

幼稚園児を有する母親の自己着装イメージと購買意識の関連

○熊谷伸子・芳住邦雄** 荻村昭典***

(*文化女大・院 **共立女大 ***文化女大)

目的：現在幼稚園児を有する母親の多くは、高度経済成長を経て日本の社会が大きく変化した時代と共に成長してきた年代である。この世代はファッションに対する感度および意欲の高い新世代ミセスとして注目されている。本研究は、幼稚園児を有する母親自身の着装イメージと購買意識の関係を解明することを目的としている。

方法：幼稚園児を有する母親362名を対象として、母親自身の着装のイメージと購買意識に関する調査を質問紙調査法により行った（有効回答数355名）。調査時期は1994年9月～10月である。着装イメージについては25項目¹⁾、購買意識に関してはRECスケール12項目²⁾である。着装のイメージ、購買意識共に質問項目に対して5段階の選択肢で回答を求め、主成分分析で解析を行った。さらに、母親自身の着装のイメージと購買意識の主成分得点について相関分析を行った。

結果：母親自身の着装のイメージについて解析を行ったところ、3つの主成分が抽出された。第1は華やか・贅沢なといった装飾性の重視。第2はアットホームな・実用的なといったカジュアル性。第3は、おとなしい・地味なといった質実な日常性。購買意識の解析においても、3つの主成分が抽出された。第1が合理性の重視。第2がブランドや流行の意識。第3は、雰囲気へのこだわり。これらについていくつかの主成分間に有意水準5%で相関が認められた。主成分間の相関から、華やかで装飾的な着装行動をとる人は購買意識において雰囲気を重視し、カジュアル的な着装行動をとる人は合理性を重視しており、質実な日常性をもって着装行動をとる人はブランドや流行を重視せず、雰囲気に流されることが少ないことが明らかになった。

文献 1) 芳住ら：共立女子大学紀要, 43号, 53 (1997) 2) 佐々木：関西大学紀要, 第11巻1号, 1 (1979)