

3章 日用品としての陶磁器の品質と価格に関する消費者意識の一考察

— 多重分類分析を用いたアンケート調査データの解析から —

本章の研究は、今日の伝統的工芸品に対する消費者意識を改めて明らかにするため、多重分類分析を用いて、2018年度に実施した「陶磁器の購買意識に関する調査」のアンケート調査データの解析を行った。関東、中部、近畿及び九州の地方別分析結果の比較、並びに10年前に筆者らのチームが実施した研究結果との比較を行い、陶磁器の品質と価格についての消費者意識を整理した。

1節 はじめに

経済産業大臣の指定を受けた伝統的工芸品（以下、「伝統的工芸品」という）は、2018年11月現在、232品目（うち、九州（沖縄を含む）は37品目（15.9%））にのぼる。伝統的工芸品は、伝統的な技術・技法により製造され、主として日常生活の用に供されるもので、地域においてある程度の人々がその製造に従事するなど、地域経済に貢献している。伝統的工芸品は、日用品のほか、美術品や贈答品としての需要がある。しかし、生活様式の変化や、輸入品による代替などにより需要が落ち込み、生産額の減少がみられるなど、産業の衰退に歯止めがかかっていない状況にあるといえる^{注1) 注2)}。

財の需要分析は、古くは時系列データに基づく計量分析が主であったが、成熟期に入った近年においては、アンケート調査データに基づく分析が多くなっている。筆者らも以前から取り組んでいるところであり、例えば黒木宏一・内山敏典[2]などの研究がある。

黒木・内山の研究は、陶磁器を対象品目として消費者の購買にかかる意識調査を行い、多重分類分析（Multiple Classification Analysis, 以下「MCA」という）を用いた因果分析を試みた。MCAは、カテゴリ係数が収束演算で推定される。これは、カテゴリ係数が発散型で求められるダミー回帰分析と異なる点である。収束演算により求められた各カテゴリの修正済みカテゴリ係数は総和が1となることから、MCAは構成比の概念で解釈を行うことができるという特徴がある。そのため、統計的に有意でない検定統計量が存在しても、構成比の解釈を通して陶磁器の質と価格に対する消費者意識の構造を分析することは、有意義な計測であると考えられる。MCAにより陶磁器需要に関する分析を行った黒木・内山の研究では、製品価格と品質についての意識を被説明変数とし、年齢、性別、学歴、職業及び収入などの回答者の属性を説明変数とそのカテゴリとして因果関係の分析をおこなった^{注3)}。

筆者らは、伝統的工芸品産業を取り巻く環境は一層の厳しさを増していることや、さきの研究から10年を経過したことを踏まえて、今日の伝統的工芸品に対する消費者意識を改めて明らかにし、当該製品の新たな需要の創造の一助になりたいと考えている。

以上のことから本研究は、2018年度に筆者らのチームが実施した「陶磁器の購買意識に

関する調査」のデータを用い、伝統的工芸品の一つに含まれる陶磁器、特に安価で大量に生産されるいわゆる工業製品と競合する、日用品としての陶磁器の品質と価格についての消費者意識の整理を行うことを課題とする^{注4)}。

2節 モデルの設定

本章の研究は、多重分類分析 (MCA: Multiple Classification Analysis) を用いて、アンケート調査データの解析を行う。MCA モデルは、Andrews ほか[1]に従い、次の通りとした^{注5)}。すなわち、

$$Y_p = \bar{Y}_p + \sum_{i=1}^2 b_{1i} X_{1i} + \sum_{j=1}^3 b_{2j} X_{2j} + \sum_{k=1}^2 b_{3k} X_{3k} \\ + \sum_{l=1}^2 b_{4l} X_{4l} + \sum_{m=1}^3 b_{5m} X_{5m} + \sum_{n=1}^5 b_{6n} X_{6n} \\ + \sum_{q=1}^3 b_{7q} X_{7q} + \sum_{r=1}^3 b_{8r} X_{8r} + e_{i,j,k,l,m,n,q,r}$$

ただし、 \bar{Y}_p : 被説明変数の p 番目のカテゴリ平均値、 b_{1i} : 説明変数 X_{1i} の i 番目のカテゴリ係数、 b_{2j} : 説明変数 X_{2j} の j 番目のカテゴリ係数、 b_{3k} : 説明変数 X_{3k} の k 番目のカテゴリ係数、 b_{4l} : 説明変数 X_{4l} の l 番目のカテゴリ係数、 b_{5m} : 説明変数 X_{5m} の m 番目のカテゴリ係数、 b_{6n} : 説明変数 X_{6n} の n 番目のカテゴリ係数、 b_{7q} : 説明変数 X_{7q} の q 番目のカテゴリ係数、 b_{8r} : 説明変数 X_{8r} の r 番目のカテゴリ係数、 $e_{i,j,k,l,m,n,q,r}$: 残差。

3節 データ

本章の研究で用いたデータは、筆者らの研究チームが、株式会社マクロミルに委託して2018年8月3日から8月5日に実施した、ウェブアンケート調査「陶磁器の購買意識に関する調査」のデータである。

本章の研究は、当該アンケート調査の結果から、関東（茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、神奈川各県及び東京都）、中部（新潟、富山、石川、福井、山梨、長野、岐阜、静岡、愛知、三重各県）、近畿（滋賀、兵庫、奈良、和歌山各県、京都府及び大阪府）及び九州（福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県及び沖縄県）の各地方に在住する者の回答を抽出し、以下の分析用のカテゴリに集計したデータを用いた。なお、サンプル数は、関東が351、中部が180、近畿が164及び九州が108であった。

被説明変数は、「強く思う」「思う」「どちらでもない」「思わない」「全く思わない」「わからない」という6点尺度を用いて尋ねた「日用品としての陶磁器について、価格が割高であっても品質が良ければ購入するか否か」とした。本研究の計測に用いるデータは、 Y_1 : 強く思う・思う、 Y_2 : どちらでもない、 Y_3 : 思わない・全く思わないに再集計して、被説明変数として設定した。なお、「わからない」と回答した者は少数であったため、計測上デー

タから除いた。

説明変数は、回答者の属性や購買行動に関する回答で、具体的には次のように設定した。すなわち、 X_{1i} ：性別 (X_{11} ：男性, X_{12} ：女性), X_{2j} ：年齢 (X_{21} ：40 歳未満, X_{22} ：40～60 歳未満, X_{23} ：60 歳以上), X_{3k} ：婚姻 (X_{31} ：未婚, X_{32} ：既婚), X_{4l} ：子ども (X_{41} ：子どもなし, X_{42} ：子どもあり), X_{5m} ：世帯収入区分 (X_{51} ：400 万円未満, X_{52} ：400～800 万円未満, X_{53} ：800 万円以上), X_{6n} ：職業 (X_{61} ：会社員 (事務系・技術系), X_{62} ：公務員・その他の会社員, X_{63} ：経営者・役員・自営業, X_{64} ：専業主婦, X_{65} ：パート・アルバイト・自由業), X_{7q} ：購入場所 (X_{71} ：スーパーマーケット等, X_{72} ：デパート, X_{73} ：窯元・インターネット・陶器市・その他), X_{8r} ：1 個当たりの購入価格 (X_{81} ：500 円未満, X_{82} ：500～1,000 円未満, X_{83} ：1,000 円以上) である。

4 節 計 測 結 果

計測結果は、関東地方在住の回答者のアンケート結果に基づくものが表 1-1 から表 1-3, 中部地方在住の回答者のアンケート調査に基づくものが表 2-1 から表 2-3, 近畿地方在住の回答者のアンケート調査に基づくものが表 3-1 から表 3-3, 九州地方在住の回答者のアンケート調査に基づくものが表 4-1 から表 4-3 の通りである。なお、計測は内山敏典[4]で公開の、十進 BASIC による MCA プログラムを用いた。

5 節 考 察

前述の通り、MCA は構成比の概念で解釈を行うことができる。そのため、以下では MCA 係数に基づく構成比の解釈を行い、陶磁器の質と価格に対する消費者意識の構造を考察した。

表 1-1. 関東在住回答者のアンケート調査データにもとづく〔 Y_1 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入すると強く思う・思う〕の説明変数とそのカテゴリー係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリーサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_1=0.3675$	$R^2=0.2394$	$R=0.4893$	$F=7.0282$	
			カテゴリー係数	修正済みカテゴリー係数	偏相関係数	各説明変数の F 値 (F_i)	
性別	X_{11}	男性	X_{11} 183 (52.1)	0.0376	0.4051	0.0814	1.6185
		女性	X_{12} 168 (47.9)	-0.0410	0.3265		
年齢	X_2	40歳未満	X_{21} 127 (36.2)	0.0320	0.3995	0.1224	3.3680
		40~60歳未満	X_{22} 150 (42.7)	-0.0655	0.3020		
		60歳以上	X_{23} 74 (21.1)	0.0779	0.4454		
婚姻	X_3	未婚	X_{31} 109 (31.1)	0.0993	0.4668	0.2686	1.4633
		既婚	X_{32} 242 (68.9)	0.1410	0.5085		
子ども	X_4	子どもなし	X_{41} 154 (43.9)	0.0334	0.4009	0.0613	0.0973
		子どもあり	X_{42} 197 (56.1)	-0.0261	0.3414		
世帯収入区分	X_5	400万円未満	X_{51} 78 (22.2)	-0.2352	0.1323	0.3271	10.6074
		400~800万円未満	X_{52} 170 (48.4)	-0.1610	0.2065		
		800万円以上	X_{53} 103 (29.3)	0.0075	0.3750		
職業	X_6	会社員 (事務系・技術系)	X_{61} 117 (33.3)	0.1056	0.4731	0.2422	1.1370
		公務員・その他の会社員	X_{62} 65 (18.5)	0.0786	0.4461		
		経営者・役員・自営業	X_{63} 40 (11.4)	0.1043	0.4718		
		専業主婦	X_{64} 68 (19.4)	0.1918	0.5593		
		パート・アルバイト・自由業	X_{65} 61 (17.4)	0.0483	0.4159		
購入場所	X_7	スーパーマーケット等	X_{71} 207 (59)	-0.1992	0.1683	0.3250	13.9842
		デパート	X_{72} 52 (14.8)	0.0871	0.4546		
		薬元・インターネット・陶器市・その他	X_{73} 92 (26.2)	-0.0100	0.3575		
1個当たりの購入価格	X_8	500円未満	X_{81} 119 (33.9)	-0.1060	0.2616	0.2473	31.6054
		500~1000円未満	X_{82} 160 (45.6)	-0.0215	0.3460		
		1000円以上	X_{83} 72 (20.5)	0.2230	0.5905		

表 1-2. 関東在住回答者のアンケート調査データにもとづく〔 Y_2 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入するかはわからない〕の説明変数とそのカテゴリー係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリーサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_2=0.3219$	$R^2=0.0938$	$R=0.3063$	$F=2.3115$	
			カテゴリー係数	修正済みカテゴリー係数	偏相関係数	各説明変数の F 値 (F_i)	
性別	X_{11}	男性	X_{11} 183 (52.1)	-0.0576	0.2644	0.1286	5.1877
		女性	X_{12} 168 (47.9)	0.0627	0.3846		
年齢	X_2	40歳未満	X_{21} 127 (36.2)	-0.0413	0.2806	0.1521	4.8429
		40~60歳未満	X_{22} 150 (42.7)	0.0796	0.4015		
		60歳以上	X_{23} 74 (21.1)	-0.0904	0.2315		
婚姻	X_3	未婚	X_{31} 109 (31.1)	0.0395	0.3614	0.0493	2.1291
		既婚	X_{32} 242 (68.9)	-0.0081	0.3138		
子ども	X_4	子どもなし	X_{41} 154 (43.9)	-0.0286	0.2934	0.0541	0.1065
		子どもあり	X_{42} 197 (56.1)	0.0223	0.3443		
世帯収入区分	X_5	400万円未満	X_{51} 78 (22.2)	0.0575	0.3794	0.1623	6.5839
		400~800万円未満	X_{52} 170 (48.4)	0.0344	0.3563		
		800万円以上	X_{53} 103 (29.3)	-0.1230	0.1989		
職業	X_6	会社員 (事務系・技術系)	X_{61} 117 (33.3)	-0.0068	0.3151	0.1241	2.0872
		公務員・その他の会社員	X_{62} 65 (18.5)	0.0024	0.3244		
		経営者・役員・自営業	X_{63} 40 (11.4)	-0.1033	0.2186		
		専業主婦	X_{64} 68 (19.4)	-0.0961	0.2258		
		パート・アルバイト・自由業	X_{65} 61 (17.4)	0.0440	0.3659		
購入場所	X_7	スーパーマーケット等	X_{71} 207 (59)	0.0439	0.3658	0.0723	1.2326
		デパート	X_{72} 52 (14.8)	-0.0073	0.3146		
		薬元・インターネット・陶器市・その他	X_{73} 92 (26.2)	-0.0008	0.3212		
1個当たりの購入価格	X_8	500円未満	X_{81} 119 (33.9)	-0.0125	0.3094	0.0469	1.6569
		500~1000円未満	X_{82} 160 (45.6)	0.0229	0.3449		
		1000円以上	X_{83} 72 (20.5)	-0.0302	0.2917		

表1-3. 関東在住回答者のアンケート調査データにもとづく〔 Y_3 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入するとは思わない・まったく思わない〕の説明変数とそのカテゴリ係数の計測結果

説明変数	カテゴリ	カテゴリサイズ(人)と構成比(%)	$F_3=0.3105$	$R^2=0.1292$	$R=0.3594$	$F=3.3127$
			カテゴリ係数	修正済みカテゴリ係数	偏相関係数	各説明変数のF値(F_i)
性別 X_1	男性	X_{11} 183 (52.1)	0.0199	0.3305	0.0450	0.9248
	女性	X_{12} 168 (47.9)	-0.0217	0.2888		
年齢 X_2	40歳未満	X_{21} 127 (36.2)	0.0093	0.3199	0.0264	0.1708
	40~60歳未満	X_{22} 150 (42.7)	-0.0141	0.2965		
	60歳以上	X_{23} 74 (21.1)	0.0125	0.3231		
婚姻 X_3	未婚	X_{31} 109 (31.1)	-0.1388	0.1717	0.2912	0.0445
	既婚	X_{32} 242 (68.9)	-0.1329	0.1776		
子ども X_4	子どもなし	X_{41} 154 (43.9)	-0.0048	0.3057	0.0092	0.4288
	子どもあり	X_{42} 197 (56.1)	0.0038	0.3143		
世帯収入区分 X_5	400万円未満	X_{51} 78 (22.2)	0.1777	0.4883	0.2956	0.6081
	400~800万円未満	X_{52} 170 (48.4)	0.1266	0.4372		
	800万円以上	X_{53} 103 (29.3)	0.1155	0.4261		
職業 X_6	会社員(事務系・技術系)	X_{61} 117 (33.3)	-0.0988	0.2117	0.1899	0.4743
	公務員・その他の会社員	X_{62} 65 (18.5)	-0.0810	0.2295		
	経営者・役員・自営業	X_{63} 40 (11.4)	-0.0009	0.3096		
	専業主婦	X_{64} 68 (19.4)	-0.0957	0.2149		
	パート・アルバイト・自由業	X_{65} 61 (17.4)	-0.0923	0.2182		
購入場所 X_7	スーパーマーケット等	X_{71} 207 (59)	0.1553	0.4659	0.2665	7.2174
	デパート	X_{72} 52 (14.8)	-0.0798	0.2308		
1個当たりの購入価格 X_8	家電・インターネット・陶器市・その他	X_{73} 92 (26.2)	0.0108	0.3213	0.2404	21.4686
	500円未満	X_{81} 119 (33.9)	0.1185	0.4290		
	500~1000円未満	X_{82} 160 (45.6)	-0.0014	0.3091		
	1000円以上	X_{83} 72 (20.5)	-0.1927	0.1178		

表2-1. 中部在住回答者のアンケート調査データにもとづく〔 Y_1 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入すると強く思う・思う〕の説明変数とそのカテゴリ係数の計測結果

説明変数	カテゴリ	カテゴリサイズ(人)と構成比(%)	$F_1=0.3389$	$R^2=0.3386$	$R=0.5819$	$F=5.5971$
			カテゴリ係数	修正済みカテゴリ係数	偏相関係数	各説明変数のF値(F_i)
性別 X_1	男性	X_{11} 93 (51.7)	0.0325	0.3714	0.0710	0.2262
	女性	X_{12} 87 (48.3)	-0.0348	0.3041		
年齢 X_2	40歳未満	X_{21} 63 (35)	-0.0462	0.2927	0.1224	5.7678
	40~60歳未満	X_{22} 76 (42.2)	-0.0179	0.3209		
	60歳以上	X_{23} 41 (22.8)	0.1042	0.4431		
婚姻 X_3	未婚	X_{31} 55 (30.6)	0.2147	0.5536	0.3728	0.8084
	既婚	X_{32} 125 (69.4)	0.1567	0.4956		
子ども X_4	子どもなし	X_{41} 63 (35)	-0.0004	0.3385	0.0006	3.1395
	子どもあり	X_{42} 117 (65)	0.0002	0.3391		
世帯収入区分 X_5	400万円未満	X_{51} 48 (26.7)	-0.2880	0.0509	0.4395	6.7529
	400~800万円未満	X_{52} 96 (53.3)	-0.1978	0.1411		
	800万円以上	X_{53} 36 (20)	0.0391	0.3780		
職業 X_6	会社員(事務系・技術系)	X_{61} 53 (29.4)	0.0319	0.3708	0.3280	2.7842
	公務員・その他の会社員	X_{62} 49 (27.2)	0.0175	0.3564		
	経営者・役員・自営業	X_{63} 11 (6.1)	0.2881	0.6270		
	専業主婦	X_{64} 33 (18.3)	0.2739	0.6128		
	パート・アルバイト・自由業	X_{65} 34 (18.9)	0.1611	0.5000		
購入場所 X_7	スーパーマーケット等	X_{71} 128 (71.1)	-0.1784	0.1605	0.3692	12.3633
	デパート	X_{72} 13 (7.2)	0.3233	0.6622		
1個当たりの購入価格 X_8	家電・インターネット・陶器市・その他	X_{73} 39 (21.7)	-0.0410	0.2979	0.2512	16.9984
	500円未満	X_{81} 84 (46.7)	-0.1024	0.2365		
	500~1000円未満	X_{82} 79 (43.9)	0.0449	0.3838		
	1000円以上	X_{83} 17 (9.4)	0.2976	0.6365		

表 2-2. 中部在住回答者のアンケート調査データにもとづく [I_2 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入するかはわからない] の説明変数とそのカテゴリー係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリーサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_2=0.2889$	$R^2=0.1455$	$R=0.3814$	$F=1.8618$
			カテゴリー係数	修正済みカテゴリー係数	偏相関係数	各説明変数の F 値 (F_i)
X_1 性別	男性	X_{11} 93 (52.1)	-0.0465	0.2424	0.1061	1.0576
	女性	X_{12} 87 (47.9)	0.0497	0.3386		
X_2 年齢	40歳未満	X_{21} 63 (35)	-0.0584	0.2305	0.1515	2.6524
	40~60歳未満	X_{22} 76 (42.2)	0.0803	0.3692		
	60歳以上	X_{23} 41 (22.8)	-0.0591	0.2298		
X_3 婚姻	未婚	X_{31} 55 (30.6)	-0.1168	0.1720	0.1702	1.0581
	既婚	X_{32} 125 (69.4)	0.0506	0.3395		
X_4 子ども	子どもなし	X_{41} 63 (35)	0.0118	0.3007	0.0191	0.0753
	子どもあり	X_{42} 117 (65)	-0.0063	0.2825		
X_5 世帯収入区分	400万円未満	X_{51} 48 (26.7)	0.0698	0.3587	0.1377	1.0477
	400~800万円未満	X_{52} 96 (53.3)	0.0085	0.2974		
	800万円以上	X_{53} 36 (20)	-0.1130	0.1759		
X_6 職業	会社員 (事務系・技術系)	X_{61} 53 (29.4)	0.1067	0.3956	0.3008	2.1355
	公務員・その他の会社員	X_{62} 49 (27.2)	0.0974	0.3862		
	経営者・役員・自営業	X_{63} 11 (6.1)	-0.0296	0.2593		
	専業主婦	X_{64} 33 (18.3)	-0.1572	0.1317		
	パート・アルバイト・自由業	X_{65} 34 (18.9)	-0.2066	0.0822		
X_7 購入場所	スーパーマーケット等	X_{71} 128 (71.1)	0.0166	0.3055	0.1660	2.9528
	デパート	X_{72} 13 (7.2)	-0.2385	0.0504		
X_8 1個当たりの購入価格	窯元・インターネット・陶器市・その他	X_{73} 39 (21.7)	0.0792	0.3681	0.1232	1.3731
	500円未満	X_{81} 84 (46.7)	-0.0045	0.2844		
	500~1000円未満	X_{82} 79 (43.9)	0.0393	0.3282		
	1000円以上	X_{83} 17 (9.4)	-0.1604	0.1285		

表 2-3. 中部在住回答者のアンケートデータにもとづく [I_3 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入するとは思わない・まったく思わない] の説明変数とそのカテゴリー係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリーサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_3=0.3722$	$R^2=0.1982$	$R=0.4452$	$F=2.702$
			カテゴリー係数	修正済みカテゴリー係数	偏相関係数	各説明変数の F 値 (F_i)
X_1 性別	男性	X_{11} 93 (52.1)	0.0140	0.3862	0.0300	0.2464
	女性	X_{12} 87 (47.9)	-0.0150	0.3572		
X_2 年齢	40歳未満	X_{21} 63 (35)	0.1046	0.4768	0.1594	3.9287
	40~60歳未満	X_{22} 76 (42.2)	-0.0624	0.3098		
	60歳以上	X_{23} 41 (22.8)	-0.0451	0.3271		
X_3 婚姻	未婚	X_{31} 55 (30.6)	-0.0979	0.2743	0.3745	3.4513
	既婚	X_{32} 125 (69.4)	-0.2073	0.1649		
X_4 子ども	子どもなし	X_{41} 63 (35)	-0.0114	0.3608	0.0173	2.1655
	子どもあり	X_{42} 117 (65)	0.0061	0.3784		
X_5 世帯収入区分	400万円未満	X_{51} 48 (26.7)	0.2182	0.5904	0.3751	2.9565
	400~800万円未満	X_{52} 96 (53.3)	0.1892	0.5614		
	800万円以上	X_{53} 36 (20)	0.0739	0.4461		
X_6 職業	会社員 (事務系・技術系)	X_{61} 53 (29.4)	-0.1386	0.2336	0.2634	1.1908
	公務員・その他の会社員	X_{62} 49 (27.2)	-0.1149	0.2574		
	経営者・役員・自営業	X_{63} 11 (6.1)	-0.2585	0.1137		
	専業主婦	X_{64} 33 (18.3)	-0.1167	0.2556		
	パート・アルバイト・自由業	X_{65} 34 (18.9)	0.0456	0.4178		
X_7 購入場所	スーパーマーケット等	X_{71} 128 (71.1)	0.1618	0.5340	0.2885	5.3380
	デパート	X_{72} 13 (7.2)	-0.0848	0.2874		
X_8 1個当たりの購入価格	窯元・インターネット・陶器市・その他	X_{73} 39 (21.7)	-0.0382	0.3340	0.2092	10.0625
	500円未満	X_{81} 84 (46.7)	0.1069	0.4792		
	500~1000円未満	X_{82} 79 (43.9)	-0.0842	0.2880		
	1000円以上	X_{83} 17 (9.4)	-0.1371	0.2351		

表3-1. 近畿在住回答者のアンケートデータにもとづく [I_1 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入すると強く思う・思う] の説明変数とそのカテゴリー係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリーサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_1=0.3476$	$R^2=0.1550$	$R=0.3937$	$F=1.8096$
			カテゴリー係数	修正済みカテゴリー係数	偏相関係数	各説明変数の F値 (F_i)
性別 X_1	男性	X_{11} 76 (46.3)	-0.0093	0.3382	0.0182	0.0184
	女性	X_{12} 88 (53.7)	0.0081	0.3556		
年齢 X_2	40歳未満	X_{21} 57 (34.8)	0.0165	0.3640	0.0419	0.1323
	40～60歳未満	X_{22} 70 (42.7)	-0.0231	0.3245		
	60歳以上	X_{23} 37 (22.6)	0.0183	0.3658		
婚姻 X_3	未婚	X_{31} 57 (34.8)	0.0938	0.4413	0.3749	0.9309
	既婚	X_{32} 107 (65.2)	0.2102	0.5578		
子ども X_4	子どもなし	X_{41} 65 (39.6)	0.0082	0.3558	0.0140	0.0388
	子どもあり	X_{42} 99 (60.4)	-0.0054	0.3421		
世帯収入区分 X_5	400万円未満	X_{51} 56 (34.1)	-0.1507	0.1969	0.3576	0.1953
	400～800万円未満	X_{52} 75 (45.7)	-0.1787	0.1688		
	800万円以上	X_{53} 33 (20.1)	-0.1815	0.1660		
職業 X_6	会社員 (事務系・技術系)	X_{61} 42 (25.6)	0.1716	0.5192	0.2514	0.4899
	公務員・その他の会社員	X_{62} 32 (19.5)	0.1483	0.4958		
	経営者・役員・自営業	X_{63} 16 (9.8)	0.0039	0.3515		
	専業主婦	X_{64} 39 (23.8)	0.0632	0.4108		
	パート・アルバイト・自由業	X_{65} 35 (21.3)	0.0850	0.4325		
購入場所 X_7	スーパーマーケット等	X_{71} 105 (64)	-0.1886	0.1589	0.3516	6.1279
	デパート	X_{72} 24 (14.6)	0.1776	0.5251		
1個当たりの購入価格 X_8	家電・インターネット・陶器市・その他	X_{73} 35 (21.3)	-0.0546	0.2930	0.2231	7.4385
	500円未満	X_{81} 66 (40.2)	-0.1292	0.2184		
	500～1000円未満	X_{82} 77 (47)	0.0917	0.4393		
	1000円以上	X_{83} 21 (12.8)	0.0697	0.4173		

表3-2. 近畿在住回答者のアンケートデータにもとづく [I_2 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入するかはわからない] の説明変数とそのカテゴリー係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリーサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_2=0.3171$	$R^2=0.0421$	$R=0.2052$	$F=0.4333$
			カテゴリー係数	修正済みカテゴリー係数	偏相関係数	各説明変数の F値 (F_i)
性別 X_1	男性	X_{11} 76 (51.7)	-0.0168	0.3003	0.0336	0.0011
	女性	X_{12} 88 (48.3)	0.0145	0.3316		
年齢 X_2	40歳未満	X_{21} 57 (34.8)	-0.0559	0.2611	0.0879	0.2915
	40～60歳未満	X_{22} 70 (42.7)	0.0319	0.3490		
	60歳以上	X_{23} 37 (22.6)	0.0259	0.3429		
婚姻 X_3	未婚	X_{31} 57 (34.8)	-0.0686	0.2485	0.1890	1.1668
	既婚	X_{32} 107 (65.2)	0.0967	0.4138		
子ども X_4	子どもなし	X_{41} 65 (39.6)	0.0620	0.3791	0.1080	0.0177
	子どもあり	X_{42} 99 (60.4)	-0.0407	0.2763		
世帯収入区分 X_5	400万円未満	X_{51} 56 (34.1)	0.0047	0.3218	0.1202	0.2118
	400～800万円未満	X_{52} 75 (45.7)	-0.0422	0.2748		
	800万円以上	X_{53} 33 (20.1)	-0.1070	0.2100		
職業 X_6	会社員 (事務系・技術系)	X_{61} 42 (25.6)	-0.0363	0.2807	0.1022	0.1374
	公務員・その他の会社員	X_{62} 32 (19.5)	0.0050	0.3221		
	経営者・役員・自営業	X_{63} 16 (9.8)	0.0431	0.3602		
	専業主婦	X_{64} 39 (23.8)	-0.0795	0.2376		
	パート・アルバイト・自由業	X_{65} 35 (21.3)	0.0332	0.3503		
購入場所 X_7	スーパーマーケット等	X_{71} 105 (64)	0.0262	0.3433	0.0789	0.3639
	デパート	X_{72} 24 (14.6)	0.0581	0.3752		
1個当たりの購入価格 X_8	家電・インターネット・陶器市・その他	X_{73} 35 (21.3)	-0.0439	0.2732	0.0891	0.8110
	500円未満	X_{81} 66 (40.2)	-0.0342	0.2828		
	500～1000円未満	X_{82} 77 (47)	0.0436	0.3607		
	1000円以上	X_{83} 21 (12.8)	-0.0524	0.2647		

表 3-3. 近畿在住回答者のアンケートデータにもとづく [Y₃: 価格が割高であっても品質が良ければ購入するとは思わない・まったく思わない] の説明変数とそのカテゴリ係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_3=0.3354$	$R^2=0.2287$	$R=0.4782$	$F=2.9257$
			カテゴリ係数	修正済みカテゴリ係数	偏相関係数	各説明変数の F値 (F _i)
性別 X ₁	男性	X ₁₁ 76 (51.7)	0.0262	0.3615	0.0515	0.0285
	女性	X ₁₂ 88 (48.3)	-0.0226	0.3128		
年齢 X ₂	40歳未満	X ₂₁ 57 (34.8)	0.0395	0.3748	0.0675	0.4941
	40~60歳未満	X ₂₂ 70 (42.7)	-0.0088	0.3266		
	60歳以上	X ₂₃ 37 (22.6)	-0.0442	0.2912		
婚姻 X ₃	未婚	X ₃₁ 57 (34.8)	-0.0251	0.3102	0.5260	4.2338
	既婚	X ₃₂ 107 (65.2)	-0.3069	0.0285		
子ども X ₄	子どもなし	X ₄₁ 65 (39.6)	-0.0703	0.2651	0.1206	0.0046
	子どもあり	X ₄₂ 99 (60.4)	0.0461	0.3815		
世帯収入区分 X ₅	400万円未満	X ₅₁ 56 (34.1)	0.1460	0.4813	0.4561	0.0454
	400~800万円未満	X ₅₂ 75 (45.7)	0.2210	0.5563		
	800万円以上	X ₅₃ 33 (20.1)	0.2886	0.6240		
職業 X ₆	会社員 (事務系・技術系)	X ₆₁ 42 (25.6)	-0.1353	0.2001	0.2371	0.1261
	公務員・その他の会社員	X ₆₂ 32 (19.5)	-0.1533	0.1821		
	経営者・役員・自営業	X ₆₃ 16 (9.8)	-0.0470	0.2883		
	専業主婦	X ₆₄ 39 (23.8)	0.0163	0.3516		
	パート・アルバイト・自由業	X ₆₅ 35 (21.3)	-0.1182	0.2172		
購入場所 X ₇	スーパーマーケット等	X ₇₁ 105 (64)	0.1624	0.4978	0.3486	5.9371
	デパート	X ₇₂ 24 (14.6)	-0.2357	0.0997		
1個当たりの購入価格 X ₈	薬元・インターネット・陶器市・その他	X ₇₃ 35 (21.3)	0.0985	0.4338	0.2949	10.5286
	500円未満	X ₈₁ 66 (40.2)	0.1634	0.4988		
	500~1000円未満	X ₈₂ 77 (47)	-0.1353	0.2000		
	1000円以上	X ₈₃ 21 (12.8)	-0.0173	0.3180		

表 4-1. 九州在住回答者のアンケートデータにもとづく [Y₁: 価格が割高であっても品質が良ければ購入すると強く思う・思う] の説明変数とそのカテゴリ係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_1=0.3888$	$R^2=0.3513$	$R=0.5927$	$F=3.3209$
			カテゴリ係数	修正済みカテゴリ係数	偏相関係数	各説明変数の F値 (F _i)
性別 X ₁	男性	X ₁₁ 47 (43.5)	0.0059	0.3948	0.0106	0.0812
	女性	X ₁₂ 61 (56.5)	-0.0045	0.3844		
年齢 X ₂	40歳未満	X ₂₁ 34 (31.5)	0.1240	0.5128	0.2843	0.6954
	40~60歳未満	X ₂₂ 47 (43.5)	0.0440	0.4329		
	60歳以上	X ₂₃ 27 (25)	-0.2326	0.1562		
婚姻 X ₃	未婚	X ₃₁ 31 (28.7)	0.1831	0.5720	0.4387	1.6451
	既婚	X ₃₂ 77 (71.3)	0.2251	0.6139		
子ども X ₄	子どもなし	X ₄₁ 35 (32.4)	0.0530	0.4419	0.0753	0.3378
	子どもあり	X ₄₂ 73 (67.6)	-0.0254	0.3635		
世帯収入区分 X ₅	400万円未満	X ₅₁ 39 (36.1)	-0.3194	0.0695	0.4712	1.5337
	400~800万円未満	X ₅₂ 52 (48.1)	-0.1304	0.2585		
	800万円以上	X ₅₃ 17 (15.7)	-0.2217	0.1672		
職業 X ₆	会社員 (事務系・技術系)	X ₆₁ 22 (20.4)	0.2273	0.6162	0.3825	1.0157
	公務員・その他の会社員	X ₆₂ 28 (25.9)	0.1084	0.4973		
	経営者・役員・自営業	X ₆₃ 10 (9.3)	0.4064	0.7953		
	専業主婦	X ₆₄ 25 (23.1)	0.1417	0.5306		
	パート・アルバイト・自由業	X ₆₅ 23 (21.3)	0.0770	0.4659		
購入場所 X ₇	スーパーマーケット等	X ₇₁ 59 (54.6)	-0.3350	0.0539	0.5509	6.0309
	デパート	X ₇₂ 12 (11.1)	-0.2098	0.1791		
1個当たりの購入価格 X ₈	薬元・インターネット・陶器市・その他	X ₇₃ 37 (34.3)	0.1316	0.5205	0.2625	14.7632
	500円未満	X ₈₁ 42 (38.9)	-0.1509	0.2380		
	500~1000円未満	X ₈₂ 40 (37)	0.0511	0.4400		
	1000円以上	X ₈₃ 26 (24.1)	0.1651	0.5539		

表4-2. 九州在住回答者のアンケートデータにもとづく〔 I_2 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入するかはわからない〕の説明変数とそのカテゴリー係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリーサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_2=0.2685$	$R^2=0.1260$	$R=0.3550$	$F=0.8846$
			カテゴリー係数	修正済みカテゴリー係数	偏相関係数	各説明変数のF値 (F_1)
性別 X_1	男性 X_{11}	47 (46.3)	0.0315	0.3000	0.0624	1.0767
	女性 X_{12}	61 (53.7)	-0.0243	0.2442		
年齢 X_2	40歳未満 X_{21}	34 (31.5)	-0.1355	0.1330	0.2084	1.0847
	40~60歳未満 X_{22}	47 (43.5)	0.0709	0.3395		
	60歳以上 X_{23}	27 (25)	0.0472	0.3157		
婚姻 X_3	未婚 X_{31}	31 (28.7)	0.0171	0.2856	0.0514	0.3979
	既婚 X_{32}	77 (71.3)	0.0247	0.2932		
子ども X_4	子どもなし X_{41}	35 (32.4)	0.0403	0.3088	0.0629	0.0766
	子どもあり X_{42}	73 (67.6)	-0.0193	0.2492		
世帯収入区分 X_5	400万円未満 X_{51}	39 (36.1)	-0.0086	0.2599	0.0607	0.1120
	400~800万円未満 X_{52}	52 (48.1)	-0.0230	0.2456		
	800万円以上 X_{53}	17 (15.7)	-0.0531	0.2154		
職業 X_6	会社員 (事務系・技術系) X_{61}	22 (20.4)	-0.0835	0.1851	0.1349	0.2755
	公務員・その他の会社員 X_{62}	28 (25.9)	-0.0800	0.1885		
	経営者・役員・自営業 X_{63}	10 (9.3)	0.0271	0.2956		
	専業主婦 X_{64}	25 (23.1)	0.0056	0.2741		
	パート・アルバイト・自由業 X_{65}	23 (21.3)	-0.0445	0.2240		
購入場所 X_7	スーパーマーケット等 X_{71}	59 (54.6)	0.0896	0.3581	0.3253	3.6535
	デパート X_{72}	12 (11.1)	0.3209	0.5894		
1個当たりの購入価格 X_8	家電・インターネット・陶器市・その他 X_{73}	37 (34.3)	-0.1202	0.1483	0.0626	0.0087
	500円未満 X_{81}	42 (38.9)	-0.0256	0.2429		
	500~1000円未満 X_{82}	40 (37)	0.0356	0.3041		
	1000円以上 X_{83}	26 (24.1)	-0.0134	0.2551		

表4-3. 九州在住回答者のアンケートデータにもとづく〔 I_3 : 価格が割高であっても品質が良ければ購入するとは思わない・まったく思わない〕の説明変数とそのカテゴリー係数の計測結果

説明変数	カテゴリー	カテゴリーサイズ (人) と構成比 (%)	$\bar{Y}_3=0.3426$	$R^2=0.3368$	$R=0.5803$	$F=3.1145$
			カテゴリー係数	修正済みカテゴリー係数	偏相関係数	各説明変数のF値 (F_1)
性別 X_1	男性 X_{11}	47 (46.3)	-0.0374	0.3052	0.0692	1.6033
	女性 X_{12}	61 (53.7)	0.0288	0.3714		
年齢 X_2	40歳未満 X_{21}	34 (31.5)	0.0116	0.3542	0.2527	0.8151
	40~60歳未満 X_{22}	47 (43.5)	-0.1149	0.2277		
	60歳以上 X_{23}	27 (25)	0.1855	0.5281		
婚姻 X_3	未婚 X_{31}	31 (28.7)	-0.2002	0.1424	0.4985	0.5202
	既婚 X_{32}	77 (71.3)	-0.2498	0.0928		
子ども X_4	子どもなし X_{41}	35 (32.4)	-0.0932	0.2493	0.1361	0.7351
	子どもあり X_{42}	73 (67.6)	0.0447	0.3873		
世帯収入区分 X_5	400万円未満 X_{51}	39 (36.1)	0.3280	0.6706	0.5249	2.2495
	400~800万円未満 X_{52}	52 (48.1)	0.1533	0.4959		
	800万円以上 X_{53}	17 (15.7)	0.2748	0.6174		
職業 X_6	会社員 (事務系・技術系) X_{61}	22 (20.4)	-0.1438	0.1988	0.3467	1.3711
	公務員・その他の会社員 X_{62}	28 (25.9)	-0.0284	0.3142		
	経営者・役員・自営業 X_{63}	10 (9.3)	-0.4335	-0.0909		
	専業主婦 X_{64}	25 (23.1)	-0.1473	0.1953		
	パート・アルバイト・自由業 X_{65}	23 (21.3)	-0.0325	0.3101		
購入場所 X_7	スーパーマーケット等 X_{71}	59 (54.6)	0.2454	0.5880	0.3903	3.6168
	デパート X_{72}	12 (11.1)	-0.1112	0.2314		
1個当たりの購入価格 X_8	家電・インターネット・陶器市・その他 X_{73}	37 (34.3)	-0.0113	0.3312	0.3012	16.4568
	500円未満 X_{81}	42 (38.9)	0.1765	0.5191		
	500~1000円未満 X_{82}	40 (37)	-0.0867	0.2559		
	1000円以上 X_{83}	26 (24.1)	-0.1517	0.1909		

5.1 「価格が割高であっても品質が良ければ購入すると強く思う・思う」と回答した者の特徴

被説明変数〔 Y_1 ：日用品としての陶磁器について、価格が割高であっても品質が良ければ購入すると強く思う・思う〕と回答した者は、関東の計測結果で 36.8% (128 人/351 人)、中部の計測結果で 33.9% (61 人/180 人) 近畿の計測結果で 34.8% (57 人/164 人)、九州の計測結果で 38.9% (41 人/108 人) であった。説明変数全体で被説明変数をどの程度説明するかを示す決定係数 R^2 は関東の計測結果で 0.2394、中部の計測結果で 0.3386、近畿の計測結果で 0.1550、九州の計測結果で 0.3513 であった。偏相関係数と F 値により被説明変数と比較的關係が強い説明変数とカテゴリーをみると、関東の計測結果では X_5 ：世帯収入の X_{53} ：800 万円以上、 X_7 ：購入場所の X_{72} ：デパート、 X_8 ：購入価格の X_{83} ：1,000 円以上が、中部の計測結果では X_2 ：年齢の X_{23} ：60 歳以上、 X_5 ：世帯収入の X_{53} ：800 万円以上、 X_7 ：購入場所の X_{72} ：デパート、 X_8 ：購入価格の X_{83} ：1,000 円以上が、近畿の計測結果では X_7 ：購入場所の X_{72} ：デパート、 X_8 ：購入価格の X_{83} ：1,000 円以上が、九州の計測結果では X_7 ：購入場所の X_{72} ：デパート、 X_8 ：購入価格の X_{83} ：1,000 円以上のカテゴリーにおいて、修正済みカテゴリー係数が、それぞれ被説明変数の平均値 \bar{Y}_1 を上回った。

修正済みカテゴリー係数が、3 地方以上で共通して最大の値であったカテゴリーを見てみると、 X_1 ：性別の X_{11} ：男性、 X_2 ：年齢の X_{23} ：60 歳以上、 X_3 ：婚姻の X_{32} ：既婚、 X_4 ：子どもの有無の X_{41} ：子どもなし、 X_7 ：購入場所の X_{72} ：デパート、 X_8 ：1 個当たりの購入価格の X_{83} ：1,000 円以上、という傾向がみられた。

5.2 「価格が割高であっても品質が良ければ購入するかはわからない」と回答した者の特徴

被説明変数〔 Y_2 ：価格が割高であっても品質が良ければ購入するかはわからない〕と回答した者は、関東の計測結果で 32.2% (112 人/351 人)、中部の計測結果で 28.9% (52 人/180 人) 近畿の計測結果で 31.7% (52 人/164 人)、九州の計測結果で 26.7% (28 人/108 人) であった。決定係数 R^2 は関東の計測結果で 0.0938、中部の計測結果で 0.1455、近畿の計測結果で 0.0421、九州の計測結果で 0.1260 であった。偏相関係数と F 値により被説明変数と比較的關係が強い説明変数とカテゴリーをみると、関東の計測結果では X_1 ：性別の X_{12} ：女性、 X_2 ：年齢の X_{22} ：40 歳以上 60 歳未満、 X_5 ：世帯収入の X_{51} ：400 万円未満と X_{52} ：400 万円以上 800 万円未満が、中部の計測結果では X_6 ：職業の X_{61} ：会社員（事務系・技術系）と X_{62} ：公務員・その他の会社員が、九州の計測結果では X_7 ：購入場所の X_{71} ：スーパーマーケット等と X_{72} ：デパートにおいて、修正済みカテゴリー係数がそれぞれ被説明変数の平均値 \bar{Y}_2 を上回った。なお、近畿の計測結果においては、いずれの説明変数の偏相関係数も (<0.200) 低かった。

修正済みカテゴリー係数が、3 地方以上で共通して最大の値であったカテゴリーを見てみると、 X_1 ：性別の女性、 X_2 ：年齢の X_{22} ：40 歳以上 60 歳未満、 X_3 ：婚姻の X_{32} ：既婚、 X_4 ：子どもの有無の X_{41} ：子どもなし、 X_8 ：1 個当たりの購入価格の X_{82} ：500 円以上 1,000 円未満、という傾向がみられた。

5.3 「価格が割高であっても品質が良ければ購入するとは思わない・まったく思わない」と回答した者の特徴

被説明変数 [Y_3 ：価格が割高であっても品質が良ければ購入するとは思わない・まったく思わない] と回答した者は、関東の計測結果で 31.1% (108 人/351 人)、中部の計測結果で 37.2% (66 人/180 人) 近畿の計測結果で 33.5% (55 人/164 人)、九州の計測結果で 34.3% (37 人/108 人) であった。決定係数 R^2 は関東の計測結果で 0.1292、中部の計測結果で 0.1982、近畿の計測結果で 0.2287、九州の計測結果で 0.3368 であった。偏相関係数と F 値により被説明変数と比較的關係が強い説明変数とカテゴリーをみると、関東の計測結果では X_7 ：購入場所の X_{71} ：スーパーマーケット等と X_{73} ：窯元・インターネット・陶器市・その他、 X_8 ：購入価格の X_{81} ：500 円未満が、中部の計測結果では X_7 ：購入場所の X_{71} ：スーパーマーケット等、 X_8 ：購入価格の X_{81} ：500 円未満が、近畿の計測結果では X_7 ：購入場所の X_{71} ：スーパーマーケット等と X_{73} ：窯元・インターネット・陶器市・その他、 X_8 ：購入価格の X_{81} ：500 円未満が、九州の計測結果では X_7 ：購入場所の X_{71} ：スーパーマーケット等、 X_8 ：購入価格の X_{81} ：500 円未満が、のカテゴリーにおいて、修正済みカテゴリー係数が、それぞれ被説明変数の平均値 \bar{Y}_3 を上回った。

修正済みカテゴリー係数が、3 地方以上で共通して最大の値であったカテゴリーを見てみると、 X_1 ：性別の X_{11} ：男性、 X_3 ：婚姻の X_{31} ：未婚、 X_4 ：子どもの有無の X_{42} ：子どもあり、 X_5 ：世帯収入の X_{51} ：400 万円未満、 X_7 ：購入場所の X_{71} ：スーパーマーケット等、 X_8 ：1 個当たりの購入価格の X_{81} ：500 円未満、という傾向がみられた。

5.4 黒木宏一・内山敏典[2]の計測結果との比較

黒木宏一・内山敏典[2]は、「飯碗」「皿」「湯呑等」「大皿」「壺」の 5 つの種類の陶磁器それぞれについて「値段が高くても品質がよければよいと思うか」のアンケート調査データを用いて MCA を用いて分析し、結果を報告した。被説明変数は、 $[Y_1$ ：強く思う・思う]、 $[Y_2$ ：どちらでもない]、 $[Y_3$ ：思わない・まったく思わない] の 3 つであり、説明変数は「世帯構成」「年齢」「性別」「学歴」「職業」「年収」であった。本節では、紙面の都合上、上記 5 種類のうち日用品としての陶磁器である「飯碗」「皿」「湯呑等」の計測結果と、今回の計測結果を比較した。なお、黒木宏一・内山敏典[2]は福岡都市圏（消費地）において実施したアンケート調査データと佐賀県（産地）において実施したアンケート調査データを

用いた分析を行っているが、ここでは福岡都市圏アンケート調査データに基づく計測結果を比較の対象^{注6)}とした。

表5-1と表5-2は、黒木宏一・内山敏典[2]の結果から、被説明変数 Y_1 と Y_3 の計測結果について、本研究の計測結果と比較可能な説明変数（「性別」「年齢」「世帯収入区分」）のカテゴリー係数をまとめたものである。なお、数値は省略し、各説明変数の修正済みカテゴリー係数の最大値に「+」の符号のみ記載した。

表5-1. 黒木・内山[2]と本研究の Y_1 についての計測結果の比較

説明変数	カテゴリー	黒木・内山 (2009)	本研究の計測結果			
			関東	中部	近畿	九州
性別	男性		+	+		+
	女性	+			+	
年齢	40歳未満					+
	40～60歳未満					
	60歳以上	+	+	+	+	
世帯収入区分	400万円未満				+	
	400～800万円未満					+
	800万円以上	+	+	+		

注：黒木・内山[2]の「飯碗」「皿」「湯呑等」の計測結果の傾向はいずれも同じである。

表5-2. 黒木・内山[2]と本研究の Y_3 についての計測結果の比較

説明変数	カテゴリー	黒木・内山 (2009)	本研究の計測結果			
			関東	中部	近畿	九州
性別	男性	+	+	+	+	
	女性					+
年齢	40歳未満			+	+	
	40～60歳未満	+				
	60歳以上		+			+
世帯収入区分	400万円未満	+	+	+		+
	400～800万円未満					
	800万円以上				+	

注：黒木・内山[2]の「飯碗」「皿」「湯呑等」の計測結果の傾向はいずれも同じである。

表5-1にまとめたように、黒木宏一・内山敏典[2]では、被説明変数 Y_1 ：価格が割高であっても品質が良ければ購入すると強く思う・思うで、修正済みカテゴリー係数が最大の値であったのは、説明変数「性別」のカテゴリー「女性」、説明変数「年齢」のカテゴリー「60歳以上」、説明変数「世帯収入区分」のカテゴリー「年収800万円以上」であった。本研究の計測結果において、説明変数「年齢」と「世帯収入区分」の修正済みカテゴリー係数が最大の値をとったのは、黒木宏一・内山敏典[2]と概ね同様の傾向であったが、説明変数「性別」は関東、中部及び九州でカテゴリー「男性」が最大の値となり、異なる傾向の結果となった。

また、表5-2にまとめたように、黒木宏一・内山敏典[2]では、 Y_3 ：価格が割高であ

っても品質が良ければ購入するとは思わない・まったく思わない] で、修正済みカテゴリー係数が最大の値であったのは、説明変数「性別」のカテゴリー「男性」、説明変数「年齢」のカテゴリー「40 歳以上 60 歳未満」、説明変数「世帯収入区分」のカテゴリー「年収 400 万円未満」であった。本研究の計測結果において、説明変数「性別」、「世帯収入区分」の修正済みカテゴリー係数が最大の値をとったのは、黒木宏一・内山敏典[2]と概ね同様の傾向であったが、説明変数「年齢」は関東と九州でカテゴリー「60 歳以上」が、中部及び近畿でカテゴリー「40 歳未満」が最大の値となり、異なる傾向の結果となった。

6 節 総 括

本章の研究は、MCA を用いて「陶磁器の購買意識に関する調査」のアンケート調査データを解析し、地方別及び先行研究と比較検討し、日常品としての陶磁器の品質と価格についての消費者意識の整理を行った。①「価格が高くて品質が良ければ購入すると思う」との回答は、「男性」、「60 歳以上」、「既婚」、「子どもなし」、「デパートで購入」、「購入価格は 1,000 円以上」に反応した。②また、「そうは思わない」との回答は、「男性」、「未婚」、「子どもあり」、「世帯年収 400 万円未満」、「スーパーマーケット等で購入」、「購入価格は 500 円未満」に反応した。③「価格が高くて品質が良ければ購入する」と思うとの回答は、2009 年の調査と今回で、「性別」の部分に異なる傾向の結果を得た。

注

注1) 経済産業省ホームページ (https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/nichiyo-densan/index.html, 2019 年 8 月 23 日閲覧)。

注2) 内山敏典[5]の図 1-1 に伝統的工芸品(繊維製品, 陶磁器, 漆器, 金工品, 仏壇・仏具, 和紙)の 1990 年~2002 年の生産額(実質), 図 1-2 に福岡県下の伝統的工芸品(大川家具, 博多織, 久留米絣, 八女提灯, 八女福島仏壇, 博多人形, 小石原焼, 上野焼)の 1983 年~2014 年生産額(実質)がそれぞれまとめられているが, 減少傾向にあることが報告されている。

注3) とくに, 黒木宏一・内山敏典[2]の 4-1-9 節から 4-1-13 節(139~148 頁)と, 4-2-9 節から 4-2-11 節(159~163 頁)を参照されたい。

注4) 本章の研究に用いたアンケート調査の設問項目は, 概ね次のとおりである。なお, 詳細は紙面の都合上, 別稿に譲る。

1. 日用品(飯碗, 皿, 湯呑, 花瓶など)としての陶磁器について
 - (1) 購入頻度 (2) 購入場所 (3) 購入単位 (4) 購入価格 (5) 品質と価格
2. 美術工芸品(花器, 大皿, 壺など)としての陶磁器について
 - (1) 購入頻度 (2) 購入場所 (3) 購入価格
3. 贈答品としての陶磁器について

- (1) 購入場所 (2) 購入単位 (3) 用途 (4) 購入価格
4. とくに購入したい陶磁器 (産地)
5. 購入の際にほしいと思う情報
6. 回答者の属性
 - (1) 性別 (2) 年齢 (3) 居住地域 (4) 未既婚 (5) 子どもの有無 (6) 世帯年収
 - (7) 個人年収 (8) 職業 (9) 最終学歴

注5) 理論的展開は Andrews ほかに[1]を, 計測手順は内山敏典[4]を, それぞれ参照されたい.

注6) 黒木宏一・内山敏典[2]の4-1-9節及び4-1-11節(139~144頁).

参 考 文 献

- [1] Andrews, F., J. Morgan, J. Sonquist, and L. Klein., *Multiple classification analysis, 2nd ed.* University of Michigan, 1973.
- [2] 黒木宏一・内山敏典「陶磁器需要に関する意識調査に基づく因果分析」『柿右衛門様式陶芸研究センター論集』(九州産業大学), 第5号, 2009年. 125~168頁.
- [3] 内山敏典「陶磁器需要創造のための消費者への意識調査分析」『柿右衛門様式陶芸研究センター論集』(九州産業大学), 第6号, 2010年. 1~14頁.
- [4] 内山敏典『経済・経営・心理・医療・看護等指導者のためのアンケート調査データ解析の技法-ACCESS・EXCEL ソフト, F-BASIC・十進 BASIC・VBA プログラムそれぞれの利用方法-』デザインエッグ, 2018年.
- [5] 内山敏典「伝統工芸品の需要構造分析-「家計調査」に基づく金額弾力性と数量弾力性からのアプローチ-」『伝統みらい研究センター論集』(九州産業大学), 第2号, 2019年. 1~10頁.