

## 消費者の情報意識・活動とPL法との関わり

○三輪 聖子\* 辻 未央\* 杉山 喜美恵\*\* 本間 恵美\*\* 大藪 千穂\*<sup>3</sup>  
杉原 利治\*<sup>3</sup> (\*岐阜女子大、\*\*東海女子短大、\*<sup>3</sup>岐阜大)

【目的】情報意識・活動は消費者の行動に多大な影響を与え、その行動を規定していると考えられる。消費者救済のための製造物責任法（PL法）が1995年に施行されたが消費者のための法律とはなっていない。そこで本研究では消費者の情報意識・活動とPL法との関わりをとらえ、消費者のためのPL法となるためにはどのような情報のあり方が必要であるかを明らかにすることを目的とする。

【調査及び分析方法】調査対象は大学生（男子368人、女子458人）とその親（男性357人、女性360人）の計1,543人である。調査項目は、情報に対する現状、問題点、要望に分類し、それらを社会と自分の側面からとらえ数量化Ⅲ類による分析を行った。さらに析出された軸への個人得点をもとにクラスター分析を行い、情報活動のグループを識別した。PL法については、消費者の認知、理解などの現状と内容、利用、情報に関する問題点・要望について、情報活動グループとの関わりを明らかにした。

【結果】消費者の情報に対する現状、問題点、要望の分析から情報意識と情報活動の2軸が得られ、これより「情報意識消極型」「情報活動積極型」「情報意識・活動積極型」「情報意識積極・活動消極型」の4つの情報グループが識別された。「情報意識・活動積極型」グループは認知が高く、問題意識や強い要望を持っている。それに対し「情報意識消極型」はすべてに対して低く、消費者の情報意識とPL法に対する対応には密接な関係のあることが明確になった。特に消費者がPL法を有効に活用するためには積極的な情報意識を高め情報活動を促すことが必要であると考えられる。