

浴衣の着装体験が温泉地域の活性化やファッションセラピーに及ぼす影響

孫 珠熙

The Effect of Yukata (a Casual Cotton Kimono)-Wearing Experience on Hot Spring Resort Area Revitalization and as a Fashion Therapy

Ju-hee SOHN

Abstract

This study examines what people think about wearing a yukata and the effect wearing one might have on them as a type of fashion therapy.

1. The image the subjects (students) have of yukata worn at hot spring hotels and inns:

Males: soothing (57.1%), ③cool (as opposed to "warm") (57.1%), easy to wear (51%)

Females: loose (52.6%), easy to wear (51.7%), comfortable, soothing, and cool (48.3% each).

2. The image the subjects have of yukata worn at events:

Both males and females feel this type of yukata makes the wearer look mature (45%). With regard to the feeling of excitement, females feel the image of yukata as exciting more than males do (63.8% of the females versus 36.7% of the males). It is considered that females feel psychological enjoyment as comfortableness. On the other hand, it is suggested that males focus on physiological comfortableness, such as "cool (as opposed to "warm")" (49%) and "refreshing" (46.9%).

3. The structural equation model of "consciousness and attitude towards yukata" consisted of 2 latent constructs ("dressing up/dressing in yukata" and "a change of pace/fashion therapy") with 8 manifest variables. The results of covariance structure analysis showed that the hypothetical model had statistically acceptable structural validities (GFI=0.939, AGFI=0.884, and RMSEA=0.000).

A correlation of 0.4 was observed between "dressing in yukata" and "a change of pace/fashion therapy" as indicated by the results, such as the more the person 'wears yukata stylishly (0.91)' and 'cares about not only yukata but also about the color combination of obi sashes and yukata (0.53),' the more he/she feels that 'Wearing a yukata makes you feel you are someone different from your usual self' (0.85) or 'Wearing a yukata creates a different impression of the person who is wearing it' (0.78).

キーワード：ゆかた, ファッションセラピー, 着装体験, 温泉地域, イメージ

keywords : Yukata(a Casual Cotton Kimono), Fashion Therapy, Wearing Experience, Hot Spring Resort Area, Image

1. 緒言

2020年の東京オリンピック開催で、外国人観光客の増加が見込まれる。そこで、和文化を気軽に体験できる温泉浴衣（温泉旅館の館内着としての浴衣）に注目した。振袖、イベント用浴衣については多数の研究があるが、温泉浴衣に関する研究は殆ど見当たらない。

富山の都市は地味なイメージがあるが、県内には立山の美しい自然があり、また富山県は全国でも温泉施設が多い県である。ファッションでは、人口当

りの「しまむら」ブランドの店舗数が多い。「しまむら」が多いのは、県民の平均身長が他県より高いため、手軽な価格でサイズの選べる「ユニクロ・しまむら」などのサイズブランド（多様な体型に合わせた複数のサイズを展開する）系が他県より好まれるからである（孫・榊原 2015.3）。

著名な「マズロー（Maslow）の欲求段階説」では、最も低次元（基本的な）の欲求である生理的欲求から最終段階の高次元の欲求である自分らしさ・自尊心への欲求まで、人は段階的に上位の欲求を求めると説明されている（フランク・ゴープル 1972）。

没個性的だった一昔前の既製服と違って、今日では、各人がTPOに相応しい十人十色の服装を楽しんでいる。しかし、温泉浴衣について見れば、従来の個性のない浴衣のままである。

最初のファッションセラピー (Fashion therapy) は1959年にアメリカのサンフランシスコ精神健康協会とファッショングループ共催で、カリフォルニアのナバ州立病院に入院した女性患者のために週2回4週間計8回にわたり実施された。また、テキサス州立病院では、精神病に入院された女性患者を対象に6週・9週プログラムに実施された。いずれも、患者は身体および外見満足度と自己概念が向上されたとしている(崔, 2010)。これらは医療行為とは言えないが、被服における心理的治療として取り入れられ、こころを元気にする他、自信感の回復に効果を得ている。

国内外研究動向との関連性について、装いと高齢者の介護予防の側面では、日本繊維機械学会誌の特集「高齢者のためのファッションセラピーへのアプローチ」(2000.6)に、「老人ホームにおける衣生活とおしゃれ行動」(小林 2000.6)などがある。次いで、日本繊維機械学会誌の特集「高齢者のためのファッションセラピーの可能性」(2002.4)に「高齢者の着装感情や服装への関心と日常生活・健康状態との関係」(泉加代子 2002.4)などがある。

また、日本家政学会被服構成学部のシンポジウム「生活の質を高める衣服；健康で自立した高齢期を過ごすために」(2009.3 日本家政学会被服構成学部)に、こころを元気にする衣服として高齢者におけるファッションショーの効果が紹介された。

ファッションセラピー (ファッション療法) は日本でも韓国でも、アメリカに留学した研究者により紹介された。被服学分野以外の事例では第27回日本医学総会 (2007年4月4日) に装う事によるアンチエイジング特別企画として「ファッションセラピー」が企画された。

日本医学総会のファッションセラピーの定義は高齢者の生活スタイルにおける「装い」に注目し、若い世代に特有と誤解されがちなファッション性や遊びを高齢者の健康維持や予防治療に取り入れる」という井上教授の考えに基づき、時代の流行を取り入れてお洒落を楽しむ従来のファッションとは一味違う「高齢者が主役の着飾りなどの感動のライフプラン」を知ってもらうためと説明している。

筆者は2008年からデイケア高齢者の着装評価の研究を行い、2012年4月には「The Fashion Hub, Global Symposium」をテーマとする国際シンポジウムにて「Wearing Evaluation of Global SPA Brand Conventional Brand Clothes by Elderly Day-Care Subjects」について講演をした。

また、デイケア高齢者によるファストファッション系ブランド・既存ブランドの着装評価(孫, 2014)、女子学生のファッション行動と購読女性雑誌に関する研究(孫, 2013)を行った。このように、おしゃれ行動を通して情動を活性化させる試みが行われ効果をあげている事例はあるが、ファッションショー体験行事を行うためには、多くのスタッフと事前準備や企画が必要である。

これらの研究成果の発展として、本研究はスローファッション (Slow Fashion) 系の伝統和服である浴衣 Yukata (a casual cotton Kimono) に着想し、温泉場面の浴衣と晴れ着場面の浴衣の心理的効用について検討する。また、浴衣の着用体験が温泉地域の活性化やファッションセラピーに及ぼす影響を明らかにすることを目的とする。

本研究でのファッションセラピーの定義は、「装いの心理」(小林, 2003)の「私たちは着装のしかたにより気分も変化することを経験している。このことは、装いのしかたが着装者の精神面に影響していることを示唆する。この考え方を応用したものにファッション療法 (ファッションセラピー) がある」とする。

しかし、ファッション療法の潜在的構造の解明はあまりなされていない。また、「ファッションセラピー」のような潜在的感性の外在化関連文献も見当たらない。

さらに、浴衣に関する研究は晴れ着に着る場面の浴衣が殆どで、本研究のように、温泉地で着る非日常の場面の着脱しやすい「浴衣」を取り上げた研究はあまり見当たらないのが現状である。洋服はファストファッション (Fast Fashion) 系が流行っている。一方、和 문화の継承や和 문화体験においても、Slow Fashion 系のゆかたにおける装い行動が心に与える影響を明らかにすることは意義のあることと考える。

2. 方法

2-1. フィールドワークによる調査方法

富山県・石川県内の温泉施設に関してフィールドワークを行った。富山県黒部市役所及び温泉宿で浴衣着用行動調査をし、宿の支配人・広報担当者や来場客にインタビューを行った。フィールドワークは、「延楽旅館」「宇奈月国際ホテル」「ひみのはな」「つるぎ恋月温泉」は2014年9月、「片山津温泉かのかや光楽苑」「多田屋」は2015年3月に行った。また、温泉宿・ホテル側が施設で行っている「お客様用の質問紙」内容を調査した。東京都は主に「大江戸温泉物語（2003年3月に開業）」をリサーチした。

大江戸温泉を選んだ理由は、①日本初の温泉テーマパーク、②通常の営業時間は午前11時から翌朝午前9時まで、③「江戸の町」を都心に再現したお台場の新名所、④気軽に行ける温泉施設として男女を問わず子供からお年寄りまで幅広い人気がある、⑤江戸時代にタイムスリップすることをテーマとしている、⑥入館後は施設が貸し出す種類豊富な浴衣に着替えて過ごせる、⑦外国人の来客がオープン当時（2003年）より3倍増えていること、⑧予約なしで行ける、⑨足湯がある、⑩一人でも行ける、⑪和文化を楽しめる、などで話題や人気を集めているからである。

2-2. 質問紙による予備調査方法

男女大学生の計108名に実施した。回答者は筆者の講義科目の受講者を対象とした。質問内容はゆかたの着装場面「①浴衣（温泉で着る）②浴衣（晴れ着）」によって異なる感情・気分についてそれぞれの場面ごとに3つの例を自由記述方式により答えさせた。

本研究での晴れ着用浴衣とはイベント用、お祭り用とする。

回答者が発信した言語（文章）の出現頻度を分析した。その後、浴衣着装イメージに関する形容語を上位33項目選んだ。

2-3. 予備調査・本調査の実施時期及び分析方法

予備調査（2014年6月11日）は浴衣の着装場面によって異なる感情・気分について自由記述による調査を行った。本調査の時期は7月に行った。6月と7月に実施した調査は筆者の授業の受講者であ

る。分析方法について、予備調査ではテキスト分析ツールはSPSS Text Analytics for Surveysを活用して、文章をカテゴリ化した。主要キーワードの抽出、結果の調整、回答のカテゴリ化、主要キーワードの頻度やキーワード間の関係の把握を行った。テキストマイニングとは文章形式のデータが得られた時に、情報技術の力を借りて、データから有益な情報を抽出する方法論である。どのような言葉が多く登場するかがわかる。

予備調査の結果を基に、本調査では、浴衣のイメージ測定項目（33項目）を作成した。本調査の分析方法では浴衣に関する意識・行動（28項目）の構造を明らかにするために因子分析を行った。また、変数間の関係性をパス図を用いて表現し、分析するプログラムであるAMOS（共分散構造分析用の統計解析ソフトウェア：Analysis of Moment Structures）を利用し、構造方程式モデリング（SEM：Structural Equation Model）を視覚的に表した。共分散構造分析は構成概念や観測変数の性質を調べるための統計的分析手法である（豊田，2003）。

2-4. 本調査の測定項目

- 1) 予備調査の結果で得られた33項目の形容語を本調査の項目とした。「温泉の浴衣を着た時に持つイメージについて」、複数回答を求めた。同様に「晴れ着の浴衣を着た時に持つイメージ」についても同じ形容語33項目を設定し、複数回答を求めた。
- 2) 浴衣に関する意識・行動の構造を調べるために28項目の測定尺度を作成した。そして、各項目について、「6非常にあてはまる」「5当てはまる」「4ややあてはまる」「3あまりあてはまらない」「2あてはまらない」「1非常にあてはまらない」の6段階で評定を求めた。28項目の測定尺度はイベント用と温泉用の2種類の浴衣の着用行動を考慮し、予備調査の結果も含めて独自で項目を作成した。

3. 結果

3-1 フィールドワークによる調査研究の結果

(1) 温泉の宿泊客を対象に質問紙調査をすることは極めて困難であることがわかった。実際に温泉宿の部屋においてある宿泊客用の質問紙も回収率は低

いようである。温泉宿の「ご宿泊・ご休憩についてのアンケート」の内容は客室、朝食、夕食、係員の対応、浴場の質問が殆どで、浴衣の満足度に関する意見を聞く項目はなかった。日帰りで館内着を提供する温泉施設は上下が分離しているジャージ素材を提供している施設はあった。

一方、「延楽」「宇奈月国際ホテル」「黒部市役所」「ひみのはな」は積極的に取り組んでくれた。例えば、従業員・社員を対象にして質問紙調査も可能であること、宿泊客・入場者には質問紙に協力していただいた方に記念品など謝礼をする方法などが考えられた。富山県の観光・地域振興観光課の統計資料によると、宇奈月温泉は年間308,000人（H25年）、358,000人（H21年）で人数が減っていることがわかる。有料で選べる浴衣を貸出ししている宿（延楽、ひみのはな）もあった。

(2) 東京都の大江戸温泉物語は2015年3月に大手外資系ファンドのベイキャピタルの傘下に入り、規模拡大を目指すことになった。TBSのWeb報道資料によると年間売上は41億円と公表している。

来場者は19種類のオリジナル浴衣から好きな浴衣を選び着用する。浴衣のサイズも身長に応じて多様化している。江戸をテーマにした日帰り温泉施設で、手軽な価格で和文化が味わえることで、外国人や若者にも人気がある。女子の脱衣室には自動販売機で下着をデザインとサイズ別に選択し購入できる

ようになっていた。また、浴衣の着方の案内、アメニティ用品に日本語、韓国語、中国語で表記され、外国人の観光客を対象としたサービスに気を配っていた。

3-2 イベント用（晴れ着用）浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計（全体）

男子48名、女子58名の計106名の若者にイベント用の浴衣を着た時に持つイメージについて複数回答を求めた結果、わくわく（55）、大人っぽい（49）、華やか（48）、涼しい（45）、爽やか（43）の順に出現頻度が多かった。また、どの単語が同時に使われているかを見るには、単語同士のクロス集計が役に立つ。表1に全体のイベント用浴衣の着装感情・気分の形容語（上位16）同士のクロス集計表を示した。表中の数値は同時に登場する回数を表している。

わくわくとわくわくの登場回数が55となっているが、同じ形容語同士の組み合わせは、単にわくわくという形容語が55回登場したということの意味している。他の組み合わせに目を移すと、「わくわくとうれしい」「わくわくとはなやか」の回数が多いことがわかる。このように表を眺めることで、どの形容語とどの形容語が同時に登場するかを把握できる。表1からは、次のような組み合わせが多いことがわかる。

Table 1 EVENT YUKATA IMAGE 形容語のクロス表

（女男込 N=107, 15形容語の上位出現頻度）

上位15形容語	イベント用浴衣の着装イメージ（上位15形容語のクロス表）															合計
	1 落ち着く	3 わくわく	4 清潔	5 嬉しい	6 大人っぽい	7 可愛い	10 涼しい	11 爽やか	16 目立つ	19 華やか	21 おしゃれ	25 楽しい	27 うきうきする	28 明るい	29 ドキドキする	
1落ち着く	21	7	12	7	11	9	17	11	6	6	7	4	4	4	5	21
3わくわく	7	55	16	31	27	27	23	23	21	31	26	25	27	20	17	55
4清潔	12	16	30	12	16	13	19	17	10	14	13	9	9	9	10	30
5嬉しい	7	31	12	40	16	23	16	19	19	27	22	22	22	17	16	40
6大人っぽい	11	27	16	16	49	19	24	20	18	21	16	12	20	11	11	49
7可愛い	9	27	13	23	19	40	17	17	15	28	20	20	21	16	14	40
10涼しい	17	23	19	16	24	17	45	28	16	19	16	14	16	14	10	45
11爽やか	11	23	17	19	20	17	28	43	17	20	17	13	17	14	10	43
16目立つ	6	21	10	19	18	15	16	17	36	21	14	14	21	14	13	36
19華やか	6	31	14	27	21	28	19	20	21	48	20	20	23	20	17	48
21おしゃれ	7	26	13	22	16	20	16	17	14	20	33	15	15	13	13	33
25楽しい	4	25	9	22	12	20	14	13	14	20	15	32	22	13	13	32
27うきうきする	4	27	9	22	20	21	16	17	21	23	15	22	37	18	10	37
28明るい	4	20	9	17	11	16	14	14	14	20	13	13	18	29	8	29
29ドキドキする	5	17	10	16	11	14	10	10	13	17	13	13	10	8	24	24
	21	55	30	40	49	40	45	43	36	48	33	32	37	29	24	106

イベント用（晴れ着用）浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計（全体）は「わくわくーうれしいーはなやか」「大人っぽいーわくわくー涼しい」「華やかーかわいいーうきうき」「爽やかー涼しいーわくわく」が同時に登場する回数が多かった。

3-3 イベント用（晴れ着用）浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計（女子）

女子58名に対し、イベント用の浴衣を着た時に持つイメージについて複数回答を求めた結果、わくわく(37)、かわいい(32)、華やか(32)、大人っぽい(27)、うきうきする(27)涼しい(21)、おしゃれ(21)の順に出現頻度が多かった。また、どの単語が同時に使われているかを見るには、単語同士のクロス集計が役に立つ。表2に女子のイベント用浴衣の着装感情・気分の形容語（上位12）同士のクロス集計表を示した。表中の数値は同時に登場する回数を表している。

わくわくとわくわくの登場回数が37となっているが、同じ形容語同士の組み合わせは、単にわくわくという形容語が37回登場したということの意味している。他の組み合わせに目を移すと、「わくわくとかわいい」「かわいいとはなやか」の回数が多い

ことがわかる。このように表を眺めることで、どの形容語とどの形容語が同時に登場するかを把握できる。表2からは、次のような組み合わせが多いことがわかる。

女子のイベント用（晴れ着用）浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計は、「わくわくーかわいいー華やか」「うきうきー華やかーかわいい」「おしゃれーかわいい」が同時に登場する回数が多かった。

女子はイベント浴衣に対してわくわく、かわいい、華やかと感じていた。イベント用浴衣がわくわくと答えた37名はかわいい(24名)、華やか(22名)な感情を抱いていた。

3-4 温泉浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計（女子）

女子58名の温泉宿用の浴衣を着た時に持つイメージについて複数回答を求めた結果、楽な(30)、ゆったり(30)、落ち着く(28)、涼しい(28)、快適(28)の順に出現頻度が多かった。また、どの単語が同時に使われているかを見るには、単語同士のクロス集計が役に立つ。表3に女子の温泉用浴衣の着装感情・気分の形容語（上位19）同士のクロス集計表を示した。

Table 2 EVENT YUKATA IMAGE 形容語のクロス表

(女子 N=58, 上位12位の形容語の出現頻度)

上位12位 形容語	上位12位 イベント浴衣												合計
	Q2-3 わく わく	Q2-6 大人っ ぽい	Q2-7 可愛い	Q2-10 涼しい	Q2-11 爽やか	Q2-16 目立つ	Q2-19 華やか	Q2-21 おしゃ れ	Q2-25 楽しい	Q2-27 うきう きする	Q2-28 明るい	Q2-29 ドキド キする	
Q2-3 わくわく	37	18	24	14	14	9	22	18	18	19	13	14	37
Q2-6 大人っぽい	18	27	13	12	10	7	14	10	9	15	8	8	27
Q2-7 可愛い	24	13	32	12	12	9	24	16	16	16	13	11	32
Q2-10 涼しい	14	12	12	21	11	8	13	8	8	11	8	7	21
Q2-11 爽やか	14	10	12	11	20	8	13	9	8	11	7	7	20
Q2-16 目立つ	9	7	9	8	8	17	11	7	7	12	6	9	17
Q2-19 華やか	22	14	24	13	13	11	32	15	14	17	14	14	32
Q2-21 おしゃれ	18	10	16	8	9	7	15	21	9	9	8	11	21
Q2-25 楽しい	18	9	16	8	8	7	14	9	21	16	8	9	21
Q2-27 うきうきする	19	15	16	11	11	12	17	9	16	27	11	8	27
Q2-28 明るい	13	8	13	8	7	6	14	8	8	11	18	7	18
Q2-29 ドキドキする	14	8	11	7	7	9	14	11	9	8	7	18	18
	37	27	32	21	20	17	32	21	21	27	18	18	58

Table 3 温泉 Yukata Image 形容語のクロス表

(女子 N=58, 上位19イメージ形容語)

19形容語	上位19形容語 温泉浴衣女子58名																		合計	
	Q4-1 落ち着く	Q4-2 軽快	Q4-3 わくわく	Q4-4 清潔	Q4-5 嬉しい	Q4-6 大人っぽい	Q4-7 可愛い	Q4-8 歩き回る	Q4-10 涼しい	Q4-11 爽やか	Q4-12 楽な	Q4-13 安心する	Q4-14 解放感	Q4-23 快適	Q4-24 ゆったり	Q4-25 楽しい	Q4-26 さっぱり	Q4-27 うきうきする		Q4-33 はだける
Q4-1 落ち着く	28	7	8	8	6	4	2	6	16	8	13	5	9	13	17	6	10	6	7	28
Q4-2 軽快	7	14	6	4	6	2	3	5	10	6	7	3	6	8	7	4	8	5	5	14
Q4-3 わくわく	8	6	23	3	10	3	6	6	10	8	12	4	3	11	9	10	6	11	8	23
Q4-4 清潔	8	4	3	17	3	7	2	2	9	8	11	3	6	10	11	2	10	2	3	17
Q4-5 嬉しい	6	6	10	3	13	4	6	5	6	6	9	2	3	8	5	5	3	8	6	13
Q4-6 大人っぽい	4	2	3	7	4	8	3	2	6	7	7	2	4	5	5	2	5	2	4	8
Q4-7 可愛い	2	3	6	2	6	3	7	4	5	5	5	2	1	6	5	5	2	5	4	7
Q4-8 歩き回る	6	5	6	2	5	2	4	11	4	5	8	3	1	5	6	4	3	7	6	11
Q4-10 涼しい	16	10	10	9	6	6	5	4	28	14	15	5	9	15	20	8	12	6	9	28
Q4-11 爽やか	8	6	8	8	6	7	5	5	14	18	13	3	7	12	12	6	9	4	6	18
Q4-12 楽な	13	7	12	11	9	7	5	8	15	13	30	6	11	15	18	8	11	7	8	30
Q4-13 安心する	5	3	4	3	2	2	2	3	5	3	6	7	4	6	5	2	4	3	2	7
Q4-14 解放感	9	6	3	6	3	4	1	1	9	7	11	4	17	12	7	3	9	2	4	17
Q4-23 快適	13	8	11	10	8	5	6	5	15	12	15	6	12	28	18	7	12	8	8	28
Q4-24 ゆったり	17	7	9	11	5	5	5	6	20	12	18	5	7	18	30	6	9	7	8	30
Q4-25 楽しい	6	4	10	2	5	2	5	4	8	6	8	2	3	7	6	13	6	8	4	13
Q4-26 さっぱり	10	8	6	10	3	5	2	3	12	9	11	4	9	12	9	6	18	4	3	18
Q4-27 うきうきする	6	5	11	2	8	2	5	7	6	4	7	3	2	8	7	8	4		6	13
Q4-33 はだける	7	5	8	3	6	4	4	6	9	6	8	2	4	8	8	4	3	6	14	14
	28	14	23	17	13	8	7	11	28	18	30	7	17	28	30	13	18	13	14	58

女子の温泉浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計の「楽な」と思う女子は、「ゆったり」「快適な」だから「楽な」と答えていた。また、「快適な」に関しては、「ゆったり」「楽な」「涼しい」という気分が快適と解釈できる。

快適を衣服のサイズのフィット感に感じていないので、「ゆったり」と答えており、Pleasureの楽しさ、生理的な涼しさを感じる事が快適と考えていることがわかった。快適な要因には生理学要因の適切な温度関連の「涼しさ」心理的な要因のサイズにおけるフィット感、Pleasureを快適と考える、「楽な」が快適性を感じさせる要因に繋がっていることが分かった。

衣服スタイルが同じ形態の SLOW FASHION (流行によって形の変化のない、例えば民族服、制服など) 浴衣において、着用場面によって気分・感情が異なることがわかった。

3-5 温泉浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計 (全体)

男子48名、女子58名の計106名の温泉宿用の浴衣を着た時に持つイメージについて複数回答を求めた結果、落ち着く(56)、涼しい(56)、楽な(55)、ゆったり(53) 快適(48)の順に出現頻度が多かった。また、どの単語が同時に使われているかを見るには、単語同士のクロス集計が役に立つ。表4に男女全体の温泉用浴衣の着装感情・気分の形容語(上位15)同士のクロス集計表を示した。

全体の温泉浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計は、温泉浴衣とイベント浴衣の上位5位形容語を比較すると、涼しいは一致するが、温泉浴衣には落ち着く、楽な、快適、ゆったりなどの心理的・生理的な快適性を抱いており、イベント用浴衣はわくわく、華やか、大人っぽい、かわいいと心理的な快適性を抱いていることがわかった。男女全体の結果

Table 4 温泉 Yukata Image 形容語のクロス表

(男女込 N=106, 上位15イメージ形容語)

15形容語	温泉浴衣男女込 106名															合計
	1 落ち着く	Q4-2 軽快	Q4-3 わくわく	Q4-4 清潔	Q4-6 大人っぽい	Q4-8 歩き回る	Q4-10 涼しい	Q4-11 爽やか	Q4-12 楽な	Q4-14 解放感	Q4-23 快適	Q4-24 ゆったり	Q4-25 楽しい	Q4-26 さっぱり	Q4-33 はだける	
Q4-1 落ち着く	56	16	12	27	13	13	37	23	29	20	26	33	8	19	10	56
Q4-2 軽快	16	30	11	14	4	10	21	15	18	16	16	15	5	14	10	30
Q4-3 わくわく	12	11	32	5	5	9	12	10	16	7	12	9	12	7	8	32
Q4-4 清潔	27	14	5	39	15	9	26	23	24	18	21	25	5	19	8	39
Q4-6 大人っぽい	13	4	5	15	19	4	13	14	12	9	10	9	3	8	4	19
Q4-8 歩き回る	13	10	9	9	4	20	10	11	15	7	11	11	5	6	8	20
Q4-10 涼しい	37	21	12	26	13	10	56	34	34	23	30	38	10	23	16	56
Q4-11 爽やか	23	15	10	23	14	11	34	41	30	21	26	26	9	18	12	41
Q4-12 楽な	29	18	16	24	12	15	34	30	55	27	30	35	11	22	15	55
Q4-14 解放感	20	16	7	18	9	7	23	21	27	36	22	17	7	18	11	36
Q4-23 快適	26	16	12	21	10	11	30	26	30	22	48	33	9	17	14	48
Q4-24 ゆったり	33	15	9	25	9	11	38	26	35	17	33	53	8	18	15	53
Q4-25 楽しい	8	5	12	5	3	5	10	9	11	7	9	8	18	7	5	18
Q4-26 さっぱり	19	14	7	19	8	6	23	18	22	18	17	18	7	30	6	30
Q4-33 はだける	10	10	8	8	4	8	16	12	15	11	14	15	5	6	24	24
	56	30	32	39	19	20	56	41	55	36	48	53	18	30	24	106

も温泉宿用浴衣とイベント用浴衣の場面には気分・感情の違いがみられた。

3-6 イベント用浴衣と温泉宿用浴衣のイメージ比較 (男子)

図1に男子のイベント用浴衣と温泉宿用浴衣のイメージ比較を示した。

男子48名のイベント用(晴れ着)と温泉宿用の浴衣を着た時に持つイメージについて複数回答を求めた結果、男子は温泉宿用浴衣を落ち着く(57.1%)、涼しい(57.1%)、楽な(51%)、ゆったり・爽やか(46.9%)、清潔(44.9%)と感じている。また、イベント用浴衣を涼しい(49%)、爽やか(46.9%)、大人っぽい(44.9%)と感じ、それぞれの場面の浴衣を着た時に持つイメージについて明らかに差異がみられた。

一方、男子のイベント用浴衣と温泉宿用浴衣のイメージ比較は、爽やか、涼しい、清潔は温泉浴衣にもイベント用浴衣にも上位に現れ、男子は浴衣を生

理的な温度、気候として浴衣の快適性を感じていることがわかった。

本報では浴衣を着た時に持つイメージ(形容語33語)について複数回答させ、分析結果として総合的な解説を着装した時に抱く気分・感情と表現した。この形容語をイメージ(気分・感情)用語と表記する。

3-7 イベント用浴衣と温泉宿用浴衣のイメージ比較 (女子)

図2にイベント用浴衣と温泉宿用浴衣のイメージ比較(女子)を示した。女子58名のイベント用(晴れ着)と温泉宿用の浴衣を着た時に持つイメージについて複数回答を求めた結果、女子は温泉浴衣をゆったり(52.6%)、楽な(51.7%)、快適・落ち着く・涼しい(48.3%)と感じている。また、女子はイベント用浴衣をわくわく(63.8%)、かわいい・華やか(55.2%)、大人っぽい・うきうき(46.6%)と感じ、明らかに差異がみられた。

女子のイベント用浴衣と温泉宿用浴衣のイメージ

比較は、温泉浴衣は「ゆったり」「楽な」など体型やサイズを意識した生理的快適性を求めており、イベント用浴衣は「わくわく」「かわいい」「華やか」などの心理的快適性を求めていると考えられる。

3-8 男女の温泉浴衣の着装イメージの比較

図3に温泉浴衣の着装イメージの比較（性別）を示した。図1と図2は男子と女子共にイベント用浴衣と温泉用の浴衣を着た時に持つイメージにそれぞれ差異が見られたが、図3の温泉浴衣に関する着装イメージには男女に似たような傾向を示している。上位を示す形容語に対する男女の割合をみると、涼しい（男57.1%，女48.3%）、落ち着く（男57.1%，女48.3%）、楽な（男51%，女51.7%）、ゆったり（男46.9%，女52.6%）、男子は爽やか（46.9%）、清潔（44.9%）、女子は快適（48.3%）と感じていた。

男女の温泉浴衣の着装イメージの比較は、女子の方が優位で男子とギャップが大きい項目は「わくわく」「うきうき」「うれしい」などの感情・気分を表す項目で、心理的快適性を求めていることがわかった。

3-9 男女のイベント浴衣の着装イメージの比較

図4にイベント浴衣の着装イメージの比較を示した。イベント用浴衣の着装イメージについて、女子はわくわく（63.8%）、かわいい・華やか（55.2%）、大人っぽい・うきうき（46.6%）嬉しい（44.8%）と感じている。男子は涼しい（49%）、爽やか（46.9%）大人っぽい（44.9%）と感じている。

男女のイベント浴衣の着装イメージの比較は、「大人っぽい」と感じているのは男子女子共に45%前後を示した。また、「わくわく」は女子（63.8%）、男子（36.7%）であり、男子は温度による生理的快適性を感じている反面、女子は心理的な楽しさや情緒的な快適性を感じていると考えられる。

3-10 浴衣の意識・行動の構造（女子）

『浴衣の意識・行動』の構造を明らかにするために、まず、浴衣の意識・行動28項目の平均値、標準偏差を算出した。そして天井効果（平均値+標準偏差>6）が見られた項目は以降の分析から除外した。因子分析（最尤法・プロマックス回転）を行っ

Table 5 『浴衣の意識・行動』の構造

(女子N=58)

浴衣の意識・行動（16項目）女子	因子負荷量				
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
27 観光に来た外国人に浴衣体験をしてほしい	.867	.335	.022	-.046	.046
21 浴衣を着ている外国人に親しみを感ずる	.775	.317	-.356	-.067	.260
22 外国人に浴衣文化を知ってほしいと思う	.702	.422	.234	-.167	-.198
26 西洋人に浴衣は似合わない	-.665	-.085	-.065	.259	.277
4 浴衣を着ているといつもと違う自分になれる気がする	.304	.831	.132	.092	-.045
5 浴衣を着ていると相手の印象が変わる	.486	.792	.260	-.141	-.190
3 浴衣を着ていると気分が高揚する	.135	.661	.234	-.132	-.026
28 浴衣様子の外人とコミュニケーションをしやすい	.411	.480	-.075	.399	.349
12 浴衣でおしゃれを表現できる	.097	.389	.780	-.005	-.017
13 浴衣だけではなく帯の配色にも気を配る	-.003	.035	.626	.010	.104
11 浴衣姿は洋服姿よりも上品に見える	.455	.216	.511	-.370	-.173
2 流行の浴衣を雑誌やお店で見ることが楽しい	-.072	.089	.498	.071	-.129
19 浴衣は寝間着として相応しい	-.115	.132	.175	.870	.219
6 浴衣は寝間着よりイベント着の方が相応しい	.198	.178	.162	-.595	-.104
8 自分で浴衣を着ることが出来る	-.137	-.092	.058	.112	.650
20 パジャマで寝るより浴衣で寝た方が快適だ	-.096	-.083	-.220	.565	.585
累積寄与率(%) 【Promax 回転, 最尤法】	21.85	34.1	45.44	53.01	58.40%
F 1 外国人の浴衣体験	1				
F 2 気分転換・高揚 (Fashion therapy)	.427	1			
F 3 おしゃれ・浴衣の装い	.029	.212	1		
F 4 寝間着用途	-.136	.052	-.141	1	
F 5 着脱機能性	.005	.021	-.218	.376	1

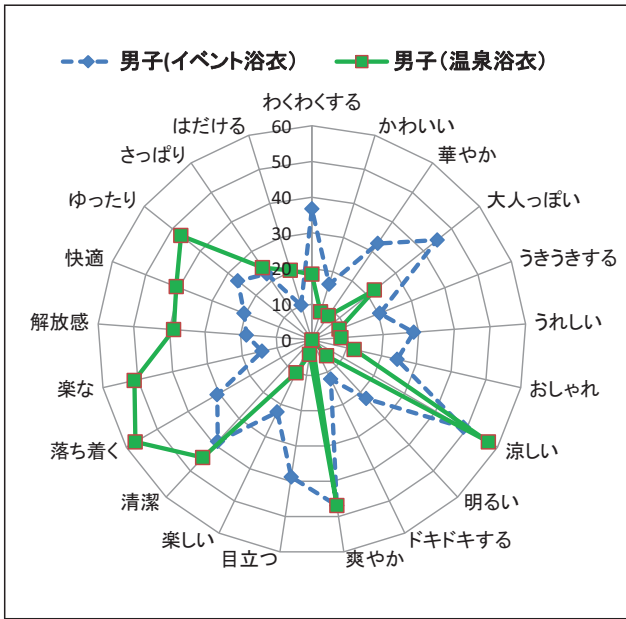


Figure 1. イベント浴衣と温泉浴衣のイメージ比較 (男子)

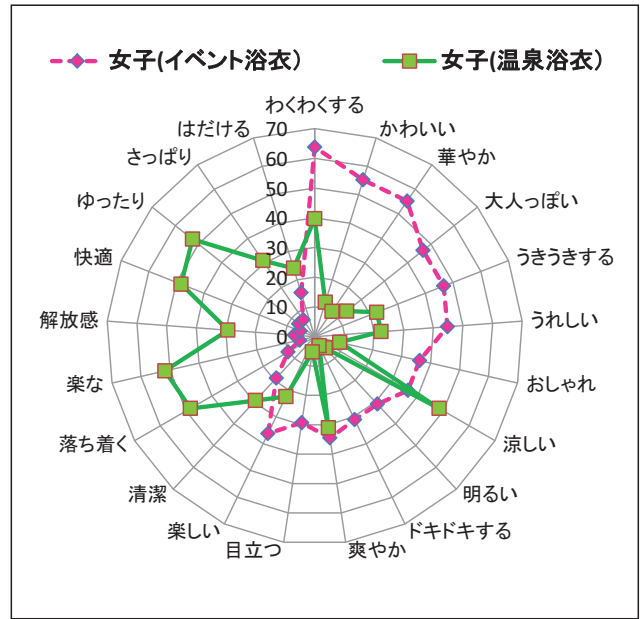


Figure 2. イベント浴衣と温泉浴衣のイメージ比較 (女子)

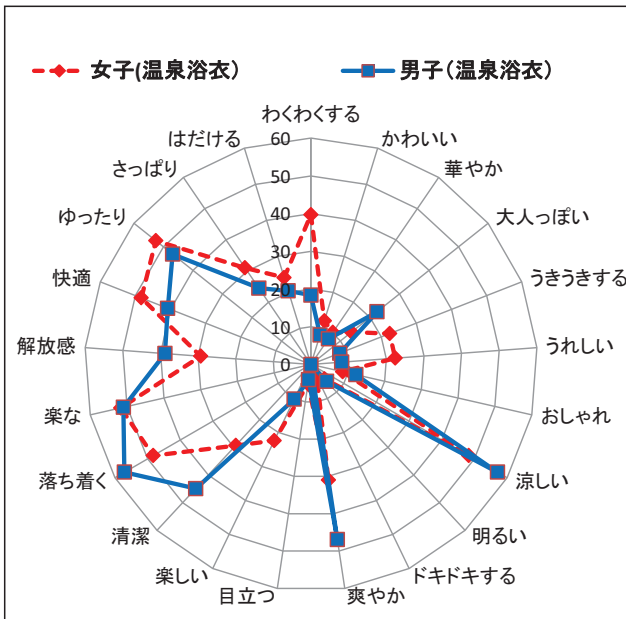


Figure 3. 男女の温泉浴衣の着装イメージの比較

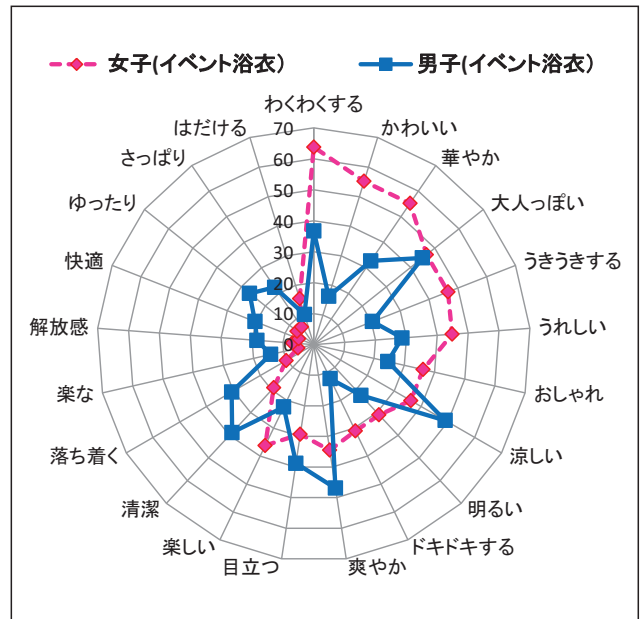


Figure 4. 男女のイベント浴衣の着装イメージの比較

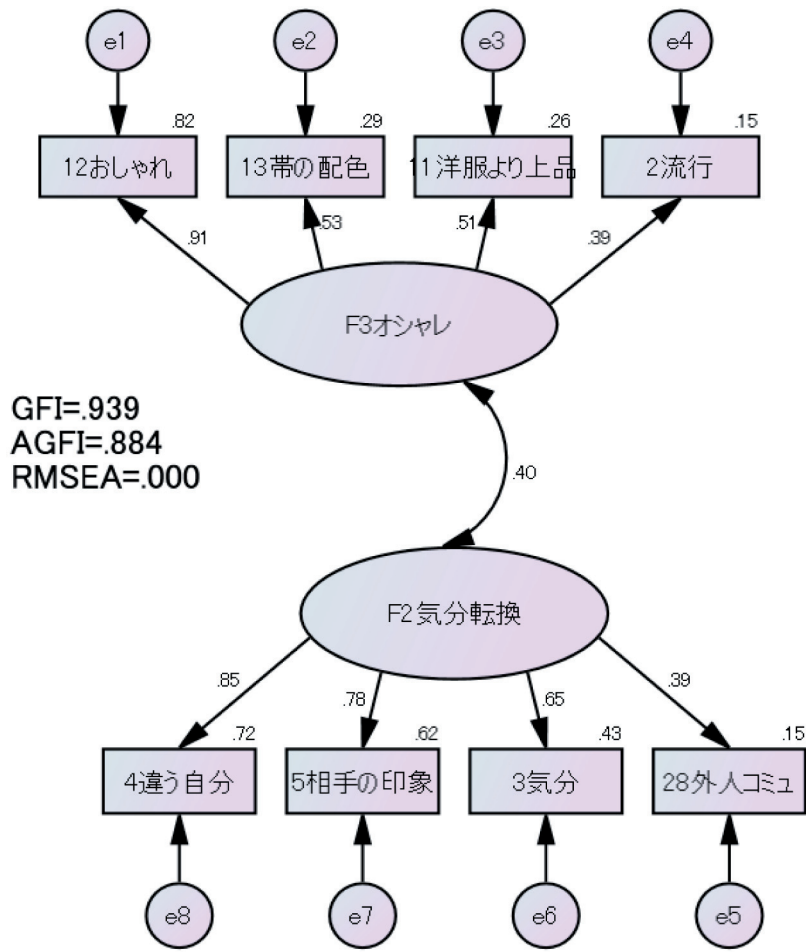


Figure 5. 浴衣の意識・行動の構造方程式モデリング (女子)
 (Structural Equation Model: SEM)



Figure 6. 東京都 Ooedoosen 「大江戸温泉物語」 日帰り温泉施設 (Photo 撮影: 孫)

た結果、5因子が抽出された。女子を対象にしたのは女子の方が浴衣の着装行動に関してより細分化している傾向がみられたので、因子分析には女子を対象とした。

固有値の推移と因子の解釈の可能性を考慮しながら、いずれの因子に対して0.35以上の十分な因子負荷量を示さなかった項目と2つ以上の因子に負荷が見られた項目を削除し、計16項目で再度因子分析を行った。その結果5因子の構造が妥当であると考えられた。最終的な因子のパターンを表5に示す。

第1因子に強く負荷した項目は「27. 観光に来た外国人に浴衣体験をしてほしい」「21. 浴衣を着ている外国人に親しみを感じる」「22. 外国人に浴衣文化を知ってほしいと思う」「26. 西洋人には浴衣は似合わない」などであり、因子名は『外国人の浴衣体験』とした。第2因子に強く負荷した項目は「4. 浴衣を着ているといつもと違う自分になれる気がする」「5. 浴衣を着ている相手の印象が変わる」「3. 浴衣を着ていると気分が高揚する」「28. 浴衣様子の外人とはコミュニケーションをしやすい」などであり、因子名は『気分転換・気分の高揚（ファッションセラピー）』とした。第3因子は「12. 浴衣でおしゃれを表現できる」「13. 浴衣だけではなく、帯の配色にも気を配る」「11. 浴衣姿は洋服姿よりも上品に見える」「2. 流行の浴衣を雑誌やお店で見ることが楽しい」などであり、因子名は『おしゃれ・浴衣の装い』とした。第4因子は「19. 浴衣は寝間着として相応しい」「6. 浴衣は寝間着よりイベント着の方が相応しい」であり、因子名は『寝間着用用途』とした。5因子は「8. 自分で浴衣を着ることが出来る」「20. パジャマで寝るより浴衣で寝た方が快適だ」の2項目で構成されており『着脱機能性』と解釈した。なお、第5因子まで16項目の全分散を説明する割合は58.4%であった。

3-11. 浴衣の意識・行動の構造方程式モデリング (Structural Equation Model ; SEM)

『浴衣の意識・行動』について、SEM (Structural Equation Model 構造方程式モデリング；分析の目的) を視覚的に表すため、分析するプログラムである AMOS (共分散構造分析: Analysis of MOment Structures) を用いて検討した。図5は潜在変数(「F3 浴衣の装い」「F2 気分の高揚」)や観測変数

(「13. 帯の配色」「4. 違う自分」など)の変数間の関係性を、有意なパス図を用いて表現し分析した。つまり、『浴衣の意識・行動』を構成する潜在変数(楕円形で描かれる変数のことで、直接的に測定されていない変数又は概念的に表されるもの)と観測変数(四角形で描かれる変数のことで、直接的に測定された変数)の構成概念間の因果関係を構造方程式モデリング (SEM) の手法(2006豊田秀樹)を用いて検討する。構造方程式モデリング (SEM) は因子分析と回帰分析を同時に行うモデルという言い方もされる。

まず、女子学生58名における『F3 浴衣の装い』と『F2 気分の高揚 (ファッションセラピー)』についてモデルの妥当性を検討した(図5)。その結果適合度指標はGFI (Goodness of fit index=0.939)、修正適合度指標 AGFI (Adjusted GFI=0.884) は高いほど適合、近似誤差平方平均根 RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation=0.000) は0.07以下で適合とされるので、モデルの説明力、データへの当てはまりなどから、適合度が高いと言える。

浴衣の意識・行動の構造方程式モデリング (Structural Equation Model ; SEM) 図5をみてみる。

浴衣でおしゃれを表現 (0.91) し、帯の配色に気を配る (0.53) などの『おしゃれ・浴衣の装い』行動は、浴衣を着ているといつもと違う自分になれる (0.85)、浴衣を着ている相手の印象が変わる (0.78)、気分が高揚する (0.65) などの『気分転換・気分の高揚』と双方向で関連が高い (0.4) ことが明らかになった。また、適合度指標も十分な値を示しているため、有効なモデルと言える。

4. 考 察

(1) フィールドワークによる調査研究

国内の温泉宿では殆んど宿泊客を対象とした館内着(室内着)の浴衣を備えている。温泉宿は2名以上を対象としているところが多い。また、温泉宿は予約が要するため、観光客には手軽に行けないし、若者には価格が高いため、浴衣を楽しめる機会が少なく、客層も高齢者が多いのが現実である。

しかし、東京都の大江戸温泉物語は日帰り温泉施設で、浴衣を選んで試着・体験できる魅力があり、交通も便利であるため、客層も幅広く、外国人にも

人気を集めている。

アパレル産業に比べると、輸入ブランド・百貨店で販売しているブランド系の高価な衣服が従来の温泉宿施設であるとしたら、2003年から2008年頃話題となったグローバルSPA（製造小売業）系のファストファッション系ブランドはファッションの大衆化・民主化に寄与してきたといえる。ファストファッションとはH&M, ZARA, GAP, Uniqloなどの価額が安く、早く流行を取り入れ、サイズが豊富で多様な体型に対応できるように大量生産しているグローバルブランドのことを言う（孫，2013）。

このように温泉宿浴衣における和文化の体験が、大衆化・民主化に寄与してきたのが大江戸温泉物語のコンセプトであるように思われる。

大江戸温泉物語の客層は一人からカップル、同僚、家族まで多様な客層に魅力があると考えられる。

衣服が心に与える影響が大きいことを考えると、地方の温泉地に備えてある館内着を選べる浴衣に見直すことで、和風の情緒的な雰囲気演出することができ、非日常の癒しを味わうことが出来ると考える。

(2) イベント用（晴れ着用）浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計

全体の男女込では「わくわくーうれしいーはなやか」「大人っぽいーわくわくー涼しい」「華やかーかわいいーうきうき」「爽やかー涼しいーわくわく」の組み合わせが多く出現された。

女子は、「わくわくーかわいいー華やか」「うきうきー華やかーかわいい」「おしゃれーかわいい」の組み合わせが多く出現された。女子はイベント用浴衣がわくわくと答えた37名はかわいい（24名）、華やか（22名）な感情を抱いていた。イベント浴衣に抱く感情の女子の上位5位は「わくわく」が一番多く、次は「かわいい」「華やか」「大人っぽい」「うきうき」の順であった。

(3) 温泉浴衣を着た時の気分・感情のクロス集計

女子の思う温泉浴衣の感情・気分の上位5位は、「楽な」「ゆったり」が一番多く、次に「落ち着く」「涼しい」「快適」であった。「楽な」と思う女子は、「ゆったり」「快適」だから「楽な」と答えた。また、「快適」に関しては「ゆったり」「楽な」「涼しい」という気分が「快適」と解釈できる。

快適を衣服のサイズのフィット感を表す用語、「ゆったり」と答えており「楽しさ」、生理的な「涼しさ」を感じるものが「快適」と考えていることが

わかった。快適な要因には生理学要因の適切な温度関連の涼しさ、心理的な要因のサイズにおけるゆったり感、楽しさを快適と考えている。また、「楽な」が快適性を感じさせる要因に繋がっていると考えられる。スタイルが同じ服装のSlow Fashion（流行によって形の変化のない、例えば民族服、制服など）浴衣は、着用場面によって気分・感情が異なるので、気軽に体験できる浴衣にも応用できると思われる。

全体での温泉浴衣とイベント浴衣の上位5位項目を比較すると、「涼しい」は一致するが、温泉浴衣には「落ち着く」「楽な」「快適」「ゆったり」など心理的・生理的な快適性を抱いており、イベント用浴衣は「わくわく」「華やか」「大人っぽい」「かわいい」と心理的な快適性を抱いていることがわかった。

男女全体の結果も温泉宿用浴衣とイベント用浴衣の場面は違いがみられた。浴衣も着用場面により抱く感情・気分が異なることが示唆された。温泉以外の場面では老人病院などに応用できると考えられる。入院している患者さんには、食事や寝る場所などの環境に変化がない。そのため、まわりと差をつけ自分らしさを表現できることは衣服のみであると考えられる。そこで、自分で選んで和服（ゆかた）を着るという体験をさせることで、気持ちが前向きになり、気分が高揚できる。

(4) イベント用浴衣と温泉宿用浴衣のイメージ比較

男子は、「爽やか」「涼しい」「清潔」は温泉浴衣にもイベント用浴衣にも上位に現れ、男子は浴衣を生理的な側面として浴衣の快適性を感じていると思われる。

本報では浴衣を着た時に持つイメージ（形容語33語）について、気分・感情に関する用語と表記する。

女子は、温泉浴衣は「ゆったり」「楽な」など体型やサイズを意識した生理的快適性を求めており、イベント用浴衣は「わくわく」「かわいい」「華やか」などの心理的快適性を求めていると考えられる。

(5) 男女の温泉浴衣の着装イメージとイベント浴衣の着装イメージの比較

男女の温泉浴衣の着装イメージでは、女子の方が優位で男子とギャップが大きい項目は「わくわく」「うきうき」「うれしい」などの感情・気分を表す項目であった。女子の方が男子より心理的快適性を求めていることがわかった。よって女子の温泉浴衣に

は、多様化している好みを配慮した浴衣を備えることが効果的であることが示唆された。

男女のイベント浴衣の着装イメージの比較では、「大人っぽい」と感じているのは男子女子共に45%前後を示した。また、「わくわく」は女子(63.8%)、男子(36.7%)であり、男子は温度による生理的快適性を感じている反面、女子は心理的な楽しさや情緒的な快適性を感じていることと考えられる。

(6) 浴衣の意識・行動の構造(女子)

浴衣の意識・行動28項目(6件法)から女子の浴衣の意識・行動の構造が明らかにするために潜在的因子分析を行った。女子は「外国人の浴衣体験」「気分の高揚(ファッションセラピー)」「浴衣の装い・おしゃれ」「寝間着用途」「着脱機能性」の5因子から構造されていた。さらに、浴衣における装いの体験が気分の高揚(ファッションセラピー)に及ぼす影響を、構造方程式モデリングを基に可視化した。

(7) 浴衣の意識・行動の構造方程式モデリング (Structural Equation Model; SEM)

「浴衣でおしゃれを表現(0.91)」し、「帯の配色に気を配る(0.53)」などの『浴衣の装い・おしゃれ』行動は、「浴衣を着ているといつもと違う自分になれる(0.85)」、「浴衣を着ている相手の印象が変わる(0.78)」、「気分が高揚する(0.65)」などの『気分の高揚・気分転換(ファッションセラピー)』と双方向で関連が高い(0.4)ことが明らかになった。また、適合度指標も十分な値を示しているため、有効なモデルと言える。

以上、女子の浴衣に関する装い行動を構造方程式モデリングにより可視化した。また、浴衣が心を与える影響が理論的に示された。男子よりも女子の方が温泉宿用の浴衣に関して心理的に高揚感を感じたり、楽しく思うことが示されたので、女子の浴衣の意識・行動の構造方程式モデリング(Structural Equation Model; SEM)で検討を行った。

5. 結 論

本研究は、和服の浴衣を対象に温泉浴衣とイベント浴衣の2種類の浴衣がそれぞれの着用場面で、どのように異なる感情や気分を生み出すかを検討した。その結果、浴衣が人の心を与える心理的快適性及び生理的快適性の男女の違いが明らかになった。

本研究は以下の点に学術的な特色・独創的な点を持つと言える。

- 1) 基本属性別に分析することで、どのような浴衣を備えるのがよいかという温泉観光戦略が可能になる。
- 2) 個性のない浴衣よりも個性的で多様な嗜好の浴衣の方が、非日常の変身願望を叶え、着用する人の心を満足させる結果につながる基礎研究として意義を持つ。
- 3) 和文化体験が温泉地において、ファッションセラピー(治療)に応用できる可能性が示唆された。
- 4) イベント用浴衣と温泉宿用浴衣の着用場面によるイメージをテキストマイニング手法により男女の違いを可視化することができた。
- 5) また、『浴衣に関する意識・行動』の28項目を因子分析した結果、5因子が得られた。『オシャレ・浴衣の装い』が『気分転換・高揚(ファッションセラピー)』に与える影響を構造方程式モデリング(SEM)により可視化した。

以上の研究では、浴衣の快楽性(感性的 Pleasure; 社会文化的な)、おしゃれな浴衣(スローファッション)に着想し、温泉施設で自分の好みのゆかたを着る体験がファッションセラピーに影響することをテキストマイニング手法で可視化した。また、浴衣の快適性(ストレスのない Comfort)を質問紙調査し、浴衣によるオシャレ、気分転換・気分の高揚、変身願望を構造方程式モデリング(SEM)で共変関係を明らかにした。さらに、温泉浴衣とイベント浴衣の着装感情の男女の違いを明らかにした。

浴衣は若者や外国人に非日常を体験させ、和文化を楽しませる手軽な手段であると考え(図6; 東京都「大江戸温泉物語」-東京都江東区青海にある温泉を利用した日帰り入浴施設である。; photo撮影:孫)。また、選べる浴衣が温泉街の雰囲気マッチし、良い空気を作る手助けになっていれば、地域活性化や気持ちの高揚・癒しにつながることを本研究では明らかにした。

謝辞

本調査にご協力いただきました大学生および温泉旅館の関係者の皆様へ心より感謝を申し上げます。東京都大江戸温泉物語へのインタビューは東京家政学院大学蒲池香津代先生に協力をいただきました。

また、調査生データの整理に、金山夏佳さんに協力をいただきました。本課題の一部は2014年度(H26)富山大学学長裁量経費の援助を受けて行われました。

参考文献

- 1) 井上正康：ファッションセラピー「こころ・いのち彩る」市民公開講座，第27回日本医学会総会，大阪国際会議場（2007.4）
- 2) 泉加代子：高齢者の着装感情や服装への関心度と日常生活・健康状態との関係，日本繊維機械学会誌，Vol. 55, No.4, p.3-10（2002. 4）
- 3) 岡田宣子：「ビジュアル衣生活」健帛社，24（2010）
- 4) 小林茂雄：老人ホームにおける衣生活とおしゃれ行動，日本繊維機械学会，Vol. 53, No.6, p.229-236（2000.6）
- 5) 小林茂雄：「装いの心理」（株）アイ・ケイコーポレーション，22（2003）
- 6) 牛腸ヒロミ：「ものとして，心としての衣服」，NHK 出版，放送大学教材（2011.3）
- 7) 第3の勢力マズロー(Maslow)の心理学，産業能率大学出版部（1972）
- 8) 日本家政学会被服構成学部会主催公開講座：「生活の質を高める衣服；健康で自立した高齢期を過ごすために；健康で自立した高齢期を過ごすために」キャンパスプラザ京都，p.1-37（2009. 3. 21）
- 9) 日本衣料管理協会：「ファッションビジネスの世界」，（2011.12）
- 10) 崔正和，Healthcare clothes, Seoul National University 出版文化院，79-81（2010）
- 11) 崔正和・金明珠：「Clothing and Health」，教文社（2011.4）
- 12) 主婦の友社「大人のためのゆかたのきほん」（2014.6）
- 13) 孫珠熙，榊原愛華：富山エリアのアパレルブランド分析と若者の体型・ファッション行動に関する研究，富山大学人間発達科学部紀要 Vol.9, No.2（2015）
Juhee SOHN, Aika SAKAKIBARA: A Study on apparel brands in Toyama Prefecture and the physique and fashion behavior of its youth
- 14) 孫 珠熙：「浴衣の着装体験が温泉地域の活性化やファッションセラピーに及ぼす影響」日本繊維機械学会北陸支部研究発表会（2014.12. 6）
（11）発表要旨集 22-23頁
- 15) 孫 珠熙，金山夏佳：「イベント時の浴衣と温泉宿での浴衣が持つイメージと男女の感性の違い」繊維製品消費科学会，信州大学繊維学部（2015.6）
- 16) 孫 珠熙：「ファッションが人の心に与える影響」平成27年度富山大学サテライト講座（2015）
- 17) 孫 珠熙：デイケア（day-care）高齢者によるファストファッション系ブランド・既存ブランドの着装評価，富山大学人間発達科学部 紀要，Vol. 8, No2, p.89-100（2014.3）
- 18) 孫珠熙：「浴衣の着装体験が温泉地域の活性化やファッションセラピーに及ぼす影響」，日本繊維機械学会北陸地区大会研究発表（富山市），2014. 12（研究発表）
- 19) 孫 珠熙，榊原愛華：「富山県の若者の体型とファッション行動の特徴」，日本繊維製品消費科学会2014年年次大会研究発表要旨（京都工芸繊維大学）p.46，（2014. 6）
- 20) 孫 珠熙，元林理佳：「テキストマイニングによる高校制服着用時の感情の視覚化」，日本家政学会全国大会発表，第66回大会研究発表要旨集 p.59（北九州市）（2014. 5）
- 21) 孫 珠熙：構造方程式モデリング手法を用いた女子学生のファッション行動と購読女性雑誌の検討-2008年～2010年の傾向を中心に-，日本家政学会誌，64, 3, P.31-40（2013）
- 22) 孫 珠熙，近藤信子：女子学生の被服行動に影響を及ぼす独自性欲求とファストファッションのイメージ構造，富山大学人間発達科学部紀要，Vol. 7, No. 2, p.107-117（2013）
- 23) 孫 珠熙：高齢者によるミニ・ファッションショー体験が気分・感情に及ぼす影響，日本繊維機械学会全国大会，（研究発表要旨集）大阪科学技術会館（2013.6）
- 24) 孫 珠熙：「プルミエールビジョン」見本市とテクニカルデザイン-被服教育の観点- 日本繊維機械学会北陸支部発表会，金沢大学角間キャンパス（2013.12）
- 25) 孫 珠熙：Wearing Evaluation of Global SPA Brand Conventional Brand Clothes by

- Elderly Day-Care Subjects, The Korea Society of Clothing and Textiles, Seoul National University, p.83-86. (2012.4)
- 26) 孫珠熙, 金山夏佳: 繊維製品所費科学会2015年次大会研究発表(信州大学繊維学部) (2015. 6)
- 27) 豊田秀樹: 共分散構造分析[疑問編]-構造方程式モデリング-, 朝倉書店 (2003)
- 28) Cho, J.R., Chung, J.E.& Hwang, J.Y.: Effects of Satisfaction and Trust on Long-Term Orientation in Small Apparel Retailer-Supplier Relationships, Clothing and Textiles Research Journal, 33 (2), 83-98 (2015)
- 29) <http://www.tbs.co.jp/gacchiri/archives/20070603/1.html>
- 30) Jaeil LEE & CAMILLE STEEN, Technical Sourcebook for Designers, Second Edition, Bloomsbury Publishing Inc. (2014)
- 31) Juhee SOHN: Wearing Evaluation of Fast Fashion Brand & Conventional Brand Clothes by Elderly Day-Care Subjects, Memoirs of the Faculty of Human Development University of Toyama, 2, 7, 107-117 (2014)
- 32) Juhee SOHN: The Relationship Between the Fashion Behavior of Female Students and the Women's Magazines They Read Based on Structural Equation Modeling-Focusing on Trends from 2008 Through 2010-, Journal of Home Economics of Japan, 3, 64, 147-156 (2013)
- 孫 珠熙; 「構造方程式モデリング手法を用いた女子学生のファッション行動と購読女性雑誌の検討-2008年~2010年の傾向を中心に-」, 日本家政学会誌, 64, 3, p.31-40 (2013).
- 33) Ju-hee SOHN: 「The effect of yukata (a casual cotton kimono)-wearing experience on hot spring resort area revitalization and as a Fashion therapy」 11th International Conference on Liberal Arts and Frontier Technologies (日本 JSPS 学術振興会主管, 日韓研究者交流協会主催) 国立忠南大学校 (韓国大田市) (2015. 4)
- 34) SJ ムック「Saunner」小学館 (2014. 3)

要旨 (Abstract)

本研究は、浴衣の着用イメージと、ファッションセラピーとしての浴衣着用の効果を検討した。

1. 温泉宿用浴衣のイメージについて、男子は落ち着く (57.1%)、涼しい (57.1%) 楽な (51%) と感じている。女子は温泉浴衣をゆったり (52.6%)、楽な (51.7%)、快適・落ち着く・涼しい (48.3%) と感じている。
2. イベント用浴衣のイメージについて、男子女子共に大人っぽい (45%) と感じている。また、わくわくは (女子63.8% > 男子36.7%) であり、女子は心理的な楽しさの快適性を感じていることと考えられる。一方、男子は涼しい (49%)、爽やか (46.9%) などの生理的快適性を感じていることが示唆された。
3. 『浴衣の意識・行動』の構造方程式モデリング (SEM) では、『浴衣の意識・行動』の2潜在変数 (latent constructs; 『おしゃれ・浴衣の装い』『気分転換・ファッションセラピー』) と8観測変数 (manifest variables) が構成された。(共分散構造) 分析の結果、モデルの適合度は $GFI=0.939$, $AGFI=0.884$, $RMSEA=0.000$ となり、あてはまりの良さが示された。「浴衣でオシャレを表現 (0.91)」したり、「浴衣だけではなく帯の配色に気を配る (0.53)」人ほど「浴衣を着ているといつもと違う自分になれる (0.85)」気がしたり、「浴衣を着ていると相手の印象が変わる (0.78)」と答えるなど『浴衣の装い』と『気分転換・ファッションセラピー』に相関 (0.4) がみられた。

(2015年5月20日受付)

(2015年7月13日受理)