

目的 日本の産業構造を支える製造メーカは、ここ数年OA化に伴い、雇用や労働の諸条件、作業環境の改善が押し進められている。最近一部の企業では、制服や作業着に対する認識が再検討され、アトラクティブな作業着を採用する傾向が現われてきている。そのような現状の中で、製造メーカ等で働く労働者が、どのような意識をもって作業着をとらえているのかを、アンケート方式により意識調査をし、統計的に分析することを目的とする。

方法 アンケート収集先は、日本の大企業から小企業まで広範囲に14社を選択し、かつ一定業界に限らずグローバルなデータ収集とした。主なアンケート内容：作業着の選択理由、作業環境への調和性、好感度、着心地、異性への印象、現場への統一性の有無、バリエーションの有無、現状の作業着の必要性、デザイン等の変化による仕事への意欲、コーディネートの有無と現状、ブランド化への意識や作業着に対する自由なイメージ論。また、2社の企業に限って労働者への面談を行ない、生の声を抽出した。

結果 総じて、男性、女性の意識差は各項目にみられないが、年代別と企業別での意識には差がみられた。作業着の選択理由は、機能性、色、デザイン、素材、型、企業イメージ、作業環境が主であることが明らかとなった。また、労働者は作業着に対して、イメージが暗い、デザインが古い、色が暗い、個性がない、ダサイ、型が古いなど感性的不満と、機能性、安全性、フィット性などへの不満を持っており、マイナスイメージが強いことがわかった。すなわち、今後、作業着の改善の必要性を強く認識した結果となった。