

マスクの値上げ「受け入れられない」4割

販売店舗の仕入れ値変更なしなら8割が反対

～マスク不足をどう解消すべきか？～

このたび関西大学ソシオネットワーク戦略研究機構（The Research Institute for Socionetwork Strategies：以下RISS）は、一般の人々を対象として、お金のモラルと消費者行動に関するインターネット調査（回答者数3,601人）を実施しました。その結果、消費者の間にはマスクの値上げに対する根強い反対があることがわかりました。

本件のポイント

- ・仕入れ値上昇に合わせた販売店舗のマスク値上げについて、約4割の人が「受け入れられない」と回答
- ・仕入れ値が変わらない場合のマスク値上げについては、約8割の人が「受け入れられない」と回答
- ・価格メカニズムを通じたマスク不足の解消は、実現が困難。生産者への補助などの他の手段の活用が必要

新型コロナウイルスの感染拡大で、マスク不足が深刻化しています。今後の一層の拡大を防止するためにマスク不足を解消することや、社会の安定のために消費者の不安・不満を解決することは喫緊の課題です。

本調査では「お金のモラル」をテーマに、人々の消費行動の傾向を把握しました。その中で、ランダム化比較試験の手法を用いて、マスクの値上げに対する人々の考え方について質問しました。

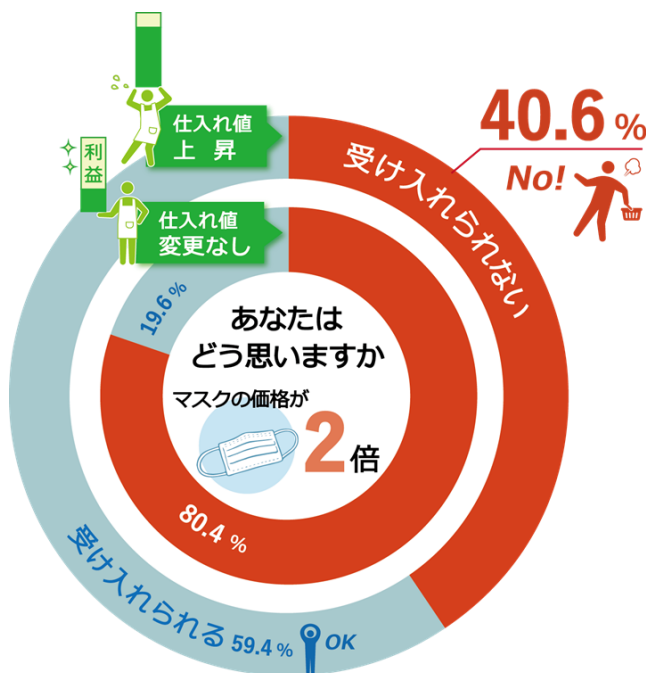
「仕入れ値上昇でお店の取り分が変わらない場合のマスク値上げについて、あなたはどのように思いますか？」という設問では、「受け入れられない」と答えた割合が全体の40.6%で、「受け入れられる」（59.4%）を下回ったものの、**消費者の間にはマスク値上げに対する根強い反対がある**ことがわかりました。

また、仕入れ値の変更がない場合（販売店舗の取り分が増える場合）のマスク値上げについては、「受け入れられない」と答えた割合が全体の80.4%に達しました。いわゆる「**便乗値上げ**」に対しては、**消費者の間で極めて強い反対がある**ことが読み取れます。

マスクの価格上昇は、低所得層に負担を強いるという大きな問題を発生させる反面、買い占め・転売の抑制や生産刺激を通じて供給不足を解消させる効果、マスクのために行列に並ぶ時間がない人々が抱く不公平感の減少につながる可能性があります。しかし、**人々の多くはこうした価格メカニズムを通じたマスク不足の解消を望んでいない**ことがわかりました。この結果には、消費者のお金に関するモラルが影響している可能性があります。

調査では同時に、経済知識に関するクイズを実施しました。その結果、経済知識のある回答者のグループは、マスクの値上げを受け入れる割合が若干高いものの、経済知識が十分でないグループとの間で回答割合に大きな差はありませんでした。このことから、価格メカニズムの啓発のみでは、人々がマスクの値上げを容認することにつながらない可能性があると考えられます。

このようにマスクの価格上昇に対する人々の抵抗感は根強いものの、これが仕入れ値の上昇に裏付けられたものであれば、そうでない場合に比べると、「受け入れられる」と答える人は約3倍に増加しました。**店舗においてやむを得ずマスクの値上げを行う場合には、その根拠について十分周知できれば、消費者の一定の理解につながります。**



RISS 関西大学ソシオネットワーク戦略研究機構

【本件に関するお問い合わせ先】

ソシオネットワーク戦略研究機構長・経済学部教授 本西 泰三（もとにし たいぞう）

E-mail：tmoto(at)kansai-u.ac.jp ※(at)は@に置き換えてください。

RISSは過去10年以上にわたり、インターネット調査や経済実験を通じて人々の経済行動の解明に取り組んできました。今回は2020年3月～4月に実施したお金のモラルと消費者行動に関する調査のうち、現在公表する意義があり、かつ解釈が比較的容易な一部の結果について速報として公表するものです。分析結果の詳細については、改めて学会などの場で発表する予定です。

※RISSは文部科学省「共同利用・共同研究拠点」に認定されている関西大学の付置研究所です。国内最大級の被験者プールを有する経済実験室などを活用した研究活動を展開しています。

■ 調査結果の詳細

● 研究グループ

関西大学ソシオネットワーク戦略研究機構 お金のモラル研究グループ
阿萬 弘行 (関西学院大学商学部教授)
本西 泰三 (関西大学経済学部教授)
山根 智沙子 (広島経済大学経済学部准教授)

● 調査概要

〔調査方法〕 インターネット調査 〔調査期間〕 2020年3月～4月 〔調査項目〕 35問
〔調査対象〕 調査会社のモニター (20～79歳) 計3,601人
※「(年齢:10歳区切り)×(性別)×(都道府県)」毎の割合が、実際の人口割合とほぼ同じになるように調整

● 調査結果の解説

1. 仕入れ値上昇で店舗の取り分が変わらない場合のマスク値上げについて、約4割の人が「受け入れられない」と回答

- ランダム化比較試験の手法を用いて、回答者にマスク値上げに関する別々の質問を割り当てて、回答の違いを検証した。このうち901人に対しては、以下の質問Aを行った。「あなたの近所のお店が、マスク不足に気づいて、購入できる数を一人一箱に制限すると同時に、マスク一箱の値段を以前の2倍に値上げしました。マスクの仕入れ値が上昇しているため、お店の取り分は変わっていません。このお店の販売方法についてあなたはどのように思いますか。」
- 59.4%が「受け入れられる」、40.6%が「受け入れられない」と答えた。
- 金融経済に関する知識の有無が、この結果に影響を与えていないか検証するため、金融経済クイズを実施した。経済知識のある回答者のグループとそうでない回答者のグループを比較すると、前者はマスク値上げを受け入れる割合が若干高いものの、後者との間で回答割合に大きな差は見られなかった。このことから、価格メカニズムの啓発は、人々がマスク値上げを容認することにつながる可能性があると考えられる。

2. 仕入れ値が上昇していない場合のマスク値上げについて、約8割の人が「受け入れられない」と回答

- 回答者のうち上記901人とは別の902人に対して、以下の質問Bを行った。「あなたの近所のお店が、マスク不足に気づいて、購入できる数を一人一箱に制限すると同時に、マスク一箱の値段を以前の2倍に値上げしました。マスクの仕入れ値は変わっていません。このお店の販売方法についてあなたはどのように思いますか。」
- 19.6%が「受け入れられる」、80.4%が「受け入れられない」と答えた。
- マスクの価格上昇が仕入れ値の上昇に裏付けられていない場合には、人々の反対は約8割と極めて強くなることが分かった。いわゆる「便乗値上げ」に対しては、消費者の間で極めて強い反対があることが読み取れる。
- 質問Aと質問Bの結果を比較すると、マスク価格の上昇が仕入れ値の上昇に裏付けられたものであれば、そうでない場合に比べると「受け入れられる」と答える人は約3倍に増加することがわかる。マスクの仕入れ値が上昇傾向にある現在の状況下で、店舗においてやむを得ずマスクの値上げを行う場合には、その根拠について十分周知できれば、消費者の一定の理解につながる。
- ただし、マスク価格の上昇が仕入れ値の上昇に裏付けられたものであるとしても、「一人一箱の制限」を伴わない場合には、「受け入れられる」と答える人の増加は約2.6倍に止まる。販売時の数量制限は、一般に店舗が顧客間の公平性を確保するための手段として理解されると考えられるため、これを継続することは、消費者の値上げに対する理解を得るうえで一定の役割を果たしうる。

3. 価格メカニズムを通じたマスク不足の解消は実現が困難

- マスクの価格上昇は、とりわけ低所得者に厳しい負担を強いることになるという問題を発生させるため、所得分配の観点からは問題が大きい。
- その反面、現在大きな社会問題となっている買い占め・転売を抑制するうえでは、マスク価格の上昇は有効である。また、マスクのために行列に並ぶ時間のない人々が抱く不公平感が増大しているが、価格が上昇すれば買い占め・転売の抑制を通じて行列が減り、不公平感の減少も期待できる。さらに中・長期的には、価格上昇による生産の刺激を通じた供給量増加の効果もある。しかし実際にはこうした価格メカニズムを通じたマスク不足の解消を望んでいない人々がかかなり多いことがわかった。この結果には、消費者のお金に関するモラルが影響している可能性があり、今後さらに詳細な研究を行う予定である。
- マスク不足を解消するためには、価格メカニズム以外の手段を活用する必要がある。具体的には、政府による生産者への直接の生産刺激策（補助金など）が考えられる。また、使い捨てではないマスクの活用なども有効である。

以 上

発信元

関西大学 総合企画室 広報課 担当：寺崎、浦田

〒564-8680 大阪府吹田市山手町 3-3-35 Tel.06-6368-0201 Fax.06-6368-1266

www.kansai-u.ac.jp