

女子学生の被服行動と社会心理的特性との関係

The Relationship between Clothing Behavior and Socio-Psychological Characteristics of College Women

藤 田 公 子

1. 緒 言

様々な対人関係や集団の中で、我々の日常的な行動とパーソナリティとの関係は心理学において基本的な研究課題である。被服心理学においても被服にかゝりのある人間行動、例えば被服の設計、選択や着用、購買、廃棄などの被服行動とパーソナリティとの関係を研究し、これを実証的に検討する必要がある。

アメリカにおいて行われたものに、Aiken, L. R. (1963)¹⁾は多くの被服行動とCPIの各尺度との関係を検討している。その一つに衣服における装飾志向、衣服に対する全般的関心の強さと社交性および知的能力の低さが正の相関関係にあることを示している。又衣服における快適性志向と社会的に統制された外向性との間に正の相関関係があることも明らかにしている。Douty, H. I.等 (1963)²⁾は被服が着用者の社会的地位やパーソナリティの印象形成に影響するということを実証し、Smucker, B., A. M. Creekmore, (1972)³⁾は仲間の被服への同調性の大きさと受け入れ度との関係の研究で、他の人の被服に同調性の高い人ほど仲間の受け入れもよいという結果等を得ている。我国においても最近被服心理に関する研究が行われ三島、中川(1981)⁴⁾は既製服の購買意識行動と心理的要因との関係、藤原(1982)⁵⁾は自尊心と被服の関心度との関係、被服行動と自己概念との関連性(1986)⁶⁾、小林(1983)⁷⁾はYGテストによって測定されたパーソナリティ特性と被服スタイル嗜好との関係等種々報告されている。鈴木裕久(1981)⁸⁾は流行行動や嗜好行動の研究のために社会心理的特性測定尺度を作成し、化粧に関するさまざまな態度や行動一装身行動、ファッション雑誌閲読との関連性を検討している。こゝで本研究は鈴木の社会心理的特性尺度が装身行動のみならず被服行動にも非常に関連していると思われるので、鈴木の社会心理的特性尺度を使用し、女子短大生の被服行動と社会心理的特性尺度との関連を検討し、この社会心理的特性がどれ位の説明力をもっているか考察を行ったので報告する。

2. 研究方法

2-1 調査の概要

調査は相愛女子短大家政学科学学生150名を被験者とし、1985年12月に集団実施で行った。有

有効回答者数141名、有効回答率94%である。被服行動質問紙の測定尺度は、おしゃれ志向、ブランド志向、フェミニンな服装、服装規範、慎み深い服装、仲間に同調した服装、個性的な服装のアイテムで、それぞれのアイテムは2～18の意見項目から構成し、回答は「まったくそうだ」(得点5)から「まったくそうでない」(得点1)までの5段階評定で行った。

社会心理的特性尺度は自己実現欲求、劣等感、自己顕示欲、脱体制、好奇心、情報欲求、女性度、心理的センシティブィティ、同調性、体力、知的関心度、不良性向の12スケールからなり、これらのスケールは2～5のアイテムから構成され、各アイテムは「ない」「いいえ」の2つのカテゴリー、あるいは「全くそう思う」「全然そうは思わない」までの4段階の4カテゴリー、「自信がある」「自信がない」迄の5段階の5カテゴリーになっている。

2-2 分析方法

被服行動測定尺度の各被験者反応得点合計をその被験者個人の得点とし、この値を外的基準変数とし、社会心理的特性尺度を説明変数にして数量化理論第I類、第II類を用いて分析した。

3. 結果及び考察

3-1 おしゃれ志向の社会心理的要因

まず被服行動のうちおしゃれ志向行動をとり上げ検討を行った。表1はおしゃれ志向行動測定項目で各被験者について項目1～18迄の反応得点を合計し、おしゃれ志向行動の個人得点とした。表1の平均値から「まあそうだ」(得点4)と評定した者が多く、特にNo16の自分に似合った服装をすると豊かな気分になる、No11のウィンドウショッピングが好き、No18服装は個性の表現に重要である、No2の服装はその人の創造性を表わす、又逆転項目*(逆転ずみ得点) No9の服装に気をつかう等の項目から全体におしゃれ志向項目について肯定的な評定をし、全項目の平均値は3.7であり全体におしゃれについて関心が高いことがうかがわれる。図1は「おしゃれ志向行動測定尺度の個人得点分布で、おしゃれ志向の大きな者から小の者まで分布しており、この平均値は65.79、標準偏差は6.99である。最も高い得点は79、最低は44であった。この図からも全体におしゃれに対する関心の高さがうかがえる。次におしゃれ志向行動の18項目について各被験者の合計得点を外的基準変数とし社会心理的要因の12アイテムを説明変数にして数量化理論第I類で分析を行った。レンジの大きな好奇心測定項目を参考迄に表2に示す。「趣味やレジャーなど何でもすぐ手を出す」「友達がなにか変わったものを持っているとすぐ欲しくなる」「同じものをいつまでも使っているとすぐ飽きてしまう」のカテゴリーが、他のカテゴリーより好奇心が強いことを表わしているといえる。この3カテゴリーの得点を加算し好奇心の得点とした。他の11アイテムについても同様の方法で被験者をカテゴリー化し説明変数として分析を行った結果が表3である。レンジの大きさからおしゃれ志向行動に

女子学生の被服行動と社会心理的特性との関係

表1 おしゃれ志向行動測定項目

	項 目	平均値	標準偏差
1	テレビ出演者の服装など、他人の服装をよく注意している	3.94	0.67
2	服装は着ている人の創造性を表わす手段の1つである	4.04	0.66
3	最近流行している服やアクセサリをよく知っているほうである	3.22	0.76
4	* 外観と中身は別であり、服装にはあまり気を使わないようにしている	3.79	0.75
5	季節の変わり目には、いち早く次のシーズンの服に着換えている	2.82	0.81
6	服によく調和したアクセサリを身につけるよう気をくばっている	3.22	1.02
7	* 本代や遊び代を節約してまで服を買おうとは思わない	3.11	0.93
8	服のダイレクト・メールや服装に関する新聞の記事に目をとおしている	3.48	1.07
9	* 服装にあれこれ気を使うのは、わずらわしい	4.11	0.85
10	友人や家族の服の買物の相談にのるのが好きです	3.53	0.93
11	服を買う予定がなくても、洋装店や百貨店、スーパーなどの服売場を見てまわるのが好きです	4.33	0.75
12	* 最近の流行や服装について話し合うのは、あまり好きでない	3.89	0.84
13	私は他の人よりも服の配色や組み合わせに気がつかっている	3.08	0.74
14	* 服の着こなしには、あまり自信がない	2.80	0.79
15	服には、ある程度の変化や流行が必要である	4.00	0.69
16	自分に似合った服を着ると、なにか豊かな気分になる	4.43	0.64
17	気に入った服を見つけたら、他の買物を犠牲にしてもその服を買いたい	3.82	0.95
18	服装は個性を表わすのに重要な1方法です	4.19	0.74

*印 逆転項目

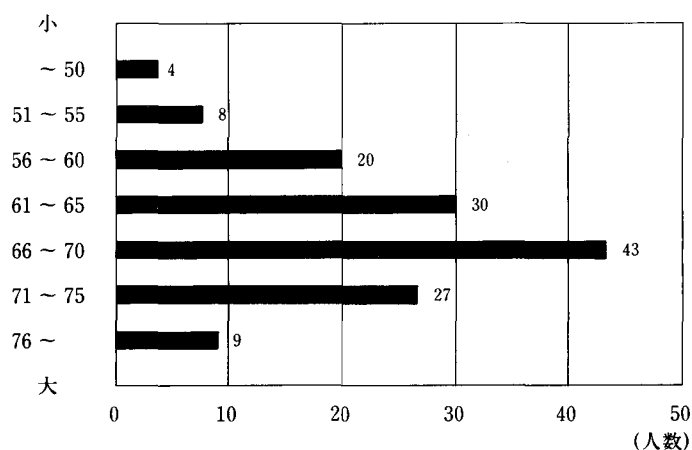


図1 おしゃれ志向行動測定尺度の個人得点分布

表2 好奇心測定項目

ア イ テ ム	カ テ ゴ リ ー	得 点
趣味やレジャーなどでは	新しいものには手を出さない	0
	何でもすぐ手を出す	1
友人が何かかわった物をもっている	あまり気にならない	0
	すぐ欲しくなる	1
同じものをいつまでも使っていると	愛着がでてくる	0
	すぐ飽きてしまう	1

女子学生の被服行動と社会心理的特性との関係

表3 数量化I類による分析結果

ア イ テ ム	カテゴリー	観 測 数	お し ゃ れ 志 向	
			係 数	レ ン ジ
自 己 実 現 欲 求	弱	14	50.7565	3.7212
	中	87	54.0995	
	強	40	54.4776	
劣 等 感	弱	37	0	1.8150
	中	86	-0.5476	
	強	18	-1.8150	
自 己 顕 示 欲	弱	26	0	3.5307
	中	107	3.5307	
	強	8	2.9310	
脱 体 制	弱	79	0	1.1485
	中	39	-1.1485	
	強	23	-1.0991	
好 奇 心	弱	40	0	4.4454
	中	78	1.8063	
	強	23	4.4454	
情 報 欲 求	弱	16	0	3.5743
	中	105	3.5743	
	強	20	1.5811	
女 性 度	低	15	0	4.2537
	中	112	2.6680	
	高	14	-1.5857	
心理的センシティブィティ	小	24	0	3.7684
	中	90	-0.3632	
	大	27	3.4052	
同 調 性	弱	31	0	4.2321
	中	76	-1.9306	
	強	34	2.3016	
体 力	弱	31	0	3.0951
	中	79	0.9464	
	強	31	3.0951	
知 的 関 心 度	小	41	0	3.1670
	中	82	2.2959	
	大	18	3.1670	
不 良 性 向	小	29	0	4.0354
	・	47	-1.3350	
	・	44	2.7004	
	大	21	1.8442	

重相関係数 = 0.59

比較的大きなウエイトとなる社会心理的アイテムは好奇心、女性度、同調性、不良性向、心理的センシティブィティ、自己実現欲求であり、女性度、不良性向以外のアイテムでは、どのアイテムもそれぞれの特徴の強い者程おしゅれ志向行動が大きい傾向を示している。なおこの分析の重相関係数は0.59でまずまずの相関を示した。なお各アイテム間の相関は比較的小

女子学生の被服行動と社会心理的特性との関係

表4 おしゃれ志向と種々の被服行動との相関

	ブランド志向	フェミニンな服装	服装規範	慎み深い服装	仲間に同調した服装	個性的な服装
おしゃれ志向	0.161*	0.199**	0.275**	-0.259**	0.019	0.454**
ブランド志向		0.231**	0.203**	-0.066	-0.177*	0.370**
フェミニンな服装			0.191*	0.007	0.140*	0.195*
服装規範				-0.038	0.038	0.200**
慎み深い服装					0.211**	-0.408**
仲間に同調した服装						-0.058

** 1% * 5% 水準で相関あり

で0.19、0.18の相関係数を示す項目があり、その他の係数も非常に小さな値であった。

次におしゃれ志向行動とその他の種々の被服行動との相関をしらべた結果を表4に示す。おしゃれ志向行動と1%水準で相関が高く出たものが個性的な服装であり、次いで服装規範、慎み深い服装(負)、フェミニンな服装であり、ブランド志向とは5%水準で相関がみられた。仲間に同調した服装とは相関が認められなかった。この結果からおしゃれ志向行動に高い相関を示した個性的な服装は自己主張、自己表現という個の面があるのに対し、一方仲間に同調した服装は社会的な要素がありこの2アイテムがお互いに拮抗し合いながら被服行動に共存するが、おしゃれ志向行動に於ては個性的な服装が大きく寄与していることがわかる。その他の行動ではブランド志向に個性的な服装が、慎み深い服装と個性的な服装では負の高い相関があるという納得のいく結果が得られた。

表5 おしゃれ志向の因子分析

第1因子 流行関心

項	目	因子負荷量
最近の流行や服装について話し合うのは、あまり好きでない		0.6913
最近流行している服やアクセサリをよく知っているほうである		0.5707
友人や家族の服の買物の相談にのるのが好きです		0.5462
服には、ある程度の変化や流行が必要である		0.5138

第2因子 ステータス・シンボル

項	目	因子負荷量
季節の変わり目には、いち早く次のシーズンの服に着換えている		0.6418
私は他の人よりも服の配色や組み合わせに気を使っている		0.5126
最近流行している服やアクセサリをよく知っているほうである		0.4666
服の着こなすには、あまり自信がない		0.4287
服によく調和したアクセサリを身につけるよう気をくばっている		0.4200

女子学生の被服行動と社会心理的特性との関係

第3因子 創造

項	目	因子負荷量
服装は個性を表わすのに重要な1方法です		0.6266
自分に似合った服を着ると、なにか豊かな気分になる		0.6124
服装は着ている人の創造性を表わす手段の1つである		0.4369
服を買う予定がなくても、洋服店や百貨店、スーパーなどの服売場を見てまわるのが好きです		0.3940
気に入った服を見つけたら、他の買物を犠牲にしてもその服を買いたい		0.3120

第4因子 購買

項	目	因子負荷量
本代や遊び代を節約してまで服を買おうとは思わない		0.5620
気に入った服を見つけたら、他の買物を犠牲にしてもその服を買いたい		0.4845
服を買う予定がなくても、洋装店や百貨店、スーパーなどの服売場を見てまわるのが好きです		0.4615
服装にあれこれ気を使うのは、わずらわしい		0.3288
自分に似合った服を着ると、なにか豊かな気分になる		0.3265

第5因子 無頓着

項	目	因子負荷量
外観と中身は別であり、服装にはあまり気を使わないようにしている		0.7979
服装にあれこれ気を使うのは、わずらわしい		0.4711
服によく調和したアクセサリを身につけるよう気をくばっている		0.2827
服の着こなすには、あまり自信がない		0.2478
最近の流行や服装について話し合うのは、あまり好きでない		0.2436

第6因子 情報探求

項	目	因子負荷量
服のダイレクト・メールや服装に関する新聞の記事に目をとおしている		0.6898
服を買う予定がなくても、洋装店や百貨店、スーパーなどの服売場を見てまわるのが好きです		0.2728
服には、ある程度の変化や流行が必要である		-0.2370
自分に似合った服を着ると、なにか豊かな気分になる		0.1729
服装にあれこれ気を使うのは、わずらわしい		0.1686

3-2 おしゃれ志向行動の因子分析

3-1で得られたおしゃれ志向行動測定尺度で測定された18の測定項目の反応得点合計結果をデータとして、因子分析を行った。表5は抽出した6因子について因子負荷量の絶対値が大きな質問項目を抜き出したものである。第1因子で大きな負荷量を示す項目は「最近の流行や服装について話し合うのは、あまり好きでない」「最近流行している服やアクセサリをよく知っているほうである」等、流行に対して関心にかゝりある項目がみられるため、この第1因子は「流行関心」と意味づけられる。同様に各因子についてその意味を検討し、第2因子を「ステータス・シンボル」第3因子は創造を示すグループであるため「創造因子」とした。第4因子は「購買因子」第5因子は「無頓着因子」第6因子を「情報探求因子」とし6つの因子が抽出された。

女子学生の被服行動と社会心理的特性との関係

表6 種々の被服行動測定項目

項 目		平均値	標準偏差	加算した値	
				平均値	標準偏差
ブランド志向	知らないメーカーの服よりもむしろブランドの服を購入することが多い	2.55	1.02		
	*服を買うとき、ブランドは気にしません	2.70	1.10	5.26	1.79
フェミニンな服装	女性らしく優雅な服装をするほうです	3.08	0.90		
	マニッシュな服よりもむしろフェミニンな服が好きです	3.56	0.93	6.64	1.59
服装規範	あるあらたまった会合に着るべき適当な服の持ち合わせがないとき、他の服で間に合わせるよりむしろその会合を欠席する	2.53	0.96		
	フォーマルな服あるいはカジュアルな服を場面に応じてかなり明確に区別して着ている	3.39	0.96		
	目上の人を訪問するとき、礼儀正しい服装をしていく	4.04	0.81		
	着ていく場所を重視して服を選ぶようにしています	4.14	0.72	14.10	1.93
慎み深い服装	*盛夏には、タンクトップを着て街に出ることがある	3.65	1.28		
	シースルー（透けてスリッパなどの見える）のブラウスやシャツは体を見せすぎだと思う	3.20	0.90		
	慎み深い服装をするほうです	2.84	0.85		
	*時には大胆な服を着て楽しみたい	2.21	0.95	11.90	2.39
仲間と同調した服装	友人といっしょにショッピングにいったとき、自分はあまり気が進まなくても、友人が似合うといったら、その服を買います	2.09	0.98		
	他の人が自分の服装についてどう思うか気にする	3.40	0.92		
	私は多くの人が着ているようなごく普通の服を選びます	3.13	0.96	8.61	1.78
個性的な服装	流行の服を仲間よりもわりと早く身につけている	2.37	0.91		
	他の人の注目を得ることができるような服を着るようにしている	2.37	0.97		
	色、柄、デザインなどで、なるべく他の人と違った服装をするほうです	2.96	0.86		
	流行のものを多くとり入れた服装をしています	2.62	0.90	10.32	2.75

*印 逆転項目

3-3 おしゃれ志向行動以外の被服行動と社会心理的要因

被服行動のおしゃれ志向行動以外の6アイテムの測定項目を表6に示す。この結果を外的基準変数に、社会心理的測定尺度を説明変数として数量化第II類で分析を行った。表7はその結果である。ブランド志向で最も効いている社会心理的アイテムは女性度で、女性が男性よりブランド物に深い関心を示す現実と符合している。フェミニン志向では同調性、不良性向の強いもの、服装規範は不良性向の弱い即ち真面目な者は規範に従った服装であるという常識的な結果を得た。又慎み深い服装をする者は自己実現欲求、同調性の弱いものという妥当な結果が得られ、仲間と同調した服装をする者は女性度・自己顕示欲、好奇心の程度がいずれも中程度のものであることがわかった。又個性的な服装では好奇心、情報欲求などのアイテムが関与していることが明らかとなった。なおこの社会心理的的特性尺度と被服行動との相関

表7 数量化II類による分析結果

		ブランド志向			フェミニンな服装			服装規範			慎み深い服装			仲間と同調した服装			個性的な服装		
		小	中	大	弱	中	強	小	中	大	弱	中	強	小	中	大	小	中	大
		23	107	11	29	95	17	28	80	33	36	64	41	29	91	21	37	70	34
		係数	レンジ	係数	レンジ	係数	レンジ	係数	レンジ	係数	レンジ	係数	レンジ	係数	レンジ	係数	レンジ		
自己実現欲求	弱	0		0		0		0		0		0		0		0			
	中	-0.0021	0.0459	-0.0438	0.0442	-0.0272	0.0272	-0.0966	0.1279	-0.0102	0.0254	-0.0241	0.0464						
	強	-0.0459		0.0004		-0.0054		-0.1279		0.0152		-0.0464							
劣等感	弱	0		0		0		0		0		0							
	中	0.0322	0.0322	-0.0139	0.0242	-0.0302	0.0419	0.0158	0.0491	0.0050	0.0348	0.0540	0.0540						
	強	0.0223		-0.0242		-0.0419		-0.0334		0.0348		0.0504							
自己顕示欲	弱	0		0		0		0		0		0							
	中	0.0416	0.0845	-0.0172	0.1113	-0.0031	0.0716	-0.0972	0.0972	0.0057	0.1093	0.0089	0.0514						
	強	0.0845		-0.1113		0.0686		-0.0878		-0.1036		-0.0425							
脱体制	弱	0		0		0		0		0		0							
	中	0.0032	0.0066	-0.0531	0.0531	-0.0068	0.0068	0.0371	0.0593	0.0387	0.0387	0.0018	0.0538						
	強	0.0066		-0.0191		-0.0015		0.0593		0.0029		-0.0520							
好奇心	弱	0		0		0		0		0		0							
	中	-0.0199	0.0493	0.0001	0.0610	-0.0102	0.0702	-0.0381	0.0779	0.1053	0.1053	0.0399	0.1202						
	強	-0.0493		0.0610		0.0600		-0.0779		0.0780		-0.0803							
情報欲求	弱	0		0		0		0		0		0							
	中	0.0139	0.0489	-0.0163	0.0877	0.0660	0.0703	0.0402	0.0524	0.0462	0.0462	-0.1067	0.1067						
	強	0.0489		-0.0877		0.0703		0.0524		0.0325		-0.0608							
女性度	低	0		0		0		0		0		0							
	中	0.1877	0.2688	-0.0090	0.0127	0.0208	0.0309	0.0198	0.0198	0.1124	0.1125	-0.0061	0.0761						
	高	0.2688		-0.0127		-0.0102		0.0160		0.1026		0.0700							
心理的センシビリティ	小	0		0		0		0		0		0							
	中	0.0071	0.0309	0.0380	0.0380	0.0626	0.1222	0.0292	0.0292	0.0191	0.0626	0.0091	0.0342						
	大	0.0309		0.0336		0.1222		0.0092		-0.0435		-0.0251							
同調性	弱	0		0		0		0		0		0							
	中	-0.0022	0.0838	0.0972	0.2110	0.0179	0.0718	0.0322	0.1049	0.0048	0.1018	0.0125	0.0135						
	強	-0.0838		0.2110		0.0718		0.1049		0.1018		0.0135							
体力	弱	0		0		0		0		0		0							
	中	-0.0108	0.0366	-0.0301	0.0579	0.0276	0.0301	-0.0548	0.0548	0.0292	0.0329	-0.0369	0.0369						
	強	-0.0366		0.0278		0.0301		-0.0459		0.0329		-0.0180							
知的関心度	小	0		0		0		0		0		0							
	中	-0.0160	0.0396	-0.0065	0.0369	0.0238	0.0628	0.0547	0.0551	-0.0360	0.0617	-0.0564	0.0564						
	大	-0.0396		0.0304		0.0628		-0.0003		0.0257		-0.0466							
不良性向	小	0		0		0		0		0		0							
	中	0.0026	0.0648	-0.0432	0.1494	-0.1240	0.1240	0.0141	0.0939	0.0104	0.0377	0.0041	0.0688						
	大	-0.0622		0.0231		-0.0598		-0.0475		-0.0094		-0.0084							
		-0.0347		0.1062		-0.0941		-0.0798		0.0284		-0.0647							
相関比		0.57		0.47		0.56		0.55		0.52		0.51							

女子学生の被服行動と社会心理的特性との関係

比はブランド志向では0.57で他の被服行動も0.57～0.47の範囲にあった。社会心理的特性要因の寄与の大きなアイテムはブランド志向では女性度が、フェミニンな服装では同調性であった。このことからブランドに対する志向は男性よりも女性の方が強いという事実、又フェミニン志向では個人よりも社会的な要因の強い同調が大きく寄与しているという結果が得られた。

4. 結 語

女子短大生を被験者として被服行動のおしゃれ志向、ブランド志向、フェミニンな服装、服装規範、慎み深い服装、仲間に同調した服装、個性的な服装の7アイテムを取りあげ、社会心理的特性との関連性を検討した。

1. まずおしゃれ志向の18項目について被験者の反応得点合計を外的基準変数とし、社会心理的特性要因12項目を説明変数にして数量化理論第I類で分析を行った。その結果重相関係数は0.59で最も寄与の大きい社会心理的要因は、好奇心、女性度、同調性、不良性向、心理的センシビリティ、自己実現欲求などであることがわかった。又おしゃれ志向と他の被服行動6アイテムとの相関をしらべた結果、相関の高いものはフェミニンな服装、服装規範、慎み深い服装、個性的な服装で、次いでブランド志向が5%水準で相関のあることがわかった。

2. おしゃれ志向行動測定尺度への反応得点を因子分析し、次の6因子を抽出した。第一因子「流行関心」 第二因子「ステータス・シンボル因子」 第三因子は「創造因子」とし第四因子は「購買因子」 第五因子は「無頓着因子」 第六因子を「情報探求因子」と解釈した。

3. おしゃれ志向行動以外の被服行動6アイテムの測定項目の反応得点合計を外的基準変数に、社会心理的スケールを説明変数として数量化理論第II類で分析を行った。その結果ブランド志向で最も効いている社会心理的アイテムは女性度であり、フェミニンな服装では同調性の強いものという日常体験と符合する結果を得た。服装規範では不良性向の、慎み深い服装をする者では自己実現欲求の夫々弱いものという結果が得られた。仲間に同調した服装をする者は女性度、自己顕示欲、好奇心の中程度のもの、個性的な服装では好奇心、情報探求等のアイテムが関与していることが明らかとなった。この社会心理的尺度と各被服行動との相関比は0.57～0.47で、この社会心理的特性尺度は被服行動の説明変数として有効であることがわかった。

本研究は昭和60年日本家政学会（於 昭和女子大）37回大会で発表したものである。

おわりに、御指導賜りました鳴門教育大学藤原康晴教授に又調査に御協力下さいました本学学生の皆様に深く感謝申し上げます。

参考文献

- 1) 西川正之；日本繊維機械学会，被服心理研究分科会テキスト，1985. 10
- 2) 神山 進；被服心理学，光生館
- 3) 1)と同じ
- 4) 三島仁美，中川早苗；奈良女子大，家改学研究，27. 109
- 5) 藤原康晴，家政誌，33, 548
- 6) 藤原康晴；家政誌，37, 493
- 7) 小林茂雄；日本繊維機械学会，被服心理学研究分科会研究発表会要旨（1983）
- 8) 鈴木裕久；化粧文化，No. 5. 33（1981）

その他

- 鈴木裕久；日本繊維機械学会，被服心理学研究分科会研究発表会要旨（1984）