

テルの順で、その内ワイシャツの長袖は事務管理が木綿を、開襟の長袖に羊毛の利用が商業・勤労管理が他より多かった。品質表示は職業・型別の全般を通して表示を知っており、80～55%が表示を見て購入している。その表示方法はラベルと縫いつけが半々でパンフレットは僅少であった。

C—15 合成繊維の消費実態（第3報）
——ワイシャツ類の購入について——

昭和女大短大 岡野 都
小ノ沢治子
○刑部 昭子
金森 正江
椎名 米子
長谷川ミチ子

1. 第1報のセーター類に引き続き、今回はワイシャツの購入について消費者としての選択意識の所在はどこにあるのかなどの実情を把握することを目的として本調査を行なったので報告する。

2. ①調査時期、昭和43年3月調査対象・部数、あらかじめ職業・身分を10項目に区分し本学学生を通して全国的に2300部配布し、聞き取り調査を行なった。

②購入について、所持数、購入年、購入場所、購入動機（第3位まで）、着用目的、価格、品質表示について衿の型・袖の長・短を職業・身分別に考察を試みた。

3. 各職業共1人当り所持枚数は平均10枚で学生は少なく8枚以下であった。その内従来の長袖ワイシャツ型が半数をしめ、開襟型は長・短袖共で20～30%であった。購入の動機は各職業・型別の全般にわたり寸法を第1にあげ、2位は繊維であったが、1位の寸法のように一様の傾向はみられなかった。3位は価格であった。繊維については、職業・型別共に木綿とポリエステルとの混紡が圧倒的に多く、次にポリエステルと麻、ポリエ