

女子大学生のブランドバッグにおける値ごろ感

○ 辻幸恵* 風間健**
（*京都学園大） (**武庫川女子大）

目的：女子大学生が希望しているブランドバッグへの希望価格を調査し、その価格を希望する背景にある要因を解明することである。

調査概要：本研究の調査対象は関西圏の大学に在籍する女子大学生である。彼女たちにブランドバッグの値段について調査をした。質問紙を用い集合調査法と郵送法を行なった。

解析手順：ブランドバッグの希望価格を調べた上で、なぜその価格なのかという要因を調べるために主因子法による因子分析を行なった。また、2つの傾向が見られたので、数量化Ⅱ類を用いて2つに分類する要因を明らかにした。

結果：希望価格は6大ブランドを中心とする高級志向と高校生にも人気の高い若いブランドへの安価さの2極化が見られた。対人関係、身分、ウチとソトという要因が見出せた。

考察：ウチとソトとの概念が、ブランドバッグの希望価格に反映された。場でどのような自分であるのかがポイントとなった。女子大学生は流行やブランドを重要視しながらも、価格によって、その使用場所を明確に区別していると考えられる。