

B-46 スリッパ購入時の消費者の認識について

都立立川短大 ○山田裕子 高木貴美子 酒井豊子

目的 近年消費者の保護という言葉が頻繁に聞かれるようになり、繊維製品についてみても品質表示はもとより、現在仕意表示の取扱い表示も衣料の多くにつけられるようになってきた。このような時点において、消費者が商品を購入する際に、その品物についてどのような認識で商品の選択をしているか、また 品質表示・取扱い表示はどの程度活用されているか等を調べて今後の消費者教育に資したいと考え、アンケート調査（面接法）を行った。

方法 衣料品販売店（長崎屋立川店・小金井店）の協力により、下着売場に調査員2名が立ち、一人はスリッパを購入した客に対して所定の調査形式に基づいて質問をした。もう一人は、買われたスリッパの諸項目を調べた。購入者の返答内容と調査の内容とを比較し、購入物品に関する認識を調査すると共に、品質表示、取扱い表示の普及度についても調べた。

結果 購入直後に質問をしたのに、材質について答えられない人が多く、答えた人の中でも正答は約 $\frac{1}{3}$ であった。品質表示を知っている人は半数以下で、知っていても品物の材質を知る為に活用する人は極めて少ない。手ざわり等で判断し且つ誤っている人が多くみられた。一方、取扱い表示は知っている人の割合が多少多いが、取扱い方法の決定に活用されることは少なく、本人の経験が重視されている。商品についての関心は30~40才台が高く生活経験の影響が大きいので消費者センターとか生活学校・マスコミ等を通じての啓蒙・教育は知識の普及に効果的であろうと考えられた。