

E-28 購買行動に及ぼす心理的専因の考察 (その2) 和服と洋服における購買行動の心理内部専因構造 ○ 福山女学園大家政 山口ス子 金城学院大短大 生川浩子 金城学院大家政 今井光映

目的 前報においては、女性の購買行動に及ぼす心理的専因を尺度構成法によるイメージギャップ測定によって析出したが、ここでは更に詳しく調査データを因子分析によって意識、態度を構成する心理軸を分析し、求められるいくつかの共通因子の負荷量からその共通因子はなにかをさぐり、購買行動に及ぼす心理的専因の内部構造を明らかにするものである。

方法 1 調査方法 2 調査対象 3 サンプル数は前報と同じ 4 分析手法: 主因子解、バリマックス回転

結果 因子分析をした結果、26項目のうち、負荷量の大きな説明因子、6因子が析出された。全体では、和服において、第1因子「伝統的因子」、第2因子「民族衣裳的性格因子」、第3因子「重厚さ因子」、第4因子「洗練された優雅さ因子」、第5因子「装飾的因子」、第6因子「デザイン、カラーの意匠的因子」などで、「古典的、情緒的因子」といえる。洋服においては、第1因子「機能的因子」、第2因子「ヤング志向的因子」、第3因子「ナウな感覚的因子」、第4因子「身近さ因子」、第5因子「快適性因子」、第6因子「デザイン、カラーの意匠的因子」の順で負荷量が大きく、和服とは対照的に「現代的、機能的因子」といえる。また、母と娘の心的内部専因構造には差異があり、和服、洋服、いずれも、年齢的、着用経験的、嗜好的、思想的差異が影響していることが認められた。特に和服については、未婚女性は着用経験によらないあこがれの志向が内部構造に作用しており、母親は着用経験から、価格や計画性への志向が影響していることが判明した。