

現代女子学生の意識・行動に関する一考察（第1報）

——相愛女子短期大学生・相愛大学生について——

川 中 美津子

1. はじめに

服飾分野の短期大学や大学では、社会の趨勢や学生の要望に答え、従来のデザイン・縫製分野や素材・科学分野に加えて、マーケティング等のファッション・ビジネス分野をカリキュラムに設け始めている。しかし、ファッション・ビジネス分野関連の研究は産業界を中心に行われてきたもので、教育界や学会等での研究は途についたところである。

ファッション・ビジネス学会関西支部会のファッション・マーケティング論ワークショップ研究会では、共同研究の第1歩として、消費者研究に焦点をあて、次世代の消費を担う女子学生の価値観や行動を探る目的で、中部・関西・四国・九州の短期大学・四年生大学・専門学校に在学する女子学生1348名にアンケート調査を行った。本研究は、その一環として相愛女子短期大学・相愛大学の女子学生に行った調査結果を中心に分析したものである。

1-1 目的

バブル経済崩壊後の長引く不況と将来への不透明感が、人々の消費の抑制や節約志向に拍車をかけていると言われている。しかし、それは必ずしも不況という経済情勢にだけ起因するのではなく、戦後50数年を経て、消費者のライフスタイルや生活観が、大量消費を美徳とする従来型から新しいものへ移行しつつあることにも原因が求められるのではないかと考える。

現在、短期大学や四年生大学で学ぶ学生は、1980年前後に生まれた人で、バブル経済のまっただ中に少女期を過ごし、バブル経済崩壊後の不況を正しく体験中である。その彼女たちの持つ意識や価値観・行動は、従来のそれとは大きく異なるものになっていると思われる。

今回の調査で、次世代の消費の担い手である若い女性の生活実態や価値観・購買行動などを検討することにより、彼女たちの生活観の一端を知ることの一つの目的としている。

併せて、相愛学園の南港学舎という同一条件にありながら、短大生と四大生の違いを漠然と感じることが時としてあるのは筆者だけであろうか。そこで、短大生と四大生の意識や価値観・行動に実際において差があるのか、を明らかにすることも目的とした。

1-2 調査の概要と集計方法

調査対象は相愛女子短期大学生（生活学科1年生・2年生）110名と相愛大学生（音楽学部・人文学部1～4年生）88名であり、1997年9～10月に質問用紙による集合調査法によって実施した。

集計は各質問項目ごとの単純集計とクロス集計、質問項目間の相関分析を行った。ただし、今回の報告は、単純集計とクロス集計による生活・経済実態、一般的価値観、生活意識・行動、ファッション意識と購買行動における分析とする。

以下の報文中で短大、四大としているのは、特にことわらない限り、相愛女子短期大学、相愛大学を示す。また、短大生、四大生としているのも、特にことわらない限り、相愛女子短期大学生および相愛大学生を示す。

2. 生活・経済実態

2-1 生活時間の状況

短大生では9割、四大生は8割弱と僅かな差はあるが、自宅通学者が大半を占めており、短大生は5.8畳、四大生は6.8畳の広さの部屋を自分のものとして生活している。また、起床時間は短大生は7時45分、四大生は6時55分と1時間近くの差がみられる。このことから、「通学圏が四大生の方が広い」あるいは「早くに学校へ来ている」のいずれかの可能性が考えられる。就寝時間は短大生は12時50分、四大生は12時20分とここでも30分の差がある。睡眠時間については起床時間と就寝時間から計算上の睡眠時間の平均を出すと、短大生は6時間55分、四大生は6時間15分となり、睡眠時間に対する問の答えの6時間30分とは15～25分の差がある。学校にいる時間は、短大生は5時間55分、四大生は6時間35分と四大生の方が40分も長く学校にいる。これは、四大のカリキュラムが短大で言う10限目まで入っていることも原因の一つと考えられる。

アルバイト時間の平均は短大生で2時37分、四大生で1時46分と、短大生の方が45分長くアルバイトをしている。さらに、アルバイトをしていない短大生が36名（32.7%）、四大生が39名（44.3%）にも上るので、その「アルバイトをしていない学生」、さらに、「時々しかアルバイトをしない学生」・「未記入者」を除き、日常的にアルバイトをしている学生の平均をみると、短大生は4時10分、四大生は3時09分とかなりの時間をアルバイトに費やしている。

また、余暇に短大生は2時間46分、四大生は2時間42分とほぼ同じ時間を費やしている。

2-2 収入状況

アルバイトを行っている学生は全体の6割以上で、短大生（68.2%）の方が四大生（56.8

%)より1割以上も多い。アルバイトの頻度は週に3～4日という学生が3割余りと1番多く、次いで週に1～2日という学生が2割弱である。週に5～6日という四大生が2.3%であるのに対して、短大生には13.6%いる。1回のアルバイトに費やす時間は、4～6時間の学生が3割余りと最も多く、次いで2～4時間の学生が2割程度、6～8時間の学生が1割程度である。このようにしてアルバイトで得る平均収入金額は、5万円以上得ている学生が3割程度で1番高い割合を示しており、次いで3～5万円得ている学生が2割、2～3万円得ている学生が1割いる。アルバイト頻度とアルバイト時間をクロス集計すると「4～6時間のアルバイトを週に3～4回」している学生(17.7%)が1番多く、次いで「2～4時間のアルバイトを週に3～4回」(10.6%)、「4～6時間のアルバイトを週に1～2回」(6.6%)と続く。アルバイト収入とアルバイト頻度のクロス集計から「3～5万円・5万円以上の収入を得ている学生の57.6%が週に3～4回のアルバイトをしている」ことがわかる。また、5万円以上の収入を得ている学生が短大では34.5%もいたが、四大では22.7%であった。以上のような実態をみると、学生はこまめにアルバイトをしており、ある程度の収入を得ていることがわかる。

また、学生の場合にはアルバイト以外の収入源として家族からのこづかいが考えられる。家族からこづかいをもらっている学生が全体で6割余りで、もらっている金額は1～2万円が一番多く(20.7%)、次いで1万円以下(16.7%)、2～3万円(11.1%)となっており、1割程度の学生は5万円以上のこづかいをもらっている。学校種別間に大きな違いはないが、こづかいをもらっている割合が短大生で5割余りであるのに対して四大生は7割余りと差が見られる。また、こづかいの金額についても四大生の方が5～10ポイント高い割合を示している。「アルバイトをしている」と「こづかいをもらっている」のクロス集計からは93.4%の学生が、アルバイトとこづかいの両方、あるいはいずれかで自分たちの支出に対応している。

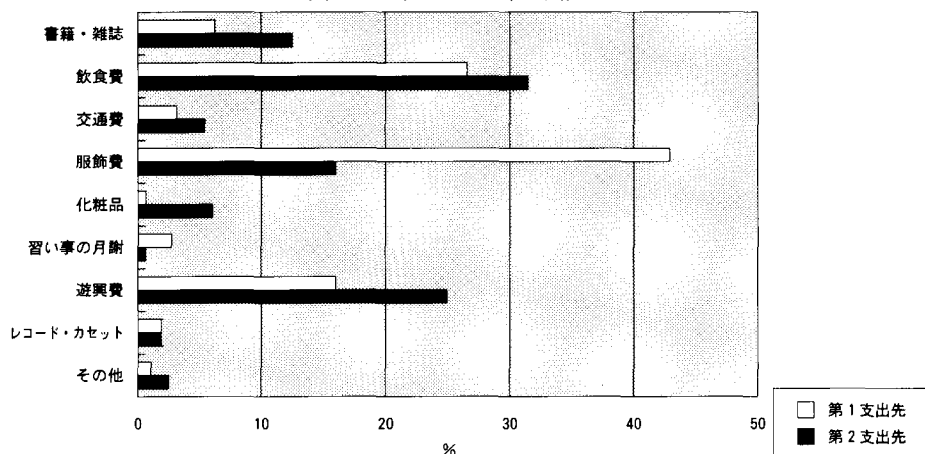
「アルバイト収入」と「こづかい金額」のクロス集計でアルバイトとこづかいを足して5万円以上の収入を得ている学生が6割余りいることから、学業とアルバイトを両立させながら空き時間の少ない、あわただしい日常生活を送りながら、多額の収入を得ていることがうかがえる。

2-3 支出状況

アルバイトやこづかいで得た収入の使途先の上位2位を見てみると、図表1でわかるように使途先の1位では服飾費、飲食費、遊興費、書籍・雑誌費、交通費の順になっており、2番目に多く使う費目は飲食費、遊興費、服飾費、書籍・雑誌費の順になっている。短大生・四大生とも同じ傾向を示しているが、2番目に多く使う費目に書籍・雑誌費と答えた学生が、四大生が20.5%に対して、短大生は6.4%と差が大きい。1か月に平均的に服飾費に充てる金額は、1～2万円程度が全体で31.8%と1番多いが、3万円以下の学生が短大で79.0%、

四大で88.6%と大半を占めている。しかし、月に5万円以上を服飾費に充てる学生が短大で7.3%、四大で2.3%いることも事実である。アルバイト収入と服飾費との関係を見ると、アルバイト収入が3～5万円あるいは5万円以上の人達の中で服飾費が1～3万円の学生は60.1%と高い割合を示す。全収入のうち服飾費に充てる金額の割合は高く、学生たちにとってファッションに対する関心がいかに高いかがうかがえる。

図表1 第1および第2支出先



2-4 金銭管理状況

貯金の有無については全体としては85.8%の学生が貯金をしており、四大生の貯金率は90.8%にも上る。貯金額の分布の仕方は短大生と四大生に大きな差は見られないが、10～20万円あるいは20万円以上の貯金を持っている学生が、短大では35.5%であるのに対して、四大では50%いる。

一方、借金の有無については、全体の9割以上の学生が「なし」と答えている。借金額の分布の仕方は短大・四大共に大きな違いはないが、短大生において5万円以上の借金のある学生が5人（4.5%）いる。

2-5 情報機器の所有状況

近年の情報化社会において、情報機器の普及はめざましいものがある。携帯電話については6割、ポケットベルについては4割の学生が所持している。またどちらも所持していない学生は2割と言うことは、8割の学生が携帯電話かポケットベルのいずれかを所持していることになり、今や携帯電話・ポケットベルは学生にとっても必要不可欠なコミュニケーション手段と言える。短大生と四大生の差を見ると携帯電話の所持率は、短大生は7割強で、四大生では4割強と大きく差がある。それに対しポケットベルの所持率は四大生の方が僅かながら高い割合を示している（短大生36.4%、四大生44.3%）。パソコンの所有率は短大

生29.1%、四大生20.5%という結果である。

3. 一般的価値観

3-1 日常生活

「生活は規則正しいか」について「大変規則正しい」及び「規則正しいほう」と答えた学生は短大生で38.2%、四大生で56.9%と大きく差がある。また、「時間は守るか」については「必ず守る」及び「だいたい守る」と答えた学生が短大では69.1%に対し、四大では81.8%となっており、「約束は守るか」については「必ず守る」及び「だいたい守る」と答えた短大生は84.6%、四大生は87.5%と共に四大生の方が多い傾向がある。それらのことは四大生の方が短大生より社会性が身につけている結果と言えよう。

交際範囲を広いほうだと思っているのが短大生では5割以上に上るが、四大生では4割弱と低い。また、休日の過ごし方も、「いつも家にいる」及び「家にいるほうが多い」と答えた学生は、短大では四分の一弱であるが四大生では半数になる。つまり、短大生の方が、友人は多く、休日はほとんど家にいない社会的な一面を持っていると言えよう。

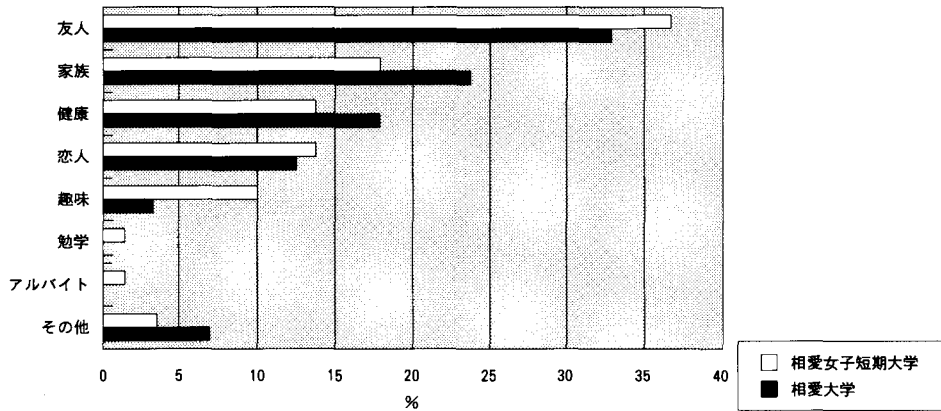
3-2 現在の社会・生活

「今、一番大切なもの」については、短大生・四大生共3割以上の学生が「友人」と答え、次に「家族」、次には「健康」もしくは「恋人」が挙げられている(図表2)。

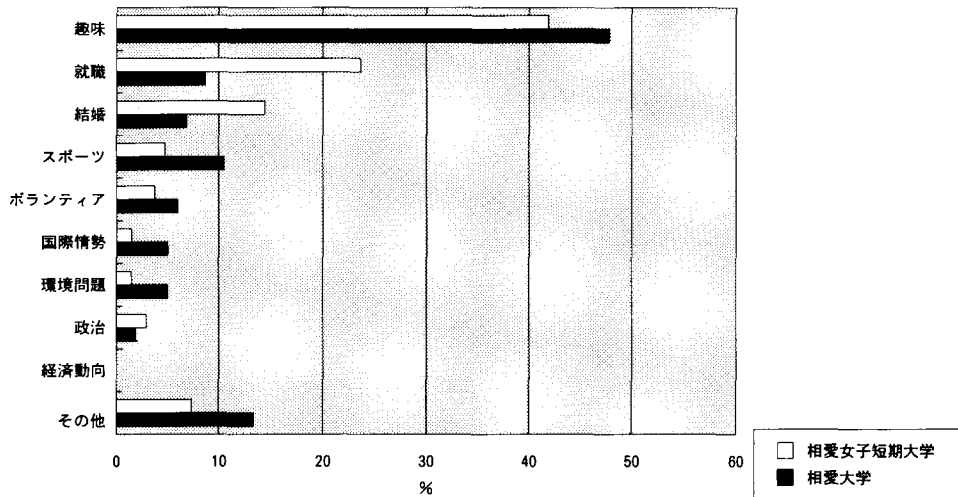
「今、一番関心のあること」については、全体としては趣味(44.4%)が1番高い割合を示し、就職(17.2%)、結婚(10.6%)と続く。しかし、学校種別で見ると、短大生が趣味(41.8%)、就職(23.6%)、結婚(13.6%)であるのに対して、四大生は趣味(47.7%)、その他(12.5%)、スポーツ(10.2%)と続き、就職(9.1%)、結婚(6.8%)はさらに下位に位置する(図表3)。四大生の就職や結婚への関心の低さは、アンケートの回答者の85%が19才までであることから、就職や卒業後の結婚がまだあまり現実的な問題として意識されていない結果と言える。

「今、一番ほしい豊かさ」については、全体としては「経済的豊かさ」「精神的豊かさ」「時間的豊かさ」の順で3割前後を占めている。しかし学校種別で見ると、短大生は経済的豊かさ(42.7%)、時間的豊かさ(27.3%)、精神的豊かさ(21.8%)を挙げているが、四大生は精神的豊かさ(42.0%)、時間的豊かさ(26.1%)、経済的豊かさ(25.0%)というように経済的豊かさと精神的豊かさが入れ替わっている。これは、短大生の現実的な一面をよく表していると言える。

図表2 一番大切なもの



図表3 一番関心のあること



3-3 将来の生活

将来に対して「大きな夢がある」及び「夢がある」と答えた学生は7割強であるが、将来の生活に対して「すこし不安」を持っている学生が6割、「将来はわからない」と答えた学生が2割弱いることから、将来に対する夢と同時に、見えない先行きに払拭し切れない不安を抱えていることがわかる。

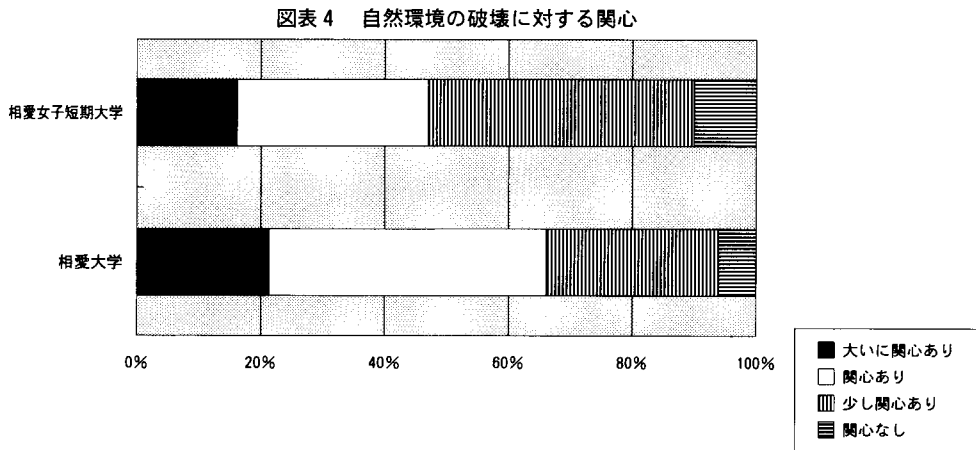
「定職につくかアルバイトで生活するか」という問については「定職につく」「どちらかといえば定職」と答えた学生を合わせると9割に達する。短大生では「定職につく」36.4%、「どちらかといえば定職」49.1%、四大学生では「定職につく」60.2%、「どちらかといえば定職」

職」35.2%という結果になる。短大生と四大生の定職に対する思いの違いは昨今の就職状況を考えると「是非とも定職」と言い切れない短大生の現実が読みとれる。

3-4 環境問題

自然環境の破壊について、「大いに興味がある」あるいは「関心あり」と答えた学生が四大では6割以上いるのに対して短大では5割弱にとどまり、図表4でわかるように「少し関心あり」は短大で40.9%、四大で28.4%という風に回答の分散状況に差が認められる。これは、短大生の自然環境破壊への関心の低さを示している。

ボランティア活動についても「機会があればしたい」と答えた学生は7割近くで、学校種別による差はみうけられない。「積極的にしたい」と答えた学生は短大で6.4%、四大では13.6%、「したくない」と言い切った学生は短大生で23.6%、四大生で17.0%という風に短大生の消極的な一面がうかがえる。自然環境破壊やボランティア活動の結果から短大生の関心の向けられているのが、自分の生活に密着した範囲で、四大生より社会への関心の低い事がわかる。

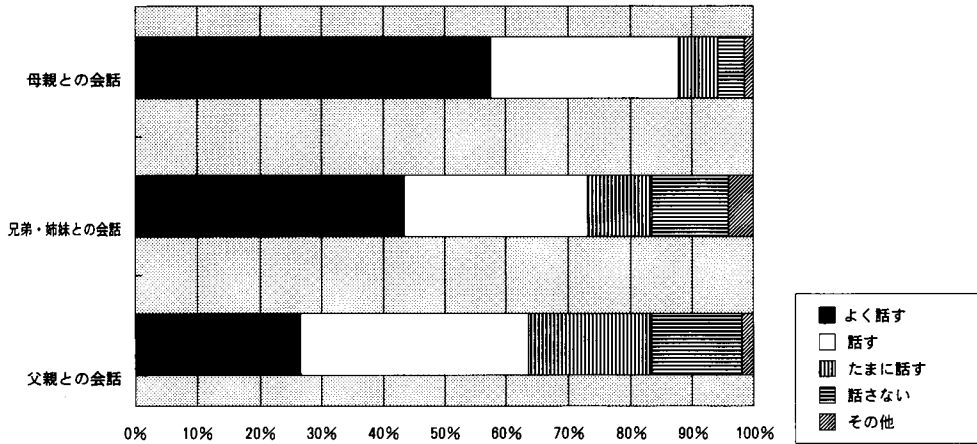


4. 生活意識・行動

4-1 家庭生活

家庭生活の満足度は全体で8割近くの学生が「大変満足」あるいは「まあまあ満足」しており、6割以上が父親と、9割近くが母親との会話をもっている（図表5）。また、家庭生活に満足している学生（大変満足・まあまあ満足）の内94.8%が母親との会話を、76.5%の学生が兄弟姉妹との会話を、71.9%の学生が父親との会話を持っている。このことは家族との会話が生活の満足度と深く結びついていることを示している。

図表5 家族との対話



4-2 学校生活

学校生活については図表6でわかるように、学校生活を「大変楽しい」あるいは「まあ楽しい」と答えた学生は7割で、講義については3割弱、実習については6割強、学校の施設・設備については5割、カリキュラムについては3割弱の学生が「楽しい」あるいは「満足」と感じている。また、「学校生活が楽しい」という問と「講義は楽しい」「実習は楽しい」「学校の施設設備に満足している」「学校のカリキュラムに満足している」の問とのクロス集計をすると、学校生活が楽しいと感じている学生のなかで、「実習は楽しい」と感じている学生（72.7%）や「施設・設備に満足している」学生（66.2%）の多いことがわかる。

図表6 学校生活について

問	学校種別	大変楽しい/ 満足	まあ楽しい/ まあ満足	少し不満/ 少し不満	楽しくない/ 不満	その他
学校生活	全体	17.7	52.5	19.7	10.1	0
	短大	20.0	53.6	17.3	9.1	0
	四大	14.8	51.1	22.7	11.4	0
施設・設備	全体	8.1	43.9	36.4	11.6	0
	短大	10.9	50.9	30.9	7.3	0
	四大	4.5	35.2	43.2	17.0	0
カリキュラム	全体	1.5	26.3	52.5	19.7	0
	短大	0	28.2	52.7	19.1	0
	四大	3.4	23.9	52.3	20.5	0
講義	全体	1.0	25.8	52.0	21.2	0
	短大	0	24.5	51.8	23.6	0
	四大	2.3	27.3	52.3	18.2	0
実習	全体	9.1	55.1	24.2	9.6	0
	短大	9.1	62.7	15.5	12.7	0
	四大	9.1	45.5	35.2	5.7	4.5

(単位%)

4-3 余暇生活

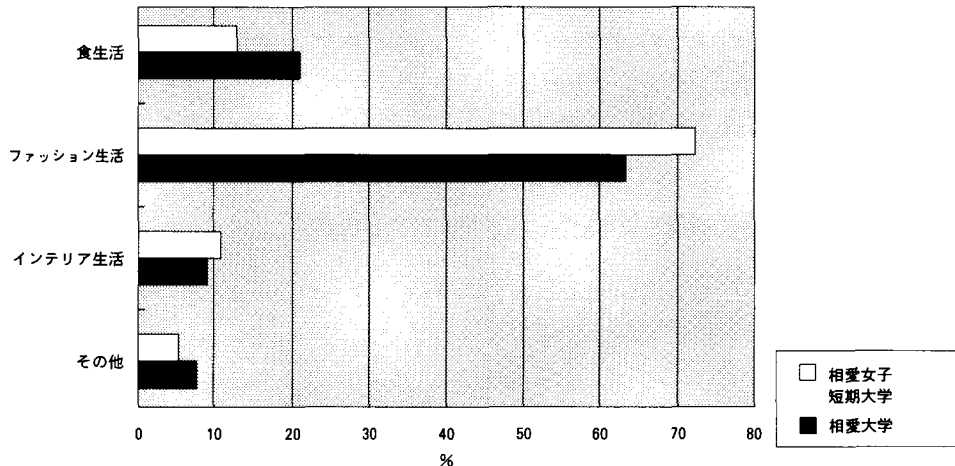
余暇生活については、一般的に短大生の方が四大生より時間的余裕がないと考えられているが、実際に余暇生活の充実感を持っているのは短大生が73.7%で、四大生より10%余り高い。余暇の内容で短大生と四大生の間で10ポイント程度の差のあるのは、「カラオケに行く」「新聞を読まない」という項目で短大生の方が多く、「テレビゲームをしない」「ビデオを見る」「トレンドドラマを見る」という項目では四大生の方が多い結果となった。

5. ファッション意識と購買行動

5-1 ファッション意識

「今、一番充実したい分野」として、7割近くの学生がファッション生活分野をあげている。これはアンケート対象の短大生に、生活学科衣生活専攻の学生が多いことから、当然の事とも思われるが、四大生でもファッション生活分野をあげている学生が63.6%と高い割合を示す(図表7)。さらに、「一番多い用途先」として服飾費を挙げている学生が一番多く(42.7%)、ファッション生活の充実を図りたいとする意識と一致しているといえる。

図表7 一番充実したい分野

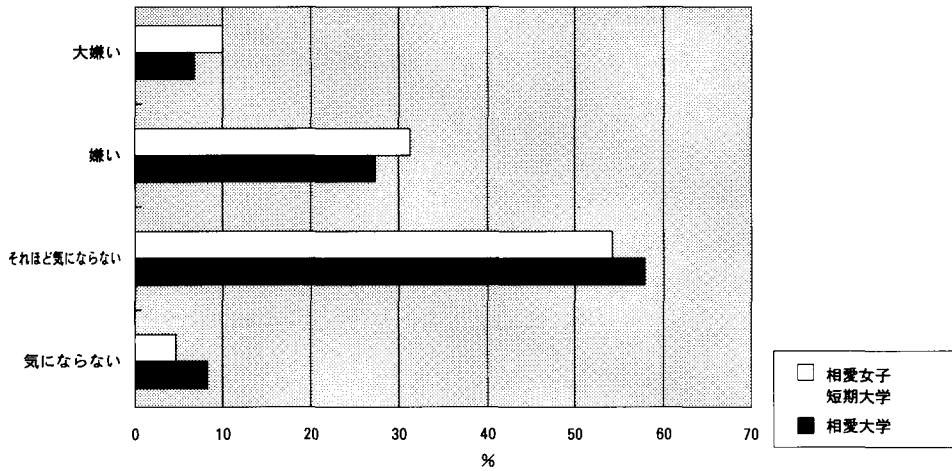


5-2 他人のファッションへの関心

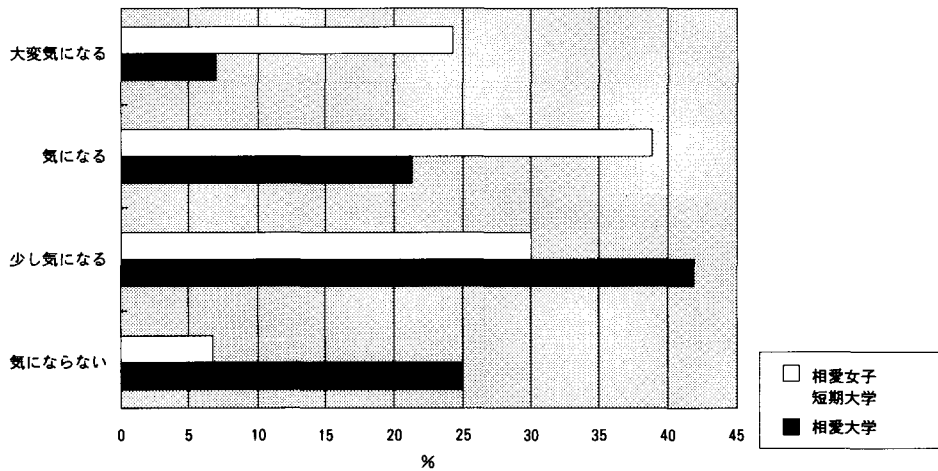
「他人と同じファッションをするのは嫌いか」の間では「それほど気にならない」を含めて、「気にならない」学生が6割余りに達する(図表8)。この傾向は短大生・四大生に共通するが、四大生の方が割合は高い(64.0%)。また、「他人のファッションは気になるか」に対しては、ほぼ同じ割合の短大生と四大生が「少し気になる」を含めて「気にならない」と答えている(図表9)。このことから、「他人のファッションは気になるが、他人が自分と同じファッションをしてもあまり気にならない」という現在の若者の傾向が明らかである。

これは、友人と一緒に買い物に行く学生が半数以上いることとも関連している。

図表8 他人と同じファッションへの関心



図表9 他人のファッションへの関心



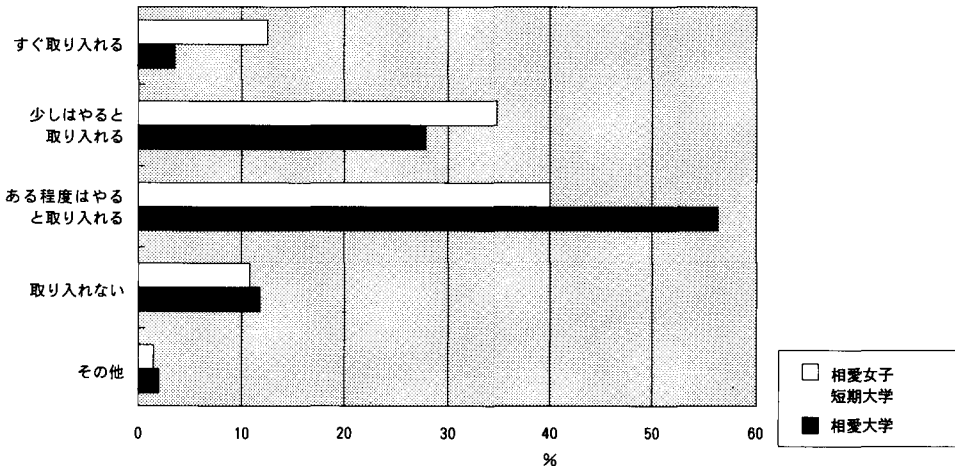
5-3 ブランドと流行への関心

ブランド商品の所有についての問において「ブランド商品を持っていない」と答えた学生は、ほぼ1割で、短大生と四大学生における差はほとんどない。つまり、大半の学生は何らかのブランド商品を所有している事になる。ブランドへのこだわりは「大いにこだわる」あるいは「こだわる」学生と「少しこだわる」学生、そして「こだわらない」学生が三分の一ずつを占めている。「ブランド商品の所有」と「ブランドへのこだわり」についてのクロス集計をすると、「ブランドにこだわる」と答えた学生は、ブランド商品を「たくさん持っている」学生（18名）の内では83.3%、ブランド商品を「持っている」学生（68名）の内では

48.5%、ブランド商品を「少し持っている」学生（90名）の内では23.3%とブランドにこだわる割合が下がってくる。

流行における関心では「大いに関心あり」と「関心あり」と答えた学生を合わせると、短大生は7割で、四大生は6割と10ポイントの差がある。また、流行を取り入れる意識では、「すぐ取り入れる」あるいは「少しはやると取り入れる」と答えた短大生は5割弱で、四大生は3割強と15ポイント以上の差がある（図表10）。また「取り入れない」と答えた学生は短大・四大共に1割程度である。新しい素材の製品についても「すぐ取り入れる」「少しはやると取り入れる」と答えた短大生は5割弱で、四大生は4割弱とちょうど10ポイントの差がある。TPOに応じてコーディネートについては「全く考えない」と答えた短大生は10.9%、四大生は2.3%と少し差がみられる。

図表10 流行の取り入れ方

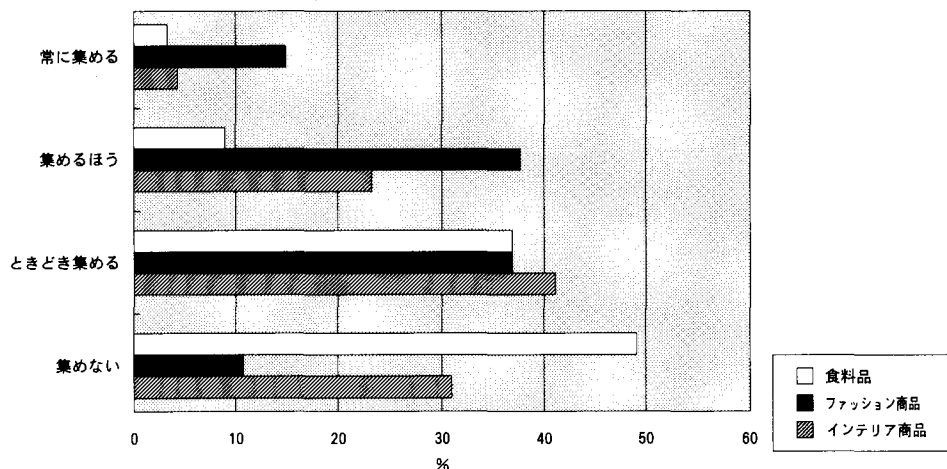


「流行への関心」と「流行の取り入れ状況」、「新素材の取り入れ状況」、「TPOに応じたコーディネート」、「ブランドへのこだわり」についてをクロス集計すると、「流行に大いに関心がある」あるいは「関心がある」と答えた学生で、流行を「すぐ取り入れる」あるいは「少しはやると取り入れる」と答えた学生は36.9%で、約三分の一の学生は早い時期に流行を取り入れている。新素材についても流行を取り入れる場合とほぼ同じ傾向が見られる。TPOに応じたコーディネートについては、「いつも考える」学生が16.2%、「考えることもある」学生が45.5%おり、「流行への関心はあまりないが、TPOを考えることもある」学生が23.7%と、上記の二つの間と少し傾向が異なる。「流行に関心があり、ブランドにこだわる」学生が30.8%、「流行に関心はあるが、ブランドにこだわらない」学生が34.8%、「流行に関心がなく、ブランドにもこだわらない」学生が30.3%とほぼ3つのグループに分かれる。

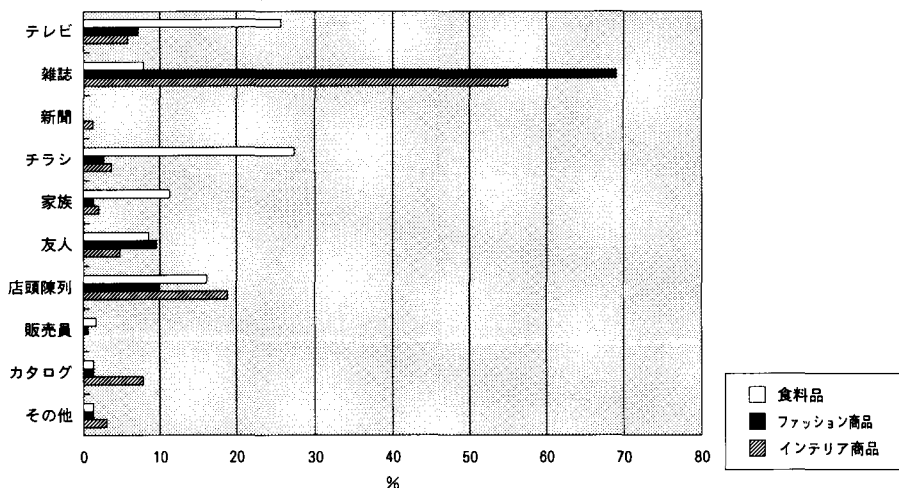
5-4 商品購入の際の情報源

食料品、ファッション商品、インテリア商品の購入に際しての事前情報の収集については、図表11で示すとうりである。食料品について「常に集める」「集めるほう」と答えた学生が極端に少ないのは、食料品がその時々で消費されるもので、ファッション商品やインテリア商品とは違う消費のタイプであることに起因する。

図表11 商品購入に際しての事前情報の収集



図表12 商品についての情報源



食料品についての情報源の上位3つが①チラシ②テレビ③店頭陳列（ディスプレイ）であるのに対して、ファッション商品の情報源は①雑誌②店頭陳列（ディスプレイ）③友人の順で、インテリア商品の情報源は①雑誌②店頭陳列（ディスプレイ）③カタログの順になる（図表12）。ファッション商品の購入に際して事前情報を「常に集める」あるいは「集めるほう

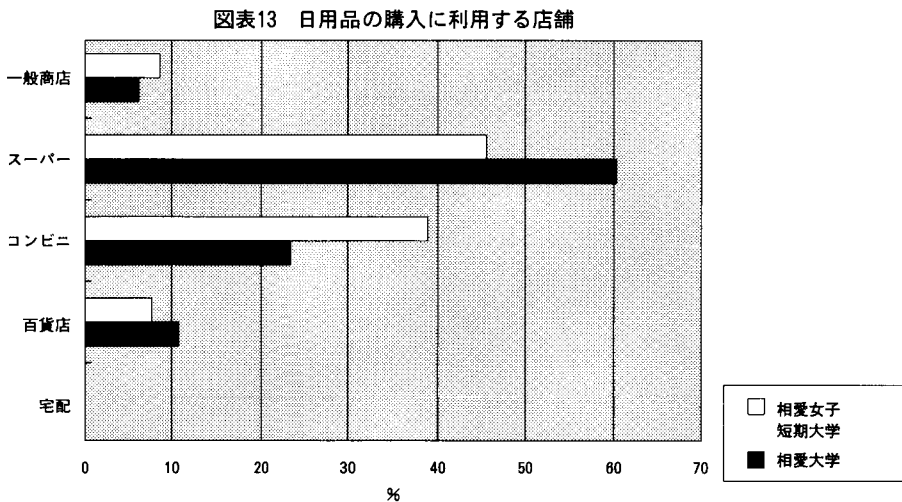
う」と答えた学生の84.6%が雑誌から情報を得ていることがわかる。また、インテリア商品の場合も事前情報を雑誌から得ている学生が67.9%いる。これらの結果は、「ファッション雑誌を読むか」という間に関して8割程度の学生が読むと答えていることや、「常に購入する週刊・月刊誌は」の間にもファッション雑誌は1位（58.1%）を占めることと合致する。

5-5 日用品の購買行動

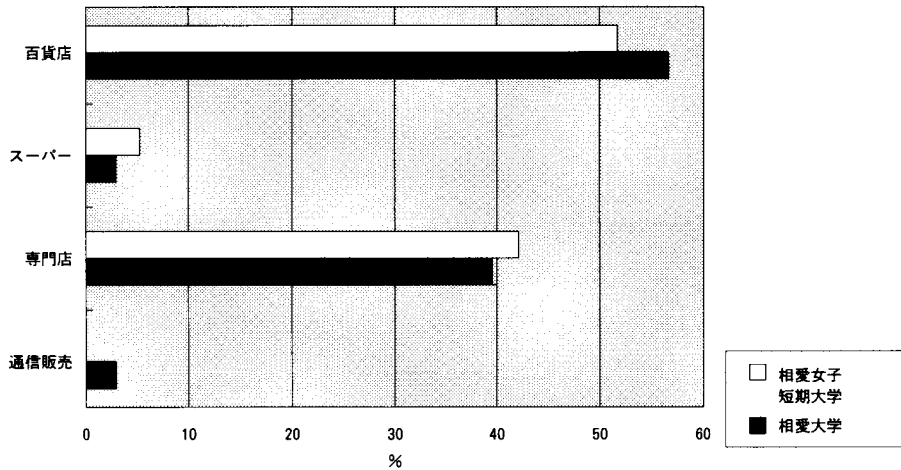
「日用品の購入に利用する店舗」では、スーパーやコンビニの利用率が8割以上と高い。さらに、学校種別でみると一般商店や百貨店の利用率に大きな差がないのに対してスーパーは短大生は44.5%・四大生は60.2%、コンビニは短大生は39.1%・四大生は22.7%とかなり大きな差がある（図表13）。

「衝動買いをする」と答えたのが短大生で50.0%、四大生で39.8%で、「買い物は計画的にするほう」と答えたのが短大生で25.4%、四大生で34.1%となり、コンビニの利用率と合わせて考えると、短大生の方が欲しい物を、身近な所で手に入れていることになる。

5割以上の学生が通信販売で買い物をしないと答えているが、通信販売のカタログを見ないと答えた学生は2割程度である。このことから「通信販売は利用しないが、カタログを見る人」が3割いることになる。昨今、通信販売の伸びが話題になっているが、この結果からするとインターネットの通信販売を含めてまだまだ伸びる余地のあることがわかる。



図表14 ファッション商品の購入に最も利用する店舗



5-6 ファッション商品購入の店舗選択および購買行動

「ファッション商品の購入に最もよく利用する店舗」の問に対する結果（百貨店53.5%、専門店41.4%、スーパー3.5%、通信販売1.0%）は、図表14で示す「百貨店・専門店・スーパー・通信販売でファッション商品を買うか」という問の答えと合致するもので、短大生・四大生共にファッション商品の購入は百貨店・専門店が中心で、スーパーや通信販売での購入の少ないことがわかる。さらに、短大生と四大生を比較すると、「よく買う」と答えている割合が、短大生は、百貨店29.1%、専門店29.1%、スーパー4.5%、通信販売2.7%であるのに対し、四大生は、百貨店40.9%、専門店38.6%、スーパー1.1%、通信販売4.5%で、四大生の方が百貨店や専門店での購入率の高い。ただし、最近の百貨店の売場をみると、俗に「平場」と言う百貨店独自の売場が減少し、各専門店のコーナーが並んでいる場合が多いので、ファッション商品の購入に対する専門店の占める割合は、もっと高くなると考えられる。

また、当然のことながら、スーパーや通信販売でファッション商品を購入する学生は、「ブランドにこだわらない」という結果が出ている。

6. まとめ

今回のアンケート調査から下記のような女子学生の生活実態や意識が浮かびあがってきた。

- ・生活時間をみると、短大生は7時45分に起床し、学校にいる時間は6時間、2時間半程度のアルバイトと3時間足らずの自分の時間を持って、1時前に床に着く。四大生は7時前に起床し、学校にいる時間は6時間半程度、2時間足らずのアルバイトと3時間足らずの自分の時間を持って、12時半頃床に着く。

- ・6割程度の学生がアルバイトをしていて、そのうち3割程度の学生が4～6時間のアルバイトを週に3～4回して3～5万円の収入を得ている。さらに、こづかいを合わせると平均収入は5万円以上である。
- ・支出のなかで服飾費の占める割合が高く、続いて飲食費、遊興費の順になる。
- ・8割以上の学生が貯金をしており、その半数は10万円以上の貯金を持っている。また、借金のある学生が約4%、とさまざまな金銭管理状況がある。
- ・学生の8割は携帯電話かポケットベルのいずれかを持っている。
- ・一番大切なものが友人であることから、学校生活の楽しさは講義や実習、施設・設備やカリキュラム等への満足感だけでなく、友人との関係が大きな要因になっている。
- ・就職に対して、定職希望者は多いが、四大生の方がより強い思いを持っている。
- ・環境問題やボランティア活動には、四大生の方が積極的である。
- ・家族とのコミュニケーションが、生活の満足度と大きくかかわっている。
- ・7割近い学生が、ファッション分野の充実を望んでいて、ファッションへの関心が高い。
- ・女子学生はファッション雑誌を中心にして、ファッションやインテリアの情報を得て、他人が何を着ているかは気になる割に、他人と同じファッションでも気にならない傾向にある。
- ・日用品の購入に、スーパーやコンビニの利用率が高いが、ファッション商品の購入には、百貨店や専門店の利用率が高く、通信販売には関心はあるがファッション商品の購入に躊躇させるものが何かある。

また、同一学舎内にありながら、短大生と四大生に差異があると思われるものを列挙すると、

- ・学校で過ごす時間が四大生の方は多く、それにより生活時間帯にも多少変化があり、アルバイトも短大生のほうがまめに行っている。
- ・10万円以上の貯金を持っている学生は、四大生のほうが多く、ほぼ50%に達する
- ・四大生のほうがポケットベルの所持率は高く、携帯電話の所持率は低い。
- ・一番の関心事は、短大生では趣味・就職・結婚と続くが、四大生では趣味・スポーツ・結婚と続き、就職への関心が低いのは、就職活動までまだ時間的余裕があるからと考えられる。
- ・自然環境の破壊やボランティア活動への関心は四大生のほうが高く、時間や約束を守る等四大生のほうが社会性が身に着いている。
- ・学校の施設・設備への満足度は四大生のほうが低い。
- ・日用品の購入に際してのスーパーやコンビニの利用率は四大生の方が高く、スーパーや通販でファッション商品を購入する割合も四大生の方が高い。
- ・短大生は、流行への関心は強く、新しい流行や素材を積極的に取り入れて、TPOにも

あまり縛られず、自由なファッションを楽しむ傾向にある。それに比べて、四大生は流行に関心のある割に、流行を取り入れるのには少し時間がかかり、自分だけ突出するのを嫌う保守的な傾向がある。

ただ、これらの特徴は相愛女子短大生と相愛大学生との間にある違いなのか、短大生と四大生の一般的な違いなのかは、第2報においてファッション・ビジネス学会関西支部会のファッション・マーケティング論ワークショップ研究会のアンケート全体との比較において明らかにしたい。