

女子学生のファッション意識解析へのアプローチ： ファッション情報の受容と購買行動への誘因

著者	坂野 世里奈
学位名	博士
学位授与機関	共立女子大学大学院家政学研究科人間生活学専攻
学位授与年度	2013年度
学位授与番号	32608乙第26号
URL	http://id.nii.ac.jp/1087/00002973/

	ぼんの	せりな	
氏名（本籍）	坂野 世里奈（愛知県）		
学位の種類	博士（学術）		
学位記番号	博乙 第 26 号		
学位授与年月日	平成 26 年 3 月 15 日		
学位授与の要件	共立女子大学大学院学則第 41 条第 4 項該当		
論文題目	女子学生のファッション意識解析へのアプローチ —ファッション情報の受容と購買行動への誘因—		
論文審査委員	(主査) 教授 芳住 邦雄 教授 上原 誉志夫 教授 丸田 直美 教授 大野 亮 教授 宮武 恵子		

論文内容の要旨

衣服着用の役割は、自然環境への適応と共に社会的な情報発信の機能がある。着用衣服は受け手に対する印象形成に大きな影響を与える。その非言語情報を消費者はどのように認識しているかが本研究の課題である。若年世代の代表的社会階層のひとつである女子学生は、多くの情報からファッションをどう捉えているか、流行現象の立ち上がりと衰退はいかなるものか、また母娘の関係は購買行動とどう関わるか。こうした課題を例として女子学生のファッション意識を定量的に把えるアプローチを展開したのが本研究の成果である。

消費者の意識は多様化し、その志向は複雑化している。錯綜する価値観をファッションに着目してその特性を多変量解析により解明することが本研究の目指す最終的な到達点である。

第 1 章では、ファッション情報の役割・歴史的意義をとりまとめた。人間にとっての衣服の役割は、生理的なもののみならず社会的なものへと重点を変化させつつ、拡大してきた。また、ファッション情報はその歴史において常に注目され様々な形で伝達されてきた。情報伝達のグローバル化により、あふれる情報から消費者がどのようにファッションを捉えているかの吟味の重要性が示された。

第 2 章では、20 歳代女性の着装に対して生じる印象がいかなる要因で形成されるかを解明した。ファッションは、多様化している。その一方で、雑誌やモデル、芸能人の影響を受けており、いくつかの系統に類型化できるともいえる。典型的な着装を 4 種類の代表的パターンとして抽出した。それらに対して同一の評価用語 24 項目を用いて 1 から 4 の評価得点による女子学生 230 名による評価を質問紙による集合調査法で得た。これらに主成分分析を適用した。第 1 主成分として「女性らしい愛されスタイル」、第 2 主成分として「個性的なこだわ

りスタイル」、第3主成分として「ブランド意識が支える華やかさスタイル」の印象が抽出された。累積寄与率は59.6%であり、全体像の6割程度がこの3主成分で説明されることが判明した。また、各アイテムの着装パターンがこうした3個の主成分により明確な位置付けが可能であることが示された。女子学生のファッション意識として着装スタイルの印象要因を明らかにした。女子学生は共通した認識を有し、類型化ファッションを識別評価していることを数量的に明らかにした。

第3章では、女子学生のファッション意識を基盤にして流行の形成過程をアンケート調査およびファッション雑誌により解析した。2011年春夏の流行アイテム動向に着目すると共に主要な2つのアイテムを選定して、ファッション雑誌での流行の推移を検討した。女子学生276名を対象に質問紙による集合調査法で調査を実施した。質問内容は、ファッション行動に関する5項目である。これらに対して4段階尺度で評価を得て、これらに主成分分析を適用した。第1主成分として「流行追随意識」、第2主成分として「差別化意識」が抽出された。2個の主成分による累積寄与率は57.7%である。さらに、春夏シーズンのファッションアイテム18項目に対する流行の度合いについてのアンケート結果を集計した。マキシ丈ワンピースとバギーパンツが2011年春夏の注目アイテムであることが判明した。これらアイテムのファッション雑誌における出現頻度を2007年1月号から2011年9月号までの5年各57冊、合計171冊の全ページを直接見て集計した。写真掲載数を指標とし、ファッション情報を縮約することで、明瞭な年次変動が認められた。さらには、女子学生のファッション意識が流行を支えていることが示された。

第4章では、母親と娘の組み合わせによつての購買行動に対する影響を評価した。女子学生へのアンケートにより日常における母娘関係の親密度と共に、ファッションに関わる価値意識を明らかにした。女子学生425名を対象に質問紙による集合調査法で行った。質問内容は、母親と娘との関係についての7項目、母親と娘との買い物行動に関する13項目である。これらに対して4段階尺度で評価を得た。データ分析には共分散構造分析を適用した。解析モデルにおける潜在変数として「母娘の親密関係」と「母娘の買い物行動」を設定した。前者が後者の原因となるパスモデルを構築し、そのパス係数として0.71が得られた。すなわち、本研究での要因構成によれば、母娘の購買行動の変化の程度は、母娘の親密度度合いにおける変化の程度に応じて係数0.71で変化すると言える。ファッションというテーマで母娘関係と購買行動の因果関係を数量的に明らかにしたのがこの研究による新規な成果であると結論付けられる。

第5章では、本論文全体を総括した。

論文の審査結果の要旨

ファッションは、産業、人々の生活、とりわけその精神面の充足にも欠かせないものである。それがファッション存在の大きな使命でもある。本研究は、女子学生のファッション意識

解析へのアプローチをファッション情報の受容と購買行動への誘因の検討に主眼をおいている。

感性で扱われることが多いファッション意識をアンケートに基づき、縮約というアプローチで数量化解析を試みている。すなわち、本研究では、多様な女子学生のファッション意識を多次元で取り出し、その後、統計学的手法で次元数低減化、つまり、縮約し可視化や議論を容易とする表現とした。3つの事例を通して女子学生のファッション意識を構成する要因を抽出して取りまとめることが本研究の目的である。研究対象は、若年世代の代表的社会階層の一つである女子学生である。

第1の事例では、20歳代女性の着装に対して生じる印象がいかなる要因で形成されるかを解明した。着装の与える印象は多様であるが、いくつかの系統に類型化できる可能性がある。それによる特徴的な印象効果は、受け手である若い女性たちに共通因子として認識されていることを明らかにした。すなわち、女子学生は全体として共通した認識を有し、類型化ファッションを識別評価していることを数量的に明らかにした。

第2の事例では、女子学生のファッション行動の意識と2011年春夏の流行アイテムをアンケート調査で明らかにした。また、流行アイテムのファッション雑誌の掲載数を調査することでトレンドの解析をした。流行追随意識の高い学生と低い学生の2つのグループにおいて、マキシ丈ワンピースとバギーパンツに統計学的差異が認められ2011年春夏シーズンの注目アイテムであることが推察された。ファッション雑誌3誌からのトレンド解析からマキシ丈ワンピースの流行は、20～30代にかけての若い女性に共通の時間軸で存在することが明らかとなったが、一方で、本論文の対象である20歳前後の女子学生抜きには、なしえないことが判った。とらえどころなくも見えるファッション雑誌の中からも写真掲載数を調査する方法で、ファッション情報を縮約し、女子学生のファッション意識が流行を支えていることが示された。

第3の事例では、限定的対象である女子学生、その世代に特有な意識構造、つまり母親の存在が女子学生のファッションの購買行動にいかに関与するかを研究の対象として注目した。本研究での要因構成によれば、母娘の親密度合いにおける変化の程度は母娘の買い物行動の変化の程度に応じて係数0.71で変化すると言える。母娘の関係については、親子の結びつきや家族関係の解釈といった視点で研究がこれまでされてきたが、本論文のようにファッションアイテムの購買行動への影響を明らかにしたものはない。ファッションというテーマでその因果関係を数量的に明らかにしたのが、この研究による特筆する成果である。

本研究においては、女子学生のファッション意識を把握するに際して、数量的な解析アプローチを展開した。ファッションの類型化の認識、ファッション情報の受容、母娘関係による購買行動への誘因の事例解明を通じてファッションに内在する特質を明らかにした。こうした成果は、今後のファッション産業の展開における基礎情報として貢献しうる優れた業績である。よって、審査員一同は、博士（学術）の学位論文に十分に値するものと認めた。