

F-15 消費財の品質と価格との関係(第3報) — 食品における推移  
金城学院大家政 ○木全敬止 今井光映

目的 一般には、品質が悪くなるにつれて価格もあがると信じられている。この両者の関係は、家政が財を購入する場合の意思決定の重要なポイントになる。そこで、価格に依存して「良いものは高い」という従来のような消費者の意識がそのまま当てはまるかどうかを、今回は食品について追跡してみた。

方法 日本消費者協会発行の「月刊消費者」No. 88(S. 41. 11) ~ No. 189(S. 50. 6) から、協会が行った商品テスト報告をもとに総合評価と価格を取り、相互の関係について順位相関係数(スピアマン)を算出し比較した。一方、アメリカの Consumers Unionの商品テスト報告誌である“Consumer Reports” Vol. 1(1936) ~ Vol. 40(1975) から同様に係数を算出し、日本の実態との相互比較を行った。

結果 日本の場合、品質と価格との相関関係が正に合ったものは、全品目24のうち11品目であり、半数の品目で負の相関関係がみられた。しかし、衣料品と電気製品と食品とを比較すると、食品のほうがより正の相関を示している。

アメリカの場合、いつの年代にも正の相関関係にあったものは、全品目15のうち4品目にすぎなかった。また、負の相関は1950年代に多くみられた。しかし、衣料品と電気製品と食品とを比較すると、日本の場合とは逆に、衣料品のほうがより正の相関関係を示している。