

2. 需要の価格弾力性の比較

(1) 需要の価格弾力性

「需要の価格弾力性」は、価格が1%上昇したときにその商品の需要量が何%減少するの
かを表すもので、

$$\text{需要の価格弾力性} = - \frac{\text{需要変化率}}{\text{価格変化率}}$$

と定義される。「価格が上昇すると需要量が減少する」という関係にあるため、弾力性の値
をプラスにするために、マイナスをつけることが多い。需要の価格弾力性の値が大きいほど、
価格が上昇した際の需要の落ち込みが大きい商品と言える。消費者が有機食品に対して価
格以外の価値を認めているのであれば、価格上昇時の需要の落ち込みが小さい、つまり需要
の価格弾力性の値が小さくなると予想される。

本調査では以下のとおり、分析対象商品のデータのうち価格が最も高いサンプルの価格
と販売量、価格が最も低いサンプルの価格と販売量から価格変化率と需要変化率を求め、需
要の価格弾力性を算出した。

$$\text{需要の価格弾力性} = - \frac{\text{需要変化率（最高価格時の販売量 - 最低価格時の販売量）}}{\text{価格変化率（最高価格の価格 - 最低価格時の価格）}}$$

(2) 需要の価格弾力性の算出結果

① パックライス

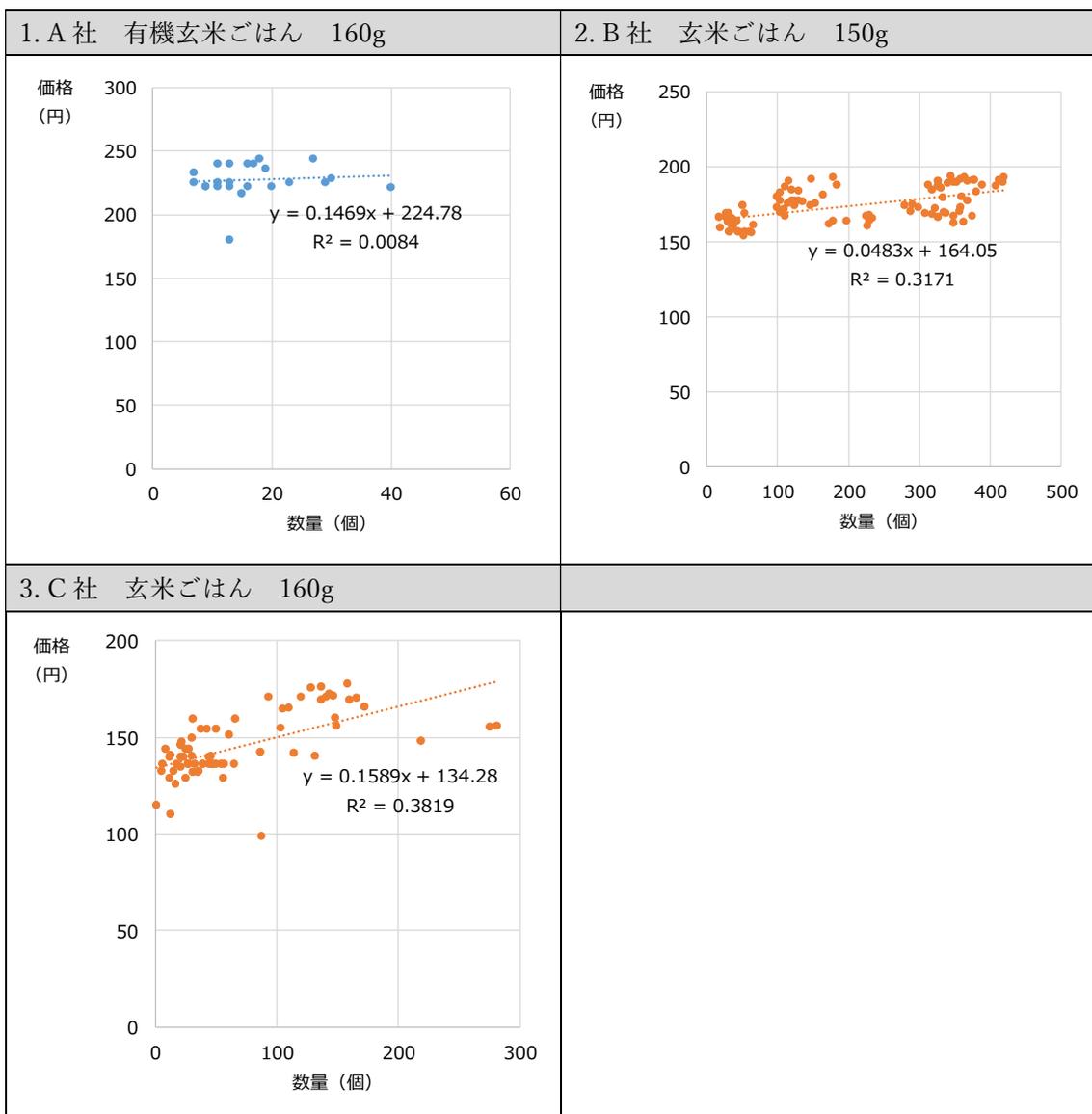
需要の価格弾力性を求めた結果は以下のとおり。全商品で価格弾力性がマイナスの
値、つまり価格が上昇しても需要が増加するという結果になった。

図表 2-7 需要の価格弾力性（パックライス）

		品名	価格 変化率	需要 変化率	需要の価 格弾力性
1	有機	A社 有機玄米ごはん 160g	0.35	1.08	-3.04
2	非有機	B社 玄米ごはん 150g	0.26	5.62	-21.68
3	非有機	C社 玄米ごはん 160g	0.80	0.80	-1.00

散布図では価格と数量に正の相関が見られ、近似曲線の傾きについても全商品で正の値
となった。なお、青のプロットが有機食品、オレンジのプロットが非有機食品を表す。

図表 2-8 散布図 (バックライス)



③ 豆腐

需要の価格弾力性を求めた結果は以下のとおり。符号がマイナスになる商品が有機食品、非有機食品に関わらず半分程度見られた。

図表 2-9 需要の価格弾力性（豆腐）

		品名	価格 変化率	需要 変化率	需要の価 格弾力性
絹豆腐・1パック					
1	有機	D社 有機絹豆腐 350g	0.9	7.4	-8.0
2	有機	E社 有機絹豆腐 170g	0.3	-1.0	3.3
3	有機	F社 有機絹豆腐 150g	0.4	1.1	-2.9
4	有機	G社 有機絹豆腐 350g	0.4	0.7	-1.7
5	非有機	H社 絹豆腐 400g	0.3	-0.1	0.4
6	非有機	I社 絹豆腐 360g	0.5	-0.4	0.8
絹豆腐・複数パック					
7	有機	D社 有機絹豆腐 200g×2	0.8	0.1	-0.1
8	有機	D社 有機絹豆腐 150g×3	0.4	346.8	-981.7
9	有機	D社 有機絹豆腐 80g×4	0.5	-0.6	1.3
10	非有機	J社 絹豆腐 150g×3	0.4	-0.1	0.2
11	非有機	K社 絹豆腐 80g×4	0.6	0.2	-0.4
木綿豆腐・1パック					
12	有機	D社 有機木綿豆腐 350g	0.7	0.3	-0.4
13	有機	E社 有機木綿豆腐 170g	-0.1	0.0	0.0
14	有機	G社 有機木綿豆腐 350g	0.5	2.8	-5.5
15	非有機	H社 木綿豆腐 400g	0.7	5.3	-7.7
16	非有機	I社 木綿豆腐 360g	0.4	-0.5	1.0
おぼろ豆腐					
17	有機	E社 有機おぼろ豆腐 200g	0.6	0.0	-0.1
18	非有機	L社 おぼろ豆腐 200g	0.6	0.0	0.0

散布図にて価格と数量の関係を見る。8の「アサヒコ 有機大豆濃い豆乳の絹豆腐 150g×3」のように、需要の価格弾力性の符号がマイナス（価格が上がれば需要量が上がる関係）であっても、散布図では傾きがマイナス（価格が上がれば需要量が下がる関係）となっている商品もあった。

図表 2-10 散布図 (豆腐)



