

地域によるファッション意識の相違

—名古屋・パリ—

中川 尚美

Differences in Fashion Sense between Nagoya and Paris

Naomi NAKAGAWA

緒 言

マスメディアの発達により、ファッションの情報が日本にいながらにして、リアルタイムで目にすることができる今日である。ファッションに対する関心は自ずと身近な存在として介在してくる。流行は、世界共通の媒体として私たち女性の注目を集めている。しかし、その共通分母であるはずのファッションが、他国を訪れる度に何かしら異なった印象として目に映る。日本の女性のファッションが、他国において特異に見えたり、他国の女性のファッションが、新鮮に見えたりと、意味不明な疑問に駆られる。

そこで、本研究では異なる地域の女性を対象に、日常におけるファッションのポリシー、普段着装する服の色、アクセサリーの装着状況について、現実のファッションに対する意識を詳しく調査し、名古屋とパリにおけるファッションの在り方の違いを明確にし、その要因を探るものとする。

方 法

アンケート調査は、1997年8月から9月に実施し、質問用紙による街頭アンケートとした。調査地域はパリと名古屋の二都市である。パリ市内の調査地点は、パリに在住していることを条件とするため、パリ市民の住宅地及び勤務地の多く集まっている場所として、パリ市役所前とモンパルナス、ルクサンブール、サンジェルマン、サンミッシェル、ビルアケム、サンジャック、フォーブルサントノーレ、サンラザールなどの郵便局・カフェ・公園であり、名古屋においては、名古屋市に限らず名古屋近郊も含めることとし（春日井市、小牧市、師勝町、西春町）それぞれの市役所前と住宅地、および名古屋市内の区役所前（天白区、緑区、中区、千種区、西区、北区）である。

調査対象者は、パリ市内に在住している20代から70代までの女性、及び名古屋市に在住する20代から70代までの女性とした。

今回のアンケート調査内容は、日常着に関するファッションの着装意識の比較、ファッションの相違を求めるため、差異が最も現れると思われる次の三項目を取りあげた。

1. 日常着としてよく着装する服（服種及び季節は限定しない）の色名を複数回答で求めた。
2. アクセサリーの装着の状況について、イヤリング・時計・帽子・ネックレス・指輪・ス

カーフ・プレスレットの7アイテムから、普段装着している全てのアクセサリーを選択してもらった。

3. 普段、服を着装するときどの様なことに気を配っているのかを探るため、普段着におけるファッションポリシーを短いセンテンスで回答してもらった。

尚、アンケート調査は夏に行なったが、季節・服種を限定せず、年間を通しての回答を求めた。

アンケート調査有効回答者数は、在住を確認の上、パリ167人、名古屋（近郊を含む）225人であった。

結果及び考察

1. 普段着における色の嗜好

名古屋とパリにおける年代別衣服の嗜好色については、図1に示した。

名古屋の20代の女性の日常着としてよく着装する服の色数は14色と幅広く分布している。パリの女性は、5色と名古屋の女性に比べ色数が少ない回答であった。中でも黒が名古屋57%、パリ82.6%という数値を示し、白・青・茶（パリにおいてはマロン）の比率は、両都市において似通った傾向を示している。名古屋においての茶は、34.7%と指示率が2番目に高いがファッション雑誌の特集の記事がこの二年ほど前より、茶について多く取り上げられていることも、起因していると思われる。

30代においては、両都市ともに黒の回答が名古屋65.1%、パリでは88.9%と高い値を示している。名古屋では10色の回答を得たが、オレンジ・紫・エンジが皆無となり、グレイ・ベージュ・赤・紺・緑が20代に比べ増加傾向を示している。パリでは青・緑が無くなり、白・赤・茶（マロン）と黒の4色の回答を得た。名古屋においてのグレイ・ベージュは、際立った自己主張をせず、周囲の景観に溶け込んだ色であり、また、白は純潔、清潔をも意味するため、好まれて着装される回答に至ったと思われる。30代でこのような色が好まれ着装されるのは、子育ての時期でもあり内面から出てくる力強さを持ち備えているため、白の清潔さとグレイ・ベージュといった自己主張をしない色を着装しても、十分自己を主張できるためと思われる。

40代では、名古屋において黒・白に加え、紺が増加している。これは、30代からの状況を引き継いだ傾向でもあり、白・紺は純粋な自己主張を可能とする色であるため好まれていると思われる。パステルカラー25%を好む現象は、名古屋の40代特有の傾向である。これは、子育てが終りはじめ、自分自身のお洒落を楽しむ余裕が出てくるためであると思われる。パリでは黒・白・青・緑の4色の回答が得られた。茶（マロン）の嗜好は皆無を示しているが、茶（マロン）は、西洋において、日本の白の意味合いと同様、色の自己主張が少なく調和を保つ色である¹⁾。そのため、意思表示がはっきりしているパリの40代の女性には、好まれない結果が得られたと思われる。

50代においては、名古屋では11色の色数に分散されている。黒・茶・紺・グレイ・パステル・ベージュ・白は自然に溶け込み、清楚で清潔な印象を持つ色であるため好まれているように思われる。パリでは黒・青・白・緑という回答が得られ、青・緑については名古屋ではあまり好まれていない色である。これは、ブロンド・マロンなどの髪色や白い肌に青・緑はよく映え、黒髪や黄色い肌には馴染みにくい色であるためと思われる。

60代・70代では、名古屋において紫（古代紫・江戸紫を含む）が主流となり、次いで茶・グレイが好まれていた。パリでは60代・70代で黒・赤・白・青が支持され、とくに赤が増加して

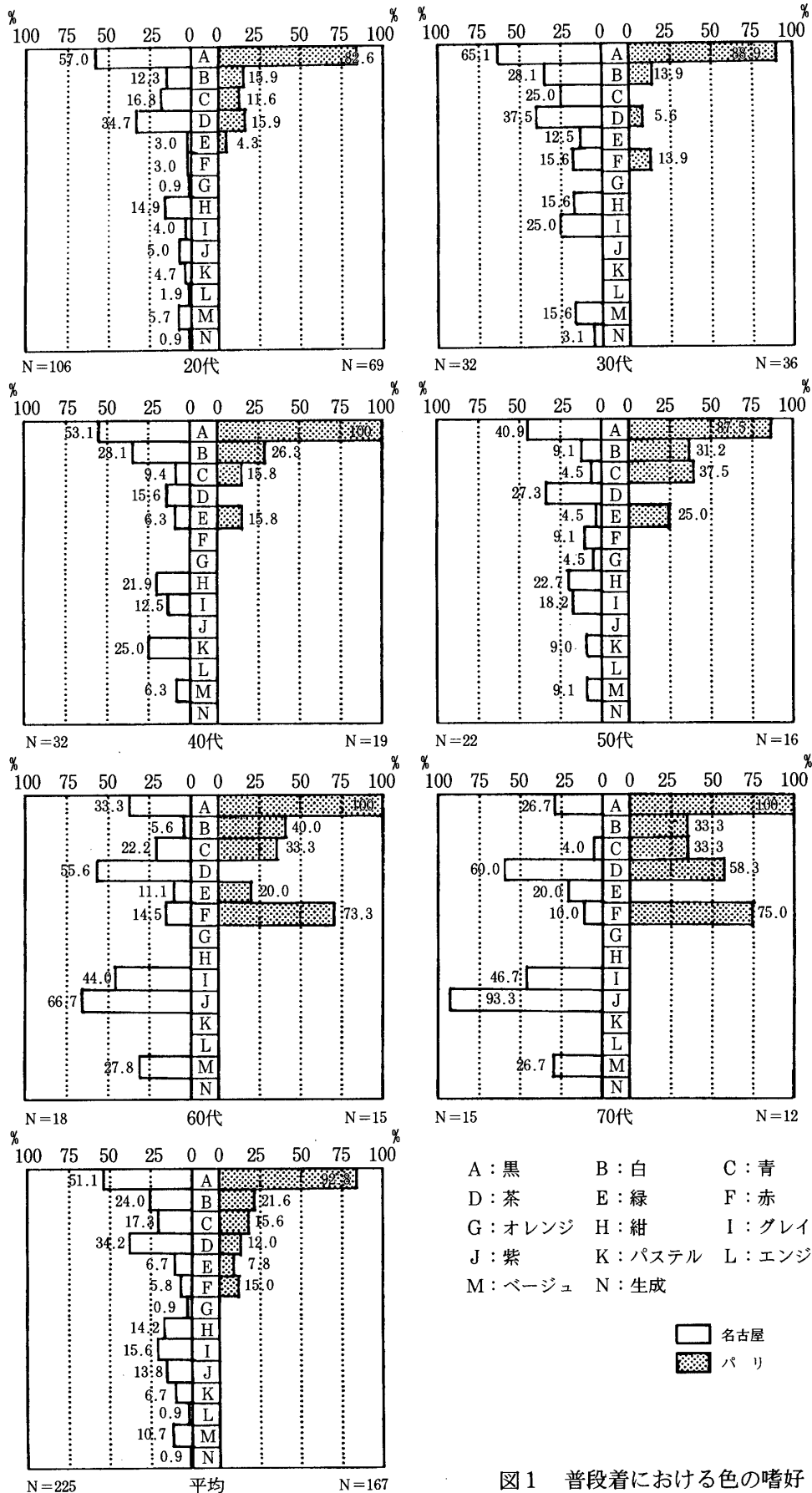


図1 普段着における色の嗜好

いる。また、白においても名古屋ではあまり好まれていないが、パリでは安定した指示率となっている。

全体を見ていくと、嗜好色の平均数値がパリでは6色であるのに対し、名古屋では14色と多い。パリでは黒を着装する全体平均値が92.8%となり、黒が20代～70代まで年代を問わず、圧倒的数値で着装されていることがわかる。

シンボル辞典では、「黒はさまざまな思いを包みこむ色であり、黒という言葉は死を意味し、全ての色が完全に消滅した状態を表している。ところがその一方、黒は人を怯えさせる神秘的影を表し、決断力ある冷静な意思と周囲を際立たせる形式のない絶対的自由を表す。¹⁾」と記されている。また「黒の神秘性は、女性のドレスにおいてシックな色の表象でもある。黒がうまく着こなせるのは成熟した大人の魅力を備えている女性であることを物語る。ピンクやブルーでは大人の感覚が出しにくい。それは黒がさまざまな思いをその中に包み込んでしまう色であり、純粹さだけでなく、腹黒さや醜さや悪などを内抱しつつ、しかも毅然とした姿を露にして見せる色だからである。また、黒は沈黙の色でありながら、他に類を見ない程、多くを語ってくれる色でもある。²⁾」と岩井 寛氏が述べている。このことから、パリの女性たちはこぞって黒の衣服に身を包むことによって、成熟した大人の魅力を備えた存在を表現していると思われる。この神秘性は、沈黙のうちに自己の表現の確立を若い頃より培い続け、その永続性は黒を着装している数値によって明示されている。日本における黒は全体平均で51%であるが、年代別傾向として見た場合、20代・30代・40代に支持されている色であるが、それ以降からの年代からは減少の一途をたどっている。60代・70代に紫が67～93%へと黒ととって変わり、一位を占めていることは紫の持つ不安と変化・変容の西欧的な「紫」観ではなく、日本人特有の紫に対する高貴さへの憧れの現れと思われる。

今回の調査で得られた一人当たりの嗜好色の回答数は、パリで平均1.7色、名古屋では平均2.0色の回答となり、差は見られなかったが、嗜好色の数ではパリにおいては黒を筆頭に、白・青・赤・茶・緑の6色であったのに対し、名古屋については黒・茶・白・青・グレー・紺・紫・ベージュ・緑・パステル・赤・エンジ・生成・オレンジの14色であった。特に20代では14色全てが揚げられており、その他は9～11色の色数を記述している。これらは、パリの4～5色の傾向と比較すると2～3倍程になり、服の色に依存した形式で自己主張を試みる傾向にあるように思われる。

パリでは名古屋に比べ色数は少なく、色の組み合わせを重要視することよりも、色によって自己を主張するための基本を整える傾向にあると思われる。

2. アクセサリーの装着頻度

アクセサリー7アイテムの中で、名古屋とパリにおける女性たちが、日頃よく装着しているものを選び出してもらい、年代別に平均装着率を図2に示した。

イヤリングでは、名古屋については30代・40代・60代が50%以上の値を示している。パリについては20代から70代の全ての年代において50%以上の装着率となった。とくに40代の100%、50代87.5%・60代86.7%と高い値を示し、70代においても58.3%を示しているが、名古屋では10%以下の低い数値となった。

時計については、20代から70代の全ての年代で、名古屋・パリ両都市において高い装着率を示しているが、これは機能性を持つアクセサリーであるため高い値を示したと思われる。

帽子については、名古屋・パリともに60代まで低い値となり、パリの70代において75%と激増している。これは冬の防寒用と夏の斜光の強さを防ぐためと、髪が極度に細くなることに起

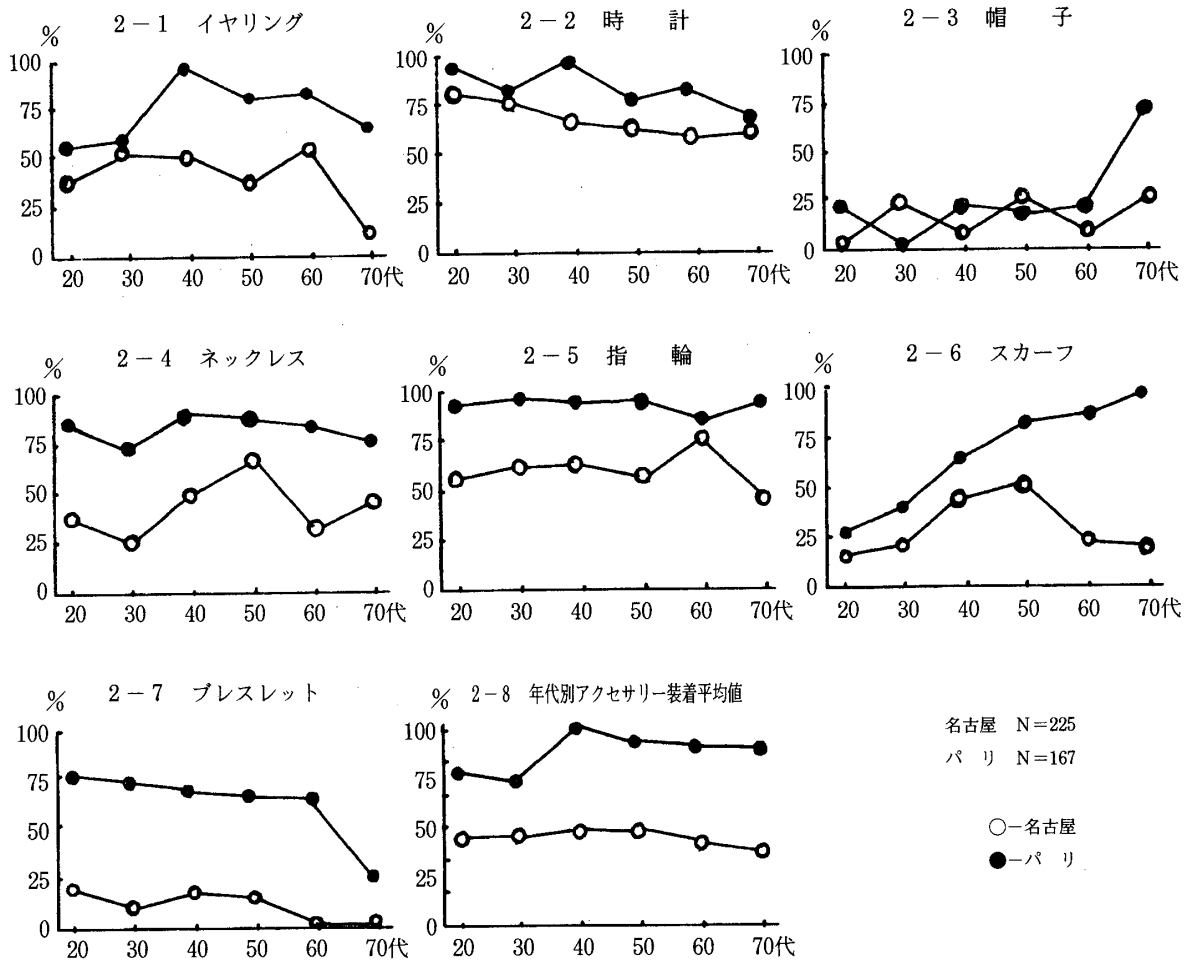


図2 アクセサリーの装着頻度

因していると思われる。

ネックレス、指輪については、パリでは各年代において高い数値を示している。名古屋ではネックレスは40代・50代で50%以上の装着率を示し、指輪においては20代・30代・40代・50代・60代と50%以上の値を示している。60代では83.3%と高い数値であった。これらは一般的に結婚指輪を装着することにも起因しているためと思われる。名古屋の30代のネックレスが低い値となっているのは、特に子育ての時期と重なっているためであると思われる。

スカーフにおいては、パリでは20代の30.3%から70代では91.7%と年代が上がる度に高い数値を示している。これはパリの気候が名古屋に比べ寒いことと、冬が長いことによるものと思われる。名古屋の40代・50代において高い数値が得られているが、これは40代・50代の女性にとってスカーフが手頃な装飾品として定着しているからと推察できる。

ブレスレットは、名古屋とパリにおいて大きな差異が見られた。ブレスレットは名古屋において20代の19.8%が一番高い数値であり、60代・70代では皆無となったが、これは日本人にとってブレスレットを着ける習慣が一般的に定着していないためであろうと思われる。パリでは20代の76.8%を筆頭に60代まで高い数値を示している。パリにおいては各年代とも高い装着率を示しているのは、ブレスレットが他の種のアクセサリと同様に装飾品として定着しているためであると思われる。

アクセサリ装着総数をアンケート回答者数（パリ167人、名古屋225人）で割り出した値を

平均装着のアイテム数とした。パリ一人当たり4.9アイテムに対し、名古屋一人当たり2.4アイテムという結果となった。同様の方法により割り出した各年代別の平均装着のアイテム数は、名古屋40代・50代の3.2アイテムが最高値であるが、世代によるアイテム数の変化はあまり見受けられない。パリにおいては40代の6.1アイテムを最高値とし、50代・60代・70代と変わることも無く、5アイテム以上を装着している結果となった。

7アイテムの中での組み合わせとして、パリではイヤリング・ネックレス・ブレスレット・指輪・時計、名古屋ではイヤリング・ネックレス・指輪・時計の組み合わせが多く見られた。

アクセサリ平均装着のアイテム数の2地域間での差異は、約2倍ではあるが、これはアクセサリを身に着ける上において、洋服とのバランスや洋服を着る上でのポリシーとともに深くかかわり合っているのではないかと考えられる。

年間を通してアクセサリを装着している総数（複数回答）は、パリ823アイテム、名古屋545アイテムであった。

3. ファッションのポリシー

名古屋とパリにおけるファッションのポリシーについては、表1に示した。

表1 ファッションポリシー

		N=225	N=167
ファッションポリシー回答（複数回答）		名古屋(人)	パリ(人)
バランス（色・形）		47	10
機能性		15	37
トレンド（流行性）	取り入れる	13	32
	取り入れない	6	7
客体視		29	7
価 格	高い	0	2
	適性価格	0	10
	安い	2	4
T. P. O		6	10
品 質		5	0
自己表現	主張のある	5	2
	自分らしいこと	20	1
	独創的表現	2	19
トータルイメージ	クラシック・不変	1	52
	エレガンス	6	35
	モダン	0	16
	女性らしさ	2	12
	洗練	0	8
	シンプル	22	7
	清潔感	9	7
	清楚	6	5
	華やかさ	1	0
	可愛らしい	6	0
	シック	3	0
	カジュアル	2	0
	美しさ	2	0
	ナチュラル	2	0
無回答		13	0

パリの女性たちは、美意識に対するポリシーを明確に記述している。「トータルイメージ」の中でクラシック・不変的と回答した人が52人と多く、気品・エレガンスと答えた人は37人であり、モダン・女性らしさ・洗練と続く。これらの「トータルイメージ」に基いて、自分を創りあげようとしている女性が多く、このような回答が得られたと思われる。その他のファッションのポリシーとして、着心地がよい、動き易いなどといった「機能性」を重要視する回答も多くあり、また、「トレンド（流行）」を取り入れると答えた人も多くいた。パリの女性の特徴として「自己表現」の中の独創的表現を揚げ、この独創的表現とは他とは違った個性あるファッションを意味している。この様にパリの女性たちは、自分のイメージを明確にしながら着装し自分を創りあげ、流行にも敏感に反応し、独創的なファッションを心掛けていることが示唆された。

名古屋の女性の回答の中で一番多かったものは、色・形の「バランス」の47人であった。次いで、他人から見た体型についての「客体視」と答えた人が29人、「自己表現」の中の自分らしさと答えた人が22人であった。「トータルイメージ」の中では、圧倒的にシンプルと回答した人が多く、また、「機能性」や「トレンド（流行）」を取り入れるという回答も多くあった。これらの回答より名古屋の女性は、色や形の「バランス」を重要視し、「トータルイメージ」の中でもシンプル・清楚・清潔感といった控え目なイメージの言葉で表記している。また、他人からの視線を意識し、これは自己中心型のパリの女性からの回答とは大きく異なる点である。「自己表現」についても、独創的であることと回答したパリの女性とは異なり、自分らしいことという曖昧模糊とした言葉で表現している。パリの女性167人の回答者が283もの回答したのに対し、名古屋の女性225人の回答者から得た回答は212にとどまり、13人については無回答であった。この無回答者については、ファッションのポリシーを明確には持たない、わからないといった意味で、回答を得ることが出来なかった。

4. 色、アクセサリ、ファッションポリシーの関わりについて

パリの女性たちにおいて、黒い服を着ると答えた人が9割以上であったことは、前述したとおりである。黒い衣服を身に纏うこととは、黒色の持つ神秘性と、全ての色が完全に消滅した状態を演出することであり、形式のない絶対的自由を自ら獲得する。つまり、自分のイメージを創りあげる為のベースをまず「ゼロ」の位置に置くことであり、それを自己表現のためのファッションを創り出す手段の一つとしている。色と色との組み合わせではなく、今回の調査結果で明らかになったように、アクセサリを複数装着することによって、それぞれが自分のアイデンティティにあった様式を作りあげ、自分の輪郭を確定的なものとしている。そこで、黒い服と装飾品（アクセサリ）は、相乗作用を発揮していると思われる。トレンド（流行）を取り入れながらもクラシック・不変・エレガンスといった飽きのこないファッションを求め、また女性らしさといった回答からも女性ならではのお洒落、つまりアクセサリなどの装飾品を多く身に着けることは、パリの女性たちの特徴でもあると思われる。

名古屋の女性のファッションは、バランス（色・形）を重要視する女性が多数存在していることが明らかとなった。色の嗜好アンケートからも判るように、多彩な色の組み合わせという方法によって、自分の存在を確立しようとしている。そのためアクセサリの装着意義が薄らぐのも至極当然の結果と思われる。また、トータルイメージの中で、シンプル・清楚・清潔感といった回答からも多くのアクセサリを必要としないということも、自明であろう。

その他、自分が他人の目にどう映って見えるかという他者の存在も、ファッションの中で大きな位置を占めているように思われる。これは、人の目を気にする日本特有の現象がファッショ

ンの意識の中にまで潜在していたことをも意味していると思われる。

要 約

地域別によるファッション意識の相違について、パリと名古屋を調査地域として設定し、両地域に住む女性20～70代を対象に、アンケート形式による調査を行い、ファッションに対するポリシー、色、装飾品装着度の結果を比較検討した。パリの女性たちは、自分のアイデンティティを持ち、自分の存在を確定的なものとするため、黒色の持つ全ての色が完全に消滅する意味を確実に把握した上で黒を着装し、「ゼロ」の状態から多くの装飾品を身につけることによって、効果的に自分独自の世界を作り上げるファッションの傾向にある。

名古屋の女性のファッションは、自分のアイデンティティを持つことよりも、他者からの客体視に極度な依存を示す傾向にある。またバランス（色・形）を重要視し、多彩な色の組み合わせという方法によって、自分の存在を確立しようとしているため多くの装飾品を必要とせず独自のファッションスタイルを創り上げていると思われる。

民族・文化・思想との関わりにより、ファッションの在り方にも大きな相違があるように思われるため、ファッション意識について国内外を問わず広範囲の地域を設定し、また調査内容についてもより範疇を拡げ、地域によるファッションの在り方の違いをより明確化することが今後の課題である。

参 考 文 献

- 1) アト・ド・フリース：イメージシンボル事典，87，65，大修館書店（1984）
- 2) 岩井 寛：色と形の深層心理，115～123，日本放送出版協会（1992）