

○近藤 恵* 小林茂雄*

(*秋草学園短期大学 *共立女子大学)

目的 本研究は、リサイクルコットンに対する一般消費者の認知度、販売価格別購入意向、消費性能や風合いに対するリスクイメージを把握し、相互の関連性を分析することにより、リサイクルコットンの購入意向を阻害する要因を明らかにすることを目的とするものである。

方法 日本電信電話(株)ハローページ東京都世田谷区版(平成8年3月発行)から系統的無作為抽出法を用いて抽出した500名を対象とした質問紙郵送法によるアンケート調査を実施した。調査期間は、1996年4月15日～5月5日、回収率は33.0%、有効回答率は31.6%であった。

結果 調査の分析結果より明らかになったのは主として次のとおりである。(1)全体的にみてリサイクルコットンに対する認知度は低く、男女別、年代別の差は認められなかった。(2)男性よりも女性の方が「洗濯くずれしやすいのではないか」という不安を持つことが、また、40代以上の層が30代以下の層よりも「洗濯しにくいのではないか」、「親しみにくい感じがする」、「安っぽい感じがする」、「冷たい感じがする」、「粗雑な感じがする」といったマイナスイメージを持つことが明らかになった。(3)バージンコットンでできた同種の商品と比べてリサイクルコットンでできた商品を「買いたくない」とする者の割合は高いとは言えないが、価格により購入意向が大きく左右されることが明らかになった。この際、男女別、年代別の差は認められなかった。(4)リサイクルコットンに対するリスクイメージが高いほど購入意向の低くなることが明らかになった。