

目的 1960年代若者の間で大流行したジーンズは、その後1つのアイテムとして定着し、多くの人々に愛用されているが、ここ数年また若者の間で再び流行している。昨年の男性の余暇の服装についての調査においても、若者の多くがジーンズを着用していることが明らかになった。本研究は、このようなジーンズに対するイメージや評価に世代間や男女間で差異が見られるのではないかと考え、調査をもとに比較検討した。

方法 近畿圏に居住する満18才から60才までの男性(650名)女性(750名)を対象に男性は1988年12月、女性は1989年12月に配票留置法による質問紙調査を行った。主な質問項目はジーンズに対するイメージと評価である。イメージについては20対の形容詞尺度を用いて測定し、男女別に世代間で平均値を算出してイメージプロフィールを求め、T検定による差の検定を行った。評価については機能性やファッション性の側面から14項目の評定尺度を用いて測定し、世代間でクロス集計し、Z値をもとに独立性の検定を行った。また因子分析をもとにジーンズに対するイメージ構造の差異についても検討した。

結果 ジーンズに対するイメージプロフィールから、各世代男女共に軽快で気軽で、活発で自然な、自由で解放されたイメージをいざしているが、男性の方はより軽快で男っぽく落ちついたというイメージを持っている。ジーンズに対する評価では四季を通して着られる・男女を問わずに着られる・組み合わせでファッションナブルになるなど機能性やファッション性の項目で、女性の評価が高く男女間で差異が見られた。因子分析の結果からも世代間・男女間で因子の構造に差異が見られた。