

目的 現代社会においては、通信や印刷技術の急速な進歩、印刷物流通機構の発達などによって情報化が進み、情報は人々の生活資源として重要なものになっている。従って、人々の行動の目的や手段として情報への需要は高まり、効用も大きい。家庭や個人の生活の営みは、情報を受けることにより大きく変化しうる。衣生活の営みにおいても同様のことが考えられるが、被服行動に関する情報受容の実態の詳細な研究はみあたらない。そこで、被服の着装や調達に新しい傾向を示すといわれる10代を対象に、衣生活に関わる情報源とその情報受容の程度、被服行動との関わりについての実態を捉えることを目的として考察を試みた。

方法 資料は、1987年10月に、静岡県に在住する3世代同居家族150世帯を対象にアンケート形式で衣生活に関する質問紙調査を実施したものから、12歳以上20歳未満の男女119名を抽出した。本報告での研究項目は、被服行動に関する情報源・情報内容・情報受容の程度について4段階尺度で回答を得た51項目と衣生活意識、対象者の基本属性などの13項目である。それら64項目について基本集計、クロス集計、相関分析、因子分析などにより解析し検討した。

結果 10代の男女は、被服行動に関して友人から最も多く情報を得ており、次いで新聞・雑誌、テレビから得ていた。ちらし広告を情報源とするのはパーゲンセールについてが主であった。家族では兄弟姉妹からは情報獲得しているのに対し、祖父母からはほとんど無く、低年齢では父母からもわずかに得ていた。女子のほうが男子より獲得の程度は高く、デパートの店頭から情報獲得する割合も高かった。