

# 女子に関する衣服の研究 V

## — 女子短大生のファッションに対する関心について(1) —

### A Study of Women's Dresses V

#### — Female College Students' Interest in Fashion (1) —

北 村 悦 子

Etsuko KITAMURA

## I は じ め に

ファッションは、多くの人達に共有されている社会現象であるが、それは個々の感覚的な価値観に支えられているもので、今日では習慣にとらわれず自己流のファッションを楽しめる時代、そしてファッションの移り変わりが早い時代でもある。

近年の女子短大生を取り巻く生活環境も年々様変わりし、物余り時代、お金があれば何でも手に入る時代、そのような豊かな文化生活の中で作り上げられたニュー・ライフ・スタイルの恩恵を受けて、幼児期から育てられた若者達がファッションに対してどのような意識を持って接しているのだろうか。

1960年代には若者によって、ストリート・ファッションが創造されその時代をリードしたものであるが、はたして現在の若者は大衆を圧倒させる程のパワーを持ち合わせているのだろうか。

高校時の校則によって規制・画一化された制服から解放されて、着る物に対し自由が得られた女子短大生のファッションに対する意識・関心度について着目し、本学の短期大学部学生を対象にアンケートによる意識調査を実施したので報告する。

## II 調 査 方 法

### 1. 調査対象

北海道女子大学短期大学部服飾美術学科、平成7年度入学生の2年目(100名)、平成8年度入学生の1年目(100名)に対してアンケートにより調査を実施し、回収率は共に100%であった。

### 2. 実施時期

平成9年1月20日から25日までの6日間。

### 3. アンケート内容の概要

- (1) 流行についての関心度
- (2) 個性の表現について

- (3) ファッション関係の職業についての関心度
- (4) ブランド及びファッション・デザイナーについての関心度
- (5) 色彩感覚について
- (6) 服飾小物の取り入れ方について
- (7) 制服についての関心度
- (8) ファッション感覚について

大きく区分すると上記の内容になるが、20項目を設定し選択法、一部記述式によって、アンケート調査を行った。

### III 結果および考察

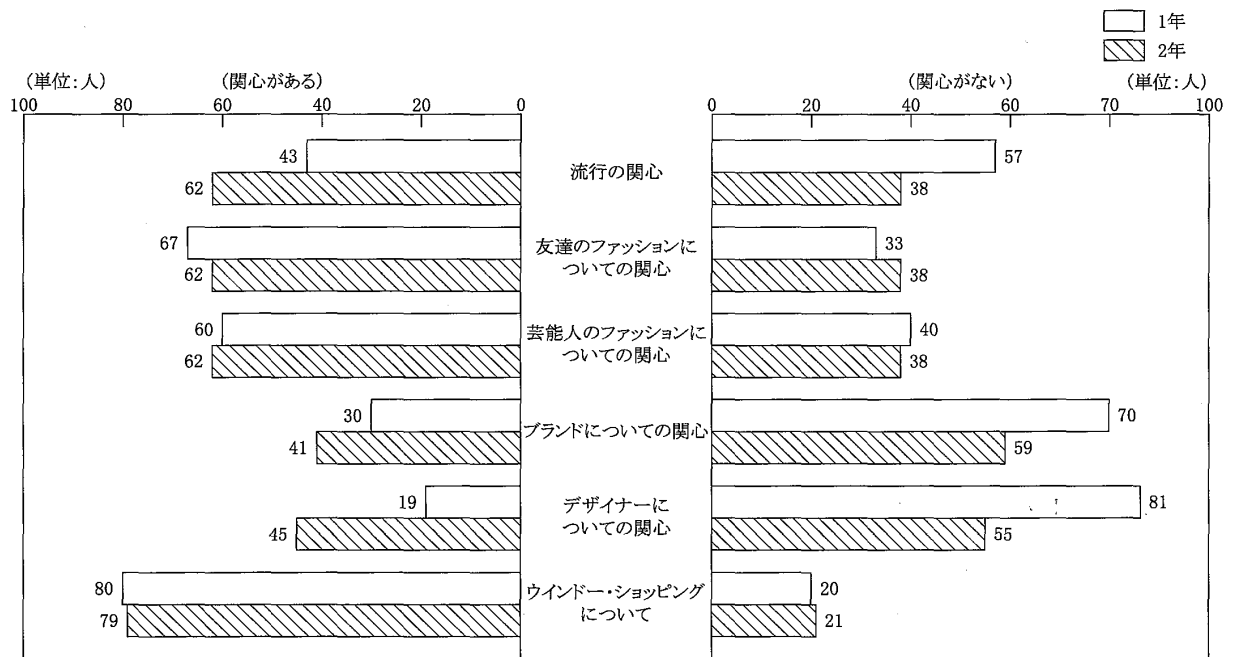
#### 1. ファッションについての関心度

「流行」についての興味・関心は図1のような結果で、流行に「関心ある」は、1年は100人中43人、「関心ない」は57人であり、2年は「関心ある」が100人中62人、「関心ない」は38人で、2年の方が流行に対しては関心度が高い。

1年、2年の「関心ある」と回答した者の結果・分析は図1-①に示した内容である。全体的にみると洋服の「デザイン」が38%、「色の組み合わせ方」が30%、「素材」が10%、「ヘアスタイル」が5%、「柄」が3%、「その他」16%の内容は「時代の変化がわかる」「全体のコーディネート」などである。

それらの流行を自分に取り入れる方法は各人各様であるが、色々な情報源を基に自分を表現しているようであり、その媒体となるものは、図1-②のような取り入れ方である。全体でみ

図1 ファッションについての関心度



ると「雑誌」からが43%、「テレビ」からが13%、「街中」からが9%、「その他」34%の内容は「デパートを見て歩く」「店員に聞く」などで、約半数の者がファッション関係の雑誌が情報入手の手段として取り上げている。

「友達のファッション」についての関心度は図1に示すように1年、2年共に半数以上の者が関心あり、どのような点に関心があるかを全体でみると、図1-③に示すように「個性的に着こなしているかどうか」が25%、「全体のコーディネート」が15%、「色の組み合わせ」が13%、「洋服のデザイン」が10%、「何処のブランドか」が5%、「その他」32%の中には「良い物は真似をして自分に取り入れる」などもあり、他人の良い所を認めて自分流にアレンジすることもされている。

「芸能人のファッション」も若者にはかなり影響を与えていると思われる(図1)。その関心の内容は

「洋服の着こなし」が16%、「色の組み合わせ」が14%、「全体のコーディネート」が14%、「洋服のデザイン」が11%、「流行を早く取り入れているから」が8%、「その他」が37%で、その中には「メイク」「ヘアスタイル」「流行が一目でわかる」「色々なファッションが見られて楽しい」「真似したい」「アクセサリ」「小物の扱い方」などである。

「ブランド・ブーム」は1970年代から1980年代にかけて我国でも評価され始め、その後はブランド志向と表現されてきたが、ブランドを選ぶことは、自分がそれを理解して使いこなせる感性を持つことであって、個々に受入れ方も様々である。学生にとって「ブランド」の関心・憧れは半数以下であるが(図1)、その少数の中で所有しているブランド物は「バッグ」が18%、「洋服」が14%で、「その他」68%の中には衣料品以外の「化粧品」「財布」「時計」「アクセサリ」

図1-① 流行の関心内容

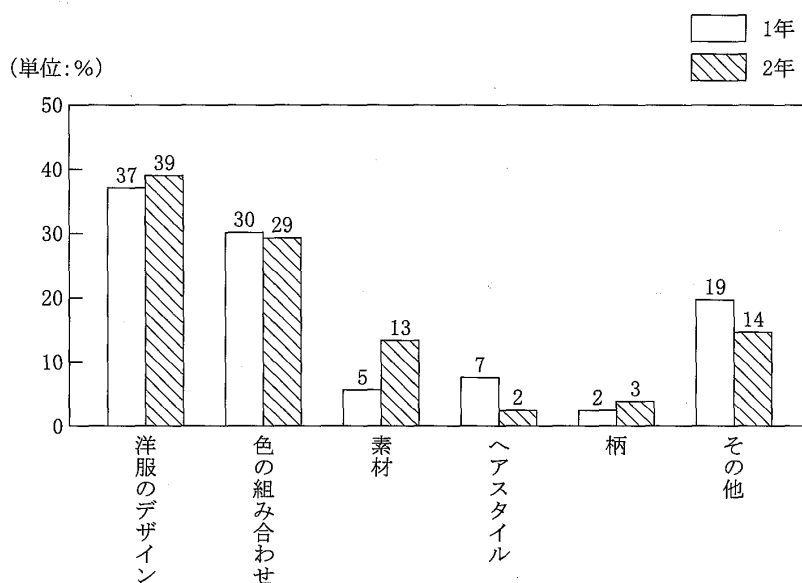
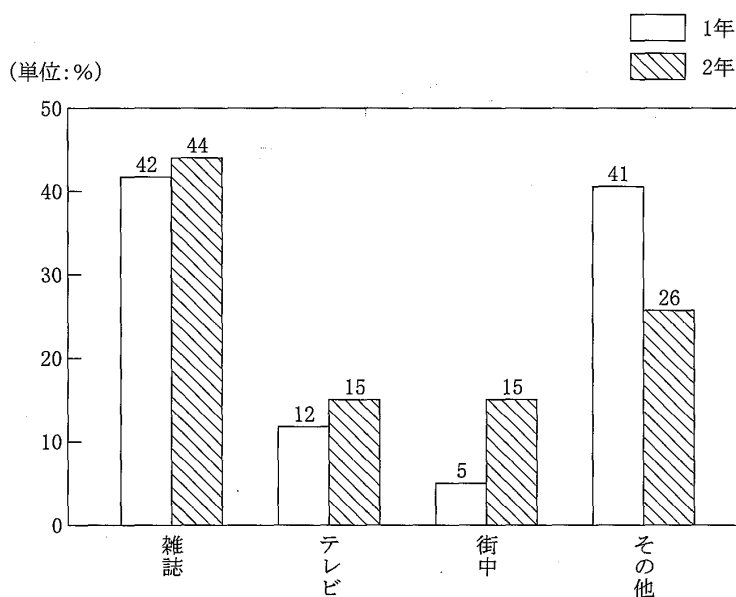


図1-② 流行を取り入れる手段



などの比較的手頃な金額の小物を所有している。

また、「関心ない」と答えた者は「高いから」が27%、「ブランドでなくても他に良い物があるから」が26%、「よくわからないから」が7%、「その他」40%の中には「皆が持っている個性がない」「好きでない」「自分は年齢的にまだ似合わない」である。

「デザイナー」についての関心度は、1年より2年のほうが高い数値を占めていて(図1),デザイナー名も認識しているが、全体に関心度は低いと思われ、それは「ブランド」に対する関心の低さと共通性がみられる。

「ウインドー・ショッピング」についての関心は1年、2年とも各項目の中で興味・関心が最も高く(図1),その理由は図1-④に示すように全体で半数近くの者が「時間に余裕のある時」で45%、「街に出た時」は12%、「お金があ

る時」が10%、「欲しい服がある時」が6%、「気分転換」が4%で、「その他」23%の中には6%の者が「お金が無い時」と答え、お金が無い時でもせめて気持ちの上でゆとりを持ちたいという願望が強いようである。

## 2. 個性の表現とファッション関連について

「着装に対して特に意識するかどうか」については、1年が41%、2年が55%と半数の者が洋服を無意識に着るのではなく、何かしらの気を使って意識していることが理解できる。

着装に関してどの様なことにこだわりを持って個性を表現するか分析すると図2に示すように1年、2年に共通することは、「自分の個性を意識し体型を考えて似合う装いをする」が49%、

図1-③ 友達のファッションについての関心内容

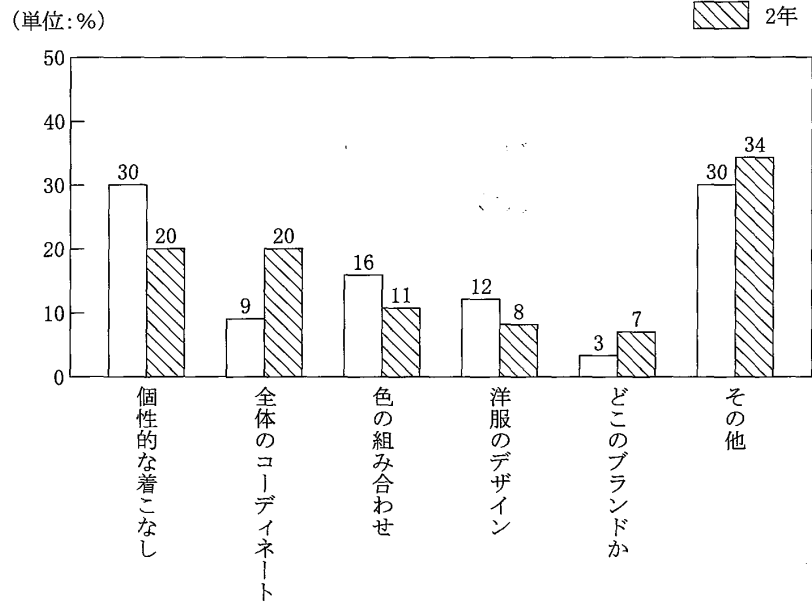
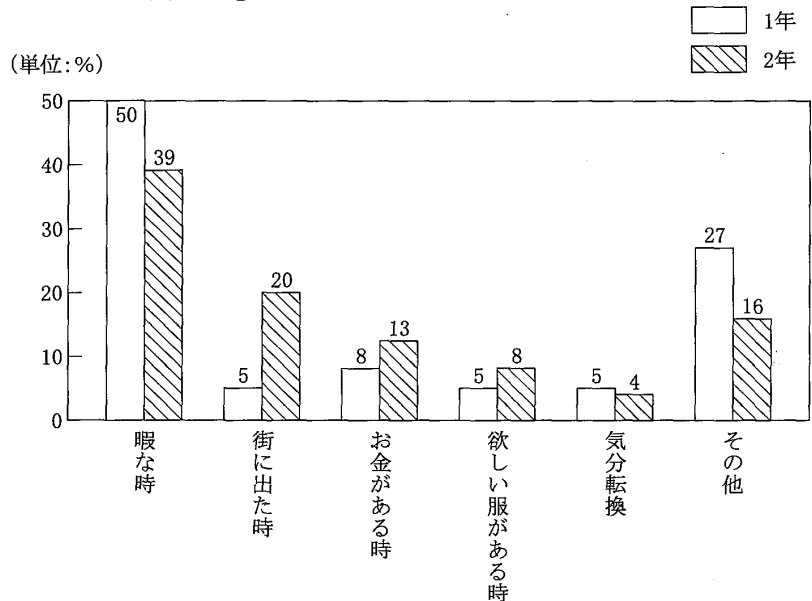


図1-④ ウインドー・ショッピングの理由



「着たい物を着る」が15%、「色の組み合わせに気を使う」が14%、「清潔に見えるように気を使う」が7%となり、「その他」25%では「小物の扱いでアクセントをつける」「流行を良く知って一部取り入れる」「TPOを考える」「他の人がしないようなスタイルをする」「下品にならないように」「綺麗にみえるように」などの工夫がみられ、また洋服を購入する際には「自分の趣味、嗜好にあっているか」「着用頻度」「着回し」が出来るかどうかも考え、賢い消費者の一面も見られる。

「ファッション関係の職業」については、全体で59%の者が憧れると答え、その職種は図3に示したが「デザイナー」が23%と多く、学生達にとっては「憧れ」の職業と思われる。次は「スタイリスト」で9%、「販売」が9%、「縫製」が7%、「コーディネーター」が6%、「アドバイザー」が4%、「パタンナー」が3%、「その他」39%の中には「企画」「モデル」「プレス」などがあげられた。

「フリーマーケット」は、あらゆる会場を使用して開かれているが、古着をベースとするリサイク

図2 着装の方法

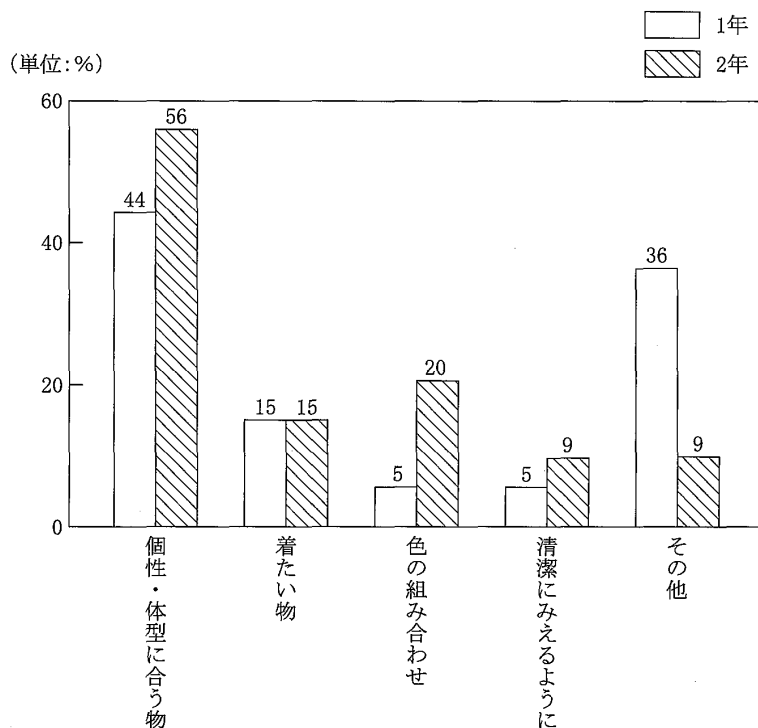
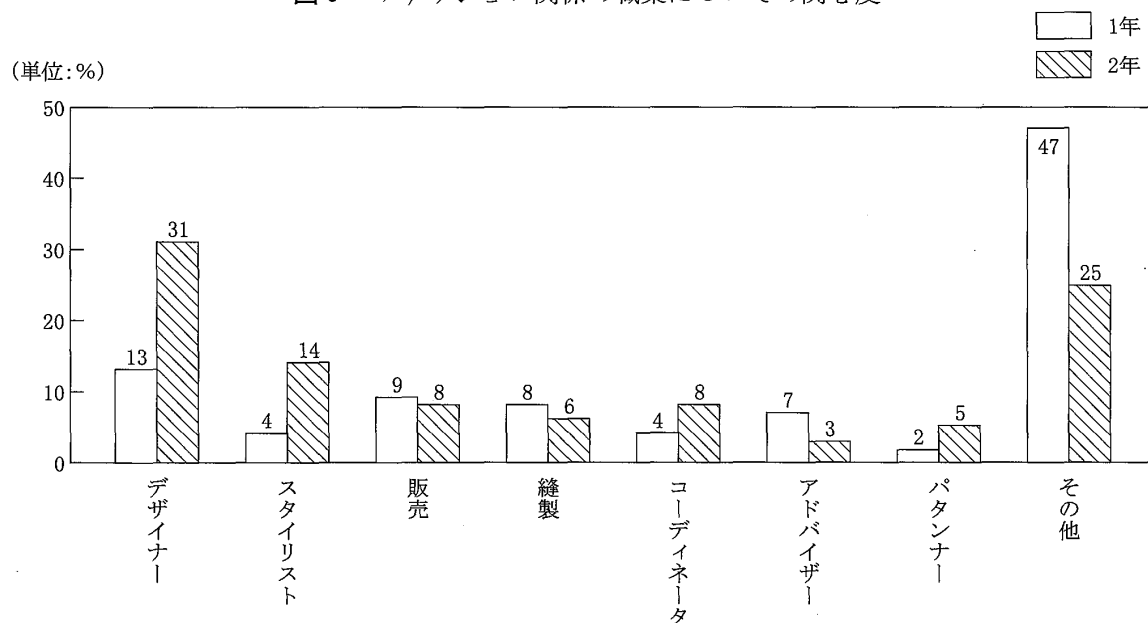


図3 ファッション関係の職業についての関心度



ル・カジュアルが主で若者にも人気があって関心度も高い。その場に出されるリサイクル品は価格が安く気に入った物であれば新品とは別の満足感があるようで、50%の者が興味があると答えた。さらに学生達の間では、母親が20年ほど前に着ていた古い洋服を、今風に新しい感覚で着用することで個性を表現する、いわゆる70年代のスタイルに注目している。また、日常着の服装は70%が「パンツ派」であるが、その中にはミニ・ワンピースとのコーディネートもみられる。「スカート派」はわずか15%で、スカート丈もミニ丈が殆どで、ロング丈はごく少数であり、残りの15%の者は特にこだわらず色々な装いをするようである。

「洋服あるいは服飾小物の購入先」は、「デパート」が全体で71%と圧倒的に多い、その理由は品物が豊富であり、一カ所で希望する物が入手出来ることにある。「ブティック」は24%で、近年通販ビジネスが根強い人気を保っているが、「通信販売」を利用する者は予想していたより少なく1%であった。「その他」の4%としては「古着屋」「セレクト・ショップ」などである。

### 3. 色彩感覚について

日常生活の中では多彩な色に囲まれて色彩体験をしているが、その色も周期律をもって流行し、毎年変わることによって様々な色を楽しみ生活に潤いを与えている。しかし、その流行を左右するのは消費者であり、洋服に関しても重要な役割を果たすもので、色には人に与える感じ、すなわち「知覚感情」(暖かさ、寒さ、重さ、軽さ、強さ、弱さ、堅さ、柔らかさ)という性質があって、視覚に強い影響を与えて印象に残るものである。

ファッション全体を通して、アンケート項目の中でも特に「色の組み合わせ」という内容に多数の関心がみられるが、はたしてどのような色彩を好むのか複数回答で図4に示す。その結果1年、2年共に、過半数以上が「黒」を好み、順を追ってみると「青」「茶」「白」「赤」となる。また好きな色は自分に似合う色と決め付けて、色調に共通性がみられる。

人はそれぞれ自分の好みによって似合う色、似合わない色と決め付けるが、おおよそは皮膚の色、瞳の色に関係があるといわれ、顔の近くに持ってくる色の分量にもよって、顔に映える色があり、そのような状態になったときに、似合うと表現がされると思われる。

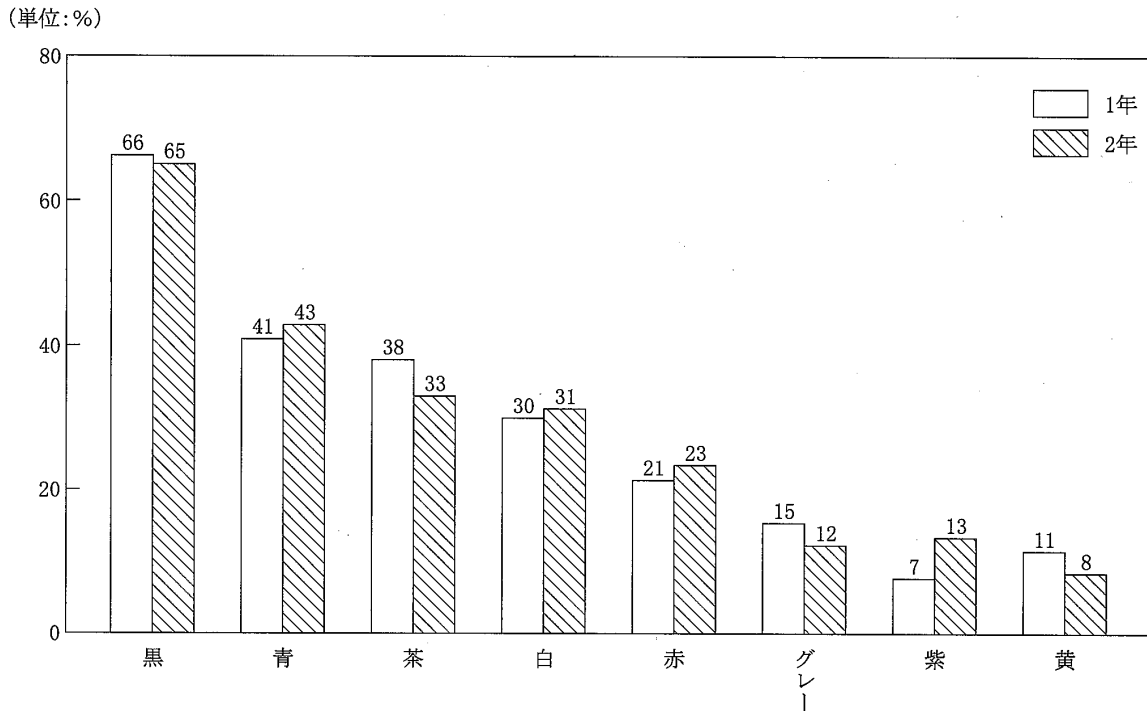
1980年代には、全身を黒で覆う「カラス族」といわれる現象がファッション界で見られたが、その時代とは取り入れ方が少々異なって、今回あげられた黒の多くは他の色との組み合わせに気を配っているようである。

### 4. 服飾小物の利用の在り方

トータル・ファッションを演出する上で欠かせない服飾小物類には、「スカーフ」「帽子」「ベルト」「アクセサリ」「靴」「鞆」等が考えられるが、その中でも手軽に取り入れられると思われるスカーフと帽子について回答させた。

「スカーフ」の所持者は全体で50%の者が所有し、所持数は図5-①に示したが、一人あたりの数は予想以下で少なく、所有者の使用目的は「衿元が寂しい時のアクセントとして」35%、「洋服のコーディネートとして」21%となっている。「その他」としては「防寒用」「全体のポイントとして」などである。

図4 好む色彩（複数回答）



「帽子」は、季節によって実用的、装飾的とその用途も広範囲である（単位:人）が学生の所持者は全体の58%の者が所有し、所持数は図5-②に示すような結果である。その取り入れ方についてみると「ファッションの一部として」が28%、「防寒用として」が18%を示すが、防寒用については帽子を被ることで下着を一枚多く着ることと同じくらいの保温効果があり、北海道のような寒冷地ではもっと多くの者が取り入れて欲しいと考える。「髪を隠すため」9%は、その日の髪形が気に入らなかったり、髪を整えるのが面倒な時となっている。「その他」では「日よけ」「全身が物足りない時」「個性を表現する」、5個以上の所有者は「コレクション

図5-① スカーフの所持数

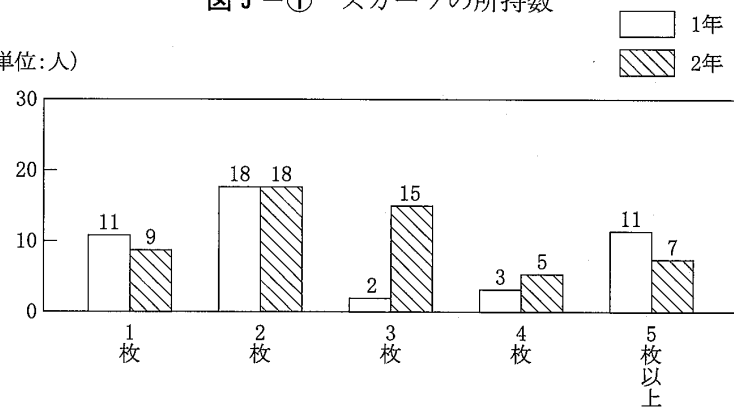
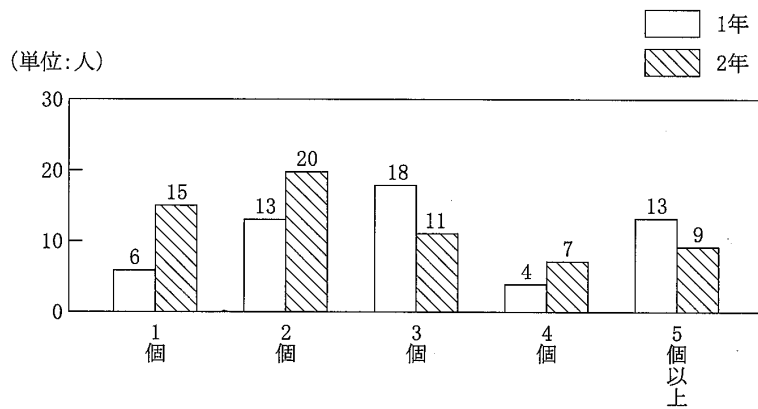


図5-② 帽子の所持数



ンとして収集」などで最高 25 個も所有している。

また、「靴」をみるとここ数年多種多様で、今年は季節を無視して真夏に「ブーツ」派、若い世代に新鮮に映るミス・マッチ感覚のナマ足に「下駄」派、リゾート風の「サンダル」派までに及び、足元だけでも様々で個性的である。

### 5. 制服についての関心度

日本の女学校で、セーラー服が広く全国的に採用されたのは大正時代の終り頃からであったが、それは 1910 年代後半に欧米のヤング・ファッションであったものが、我国には女学生の制服として導入された。

高校の制服のデザインも重要なポイントで、近年ではセーラー服以外に、某デザイナーがデザインしたエンブレム付きのブレザージャケットにタータンチェックのプリーツ・スカートの組み合わせなどアメリカンスクールなどの制服も採用されたり、またポロシャツやニットベストをコーディネートできる形態や、ネクタイ使用の場合も数種類用意されて豊富なバリエーションが楽しめるようにしている高校も多く見られる。

学生は高校時代に殆どの者が制服を着用した経験を持つが、また近い将来に体験するであろう企業の制服も含めての賛成数は図 6 に示すような結果である。

高校時の制服は「あったほうが良い」が全体で 86% と高い数値がみられ、その理由としては「楽だから」が 42% と半数近くを占め、私服だと毎日何を着るか選ぶのに大変なので決まっているほうが良いということである。次は「高校生らしい」が 16%、「経済的」が 12%、「可愛い」が 7%、「着る時期が限られているから」が 5% である。「その他」18%の中には「洋服に気を使う他に学ぶことがある」「高校生としての自覚がもてる」「気持ちが引き締まる」などである。

制服が「無いほうが良い」と答えた 14%の者は、理由として「個性を出せない」が 36%、「必要性を感じない」が 18%、「その他」には「毎日同じ服を着るのは不衛生である」「自分の好きな服を着たい」という意見もあり、好きな服装であれば気持ち明るく勉学に対しても積極的、意欲的になるようである。

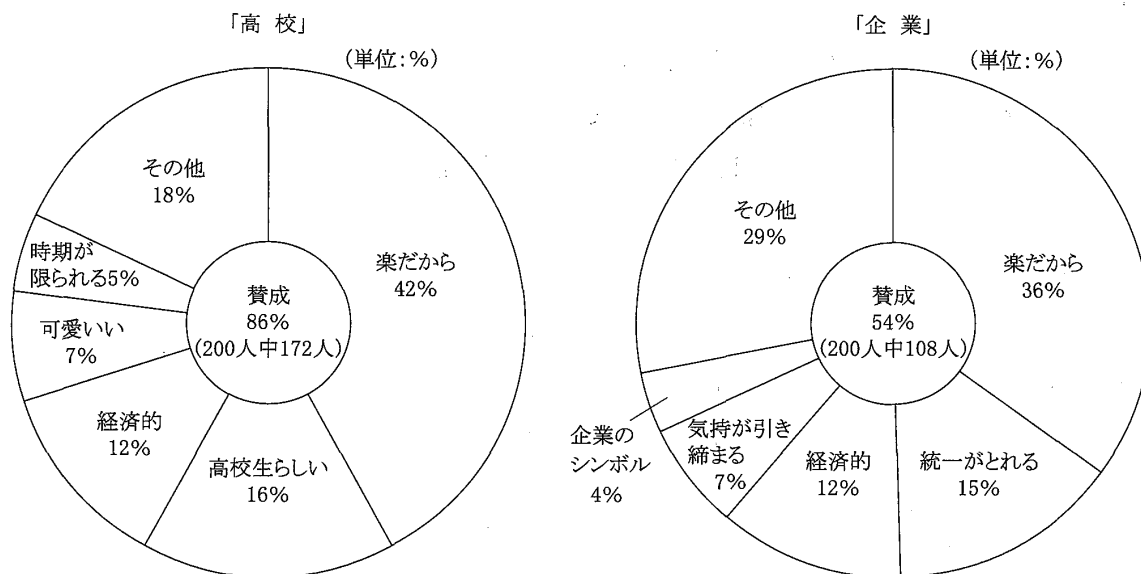
企業における制服は、1970 年 3 月に大阪で開催された「日本万国博覧会」を契機に変化してきた。それ以前は、経済的に衣生活を補助するという意味合いを兼ね備えていたので圧倒的にスモック・タイプが多かったが、70 年代以降は外国人デザイナーを起用することによって、世界に通用する企業というイメージをアピールし始めた。

企業の制服が「あったほうが良い」と答えた者が全体で 54% であり、その理由としては、高校の場合と同様で「楽だから」が 36% で、「職場の統一制があって良い」が 15%、「経済的」が 12%、「気持ちが引き締まる」が 7%、「企業のシンボルだから」が 4% となり、「その他」として制服を着ることによって仕事に対する「気持ちの切り替えができる」「ステキな制服なら良い」「働きやすい」「所属団体がわかる」などであった。

制服が「無いほうが良い」と答えた 46%の者の理由は「社会人になっても個性が表現出来ない」が 23%、「会社で着替えるのが面倒」5%、「その他」として「自分の好きな服を着て働き



図6 制服について



たい」「社会人だからいらない」「制服によって束縛されたくない」という意見もあった。

#### IV ま と め

「流行」とは、新しい感性と新しい価値観を先取りすることで成り立つもので、アンケート調査に回答した学生の半数以上の者が広い分野に対して興味・関心を示していて、さらに何を発信しているかを素早く読み取ることもみられ、また友人など他人のファッションについても興味深く観察している。

消費者を対象とするメディアは、ファッションに限らず生活全般に関して多数で、企業が一方的に提供する情報量が多すぎて選択するのが困難な「情報過多時代」である中、若者をターゲットとする本格的なファッション誌が豊富で、手頃な価格で入手も容易なことから、学生達はメディアの中では「雑誌」からの情報を収集する傾向が強く、その影響が最も大きい。しかし、それらに掲載されている服装などが本当に好きかどうかに関係なく、雑誌に載っている物だから取り入れる、という感覚でとらえている部分もみられる。

そのことから推察すると、同一志向が強く現れる傾向もみられ、価値観が複数でありながらも同時進行され、同じ物でも全く抵抗なく着ている場合もあるが、そのような状況下でも個性については、各自がこだわりを持っている。

「素材」は、その特性と風合いが問題で技術進歩に伴って多数開発されている今日、洋服に取っても着心地、機能性、視覚効果と極めて重要な要因となるが、学生の中には品質にもこだわり素材に注目する者も若干みられる。

「ブランド」については、あまり関心がなく経済的、年齢的な面でも取り入れることに無理があると思われ、したがってブランド志向を示す数値は低く、「デザイナー」への関心度も深く関

わって共通点がみられる。

「ウィンドー・ショッピング」については、予想以上に多くの者が日常生活の中で時間を充てており、視覚的に訴える物が豊富な環境の中においてファッション感覚を身につけたり、創造力と独自の感性を磨いたり、自然に養われている状況である。

普段着の「着装方法」に関しては、自分自身を良く把握して「個性」を意識し、表現していることが充分理解できる。また、服飾関係の「職業」については半数以上の者が関心を示しているが、懂れる要素が強くと現実になると考え方も変化するように思われる。

「色彩」については、「組み合わせ」に気を配っているが、学生達はイメージ的に寒色系を好み、取り入れる色数は少ないと思われる。色は上手に使うことで相手に与える好感度も変わるもので、その人の体型、顔立ち、皮膚の色、髪の色、性格に適合したものを取り入れることが望ましい。

「服飾小物」の扱い方については、「スカーフ」「帽子」の所持数も少なくトータル・コーディネートとしての意識は低く消極的であるが、ファッションも小物などを効果的に使って演出することが必要である。

「制服」については、各高校の個性が制服にも反映され、初期の制服である「セーラー服」もリボンなどに工夫が見られ、またカラフルな制服を採用している関係から制服に愛着を持っている者も多く、制約がある中で賛成派が多い。

企業の制服についても賛成派が多く、出勤時の装いは別と考えて、高校制服の受け入れ方と共通して言えることは朝の気忙しい時間帯に洋服の選択に気を配らなくてもよいからと思われる。

最近のオフィス用制服はデザインも豊富で色もバラエティーに富んでいるが、仕事をする上で自分の体型にサイズが合っていて機能的、実用的であること、また与える印象としては清潔感も重要視すべきである。

本学学生が回答したアンケートから推察できることは、ファッションについては意外と保守的な考えも持ち合わせているようである。

しかしながら街中での若者ファッションをみると開放的で、ミスマッチな着崩し、男女の性別が曖昧な装いなど古典的なルールが無視された「ノールール」と「カジュアル化」の現象が特徴と思われる。

したがって、主体的に「着ることを楽しむ」「似合っていると思ひ込む」などから人目を気にしないという傾向も感じられる。しかし、服装という外見のみで若者の価値観を判断することは困難と思われる。

今後ますますトレンド自体が拡散していくと思われる中で、「個性の時代」が強く打ち出されることが予測され、それが自由な装いにも関連してくる。

学生達の今後の衣生活について望むことは、時代の流れを的確に汲み取り、自分なりの明確なアイデンティティを持ち、トレンド及びブランドなどを適切に見極めて、多くの情報の中か

ら自分にとって本当にいい物を選択し、自己表現をすると共に、他人に好感を与える装いも考えてほしいと思うのである。

### 参 考 文 献

- 1) 片山又一郎：ニュー・ファッション化社会，株式会社ビジネス社，1987.11
- 2) 水牛くらぶ編集：モノ誕生「いまの生活」，株式会社晶文社，1990.4
- 3) 千村典生：ファッション・コーディネート，鎌倉書房，1991.3
- 3) 千村典生：時代の気分を読む，株式会社グリーンアロー出版社，1996.5