

衣生活における情報の利用に関する研究

宮崎 和子 (衣生活論)

1. はじめに

「情報家電」という言葉が一般的に使われるようになるなど、家庭生活にも情報化という時代の大きな波が急速に押し寄せている。しかし、情報化とは何か、単に大量の情報を容易に入手し、多くの機能を備えた家電製品を使用するだけが情報化ではなく、情報を主体的に収集し、それを生活に活かしていくことが、真の情報化ではないだろうか。

生活に係る情報の中でも、衣生活に関する情報（以下、衣生活情報）は、衣服そのものが情報であり、着用され手入れされることにより新たな情報が生産されていくという特徴がある。本研究では、情報という視点から衣生活の現状を見、その問題点を明らかにすることにより、これからの衣生活における情報の活用の方向を探ることを目的とした。

衣生活情報といっても、その内容は様々であるが、本研究では衣生活として、①服の購入時（以下、購入）、②服装を決める時（以下、着装）、③洗濯や漂白をする時（以下、洗濯）、④クリーニングやしみ抜きを依頼する時（以下、クリーニング）、⑤服を収納・保管する時（以下、保管）、⑥服のリサイクルや廃棄など処分を考える時（以下、クリーニング）の6場面を設定し、これら6場面に共通する情報の形態として、①雑誌や新聞の記事や広告（以下、記事・広告）、②テレビの生活情報番組やCM（以下、番組・CM）、③家族や友人の意見やアドバイス（以下、アドバイス）、④「自分の今までの経験（以下、経験）」の4種類を用い、衣生活の場面と情報の形態という2面から、衣生活情報をとらえようと試みた。「アドバイス」は“口コミ情報”に属し、女子学生の流行に関する調査¹⁾でも、そ

の重要性が指摘されている。風間²⁾は、これをパーソナルコミュニケーションと呼び、マスメディア接触のものに限られていた従来の情報研究に、新たな情報行動の一つとして加えている。また、衣生活における「経験」は、衣服を繰り返し使用することにより、自ら生産している情報であり、同時に衣服そのものにも蓄積されていく情報である。そして、その情報の多くは極めて個別的であり、着用者だけに活用されるという特徴をもつ。

2. 調査方法

本学家政学科および同大学の1、2年の女子学生と、その母親を対象に、平成11年6月に留置法による質問紙調査を実施し、女子学生332名、母親183名、計515名から回答を得た。

質問項目は、(情報の形態ごとに) 1. 利用することが多い衣生活場面、2. 利用程度、3. 利用しない理由、4. 今後の利用希望、(生活場面ごとに) 今後利用したい情報の内容である。また、基本属性として母親には職業の有（フルタイム、パートタイム）・無、学生には洗濯経験も質問項目に加えた。

得られた結果を、単純集計、クロス集計、 χ^2 検定を用いて分析し、衣生活における情報利用の現状と、今後の情報利用への期待を、学生と母親の比較から考察した。

3. 結果および考察

(1) 衣生活における情報利用の現状

1) 衣生活場面からみた情報の利用状況

1-1. 衣生活場面ごとの傾向

表1は、設定した6つの衣生活場面（以下、

場面)において、その場面に関する衣生活情報(以下、情報)を“利用することが多い”と答えた学生と母親の割合を、情報の形態ごとに表したものである。これを図で表したものが図1である。全体的な傾向としては、「購入」と「着装」での情報の利用が多く、次いで「洗濯」と「保管」となり、「クリーニング」と「処分」に関して利用は少ないという利用状況の傾向は学生、母親とも似ている。このような場面による違いは、婦人アパレルメーカー、小売を中心とした繊維産業界から発信される大量のファッション情報、洗剤を中心とする生活関連産業界からの生活情報、まだ十分な発信力をもたないクリーニング業界、行政に負うところが大きい処分関連の情報と、生活者に向けた情報⁴⁾の発信量そのものが、そもそも大きく異なることが影響していると思われる。また「購入」と「着装」では学生のほうが母親より情報をよく利用しており、反対に「洗濯」「クリーニング」「保管」という衣服の管理領域に関しては、母親のほうが学生より情報をよく利用しているという大きな傾向もみられる。

場面ごとの傾向をみると、「購入」は、学生、母親とも最も情報が利用されている場面といえるが、「番組・CM」の情報の利用に

表1 衣生活情報の利用状況

衣生活場面	衣生活情報の形態	学生 n=332		母親 n=183	
		人数	(%)	人数	(%)
購入	記事・公告	282	84.9	123	97.2
	番組・CM	165	49.7	83	45.4
	アドバイス	270	81.3	119	65.0
	経験	278	83.7	121	66.1
着装	記事・公告	243	73.2	92	50.3
	番組・CM	177	53.3	84	45.9
	アドバイス	234	70.5	114	62.3
	経験	258	77.7	120	65.6
洗濯	記事・公告	21	6.3	64	35.0
	番組・CM	65	19.6	66	36.1
	アドバイス	118	35.5	57	31.1
	経験	122	36.7	105	57.4
クリーニング	記事・公告	15	4.5	36	19.7
	番組・CM	12	3.6	23	12.6
	アドバイス	59	17.8	31	16.9
	経験	39	11.7	46	25.1
保管	記事・公告	51	15.4	69	37.7
	番組・CM	73	22.0	76	41.5
	アドバイス	80	24.1	45	24.6
	経験	111	33.4	95	51.9
処分	記事・公告	28	8.4	16	8.7
	番組・CM	32	9.6	16	8.7
	アドバイス	38	11.4	24	13.1
	経験	40	12.0	40	21.9

関しては、学生、母親ともに低い。特に学生は、他の3つの情報形態については、いずれも80%以上がよく利用しているため、「番組・CM」の低さが目を引く。「着装」では「記事・広告」の情報の利用で、母親と学生に違いがみられる。「洗濯」については、母親はどの情報形態の情報もかなり利用しており、中でも60%近くの者が「経験」をよく利用し

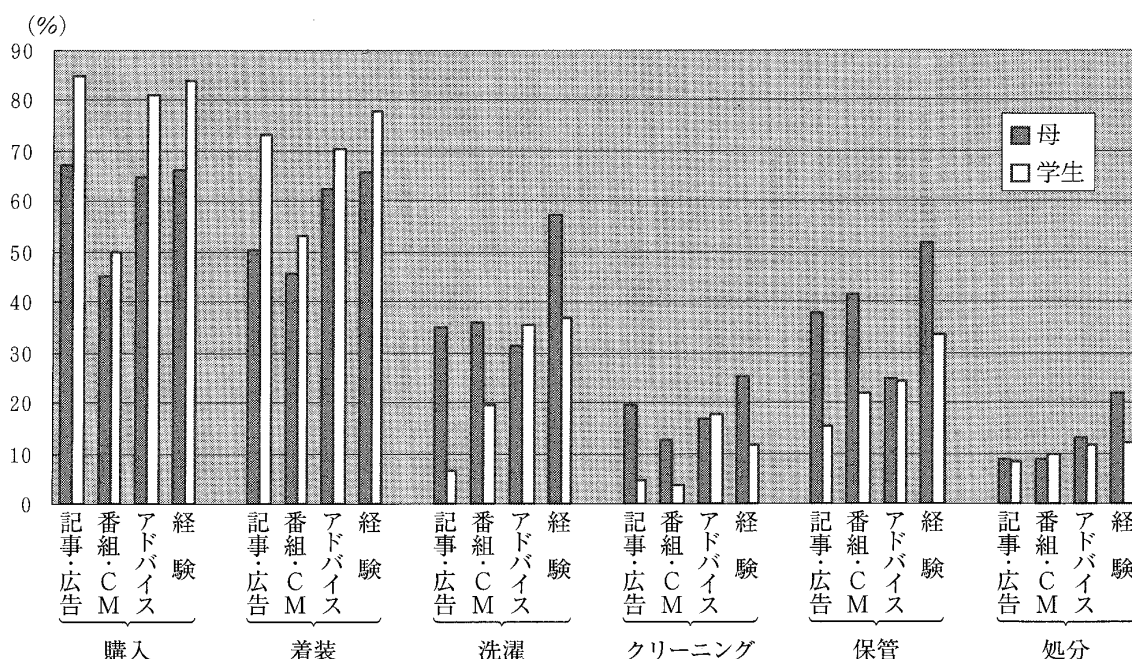


図1 生活場面別にみた衣生活情報の利用状況

ている。一方、学生の「記事・広告」の情報
の利用は少ない。「クリーニング」に関して
は、情報の利用は低く、特に学生の「記事・
広告」と「番組・CM」の情報の利用は衣生
活における情報利用の中で、最も利用が少な
い。これは学生がクリーニングを利用する経
験がまだ少ないことによるものと思われる。
「保管」は、情報が利用される程度でみると
「洗濯」と近いが、「洗濯」ほど「アドバイス」
は利用されていない。「処分」では「経験」
の利用状況で学生と母親に、やや違いはある
ものの、他のいずれの場面にもみられる学生
と母親の情報の利用状況の違いがそれ程みら
れない。これは衣服のリフォームやリサイクル
が、比較的新しい衣生活行動であるため、
衣生活経験の差が現れないためと思われる。

1-2. 日常生活での洗濯経験と情報利用

情報の利用状況で、学生と母親にみられた
衣服管理領域に関する情報利用の差は、両者
の衣服管理経験の違いによると思われる。し
かし、単純に母親は衣服管理経験が豊富で、
学生は豊富でないとは言いきれず、家庭によ
っては子供に早くから衣服管理をしつける家
もあり、下宿することによりいやおうなく衣
服管理経験をつんでいる学生も少なくない
と思われる。そこで、衣服管理の中でも最
も日常的に行われることの多い洗濯に注目し
、日常どの程度洗濯をする機会があるかを
聞くことによって、学生の情報の利用に違
いが見られ

表2 洗濯経験によるグループ分け

n = 322

洗濯の経験の程度	人数	グループ(人数)
自分のものも、家族のものも一緒に、1週間に1回以上洗う。	53	A (160)
自分のものを、1週間に1回以上洗う。	107	
自分のものも、家族のものも一緒に、1ヶ月に1、2回洗う。	32	B (82)
自分のものを、1ヶ月に1、2回洗う。	13	
自分のものも、家族のものも一緒に、3ヶ月に1、2回洗う。	18	
自分のものを、3ヶ月に1、2回洗う。	19	C (80)
自分で洗濯は、ほとんど(まったく)やったことがない。	80	

るかどうかを検討した。

学生を日常の洗濯経験から、表2に示す
ように、3グループに分けた。この3グループ
とアンケートの全項目についてクロス分析を
行った結果「記事・広告」「番組・CM」「経
験」に関して、情報をよく利用することが多
いと答えた者の割合に、危険率1%で有為差
がみられた。

図2は、縦軸に「記事・広告」の情報を利用
することが多いと答えた者の割合、横軸に
学生の3グループと、比較として母親グル
ープの計4グループを置いた。図2から、学
生3グループに見られる利用状況の大きな
差は、「洗濯」と「保管」においてであるこ
とがわかる。同様に図3は、「番組・CM」
の情報の利用についての3グループの比較
で、ここでは「洗濯」「クリーニング」「保
管」におい

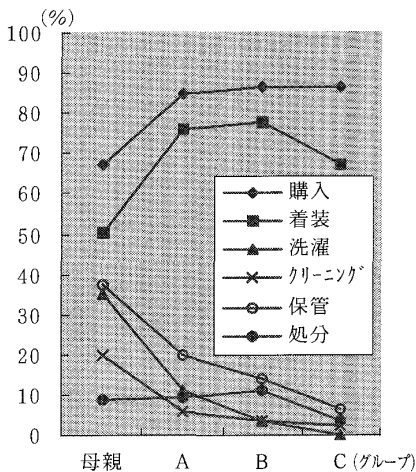


図2 洗濯経験と「記事・広告」の利用状況

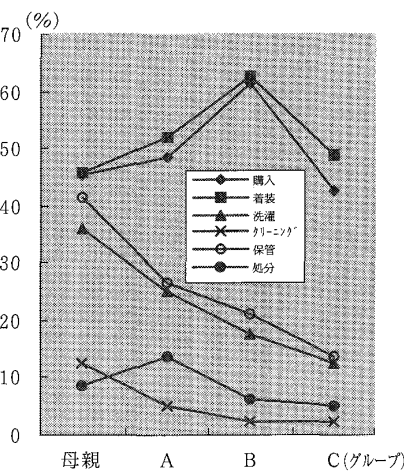


図3 洗濯経験と「番組・CM」の利用状況

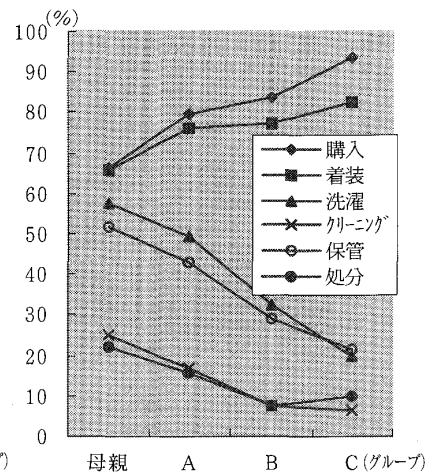


図4 洗濯経験と「経験」の利用状況

て、利用状況に違いが見られる。「処分」に関しても3つのグループ間に違いが認められるが、母親グループの情報利用の割合が学生Aグループより低い。洗濯経験との直接の関連はいえない。同じく図4は、「経験」の利用状況との関連をみたもので、「洗濯」「クリーニング」「保管」に関してグループ間の違いが見られる。またこれとは逆の関係が「購入」とやや弱いながら「着装」に見られる。これは服の購入や服装、中でも購入に関心の高い者ほど、洗濯経験が少ない、もしくは経験をしていてもそれを利用していない傾向もあるといえる。

以上の結果、洗濯経験と「洗濯」「クリーニング」「管理」に関する情報の利用には関連があることがわかった。このことから、現在、学生と母親の間にみられる被服管理領域での情報利用の差は、今後、学生がこの領域での経験を増すにつれ、なくなるものと推察される。

2) 情報の形態ごとにみた利用状況

図5は、情報の利用状況(表1)を、情報の形態別に表したものである。

また、図6は、情報の利用程度を「かなり

利用する(以下、かなり利用)」「わりに利用する(以下、わりに利用)」「それ程利用しない(それ程)」「あまり(ほとんど)利用しない(以下、あまり)」「わからない」の4段階で質問した結果を、学生、母親それぞれについて、情報の形態別に割合で表したものである。

さらに、利用程度で「それ程」と「あまり」と回答した者について、情報の形態ごとに利用しない理由として当てはまる項目を示し、2つづつ選択させた結果は表3の通りである。以上、図5、6および表3から、情報の形態ごとに衣生活情報の利用状況をみていく。

2-1. 「記事・広告」の情報の利用状況

図5で「記事・広告」の情報は、「購入」と「着装」において学生によく利用されており、特に「購入」に関しては学生の84.9%が「よく利用している」と答え、調査した情報の中で最も利用されている。しかし、この2場面以外では学生は「記事・広告」をあまり利用していない。母親もその67.2%が「購入」で、50.3%が「着装」で「利用することが多い」と答え、学生ほどではないものの、「記事・広告」の利用はかなり高い。しかし学生

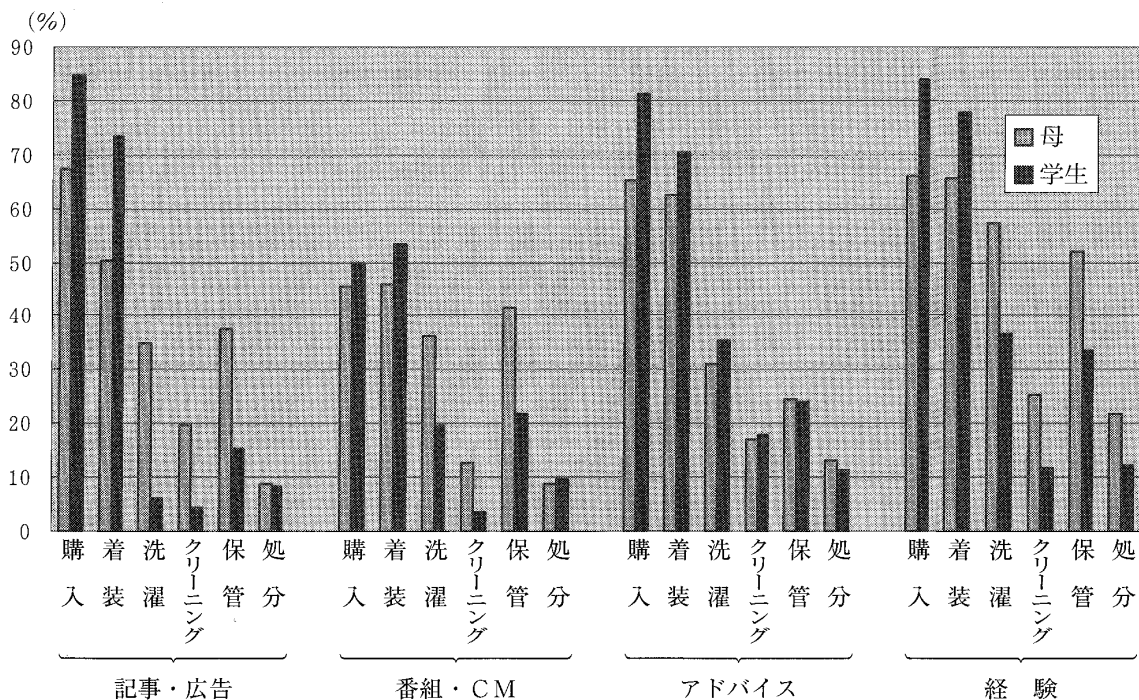


図5 情報の形態別にみた衣生活情報の利用状況

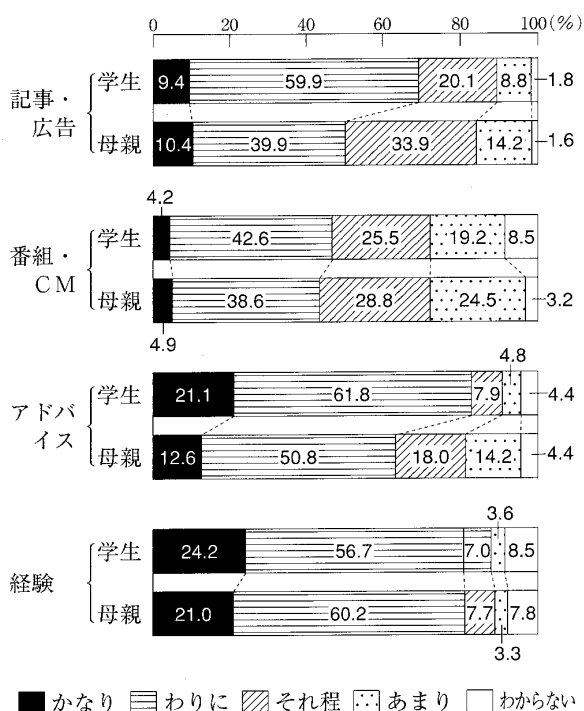


図6 情報の形態別にみた衣生活情報の利用の程度

の場合と異なり、この2場面以外でも、多少のばらつきはあるものの、「記事・広告」は利用されている。この違いは、被服に関する多くの調査で、ファッション情報の情報源として若者はファッション誌をあげ⁵⁾、いわゆる婦人雑誌が生活情報誌として内容を変化させてきている⁶⁾など、「雑誌」といっても学生と、母親が手にする雑誌は異なり、扱っている内容にも違いがあることが影響していると思われる。図6で、学生は「かなり利用」と「わりに利用」を足すと69.3%にもなるが、図5より、これは衣生活といっても購入や着装を念頭に答えたものと思われる。母親は「それ程」と「あまり」を足すと、48.1%で半数近い者が「記事・広告」をあまり利用しないと答えており、利用しない理由(表3)をみると、「利用したい内容がない」が最も多く、次いで「読んでも忘れてしまう」をあげている。

2-2. 「番組・CM」の情報の利用状況

図5をみると、「番組・CM」の情報は、他の情報形態が「購入」「着装」でよく利用されているのに比べると、「よく利用する」

と答えた者は少なく、そのため最も情報の利用が低い情報形態に見える。しかし同じマスメディア媒体の「記事・広告」と比べてみると、「洗濯」「保管」での利用は、学生、母親とも「記事・広告」の場合より高い。このことから学生、母親とも「購入」では「番組・CM」より「記事・広告」を利用し、「洗濯」「保管」では「記事・広告」より「番組・CM」を利用する傾向にあると思われる。図6で、「かなり利用」または「わりに利用」と答えている者は、学生の46.8%、母親では43.5%といずれも半数以下であり、「記事・広告」が学生69.7%、母親50.3%であることをみると、やはり「番組・CM」の情報は、学生、母親ともにあまり利用されていない情報源の様である。利用しない理由(表3)は、学生では「見ても忘れてしまう」が最も多く、あまり利用しないと答えた学生の約70%がその理由として選んでいる。次いで多い理由は「すぐ録画やメモができない」(34.2%)であった。母親では、あまり利用しないと答えた者の57.1%が「すぐ録画やメモができない」をあげ、次いで「録画した場所・メモを無くす」(32.7%)を理由にあげている。この結果から、学生は「番組・CM」の情報の一過性を原因とする利用のしにくさを、母親からは、情報を保存しようと思う積極性や、保存が間に合わないことに対するもどかしさなどが感じられる。

2-3. アドバイスから得られる情報の利用状況

図5より、「アドバイス」の利用傾向は、「購入」と「着装」に関しては、学生のほうが母親よりかなり利用しているといえるが、全体として学生と母親の傾向はよく似ている。しかし利用の程度(図6)は、学生では「かなり利用」と「わりに利用」を足すと82.9%となり、学生にとって「アドバイス」は最も利用されている情報といえる。学生を対象とした調査でも、買い物は半数の者が友人と行っており、服装に関しても、母親の78%が娘から相談を受けるという報告⁷⁾がある。母親で

表3 衣生活情報を利用しない理由

理 由	学生(n=95)		母親(n=88)	
	人数	(%)	人数	(%)
「記事・広告」				
内容に興味・関心がない	19	20.0	14	15.9
利用したい内容がない	46	48.4	50	56.8
内容が難しい・面倒臭そう	13	13.7	15	17.1
読んでも忘れてしまう	44	46.3	41	46.6
切り抜くことを忘れる	10	10.5	10	11.4
切り抜きを無くす	1	1.1	4	4.6
その他	23	24.2	10	11.4
理 由	学生(n=149)		母親(n=98)	
	人数	(%)	人数	(%)
「番組・CM」				
衣生活に興味・関心がない	17	11.4	21	21.4
利用したい内容がない	4	2.7	2	2.0
内容が難しい・面倒臭そう	35	23.5	0	0
見ても忘れてしまう	104	69.8	13	13.3
すぐ録画やメモができない	51	34.2	56	57.1
録画した場所・メモを無くす	2	1.3	32	32.7
その他	24	16.1	14	14.3
理 由	学生(n=42)		母親(n=59)	
	人数	(%)	人数	(%)
「アドバイス」				
衣生活に興味・関心がない	4	9.5	12	20.3
内容が信頼できない	9	21.4	5	8.5
利用したい程の内容ではない	27	64.3	33	55.9
内容が難しい・面倒臭そう	9	21.4	4	6.8
聞いても忘れてしまう	13	31.0	18	30.5
メモしておくことを忘れる	4	9.5	4	6.8
その他	8	19.1	13	22
理 由	学生(n=35)		母親(n=20)	
	人数	(%)	人数	(%)
「経験」				
衣生活に興味・関心がない	8	22.9	6	30.0
利用したいと思う内容ではない	11	31.4	9	45.0
済んでしまうと忘れてしまう	21	60.0	10	50.0
記録しておくことを忘れる	9	25.7	4	20.0
記録しておくのが面倒	10	28.6	4	20.0
利用の仕方がわからない	7	20.0	1	5.0
その他	3	8.6	0	0

学生ほどではないが、63.4%がよく利用している。母親も「購入」「着装」での家族や友人の意見やアドバイスの利用が高いのは、自分の娘が服装に関心の高い年代(18~22歳)であり、母親自身もまだ若く、友人との交流がよくある⁸⁾年代であるためかと思われる。

2-4. 経験から得られる情報の利用状況

図5をみると、「経験」は衣生活で最も利用されている情報形態といえる。利用の程度(図6)でも、「かなり利用」と「わりに利用」を足すと、母親では81.2%、学生も80.9%と高く、「かなり」利用だけをみると、母親よ

りも高い。母親が高いことは当然予測される結果といえる。利用状況(図5)をみると、学生は「購入」と「着装」では、母親より利用しているが、これ以外の場面では反対に母親のほうがよく利用している。しかし、学生だけを見てみると、“よく利用する”と答えた割合では母親にかなわないものの、「着装」「洗濯」「保管」「処分」の4場面で、他の形態の情報より「経験」は利用されている。衣生活に関する経験が十分でない学生が、自分の今までの経験による情報を利用することが多いと答えている。このことから、学生の、いわゆる一般に情報といわれる外部から提供される情報の利用は、衣生活に関して非常に低いと推察される。

(2) 今後の情報利用への期待

1) 生活場面からみた利用期待

これからの衣生活において、どのような情報が望まれているかを調査した。調査の方法は、衣生活6場面で情報を利用する際、共通する利用目的として

- ・手間を省く・(体の)負担を減らすことに役立つ(以下、軽減)
 - ・より適切に行うことに役立つ(以下、適切)
 - ・より計画的・合理的に行うのに役に立つ(以下、計画)
- の3種類を選び、さらに、製品や店を利用する「購入」「洗濯」「クリーニング」「処分」の4場面については、
- ・製品や店の選択を容易にするのに役立つ(以下、選択)
 - ・製品や店を経済的に利用するのに役立つ(以下、経済)

という2種類を加え、各場面ごとにこれらの目的に合うと思われる情報を、具体的な表現を用いて設定した。このような方法を用いて設定した26種類の情報は、表4に示すとおりである。表4は、各場面ごとに、上記の方法で設定した情報を示し、その中から、“今後、どんなことがわかっているか”自分の考えに近いと思うものを、2つずつ選択するという方法で得られた、今後の衣生活

衣生活における情報の利用に関する研究

表4 場面ごとにみた今後の衣生活で希望される情報

衣生活場	衣生活情報	学生 (n=332)		母親 (n=183)	
		人数	(%)	人数	(%)
購 入	在宅ショッピングや家庭からできる支払い方法の紹介など 購入を楽にするのに役立つ情報	23	6.9	18	9.8
	線維の知識、品質表示のラベルの読み方など 布や服についての知識	107	32.2	83	45.4
	自分の服で補充が必要なモノと、その購入の優先順位など 計画的に購入するのに役立つ情報	147	44.3	48	26.2
	取扱い商品や品揃えの特長など 店を選ぶのに役立つ情報	128	38.6	66	36.1
	買い物の特典やバーゲン情報など 経済的な買い物をするのに役立つ情報	228	68.4	142	77.6
	なし	4	1.2	2	1.0
	わからない	13	3.9	0	0
着 装	服のコーディネート提案、紹介など 服装を決めるのに役立つ情報	122	36.8	73	40.0
	体型と服の色、動きやすさと服のデザインの関係など 服や服装についての知識	147	44.3	97	53.0
	自分の服の組み合わせリストなど 手持ちの服を活用するのに役立つ情報	239	72.0	130	71.0
	なし	4	1.2	2	1.1
	わからない	5	1.5	6	3.2
洗 濯	汚れをつきにくくする方法、染みが残りにくい素材の紹介など 洗濯や漂白に必要な線維についての知識	140	42.2	103	56.3
	ナイロンは陰干しにする、線維と漂白剤の関係など 洗濯や漂白に必要な線維についての知識	105	31.6	59	32.2
	自分の服の洗濯や漂白時の注意点、衣替えリストなど 計画的に洗濯し、漂白などをするのに役立つ情報	160	48.2	61	33.3
	製品の取扱い店のリスト、洗剤の性能評価など 利用したい製品を見つけ、入手するのに役立つ情報	62	18.7	45	24.6
	染みの取り方、家庭で洗えるドライマーク洗剤の紹介など 専門店をあまり利用しないですむことに役立つ情報	146	44.0	85	46.5
	なし	12	3.6	2	1.1
	わからない	19	5.7	4	2.2
ク リ ー ニ ン グ	集配サービスの紹介など 利用を楽にするのに役立つ情報	60	18.1	26	14.2
	利用する際の注意、線維とクリーニング溶剤の関係など 専門店の利用についての知識	74	22.3	38	20.8
	クリーニング利用記録など 計画的にクリーニングを利用するのに役立つ情報	48	14.5	14	7.7
	仕事の内容や技術の評価など 自分の希望にあった店やサービスを選ぶのに役立つ情報	164	49.4	117	63.9
	サービス期間や利用の際の特典など 専門店を経済的に利用することに役立つ情報	189	56.9	111	60.7
	なし	17	5.1	7	3.8
	わからない	27	8.1	5	2.7
管 理	ノーアイロン製品の紹介、しわにならない服のたたみ方など 収納・保管を楽にするのに役立つ情報	163	49.1	75	41.0
	湿気と保管場所、防虫剤の種類など 収納や保管についての知識	152	45.8	84	45.9
	自分の服の保管リスト収納場所、丈直し・ボタン付けの必要など 着用したいときに、よい状態で着用できるように役立つ情報	42	12.7	27	14.8
	なし	10	3.0	5	2.7
	わからない	12	3.6	2	1.1
処 分	バザーの知らせ、服の寄贈の依頼先の紹介など 不要な服を役立てる場を見つけるのに役立つ情報	156	47.0	101	55.2
	線維と資源、廃棄衣類とごみ問題など 資源や環境汚染についての知識	69	20.8	75	41.0
	自分の着ない服と、その理由のリストなど 死蔵衣類を無くすことに役立つ情報	39	11.8	19	10.4
	リフォーム店(業者)の仕事の内容や技術の評価など リフォームを手軽にするのに役立つ情報	90	27.1	73	39.9
	フリーマーケットや古着屋情報など 不要な服を売るのに役立つ情報	241	72.6	63	34.4
	なし	19	5.7	13	7.1
わからない	26	7.8	11	6.0	

で望まれる情報についての結果である。

表5は、表4でそれぞれの場面で最も希望する者の割合が高かった情報の利用目的を、学生と母親それぞれに表したものである。同じく、表4で希望する者が50%以上あった情報を、学生と母親それぞれに、希望した者の割合の高かった順に表したものが、表6である。表5と表6から、学生と母親が今後の衣生活で希望する情報について検証する。

表5より、学生は「購入」、「クリーニング」、「処分」の3場面で、“製品や店を経済的に利用することに役立つ(経済)”ことを目的とする情報を希望し、「着装」「洗濯」の2場面で“より計画的・合理的に行う(計画)”ことを目的とする情報を望む者が多いことがわかる。また表6から、学生が最も望む情報は、「フリーマーケットや古着屋情報など、不要な服を売るのに役立つ情報」(72.6%)で、次に希望が多いのは「自分の服の組み合わせリストなど、手持ちの服を活用するのに役立つ情報」(72%)である。3位は「買い物の特典やバーゲン情報など、経済的な買い物をするのに役立つ情報」(68.4%)、4位は「サービス期間や利用の際の特典など、専門店を経

表5 各場面で最も希望された情報の利用目的

衣生活場面	情報の利用目的		人数 (%)	
	学生 (n=332)	母親 (n=183)	人数	(%)
購 入	学生	経済的な買い物(経済)	227	68.4
	母親	経済的な買い物(経済)	142	77.6
着 装	学生	手持ちの服を活用(計画)	239	72.0
	母親	手持ちの服を活用(計画)	130	71.0
洗 濯	学生	計画的に洗濯や漂白などをする(計画)	160	48.2
	母親	洗濯や手入れを楽にする(軽減)	103	56.3
クリーニング	学生	専門店を経済的に利用(経済)	189	56.9
	母親	希望にあう店・サービスを選ぶ(選択)	117	63.9
管 理	学生	収納・保管を楽にする(軽減)	163	49.1
	母親	収納や保管についての知識(適切)	84	45.9
処 分	学生	不要な服を売る(経済)	241	72.6
	母親	不要な服を役立てる場を見つける(軽減)	101	55.2

済的に利用することに役立つ情報」(56.9%)となり、学生の上位2つは、自分たちがすでに所有している服を処分したり、活用するのに利用できる情報、3、4位は、いずれも金銭的な節約に役立つ情報である。

母親は表5をみると、学生の「経済」のように、3場面にも共通する利用目的はなく、“手間を省く・(体の)負担を減らす「軽減」”が「洗濯」「処分」の2場面で望まれているがこれ以外の場面で希望が高かった情報の利用目的は様々である。

表6 半数以上の者から希望された衣生活情報

	順位	衣生活場面	衣 生 活 情 報	人数 (%)
学 生 (n=332)	1	処 分	フリーマーケットや古着屋情報など 不要な服を売るのに役立つ情報	241 72.6
	2	着 装	自分の服の組み合わせリストなど 手持ちの服を活用するのに役立つ情報	239 72.0
	3	購 入	買い物の特典やバーゲン情報など 経済的な買い物をするのに役立つ情報	227 68.4
	4	クリーニング	サービス期間や利用の際の特典など 専門店を経済的に利用することに役立つ情報	189 56.9
母 親 (n=332)	1	購 入	買い物の特典やバーゲン情報など 経済的な買い物をするのに役立つ情報	142 77.6
	2	着 装	自分の服の組み合わせリストなど 手持ちの服を活用するのに役立つ情報	130 71.0
	3	クリーニング	仕事の内容や技術の評価など 自分の希望にあった店やサービスを選ぶのに役立つ情報	117 63.9
	4	クリーニング	サービス期間や利用の際の特典など 専門店を経済的に利用することに役立つ情報	111 60.7
	5	洗 濯	汚れをつきにくくする方法、染みが残りにくい素材の紹介など 洗濯や漂白に必要な線維についての知識	103 56.3
	6	処 分	バザーの知らせ、服の寄贈の依頼先の紹介など 不要な服を役立てる場を見つけるのに役立つ情報	101 55.2

表6をみると、学生では3位であった「経済的な買い物をするのに役立つ情報」が、母親が最も望む情報で、77.6%の者が希望している。また、順位は異なるものの「着装」と「クリーニング」では、学生と同じく、「手持ちの服を活用するのに役立つ情報」と「専門店を経済的に利用することに役立つ情報」が、半数以上の母親から望まれている。学生では、半数以上が望んだ情報は4種類であったが、母親では6種類あり、「クリーニング」で「自分の希望にあった店やサービスを選ぶのに役立つ情報」(63.9%)と「洗濯」での「洗濯や手入れを楽にするのに役立つ情報」(56.3%)も、多くの母親の望んでいる情報である。

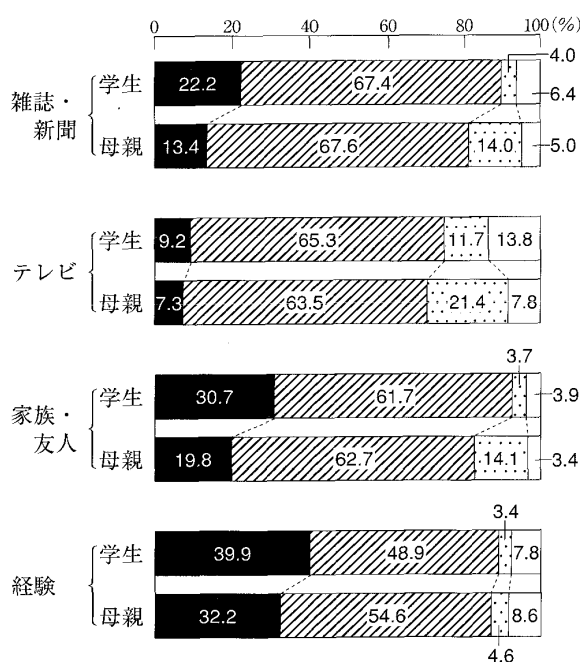
以上のように、衣生活場面から今後の衣生活情報への期待を検証した結果、あれば利用したい情報として最も多くの学生があげたのは、「フリーマーケットや古着屋情報など、不要な服を売するのに役立つ情報」、次いで「自分の服の組み合わせリストなど、手持ちの服を活用するのに役立つ情報」であった。母親で最も利用期待が高かったのは、「買い物の特典やバーゲン情報など、経済的な買い物に役立つ情報」で、次いで学生と同じく「手持ちの服を活用するのに役立つ情報」であった。また、衣生活場面ごとの利用期待の高かった情報から、学生には製品や店を経済的に利用し、計画的・合理的に衣生活を営むために衣生活情報を利用しようとする傾向がみられた。しかし母親には、労力や手間を軽くするために情報を利用しようとする傾向がみられるものの、学生のようなはっきりとした利用目的の傾向はみられなかった。これは母親が、その衣生活経験から、それぞれの衣生活場面において、必要とする情報を身近に、具体的に考えることができるため、情報に求める目的が多様であることによるとと思われる。

2) 情報の形態別にみた利用期待

図7は、今後、衣生活でどの程度、情報を利用しようと思うかを、「おおいに利用したい(以下、おおいに利用)」「ある程度利用し

たい」「あまり利用したいとは思わない」「わからない」の4段階で質問し、その結果を、学生と母親それぞれについて、情報の形態別に割合で表したものである。現在の情報の利用程度(図6)と比較すると、学生、母親とも、いずれの形態の情報に関しても、現在「かなり利用」と答えた者の割合より、今後「おおいに利用」と答えた者の割合は高く、学生、母親ともに今後の衣生活における情報利用への期待は高い。また、どの形態の情報についても、学生のほうが母親より期待は高い。

学生では、今後利用したい情報の形態としては「経験」をあげる者が最も多く、学生の39.9%が「おおいに利用」と答えている。次いで30.7%の学生が「アドバイス」を「おおいに利用」しようと思っている。「記事・広告」の情報の利用を期待する者は22.2%と、割合としては「経験」や「アドバイス」ほど高くないが、図6で、現在「かなり利用」と答えた者の割合の9.4%と比較すると、今後「おおいに利用」の22.2%は2.3倍となり、「記事・広告」の情報も、学生の期待が高いといえる。母親が利用を期待する情報の形態は、



■ おおいに ▨ ある程度 ▤ あまり □ わからない

図7 情報の形態別にみた今後の衣生活情報の利用への期待

「経験」(32.2%)で、次は「アドバイス」(19.8%)であった。

以上のように、今後、衣生活で情報を利用する際、学生、母親ともに最も利用しようと思っているのは、「経験」、次いで「アドバイス」による情報であることが明らかとなった。しかし「経験」や「アドバイス」による情報を、情報として利用していくことは容易ではない。「経験」は、利用しない理由(表3)の1位に“済んでしまうと忘れてしまう”があげられ、「アドバイス」も、理由(表3)の2位に“聞いても忘れてしまう”があるように、どちらの情報も記録しなければ残らないものである。しかも「経験」を利用しない理由(表3)で、「記録しておくことを忘れる」、「記録しておくのが面倒」が上位にあげられているように、現在ではまだ、記録は個人の“情報として残そう”という自覚と努力がなければ難しい行為である。

また、「経験」や「アドバイス」による情報は、情報量がそのものが少ない場合、内容が検討され、修正される機会もないままに誤った固定化された情報として、衣生活で繰り返し利用されていくという可能性も大きい。一方、携帯電話の急激な普及により、今後「アドバイス」によって得られる情報量が今以上に増すことも予想され、その結果、情報に振り回され、誤った判断をする可能性が高くなることも考えられる。

4. まとめ

衣生活に関する情報(衣生活情報)の現在の利用状況を、衣生活場面からみた結果、全体的には学生と母親の利用傾向は似ていた。しかし生活場面ごとにみると、洗濯や保管など衣服管理領域での、情報の利用に異なる傾向がみられた。そこで更なる検討を加えた結果、この利用傾向の違いは、学生が今後、生活者としての経験を増していくことに伴い、母親と同じ利用傾向になっていくことが予想されるものであった。衣生活情報の利用状況を、情報の形態の違いからみた結果からは、

テレビの生活情報番組やCMによる衣生活情報は、あまり利用されていないことが明らかとなった。利用しない理由として最も多かったのは、テレビの一過性からくる記録性の悪さである。また雑誌や新聞の記事や広告による衣生活情報は、学生が服の購入時や服装を決める時によく利用しているものの、母親では、内容に不満を感じている者も少なくない。衣生活情報で最もよく利用されているのは、雑誌やテレビなどマスメディアによるものではなく、学生では、家族や友人の意見やアドバイスによる情報であり、母親では自分の今までの経験による情報である。

今後の衣生活情報への期待を、利用したいと思う情報を問うことにより検証した結果、学生には「製品や販売店の経済的利用」及び「計画的・合理的な衣生活」に役に立つ情報への利用期待が高いという傾向がみられた。一方、母親が情報に求める目的は衣生活場面によって異なり、「労力や手間の軽減」に役立つ情報への利用期待がやや高いものの、学生にみられたような明らかな傾向はみられなかった。またいずれの形態の情報に関しても、今後の衣生活における利用期待は高く、中でも、自分の今までの経験による情報は、学生、母親ともに、今後の衣生活で最も利用したい情報と答えている。

今回の調査により、多くの女性が、現在の衣生活でよく利用し、今後も利用しようとしている情報は、自分の経験、および家族・友人からのアドバイスによる情報であることが明らかとなった。情報社会といわれるようになって久しいが、これらの情報は、情報社会となる遥か以前から、衣生活で利用されていたものである。何世代にも亘って、限られた素材や枚数の衣服で衣生活が営まれていた時代では、情報量そのものが少なく、しかも長年にわたる利用によって内容も適正なものに修正されていったであろうことを考えると、「経験」や「アドバイス」による情報は、衣生活で十分機能していたと思われる。しかし現在は、様々な素材の開発や技術革新などにより、衣生活に関する情報は年毎に増え、そ

の内容も変化している。このような状況において、「経験」や「アドバイス」による情報を主に、これからの衣生活を営もうとする姿勢が多く女性に見られることには問題があるといえよう。なぜならば、一般に「経験」や「アドバイス」から得られる情報は限られており、またそれらを正しく利用していくためには、確立された内容をもつ情報も併せて利用していくなどの必要があるからである。

「経験」や「アドバイス」による情報以外の情報にも、その利用に関してそれぞれ課題はあるものの、今や、私たちの生活を情報と切り離して考えることは不可能である。衣生活も、衣服というモノの視点ではなく、情報という視点から改めて見てみると、それは衣服を媒体とした衣生活情報の総合的な管理と活用によって営まれるものであることがわかる。そしてこの視点からみた情報時代にふさわしい衣生活とは、衣服の購入から廃棄までを視野に入れた衣生活に関する大量の情報の中から、個人の価値観やライフスタイルにあった情報を選択、保存、活用、さらには発信していくことにより、一人一人の衣生活を構築していくことといえるのではないだろうか。

最後に、本調査を行うにあたり、ご指導を頂きました岐阜大学大学院教授杉原利治先生をはじめ、多くのご支援と協力をいただいた先生方に、厚くお礼を申し上げます。なお、調査結果の一部は、日本家政学会中部支部総会で発表致しました。

参考文献

- 1) 辻 幸恵：日本繊維製品消費学会 2001年年次大会
- 2) 風間 健：日本繊維製品消費学会誌、Vol.40 p45 (1999)
- 3) 宮崎 和子：岐阜大学大学院学位論文概要集 (1998)
- 4) 牧島邦夫：衣服の科学、東海大学出版会、1995
- 5) SOEN EYE 14, 1994(2)
- 6) 平井 紀子：ファッションドキュメンテーションVol.5. p13 (1995)
- 7) 阿部 久美子：日本繊維製品消費学会 年次大会 (1998)
- 8) 秋田 知恵：CORE 83, 1995(5)

—生活学科 衣生活—