

目的 ファッション・リスクに関する前報の研究<sup>1,2,3)</sup>にひきつづいて、本研究は、衣服の購入時に経験されるさまざまな懸念すなわちファッション・リスクの知覚に対して、消費者が採るそれらの解決法(すなわちリスク低減法)の構造を解明すること、そしてその解決法が性や年齢によってどのように相違するかを検討すること、を目的にした。

方法 男女大学生とその父母698名を対象にした質問紙調査。リスクを低減させる方法とその度合の測定は、45項目から構成されるリスク低減法評定尺度によった。

結果 1. リスク低減法の構造として、12の成分が識別された。すなわち、①友人/モデルによる保証、②ブランド/ストアの高イメージによる保証、③品質・性能の確認、④着用方法の確認、⑤ストア・ロイヤリティ、⑥購入の即断回避、⑦販売店員の助言、⑧家族による保証、⑨経済的犠牲の軽減、⑩着用寿命の確認、⑪試着、⑫自己納得、であった。2. 全般的に、女性は男性よりもこれらの低減法を用いる度合が高かった。3. 「友人/モデルによる保証」・「着用方法の確認」・「品質・性能の確認」は、特に女性が示す顕著なリスク低減法であった反面、「販売店員の助言」は、男性において一層顕著に実践されるリスク低減法であった。4. 青年は中高年よりも、「友人/モデルによる保証」・「購入の即断回避」・「着用方法の確認」によってリスクを低減させる度合が一層強かったのに対して、中高年は青年よりも、「販売店員の助言」・「品質・性能の確認」・「着用寿命の確認」によってリスクを低減させる度合が一層強かった。5. 性と年代とをクロスさせて形成される4つの被調査者層別に、それぞれに特有なリスク低減法が明らかにされた。