

○栗山朋子\* 佐藤悦子\* 酒井哲也\*\*

(\*上越教育大, \*\*共立女大)

〈目的〉 近年、カタログ誌を利用して商品を購入するなど、いわゆる通信販売の利用が増加してきている。店舗に出向かないで自由な時間に注文し購入できるなどの利便性が挙げられる反面、購入した商品が期待していたイメージと違うなどが指摘される。本研究では、カタログ上の見本提示からどのようなイメージを持ち、実際の商品のイメージとどの程度の違いがあるかを比較するために、被験者による官能検査を行い検討した。

〈方法〉 カタログ通販されている7種の工芸用色紙(友禅紙)を購入し、A5サイズに切り抜き、実際の商品とした。見本提示用として①友禅紙をカラーコピーでタテ・ヨコ1/4に縮小したもの②実際の友禅紙から各3.4×4.8cmに切り抜き、2種を作成した。被験者は本学女子学生20名、男子学生20名、計40名とした。官能検査は、まず見本を提示しSD法20項目によって各イメージを5段階尺度で評価し、次に実際の友禅紙を提示し、見本とのイメージの相違を全体、色、柄の3項目5段階で評価し、最後に友禅紙を提示しSD法によって評価した。各評価に対して1～5点を与え、各項目の平均値および標準偏差を求めた。

〈結果〉 友禅紙と提示見本間のイメージの違いは、全般に見本①が大きく、特に色のイメージの違いが大きい。試料は全体のイメージの違いも大きくなる傾向が見られた。一方、見本②のほうがイメージが違うと評価した試料は、柄の評価において違いが大きいと評価しており、友禅紙の一部だけでは描かれている模様全体の全体像がつかめないという表示の仕方によるものと考えられる。これらのイメージの相違は、SD法の評価において色、柄に関する対の形容語項目で評価が分かれた。