

成人女子用既製衣料品のサイズ表示とサイズ範囲

Size Designation of Ready-Made Women's Garments and Their Dimensional Range

(1989年4月7日受理)

矢部寿重 井堀悦子 大橋登史子 三田利子 近藤信子

Hisashige Yabe Etsuko Ibori Toshiko Ohashi Toshiko Mita Nobuko Kondoh

Key words: 成人女子用既製衣料, サイズ表示, 仕立上り寸法

1 緒 言

家計支出に占める被服履物費の割合は、年毎に低下しているとは言え、7.0% (1987年) を占めており、一世帯当たり約25.4万円である。その内、正味の被服費と見られるものが約22.9万円、そして婦人洋服はほぼ52,800円で内訳項目中最高となっている。これらは主として既製衣料品の購入に当てられるが、その内容は多様化・高級化の一途をたどっていると言うことが出来る。成人女子用衣服について見ても、近年既製服化が進んでおり、その割合は1970年代既に85%を超え (男子用は90%)、素材や色柄・デザインの豊富さは目を見張るばかりである。しかし既製服を購入し、そのサイズに満足である割合は意外に少なく、中高年婦人で「ぴったりだった」と満足している人はわずかに20%しかいないとの調査報告もある¹⁾。

成人女子用既製衣料品のサイズに関する調査・研究は早くから行われ、1970年その呼びサイズが日本工業規格 (JIS) で制定されている。そして1985年11月1日付で「JIS L 4005 成人女子用衣料のサイズ」が改正され公示された。これに伴い、1987年秋冬物の製品から関係業界が統一して改正規格に基づくサイズ表示に切り換えることとなった²⁾。既製服メーカーおよび販売業者は、この改正にどのように対応しているか、又購入者はこの事をどの程度認識し利用しているか、その実情を把握する目的で調査を行った。そして、特にフィット性を必要とする成人女子用既製服の適合性が、この改正によって向上する可能性はどうか、又それを購入する場合のポイントは何かに興味を持つと共に、「ぴったり」であるとはどのような内容かを調べようとした。本報ではサイズ表示の実情と商品のサイズの範囲について報告する。

2 既製衣料の呼びサイズ制定の経緯

既製衣料の歴史は古く、1818年アメリカ東海岸地方で水夫を対象にスポンやシャツを販売したのが始まりと言われるが、サイズもルーズで“ぶかぶか服”などと呼ばれた。婦人用既製服は、シアーズ・ローバックス等の通信販売にも扱われ、1920年頃には完全に定着したと言われている³⁾。

日本における既製服の規格を、成人女子用を中心にして見れば、ほぼ次のような経過をたどっている。1931年に初めて5サイズが制定されたが、本格的な人体計測値に基づくJIS呼びサイズ制定は1970年 (17サイズ) に行われた。そして1975年 (38サイズ)、1980年 (78サイズ)、1985年 (62サイズ) に改訂

されている。

成人女子用とは主として身長がすでに停止した女子が着用する既製衣料品と定義されている⁴⁾。年齢別成長曲線を見ると、女子の身長は16歳以降ほぼ横ばいと見られ、従って基礎資料には16歳以上が採られている⁵⁾。ただし、体重・胸囲・胴囲は年齢と共に増加の傾向をたどるので⁵⁾⁶⁾、既製衣料の適合度の問題を投げかけている。なお、消費者になじみの深い「号数」表示において、胸囲82cmを9号とした経緯については、敗戦直後アメリカ中古衣料を着た日本女性に、最も合ったサイズがアメリカ婦人ジュニア体型9号（身長152.5～167.5cm、バスト82.5～85cm、ウエスト58.5～61cm、ヒップ87.5～90cm）であったことに基因し、1963年JISサイズを定めた時9号を基準寸法としたためである。しかしメーカーによってバストは82、83、84cmとばらばらであったが、これを82cmに統一した⁷⁾。

1970年以前の既製衣料関係のJISは、業界における経験的寸法の集約で、一定基準のデータが集められたものではなく、従って各衣料間に共通性もなく消費者の苦情が多かった⁸⁾。

1965年から3年間にわたる4～29歳の男女合計約32,000人のマルチン計測法の結果を用い、1970年の規格が制定された。

この時の呼びサイズを例示するとW155-82（成人女子、身長155cm、胸囲82cm）のようであり、身長は5cm間隔で145～165cm、胸囲は3cm間隔で73～100cm、成人女子のサイズ数38であった。

1980年の改訂規格⁹⁾は、体型区分（A・Y・AB・Bの4通り）とフィット性の区分を行っている。フィット性を必要とするコート類、ドレス類、上衣類については、基本身体寸法を胸囲、腰囲及び身長とした3元単数表示で、次のような呼び方をしている。

9 A 2（胸囲82cm、腰囲90cm、身長155cm）、7 Y 3（胸囲79cm、腰囲87cm、身長160cm）

11AB1（胸囲85cm、腰囲93cm、身長150cm）、13B4（胸囲88cm、腰囲100cm、身長165cm）

そして胸囲は73～100cm（3cm間隔）、腰囲は81～106cm（1～2cm間隔）、身長は145～165cm（5cm間隔）とし、サイズ数はA体型22、Y体型19、AB体型20、B体型17の合計78である。

フィット性を必要とするスカート類・ズボン類については、基本身体寸法を胸囲・腰囲とした2元単数表示で、次のような呼び方をしている。

63-90（胸囲63cm、腰囲90cm）、そして胸囲は56～87cm（2～3cm間隔）、腰囲82～106cm（2cm間隔）とし、サイズ数は29である。

表1 フィット性を必要とするコート・ドレス・上衣類のサイズ一覧表

(単位 cm)

体型	身長	バスト (呼び)	73	76	79	82	85	88	92	96	100	104	108	112	116	120	124
			(3)	(5)	(7)	(9)	(11)	(13)	(15)	(17)	(19)	(21)	(23)	(25)	(27)	(29)	(31)
A 体型	148 (P)	ヒ ッ プ	82	84	86	88	90	92	94	96	98						
	156 (R)		84	86	88	90	92	94	96	98	100						
	164 (T)			86	88	90	92	94									
Y 体型	148 (P)	ヒ ッ プ		80	82	84	86	88	90	92							
	156 (R)		80	82	84	86	88	90	92	94							
	164 (T)					86											
B 体型	148 (P)	ヒ ッ プ		88	90	92	94	96	98	100							
	156 (R)		88	90	92	94	96	98	100	102	105	108	112	116	120	124	128
	164 (T)					94											

(註) 呼び方は「バスト-体型-身長」を組合わせた9AR、11BPなどである。

表2 フィット性をあまり必要としないコート・ドレス・上衣類のサイズ表示

(単位 cm)

身長	バ ス ト				
	72-80	79-87	86-94	93-101	100-108
144-152	S P	M P	L P		
152-160	S	M	L	L L	E L
160-168	S T	M T	L T		

1985年の規格⁵⁾が1980年のものと異なる主な点は、体型区分を3通り(A・Y・B)としたこと、身長を8cm間隔の3通りとしたことおよび身長を示すのに、数字からP (petit), R (regular), T (tall)に変えたことである。

基本身体寸法と規格に表示されたサイズの範囲を表1に示している。呼び方は同じく3元単数表示であるが、次のように変っている。

9 AR (バスト82cm, ヒップ90cm, 身長156cm), 7 YP (バスト79cm, ヒップ82cm, 身長148cm) 13BR (バスト88cm, ヒップ98cm, 身長156cm) のようであり、サイズ数はA体型23, Y体型16, B体型23の合計62である。

フィット性を必要とするスカート類,ズボン類については、前と同じ呼び方でウエスト・ヒップの2元単数表示であるが、表示されたサイズ数は46に増している。

フィット性をあまり必要としないコート類,ドレス類は、バスト及び身長²の2元範囲表示とし、表2のように呼ぶ。

3 既製衣料品の JIS 表示採用状態

1988年夏物及び秋冬物について、主としてフィット性を必要とする既製衣料を対象に、サイズ表示の状態を調査した。

1 夏物調査

調査地域

岡山・倉敷・福山市内及び近傍の小売

店 152 店。

調査時期

1988年6～7月。

調査内容

ジャケット・スカート・ブラウスのサイズ表示。ただしメーカー及び銘柄は特に指定せず。

表示内容を集計すれば表3のようである。調査時期が夏用衣料のためもあるが、JIS (1985) の3元単数表示を採用したものは比較的少なく、号数表示したもの及びSML表示が多く、中には1980

表3 成人女子用既製衣料のサイズ表示(A)

種類 表示方法	ジャケット	スカート	ブラウス
J I S (1985) 表示	11 (9 A R)	8 (63-90)	3 (9 R)
J I S (1980) 表示	2 (9 A 2)	-	-
S, M, L	10	23	17
号 数	10	15	24
バスト	0	0	3
バスト, 身長	1	0	0
バスト, 身長, ヒップ	2	0	0
ウエスト(スカート丈)	0	15	0
その他(フリーサイズ)	2	4	3
記入なし	3	1	5
計	41	66	55
調査銘柄数	24	31	34

(1988年 夏物・小売店)

表4 成人女子用既製衣料のサイズ表示 (B)
(ジャケット, スーツ, ワンピースの銘柄数)

表示法	9AR	9号	M	9A2	寸法表示	その他	計
専門店	7	4	7	1	0	7	26
百貨店	14	9	5	1	5	1	35
量販店	6	0	0	0	0	0	6
計	27	13	12	2	5	8	67

(スカートの銘柄数)

表示法	9AR	9号	M	9A2	ウエスト ヒップ	ウエスト	その他
専門店	1	4	0	1	0	0	2
百貨店	3	6	1	0	6	1	0
量販店	0	0	0	0	2	2	1

(1988年 秋冬物小売店)

年の規格を未だに使用したのも見受けられた。なおスカートについては、SML, 号数と共にウエスト・スカート丈を直接表示したものも多い。

2 秋冬物調査

調査地域

大阪・神戸の百貨店・専門店・量販店。

調査時期

1988年11~12月。

調査内容

織物を用い、フィット性を必要とするジャケット・スーツ・ワンピース及びスカート。1銘柄1品についてサイズ表示法を調査する。

結果を表4に示す。ジャケット・スーツ・ワンピース67銘柄について見れば、9ARなどJIS(1985)の表示法が定着していると見られるのは量販店であり、百貨店は40%、専門店は27%となっている。号数表示をしている13銘柄の内、バスト・ヒップ・身長 of 3元寸法を併記したものの4、バスト・身長 of 2元寸法併記は3、寸法記載のないものが6銘柄あった。又「その他」の欄に入れた8銘柄には、40、38などの特殊な数値を用いたもの6銘柄、全くサイズ表示がなく試着に頼るものも1銘柄あった。

スカートについては、号数表示が多く35%を占め、続いて2元単数(ウエスト・ヒップ)表示したものが27%となっている。ただし63-90のような呼び方が行われているとは限らず、寸法記載のみのものがほぼ半数ある。

婦人服のブランドは、コルディア、ルイシャントン(共にワールド)を筆頭として、年間売上高10億円以上のものが250以上、又同様規模以上の婦人服メーカーも326社(1987年)を数えると言われている¹⁰⁾。この中の、しかも特定地域で見られた高々数十ブランドの既製衣料であることを考えると、結果の精度には問題があるが、少なくともJIS(1985)の内容が充分に実行されているとは考えにくい。山本¹¹⁾らが、1980年のJIS改正時に行った、各メーカーの対応調査(1981年秋実施)によると、アンケートに応じた127社(回答率62%)の内68社が新JIS規格を採用しており、28社は採用に意欲的でないというものであった。1985年の改正についても、ほぼこれに似た状態とすることが出来る。

3 通信販売

近年衣料品の無店舗販売が急速に拡大し、販売高の伸び率は、店舗販売の伸びを上回っている。社団法人日本通信販売協会に加盟し、婦人服の構成比が比較的高いと見られる、セシール、フジサンケイリビングサービス、高島屋、三越、西武、阪急など12社について、1988年秋冬物のサイズ表示法を集約すれば表5のようである。

フィット性を必要とする既製衣料品の販売は、試着が原則という立場をとる通信販売業者もある。

表5 成人女子用既製衣料のサイズ表示 (C)

(企業数)

表示法	9 A R	9号	63-90	63	その他	備 考
ジャケット	4	8	—	—	1	J I S基本寸法表示 9社 仕上り寸法表示 12社全部 適応身体寸法範囲表示 1社
スーツ	5	8	—	—	0	
ドレス・ワンピース	3	9	—	—	1	
スカート	0	8	1	6	0	

註) (1) 1社で2種の表示を用いている場合は、両者を集計した。

(2) 2元範囲表示 (S, M, L) は各社で使用している。

(1988年秋冬物通信販売12社カタログより)

従って寸法表示には特に注意しており、仕上がり寸法は必ず表示されているばかりでなく、お直し券をつけるとか、取り替えは誠意をもって応じるなどの対応を講じているようである。但し、呼び方について見れば、ここでも号数表示が多い。これは消費者のなじみ度を考慮して、あえてこれを選んだ(例えばH社の場合)こともあるが、規格に忠実という点からは問題を残している。なお最大手と言われるC社の場合、サイズ表示の変更は1987年7月から、全品同時に行ったが特に問題はなく、又購入者からの特別の反応もなかったとの事である。

4 消費者の意識

表示されたサイズが、それを購入する消費者にとって、何らかの心理的な意味をもつことがある。この事を考慮して、全く独自の呼び方を採用し、大きな号数を表に出さないメーカーもある。或るいは又百貨店ではサイズの呼び方(例えばPをパールサイズと呼ぶなど)や販売方法について、それぞれ工夫が見られる。しかし、専門店などでは正確なサイズ表示について、その内容の理解が不十分な販売担当者も多く、消費者もその事について教えられるチャンスはほとんどない。消費者のサイズ表示法そのものに対する関心の度合は、次の結果によっても伺うことが出来る。

調査対象

女子短大生。

調査時期

1988年11月。

質問1 既製のスーツ・ジャケット・ドレスなどを購入する時、サイズ表示を見てから買いますか。

回答 はい 151名、 いいえ 10名

質問2 サイズ表示が最近変っていることに気付いていますか。

回答 はい 35名、 いいえ 126名

質問3 スーツなどのサイズは次の3つの内どれを使用していると思いますか。

a) 9号とか11号 b) 9 A 3とか11AB4 c) 9 ARとか11BP

回答 a) 139名 b) 8名 c) 14名

なおc)と答えた人は、外出着を通常デパートで買うことが多いとも答えている。(14名中9名)

さらに筆者らが同じ女子短大生に対して行った結果によると、自己の身体寸法に対する認識と実測値の間には、項目によって偏りが見られ、周径方向の寸法はやや小さ目に認識しやすい傾向が見られた¹²⁾。

なお竹下¹³⁾らは女子短大生の被服教育に対する期待調査から、既製衣料のサイズに対して学ぶ必要があると答えた人が91.6%に達していると報告している。

これらの結果から見ても、過半数の消費者は、たとえサイズ表示が正確であっても、これを十分に生かして既製服を選択することにはなりにくく、結局、試着に頼る習慣はやめるわけにはゆかないであろう。この点が、メーカー、販売者の「表示法の正確さ」に対する熱意を不十分にする理由の一つと考えられる。

5 既製衣料サイズのカバー範囲

1 JIS サイズのカバー率

既製衣料品のぴたたり度が低い理由の中には、サイズ選択が不適切な場合もあろうが、作られた商品のサイズでカバーし得る範囲にも問題があろう。そこで、JIS で表示されたサイズのカバー率を推定して見る。

1978～81年度に実施された、日本人の体格調査結果から、16歳以上の女子1万人のデータを解析し、体型（A・Y・B）別に、バスト及び身長を区分し、さらに年代別のヒップ、ウエストの平均値を求めると共に、各欄の確率密度（出現率）も発表されている⁵⁾。この値に基づいて、表1に示した62種の各サイズに現れる確率密度を、[バスト（許容±1.5cm）－身長（許容±4cm）]（ヒップ、ウエストは不問）として算出すれば表6のようになる。

表6の値を集計すれば、A体型 45.4%，Y体型 16.4%，B体型19.0%，合計80.8%となる。この事から、[バスト－身長]の2元単数表示される既製衣料62サイズを準備すれば、日本人成人女子の約80%をカバーし得ると言うことも出来よう。

さらに[バスト－ヒップ－身長]（ウエストは不問）の3元単数表示の既製衣料では、A体型28.5%，Y体型11.3%，B体型11.5%，合計51.3%のカバー率と推定される。ただし、この数値は次のような仮定を設けて算出している。すなわち、ヒップは基本身体寸法として定められている数値±1cmの範囲で適合するとし、年代別各欄のヒップの平均値がこの範囲を外れるものを不適合としている。

又[バスト－ヒップ－身長及びウエスト]（ウエストの許容±1.5cm）の4つの寸法で適合の確率を推

表6 各サイズの確率密度

(単位 %)

体型	身長 (cm)	バスト (cm) (呼び)														
		73 (3)	76 (5)	79 (7)	82 (9)	85 (11)	88 (13)	92 (15)	96 (17)	100 (19)	104 (21)	108 (23)	112 (25)	116 (27)	120 (29)	124 (31)
A 体型	148 (P)	0.84	1.70	2.53	2.98	2.90	2.71	1.99	1.01	0.44						
	156 (R)	1.14	2.53	4.00	4.67	4.27	3.66	2.41	1.15	0.46						
	164 (T)		0.45	0.79	1.00	0.94	0.80									
Y 体型	148 (P)		0.78	1.18	1.40	1.37	1.23	0.96	0.51							
	156 (R)	0.50	1.13	1.81	2.12	1.97	1.59	1.14	0.55							
	164 (T)				0.45											
B 体型	148 (P)		0.77	1.15	1.38	1.34	1.34	0.95	0.50							
	156 (R)	0.50	1.11	1.75	2.06	1.91	1.78	1.11	0.55	0.24	0.09	0.02	0.01	0.0	*0.0	*0.0
	164 (T)				0.44											

(註) ☆印 推定

定すれば、恐らく25%か更にこれを下回るであろう。このことは、2点を組み合わせるスーツなどの商品には、特に工夫を要することを示唆している。

2 通信販売・小売店の品揃えについて

3元単数表示規格で規定されたフィット性を必要とする既製衣料品は、JIS規格の呼びサイズ62種の内、どの程度のサイズ数が品揃えされているかを調べて見る。

通信販売について、C社1988年秋冬物カタログに現れるサイズの範囲は表7のようである。なおこの冊子は、575頁にわたり、すべて女性用外衣が扱われている。

他社の通信販売カタログにも、Y体型・B体型を表示したものは見当らず、従ってほとんどA体型を基準としていると考えられ、その範囲は7AR~15ARである。(H社、M社には極く一部に17ARも見られた)。

専門店では、ほぼ7、9、11号の3通り、体型はAのみとする所が多く、中には全店9号(しかも9ARがほとんど)という所もある。

岡山・倉敷市内の百貨店でも、一つのブランドでは9AR、11ARが中心で、7号及び13号以上は註文により取揃えるというものもある。しかし特殊ブランドのものを合せると最高5~25号まで、一部B体系を含んで揃えることが出来るようである。又岡山市近傍の卸売店の扱いも、大部分9AR~13ARであり、15AR及び9BR~15BRも扱うが数は少い。身長についてはPはなく、Tは註文者があった時点でメーカーに発註する場合が多い。

このような状態から見て、消費者の接するチャンスが多い一般的なブランドの商品では、9AR、11AR、13ARの3種程度の品揃えしか期待出来ない。もしも、この3つのサイズの仕上り寸法が画一的なものであり、ぴったりであると判定するサイズが一つ隣のサイズにまで及ばないとするならば、このような既製衣料でカバー出来る日本人成人女子の割合は、表6の値から計算すれば、高々13%にすぎないことになる。なお百貨店の場合の、特定のブランドでなされた品揃えのすべて(5AR~19AR及び9BR~25BRまで)について同様な集計をしても30.9%にしかならない。利用者の現実¹⁴⁾は、9AR~13ARで13%とは考え難く、これを大きく上回っているであろう¹⁾が、一方適合度を厳しく考えると、中高年婦人に満足されている割合が20%¹⁾という数字は、あり得ることと考えられる。

6 表示サイズと仕立上り寸法

商品には、一応サイズ表示があるので、それがJIS規格に示された基本身体寸法(ヌードサイズとも呼ばれる)を基礎として作られている限り、自己の身体寸法を正確に把握していれば、フィット性を必要とする衣服の場合にも、適合性の判断はほぼ可能であると考えられる。ただし、認識している寸法には、時として偏りが出やすいので、ある業者が薦めるように、春秋の年2回程度の計測が必要ということもあろう。

表7 通信販売に見られるサイズの範囲

コート	9AR・11AR
ジャケット	(7AR)9AR・11AR(13AR)
スーツ	9AR・11AR・13AR
ワンピース	(7AR)9AR・11AR(13AR)
スカート	60-88, 63-90, 66-92, (69-94)(72-96)

(註) () は現れる回数が少いことを示す。

(2) 9ARのみの商品も相当数ある。

(C社 1988年 秋冬物カタログより)

表8 スーツの仕上り寸法

(単位 cm)

サイズ記号	バスト	ウエスト	ヒップ	上着丈	スカート丈
9号	112	62	98	70	65
々	100	62-64	96	69	65
々	93	62-64	95	59	65

(註) 記載されたヌード寸法はいずれも9AR相当。

(H社 1989年 カタログ春号より)

表9 ジャケット9ARの仕立上りバスト寸法の分布

バスト寸法(cm)	92	94	95	96	97	98	99
商 品 数	1	3	1	2	2	5	1
バスト寸法(cm)	100	101	103	104	105	106	107
商 品 数	11	2	1	1	2	3	2
バスト寸法(cm)	108	110	112	114	116	117	136
商 品 数	3	4	1	1	2	1	1

(C社 1988年 秋冬物カタログより)

かけることもある。中高年層の婦人既製服の不満な個所の第1順位は、そで丈、スカート丈、ワンピース丈などである¹⁾と言われ、又C社のお直し券が利用される割合も、裾直しが多いことも、このような事情によるものであろう。

ゆとりの問題については、メーカーによって差があり、同じサイズ表示でも仕立上り寸法が異なることはよく知られている¹⁵⁾。適合する号数が、なるべく小さく表示されることを好む消費者の心理も考慮し、それを特色として固定客をつかむ狙いをもつ場合もあろう。

ここに適正なゆとり量とは、どの程度を考えたら良いのであろうか。

例えばH社1989年カタログ春号に記載されたスーツの場合、すべて9AR相当のヌード寸法を示しながら、仕立上り寸法には表8程度の範囲がある。又C社カタログに見られる、サイズ9ARのジャケットの、仕立上りバスト寸法は表9のような拡がりを見せている。

これらの商品が、すべて基本身体寸法9ARの人の為に作られたものであることを考えると、購入者はサイズ選択もさることながら、ブランドの選択と一品毎の仕立上り寸法のチェックも必要となる。更に衣料品のびったり度の判定には、サイズ表示の基となる3元寸法以外に、いくつかの寸法が問題となることは当然である。消費者が既製衣料を選ぶ時、自己の身体寸法を知り、商品のサイズ表示を確認する以上に、最小限どのような項目をチェックポイントにすれば、試着室がなくても購入の決断が出来るのか、更に検討すべき問題が残されている。

7 結 言

成人女子用衣料のサイズの種類及び呼び方は、JIS規格に定められているが、幾度かの改正を経た後、1985年に最新の規格が公示された。

成人女子用既製服の内、主としてフィット性を必要とするドレスや上衣類、すなわち3元単数表示でサイズを現す商品について、1988年夏・秋冬物のサイズ表示と小売店の状況などを調査した。

- (1) [バストーヒップー身長]を基準とし、例えば9ARのように表示すべきもので、規格に忠実な表示を用いた銘柄数は50%に満たない状態である。量販店・百貨店に比較して専門店が低く、号数表示に止るものが多かった。通信販売にも号数表示を用いたものが多いが、この場合仕立上り寸法は比較的丁寧に記載されていた。
- (2) 消費者のサイズ表示に対する意識は必ずしも充分でなく、試着に頼る購入様式が変わらないことが正確な表示の割合を低くしている理由と考えられる。
- (3) フィット性を必要とするドレス・上衣類の既製品が、3つの寸法でぴったりである日本人成人女子の割合は、JISに示された62サイズすべてを揃えても、約半数にすぎないと推定した。
- (4) 通信販売・小売店の品揃えのサイズ数は意外に少く、出現率の最も高い9AR辺りの3サイズ程度である。しかしサイズ数は少くとも購入者を広くする数々の工夫が見られる。
- (5) 9ARと表示された既製衣料の仕立上り寸法の範囲を、通信販売カタログによって見れば、その広がり意外に大きい。

ぴったりである既製衣料の購入のために、消費者はどのような対応をすべきかについては現在の所まだ多くの問題が残されている。

〈付記〉 本調査は、昭和63年度中国短期大学特別研究費を受けて行ったものであり、本報に関連し、第35回日本家政学会中国・四国支部研究発表会において発表した。

文 献

- 1) 読売新聞、昭和56年6月27日家庭欄
- 2) 小池晴巳：織消誌 29 47 (1988)
- 3) 遠藤信三：繊維製品消費科学総論 P. 113, 日本繊維製品消費科学会発行 (昭52)。
- 4) JIS L 0103-1980 既製衣料品のサイズ及び表示に関する通則
- 5) JIS L 4005-1985 成人女子用衣料のサイズ
- 6) 例えば土井サチヨほか：京女大被服誌, 18 13 (1973), 畠山絹江ほか：京女大被服誌 20 14 (1974)
- 7) 鈴木和明：織消誌 21 418 (1981)
- 8) JIS L 0102-1975 既製衣料及びサイズ解説
- 9) JIS L 4005-1980 成人女子用衣料のサイズ
- 10) 岩沢英次編, 繊維白書 (1989年版) P. 359 矢野経済研究所 (昭63)
- 11) 山本昭子：家政誌 35 586 (1984)
- 12) 近藤信子, 井堀悦子, 大橋登史子, 三田利子, 矢部寿重：第35回 日本家政学会中国・四国支部研究発表会 (1988・10・9)
- 13) 竹下弓子, 辻啓子, 林豊子, 山田令子：織消誌 28 72 (1987)
- 14) 山名信子, 大志万八栄子, 中野慎子：織消誌 18 557 (1977)
- 15) 玉田志津子：札幌静修短大紀要 No. 6 P. 43 (1975)