

女子短大生における被服行動の判断基準とその背景要因
—被服購入場面と被服着用場面での意識・行動調査結果から—

A Study on the Standard and the Latent Factor toward the Clothing
— Investigation of Female Students Consciousness and Behaviors on Selecting of the Clothing —

坂上 ちえ子
SAKAGAMI Chieko

(Received October 2nd, 2006)

Abstract

The purpose of this investigation is to examine how female student consciousness and behavior vary with their clothing on dairy college life. The subjects are 123 female college students. The subjects complied with a questionnaire about the sense and the behavior for wear and purchase of the clothing.

The main results of this investigation were as follows :

- 1) The standards for selection of the clothing were affected by color and design preference of the clothing.
- 2) In addition, the subjects seemed to tendency to think much of function, amenity and economy of clothing.
- 3) The factors of sense in selection of the clothing were represented by the following three of which were extracted by using a factor analysis for rating the data; I (the first factor) : Color and Design Preference, II (the second factor) : Amenity and Utility of the Clothing, III (the third factor) : Sense of Fashion.
- 4) The subjects were classified into four groups, and no eccentric subjects were found in these groups. It was thought that, for female college students, the appearance of the clothing was an important mean by which they prefer to maintain companionship among their group.

1. はじめに

調査者が勤務する短期大学には多くの女子学生が在籍しているが、彼女たちと接する中で常に感じるのは、装飾品を含む服装に大変気を配っていることが伝わるということである。たとえば、身に付けている被服の金額を尋ねると、20歳台後半の社会人でもなかなか購入できないような額を答える。また、服の配色やデザインの組み合わせについても、外から見てちぐはぐな印象は全く受けず、それぞれの細部にまで気を使っていることが分かる。しかし、学生の卒業研究のアンケート結果などを見ると、制服を望む声が少くない。その理由は、毎朝何を着ていくかを考えなくて済む、あるいは、金銭面を含めた管理が楽だとかいうものが多い。とくに就職活動時には、制服が大学を象徴する記号として役に立つと考えているようである。もし、そのように強く考えているならば、制服の設置を求める動きがありそうだが、そのような活動は見られない。むしろ、面倒くさいと嫌

がっているはずの毎朝の洋服選びに精力を傾け、楽しんでいるように感じられる。彼女たちの外観から伝わる服に対する姿勢と、彼女たちの意見に現れるそれとが相反していることから、毎日接しているにもかかわらず、女子学生が被服を購入したり、着装したりする際の判断基準や意識をいまだに理解できないでいる。

女子学生の被服に対する意識や態度、判断基準を理解するための先行研究を蒐集するに当たり、被服社会学分野を一つの分野として別立てしている繊維製品消費科学会誌の掲載論文から、関連研究・調査の大まかな流れを整理した。1970年代後半から80年代前半にかけては、被服¹⁻³⁾や色彩⁴⁾の嗜好に関する研究、イメージ用語によるシルエットの分類⁵⁻⁷⁾、衣料品の品質要求度に関する研究^{8,9)}が主なものだった。80年代後半からは、被服に対する嗜好やイメージ分類、品質要求についての研究は少なくなり、被服に対する意識や行動に関する研究^{10,11)}、被服と自己との関係¹²⁾、さらに、被服や身体をパーソナリティに関連付ける研究¹³⁻¹⁵⁾へと移行していった。90年代に入ると、被服の消費や購入手動^{16,17)}、アパレル市場分析¹⁸⁾、ファッション(流行)情報の伝達様式¹⁹⁾、自意識と身体像との関連に関する研究²⁰⁾など、社会的視点を加えた研究が増え、テーマが多岐にわたった。90年代後半になると着装規範に関する研究^{21,22)}が始まり、2000年代に入っても着装規範に関する研究²³⁾は続いたが、社会問題を背景に、摂食障害と被服行動²⁴⁾、身体像の評価²⁵⁾、高齢者²⁶⁾や男子学生の意識と行動²⁷⁾に関する研究へとテーマが広がった。

ここに俯瞰した先行研究の中には、女子学生だけを対象に被服に関わる意識や行動に注目した調査・研究は少ない。その中で、橋本ら¹¹⁾は女性の服装に対する意識や行動について、女子学生を含む基本属性の異なる集団間で比較しているが、年齢や職業、生活環境が被服行動に与える影響に重点を置いて研究を行っている。また、神山ら²¹⁻²³⁾は着装行動に潜む暗黙の規範に着目している。それらの研究では、規範が重視される様々な社会的場面での着装を前提に調査が行なわれているが、特殊な場面を学生が日常的に経験しているとは考え難い。学生の実際の行動ではなく、服装規範の浸透やそれを重視する度合いの理解には役立つが、女子学生が今着ている服をどうして選んだのか、なぜそれを着ているのかといった、服を選択し着装することの根本的な目的について素朴に問う調査・研究は見当たらない。

今回は、調査者の勤務する短期大学に在籍の学生を対象に、普段の生活の中で女子学生が服を購入したり着装したりする際の行動と意識について調査を行い、そのような被服に関わる行動の判断基準や意識・行動を支える背景要因を明らかにしたい。

2. 調査方法及び解析方法

2-1 調査対象者と実施時期

調査は、調査者の勤務する短期大学の学生123名を対象に行なった。この調査の目的が、女子学生の被服行動やそれを支える背景要因の探索であるため、全員女性とした。対象とした若年層は、1歳の年齢差が調査結果に影響を及ぼす場合が考えられるため、1年生、2年生を約半数ずつとし、

対象者の平均年齢は、18.6歳であった。厳密な標本抽出とはならなかったが、教育内容の影響をなるべく排除するために、対象者が在籍する学科、専攻に偏りがないよう配慮した。フェイスシートによって収集した出身地情報では、出身地を鹿児島市内とする者が77名(62.6%)、鹿児島県内であるが鹿児島市外の者が40名(32.5%)、鹿児島県外の者が4名(3.3%)、N.A.が2名(1.6%)であった。

調査は、2006年7月に質問紙法によって行なった。全ての対象者から有効回答を得た。

2-2 調査内容と手続き

目的にも記述したように、着装規範の調査では様々な場面を設定して質問項目が設けられる場合がある。しかし、大学生が結婚式や葬儀などの社会的場面に頻繁に参列することは少ないと考えられるため、今回は目的に従って、学校生活を含む普段の日常生活における被服行動を調査することとした。そのため、日常生活における、「衣服の購入場面」、「衣服の着用場面」の2つの場面を想定して調査内容や質問項目を設定した。

質問項目を設定するにあたり、まず、被服行動の判断基準を構成する次元を選定した。被服行動とは、衣服の選択・使用・廃止あるいは購入・消費・廃棄の諸行動を含む、被服に関する人間の行

表1 被服行動の基準次元 (永野, 1996)

6つの次元	
流行性	衣服一般についての流行に関わる行動傾向
経済性	衣服一般についての経済性に関わる行動傾向
社会性	衣服のもつ社会的機能, もしくはその適切さに関わる行動傾向
快適性	衣服着用時の快適性に関わる行動傾向
適切性	外見, 身だしなみを整えることに関わる行動傾向
機能性	衣服の品質, 機能性に関わる行動傾向
4つの次元	
流行性	衣服における流行についての関心
適切性	衣服の身だしなみの適切さについての関心
機能性	衣服の機能性や快適性の重視傾向
経済性	衣服購買時の経済性の重視傾向

表2 衣服の購入基準と満足感の原因 (神山, 1988)

衣服の購入基準の成分	
外観嗜好・適合性	
流行性	
実用性・経済性	
品質・伝統性・信頼性	
他者承認獲得	
組合せ	
衣料品の満足・不満足の原因	
感覚／知覚的要因	形態・色・柄・材質・外観
社会心理的要因	似合い・調和・流行性・自己表現の可能性
物理的／生理的要因	身体適合性・運動機能性・温熱生理性・耐久性 手入れ・洗濯容易度・染色堅牢度
経済的要因	価格・広告

動のことである²⁸⁾とされている。表1に示す通り、永野は先行研究から、この被服行動を支える態度や信念の傾向を6つ²⁹⁾の次元に先見的に定め、調査の解析結果をもとにさらに4つ³⁰⁾の次元に集約した。しかし、永野の調査研究には男子学生が含まれているため、これらの次元をそのままでは適用できないと考える。神山³¹⁾は男女の大学生を対象に服を購入する際の基準を分析し、構成成分を抽出した。さらに、衣料品に関する満足感や不満足感の原因も指摘した。その内容は、表2に示す。この神山の調査研究も男女を対象としており、被服行動の中でも購入と消費に焦点を置いているため、この基準もこのままでは引用できないと考える。内藤ら³²⁾は先行研究から、着装基準を、「社会的調和」、「個性・流行」、「実用性」、衣服選択の基準を「社会性」、「ファッション性」、「着心地・実用性」とまとめているが、購入や消費の視点が足りていないため、すべてを参考にはできない。

そこで、対象者とした女子学生の普段の外見や言動と、表1と2などに示した先行研究の基準をもとに、今回選定する基準次元の背景について次のような仮説を立てた。まず一つ目は、購入、着装に関わらず、女子学生の「衣服の外観への強い関心やこだわり」である。外観には形態(デザイン)や色・柄の嗜好、さらにそれらの流行を含むと考える。二つ目は、「経済性や実用性の重視」である。親からのお仕着せではなく、自分のアルバイトなどで得た金額の範囲で購入するのであれば、経済性や実用性をより配慮すると考える。三つ目は、皮膚の接触面や身体動作を妨げない「快適性への考慮」である。衣服は最も身近な環境とされるが、環境に影響される身体知覚が若年層は鋭敏であると考え。四つ目は、衣服着用の「心理的・社会的目的」への照射である。自己表現や規範、それによる他者承認など、被服に関する行動を方向付けるものとして欠くことはできないと考える。今回は、これらの仮説を基点に、「衣服の購入場面」では、「経済性」、「実用性」、「外観嗜好-色・柄」、「外観嗜好-デザイン」、「身体適合性」、「品質」、「規範」、「他者承認」、「所属」の9次元、「衣服の着用場面」では、「外観嗜好-色・柄」、「外観嗜好-デザイン」、「身体適合性」、「品質」、「規範」、「他者承認」、「所属」の7次元とした。さらに、衣服の選択・使用・廃止あるいは購入・消費・廃棄といった被服行動の大枠も考慮し、各次元に関連する2から6項目の質問項目を設定した。質問項目の中には二つの次元に属すると解釈できるものもあるが、これは後述する調査結果の解析によって明確にできると考える。詳細な質問内容は、表3に示す。

質問紙の作成にあたっては、回答への影響を排除するため基準の次元を隠し、質問項目も順番を変え任意に配置した。各対象者には日常生活における、「衣服の購入場面」、「衣服の着用場面」の2つの場面を想定させ、各質問項目に、「とてもよく考える」、「よく考える」、「どちらでもない」、「あまり考えない」、「全く考えない」の回答選択肢を与えて、5件法による判断と評定を求めた。誤差要因が加わらないよう、回答には余計な時間を与えず、全ての回答を15分以内に終了するよう指示した。実際に用いた質問紙(衣服の購入場面)は、別紙として示す。

坂上：女子短大生における被服行動の判断基準とその背景要因

表3 基準とした次元と各場面の質問項目

基準次元	質問項目	購入場面	着用場面
経済性	自分のお小遣いからみて値段が高いか安い	○	—
	その服の価値からみて値段が高いか安い	○	—
	雑誌や広告を見たり参考にして、服を購入する	○	—
	その店が信頼できる店(ブランド)・店員であるか	○	—
	持っている服とのコーディネート	○	—
実用性	リサイクルやリメイクがしやすいか	○	—
	その服が長く着られるかどうか	○	—
	シーズンが終わった後のその服の収納方法	○	—
	洗濯やアイロン掛けなどの手入れが大変か	○	—
外観嗜好-色・柄	色や柄が自分の好みに合っているか(好きか)	○	○
	その服の色や柄が流行しているか	○	○
	色や柄が自分に似合っているか	○	○
	色や柄がきれいか、センスが良いか	○	○
	色や柄の組み合わせが良いか	—	○
外観嗜好-デザイン	デザインが自分の好みに合っているか(好きか)	○	○
	その服のデザインが流行しているか	○	○
	デザインが自分に似合っているか	○	○
	デザインのセンスが良いか	○	○
	デザインの組み合わせが良いか	—	○
身体適合性	サイズが自分の体の大きさに合っているか	○	○
	体が動きやすいかどうか	○	○
	ブラウス丈などの丈が自分の好みに合っているか	○	○
	その服が体型をカバーしているか	○	○
品質	布地や素材の肌触りが良いか	○	○
	夏は涼しさ、冬は暖かさなどの機能性	○	○
	布地や素材表面の見た目が良いか	○	○
	縫製(縫い方・始末)が丁寧か	○	○
	その服は着心地が良さそうか	○	○
	きれいに洗濯されているか、清潔か	—	○
規範	親が小言を言わないか	○	—
	友人から似合っていないと言われないか	○	○
	着て行く先の雰囲気や目的に合っているか	○	○
	親や年配者がじろじろ見ないか	—	○
	流行を取り入れすぎて奇抜に見られないか	—	○
他者承認	自分の好きなイメージが表現できるか	○	—
	自分の気分・自分自身が表現できるか	○	—
	その日の自分の気分合っているか	—	○
	人とは違う自分の個性を出せるか	○	○
	自分がおしゃれでセンスよく見えるか	—	○
	自分らしさが表現できているか	—	○
所属	その服が自分の年齢や性別に合っているか	○	○
	その服が学生であること(立場)にふさわしいか	○	○

34項目 30項目

2-3 解析方法

まず、2つの設定場面の質問項目ごとに、「とてもよく考える」、「よく考える」、「どちらでもない」、「あまり考えない」、「全く考えない」の5つの選択肢を回答した割合を単純集計し、対象者の被服に関する行動や表層的な意識を把握した。その全結果について χ^2 検定を行い、回答者が調査対象を代表しているかを統計的に確認した。

次に、「とてもよく考える」に1点、「よく考える」に2点、「どちらでもない」に3点、「あまり考えない」に4点、「全く考えない」に5点の評点を与えて、各質問項目の平均評定値を算出し、各次元、各質問項目の特性を捉えた。

さらに、2つの設定場面ごとに、上記の各評点を変数として主因子法による因子分析を行なった。回転はバリマックス回転を採用した。質問項目数が30と34であるため、その項目数から因子数を2ないし3として予備解析を行なった。「衣服の購入場面」については、因子数2とした場合、バリマックス回転後の2因子を合わせた累積寄与率が25.06% (寄与率：第1因子13.23%、第2因子：11.83%)、因子数3の場合、それらの累積寄与率が30.12% (寄与率：第1因子11.60%、第2因子：10.99%、第3因子：7.53%)であった。また、「衣服の着用場面」では、因子数2とした場合、バリマックス回転後の2因子合わせた累積寄与率が32.36% (寄与率：第1因子18.66%、第2因子：13.70%)、因子数3の場合、3因子の累積寄与率が40.93% (寄与率：第1因子16.87%、第2因子：12.30%、第3因子：11.75%)となった。いずれの場面についても、因子数3の方が抽出因子についての解釈の可能性が高いと考え、因子数は3とした。抽出された因子は変数の変動を支配する潜在的要因とされるため、因子の共通特性を検討した。

最後に、対象者123名について3因子それぞれの因子得点を計算して、各因子を軸としたxy平面に全対象者を布置し、対象者の分類を行なった。さらに、対象者の被服行動を特徴付ける判断基準や意識を支える背景要因についても探った。

前記の χ^2 検定と因子分析、因子得点の計算には、統計解析アドインソフト「エクセル統計2004 for Windows (株)社会情報サービス」を用いた。

3. 結果及び考察

3-1 各質問項目における選択肢回答の単純集計結果

2つの場面、各質問項目における選択肢の回答割合を単純集計した。全ての項目について χ^2 検定をした結果、1%の危険率で有意差が認められた。つまり、調査に協力してくれた回答者が、調査対象とした短期大学の女子学生を代表していることが統計的に確認できた。

衣服を購入する場面での行動を支える表層的意識について、単純集計により得た結果を、表4に示す。「a-3. 色や柄が自分の好みに合っているか」、「a-6. デザインが自分の好みに合っているか」を、「とてもよく考える」と答えた割合は8割を超えた。また、「とてもよく考える」と答えた割合が7割近くになったのが、「a-1. 自分のお小遣いからみて値段が高いか安い」、「a-4. サ

坂上：女子短大生における被服行動の判断基準とその背景要因

表4 各質問項目別の選択肢回答割合(場面:衣服購入時)

質問項目	回答選択肢	単位:% N=123					χ ² 検定
		とてもよく考える	よく考える	どちらでもない	あまり考えない	全く考えない	
a-1	自分のお小遣いからみて値段が高いか安い	69.1	26.0	0.8	3.3	0.8	**
a-2	布地や素材の肌触りが良いか	25.2	43.1	14.6	16.3	0.8	**
a-3	色や柄が自分の好みに合っているか	89.4	10.6	0.0	0.0	0.0	**
a-4	サイズが自分の体の大きさに合っているか	69.1	27.6	1.6	1.6	0.0	**
a-5	その服が自分の年齢や性別に合っているか	22.0	39.8	24.4	13.0	0.8	**
a-6	デザインが自分の好みに合っているか	83.7	14.6	0.8	0.0	0.8	**
a-7	親が小言を言わないか	2.4	15.4	13.0	31.7	37.4	**
a-8	リサイクルやリメイクがしやすいか	2.4	8.1	8.9	34.1	46.3	**
a-9	自分の好きなイメージが表現できるか	31.7	39.0	13.8	13.8	1.6	**
a-10	その服の価値からみて値段が高いか安い	42.3	43.9	8.1	4.9	0.8	**
a-11	夏は涼しさ, 冬は暖かさなどの機能性	38.2	39.0	15.4	7.3	0.0	**
a-12	その服の色や柄が流行しているか	7.3	41.5	17.9	24.4	8.9	**
a-13	体が動きやすいかどうか	12.2	37.4	26.0	21.1	3.3	**
a-14	雑誌や広告を見たり参考にして, 服を購入するか	18.7	36.6	12.2	23.6	8.9	**
a-15	その服のデザインが流行しているか	11.4	37.4	18.7	24.4	8.1	**
a-16	友人から似合っていないと言われないか	9.8	33.3	24.4	22.8	9.8	**
a-17	その服が長く着られるかどうか	33.3	41.5	15.4	8.9	0.8	**
a-18	自分の気分・自分自身が表現できるか	16.3	32.5	35.0	10.6	5.7	**
a-19	その店が信頼できる店(ブランド)・店員であるか	8.1	23.6	24.4	28.5	15.4	**
a-20	布地や素材表面の見た目が良いか	30.1	42.3	20.3	6.5	0.8	**
a-21	色や柄が自分に似合っているか	49.6	45.5	4.1	0.8	0.0	**
a-22	シーズンが終わった後のその服の収納方法	2.4	12.2	15.4	38.2	31.7	**
a-23	ブラウス丈などの丈が自分の好みに合っているか	35.8	43.1	11.4	8.9	0.8	**
a-24	デザインが自分に似合っているか	49.6	43.1	7.3	0.0	0.0	**
a-25	着て行く先の雰囲気や目的に合っているか	30.1	38.2	17.9	8.9	4.9	**
a-26	洗濯やアイロン掛けなどの手入れが大変か	8.9	22.0	20.3	35.0	13.8	**
a-27	人とは違う自分の個性を出せるか	13.0	31.7	22.0	27.6	5.7	**
a-28	持っている服とのコーディネート	56.9	36.6	4.1	2.4	0.0	**
a-29	縫製(縫い方・始末)が丁寧か	11.4	28.5	22.0	26.0	12.2	**
a-30	色や柄がきれいか, センスが良いか	48.0	39.8	8.9	1.6	1.6	**
a-31	その服は着心地が良さそうか	19.5	61.8	13.8	4.1	0.8	**
a-32	その服が体型をカバーしているか	30.1	30.9	24.4	12.2	2.4	**
a-33	デザインのセンスが良いか	48.8	37.4	11.4	1.6	0.8	**
a-34	その服が学生であること(立場)にふさわしいか	3.3	19.5	31.7	28.5	17.1	**

**: $P<0.01$ *: $P<0.05$

イズが自分の体の大きさに合っているか」の2項目であった。上記の項目以外で、「とてもよく考える」、「よく考える」と答えた者を合わせて8割を超えた項目は、「a-10. その服の価値から見て値段が高いか安い」、「a-21. 色や柄が自分に似合っているか」、「a-24. デザインが自分に似合っているか」、「a-28. 持っている服とのコーディネート」、「a-30. 色や柄がきれいか, センスが良いか」、「a-31. その服は着心地が良さそうか」、「a-33. デザインのセンスが良いか」の項目であった。つまり、日常生活で服を購入する際、衣服の色・柄やデザインが好きか、似合っているか、きれいかについて考慮し、価格についてもいろいろな角度から吟味していることがわかった。さらに、持っている服との組み合わせを考え、着心地についても配慮していた。「2-2 調査内容と手続き」で記述した通り、今回の調査を行なうにあたり、女子学生の被服行動の基準や背景を理解するために4つの仮説を立てた。以上の衣服購入時の結果から、そのうちの「外観への強い関心

とこだわり」、「経済性や実用性の重視」、「快適性への考慮」を確認することができた。反対に、「全く考えない」と答えた割合が高かったのは、「a-7. 親が小言を言わないか」、「a-8. リサイクルやリメイクがしやすいか」、「a-22. シーズンが終わった後のその服の収納方法」の3項目であった。また、「全く考えない」、「あまり考えない」を合わせた回答が4割を超えた項目は、「a-19. その店が信頼できる店(ブランド)・店員であるか」、「a-26. 洗濯やアイロン掛けなどの手入れが大変か」、「a-34. その服が学生であること(立場)にふさわしいか」であった。この結果から、女子学生が服を購入する際は、被服行動の一つの柱である手入れや廃棄に関わる事項にまでは考えが及んでいないことがわかった。また、親による規範伝達や帰属呈示に行動の制限をあまり感じていないことも明らかとなった。

表5 各質問項目別の選択肢回答割合(場面:衣服着用時)

質問項目	回答選択肢	単位:% N=123					χ ² 検定
		とてもよく考える	よく考える	どちらでもない	あまり考えない	全く考えない	
b-1	きれいに洗濯されているか、清潔か	39.8	51.2	5.7	2.4	0.8	**
b-2	自分がおしゃれでセンスよく見えるか	32.5	48.8	12.2	4.1	2.4	**
b-3	布地や素材の肌触りが良いか	13.8	35.0	31.7	16.3	3.3	**
b-4	その服の色や柄が好きか	46.3	42.3	8.1	3.3	0.0	**
b-5	サイズが自分の体の大きさに合っているか	46.3	38.2	12.2	3.3	0.0	**
b-6	その服が自分の年齢や性別に合っているか	17.1	40.7	23.6	16.3	2.4	**
b-7	その服のデザインが好きか	55.3	36.6	7.3	0.0	0.8	**
b-8	親や年配者がじろじろ見ないか	0.0	26.8	22.0	29.3	22.0	**
b-9	夏は涼しさ、冬は暖かさなどの機能性	51.2	39.0	5.7	3.3	0.8	**
b-10	その服の色や柄が流行しているか	10.6	42.3	20.3	18.7	8.1	**
b-11	自分らしさが表現できているか	26.0	36.6	27.6	8.9	0.8	**
b-12	体が動きやすいかどうか	27.6	47.2	13.8	11.4	0.0	**
b-13	その服のデザインが流行しているか	13.8	35.8	20.3	23.6	6.5	**
b-14	布地や素材表面の見た目が良いか	17.1	39.0	28.5	14.6	0.8	**
b-15	色や柄が自分に似合っているか	43.1	46.3	8.1	2.4	0.0	**
b-16	友人から似合っていないと言われないか	13.8	37.4	21.1	19.5	8.1	**
b-17	流行を取り入れすぎて奇抜に見られないか	7.3	25.2	30.1	23.6	13.8	**
b-18	プラス丈などの丈が自分の好みに合っているか	28.5	43.1	23.6	4.9	0.0	**
b-19	デザインが自分に似合っているか	37.4	52.8	7.3	1.6	0.8	**
b-20	縫製(縫い方・始末)が丁寧か	9.8	19.5	26.8	29.3	14.6	**
b-21	色や柄の組み合わせが良いか	65.0	27.6	4.9	1.6	0.8	**
b-22	その日の自分の気分合っているか	50.4	31.7	10.6	6.5	0.8	**
b-23	着て行く先の雰囲気や目的に合っているか	55.3	30.9	9.8	3.3	0.8	**
b-24	デザインの組み合わせが良いか	62.6	35.0	1.6	0.8	0.0	**
b-25	その服は着心地が良さそうか	19.5	41.5	27.6	10.6	0.8	**
b-26	その服が体型をカバーしているか	32.5	34.1	21.1	10.6	1.6	**
b-27	色や柄がきれいか、センスが良いか	47.2	41.5	8.9	2.4	0.0	**
b-28	人とは違う自分の個性を出しているか	17.1	29.3	30.9	20.3	2.4	**
b-29	デザインのセンスが良いか	39.0	38.2	14.6	7.3	0.8	**
b-30	その服が学生であること(立場)にふさわしいか	8.1	18.7	31.7	32.5	8.9	**

**: $P < 0.01$ *: $P < 0.05$

衣服の着用時における選択肢の回答割合については、表5の通りである。購入時の結果のように、「とてもよく考える」と答えた割合が8割を超えたものはなかったが、「とてもよく考える」と

「よく考える」を合わせた回答割合が8割を超えた項目は13項目、7割を超えた項目はさらに16項目と、質問項目の半数以上となった。衣服の購入時と着用時については質問項目の内容と数が異なるため、正確な比較とはならないが、衣服を着用する際の方が意識を高く持ち、配慮する項目も多いことがわかった。8割を超えた13項目のうち、「b-4. その服の色や柄が好きか」、「b-5. サイズが自分の体の大きさに合っているか」、「b-7. その服のデザインは好きか」、「b-15. 色や柄が自分に似合っているか」、「b-19. デザインが自分に似合っているか」、「b-27. 色や柄がきれいか、センスが良いか」については、衣服購入時とも共通して意識が強く、被服行動の基準として考えられている内容であった。質問項目を設定する時点で、衣服の着用場面については、基準次元の「経済性」と「実用性」を省いたため、以上の衣服着用時の結果からは、当初立てた4つの仮説の「経済性や実用性の重視」は見当たらない。しかし、衣服購入時の結果と同様、「外観への強い関心とこだわり」、「快適性への考慮」は確認することができた。また、「b-9. 夏は涼しさ、冬は暖かさの機能性」、「b-22. その日の自分の気分合っているか」、「b-23. 着て行く先の雰囲気や目的に合っているか」の3項目は、衣服購入時より、衣服着用時の方がより意識が高くなった。とくに、「b-22. その日の自分の気分合っているか」については、衣服購入時では、「a-18. 自分の気分・自分自身が表現できるか」を考慮するかと質問したが、「とてもよく考える」、あるいは「よく考える」と回答した割合は50%に達していなかったのに対し、衣服着用時では8割を超えた。また、衣服着用時に、「全く考えない」と答えた割合が高かった質問項目はなく、「全く考えない」、「あまり考えない」を合わせて4割を超えたのは、「b-8. 親や年配者がじろじろ見ないか」、「b-20. 縫製（縫い方・始末）が丁寧か」、「b-30. その服が学生であること（立場）にふさわしいか」の3項目であった。「b-20. 縫製（縫い方・始末）が丁寧か」については、衣服購入時もあまり考慮に入られていないが、衣服着用時はさらに、意識が低くなった。「b-30. その服が学生であること（立場）にふさわしいか」については、衣服購入時でも同じ質問をしたが、「b-8. 親や年配者がじろじろ見ないか」は、「a-7. 親が小言を言わないか」と表現を変えた。文言は異なっても、親からの規範伝達と帰属意識を問うているが、いずれについても、衣服購入時、着用時ともに行動に影響を与えると感じていないことがわかった。「1. はじめに」でも紹介した通り、着装規範に関する研究は数多くなされている。それぞれアプローチの方法は様々であったが、規範内容の分類、着装場面と規範内容との相関、さらに、調査対象者と規範重視度との相関などに集約できた。しかし、着装に関する規範が、いつ、誰によって伝えられ、人は獲得していくのかといった視点からの研究は見られない。室内では帽子を脱ぐといった規範とも言い難い日常の常識は親からしつけられるのか、あるいは、学校で教わるのか、雑誌などの情報から得るのか、友人の格好を見て自分で判断しているのかといったことすら我々はわかっていない。約7年前、若い女性の服装感覚に関する記事が新聞に記載された（日本経済新聞1999/8/21）。記事によると、プール付の遊園地で、プールと遊園地を含めた料金に改正したところ、それまでプール以外を水着姿で歩く姿はなかったが、料金改定後は、飲食・ショッピングエリアにまで水着姿の男女が多く出現し始めたというものであった。街中でも肌を露出する服装が増えていることと合わせ、自分の友人数人との間で

了解されれば、何を着ても親や他人の目を気にすることはないという若者の服装感覚を紹介している。今回の対象者からは、親や社会からの着装規範の伝達について、少なくとも表面的には意識していない結果が出た。それは、現在の調査であるにもかかわらず7年前の新聞記事の内容を支持するものである。それでは、生活場面に応じた着装の適切さや共通のルールを何から得るのか、あるいは、共有するルールが存在するのかといった疑問が残る。後述の因子分析によって行動と意識の潜在要因を探るが、そこから、女子学生が服を購入したり、着用したりといった行動の拠りどころとする基準を理解したい。

3-2 各質問項目における平均評定値

各質問項目の平均評定値を算出し基準とする次元ごとに並び替え、対象者の回答から各次元、各質問項目の特性を捉えた結果を示す。評点は、「とてもよく考える」に1点、「よく考える」に2点、「どちらでもない」に3点、「あまり考えない」に4点、「全く考えない」に5点を与えており、平均評定値が低いものほど質問項目の行動をとる際の意識が高いことを表している。

衣服の購入場面についての結果は、図1に示す。基準次元を「外観嗜好」とした質問項目では、色・柄、デザインともに、「好みに合っているか」、「似合っているか」、「きれいか、センスが良いか」についての平均評定値が低くなった。標準偏差 (SD) についても、1.0以下となり、回答のバラツキも少なかった。「流行しているか」については、平均評定値が2.8となったが、他の質問項目よりは値が低く、色・柄、デザインいずれの外観に対しても意識が高いことが明らかになった。日頃の女子学生を概観していると、服の組み合わせなどに気を配っていることが伝わるため、「外観への強い関心とこだわり」を被服行動の基準となる背景として挙げたが、この結果からも確認することができた。次に平均評定値が低くかったのが、「身体適合性」、「品質」の項目群であった。「体の動きやすさ」と「縫製」については、値が2.5を超えたが、その他は、2.2以下であった。学生の普段着からは、色・柄やデザインを重視して、サイズや着心地を後回しにしているかのような印象を受ける。しかし、高齢者と違い、若年層は触覚や皮膚感覚などの感覚が鋭敏であると想定した。とくに、衣服着用時の重要な要件であると考えたが、衣服購入時も同様に「身体適合性」、「品質」が重要視されていた。「2-2 調査内容と手続き」で立てた仮説の4番目「心理的・社会的目的」を背景とする行動や意識については、これまでの結果からは特徴付けられなかった。しかし、「規範」の2項目、「他者承認」の3項目、「所属」の1項目は値が3以下であった。つまり、「親からの小言」と「学生であることの象徴」については、値が高く、意識は低いが、「行き先の雰囲気や目的に合わせる」ことや「自分の好きなイメージ」や「自分の気分」、「自分の個性」を表現することには気を配り、服を購入していることが明らかとなった。さらに、衣服を購入する際は、何より「経済性や実用性の重視」を背景に行動するであろうと仮説を立てた。平均評定値結果も追従したが、いくつかは異なる結果となった。経済性については、予想通り、「価格を吟味」し、「持っている服とのコーディネート」を考慮して購入していたが、メーカーやブランドといった既成の信頼性への妄信は見られなかった。また、実用性については、回答結果の単純集計にもあった

坂上：女子短大生における被服行動の判断基準とその背景要因

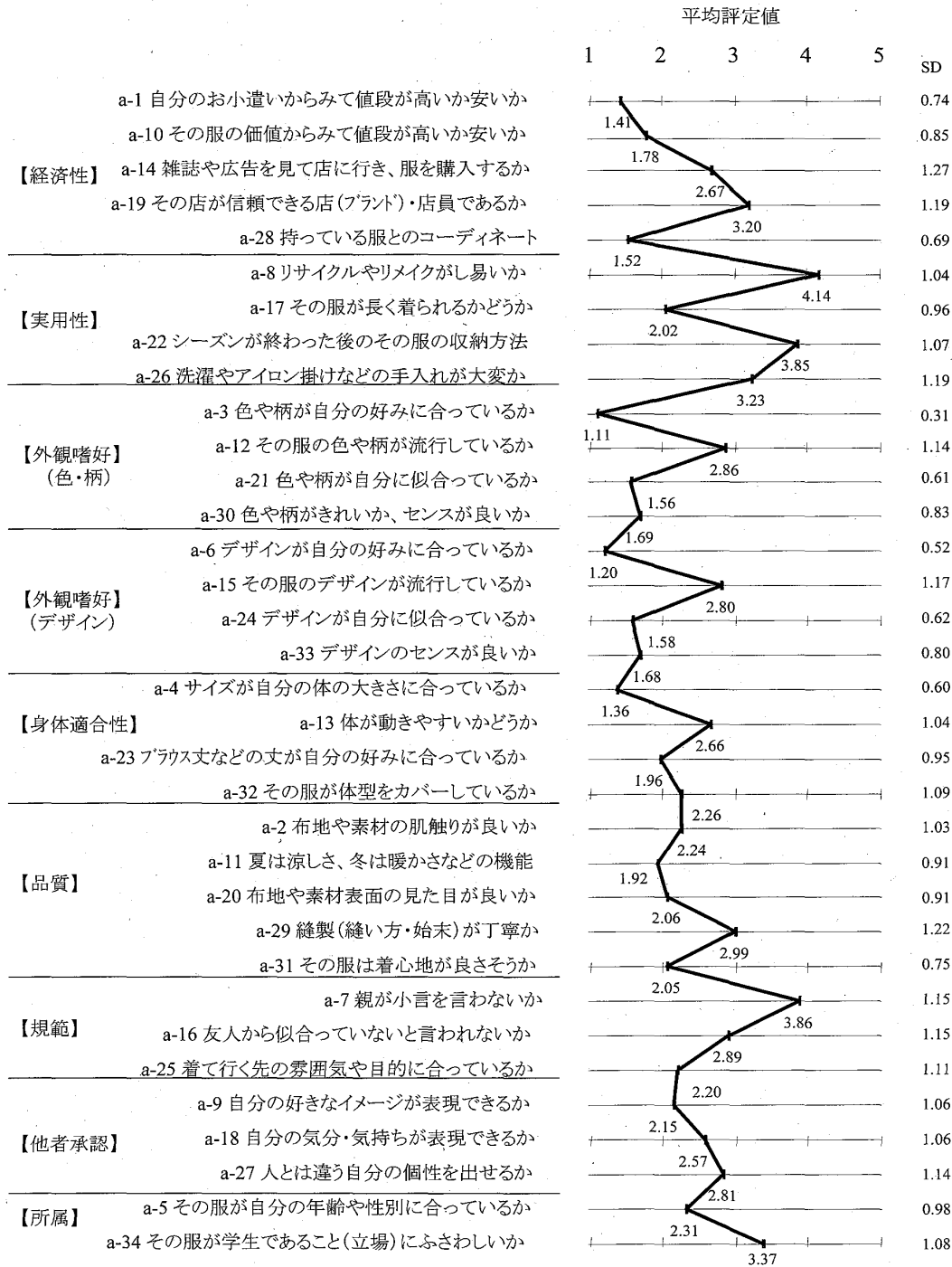


図1 各質問項目における平均評定値(場面:衣服購入時)

通り、「リサイクル」、「収納」、「手入れ」といった手間のかかる行動への意識は低かった。

衣服の着装場面についての結果は、図2の通りである。この場面でも、色・柄、デザインともに「外観嗜好」に関する質問項目の平均評定値が低く、行動する際の意識が高かった。衣服購入時と同様、「流行」への表面的な配慮は2.7と値は高くなかったが、色・柄やデザインといった外観が

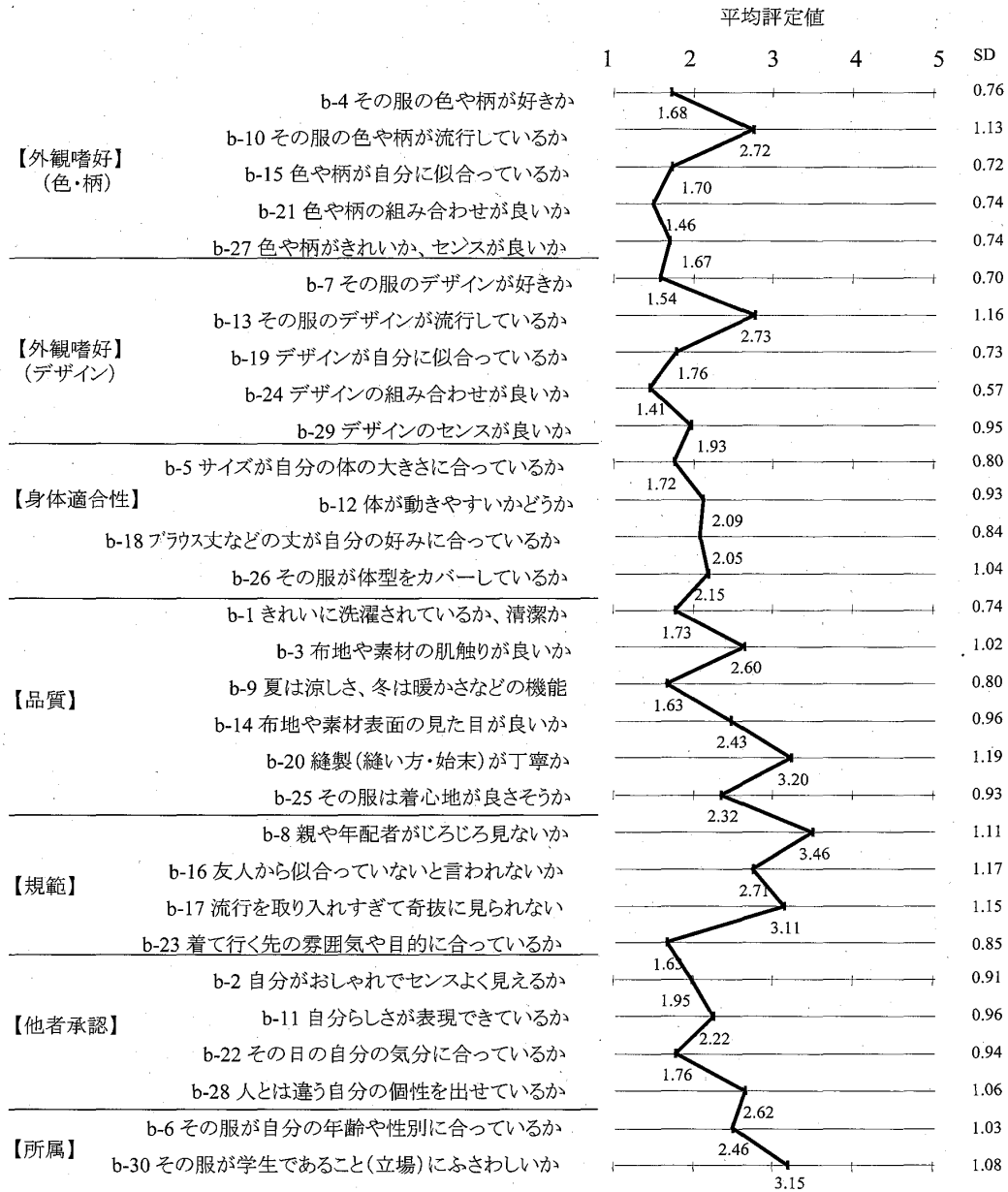


図2 各質問項目における平均評定値(場面:衣服着用時)

「好きか」、「似合っているか」、「組み合わせが良いか」、「センスが良いか」を対象者が押し並べて留意し、着用の際の行動基準としていることがわかった。第一の仮説とした、「外観への強い関心とこだわり」は、衣服の購入場面でも着用場面でも、意識や行動を支える基準になっていることが明らかになった。「身体適合性」の4つの質問項目の値は2.1以下であったが、購入場面より、値が高くなった。これは、身体運動性や機能性が多少制限されても、外見を優先させたい意識の表れではないかと推測する。「品質」の6項目でも、2項目は値が2以下であったが、4項目は2.3を超え、衣服着用の際の優先順位はそれほど高くないことがわかった。仮説とした「社会的・心理的目的」

を背景とする、「規範」、「他者承認」、「所属」では、「規範」と「所属」の質問項目の平均評定値は3を超えた項目もあり、全体として意識が低かったが、「センス良く見えるか」、「自分の気分に合っているか」といった「他者承認」の項目や関連する項目の値は低く、着服行動の判断基準として意識されていることがわかった。

3-3 因子分析結果

「2-3 解析方法」で記載した通り、予備解析を行った結果から、衣服購入場面、衣服着用場面のいずれについても因子数を3に決め、因子分析を行なった。

表6 因子分析結果(場面:衣服購入時)

質問項目	因子負荷量			因子名
	第1因子	第2因子	第3因子	
a-33 デザインのセンスが良いか	0.647	0.095	0.167	外観表現 因子
a-24 デザインが自分に似合っているか	0.644	0.023	0.169	
a-21 色や柄が自分に似合っているか	0.609	0.004	0.186	
a-9 自分の好きなイメージが表現できるか	0.580	0.170	0.169	
a-30 色や柄がきれいか、センスが良いか	0.575	0.055	0.121	
a-28 持っている服とのコーディネート	0.537	0.111	-0.007	
a-22 シーズンが終わった後のその服の収納方法	-0.091	0.627	-0.082	素材 機能・管理 因子
a-2 布地や素材の肌触りが良いか	0.208	0.596	-0.100	
a-26 洗濯やアイロン掛けなどの手入れが大変か	-0.041	0.582	-0.033	
a-11 夏は涼しさ、冬は暖かさなどの機能性	0.142	0.511	-0.079	
a-15 その服のデザインが流行しているか	0.173	-0.006	0.869	流行情報 因子
a-12 その服の色や柄が流行しているか	0.183	-0.167	0.775	
a-14 雑誌や広告を見たり参考にして、服を購入するか	0.258	-0.017	0.730	
固有値(二乗和)	3.94	3.74	2.56	
寄与率(%)	11.60	10.99	7.53	
累積寄与率(%)		22.59	30.12	

衣服購入時についての因子分析結果は、表6に示す。第1因子は、「a-33. デザインのセンスが良いか」(因子負荷量:0.647)、「a-24. デザインが自分に似合っているか」(0.644)、「a-21. 色や柄が自分に似合っているか」(0.609)、「a-9. 自分の好きなイメージが表現できるか」(0.580)、「a-30. 色や柄がきれいか、センスが良いか」(0.575)、「a-28. 持っている服とのコーディネート」(0.537)が因子負荷量(構造係数)0.5以上であり、残りの変数の構造係数は比較的小さい。したがって、第1因子は、服の色・柄やデザインを上手く組み合わせて自分に似合わせ、また、センス良く表現することを表す「外観表現因子」と解釈できた。第2因子は、「a-22. シーズンが終わった後のその服の収納方法」(0.627)、「a-2. 布地や素材の肌触りが良いか」(0.596)、「a-26. 洗濯やアイロン掛けなどの手入れが大変か」(0.582)、「a-11. 夏は涼しさ、冬は暖かさなどの機能性」(0.511)が因子負荷量0.5以上の項目であった。これらから、第2因子は身体適合性以外の素材の機能と服の管理を表す「素材機能・管理」因子と解釈した。第3因子は、「a-15. その服のデザインが流行しているか」(0.869)、「a-12. その服の色や柄が流行しているか」(0.775)、「a-14. 雑誌や広告を見たり参考にして、服を購入するか」(0.730)の因子負荷量が0.5以上であった。

したがって、第3因子は流行情報の獲得や利用を表す「流行情報因子」と解釈することができた。累積寄与率が30.12%となり、3つの因子によって説明できる変数（質問項目）の変動は約30%であるが、これは質問項目が34と多かったためと理解できる。3つの因子の説明力はほぼ均等で、抽出因子の強さに偏りは見られない。「2-2 調査内容と手続き」で記述した4つの仮説のうち、「外観への強い関心とこだわり」は、回答選択肢の単純集計結果でも、質問項目ごとの平均評定値結果でも、この仮説は正しいものと判断できた。ただし、関心とこだわりの具体的な内容は、好き・嫌いといった嗜好に中心がおかれていると考えていた。今回の因子分析結果から、衣服を購入する際の行動や意識の潜在要因の一つは、服の色・柄やデザインといった外観が自分に似合っているか、コーディネートによってセンス良くイメージを表現できているかについてのこだわりだったことが明らかとなった。また、単純集計結果や平均評定値結果に現れた表面的な意識として、素材の触感や気候といった機能性の良さ、また、服の手入れなどの管理面を重視するという結果は得られなかったが、衣服を購入する際の判断では潜在的に意識されていることがわかった。さらに、表面的には衣服の購入に流行や雑誌の情報を役立てている結果は見られなかったが、購入を意識し判断する際の背景要因からは、流行やそれを得る手段を重視していることが明らかとなった。

表7 因子分析結果(場面:衣服着用時)

質問項目	因子負荷量			因子名
	第1因子	第2因子	第3因子	
b-24 デザインの組み合わせが良いか	0.766	0.142	0.067	外観 嗜好・表現 因子
b-27 色や柄がきれいか、センスが良いか	0.757	0.114	0.241	
b-7 その服のデザインが好きか	0.737	0.085	-0.006	
b-19 デザインが自分に似合っているか	0.686	0.183	0.025	
b-15 色や柄が自分に似合っているか	0.660	0.275	0.158	
b-29 デザインのセンスが良いか	0.620	-0.018	0.369	
b-4 その服の色や柄が好きか	0.579	0.251	-0.015	
b-21 色や柄の組み合わせが良いか	0.574	0.014	0.162	
b-22 その日の自分の気分合っているか	0.513	0.209	-0.165	
b-25 その服は着心地が良さそうか	0.238	0.598	0.052	
b-12 体が動きやすいかどうか	0.244	0.590	-0.002	
b-14 布地や素材表面の見た目が良いか	0.219	0.576	0.109	
b-9 夏は涼しさ、冬は暖かさなどの機能性	0.137	0.565	-0.091	
b-3 布地や素材の肌触りが良いか	0.124	0.565	-0.040	
b-30 その服が学生であること(立場)にふさわしいか	-0.091	0.561	0.320	
b-8 親や年配者がじろじろ見ないか	-0.153	0.508	0.461	
b-10 その服の色や柄が流行しているか	0.164	-0.077	0.854	流行意識 因子
b-13 その服のデザインが流行しているか	0.174	0.000	0.842	
b-17 流行を取り入れすぎて奇抜に見られないか	0.028	0.098	0.729	
b-16 友人から似合っていないと言われないか	-0.094	0.232	0.585	
固有値(二乗和)	5.06	3.69	3.53	
寄与率(%)	16.87	12.30	11.75	
累積寄与率(%)		29.17	40.93	

衣服着用時についての因子分析結果は、表7の通りである。第1因子は、「b-24. デザインの組み合わせが良いか」(因子負荷量:0.766), 「b-27. 色や柄がきれいか, センスが良いか」(0.757), 「b-7. その服のデザインが好きか」(0.737), 「b-19. デザインが自分に似合っているか」

(0.686), 「b-15. 色や柄が自分に似合っているか」(0.660), 「b-29. デザインのセンスが良いか」(0.620), 「b-4. その服の色や柄が好きか」(0.579), 「b-21. 色や柄の組み合わせが良いか」(0.574), 「b-22. その日の自分の気分合っているか」(0.513) が因子負荷量0.5以上であった。衣服購入時の第1因子と異なり, 外見を自分に似合わせて表現することと共に, 色・柄やデザインが好みに合っているかどうかの項目も因子負荷量が多いため, 衣服着用時における第1因子は, 好みの服の色・柄やデザインを選択し上手く組み合わせ、センス良く表現することを表す「外観嗜好・表現因子」と解釈できた。第2因子は, 「b-25. その服は着心地が良さそうか」(0.598), 「b-12. 体が動きやすいかどうか」(0.590), 「b-14. 布地や素材表面の見た目が良いか」(0.576), 「b-9. 夏は涼しさ, 冬は暖かさなどの機能性」(0.565), 「b-3. 布地や素材の肌触りが良いか」(0.565), 「b-30. その服が学生であること(立場)にふさわしいか」(0.561), 「b-8. 親や年配者がじろじろ見ないか」(0.508) が因子負荷量0.5を超えた。衣服購入時の第2因子では, 素材の触感や気候に関する質問項目だけが構造係数が高かったが, 衣服着装時の第2因子では, 服の身体適合性に関わる項目も因子負荷量が高く, 素材の品質を多面的に吟味して着装行動に臨んでいることが明らかになった。さらに, 挙げられた項目の中では因子負荷量が低いが, 外観が適切かを留意して着装していることもわかった。したがって, 第2因子は, 「品質・外観適切因子」と解釈した。3番目の因子は, 「b-10. その服の色や柄が流行しているか」(0.854), 「b-13. その服のデザインが流行しているか」(0.842), 「b-17. 流行を取り入れすぎて奇抜に見られないか」(0.729), 「b-16. 友人から似合っていないと言われないか」(0.585) の4項目が因子負荷量0.5以上を示した。衣服購入時では第3因子から, 女子学生は衣服を購入する際, 流行情報を取り入れその情報をもとに購入の判断をしているのであろうと理解したが, 着装時では, 取り入れた流行情報が着装表現の援用となっているかを意識することが行動や判断の背景要因となっていると捉えた。そこで, 第3因子は, 「流行意識因子」と解釈した。

質問項目を設定するために, 女子学生の外見などから, 衣服を購入する際と着用する際の行動を支える意識を特徴付けると考えられる4つの仮説を立てた。女子学生が衣服購入や着装を行なう際の判断基準, 表層的な意識を分析した「3-1 各質問項目における選択肢回答の単純集計結果」と「3-2 各質問項目における平均評定値」において, 仮説とした, 「外観への強い関心とこだわり」, 「経済性や実用性の重視」, 「快適性への考慮」, 「心理的・社会的目的」がいずれも結果に現れ, 判断基準や意識を理解する手がかりとなった。「3-3 因子分析結果」からは, さらに, 変数の変動(対象者の回答結果)を支配する潜在的な要因を加えることができる。まず, 対象とした若年層は高齢者よりも身体感覚が鋭いことを根拠に, 服の快適性に重点を置いているであろうと予測したが, 快適性の具体的内容を絞ることができなかった。衣服購入場面, 着装場面で抽出された第2因子から, それは動作や運動機能性よりも触感や衣服内気候といった人体の生理機能に関わる衣服素材の心地良さが重視されていることが明らかになった。さらに, 購入する時には衣服素材の管理の簡便さ, 着用時には衣服素材の外観の適切さも潜在的に判断されていることが明らかになった。次に, いずれの場面も, 第3因子に流行因子を抽出したが, これは, 今回の仮説「心理的・社会的目的」

の範疇と考えられる。しかし、仮説を立てる際、「心理的・社会的目的」の具体的内容として、規範や他者からの承認、帰属意識を想定していたが、想定とは異なり、「流行」因子が背景に浮上した。1960年代、70年代の洋服スタイルの流行は、ミニスカートに代表されるように、年齢などの差異に影響されず全員が採用する、いわゆる爆発的流行（ブーム）をさしていたが、近年の「流行」は、「〇〇傾向」と言い換えられる緩やかな現象といった印象を受ける。よって、対象とした女子学生が理解する「流行」とは、社会現象の圧迫にしたがった同調行動ではなく、雑誌のモデルも友人も似たような服を着ているといった「安心」を指していると思われる。「1. はじめに」で記述した制服を要求する意見も、学校や制度に組み敷かれることを求めるものではなく、皆が着ている服を着ることへの安心感とその意見の根底にあると考えられる。もし仮に制服が決められても、皆が同じデザインの服を着ることには抵抗し、それぞれ個性的な着方やアクセサリなどで差別化を図るであろう。大事なことは、ベースになる服が友人と違わないという事実であると思われる。齊藤学³³⁾は、「人は規則性を発見し、秩序を維持することによって、不安を統制しながら生きる」と述べている。雑誌などに見られる服装スタイルは、同年代の女性の規則と言いつけられる。そのスタイルを着用しようとすることは秩序の維持であろう。別の視点から見れば変わった格好である流行のスタイルでも、多様な価値観の中で自分だけの価値を見出せずにいる若年層にとっては、流行の服を身に付ける、あるいは身に付けたいと思うことで、不安を統制し生きようとしていることを意味しているように思われる。つまり、仲間からの明らかな逸脱を恐れる女子学生（若年層）の心情が、被服行動に「流行」という因子を潜在させているのではないかと推測できる。そして、今回の調査で、対象者が購入や着装を中心とする被服行動において最も重視したのが、外観に対する嗜好や関心、その表現方法であった。これは、仮説でも予測し、単純集計、因子分析結果すべてにおいても、対象者とした女子学生が外観にこだわり、関心を持っている結果が導かれた。孫引きになるが、クリークモアは、シュプランガーの分類した文化のタイプに対応させて、被服領域に人が最も価値を置く8つの類型を提示³⁴⁾したという。その中に、「審美的価値（“美”の願望、尊重、ないし関心）」と「探求的価値（新しい装いや外観の探求）」がある。つまり、これらを人は被服に対して求めるものであるとしている。これをそのまま今回の対象者に適用して良いかについては検討の余地があるが、多様な価値観を持ち、感覚が鈍くないと考えられる若年層にとって、美や新しい装い、外観の探究を被服に求めるという考え方は外れてはいないと思われる。また、前述の若者の服装感覚に関する新聞記事の中で、横田尚美（掲載時文化服装学院非常勤講師）は、「若者にとって同じ考え方や仲間意識を体現できるのは外見だけ。目に見えない規範は、今の若者に通用しない」と述べている。先に、対象女子学生が「流行」を背景に被服行動を行なうのは、「流行の共有」による安心感の獲得のためであろうと考察した。横田の短い論評も参考にして考えれば、目で見えて確認できる外観でしか、流行、言い換えれば安心の共有はできない。外観へのこだわりとは、美的表現や審美性への関心・探求と、安心感へのつながりを得るものなのだろうと考えられる。

3-4 調査対象者の分類

調査対象者について、3つの因子ごとの得点を算出した。3つの因子をそれぞれx軸、y軸とした平面に因子得点を有した各対象者を布置した。衣服購入場面では、x軸を第1因子、y軸を第2因子としたのは、図3-1、x軸を第1因子、y軸を第3因子としたのは、図3-2、x軸を第2因

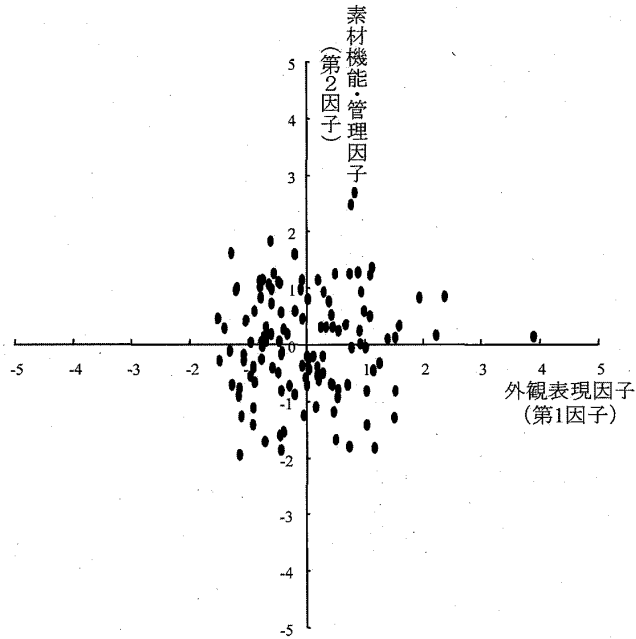


図3-1 調査対象者の布置図
外観表現因子×素材機能・管理因子
(場面:衣服購入時)

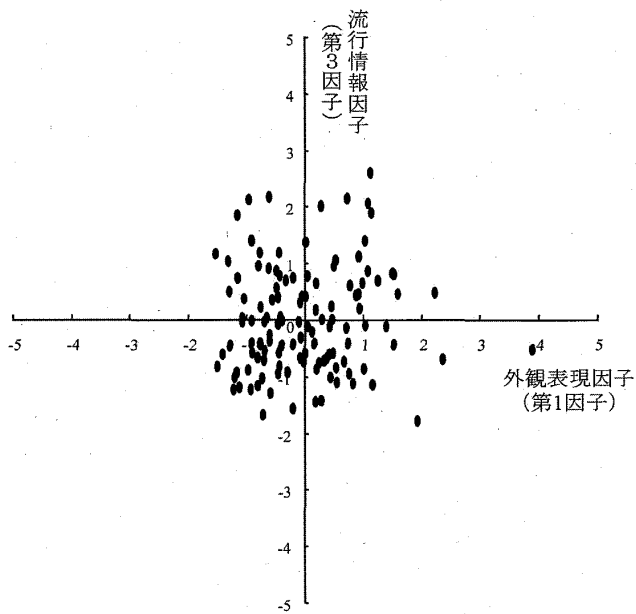


図3-2 調査対象者の布置図
外観表現因子×流行情報因子
(場面:衣服購入時)

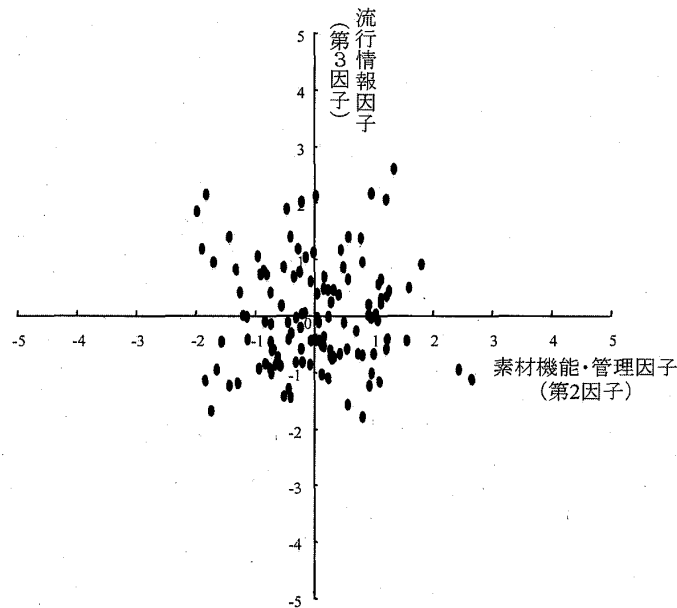


図3-3 調査対象者の布置図
 素材機能・管理因子×流行情報因子
 (場面:衣服購入時)

子, y 軸を第3因子としたのは, 図3-3である。衣服着用場面についても, 同様に各軸に因子をあて, 図4-1, 図4-2, 図4-3として示す。

合計6つの図を俯瞰した結果, ひとつの大きな特徴が現れた。それは, いずれの図も0点(0,0)を中心に, 対象者がほぼ均等に布置していることである。とくに, 衣服購入場面の布置図において顕著であった。図3-1と3-2は, x軸を外観表現因子(第1因子)としたが, 対象者の内の一人だけが外観表現因子の因子スコアが高く, y軸とした因子の因子スコアが0に近かった。外観表現に極めて関心の高いその一人を除くと, 図3-1, 3-2, 3-3いずれについても, 対象者を4つのグループに分類することが可能である。図3-1から衣服を購入する際の対象者の行動特徴を詳細に分析すれば, 第1象限に布置する対象者は, 「外観表現因子」と「素材機能・管理因子」がともに平均値より大きく, 外観を表現することに意欲的で, 素材の機能性や服の収納, 管理にも敏感な対象者であると判断できる。逆に, 第3象限の対象者は, 「外観表現因子」と「素材機能・管理因子」がともに平均値より小さく, 第1象限のグループとは反対の特徴を持つグループであると考えられる。また, 第2象限と第4象限のグループも軸の因子から対象者の特徴を捉えることができる。そしてそれぞれ, 4つのグループの人数は, ほぼ同数であった。同様に, 図3-2, 図3-3からも対象者を分類することができる。図3-1から図3-3の結果を総合して, 衣服購入の際の行動や意識, 判断基準を支配している特徴を対象者グループごとに明確に把握することができる。外観表現, 素材の機能, 衣服の管理, 流行情報のすべてに関心が高い者, 低い者, いずれかに高い者, 低い者がほぼ同数ずついることがわかった。

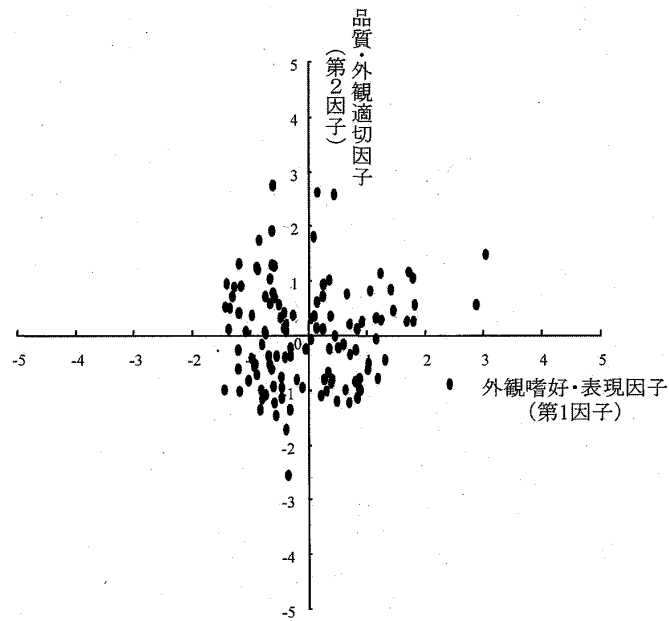


図4-1 調査対象者の布置図
外観嗜好・表現因子×品質・外観適切因子
(場面:衣服着用時)

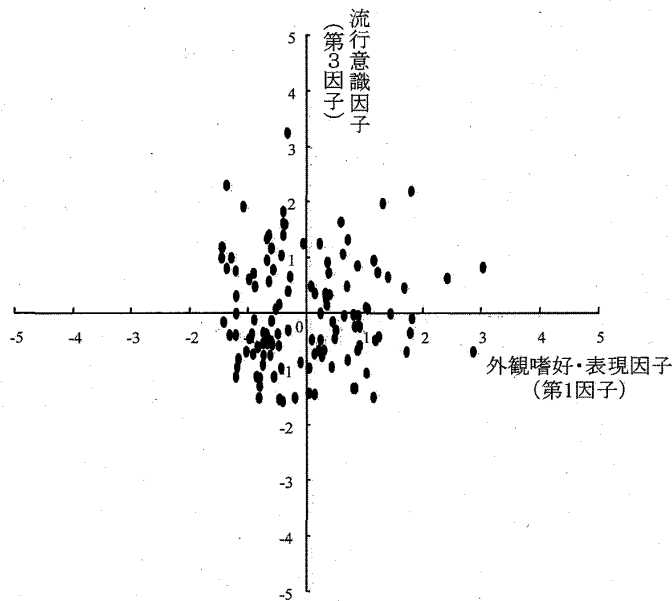


図4-2 調査対象者の布置図
外観嗜好・表現因子×流行意識因子
(場面:衣服着用時)

被服着用時についての布置図(図4-1, 4-2, 4-3)からも、調査対象者をほぼ4つのグループに分けられるであろうことが推測できる。ただ、購入時の布置図の特徴と異なるのは、0点付近の密集度がより高いことと、少数人数ではあるが、因子スコアが明らかに高い対象者がそれぞれ

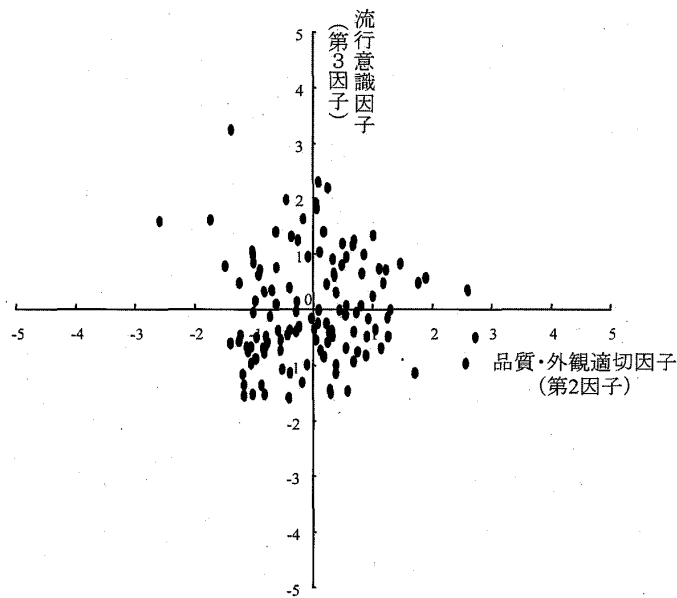


図4-3 調査対象者の布置図
品質・外観適切因子×流行意識因子
(場面:衣服着用時)

れの象限に存在することである。図4-1では、「外観嗜好・表現因子」(第1因子)、「品質・外観適切因子」(第2因子)の得点が高い対象者が数名いた。図4-2, 図4-3のいずれにおいても同様で、とくに、図4-3では、「品質・外観適切因子」(第2因子)のスコアは低いが、「流行意識因子」(第3因子)は値が高いという対象者が数名存在した。しかし、意識や行動が潜在要因にきわめて強い支配を受けている者は少数で、衣服購入時においても、着用時においても、123名の多くは、抽出した因子による得点が平均より低いか高いかの特徴によってほぼ4つのグループに分類できることが明らかとなった。

抽出した因子は大まかに、主観的なものと客観的なものとに分けられるのではないかと考えられる。被服素材の機能や管理は、衣料の性能基準や実験測定値をもとに客観的に判断できる。流行情報についても、雑誌や街頭調査からスタイルの出現頻度を分析できる。よって、これらはどちらかといえば客観的な因子と判断できる。それに対し、文化的な縛りの中で個人差は極端ではないとされるが、外観への嗜好やその表現は各人の感覚にゆだねられる主観的な因子であると思われる。今回調査した対象者の分類に、大きな偏りは現れなかった。つまり、意識や判断基準を潜在的に支える因子に極端に頼った被服行動をとる対象者は多くはなかった。しかし、衣服購入場面でも、着用場面でも第1因子は外観の嗜好や評価に関わる因子であったが、この因子は定量化が難しい個人の感性を基盤としている。たとえば、服を買う、あるいは選ぶ際の室内照明の種類によって色や素材表面の見え方は大きく変化する。さらに、見えた色や素材から感じる好悪も人それぞれで異なってくる。今回の調査結果では、外観嗜好や表現といった、物理的条件が変化すれば個体差も大きく影響を受ける主観的な背景因子が被服行動の根拠となっていた。そのことを承知した上で女子学生が

行動していると考えたいが、年齢やそれに伴うであろう経験からはそこまで配慮が行き届いているとは考え難い。おそらく、明確な意思の下の被服行動ではなく、自分の感性に従った行動であろうと推察できる。この点は、今後学習やその内容で補っていかねばならない事柄ではないかと思われる。

4. 要約

今回、短期大学に在籍する女子学生の衣服購入と衣服着用の際の行動と意識について調査を行った。はじめに先行研究と学生の実態から4つの仮説を立て、それを基に質問項目を設定し、調査したため、いくつかの視点に欠けたのではないかという危惧が残るが、一定の結果を得たので、下に要約を示す。

- 1) 各質問項目の選択肢回答を単純集計した結果、衣服購入場面、衣服着用場面ともに、「色や柄、デザインが好みに合っているか」を「とてもよく考える」と回答した割合が最も高かった。その他、購入場面では、行動基準として重視するであろうと仮説を立てた、「外観への強い関心とこだわり」、「経済性や実用性の重視」、「快適性の考慮」を、衣服着用場面では、「外観への強い関心とこだわり」、「快適性の考慮」を支持する結果が確認できた。
- 2) 各質問項目における評定値を平均した結果、衣服の購入場面では、基準次元を「外観嗜好」、「身体適合性」、「品質」とした質問項目、衣服の着用場面では、「外観嗜好」、「身体適合性」に関する質問項目での意識が高いことがわかった。
- 3) 各質問項目の平均評定値を変数に因子分析を行なった結果、衣服購入場面では、「外観表現因子」、「素材機能・管理因子」、「流行情報因子」を、衣服着用場面では、「外観嗜好・表現因子」、「品質・外観適切因子」、「流行意識因子」を抽出した。
- 4) 調査対象者ごとに、抽出した各因子の得点を算出し、xy平面に布置した結果、極端なスコアを得た者は少数で、対象者は軸とした抽出因子から特徴付けられる4つのグループにほぼ均等に分類できることが明らかとなった。

文献

- 1) 上野清一郎ほか：「衣服の嗜好に関する統計的研究（第1報）－街頭撮影による着装の分類（I）－」, 繊維製品消費科学, Vol.16, 56-62 (1975)
- 2) 上野清一郎ほか：「衣服の嗜好に関する統計的研究（第2報）－街頭撮影による着装の分類（II）－」, 繊維製品消費科学, Vol.18, 109-114 (1977)
- 3) 上野清一郎：「衣服の嗜好に関する統計的研究（第4報）－着装のクラスター分類と服装要因のイメージへの寄与－」, 繊維製品消費科学, Vol.21, 301-307 (1980)
- 4) 宇野多美子ほか：「色彩の嗜好特性について（第2報）－主として嗜好色の連続性について－」, 繊維

製品消費科学, Vol.16, 156-160 (1975)

- 5) 上野清一郎ほか:「イメージ用語によるシルエットの分類化 (第1報)」, 繊維製品消費科学, Vol.16, 189-196 (1975)
- 6) 上野清一郎ほか:「イメージ用語によるシルエットの分類化 (第2報) - 色彩効果について-」, 繊維製品消費科学, Vol.18, 513-518 (1977)
- 7) 上野清一郎ほか:「イメージ用語によるシルエットの分類化 (第3報) - 上着とスカートの組み合わせ効果-」, 繊維製品消費科学, Vol.19, 382-387 (1978)
- 8) 北田聡雄ほか:「婦人服衣料品の品質要求度に関する研究 (第1報) - 調査方法と夏用衣料品のデータの分析」, 繊維製品消費科学, Vol.21, 480-486 (1980)
- 9) 北田聡雄ほか:「婦人服衣料品の品質要求度に関する研究 (第3報) - 合・冬用衣料品の品質要求度とその考察-」, 繊維製品消費科学, Vol.22, 521-528 (1981)
- 10) 中川早苗ほか:「サラリーマンの服装に対する意識と行動 - 高蔵寺ニュータウンにおける実証研究」, 繊維製品消費科学, Vol.25, 174-182 (1984)
- 11) 橋本令子ほか:「女性の服装に対する意識と行動の検討」, 繊維製品消費科学, Vol.27, 263-270 (1986)
- 12) 神山進ほか:「自己と被服との関係 (第2報)」, 繊維製品消費科学, Vol.28, 77-84 (1987)
- 13) 神山進ほか:「服装に関する暗黙裡のパーソナリティ理論 (第1報) - パーソナリティから想起される服装特徴の構造-」, 繊維製品消費科学, Vol.28, 335-343 (1987)
- 14) 神山進ほか:「服装に関する暗黙裡のパーソナリティ理論 (第2報) - 服装とパーソナリティの間の仮定された関連性-」, 繊維製品消費科学, Vol.28, 378-389 (1987)
- 15) 神山進ほか:「身体に関する暗黙裡のパーソナリティ理論」, 繊維製品消費科学, Vol.29, 540-548 (1988)
- 16) 神山進ほか:「知覚されたファッション・リスクとその低減戦略に関する研究」, 繊維製品消費科学, Vol.31, 190-201 (1990)
- 17) 磯井佳子ほか:「被服消費の所得階級別購入価格による研究」, 繊維製品消費科学, Vol.31, 332-335 (1990)
- 18) 和多田淳三ほか:「ニューラルネットワークによるアパレル市場分析」, 繊維製品消費科学, Vol.33, 508-513 (1992)
- 19) 川崎健太郎ほか:「流行記述情報の構造 (第1報) - スタイルイメージ表現用語の特性」, 繊維製品消費科学, Vol.32, 217-224 (1991)
- 20) 枡田庸ほか:「自意識が身体像の評価に及ぼす影響 (第1報)」, 繊維製品消費科学, Vol.33, 556-574 (1992)
- 21) 福岡欣治ほか:「着装規範に関する研究 (第1報) - 生活場面と着装基準の関連性-」, 繊維製品消費科学, Vol.39, 702-708 (1998)
- 22) 牛田聡子ほか:「着装規範に関する研究 (第2報) - 場面と基準の関連性を規定する個人差-」, 繊維製品消費科学, Vol.39, 709-715 (1998)

- 23) 阿部久美子ほか：「着装規範に関する研究（第3報）－生活場面と着装基準の評定に基づく着装規範の構造化－」, 繊維製品消費科学, Vol.41, 861-867 (2000)
- 24) 箱井英寿：「摂食障害と被服行動の検討（第1報）－摂食障害傾向と被服への近接性が着装行動に与える影響－」, 繊維製品消費科学, Vol.41, 903 - 909 (2000)
- 25) 牛田聡子ほか：「身体像の評価に影響を及ぼす個人差要因－自尊心・独自性欲求－」, 繊維製品消費科学, Vol.41, 910 - 920 (2000)
- 26) 箱井英寿ほか：「高齢者の感情・行動意欲の活性化に関する基礎研究（第1報）－着装時における高齢者の感情・行動意欲の変化に関わる要因の検討－」, 繊維製品消費科学, Vol.42, 752 - 759 (2001)
- 27) 辻幸恵ほか：「男子大学生の流行に対する知識・態度（第1報）－流行を積極的に取り入れる男子大学生の特徴－」, 繊維製品消費科学, Vol.41, 895 - 902 (2000)
- 28) 神山進（編）：『被服行動の社会心理学』, 北大路書房, 55, 東京 (1999)
- 29) 永野光朗：「被服行動尺度の作成」, 繊維製品消費科学, Vol.35, 468 - 473
- 30) 中島義明（編）：『まとう－被服行動の心理学』, 朝倉書店, 65, 東京 (1996)
- 31) 神山進：「被服と消費行動－衣生活における消費行動－」, 衣生活研究, Vol.14, No.9.10, 23-37 (1988)
- 32) 内藤章江ほか：「着装規範に対する着装行動要因の影響」, 繊維製品消費科学, Vol.42, 743-751 (2001)
- 33) http://www.iff.co.jp/saito/archives/2006/08/post_43.html#more
- 34) Creekmore, A.M., 1971. *Method of Measuring Clothing Variables*, Michigan State University. * 31)
より引用

別紙一調査紙(場面:衣服購入時)

あなたはふつう、普段着を買うときに	とてもよく考える	よく考える	どちらでもない	あまり考えない	全く考えない
1. 自分のお小遣いからみて値段が高いか安いかを……					
2. 布地や素材の肌触りが良いかを……					
3. 色や柄が自分の好みに合っているかを……					
4. サイズが自分の体の大きさに合っているかを……					
5. その服が自分の年齢や性別に合っているかを……					
6. デザインが自分の好みに合っているかを……					
7. 親が小言を言わないかを……					
8. リサイクルやリメイクがしやすいかを……					
9. 自分の好きなイメージが表現できるかを……					
10. その服の価値からみて値段が高いか安いかを……					
11. 夏は涼しさ、冬は暖かさなどの機能性を……					
12. その服の色や柄が流行しているかを……					
13. 体が動きやすいかどうかを……					
14. 雑誌や広告を見たり参考にして、服を購入するかを……					
15. その服のデザインが流行しているかを……					
16. 友人から似合っていないと言われぬかを……					
17. その服が長く着られるかどうかを……					
18. 自分の気分・自分自身が表現できるかを……					
19. その店が信頼できる店(ブランド)・店員であるかを……					
20. 布地や素材表面の見た目が良いかを……					
21. 色や柄が自分に似合っているかを……					
22. シーズンが終わった後のその服の収納方法を……					
23. プラス丈などの丈が自分の好みに合っているかを……					
24. デザインが自分に似合っているかを……					
25. 着て行く先の雰囲気や目的に合っているかを……					
26. 洗濯やアイロン掛けなどの手入れが大変かを……					
27. 人とは違う自分の個性を出せるかを……					
28. 持っている服とのコーディネート……					
29. 縫製(縫い方・始末)が丁寧かを……					
30. 色や柄がきれいか、センスが良いかを……					
31. その服は着心地が良さそうかを……					
32. その服が体型をカバーしているかを……					
33. デザインのセンスが良いかを……					
34. その服が学生であること(立場)にふさわしいかを……					