

## 若年女性の生活情報受容と衣服の購買行動

-離島と内地の比較-

文教大短大 ○浅川 雅美 大妻女大人間生活科学研究所 大澤清二

〔目的〕現代のような情報化社会において消費者が衣服を購入する際、様々なコミュニケーションメディアによる情報の影響を受け、衣服の材質や機能性よりも記号性や差異性が重視されている。そして、情報を受信しなければ着用したいと思わないような衣服を情報によって購入するという現象も起きている。しかし、この現象が衣服の市場が充実していない離島のような地域においても該当するか否かは不明である。そこで本報告では離島と内地に居住する若年女性の衣服の購買行動の相違について検討することを目的とした。

〔方法〕東京都の離島、八丈島および青ヶ島に居住している18歳以上40歳未満の女性91名、および内地の東京またはその周辺に居住している18歳以上40歳未満の女性236名を対象に配票留置法による質問紙調査を実施した。質問項目は、年間衣服費、衣服の購買方法、テレビ・雑誌などのメディアとの接し方、購買時の選択基準などである。調査結果は単純集計、t検定、および因子分析による解析をもとに検討した。

〔結果〕(1)離島と内地で上記項目の平均値の差が5%の危険率で有意であった項目は、年間衣服購買回数、年間衣服費、テレビ視聴時間、新聞・雑誌閲読度、および衣服の購買方法などであった。(2)購買時の選択基準について因子分析を行ったところ、内地では第一因子に柄、デザイン、似合いのよさ、色などの項目が高い因子負荷量を示したことから外観を重視していることが推察された。離島では第一因子に体の動かしやすさ、手入れのし易さ、丈夫さ、季節感、縫製、手に入れ易さなどの項目が高い因子負荷量を示したことから実用性および手に入り易さを重視していることが推察された。