

目的 衣服の知覚は感覚器官を通して、衣服の刺激要因を個人特有の形で選択し、一つのまとまりのある映像として解釈する。この知覚は衣服の選択や着用行動に影響を与える初期の要因となる。衣服は何を手がかりとして知覚しているかその主たる知覚構造が明らかになれば他と異なった感覚のデザインを得るにはどのようにすればよいか明かになる。そこで衣服の類似性判断より知覚構造を検討した。

方法 1993年のファッション雑誌より20種のデザインの異なる衣服デザインを選出しカラースライドを作成した。被験者は40名であり、これらのカラースライドを2体ずつのすべての組み合わせを隣接して、身長150cmの大きさに映写し、類似性を6段階で判定した。これを1～6点に点数化して、個人毎の非類似性判断の点数を対角線下三角形のデータを使用し、多次元尺度構成法のINDASCALによって解析した。

結果 衣服の類似性分布の1×2軸上では4グループに分類され1、2軸の正の方向にはツーピースでスカート丈の短いものが集まり、1軸が負、2軸が正の方向にはツーピースでスカート丈の長いタイトのものである。1、2軸が負の方向にはスカートがフレアーのワンピースが位置している。1軸が正、2軸が負の方向には主としてワンピースのタイトなシルエットのものの集まりである。3軸の正から負にむかって清色、濁色、鮮色と移行している。数量化理論1類により軸の解釈をおこなった。1軸はスカートの丈、明きの種類、ボタンの有無が関係し、2軸では衿の有無、袖丈、明きの種類が知覚に関与し、3軸では色彩のトーンが関係する。被験者は1軸に最もウェイトをおいて知覚している。