

目的 衣生活や被服を対象とした意識調査はすでに多数行われているが、調査への回答は研究者が設定した選択肢や質問の仕方などによって、方向づけられることになりがちである。回答者の自由で自発的な反応を得る方法として、社会心理学の分野で行われているWAI技法に注目し、これを参考に、アンケート調査を実施した。

方法 放送大学の学生およびその家族、友人を対象として、質問紙法により、服装や衣生活についての回答者自身の好み、習慣、考えなどを、それぞれ異なる20以内の短い文章で自由に記述してもらった。回答された各文章（反応）は、K・J法により分類した。すなわち、文章1つ1つの内容を分析し、意味するところが類似した反応ごとにまとめて小項目とし、さらに内容の近接した小項目をまとめて大項目とした。

結果 アンケート調査では、361枚の回収を得、総反応数は5491であった。小項目は79、大項目は10に分類された。分類した結果は、形、デザイン、色、好みなど、外観や自分の着たさに係るような要因には反応が著しく多く、購買に関するものも多い。一方、消費者として認識が期待される、衣服を取扱い管理する時に必要な事がらや、品質・動きやすさなど衣服の機能面への関心は低い。20代・30代女性は外観・美的面などへの関心が極めて高い一方、管理・機能性などへの関心の高さには個人差が大きい。男性は機能性重視、女性は素材などの品質重視の傾向がうかがえる。小項目への分類では、さまざまな文章から回答者の意図をくみとる必要が発生するなど、分類の基準化にはさらに検討の余地があるが、この方法は、性別、年代別など各種属性別の衣生活意識の調査に有効であると考えられる。