

(2) 価値と価格

また今年のカレンダーも最後の一枚になってしまいました。否応なしに年の瀬がどうなっていくのかに話題が絞られながら、新しい年を迎える準備に追われる日々となりますね。そして冬本番を迎えては温かい鍋料理が恋しい季節でもあります。小売調査で歩いているスーパーなどの売り場でも暖かった11月から一転して師走らしい寒さの訪れで鍋物商材の呼び込みを盛にした賑わいが見られるようになって来ました。でも売り場を子細に眺めてみると安さを強調しているのは白菜や長ねぎなど野菜類や食肉のコーナーであって、水産物売り場ではため息まじりに手にとったパックを棚に戻している光景を見せ付けられることも間々ありました。

確かに野菜類などは11月の気温が高く生育良好で全国的に豊作であり、東北・北海道産の残量と進んできた関東産が競合した上に、暖かったが故に鍋物商材には手を出したがる消費者が多かったのでしょう。一方、鮮魚に関しては、春先の東日本大震災による被害で三陸海岸を中心としたカキやサケなど養殖物をはじめ壊滅的な打撃を受けており、世界的な資源不足といわれるカニなど輸入物の高値続きは今後も続くと思込まれるそうです。そして、全頭検査などで騒がれた和牛なども比較的安い値段で売られており、節約志向に走った消費者の強い味方になってくれるのではないのでしょうか。

消費者の財布の紐は固くなるばかりといいながらも、食に関する消費が成熟しており、安いことは良いこととばかりではなくなって来ているのも事実でしょう。生活防衛に必死でいるからこそ「気持ち良く暮らすにはどうすれば良いか」という生活の質に意識は向いており、節約疲れとでもいいでしょうか、たまには一寸だけの贅沢がしてみたくもなりますね。そうした消費者の思いは、一方では価格の動きに敏感に反応しながらも、時にはコダワリを持つ食材には少しだけ高くても手を出してみたい気にもなるものです。それが顧客の感じるモノの価値でしょうし、そのよし悪しを判断する尺度が価格であり品質だと言えると思います。

(鈴木重雄 筆)