

**目的** 思い思いの装いを自由に楽しんでいくかにも見える若い女性の服装も、よくみるとやはりその時その時の流行に多かれ少なかれ影響を受けているように思われる。本研究では、このような若い女性の流行傾向のかかわり方、つまり新しい流行をいち早く採用する方が多いのか、あるいは多くの人を取り入れるようになってから採用する方が多いのか、その採用時期のらびいによって、社会心理的特性や採用動機にらびいがみられるのではないかと考え、文献や資料を参考に理論仮説、作業仮説を構成し、その検証を試みたいのである。

**方法** 理論仮説にもとづく分析モデルをもとに調査票を作成し、女子大生500名を対象に郵留調査法によるアンケート調査を昭和59年12月に実施した。主な調査項目は、基本属性、社会心理的特性、流行の採用動機、採用時期、着装行動などである。収集したデータの集計・分析には、単純集計、クロス集計、数量化理論Ⅱ種の手法を用い、変数の分布特性や変数相互の関連を明らかにするとともに、流行の採用者カテゴリを判別するのに、社会心理的特性や採用動機がどのくらい説明力をもっているかについて検討した。

**結果** 流行を採用する時期のらびいをもとに5つの採用者カテゴリを設定し、社会心理特性や採用動機との関連をみるためにクロス集計を行った結果、新奇なものや求めざる動機や自己実現の動機、集団や社会に順応しようという動機などとの間に強い関連がみられた。また採用者カテゴリを外的基準として数量化理論Ⅱ種による分析を行った結果、社会心理的特性、採用動機のいづれも判別の中率50%とかなり高い説明力で各カテゴリを判別していることが明らかになった。これらの結果から仮説がほぼ検証された。