

華頂短期大学 ○西藤 栄子 : 藤本 満子

## 1. 目的:

消費者行動の意志決定過程には、(1)環境要因 (2)刺激要因 (input) (3)消費者の個人的心理 (4)反応要因 (output)など多面的な要因が影響を与えている。既報における筆者のTシャツの調査においては、調査対象、調査集団などの属性に鑑みて、これを出来る限り単純化し、(2)刺激と(4)反応の両要因間関係からTシャツの消費行動を観察した。その結果Tシャツに対しては「機能的要因の範疇内におけるファッション性」が求められている事を指摘した。

本報告では、先の結論の間に介在している個人的心理の要因を検出し、あわせて調査仮説の有効性を検討する。

## 2. 調査方法:

対 象: 京都市内の女子大生: (205名: 年齢: 18-20才)

時期及び方法: 昭和62年1月: 集合調査法 (回収率: 100%)

分 析: 各項目別の、単純集計、及びクロス集計による。

## 3. 結果:

(1)購買先によってTシャツにファッション性を求める程度は異なる。

(2)ブランドTシャツの所有率と購買先との間に相関性がみらる。

(3)ブランドに対してと同様、購買先に対してもロイヤリティーを求めている事が推察できる。