

目的 衣料品の美的特性を重視する消費者と実用的特性を重視する消費者について、購買態度や購買行動の相違を明らかにした。また美的特性と実用的特性の相対的な重みづけが、消費者にどのような利益—不利益をもたしているか、この重みづけが消費者ついかなる個人的特性に影響させるのかを検討した。

方法 大学生48名を対象に質問紙調査を行った。主要調査変数は、次の通りであった。①衣料品の特性に対する態度、②衣料品の購買に対する態度、③衣料品の購買行動、④自由な着装感、⑤被服の近接度（被服に対する自我関与の度合）、⑥自尊心などを含む個人的特性。なお各変数の測定は、リッカート・タイプの評定尺度を用いて行った。

結果 ①衣料品に関して、美的特性を重視するか実用的特性を重視するかは、被服によって自分のイメージをどの程度操作しようとするかに関係し、特に女性では、自尊感情が高い人は美的特性を重視した。②美的特性を重視する消費者は、購買行動が積極的である反面、購買態度は情緒的であった。逆に実用的特性を重視する消費者は、美的特性を重視する消費者ほど購買行動は積極的ではないが、購買態度は合理的であった。③美的特性を重視する消費者は被服の選択能力感や着装能力感も高く、被服を自分に近いものと捉えていたが、実用的特性を重視する消費者は経済的制約感が高く、被服によって自分を演出する傾向も顕著ではなかった。④被服の選択能力感や着装能力感が高いほど自尊感情も高くなり、そのことが被服を自己イメージの一部としてとり入れる傾向を促すと推察された。