

業態別シェアの変化による平均購入価格の変化の年齢層による違い

総務庁統計局

全国消費実態調査の購入先別支出金額の集計結果を用い、若年単身世帯(30歳未満)及び高齢単身世帯(60歳以上)について、平成6年から11年の5年間の購入先別支出割合の変化によって平均購入価格がどれだけ変化しているか試算してみると(ただし、購入先別平均価格が消費税分を除くと変化しなかったと仮定している。)以下の表に示すように、飲料、酒類の平均購入価格は、若年単身世帯で上昇、高齢単身世帯で低下している品目が目立っている。これは、次頁に示すように、若年層では価格水準の高いコンビニエンスストアでの購入割合の拡大幅が大きく、ディスカウントストアでの購入割合の拡大幅を上回るか同程度となっていることなどが理由となっている。

仮に、購入先(業態)別シェアの変化による平均購入価格の変化を全て消費者物価指数(価格指数)の変化として反映させるべきとの立場を採った場合、購入先によるサービス等の質の差を全くあるいはほとんど無視しうるとみなすことになるが、若年単身世帯では、価格水準の低いディスカウントストアやスーパーより価格水準の高いコンビニエンスストアでの購入割合が高いことを説明し難い。また、上記の試算結果によると、若年単身世帯と高齢単身世帯で消費者物価指数(価格指数)の変化率が大きく異なる場合があることになるが、各店舗の販売価格が年齢によって異なるとは考え難いことなどを考慮すると、同一品目・銘柄の価格指数の変化率が、若年が高齢かで大きく異なることの説明がつかないとみられる。

したがって、購入先によるサービス等の質の差が存在しているとみるべきであり、年齢層による購入先別支出割合とその変化の違いには、年齢層による嗜好及び嗜好の変化の違い等が反映されているとみるべきであり、同時に、購入先別支出割合の変化による平均購入価格の変化には、嗜好の変化等が相当程度含まれているとみるべきである。つまり、購入先別支出割合の変化による平均購入価格の変化を単純に消費者物価指数(価格指数)の変化とみるべきではない。

なお、ボスキンレポートでも、もしも消費者が最も安い価格で財を購入することだけに關心があるとするとすべての商品がすべての店舗で同じ価格で売られるはずであり、明らかに、消費者は価格だけでなく、店員がいるとか、包装サービス、自宅と別の店舗との間の距離のようなサービスの水準にも關心があると、このサービスの質の変化から真の価格の変化を解明するには、さらに研究を要すると述べられている。ボスキンレポートは、業態別シェアの変化をすべて効用の増大と結びつけており、嗜好の変化の影響も考慮する必要のあることを無視している^{*}点に問題があるが、店舗によるサービス水準の差を認めず、業態別シェアの変化による平均購入価格の変化の大部分が物価の変化であると主張しているわけではないことに留意する必要がある。

^{*}ボスキンレポートでは、コンビニエンスストアのシェアが拡大するなど業態別シェアが変化するのは、それによって消費者の効用が増大するためと主張している。しかし、例えば、流行の移り変わりのために、細いネクタイが廃れ、太いネクタイが流行り、その後、太いネクタイが廃れ、細いネクタイが再び流行る場合について、この変化を消費者の効用が増大するためと説明するのは無理がある。業態別シェアやその変化についても、試算結果が示すように年齢層によって違いがあり、嗜好等の変化の影響も考慮する必要があることを示唆している。

推定平均価格の変動率(平成11年/平成6年)

	(%)	
	若年単身世帯	高齢単身世帯
ウーロン茶、1500ml	+ 0.9	- 1.5
ウーロン茶、2000ml	+ 2.2	- 0.5
清酒	+ 0.4	- 1.2
ビール、1缶	+ 1.4	+ 0.3
ビール、1箱(24缶)	+ 1.0	- 0.9

消費税引き上げ分を含めている。

当該期間において、消費税分を除くと、業態別平均購入価格が全く変化していないと仮定している。

平成9年全国物価統計調査の業態別平均価格、平成6年及び11年全国消費実態調査の購入先別支出金額から平均価格を推定した。

なお、全国物価統計調査における価格取集数を考慮して、一般小売店については全国物価統計調査の小規模店舗の平均価格、スーパーについては大規模店舗の平均価格、ディスカウントストアについては大規模店舗の専門量販店と小規模店舗の専門量販店それぞれの平均価格の単純平均を用いた。

(参考)

茶飲料 + 他の飲料の購入先別支出割合とウーロン茶飲料の推定平均価格

	若年単身世帯		高齢単身世帯		平均価格(円)	
	平成11年	平成6年	平成11年	平成6年	ウーロン茶、 1500ml 平成9年	ウーロン茶、 2000ml 平成9年
合計	100.0	100.0	100.0	100.0		
一般小売店	8.0	18.0	25.0	46.0	306.6	320.5
スーパー	20.4	27.9	59.6	41.3	257.8	269.9
コンビニ	68.6	51.9	11.5	0.0	273.7	309.0
百貨店	0.8	1.7	1.9	7.9	300.6	302.9
ディスカウントストア	2.3	0.4	1.9	4.8	233.3	250.2
推定平均購入価格(円)						
ウーロン茶、1500ml	271.7	269.3	270.6	274.7		
ウーロン茶、2000ml	299.3	292.8	285.5	287.0		

清酒の購入先別支出割合と推定平均価格

	若年単身世帯		高齢単身世帯		平均価格(円)
	平成11年	平成6年	平成11年	平成6年	平成9年
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	
一般小売店	44.9	61.3	55.7	83.3	1,872
スーパー	14.1	16.2	17.1	7.1	1,743
コンビニ	22.7	13.5	5.3	4.3	1,904
百貨店	5.6	6.3	5.1	2.4	1,893
ディスカウントストア	12.6	2.7	16.7	3.0	1,583
推定平均購入価格(円)	1,819.1	1,811.1	1,797.0	1,818.6	

ビールの購入先別支出割合と推定平均価格

	若年単身世帯		高齢単身世帯		平均価格(円)	
	平成11年	平成6年	平成11年	平成6年	ビール生 1缶 平成9年	ビール生 1箱 平成9年
合計	100.0	100.0	100.0	100.0		
一般小売店	27.4	43.0	48.3	66.3	224.2	5,209
スーパー	23.6	17.4	27.9	12.5	207.1	4,538
コンビニ	34.6	28.2	6.3	7.8	225.8	5,308
百貨店	2.8	0.7	3.8	3.1	222.2	5,232
ディスカウントストア	11.5	10.8	13.7	10.4	202.9	4,347
推定平均購入価格(円)						
ビール生 1缶	217.8	214.8	216.1	215.4		
ビール生 1箱	4,955.6	4,904.5	4,881.4	4,925.2		

推定平均購入価格は、消費税込み。
前頁の表の脚注を参照。