップ直後) の状況 (Table.4 および Fig.4)

本体価格が1%以上上昇した品目は、食パン、マヨネーズ、しょうゆ、食用油、マーガリン、第三のビール、インスタントコーヒー、焼酎、ポテトチップスの9品目であり、とりわけマヨネーズ、マーガリンは10%近くの値上がりとなった。また、食用油も5%以上の値上がりとなった。逆に下がったものは、7%強下落の冷凍ギョーザ、5%弱下落の牛乳が目立つ。

◇4月 (消費税アップ直後) → 9月 (消費税アップから約半年後) の状況 (Table.5 および Fig.5)

本体価格が1%以上上昇した品目は、食用油、納豆、冷凍ギョーザ、チョコレートの4品目であり、特に、冷凍ギョーザ、チョコレートは10%以上の値上がりとなった。逆に大きく値が下がったものは、マヨネーズ、しょうゆ、マーガリン、インスタントコーヒーである。

◇3月 (消費税アップ直前) → 9月 (消費税アップから約半年後) の状況 (Table.6 および Fig.6)

消費税アップ直前からその半年後を比較してみると、食パン（3.4%）、食用油（8.0%）冷凍ギョーザ（5.8%）、チョコレート（14.5%）が大幅に価格上昇した。

逆に、インスタントラーメン（▲3.5%）、マヨネーズ（▲3.4%）、しょうゆ（▲8.3%）、牛乳（▲5.2%）、インスタントコーヒー（▲14.2%）が大きく価格低下した。

（3）本体価格の変動について その2（店舗毎任意銘柄品4品目）（Fig.7~10）

個別店舗における調査品目として、①米②豆腐③卵④茹でうどんを取り上げた。以下、3月と9月の本体価格の変動について記す。

米は9月時点で55%の店舗で価格低下となっている。これは新米との切り替わり時期を控えて値下げしているものと推測されるが、コメ余りの状況下での価格下落とも受け取れる。豆腐については、価格上昇、価格低下、価格維持がそれぞれ拮抗している。卵についても同様に拮抗している。茹でうどんについては、価格変動なしが多数で、価格上昇は少数である。

（4）農林水産省食品の価格動向調査結果との比較

農林水産省は、週一回全国470店舗の、農産物を原料とする主な加工食品の店頭価格（税込み小売価格）を調査している。その結果を当会の調査結果と比較できるよう、2014年3月の店頭価格を100として、4月、9月の価格を指数化する処理を行った（Table.7）。

それによると、当会の調査と合致する品目（食パン以下10品目）の9月の価格状況を見てみると、食パン、小麦粉、食用油（キャノーラ油）、マーガリン、マヨネーズが、3月を100とした指数で102.8未満となっている。すなわち、本体価格が下がっているものと推測される（消費税が5%から8%に上がると税込価格は2.8%上昇する）。

逆に本体価格が上昇した物は、即席麺、茹でうどん、牛乳である。

これらを当会調査と比較してみると、価格低下で同様傾向にあるものは、小麦粉（薄力粉）、マヨネーズ程度で、食パン、即席麺、食用油、マーガリン、しょうゆなどは、むしろ逆の傾向を示している。必ずしも全国的状況が今回の当会調査結果と連動していないということが判明した。

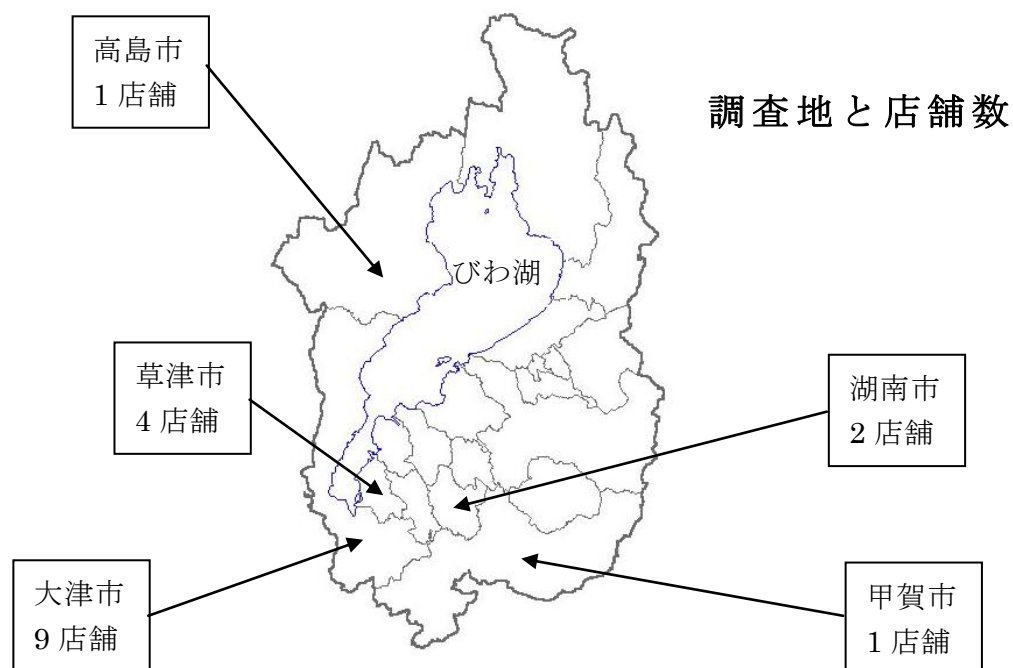
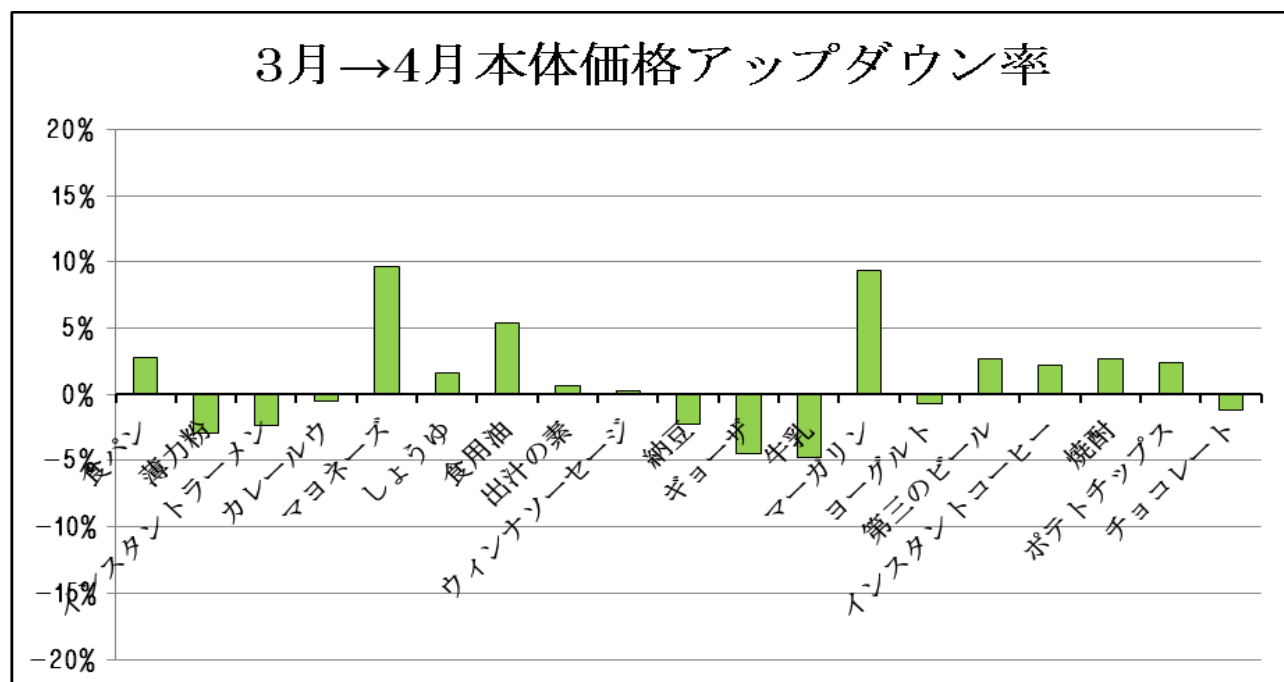


Table.4 本体価格の変動状況 その1 (3月 → 4月)

	価格上昇店舗	価格変動なし店舗	価格下落店舗	調査店舗数	価格上昇店舗割合	価格変動なし店舗割合	価格下落店舗割合	3月平均価格(円)	4月平均価格(円)	価格差4月-3月(円)	価格アップまたはダウン率
食パン	5	8	1	14	35.7%	57.1%	7.1%	145	149	△4	2.8%
薄力粉	2	8	5	15	13.3%	53.3%	33.3%	208	202	△6	-2.9%
インスタントラーメン	2	8	5	15	13.3%	53.3%	33.3%	339	331	△8	-2.4%
カレールウ	3	11	3	17	17.6%	64.7%	17.6%	191	190	△1	-0.5%
マヨネーズ	6	6	0	12	50.0%	50.0%	0.0%	207	227	20	9.7%
しょうゆ	2	12	1	15	13.3%	80.0%	6.7%	252	256	4	1.6%
食用油	5	2	3	10	50.0%	20.0%	30.0%	336	354	18	5.4%
出汁の素	3	10	1	14	21.4%	71.4%	7.1%	309	311	△2	0.6%
ウインナーソーセージ	1	12	2	15	6.7%	80.0%	13.3%	447	448	△1	0.2%
納豆	4	4	7	15	26.7%	26.7%	46.7%	90	88	△2	-2.2%
ギョーザ	4	5	7	16	25.0%	31.3%	43.8%	225	215	△10	-4.4%
牛乳	1	9	4	14	7.1%	64.3%	28.6%	212	202	△10	-4.7%
マーガリン	9	6	2	17	52.9%	35.3%	11.8%	193	211	18	9.3%
ヨーグルト	3	11	3	17	17.6%	64.7%	17.6%	149	148	△1	-0.7%
第三のビール	4	12	0	16	25.0%	75.0%	0.0%	111	114	3	2.7%
インスタントコーヒー	3	11	2	16	18.8%	68.8%	12.5%	635	649	14	2.2%
焼酎	8	8	0	16	50.0%	50.0%	0.0%	1561	1603	△42	2.7%
ポテトチップス	4	10	2	16	25.0%	62.5%	12.5%	83	85	△2	2.4%
チョコレート	1	14	2	17	5.9%	82.4%	11.8%	83	82	△1	-1.2%

※本体価格が同じでも、税込価格計算方式（端数を四捨五入するか、または切り上げ、切り捨てにするか）によってプラスマイナス1円の価格差が生じる可能性がある。また、この時期に合わせて、税込価格計算法を修正した可能性もある（実際、同一店舗で3月→4月プラスマイナス1円の価格差が散見される）。従って、3月→4月の税込価格差プラスマイナス1円の場合は「価格変動なし」として扱った。

Fig.4 商品ごとの本体価格変動率 その1 (3月 → 4月)



◇価格が大きく上昇した食品 マヨネーズ、食用油、マーガリン

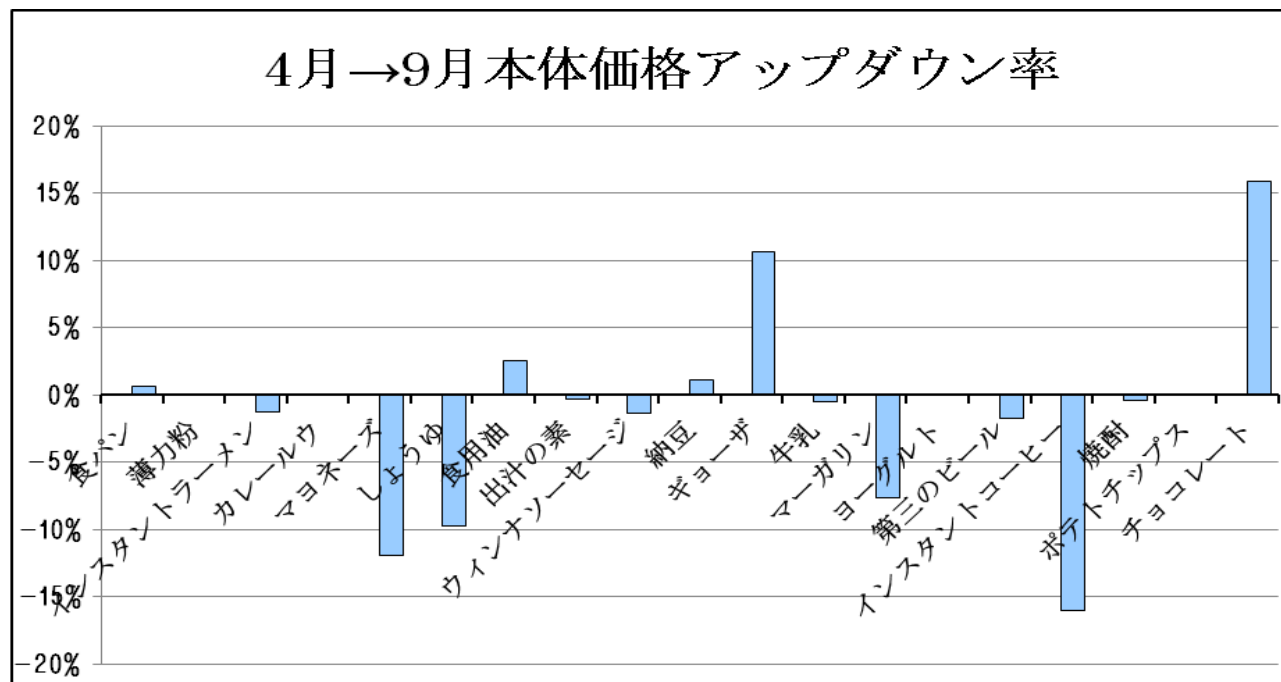
◆価格が大きく下落した食品 ギョーザ、牛乳

Table.5 本体価格の変動状況 その2 (4月 → 9月)

	価格上昇店舗	価格変動なし店舗	価格下落店舗	調査店舗数	価格上昇店舗割合	価格変動なし店舗割合	価格下落店舗割合	4月平均価格(円)	9月平均価格(円)	価格差9月-4月(円)	価格アップまたはダウン率
食パン	2	7	5	14	14.3%	50.0%	35.7%	149	150	△1	0.7%
薄力粉	2	11	2	15	13.3%	73.3%	13.3%	202	202	△0	0.0%
インスタントラーメン	2	2	11	15	13.3%	13.3%	73.3%	331	327	△4	-1.2%
カレールウ	4	9	4	17	23.5%	52.9%	23.5%	190	190	△0	0.0%
マヨネーズ	2	1	9	12	16.7%	8.3%	75.0%	227	200	△27	-11.9%
しょうゆ	4	3	8	15	26.7%	20.0%	53.3%	256	231	△25	-9.8%
食用油	6	0	4	10	60.0%	0.0%	40.0%	354	363	△9	2.5%
出汁の素	3	6	5	14	21.4%	42.9%	35.7%	311	310	△1	-0.3%
ウインナーソーセージ	2	7	5	14	14.3%	50.0%	35.7%	448	442	△6	-1.3%
納豆	6	5	4	15	40.0%	33.3%	26.7%	88	89	△1	1.1%
ギョーザ	10	3	3	16	62.5%	18.8%	18.8%	215	238	△23	10.7%
牛乳	4	6	3	13	30.8%	46.2%	23.1%	202	201	△1	-0.5%
マーガリン	1	6	10	17	5.9%	35.3%	58.8%	211	195	△16	-7.6%
ヨーグルト	5	6	6	17	29.4%	35.3%	35.3%	148	148	△0	0.0%
第三のビール	2	7	7	16	12.5%	43.8%	43.8%	114	112	△2	-1.8%
インスタントコーヒー	1	2	8	11	9.1%	18.2%	72.7%	649	545	△104	-16.0%
焼酎	1	12	3	16	6.3%	75.0%	18.8%	1603	1596	△7	-0.4%
ポテトチップス	4	9	3	16	25.0%	56.3%	18.8%	85	85	△0	0.0%
チョコレート	17	0	0	17	100.0%	0.0%	0.0%	82	95	△13	15.9%

※3月→4月の場合はプラスマイナス1円の価格差は「価格変動なし」として扱ったが、4月→9月の場合は「価格変動があった」と評価した。理由は、4月以降は税込価格計算方式に変化が無いと判断できるからである。チョコレートは9月調査時量目が55gから50gに減量されたので、9月の価格は55gあたり価格に換算した。

Fig.5 商品ごとの本体価格変動率 その2 (4月 → 9月)



◇価格が大きく上昇した食品 ギョーザ、チョコレート

◆価格が大きく下落した食品 しょうゆ、食用油、ヨーグルト、インスタントコーヒー

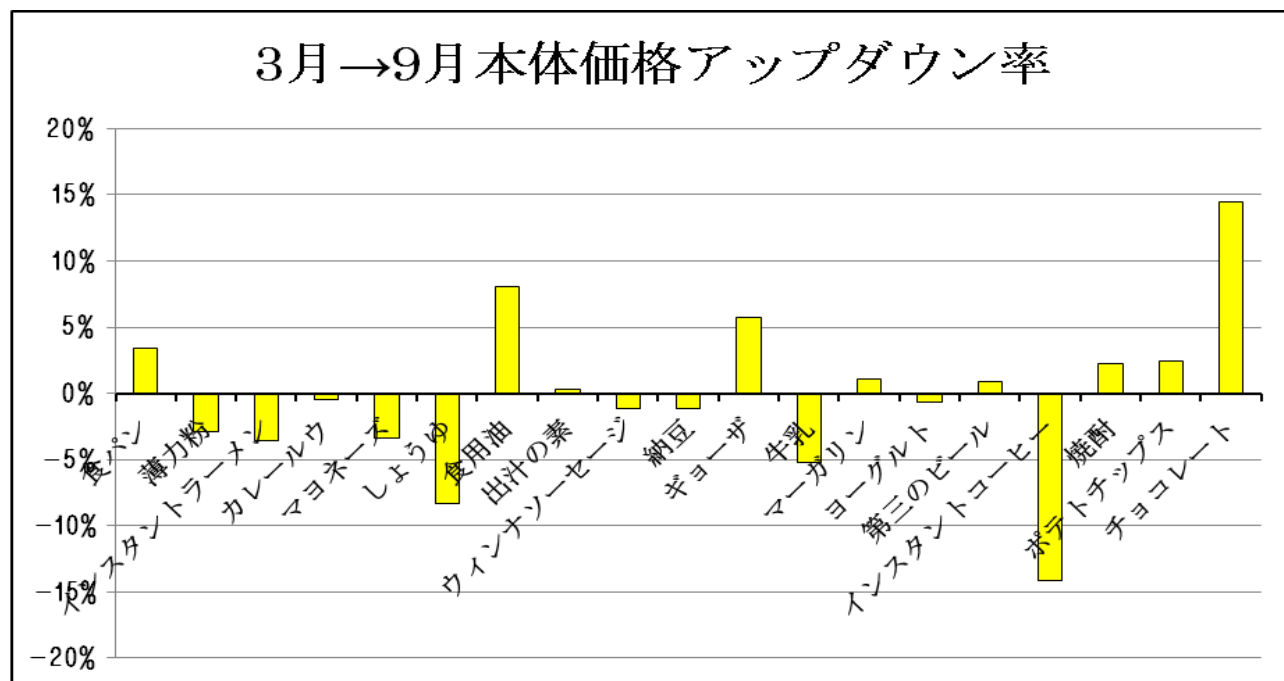
Table.6 本体価格の変動状況 その3 (3月 → 9月)

	価格上昇店舗	価格変動なし店舗	価格下落店舗	調査店舗数	価格上昇店舗割合	価格変動なし店舗割合	価格下落店舗割合	3月平均価格(円)	9月平均価格(円)	価格差9月-3月(円)	価格アップまたはダウン率
食パン	5	5	4	14	35.7%	35.7%	28.6%	145	150	△5	3.4%
薄力粉	2	8	5	15	13.3%	53.3%	33.3%	208	202	△6	-2.9%
インスタントラーメン	3	2	10	15	20.0%	13.3%	66.7%	339	327	△12	-3.5%
カレールウ	5	9	3	17	29.4%	52.9%	17.6%	191	190	△1	-0.5%
マヨネーズ	1	8	3	12	8.3%	66.7%	25.0%	207	200	△7	-3.4%
しょうゆ	4	3	9	16	25.0%	18.8%	56.3%	252	231	△21	-8.3%
食用油	7	0	2	9	77.8%	0.0%	22.2%	336	363	△27	8.0%
出汁の素	5	7	3	15	33.3%	46.7%	20.0%	309	310	△1	0.3%
ウインナーソーセージ	2	6	6	14	14.3%	42.9%	42.9%	447	442	△5	-1.1%
納豆	6	4	5	15	40.0%	26.7%	33.3%	90	89	△1	-1.1%
ギョーザ	3	12	0	15	20.0%	80.0%	0.0%	225	238	△13	5.8%
牛乳	1	7	6	14	7.1%	50.0%	42.9%	212	201	△11	-5.2%
マーガリン	8	2	7	17	47.1%	11.8%	41.2%	193	195	△2	1.0%
ヨーグルト	5	7	5	17	29.4%	41.2%	29.4%	149	148	△1	-0.7%
第三のビール	2	9	5	16	12.5%	56.3%	31.3%	111	112	△1	0.9%
インスタントコーヒー	1	2	8	11	9.1%	18.2%	72.7%	635	545	△90	-14.2%
焼酎	7	6	3	16	43.8%	37.5%	18.8%	1561	1596	△35	2.2%
ポテトチップス	4	10	2	16	25.0%	62.5%	12.5%	83	85	△2	2.4%
チョコレート	17	0	0	17	100.0%	0.0%	0.0%	83	95	△12	14.5%

※3月→9月の税込価格差プラスマイナス1円の場合は「価格変動なし」として扱った。

理由は、3月→4月の項 (Table.4) で記載している内容と同じである。

Fig.6 商品ごとの本体価格変動率 その3 (3月 → 9月)



◇価格が大きく上昇した食品 食用油、ギョーザ、チョコレート

◆価格が大きく下落した食品 しょうゆ、牛乳、インスタントコーヒー

Fig.7 米の本体価格変動状況

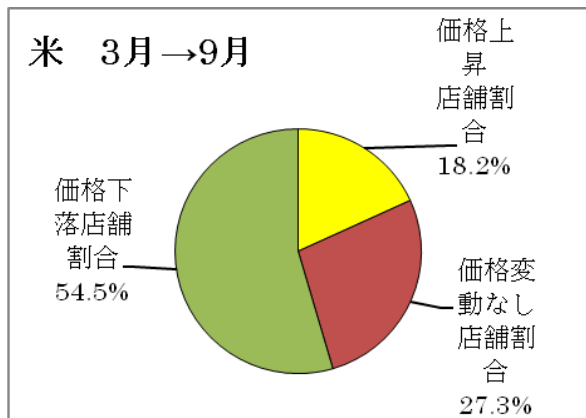


Fig.8 豆腐の本体価格変動状況

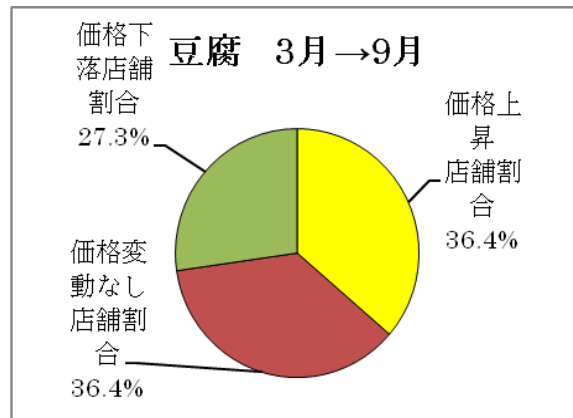


Fig.9 卵の本体価格変動状況

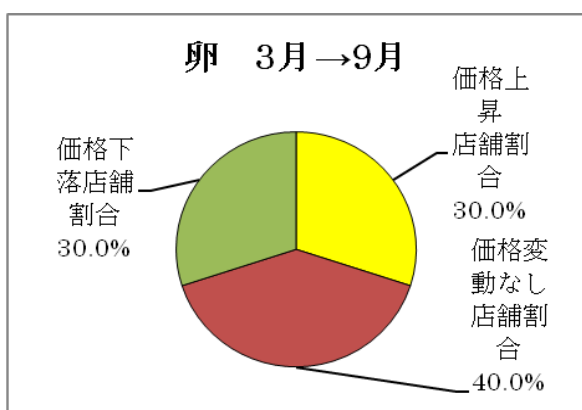


Fig.10 茹でうどんの本体価格変動状況

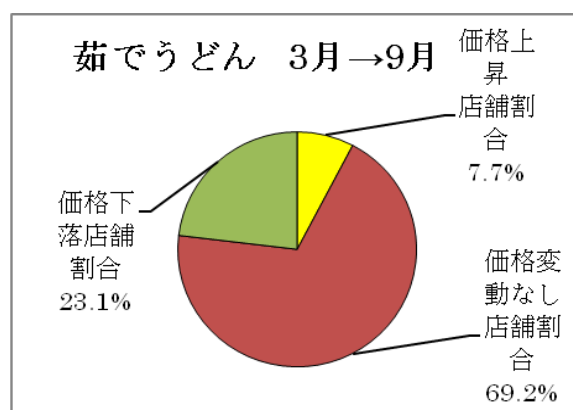


Table.7 農林水産省の食品の価格動向調査より

	食パン	小麦粉	即席麺	マヨネーズ	しょうゆ	食用油 (キャノーラ油)	牛乳	マーガリン	豆腐	茹でうどん
2014年3月	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
2014年4月	102.8	103.5	103.6	103.3	104.3	103.0	103.2	102.6	102.5	103.9
2014年9月	102.6	102.6	103.6	102.0	102.9	100.9	103.2	97.3	102.9	104.9

※農林水産省の価格動向調査は、週一回全国 470 店舗の量販店で店頭価格（税込価格）を調査している。そして、ある年度の月の価格を 100 とし、指数化して発表している。本データは、その調査の 2014 年 3 月第三週の指数を 100 に置き換え、その他の月の指数をさらにそれを基準に指数化した。これにより、私たちの調査と比較をすることができる。

Table.8 農林水産省の調査より（食品主原料の価格動向）

米	滋賀県産コシヒカリ玄米 60kg 税込価格の推移 2014年3月 15,091円 4月 15,379円 9月 13,361円
小麦粉	輸入小麦の政府売り渡し価格（税込）は、2014年4月に対前期比 2.3%アップとなった。消費税を考慮すると、本体は 0.5%程度のマイナスとなっている。
食用油	天候不順、需要増により、原料の菜種や大豆が高値推移。円安による影響も大。4月から食用油の値上げ、7月からマヨネーズの値上げ（4～9%）があった。

6. 考察

(1) 調査からわかったこと

消費税アップの4月以降、2人以上世帯一世帯あたりの消費支出は10月まで7か月連続で前年比マイナスとなっている。一方、サラリーマン世帯の実収入も13か月連続のマイナスとなっており、厳しい家計への影響がみられる（以上、2014年11月28日公表総務省家計調査速報値より）。一方、食品原料、加工品については、天候不順による供給量の不足（国産乳製品、菜種、大豆など）、豚肉の高騰（2013年10月の豚流行性下痢の発生や円安）、国際的な需要の高まり、円安などにより一部高騰している（Table.8）。

このような中、2014年消費税が5%から8%にアップしたが、必ずしも、店頭価格に消費税アップ分の金額がそのまま反映されている状況にはない。ましてや、1970年代の狂乱物価と言われた時代の「便乗値上げ」とみられる状況は無く、むしろ、消費の低迷という中で、本体価格を抑えている食品もあるという状況が浮かび上がっている。これらの背景のひとつとして、メーカーと消費者に敏感な流通・小売業との力関係が、70年代当時とは変化しているという時代の流れも見落としてはならないと思う。

今回調査した滋賀県の店舗でも同様のことが言える。特に滋賀県（特に南部地域）は住民が増加傾向にある数少ない自治体であり、その中でもとりわけ南部は大規模小売業の競争が厳しい地域でもある。それらが、日常的食料品の販売価格に反映され、銘柄によっては本体価格の低下をもたらしているものと推測される。

(2) 個別店舗の多彩なセール促進表示と価格・販売戦略について

今回の調査にあたっては、該当品が特売セールなどの対象であるか否かについても調べた。残念ながら、その結果を価格の比較分析にまで活かすことはできなかった。

商品に表示された特売の謳い文句を列記すると以下のようなものがあつた。「得だ値」「安い値」「応援特価」「スーパープライス」「10%増量中」「レジにて10%割引」「今日のおすすめ」「お値打ち価格」「ときめき価格」「お買い得」「おすすめ品」「本日限り」「生活応援」「超お買い得」「とびきり価格」「チャレンジプライス」「〇月より値下げ」「値下げしました」「火曜特売」「安さ挑戦」「お買い物じょうず」「広告の品」「ずっと低価格」「SALE」などなど。

中には同一店舗で三種類の販売促進表示をしているところもあつた。おそらく、中長期、短期の特売セールにより表示を変えているものと推測されるが、消費者にとっては非常にわかりにくいと言える。

消費税アップ前は税込み価格表示が主流だったため、価格の末尾に8のつく価格設定が多かつた（値ごろ感を訴えるためだと推測される）。例えば、98円、398円、980円などの価格設定は、税込価格表示店舗では実に今回調査結果全体の88%の商品に達していた。ところが、本体と税込という二つの価格を表示するようになった4月以降、そのような税込価格設定は4月で18%、また9月では13%と激減した（この部分は店舗系列によりかなり方針が異なるようで興味深い）。今後このような価格戦略がどうなるのかも興味がある。

冷凍ギョーザについて、平均価格の倍近い価格で販売している店舗が一店あつた。調べてみると、特定の日に、「冷凍食品半額セール」を行っていた。半額の日に集中的に販売しようという戦略だが、消費者不信を招かないか疑問が残る。

百貨店を除く店舗による価格差の小さい品目は、焼酎であつた（±4%）。その他単価の安い品目も価格差は大きくない。逆に価格差の大きい品目は、冷凍ギョーザ（±46.7%）、食用油

(±22.7%)、インスタントコーヒー(±22.5%)、カレールウ(±20.1%)である。これらは特売品に組み込まれやすい商品であるため、通常価格との差が大きくなっていると思われる。

7. おわりに

3月に初めて調査に入った際、客数は通常より明らかに多かった。消費税アップ前の駆け込み購入、買いだめのためであった。4月に入ると、やはりというか客数は一時減少したように見えた。しかし、そこは食料品、買いだめにも限界がある。間もなく客足は回復した。店舗側も単なる消費税分の上乗せではなく、価格設定を見直した形跡がある。これらは、消費税アップ前後で本体価格の変動があることでわかる。一方、予想を超える円安や天候不順、世界的需要増などで輸入原料、輸入製品は値上がりせざるを得ない(※1)。その代表が今回の調査対象ではチョコレートということになる。今回対象とした銘柄品は、重量を約10%減らしても尚且つ価格を上げざるを得なかったようである。

このような状況を見てみると、物価に対しては消費税アップという大きな国内政策もさることながら、さらにそれを超える国際的な経済事情・政策、需給、気候変動の影響が大なることが改めて実感される。TPP(環太平洋戦略的経済連携協定)などはその最たるものかもしれない。

※1 カロリー(供給熱量)ベースの総合食料自給率は2013年度で39%である。つまり、61%は輸入に頼っており、円安が食品価格上昇の原因になることは自明の理である。

8. 調査を終えて(調査員の感想)

<A 調査員>

私は食品売り場が好きで、時間があるときは30分以上かけてゆっくりと品定めすることもある。十数年前までは、平日のスーパーマーケットの食品売り場で男性を見かけることは少なかった。ところが最近では普通に見かける。二つのタイプがある。ひとつめは、比較的若い夫婦連れである。幼児を連れていることが多い。今一つは、奥さんのお付き合いらしい定年過ぎとおぼしき人である。前者の場合は、ご主人はサービス業や交代勤務で働く人なのだろうと想像する。微笑ましいと思う。後者の場合、所在無く手ぶらで(買い物かごを持つことなく)、鮮魚売り場などをぶらぶら覗いている姿をよく見かける。一方、奥さんといろいろ相談しながら買い物をしている姿も見かける。客が変われば店舗もこれから変わっていくのだろうと思う。

<B 調査員>

今まで食品を購入する機会が少なかった私は大変不安だった。まず、今まで買ったことのない商品を探すことが出来るか、さらに、店員さんに質問されたときどう答えるかということである。1点目は家内を動員することで解決したが、家内の買い物を支払う羽目になり調査費用が多くかかった。2点目は事前検討時に不安項目を整理し「消費税アップにともなう物価調査の実施について」の文章を作成し店側からの質問に備えた。

調査を通じて感じたことは、陳列商品の値段はもちろんのこと、陳列の方法や種類、品数等の変更がよくあることだ。その目的は販売促進にあるのだが、その地域の需要特性に整合し競合店舗との差別化のために日々工夫していることがよくわかる。特売価格、タイム価格、限定商品、今日限り商品など厳しい販売競争の実態を垣間見る事ができた。更に、店側は賞味期限と陳列量の戦いがあり、消費者側は購入量と消費量の戦いがあると感じた。どちら側も緻密な需要予測が必要である。更に消費者としては衝動買いだけは避けなくてははいけない。

商品価格の変動を考える時、経済・政治情勢、地政動向や天候をグローバルに把握すること

が必要だ。また商品選択時には地産地消・フードマイレージを考え、更にフェアトレード商品の選択など賢い消費者としての行動が大切である。しかし、いざ店内に入ってしまうと賢い消費者が何処かへ行ってしまい衝動買いに走ってしまう私だった。もっと冷静に買い物を行い消費生活アドバイザーとして日々の消費行動の中で消費者市民社会を推進していかなければならないと思った。

<C 調査員>

平日にも拘わらず総合スーパーの食品売り場は賑わっていた。品揃えも豊富だ。

その昔、私の家は親父が日用品雑貨の商売をしていた。自宅を兼ねた店舗は商店街の中心からは少し離れていた。毎年、年末の12月27日には、町の中心部では「歳の市」が開かれ、街道に面した商店は店を飾り、近郷近在からリヤカーでやってくる正月用の花などを売る人や様々な商品を売る人たちも集まった。お客さんもバスなどで駆け付け、街路は人々の肩を触れ合うほどの賑わいだった。ちょうど私が中学から高校へ行っていた頃が最高の人出だったと思う。親父は、「市」の日は中心街にお客さんを取られるのでぼやいていたが、それでも大晦日は一年で一番お客さんが多くて賑わった。祖母が生きていた頃は、年末の餅つきは当然のこと、我が家の裏の畑で作った大豆を使って味噌も作り、お茶も自家製だった。

あれから五十数年。大きく変わった。何でもお金だけ出せばものが手に入る時代になった。あの頃、生き生きと頑張っていた町の商店は、ほとんど姿を消した。私たちは「消費者」になった。商売人の後ろには多くのメーカー、生産者がいる。その事業者たちの首根っこを握っているのは、結局、消費者の消費行動だ。何をかうのか、それをどこでかうのか、それがすべてを決する。価格調査を終えて家路を急ぎながら、そんなことを思った。

<D 調査員>

今回の調査は、日常の買い物をする店であったので、値上げなどがあれば生活に直結するため、調査に興味深く関わることができた。実際のところ、今回の調査では大きな値上げは見られなかったが、メーカーとしては、これから商品について値上げや規格内容変更など、円安も加わり、コストなど考えた企業努力が始まるのではないだろうか。

一点、日常の買い物の場であったので感じたことだが、一部には2014年の年明けから3月の調査の時点までに既に価格や規格・内容量が変わっていたものがあつたように思う。

いずれ消費税がアップされることは仕方ないことと考えている。しかしながら、生活においては益々厳しくなるのではと感じており、引き続き物価の動きにも関心を持ちたい。

<E 調査員>

「調査時に店員に何か聞かれたらこれを見せたらいいよ」と渡された「消費税アップに伴う物価調査の実施について」の文章が書かれた紙を、お守り代わりに持って市場調査に出かけた。お店の人に怪しまれそうで不安だったのだ。一回目は普段買わない商品がどこにあるかわからず、同じところを行ったり来たり。三回目は慣れたものの、焼酎（調査品目）はあるが値札がない。買もしないのに、店員に勇気を出して聞く。ハラハラドキドキから解放され、なんとか終了。税抜き価格表示は税込み価格表示よりも安く見えるので、値上がり感がなくつい買い物籠に入れてしまいそうだ。また、特売品が毎日異なるので、税が上がった分特売品で取り戻せるような気がする。しかし、これは錯覚で、税が上がった分やはり出費は増えている。だから、今までと同じ食生活をしようとする食費が増える。どうにかならないのだろうか？慎ましい生活をしている人にとっては酷なことだと思ってしまう調査であった。

9. 資料

消費者物価調査票

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会西日本支部
しが消費生活研究会

調査日 月 日 調査小売店名() 調査実施者()
表示方法(次のどれかを丸で囲む) 総額表示法 税抜価格表示法 本体価格+税額表示法

銘柄統一品目

品目	銘柄	量目	税抜き価格	税込み価格	特記事項
主 食 ・ 穀 類					
食パン	パスコ 超熟	1欣6枚切り			
薄力粉	日清製粉 フラワー	1kg			
インスタントラーメン	東洋水産 マルちゃん正麺 しょうゆ味	5袋入り			
調 味 料 類					
カレールウ	ハウスパーモントカレー 中辛	230g			
マヨネーズ	キューピー	350g			
しょうゆ	ひがしまる 薄口	1li			
食用油	日清キャノーラ油	1300g			
出汁の素	味の素 ほんだし	120g(60g×2)			
副 食 材					
ウインナーソーセージ	日本ハム シャウエッセン	127g×2/パック入り			
納豆	ミツカン とろ豆(金の粒)	3パック入り			
ギョーザ	味の素(冷凍)	12個入り			
乳 製 品					
牛乳	森永 おいしい牛乳	1li			
マーガリン	雪印メグミルク ネオソフト	300g			
ヨーグルト	明治 ブルガリアヨーグルト プレーン	450g			
嗜 好 品 類					
発泡酒(第三のビール)	キリン のどごし生	350ml			
インスタントコーヒー	ネスレ ゴールドブレンド	90g			
焼酎	霧島酒造 黒霧島 紙パック 25度	1800ml			
ポテトチップス	カルビー コンソメパンチ	60g			
チョコレート	ロッテ ガーナチョコレート	55g			

銘柄任意品目

米					
豆腐					
卵					
茹でうどん					

※特記事項には、当該商品がバーゲン、特売品などの対象になっている場合などに記入する

Table.9 第一回調査 本体価格一覧表(上段は本体価格、下段は平均価格を100とした場合の各店舗の価格指数)

店舗	品目	食パン	薄力粉	インスタントラーメン	カレーうどん	マヨネーズ	しょうゆ	食用油	出汁の素	ウンパンソーセージ	納豆	ギョーザ	牛乳	マーガリン	ヨーグルト	第三のビール	インスタントコーヒー	焼酎	ポテトチップス	チョコレート	
A店		131	208	350	189	189	255	379	341	474	93	217	227	189	170	112	665	1,505	84	84	
B店		160	198	350	189	189	255	284	341	474	84	217	227	170	170	112	665	1,505	84	84	
C店		160	208	350	189	189	255	284	341	474	84	217	227	170	141	112	570	1,474	84	84	
D店		160	208	350	189	189	255	284	341	474	84	217	226	170	170	112	665	1,505	84	84	
E店		157	208	350	189	189	255	284	341	474	84	217	236	170	148	112	760	1,505	84	84	
F店		160	208	331	189	189	255	284	341	474	93	217	189	170	141	112	665	1,505	74	84	
G店		141	198	350	169		236	360	258	376	93	208	195	189	140	100	617	1,600	75	74	
H店		141	198	350	169		236		258	376	93	208	195	189	140	100	617	1,600	85	74	
I店		122	217	331	150	227		331	284	474	93	190	208	179	141	131	474	1,695	74	84	
J店		150	217	331	170	227	284		284	474	93	380	208	189	141	131	474	1,695	74	84	
K店		131	179	284	227	227	189	284	341	379	93	217	217	227	150	100	570	1,505	84	84	
L店		131	208	350	208	217	236	436	331	474	84	217	217	189	131	105	570	1,476	84	74	
M店		141	208	370	189	227	284	408	284	474	94	237	199	217	141	103		1,600	84	84	
N店			189	284	179		227		265	361	85	170	209	170	130	101	474	1,505	85	75	
O店		141	217	350	150	227	246	408	284	474	93	189	198	170	131	119	474	1,600	84	84	
P店					293		284							289	160		950			100	
Q店			265		208		274					276		236	189	116	950	1,705	103	93	
平均価格(円)		145	208	339	191	207	252	336	309	447	90	225	212	193	149	111	635	1,561	83	83	
最高価格(円)		160	265	370	293	227	284	436	341	474	94	380	236	289	189	131	950	1,705	103	100	
最低価格(円)		122	179	284	150	189	189	284	258	361	84	170	189	170	130	100	474	1,474	74	74	
																				平均	
A店		90.5	99.8	103.3	99.0	91.2	101.3	113.0	110.4	106.0	103.9	96.6	107.1	97.9	114.0	100.8	104.7	96.4	101.4	101.0	
B店		110.6	95.0	103.3	99.0	91.2	101.3	84.6	110.4	106.0	93.8	96.6	107.1	88.0	114.0	100.8	104.7	96.4	101.4	101.0	
C店		110.6	99.8	103.3	99.0	91.2	101.3	84.6	110.4	106.0	93.8	96.6	107.1	88.0	94.6	100.8	89.8	94.4	101.4	98.6	
D店		110.6	99.8	103.3	99.0	91.2	101.3	84.6	110.4	106.0	93.8	96.6	106.7	88.0	114.0	100.8	104.7	96.4	101.4	101.0	
E店		108.5	99.8	103.3	99.0	91.2	101.3	84.6	110.4	106.0	93.8	96.6	111.4	88.0	99.3	100.8	119.7	96.4	101.4	101.0	
F店		110.6	99.8	97.7	99.0	91.2	101.3	84.6	110.4	106.0	103.9	96.6	89.2	88.0	94.6	100.8	104.7	96.4	89.3	101.0	
G店		97.4	95.0	103.3	88.5		93.8	107.3	83.5	84.1	103.9	92.6	92.0	97.9	93.9	90.0	97.2	102.5	90.5	89.0	
H店		97.4	95.0	103.3	88.5		93.8		83.5	84.1	103.9	92.6	92.0	97.9	93.9	90.0	97.2	102.5	102.6	89.0	
I店		84.3	104.1	97.7	78.6	109.6		98.7	91.9	106.0	103.9	84.6	98.2	92.7	94.6	117.9	74.6	108.6	89.3	101.0	
J店		103.7	104.1	97.7	89.0	109.6	112.9		91.9	106.0	103.9	169.2	98.2	97.9	94.6	117.9	74.6	108.6	89.3	101.0	
K店		90.5	85.9	83.8	118.9	109.6	75.1	84.6	110.4	84.8	103.9	96.6	102.4	117.5	100.6	90.0	89.8	96.4	101.4	97.0	
L店		90.5	99.8	103.3	108.9	104.7	93.8	130.0	107.1	106.0	93.8	96.6	102.4	97.9	87.9	94.5	89.8	94.5	101.4	89.0	
M店		97.4	99.8	109.2	99.0	109.6	112.9	121.6	91.9	106.0	105.0	105.5	93.9	112.4	94.6	92.7		102.5	101.4	103.1	
N店			90.7	83.8	93.7		90.2		85.8	80.7	94.9	75.7	98.6	88.0	87.2	90.9	74.6	96.4	102.6	89.0	
O店		97.4	104.1	103.3	78.6	109.6	97.8	121.6	91.9	106.0	103.9	84.1	93.5	88.0	87.9	107.1	74.6	102.5	101.4	97.6	
P店					153.5		112.9							149.6	107.3		149.6			120.2	132.2
Q店			127.2		108.9		108.9					122.9		122.2	126.8	104.4	149.6	109.2	124.3	111.8	119.7

Table.10 第二回調査 本体価格一覧表(上段は本体価格、下段は平均価格を100とした場合の各店舗の価格指数)

店舗	品目	食パン	薄力粉	インスタントラーメン	カレーうどん	マヨネーズ	しょうゆ	食用油	出汁の素	ウインナーソーセージ	納豆	ギョーザ	牛乳	マーガリン	ヨーグルト	第三のビール	インスタントコーヒ	焼酎	ポテトチップス	チョコレート
A店		138	208	318	189	227	256	345	341	475	88	188	198	227	170	113	665	1,600	84	84
B店		138	208	318	189	227	256	345	341	475	84	188	198	198	170	113	665	1,600	84	84
C店		160	208	318	189	238		345		475	88	188	227	208	140	113	665	1,600	84	84
D店		160	208	318	189	227	256	345	341	475	88	188	178	168	170	113	665	1,600	84	84
E店		158	208	318	189	227	256	345	341	475	88	188	198	227	148	113	665	1,600	84	84
F店		160	189	318	189	227	256	345	341	475	94	188	189	227	141	113	665	1,600	75	84
G店		141	198	350	169		236	360	280	376	85	227	195	189	140	113	617	1,600	75	74
H店		141	198	350	169		236	360	280	376	85	227	195	178	140	115	617	1,600	75	74
I店		150	208	333	158	228			283	398	88	190		208	133	133	475	1,695	83	83
J店		150	208	333	170	228	283		283	475	88	380	208	208	140	133	475	1,695	83	83
K店		138	175	351	165	227	246	276	341	475	91	184	218	227	139	100	554	1,522	93	65
L店		138	202	284	202	218	230	425	332	475	94	218	217	227	147	105	694	1,522	94	84
M店		168	212	360	184	227	283		276	475	94	239	202	218	147	102	570	1,600	84	84
N店			189	341	189		227		285	361	75	170	209	170	130	101	474	1,505	85	70
O店		141	218	351	189	227	245	408	284	462	94	208	199	188	141	120	665	1,600	65	84
P店					293		284							288	160		950		112	100
Q店					208		284				276			236	160	116	950	1,705	103	93
	平均価格(円)	149	202	331	190	227	256	354	311	448	88	215	202	211	148	114	649	1,603	85	82
	最高価格(円)	168	218	360	293	238	284	425	341	475	94	380	227	288	170	133	950	1,705	112	100
	最低価格(円)	138	175	284	158	218	227	276	276	361	75	170	178	168	130	100	474	1,505	65	65
																				平均
A店		92.8	102.7	96.1	99.5	99.9	100.2	97.3	109.8	106.0	99.7	87.3	97.9	107.4	114.9	99.6	102.5	99.8	98.7	102.1
B店		92.8	102.7	96.1	99.5	99.9	100.2	97.3	109.8	106.0	95.2	87.3	97.9	93.7	114.9	99.6	102.5	99.8	98.7	102.1
C店		107.6	102.7	96.1	99.5	104.7		97.3		106.0	99.7	87.3	112.3	98.4	94.6	99.6	102.5	99.8	98.7	102.1
D店		107.6	102.7	96.1	99.5	99.9	100.2	97.3	109.8	106.0	99.7	87.3	88.0	79.5	114.9	99.6	102.5	99.8	98.7	102.1
E店		106.3	102.7	96.1	99.5	99.9	100.2	97.3	109.8	106.0	99.7	87.3	97.9	107.4	100.0	99.6	102.5	99.8	98.7	102.1
F店		107.6	93.3	96.1	99.5	99.9	100.2	97.3	109.8	106.0	106.5	87.3	93.5	107.4	95.3	99.6	102.5	99.8	88.1	102.1
G店		94.9	97.8	105.8	88.9		92.3	101.6	90.1	83.9	96.3	105.4	96.4	89.4	94.6	99.6	95.1	99.8	88.1	90.0
H店		94.9	97.8	105.8	88.9		92.3		90.1	83.9	96.3	105.4	96.4	84.2	94.6	101.3	95.1	99.8	88.1	90.0
I店		100.9	102.7	100.7	83.2	100.3			91.1	88.8	99.7	88.2		98.4	89.9	117.2	73.2	105.8	97.5	100.9
J店		100.9	102.7	100.7	89.5	100.3	110.7		91.1	106.0	99.7	176.4	102.9	98.4	94.6	117.2	73.2	105.8	97.5	100.9
K店		92.8	86.4	106.1	86.8	99.9	96.2	77.9	109.8	106.0	103.1	85.4	107.8	107.4	93.9	88.1	85.4	95.0	109.3	79.0
L店		92.8	99.8	85.9	106.3	95.9	90.0	119.9	106.9	106.0	106.5	101.2	107.3	107.4	99.3	92.5	107.0	95.0	110.4	102.1
M店		113.0	104.7	108.8	96.8	99.9	110.7		88.8	106.0	106.5	110.9	99.9	103.2	99.3	89.9	87.8	99.8	98.7	102.1
N店			93.3	103.1	99.5		88.8		91.7	80.5	85.0	78.9	103.4	80.5	87.8	89.0	73.0	93.9	99.9	85.1
O店		94.9	107.7	106.1	99.5	99.9	95.9	115.1	91.4	103.1	106.5	96.5	98.4	89.0	95.3	105.7	102.5	99.8	76.4	102.1
P店					154.2		111.1							136.3	108.1		146.4			121.6
Q店					109.5		111.1					128.1		111.7	108.1	102.2	146.4	106.4	121.0	113.1

Table.11 第三回調査 本体価格一覧表(上段は本体価格、下段は平均価格を100とした場合の各店舗の価格指数)

店舗	品目	食パン	薄力粉	インスタントラーメン	カレーウ	マヨネーズ	しょうゆ	食用油	出汁の素	ウンナソーセージ	納豆	ギョーザ	牛乳	マーガリン	ヨーグルト	第三のビール	インスタントコーヒー	焼酎	ポテトチップス	チョコレート
A店		138	208	315	189	188	198	408	341	475	88	218	208	227	158	113		1,600	84	92
B店		158	208	315	189	188	198	408	341	475	94	218	198	198	170	113		1,600	84	92
C店		158	208	315	189	188	158	408	341		88	218	198	178	140	113		1,600	84	92
D店		158	208	351	189	188	198	408	341	458	88	218	168	168	128	110	598	1,600	84	92
E店		158	208	315	189	188	158	332	341	475	88	218	208	178	170	113	665	1,600	84	92
F店		158	189	308	189	188	198	408	341	458	94	218	189	178	141	113	665	1,600	75	92
G店		141	198	298	189		226	288	268	376	93	208	195	168	138	100	474	1,600	85	94
H店		141	198	350	189		236	288	268	376	93	208	195	168	129	100	474	1,600	85	94
I店		150	208	288	188	188	288		288	475	93	380	208	198	140	123	378	1,580	83	97
J店		150	208	475	158	188	288		283	398	83	380	208	178	140	123	478	1,695	83	97
K店		160	180	350	165	230	250	275	338	475	88	218	218	158	151	98	548	1,498	85	94
L店		138	185	278	180	218	227		308	460	95	218	218	227	148	110	535	1,560	82	97
M店		148	218	350	188	218	284		278	462	98	248	208	228	168	108	578	1,600	95	97
N店			184	341	183		230	350	276	369	73	183		166	127	101	461	1,369	82	80
O店		140	218	257	156	228	228	418	298	462	78	188	190	168	140	120	398	1,600	85	94
P店					293		284						288	160	134			1,725		110
Q店					208		284					276		236	160	112	950	1,705	103	102
平均価格(円)		150	202	327	190	200	231	363	310	442	89	238	201	195	148	112	545	1,596	85	95
最高価格(円)		160	218	475	293	230	288	418	341	475	98	380	218	288	170	134	950	1,725	103	110
最低価格(円)		138	180	257	156	188	158	275	268	369	73	183	168	158	127	98	378	1,369	75	80
平均																				
A店		92.2	103.1	96.3	99.4	94.1	85.6	112.5	110.0	107.4	99.0	91.4	103.7	116.6	107.1	100.9		100.3	98.6	97.3
B店		105.5	103.1	96.3	99.4	94.1	85.6	112.5	110.0	107.4	105.7	91.4	98.7	101.7	115.2	100.9		100.3	98.6	97.3
C店		105.5	103.1	96.3	99.4	94.1	68.3	112.5	110.0		99.0	91.4	98.7	91.4	94.9	100.9		100.3	98.6	97.3
D店		105.5	103.1	107.3	99.4	94.1	85.6	112.5	110.0	103.5	99.0	91.4	83.7	86.3	86.8	98.2	109.8	100.3	98.6	97.3
E店		105.5	103.1	96.3	99.4	94.1	68.3	91.5	110.0	107.4	99.0	91.4	103.7	91.4	115.2	100.9		100.3	98.6	97.3
F店		105.5	93.7	94.2	99.4	94.1	85.6	112.5	110.0	103.5	105.7	91.4	94.2	91.4	95.6	100.9	122.1	100.3	88.0	97.3
G店		94.2	98.1	91.1	99.4		97.7	79.4	86.4	85.0	104.6	87.2	97.2	86.3	93.5	89.3	87.0	100.3	99.8	99.4
H店		94.2	98.1	107.0	99.4		102.0	79.4	86.4	85.0	104.6	87.2	97.2	86.3	87.4	89.3	87.0	100.3	99.8	99.4
I店		100.2	103.1	88.1	98.9	94.1	102.0		92.9	107.4	104.6	159.4	103.7	101.7	94.9	109.8	69.4	99.0	97.4	102.5
J店		100.2	103.1	145.2	83.1	94.1	124.5		91.3	90.0	93.3	159.4	103.7	91.4	94.9	109.8	87.7	106.2	97.4	102.5
K店		106.9	89.2	107.0	86.8	115.1	108.1	75.8	109.0	107.4	99.0	91.4	108.7	81.1	102.4	87.5	100.6	93.9	99.8	98.4
L店		92.2	91.7	85.0	94.7	109.1	98.1		99.3	104.0	106.8	91.4	108.7	116.6	100.3	98.2	98.2	97.7	96.3	102.5
M店		98.9	108.1	107.0	98.9	109.1	122.8		89.7	104.4	110.2	104.0	103.7	117.1	113.9	96.4	106.1	100.3	111.5	102.5
N店			91.2	104.3	96.3		99.4	96.5	89.0	83.4	82.1	76.7		86.3	86.1	90.2	84.6	85.8	96.3	84.6
O店		93.5	108.1	78.6	82.1	114.1	98.6	115.2	96.1	104.4	87.7	78.8	94.7	86.3	94.9	107.1	73.1	100.3	99.8	99.4
P店					154.2		122.8							147.9	108.5	119.6		108.1		116.3
Q店					109.4		122.8					115.8		121.2	108.5	100.0	174.4	106.8	120.9	107.8

チョコレートは今回調査時量目が55gから50gに減量されたので、55gあたりに価格を換算して記載(+10%)。

table.12 各店舗個別品目調査結果

店舗	品目	3月15日～25日調査					4月15日～25日調査					9月15日～25日調査					3月→4月変化					3月→9月の変化				
		米5kg	豆腐	卵	茹うどん	茹うどん	米5kg	豆腐	卵	茹うどん	茹うどん	米5kg	豆腐	卵	茹うどん	茹うどん	米5kg	豆腐	卵	茹うどん	茹うどん	米5kg	豆腐	卵	茹うどん	茹うどん
A店		1,790	131	227	65	1,780	132	188	65	132	227	65	1791	132	143	99%	101%	83%	100%	100%	100%	100%	101%	100%	100%	100%
B店		1,790	93	217	143	1,791	141	227	143	132	132	143	1791	132	143	100%	152%	105%	100%	100%	100%	100%	142%	100%	100%	100%
C店																										
D店		3,410	36	189	27	2,480	37	188	27	37	188	27	3880	37	188	73%	103%	99%	100%	100%	100%	114%	103%	99%	100%	100%
E店		4,362	130	217	27	4,362	130	188	27	96	218	27	3480	96	218	100%	100%	87%	100%	100%	100%	80%	74%	100%	100%	100%
F店		1,790	93	217	65	1,791	141	227	65	132	218	65	1791	132	218	100%	152%	105%	100%	100%	100%	100%	142%	100%	100%	100%
G店		1,700	84	188	93	1,700	84	188	84							100%	100%	100%	100%	100%	100%					
H店		1,700	95	265	84	1,700	95	265	84	1876	268	84	1876		268	100%	100%	100%	100%	100%	110%			101%	100%	100%
I店																										
J店		1,981	46	208	27	1,980	45	228	28	45	218	28	1980	45	218	100%	98%	110%	104%	104%	100%	100%	98%	105%	104%	98%
K店		1,695	93	208	93	1,649	94		91	1649		91	1649			97%	101%		98%	98%	97%					98%
L店		1,790	103	179	84	1,834	103	170	84	98		94			102%	100%	95%	100%	100%	100%	102%	95%			112%	
M店		2,077	75	227	93	2,070	128		91	128		91	1980	128		100%	171%		98%	98%	95%	171%			98%	
N店		1,514	131	198	143	1,514	131	198	143	128	231	139		128	231	100%	100%	100%	100%	100%	100%	95%	98%	117%	97%	
O店		2,076	55	246	74	1,981	26	239	65	54	239	75	1981	54	239	95%	47%	97%	88%	88%	95%	98%	97%	101%	101%	
P店		2,171		284				275		1833	275		1833		275			97%								97%
Q店		2,333	170	284	93	2,333	178	270	70	1833	250	280	1833	250	280	100%	105%	95%	75%	75%	100%	147%		99%	100%	

※D店、E店の米は10kg入り

※Q店の茹うどんは200g(3月)から180g(4月)に量目変更されたので、4月は200g換算価格とした。9月は200gに戻った。

※プラスマイナス1円の価格変動は税計算上の誤差と考え価格変動なしと判定した



NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS

参考：農林水産省ホームページ
消費者庁ホームページ
総務省ホームページ

しが消費生活研究会について

しが消費生活研究会は、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（通称：^{ナツクス}NACS）西日本支部に属する自主研究会です。

滋賀地方に在住、勤務するNACS会員で構成されています。自己研鑽による自らのレベルアップ、会員同士の交流、社会に貢献できる研究や事業の実施を目的に、2013年4月に発足しました。

URL <http://www.geocities.jp/siga11000/>

E-Mail west-shiga@nacs.or.jp