

着装行動と自尊感情・自己の世代イメージの関連性

八島 妙子¹⁾ 田中 美智²⁾

要 旨

服装関心度・着装行動について、自己概念との関連性を都内の短期大学生とその母親、祖母の合計655人を対象に調査し、比較検討した。結果、学生は、自尊感情が高く、世代イメージを肯定的に捉えているほど服装関心度も高く、外見的にも意識した服装に加え素材に配慮した装いをしていた。自己の世代を好意的でパワフルに捉えているものはおしゃれ志向で、落ち着いて捉えているものは素材や生理・衛生的な服装を選んでいった。母親は、パワフルで肯定的に自己の世代を捉えているほど服装関心度が高かった。自尊感情はおしゃれ志向と関連が深く、また世代イメージを肯定的に捉えているほどおしゃれ志向であった。祖母では、自己の世代をパワフルに捉えていることと服装関心度の強い関連性があり、自尊感情はおしゃれ志向と関連性が高かった。世代を肯定的に捉えているほどおしゃれ志向で、パワフルに捉えているほど、外見を気にした服装で装っていた。

key words：服装関心度、着装行動、自尊感情、自己の世代イメージ、三世代女性

はじめに

価値観の多様化した現代社会において、流行という波があるものの人々は服装に関しても自己表現の一方法としてさまざまな選択を行っている。流行に敏感でよく似た装いをしていると感じる若者においてもそのなかでの個性を演出しているとみることが出来、施設に入所している高齢者がおしゃれをすることによって生き生きしたという報告も聞かれる。それは服装によって他人に何かを伝達していることを意味し、女性においてその傾向が著しく¹⁾ 他者との違いを表現している。

服装は、気候や場面などの客観的要因で示される状況的要因とライフスタイルや自己概念などの主観的要因から構成される個人的要因に影響²⁾ される。服装の選択には、自分自身に対する知覚、感情、評価という自己概念が大きく影響する³⁾ といわれている。

個人の自己概念は、他者との社会的相互作用を通して形成され、維持され、修正される⁴⁾。自己概念と服装や外見との関係は、服装は自己を表現すると

同時に、他者との相互作用を通して自己概念に影響を与えるといえる。その関連性は各世代で違いがあると考え、自己概念を自尊感情と、自己の世代イメージで捉えることとし、服装関心度と着装行動との関連性を、女性に限定して学生、母親、祖母の三世代で比較することにより明らかにすることを目的とした。

1. 先行文献の検討

自己概念と服装の関係については、自己概念との関連性⁵⁾、性格との関連性⁶⁾、自己概念および性格特性との関連性⁷⁾、自己との関係⁸⁾、パーソナリティとの関連性⁹⁾、自尊感情との関連性^{10), 11)} などの研究がある。

自尊感情と服装行動との関係について、Humuphrey¹⁰⁾ は、自尊感情の高いものは他人に注目される服装をしても気にかけないとし、藤原⁵⁾ は、自尊感情の高い学生は目立つ服装を選択する傾向がある、また理想的自己概念を志向したイメージをもつ服装は着用者の自己概念を強化すると報告している。神山¹¹⁾ は自尊感情が高いほど外見に対する関心が高く、服装を通して自分らしさを表示したと報告している。性格と被服行動との関連性では、おしゃれに対

1) 川崎市立看護短期大学

2) 川村短期大学

して気を配る人は明朗・社会適応型の者に多い⁶⁾ という報告がある。

ところで、世代は歴史的体験を共有することによって、類似した精神構造と行動様式を示す一群であり¹²⁾、自己概念は所属する世代と深い関係があると考えられる。その世代の理解には、イメージの研究で多く利用されているSD法 (semantic differential method) を用いた研究がある。SD法で測定される意味次元として、評価性、力量性、活動性の3つがあげられているが、老人イメージはとりあげる次元によって異なる評価をされていると古谷野¹³⁾ は指摘している。このことは三世代についてもいえ、さらに世代により相違があると考えられる。

2. 調査方法

1) 調査対象、期間

調査対象は、都内の主に家政系の短期大学の女子学生（以下、「学生」とする）、その母親・祖母世代で合計831人とした。調査は、学生は集合調査法、母親・祖母世代は学生を介し自記式質問表で行った。調査期間は1997年6月から7月の1ヶ月間とした。このうち、未記入項目のある者を除いた655人（学生231人、母親211人、祖母213人）を分析対象とした。祖母世代については、年齢に関わらず自身で回答可能な方に依頼した。

対象者の平均年齢は、学生18.3歳（18～20歳）、母親47.4歳（40～59歳）、祖母70.0歳（60～90歳）であった。

2) 調査項目の構成

①自尊感情

自尊感情は、自分について「これでよい」と感じる程度であり、測定にはRosenbergが作成し、山本ら¹⁴⁾ が邦訳した自尊感情尺度 (Self-Esteem

Scale) 10項目を用いた。この尺度は、単因子構造をなしていると判断され、妥当性は保証されている。回答は、5段階の評定（1. あてはまらない、2. ややあてはまらない、3. どちらともいえない、4. ややあてはまる、5. あてはまる）で求めた。最も自尊感情が高い選択肢を5点、最も低い選択肢を1点になるよう、5つの逆転項目について点数の換算を行い、合計得点を算出した。合計得点は10点 から50点の範囲に分布する。

②自己の世代イメージ（以下、「世代イメージ」と記す）

世代をどう捉えているかを理解する方法として、イメージの研究で多く利用されているSD法 (semantic differential method) を用いた。

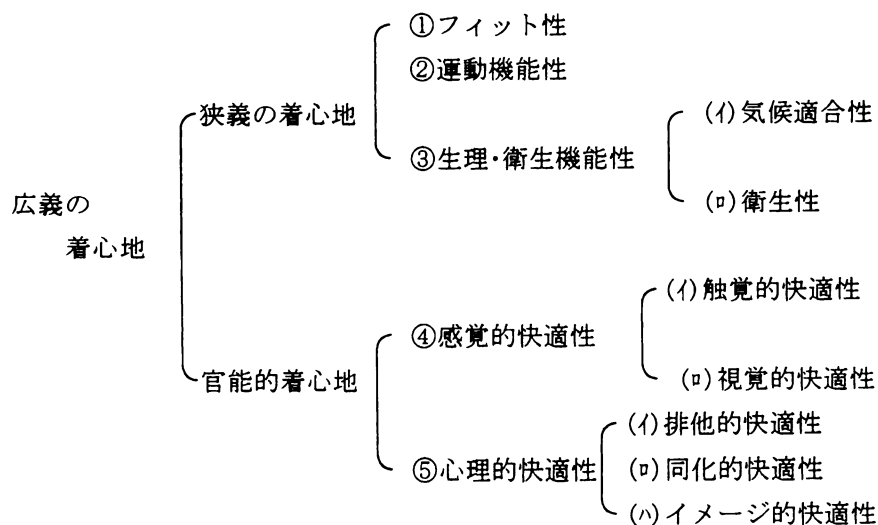
SD法では、評価性 (evaluation)、力量性 (potency)、活動性 (activity) の3つの意味次元が測定される。形容詞対の選定は、井上らの研究¹⁵⁾ を参考にパーソナリティ認知に関して測定された尺度から因子負荷量の高い28項目を選んだ。各形容詞対について「現在のご自分の年代について、どのようなイメージをお持ちですか」とたずね、5段階で回答を求めた。点数化は、最も肯定的な選択肢を5点、最も否定的な選択肢を1点とした。世代イメージは因子分析の結果、先行研究と同様に3因子を抽出し「気分性」の因子、「風格度」の因子、「パワフル性」の因子とした。3因子の累積因子寄与率は54.6%であった。それぞれの因子に含まれる主な項目を表1に示した。

③服装関心度

服装関心度の測定は、藤原らが作成した18項目¹⁶⁾ を用いた。測定尺度のcronbachの α 係数は、0.80で信頼性は確認できている。回答は5段階（「全くそうだ」から「全くそうでない」）で求め、最も

表1 世代イメージの3因子の項目

気分性の因子	風格度の因子	パワフル性の因子
おもしろい・つまらない 愉快な・不愉快な にぎやかな・さびしい 好きな・嫌いな 良い・悪い など11項目	落ち着いた・落ち着きのない 慎重な・軽率な 責任感のある・無責任な 思いやりのある・わがままな 安定した・不安定な など9項目	外向的な・内向的な 積極的な・消極的な 社交的な・非社交的な 勇敢な・臆病な 動的な・静的な などの8項目



日本衣料管理協会刊（1995）アパレル設計・制作論 p213

図1 広義の着心地

関心度の高い選択肢に5点、低い選択肢に1点を与えた。

④着装行動

着装行動は、広義の着心地の内容を包含した自作の27項目の質問を設定し、状況を一定にするために、中高年女性がある程度服装を意識して出かけると考え、「デパートなどへショッピングに出かけたとき」の服装とし、どのような着心地の服装を着用したかについてたずねた。

着心地は、広義の着心地（図1）とした。これには、狭義の着心地といわれるフィット性、運動機能性、生理・衛生機能性と官能的着心地といわれる感覚的快適性、心理的快適性が含まれている。

回答は5段階（「全くそうだ」から「全くそうでない」）で求め、最も肯定的な選択肢に5点、最も否定的な選択肢に1点を与えた。

着心地の尺度は「素材志向」「生理・衛生志向」「おしゃれ志向」「高級志向」「自己顕示性」の5つの因子から構成されており、5因子の累積因子寄与率は55.3%、各因子のcronbachの α 係数は0.600～0.632であった。着心地の概念、因子分析の結果総合的に着心地を評価できる尺度であると判断した。

3) 分析

自尊感情・世代イメージを一元配置分散分析を行い三世代で比較した。次に、自尊感情・世代イメー

ジと服装関心度・着心地で相関分析を行った。

解析には統計パッケージSAS system for Windows ver.6.12を使用した。

3. 結果

1) 自尊感情と世代イメージの三世代での比較

①自尊感情についての比較

自尊感情（Self-Esteem）の合計得点は、学生は12～46点、母親は17～48点、祖母は10～48点に分布していた。

表2に示すとおり、合計得点の平均点は、三世代いずれも中立点（「どちらともいえない」）より肯定的な方に傾いていた。三世代の比較では中年が一番高く、次いで老年、若年の順になっており、 $p<.001$ で有意な差が認められた。

②世代イメージについての比較

世代イメージ全体の平均点は、表3に示すとおり三世代いずれも中立点（「どちらでもない」）よ

表2 自尊感情の一元配置分散分析

	MEAN	SD	MIN	MAX
学 生	27.38	5.84	12	46
母 親	33.29	5.63	17	48
祖 母	32.45	5.50	10	48
F	71.08***			

*** $p<.001$

表3 世代イメージの一元配置分散分析

	学 生		母 親		祖 母		F
	MEAN	SD	MEAN	SD	MEAN	SD	
I. 気分性の因子	3.97	0.62	3.52	0.55	3.42	0.62	53.29***
II. 風格度の因子	2.78	0.60	3.49	0.49	3.58	0.55	142.39***
III. パワフル性の因子	3.74	0.53	3.31	0.57	3.10	0.69	66.47***
世代イメージ全体	3.52	0.44	3.45	0.44	3.38	0.51	5.32**

*** $p < .001$ ** $p < .01$

り肯定的な方に傾いていた。世代別では、若年が一番高く次いで中年、老年で、 $p < .01$ で有意な差が認められた。

各世代毎にみると、学生では「気分性」の平均点が高く、低い値を示した「風格度」は、中立点（「どちらでもない」）を下回った。母親では、「気分性」の平均点が高く、「パワフル性」の値が低かった。母親は3因子とも三世代の中間の値を示していた。祖母では「風格度」の平均点が高い結果であった。低かったのは「パワフル性」の平均点で他の2因子より低い傾向であった。

2) 自尊感情と世代イメージの服装関心度との関連性

服装関心度の平均値は、学生が高く、次いで母親、祖母であったが三世代ともやや関心のある方に傾き、祖母世代で幅広い分布がみられる結果であった。

自尊感情と服装関心度は各世代で有意な相関関係が認められ、自尊感情が高いことと服装関心度の高さには関連性のあることが明らかになった。3世代を比較すると学生が一番高い相関係数であった。

世代イメージの3因子と服装関心度について、学生では3因子とも有意な相関関係が見られたが、「気分性」の因子に特に強い関連性を認めた。おそらくてぎやかで自己の世代を好きとしているものほど服装に高い関心を持っていた。母親、祖母世代とも、「パワフル性」と「気分性」の因子に服装関心度と有意な相関関係が認められた。なかでも祖母世代の「パワフル性」との関連が強く現れた。外向的で積極的で社会的に自己の世代をイメージしているものと服装への関心度の高さには関連性のあることが示された。（表4）

3) 自尊感情と世代イメージの着装行動との関連性

表5に示すように学生では、自尊感情と「素材志

向」、「おしゃれ志向」、「高級志向」、「自己顕示性」で有意な相関関係が認められた。世代イメージで関連性の強かったのは「気分性」と「おしゃれ志向」、「風格度」と「生理・衛生志向」・「素材志向」、「パワフル性」と「おしゃれ志向」であった。

母親では、自尊感情と「おしゃれ志向」に強い関連性があった。世代イメージとの関連性では「気分性」と「おしゃれ志向」、「風格度」と「おしゃれ志向」・「素材志向」、「パワフル性」と「自己顕示性」・「おしゃれ志向」で強く現れた。

祖母では、自尊感情と「おしゃれ志向」に強い関連性があった。世代イメージでは「気分性」と「おしゃれ志向」・「素材志向」・「高級志向」、「風格度」と「おしゃれ志向」・「素材志向」、「パワフル性」と「高級志向」・「自己顕示性」・「おしゃれ志向」で関連性が強く現れた。

4. 考 察

1) 学生は、おもしろい、にぎやかな、好きといった「気分性」と、外向的、積極的、動的といった「パワフル性」の強調された世代イメージが浮かんだ。青年期は大人としての責任と義務を問われずに自由に役割実験をすることが許容される猶予期間であるとエリクソンが考えている¹⁷⁾、アイデンティティの模索の時期であることが、世代イメージからも読み取ることができる。

母親は学生と祖母の中間に位置し3因子のバランスがとれた世代イメージ、祖母は落ち着いた、慎重な、という項目で構成され「風格度」の高い世代イメージが特徴といえる。

2) 学生は、服装への比較的強い関心が認められたが、自己の世代をおもしろくて愉快であると捉え、自尊感情が高いほど常にアンテナを高くし、高い服装への関心度を示し、自己概念の維持に努めよ

表4 服装関心度と自尊感情・世代イメージの相関分析

服装関心度	世代	学 生	母 親	祖 母
	MEAN(SD)	3.64(0.49)	3.47(0.55)	3.17(0.72)
	相関係数	γ	γ	γ
自尊感情		0.296***	0.240***	0.178***
世代イメージ				
I. 気分性の因子		0.370***	0.291***	0.341***
II. 風格度の因子		0.211**	0.124	0.129
III. パワフル性の因子		0.202**	0.346***	0.372***

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

表5 着装行動と自尊感情・世代イメージの関連性

	I 素材志向	II 生理・衛生志向	III おしゃれ志向	IV 高級志向	V 自己顕示性
	γ	γ	γ	γ	γ
学 生					
自尊感情	0.186***	0.092	0.339***	0.281***	0.287***
世代イメージ					
I 気分性の因子	0.054	0.099	0.288***	0.202**	0.076
II 風格度の因子	0.212**	0.218***	0.163*	0.116	0.091
III パワフル性の因子	0.030	0.027	0.225***	0.153*	0.287
母 親					
自尊感情	0.170*	0.108	0.295***	0.070	0.012
世代イメージ					
I 気分性の因子	0.088	0.048	0.314***	-0.001	0.105
II 風格度の因子	0.201**	0.149*	0.218**	0.101	0.069
III パワフル性の因子	0.018	-0.012	0.249***	0.158*	0.276***
祖 母					
自尊感情	0.115	0.078	0.251***	0.159*	0.125
世代イメージ					
I 気分性の因子	0.238***	0.145*	0.309***	0.190**	0.199**
II 風格度の因子	0.204**	0.172*	0.208**	0.036	-0.064
III パワフル性の因子	0.063	0.055	0.203**	0.346***	0.314***

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

うとしていると推察できる。

神山¹⁸⁾は、成人は子どもが成長し、一人だちするに伴って、服装による自己演出願望が再び強くなると推察している。本調査の対象である母親世代は、その時期にあると考えられ、デパートへの外出に高級なものを身につけたり、人と違う目立つ装いをする事で自己の世代において理想的自己を主張し、外向的で社交的な世代イメージをもつ者にその傾向が強いのではないかと考える。自尊感情が高いものは、デパートへ外出する際、デザインや色調というおしゃれな服装をすると同時に、布地の肌触り、風合いなどの着心地にも敏感であることを示していた。自尊感情の高さは、おしゃれな服装を選ぶことと関連があったが、目立つ服装など自己顕示性との関連性はみられず、若年のように外見を主張するという特徴との相違がみられた。この世代は、現実社会への適応が見られる時期といえ、強く社会へ主張するということは自尊感情との関連において現れなくなるといえる。

老人の服装は地味で野暮ったいというイメージが従来一般的であったが、自己の世代を好感的に、パワフルに捉えている老年の関心度が高いことが示された。自己の世代を、外向的で、積極的、社交的と捉えているものほどおしゃれで高級な、個性的で目立つ服装を身につけデパートへの外出をしていた。パワフルな自分を表現し、自己概念を維持しようとする意識のあらわれと推察する。おもしろい、にぎやかな、好きといったイメージで自己の世代を捉えているほど着心地のすべての因子に配慮した装うという行動がとられ、心身ともに活発な様子が伺える。落ち着いた、慎重なとらえ方をするほどおしゃれではあるが素材に配慮した服装で装い、自己を主張する服装は選択しないといえる。概観して今の自分を肯定的に捉えてい

る高齢女性中心に服装への関心度は高まっていくことが推察される。

まとめ

本研究の目的は、自尊感情と、自己の世代に抱くイメージと着装行動と服装関心度の関連性を明らかにし、三世代で比較することであった。都内の短期大学に在籍する学生とその家族を中心とした限られた対象ではあったが、次に示す自尊感情と世代イメージにみる自己概念の特徴と、服装関心度と着心地への影響に相違のあることが明らかになった。

学生では、服装関心度は三世代を比較して高かったが、自尊感情の高いほど、世代イメージを肯定的に捉えているほど服装関心度も高いことが示された。着装行動については自尊感情の高いほど、素材に配慮し、おしゃれで高級で自己顕示性の強い外見的な服装を選択していることが示された。自己の世代を好意的でパワフルに捉えているものはおしゃれ志向で、落ち着いて捉えているものは素材や生理・衛生的な服装を選んでた。

母親では、パワフルで肯定的に自己の世代を捉えている者ほど服装関心度が高いことが示された。自尊感情はおしゃれ志向と関連が深く、世代イメージを肯定的に捉えているほどおしゃれ志向であり、パワフルに捉えている者は自己顕示性の高い服装を選んでた。

祖母では、自己の世代をパワフルに捉えていることと服装関心度の強い関連性が明らかになった。自尊感情はおしゃれ志向と関連性が高く、世代イメージを肯定的に捉えているほどおしゃれ志向であった。パワフルに捉えているほど、おしゃれ、高級志向、自己顕示性といった外見に配慮した服装で装っていた。

引用文献

- 1) 牧島邦夫：『衣服の科学』、東海大学出版会、p.216-250、1995
- 2) 酒井豊子、藤原康晴：『ファッションと生活』、放送大学教育振興会、p.63-73、1996
- 3) 小林茂雄：『被服心理学』、日本繊維機械学会、p.19-66、1988
- 4) Kaiser S.B.高木修、神山進監訳：『被服と身体装飾の社会心理学』、p.88-90、北大路書房、1994
- 5) 藤原康晴：女子大生の好きな被服のイメージと自己概念との関連性、日本家政学会誌、38、593-598、1987
- 6) 藤井一枝：自己評価による性格と被服行動との関連性、島根女子短期大学紀要、34、p.65-72、1996
- 7) 押山八重子：女子大生の被服に関する態度と自己概念および性格特性との関連性、ノートルダム女子大研究紀要、22、p.77-87、1992

- 8) 神山進、牛田聡子、枘田庸：自己と被服の関係（第1報、第2報）、繊維製品消費科学、28、p.28-35、p.77-84、1987 a.b
- 9) Rosenfeld L.B., Plax T.G. : Clothing as Communication, Journal of Communication, 27, p.24-31、1977
- 10) Humphrey C., Klaasen M., Creekmore A.M. : J.of Home Economics, 63,246、1971
- 11) 神山進：『被服心理学』 光生館、p.154-164、1985
- 12) 濱嶋朗、竹内郁郎、石川晃弘編：『社会学小辞典＜増補版＞』有斐閣、p.235、1991
- 13) 古谷野亘、児玉好信、安藤孝敏、浅川達人：中高年の老人イメージ、老年社会学、18、p.147-152、1997
- 14) 山本真理子：自尊感情尺度（堀洋道：『心理尺度ファイル』）、垣内出版、p.67-69、1994
- 15) 井上正明：日本におけるSD法による研究分野とその形容詞対尺度構成の概観、教育心理学研究、33、p.69-76、1985
- 16) 藤原康晴、藤田公子：高校女生徒・女子短大生のファッション志向性・おしゃれ志向性と社会的心理特性との関係、繊維機械学会誌、39、p.328-334、1986
- 17) 無藤隆、久保ゆかり、遠藤利彦：『発達心理学』岩波書店、p.112-131、1995
- 18) 神山進：『衣服と装身の心理学』、関西衣生活研究会、p.39-41、1997

On the Relation between Attitudes toward Dress, and Self-Esteem, and the Image of One's own Generation

Taeko YASHIMA¹⁾ Michi TANAKA²⁾

1) Kawasaki City College of Nursing

2) Kawamura College

The purpose of this study is to find out how our self-esteem and the image of our own generations affect the way in which we dress. A survey has been conducted on 655 samples consisting of three different generation groups.

The following are the results.

- 1) Among the students, self-esteem influences greatly both clothing interest and clothing comfort.
- 2) Among the mothers, activity and preference affects clothing interest, self-esteem and activity have great influence on the factor of clothing comfort, that is, the inclinations to stylishness.
- 3) Among the grandmothers, both activity and preference affect clothing interest. Moreover self-esteem, activity and preference have great influence on the inclinations to stylishness.

Key words : clothing interest, dressing, self-esteem, image of one's own generation, three-generation women