

目的 今日的女性は細い体型に強い関心を持っている。着用する縞模様によってもその印象は異なるだろうと考え、研究をすすめた。縞柄の衣服については、一般にまた、実験心理学的にも「横縞はふっくら、縦縞はほっそり」に見えるといわれているが、必ずしもそういえるのか、縞の割合によって逆の効果もあり得るのではという点に着目し、アパレルC・Gを用いて縞の太さの異なる各パターンのワンピースを作成し、画面上のモデルに着用させ、その印象の相違について検討した。

方法 縞柄の割合は等間隔とし、半分ずつの配色を100%、以下1/2ずつ、50%、25%、12.5%、6.25%、3.13%、1.57%の7段階とした。縦縞では縞が込みあい、縞柄には見え、3.13%までが限界であったため、6段階とした。配色については、代表的な、また他の印象を最小限に混入しないための黒と白を用いた。これらの試料をアパレルC・G上でワンピース着用のモデルに合成し、プリンターより出力し、横、縦それぞれに割合の太い100%から順に提示し、形容詞8対についてSD法による4段階評価を行った。

結果 分散分析を行ったところ、ほぼ全てに0.5%、或いは0.01%以上で有意な差がみられた。横縞の衣服については、横縞デザインが全て太く、縦縞デザインが全てすっきり細く見えるとは限らない。「ふっくら-ほっそり」みえる縞柄の割合は横、縦縞ともに、最もふっくら見えるのが25%、最もほっそりみえるのが100%であった。その結果「ふっくらみえる-ほっそりみえる」に相互作用(P値<0.004)が見られた。