

《目的》

社会で働く男性にとっては、背広(スーツ)が制服のようになっている。これに対し女性が働く際の服については、女子社員の制服が会社で廃止される等の要因によって、現在のところ試行錯誤の状態である。1998年と1999年に営業職の女性160名を対象として、服装の着用実態の調査を行った。調査結果の内、服装の現状と服装のスタイルの結果については、「女性MRの服装の着用実態」¹⁾で報告し考察した。そこで本研究では、女性にとっての仕事服はどのようなものがふさわしいのかを明らかにすることを目的とした。

《方法》

調査項目のうち、仕事で着用したいブランド、実際に着用しているブランドの回答について分析を行う。また女性の仕事着の為の提案が、アパレルメーカーにおいても近年始まっていることに着目しその現状を調査し、営業職女性のニーズと比較検討する。

《結果》

営業職の女性が服装に求めているのは、無難と個性であった。実際に仕事で着用しているブランドで、最も多くの人の支持を得ているブランドは、その商品コンセプトに強い個性を打ち出していない。つまり無難な服装を支持していることが裏付けられる。また、アパレルメーカーにおける女性の仕事着への提案については、今まで存在した女子社員の制服という観点や実用性を重視して、無難が強調され個性を見いだすことは難しいことがわかった。

1) 日本家政学会第52回 2000年6月