

服装意識と服装スタイルイメージ —20代と40～50代の男性間の対比—
 東京家政学院大家政 ○富田弘美 群馬女短大 伊藤隆子
 山梨県立女短大 小管啓子 共立女大家政 小林茂雄

目的 20代と40～50代の社会人男性を対象に、服装意識と服装スタイルイメージについて調査を行い、20代と40～50代の2つの年齢層間で服装に関する意識の特徴を比較検討する。

方法 東京及びその近郊の20代と40～50代の社会人男性各々150人を対象に、服装意識14項目と生活場面を想定した6種の服装スタイルイメージ（SD評価、16形容詞対）について、1993年11月にアンケート調査を実施した。前者は平均値の差の検定、因子分析より解析し、後者は前者の因子分析で抽出された第1因子（服装への関心）に着目し、20代と40～50代別に被験者層を因子得点の高・中・低の3グループに分け、6種の服装スタイルについてSD評定平均値を層別ごとに求め、これを観測回数とし因子分析を行った。

結果 服装意識は因子分析により、服装への関心、自己表現、実用性、同調性、服へのこだわり、服装の性差の6因子が抽出された。平均値の差の検定から、20代は服装に興味を持ち、服は自分で購入するケースが多く、40～50代は流行にとらわれず実用性を重視、その場に合った服装を心がけている。6種の服装イメージからは、フォーマル・高級感、ファッション・個性感の2因子が抽出された。各因子の因子得点の差から考察すると、服装に対するフォーマル・高級感は20代と40～50代に差異はないが、ファッション・個性感の服種により差異を生じた。その傾向は特にスーツよりポロシャツ・綿パンツ、スウェットの上下など、ラフなスタイルに顕著であった。