



## 若者の着装行動の影響要因に関する調査

メタデータ	言語: jpn 出版者: 宮崎大学教育文化学部 公開日: 2008-03-06 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 岡村, 好美, 井之前, 千穂子, Inomae, Chihoko メールアドレス: 所属:
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10458/1317">http://hdl.handle.net/10458/1317</a>

## 若者の着装行動の影響要因に関する調査

岡村 好美、井之前千穂子

Study on Influential Factors over Wearing Behavior of the Young

Yoshimi OKAMURA and Chihoko INOMAE

### 1. 緒 言

近年生活様式は大きく変化してきており、各種の通信機器によってもたらされる情報がその一因であり、家族や生体の構成から考えると、個族化・単族化が重視されるようになってきたようである<sup>1)</sup>。この個人重視の傾向は、個性表現や自己アピールなどとして教育現場で取り扱われることが多くなった<sup>2)</sup> ことから容易に推測でき、被服はその手段であると考えられているようである。しかし被服に費やす金額はバブル期をピークに下降しており、「ユニクロファッションはユニバーサルファッション」<sup>3)</sup>などは景気の影響による現象とも思われる。ところがこのような不況の時代にあっても、20歳代前半以下と65歳以上の年代については被服の消費がバブル期と同程度か上回っていると言われている。65歳以上の年代における被服消費額の増加は高齢化の影響として理解できるが、減少傾向である低年齢層での被服消費額の増加原因は何であろうか。豊富な情報や製品に恵まれて、被服の選択が自由にできる現代では様々な選択基準が生まれることは当然であり、被服の選択要因に関してはこれまでも被服の嗜好性<sup>4, 5)</sup>や被服購入基準<sup>6)</sup>、被服に関する意識の調査分析<sup>7, 8)</sup>など個人の内的要因分析や、着装の実態調査<sup>9, 10, 11)</sup>など多数の研究が行われている。しかしながらこれまでの報告は女性を対象にした報告が多く、男女の両者から着装状態や意識の解析を試みたものは少ないようである。また、着装実態と意識の両面からの解析もあまり見られない。

本研究は、不況といわれる時代でも多額の被服消費を続ける若者を対象にして、彼らの着装に及ぼす要因を男女それぞれについて調査検討した。調査は着装状況・流行情報・被服意識について行い、性別によるそれぞれの関係や違いを明らかにした。

## 2. 方 法

### 2-1 調査方法

着装実態調査は若者が多く集まると思われる宮崎市の中心地域で、2001年の夏から2002年春まで季節ごとにビデオ撮影し、対象年齢と思われる人物の着衣の形態、色彩、柄について調べた。

情報調査は、学生がよく目にしていると思われる雑誌（女性誌はnon-noとMORE、男性誌はMEN'S NON-NO）の2001年4月～2002年3月に発売されたものを使用し、掲載された被服の形態、色彩、柄を調べた。

意識調査は宮崎市およびその周辺の大学、専門学校に通う18歳～25歳の学生788名（男性361名：大学生179名、専門学校生182名；女性427名：大学生203名、専門学校生224名）を被験者として実施した。調査方法は質問紙調査法を用いて、2002年4月初旬～2002年12月初旬に実施した。質問項目は、流行、価格、感性、慣習、消費について計35項目を設定した。項目を表1に示す。各項目について5段階尺度により回答を求め、「あてはまらない」の1点から「あてはまる」の5点までの点数を与えて得点化した。

### 2-2 解析方法

着装実態調査、情報調査により得られた被服の形態、色彩、柄の項目毎にそれぞれの割合を求め、着装状態および流行傾向とした。次に両者の比較から着装行動と情報の関係を明らかにした。色彩の分類は、ビデオ画像や雑誌ページの光沢による測色条件の不統一性およびアンケート項目には色標は用いていないことから、色相による大分類で行った。

意識調査は各質問項目に対して男女別に評定平均値を算出し、またt検定、主成分分析を行って、被服決定における男女の共通あるいは独自の意識を調べて着装実態との関係を明らかにした。

表1 意識調査の質問項目

	質 問 項 目
流 行	1. 流行に左右されず、飽きのこないデザインを選ぶ。 4. 流行を気にする。 15. 流行の素材を使っている衣服を選ぶ。 29. 流行している色・柄を選ぶ。 34. 雑誌やテレビに出ている人の衣服を参考にする。
価 格	2. 冬服は夏服より高くても当たり前だと思う。 7. 値段が高くても気に入った衣服なら購入する。 12. 副を買うのにローンを組む。 19. 着まわしのよい衣服を選ぶ。 22. スーツより高いブラウス（Yシャツ）は買わない。 27. ある程度の値段のものを買う。 33. 着こなしが簡単な衣服を選ぶ。 35. 臨時収入があったら服を買う。
感 性	3. 自分の好きな色やデザインの衣服を選ぶ。 5. 自分らしさを表現できるような衣服を選ぶ。 10. 原色の服が好き。 18. ブランドを気にする。 25. 色の組み合わせに配慮して選ぶ。 26. ブランドと無印ならばブランドを選ぶ。 28. 「衣服のデザイン」とはシルエットのことだと思う。 31. 自分に似合う色・柄を選ぶ。 32. 無地の服が好き。
慣 習	6. 年齢にあった衣服を選ぶ。 8. TPOにあわせて衣服を選ぶ。 9. 周囲の人と同じような衣服を選ぶ。 11. 常識やしきたりに従った服装をする。 14. 季節感のある衣服を選ぶ。 21. その場における自分の立場にふさわしい衣服を着用する。
消 費	13. 耐久性のある衣服を選ぶ。 16. 手入れのしやすさを考慮して選ぶ。 17. 動きやすい衣服を選ぶ。 20. 衣服は素材で選ぶ。 23. 着心地を重視する。 24. 品質表示を確認してから購入する。 30. 縫製の丁寧な衣服を選ぶ。

### 3. 結果および考察

#### 3-1 着装と情報の関係

被服の形式については雑誌掲載では1部形式は男性の場合につなぎとして春季に3.65%、夏季に0.85%、女性ではワンピースとして春季に8.24%、夏季に5.06%、秋季に1.18%、冬季に3.69%認められた。しかし街頭調査結果からは1部形式は男性・女性共に認められなかったため、被服形式は男女とも上・下衣に分けて、形態・色彩・柄について検討を進めた。男女の上衣の比較を図1～図4に示す。ジャケットの着用は男女とも冬以外の季節ではほとんど見られず、特に男性では冬季でも約半数でジャケットやコートに着用は認められなかった。これは年

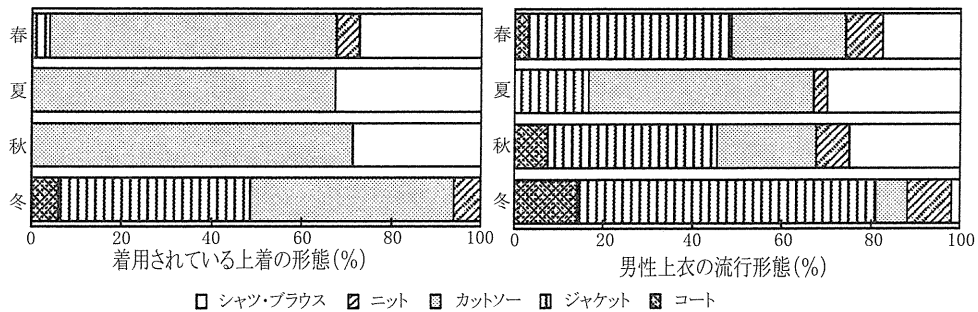


図1 男性上衣の形態比較

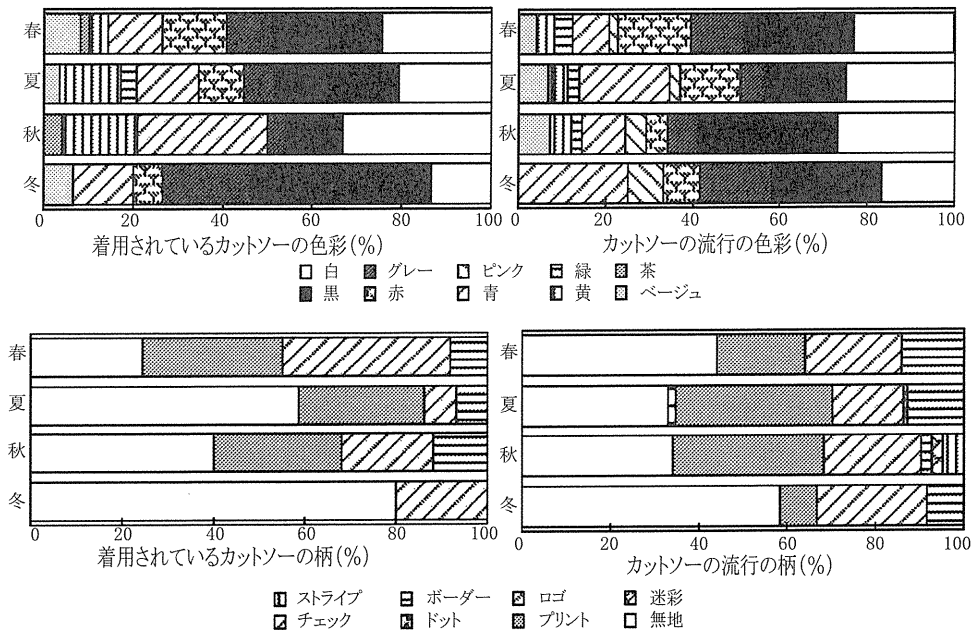


図2 男性カットソーの傾向比較

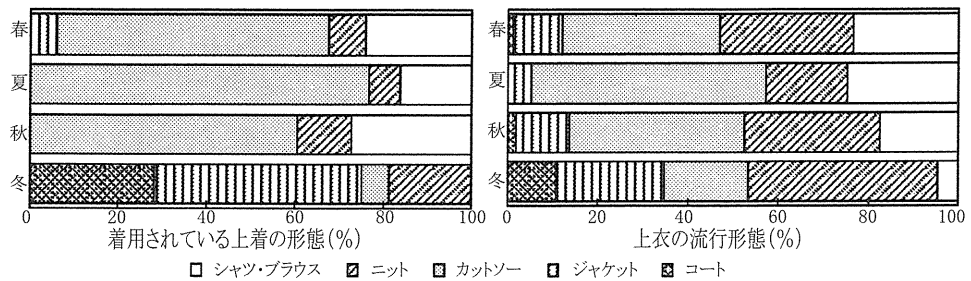


図3 女性上衣の形態比較

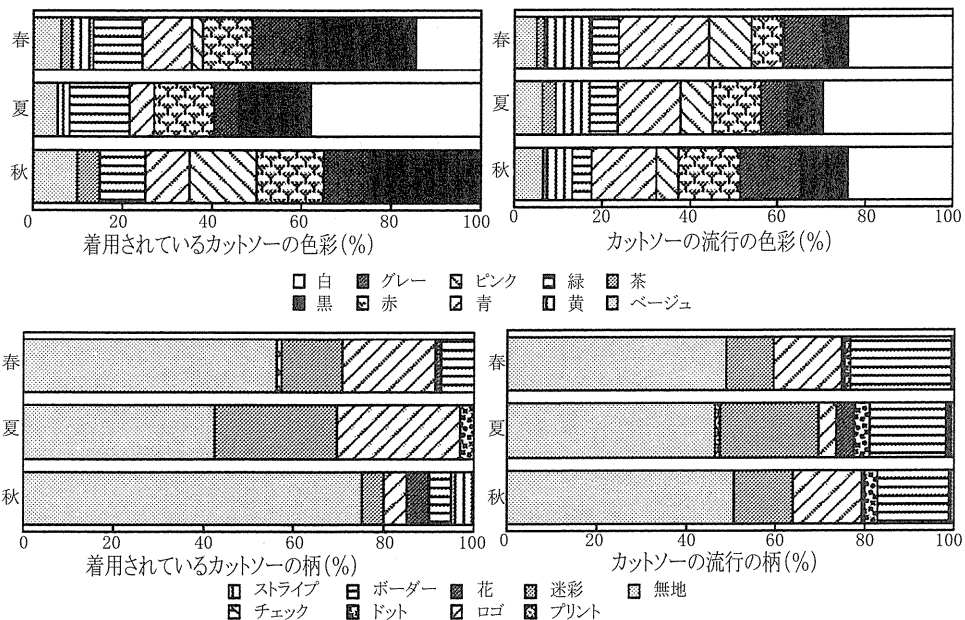


図2 女性カットソーの傾向比較

間を通して暖かいという調査地域の気候の影響と共に、自家用車の利用が多いことによるものと思われる。女性は冬季にはジャケットやコートの着用が多いことや、春～秋季の着用上衣・掲載割合共にカットソーの割合が高かったことからの理由から、上衣は春～秋のカットソーを対象にして色彩・柄について着状態と流行傾向の比較を進めた。男性の着用カットソーの色彩はモノトーンが多いことは雑誌掲載でも同様であるが、雑誌掲載より黄の着用割合が高く、ピンクの着用は認められなかった。女性の着用カットソーでもモノトーンが高い割合を示したことは雑誌掲載と一致するが、特に黒・緑は雑誌掲載より高い割合を示した。着用カットソーの柄は、男性では雑誌の掲載傾向と比較的良く対応したが、女性ではボーダーやドットなどの全体柄の着用が少なく、ロゴなどのポイント的な柄が多く用いられていた。

以上のように宮崎の学生の着装上衣について、形態は外衣について地域性が特に男性の場合

に明瞭に現れていた。色彩は男性では視覚判断がしやすい比較的高彩度・高明度の色を好み、女性では中間色を好んでいるようであり、女性の場合には細かい色彩の組み合わせを好まない傾向がうかがわれた。これらのことから男女ともあまり流行等の情報には影響されておらず、情報を着装に取り入れる傾向は男性より女性の場合に幾分強い程度であった。

男女のパンツ形態を図5～図8に示す。男性の着用パンツ形態は雑誌掲載パンツに比べてショートパンツやワークパンツ・丈短めパンツで高い割合を示したが、これは暑いという地域性への対応策として露出面積やゆとり量を増加させた結果と思われる。女性の下衣としてのパンツ類の着用は、夏季に5割程度であった他は約7割の着用率を示して雑誌掲載よりスカートの着用が少ない結果であった。また、着用パンツの種類は雑誌掲載と対応していたが、雑誌掲載ではジーンズが圧倒的に高い割合を示したのに対してストレートパンツの着用率の高さが特徴

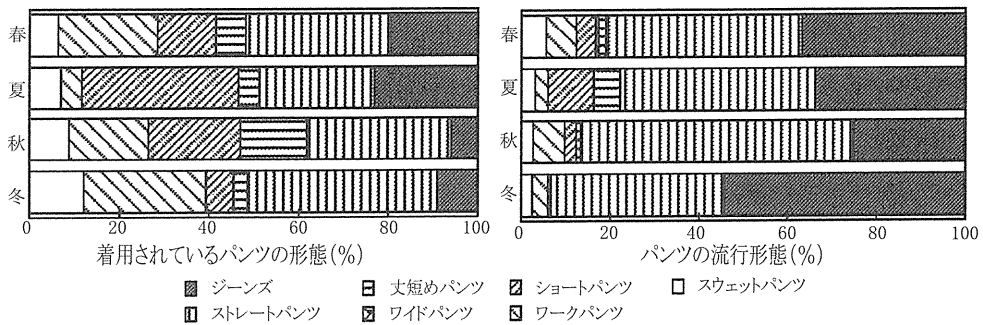


図5 男性パンツの形態比較

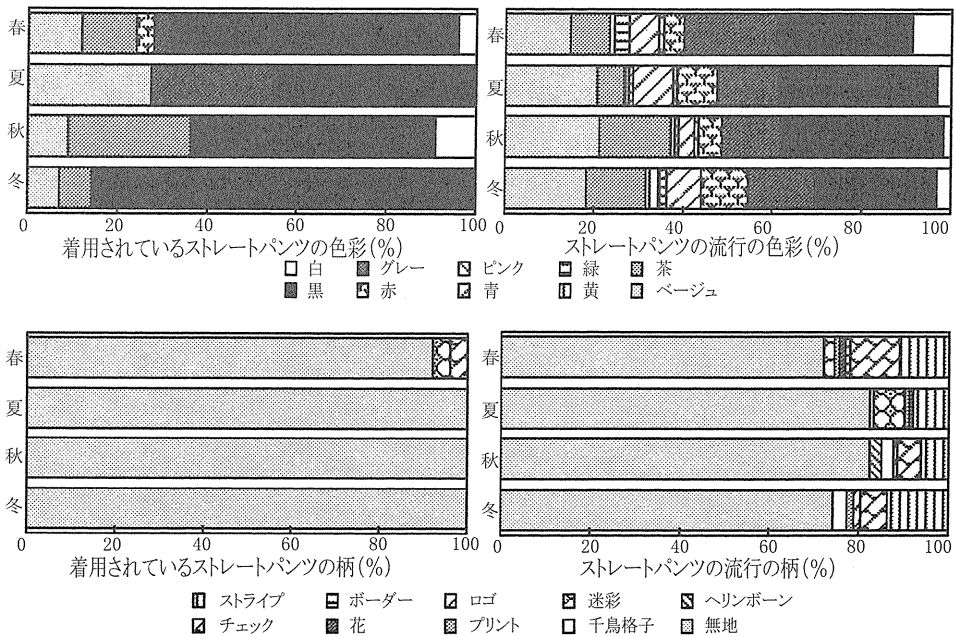


図6 男性ストレートパンツの傾向比較

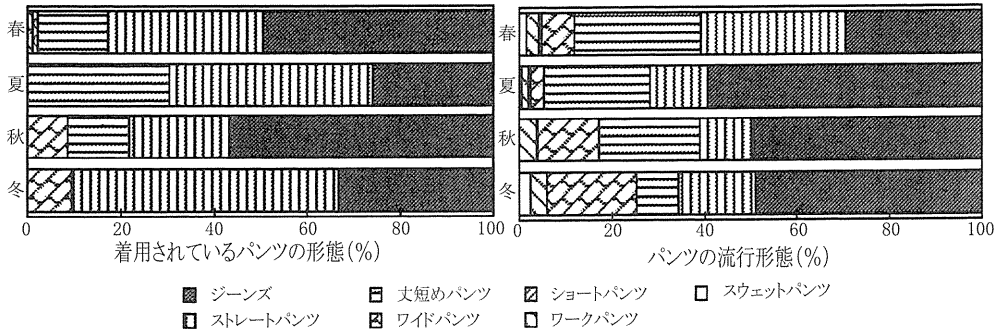


図7 女性パンツの形態比較

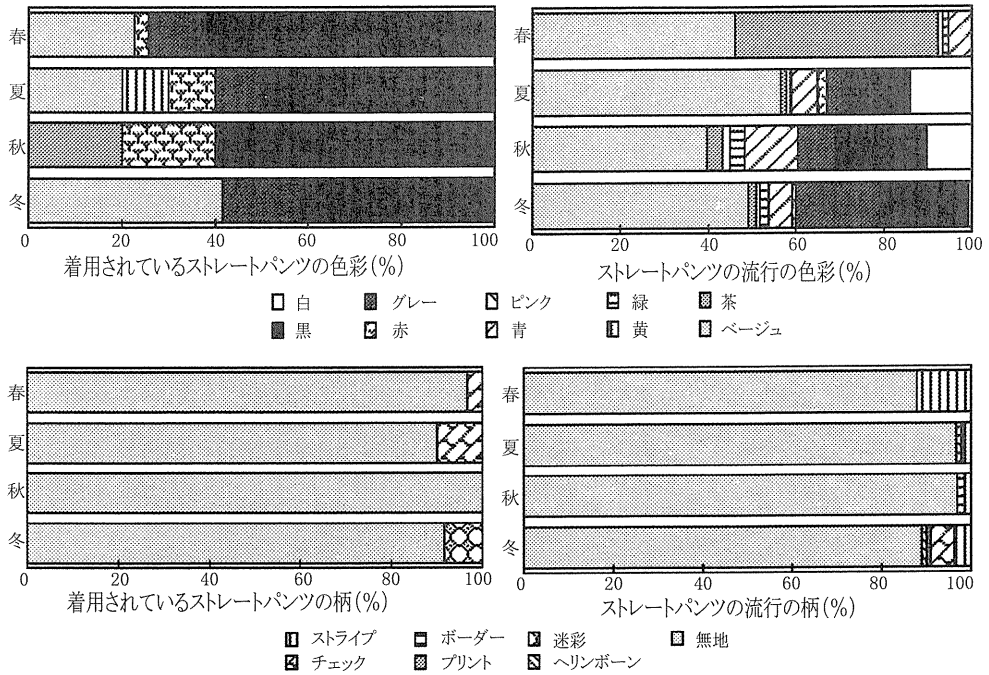


図8 女性ストレートパンツの傾向比較

的であった。男女とも着装および雑誌掲載のパンツの種類で割合が最も高かったのはジーンズであったが、着装・掲載共に青・黒の色彩ほぼ限られていたため、パンツの色彩と柄についての比較はストレートパンツを対象に行った。ストレートパンツの色彩は男女とも着装状態は雑誌掲載に比べて圧倒的に黒の割合が高く、色数は少ない傾向であった。柄物の着用は女性の場合に少し多い状況であったが着用割合は男女とも無地が最も高く、この傾向は雑誌掲載も同様であった。柄の種類は掲載割合では男女ともにストライプが多いのに対して、着装状態は男女ともチェックと迷彩がわずかに見られた程度であり、流行の影響はないことが明瞭であった。女性のスカートの調査結果を図9、10に示す。着用スカートの種類は膝丈タイトが圧倒的に多く、流行との隔たりが認められた。着用タイトスカートの色彩はモノトーンが1年を通じて半

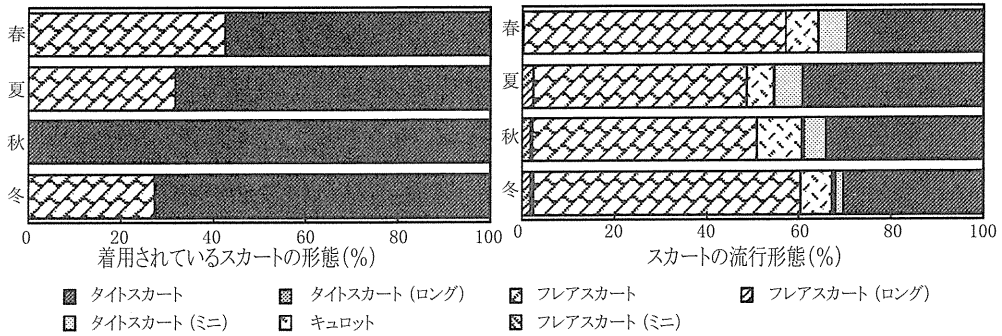


図9 女性スカートの形態比較

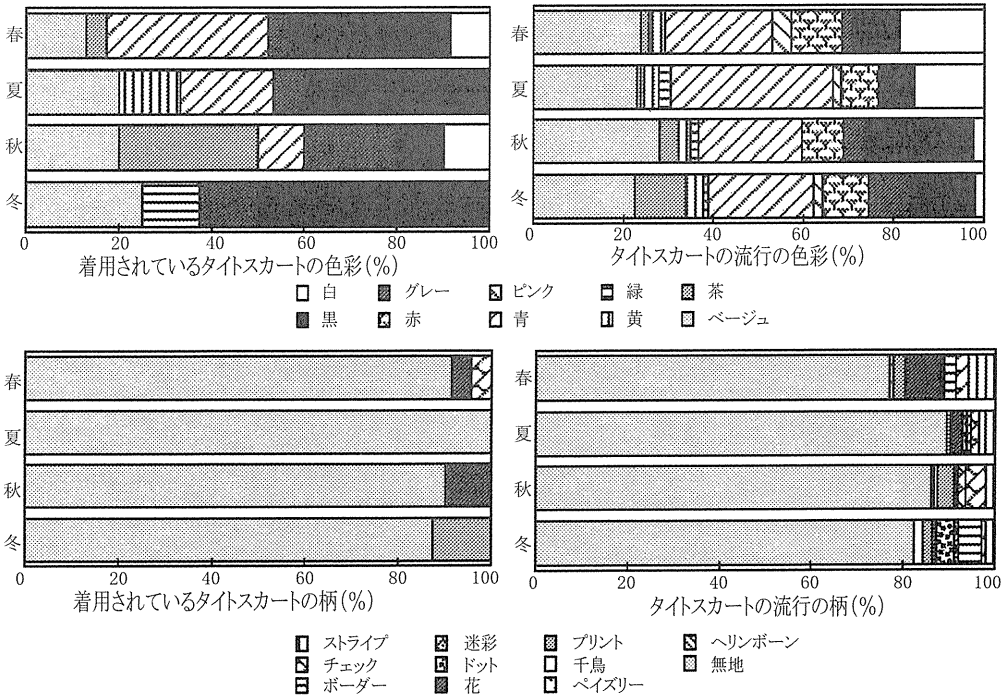


図10 タイトスカートの形態比較

分を占め、次いでベージュの割合が高く、雑誌で見られる赤やピンクの着用は認められなかった。着用タイトスカートの柄は無地が大半で柄の種類も極めて少ないなど、雑誌に見る流行傾向とはかなり異なった状態であった。

このように宮崎の学生の着用下衣の形態には地域性が大きく現れていると思われた。また、色彩・柄については流行情報の影響は上衣以上に受けていないようであった。

以上のことから、宮崎の学生の着衣形態には地域的な影響が強く、この傾向は女性より男性の、特に下衣において顕著であることがわかった。また、流行に関する情報を取り入れているのは男性よりは女性の、特に上衣においてであるが、その色彩は女性では比較的low彩度の色を



好んでおり、一方、男性では高彩度・高明度の色を好む傾向が認められた。

### 3-2 意識と着装の関係

男女別に質問紙の平均値およびt検定の結果を図11に示す。男女とも比較的高い評定値を示したのは「自分の好きな色やデザインの服を選ぶ」、「色の組み合わせに配慮して選ぶ」、「自分に似合う色・柄を選ぶ」の項目で、衣服の選択には色彩が重要な要因になっていることが明らかであったが、着装調査のストレートパンツは男女とも黒が多かったことや、女性のタイトスカートもモノトーンが多かったことから、自己表現としての色の選択は上衣において考えられているようであった。「着こなしが簡単な衣服を選ぶ」や「着回しの良い衣服を選ぶ」の項目で比較的高い得点を示し、「無地の服が好き」の項でも比較的高得点が得られたことから、「着回し」や「着こなし」には色彩を重視した意識を持っていると思われた。これは、着装調査で配色しやすいモノトーンが下衣の色彩に多く用いられていたこ

図11 意識調査の評定平均値とt検定の結果



とからも推察された。また、「自分らしさを表現できる衣服を選ぶ」で比較的高い値を示したことから、個性表現の手段として衣服を利用するという意識が認められた。一方、「あてはまらない・どちらかというにあてはまらない」と答えたのは、「服を買うのにローンを組む」、「周囲の人と同じような衣服を選ぶ」で、無理をしてまで衣服に執着はしないが、人とは異なる衣服の着用を望んでおり、この結果からも着装によって自分らしさを出そうとしていること

が明らかであった。このように視覚判断しやすい要因についての意識は明確である反面、素材についての意識は低いようで、これは「品質表示を確認してから購入する」で低い値を示したことや、「衣服は素材で選ぶ」や「流行の素材を使っている」項目にあまり関心がない様子からもうかがえ、さらに「着心地を重視する」意識は衛生的な意味より、「動きやすい衣服を選ぶ」と同意として捉え、素材との関係は考えていない様子もうかがえた。

t検定の結果では、質問

35項目中22項目で有意差が認められた。差が認められた項目を表1に従って分類すると、「消費」に関する意識では7項目中6項目で差が認められ、これらすべての項目で女性が高い値を示したことから、男女とも衣服選択時に素材などはあまり考えない傾向ながら、女性は男性に比べると消費に関する意識の強さがうかがえた。次に多くの差が認められたのは6項目中で5項目に差が認められた「慣習」に関する意識であり、ここでも差が認められたすべての項目で女性が高い値を示したことから、慣習に関しても女性の意識の方が強い様子もうかがえた。「流行」や「価格」については男女による差は比較的少ない傾向であったが、これらの意識についても有意差が認められた項目はすべて女性の場合に高い値を示し、女性の場合には衣服についての意識が広範囲に及んでいるようであった。有意差が認められた項目の平均値が男性の場合に高値を示したのは「感性」に関する意識で、「原色の服が好き」、「ブランドを気にする」であった。これは男性の場合に高彩度の色の着用が認められたことや、男性は「値段より好みを重視」、「無印よりブランドを好む」傾向であることと良く対応した。そしてこれは、男性の自己主張の強さを反映しているとも考えられる。

衣服意識調査についての主成分分析結果を表2、3に示す。男女ともに第1主成分は5項目であるが、男性では自己を主体とした感性に関する意識が、女性では社会との関わりに関する意識の強さがうかがわれた。この結果は、衣服色として注意を引きやすい色彩をえらぶ男性、周囲にとけ込みやすい色彩を好んでいる女性の着装意識をよく表している。

以上着装・情報・意識調査の結果から、宮崎の学生達は男性・女性とも人目に付きやすい上衣を重視して、情報より自分の好みを基準に下衣との組み合わせを考えているようである。下衣の色彩は合わせやすい無彩色の着用が多く、これは女性の場合には慣習意識の強さとの関係もうかがえた。一方男性は女性より感性についての意識が強く、高彩度の色物やブランド品を身につけることで自己主張をする傾向があると推測される。

表2 男子学生の衣服意識についての主成分分析結果

項目	第1成分	第2成分
21. その場における自分の立場にふさわしい衣服を着用する	0.5726	-0.1094
5. 自分らしさを表現できるような衣服をえらぶ	0.5402	0.0076
6. 年齢にあった衣服を選ぶ	0.5284	0.0979
31. 自分に似合う色・柄を選ぶ	0.5270	-0.1615
30. 縫製の丁寧な衣服を選ぶ	0.5234	-0.0112
18. ブランドを気にする	0.3308	0.6351
4. 流行を気にする	0.2838	0.6304
26. ブランドと無印ならブランドを選ぶ	0.2855	0.5339
29. 流行している色・柄を選ぶ	0.2797	0.5257

表3 女子学生の衣服意識についての主成分分析結果

項目	第1成分	第2成分
21. その場における自分の立場にふさわしい衣服を着用する	0.6181	-0.1800
14. 季節感のある衣服を選ぶ	0.5515	-0.0135
30. 縫製の丁寧な衣服を選ぶ	0.5443	0.0129
31. 自分に似合う色・柄を選ぶ	0.5383	-0.2023
8. TPOに合わせて衣服を選ぶ	0.5168	-0.0427
18. ブランドを気にする	0.1850	0.6540
26. ブランドと無印ならブランドを選ぶ	0.1703	0.6037
4. 流行を気にする	0.3537	0.5871

#### 4. 結 論

不景気といわれる時には衣服費の支出が控えられる傾向がみられ、バブル崩壊後はまさにこの状況である。しかし若者層の場合には支出額は低下せず、逆に増加の傾向がみられる。本研究は何時の時代にも多額の消費を続ける若者層を対象にして、彼らの着装への影響要因を検討した。その結果以下のような傾向が認められた。

- 1) 着衣形式は上衣と下衣の2部式で、気候という地域性は下衣形態に現れやすいようであった。またこの傾向は男性の場合に顕著であった。
- 2) 着装に取り入れる流行情報は色彩についてであり、これは男性より女性の上衣において明白であった。しかし流行情報をそのまま受け入れるのではなく、色相については流行情報を採用するが彩度や明度は好みで変化させており、実際に多用しているのは流行情報より低彩度の色彩であった。男性の場合には流行より個人の意識を強く反映しており、着装には高彩度・高明度の色を多用していた。下衣色は男女ともに無彩色を好む傾向であり、コーディネートのしやすさを重視している様子がうかがえた。
- 3) 男性の着装にはブランド意識の影響も強く、上衣にブランド品を好んで着装する傾向であった。

本研究は国内でも暖かい地方とされている地域での結果であるために、下衣の形態には地域的な影響が強く表れていた。しかし若者層の被服消費が多いことや近年ファッションの大きな流行が生じにくいことについては、本研究の若者層は衣服についての意識がはっきりしており、流行に左右されずに自分が求めている物を探し出す姿勢が強いという結果は、宮崎という地域性で片づけられるものではないことを示唆していると思われる。

#### 引 用 文 献

- 1) 五十嵐重雄, 渡辺博子; メーカーの意図と消費者要求とのギャップの存在, 洗濯の科学, 187, 9-16 (2002)
- 2) 新編新しい技術・家庭下; 東京書籍, 技術・家庭 家庭分野; 開隆堂, 家庭一般; 一橋出版, 家庭一般; 開隆堂など
- 3) 北岡敏信; ユニバーサルデザイン解体新書, 明石書店, 96-97 (2002)
- 4) 藤原康晴; 女子大生の好きな被服のイメージと自己概念の関連性, 家政誌, 38, 593-598 (1987)
- 5) 橋本令子, 加藤雪江; 個性による着装イメージの表現, 家政誌, 45, 639-648 (1994)
- 6) 有馬澄子, 南林さえ子; 被服購入時の選択要因に関する研究, 家政誌, 37, 385-396 (1986)
- 7) 山口恵子, 藤井一枝; 被服行動に関する意識と地域差の検討, 織消誌, 40, 527-538 (1998)
- 8) 富田弘美, 中側隆子, 小菅啓子, 小林茂雄; 生活場面における20代と40~50代の男性観の服装意識と生活意識, 織消誌, 39, 785-794 (1998)
- 9) 田川由美子, 中澤乃智子, 長井満里子; 若い女性のファッションカラーとトレンドアイテムについて-日本色研ディレクションカラーとの比較-, 服飾誌, 19, 132-137 (2000)
- 10) 日本色彩研究所; カラートレンドを探る, 衣生活研究会, (1990)
- 11) 日本衣料管理協会; 衣料の使用実態, 日本衣料管理協会, (1990, 1991)