



「価格『据え置き』」が意味すること

岡山県・岡山県立岡山大安寺中等教育学校 5年 本田 朱理

「あー、また減ってる。」

買い物から帰ってきた母が台所でため息まじりにつぶやいた。手にはスライスチーズが2つ。1つはもともと冷蔵庫にあったもの。もう1つは今日母が買ってきたものだ。

「道理でパッケージが変わったのねえ。」

ぶつぶつ言いながら2つとも冷蔵庫に入れる。どうやらパッケージが青から緑に変わったときに、内容量が1枚減ったらしい。内容量は減るけれど、価格自体は変わらない、いわゆる価格「据え置き」の値上げだ。

ニュース等でよく耳にする「値上げ」の話、小麦、とうもろこし、コーヒー、カカオなどの食べ物に限らず、原油などの燃料も値上がりすることがある。それに伴って私たちが小売店で購入している商品も値上がりする。理由は円安や発展途上国の人件費の上昇であり、値上げはやむを得ないことなのだろう。しかし、私が問題にしたいのは、その値上げの「手段」だ。

牛乳や小麦粉のように体積や重さが決まっているものに関しては、純粋に価格が上昇する一方、そうでないものはかなりの割合で価格を「据え置き」して内容量を減らし、実質的には値上げ、という方法を取っているように見受けられる。ソーセージを数ミリ短くしたり、チョコレートを少しだけ小さくしたりして、当初は私も価格を上げられるよりもその方が良いと思っていた。多分私に限らず、そう思っていた人は結構いたのではないかと思う。なぜなら、内容量の減少が言われてみないと気がつかない程の小さな差だったからだ。実際、誰かから言われたり、ニュースで見たりして初めて値上げされたことに気がついたこともあった。また、明らかに数が減ったとしても「まあ、いっか」と思える程度だった。

しかし、最近の価格「据え置き」の値上げでは、内容量が驚くほど減ってい

ることがある。数か月前、おやつに食べようと思ってあるチョコレート菓子を買った。小学生の時から時々買っているお菓子だ。私は袋を開けて目を見張った。中身がほとんど、といったら大げさかもしれないが、「驚くほど」減っていた。今まではそのお菓子を全部食べれば満足できたのに、その時は完食後も少しもの足りなさを感じた。後日、そのお菓子が家庭科の教科書に載っていたのをたまたま見つけた。おそらくそのデータは少し古かったのだろう。先日私が食べたお菓子の内容量の記憶が正しければ、かなり減ったように感じた。私がこのように思ったのはこのチョコレート菓子に限ったことではない。また、主婦である母は私以上にこの傾向を感じているようだ。少し前にもゴマが突然3分の1ほど減ったことを嘆いていた。

また、何年にもわたって内容量の減少を続けた結果、当初と比べるとかなり少なくなってしまったものもある。とある大手メーカーのお菓子はもともと12個入りだったが何年間かけて9個入りとなってしまった。袋を開けると、12個入る大きさのプラスチック容器を3個分底上げして9個が収まるようになっている。また、私が一番驚いたのは別の大手メーカーのスナック菓子の内容量の減り方だ。1970年代に発売されたこのスナック菓子は1袋90グラムだった。それが75グラム、70グラムと少しずつ減っていき、現在では1袋60グラムで売られている。ちなみに価格は当初は100円、現在ではドラッグストア等の最安値で68円、スーパーでは90円前後のようだ。袋の大きさも当初より少し小さくなったものの、私はこのスナック菓子を開封するとき、詰まっているのは「空気」という印象を受ける。

ここまで内容量を減らすことで値上げをしてきた商品の例を挙げてきた。ここで誤解されたくないのだが、私は商品の値上げに反対している訳ではない。価格を「据え置き」、内容量を減らし続けることで値上げをすることに反対なのだ。

内容量を減らして値上げをする場合、ほとんどのメーカーが袋や容器の大きさを変えない。例にも挙げた通り、底上げをする企業もある。つまり、内容量が減少しても包装にかかるコスト、資源は変わらない。このことは何を意味するのか。

例えばある商品が12個必要だったとする。今までは4個で1パックだったの

で3パック買えば済むことだったが、内容量が3個に減ったために4パック買わなくてはならなくなった。もし、この商品が4個入りのまま、価格だけ上げた場合と比べると、前者の方が包装の回数が増えるので、高くつくだろう。つまり、この商品は割高になってしまったのだ。また、包装により多くの資源が必要になる。ゴミも増える。リサイクルすれば良いのではないかという意見もあるかもしれないが、リサイクルをするためにも新たに資源が必要になる。

大きな袋に少ししか中身が入っていないぐすぐすの商品を見るとき、私はむなしくなることがある。消費者は内容量がどんどん減らされていることに既に気がついている。それでも企業はこれからも価格を「据え置き」して内容量を減らし続けるのだろうか。それは消費者のためになるだろうか。地球のためになるだろうか。商品の一つ一つを見たらその差は少しかもしれない。しかしこの日本では毎日大量の物が消費されている。結果として大きな差につながるはずだ。甘く見てはいけない。消費者の、日本の、そして地球のことをもっとよく考えるべきだ。

