

通信販売における被服の情報表示に関する実態調査

○久慈 るみ子* 菊池 直子**

(* 尚綱女学院短大 ** 岩手県立大盛岡短大部)

目的 : カタログや、テレビ、インターネットなどを介する、いわゆる通信販売において被服を購入する機会が増えてきている。通信販売での被服に関する情報は、いくつかの工夫がみられるものの、商品を実際に手にとって確かめられないところから、消費者は情報の不足した状況で、購入するか否かの決断をしていると推測される。このことは、購入商品に対する苦情や不満につながると考えられる。そこで本研究においては、今後さらに進むであろう通信販売という購入形態を、より望ましい方向に導くために、購入状況の実態調査を通して、検討を行うことを目的とした。

方法 : アンケート調査は留め置き法で行った。アンケート内容は、購入の有無、購入状況、購入した商品に対する不満、取り扱い上困った事、購入に際してどのような情報がほしかったか、今後ほしいと思われる情報など、その理由とともに回答してもらった。

結果 : アンケートの回収率は 53 %、うち男性 9 %、女性 91 %で 10 代から 60 代であった。通信販売で衣類を購入したことがあるのは 81 %、通信販売に対するイメージは、良いが 57 %で便利・安い・種類が豊富で楽しめる・店頭販売していない商品が買える等の回答がみられた。購入した商品に不満があったのは 57 %であった。今後表示してほしい項目については肌着では、夏用「汗の吸収力・風通しの良さ」、冬用「暖かさの程度・肌触り」などの回答がみられた。また、各繊維製品の性能の程度を、数字やアルファベットなどで表示してあるならば、被服購入に役に立つと思うかという質問に対しては、役に立つと思うが 91 %であった。通信販売での被服に関する情報を再考する必要が認められた。