

F-32 消費財の品質と価格との関係(第4報)  
金城学院大家政 の木全敬止 今井光映

目的 一般には、品質が良くなるにつれて価格もあがると信じられてる。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、今回は化粧品・学用品・台所用品・雑貨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. 241 (S. 51. 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. 41 (1976) から同様に係数を算出し、日本の実態との比較を行った。

結果 日本の場合、品質と価格との間にその半数以上の品目で正の相関関係を示したものは学用品・雑貨品であり、その反対に負の相関関係を示したものは化粧品・台所用品であった。

アメリカの場合、学用品・台所用品・雑貨品では正の相関関係がみられたが、負の相関関係を示したものは化粧品だけであった。

化粧品において日米ともに負の相関関係がみられるということは、化粧品の場合、価格が高いことが、その購入の意思決定のポイントになっているからと考えられる。