

B 61 ファッションに対する女子大生のイメージと個人差  
日本女大家政 ○中村邦子  
日本女大計算研 ニ宮玲子

目的; ファッションに対する意識やイメージは、個人的要因と社会的要因に影響され、個人差が大きい。本研究では、ファッションに関する嗜好性及びイメージと性格との関連性について検討し、さらに、多次元尺度構成法により、ファッションに対するイメージの個人差分析を行うことを目的とする。

方法; まず、ファッションに関する嗜好性やイメージを調べるために20種類のスタイルについて、SD法(20形容語対、5段階評定)を用いて調査を行ない、因子分析を施した。また、YG性格検査法により、性格分類を行った。ここでは、相互関連の強いものを一群として、5つの性格因子に分類し、プラス反応グループとマイナス反応グループのイメージ用語別平均評定の差をそれぞれのスタイルごとに比較し、性格のタイプとファッションの嗜好性及びイメージの関連性について検討した。さらに、データをもとにファッションに対するイメージについてINDSCALを用いて個人差分析を行った。

結果; 1) 因子分析の結果、「T.P.O.性」、「オリジナル性」、「嗜好性」、「外観性」の4つが抽出された。2) ファッションの嗜好性について性格因子別に特徴づけることが出来た。3) ファッションのイメージに対して最も影響の大きい性格特性は、「社会的外向性」であった。4) INDSCALによる分析の結果、ファッションに対するイメージの個人差が明確となった。