

母親の価値観が幼児服の購買行動に及ぼす影響

山中 大子 元 埼玉大学大学院教育学研究科
山口 香 洗足学園中学校・高等学校 (非)
川端 博子 埼玉大学 教育学部 家政教育講座

キーワード: 購買行動、被服行動、幼児服、教育観、母親

1. 緒言

幼児期の衣服は、子どもが衣服と関わる出発点となり、その後の被服行動に影響を与え得るため、被服学や消費科学において重要な研究対象である。しかし幼児服に関する研究は、幼児服その「もの」に着目した研究が主となっており¹⁾²⁾、報告数も少ない。

幼児が自らの意思で衣服を選択することもあるが、それを購入し着用させ管理するのは母親であることが多い。また、就学前の服装に関して母親の影響が大きいことが先行研究で示されている³⁾。母親のパーソナリティや被服行動と、子ども服の選択との関連の考察では、母親自身のファッションに対する行動が子ども服に対する行動に影響を及ぼすことが明らかにされている⁴⁾。以上のことより、幼児の衣服に対する態度や行動は、母親の価値観の影響を受けているのではないかと考える。

しかし、母親の様々な価値観と、幼児服の購買行動の関連を多面的に考察した研究は見当たらない。また、母親と幼児は、幼児服に対して購入者・着用者という異なる立場にあり、この二者の関係によって幼児服の購買行動はなされると考えられる。そこで、母親の価値観が幼児服の購買に与える影響を明らかにするために、本研究においては母親の幼児に対する意識や想いを教育観や衣服観から焦点を当て、それらが幼児服の購買行動に及ぼす影響について考察する。

2. 研究方法

2-1 調査方法

2003年～2004年に関東近辺の保育園・幼稚園に協力

を依頼し、2歳から6歳の未就学児をもつ母親671名に、質問紙による留め置き調査を行った。

母親の年齢は21～46歳で、平均年齢は34.1歳(SD=4.5)であった。居住地域は、都市部居住者(52.1%)には東京都と神奈川県が、郊外部居住者(47.9%)には茨城県が大半を占めた。母親の年齢は郊外部の方で若い傾向があり、仕事を有する者の割合は郊外部(59.8%)都市部(40.2%)であった。また、回答内容の対象とした子の性別は男児 51.1%・女児 48.9%であり、子の所属は、保育園児 37.2%・幼稚園児 60.9%であった。

2-2 質問項目

回答方法は、そうである(4)～そうでない(1)の4件法を用いた。

(1) 幼児服の購買行動: 21項目

文献調査¹⁾³⁾⁴⁾に基づき幼児服の購買に関する記述をできるだけ多く抜き出し、予備調査として5名の未就学児を持つ母親への聞き取り調査を行い、それらを基に、質問項目21項目を設定した(表1参照)。

加えて、幼児服の購入時に重視する評価基準について尋ねる項目を設定し、購入の際に最も重視するもの3つを選択してもらった(図1参照)。

(2) 母親の衣服に対する価値観: 7項目

衣服に対する価値観を、クリークモアは、芸術的、経済的、探求的など8個の価値において測定している⁷⁾。このうち衣服の物理的な快適性を代表する感覚的を除く7個を、母親の生活に対応させた質問項目を作成した(表2参照)。

(3) 母親の幼児服における教育観: 5項目

親子の関係をとらえるものとして、親自身が親の役割を自己評定する尺度として、親役割診断尺度が作成

されている⁹⁾。この尺度は、中高生の親を対象として作成されているため、本研究では「分離不安」を除く5つの下位尺度の内容を、幼児服を媒介とした親子関係に当てはめた質問項目を作成した(表4参照)。

3. 結果

3-1 幼児服の購買行動

(1) 幼児服の評価基準

評価基準の回答結果を、肯定的な回答割合の多かった順に図1に示した。1996年の若年女性の結果⁹⁾と比較してみると、全体としては「サイズ」、「価格」、「デザイン」を重視する傾向は一致しているが、幼児服では「素材」とともに「洗濯や手入れのしやすさ」の割合が高いことが特徴的である。幼児は服を頻繁に汚し、母親は日常的に幼児の衣服を洗濯・管理するためであると考えられる。

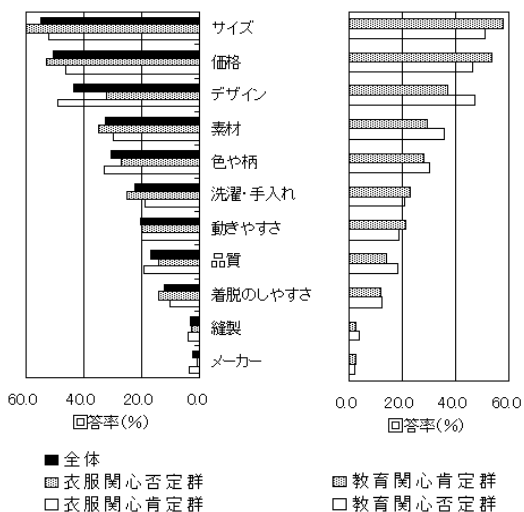


図1 幼児服の評価基準

表1 幼児服の購買行動に関する質問項目と因子分析結果

質問項目	M	SD	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子
15 肌触りのよい服を買うように心がけている。	3.15	0.76	0.76	0.00	0.03	0.06	0.05
16 素材や取り扱い表示を確認して子どもの服を買う。	2.90	0.90	0.73	0.02	0.07	-0.03	0.04
12 スカートやズボンのウェストがゴム入りかを確認して買う。	2.94	0.95	0.39	-0.01	-0.03	0.19	-0.12
6 お気に入りの子どもの服のDMやカタログを取り寄せている。	1.68	0.97	-0.03	0.84	-0.08	0.12	-0.02
7 カタログや通信販売で子ども服を買う。	1.84	0.98	0.05	0.56	0.00	-0.04	-0.07
20 リサイクルショップやフリーマーケットで子ども服を買う。	1.68	0.92	-0.06	0.11	0.76	0.14	0.02
19 お下がりをもらった中古の服を着せることが多い。	2.50	0.96	-0.03	-0.14	0.53	-0.13	0.04
10 子どもの服は、割引きやセールで買う。	2.90	0.80	0.11	-0.04	0.38	-0.13	-0.10
11 子どもと一緒に、子どもの服を買いに行く。	2.71	0.98	0.08	0.00	-0.05	0.61	0.10
14 試着をしてから、子ども服を買うようにしている。	2.02	0.91	0.20	-0.01	-0.01	0.43	0.06
3 そのシーズン流行の子ども服を購入する。	2.02	0.82	-0.12	0.29	-0.29	0.39	0.12
9 子どもの服を買うために、時間をかけない。	2.33	0.88	0.13	-0.23	0.23	-0.35	-0.10
1 祖父母といっしょに子ども服を買いに行く。	2.40	0.60	-0.09	-0.01	-0.10	0.19	0.57
18 祖父母が選んだ子ども服がプレゼントされる。	2.31	1.07	0.06	-0.05	0.02	0.03	0.55
2 ねだられたものをその場で買ってあげる。	1.95	0.69					
4 今の年齢のうちにしか着せられないと思う服を買う。	2.35	0.80					
5 手持ちの服との組合せを考えて子ども服を買っている。	3.06	0.82					
8 近くの店や出かけ易い店で子ども服を買うことが多い。	3.10	0.90					
13 子どもに、ちょうどよいサイズの服を買う。	2.92	0.75					
17 Tシャツなどは、男女児兼用で着られるものを買う。	2.08	0.94					
21 インターネットオークションで服を探す。	1.14	0.49					
固有値			2.28	1.95	1.54	1.39	1.10
累積寄与率(%)			16.28	30.19	41.21	51.15	58.98
α係数			0.63	0.65	0.54	0.52	0.43

(2) 幼児服の購買行動の傾向

表 1 に幼児服の購買行動に関する質問項目の評定平均値を示した。より肯定的な回答傾向にある設問は、3-1(1)評価基準と同様に、衣服の実用性に関わる項目であった。また調査当時、インターネットオークションや通信販売は、一部の回答者にのみ利用されていた。幼児服の購買行動全 21 項目に対して因子分析(主因子法・バリマックス回転)を行った。固有値 1.0 を基準に因子数を決定した。各因子について因子付加量絶対値が 0.35 以下の項目を見たところ、項目 2、4、5、8、13、17、21 に関して条件に一致した。そこでこれらを除いた残りの 14 項目に対して因子分析を行ったところ、表 1 に示すような 5 因子解が妥当とされた。しかし第 5 因子に関しては、単独での寄与率が 1 桁になっているため、以降、第 4 因子までに着目した。第 4 因子までの累積寄与率は 51.15%であった。

以上の手続きにより、単純構造の 4 因子解が得られた。第 1 因子は、肌触りのよい服を買うように心がけているなど 3 項目から構成される「実用性確認」の因子である。第 2 因子はカタログや通信販売で子ども服を買うなど 2 項目から構成される「通販利用」の因子である。第 3 因子は、リサイクルショップやフリーマーケットで子どもの服を買うなど 3 項目から構成される「節約」の因子である。第 4 因子は子どもと一緒に、子どもの服を買いに行くなど 4 項目から構成される「親子で買い物を楽しむ」因子である。

また、幼児服の購買行動の構成因子と母親の属性との相関係数を求めた。その結果、第 1 因子「実用性確認」が母親の年齢と弱い正の相関($r=0.20$)、第 4 因子「親子で買い物を楽しむ」が母親の年齢と負の相関($r=-0.27$)、第 4 因子「親子で買い物を楽しむ」が幼児の性別と弱い相関($r=0.20$)が見られた。女兒をもつ若い母親ほど、時間をかけて親子で幼児服を一緒に買いに行く傾向があり、また母親の年齢が上がるほど、幼児服の品質を確認する傾向があることが認められた。

3-2 母親の衣服に対する価値観

表 2 は母親の衣服に対する価値観に関する質問項目の評定平均値を表したものである。これら 7 項目に対して信頼性分析を行いクロンバックの α 係数を測定し

た結果、 $\alpha=0.87$ と高い値が得られ、内的整合性が認められた。

衣服に対する価値観と母親の属性との相関係数を求めた結果、質問項目 2~5 と母親の年齢との間に $r=0.20$ 程度の弱い負の相関が認められた。若い母親ほど、自分自身の衣服に対して関心が高いと言える。また、質問項目 7 と子どもの所属との間には弱い正の相関が見られ($r=0.19$)、子どもが幼稚園に所属している母親の方が、保育園に所属している母親よりも保護者会の時の服装に気を配る傾向が見られた。

(1) 母親の衣服関心と評価基準

これまでの研究で、衣服関心を測定する尺度が度々試みられている¹⁰⁾。これらは概して被服に対する多様な価値付けを分類し、その強度の合算によって被服への関心の強さを測定している。本研究でも、表 2 に示した質問項目 7 項目の合計得点を、調査対象者の衣服関心の程度として考察した。

母親の衣服に対する価値観の 7 つの質問項目の合計得点平均点を、ニュートラルな値である 2.5 点を境に、調査対象者を衣服関心肯定群(355 人)と衣服関心否定群(326 人)に分けた。両群の評価基準の回答割合を、図 1 左側に示した。両群ともに「サイズ」「価格」を重視していたが、衣服関心肯定群がより「デザイン」を重視する傾向が見られた。衣服関心否定群は「素材」「洗濯・手入れ」をより重視している傾向が見られた。

(2) 母親の衣服に対する価値観と購買行動

母親の衣服に対する価値観の 7 つの質問項目各々に対して、「そうである」「ややそうである」と答えた調査対象者を母親の衣服に対する価値観肯定群、「あまりそうでない」「そうでない」と答えた調査対象者を否定群とした。2 群の、幼児服の購買行動の傾向を明らかに

表 2 母親の衣服に対する価値観

質問項目	M	SD
1 以前から、よくファッションに関する雑誌を読んでいる。	2.38	0.95
2 おしゃれに関心がある。	2.88	0.81
3 衣服を見たり、探すが好きである。	3.12	0.85
4 衣服の買い物によく行く。	2.53	0.90
5 衣服には流行を取り入れている。	2.38	0.86
6 欲しい服があると高くても買ってしまふ。	2.09	0.95
7 保護者会の時の服装に気を配る。	2.67	0.78

するために t 検定を行い、有意差が見られたものを表 3 に網掛けで示した。幼児服の購買行動の「通販利用」「親子で買い物を楽しむ」は、母親の衣服に対する価値観肯定群のほうが有意に肯定的な回答をしている。一方、幼児服の購買行動の「節約」は、衣服に対する価値観肯定群のほうが、有意に否定的な傾向である。また、幼児服の「実用性確認」においては母親自身の衣服に対する価値観による差は見られなかった。このように母親自身の衣服における価値観と幼児服の購買行動には関連が見られるものの、それは正の相関だけではないため、更に詳細に検討していく必要がある。

3-3 母親の幼児服における教育観

表 4 は、母親の幼児服における教育観の質問項目の評定平均値を表したものである。幼児服における教育観と、母親の属性との相関係数を求めた結果、質問項目 1、4 と母親の年齢との間に弱い負の相関が認められた ($r=0.18$, $r=-0.20$)。若い母親ほど、幼児服を通して子どもに干渉・適応援助をする傾向にある。また、質問項目 3、4 と幼児の性別との間には正の相関があり ($r=0.29$, $r=0.27$)、女兒の母親の方が、幼児服を通して子を受容し、適応援助をする傾向が見られた。

(1) 母親の幼児服における教育関心と評価基準

母親の幼児服における教育観の 5 つの質問項目の合計得点平均点を、2.5 点を境に、調査対象者を教育関心肯定群 (305 人) と教育関心否定群 (376 人) に分けた。これら 2 つの群の、幼児服の評価基準の回答割合を、図 1 右側に示した。両群ともに「サイズ」「価格」を重視していたが、教育関心否定群がより「デザイン」「素材」を重視する傾向が見られた。

(2) 母親の幼児服における教育観と購買行動

母親の幼児服における教育観と、幼児服の購買行動の関係を明らかにするため、母親の幼児服における教育観の 5 つの質問項目に対して、肯定群と否定群に分けて購買行動の平均値を比較し、2 群の幼児服の購買行動の回答傾向を把握した。 t 検定を行い、有意差が見られたものを表 5 において網掛けで示した。購買行動の「親子で買い物を楽しむ」は、教育観「受容」「干渉」「適応援助」肯定群のほうが、得点が高かった。購買行動の「実用性確認」は、教育観「自立促進」「自信」

肯定群のほうで、得点が高かった。

表 3 母親の衣服に対する価値観肯定群・否定群の購買行動平均点

質問項目と群	実用性確認	通販利用	節約	親子で買い物	
1	肯定群(286)	2.99	2.05	2.19	2.63
	否定群(365)	2.97	1.60	2.50	2.11
2	肯定群(467)	2.99	1.95	2.21	2.58
	否定群(213)	2.86	1.48	2.52	1.90
3	肯定群(332)	3.03	1.93	2.26	2.58
	否定群(148)	3.04	1.42	2.52	1.77
4	肯定群(316)	2.99	2.00	2.15	2.71
	否定群(365)	3.11	1.50	2.56	1.89
5	肯定群(289)	3.04	1.99	2.09	2.80
	否定群(369)	3.09	1.46	2.47	2.00
6	肯定群(204)	3.09	1.92	2.07	2.42
	否定群(476)	2.94	1.58	2.57	2.18
7	肯定群(405)	3.11	1.82	2.08	2.63
	否定群(273)	2.99	1.55	2.59	2.02
計	肯定群(346)	3.02	1.99	2.07	2.63
	否定群(355)	3.02	1.54	2.55	2.04

() 内は、肯定群と否定群、それぞれの群の人数を示す

t 検定の結果、肯定群と否定群に有意な差 ($p < 0.05$) が見られた項目を網掛け

表 4 母親の幼児服における教育観

質問項目	教育観	M	S	D
1 おしゃれのため、動きにくい服を着せることがある。	干渉	1.65	0.75	
2 子どもが、一人で着脱できる服を選んでいる。	自立促進	3.10	0.76	
3 子どもの、デザインや色の好みはっきり分かる。	受容	2.61	0.97	
4 子どもの髪を手入れすることが好きである。	適応援助	2.44	0.89	
5 子どものしつけをきちんとしている。	自信	3.00	0.60	

表 5 母親の幼児服における教育観肯定群・否定群の購買行動平均点

質問項目	実用性確認	通販利用	節約	親子で買い物	
1	肯定群(94)	2.72	2.03	2.26	2.58
	否定群(586)	3.03	1.73	2.37	2.33
2	肯定群(546)	3.07	1.78	2.35	2.35
	否定群(134)	2.68	1.69	2.39	2.39
3	肯定群(369)	3.09	1.82	2.37	2.48
	否定群(311)	2.88	1.69	2.34	2.21
4	肯定群(306)	3.03	1.86	2.29	2.54
	否定群(374)	2.96	1.69	2.41	2.20
5	肯定群(566)	3.03	1.77	2.36	2.39
	否定群(112)	2.78	1.70	2.36	2.22

() 内は、肯定群と否定群、それぞれの群の人数を示す

t 検定の結果、肯定群と否定群に有意な差 ($p < 0.05$) が見られた項目を網掛け

表6 母親の衣服における親子関係観

母親の衣服に対する価値観		対応する 母親の幼児服に対する価値観		M	SD	相関係数
1	以前から、よくファッションに関する雑誌を読んでいる。	1'	子ども服の情報に関心がある。	2.5	0.9	.43**
2	おしゃれに関心がある。	2'	子どもの服におしゃれを心がけている。	2.3	0.8	.50**
3	衣服を見たり、探すが好きである。	3'	子どもの服をこまめに見に行く。	2.5	0.9	.45**
4	衣服の買い物によく行く。	4'	子どもの服には、お金をかけない。(反転項目)	2.4	0.9	-.33**
5	衣服には流行を取り入れている。	5'	大人の流行を子どもに取り入れる事に抵抗がある。(反転項目)	2.6	0.9	-.23**
6	欲しい服があると高くても買ってしまう。	6'	気に入ったデザインの子どもの服をみつけるとつい買ってしまう。	2.5	0.9	.40**
7	保護者会の時の服装に気を配る。	7'	しみや汚れのついた服を外出着にしない。	1.9	0.9	.26**

表7 母親の衣服における親子関係観
幼児重視群・母親重視群の購買行動平均点

質問項目	実用性確認	通販利用	節約	親子で買い物	
1	幼児重視群(167)	2.95	1.68	2.34	2.23
	母親重視群(223)	3.01	1.90	2.37	2.46
2	幼児重視群(215)	2.90	1.65	2.40	2.27
	母親重視群(101)	3.00	1.96	2.17	2.42
3	幼児重視群(384)	2.99	1.73	2.41	2.29
	母親重視群(50)	3.03	1.84	2.04	2.43
4	幼児重視群(210)	2.99	1.72	2.50	2.33
	母親重視群(180)	3.02	1.80	2.15	2.38
5	幼児重視群(145)	3.15	1.77	2.36	2.32
	母親重視群(263)	2.90	1.68	2.42	2.29
6	幼児重視群(98)	3.14	1.56	2.31	2.18
	母親重視群(304)	2.98	1.83	2.32	2.46
7	幼児重視群(96)	2.97	1.76	2.46	2.32
	母親重視群(312)	2.99	1.80	2.34	2.32
計	幼児重視群(263)	3.02	1.72	2.42	2.26
	母親重視群(317)	2.96	1.77	2.31	2.42

() 内の数字は、幼児重視群・母親重視群、それぞれの群の人数を示す。

t検定の結果、2群の間に有意な差 (p<0.05) が見られた項目を網掛け

3-4 母親の衣服における親子関係観

衣服における親子関係観の違いが購買行動に与える影響を明らかにするために、母親自身の衣服に対する価値観7項目に対応する幼児服に対する価値観7項目を設定し(表6)、両者の回答傾向の差を母親自身の衣服と幼児服の価値観の差として着目した。母親自身の衣服得点のほうが高かったグループを母親重視群とし、幼児服の得点の高かったものを幼児重視群とした。

(1) 母親の衣服における親子関係観と評価基準

母親重視群、幼児重視群において、幼児服の評価基準の回答傾向に大きな差は見られなかった。

(2) 母親の衣服における親子関係観と購買行動

母親重視群と幼児重視群の、幼児服の購買行動の回

答傾向のちがいを明らかにするために t 検定を行い、その結果有意差が見られたものを、表7において網掛けで示した。幼児重視群は、幼児服の購買において「実用性確認」「節約」を有意により肯定する傾向にあった。逆に、母親自身重視群ほど、幼児服の「通販の利用」や「親子で買い物を楽しむ」を重視する傾向にあった。

3-5 幼児服の購買行動における母親の価値観

前出の、母親の衣服に対する価値観、母親の幼児服における教育観、母親の衣服における親子関係観の3つの価値観の相関をみると、全体的に相関は認められず、それぞれ独立した価値観であることが明らかになった。そこで、これら3つの価値観を用いて、幼児衣料の選択における被服行動を説明することを試みた。幼児服の購買行動の構成因子「実用性確認」「通販利用」「節約」「親子で一緒に買い物を楽しむ」を従属変数とし、3つの価値観を独立変数として、ステップワイズ法を用いて重回帰分析を行い、標準化された重回帰係数を示した(表8)。加えて、幼児服の購買行動21項目(表1)を従属変数とし、3つの価値観を独立変数として、重回帰分析を行い、標準化された重回帰係数を3次元の散布図として示した(図2)。母親の衣服に対する価値観の係数の正の値が大きければ大きいほど、母親の衣服に対する価値観の高さが幼児服の購買行動に影響していることを示している。母親の幼児服における教育観も、係数の正の値が大きければ大きいほど、母親の幼児服における教育観の高さが幼児服の購買行動に影響していることを示している。また、母親の衣服における親子関係観は、係数の正の値が大きければ大きいほど、母親自身の衣服よりも子の幼児服を重視する程度の高さが購買行動に影響していることを示している。

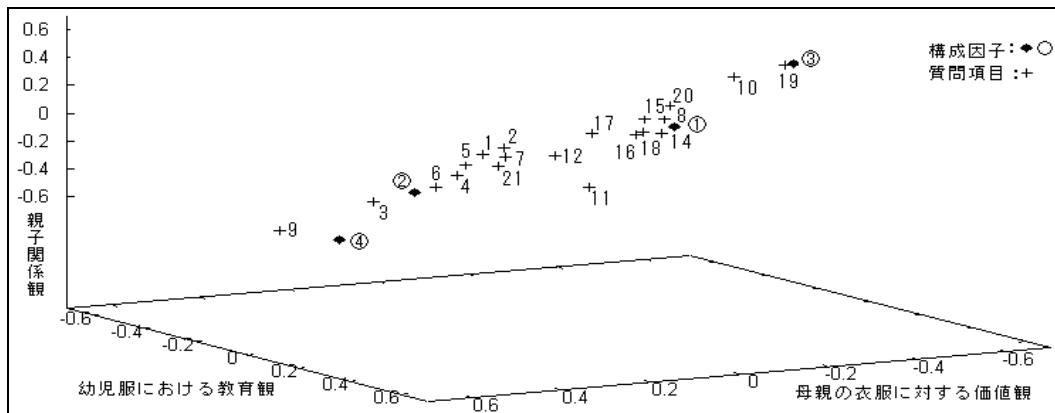


図2 母親の価値観と幼児服の購買行動

表8 標準化係数

従属変数	独立変数		
	衣服観	教育観	親子関係観
実用性確認 ◆①	-0.12	0.24	0.12
通販利用 ◆②	0.35	0.05	-0.30
節約 ◆③	-0.50	0.06	0.38
親子で買物 ◆④	0.62	0.22	-0.49

それぞれの価値観の係数の絶対値が小さいほど、その価値観は、購買行動にあまり影響を与えていないことが考察される。

表8の結果より、幼児服の購買行動においての、母親の価値観の重みづけの強さが、以下の通り示唆された。幼児服の購買行動「実用性確認」には、母親の幼児服における教育観の肯定が影響しており、母親の衣服に対する価値観と親子関係観の重みづけは弱い。幼児服の購買行動「通販利用」には、母親の衣服に対する価値観の肯定が影響しており、母親の自分自身の衣服を重視する傾向が購買行動に影響を与えていて、教育観の重みづけは弱い。幼児服の購買行動「節約」には、母親の衣服に対する価値観の否定が強く影響しており、衣服における親子関係観の母親自身よりも幼児の衣服を重視する傾向が、購買行動に影響を与えている。教育観はあまり影響していない。幼児服の購買行動「親子で買い物を楽しむ」には、母親の衣服に対する価値観と教育観の肯定が影響しており、衣服におけ

る親子関係観の母親自身の衣服を重視する傾向が購買行動に影響を与えている。

また、図2の結果より、具体的な幼児服の購買行動(21項目)における母親の3つの価値観の重み付けの程度が、以下の通りに示唆された。母親の衣服に対する価値観の重み付けが強い幼児服の購買行動は、幼児服の購買行動の質問項目1(標準化係数 $\beta=0.24$)、4($\beta=-0.36$)、5($\beta=0.32$)、6($\beta=0.45$)であった。母親の幼児服における教育観の重み付けが強い幼児服の購買行動は、幼児服の購買行動の質問項目11(標準化係数 $\beta=0.32$)、12($\beta=0.21$)、15($\beta=0.20$)であった。母親の衣服における親子関係観において母親自身の衣服よりも子どもの幼児服を重視する価値観の重み付けが強い幼児服の購買行動は、幼児服の購買行動の質問項目19(標準化係数 $\beta=-0.37$)であった。母親の衣服における親子関係観において子の幼児服よりも母親自身の衣服を重視する価値観の重み付けが強い幼児服の購買行動は、幼児服の購買行動の質問項目3(標準化係数 $\beta=-0.48$)、4($\beta=-0.22$)、6($\beta=-0.35$)、9($\beta=-0.53$)、11($\beta=0.21$)であった。

幼児服購買行動の質問項目7、8、13、14、16、17、18については、3つの価値観の標準化係数に差があまり見られず、標準化係数の絶対値も0.2より小さかった。そのため、これらの購買行動については、今回取り上げた3つの価値観以外のものが影響を与えていることも考えられ、今後の課題である。

4. 結語

未就学児を有する母親 671 名に、幼児服の評価基準と購買行動に関する質問紙調査を行った。その結果、幼児服の評価基準は、「サイズ」「デザイン」「価格」が重要視され、婦人服に比べて、「素材」とともに「洗濯や手入れのしやすさ」の順位が高いことが特徴的であった。また幼児服の購買行動は、因子分析の結果、「実用性確認」「通販利用」「節約」「親子で一緒に買い物を楽しむ」の 4 つの因子によって説明された。

母親自身の被服行動と子ども服の購買には関連があることが先行研究においても指摘されていたが、本研究においては、母親の価値観に着目した。母親の衣服に対する価値観、母親の幼児服における教育観、母親の衣服における親子関係観の 3 つの価値観を取り上げ、これら母親の価値観に基づき、幼児服の購買行動を多面的に説明することができた。

本研究では、被服行動の一つとして、母親の幼児服の購買行動を取り上げた。衣服に対する価値観や動機は、一つ一つが独立して意図されるものではなく、それらは複合的に被服行動を説明することが示唆された。被服行動は社会的性格を持つため、幼児服の購買行動も、関連する母親の価値観や社会的状況の上に立ち、また幼児服を媒介とした親子の社会的相互作用の中で、意味づけがなされているのではないかと考える。

謝辞

本研究の遂行にあたり、調査票に記入して下さった皆さまと、依頼・回収にご協力くださった保育園、幼稚園の関係者の方々にお礼を申し上げます。

引用および参考文献

- 1) 近藤ほか；日本衣服学会誌, **46**, 67-75 (2003)
- 2) 串山美津子；長崎県立女子短期大学研究紀要, **26**, 23-31 (1978)
- 3) 玉田真紀；デザイン学研究特集号, **9**, 39-46 (2002)
- 4) 菅宮健, 伊月真由美；北海道教育大学紀要(2-C), **44**,

1-11 (1993)

- 5) 辻幸恵, 風間健；織消誌, **40**, 387-398(1999)
- 6) 布施谷節子；日本家政学会誌, **42**, 545-555 (1991)
- 7) 神山進；被服心理学, p179, 光生館, (1984)
- 8) 谷井ほか；カウンセリング研究, **26**, 113-122 (1993)
- 9) H. KAWABATA and N. J. RABOLT；J. Consumer Studies & Home Economics **23** (4), 213-223 (1999)
- 10) 向川祥子；織消誌, **45**, 820-828 (2004)

(2010年9月30日提出)

(2010年10月15日受理)

The Effects of Mother's Values on Her Behavior in Purchasing Infants' Clothes

YAMANAKA, Hiroko

(former) Graduate School of Education, Saitama University,

YAMAGUCHI, Kaori

Senzoku-Gakuen Junior High School · High School

KAWABATA, Hiroko

Faculty of Education, Saitama University

Abstract

We conducted a questionnaire survey on 671 mothers of children from 2 to 6 years old for their behavior in purchasing infants' clothes. Criteria for evaluation and behavior in purchasing infants' clothes were analyzed from points of views such as their interest towards clothes, consciousness of their parental roles in clothing, and the balance between interest towards their own clothes and interest towards their children's. The results can be summarized as follows:

- 1) Three most important criteria for evaluation in infants' clothes were size, design, and price. The higher evaluation rankings, compared to lady's clothes, for "ease of care/maintenance" was characteristic. Also the criteria for evaluation in infants' clothes was influenced by the degree of mothers' own interest towards clothing and her concept of values (thoughts) in clothing.
- 2) Factor analysis on the behavior of the mothers in purchasing infants' clothes show that it can be interpreted by four components namely confirmation of its practical use, use of mail order service, money-saving attitude, and enjoyment of shopping together with their children. Mothers with higher interest towards her own clothes tend to answer negatively towards saving money in clothing expense, but confirmation of its practical use was not affected by the degree of mother's interest in clothing.

Key Words : Purchase behavior, Clothing interest, Infants' clothes, Parental roles, Mother