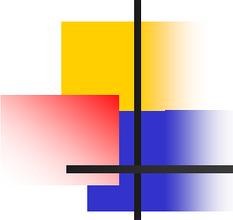


# 量目規制の取組について



平成17年11月28日

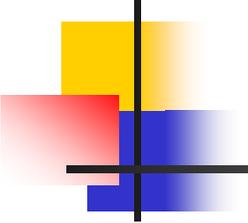
東京都計量検定所



# 内容項目

---

- 1 東京都における量目規制の取組
- 2 立入検査結果と事業者指導の状況
- 3 消費者、他法令担当、他道府県市との連携
- 4 計量の普及・啓発事業
- 5 日常の計量相談、苦情処理



# 1 東京都における量目規制の 取組

---

## 1 商品量目立入検査の実施時期

(1) 年間を通じて実施

(2) 取引が集中する繁忙期に重点

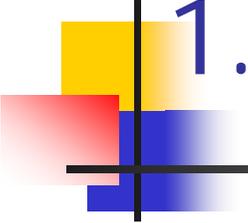
◎ 中元期(6月中旬から15日間程度)

◎ 年末期(11月中旬から15日間程度)

<対象業種> スーパーマーケット、駅ビル  
食品製造所、一般商店

## 2 商品買取検査

(1) 年間 7回(1回は、インターネットにより購入)



## 1.1 商品量目立入検査実施概要

- 商品量目立入検査

商取引の安全の確保、消費者保護の観点から計量法第148条に基づき生産工場、店舗等を対象に実施

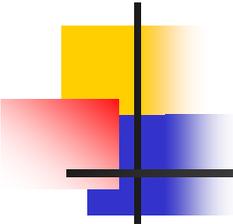
- 立入検査事業所と検査商品の選定

- ①百貨店、スーパーマーケット等の販売者

自店で包装・計量された食肉、魚介類、総菜等の各部門毎に1品目当たり3点、全部門で30点以上を選定

- ②食品等の製造、輸入事業者

ラインを流れるもの、保管されているもの等からサンプルを抜き取る。



## 1.2 検査事項

---

- 商品量目の検査

「表記された内容量」と「実際の内容量」との差が、  
量目公差内にあるか否かのチェック

- 内容量等表示の検査

- 「氏名又は名称及び住所」
- 「内容量」
- 「法定計量単位」の表示の有無



## 1.3 量目検査の方法

---

- 商品個々の検査（省令に明示）

表記内容量に対して真実の量が法令で定める量目公差の範囲内にあるか否かを商品個々について行う。

（特定商品の販売に係る計量に関する省令第2条）

- 統計手法による検査（法令根拠無い）

同一商品を量産している事業所に対して、OIML R87に準拠した平均値手法による検査を参考的に実施し、事業者指導の資料とする。



## 1.4 不適正の判定

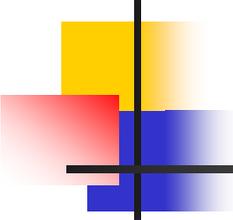
### ■ 商品の不適正

①誤差量又は②誤差率が量目公差を超えて内容量が不足した商品

①誤差量 = 実際の内容量 - 表記された内容量

例：97 g < 100 g

②誤差率 = 
$$\frac{\text{実際の内容量} - \text{表記された内容量}}{\text{表記された内容量}} \times 100$$
 (%)

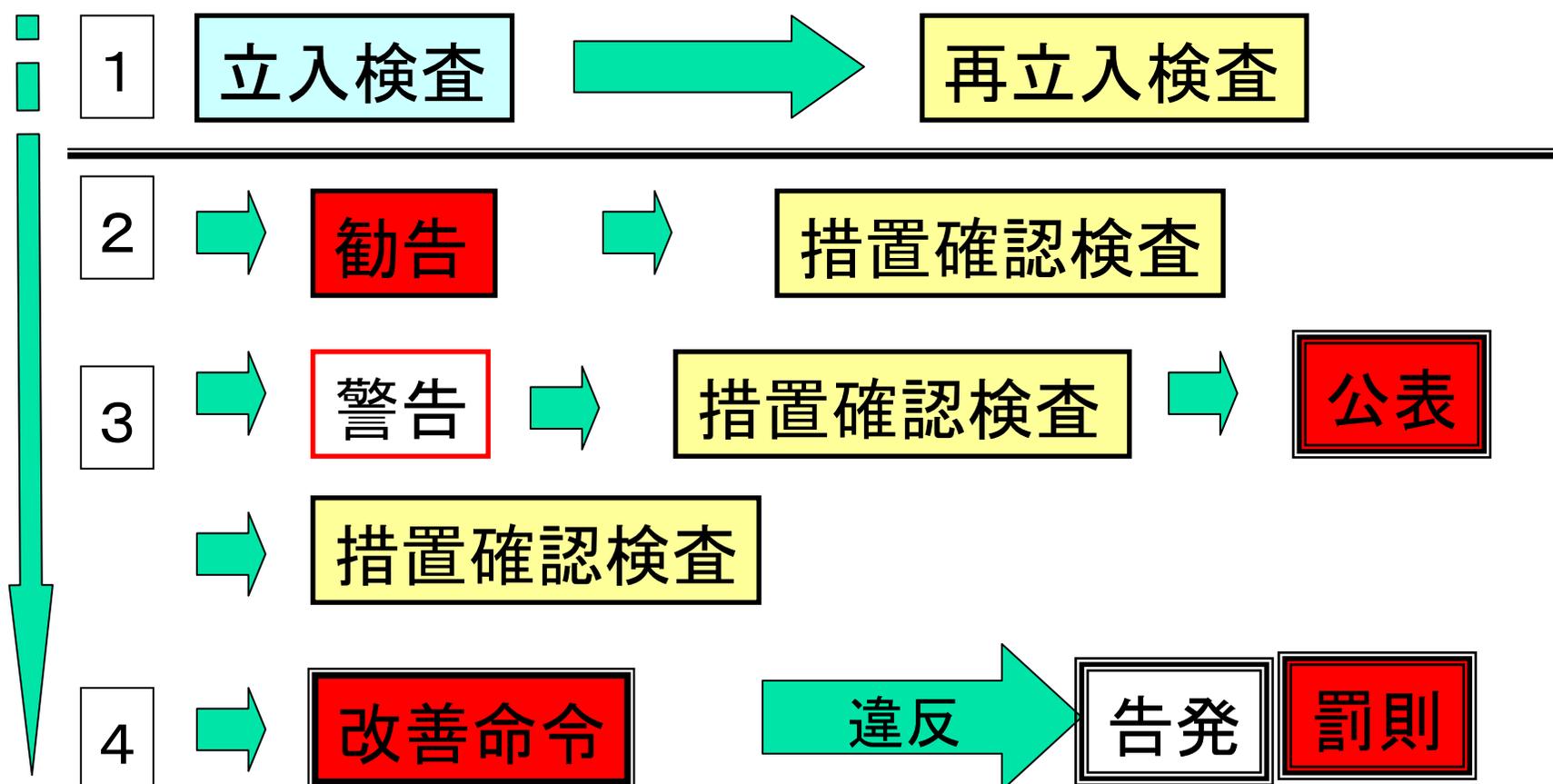


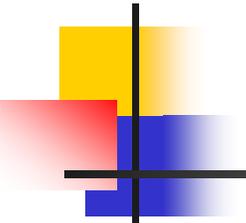
## 1.5 不適正の判定と処分

---

- 1 特定商品の量目の不適正  
表記(表示)の抹消処分
- 2 事業所の不適正  
検査商品に対する不適正商品(量目公差を超えた商品)の割合が5%を超えた事業所
- 3 表示の不適正があった事業所
- 4 使用計量器の不適正があった事業所

## 1.6 行政処分等のスキーム





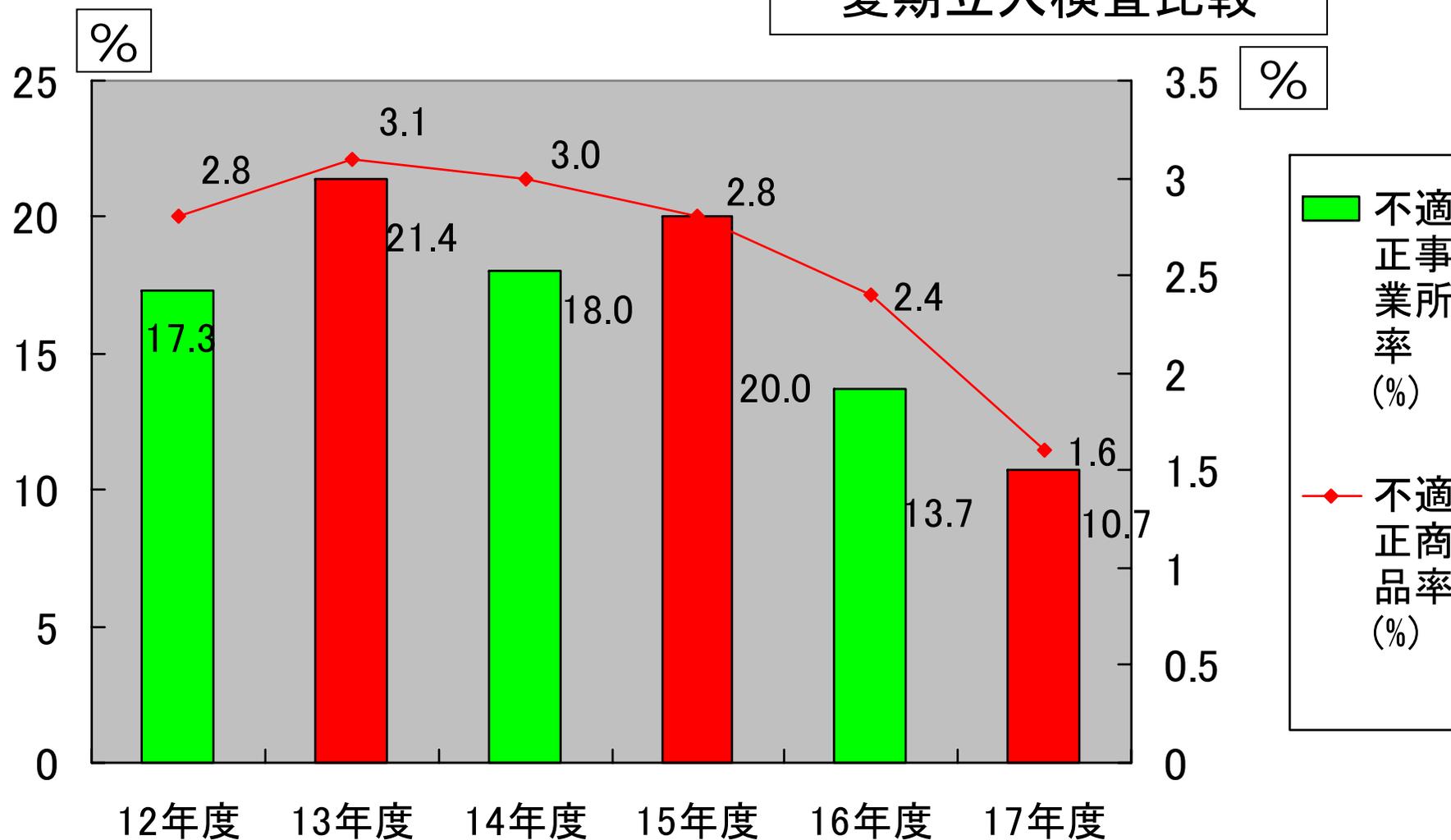
## 2 立入検査結果と事業者指導 の状況

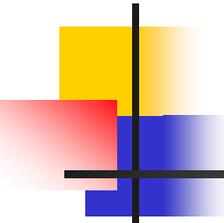
---

- 立入検査結果をもとに判定会議
    - (1) 追跡調査
    - (2) 再立入検査
- ＜参考＞
- 不足率等違反事実の度合い
  - 過去の立入検査実績の参照
- 再立入検査結果を確認し対応を協議

# 量目検査結果（スーパーマーケット）

## 夏期立入検査比較





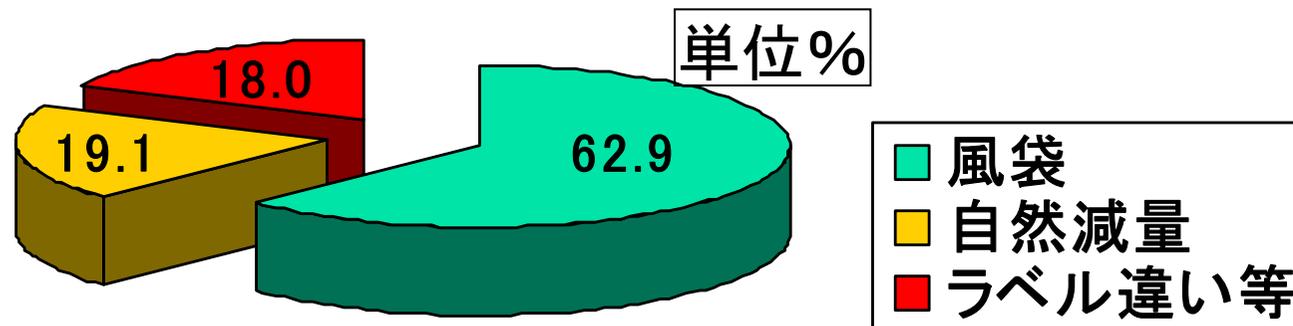
## 2.1 効果的・適正化に向けた取組

---

- (1) 立入対象選定における重点の検討
  - 事業所の規模
  - 過去の検査結果
- (2) 立入検査周期の検討
  - 業態別、適正計量管理事業所
- (3) 不適正事業所、本部指導、関係業界に対する指導・講習の実施
- (4) 消費者被害の起こらない適正計量の確保検討

## 2.2 反復、繰り返し立入検査する必要性

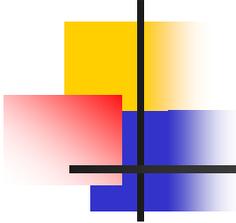
不適正の原因(平成17年中元期)



- (1) 消費者の目に見えない被害を予防
  - 一定期間毎に、正確計量への注意喚起
- (2) 従業員教育の徹底
  - 事業者による自主的な教育・訓練の徹底
- (3) 自主管理体制への移行指導

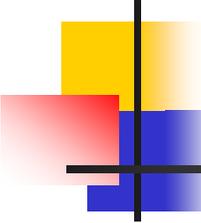
### 3 消費者、他法令担当、他道府県市と連携

- 東京都他部局との連携
  - ①食品衛生法……福祉保険局
  - ②JAS法……福祉保険局
  - ③景品表示法……生活文化局消費生活部
- 他道府県市との連携



## 3.1 消費者との連携・参加の状況

- 計量調査員による計量調査の実施
  - ・日常的な購入品の量目、表示の調査
  - ・買取商品選定についての意見
- 試買審査会(年1回)審査員への参加
  - ・消費者20名(消費生活調査員の中から応募)
  - ・対象商品関係業界
  - ・都他局担当職員
    - ①食品衛生法 ②JAS法 ③景品表示法
- スーパーマーケット計量診断への参加等

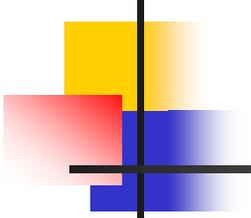


## 4 計量の普及・啓発事業

---

### (1) 計量の普及・啓発

- **出前計量教室**・・・都内小学校中心  
申込み41校 計画 31校 17校実施済み
- **消費生活展**・・・平成16年度 14区、5市、局  
20イベント 39日間
- **所内計量資料室の公開**・・・見学者 延べ 537人  
7月～8月、11月
- **計量記念日事業**  
11月1日 東京駅八重洲地下街



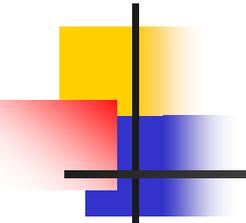
## 4.1 情報提供の状況、広報・広聴等との連携

---

### (2) プレス発表（事前プレス、結果プレス）

- |               |     |
|---------------|-----|
| ① 中元期、年末期立入検査 | 年4回 |
| ② 都民計量の広場     | 年1回 |
| ③ 親子はかり計量教室   | 年1回 |
| ④ その他必要なとき    |     |

### (3) 報道関係からの取材対応



## 5 日常の計量相談、苦情処理

(他道府県市との連携)

---

### (1) 日常の計量相談

- ・特に商品量目表示関係について相談が多い。  
開発中の「商品」に係る規制  
(法第12条「特定商品」、内容量表記義務)

### (2) 苦情処理

- ・消費者、計量相談員からの容疑商品への対応
- ・量目不足のあった商品の事実確認と指導

### (3) 都外の事業者についての調査、適正化依頼