

学生の衣生活に関するライフスタイル (第1報)

——ファッションに対する関心度と着装状態——

早坂美代子・原田 妙子

Life Styles and Clothing Habbits of the College Students (I)

The Interest in Fashion and the Situation of their Clothes

Miyoko HAYASAKA and Taeko HARADA

緒 言

めざましい科学技術の発展に伴い、生活様式も合理化され、衣生活においても大きく変化してきている。アパレル業界では新素材の開発が進み、大量生産のシステムが充実され、安価で良質な既製服が氾濫し、女性の服装はますます個性化、多様化の傾向を強めている。さらに、ファッションに関する情報も豊富で、若者達の感性も豊かになり、着こなしへの関心が非常に高く、新しいライフスタイルを作り始めているように思われる。

そこで、このような衣生活に対応するために、大学における被服教育のあり方についても、内容の検討が提言¹⁾されている。この時に当たり、現代の学生を対象に衣生活におけるライフスタイルについてどのような意識を持っているかを知ることが、今後の被服構成における指導上の手掛かりとなると考え、調査を行った。

本報では、ファッションに対する関心度、着装面での意識について考察を試みた。

方 法

調査対象は、本学短期大学部家政科の学生601名で、専攻、コースによる違いを見るため、服飾デザインクラス2年次学生93名、1年次学生93名、被服科学クラス2年次学生107名、1年次学生84名、食物コース2年次学生116名、1年次学生108名とした。

調査時期は昭和63年6月である。

方法はアンケート用紙による集合調査法で、回収率は表1に示すように85.5%である。尚、以後の表および図中のクラス名は、服飾デザインクラスを服、被服科学クラスを被、食物コースを食と省略して用いることとする。

調査内容は、表2に示すようにファッションに対する関心度、ファッションの情報源、流行の取り入れ方、DCブランドの利用状況、TPOによる服装などによる項目である。

表1 有効回収数

	2服	1服	2被	1被	2食	1食	合計
有効回収数(人)	88	89	98	73	75	91	514
回収率(%)	94.6	95.7	91.6	86.9	64.7	84.3	85.5

表2 調査内容

1 通学方法		
所要時間		
交通機関		
家族構成		
2 (1) ファッションに関心はありますか。		(4) 流行の取り入れ方はどうですか。
ア 非常に関心がある		ア すぐ取り入れる
イ やや関心がある		イ ある程度周囲が取り入れてから取り入れる
ウ あまり関心がない		ウ 取り入れない
エ 関心はない		(5) DCブランドを知っていますか。買ったことがありますか。
(2) 毎日の生活で何を重視していますか。		ア 知っている
ア 衣生活		イ 買ったことがある (ブランド名を挙げて下さい)
イ 食生活		ウ 買ったことはない
ウ 住生活		エ 知らない
エ 人間関係		(6) 時間や場所によって着るものを選んでいきますか。
オ その他		ア とても考える
(3) ファッションに関する情報を何から得ますか。		イ やや考える
ア ファッション雑誌		ウ あまり考えない
イ ファッションショー		エ 考えない
ウ テレビ		
エ 専門店		
オ 他人の服装		
カ 家族・友人		
キ その他		

集計および分析方法は、調査データを項目別に単純集計およびクロス集計し、各クラス、学年による差、特性を明らかにした。

結果および考察

1. 基本属性

基本属性の集計結果は、表3に示す通りである。

表3 基本属性

居住地	人数	通学時間	人数	通学時間	人数	家族人数	人数	家族構成	人数	
名古屋市	156	～ 30分	73	徒歩のみ	25	2人	3	核家族	姉妹がいる	166
		31～ 60分	131	自転車・バイク	27	3人	25		姉妹がいない	166
愛知県	224	61～ 90分	197	市バス・地下鉄	96	4人	239	拡大家族	姉妹がいる	84
岐阜県	93	91～120分	98	名鉄・JR線等	366	5人	130		姉妹がいない	75
三重県	41	120分～	15			6人	82	不明	23	
						7人以上	30			
						不明	5			

2. 単純集計結果

(1) ファッションに対する関心度

図1はファッションに対する関心度についてのクラス別集計結果である。

服飾デザインクラスは1・2年とも約60%が「とても関心がある」と答え、次に2年食物コースの41.3%、続いて2年被服科学クラス30.6%、1年食物コース28.6%、1年被服科学クラ

ス26%の順となっており、服飾デザインクラスの学生が最も高い関心を示しているが、これはカリキュラムの構成上、特定の専門分野の知識や技術を学んでいるため、他のクラスの学生と比較し、ファッションに対する意識が高いものと思われる。

(2) 毎日の生活で重視していること

図2は毎日の生活で重視していることについてのクラス別集

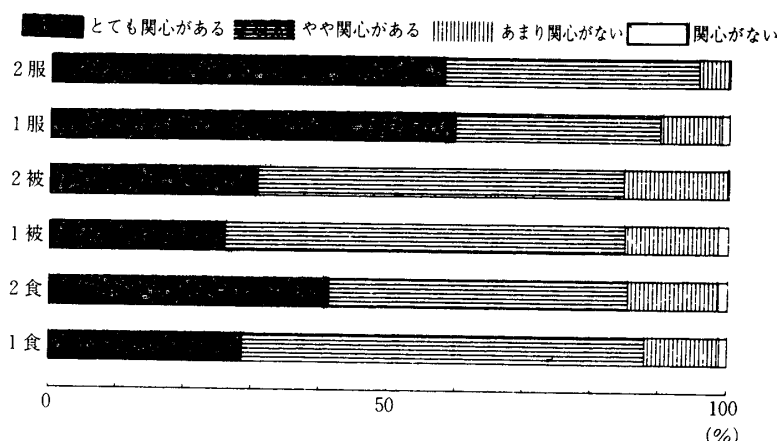


図1 ファッションに対する関心度

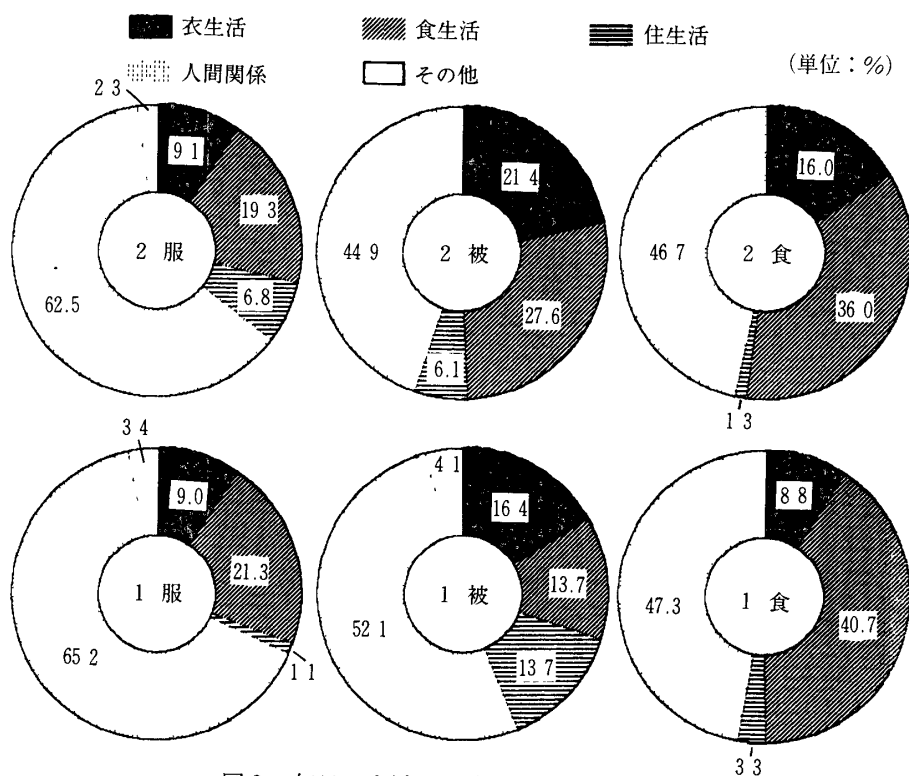


図2 毎日の生活で一番重視していること

計結果である。

「人間関係を重視する」と答えた者が非常に多く、服飾デザインクラスでは約65%、その他のクラスでも約50%を占めている。衣生活では被服科学クラスが約20%と他クラスより多く、食生活では食物コースが約40%と多い結果となっており、コースの特色を示している。

生活の基盤となる衣生活、食生活、特に住生活が低いのは、学生という立場上、親に依存している部分が多いため、人間関係つまり人との交流を重視しているものと考えられる。また「もの」の豊かさより「こころ」の豊かさを求められる最近の風潮かとも思われる。

(3) ファッションに関する情報源

図3はファッションに関する情報源についての集計結果である。

各クラスとも、「ファッション雑誌から」を第1に挙げており、1年食物コースでも83.5%、

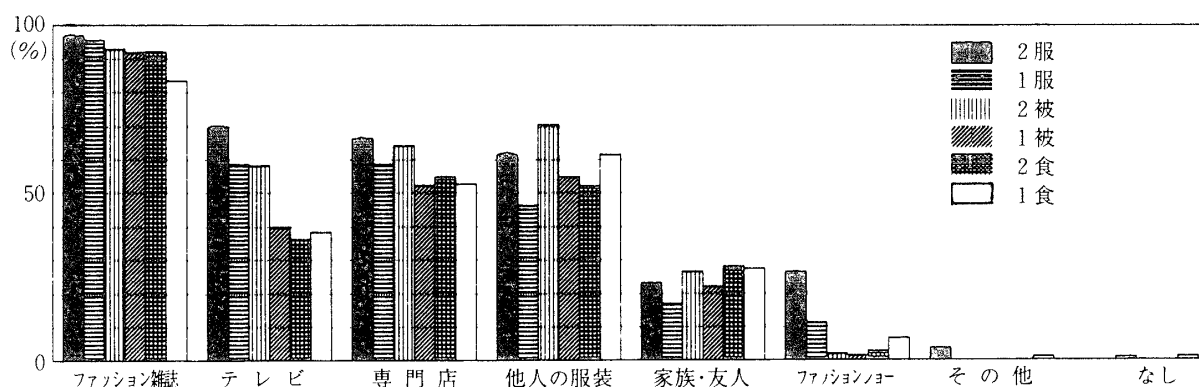


図3 ファッション情報源

その他は92~97%と高率を示している。

最近のファッション雑誌は種類が多く、内容も洋服に限らず、ヘアスタイルやメイク、レジャーやショッピング、インテリアの問題に至るまで、生活全般にわたって幅広い情報を提供している。従って、学生達も早く多くの情報を理解する方法として活用しているものと推察する。次に「他人の服装から」、「専門店」と答えた者は約50~60%でクラス別の差は見られず、「テレビから」は、服飾デザインクラス、被服科学クラス、食物コースの順となっている。「ファッションショーから」は、2年服飾デザインクラス26.1%、1年服飾デザインクラス11.2%と少なく、更にその他のクラスは皆無に等しい結果であった。これは、ファッションショーを見学する機会が少ないことと、ファッションショーで紹介される作品のトレンド性が高いことによって、学生達の服装に対して、着こなしの為の直接の情報源にはならないことによるものと思われる。尚、 χ^2 検定の結果、危険率0.5%でクラスによって情報源の選び方に差が認められている。

(4) 流行の取り入れ方

図4は流行の取り入れ方について「すぐ取り入れる」「ある程度周囲が取り入れてから取り入れる」「全く取り入れない」の3段階で回答させた結果である。このことでクラス間の差は見られず、「すぐに取り入れる」と答えた学生は3~9%と低く、「ある程度周囲が取り入れてから取り入れる」が70~89%と高率を示している。これは、学生

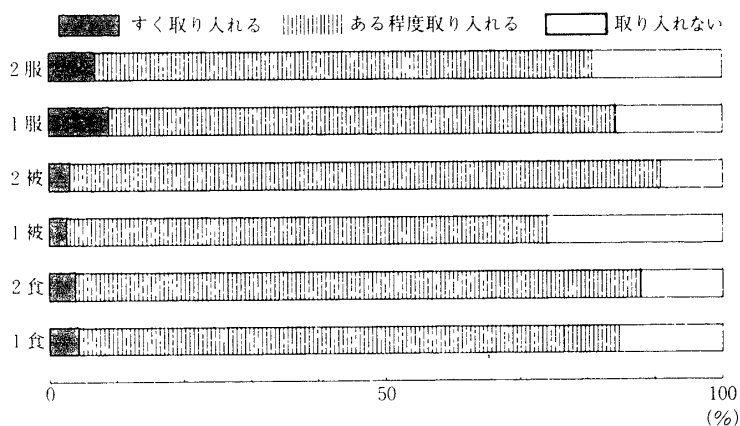


図4 流行の取り入れ方

という身分をわきまえ、いたずらに流行を追うことの危険性から逃れ、周囲を良く観察し、自分の個性に合ったものを選択し着装しているものと思われる。

(5) DC ブランド

図5はDCブランドについて「買ったことがある」「知っているが買ったことはない」「知らない」の3段階での回答の結果である。

「買ったことがある」と答えた学生は、2年服飾デザインクラスの71.6%で最も多く、次に

2年食物コース52%、続いて2年被服科学クラスの37.8%の順となり、各クラスとも1年より2年の学生に多い。

一方、「知らない」と答えた学生は、1年食物コースと1年被服科学クラスの約50%、次に1年服飾デザインクラスが37%で、2年服飾デザインクラスの学生に至っては、わずか6.5%の学生のみが「知らない」と

しており、2年間専門の知識を学び、ファッションに対する関心が強くなったことがうかがえる。また、「知っているが買ったことはない」と答えた学生が、全体を通して20~30%あるということは、ここ2~3年間のめまぐるしい程のDCブランドの普及によって、学生達の間でも話題になっているものと想像できる。

(6) TPO

図6はTPOによって服装を考えるかについての集計結果である。

「特によく考える」と答えた学生は20~30%であるが、90%に近い学生が「多少にかかわらず考える」と答え圧倒的に高率を示しており、女子大生という生活パターンの枠内で、自由に自分の個性を生かした着こなしを表現したいと思うおしゃれご

ころの一部分であり、人間関係を重視しているという回答の多さをも裏付ける結果と考えられる。

3. クロス集計結果

(1) ファッションに非常に興味のある人の情報源

表4は、ファッションに対して最も関心度の高い学生の情報源について、クラス、学年別に結果を示したものである。

「雑誌」の利用については、2年服飾デザインクラス、2年被服科学クラス、1年被服科学クラスが100%、次に2年食物コース96.8%、1年服飾デザインクラス98.1%、1年食物コースでも88.5%と高率を示している。「専門店」においては、全体を通して60%以上が利用しており、2年被服科学クラス73.3%、服飾デザインクラスは1・2年とも約65%、2年食物コース61.3%の順となっている。「他人の服装」についても約60%の出現率を示しており、1年被服科学クラス78.9%、次に2年被服科学クラス66.7%、2年服飾デザインクラス64.7%の順となっている。「テレビから」については、2年服飾デザインクラスが76.5%と高く、次に1年

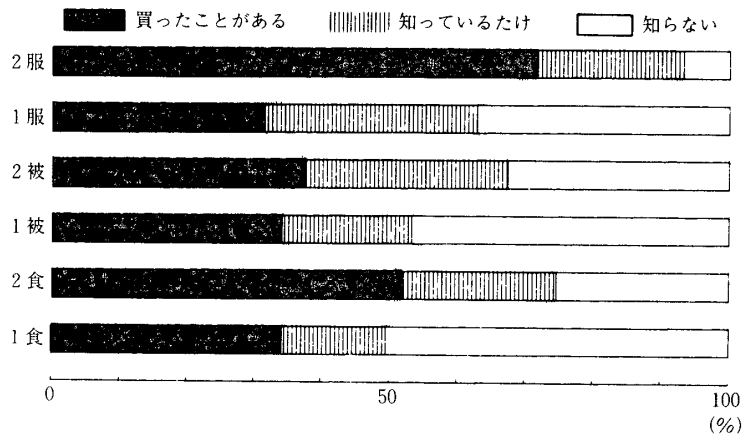


図5 DCブランドについて

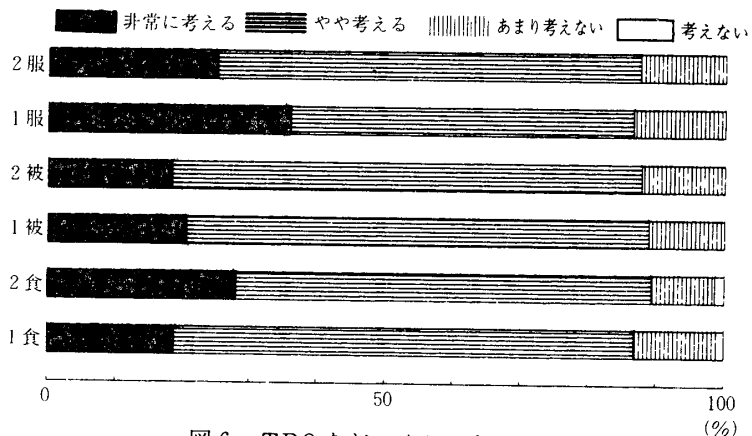


図6 TPOをどのくらい考えるか

表4 ファッションに非常に興味のある人の情報源

	2 服	1 服	2 被	1 被	2 食	1 食	合 計
非常に興味のある人 (人)	51	53	30	19	31	26	210
ファッション雑誌 (%)	100.0	98.1	100.0	100.0	96.8	88.5	97.6
テレビ	76.5	60.4	60.0	52.6	35.5	50.0	58.6
専門店・百貨店	64.7	64.2	73.3	36.8	61.3	57.7	61.9
他人の服装	64.7	45.3	66.7	78.9	51.6	61.5	59.0
家族・友人	29.4	15.1	33.3	26.3	16.1	38.5	25.2
ファッションショー	27.5	15.1	6.7	0	6.5	11.5	13.8
その他	3.9	0	0	0	0	3.8	1.4

服飾デザインクラス60.4%，2年被服科学クラス60%の順である。クラスごとの単純集計結果に比べて、ほとんどの項目において出現率が高くなっており、ファッションに対する関心の強い学生の情報の豊かさがよく現れているようである。

また、情報源の各項目において、2年服飾デザインクラスが他のクラスに比較し最も高率を示しており、服飾関係の専門職につくことを目的としたクラスの特徴がうかがえる。

(2) ファッションに非常に興味のある人と DC ブランド

次に、ファッションに対する関心度の高い学生の、DCブランド商品の購入状態を、各クラス、学年別にみてもみると、2年服飾デザインクラスの学生が88.2%と購入したことがある人の出現率が最も高く、次いで2年食物コース80.6%，2年被服科学クラス60%，1年被服科学クラスおよび1年食物コース約58%，1年服飾デザインクラス43.4%の順となっている。

ここでも2年服飾デザインクラスの学生が他クラスに比較し高率を示しているが、あらゆる情報源をもとに良き選択眼を養い、トレンド性の高いDCブランド商品を購入し、自分の個性に合った着装をしているものと思われる。この点から考えると、他のクラスでは2年食物コースに意外性が見られるが、これはファッションに対する関心度の高い学生に限定した結果であり、高感度なファッション感覚を持つ学生のDCブランド志向がうかがえる。

(3) 流行を取り入れる人の情報源

表5は、「流行を取り入れる」と答えた学生、つまり「全く取り入れない」と答えた以外の学生の情報源について、クラス、学年別の結果を示したものである。

表5 流行を取り入れる人の情報源

	2 服	1 服	2 被	1 被	2 食	1 食	合 計
流行を取り入れる人 (人)	71	75	89	54	66	77	432
ファッション雑誌 (%)	98.6	96.0	93.3	98.1	93.9	85.7	94.0
テレビ	71.8	60.0	60.7	40.7	36.4	40.3	52.5
専門店・百貨店	66.2	60.0	64.0	61.1	54.5	51.9	59.7
他人の服装	60.6	50.7	69.7	68.5	53.0	61.0	60.6
家族・友人	23.9	18.7	27.0	25.9	27.3	27.3	25.7
ファッションショー	29.6	12.0	2.2	0	3.0	7.8	9.3
他	1.4	0	0	0	0	1.3	0.5

※流行を取り入れる人は、非常に取り入れる人とある程度取り入れる人との合計

雑誌の利用については、特にクラス、学年の差は見られず、1年食物コースが85.7%、その他の学生は93~99%と高率を示しており、全体に利用度の高さがうかがえる。次に「他人の服装から」は被服科学クラスが1・2年とも比較的高く約70%を示し、続いて「専門店・百貨店」は2年の服飾デザインクラス、被服科学クラスが64~66%、「テレビ」からは2年服飾デザインクラスが71.8%と高く、1年服飾デザインクラス、2年被服科学クラスは約60%となっている。

以上のことから「流行を取り入れる」学生の情報源については、ファッションに対して関心の最も高い学生と同傾向を示しており、クラス、学年を問わずほとんど雑誌から情報を得ているが、テレビ、専門店、他人の服装からについては、服飾デザインクラス、被服科学クラスに多く見られ多方面からファッション情報を収集しており、クラスの特徴が顕著に現れている。

要 約

学生のファッションに対する関心度と着装状態について、次のような結果が得られた。

1. ファッションに対する関心度については、服飾デザインクラスが最も高い関心を示している。カリキュラムの構成上、服装に関する専門知識や技術の習得によるものと思われる。
2. ファッションに関する情報源は、ファッション雑誌を第1に挙げているが、最近のファッション雑誌は洋服に限らず、生活全般にわたって幅広い情報を提供しているためか、クラス、学年の別なく全学生が活用している。特にファッションに対して最も関心度の高い学生の情報源は、ファッション雑誌がトップであるが、店頭の商品やテレビ、他人の服装からも多くの情報を得ている。また、流行をすぐ取り入れる学生も同傾向である。
3. 流行の取り入れ方については、ある程度周囲の人が取り入れてからと答えており、学生の立場を良く理解している。
4. ファッション性が高いと言われている DC ブランド商品の購入は、2年服飾デザインクラスが最も多く、その他のクラスでも1年より2年に多い。また、買ったことはない学生も DC ブランドはよく知っている。中でもファッションに対する関心度の高い学生は、2年食物コースにも高い利用が見られ、学生のブランド志向が強まっている傾向にある。
5. TPO による服装については、約90%の学生が考えると答えており、ライフスタイルが多様化している現代でもそれぞれの目的や用途に応じた服装を考えている。
6. 最後に「毎日の生活で一番重視していること」については、生活の基盤となる衣食住に関しては低く、「人間関係」を最も重視している。現代の若い世代の中で「もの」の豊かさより「こころ」の豊かさ、優しさに価値をおく傾向が見られ始めていることを、無視することはできない。

文 献

- 1) 竹下弓子, 辻 啓子, 林 豊子, 山田令子: 繊維製品消費科学会誌, **29**, 317~321 (1988)