

目的 ファッション・リスクに関する前報¹⁾の結果に基づいて、本研究では、流行志向性(流行のとり入れをめぐして邁進する個人の傾向)が、当リスクの知覚内容や知覚度に及ぼす影響を検討した。特に今回は、これを、くつろぎ着と外出着という、性質を異にする衣服の、購入場面間の比較を通して検討した。

方法 288名の男女大学生を被調査者とした。測定尺度は、既存の、次の尺度であった。Rogersの流行採用者カテゴリーの識別に関する尺度(5項目)、井上の流行志向性測定尺度(22項目)、ファッション・リスク測定尺度(前報で作成した38項目中、20項目)。

結果 ①くつろぎ着の購入時には、自己顕示/着こなし/流行性の各懸念が一体となった不安が強く、逆に外出着では、ふさわしさに関する懸念が強かった。②前報によれば、“知覚されるファッション・リスク”の一般構造は、それを中心の大きい順に、ふさわしさ、品質・性能、着こなし、自己顕示、流行性の5つの懸念から構成された。従って、購入衣服の用途や種類を限定することによって、5つのリスクの相対的な重みが変わったり、リスク構造が一層単純なものに変化した。③流行追随者は流行革新者よりも、また流行志向度の高い人は低い人よりも、ファッション・リスクを強く知覚した。④このことから、流行に関心を払うことが、表いに関する心理的不安や劣等感の補償行為としての側面があると推察された。④女性では、ファッション・リスクの知覚度が高く、特にくつろぎ着の品質・性能に関する懸念、外出着の着こなしや自己顕示に関する懸念に、明白な男女差が示された。

1) 神山・高木; 日本衣服学会誌, 31, 32-39 (1987) 2) 同誌, 31, 40-46 (1987)