

研究ノート

ファッションへの関心と着装行動に関する基礎的調査研究
—性別、年齢、主観的経済状況、性格による差の検討—

安永 明智* 野口 京子*

Basic research on interest in clothing and dressing behavior
—Differences based on sex, age, subjective economic status, and character—

Akitomo Yasunaga Kyoko Noguchi*

要旨

本研究は、日本人男女1242名を対象に、ファッションへの関心及び着装、購買行動の性別、年代、主観的な経済状況、性格による差を検討することを目的とした。

平成22年7月に、ファッション意識と生活満足度に関するインターネット調査を実施した。回収サンプルは、男性618名（平均48.8±14.4歳）、女性624名（平均47.6±14.2歳）であった。調査内容は、基本的属性（満年齢、性別、主観的な経済状況、性格）、服装への関心（自分及び他人のファッションへの関心）、外出着の着装基準（個人的嗜好、流行、社会的規範、機能性）、1ヶ月の衣服の購入金額について尋ねた。

分析の結果、(1)女性は、男性と比較して、自分や他人のファッションへの関心が高く、外出着の着装基準において、個人的嗜好、流行、社会的規範、機能性を重視し、1ヶ月の衣服の購入金額が多い、(2)男女ともに、20歳代の若者世代が中高齢世代と比較して、ファッションへの関心が高く、外出着の着装基準として個人的嗜好や流行を重視する、女性では、中高齢世代が若者世代よりも機能性を重視する、(3)男女ともに、主観的な経済状況を良くと評価した者、外交的な性格の者は、そうでない者と比較して、自分のファッションへの関心が高く、外出着の着装基準として、個人的嗜好や流行、社会的規範を重視し、1ヶ月の衣服の購入金額が多いことが示された。

(キーワード 着装基準：Standard of Selection of Clothing, 消費者行動：Consumer's Behavior, インターネット調査：Internet Survey)

緒言

衣服は、体温調節や危険から身体を守るといった生理・保護機能の他に印象形成や印象管理、個人の好みや様式の表現など心理社会的・文化的機能を持つ。神山は、過去の文献を概観し、人間が衣服を着る動機について、身体の状態を方向づける有機体の生命維持や生命増進を目指した動機とともに、心や行動の状態を方向づける自己の顕示や社会への適応を目指した動機があることを述べている¹⁾。

そして、服飾心理学（被服心理学、服装の社会心理学などともいう）の分野²⁾では、様々な年代の人々を対象に、着装に対する関心や意識、着装行動への心理社会的な動機、関連する個人的及び心理社会的要因などについて、検討がなされてきた³⁾⁷⁾。例えば、女子大学生を対象にファッションの志向性と感度特性の関連を検討した研究⁴⁾では、感度特性の高い女子大学生は、ファッションへの関心が高く、新しい流行被服を早期に採用し、服装に対して気配りをよくしている者の割合が多いことや、個性的でファッションブルで派手な服装を好む傾向にあることなどが報告されている。

*文化学園大学

また、施設入居高齢者のおしゃれへの関心と動機を調査した研究⁵⁾においては、高齢者のおしゃれへの具体的な関心として、色彩の選択や着心地の良さが、おしゃれを積極的にする動機として、自分らしい装い、他者から見られることへの意識、生活のけじめなどが確認されている。このように、若年層から高齢者層までの様々な年代を対象にした研究成果から、人の服装選択や着行動には、様々な個人的、心理社会的要因が関連することが明らかにされている。しかし、このような先行研究の大部分は、ある特定の集団（例えば、学校や職場、老人クラブなど）を対象とした研究がほとんどで、各年代、性別の者を包括的に含んでいる調査研究はほとんどない。加えて、比較的小規模なサンプルを用いた研究が多い。このようなことから、ファッションへの意識や関心、衣服の購買や着行動の特徴、またそれらの関連要因について、性別による差異や年代差など総合的な視点から比較、検討が出来ないなどの課題が残る。このようなことから、幅広い年齢層を網羅した包括的な研究による基礎的データの蓄積が必要であると考えられる。

そこで本研究では、20歳から79歳までの男女1242名を対象に、インターネット調査法を用いて、ファッションへの関心や外出着の着装基準の特徴、1ヶ月の衣服の購入金額を明らかにし、性別、年代、主観的な経済状況、性格による相違を検討することを目的とした。

研究方法

1. 対象者と調査手続き

平成22年7月に、ファッション意識と生活満足度に関するインターネット調査を実施した。調査は、株式会社インテージに依頼し、全国の登録されているネットモニターより、サンプルの性別が均等、そして若年層から高齢者層まで含まれるように、回収目標数を1200名に設定して調査を実施した。最終的な回収サンプルは、20歳から79歳までの男女1242名（男性618名；平均48.8±14.4歳、女性624名；平均47.6±14.2歳）であった。

2. 調査内容

対象者の基本的属性として、満年齢、性別、主観的な経済状況（余裕がある、ふつう、余裕がない）、性格（外交的、やや外交的、やや内向的、内向的）について尋ねた。満年齢は、10歳ごとに20歳代から70歳代までの6つに区分した。服装への関心は、自分と他人のファッションへの関心について、それぞれ「非常に関心がある（4点）」から「全く関心がない（1点）」の4件法で回答を求めた。また、先行研究^{8)・10)}を基に、外出着の着装基準について、個人的嗜好、流行、社会的規範、機能性の4側面から各2項目ずつで尋ね（全8項目）、それぞれ「非常に重視する（4点）」から「全く重視しない（1点）」で回答を求めた。具体的な項目は、以下の通りである；自分の好みに合っている（個人的嗜好）、自分らしさが表現できる（個人的嗜好）、流行の色やデザインの服である（流行）、ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ（流行）、周囲の人と同じような服装である（社会的規範）、目的や場所を考えて服装を選ぶ（社会的規範）、洗濯や手入れが簡単である（機能性）、着心地が良い（機能性）。また、1ヶ月の衣服の購入金額（時計やアクセサリー、化粧品などは除く）について、「5千円未満」、「5千円以上1万円未満」、「1万円以上2万円未満」、「2万円以上」の4つのカテゴリーで尋ねた。

3. 統計分析

連続変数は平均値（標準偏差）、離散変数は度数（割合；%）で示した。ファッションへの関心と外出着の着装基準の性差は対応のないt検定で、年代、主観的な経済状況、性格による差に関しては、一要因の分散分析を用いて分析を実施した。多重比較には、Bonferroniの検定を用いた。1ヶ月の衣服の購入金額の性別、年代、主観的な経済状況、性格による差は、 χ^2 独立性の検定で分析した。性差を除く分析は、全て男女別に行った。すべての分析は、Statistical Package for Social Science16.0 (SPSS Inc., Chicago, IL)を用いて実施し、5%未満を有意水準として採用した。

結果

1. ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の性差

ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の性差について、表1に示した。自分及び他人のファッションへの関心、外出着の着装基準の全8項目、1ヶ月の衣服の購入金額に関して、統計学的に有意な性差が認められ、女性は男性と比較して、自分や他人のファッションへの関心が高く、外出着を着装する際に、個人的嗜好、流行、社会的規範、機能性を重視していた。1ヶ月の衣服の購入金額についても、最も金額の高い「2万円以上」は、女性が男性と比べて、全体に占める割合が高く、逆に最も金額の低い「5千円未満」は、男性の方が女性よりも全体に占める割合が多かった。

2. ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の年代差

ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の年代差について、表2に示した。男性では、自分及び他人のファッション

への関心、外出着の着装基準の自分の好みに合っている（個人的嗜好）、自分らしさが表現できる（個人的嗜好）、ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ（流行）に統計学的に有意な年代差が認められ、20歳代の者が、30歳代以降の中高齢世代の者と比較して、自分や他人へのファッションへの関心が高く、外出着を着装する際に、個人的嗜好や流行を重視していた。一方の女性では、自分及び他人のファッションへの関心、外出着の着装基準の自分らしさが表現できる（個人的嗜好）、ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ（流行）、洗濯や手入れが簡単である（機能性）、着心地が良い（機能性）に有意な年代差が示された。男性同様に、20歳代の者が、中高齢世代の者と比べて、自分や他人のファッションへの関心が高く、外出着を選択する際に、流行を重視していた。一方、着装基準の個人的嗜好や機能性に関しては、中高齢世代の者が、20歳代の若者（個人的嗜好の自分らしさについては30歳代）よりも重視する傾向が示された。1ヶ月の衣服の購入金額の年代差は、男女ともに統計学的に有意な関係は認められなかった。

表1 ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の性差

	男性	女性	有意差
人数 (人)	618	624	
ファッションへの関心 ^{1) a)}			
自分のファッションへの関心	2.4 (0.7)	2.9 (0.6)	**
他人のファッションへの関心	2.2 (0.7)	2.6 (0.7)	**
外出着の着装基準 ^{1) a)}			
自分の好みに合っている	3.0 (0.7)	3.4 (0.6)	**
自分らしさを表現できる	2.6 (0.7)	3.1 (0.6)	**
流行の色やデザインの服である	1.9 (0.7)	2.3 (0.7)	**
ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ	1.5 (0.7)	1.9 (0.7)	**
周囲の人と同じような服装である	1.9 (0.7)	2.0 (0.7)	**
目的や場所を考えて服装を選ぶ	2.8 (0.7)	3.2 (0.6)	**
洗濯や手入れが簡単である	2.8 (0.7)	3.2 (0.6)	**
着心地が良い	3.2 (0.6)	3.4 (0.6)	**
1ヶ月の衣服の購入金額 ^{2) b)}			
5千円未満	406 (65.8)	303 (48.6)	
5千円以上1万円未満	143 (23.1)	171 (27.4)	
1万円以上2万円未満	44 (7.1)	95 (15.2)	**
2万円以上	25 (4.0)	55 (8.8)	

** < .01, * < .05

¹⁾ 平均値 (標準偏差), ²⁾ 度数 (%)

^{a)} 対応のないt検定, ^{b)} χ^2 分析

3. ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の主観的な経済状況による差
 ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の主観的な経済状況による差について、表3に示した。男性では、自分のファッションへの関心、外出着の着装基準のファッション雑誌を参考に服装を選ぶ（流行）、周囲の人と同じような服装である（社会的規範）、1ヶ

月の衣服の購入金額に統計学的に有意な主観的な経済状況による差が認められ、主観的な経済状況を「余裕がある」もしくは「ふつう」と評価した男性が、「余裕がない」と評価した者と比較して、自分のファッションへの関心が高く、外出着を着装する際に、流行や社会的規範を重視していた。1ヶ月の衣服の購入金額についても、最も金額が低い「5千円未満」では、経済的状況を「余裕が

表2 ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の年代差

	1. 20-29歳	2. 30-39歳	3. 40-49歳	4. 50-59歳	5. 60-69歳	6. 70-79歳	有意差
男性							
人数 (人)	57	148	131	75	169	38	
ファッションへの関心 ^{1) a)}							
自分のファッションへの関心	2.8 (0.8)	2.4 (0.8)	2.4 (0.6)	2.4 (0.8)	2.4 (0.6)	2.4 (0.8)	** 1 > 2,3,4,5
他人のファッションへの関心	2.6 (0.9)	2.2 (0.8)	2.1 (0.7)	2.2 (0.7)	2.1 (0.7)	2.1 (0.7)	** 1 > 2,3,5,6
外出着の着装基準 ^{1) a)}							
自分の好みに合っている	3.3 (0.8)	3.1 (0.7)	3.0 (0.6)	2.9 (0.7)	2.9 (0.7)	2.9 (0.8)	** 1 > 4,5
自分らしさを表現できる	3.0 (0.8)	2.6 (0.8)	2.6 (0.7)	2.6 (0.8)	2.5 (0.7)	2.6 (0.7)	** 1 > 2,3,4,5
流行の色やデザインの服である	2.1 (0.9)	1.9 (0.7)	2.0 (0.6)	1.9 (0.7)	1.8 (0.6)	1.8 (0.6)	N.S.
ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ	2.0 (0.9)	1.6 (0.7)	1.5 (0.6)	1.5 (0.7)	1.4 (0.5)	1.5 (0.6)	** 1 > 2, 3,4,5,6
周囲の人と同じような服装である	2.1 (0.9)	1.9 (0.8)	1.8 (0.7)	1.8 (0.6)	1.8 (0.7)	1.7 (0.7)	N.S.
目的や場所を考えて服装を選ぶ	2.9 (0.8)	2.7 (0.8)	2.8 (0.6)	2.7 (0.8)	2.8 (0.7)	2.8 (0.8)	N.S.
洗濯や手入れが簡単である	2.7 (0.9)	2.8 (0.7)	2.8 (0.7)	2.7 (0.8)	2.8 (0.6)	2.7 (0.7)	N.S.
着心地が良い	3.2 (0.7)	3.1 (0.7)	3.1 (0.6)	3.2 (0.7)	3.3 (0.6)	3.1 (0.7)	N.S.
1ヶ月の衣服の購入金額 ^{2) b)}							
5千円未満	30 (52.6)	89 (60.1)	90 (68.7)	51 (68.0)	121 (71.6)	25 (65.8)	
5千円以上1万円未満	16 (28.1)	43 (29.1)	30 (22.9)	15 (20.0)	29 (17.2)	10 (26.3)	N.S.
1万円以上2万円未満	6 (10.5)	10 (6.8)	8 (6.1)	5 (6.7)	13 (7.7)	2 (5.3)	
2万円以上	5 (8.8)	6 (4.1)	3 (2.3)	4 (5.3)	6 (3.6)	1 (2.6)	
女性							
人数 (人)	74	134	139	70	186	21	
ファッションへの関心 ^{1) a)}							
自分のファッションへの関心	3.2 (0.6)	2.9 (0.6)	2.8 (0.7)	2.8 (0.6)	2.8 (0.6)	2.9 (0.7)	** 1 > 2,3,4,5
他人のファッションへの関心	3.0 (0.7)	2.6 (0.7)	2.5 (0.7)	2.5 (0.6)	2.6 (0.6)	2.8 (0.5)	** 1 > 2,3,4,5
外出着の着装基準 ^{1) a)}							
自分の好みに合っている	3.5 (0.6)	3.5 (0.6)	3.4 (0.5)	3.3 (0.6)	3.4 (0.5)	3.2 (0.5)	N.S.
自分らしさを表現できる	3.1 (0.6)	3.0 (0.7)	3.1 (0.6)	3.2 (0.5)	3.2 (0.6)	3.1 (0.7)	** 2 < 5
流行の色やデザインの服である	2.4 (0.7)	2.3 (0.8)	2.4 (0.7)	2.3 (0.6)	2.3 (0.7)	2.2 (0.8)	N.S.
ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ	2.2 (0.9)	1.9 (0.8)	2.0 (0.7)	1.7 (0.7)	1.8 (0.7)	2.0 (0.7)	** 1 > 4,5
周囲の人と同じような服装である	1.9 (0.7)	1.9 (0.7)	2.0 (0.6)	2.0 (0.7)	1.9 (0.7)	1.7 (0.5)	N.S.
目的や場所を考えて服装を選ぶ	3.1 (0.7)	3.1 (0.7)	3.2 (0.6)	3.3 (0.6)	3.3 (0.5)	3.1 (0.6)	N.S.
洗濯や手入れが簡単である	2.8 (0.6)	3.1 (0.6)	3.3 (0.6)	3.2 (0.5)	3.2 (0.6)	3.3 (0.8)	** 1 < 2,3,4,5,6
着心地が良い	3.2 (0.5)	3.3 (0.6)	3.5 (0.5)	3.4 (0.5)	3.5 (0.5)	3.6 (0.5)	** 1 < 3,4,5,6
1ヶ月の衣服の購入金額 ^{2) b)}							
5千円未満	30 (40.5)	67 (50.0)	73 (52.5)	38 (54.3)	87 (46.8)	8 (38.1)	
5千円以上1万円未満	24 (32.4)	42 (31.3)	43 (30.9)	14 (20.0)	40 (21.5)	8 (38.1)	N.S.
1万円以上2万円未満	12 (16.2)	18 (13.4)	16 (11.5)	9 (12.9)	38 (20.4)	2 (9.5)	
2万円以上	8 (10.8)	7 (5.2)	7 (5.0)	9 (12.9)	21 (11.3)	3 (14.3)	

** < .01, * < .05, N.S. Not Significant

¹⁾ 平均値 (標準偏差), ²⁾ 度数 (%)

^{a)} 一要因の分散分析, ^{b)} χ^2 分析

ない」、「ふつう」、「余裕がある」と評価した順で全体に占める割合が高かった。一方の女性では、自分のファッションへの関心、外出着の着装基準の自分らしさが表現できる（個人的嗜好）、目的や場所を考えて服装を選ぶ（社会的規範）、1ヶ月の衣服の購入金額で、統計学的に有意な主観的

な経済状況による差が示された。男性同様に、経済的な状況を「余裕がある」もしくは「ふつう」と評価した女性が、「余裕がない」と評価した女性よりも、自分のファッションへの関心が高く、外出着の着装する際に個人的嗜好や社会的規範を重視していた。また、衣服の購入金額についても、

表3 ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の主観的な経済状況による差

	1. 余裕がある	2. ふつう	3. 余裕がない	有意差
男性				
人数 (人)	37	299	282	
ファッションへの関心 ^{1) a)}				
自分のファッションへの関心	2.6 (0.8)	2.5 (0.6)	2.3 (0.8)	** 2 > 3
他人のファッションへの関心	2.4 (0.9)	2.2 (0.7)	2.2 (0.8)	N.S.
外出着の着装基準 ^{1) a)}				
自分の好みに合っている	3.1 (0.6)	3.0 (0.7)	3.0 (0.7)	N.S.
自分らしさを表現できる	2.8 (0.8)	2.6 (0.7)	2.6 (0.8)	N.S.
流行の色やデザインの服である	2.0 (0.7)	1.9 (0.7)	1.9 (0.7)	N.S.
ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ	1.5 (0.7)	1.6 (0.7)	1.4 (0.6)	** 2 > 3
周囲の人と同じような服装である	2.2 (0.6)	1.9 (0.7)	1.8 (0.7)	** 1 > 3
目的や場所を考えて服装を選ぶ	3.0 (0.6)	2.8 (0.7)	2.7 (0.8)	N.S.
洗濯や手入れが簡単である	2.8 (0.8)	2.8 (0.7)	2.8 (0.8)	N.S.
着心地が良い	3.2 (0.6)	3.2 (0.7)	3.2 (0.6)	N.S.
1ヶ月の衣服の購入金額 ^{2) b)}				
5千円未満	18 (48.7)	180 (60.2)	208 (73.8)	
5千円以上1万円未満	11 (29.7)	76 (25.4)	56 (19.9)	**
1万円以上2万円未満	6 (16.2)	28 (9.4)	10 (3.5)	
2万円以上	2 (5.4)	15 (5.0)	8 (2.8)	
女性				
人数 (人)	49	289	286	
ファッションへの関心 ^{1) a)}				
自分のファッションへの関心	3.1 (0.6)	2.9 (0.6)	2.8 (0.7)	** 1 > 3
他人のファッションへの関心	2.7 (0.7)	2.6 (0.6)	2.6 (0.7)	N.S.
外出着の着装基準 ^{1) a)}				
自分の好みに合っている	3.6 (0.5)	3.4 (0.6)	3.4 (0.6)	N.S.
自分らしさを表現できる	3.4 (0.6)	3.1 (0.6)	3.0 (0.7)	** 1 > 2,3
流行の色やデザインの服である	2.2 (0.7)	2.3 (0.7)	2.3 (0.7)	N.S.
ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ	1.7 (0.7)	1.9 (0.7)	1.9 (0.8)	N.S.
周囲の人と同じような服装である	1.8 (0.7)	2.0 (0.7)	2.0 (0.7)	N.S.
目的や場所を考えて服装を選ぶ	3.3 (0.6)	3.2 (0.6)	3.1 (0.6)	** 1,2 > 3
洗濯や手入れが簡単である	3.3 (0.6)	3.2 (0.6)	3.1 (0.6)	N.S.
着心地が良い	3.6 (0.5)	3.4 (0.6)	3.4 (0.6)	N.S.
1ヶ月の衣服の購入金額 ^{2) b)}				
5千円未満	15 (30.6)	112 (38.8)	176 (61.6)	
5千円以上1万円未満	12 (24.5)	92 (31.8)	67 (23.4)	**
1万円以上2万円未満	15 (30.6)	55 (19.0)	25 (8.7)	
2万円以上	7 (14.3)	30 (10.4)	18 (6.3)	

** < .01, * < .05, N.S. Not Significant

¹⁾ 平均値 (標準偏差), ²⁾ 度数 (%)

^{a)} 一要因の分散分析, ^{b)} χ^2 分析

経済的に「余裕がある」と評価した女性ほど、金額の高いカテゴリーの占める割合が多く、低い金額のカテゴリーを占める割合が少なかった。

4. ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の性格による差

ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の性格による差について、表4に示した。男性では、自分や他人のファッションへの関心、外出着の着装基準の自分の好みに

表4 ファッションへの関心、外出着の着装基準、1ヶ月の衣服の購入金額の性格による差

	1.内向的	2.やや内向的	3.やや外向的	4.外向的	有意差
男性					
人数 (人)	70	316	207	25	
ファッションへの関心 ¹⁾					
自分のファッションへの関心	2.1 (0.9)	2.4 (0.7)	2.5 (0.7)	2.9 (0.8)	** 1,2<3<4
他人のファッションへの関心	1.9 (0.9)	2.2 (0.7)	2.3 (0.7)	2.6 (0.8)	** 1<3,4
外出着の着装基準 ¹⁾					
自分の好みに合っている	2.7 (0.9)	3.0 (0.6)	3.0 (0.6)	3.2 (0.8)	** 1<2,3,4
自分らしさを表現できる	2.3 (0.9)	2.6 (0.7)	2.7 (0.7)	3.0 (1.0)	** 1<2<3,4
流行の色やデザインの服である	1.7 (0.7)	1.9 (0.7)	2.0 (0.7)	2.0 (0.8)	* 1<3
ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ	1.4 (0.6)	1.5 (0.6)	1.6 (0.7)	1.6 (0.7)	*
周囲の人と同じような服装である	1.8 (0.8)	1.9 (0.7)	1.9 (0.7)	2.0 (0.8)	N.S.
目的や場所を考えて服装を選ぶ	2.4 (0.9)	2.8 (0.7)	2.8 (0.7)	3.2 (0.8)	** 1<2,3,4
洗濯や手入れが簡単である	2.9 (0.9)	2.8 (0.7)	2.8 (0.7)	3.0 (0.7)	N.S.
着心地が良い	3.0 (0.7)	3.1 (0.6)	3.2 (0.6)	3.5 (0.6)	** 1,2<4
1ヶ月の衣服の購入金額 ²⁾					
5千円未満	49 (70.0)	228 (72.2)	120 (58.0)	9 (36.0)	
5千円以上1万円未満	15 (21.4)	63 (19.9)	55 (26.5)	10 (40.0)	
1万円以上2万円未満	2 (2.9)	18 (5.7)	20 (9.7)	4 (16.0)	**
2万円以上	4 (5.7)	7 (2.2)	12 (5.8)	2 (8.0)	
女性					
人数 (人)	45	278	253	48	
ファッションへの関心 ¹⁾					
自分のファッションへの関心	2.6 (0.9)	2.8 (0.6)	2.9 (0.6)	3.2 (0.5)	** 1<2<3,4
他人のファッションへの関心	2.4 (0.9)	2.6 (0.6)	2.7 (0.6)	2.8 (0.7)	* 1<3,4
外出着の着装基準 ¹⁾					
自分の好みに合っている	3.3 (0.8)	3.4 (0.5)	3.4 (0.5)	3.6 (0.5)	* 1<3<4
自分らしさを表現できる	2.8 (0.7)	3.1 (0.6)	3.2 (0.6)	3.4 (0.5)	** 1<3,4;2<4
流行の色やデザインの服である	2.0 (0.8)	2.3 (0.7)	2.4 (0.7)	2.4 (0.7)	* 1<2,3
ファッション雑誌を参考に服装を選ぶ	1.7 (0.8)	1.9 (0.7)	2.0 (0.7)	2.0 (0.8)	N.S.
周囲の人と同じような服装である	1.8 (0.7)	2.0 (0.7)	2.0 (0.7)	1.8 (0.8)	N.S.
目的や場所を考えて服装を選ぶ	3.0 (0.7)	3.1 (0.6)	3.3 (0.6)	3.3 (0.6)	** 1,2<3,4
洗濯や手入れが簡単である	3.2 (0.6)	3.2 (0.6)	3.2 (0.6)	3.1 (0.5)	N.S.
着心地が良い	3.4 (0.5)	3.4 (0.6)	3.5 (0.6)	3.4 (0.5)	N.S.
1ヶ月の衣服の購入金額 ²⁾					
5千円未満	26 (57.7)	157 (56.5)	105 (41.5)	15 (31.2)	
5千円以上1万円未満	16 (35.6)	67 (24.1)	77 (30.4)	11 (22.9)	
1万円以上2万円未満	3 (6.7)	36 (12.9)	43 (17.0)	13 (27.1)	**
2万円以上	0 (0.0)	18 (6.5)	28 (11.1)	9 (18.8)	

**<.01,*<.05,N.S.NotSignificant

¹⁾ 平均値 (標準偏差), ²⁾ 度数 (%)

^{a)} 一要因の分散分析, ^{b)} 2²分析

合っている（個人的嗜好）、自分らしさが表現できる（個人的嗜好）、流行の色やデザインの服である（流行）、ファッション雑誌を参考に服を選ぶ（流行）、目的や場所を考えて服装を選ぶ（社会的規範）、着心地が良い（機能性）、1ヶ月の衣服の購入金額に統計学的に有意な性格による差が認められ、自分の性格を外向的であると評価した男性が、内向的であると評価した者と比較して、自分や他人のファッションへの関心が高く、外出着を着装する際に、個人的嗜好や流行、社会的規範、機能性を重視していた。1ヶ月の衣服の購入金額についても、最も金額の低い「5千円未満」では、内向的である男性ほど全体に占める割合が多く、逆に「1万円以上2万円未満」「2万円以上」では、外向的な者ほど割合が高かった。一方の女性では、自分や他人のファッションへの関心、外出着の着装基準の自分の好みに合っている（個人的嗜好）、自分らしさが表現できる（個人的嗜好）、流行の色やデザインの服である（流行）、目的や場所を考えて服装を選ぶ（社会的規範）、1ヶ月の衣服の購入金額と性格の間に統計学的に有意な関係が示された。男性同様に、自分の性格を外向的と評価した女性は、内向的と評価した者よりも、自分や他人のファッションへの関心が高く、外出着の着装において、個人的嗜好や流行、社会的規範を重視していた。1ヶ月の衣服の購入金額についても、外向的な女性は内向的な者よりも、「5千円未満」の占める割合が低く、「2万円以上」の割合が高かった。

考察

一般的に、女性は男性よりもファッションへの関心が高いことが報告されている。例えば、韓国人の青少年を対象とした調査研究¹¹⁾では、服装行動の流行や個性に対する態度は女性が男性と比較して統計学的に有意に高い得点を示すことが明らかにされている。同様に、高齢者の衣生活行動を検討した研究¹⁰⁾においても、被服購入や選択行動への関わり方は、女性は積極的であり、逆に男性は無関心で他人まかせで消極的であることが報告されている。本研究の結果もこれらの先行研

究の知見を支持し、女性は、男性と比較して、自分や他人のファッションへの関心が高く、外出着の着装基準において、個人的嗜好や流行、社会的規範、機能性の全ての要因を重視する傾向にあった。また、1ヶ月の衣服の購入金額も多かった。

ファッションへの関心や外出着の着装基準の年代差については、男女ともに、20歳代の若者世代が中高齢世代と比べて、ファッションへの関心が高く、外出着の着装基準として、流行を重視していた。一方の女性では、中高齢世代が若者世代よりも、外出着の着装において、機能性を重視していることが明らかとなった。先行研究では、若い女性はファッション情報の入手媒体として雑誌を活用している割合が高く、流行に敏感であること¹²⁾や、高齢女性は若年女性よりも、快適で着心地のよい服や肌ざわりのよい服、手入れの簡単な服を求めていること¹⁰⁾が指摘されており、本研究の結果もそれを支持するものであった。しかし、女性における外出着の着装基準の個人的嗜好を評価する項目の自分らしさを表現できるに関しては、60歳代の女性が、30歳代の者よりも高い得点を示した。この結果は、高齢女性は、若い女性と比べて、流行への関心は薄れていくものの、自分のファッションへの興味や服装を通じた自分らしさの表現に関しては、高い意識を持っていることを意味するだろう。

更に本研究では、主観的に評価された経済状況とファッションへの関心や外出着の着装基準の関係について検討した。個人の経済状況が人の心身の健康状態や健康行動に影響することは先行研究^{13), 14)}によって報告されているが、服装への関心や着装行動と個人の経済状況を検討した研究はほとんどない。結果から、主観的な経済状況を「余裕がある」また「ふつう」と評価した者は、「余裕がない」とした者と比較して、自分のファッションへの関心が高く、外出着の着装において、個人的嗜好や流行、社会的規範を重視することが明らかとなった。また予測された結果ではあるが、主観的な経済状況をよく評価した者の方が、1ヶ月の衣服の購入金額が多かった。特に女性においては、主観的な経済状況の良い者の中で、1ヶ月

の衣服を「2万円以上」購入すると答えた者は、男性の約3倍であった（女性14% vs. 男性5%）。この結果は、経済的なゆとりのある層（特に女性層）のファッションへの興味や購買力の高さを示唆する。

最後に、性格とファッションへの関心や外出着の選択基準の関係について考察する。装いの重要な機能として、自分自身を確認し、強め、変えるという「自己の確認・強化・変容」や他者に何かを伝えるという「情報伝達」がある¹⁾。このような自己の顕示や社会的適応といった装いの心理的機能には、個人の性格傾向が強く影響すると考えられる。先行研究では、公的自己意識の高い人は自己のおしゃれの表現に積極的なこと²⁾や自尊感情が高い者は、外見に対する関心も高く、目立つ服装を好み、服装を通して自分らしさを表現したがること³⁾が報告されている。公的自己意識とは、自分の容姿や振る舞いなど他人から観察できる自己の公的側面へ注意が向かいやすい特性である⁴⁾。また自尊感情の高さは、外交的性格と正の関連を示すことが過去の研究において報告されている⁵⁾。本研究結果からも、外交的な性格の者は、内向的な者と比較して、男女ともに、自分や他人のファッションへの関心が高いこと、外出着の服装において、個人的嗜好や流行、社会的規範を重視すること、1ヶ月の衣服の購入金額が多いことが示され、ファッションへの関心や着装基準、衣服の購買行動に対して、個人の性格特性が影響を与えることが示唆された。

本研究の課題としては、以下の点が挙げられる。ひとつは、調査会社を通じたウェブ上での調査であったことである。ウェブ上でのインターネット調査の利点としては、迅速に調査ができること、安い費用で大量のサンプルを集めることができるなどの利点がある。住民基本台帳の利用が制限され、サンプリングに使いにくくなっていることや、調査の回収率の低下、プライバシー意識の高まりと個人情報保護規制の強化など社会調査環境が悪化している今日、インターネット調査のような新しい調査法が普及してきている。一方でインターネットの利用状況やネット調査への登録者の属性

の違いにより、統計学的に裏付けられた従来型の方法による調査とモニター型調査では、異なった調査結果を示す場合があるなどの問題点も指摘されている⁶⁾。本結果の解釈には、このようなインターネット調査の問題点も配慮しておく必要がある。もうひとつは、測定尺度の問題である。衣服の着装基準に関する尺度は、若年層や高齢者層を対象にいくつか開発されている。しかしながら、全年齢を対象に開発された尺度は見当たらない。したがって、今回の調査では、過去の調査研究を参考にして、全ての年代に共通するであろう項目を恣意的に選択し、使用した。また回答者の負担などを考え、着装基準の4つの側面に対して各2問という少ない項目で評価した。今後は、若者から高齢者までの着装基準を共通して測定することができる妥当性、信頼性の高い測度の開発を課題としたい。

このような課題は残るにしても、若者から高齢者までを対象に、ファッションに関する意識や着装基準、購買の特徴を検討した調査研究は、本邦においてほとんど実施されておらず、本研究から得られた知見は、日本人のファッションの関心や着装、購買行動を知る上での重要な資料となるだろう。今後は、性別、世代毎に、ファッションへの関心や購買意欲、購買行動を促進するためには、これらの心理社会的要因にどのように働きかけていけば効果的であるのかを検討していくことを課題としたい。

文献

- 1) 神山進. 被服心理学の動向 (高木修監修, 被服と化粧の社会心理学). 北大路書房, 1996.
- 2) 小林茂雄. 装いの心理 改訂版-服飾心理学へのプロムナード-. (株)アイ・ケイコーポレーション, 2003.
- 3) 中川早苗. 被服心理学研究会の研究活動-女子大生のファッション意識・行動に関する調査-. 繊維機械学会誌, 45, 1992, 565-574.
- 4) 土田正子, 土井千鶴子, 倉橋久子, 藤原康晴. 女子学生のファッション志向性と態度特性との関連性. ファッション環境, 3, 1993, 11-16.
- 5) 石塚敦子, 小川妙子. 施設入居高齢者のおしゃれへの関心と動機. 順天堂大学医療看護学部・医療看護研究,

- 2、2006、11-16.
- 6) 西藤栄子、中川早苗. 中高年女性のおしゃれ意識と規範意識. 日本家政学会誌、55、2004、743-751.
- 7) 熊谷伸子、芳住邦雄、荻村昭典. 女子大学生および母親の購買行動における意識構造. ファッションビジネス学会、3、1997、25-32.
- 8) 岡村好美. 色彩感性と衣服選択の関連. 宮崎大学教育文化学部紀要、9、2003、23-32.
- 9) 田中優、秋山学、泉加代子、上野裕子、西川正之、吉川聡一. 高齢者の自律と着装行動に関する研究. 繊維機械学会誌、39、1998、716-722.
- 10) 岡田宣子. 高齢者の衣生活行動の現状と要望点 —被服の調達と選択行動を中心として—. 日本家政学会誌、51、2000、595-603.
- 11) 劉敬淑、全璟蘭. 韓国10代の青少年の自尊心と身体満足度が生計や服装行動に及ぼす影響. 日本家政学会誌、56、2005、105-114.
- 12) 山本昌子、吉野鈴子、山田千賀子. ファッション商品に関する女子学生の意識. ファッション環境、14、2005、28-36.
- 13) Lantz PM, House JS, Lepkowski JM, Williams DR, Mero RP, Chen J. Socioeconomic factors, health behaviors, and mortality: results from a nationally representative prospective study of US adults. JAMA, 279, 1998, 1703-1708.
- 14) Lantz PM, Golberstein E, House JS, Morenoff J. Socioeconomic and behavioral risk factors for mortality in a national 19-year prospective study of U.S. adults. Soc Sci Med, 70, 2010, 1558-1566.
- 15) 藤原康晴. 女子大生の被服の関心度と自己概念および自尊感情との関係. 家政学雑誌、37、1986、493-499.
- 16) 遠藤公久. 自己(堀洋道、山本眞理子、吉田富二雄編、新編社会心理学). 福村出版、1997、63-83.
- 17) 清水和秋、山本理恵. 感情的表現測定によるBig Five測定の半年間隔での安定性と変動—個人間差、状態・特性不安、自尊感情との関連—. 関西大学社会学部紀要、39、2008、35-67.
- 18) 独立行政法人 労働政策研究・研修機構. インターネット調査は社会調査に利用できるか—実験調査による検証結果—. 労働政策研究報告書、17、2005.