

衣服の取り扱い方に関する調査研究（第1報）

— 新素材の認識状況 —

Research on the Care of Apparel (Part 1)

— The Present State of Recognizing New Materials —

島 崎 千江子 中 田 麻衣子
SHIMAZAKI Chieko NAKATA Maiko

I はじめに

近年、科学技術の進歩はめざましく生活環境は大きく変貌しつつある。衣料の分野においても、各種の新しい加工糸や形態安定加工をはじめとして、吸汗性素材、防臭防菌加工、撥水加工など様々な機能性を追求した新素材の開発に伴う製品の市場化により、衣生活の充実化とともに多様化が生じた。この様な衣服の多様化は、豊かさや便利さと同時に、各方面に影響を及ぼしている。その中で、家庭での洗濯やクリーニングなど、取り扱い方に関するトラブルの原因は、メーカーやクリーニング店など各業界からの他に消費者自体によるものが考えられる¹⁾。例えば、新合繊は感性素材であり、従来からのポリエステルのように、取り扱いやすいものばかりとは言えず、デリケートなものもあり、消費者にこれらの違いがわかりにくいことなどが問題になっている。

今後もさらにこれらの開発は加速化の傾向にあり、合理的な衣生活を行うためには、企業努力はもちろんのこと、我々が現在の豊かな繊維製品の機能を十分に生かし、正しく取り扱うことへの意識を持つことが重要である。

そこで本調査では、衣服購入時の取り扱い方への関心度、及び新しい衣服素材の認識度等の消費者の意識と現況を把握して問題解決の一助とすることを目的とする。

II 調査概要

1. 時期 1994年6月～7月
2. 対象 女子短期大学生生活文化学科生及びその母親。有効数 各150名
3. 方法 配票調査法
4. 調査の内容
 - (1) 属性
 - ・グループ分け

衣服の取り扱い方に関する調査研究

- ・年齢
 - ・洗濯の嗜好度
 - ・洗濯の実行度（学生のみ）
- (2) 衣服購入時の重視点における取り扱い方への関心度
- ・衣服購入時の重視点1位（外出着）
 - ・衣服購入時の重視点2位（外出着）
 - ・衣服購入時の重視点1位（普段着）
 - ・衣服購入時の重視点2位（普段着）
- (3) 衣服購入時の素材や取り扱い方に関する意識
- ・衣服購入時の素材や取り扱い方に関する販売員への質問の実施
 - ・衣服購入時の素材や取り扱い方に関する販売員の説明の有無
 - ・衣服購入時の素材や取り扱い方に関する販売員による説明の必要度
- (4) 品質表示「取り扱い絵表示」についての意識
- ・衣服購入時の品質表示「取り扱い絵表示」の確認度
 - ・品質表示「取り扱い絵表示」の理解度
- (5) 新素材の認識度及び所持率
- ・新合繊
 - ・撥水衣料
 - ・抗菌衣料
 - ・防炎衣料
 - ・感温変色衣料
 - ・吸汗性合繊衣料
 - ・UVカット衣料
 - ・新世代ウール
 - ・形状記憶衣料
 - ・テンセル
- (6) 新素材所持者の着用感及び取り扱い方
- ・種類
 - ・着用感
 - ・洗濯方法
 - ・クリーニング事故の有無
 - ・クリーニング事故の内容
 - ・クリーニング事故の処理方法
5. 集計に関する事項 パーソナルコンピューター、マッキントッシュLC575を使用し、度数分布、クロス分析による χ^2 検定を行った。

Ⅲ 結果および考察

1. 属性

学生と母親間の年齢による意識の違いや、学生層での洗濯の好き嫌い及び実行度、また、母親層においては職業の有無やその種類と洗濯の好き嫌い等と、衣服の取り扱い方への意識や新素材の認識度との間の関連性の有無を調べる為に学生は通学状況、年齢、洗濯の嗜好度や実行度、母親は職業の有無、年齢と洗濯の嗜好度を属性として次に示す。

(1) グループ分け

学生を①自宅通学と②下宿、母親を①専業主婦②内職③パートタイム④フルタイム常勤と分類した。その結果は表1-1、表1-2の通り学生は自宅通学が92.0%と大部分を占めており下宿生は8.0%となっている。

母親層では専業主婦が40.7%と最も多いがパートタイム34.0%、フルタイム常勤21.3%、内職4.0%、と何等かの職業をもっている人は59.3%と専業主婦を上回っている。

表1-1 グループ分け（学生）

グループ	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
自宅通学	138	92.0	138	92.0
下宿	12	8.0	150	100.0

表1-2 グループ分け（母親）

グループ	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
専業主婦	61	40.7	61	40.7
内職	6	4.0	67	44.7
パートタイム	51	34.0	118	78.7
フルタイム常勤	32	21.3	150	100.0

(2) 年齢

表2-1、表2-2に示すように学生は19歳が69.3%、20歳が30.7%であり、母親は本学学生の母親であるため、40歳代が84.0%と最も多く、50歳代以上を合計しても僅か16%であった。

さらに母親のグループ分けと年齢をクロス集計した結果、表2-3のように40歳代の専業主婦が30.7%に対して40歳代のパートタイム29.3%、同じくフルタイム常勤20.0%となっており、40歳代の有職主婦を合計すると53.3%と約半数を占めている。

表2-1 年齢（学生）

年齢	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
19歳	104	69.3	104	69.3
20歳	46	30.7	150	100.0

衣服の取り扱い方に関する調査研究

表 2 - 2 年齢 (母親)

年 齢	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
40 歳 代	126	84.0	126	84.0
50 歳 代	21	14.0	147	98.0
60 歳 代	2	1.3	149	99.3
70歳以上	1	0.7	150	100.0

表 2 - 3 グループ分×年齢 (母親)

年 齢	40 歳 代	50 歳 代	60 歳 代	70 歳 以上	T O T A L
グループ分け					
専業主婦	46	12	2	1	61
	75.41	19.67	3.28	1.64	
	36.51	57.14	100.00	100.00	
	30.67	8.00	1.33	0.67	40.67
内 職	6	0	0	0	6
	100.00	0.00	0.00	0.00	
	4.76	0.00	0.00	0.00	
	4.00	0.00	0.00	0.00	4.00
パートタイム	44	7	0	0	51
	86.27	13.73	0.00	0.00	
	34.92	33.33	0.00	0.00	
	29.33	4.67	0.00	0.00	34.00
フルタイム常勤	30	2	0	0	32
	93.75	6.25	0.00	0.00	
	23.81	9.52	0.00	0.00	
	20.00	1.33	0.00	0.00	21.33
TOTAL	126	21	2	1	150
	84.00	14.00	1.33	0.67	100.00

$$\chi^2=9.107 \quad df: 9 \quad n.s.$$

(3) 洗濯の嗜好度

学生層では、「洗濯が好き」6.0%、「どちらかといえば好き」46.7%に対して、「嫌い」6.0%、「どちらかといえば嫌い」41.3%と、洗濯の好き嫌いがほとんど同じ割合である。(表 3 - 1)

表 3 - 1 洗濯の嗜好度 (学生)

洗濯の嗜好度	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
好 き	9	6.0	9	6.0
どちらかといえば好き	70	46.7	79	52.7
どちらかといえば嫌い	62	41.3	141	94.0
嫌 い	9	6.0	150	100.0

母親層では、「洗濯が好き」36.7%、「どちらかといえば好き」50.0%に対して、「嫌い」0.7%、「どちらかといえば嫌い」12.6%と、学生層と比べて圧倒的に洗濯に好感をもっていると言える。(表 3 - 2)

尚、グループ分けとのクロス分析を行ったが有意差は認められなかった。（表3-3）

表3-2 洗濯の嗜好度（母親）

洗濯の嗜好度	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
好 き	55	36.7	55	36.7
どちらかといえば好き	75	50.0	130	86.7
どちらかといえば嫌い	19	12.6	149	99.3
嫌 い	1	0.7	150	100.0

表3-3 グループ分×洗濯の嗜好度（母親）

洗濯の嗜好度 グループ分け	好 き	どちら かとい えは 好 き	どちら かとい えは 嫌 い	嫌 い	T O T A L
専業主婦	21 34.43 38.18 14.00	32 52.46 42.67 21.33	8 13.11 42.11 5.33	0 0.00 0.00 0.00	61 40.67
内 職	2 33.33 3.64 1.33	2 33.33 2.67 1.33	2 33.33 10.53 1.33	0 0.00 0.00 0.00	6 4.00
パートタイム	18 35.29 32.73 12.00	27 52.94 36.00 18.00	5 9.80 26.32 3.33	1 1.96 100.00 0.67	51 34.00
フルタイム常勤	14 43.75 25.45 9.33	14 43.75 18.67 9.33	4 12.50 21.05 2.67	0 0.00 0.00 0.00	32 21.33
TOTAL	55 36.67	75 50.00	19 12.67	1 0.67	150 100.00

$$\chi^2=5.616 \quad df: 9 \quad n.s.$$

(4) 洗濯の実行度

表4の通り、「時々自分でする」62.0%と消極的な実行が大半を占め、「全部自分でする」8.7%、「ほとんど自分でする」4.0%など積極的な実行は僅か12.7%であった。しかも「全くしない」が25.3%と、洗濯がほとんど母親まかせである様子が伺える。

表4 洗濯の実行度（学生）

洗濯の実行度	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
全部自分でする	13	8.7	13	8.7
ほとんど自分でする	6	4.0	19	12.7
時々自分でする	93	62.0	112	74.7
全くしない	38	25.3	150	100.0

衣服の取り扱い方に関する調査研究

2. 衣服購入時の重視点における取り扱い方への関心度

衣服購入の決定要因として、複数の条件の中で上位2位までが積極的に影響するものと思われる。そこで、まず第一に重視する点を「1位」、次いで重視する点を「2位」とし、外出着と普段着の場合に分けて調査した結果は次の通りである。

(1) 外出着の場合

学生層では、1位で「デザイン」が78.7%と圧倒的に多く、他はどれもわずかであり、2位においては「価格」26.0%、「色柄」23.3%となっている。（表5-1、表5-2）

表5-1 衣料品購入時の重視点〔外出着〕第1位（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
デ ザ イ ン	118	78.7	118	78.7
素 材	7	4.6	125	83.3
メーカー名、ブランド	3	2.0	128	85.3
販 売 店	0	0.0	128	85.3
価 格	8	5.4	136	90.7
色 柄	2	1.3	138	92.0
サ イ ズ	9	6.0	147	98.0
取り扱い絵表示	1	0.7	148	98.7
着心地、着やすさ	2	1.3	150	100.0

表5-2 衣料品購入時の重視点〔外出着〕第2位（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
デ ザ イ ン	21	14.0	21	14.0
素 材	18	12.0	39	26.0
メーカー名、ブランド	11	7.3	50	33.3
販 売 店	1	0.7	51	34.0
価 格	39	26.0	90	60.0
色 柄	35	23.3	125	83.3
サ イ ズ	14	9.4	139	92.7
取り扱い絵表示	0	0.0	139	92.7
着心地、着やすさ	10	6.6	149	99.3
そ の 他	1	0.7	150	100.0

これらをクロス分析した結果、 χ^2 検定により、0.5%レベルで有意差が認められ、1位に「デザイン」を選んだ118人（78.7%）中、35人（23.3%）が2位に「価格」を選っており、気に入ったデザインのものを経済的に限られた中で選んでいるようである。（表5-3）

表 5 - 3 外出着 1 位×外出着 2 位（学生）

外出着 2 位	デザイン	素 材	メーカー名 ブランド	販売店	価 格	色 柄	サイズ	着心地 着やすさ	その他	T O T A L
外出着 1 位										
デ ザ イ ン	0	17	10	1	35	33	13	8	1	118
	0.00	14.41	8.47	0.85	29.66	27.97	11.02	6.78	0.85	
	0.00	94.44	90.91	100.00	89.74	94.29	92.86	80.00	100.00	
	0.00	11.33	6.67	0.67	23.33	22.00	8.67	5.33	0.67	78.67
素 材	3	0	0	0	3	0	0	1	0	7
	42.86	0.00	0.00	0.00	42.86	0.00	0.00	14.29	0.00	
	14.29	0.00	0.00	0.00	7.69	0.00	0.00	10.00	0.00	
	2.00	0.00	0.00	0.00	2.00	0.00	0.00	0.67	0.00	4.67
メーカー名 ブランド	3	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	14.29	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	2.00
価 格	5	0	0	0	0	2	1	0	0	8
	62.50	0.00	0.00	0.00	0.00	25.00	12.50	0.00	0.00	
	23.81	0.00	0.00	0.00	0.00	5.71	7.14	0.00	0.00	
	3.33	0.00	0.00	0.00	0.00	1.33	0.67	0.00	0.00	5.33
色 柄	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2
	50.00	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	4.76	0.00	0.00	0.00	2.56	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.67	0.00	0.00	0.00	0.67	0.00	0.00	0.00	0.00	1.33
サ イ ズ	7	0	1	0	0	0	0	1	0	9
	77.78	0.00	11.11	0.00	0.00	0.00	0.00	11.11	0.00	
	33.33	0.00	9.09	0.00	0.00	0.00	0.00	10.00	0.00	
	4.67	0.00	0.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.67	0.00	6.00
取 り 扱 い 絵 表 示	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	4.76	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.67
着 心 地 着 や す さ	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
	50.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	4.76	5.56	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.67	0.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.33
TOTAL	21	18	11	1	39	35	14	10	1	150
	14.00	12.00	7.33	0.67	26.00	23.33	9.33	6.67	0.67	100.00

$$\chi^2 = 113.419 \quad df : 72 \quad P < 0.005$$

外出着 1 位において「販売店」「その他」該当なし
 外出着 2 位において「取り扱い絵表示」該当なし

衣服の取り扱い方に関する調査研究

母親層では、表6-1、表6-2の通り1位で「デザイン」55.3%と過半数を占め外観性を重視しているものの、「素材」18.0%と学生層に比べると「素材」にも関心を示しており、職業の有無とこれらをクロス分析した結果、表6-3の通り χ^2 検定により1%レベルで有意差が認められ、パートタイム51人(34.0%)中、37人(24.7%)、フルタイム常勤32人(21.3%)中、17人(11.3%)、内職6人(4.0%)中、3人(2.0%)など有職主婦と専業主婦61人(40.7%)中、26人(17.3%)は1位で「デザイン」を重視しているが専業主婦17人(11.3%)は「素材」を1位で重視している。これは外出の機会の多い有職主婦が特に外観性を重視しているためであろう。2位では、「色柄」24.7%、次いで「価格」18.7%となっており、表6-4のように1位と2位の間には χ^2 検定により、0.5%レベルで有位差があり、「デザイン」を1位に選んだ83人(55.3%)中、28人(18.7%)は2位で「色柄」を選んでおり、学生層と比べて母親層では、外観性を重視しているようである。

表6-1 衣料品購入時の重視点〔外出着〕第1位(母親)

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
デ ザ イ ン	83	55.3	83	55.3
素 材	27	18.0	110	73.3
メーカー名、ブランド	1	0.7	111	74.0
販 売 店	1	0.7	112	74.7
価 格	7	4.6	119	79.3
色 柄	6	4.0	125	83.3
サ イ ズ	16	10.7	141	94.0
取り扱い絵表示	1	0.7	142	94.7
着心地、着やすさ	8	5.3	150	100.0

表6-2 衣料品購入時の重視点〔外出着〕第2位(母親)

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
デ ザ イ ン	27	18.0	27	18.0
素 材	22	14.7	49	32.7
メーカー名、ブランド	3	2.0	52	34.7
販 売 店	1	0.6	53	35.3
価 格	28	18.7	81	54.0
色 柄	37	24.7	118	78.7
サ イ ズ	16	10.6	134	89.3
取り扱い絵表示	2	1.4	136	90.7
着心地、着やすさ	14	9.3	150	100.0

表 6 - 3 グループ分け×外出着 1 位（母親）

衣類購入時の重視点 (外出着) 1位	デザイン	素 材	メーカー名 ブランド名	販売店	価 格	色 柄	サイズ	取り扱い 絵 表 示	着 心 地 着やすさ	T O T A L
グループ分け										
専 業 主 婦	26	17	0	0	3	4	4	1	6	61
	42.62	27.87	0.00	0.00	4.92	6.56	6.56	1.64	9.87	
	31.33	62.96	0.00	0.00	42.86	66.67	25.00	100.00	75.00	
	17.33	11.33	0.00	0.00	2.00	2.67	2.67	0.67	4.00	40.67
内 職	3	0	0	0	2	1	0	0	0	6
	50.00	0.00	0.00	0.00	33.33	16.67	0.00	0.00	0.00	
	3.61	0.00	0.00	0.00	28.57	16.67	0.00	0.00	0.00	
	2.00	0.00	0.00	0.00	1.33	0.67	0.00	0.00	0.00	4.00
パートタイム	37	4	0	1	1	1	7	0	0	51
	72.55	7.84	0.00	1.96	1.96	1.96	13.73	0.00	0.00	
	44.58	14.81	0.00	100.00	14.29	16.67	43.75	0.00	0.00	
	24.67	2.67	0.00	0.67	0.67	0.67	4.67	0.00	0.00	34.00
フルタイム常勤	17	6	1	0	1	0	5	0	2	32
	53.13	18.75	3.13	0.00	3.13	0.00	15.63	0.00	6.25	
	20.48	22.22	100.00	0.00	14.29	0.00	31.25	0.00	25.00	
	11.33	4.00	0.67	0.00	0.67	0.00	3.33	0.00	1.33	21.33
TOTAL	83	27	1	1	7	6	16	1	8	150
	55.33	18.00	0.67	0.67	4.67	4.00	10.67	0.67	5.33	100.00

$$\chi^2 = 43.924 \quad df : 24 \quad P < 0.01$$

衣服の取り扱い方に関する調査研究

表 6-4 外出着 1 位×外出着 2 位 (母親)

外出着 2 位	デザイン	素 材	メーカー名 ブランド名	販売店	価 格	色 柄	サイ ズ	取り扱い 絵 表 示	着 心 地 着やすさ	T O T A L
外出着 1 位										
デ ザ イ ン	0	18	0	1	15	28	9	2	10	83
	0.00	21.69	0.00	1.20	18.07	33.73	10.84	2.41	12.05	
	0.00	81.82	0.00	100.00	53.57	75.68	56.25	100.00	71.43	
	0.00	12.00	0.00	0.67	10.00	18.67	6.00	1.33	6.67	55.33
素 材	8	0	3	0	7	3	3	0	3	27
	29.63	0.00	11.11	0.00	25.93	11.11	11.11	0.00	11.11	
	29.63	0.00	100.00	0.00	25.00	8.11	18.75	0.00	21.43	
	5.33	0.00	2.00	0.00	4.67	2.00	2.00	0.00	2.00	18.00
メーカー名 ブランド	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	3.70	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.67
販 売 店	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	3.70	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.67	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.67
価 格	2	1	0	0	0	1	3	0	0	7
	28.57	14.29	0.00	0.00	0.00	14.29	42.86	0.00	0.00	
	7.41	4.55	0.00	0.00	0.00	2.70	18.75	0.00	0.00	
	1.33	0.67	0.00	0.00	0.00	0.67	2.00	0.00	0.00	4.67
色 柄	3	0	0	0	3	0	0	0	0	6
	50.00	0.00	0.00	0.00	50.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
	11.11	0.00	0.00	0.00	10.71	0.00	0.00	0.00	0.00	
	2.00	0.00	0.00	0.00	2.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.00
サイ ズ	7	2	0	0	3	4	0	0	0	16
	43.75	12.50	0.00	0.00	18.75	25.00	0.00	0.00	0.00	
	25.93	9.09	0.00	0.00	10.71	10.81	0.00	0.00	0.00	
	4.67	1.33	0.00	0.00	2.00	2.67	0.00	0.00	0.00	10.67
取 り 扱 い 絵 表 示	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	7.14	
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.67	0.67
着 心 地 着やすさ	5	1	0	0	0	1	1	0	0	8
	62.50	12.50	0.00	0.00	0.00	12.50	12.50	0.00	0.00	
	18.52	4.55	0.00	0.00	0.00	2.70	6.25	0.00	0.00	
	3.33	0.67	0.00	0.00	0.00	0.67	0.67	0.00	0.00	5.33
TOTAL	27	22	3	1	28	37	16	2	14	150
	18.00	14.67	2.00	0.67	18.67	24.67	10.67	1.33	9.33	100.00

 $\chi^2=105.170$ df: 64 P<0.005

(2) 普段着の場合

学生層では、表7-1～表7-3の通り、1位で「デザイン」46.0%と最も多いが、外出着より割合は減少しており、2位の「価格」が35.3%と増加している。クロス分析においては χ^2 検定により0.5%レベルで有意差が認められ、外出着の場合とほとんど同じく、1位で「デザイン」を選んだ69人（46.0%）中、33人（22.0%）は、2位で「価格」を選んでおり、学生は外出着と普段着の区別をあまり意識せずに着用している様子が伺える。

表7-1 衣料品購入時の重視点〔普段着〕第1位（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
デ ザ イ ン	69	46.0	69	46.0
素 材	15	10.0	84	56.0
メーカー名、ブランド	3	2.0	87	58.0
販 売 店	0	0.0	87	58.0
価 格	29	19.3	116	77.3
色 柄	6	4.0	122	81.3
サ イ ズ	9	6.0	131	87.3
取り扱い絵表示	1	0.7	132	88.0
着心地、着やすさ	18	12.0	150	100.0

表7-2 衣料品購入時の重視点〔普段着〕第2位（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
デ ザ イ ン	24	16.0	24	16.0
素 材	29	19.3	53	35.3
メーカー名、ブランド	1	0.7	54	36.0
販 売 店	0	0.0	54	36.0
価 格	53	35.3	107	71.3
色 柄	15	10.0	122	81.3
サ イ ズ	11	7.4	133	88.7
取り扱い絵表示	2	1.3	135	90.0
着心地、着やすさ	15	10.0	150	100.0

衣服の取り扱い方に関する調査研究

表 7-3 普段着 1 位×普段着 2 位 (学生)

普段着 2 位	デザイン	素 材	メーカー名 ブランド	価 格	色 柄	サイズ	取り扱い 絵 表 示	着 心 地 着やすさ	T O T A L
普段着 1 位									
デ ザ イ ン	0	12	1	33	13	7	0	3	69
	0.00	17.39	1.45	47.83	18.84	10.14	0.00	4.35	
	0.00	41.38	100.00	62.26	86.67	63.64	0.00	20.00	
	0.00	8.00	0.67	22.00	8.67	4.67	0.00	2.00	46.00
素 材	3	0	0	7	1	1	1	2	15
	20.00	0.00	0.00	46.67	6.67	6.67	6.67	13.33	
	12.50	0.00	0.00	13.21	6.67	9.09	50.00	13.33	
	2.00	0.00	0.00	4.67	0.67	0.67	0.67	1.33	10.00
メーカー名 ブランド	1	0	0	1	0	0	0	1	3
	33.33	0.00	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00	33.33	
	4.17	0.00	0.00	1.89	0.00	0.00	0.00	6.67	
	0.67	0.00	0.00	0.67	0.00	0.00	0.00	0.67	2.00
価 格	14	7	0	0	1	2	0	5	29
	48.28	24.14	0.00	0.00	3.45	6.90	0.00	17.24	
	58.33	24.14	0.00	0.00	6.67	18.18	0.00	33.33	
	9.33	4.67	0.00	0.00	0.67	1.33	0.00	3.33	19.33
色 柄	0	0	0	5	0	0	0	1	6
	0.00	0.00	0.00	83.33	0.00	0.00	0.00	16.67	
	0.00	0.00	0.00	9.43	0.00	0.00	0.00	6.67	
	0.00	0.00	0.00	3.33	0.00	0.00	0.00	0.67	4.00
サ イ ズ	5	2	0	0	0	0	0	2	9
	55.56	22.22	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	22.22	
	20.83	6.90	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	13.33	
	3.33	1.33	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.33	6.00
取 り 扱 い 絵 表 示	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	6.67	
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.67	0.67
着 心 地 着やすさ	1	8	0	7	0	1	1	0	18
	5.56	44.44	0.00	38.89	0.00	5.56	5.56	0.00	
	4.17	27.59	0.00	13.21	0.00	9.09	50.00	0.00	
	0.67	5.33	0.00	4.67	0.00	0.67	0.67	0.00	12.00
TOTAL	24	29	1	53	15	11	2	15	150
	16.00	19.33	0.67	35.33	10.00	7.33	1.33	10.00	100.00

$$\chi^2=112.473 \quad df: 64 \quad P<0.005$$

1 位、2 位とも「販売店」は該当なし

母親層では、1位に「素材」37.4%、2位が「価格」34.0%であり、これらをクロス分析した結果 χ^2 検定によりやや関連が見られ1位で「素材」を選んだ56人（37.3%）中、26人（17.3%）は、2位で「価格」を選んでおり外出着の場合と比べて重視点が大きく変化している。「着心地、着やすさ」にも関心を持つなど、母親層では、外出着は「外観性」、普段着は「機能性」や「経済性」を重視する等、明確に区別しているようである。（表8-1～表8-3）

表8-1 衣料品購入時の重視点〔普段着〕第1位（母親）

	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
デ ザ イ ン	35	23.3	35	23.3
素 材	56	37.4	91	60.7
メーカー名、ブランド	0	0.0	91	60.7
販 売 店	0	0.0	91	60.7
価 格	20	13.3	111	74.0
色 柄	3	2.0	114	76.0
サ イ ズ	17	11.3	131	87.3
取り扱い絵表示	4	2.7	135	90.0
着心地、着やすさ	15	10.0	150	100.0

表8-2 衣料品購入時の重視点〔普段着〕第2位（母親）

	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
デ ザ イ ン	24	16.0	24	16.0
素 材	25	16.7	49	32.7
メーカー名、ブランド	0	0.0	49	32.7
販 売 店	2	1.3	51	34.0
価 格	51	34.0	102	68.0
色 柄	13	8.7	115	76.7
サ イ ズ	7	4.6	122	81.3
取り扱い絵表示	6	4.0	128	85.3
着心地、着やすさ	22	14.7	150	100.0

衣服の取り扱い方に関する調査研究

表 8-3 普段着 1 位×普段着 2 位 (母親)

普段着 2 位	デザイン	素 材	販売店	価 格	色 柄	サイ ズ	取り扱い 絵 表 示	着 心 地 着やすさ	T O T A L
普段着 1 位									
デ ザ イ ン	0	9	0	14	3	2	3	4	35
	0.00	25.71	0.00	40.00	8.57	5.71	8.57	11.43	
	0.00	36.00	0.00	27.45	23.08	28.57	50.00	18.18	
	0.00	6.00	0.00	9.33	2.00	1.33	2.00	2.67	23.33
素 材	9	0	1	26	6	3	1	10	56
	16.07	0.00	1.79	46.43	10.71	5.36	1.79	17.86	
	37.50	0.00	50.00	50.98	46.15	42.86	16.67	45.45	
	6.00	0.00	0.67	17.33	4.00	2.00	0.67	6.67	37.33
価 格	7	5	1	0	2	1	1	3	20
	35.00	25.00	5.00	0.00	10.00	5.00	5.00	15.00	
	29.17	20.00	50.00	0.00	15.38	14.29	16.67	13.64	
	4.67	3.33	0.67	0.00	1.33	0.67	0.67	2.00	13.33
色 柄	1	1	0	1	0	0	0	0	3
	33.33	33.33	0.00	33.33	0.00	0.00	0.00	0.00	
	4.17	4.00	0.00	1.96	0.00	0.00	0.00	0.00	
	0.67	0.67	0.00	0.67	0.00	0.00	0.00	0.00	2.00
サ イ ズ	3	5	0	5	2	0	0	2	17
	17.65	29.41	0.00	29.41	11.76	0.00	0.00	11.76	
	12.50	20.00	0.00	9.80	15.38	0.00	0.00	9.09	
	2.00	3.33	0.00	3.33	1.33	0.00	0.00	1.33	11.33
取 り 扱 い 絵 表 示	0	0	0	1	0	0	0	3	4
	0.00	0.00	0.00	25.00	0.00	0.00	0.00	75.00	
	0.00	0.00	0.00	1.96	0.00	0.00	0.00	13.64	
	0.00	0.00	0.00	0.67	0.00	0.00	0.00	2.00	2.67
着 心 地 着やすさ	4	5	0	4	0	1	1	0	15
	26.67	33.33	0.00	26.67	0.00	6.67	6.67	0.00	
	16.67	20.00	0.00	7.84	0.00	14.29	16.67	0.00	
	2.67	3.33	0.00	2.67	0.00	0.67	0.67	0.00	10.00
TOTAL	24	25	2	51	13	7	6	22	150
	16.00	16.67	1.33	34.00	8.67	4.67	4.00	14.67	100.00

$$\chi^2=63.760 \quad df: 42 \quad P<0.025$$

1 位で「メーカー名、ブランド」、「販売店」は該当なし

2 位で「メーカー名、ブランド」は該当なし

以上の結果から、衣服購入時における重視点は「デザイン」、「色柄」、「価格」であり、「取り扱い方」に関しては外出着、普段着、又、学生層、母親層、すべてにおいて購入決定への積極的な要因にはなっていないようである。

本調査においては消費者が衣服を購入する際の、購入決定の積極的な要因の傾向を知るために、詳しい用途別の質問項目は設定せず感性的な意識として「取り扱い方」を含めて調査したが、（表9）「ウェア購入時の重視項目の調査」²⁾においてもよく似た傾向を表している。

表9 購入時の重視項目 高低ベスト5

ウェア別		A「重視する」	C「あまり重視しない」
フォーマルウェア		①デザインがよい ②色がよい ③サイズがよく合っている ④柄がよい	洗濯機で洗える 販売員から勧められた 手洗いができる ファッション誌などで見た
タウン・カジュアルウェア	観劇・ショッピング	⑤素材がよい ①デザインがよい ②色がよい ③柄がよい ④サイズがよく合っている ⑤着易く、動き易いデザイン	販売員から勧められた 洗濯機で洗える ファッション誌などで見た 有名メーカー、ブランドである 静電気が起きない 今、流行している
	通勤	①色がよい ②デザインがよい ③サイズがよく合っている ④柄がよい ⑤着易く、動き易いデザイン	販売員から勧められた ファッション誌などで見た 有名メーカー、ブランドである 静電気が起きない 今、流行している
	旅行・リゾート	①色がよい ②デザインがよい ③着易く、動き易いデザイン ④柄がよい ⑤感性がある	販売員から勧められた 有名メーカー、ブランドである ファッション誌などで見た 今、流行している 静電気が起きない
	ホームウェア	①着易く、動き易いデザイン ②洗濯機で洗える ③色がよい ④手触り、肌触りがよい ⑤買いやすい値段である	販売員から勧められた 有名メーカー、ブランドである ファッション誌などで見た 今、流行している ボタンなど付属がよい

3. 衣服購入時の素材や取り扱い方に関する意識

複雑化するアパレル環境の中で、アパレルメーカーから消費者への商品情報の伝達経路として販売店や販売員の商品知識が求められている。一方、消費者が多様な商品の中から購入を決定する際、前に述べた様に「取り扱い方」に対しては、衣服購入の積極的な決定要因にはなっていないようであるが、販売員によるアドバイスや説明が、購入決定をある程度左右することが予想される。そこで、衣服購入の際に「取り扱い方」に関して、販売員に質問をしているか、また、販売店や販売員の側からの説明をどのような場合にどの程度受けており、必要を感じているかを調査した結果を次の通り報告する。

衣服の取り扱い方に関する調査研究

(1) 衣服購入時の素材や取り扱い方に関する販売員への質問の実施

学生層では、表10-1の通り「いつもする」は0.7%と極少数であり、「品物によってする」が48.7%と約半数を占め、「店によってする」5.3%など、何らかの形で質問をしている人を合計すると58.7%であり、「全くしない」41.3%を少し上回っているが、約半数が全く質問をしていないようである。尚、「洗濯の嗜好度」とのクロス分析の結果有意差は認められなかった。

表10-1 衣料品購入時の販売員への質問の実施（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
い つ も す る	1	0.7	1	0.7
店によってする	8	5.3	9	6.0
価格によってする	6	4.0	15	10.0
品物によってする	73	48.7	88	58.7
し な い	62	41.3	150	100.0

母親層では、表10-2の通り「品物によってする」63.3%、その他何らかの形で質問をしている人が75.3%に対して「全くしない」24.0%と学生層に比べると積極的に質問を実施しているようである。尚、「グループ分け」とのクロス分析においては有意差はなく関連性はみられなかった。

表10-2 衣料品購入時の販売員への質問の実施（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
い つ も す る	6	4.0	6	4.0
店によってする	8	5.3	14	9.3
価格によってする	4	2.7	18	12.0
品物によってする	95	63.3	113	75.3
し な い	36	24.0	149	99.3
そ の 他	1	0.7	150	100.0

(2) 衣服購入時の素材や取り扱い方に関する販売員の説明の有無

学生層では、「品物によってある」34.7%、「店によってある」29.4%など、何らかの形で68.0%が説明をうけているが、「全く説明をうけていない」も31.3%ある。（表11-1）

表11-1 衣料品購入時の販売員の説明の有無（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
い つ も あ る	2	1.3	2	1.3
店によってある	44	29.4	46	30.7
価格によってある	4	2.6	50	33.3
品物によってある	52	34.7	102	68.0
な い	47	31.3	149	99.3
そ の 他	1	0.7	150	100.0

母親層では、「店によってある」40.0%、次いで「品物によってある」28.0%など72.7%が何らかの場合に説明をうけており、「全く説明をうけていない」27.3%と学生層との差はあまりないようである。（表11-2）

表11-2 衣料品購入時の販売員の説明の有無（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
い つ も あ る	3	2.0	3	2.0
店によってある	60	40.0	63	42.0
価格によってある	4	2.7	67	44.7
品物によってある	42	28.0	109	72.7
な い	41	27.3	150	100.0

(3) 衣服購入時の素材や取り扱い方に関する説明の必要度

学生層では、「品物によって必要」76.0%や「いつも必要」17.3%など、「全く必要ない」0.7%を除いて99.3%が何らかの形で必要と感じており、前述の「質問の実施」が58.7%であることと合わせれば、「説明はしてほしい」が「自分から質問はしにくい」ようである。（表12-1）

表12-1 衣料品購入時の販売員の説明の必要度（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
い つ も 必 要	26	17.3	26	17.3
店によって必要	4	2.7	30	20.0
価格によって必要	5	3.3	35	23.3
品物によって必要	114	76.0	149	99.3
必 要 な い	1	0.7	150	100.0

母親層の場合、「品物によって必要」80.6%、その他何らかの形で必要と感じているのは95.3%であるが、「いつも必要」が10.0%と学生より少なく、また、「全く必要ない」は4.7%と多くなっていることから、母親の方が知識や経験が多いため学生層より必要性を感じていない部分もあるようである。（表12-2）

表12-2 衣料品購入時の販売員の説明の必要度（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
い つ も 必 要	15	10.0	15	10.0
店によって必要	3	2.0	18	12.0
価格によって必要	4	2.7	22	14.7
品物によって必要	121	80.6	143	95.3
必 要 な い	7	4.7	150	100.0

以上の結果、学生層では、自分から何らかの形で「質問をする」と「質問をしない」が半々であり、「品物」や「店」によって販売員からの説明を受けているが、ほぼ全員が「販売員による説明が必要」と考えている。

また、母親層では、「自分からの質問」は学生層より多くが行っており、「販売員の説

衣服の取り扱い方に関する調査研究

明」は学生層と同じく「品物」や「店」によって受けているが、販売員側からの説明の必要度は学生層よりやや低くなっている。

4. 品質表示「取り扱い絵表示」についての意識

アパレルメーカーから消費者への商品情報を伝達する唯一の直接的な方法として、品質表示「取り扱い絵表示」が上げられ、消費者が、まず「見る」ということと、「理解している」ということが必要不可欠な条件であるが、調査によれば関心が薄く、理解度も低いとの報告がある。本調査においては、これらの表示に対する意識や理解度、及び属性との関連性を調査した。

(1) 品質表示「取り扱い絵表示」の確認度

学生層では、「時々見る」62.0%と過半数を占め、次いで「見ない」24.0%で、「必ず見る」は14.0%と最も少なくなっているが、母親層では、「必ず見る」49.3%と約半数を占め、「時々見る」が40.7%で、「見ない」はわずか10.0%であった。学生層、母親層各々の属性とのクロス分析の結果、関連性は見られなかったが、学生層は積極的に見ていないのに対して、母親層では積極的に見ており、年代によって大きく差があった。（表13-1 表13-2）

表13-1 取扱い絵表示の確認度（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
必 ず 見 る	21	14.0	21	14.0
時 々 見 る	93	62.0	114	76.0
見 な い	36	24.0	150	100.0

表13-2 衣料品購入時の取扱い絵表示の確認度（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
必 ず 見 る	74	49.3	74	49.3
時 々 見 る	61	40.7	135	90.0
見 な い	15	10.0	150	100.0

(2) 品質表示「取り扱い絵表示」の理解度

学生層においては、「わかりにくい」49.3%と約半数を占め、「理解している」40.0%、「わからない」は10.7%であった。（表14-1）尚、「洗濯の実行度」とのクロス分析の結果、有為差は認められなかった。

表14-1 取扱い絵表示の理解度（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
理解している	60	40.0	60	40.0
わかりにくい	74	49.3	134	89.3
わからない	16	10.7	150	100.0

母親層では、「理解している」60.0%と最も多く、学生層より理解度が20.0%も高くなっている。（表14-2）

表14-2 取扱い絵表示の理解度（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
理解している	90	60.0	90	60.0
わかりにくい	47	31.3	137	91.3
わからない	13	8.7	150	100.0

以上の結果から、品質表示「取り扱い絵表示」は洗濯の機会の多い母親層において、確認や自己判断ではあるが理解がされているようであり、学生層においては、関心が低い傾向にある。尚、取り扱い絵表示は、繊維の種類と性質に合わせて（JIS）LO127「繊維製品の取り扱いに関する表示記号」を項目別を選んで組み合わせて作られているが、前述の調査で、消費者側は「信用出来ない」、³⁾「無関心」、「教育の不徹底」などや「不要な表示」、「わかりにくい」などを指摘しており、今後表示責任者である製造者の重要な業務として、不特定多数の消費者に対して、より正確にわかりやすく表示する事が重要であると思われる。⁴⁾また、消費者も積極的に関心を持って役立てると共に、販売店においてもファッション性のPRのみでなく、製造者と消費者の中間地点におけるメッセンジャーとして機能してほしいものである。

5. 新素材の認識度および所持率

素材の多様化はますます盛んで、表15-1⁵⁾のように天然繊維の品質改良加工、機能性の付加や今までにない新しい合成繊維、複合繊維など、簡単に認識できないほどに出回っており、種々の問題点も論じられている。これらは、開発素材メーカーによって製法や俗称も異なり統一されておらず、取り扱い方にもあまりふれない傾向にあり、メーカー側は一般消費者に対して専門的に詳しく表示するとかえって敬遠されようと考えているようである。⁶⁾また、同じ素材であっても加工、縫製、仕上げの各段階における品質差も指摘されている。この様な状況の中で、最近話題になった10種類の素材に対して所持率や認識度を調査した結果を表15-2-a～表15-3-jの通り報告する。「持っている」と「持っていないが知っている」を認識者、「聞いたことはある」と「知らない」を非認識者とした。尚、「知らないで持っている」人もいると予想されるが「知らない」訳であり非認識に含む。

(1) 認識度

認識度は、学生層で「形状記憶衣料」59.3%、次いで「UVカット衣料」52.7%と高く、逆に「テニセル」が12.0%と最も低く、その他「新合繊」20.0%、「新世代ウール」22.0%などが低くなっている。母親層では、「撥水衣料」72.7%、次いで「形状記憶衣料」63.3%と高く、低いのは「新世代ウール」18.7%、「テニセル」22.7%などであるが、学生層より全体的に認識度は高くなっている。「全く知らない」が多かったのは、学生層で

衣服の取り扱い方に関する調査研究

は、「テッセル」73.3%、母親層では、「新世代ウール」64.7%、「テッセル」64.0%で、「全く知らない」が少なかったのは学生、母親共に「撥水衣料」で、学生20.0%、母親11.3%であった。

(2) 所持率

学生層では、「吸汗性合織衣料」が18.7%、次いで「撥水衣料」9.3%と所持率は高いが、「形状記憶衣料」、「防炎衣料」各0.7%「テッセル」1.3%など所持率の低いものが大半である。

母親層では、「撥水衣料」24.0%、「抗菌衣料」18.7%、「吸汗性合織衣料」17.4%「新合織」17.3%などが高いが、「防炎衣料」6.0%、「新世代ウール」5.3%などは学生層と同じく低い結果となっている。

また、素材を軸に見ると、「形状記憶衣料」は認識度が高いにもかかわらず学生層、母親層共に所持率が低くなっており、女性向きの衣料への適用に一足遅れたためと考えられる。「UVカット衣料」も共に認識度は高いが所持率は低い。

「防炎衣料」、「抗菌衣料」、「撥水衣料」、「テッセル」、「新合織」などは認識度、所持率共に母親層が学生層より高くなっている。「感温変色衣料」、「新世代ウール」は、認識度は学生層が僅かに高く、所持率は母親層の方が若干高い。

表15-1 機能性を付与する手段

項目	工程	原綿・紡糸	紡績糸・フィラメント	織・編	布帛加工
感覚特性	風合い	差別化天然繊維 異形断面 極細デニール コニンジュゲート	多層複合構造 多形異縮混織 ムラの発見	織・編構造	減量加工 風合加工 ワッシャー処理 起毛
	審美性	化学改質 共重合・ブレンド 異形断面	ミクロクレーター	織・編構造	表面加工・プラズマ ホトクロミック・サーモクロミック
温熱生理特性	保温性	差別化天然繊維 中空・多孔工異形断面 極細デニール 蓄熱セラミック練込み	捲縮・バルキー	嵩高組織 多層構造	起毛 金属加工 蓄熱コーティング
	清涼感	遮熱セラミック練込み	多層複合構造	表面変化組織	熱線反射コーティング
	吸湿性	天然繊維 親水ポリマー	天然繊維複合 グラフト	天然繊維複合	吸湿加工 グラフト
	吸汗性	天然繊維 異形断面 中空・多孔工異形断面	天然繊維複合 異形断面集合 多層構造糸	天然繊維複合 多層構造	表面改質加工 プラズマ
	はっ水・防水 透湿	極細繊維 捲縮	捲縮	高密度織編物	コーティング・ラミネート はっ水加工
	強力 ストレッチ	ゲル紡・液晶紡糸 弾性ポリマー コニンジュゲート	スーパー繊維混紡 スパンデックス混用 捲縮	複合組織 織編組織	表面加工 ストレッチ加工
安全衛生特性	抗菌・消臭	抗菌消臭剤練込み			抗菌消臭加工
	皮膚刺激	天然繊維・細デニール 紫外線遮蔽	多層構造糸	織編組織 多層構造	減量加工・UV遮蔽 保湿加工・PHバランス
	防汚性	改質・練込み			防汚加工（親水・制電）
	制電性	導電繊維	混紡・コーティング	制電糸複合	制電加工
	難燃性	耐熱難燃繊維	混紡		防炎難燃加工
環境保全	環境分解性	光・微生物分解性 ポリマー			

表15-2-a 新合織の認識度（学生）

新 合 織	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	9	6.0	9	6.0
持っていないが知っている	21	14.0	30	20.0
聞いたことはある	47	31.3	77	51.3
知 ら な い	73	48.7	150	100.0

表15-2-b 撥水衣料の認識度（学生）

撥 水 衣 料	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	14	9.3	14	9.3
持っていないが知っている	52	34.7	66	44.0
聞いたことはある	54	36.0	120	80.0
知 ら な い	30	20.0	150	100.0

表15-2-c 抗菌衣料の認識度（学生）

抗 菌 衣 料	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	5	3.3	5	3.3
持っていないが知っている	35	23.4	40	26.7
聞いたことはある	40	26.6	80	53.3
知 ら な い	70	46.7	150	100.0

表15-2-d 防災衣料の認識度（学生）

防 災 衣 料	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	1	0.7	1	0.7
持っていないが知っている	45	30.0	46	30.7
聞いたことはある	48	32.0	94	62.7
知 ら な い	56	37.3	150	100.0

表15-2-e 感温変色衣料の認識度（学生）

感 温 変 色 衣 料	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	10	6.7	10	6.7
持っていないが知っている	40	26.6	50	33.3
聞いたことはある	39	26.0	89	59.3
知 ら な い	61	40.7	150	100.0

表15-2-f 吸汗性合織の認識度（学生）

吸 汗 性 合 織	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	28	18.7	28	18.7
持っていないが知っている	33	22.0	61	40.7
聞いたことはある	50	33.3	111	74.0
知 ら な い	39	26.0	150	100.0

衣服の取り扱い方に関する調査研究

表15-2-g UVカット衣料の認識度(学生)

UVカット衣料	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持っている	9	6.0	9	6.0
持っていないが知っている	70	46.7	79	52.7
聞いたことはある	36	24.0	115	76.7
知らない	35	23.3	150	100.0

表15-2-h 新世代ウールの認識度(学生)

新世代ウール	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持っている	5	3.3	5	3.3
持っていないが知っている	28	18.7	33	22.0
聞いたことはある	44	29.3	77	51.3
知らない	73	48.7	150	100.0

表15-2-i 形状記憶衣料の認識度(学生)

形状記憶衣料	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持っている	1	0.7	1	0.7
持っていないが知っている	88	58.6	89	59.3
聞いたことはある	23	15.4	112	74.7
知らない	38	25.3	150	100.0

表15-2-j テンセルの認識度(学生)

テンセル	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持っている	2	1.3	2	1.3
持っていないが知っている	16	10.7	18	12.0
聞いたことはある	22	14.7	40	26.7
知らない	110	73.3	150	100.0

表15-3-a 新合繊の認識度(母親)

新合繊	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持っている	26	17.3	26	17.3
持っていないが知っている	36	24.0	62	41.3
聞いたことはある	35	23.4	97	64.7
知らない	53	35.3	150	100.0

表15-3-b 撥水衣料の認識度(母親)

撥水衣料	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持っている	36	24.0	36	24.0
持っていないが知っている	73	48.7	109	72.7
聞いたことはある	24	16.0	133	88.7
知らない	17	11.3	150	100.0

表15-3-c 抗菌衣料の認識度（母親）

抗 菌 衣 料	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	28	18.7	28	18.7
持っていないが知っている	51	34.0	79	52.7
聞いたことはある	37	24.6	116	77.3
知 ら な い	34	22.7	150	100.0

表15-3-d 防災衣料の認識度（母親）

防 災 衣 料	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	9	6.0	9	6.0
持っていないが知っている	81	54.0	90	60.0
聞いたことはある	37	24.7	127	84.7
知 ら な い	23	15.3	150	100.0

表15-3-e 感温変色衣料の認識度（母親）

感 温 変 色 衣 料	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	11	7.3	11	7.3
持っていないが知っている	33	22.0	44	29.3
聞いたことはある	36	24.0	80	53.3
知 ら な い	70	46.7	150	100.0

表15-3-f 吸汗性合繊の認識度（母親）

吸 汗 性 合 繊	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	26	17.4	26	17.4
持っていないが知っている	38	25.3	64	42.7
聞いたことはある	38	25.3	102	68.0
知 ら な い	48	32.0	150	100.0

表15-3-g UVカット衣料の認識度（母親）

UVカット衣料	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	16	10.7	16	10.7
持っていないが知っている	63	42.0	79	52.7
聞いたことはある	38	25.3	117	78.0
知 ら な い	33	22.0	150	100.0

表15-3-h 新世代ウールの認識度（母親）

新 世 代 ウ ー ル	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持 っ て い る	8	5.3	8	5.3
持っていないが知っている	20	13.4	28	18.7
聞いたことはある	25	16.6	53	35.3
知 ら な い	97	64.7	150	100.0

衣服の取り扱い方に関する調査研究

表15-3-i 形状記憶衣料の認識度（母親）

形状記憶衣料	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持っている	14	9.3	14	9.3
持っていないが知っている	81	54.0	95	63.3
聞いたことはある	23	15.4	118	78.7
知らない	32	21.3	150	100.0

表15-3-j テンセルの認識度（母親）

テンセル	度数(人)	頻度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
持っている	13	8.7	13	8.7
持っていないが知っている	21	14.0	34	22.7
聞いたことはある	20	13.3	54	36.0
知らない	96	64.0	150	100.0

以上のように、新しい素材の認識度や所持率は、母親層のほうが学生層より全体的に高くなっている。尚、学生の「洗濯の嗜好度」や「洗濯の実行度」及び母親層の「グループ分け」や「洗濯の嗜好度」などと各々の新素材の「認識度」とのクロス分析を行ったが関連性は認められなかった。

6. 新素材の着用感や取り扱い方について

今回調査した新素材の中で、話題性があり洗濯の頻度が高く、一般的な衣料品に適した「新合繊」、「形状記憶衣料」、「テンセル」について所持者の着用感や洗濯の実態などを調査した結果を報告する。

(1) 新合繊

表16-1-a～表16-2-gのように、種類は「ピーチスキン」（11名）、「ニューシルクタイプ」（13名）が多く、着用感は「とても満足」（4名）と「まあまあ満足」（25名）が大部分を占めている。洗濯は、「クリーニングに出す」（19名）が多いが「家で洗う」（13名）もあり、クリーニング事故は少数で「色落ち」（3名）、「アイロン跡」（3名）などが「家で洗った」と「クリーニング店に出した」とで約同数であった。

「新合繊」は「新」と言っても特別新しい繊維ではなく、表示は「ポリエステル」であり、従来のポリエステルに様々な改良を加え、図1のような新しい質感や風合いを持たせたもので数年前から登場した。⁷⁾⁸⁾（表16-3）各繊維メーカーが競って独自のハイテク技術を駆使し、次々と開発し、その種類は非常に多く様々な表情をしていて、「ポリエステル」の表示を見ても新合繊かどうかは分かりにくく、「取り扱いやすい」ものから「デリケート」なものまで千差万別である。⁹⁾¹⁰⁾（表16-4）

合繊メーカーはアパレルメーカーには裁断、縫製、仕上げ等の注意情報を流してトラブルの解消に努めているが、消費者には「新合繊」ではなく「ポリエステル」としてのみPRしており、図2の調査や今回の調査でも「知らずに持っている」人が多いと思われ、取

り扱いは「絵表示」通りに行って欲しいとしているだけの消極的な対応が、メーカーにおいては今や成熟期に入り定着しているにもかかわらず消費者の認識度が低い原因ではないだろうか。

表16-1-a 新合繊維の種類（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
ワ ン ピ ー ス	0	0.0	0	0.0
ワ イ シ ャ ッ	0	0.0	0	0.0
ブ ラ ウ ス	4	50.0	4	50.0
スカート、パンツ	1	12.5	5	62.5
ズ ボ ン	1	12.5	6	75.0
背 広 上 下	0	0.0	6	75.0
婦 人 ス ー ツ	1	12.5	7	87.5
下 着 、 肌 着	0	0.0	7	87.5
そ の 他	1	12.5	8	100.0

表16-1-b 新合繊維の素材（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
ピーチスキン調	3	37.5	3	37.5
ニュー梳毛調	0	0.0	3	37.5
ニューシルクタイプ	1	12.5	4	50.0
レ ー ヨ ン 調	1	12.5	5	62.5
わ か ら な い	3	37.5	8	100.0

表16-1-c 新合繊維の着用後の感想（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
とても満足している	0	0.0	0	0.0
まあまあ満足している	7	87.5	7	87.5
あまり満足していない	1	12.5	8	100.0
満足していない	0	0.0	8	100.0

表16-1-d 新合繊維の洗濯方法（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
クリーニングに出す	5	62.5	5	62.5
家で手洗いする	1	12.5	6	75.0
家で洗濯機洗いする	2	25.0	8	100.0

衣服の取り扱い方に関する調査研究

表16-1-e 新合繊のクリーニング事故の有無（学生）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
クリーニング店に出して事故があった	0	0.0	0	0.0
家で洗濯して事故があった	0	0.0	0	0.0
クリーニング店と家庭洗濯とどちらもあった	0	0.0	0	0.0
ない	8	100.0	8	100.0

表16-2-a 新合繊の種類（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
ワンピース	2	5.7	2	5.7
ワイシャツ	0	0.0	2	5.7
ブラウス	13	37.1	15	42.8
スカート、パンツ	13	37.1	28	79.9
ズボン	1	2.9	29	82.8
背広上下	0	0.0	29	82.8
婦人スーツ	2	5.7	31	88.5
下着、肌着	2	5.7	33	94.2
その他	2	5.7	35	100.0

表16-2-b 新合繊の素材（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
ピーチスキン調	8	25.8	8	25.8
ニュー梳毛調	2	6.5	10	32.3
ニューシルクタイプ	12	38.7	22	71.0
レーヨン調	8	25.8	30	96.8
わからない	1	3.2	31	100.0

表16-2-c 新合繊の着用後の感想（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
とても満足している	4	14.8	4	14.8
まあまあ満足している	18	66.7	22	81.5
あまり満足していない	4	14.8	26	96.3
満足していない	1	3.7	27	100.0

表16-2-d 新合繊の洗濯方法（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
クリーニングに出す	14	51.9	14	51.9
家で手洗いする	12	44.4	26	96.3
家で洗濯機洗いする	0	0.0	26	96.3
その他	1	3.7	27	100.0

表16-2-e 新合繊のクリーニング事故の有無（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
クリーニング店に出して事故があった	3	11.5	3	11.5
家で洗濯して事故があった	1	3.9	4	15.4
クリーニング店と家庭洗濯とどちらもあった	2	7.7	6	23.1
ない	20	76.9	26	100.0

表16-2-f 新合繊のクリーニング事故の内容（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
紛失	1	8.3	1	8.3
破損	0	0.0	1	8.3
色落ち又は変色	3	25.0	4	33.3
しみ	2	16.7	6	50.0
のびた	0	0.0	6	50.0
縮んだ	2	16.7	8	66.7
生地が悪くなった	1	8.3	9	75.0
毛玉、毛羽立ち	0	0.0	9	75.0
アイロンの跡形がついている	3	25.0	12	100.0

表16-2-g 新合繊のクリーニング事故の処理方法（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
クリーニング店で倍償してもらった	0	0.0	0	0.0
今後のために店に注意した	3	37.5	3	37.5
クリーニング店で洗い直し又は修理してもらった	2	25.0	5	62.5
自分で回復させた	1	12.5	6	75.0
消費者センターなどの苦情相談窓口を利用した	0	0.0	6	75.0
あきらめて何もしなかった	2	25.0	8	100.0
その他	0	0.0	8	100.0

表16-3 新合繊商品コンセプト別主要技術

区 別	工 程	主要技術	ニューシルキー	薄起毛	ドライ	ニュー梳毛
原 糸	ポリマ	高収縮	◎	○	○	○
		微粒子添加			◎	○
		内部粒子	○			
		超異形	◎		◎	
		超異織度	○			
		多成分複合	◎	○	○	
	紡 糸	直紡		◎		○
		極細海島		◎		
		分割		◎		
		高速紡糸	○	○		○
		ムラ延伸			◎	○
		異収縮混織	◎	○		○
		自発伸長糸	◎			○
		異織度		○	○	○
糸加工	複合加工	異断面			○	
		仮燃加工				◎
		ループ加工				◎
		空気交絡加工				◎
染色加工		強撚	○	○	○	◎
		収縮加工	○	○	○	○
		低張力加工	◎	○	○	
		シワ加工	○	○	○	
		減量加工	○	○	○	
		深色加工				◎

衣服の取り扱い方に関する調査研究

表16-4 新合繊と従来のポリエステルとの違い

項 目	新合繊（ポリエステル）	従来のポリエステル
強 度	やや弱いものがある	強い
しわの よりやすさ	手洗いやドライクリーニングでしわがよるものもある。しかし、アイロン仕上げで直る	しわになりにくい
染色の丈夫さ	水でシミのできるものがある。 手洗いやドライクリーニングを繰り返すと、やや色あせするものがある	水などに比較的強い

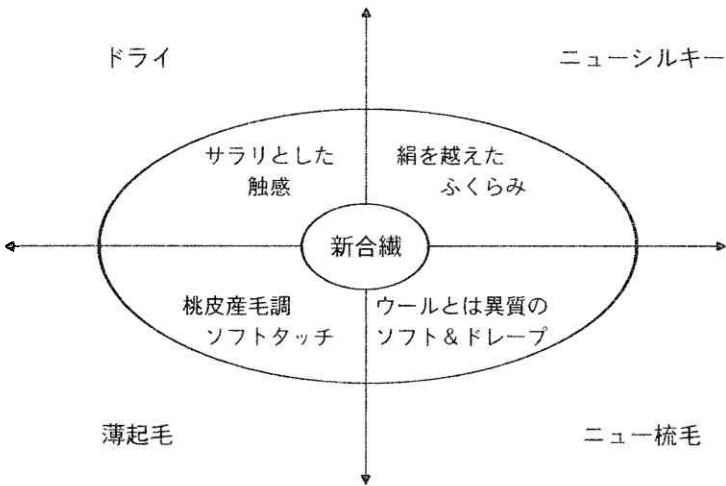


図1 新合繊の開発コンセプト

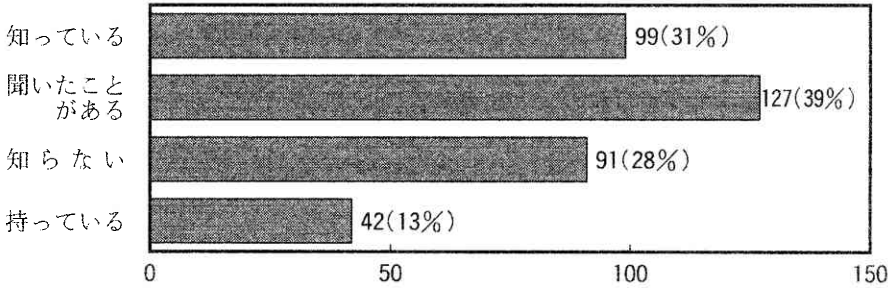


図2 新合繊をご存知ですか

(2) 形状記憶衣料

表17-1-a～表17-2-eのように、学生に所持者はなく、母親層においては着用感
は「満足」（14名）しており、「家庭洗濯」（12名）中心でクリーニング事故は全く見ら
れなかった。

表17-2-a 形状記憶衣料品の種類（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
ワ イ シ ャ ツ	13	76.5	13	76.5
ポ ロ シ ャ ツ	0	0.0	13	76.5
下 着	4	23.5	17	100.0

表17-2-b 形状記憶衣料品の素材（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
綿	5	31.3	5	31.3
綿とポリエステル の混紡	11	68.8	16	100.0
絹	0	0.0	16	100.0

表17-2-c 形状記憶衣料品の着用後の感想（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
とても満足している	1	6.7	1	6.7
まあまあ満足している	13	86.7	14	93.4
あまり満足していない	1	6.7	15	100.0
満足していない	0	0.0	15	100.0

表17-2-d 形状記憶衣料品の洗濯方法（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
クリーニングに出す	3	20.0	3	20.0
家で手洗いする	7	46.7	10	66.7
家で洗濯機洗いする	5	33.3	15	100.0

表17-2-e 形状記憶衣料品のクリーニング事故の有無（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
な い	15	100.0	15	100.0

テレビや新聞で「形状記憶シャツ」という言葉を耳にして以来“ノーアイロン”“早く乾く”“縮まず型崩れしない”など、理想的な商品としてワイシャツ業界が大きく売り上げをのばしたという記事が盛んに報道されたこと等が認識度の高い原因と思われるが、以後その性能について、消費者や各方面の評価が論じられ、加工法の違いや縫製など、製品としての品質差による取り扱い方に対する問題点も指摘されており、現在では「形状記憶」¹¹⁾「形態安定」¹²⁾¹³⁾「形状保持」など名称が複雑化している。また、加工法は異なるが絹やウールなど素材の種類も広がり、シャツやブラウスに加えて紳士服、婦人服全般や浴衣、パジャマなど用途も多様化されつつあり、今後はメリットだけでなくデメリットも踏まえた正しい情報の授受も必要ではないだろうか。

(3) テンセル

表18-1-a～表18-2-fのように、学生の所持者は2名のみで他の新素材同様若者にはあまり好まれていないようである。種類は、「スカート、パンツ」（6名）、「ブラウス」（4名）など、着用感は「まあまあ満足」（10名）しており、洗濯は「クリーニング店」（7名）と「家で洗った」（4名）が半々で、クリーニング事故（2名）は僅かである。

衣服の取り扱い方に関する調査研究

表18-1-a テンセルの種類 (学生)

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
スカート、パンツ	1	50.0	1	50.0
婦 人 ス ー ツ	1	50.0	2	100.0

表18-1-b テンセルの着用後の感想 (学生)

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
とても満足している	1	50.0	1	50.0
まあまあ満足している	1	50.0	2	100.0
あまり満足していない	0	0.0	2	100.0
満足していない	0	0.0	2	100.0

表18-1-c テンセルの洗濯方法 (学生)

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
クリーニングにだす	0	0.0	0	0.0
家で手洗いする	0	0.0	0	0.0
家で洗濯機洗いする	2	100.0	2	100.0

表18-1-d テンセルのクリーニング事故の有無 (学生)

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
家で洗濯して事故にあった	1	50.0	1	50.0
ない	1	50.0	2	100.0

表18-1-e テンセルのクリーニング事故の内容 (学生)

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
縮 ん だ	1	100.0	1	100.0

表18-1-f テンセルのクリーニング事故の処理方法 (学生)

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
あきらめて何もしなかった	1	100.0	1	100.0

表18-2-a テンセルの種類 (母親)

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
ワ ン ピ ー ス	1	7.1	1	7.1
ブ ラ ウ ス	4	28.6	5	35.7
スカート、パンツ	5	35.7	10	71.4
婦 人 ス ー ツ	2	14.3	12	85.7
そ の 他	2	14.3	14	100.0

表18-2-b テンセルの着用後の感想（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
とても満足している	3	23.1	3	23.1
まあまあ満足している	9	69.3	12	92.3
あまり満足していない	1	7.6	13	100.0
満足していない	0	0.0	13	100.0

表18-2-c テンセルの洗濯方法（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
クリーニングに出す	7	53.9	7	53.9
家で手洗いする	4	30.8	11	84.6
家で洗濯機洗いする	2	15.4	13	100.0

表18-2-d テンセルのクリーニング事故の有無（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
クリーニング店に出して事故にあった	1	7.7	1	7.7
家で洗濯して事故があった	0	0.0	1	7.7
クリーニング店と家庭洗濯どちらもあった	0	0.0	1	7.7
ない	12	92.3	13	100.0

表18-2-e テンセルのクリーニング事故の内容（母親）

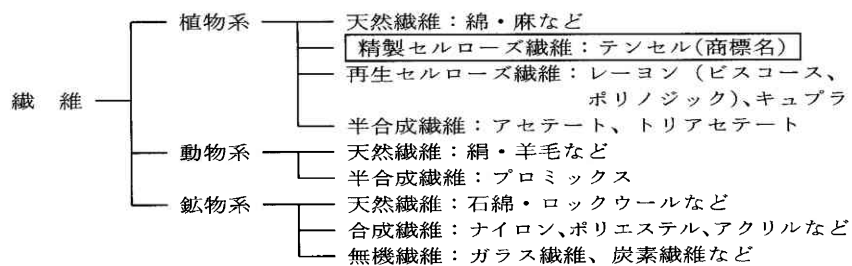
	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
のびた	1	100.0	1	100.0

表18-2-f テンセルのクリーニング事故の処理方法（母親）

	度 数(人)	頻 度(%)	累積度数(人)	累積頻度(%)
あきらめて何もしなかった	1	100.0	1	100.0

テンセルは、イギリスのコートルズ社の開発により天然パルプをアミノオキサイドに溶解し、そのまま紡績してつくられるためアミノオキサイドの完全回収により環境問題の生じないエコロジー繊維として期待されている。（図3）¹⁶⁾¹⁷⁾尚、品質表示名称が申請中であり現在は「繊維素繊維」（指定外）となっている。（表18-3）

表18-3 繊維の分類



衣服の取り扱い方に関する調査研究

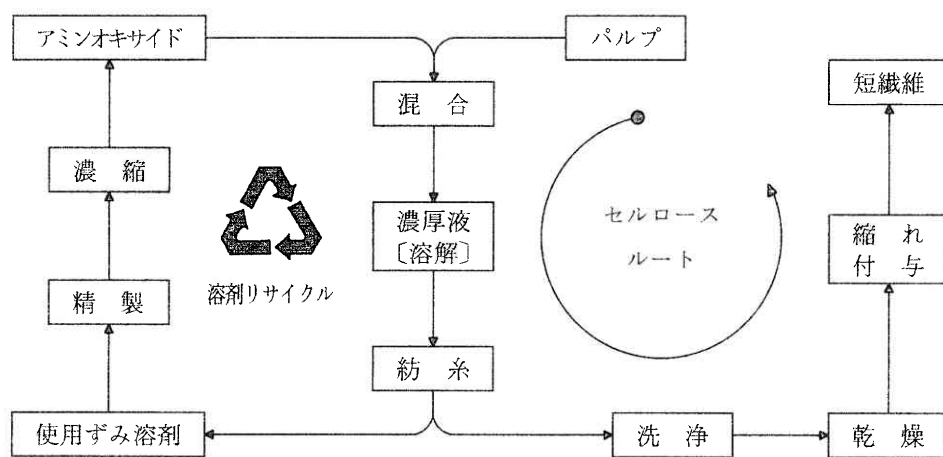


図3 テンセルの製造工程概略図

今回調査した素材の他にも様々な新素材が存在し、今後も益々増えつづけると予想されるなかで、定義づけ、区分、名称など統一文字や品質表示「取り扱い絵表示」の見直しと、指導書等の改正も必要ではないだろうか。

IV まとめ

兵庫県立生活科学センターに寄せられる苦情を商品サービス別に見ると、数年来「クリーニング」に関する苦情が最も多く、新素材や加工方法といったメーカーの商品開発にクリーニングの技術が追いつけない現状において、消費者の取り扱い方に対する意識も低くなるものと考えられる。

衣服購入時には、「デザイン」、「色柄」、「価格」などを重視し、販売員への質問は「全くしない」（学生）が41.3%である反面、販売員からの説明を99.3%の学生が「何らかの形で必要」と感じている。

また、品質表示「取り扱い絵表示」については、「時々見る」62.0%（学生）、「必ず見る」49.3%（母親）とある程度確認はしているものの絵表示に対する理解度は、「わかりにくい」49.3%（学生）、「わからない」10.7%（学生）と低くなっている。

新素材の認識度では、「形状記憶衣料」、「撥水衣料」、「UVカット衣料」などを約半数前後が認識しているが、その他は非常に低いことが明らかとなった。

新素材の所持率では、「吸汗性合繊」、「撥水衣料」で高く、他は僅かながら、知らずに持っている場合が予想される。

新素材の所持者の着用感は、「満足」しており、クリーニング事故はあまり見られなかった。

尚、「属性」と「衣服の取り扱い方への意識」や「新素材の認識度」との関連性は見られなかったが、学生と母親間には「取り扱い絵表示の確認度」などにおいて意識差が見られた。

これらの結果から、衣服の取り扱い事故を防止するためには、衣料品に関する各業界の

改善努力の必要性や行政による品質管理に加えて、時代の変化に対応した消費者への情報提供が必要であり、消費者自らも素材や取り扱い方に積極的に興味を持ち、厳しい目で商品への要求を各業界へフィードバックすることも重要なことと言えるのではないだろうか。

謝辞

本研究にあたり、懇切なご指導を賜りました本学の笹山益子先生に厚く御礼申し上げます。調査実施に際しご協力頂きました本学の学生並びにご家族の方々に謝意を表します。

本研究の要旨は「日本服飾学会第16回大会1995年5月 大手前女子短期大学」において発表した。

文献

- 1) 毎日新聞、2月3日（1994）掲載。
- 2) 和田 啓：衣料品における基本的性能と感性、洗濯の科学、No35. 1（1990）。
- 3) 猪子忠徳：品質表示「取り扱い絵表示」について、消費科学、Vol. 130No. 5（1989）。
- 4) 川田玲子：アパレルから消費者へのメッセージ、衣生活研究、Vol. 19（1992）。
- 5) 細谷敏博：衣と新素材、衣生活研究、Vol. 20No. 6（1993）。
- 6) 山崎義一：化学繊維に関する消費者意識調査、化繊月報、2（1993）。
- 7) 山崎義一：新合繊、洗濯の科学、4（1990）。
- 8) 佐々木久衛：新合繊の最近の動向について、消費科学、35（1994）。
- 9) 原 勉：新合繊製品のメンテナンス上の問題点、洗濯の科学、1（1991）。
- 10) 高橋孝輝：新合繊の思わぬ弱み、たしかな目、94（1994）。
- 11) 滝沢英人：防縮シャツ膨らむ期待、日本経済新聞、10月4日（1994）。
- 12) 「VP加工、SPP加工、D/A加工の3種をテストする」：暮らしの手帖、47（1993. 94）。
- 13) 「VP加工、SPP加工、D/A加工の3種をテストする、その後の報告」：暮らしの手帖、48（1994）。
- 14) 「形状記憶加工ワイシャツ」：クリーニングニュース、2（1994）。
- 15) 永山升三：新加工のワイシャツ、洗濯の科学、4（1993）。
- 16) 川田玲子：新世代ウールとテンセル、衣生活研究、Vol. 19No. 5（1992）。
- 17) 園部 茂：テンセルの最近の加工技術と製品の取り扱い、洗濯の科学誌、5（1994）。

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院・大手前ビジネス学院「研究集録」第15号（1995年）

- 5) 色がわり衣料品……………①持っている ②持っていないが知っている ②聞いたことはある ③知らない
（温度によって変色する衣料品）
- 6) 汗を吸う合成繊維……………①持っている ②持っていないが知っている ②聞いたことはある ③知らない
- 7) UVカット衣料品……………①持っている ②持っていないが知っている ②聞いたことはある ③知らない
- 8) 新世代ウール……………①持っている ②持っていないが知っている ②聞いたことはある ③知らない
- 9) 形状記憶衣料品……………①持っている ②持っていないが知っている ②聞いたことはある ③知らない
→Q12へ
- 10) テンセル……………①持っている ②持っていないが知っている ②聞いたことはある ③知らない
→Q13へ

Q11 Q10で新合繊を持っていると答えられた方におたずねします

ア) どんな種類のものですか

- ①ワンピース ②ワイシャツ ③ブラウス ④スカート、パンツ ⑤ズボン ⑥背広上下
⑦婦人スーツ ⑧下着、肌着 ⑨その他（ ）

イ) どんな素材のものですか

- ①ピーチスキン調 ②ニュー梳毛調 ③ニューシルクタイプ ④レーヨン調 ⑤わからない

ウ) それらを着用された感想はいかがですか

- ①とても満足している ②まあまあ満足している ③あまり満足していない ④満足していない

エ) それらの洗濯はどのようにされていますか

- ①クリーニングにだす ②家で手洗いする ③家で洗濯機洗いする ④その他（ ）

オ) それらは今までにクリーニングで何か事故がありましたか

- ①クリーニング店に出して事故があった ②家で洗濯して事故があった
③クリーニング店と家庭洗濯のどちらもあった ④ない

カ) それはどのような事故でしたか

- ①紛失 ②破損 ③色落ち又は変色 ④しみ ⑤のびた ⑥縮んだ ⑦生地が悪くなった ⑧毛玉、毛羽立
⑨アイロンのあとかたがついている その他（ ）

キ) それらの事故に対してあなたはどのような処置をしましたか

- ①クリーニング店で賠償してもらった ②今後のために店に注意した
③クリーニング店で洗い直し又は修理してもらった
④自分で回復させた ⑤消費者センターなどの苦情相談窓口を利用した
⑥あきらめて何もしなかった ⑦その他（ ）

Q12 Q10で形状記憶衣料品を持っていると答えられた方におたずねします

ア) どんな種類のものですか

- ①ワイシャツ ②ポロシャツ ③下着 ④その他（ ）

イ) どんな素材のものですか

- ①綿 ②綿とポリエステル混紡 ③絹 ④その他（ ）

衣服の取り扱い方に関する調査研究

ウ) それらを着用された感想はいかがですか

- ①とても満足している ②まあまあ満足している ③あまり満足していない ④満足していない

エ) それらの洗濯はどのようにされていますか

- ①クリーニングにだす ②家で手洗いする ③家で洗濯機洗いする ④その他 ()

オ) それらは今までにクリーニングで何か事故がありましたか

- ①クリーニング店に出して事故があった ②家で洗濯して事故があった
③クリーニング店と家庭洗濯のどちらもあった ④ない

カ) それはどのような事故でしたか

- ①紛失 ②破損 ③色落ち又は変色 ④しみ ⑤のびた ⑥縮んだ ⑦生地が悪くなった ⑧毛玉、毛羽立
⑨アイロンのあとかたがついている ⑩しわがついた ⑪その他 ()

キ) それらの事故に対してあなたはどのような処置をしましたか

- ①クリーニング店で賠償してもらった ②今後のために店に注意した
③クリーニング店で洗い直し又は修理してもらった
④自分で回復させた ⑤消費者センターなどの苦情相談窓口を利用した
⑥あきらめて何もしなかった ⑦その他 ()

Q13 Q10でテンスルを持っていると答えられた方におたずねします

ア) どんな種類のものですか

- ①ワンピース ②ブラウス ③スカート、パンツ ④婦人スーツ ⑤その他 ()

イ) それらを着用された感想はいかがですか

- ①とても満足している ②まあまあ満足している ③あまり満足していない ④満足していない

ウ) それらの洗濯はどのようにされていますか

- ①クリーニングにだす ②家で手洗いする ③家で洗濯機洗いする ④その他 ()

エ) それらは今までにクリーニングで何か事故がありましたか

- ①クリーニング店に出して事故があった ②家で洗濯して事故があった
③クリーニング店と家庭洗濯のどちらもあった ④ない

オ) それはどのような事故でしたか

- ①紛失 ②破損 ③色落ち又は変色 ④しみ ⑤のびた ⑥縮んだ ⑦生地が悪くなった ⑧毛玉、毛羽立
⑨アイロンのあとかたがついている ⑩その他 ()

カ) それらの事故に対してあなたはどのような処置をしましたか

- ①クリーニング店で賠償してもらった ②今後のために店に注意した
③クリーニング店で洗い直し又は修理してもらった
④自分で回復させた ⑤消費者センターなどの苦情相談窓口を利用した
⑥あきらめて何もしなかった ⑦その他 ()

ご協力ありがとうございました

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院・大手前ビジネス学院「研究集録」第15号（1995年）

調査票（学生用）

衣料研究室では、衣料品に関する調査を行っていますのでお手数ですがご協力お願いします。

次の質問についてあてはまる番号に○をつけてください。

- Q 1 あなたは次のどれにあてはまりますか
①自宅通学 ②下宿 ③その他（ ）
- Q 2 あなたの年齢は
①18歳 ②19歳 ③20歳 ④21歳 ⑤22歳 ⑥23歳 ⑦24歳以上（ ）歳
- Q 3 あなたは洗たくが好きですか
①好き ②どちらかといえば好き ③どちらかといえば嫌い ④嫌い
- Q 4 あなたは洗たくをしますか
①全部自分でする ②ほとんど自分でする ③時々自分でする ④全くしない
- Q 5 衣料品を購入する時に何を重視されますか。1位と2位を（ ）に数字で記入して下さい
A) 外出着の場合
①デザイン（ ） ②素材（ ） ③メーカー名、ブランド（ ） ④販売店（ ） ⑤価格（ ）
⑥色柄（ ） ⑦サイズ（ ） ⑧取扱い絵表示（ ） ⑨着心地、着やすさ（ ） ⑩その他

B) 普段着の場合
①デザイン（ ） ②素材（ ） ③メーカー名、ブランド（ ） ④販売店（ ） ⑤価格（ ）
⑥色柄（ ） ⑦サイズ（ ） ⑧取扱い絵表示（ ） ⑨着心地、着やすさ（ ） ⑩その他
- Q 6 衣料品を購入する時に素材や手入れに対する質問をしますか
①いつもする ②店によってする ③価格によってする ④品物によってする ⑤しない ⑥その他（ ）
- Q 7 衣料品を購入する時に素材や手入れに対する販売員の説明はありますか
①いつもある ②店によってある ③価格によってある ④品物によってある ⑤ない ⑥その他（ ）
- Q 8 衣料品を購入する時に素材や手入れに対する販売員の説明は必要だと思いますか
①いつも必要 ②店によって必要 ③価格によって必要 ④品物によって必要 ⑤必要ない
- Q 9 衣料品を購入する時は品質表示「取扱い絵表示」をごらんになりますか
①必ず見る ②時々見る ③見ない
- Q10 品質表示「取扱い絵表示」は今のままでわかりやすいですか
①理解している ②わかりにくい ③わからない
- Q11 次のような素材の衣料品をご存じですか
1) 新合繊……………①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない
→Q12へ
2) 撥水衣料……………①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない
(水をはじく衣料品)
3) 抗菌衣料……………①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない

衣服の取り扱い方に関する調査研究

- 4) 防災衣料……………①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない
- 5) 感温変色衣料……………①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない
(温度によって変色する衣料品)
- 6) 汗を吸う合成繊維……①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない
- 7) UVカット衣料……………①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない
- 8) 新世代ウール……………①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない
- 9) 形状記憶衣料……………①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない
→Q13へ
- 10) テンセル……………①持っている ②持っていないが知っている ③聞いたことはある ④知らない
→Q14へ

Q12 Q11で新合繊を持っていると答えられた方におたずねします

ア) どんな種類のものですか

- ①ワンピース ②ワイシャツ ③ブラウス ④スカート、パンツ ⑤ズボン ⑥背広上下
⑦婦人スーツ ⑧下着、肌着 ⑨その他 ()

イ) どんな素材のものですか

- ①ピーチスキン調 ②ニュー梳毛調 ③ニューシルクタイプ ④レーヨン調 ⑤わからない

ウ) それらを着用された感想はいかがですか

- ①とても満足している ②まあまあ満足している ③あまり満足していない ④満足していない

エ) それらの洗濯はどのようにされていますか

- ①クリーニングにだす ②家で手洗いする ③家で洗濯機洗いする ④その他 ()

オ) それらは今までにクリーニングで何か事故がありましたか

- ①クリーニング店で事故があった ②家で洗濯して事故があった
③クリーニング店と家庭洗濯のどちらもあった ④ない

カ) それはどのような事故でしたか

- ①紛失 ②破損 ③色落ち又は変色 ④しみ ⑤のびた ⑥縮んだ ⑦生地が悪くなった ⑧毛玉、毛羽立ち
⑨アイロンのあとかたがついている ⑩その他 ()

キ) それらの事故に対してあなたはどのような処置をしましたか

- ①クリーニング店で賠償してもらった ②今後のために店に注意した ③自分で回復させた
④クリーニング店で洗い直し又は修理してもらった ⑤消費者センターなどの苦情相談窓口を利用した
⑥あきらめて何もなかった ⑦その他 ()

Q13 Q11で形状記憶衣料品を持っていると答えられた方におたずねします

ア) どんな種類のものですか

- ①ワイシャツ ②ポロシャツ ③下着 ④その他 ()

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院・大手前ビジネス学院「研究集録」第15号（1995年）

イ) どんな素材のものですか

- ①綿 ②綿とポリエステル混紡 ③絹 ④その他（ ）

ウ) それらを着用された感想はいかがですか

- ①とても満足している ②まあまあ満足している ③あまり満足していない ④満足していない

エ) それらの洗濯はどのようにされていますか

- ①クリーニングにだす ②家で手洗いする ③家で洗濯機洗いする ④その他（ ）

オ) それらは今までにクリーニングで何か事故がありましたか

- ①クリーニング店で事故があった ②家で洗濯して事故があった
③クリーニング店と家庭洗濯のどちらもあった ④ない

カ) それはどのような事故でしたか

- ①紛失 ②破損 ③色落ち又は変色 ④しみ ⑤のびた ⑥縮んだ ⑦生地が悪くなった ⑧毛玉、毛羽立ち
⑨アイロンのあとかたがついている ⑩しわがついた ⑪その他（ ）

キ) それらの事故に対してあなたはどのような処置をしましたか

- ①クリーニング店で賠償してもらった ②今後のために店に注意した ③自分で回復させた
④クリーニング店で洗い直し又は修理してもらった ⑤消費者センターなどの苦情相談窓口を利用した
⑥あきらめて何もなかった ⑦その他（ ）

Q14 Q11でテンセルを持っていると答えられた方におたずねします

ア) どんな種類のものですか

- ①ワンピース ②ブラウス ③スカート、パンツ ④婦人スーツ ⑤その他（ ）

イ) それらを着用された感想はいかがですか

- ①とても満足している ②まあまあ満足している ③あまり満足していない ④満足していない

ウ) それらの洗濯はどのようにされていますか

- ①クリーニングにだす ②家で手洗いする ③家で洗濯機洗いする ④その他（ ）

エ) それらは今までにクリーニングで何か事故がありましたか

- ①クリーニング店で事故があった ②家で洗濯して事故があった
③クリーニング店と家庭洗濯のどちらもあった ④ない

オ) それはどのような事故でしたか

- ①紛失 ②破損 ③色落ち又は変色 ④しみ ⑤のびた ⑥縮んだ ⑦生地が悪くなった ⑧毛玉、毛羽立ち
⑨アイロンのあとかたがついている ⑩その他（ ）

カ) それらの事故に対してあなたはどのような処置をしましたか

- ①クリーニング店で賠償してもらった ②今後のために店に注意した ③自分で回復させた
④クリーニング店で洗い直し又は修理してもらった ⑤消費者センターなどの苦情相談窓口を利用した
⑥あきらめて何もなかった ⑦その他（ ）

ご協力ありがとうございました