

◀目的▶ 現在、女性にとって欠くことの出来ない衣料品の一つにパンティーストッキングがある。その種類は年々豊富になり、価格、色、柄、仕様の異なるものが市場に溢れている。消費者がパンティーストッキングを選択する際に考慮される要因となるものは、どのような情報に基づくものであろうか。そこで、当研究室ではまず、消費者のパンティーストッキングの着用状況を知り、消費実態を検討することにした。

◀方法▶ 調査対象は女子大学生、短大生、調査期間は平成1年4～12月である。①パンティーストッキングの着用状況を問うアンケート調査を質問紙法により行い、同時に、着用回数、価格、メーカーを明記した上で、着用しなくなったパンティーストッキングを回収した。②回収したパンティーストッキングの破損状況を調べ、タイプをズーム式双眼実体顕微鏡で判別した。③この着用状況と市場でのシェアを考慮した上で、3種のパンティーストッキングを選び実際にはき比べたの着用感や趣向を問うアンケート調査を質問紙法により行った。

◀結果▶ 約7割の人が足をきれいにみせる為にパンティーストッキングを着用しており、1足の平均着用回数は約3・5回で、伝線による破損が最も多い。回収したパンティーストッキングはウーリータイプが約7割、サポートタイプが約3割であった。このウーリー、サポート、そしてスーパーサポートの3種で比較すると「足にフィットする」理由で、サポートタイプのものが好まれる傾向にあることがわかった。