

井澤尚子（東京家政学院短大）

目的 近年アパレル業界はカジュアルウエアを扱った企業が急成長をとげている。さまざまな色彩の衣服が売り場に並び、目にも鮮やかである。そこで、女子学生を対象にTシャツを取り上げ、衣服の選択意識と色彩のイメージ要因を明らかにすることを目的とした。

方法 1) 被験者 女子学生（年齢18～38歳）254名、2) 調査時期 2000年11月～12月、3) 試料 カラーチャート135色、4) 調査内容 おしゃれ意識、嗜好色、Tシャツの色彩、イメージ評価 形容詞18尺度 5段階評定、5) 分析 各色の嗜好頻度の集計、クロス集計、嗜好率と相関、6) 主成分分析 イメージ・プロフィール、相関行列、固有値、因子負荷量、個人値と色彩との対応、イメージ空間に解釈を加えた。

結果 おしゃれ意識では、「おしゃれに関心がある」87%、「流行が気になる」77%、「ファッション雑誌をよく読む」86%となり、おしゃれに対する関心の高さが認められた。Tシャツの選択では、「色を重視」44%、「柄・プリント重視」29%であった。Tシャツの色彩では、N1.5, 7R5.0/14.0, 4YR6.0/14.0, 3GY3.5/5.0, 4R4.5/14.0の高彩度、低明度が好まれた。イメージ・プロフィールは「似合った、落ち着いた、季節感の」が上位、「印象的な、明るい、女性的な、上品な」が中位である。形容詞間の相関は、「優雅な、高級な」「上品な、優雅な」「若々しい、明るい」が高い。因子負荷量から第4因子までの累積寄与率56.7%となり、因子を意味空間で解釈すると4つのタイプに分類される。これらことから、女子学生がTシャツにもつイメージ要因は『女性らしさ』と『気楽さ』であり、女性らしさには「可愛らしさ」「落ち着き」「優雅さ」の側面があることがわかった。