

目的 品物は、店でその品物を見て購入するというこれまでの基本的な様式に加え、カタログ販売という新しい購入様式がみられるようになった。特にインナーウェアの購入では、カタログ販売を利用する人が多くなっている。この新しい購入様式であるカタログ販売を比較的好く利用している人と利用していない人では、日常生活における購買や消費、生活意識、カタログ販売に関する意識などに違いがあるかどうかを検討した。

方法 カタログ販売の利用状況、カタログ販売に関する意識、消費・購買態度、生活意識、服装の関心度および基本属性について調査票（配票留置法）を用い、岡山市、倉敷市在住の18歳以上の女性330名を対象に調査した。調査は1988年11～12月に行った。回収率は77.0%であった。

結果 有効回答者のうちの66.0%が過去1年間にカタログ販売を利用しており、また、年齢の小さい者ほど利用者が多く、専業主婦よりも有職者のほうがよく利用していることがわかった。つぎに、カタログ販売の利用の有無と消費・購買態度、生活意識、服装の関心度との関係を分析したところ、あまり明確な関連性がみられなかったが、カタログ販売に関する意識との関連性が認められた。カタログ販売の利用の有無を外的基準とし、カタログ販売に関する意識17項目を独立変数として判別分析（的中率72.9%）した結果、カタログ販売の利用側に寄与している項目として、「インナーウェアについては安くて経済的である」、「買い物時間の節約になる」などであった。一方、非利用側に寄与している項目は、「実際に見て購入したい」、「身体にフィットするかどうか心配」などであった。