

# 服の印象におけるデザイン，色，素材の優位性

## Superiority among Design, Color and Material in Impression of Clothing

安川 あけみ<sup>\*</sup>・山地 直樹<sup>\*</sup>

Akemi YASUKAWA<sup>\*</sup>・Naoki YAMAJI<sup>\*</sup>

### 要 旨

現代の若者のファッションを女性5つ，男性4つにカテゴライズしたところ，多くの人たちが一致した印象を持っていることが分かったので，その結果から，女性について「清楚系」，「ロリータ系」，「スタイリッシュモデル系」，「ギャル系」および「元気カラフル系」，男性について「子犬系」，「ダンディ系」，「ヤリラフィ系」および「ヒップホップ系」と，各々のカテゴリーの名称を決定した。カテゴリーごとに，最も似合うデザイン，色，素材について，多くの人が類似した印象を持つことが分かったので，その結果から，各カテゴリーについて最も印象の合うデザイン，色，素材を調べた。例えば，「清楚系の女性は白いレースのワンピースが似合う」，「子犬系の男性はベージュ色の毛糸ニットとチノパンが似合う」などが決定された。これらの結果をイラスト化し，服の印象における，デザイン，色，素材の間の優位性を比較するインタビュー調査を行ったところ，全体ではデザイン，素材，色の順に優位性が高かったが，女性はデザインの優位性が高く，素材の優位性が低かった。一方，男性は色の優位性が低かった。これは，服のデザインのバリエーションが，女性には多いが，男性には少ないためや，男性の場合は雰囲気異なる人達でも似合う色の差が小さいためと考えられる。

キーワード：服，デザイン，色，素材，優位性

### 1. 緒言

近年 SNS の普及により，若者を中心に Web 上で，有名人だけでなく多くの一般人の容姿を目にしたり，自身の姿を公開したりする機会が増えている。自身の写真を種々のアプリで修整し，外見をより良く見せるのは，自身を「かわいく」，「美しく」という自己満足感に加えて，友人との写真の共有や SNS での公開を意識したものと思われる。「他人を外見で決めつけてはいけない」と教育を受け，世間で「ルッキズム」（外見至上主義，外見差別）<sup>1)</sup> が批判されていても，「初頭効果」<sup>2)</sup>，「第一印象は3秒で決まる」<sup>3)</sup> と言われるれば，人は外見を気にする。「人は見た目が9割」<sup>4)</sup> という書籍がベストセラーになったが，ここで言う「見た目」とは顔つき，仕草，目つき，匂い，色，温度，距離等が含まれ，「話す言語の内容」以外で伝わるものが93%であるというアルバート・マレービアン

の実験結果を元にしたものである。にもかかわらず，まるで「人は外観で判断される」かのような誤解を生んだのは，多くの人が外見で判断される実感を持っている素地があつてのことと言えよう。

人は服装によってそれぞれ異なる性格の印象を他人に与えている<sup>5)</sup> という研究からも，ファッションが人の外見に大きく影響すると言える。人は着痩せのために体型に合わない服を着たり，自らの好みよりも他人の目を服の選択基準としたりする。そのため，ファッションコーディネートに関するハウツー本が多数出版されている<sup>6-9)</sup>。

では服装の印象はどのような要素で決定されるのだろうか。「ファッションコーディネートの印象を規定する主な要因は，形態，色彩，素材などが考えられる」<sup>10)</sup>，「服装のイメージは被服の形態，色彩，材質および個性等の相互関係によって形成される」<sup>11)</sup>，「人が画像や商品等を見た時に感じる印象を客観的に

<sup>\*</sup> 弘前大学教育学部家政教育講座  
Department of Home Economics, Faculty of Education, Hirosaki University

とられる三要素として、色彩・質感・デザインが挙げられている」<sup>12)</sup>等の先行研究から、本報ではデザイン、色、素材を服装の印象を決める要素とした。

デザインと印象の関係を調べた先行研究には、以下のようなものがある。女性のシルエットによる印象評価（または感情）の関係を調べたところ、「くびれや裾の広がるシルエットは、華やかで女性らしい印象を与える」との結論を得た<sup>13)</sup>。また、ファッションコーディネートにおいて最も主観的尺度と考えられる「好き嫌い」の判断において、シルエットが重要な要素であると報告された<sup>10)</sup>。

色と印象の関係を調べた研究には、以下のようなものがある。モデルのタイプに依存するところはあるものの、女性のワンピースの色について、白に比べて黒の方が大人っぽくクールで、価値判断能力・倫理観・客観的評価が高く見え、服自体も高価な印象を与えた<sup>5)</sup>。大学生が色を一番意識する機会は、男女とも「ファッション」であった<sup>14)</sup>。また、人物評定と色の評定がかけ離れている場合は人物評定が色の評定の方向に変化する、すなわち、人物描写に色の情報を加えると色評定に引きずられる形で人物評定が変化した<sup>15)</sup>、などである。

素材と印象の関係を調べた研究<sup>16)</sup>では、布や革を含む8種類の素材の単体での印象と組み合わせによるおしゃれ感を調べており、その中で布は「地味な」、「暖かい」、「軽い」、「柔らかい」、「落ち着きのある」、「親しみのある」という印象を持たれていた。ここでは1種類の布であったが、布の中にも厚さ、硬さ、光沢、透け感などが異なる様々な素材があるので、これらの要素が異なれば、種々の布が異なる印象をもつと考えられる。

上述のように、「服のデザイン、色、素材により人に与える印象が変わること」や、「服のデザインが与える印象」、「服の色が与える印象」、「服の素材が与える印象」など、単体の要素の影響についての論文が多い。デザインおよび色が服装のイメージに与える影響を調べた研究<sup>17)</sup>もあるが、「デザイン」、「色」ならびに「素材」3つの要素を比較し、いずれが優位に働くかについての報告は、我々の知る限り見られなかった。

本研究では、現代の若者をターゲットに、人にどのようなファッションが似合うかの判断におけるデザイン、色ならびに素材の間の優位性を調べることを目的とする。例えば、多くの人に「白のワンピースが似合う」と言われる女性Aさんと、「黒のセットアップスラックスが似合う」と言われるBさんがいるとする。

では、黒のワンピースと白のセットアップスラックスがあったとしたら、Aさんにはどちらの服が似合うのか、Bさんにはどちらの服が似合うのか。デザインと色だけでなく素材の要素も加わったら、との疑問の解決を目指す。さらに、女性と男性の相違点についても考察する。

## 2. 方法

先行研究に、「着用者の顔の印象が着装イメージに強く影響する」<sup>18)</sup>、「服装のイメージを調べる場合でも、服装だけでなく顔（人の印象）も必要である」<sup>5)</sup>との報告があることから、本研究では、顔の表情やポーズを含めた全身で印象を比較することとした。調査は、若者の全身写真の収集と分類をする予備調査、各カテゴリーの名称を決定するアンケート①、各カテゴリーの印象に合うデザイン、色、素材を決定するアンケート②、デザイン、色、素材の中での優位性を調べるインタビュー調査の順に行った。

### 2.1 予備調査

予備調査は、現代の若者の全身写真を収集し、ファッション性の似たものをまとめて写真群とし、女性5つ、男性4つのカテゴリーに分類した。ファッションに関する書籍<sup>6-9,19)</sup>も参考にしながら、筆者の研究室所属学生6名（女性5名、男性1名、すべて20代）の意見を元に、男女別に各カテゴリーの名称の候補とする語を決定した。

### 2.2 アンケート調査

アンケート調査は、A県H大学教育学部に在籍する学生を対象に実施した。アンケート調査①は、調査時期2023年6月で、アンケートの配布数29部、回収数29部、有効回答数28部（男16名、女12名）で、有効回答率は96.6%であった。調査項目は、基本属性の他、予備調査で決定した各カテゴリー別に、女性5つ、男性4つのカテゴリーに分けた写真群を見せ、各々最もイメージに合うカテゴリーの名称を語群から選択する内容である。

アンケート調査②は、調査期間2023年7～8月、アンケートの配布数120部、回収数97部、有効回答数91部（男34名、女57名）で、有効回答率75.8%であった。調査項目は基本属性の他、アンケート調査①で決定した各カテゴリーの名称を提示し、最も印象に合うデザイン、色および素材を各語群から選択する内容

である。デザインは、女性版では「ワンピース、裾の広がったミニスカート、フィットしたミニスカート、ジャージ、カーゴパンツ、セットアップスラックス、ダメージジーンズ、ショートパンツ、スキニージーンズ」の9種で、男性版では「チノパン、だぼっとしたカーゴパンツ、スーツ、ダメージスキニージーンズ、ジャージ、ハーフパンツ、ストレートジーンズ」の7種とした。色は男女とも「白、黒、赤、青、黄、水色、緑色、オレンジ、薄いピンク、ベージュ、濃いピンク、黄緑、紫」の13色とした。素材は、女性版では「レザーの布、Yシャツのような布、透け感・レースのある布、デニム、毛糸ニット、光沢のある布、リボン・フリルのついた布」の7種で、男性版では「レザーの布、Yシャツのような布、透け感のある布、デニム、毛糸ニット、光沢のある布、Tシャツのような布」の7種とした。

### 2.3 インタビュー調査

インタビュー調査は、前述のH大学学生のうち50名（男22名、女28名）を対象に、2023年12月に実施した。Fig. 1 はアンケート②の結果を元に作成してこの調査で使用したイラストボードである。カテゴリーの名称を左上に記載し、最もイメージに合うとされた服装のイラストを基本形として一番左に配し、その右に、デザイン、色および素材のうち、1つの要素だけを残したイラスト計3つを配した。a はデザインのみ基本形を残して色と素材を変えたイラスト、b は色のみ残してデザインと素材を変えたイラスト、c は素材のみ残してデザインと色を変えたイラストである。回答者にまず基本形のイラストを示し、その人物のイメージを想像させた後、右の3つのイラストについて、左の人

物の印象に合う順に1～3位の順位を付けるよう依頼した。イラストボードを見せて、1対1で説明しながらその場で回答用紙への記入を依頼する方法である。「レザーのダメージジーンズ」、「光沢のあるチノパン」など無理な設定の服装を除いた7カテゴリー（女性4カテゴリー、男性3カテゴリー）で行った。また、男性のスカートや濃いピンク色のスーツなど「日常ではほとんど見られない組み合わせは取り入れず、ある程度現実的で、いずれかのカテゴリーの人たちには似合う服装」とした。

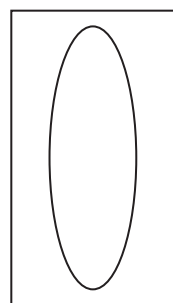
回答の点数の集計は、1位を1点、2位を2点、3位を3点とし、合計点が小さい方が、より優位性が高いとした。

### 2.4 イラストおよび種々の素材の入手と作製

インタビュー調査に用いるイラストは次のように用意した。アンケート②で、男女計7つのカテゴリーについて、最も印象に合うと決定されたファッションのイラストを、美術を専門とする学生に作成依頼した。イラストの衣服部分をくり抜き、異なる素材を下に当てることで種々の衣服の提示を可能にした。

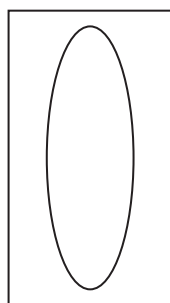
種々の衣服素材として、市販のサテン（ポリエステル（PET）100%、白およびオレンジ色）、レザー（表：ポリウレタン100%、裏：PET 100%、白、ベージュおよび黒）、レース地（PET 100%、白）、フリル（PET 100%、ピンクおよび黒）を入手した。それに加えて、分散染料を用いた染色により、オレンジ色のレース地と薄ピンク色のレザーも用意した。レース地は300 mL ビーカーでポリロンオレンジ（田中直染料店）の0.3%水溶液を調製し、加熱後に試料布を入れ、穏やかな沸騰状態で40分間浸染した。レザーはポリロ

〇〇系



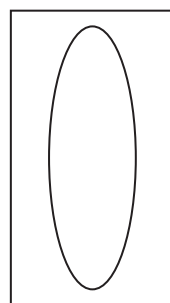
基本形

〇〇系のイメージに最も合うとされたデザイン、色、素材



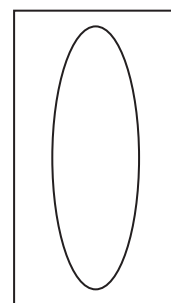
a デザイン固定

デザインは基本形と同じ、色および素材を変えたもの



b 色固定

色は基本形と同じ、デザインおよび素材を変えたもの



c 素材固定

素材は基本形と同じ、デザインおよび色を変えたもの

Fig.1 インタビュー調査のためのイラスト

ンレッド2B（田中直染料店）の0.15%水溶液を調製し、500 mL ポリプロピレン製密閉容器を用いて100℃の温風乾燥器中で40分間浸染した。染色後の布（レースおよびレザー）は水道水中で十分に洗浄した後、実験室内で自然乾燥した。

### 3. 結果

各アンケートならびにインタビュー結果において、回答者の性別並びに学年による明確な差は認められなかったため、区別せず結果を示し、考察する。

#### 3.1 カテゴリーの名称の決定

様々な服装をした現代の若者の全身写真を、女性版5つ（A～E）、男性版4つ（A～D）のカテゴリーに分け、それらの写真群を回答者に見せて、各々最も印象に合うカテゴリーの名称を語群から選択させた。その結果、女性版ではA ロリータ系93.1%、少女漫画系6.9%、その他0%、B 清楚系75.9%、お嬢様系24.1%、その他0%、C スタイリッシュモデル系96.6%、ギャル系3.4%、その他0%、D ギャル系96.6%、スタイリッシュモデル系3.4%、その他0%、E 元気カラフル系79.3%、破天荒系20.7%、その他0%となり、多くの人の感覚が一致していることがわかった。以上より、女性の5つのカテゴリー名はA ロリータ系、B 清楚系、C スタイリッシュモデル系、D ギャル系、E 元気カラフル系と決定した。

男性版の結果は、A 子犬系51.7%、かわいい系44.8%、その他3.5%、B ダンディ系79.3%、紳士系20.7%、その他0%、C ヤリラフィ系75.9%、ギャル男系20.7%、その他3.4%、D ヒップホップ系82.8%、ヤリラフィ系10.3%、その他6.9%となり、Aは二分したが、他は多くの人の感覚が一致した。以上より、男性の4つのカテゴリー名はA 子犬系、B ダンディ系、C ヤリラフィ系、D ヒップホップ系と決定した。

#### 3.2 各カテゴリーの印象に合うデザイン、色、素材の決定

前項で決定したカテゴリー名を回答者に示し、最もイメージに合うデザイン、色および素材を語群から選択させた。結果のうち1位と2位を以下に順に示す。

デザインについては、女性がA ロリータ系は1位ワンピース（48.3%）、2位裾の広がったミニスカート（46.2%）、B 清楚系は1位ワンピース（84.6%）、2位セットアップスラックス（6.6%）、C スタイリッ

シュモデル系は1位スキニージーンズ（44.0%）、2位セットアップスラックス（29.6%）、D ギャル系は1位ダメージジーンズ（36.2%）、2位ショートパンツ（30.8%）、E 元気カラフル系は1位ショートパンツ（41.7%）、2位フィットしたミニスカート（18.7%）、男性がA 子犬系は1位チノパン（37.3%）、2位だぼっとしたカーゴパンツ（29.7%）、B ダンディ系は1位スーツ（63.7%）、2位ダメージスキニージーンズ（16.5%）、C ヤリラフィ系は1位ダメージスキニージーンズ（46.4%）、2位だぼっとしたカーゴパンツ（18.7%）、D ヒップホップ系は1位だぼっとしたカーゴパンツ（58.2%）、2位ダメージスキニージーンズ（22.0%）であった。

色については、女性がA ロリータ系は1位薄いピンク（39.5%）、黒と濃いピンクが同率2位（19.8%）、B 清楚系は1位白（85.7%）、2位水色（7.7%）、C スタイリッシュモデル系は1位黒（78.0%）、2位青（8.8%）、D ギャル系は1位濃いピンク（45.0%）、2位黒（36.3%）、E 元気カラフル系は1位オレンジ（41.7%）、2位濃いピンク（17.6%）、男性がA 子犬系1位ベージュ（47.2%）、2位白（30.8%）、B ダンディ系は1位黒（94.5%）、他の5色がいずれも1.1%で2位、C ヤリラフィ系は1位濃いピンク（20.9%）、2位赤（15.3%）、D ヒップホップ系は1位黒（56.0%）、2位赤（11.0%）であった。

素材については、女性がA ロリータ系は1位リボン・フリルのついた布（85.7%）、2位透け感・レースのある布（9.9%）、B 清楚系は1位透け感・レースのある布（53.9%）、2位Yシャツのような布（31.8%）、C スタイリッシュモデル系は1位レザーの布（42.8%）、2位デニム（29.7%）、D ギャル系は1位デニム（31.8%）、2位レザーの布（23.1%）、E 元気カラフル系は1位光沢のある布（37.3%）、2位リボン・フリルのついた布（23.1%）、男性がA 子犬系は1位毛糸ニット（41.7%）、2位Yシャツのような布（26.4%）、B ダンディ系は1位レザーの布（42.8%）、2位Yシャツのような布（27.5%）、C ヤリラフィ系は1位デニム（31.9%）、2位光沢のある布（25.2%）、D ヒップホップ系は1位Tシャツのような布（45.0%）、2位デニム（22.0%）であった。

次の段階で各カテゴリーの印象に合うイラストを用いる際、他のカテゴリーとの差別化を図るために似たデザインを避けた。すなわち、女性のワンピースは、ロリータ系と清楚系の2つのカテゴリーで1位になったが、清楚系では84.6%と圧倒的であったのに比



べ、ロリータ系では前述のように2位の裾の広がったミニスカートとほぼ二分されたため、ウエストで切り替えないワンピースを清楚系の印象に合うデザインとし、ウエストで切り替えのある裾の広がったミニのワンピースをロリータ系の印象に合うデザインとしてイラストを用意することにした。また、スタイリッシュモデル系ではスキニージーンズが1位であったが、セットアップスラックスも高いパーセンテージを獲得したことと、ギャル系のダメージジーンズとジーンズが2種類になってしまうことから、セットアップスラックスをスタイリッシュモデル系の印象に合うデザインとしてイラストを用意することにした。以上も加味して、イラストを作製するために、各カテゴリーの印象に最も合うとして決定した要素をTable 1にまとめた。

### 3.3 三要素の優位性を調べるためのイラスト

インタビュー調査に用いたイラストをFig. 2に示す。各カテゴリーの印象に合うデザイン、色および素材のファッションを身に付けたイラストを基本形とし、a デザインのみ残して色と素材をイメージの異なるものに変えたイラスト、b 色のみ残してデザインと素材をイメージの異なるものに変えたイラスト、c 素材のみ残してデザインと色をイメージの異なるものに変えたイラストである。調査は無理な設定を除いた女性4つ（ロリータ系、清楚系、スタイリッシュモデル系、元気カラフル系）、男性3つ（子犬系、ダンディ系、ヒップホップ系）の計7カテゴリーで行った。Fig. 2女性のロリータ系は、基本形が色は薄ピンクで、リボンやフリルがふんだんに使っている裾広がりのミニのワンピース、a は黒のフリルの付いた裾広がりのミニのワンピース、b は薄ピンクのレザーのセットアップスラックス、c は黒のフリルの付いたセットアップスラックスである。

女性の清楚系は、基本形が白いレース地のワンピース

ス、a はオレンジ色の光沢のある生地ワンピース、b は白い光沢のある生地ショートパンツ、c はオレンジ色のレース地のショートパンツである。

女性のスタイリッシュモデル系は、基本形が黒いレザーのセットアップスラックス、a は薄ピンクのフリルの付いたセットアップスラックス、b は黒いリボンやフリルがふんだんに使っている裾広がりのミニのワンピース、c は薄ピンク色でレザー製の裾広がりのミニワンピースである。

女性の元気カラフル系は、基本形がオレンジ色の光沢のある生地ショートパンツ、a は白いレース地のショートパンツ、b はオレンジ色のレース地のワンピース、c は白い光沢のある生地ワンピースである。

男性の子犬系は、基本形がシャツにニットのベストとチノパン、色はベージュ系で統一、a は黒のチノパンとTシャツ、b はベージュのカーゴパンツとTシャツ、c はシャツにニットのベストとカーゴパンツで、色は黒系である。Tシャツのような布と毛糸ニットのように矛盾する組み合わせでは、毛糸ニットはベストのみにし、Tシャツを着せた。

男性のダンディ系は、基本形が黒いレザーのスーツ、a はニットのベストを着たスーツで色はベージュ系、b はシャツ、ニットのベスト、チノパンで色は黒系、c はベージュのレザーのスーツである。

男性のヒップホップ系は、基本形が黒いTシャツとカーゴパンツ、a はシャツにニットのベストとカーゴパンツで色はベージュ系で統一、b はシャツ、毛糸のベスト、チノパンの組み合わせで色は黒系、c はベージュのTシャツとチノパンである。

### 3.4 デザイン、色ならびに素材の間での優位性

ファッションが人に与える印象の中で、デザイン、色および素材の間での優位性を比較したところ、次のようになった。

Table 1 各カテゴリーの印象に最も合う要素のまとめ

		カテゴリー	デザイン	色	素材
女性	A	ロリータ系	裾の広がったミニスカート	薄いピンク	リボン・フリルのついた布
	B	清楚系	ワンピース	白	透け感・レースのある布
	C	スタイリッシュモデル系	セットアップスラックス	黒	レザーの布
	D	ギャル系	ダメージジーンズ	濃いピンク	デニム
	E	元気カラフル系	ショートパンツ	オレンジ	光沢のある布
男性	A	子犬系	チノパン	ベージュ	毛糸ニット
	B	ダンディ系	スーツ	黒	レザーの布
	C	ヤリラフィ系	ダメージスキニージーンズ	濃いピンク	デニム
	D	ヒップホップ系	だぼつとしたカーゴパンツ	黒	Tシャツのような布



Fig.2 インタビュー調査（ファッションが人に与える印象におけるデザイン、色、素材の優位性）に用いたイラスト

インタビュー調査の順位の点数化の結果を Table 2 左側に示す。数値が小さいほど優位性が高いことを示している。ここからわかった優位性の順位を右側に示している。

清楚系、スタイリッシュモデル系、元気カラフル系の3つのカテゴリーで、デザイン、色、素材の順になった。ロリータ系、ダンディ系の2つのカテゴリーでは、デザイン、素材、色の順になった。また、子犬系、ヒップホップ系の2つのカテゴリーで、素材、デザイン、色の順になった。

点数の集計結果を男女別でみると (Table 2)、女性では4つのカテゴリーすべてでデザインが1位であり、合計点でも圧倒的にデザインが優位であるという結果になった。次いで色、素材の順であった。男性では大差ではないが1位が素材で2位がデザイン、明確

に3位は色であった。全体の点数では、1位デザイン、2位素材、3位色であるが、カテゴリーの数で言えば、1位デザイン、2位色、3位素材の順となった。

#### 4. 考察

前項までの総括的結論として、以下のことが言える。(1) デザインは最下位にはならない。(2) 色は1位にはならない。(3) 女性はデザインの優位性が高く、素材の優位性が低い。(4) 男性は色の優位性が低い。この(1)および(2)より、優位性はデザイン、素材、色の順であると考えられる。このような結果が得られた理由として、以下のように考察できる。

まず、女性の服は、男性服よりもデザインが豊富で

あることが挙げられる。例えば、スカートとパンツがあること、様々な丈のスカートがあること、リボン、フリル、レースなど装飾品が多いことなどが挙げられる。これに対して男性では、脚にフィットしたパンツかだぼつとしたパンツかなどのバリエーションがあるにしてもパンツであることに変わりがなく、ショートパンツはいずれのカテゴリーにも似合うとされなかったため、パンツ丈もすべてのボトムスでほぼ同じで、カテゴリー間の差が小さいと言える。

色についても、男性の場合、似合うとされた色が4つのカテゴリーのうち2つで同じ黒となり、女性が5つのカテゴリーで5色に分かれたのと対照的であった。インタビュー調査のイラストにおいて、男性にもスカートや濃いピンク色などを入れれば、異なる結果が得られたかもしれないが、「日常でほとんど見られない組み合わせは取り入れず、ある程度現実的で、いずれかのカテゴリーの人たちには似合う服装」を基本としたため、色のバリエーションも女性に比べ少なかったことが考えられる。

また、女性は素材よりもデザインや好みを重視して服を選び、素材の優位性が低いことが考えられる。「男らしい。女らしい服装の差異」に関する研究<sup>20)</sup>の中で、女性らしい服装・男性らしい服装ともに「清潔感だよ」、「好感のもたれる」、「カジュアルな」が重視された。一方、男女間で差が見られた項目として、女性らしい服装に対して「上品な」が重視された。この調査を詳細にみると、アンケート調査で使用された全30項目中、「可憐な」、「優雅な」、「繊細な」、「ロマンチックな」、「曲線的な」、「カラフルな」は女性らしい服装のみで重要視される一方、男性らしい服装の方がより重視される項目に「かたい」、「ラフな」、「ゆったりした」が挙げられ、男性らしい服装にのみ重視される項目はなかった<sup>20)</sup>。

以上より、女性らしい服装ではよりデザイン、シルエット、色など見た目に重点が置かれ、対照的に、男性らしい服装には見た目よりも着心地や機能性などを重視する傾向があると言える。これは、20代から50代の女性に、「男性のファッションで一番見ているところ」を尋ね、世代別に集計した結果、すべての世代で「清潔感」が1位となった<sup>21)</sup>ことからわかる。

加えて、本研究のアンケート②より、男性に似合う色について、4つのうち3つのカテゴリーにおいて黒やベージュなど地味な色が似合うとされたように、雰囲気異なる人達であっても似合う色にあまり差が無いのかもしれない。男性が色を重視しない点について、男性よりも女性の方が、色によって「気分を変えたり」、「季節感を出したり」、「なりたい自分像や感情に影響を受ける」との報告があり<sup>14)</sup>、女性の方が色を重視するという本研究の結果を裏付ける結果と言える。

## 5. 結論

現代の若者のファッションを対象に、人に与える印象に影響する要素のうち、デザイン、色および素材の優位性を比較した。本研究で得られた結果は以下のとおりである。

(1) 現代の若者のスタイルを、女性5つ、男性4つにカテゴライズしたところ、多くの人たちが一致した印象を持っており、その結果から各々のカテゴリーの名称を決定した。

(2) カテゴリーごとの、最も印象に合うデザイン、色、素材についても多くの人たちが類似した印象を持つことがわかったので、その結果から、各カテゴリーについて最も印象の合うデザイン、色および素材を決定した。

Table 2 デザイン、色、素材の優位性の得点集計ならびに順位

	カテゴリー	得点 (点)			順位		
		a デザイン固定	b 色固定	c 素材固定	1位	2位	3位
女性	ロリータ系	50	144	106	デザイン	素材	色
	清楚系	83	97	120	デザイン	色	素材
	スタイリッシュモデル系	66	97	137	デザイン	色	素材
	元気カラフル系	64	101	135	デザイン	色	素材
男性	子犬系	103	131	66	素材	デザイン	色
	ダンディ系	65	131	104	デザイン	素材	色
	ヒップホップ系	109	132	59	素材	デザイン	色
計	女性	263	439	498	デザイン	色	素材
	男性	277	394	229	素材	デザイン	色
	計 (全体)	540	833	727	デザイン	素材	色

(3) 各カテゴリーについて、最も似合うとされたデザイン、色および素材の服を着用したイラストを元に、デザイン、色、素材を変えたインタビュー調査を行ったところ、総じて、優位性はデザイン、素材、色の順になった。

(4) 女性はデザインの優位性が高く、素材の優位性が低かった。

(5) 男性は色の優位性が低かった。

(6) 男女の違いの理由として、女性の方が服のバリエーションが豊富なことと、男性の方が雰囲気異なる人達でも似合う色の差が小さいことが挙げられる。

## 謝辞

本研究で使用したイラストは、すべて今萌七氏（弘前大学教育学部美術専修2年）によるものであり、同氏に心より感謝する。

## 参考文献

- 1) ウィキペディアフリー百科事典, ルッキズム, <https://ja.wikipedia.org/wiki/ルッキズム> (2024/8/1 閲覧)
- 2) Sprocket, 初頭効果とは? アンカリング・親近効果・ハロー効果との違い、具体例と注意点を解説, [https://www.sprocket.bz/blog/20220829-primacy\\_effect.html](https://www.sprocket.bz/blog/20220829-primacy_effect.html) (2024/8/1 閲覧)
- 3) (株) キャムテック, News Column 第一印象は3秒で決まる! ~第一印象を良くするポイント5選~社員教育のCAM, <https://cam-training.jp/news-column/11977> (2024/8/1 閲覧)
- 4) 竹内一郎, 人は見た目が9割, 新潮社, p. 15-31, 2006
- 5) 坂井信之, 人は他人を服装によって判断しているか? — TEG- II を用いて先入観の形成を測定する, 生活科学論叢, 40, 1-13, 2009
- 6) 山本あきこ, 男子ファッション最強図鑑, かんき出版, p. 002-, 2023
- 7) 大山旬, 最強の服選び, 大和書房, p. 003-, 2018
- 8) 村山佳世子, 一生ものおしゃれが身につく10のルール100のコーディネート, 集英社, p. 4-, 2019
- 9) MB, 毎日コーディネート塾, 集英社, p. 2-, 2020
- 10) 河本直樹, ファッションコーディネートの印象におけるシルエットの影響, 日本感性工学会論文誌, 16(5), 445-448, 2017
- 11) 石塚純子, 加藤雪枝, 相山藤子, 各種デザインにおける着装イメージ, 日本家政学会誌, 38(4), 321-332, 1987
- 12) 稲葉隆, 色彩・質感・デザインによるイメージ表現とそのとらえ方, 日本画像学会誌, 47(3), 174-182, 2008
- 13) 三品和之, 櫛下町伸一, ファッションのデザインシルエットおよび感情変化の関係性についての研究, 文化ファッション大学院大学ファッションビジネス研究, 2, 41-54, 2012
- 14) 池田美涼, ファッションと色に関する調査, <https://open.shonan.bunkyo.ac.jp/hiyoshi/class/survey3/2016/13.pdf> (2024/8/1 閲覧)
- 15) 大塚聡子, 竹村健太, 服装の色に関する情報が印象形成におよぼす影響, 埼玉工業大学人間社会学部紀要, 16, 43-48, 2018
- 16) 李美龍, 島田亮, 成田吉弘, 異素材の組み合わせがモノの「おしゃれ感」に与える影響, 日本感性工学会論文誌, 17(1), 177-186, 2018
- 17) 渡辺澄子, 川本栄子, 中川早苗, 服装におけるイメージとデザインとの関連について (第1報) イメージを構成する主要因子とデザインとの関連, 日本家政学会誌, 42(5), 459-466, 1991
- 18) 薩本弥生, 手塚香代, 着用者の顔の印象が着装イメージに与える影響, 繊維製品消費科学, 46(11), 31-39, 2005
- 19) 高村是州, ファッションスタイル・クロニクル, グラフィック社, p. 3-, 2018
- 20) 西藤栄子, 中川早苗, 男らしい・女らしい服装のイメージの男女間の差異, 繊維機械学会誌, 49(8), 70-79, 1996
- 21) 前掲書 6), p. 007

(2024. 8. 21 受理)