

目的 スポーツの大衆化に伴い、スポーツウェアに対する意識に変化がみられるようになってきている。即ち、スポーツウェアは競技に対する機能性のほかに、ファッション性などの心理的要素が多分に加味されてきており、場合によっては街着として用いられている。ここでは代表的なものとしてテニスウェアを取りあげ、ウェアに対する意識、態度について考察する。

方法 テニスウェアに対する態度、イメージ、関心度などに関する質問300以上のなかから、ファッション性、経済性、品質性などの項目を配慮しながら70の質問を選定し、4段階法により評定を行った。評定結果に対して因子分析法を適用し、被験者を分類した。また、フェイスシートとして、テニスの経験度、興味、テニスウェアの所持状態、ブランドの知名度などを調べた。なお、被験者は女子大生(2年～4年)165名、調査時期は、昭和57年7月である。

結果 因子分析の結果、ファッション関心型、流行重視型、積極的採用型などファッションを肯定するタイプ、ファッションのみには左右されない自己中心タイプ、ファッション否定型、無関心型などのファッションを否定するタイプに大別される。これらの各タイプに関係なく、テニスウェアの所有度、ブランド知名度についてはかなり高い。また、因子寄与率から各タイプの割合を推定すると、全体的にはファッション関心型、自己中心型、流行重視型の割合が高く、年齢的には低学年層の方がファッション肯定タイプの割合が高い。付記：58年度被服学科卒業生、並木洋美さん、別所敬子さんの協力を得た。