Drafted pattern と Commercial pattern の比較研究
(第2報)
一般婦人による Commercial pattern について

古川智恵子・加藤恵子・後藤喜恵
堀　有井子・松井章子

Comparaive Study of Drafted Pattern and Commercial Pattern
(Part 2)
Investigation of Commercial Pattern to General Women

by

C. FURUKAWA, K. KATŌ, Y. GOTŌ
Y. HORI and A. MATSUI

緒　　言

第1報にひきつづき今回は，家庭における一般婦人を対象に年代別 Commercial pattern 利用状況及びその市場調査とホームソーイングの実態を調査し，検討したので報告する。

調 査 方 法

表1　調　査　方　法

	実態調査	市場調査	着装実験
実施時期	昭和47年8月上旬	昭和47年4月～9月	昭和47年7月上旬
対　象	一般婦人 年代 20 30 40 50 計 人数 100 100 100 100 400	市販各メーカーパターン 服飾雑誌・婦人雑誌 付録パターン	市販パターンによる製作スカート ABCDE. OPQRS社
実験材料	設問項目によるアンケート	既製パターン	スカート—バイリーン230番 ベルト—バイリーン230番7.5cmを三ツ折にし，使用 糸—カタン糸60番 針—ミシン針11番

アンケート調査内容

1. 年代別家庭洋裁経験度について
2. Commercial pattern について

アンケート用紙を配布し，また研究者によって街頭および各家庭訪問による聞き取り調査を行なった。

結果および考察

1.　C．P．の知名度

1）　年令別・職業別既製パターンの知名度

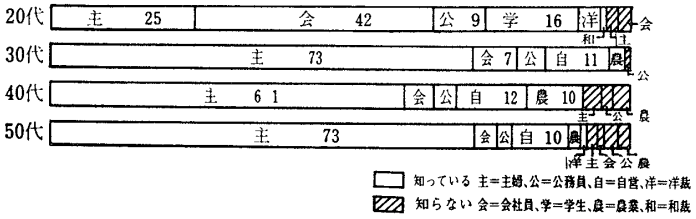

図1　　年令別・職業別既製パターンの知名度

図1に示すようにC．P．の知名層は全体の94.7%であり，どの年代においてもほとんどの者が知名している。これらの層の職業についてみると，20代においては会社員42%と多く，次いで主婦25%の順となり，30代，40代，50代ではいずれも主婦が最も多く73%，61%，73%の順になっている。また知名しなかった層は全体のわずか 5.3%で，これを年代層に分けてみると，20代では5.3%，30代1%，40代8.7%，50代7.5%となっている。

2）　家庭洋裁経験度

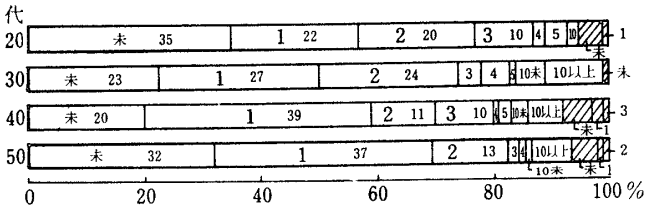

図2　　家庭洋裁経験度

洋裁経験のある者がどの年代も多く，中でも1～2年経験のある者が20代42%，30代51%，40代50%，50代50%と各年代とも約半数を占めている。また30代から50代までの中高年層においては10年以上経験のある者がみられ，これらの中には洋裁を職業としている者が20%占めている。また知名しなかった層はほとんどが未経験者である。

3）　パターン種別知名度及び知名冊数

図3に示すように20代においては，66%の者が，若い女性・装苑などの服飾雑誌で知名し，30代から50代の中高年層になるにつれて主婦の友・婦人生活などの婦人雑誌で知名している。これは20代には会社員・学生等の未婚の者が多く，30代から50代では主婦が多いためこのような結果になったものと考えられる。また市販パターンは各年代とも知名度は低率であった。

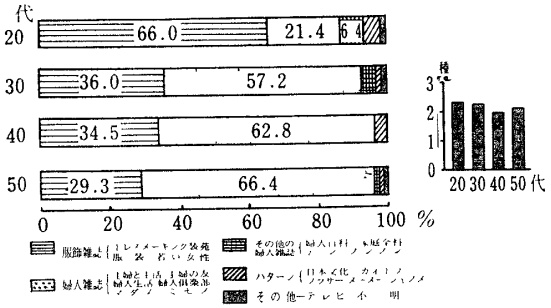

図3　　パターン種別知名度および知名冊数

つぎにC．P．の種類についてみると各年代とも1人約2種類のパターンを知名していた。

2. パターン使用割合

1) 年令別服種別使用割合

図4に示すように20代，30代，40代では使用者が50%以上になっているが高年層になるにつれて漸次使用率の低下がみられる。特に50代では，娘や嫁等に洋裁の出来る者がいるため依存する傾向を示し，このような結果になったものと考えられる。つぎに服種別に使用割合をみると，20代ではスカート37.3%，ワンピース24.5%，30代ではワンピース27.4%，子供服25.5%，40代ではワンピース26.7%，スカート25.6%，50代ではスカート29.7%，ブラウス20.8%の順である。どの年代層においてもスカート，ワンピース，ブラウス等はホームウエアとしても最も利用頻度が高く，また洋裁経験が少なくても手軽に製作できるという点において高率を占めているものと考えられる。また中高年層において子供服が現われているのは，やはり対象者に主婦が多かったためこのような結果になったものと考えられる。

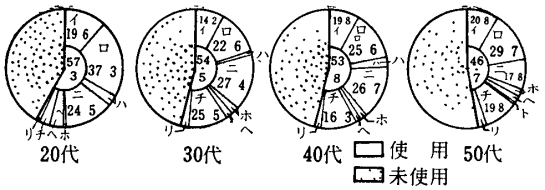

図4　年令別による使用割合

2) 使用目的別服種の割合

図5に示すように，普段着85.1%，外出着13.7%で，そのほとんどが家庭洋裁で簡単にできる普段着で占められている。その使用服種についてみると，普段着ではスカート31.5%，ワンピース22.3%，ブラウス20.2%，外出着ではワンピース37.0%，子供服20.4%，スカート14.8%である。

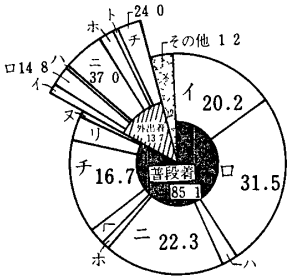

図5
使用目的別服種の割合

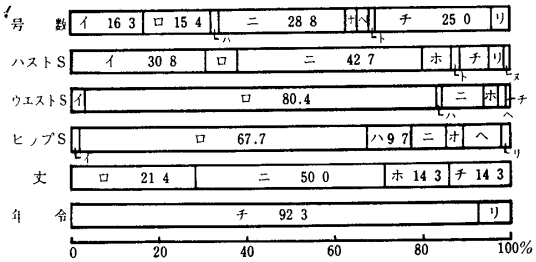

図6　選択基準

3) 選択基準

これらの服種は何を基準にして選択しているかをみると，図6のようである。号数で選択したものは，ワンピース28.8%，子供服25.0%，ブラウス16.3%，バストサイズで選択したもの，ワンピース42.7%，ブラウス30.8%，ウエストサイズで選択したものはスカート80.4%，ヒップサイズで選択したものではスカート67.7%，パンタロン 9.7%，丈で選択したもの，ワンピース50.0%，スカート21.4%，年令で選択したもの，子供服92.3%となっている。特にスカートにおいては，ウエスト，ヒップ，丈と3つの項目を考え合わせて合理的な選択がなされている。

3. 着用感について

服種別着用感の満足度

パターン選択基準をもとに製作した洋服が，体型にフィットしたか否かを図7でみると，ピッタリ合ったというのが全体の14.1%，まあまあであったのは85.2%，全く合わなかったのは0.7%で極く少数であった。

つぎに各々の服種についてみると，ピッタリであったと答えたのは子供服の26.5%に多く，ついでスカートの24.5%，ブラウス18.4%の順である。まあまあであったのはスカートの30.0%，ワンピース23.1%，ブラウス17.8%である。ピッタリに子供服が高率を占めているのは，婦人服と異なり活動しやすいように寛度の許容範囲が広いためと思われる。まあまあではスカート，ワンピースが高率であり，ピッタリと合わせても出現率の高いのは，図2の洋裁経験度からみても未経験者や1～2年の経験度の浅い者が多いため，細部を問題としないで満足感を持っているものと思われる。

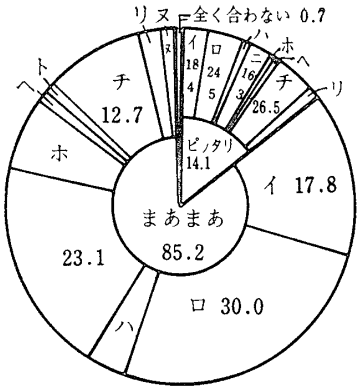

図7　服種別着用感の満足度

4.　C.P.使用による補正

1）補正割合

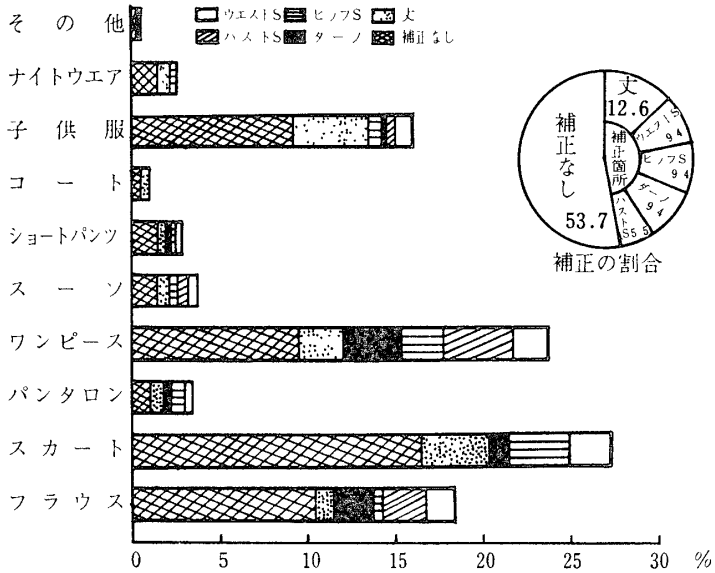

図8　補正箇所

着用感においてまあまあであった，全く合わなかったと答えたものについてその補正割合をみると図8のようである。補正なしが53.7%と半数以上を占めており，補正したものにおいては丈の12.6%，以下ウエストサイズ，ヒップサイズ，ダーツ，バストサイズの順である。補正なしが高率を占めているのは，着用者が気になりながらも補正を加えずに着用している層も含まれているため，この傾向を示したものと考える。補正したものにおいては，補正の簡単な丈が多く，ウエストサイズ，ヒップサイズ，ダーツ，バストサイズに低率であり，これは家庭洋裁程度の者にとっては技術を要し，難しいためと思われる。中でもバストサイズが低率を示しているのは，スカート，パンタロン，ショートパンツ等にバストサイズが含まれていないために，補正を不要とする服種が多いからと考えられる。

つぎに補正箇所を服種でみると，補正なしはスカート，ブラウス，ワンピースに出現率が高く見られるが，これは普段着としての用途であるためと考えられる。補正の多い箇所は丈であったが，子供服，スカート，ワンピースに高率であるのは，各自の好みに合わせて最も補正しやすいためと思われる。各服種によって補正箇所は異なるが，ダーツについてみるとワンピース，ブラウスに出現率が高く，スカート，パンタロンの下衣のものでは低率となっている。

スカート，パンタロンにおいてはウエストの厳密な補正を必要とするので，高度な技術を伴わない婦人層には，補正が困難なため低率になっているものと考える。

2） 使用割合

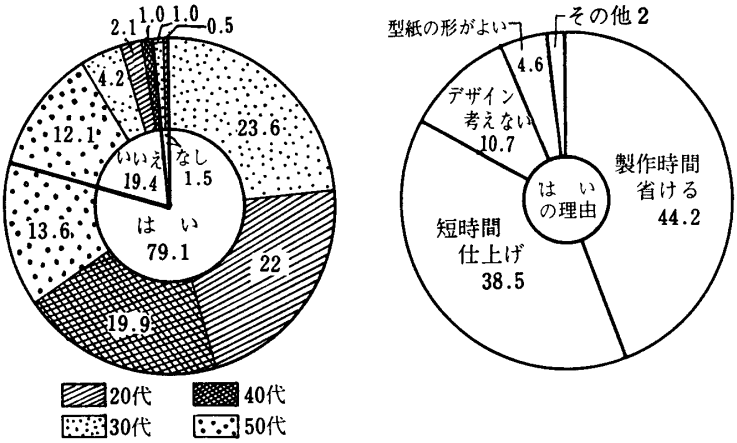

図9　今後のパターン使用意見

図9で今後のパターン使用希望を各年代別にみると，これからも使用していきたい者が79.1%，使用したくない者が19.4%であり，ほとんどは今後の使用を希望していた。これを年代でみると各年代共大差はみられないが，30代，20代，40代，50代，の順で30代前後の若年層に使用希望が多くみられた。50代に少ないのは，前にもその理由を述べている通り，自分では洋裁をしなくてもすむからの理由などがあげられる。使用したくない者については，50代，30代，20代，40代と反対に高年層に多い。これを今後使用していきたい者のみについてその理由をみると，「製図時間が省けるから」44.2%，「短時間で仕上げられるから」38.5%，「デザインを考えなくてもよいから」10.7%，「型紙の形がよいから」 4.6%と「その他」の理由があげられる。この結果から，今までは一点の作品を製作するのに長時間を費やしていたのではないかと考えられ，短時間仕上げがいかに望まれているかがわかる。洋裁経験の未熟な者には特に製図をする手間が省け，また忙しい家庭の主婦に時間の短縮は最も魅力であるため，高率を示しているものと思われる。

以上，これまではパターン知名層について述べてきたが，図10においては知名しない層，即ち5%のパターン使用希望についてみると，「あれば見たい」「是非知りたい」がほとんどを占めており，これらの希望服種は少数づつではあるが，ワンピース，スカート，スーツなどがあり，普段着として最も実用性のあるワンピース，スカートに多くみられる。

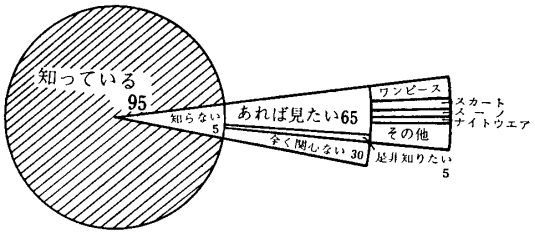

図10　今後のパターン使用希望と服種

5.　C．P．の市場調査

1） サイズ表示

表2においてサイズ表示種類を市販パターン6種，雑誌付録パターン10種について比較したところ，表示方法においては，1・2・3の段階，7・9・11号の号数段階，大・中・小，A・B・C，S・M・L，またミス・ミセスサイズに分類されたものなど種々さまざまの表示がみら

表2　Commercial pattern のサイズ表示種類（単位　cm）

市販パターン

ジャノメフィットパターン　H-W　差30　¥ 100

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
W	54	56	58	60	62	64	66	68	70	72	74	76
H	84	86	88	90	92	94	96	98	100	102	104	106
丈(参考)	47	48	49	50	51	52	53	54.5	56	57.5	—	—

日本バイリーン・旭化成(ヌーヌー)　H-W ミス 差28　¥ 380　ミセス差 25

	7	9		11		13		15
	ミス	ミス	ミセス	ミス	ミセス	ミス	ミセス	ミセス
B	79	82	82	85	85	88	88	91
W	59	61	65	63	67	65	69	71
H	87	89	90	91	92	93	94	96

ブラザーホームソーイング　H-W 差28　S L差30 ¥ 100

	S	M	L
胸まわり(B)	80	83	86
胴まわり(W)	58	62	64
腰まわり(H)	88	90	94
背　肩　幅	35	36	37
半袖丈	19	20	21
(長袖丈)	(51)	(53)	(56)
ブラウス丈	56	57	58

文化出版局型(紙シリーズ)　H-W差28　¥ 330

	7	9	11	13
B	79	82	85	88
W	59	61	63	65
H	87	89	91	93

カネボウホームソーイング　ベルカット　H-W差27 ¥ 300

	7	9	11	13
B	80	83	86	90
W	60	63	66	69
H	87	90	93	96

クラボウＳＳパック　H-W 差30　¥ 不明

	大	中	小
腹　囲	70	62	58
腰　囲	96	92	88
腰　丈	20	19	18
スカート丈	62	60	56

雑誌付録パターン

若い女性　H-W 差28　¥ 320

	5	7	9	11	13	15
W	58	60	63	66	69	72
H	86	88	91	94	97	100
丈	38.5	40	42	44	46	48

若い女性　H-W 差27

	5	7	10	13	15
W	59	61	64	67	69
H	86	88	91	94	96
スカート丈	41	43	46	49	51

若い女性　H-W差 24～27

	5	7	10	13	15
W	58～60	61～62	63～66	67～68	69～71
H	84～85	86～88	89～91	92～93	94～96
丈	35	37	39.5	42	44

装　苑　H-W 太字差26　細字差27　¥ 320

	小			中			中		大			大
B	78	**79**	80	81	**82**	83	84	**85**	86	87	**88**	89
W	58	59	**60**	61	62	**63**	64	65	**66**	67	68	**69**
H	85	**86**	87	88	**89**	90	91	**92**	93	94	**95**	96

ドレスメーキング　H-W 差30　¥ 320

	A	B	C	D	E
W	56	58	60	62	64
H	86	88	90	92	94

主婦の友　H-W 差26　¥ 400

	S	M	L	L.L
B	80	85	90	105
W	58	64	74	84
H	84	90	95	100
スカート丈	45	54	54.5	60.5

主婦の友　H-W 差23.24.22

	S	M	L	L.L
H	82	86	90	96
W	59	62	68	72
スカート丈	48	50	52	54

WOMAN　H-W 差29　¥ 280

	7	9	11	13	15	17
B	79	82	85	88	91	94
W	57	61	65	69	73	77
H	88	90	92	94	96	98
袖　丈	54	56	57	58	59	61
スカート丈	51.5	53.5	55.5	57.5	59.5	61.5

婦人倶楽部　H-W差28 ¥ 400

	7	9	11	13	15
B	80	84	86	90	94
W	58	62	64	68	72
H	86	90	92	96	100
着　丈	79	81	83	85	87

ミセス　H-W差 20.22　¥ 320　24.25

	小	中	中大	大
胸　囲	81	84	87	90
腹　囲	62	66	70	74
腰　囲	87	90	90	96
背　丈	36	37	38	39
袖　丈	50	51	52	53
スカート丈	58	60	62	64
ワンピース丈	88	90	92	94

主婦と生活　H-W差24.26.30　¥ 400

	S	M	L	L.L
W	58	62	70	76
H	88	92	96	100

fair laday　H-W差30　¥ 200

	小	中	大
腹　囲(W)	58	62	66
腰　囲(H)	88	92	96
スカート丈	51	53	55

女学生の友　H-W差32.30.28　¥ 250

	小	中	大
B	80	84	90
W	58	62	66
H	90	92	94
スカート丈	51	54	58

れる。既製パターン種の中でスカートのみについてみても，製作服種に直接必要とみなされないサイズ表示まで記入されているものと，スカートの必要サイズのみ表示されているものが見受けられる。これは体型把握をする上においては記載されていた方が便利と考える。次にヒップ・ウエスト差についてみると，最小は20cmから最大のものでは32cmの差がみられた。同一誌でも発行月によってウエスト・ヒップのサイズの違うのもあり，消費者には選択に困難であると考えられ，統一性が望まれる。価格についてみても，廉価なもので 100円から，高価なものは400円までありいろいろみられるが，それらの価値については一考を要するものと思われる。

2) 各社C．P．スカートの着装比較

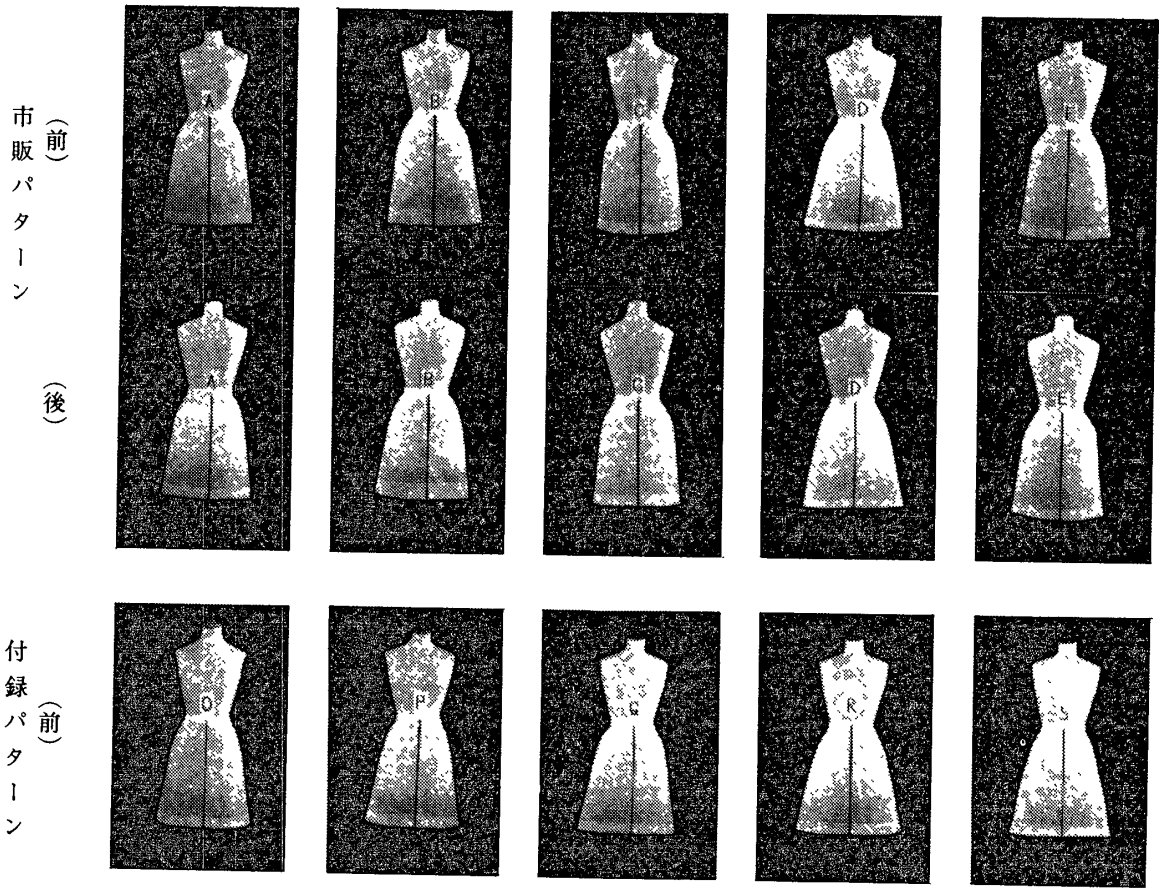

図11　Commercial pattern のボディー着装による比較

以上市場調査による市販パターン，雑誌付録パターンの中から10種類を選び，今回は同一同型ボディーによる着装比較実験を行った。

結果は図11に示す通りである。実験使用素材は，バイリーン 230番を使用した。評価点は表5のように観察事項を決め，各事項につき最大減点数を5点とし，研究者5名の視感評価による個々の採点の平均値とし，それにより順位をつけた。その結果，最も適合したとみられるのは，市販パターンのA社で，次に雑誌付録のR社，次にB・C社であった。

表3　既製パターンによる評価表

	評価点			市販パターン					雑誌付録パターン				
	観察事項		パターン減点数	A	B	C	D	E	O	P	Q	R	S
前スカート	シルエット		5	1.2	2.2	2.6	2.6	2.8	1.4	2.0	2.6	2.6	3.2
	ウエストくり		5	4.0	3.4	1.0	1.0	3.7	0.8	2.6	2.0	2.6	1.4
	ダーツ	位置	5	2.8	1.2	2.0	2.0	2.2	3.0	2.0	1.8	1.0	3.4
		方向	5	1.8	1.2	2.6	2.6	3.0	2.8	2.2	2.0	1.4	3.0
		長さ	5	1.8	1.4	1.2	1.2	3.2	3.0	3.2	3.0	1.6	2.4
		深さ	5	2.0	1.0	1.4	1.4	2.8	0.6	2.4	2.4	1.4	2.2
	ヒップゆるみ		5	0.4	1.4	2.4	2.4	1.6	1.2	2.8	1.8	1.6	2.4
後スカート	シルエット		5	2.2	2.4	2.6	2.6	3.0	1.2	2.0	2.2	2.4	2.8
	ウエストくり		5	1.6	2.8	2.0	2.0	3.0	2.6	1.2	2.2	2.4	1.4
	ダーツ	位置	5	0.6	1.1	1.2	1.2	2.0	3.0	2.6	1.8	2.4	1.2
		方向	5	0.6	4.2	1.6	1.6	3.0	2.4	3.0	1.8	1.8	0.6
		長さ	5	2.0	2.4	2.2	2.2	2.2	2.4	2.2	1.4	1.2	2.0
		深さ	5	2.2	1.0	1.4	1.4	3.6	2.4	2.6	2.0	1.4	1.8
	ヒップゆるみ		5	1.0	2.6	2.2	2.2	2.4	0.6	2.2	1.2	1.6	2.2
	脇	裾ライン	5	1.2	3.0	2.2	2.2	1.4	3.4	1.8	1.4	2.0	2.4
	減点総計		75	25.4	28.6	28.6	33.6	39.4	30.8	34.8	29.6	27.4	32.4
順位				1	3	3	8	10	6	9	5	2	7

まとめ

一般婦人における Commercial pattern の調査結果をまとめると，

1. 一般婦人の家庭洋裁においては，いずれの年代においても，C．P．を知らない人は極く少数で，職業層も20代では会社員が多く，30代以上は主婦が⅔以上で圧倒的に多くみられた。家庭洋裁経験度は，いずれの年代においても1～2年の経験年数の者が多く，次に未経験で，パターンを全く知らなかった層においては，未経験者がそのほとんどを占めていた。

2. 年代別パターン使用状況では，高年令層になるにつれて使用率の減少がみられ，パターン使用種別では若年層は服飾雑誌が多く，高年層になるにつれて，婦人雑誌の付録パターンの使用率が逆に多くみられた。またその使用服種では，スカート・ワンピース・ブラウスの普段着用にそのほとんどが使用され，30代以上では子供服の使用率も多くみれらた。それらのパターン使用の選択基準は，合理的な選択がなされていた。

3. パターン使用における服種別補正箇所は，いずれの服種においても補正なしがほとんどであるが，補正のある部位の中では，丈の直しが最も多くみられ，次いでウエスト・ヒップ・ダーツの順にみられた。

4. 一般婦人の今後のパターン使用意見では，約80％の者がC．P．使用を希望しており，その

主な理由は製作時間の短縮が大きな理由であった。

5. 市場調査における各社のパターンサイズ表示には，統一がなくまちまちで，使用者にとってその利用が，不便かつ困難であると考えられた。

6. パターンのボディーにおける着装比較ではA社のパターンが良好と思われ，次いでR社・B・C社であった。

以上C．P．の利用は家庭洋裁の能率化をはかるため，今後ますます増大発展してゆく傾向にあると思われるが，我国のパターンサイズには欧米のような細かいサイズ段階がなく，またサイズ表示も各社まちまちであるので今後この方面の研究改良が必要であると考えられる。

私共の今後の研究は，学生によるパターン使用実験をさらに詳しく分析してよりよいパターンを見出すと共に，現授業時におけるD．P．の理解をより深め，時に応じてC．P．を駆使する応用自在の能力を養い，被服構成のより能率化の方向へと指導を進めて行きたい。

参 考 文 献

1) 石毛フミ子，(1969)．実験被服構成学．同文書院
2) 成田　順，石毛フミ子，(1972)．被服の立体構成．同文書院
3) 蠟山政道，稲垣長典，(1955)．家政学読本，東洋経済新報社
4) 高橋春子，鈴木昭子，(1967)．パターン作図法．家政教育社
5) 柳沢澄子他，(1971)．被服構成学．光生館
6) 柳沢澄子，原田藤枝．(1969)．Dress Patten の基礎と応用．柴田書店
7) 野口益栄，(1972)．新文化婦人服．光文社