

2. 被験者 女子大学生(19才~20才) 120名
 試料 サマーセーター 10着
 解析 1. サマーセーター嗜好調査から被験者と試料の位置づけ…数量化理論Ⅲ
 2. 数量化理論Ⅲでの位置づけとパーソナリティ, 生活意識, おしゃれ意識との対応…数量化理論Ⅱ
 3. 1. 選好度の高い試料は試料番号 4, 5, 1, 2 であった。
 2. 選好される衣服と選好する人との関係は大きく2分類出来た。

	試料番号	試作イメージ	パーソナリティ	購買態度	流行	おしゃれ
Aグループ	10, 4, 5, 1	スポーティ 若々しい 活動的 カジュアル 軽快 大胆	攻撃的である のんきである 服従的 社会的外向	ムード派	積極	積極
Bグループ	2, 9, 7	ドレスシー おとなしい やさしい ロマンチック	攻撃的でない のんきでない 支配性大 社会的内向	堅実派	消極	消極

C-48 衣服の選好とパーソナリティ・おしゃれ意識に関する研究(第1報)

旭化成工業(株)繊維商品研 佐藤 隆三
 福岡 明子
 武庫川女家政 蔵田 怜子
 井上 卷子
 ○清水 嘉子

1. 最近は衣料品が大量に出回り, 衣服への基本的欲求はほぼ充足され, 機能性, 実用性より消費者の好み, 情報性がより強く求められる時代である。本研究では選好される衣服と選好する人のパーソナリティ, 生活意識, おしゃれ意識の関係から選好の支配要因を明らかにしたいと考えた。