女子大学生における着装行動に影響する要因の解明

――和装の場合――

辻　　幸　恵

1. は じ め に

第二次世界大戦以前は多くの女性は和服中心の生活であった。日本家政学会（2015）は「和服には TPO により礼装，準礼装，略礼装，普段着といった分類があり，着用する着物，帯，小物類の格を考えてコーディネートする必要がある」と述べている[1)]。現在，私たちが和服，いわゆる着物を着る機会は成人式や結婚式などの冠婚葬祭が中心である。そのような状況の中，昨今，女子大学生たちが，成人式には振袖を，卒業式には袴を着用することが多くなったと言われている。よって，本報告においては女子大学生たちが実際に着用する和服の代表格として，振袖と袴に着目する。袴に関しては「卒業袴」というキャッチコピーも見受けられ，早い時期から袴のレンタルが業者によって受け付けされるようになり，女子大学生たちの注目度もあがっている。

袴が儀式に用いられることは現代だけではなく，例えば江戸時代には袴着の祝いという儀式が行われていた。七歳ごろが目安とされていたので，現在の七五三の祝いと重なっている。宮田（1999）は「袴を着用するという衣装の変化は，それまで性別的には未分離の状況であったのが，たとえば男の子と認知する境界を通過したことを示していた」と述べている[2)]。すなわち，袴を着用することが通過儀礼の印であった。袴について述べれば，日本では鎌倉・室町時代に「今まで下着であった小袖を表着とし，それを袴の中に込めて着る上下形式」が武家を中心に装われた[3)]。現在女子に人気の袴姿は，江戸時代には女性のスタイルではなかったことがわかる。現在のスタイルである女子学生の袴姿のはじまりは明治中期からと言われている。「海老茶色でスカート上の行灯袴が考案されると，新鮮で知的な装いとして，女学生が着物・束髪・西洋靴と組み合わせて着用するようになった[4)]」。その後，袴が女子学生の制服として採用され，明治30年代には都心を中心に全国に広まったと言われている。上流階級層の子女が高等教育を受けるようになったからである。もち

ろん，袴は女子学生だけではなく，女性の社会進出により，女工たちにも着用された。これは仕事の折に袴は着物よりも動きやすく，活動的であったからである。このような変遷をたどった袴は，昭和初期までは女子の学校で制服として採用されたが，昭和に入った後は洋装が取り入れられ，女子学生の制服は袴からセーラー服へと変化した。

さて，現在の成人式では袴姿やスーツ姿も見受けられるが，女子は圧倒的に振袖姿と言えよう。振袖は「最も格が高い未婚女性の礼装」とされ，特に「成人式には中振り袖から大振り袖が主流であり紋，比翼はつけない」と説明されている[5)]。また，振袖には友禅染めが多く，鮮やかな彩色が表現できるため，成人式での華やかな雰囲気の場面に合致している着物である[6)]。

装いの行為は自己の価値観のみを優先させるわけではなく，一般的には他者を意識したものであると言われている。つまり社会的な価値が反映される。中川（2004）は他者と接触の場合に，最初に印象づけるものであるとして，装いが持つ記号的な意味について述べた。記号的な意味としての振袖は20歳になったことを伝え，袴は大学を卒業する人であることを伝えている。また，服装の社会的機能については，次のように説明されている。「服装には，それ自体がシンボルとなり，周囲に情報を発信する機能がある。」つまり，そのように見える，いわゆる「らしく」することが，服装の役割となる[7)]。成人式での振袖の着装は20歳になったシンボルである。卒業式での袴の着装は大学を卒業し，学士になったことを告げている。さらに，伝えるだけではなく，それをパワーであるとするならば，そこには成人として認められる権利や卒業して学位を受けるというステイタスが含まれる。衣服の「外見のパワー」については高木ら（2004）が訳書の中でスタイルのパワーとして次のように説明している。「衣服は，一般に，着装者に関する情報を伝達し，着装者の内的特性の外部への発現を構成すると考えられている[8)]」。そして，Kochman（1981）は外部への発現が「エネルギーと感情の行使を必要とする」と述べている。このエネルギーの一部がパワーなのである。

本研究では，成人式と卒業式の２つの式での装いに着目する。そして，成人式では振袖を，卒業式では袴を，女子大学生たちがどのような基準で選択しているのかを明らかにする。また，その基準に影響を及ぼしている要因は何であるか，またその基準を満たしている具体的な振袖や袴はどのようなものかも明らかにする。辻（2018）は先行研究の調査において，女子大学生たちが被服を選択する場合の基準は，レンタル行動が一般化したことによって，従来とは異なる基準が生じてきたことを明らかにした[9)]。式で使用する振袖と袴についても同様のことが言える。

2．振袖に対する選択基準

2.1　振袖の価値

被服には，経済的価値，審美的価値，社会的価値，権力的価値が含まれている。経済的価値は文字どおり，その素材や作成の手間に対する対価である[10)]。振袖にはこの経済的価値以外にも審美的価値，社会的価値，権力的価値が含まれている。審美的価値の中には，個人の嗜好が反映され，社会的価値の中には成人式という場面が結びつく。権力的価値は今のところは経済的価値と類似である。つまり洋服と異なり，現時点では金額の高低がステイタスに近い目安となっている。洋服の場合であればオートクチュールやブランドが権力と結びつくが，女子大学生たちが着用する振袖はレンタル率も高く，洋服の場合とは異なる。振袖のブランド化については，たとえば川島（2010）は「日本ならではの価値を見直す時期」であると述べ，山形県の鶴岡市のシルクを事例として，「kibiso」（きびそ）を例示している[11)]。この「kibiso」は従来，繊維素材として用いられてこなかった「きびそ」を繊維とし，ブランド化したものである。このように振袖は現時点ではまだブランド化がなされていないが，今後は「kibiso」（キビソ）」のようなものが現れて，振袖においてもブランド化がなされる可能性はある。振袖に新しい価値を付随すればブランド化は実現すると考えられる。

現時点での女子大学生たちの振袖に対する選択は，予算という価格の問題，流行の問題，品揃えの問題の大きな３つの選択基準がある。これに加えてレンタルの場合はオプションの選択もある。一般的にオプションには小物や履物のレンタル，前撮り写真，写真の装丁などがある。振袖の本体である着物と帯だけでは着装ができないので，帯止め，襟芯，衿カラー，帯板，帯まくら，伊達〆，腰紐，三重仮紐などの着付けに必要な小物に加えて，かばんの代用となる巾着や髪かざりなどもオプションに加わる。また，振袖に似合う髪形にしなければならないので，髪のセット代金，セットする時間，場所も必要になる。このように振袖を着装するためには，単純に着物を着る，レンタルするだけではなく，多くの手間と時間とコストが必要になる。しかし，振袖をこれだけの手間や時間やコストをかけて選択すること，着装することは，Holbrook（1982）や Hirschman（1982）が提唱した快楽消費の延長線上にある行為である。つまり，成人式に参加するその行為だけではなく，それに至るまでの過程の満足度が振袖という商品の価値につながるのである[12)13)]。

方法は予備調査も本調査も共に，2018年の初夏に実施した質問紙を使用したアンケートである。５月の予備調査は20日から24日に女子大学生30人を対象に神戸市内で実施した。この調査では振袖を購入するあるいは，レンタルする場合の金額を明らかにすることを目

的とした。同時に卒業式で着用する袴についても質問をしているが，ここでは振袖と袴に分離して調査とその結果について述べる。

2.2　振袖に関する予備調査

振袖に関する質問の内容は以下のとおりである。①振袖の着用についてと②選択理由，③選択する際のキーワードである。具体的には①振袖を成人式に着て行く予定か否か，また着用予定者はその理由を回答する。成人式に振袖では行かない者はどのようなスタイルで行くか，またそのスタイルを選択した理由を回答する。②振袖を購入するか否か，また購入した場合の金額である。購入しない場合は業者からレンタルするか否か，またその場合の金額である。購入しない場合で業者からレンタルしない場合は，どこから振袖を調達したかである。③振袖を選択する際に重要であると考えるキーワードを１人につき５つ以上挙げてもらった。

予備調査の結果は以下のとおりである。

①振袖を成人式に着た者は28人（30人中）であった。着用予定者の主な着用理由として10人以上の回答を示す。「振袖を着たかったから」23人，「友人も振袖で行くから」18人，「記念になるから」17人，「母親が振袖をすすめるから」16人，「振袖が当たり前だから」12人，「皆が振袖だから」10人，「振袖が常識だから」10人であった。ただし，この質問に対する回答は複数回答を可としている。成人式に振袖では行かない者２人の服装はスーツであった。２人が振袖を着用しない理由はそれぞれ成人式の後に別の予定がある，前日に予定があり着付けに行く時間の余裕がない，であった。

②振袖を購入したと回答した者は９人（約31％），購入金額の平均は380,500円であった。一方，購入しなかった者は69％になった。購入しない場合で業者からレンタルしたと回答した者は18人で購入しない者21人中の85％である。振袖のレンタル料金の平均は95,000円であった。購入しない場合で業者からレンタルしなかった者は３人であった。３人は母親の振袖を着用するという回答であった。③振袖を選択する際に重要なキーワードを１人につき５つ以上挙げてもらった結果，回答の多い順は伝統的，品質の良さ，上品さ，似合う，ノスタルジィ，レトロ，かわいい，花柄，デザインの良さ，色が気に入るであった。

2.3　振袖に関する本調査

2018年６月10日から19日の間に実施した。対象は関西圏（兵庫県，大阪府，京都府）に在住で，私立大学に在籍している女子大学生300人である。彼らはすべて３年生であるので成人式は済んでいるが，卒業式は済ませていない。質問項目は①成人式に振袖で参加し

たか否か，②振袖を購入した場合はその金額，レンタルした場合はその金額，購入もレンタルもしていない場合はどのように振袖を手に入れたかの方法である。そして③33項目にまとめた振袖に求めるニーズの重要度である。この重要度については５段階尺度での回答を求めた。点数の意味は１：たいへん重要である，２：やや重要である，３：どちらでもない，４：やや重要ではない，５：まったく重要ではない，である。数値が小さいほど重要度が高いということになる。次の節で述べる袴姿も同じ尺度を用いており，数字の意味も同じである。なお，この33項目は予備調査の結果から作成したものである。出現回数の多いものを30ワード選択したが，同位があるので33となった。得られた結果は袴姿の調査結果と類似のワードが多かったので，袴姿の分析にも適応した。たとえば伝統的，珍しい，好きな色，レトロなどはいずれも上位に入ったワードである。

本調査の結果は以下のとおりである。表１には基本的な項目についての回答結果をまとめた。表２には33項目に対する５段階尺度の回答の平均値を示した。

表１によると，成人式に振袖を着用した者は300人中285人で95.0％であった。着用した者の中で振袖を購入した者は285人中の91人で31.9％であった。彼らの購入金額の平均値は381,500円であった。また，振袖を業者からレンタルした者が285人の中の66.7％にのぼったが，自分自身で振袖を着付けることができないので，多くの場合は，業者から借りた時に振袖の着付けとヘアースタイルを整える予約を済ませている。また，写真を成人式の当日に撮ることは時間的にタイトになるので，あらかじめ先に写真を撮る日時の予約をおこなう。このように，あらかじめ成人式の当日よりも先に写真を撮ることを「前撮り」と呼ぶ。「前撮り」では，きんちゃくや和傘などの小物を借りることができるというメリットや，当日の天候には関係なく，室内で写真をプロにとってもらえるというメリットがある。「前撮り」の場合は，写真の枚数によって値段が異なる。

表１　成人式に振袖を着用した者の特徴

n＝300

質問項目	回答
①成人式に振袖を着用した者	285人（95.0％）
②振袖を購入した者	91人（31.9％）285人中
振袖を購入した場合の平均金額	381,500円
振袖を業者からレンタルした者	190人（66.7％）285人中
業者からレンタルした場合の平均金額	98,500円
上記どちらでもない者	4人（1.4％）285人中
上記どちらでもない場合の対処法	母親，姉，叔母から譲り受けた，借りた

筆者作成

表１に示したが，レンタルした場合の平均金額は98,500円で約10万円である。着物本体だけではなく，通常は小物も同時にレンタルする。小物とは式の当日に使用するきんちゃく，当日に履く草履などが含まれる。きんちゃくは鞄の代用である。また，前撮り写真のための小物である傘，羽子板などの料金は，前述のレンタル代金に含まれていない場合もあり，別途料金になる場合も考えられる。

表２をみると，平均値の高い項目，すなわち重要度の高い項目は数値が小さい。具体的には花柄（1.7），レトロだ（1.9），伝統的（1.4），ゴージャスな（1.8），ノスタルジックな（1.9），華美な（1.2）などが挙げられる。一方，重要度の低い項目は数値が大きい。具体的にはシンプルだ（3.9），贅沢な（3.8），一度だけの機会だ（3.7）などである。女子大学生たちにとって振袖を着る機会は多くはない。成人式以外で着用する機会は結婚式あるいは謝恩会，卒業式くらいである。そこで考えられることは，一度きりではないかもしれないが，振袖を着る機会は貴重だと女子大学生たちが感じていることである。そして，謝恩会や卒業式には，できるだけ荷物が少なくなるような工夫をすることも特長的であると言える。それはこれらの会や式が終了した後には，気の合った友人たちと二次会に行くので，荷物を多く持ちたくないという意識から，機能面を重視した行動になるのである。

表２　選択基準33項目の振袖の重要度

n＝300

項目	平均値	項目	平均値	項目	平均値
トレンディだ	2.7	レトロだ	1.9	花柄	1.7
高品質だ	2.9	伝統的	1.4	かわいい	2.0
スタンダードだ	2.0	ブランドだ	2.8	目立つ	3.2
オリジナリティがある	3.4	外見がよい	3.6	質素な	2.4
珍しい	2.2	素材がよい	2.9	着やすい	3.2
シンプルだ	3.9	デザインがよい	2.0	ゴージャスな	1.8
女性らしい	2.0	色がよい	2.0	ファッショナブル	3.2
似合う	2.9	若々しい	2.8	新鮮な	3.5
贅沢な	3.8	活動的な	3.2	威厳がある	2.8
上品だ	2.4	華美な	1.2	快適な（動き）	3.4
一度だけの機会だ	3.7	都会的な	4.3	ノスタルジックな	1.9

注）小数点以下第２位を四捨五入　　筆者作成

次にこれらの300人から得た１～５までの５段階尺度の回答をデータベースとし，主因子法による因子分析を用いて，主要な要因を抽出した。ここではバリマックス回転を用いている。因子分析を用いた理由は，本報告は2008年からの継続調査であり[14]，当時の分析手

法が因子分析だったことから，比較をするために本論でも同じ分析手法を用いた。因子分析は奥野他（1971）によると「1900年代の初めから心理学における強力な統計的手法として発展し，その後，医学，生物学，経済学，教育学などの広い分野に応用されるようになってきた」と説明されている。また，因子分析の「根本的な思想は，ある領域での一見複雑にみえる種々の現象も，きわめて少数の潜在的因子（latent factors）によって説明しうるという，科学の根底に横たわる parsimony（簡潔）の原則にもとづいている」。

ここでは，因子分析の結果の一部を表３に示した。表３内の数字は小数点以下第３位を四捨五入した因子負荷量である。ここでは寄与率10.0％以上のものを考察対象とする。

表３　振袖の選択を支える要因

項目	第１因子	第２因子	第３因子	ネーミング	寄与率（％）
伝統的	0.80	−0.03	0.11	伝統的	
スタンダートだ	0.72	−0.01	0.09	要因	30.0
ノスタルジックな	0.68	0.16	0.04		
レトロだ	0.52	0.09	0.02		
華美な	0.04	0.72	0.09	華美な	12.8
ゴージャスな	−0.11	0.63	−0.09	要因	
上品だ	−0.08	0.54	−0.08		
花柄	0.09	0.02	0.59	花柄の	10.5
かわいい	−0.06	−0.01	0.53	要因	
デザインがよい	−0.04	−0.04	0.52		

注）小数点以下第３位を四捨五入　　筆者作成

抽出された３つの因子は伝統的要因，華美な要因，花柄の要因である。伝統的要因は，振袖は若い女性が着るフォーマルな和服であることから，強く着物を意識していると考えらえる。つまり，着物は日本古来の物で，その古から続いている着物，ここでは振袖に伝統を感じていることになる。２つ目の華美な要因は，フォーマルではあるが成人式は一生に一回の晴れ舞台である。そのため「前撮り」と呼ばれる記念写真をとることがスタンダードになっており，振袖のレンタルをした場合，当然のようにオプションとして提示されるのである。華美であるコトに対する罪悪感のような後ろめたさは女子大学生たちには存在しない。晴れやかに，目立つような豪華なものを求めているのである。ただし，目立つといっても下品な目立ち方ではなく，上品さも求められている。最後の３つ目の因子である花柄については，第１因子で示した伝統的な因子と同様に，昔ながらの振袖の柄を意識していると考えられる。振袖の柄には花鳥風月が多く施されている。その中で特に花のモチー

フは豊富であり，大小や色が異なるが，花というテーマは振袖にとっては大事な売れ筋でもある。女子が花を好むことは，昔からの流れでごく自然に受け入れられていると考えられる。

3．袴に対する選択基準

3.1　袴の価値

この節では袴の選択基準についての調査結果を報告する。袴に対する調査も振袖に対する調査と同じく，予備調査と本調査の２回の調査を実施した。2018年５月に予備調査，６月に本調査を実施している。ただし，袴に関しては振袖と異なり，下に着る袴そのものと，上に着る二尺袖の着物のセットとなる。ここでは上下セットを袴姿と呼ぶ。

今回の調査の目的は１）女子大学生たちが袴姿にかける金額を明らかにする，２）女子大学生たちが好む袴姿の特徴を具体的に説明する，である。仮説は，「袴姿の選択基準の要素は，伝統的な要素，ファッショナブルな要素，若々しさの要素を含む」である。これらの要素を含む袴姿を女子大学生たちは好み，選択する。

袴姿は昨今，「卒業はかま」と名づけられるほど卒業式と結びついた装いとして認識されるようになった。和装ではあるが動きやすいという本来の良さに加えて，卒業式の定番のような価値が見出されたのである。この背景には女子大学生たちも４年生になれば就職活動のためにスーツを着ることが多くなり，スーツは女子大学生たちにとっては，フォーマル性や華やかさを表現する装いではなく，就職活動中の制服のような役割を果たしていることがある。つまり，ハレの場である卒業式にはスーツではない装いをしたいという欲求があると考えられる。

ここでは，女子大学生たちが卒業式にはどのような袴姿で装いたいと思っているのか，その基準について述べる。

3.2　袴姿に関する予備調査

予備調査で袴に関する質問の内容は以下のとおりである。①袴姿の装いについて，②袴姿の選択理由，③袴姿を選択する場合のキーワードである。

具体的には①袴姿で卒業式に参加する予定か否か，参加予定者はその理由を回答する。卒業式に袴姿では行かない者はどのようなスタイルで行くか，またそのスタイルを選択した理由を回答する。②袴（上に着る着物も含める）を購入するか否か，購入した場合のその金額を回答する。購入しない場合は業者からレンタルするか否か，またレンタルする場合の金額を回答する。購入せず，業者からレンタルもしない場合は，どこから袴（上に着

る着物も含める）を調達したかを回答する。これ以降は本報告において袴と記載したものは，特別な場合を除いてすべて上に着る着物を含めたスタイルとする。また，③袴姿を選択する際に重要なキーワードを１人につき５つ以上挙げる。

予備調査の結果は以下のとおりである。①卒業式に袴姿で行く予定であると回答した者は29人であった。②卒業式で袴を購入した女子大学生は３人（10.3％）であった。購入した袴の平均金額は78,000円であった。一方，購入しなかったのは27人（93.1％）であった。その中で袴をレンタルした人は26人（96.3％）であった。袴（上に着る着物も含める）をレンタルした平均金額は46,000円であった。残りの１人は２年前に卒業式を迎えた姉が袴を購入していたので，それを借りた。③袴姿を選択する際に重要なキーワードを１人につき５つ以上挙げてもらった結果，多い順にはノスタルジィ，レトロ，若々しさ，動きやすさ，モダンさ，伝統的，素材の良さ，よく見えること，標準的，オリジナル，珍しいであった。

3.3　袴姿に関する本調査

2018年６月10日から19日の間に実施した。これは先に述べた振袖の調査と同時に同じ対象に実施された。よって女子大学生300人の基本属性は振袖の調査時と同じである。質問項目は①卒業式に袴姿で参加したいか否か，②袴を購入したい場合はその金額，レンタルしたい場合はその金額，購入もレンタルもしない予定の場合はどのように袴を手に入れる予定かである。そして③33項目にまとめた袴姿に求めるニーズを33項目にまとめたが，それらの重要度である。この重要度は５段階尺度での回答を求めた。点数の意味は１：たいへん重要である，２：やや重要である，３：どちらでもない，４：やや重要ではない，５：

表４　卒業式に袴を着用予定の者の特徴

n＝300

質問項目	回答
①卒業式に袴姿で参加したい者	288人（96.0％）
②袴を購入したい者	14人（4.9％）
袴を購入したい場合の予算金額	78,500円
袴一式を業者からレンタルした者	273人（95.0％）
業者からレンタルしたい場合の予算金額	48,500円
上記どちらでもない者	1人（0.1％）
上記どちらでもない場合の対処法	姉から借りた

注）レンタルの場合，袴と二尺袖の着物がセットになっているので一式とした

筆者作成

表５　選択基準33項目の袴の重要度

n＝300

項目	平均値	項目	平均値	項目	平均値
トレンディだ	1.8	レトロだ	2.2	花柄	4.0
高品質だ	3.0	伝統的	1.6	かわいい	2.9
スタンダードだ	2.0	ブランドだ	2.8	目立つ	2.9
オリジナリティがある	3.1	外見がよい	1.8	質素な	2.4
珍しい	3.4	素材がよい	3.8	着やすい	3.2
シンプルだ	2.9	デザインがよい	1.9	ゴージャスな	3.2
女性らしい	4.1	色がよい	3.0	ファッショナブル	1.6
似合う	3.9	若々しい	1.4	新鮮な	1.8
贅沢な	2.8	活動的な	2.8	威厳がある	2.8
上品だ	3.4	華美な	2.8	快適な（動き）	2.0
一度だけの機会だ	3.2	都会的な	3.3	ノスタルジックな	1.7

注）小数点以下第２位を四捨五入　　筆者作成

まったく重要ではない，である。数値が小さいほど重要度が高いということになる。この33項目は予備調査の結果から得たもので出現回数の多いものを30ワード選択したものである。先の振袖の本調査でも述べているが，この重要度をはかるワードは振袖と共通ワードで調査をしている。

本調査の結果は以下のとおりである。表４には基本的な項目についての回答結果をまとめた。表５には33項目に対する５段階尺度の回答の平均値を示した。

次にこれらの300人から得た１～５までの５段階尺度の回答をデータベースとし，主因子法による因子分析を用いて，主要な要因を抽出した。これは振袖と同様に先行研究と分析手法をそろえるためである。ここではバリマックス回転を用いている。振袖と同様に寄与率10.0％以上のものを考察対象とする。得られた結果を表６にまとめた。

表６に示したように第１因子の伝統的因子は振袖と同様に袴も和装の一部であるという認識が女子大学生たちにあるからだと考えられる。第２因子のファッショナブル因子は，袴スタイルを扱う業者によるレンタルによって，カラフルで近代的な袴も新しく出回り，以前よりも多種多様になってきたことが原因であると考えられる。つまり，もはや袴姿は洋服並みのバラエティさがあるのである。よって，各自の好みに合致した袴姿が選択されるようになった。そこでファッショナブルな要因が求められるようになったと考えらえる。ここではファッショナブルの要因としてファッショナブル，トレンディだ，外見がよい，デザインがよいの４つの項目が挙げられている。これは袴姿だけではなく，洋装にも通じ

表６　袴の選択を支える要因

n＝300

項目	第１因子	第２因子	第３因子	ネーミング	寄与率（%）
伝統的	0.88	0.03	0.10	伝統的	
ノスタルジックな	0.72	−0.09	0.02	要因	20.0
スタンダードだ	0.66	0.06	0.10		
レトロだ	0.53	0.05	0.08		
ファッショナブル	0.14	0.73	−0.07	ファッショナブル	14.5
トレンディだ	0.11	0.62	−0.05	要因	
外見がよい	0.09	0.54	−0.07		
デザインがよい	0.07	0.51	0.13		
若々しい	0.02	−0.08	0.62	若々しさの	11.8
新鮮な	0.04	−0.08	0.54	要因	
快適な（動きやすい）	0.02	−0.02	0.50		

注）小数点以下第３位を四捨五入　　筆者作成

るところである。第３因子には若々しさの要因が抽出された。卒業式という儀式は学生特有のものである。社会人になれば会社を退職する日が訪れても，卒業する日はこない。よって，学生というイメージから若々しさが選択基準として重要になったのではないかと考える。また，新鮮なあるいは快活な（動きやすい）という項目も重視されており，そこにも若さを感じることができるのである。

4.　振袖と袴スタイルから分析した女子大学生の和装に対する着装意識

ここで振袖と袴スタイルの調査結果から，現在の女子大学生が抱く和服のフォーマル性，着用意識と実態について述べる。振袖と袴スタイルの因子分析結果をそれぞれ図示したものが図１である。

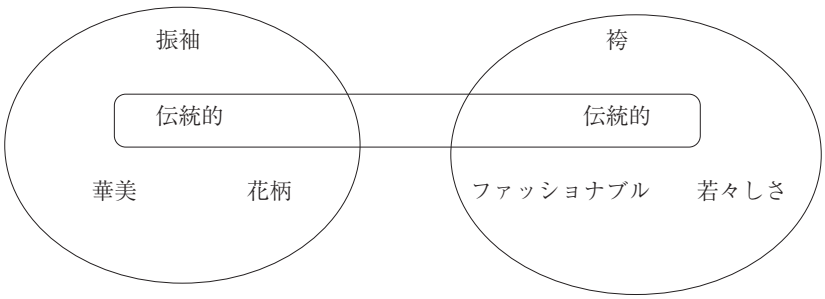

図１　振袖と袴姿の因子構造

筆者作成

振袖と袴姿の重要事項の中に共通していることは，どちらも伝統的因子があるということである。これは両者が和装の仲間であること，従来からの着物あるいはその変形であることをふまえると不思議なことではない。一方，振袖に花柄の因子と華美な因子があげられているが，これは花柄が洋装のようなかわいらしい小さい花ではなく，振袖の場合はゴージャスな大柄の花柄というイメージがある。華美は振袖の重厚さや帯を含め，その圧倒的な存在感をかもし出している要因である。従来から着物には花柄が多い。その理由としては，着物が季節感を表しており，季節の花をモチーフにすることが多かったからである。また，花は虫や魚のように好悪がはっきりするものが少なく，万人に受け入れられやすいデザインとなるからである。

袴姿にあるファッショナブルという要因は，おしゃれさであり，色や柄の多様性を示している。若々しさの因子も抽出されたが，これは初々しさに通じている。卒業式という学校を去る儀式において，大学を巣立っていく女子大学生たちではあるが，そこには若さを象徴する初々しさが存在しているのである。なお，袴の色に関しては，紺，緑，えんじ，黒，こげ茶などの色が女子大学生たちには選択されやすい。特に紺や黒はスクールカラーの延長上でもあり，また，袴の上に着る着物がどのようなデザインや色でも袴とあわせやすく人気がある。

振袖と袴姿に共通している伝統的であるというイメージは，そのままフォーマル性があるとも言える。つまり，洋服と比較して，成人式や卒業式という「式」にふさわしい装いであると認識しているのである。もちろん，洋服と比較をすれば振袖は動きにくく，歩きにくい装いである。袴姿の下側の袴はロングスカートのようなもので振袖と比較すると歩きやすい。しかし，それでも洋服と比較すれば，上に着る着物の袖は洋服の袖と比較すると長くて動きにくい。この動きにくさは非日常的な要素であり，それ自体を特別なものとしてとらえていると考えられる。特別な日の特別な装いに通じているのである。もしも，動きやすさという機能を追求するのであれば，スーツ，ドレス，ワンピースといった装いの方が人気になるからである。女子大学生の和装に対する着装意識の中には動きにくいものと割り切りがあると考える。また伝統的という因子から民族衣装としての和装を評価していると考えられる。

5．先行研究との比較と今後への提案

5.1　先行研究と今回の結果との比較

2016年に実施した調査対象は関西圏の私立大学に在籍する女子大学生３年生200人であった。ここでの結果として成人式では94％の女子大学生が振袖を着用したと回答した。残り

はスーツと袴姿であった。この傾向は今回も変化はなく，ほぼ100％に近い数値で成人式には振袖で，卒業式には袴姿で出席している。しかし，この現象は都会に多い傾向であるという指摘もあるので，今後は地方での実態を調査する必要がある。また，成人式での振袖や卒業式の袴姿においては，いずれも着付けをしてもらう場所と時間が必要になる。式に間に合うように着付けやヘアーセットをしてもらう場所や業者が充実していなければ，振袖の着用も袴の着用も増加はしないのである。また，レンタルだけではなく，アフターケアのようなサービスが充実した業者が今後は女子大学生たちに選ばれていくと考えられる。その場合，着付けやヘアーセット以外にもどのようなサービスを女子大学生たちが望んでいるのかを知る必要がある。女子大学生たちの望んでいること，すなわちニーズが，将来のビジネスに通じるからである。

次に，周囲の反応については，2017年の調査では男子大学生100人を対象とした。成人式で振袖を見た男子大学生たちは女子学生たちが着ている振袖を高額だと思っていた。2019年１月に同じ質問を関西圏に立地している私立大学に通う２年生の男子大学生に尋ねた結果，2017年と同様に成人式の振袖に対して，100人中90人が非常に高額であると思うと回答した。よって，男子大学生は振袖に対して高額というイメージがある。具体的には，男子大学生たちは振袖のレンタル料金は10万円以上15万円未満であると思うものが一番多く，42％であった。次に多かったのは15万円以上20万円未満であると思うもので30％であった。一番少なかった意見は５万円未満であり，このように思った男子大学生は２人（２％）しかいなかった。男子大学生たちのイメージではレンタルといえども，振袖は高額なのである。

また，2017年に実施した前述の調査の男子大学生たちは，成人式や卒業式における女子大学生たちの服装は振袖や袴の評価が高く，洋服での式への参加にはあまり良い印象を持っていなかった。その理由として，ハレの舞台にワンピースやスーツでは物足りなく思う，式以外に用事があるのかと思う，手抜きをしているように感じる，式を重視していないように思う，などが挙げられた。この傾向についても2019年１月の調査では，同様の傾向が見られた。振袖や袴の装いへの賛同がつよく，スーツやワンピースという装いへの違和感が挙げられている。特にワンピースに関しては，フォーマルな装いではあるが，成人式という日本の伝統的な行事には合致していない気がするという意見が挙げられた。さらに，成人式は一生に１度きりであるのに，スーツのように就職活動でも着用するような装いでは，式に対する気持ちが軽すぎる気がするという意見，ワンピースは洋装の中では華やかな装いではあるが，やはり着物の迫力には負けている気がするという意見もあった。つまり，式という特別な場面には特別な装いで真摯に向き合った方がよいという価値観が推察

できるのである。

さらに，2017年の調査では，女子大学生たちの振袖や袴などのレンタルに対して，男子大学生たちは肯定的な態度であった。購入する必要はないと判断した男子大学生は65％にのぼり，購入すべきだという回答の12％を大きく上回っている。またどちらでもないと回答した男子大学生の意見としては，本人の意思が一番大事である，母親をはじめ親族からのレンタルが望ましい，購入するにしても中古品でよいなどの意見も挙げられた。レンタルという行為について，男子大学生たちは振袖や袴のみならず，全般的に肯定的な態度であると考えられる。それはメルカリなどのアプリを利用して，自身も中古品を販売する機会があることも影響しているのではなかろうか。また，いわゆる古着が最近は衛生的に管理されており，昔のように中古品は「汚い」と思う要素が減ってきたことも影響していると考えられる。

5.2　今後への提案

現時点では振袖と袴は色柄を含むデザインや価格での選択が主である。しかし，着用機会が多くなるにつれてロイヤルティを感じる消費者が出現するはずである。Caudhuri, Arjun and Morris B. Holbrook（2001）は態度と行動を態度的ロイヤルティと行動的ロイヤルティというロイヤルティ概念から説明している。振袖や袴に対する態度にもロイヤルティが関与することが今後は考えられる。つまり，ハンドメイドのアクセサリーのように，誰が，いつ，どのようなコンセプトで作成したのか，そしてそれをどのように販売し，消費者としてどのような形で手に入れるのかという一連の行動と作品に対する態度はそれぞれ双方向のロイヤルティが存在しているのである。今後は消費者のロイヤルティによって選択が異なることが予想されるのである。

その場合に，現在のようにインターネットや店頭で，価格別にあるいは色別に並べた袴などが消費者に選択されるかどうかはわからない。そこに何か消費者に理解できる付加価値や，新しい発見がなければならない。そのためには他者とは差別化できる特別な要素が必要になる。それがある場合は品質であり，素材の産地であり，仕立てた人物になってくるのである。

今後への提案は２つある。１つ目は調査のつづきとして都市と地方との振袖や袴などのレンタル状況を調査し，その相違を明らかにすることである。２つ目は今回の結果から得られた振袖や袴姿の重要因子をより詳細にその特徴を明らかにすることである。そのことによって，より具体的に女子大学生たちが好む振袖や袴姿が理解でき，女子大学生たちに受け入れられやすい振袖や袴姿を提案できるであろう。

6. お　わ　り　に

成人式における振袖姿と卒業式における袴姿は，もはや珍しい装いではなくなった。そこには多くの女子大学生たちが振袖や袴をレンタルすることを当たり前のように捉えている現状と，借りることに対する違和感の少なさがあると考えられる。廃棄のことを考え，モノを持たずにシェアすることが良いことだとされている現在において，振袖や袴姿のレンタルは時流にも合致しているのである。また，着用した後の洗濯を含むメンテナンスを考えた場合，借りる方が価格的にも得策なのである。最近は，たんすよりも備えつけのクローゼットを有している家も多くなり，和服を収納する和たんすも少なくなっている。このような状況で，年に数えるほどしか着る機会がない和服を所持することは，収納面からもコスト面からも負担である。

また，レンタルにすれば毎回，異なったテイストの振袖や袴を選ぶことが可能になる。振袖ならば，成人式以外にも友人の結婚式にも着用の機会はある。その機会を逃さずに，振袖を着用してもらうためには，前撮りやヘアーメイクの無料というサービスだけではなく，着用時の手軽さや利便性を追求すべきである。さらに，リピーターを重視するためには，顧客管理のデータやその顧客にあわせた着用場面の紹介などにも力を入れるべきである。着用機会を広げるイベントや場所を提案することも考えられる。現時点では夏祭りや花火大会での浴衣や甚平の着用は広がりをみせている。同様に振袖や袴姿がフォーマル性を帯びた場面でさらに広がる余地はあると考える。

なお，本論文は2019年３月18日～19日にシンガポールで開催された ICBEIT（International Conference on Business, Economics and Information Technology）で，筆者が口頭発表をした研究を元にまとめたものである。会場は The Fort Canning Lodge の 3F で Session 2C：Marketing and Management，タイトルは “Kimono purchase decision：A survey of Japanese female university students” であった。

注　　釈

1）日本家政学会編（2015）『衣服の百科事典』丸善出版，464頁引用。続きには「結婚式や成人式などの人跡に節目を祝う場やパーティー，式典などではフォーマルウエアとして和服が用いられる」とある。

2）宮田登（1999）『冠婚葬祭』岩波書店，pp. 96-104 を参考。

3）山口庸子・生野晴美（編）（2012）『新版　衣生活論』p. 3 コラム１　衣服の変遷（西洋と日本）から引用。

4）日本家政学会編（2015）『衣服の百科事典』丸善出版，479頁引用。ここでは女学生の袴と和

服の洋風化について記述されている。引用した文章の後には「明治30年代には全国に広がったが，着物と袴という二部式スタイルは活動的で洋服の感覚に近かった」とある。

5）同掲書465頁引用。引用箇所の続きとして「本振袖（大振袖）は，花嫁衣裳に用いられ，総模様に紋付，比翼仕立てとなっている」と説明がある。

6）同掲書536頁参照。ここでは友禅染は「例えば成人式に着用される振袖に用いられ，四季折々の草花や吉祥模様が絵を描くように美しい彩色で表現されている」とある。

7）牛腸ヒロミ，佐々井啓，平田耕造，藤田雅夫，布施谷節子，増子富美，石原久代，長山芳子編（2016）『被服学事典』朝倉書店，P. 58 引用，参考

8）高木修，神山進，井上和子監訳（2004）『外見とパワー』北大路書房の原書は K. K. P. ジョンソンと S. J. レノンが編集した “Appearance and Power” である。ここでは第６章を参考にした。

9）辻幸恵（2018）「女子大学生の購買行動に影響を及ぼす諸要因－被服を選択する場合の価値観の変化－」『神戸学院大学経営学部論集』第15巻第１号 pp. 1-17.

10）Spranger, E.（1922）*Lebensformen*, Niemeyer, 神山進（1997）『消費者の心理と行動－リスク知覚とマーケティング対応－』中央経済社，p. 135 に記載されたものを引用。そこでは，シュプランガー（Spranger, E.）の提唱した６つの価値を示している。６つとは経済的，理論的，審美的，宗教的，権力的，社会的のそれぞれの価値である。これらの価値観の総合的なあるいは部分的な考え方が人々の購買心理に影響し，商品価値を形成すると説明されている。

11）川島蓉子（2010）「NIPPON ブランドの価値づけこそが必要」『繊維製品消費科学』Vol. 51, No. 8, pp. 21-26.

12）Holbrook, M. B. and Hirschman, E. C.（1982）“The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 9, No. 2, pp. 132-140.

13）Hirschman, Elizabeth. C. and Holbrook, M. B.（1982）“Emerging Concepts, Methods, and Propositions”, *Journal of Marketing*, Vol. 46, No. 3, pp. 92-101.

14）一連の研究報告としては，以下のとおりの口頭発表がある。

「男子大学生の好む和柄模様の特徴」（2008年５月：日本家政学会第66回年次大会），

「振袖に対する男子大学生のイメージ」（2013年５月：日本繊維機械学会第66回年次大会），

「振袖に対する女子大学生の選択基準」（2014年５月：日本繊維機械学会第67回年次大会），

「成人式に着用する衣類に対する選択基準」（2015年６月：繊維学会年次大会），

「ハレの場に着用する衣服の選択基準」（2015年６月：日本繊維機械学会第68回年次大会），

「男性の和装に対する評価」（2017年６月：日本繊維機械学会第70回年次大会），

「Why Female University Students wear Kimono?」（2018年３月：ICBEIT（International Conference on Business, Economics and Information Technology）

参　考　文　献

牛腸ヒロミ，佐々井啓，平田耕造，藤田雅夫，布施谷節子，増子富美，石原久代，長山芳子編（2016）『被服学事典』朝倉書店

小川孔輔監修（2014）『消費者行動のモデル』朝倉書店

小野晃典（1999）「消費者関与－多属性アプローチによる再吟味－」『三田商学研究』41巻６号，17-43頁
奥野忠一，久米均，芳賀敏郎，吉澤正（1971）『多変量解析法　改訂版』日科技連出版社
川島蓉子（2010）「NIPPON ブランドの価値づけこそが必要」『繊維製品消費科学』Vol. 51, No. 8, pp. 21-26.
神山進（1997）『消費者の心理と行動－リスク知覚とマーケティング対応－』中央経済社
佐野美智子（2013）『消費入門－消費者の新地と行動，そして，文化・社会・経済』創成社
高木修，神山進，井上和子監訳（2004）『外見とパワー』北大路書房
辻幸恵（2015）「「ハレ」の場に着用する衣類の選択基準」『せんい』，第68巻第11号，39-43頁
辻幸恵（2013）『こだわりと日本人』白桃書房
辻幸恵（2018）「女子大学生の購買行動に影響を及ぼす諸要因－被服を選択する場合の価値観の変化－」『神戸学院大学経営学部論集』第15巻第１号，1-17頁.
中島義明，神山進編（1996）『まとう－被服行動の心理学』朝倉書店
神山進（1997）『消費者の心理と行動－リスク知覚とマーケティング対応－』中央経済社
中川早苗編（2004）『被服心理学』日本繊維機械学会，啓文社
中矢英俊，近藤剛編（2017）『現代の結婚と婚礼を考える　学術的アプローチ』ミネルヴァ書房
日本家政学会編（1989）『表現としての被服』朝倉書店
日本家政学会編（2015）『衣服の百科事典』丸善出版
松江宏，村松幸廣（2007）『現代消費者行動論』創成社
松田久一（2009）『「嫌消費」世代の研究』東洋経済新報社
松原詩緒「着装基準に関する研究－性別，年代，着装場面に着目して－」日本繊維製品消費科学，Vol. 59, No. 2, 2018
間々田孝夫（2016）『21世紀の消費　無謀，絶望，そして希望』ミネルヴァ書房
宮田登（1999）『冠婚葬祭』岩波書店
山口庸子・生野晴美（編）（2012）『新版　衣生活論』アイ・ケイコーポレーション
Carlson Brad D., Tracy A. Suter and Tom J. Brown (2008), “Social versus Psychological Brand Community: The Role of Psychological Sense of Brand Community,” *Journal of Business Reseach*, 61, No. 4, 284-291.
Caudhuri, Arjun and Morris B. Holbrook (2001) “The chain of Rffrcts from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty,” Journal of Marketing, 65, No. 2. 81-93.
Hirschman, Elizabeth. C. and Holbrook, M. B. (1982) “Emerging Concepts, Methods, and Propositions”, *Journal of Marketing*, Vol. 46, No. 3, pp. 92-101.
Holbrook, M. B. and Hirschman, E. C. (1982) “The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun,” *Journal of Consumer Research*, Vol. 9, No. 2, pp. 132-140.
Kochman, T. (1981) *Black and White styles in confict*. Chicago: The University of Chicago Press.