

＜目的＞近年、消費者の価値観が多様化し、消費の多様化が進んでおり、先進諸国からの輸入品が増加している。また、一方では人件費の高騰に伴って、NIEs諸国からの輸入品も増加している。このような情勢のなかで、消費者にとって外国製品の表示には無関心ではいられなくなってきた。本報告は、科学研究費総合研究「消費者問題としての表示に関する家政学的研究」の一環として、被服心理学部会が行なった研究の報告である。

＜方法＞アンケート調査は1991年1月に実施した。なお、調査対象者は被服心理学部会員の協力を得て、できるだけ全国各地にわたるよう配慮した。有効回答数は女子学生（短大生・大学生）898名、母親（女子学生の母親）776名である。また、調査内容は外国製衣料を中心に製造国の好みや意識度、ラベル表示に対する意見や実態などである。調査データは女子学生と母親の対比、地域差の影響を考慮しながら検討した。

＜結果＞外国製品の購入志向の強い品目は学生、母親ともにバックであり、逆に国産品の購入志向の強い品目は女性用內衣である。また、学生、母親ともに製造国は気にすると回答しており、全体的には学生の方が母親よりも気にする程度は強いが、地域差もみられる。衣料品購入時にラベル表示を必ずみるかについては、学生、母親ともに表示をみると回答しているが、地域に関係なく母親の方がその程度は学生より強い。

＜付記＞本発表はこの研究テーマの代表責任者が発表するが、アンケート調査票の作成には藤原康晴先生（鳴門教育大）、また、アンケート調査の実施には調査対象校の先生方の協力を得た。