

ホームソーイングの認識について（第2報）

帝国女大家政 小池美枝子 釣田敏子 梅花短大 家本 修

広島女大家政 ○堀尾茂子

目的 衣生活における技術教育についての問題点をみだし、将来の衣服教育に役立てるとともに、よりよい消費者の示唆を得たいと考える。家庭洋裁に関する消費者の意識調査を小嶋らが報告したのは1972年で、アメリカのホームソーイングブームと同様な可能性の検討と家庭洋裁のコンセプトを見だし、問題点を7項目あげている。以後15年を経過したので、実態を把握し比較検討を行い、ライフスタイルの変化に対処した衣服技術の有効な方向性を確認したいと思う。ここではその一部を報告する。

方法 ホームソーイングへの関心についての調査をおこなう。内容は第一報の小池・浅枝が作製したのと同じである。調査項目は5項目、設問数は18問、対象は女子大生で総数753名（HU=408、TU=182、TJ=163）年令平均19.8歳。調査期間は昭和61年6月と62年4月～7月。調査解析方法は単純集計、クロス集計、因子分析、差の検定である。計算は大型計算機（SPSSパッケージ）により家本が担当する。

結果 ホームソーイングの実施状況は小嶋らの報告と同様低調で、たまにする40.2%、ほとんどしない40.2%、したことがない15%である。プラスイメージもマイナスイメージも共通性が見られる。洋裁が好きであるとの回答は38.5%、どちらともいえないのが47.8%で教育の在り方により二極化するであろう。将来習いたいと思うことについては54.9%が希望している。習いたくないの理由としては、不器用だから32.9%、時間がない31.1%、興味がない25.4%である。楽しみながら服を作る人にたいしては、57%がうらやましく思い、経済性や作る楽しさへの認識は強い。将来の自己啓発・創造に役立つ基礎力の養成が望まれる。