

「論文」試験の解答のポイントと解答例

採点基準

採点基準は、次の2点である。

- a. 論題の趣旨に合った解答が、600～800字にまとめられているかどうか
- b. 表現の的確性、内容の深さ、論旨の一貫性（筋が通っているかどうか）

解答のポイント

今年度の論文試験の論題は、「消費者の購買行動の変化は大きく加速している状況下で、①繊維製品のインターネット通販におけるメリットおよびデメリット、②インターネットと実店舗を融合させた新しい販売方法も展開されてきている理由、③今後の販売方法に対するあなたの考えについて述べなさい。」であり、①～③の3つについての解答が求められている。

繊維製品のインターネット通販の特徴と、販売方法の現在と未来に関して問う問題で、たとえば、消費者、販売者、繊維製品品質管理士の立場、また、複数の立場の混在や明確化なども含め、受験者の視点や想定する立場で自由に解答できる問題であるが、3つの問いに対して、上述の採点基準に沿った的確な内容の解答をすることが重要である。

記述に当たっては、濃い鉛筆ではっきりと文字を書くなど、他人が見て読みやすいよう心掛ける。誤字、脱字、当て字のないようにする。試験前の「注意」の中で説明された「書き方」に従う。一般に論文試験では、箇条書きは相応しくないとされる。論題と関係のないことが書かれている場合（職歴、受験動機など）は、字数を増やすためと見なされる。

解答例

論題の捉え方については、受験者によっていろいろな視点や考え方があるので、決まった正解はない。論題の趣旨を理解した上で、論旨をどう展開していくかの参考として、消費者の立場からの解答例と、販売側の立場や繊維製品品質管理士としての課題を含めて解答する例の2つの解答例を示す。

[解答例1]

繊維製品のインターネット通販のメリットはいろいろとあるが、その最も大きなメリットは、どこにいても、また、いつでも購入できることである。特にコロナ禍の中、外出しないで購入でき、自宅まで配送してもらえる点はとてもありがたい。またさらに、画面上で様々な商品を見たり、同時に比較できる点もメリットである。デメリットは、実際の商品の色や風合いが確認できず、期待しているものと違っている可能性があることである。また、試着できないため、自分に似合うかどうか、実際に手元に届くまで確認できないこと、またさらに、店員の方に商品のことをその場で聞いたりすることができない点もデメリットである。

インターネットと実店舗を融合した販売方法が展開されてきているが、この融合では、インターネット通販と実店舗の2つの販売チャンネルを設けて連動する販売方法や、実店舗内でインターネットや関連の最新技術を利用して販売する方法などがある。これらの販売方法が展開されだした理由は、購買者にとってのインターネットの利便性を活かしつつ、実際の商品の色や風合い、また、試着できないといった前述のインターネット通販のデメリットを少しでも回避あるいは低減するためと考える。

今後は、販売方法の多様化がさらに進むと推測されるが、そこには、より進歩したVRやAI等の技術が

用いられるであろう。購買者にとっては、バーチャルな試着や自分の好みの自動推奨などが、より便利なものとして身近になっていくと推測される。一方で、商品を買う時のワクワク感は私たち購買者の楽しみでもあり、先端技術を用いる販売方法だけではなく、対面での店員さんとの会話や、ファッション性も含めて広く品質を知れることを重視した実店舗での販売方法やインターネットとの融合による販売方法も行われるのではと期待される。

【解答例2】

インターネット通販のメリットとデメリットは、購買側と販売側それぞれにある。購買側にとってのメリットとデメリットでは、スマートフォンやPCがあれば、時間や場所を気にせずほしい衣服を購入できるというメリットがある一方で、デメリットとしては、実際の衣服を手にとって見るができないため、配送されてきた衣服の色や質感が思っていたものと違うことがある。

販売側にとってのメリットは、立ち上げ時に経費と労力が掛かるものの、実店舗に比べ、在庫、人件費、運営維持費を減らすことができる。また、口コミ欄などを通して、購買者の消費購買動機や商品に対する評価の情報の取得と蓄積を行いやすいというメリットもある。一方で、デメリットとしては、実際の商品を見ていないことが原因で、購買者からの苦情につながる可能性が高くなることである。

このようなメリットとデメリットを持つ2つの販売方法のメリットを活かしデメリットを低減するために、インターネットと実店舗を融合させた販売方法が展開されてきている。たとえば、購買者はインターネット上で買いたい衣服の詳細を見て予約し、実店舗でその衣服の色や質感を確認したり試着して、納得した上で購入できる。販売者にとっても、この融合した販売方法によって、購買者からの苦情を減らすことができる。

今後もインターネットと実店舗を融合した販売方法や、より進化した画像関連技術などを利用したインターネット関連の販売方法が拡大していくことが推測される。そういった中で、購買者に満足していただくためには、たとえば、正確でわかりやすい品質表示やスムーズな問合せ対応、生産者側への的確な情報伝達などがより必要となり、消費者利益の保護、企業と消費者の信頼関係の改善を重要な役目とする繊維製品品質管理士が貢献できると考える。