

目的 被服着状態の刺激特徴を知覚し、これを受容れる事によって、そこに感情効果が生まれる。被服を構成する知覚要因と感情効果の対応関係を知ることができれば、被服を設計する際、何を操作すべきかが理解できる。そこで被服デザインの知覚構造を類似性判断より解明し、デザイン要素と感情効果との関係を検討する。

方法 1988～1989年のファッション雑誌より、40種の色刷の服装をシルエット、デザイン、色共に偏りのないように選定した。これらをカラーズライドにして、スクリーン上に2体ずつ隣接して映写し、“非常に似ていない”から“非常に似ている”までの6段階に1～6点を与え比率を求めた。これを数量化理論4類と多次元尺度構成法によって解析し、服装の知覚要因を分析した。一方これらのスタイルについて、23形容詞対を用いて5段階評定し、平均値を求め、形容詞を変数として、因子分析を行った。因子得点を外的基準とし、知覚要因を変数として、数量化理論1類によって、各々の因子に何が影響するかを検討した。そして両者の関係を求めた。

結果 服装の知覚要因はスカートの形態、袖の型式、衣服のゆとり量、色の変化、衣服の新奇性、ボトム丈である。一方、季節の変化、材質による衣服外形の明確性、不明確性が知覚要因となっている。被服着上上のイメージは活動性、評価性、若さ、個性、力量性、ステータスの6因子である。これらの因子にはシルエット、袖、ボトム丈、えり、色の各各の種類が影響する。知覚要因と感情効果の対応関係では、一つは活動的ですがっきりしているものは袖が短く、身体へのフィット性がないものであり、他の一つは活動的で個性のないものは袖の長い、ボトム丈の長いものであることが関連づけられた。