

ワイシャツとネクタイにおけるイメージと嗜好性について

小 菅 啓 子 ・ 古 屋 留 美

生活科学科卒

On Images and Liking Tendency in Shirts and Ties

Keiko KOSUGE, Rumi FURUYA

We carried out a survey of people's images and liking tendency in shirts and ties. We used eighteen color pictures of mannequins wearing shirts and ties for the survey. The subjects of the survey were fifty-eight students of this college. The survey was conducted during November 1995. We analyzed the results of the survey utilizing factor analysis and quantification theory III analysis. The following are the results of the analysis.

- 1) Factor analysis showed that the subject's images of the eighteen color pictures could be expressed as two factors: 'fashion sense' and 'appraisement'. (Accumulated contribution ratio: 63.3 %)
- 2) Fashion sense was influenced mainly by the color of the shirts, while appraisement tended to be influenced by the design and the color of the ties.
- 3) Quantification theory III analysis revealed that like or dislike of the pictured shirts and ties could be based on three primary factors. (Characteristic value: 0.77-0.88)
- 4) The reason the subjects liked the pictured shirts and ties was related primarily to the color of the shirts and also to a certain extent by the design and color of the ties. The reason the subjects disliked the pictured shirts and ties was related primarily to the design and color of the ties and was also influenced by the color of the shirts.
- 5) Concerning the relationship between the images and liking tendency, the subjects liked pictured shirts and ties because their appraisement was high even though the shirts and ties pictured were regarded as lacking fashion sense. Contrarily, subjects disliked the pictured shirts and ties due to a low appraisement even though the materials were regarded as having fashion sense.

Key words : shirts and ties (ワイシャツとネクタイ), color (色彩), design (柄), images (イメージ)
liking tendency (嗜好), factor analysis (因子分析), quantification III (数量化Ⅲ類)

1. 緒 言

社会人男性の「スーツ」は従来から社会規範が高く、画一的な服装スタイルの要素を強く持っている。しかし男女ともにファッションの多様化を迎えている現在、「背広・ワイシャツ・ネクタイ」の組み合わせにも従来より個人の嗜好が反映され、多様化しつつある。これらのことは、サラリーマンの服装に対する意識や行動に関するこれまでの研究報告からも推察することができる。

すなわち、中川らの1983、1984年の報告によると、サラリーマンの職場の服装には、何らかの規制を設けているところが多く、全く自由なのは10%にすぎない¹⁾。また、服装には社会的信用や

好感を得、仕事をより円滑に遂行するための手段として重要な意味をもち、「背広・ネクタイ」スタイルが支持されている。しかし、多様な生き方を志向する生活へと変化すれば、「規範軽視型」が増え、除々に多様化、個性化へと向かうのではないだろうか²⁾、と示唆している。また、矢尻らによる1995年の報告によると、男性の通勤スタイルは、従来の背広スタイルが定着しているが、背広の色や形の多様化を肯定していた³⁾。

このような状況の中で、スーツスタイルに関する意匠・色彩的観点からのイメージ研究は少ない。わずかに「背広のVゾーンにおけるネクタイのイメージと嗜好性」に関する報告が筋野らによりなされている⁴⁾。この研究に選ばれた「背広・ワイシャツ・ネクタイ」の組み合わせは、15種類で

ある。すなわち、背広（濃紺）とワイシャツ（白）を統一し、ネクタイについて、柄、色彩などの異なる 15 種類を用いた。

そこで本研究では、ネクタイの背景となるワイシャツの色彩も近年多様化しつつあることを考慮に入れ、「ワイシャツの色彩とネクタイの関係について」イメージならびに嗜好性の調査を行い、若干の知見を得たので報告する。

2. 方 法

2.1 試料作成

2.1.1 ネクタイとワイシャツの選定

ネクタイは青系、茶系、赤系の 3 種の色について、それぞれ水玉柄と抽象柄の計 6 本を用いた。ネクタイ幅は中程度のもの、すなわち、着装時に上側となる突端の三角形部分の直径が、ヨコ 8.9 ～ 9.7cm、タテ 7.8 ～ 8.2cm である。ワイシャツはホワイト、ブルー系、ピンク系の 3 種、いずれも無地のものを用いた。従って試料は表 1 に示す 18 種類となる。なお色彩表示について、ネクタイとワイシャツのそれぞれの色彩を理解しやすいように上記の表示で表わす。

表 1 試 料

			ワ イ シ ャ ツ		
			ホワイト (W)	ブルー系 (B)	ピンク系 (P)
ネ ク タイ	青 系	水玉	NO. 1	NO. 7	NO. 13
		抽象	NO. 2	NO. 8	NO. 14
	茶 系	水玉	NO. 3	NO. 9	NO. 15 (14)
		抽象	NO. 4	NO. 10	NO. 16 (15)
	赤 系	水玉	NO. 5	NO. 11	NO. 17 (16)
		抽象	NO. 6	NO. 12	NO. 18 (17)

() 内の NO. は図 3-1、3-2 の表示番号

2.1.2 試料の作成と測色

用意したワイシャツとネクタイを男性用ボディーに着用させ、木製の茶系 (7.5YR 6/6) をバックに写真撮影を行い、カラー写真を作成した。次の

でカラー写真の測色を「JIS Z 8721 準拠標準色表」を用い、比較測色法で第 2 色まで行った。結果を表 2 に示す。

なお、18 種の写真と調査に用いる焼増し写真の色彩 (ネクタイ、ワイシャツ) は多少の差異を生じたが、それぞれのネクタイの第 1 色が表 3 に

表 2 「ワイシャツ・ネクタイ」写真の測色

写真の NO.	ワイシャツ	ネ ク タイ	
		第 1 色	第 2 色
NO. 1 NO. 2 NO. 3 NO. 4 NO. 5 NO. 6	N 9	5PB2 / 6 2.5PB6 / 4 5YR3 / 1 7.5YR7 / 2 2.5R4 / 10 2.5R4 / 6	N 9 5PB3 / 3 N 9 N 8 N 9 2.5Y9 / 3
NO. 7 NO. 8 NO. 9 NO. 10 NO. 11 NO. 12	5PB8 / 2	5PB2 / 6 2.5PB6 / 4 5YR3 / 1 7.5YR7 / 2 2.5R4 / 10 2.5R4 / 6	N 9 5PB3 / 3 N 9 N 8 N 9 2.5Y9 / 3
NO. 13	5R8 / 3	5PB2 / 6	N 9
NO. 14 NO. 15 NO. 16 NO. 17 NO. 18	2.5R8 / 2	2.5PB6 / 4 5YR3 / 1 7.5YR7 / 2 2.5R4 / 10 2.5R4 / 6	5PB3 / 3 N 9 N 8 N 9 2.5Y9 / 3

表 3 ネクタイ第 1 色のトーン

C	V	N 無彩	/1 /2	/4 /6	/8/10/12/14
			低彩度	中彩度	高彩度
9.0/ 8.0/ 7.0/	高 明 度		茶、抽 lg $\begin{bmatrix} 4 \\ 10 \\ 16 \end{bmatrix}$		
6.0/ 5.0/ 4.0/	中 明 度		dl 青、抽 $\begin{bmatrix} 2 \\ 8 \\ 14 \end{bmatrix}$	dp 赤、抽 $\begin{bmatrix} 6 \\ 12 \\ 18 \end{bmatrix}$	dp 赤、水 $\begin{bmatrix} 5 \\ 11 \\ 17 \end{bmatrix}$
3.0/ 2.0/ 1.0/	低 明 度		$\begin{bmatrix} 3 \\ 9 \\ 15 \end{bmatrix}$ 茶、水 dg	dk 青、水 $\begin{bmatrix} 1 \\ 7 \\ 13 \end{bmatrix}$	

示すトーンの範囲内にあり、またワイシャツの色彩も同様にそれぞれのトーン内に位置している。また色相、明度、彩度の異なる試料 18 種の 2 組について、5 名に予備調査を行った結果、表 1 の表示と同一の解答を得た。写真の 1 例を図 1 に示す。

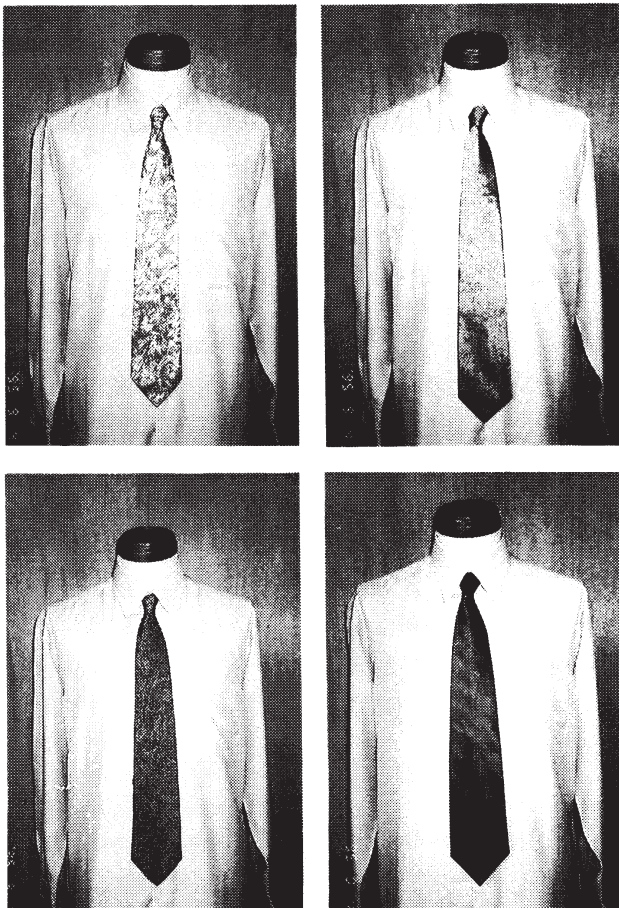


図 1 ネクタイ

2.2 被験者および調査方法

被験者は本学生活科学科学生 54 名であり、調査は 1995 年 11 月に実施した。

2.2.1 調査方法

各被験者に配布する試料は、ワイシャツの色とネクタイの色柄を考慮に入れてランダムにしたものを 9 枚 1 組とした。なお 1 組の冊子は、試料を 1 枚ずつローテーションさせ 18 種類作成し、1 種の冊子につき 3 回の観測回数を得られるように配慮し配布した。従って 1 試料につき 27 回の観測回数を得られる。

2.2.2 調査内容と解析方法

2.2.2.1 「ワイシャツ・ネクタイ」写真のイメージ

ワイシャツ・ネクタイ着装スタイルのカラー写真（以下試料）のイメージについて、色柄、評価、嗜好、ファッション性などに関する 18 対の形容語を用い、SD 法による 5 段階尺度（非常に、やや、どちらでもない、やや、非常に）より評定させた。（表 5）

次に 5 段階尺度による質問項目について評点（1～5）を与えて単純集計を行い、SD 評定の平均値を求めた。更に因子分析法の主因子解法（バリマックス回転）により、試料のイメージ因子の抽出を行った。なお因子分析において変数は形容語対 18、観測回数は試料 18 種である。

表 4 用 語

用 語	図中No. 好・嫌	用 語	図中No. 好・嫌	用 語	図中No. 好・嫌
カジュアルな	18	流 行 の	24・25	流行遅れの	28
高価そうな	19	知 的 な	25	モダンな	32
品がない	19	清 潔 な	26	奇 抜 な	29
やぼったい	20	フ ェ ー マ ル な	27・26	地 味 な	33・30
若々しい	20・21	上 品 な	28	安 っ ぽ い	31
クラシックな	21・22	センスのいい	29	シンプルな	34・32
派 手 な	22・23	個 性 的 な	30	平 凡 な	35・33
おとなしい	23・24	渋 い	31・27		

図中No.は図 3-1、3-2 図 4-1、4-2 の表示番号

2.2.2.2 「ワイシャツ・ネクタイ」写真の

嗜好性

試料の好みについて、好きな試料、嫌いな試料を各3種類選定させた。更にそれぞれの選定理由を表4に示す23用語の中から、1種につき1用語選定させ、好き、嫌い別に単純集計を行った。次にこれらの回答度数データをもとに数量化Ⅲ類により、嗜好性の要因を抽出した。なお、数量化Ⅲ類において、好き、嫌いそれぞれにアイテムは2種（試料選択と各選択理由）、カテゴリーは、選択肢18、およびその理由の選択肢23であり、測定対象は162（被験者54×回答度数3）である。更に前述のイメージ因子の抽出から得られた各試料の因子得点と試料の好みとの関係を検討した。

3. 結果および考察

3.1 イメージ因子

「ワイシャツ・ネクタイ」の組み合わせのカラー写真18種類の試料のイメージは、表5に示すように、2因子が抽出され累積寄与率は63.3%であった。なお、因子の抽出基準は固有値1.0以上とした。

表5 因子負荷量

用 語	第1因子	第2因子
Q6 地味な — 派手な	-0.8497	0.1598
Q3 明るい — 暗い	0.8400	-0.1022
Q1 若々しい — アダルト的な	0.7900	0.1525
Q16 現代的な — クラシックな	0.7800	-0.0100
Q8 フォーマルな — カジュアルな	-0.7564	0.2921
Q2 個性的な — 平凡な	0.7400	-0.3400
Q7 柔らかい — 硬い	0.7400	-0.1900
Q17 きちんとした — ぐだけた	-0.7327	0.4585
Q12 しブい — ケバケバしい	-0.7000	0.4539
Q14 センスが良い — センスが悪い	-0.0798	0.8823
Q18 好き — 嫌い	0.0500	0.8802
Q10 Yシャツに合わない — Yシャツに合う	0.1400	-0.8100
Q5 上品な — 下品な	-0.3971	0.7413
Q4 くだい — あっさりした	0.3800	-0.7000
Q13 冷たい — 暖かい	-0.6663	0.0907
Q9 知的な — 情緒的な	-0.6297	0.5005
Q11 スポーティーな — ドレスリーな	-0.6100	-0.1100
Q15 ぼやけた — はっきりした	-0.3368	-0.4000
因子寄与率 (%)	45.9	17.4
累積寄与率 (%)	45.9	63.3

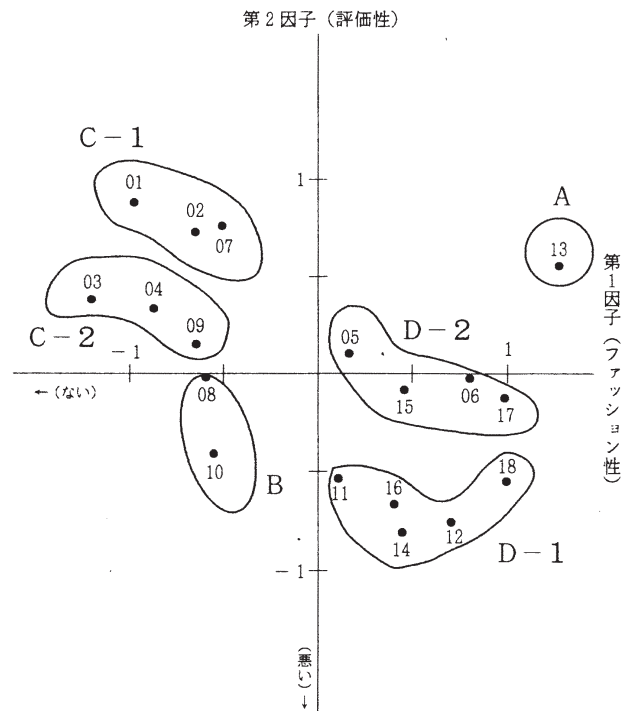


図2 因子得点の平面座標

第1因子は、派手な、明るい、若々しい、現代的な、カジュアルな、個性的な、などの形容語対が大きな負荷量を有した。このことから、第1因子は「ファッション感」の因子とした。第2因子は、センスが良い、好き、Yシャツに合った、上品な、などの形容語対が大きな負荷量を有した。これらの内容を考えて、「評価性」の因子とした。これら抽出された2因子は、筋野ら⁴⁾のVゾーンにおけるネクタイのイメージ因子（活動性、評価・知性、高級・ファッション性）と共通な要素を有していた。

3.2 イメージ因子と試料の色柄の関係

各イメージ因子と試料の色柄との関係を考察するために、2因子における各試料の因子得点を求めた。図2は、各試料の因子得点を平面座標に表したものである。「ファッション感」の因子得点の右座標の正の方向が、一層ファッション感のあることを、また左座標の負の方向が一層ファッション感のないことを表わしている。更に「評価性」の因子得点の上座標の正の方向が、一層評価性の良いことを、また下座標の負の方向が一層評価性の悪いことを表わしている。

平面座標の各試料の分布は、6グループ（図中のA、B、C-1、C-2、D-1、D-2）に

表6 因子得点

グループ 記号	ファッション感	評価性	写真 No. (ワイシャツ - ネクタイ - ネクタイ カラー - カラー - 柄)	グループ 記号	ファッション感	評価性	写真 No. (ワイシャツ - ネクタイ - ネクタイ カラー - カラー - 柄)
A	+	+	13 (P - 青 - 水)	D-1	+	-	11 (B - 赤 - 水)
B	-	-	08 (B - 青 - 抽) 10 (B - 茶 - 抽)				12 (B - 赤 - 抽)
C-1	-	+	01 (W - 青 - 水) 02 (W - 青 - 抽) 07 (B - 青 - 水)				14 (P - 青 - 抽)
C-2	-	+	03 (W - 茶 - 水) 04 (W - 茶 - 抽) 09 (B - 茶 - 水)				16 (P - 茶 - 抽) 18 (P - 赤 - 抽)
				D-2	+	-	05 (W - 赤 - 水) 06 (W - 赤 - 抽) 15 (P - 茶 - 水) 17 (P - 赤 - 水)

分けることができる。6グループの内訳を表6に示す。

Aグループはファッション感が高く、評価性のよいもので、試料NO.13(表中表示、P-青-水)だけであった。一方Bグループは、ファッション感がなく評価性も低いもので、B系のワイシャツに青系、茶系の抽象柄のネクタイであった。Cグループは、ファッション感はないが評価性の良いもので、C-1(評価性が高い)、C-2(評価性が中程度に良い)に分けられる。C-1は青系、C-2は茶系のネクタイである。更にC-1、C-2に共通なこととして、水玉柄が多く、ワイシャツはWが多かった。またDグループは、ファッション感はあるが評価性の悪いグループで、D-1(評価性が悪い)、D-2(評価性が良くも悪くもない)に分けられる。D-1の多くは、P系のワイシャツに抽象柄のネクタイである。一方D-2は一定の傾向が見い出せなかった。

これらのことから、ファッション感の因子は3種の要因(ワイシャツの色、ネクタイの色と柄)のうち主にワイシャツの色に、また評価性の因子はネクタイの色、柄に影響される傾向が見い出せた。

3.3 嗜好性の単純集計

試料の色柄に関する好みとその理由について、単純集計の結果を表7、表8に示す。

嫌いなものは試料のすべてに渡っており、また、好きな試料も1試料を除いたすべてに回答があり、好みの多様化が推察される。これらの中から好みの傾向を概観すると(表11参照、回答数の多い

表7 写真の好み (回答数)

写真No.	好き	嫌い	写真No.	好き	嫌い
1	20	1	10	8	6
2	12	6	11	5	11
3	6	7	12	2	17
4	12	7	13	14	3
5	7	8	14	0	19
6	10	11	15(14)	7	10
7	18	3	16(15)	1	17
8	14	7	17(16)	7	10
9	13	5	18(17)	6	14
合 計			162	162	

() 内の No. は図3-1、3-2の表示番号

表8 好みの理由

好 き		嫌 い	
用 語	回数	用 語	回数
28 上品な	22	19 品がない	40
34 シンプルな	20	20 やぼったい	38
20 若々しい	19	31 安っぽい	26
18 カジュアルな	16	30 地味な	17
25 知的な	14	29 奇抜な	15
26 清潔な	14	28 流行遅れの	7
29 センスのいい	10	33 平凡な	6
30 個性的な	8	23 派手な	4
31 渋い	6	22 クラシックな	2
32 モダンな	6	27 渋い	2
35 平凡な	6	21 若々しい	1
19 高価そうな	5	24 おとなしい	1
21 クラシックな	5	25 流行の	1
23 おとなしい	5	26 フォーマルな	1
22 派手な	3	32 シンプルな	1
24 流行の	1		
27 フォーマルな	1		
33 地味な	1		
合 計	162	合 計	162

試料（全試料の1／2）を掲載）、青系のネクタイで抽象柄より水玉柄が好まれる傾向にあり、反対に赤系の抽象柄を嫌う傾向にあった。更に好きな理由として、上品な、シンプルな、若々しい、カジュアルな、知的な、清潔な、などが上位に挙げられた。嫌いな理由は、品がない、やぼったい、安っぽい、地味な、奇抜な、などが上位に挙げられている。

3.4 嗜好性の要因

試料の好みとその理由について、好き、嫌い、別に数量化Ⅲ類で解析した結果、それぞれについて第3軸まで抽出された。これらの固有値と寄与率を表9に示す。「好き」の第1軸～第3軸までの固有値は0.77～0.88、「嫌い」は0.83～0.88の範囲内にあり、累積寄与率は、「好き」が14.8%、「嫌い」が16.3%と、双方とも類似の結果であった。図3-1、3-2、4-1、4-2は、それぞれのカテゴリースコアを平面座標に表わしたものである。またこれらの試料と用語を軸方向別に類別し、表10に示す。

表9 固有値・寄与率

軸	No.	固有値	寄与率	累積%
好き	1	0.8843	5.4 (%)	5.4 (%)
	2	0.7861	4.8 (%)	10.1 (%)
	3	0.7715	4.7 (%)	14.8 (%)
嫌い	1	0.8759	5.7 (%)	5.7 (%)
	2	0.8317	5.4 (%)	11.0 (%)
	3	0.8262	5.3 (%)	16.3 (%)

3.4.1 好き

好きな試料

I軸の正の方向、すなわち図3-1（タテ1軸、ヨコ2軸）の第1、2象限に布置した試料に、P系のワイシャツと赤系のネクタイが多い。またI軸の負の方向、すなわち第3、4象限に布置した試料は、WとB系のワイシャツで、ネクタイの色が1試料を除き、青系、茶系である。次にII軸の正の方向、すなわち第1、3象限に布置した試料に、WとB系のワイシャツが多い。またII軸の負の方向、すなわち第2、4象限に布置した試料は水玉柄のネクタイが多い。これらのことより、好

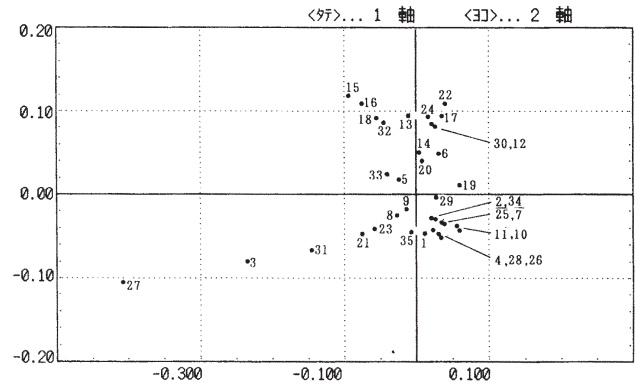


図3-1 カテゴリースコアの平面座標（好き）

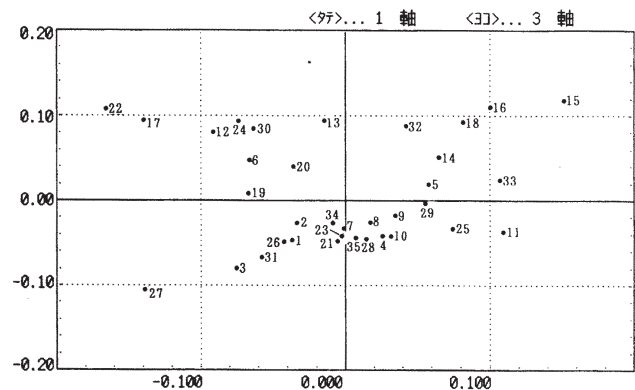


図3-2 カテゴリースコアの平面座標（好き）

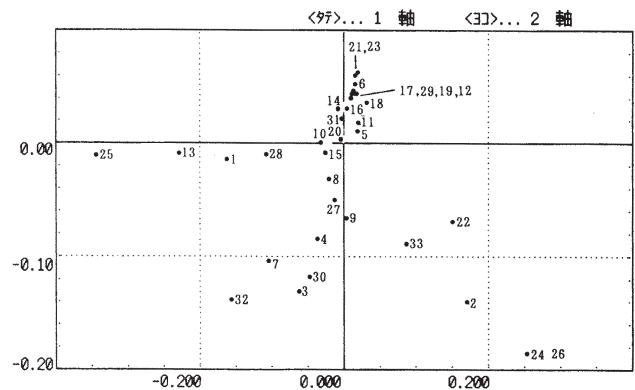


図4-1 カテゴリースコアの平面座標（嫌い）

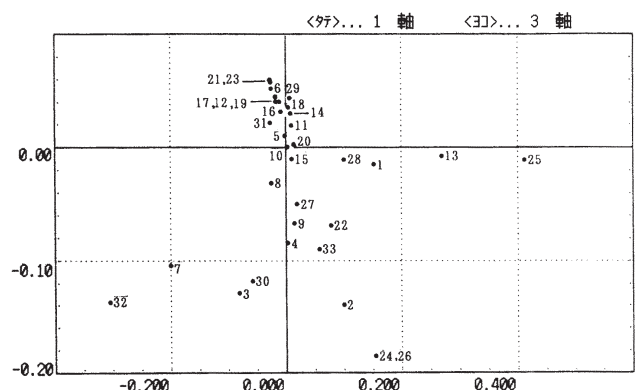


図4-2 カテゴリースコアの平面座標（嫌い）

表10 カテゴリースコア

好 き (1軸×2軸)					好 き (1軸×3軸)				
軸方向 1軸・2軸	写真 No.	ワイシャツ カラー	ネクタイ カラー	用 語	軸方向	写真 No.	ワイシャツ カラー	ネクタイ カラー	用 語
(+) (+) 第1象限	6	W	赤	抽	(+) (+) 第1象限	5	W	赤	水
	12	B	赤	抽		14	P	茶	水
	14	P	茶	水		14	P	茶	抽
	17	P	赤	抽		16	P	赤	水
(+) (-) 第2象限	5	W	赤	水	(-) (-) 第2象限	6	W	赤	抽
	13	P	青	水		12	B	赤	抽
	15	P	茶	抽		13	P	青	水
	16	P	赤	水		17	P	赤	抽
(-) (+) 第3象限	1	W	青	水	(-) (-) 第3象限	4	W	茶	抽
	2	W	青	抽		7	B	青	水
	14	W	茶	抽		8	B	青	抽
	10	B	茶	抽		9	B	茶	水
	11	B	赤	水		10	B	茶	抽
	7	B	青	水		11	B	赤	水
(-) (-) 第4象限	3	W	茶	水	(-) (-) 第4象限	1	W	青	水
	8	B	青	抽		2	W	青	抽
	9	B	茶	水		3	W	茶	水
嫌 い (1軸×2軸)					嫌 い (1軸×3軸)				
(+) (+) 第1象限	5	W	赤	水	(+) (+) 第1象限	11	B	赤	水
	6	W	赤	抽		14	P	青	抽
	11	B	赤	水		17	P	赤	水
	12	B	赤	抽		18	P	赤	抽
	16	P	茶	抽	(-) (-) 第2象限	5	W	赤	水
	17	P	赤	水		6	W	赤	抽
18	P	赤	抽	12		B	赤	水	
(+) (-) 第2象限	14	P	青	抽		16	P	茶	抽
	20 やぼったい 31 安っぽい				(-) (+) 第3象限	1	W	青	水
(-) (+) 第3象限	2	W	青	抽		2	W	青	抽
	9	B	茶	水		4	W	茶	抽
	22 クラシックな 24 おとなしい 26 上品な 33 平凡な					9	B	茶	水
(-) (-) 第4象限	1	W	青	水		13	P	青	水
	3	W	茶	水		15	P	茶	水
	4	W	茶	抽	(-) (-) 第4象限	3	W	茶	水
	7	B	青	水		7	B	青	水
	8	B	青	抽		8	B	青	抽
	10	B	茶	抽		10	B	茶	抽
	13	P	青	抽		30 地味な 32 シンプルな			
15	P	茶	水						

きな試料の1軸の要因は、ワイシャツとネクタイの色である。2軸の要因はワイシャツの色とネクタイの柄であった。更にⅢ軸の正の方向、すなわち図3-2(タテ1軸、ヨコ3軸)の第1、3象限に布置した試料に、B系のワイシャツが多い。またⅢ軸の負の方向、すなわち第2、4象限に布置した試料については、傾向が見い出せなかった。このことから3軸の要因についても、ワイシャツの色が若干考えられる。

以上の結果から、「好き」な試料の要因は、主にワイシャツの色彩に関係し、次いでネクタイの色、柄についても多少影響される。

その理由

好きな試料の理由として、I軸の正の方向、すなわち図3-1の第1象限と図3-2の第2象限に布置した共通な用語に、個性的な、派手な、若々しい、流行の、高価そうながある。更にI軸の正の方向、すなわち図3-1の第2象限と図3-2の第1象限には、カジュアル、モダンな、地味ながある。

一方I軸の負の方向、すなわち図3-1、3-2の第3象限に布置した共通な用語に、知的な、上品な、センスのいいがある。更に、I軸の負の方向、すなわち図3-1、3-2の第4象限には、クラシックな、おとなしい、フォーマルながある。

これらの結果から、好きな試料の選択理由を以下のように2グループにすることができる。すなわち、①個性的な、派手な、若々しい、モダンな、流行ななどと、②知的な、上品な、クラシックな、フォーマルな、センスのいいなどである。

3.4.2 嫌 い

嫌いな試料

I軸の正の方向、すなわち図4-1(タテ1軸、ヨコ2軸)の第1、2象限に布置した試料に、赤系のネクタイが多い。柄は水玉柄より抽象柄が多い傾向にある。ワイシャツの色は、WとB系よりP系がおおい。またI軸の負の方向、すなわち第3、4象限に布置した試料は、反対に青系、茶系のネクタイが多い。柄は抽象柄より水玉柄が多い傾向にある。ワイシャツはP系よりWとB系が多い。次ぎにⅡ軸の正の方向、すなわち第1、3象限に布置した試料に、赤系のネクタイが多い。またⅡ軸の負の方向、すなわち第2、4象限に布置

した試料は、青系、茶系のネクタイであった。

これらのことより、嫌いな試料の1軸の要因は、主にネクタイとワイシャツの色彩に関係するが、ネクタイの柄にも若干影響される。2軸の要因はネクタイの色であった。更にⅢ軸の正の方向、すなわち図4-2(タテ1軸、ヨコ3軸)の第1、3象限に布置した試料は、水玉柄のネクタイが多い。またⅢ軸の負の方向、すなわち第2、第4象限に布置した試料は、Wのワイシャツが多く、ネクタイは抽象柄が多い傾向にある。

以上の結果から、「嫌い」な試料の要因は、主にネクタイの色柄に関係し、次いでワイシャツの色彩も影響される。

その理由

嫌いな試料の理由として、I軸の正の方向、すなわち図4-1の第1象限と図4-2の第2象限に布置した共通な用語に、品がない、若々しい、派手ながある。更にI軸の正の方向、すなわち図4-1の第2象限と図4-2の第1象限には、やぼったいがある。

一方I軸の負の方向、すなわち図4-1、4-2の第3象限に布置した共通な用語に、クラシックな、おとなしい、上品な、平凡ながある。更にI軸の負の方向、すなわち図4-1、4-2の第4象限には、地味な、シンプルながある。

これらの結果から、嫌いな試料の選択理由を以下のように2グループにすることができる。すなわち、①品がない、派手な、やぼったい、若々しいと、②上品な、地味な、おとなしい、平凡な、クラシックな、シンプルなである。

3.5 嗜好性とイメージ因子の関係

表11は、イメージ因子の抽出から得られた各試料の因子得点(正負関係)と試料の嗜好性(好き、嫌い各上位1/2まで)の関係についてまとめたものである。

好きな試料は、WとB系ワイシャツに青系、茶系のネクタイの組み合わせが多く、ファッション感がなくても評価性のよいものが主に挙げられている。

嫌いな試料については、色彩は赤系、柄は抽象柄の各ネクタイが多く、ファッション感があっても評価性の悪いものが挙げられた。

表11 写真の好みと因子得点

	順位	写真No.	ワイシャツ カラー	ネクタイ カラー	ネクタイ 柄	回 答 数	因 子 得 点		
							ファッション感	評価性	グループ
好きなワイシャツ・ネクタイ写真	1	No. 1	(W	青	水)	20	—	+	C-1
	2	No. 7	(B	青	水)	18	—	+	C-1
	3	No. 8	(B	青	抽)	14	—	—	B
		No. 13	(P	青	水)	14	+	+	A
	5	No. 9	(B	茶	水)	13	—	+	C-2
	6	No. 2	(W	青	抽)	12	—	+	C-1
		No. 4	(W	茶	抽)	12	—	+	C-2
	8	No. 6	(W	赤	抽)	10	+	—	D-2
	9	No. 10	(B	茶	抽)	8	—	—	B
嫌いなワイシャツ・ネクタイ写真	1	No. 14	(P	青	抽)	19	+	—	D-1
	2	No. 12	(B	赤	抽)	17	+	—	D-1
		No. 16	(P	茶	抽)	17	+	—	D-1
	4	No. 18	(B	赤	抽)	14	+	—	D-1
	5	No. 6	(W	赤	抽)	11	+	—	D-2
		No. 11	(B	赤	水)	11	+	—	D-1
	7	No. 15	(P	茶	水)	10	+	—	D-2
		No. 17	(P	赤	水)	10	+	—	D-2
	9	No. 5	(W	赤	水)	8	+	—	D-2

4. 総 括

ボディーにワイシャツ・ネクタイ着装スタイルのカラー写真を18種を作成し、「ワイシャツ・ネクタイ」におけるイメージと嗜好性について調査を行い、因子分析法と数量化Ⅲ類により解析した。

- 1) 18種の「ワイシャツ・ネクタイ」写真のイメージは、因子分析の結果、「ファッション感」、「評価性」の2因子で表わされる。(累積寄与率63.3%)
- 2) 2因子における各試料の因子得点を求め、イメージと「ワイシャツ・ネクタイ」の組み合わせの関係を考察した。

その結果ファッション感の因子は主にワイシャツの色に、評価性の因子はネクタイの色柄に影響される傾向がある。

- 3) 試料の嗜好性(好きと嫌い)について、数量化Ⅲ類を用いて分析した結果、好き、嫌いの双

方とも第1軸～第3軸まで抽出された。各軸の固有値は0.77～0.88の範囲内であった。

- 4) 抽出された各軸における、試料と用語のカテゴリースコアの平面座標より、「好き」と「嫌い」の要因ならびにその理由について考察した。
 - i) 好きな試料の要因は、主にワイシャツの色彩に関係し、次いでネクタイの色、柄についても多少影響される。
 - ii) 好きな試料の選定理由は、① 個性的な、派手な、若々しい、モダンな、流行など、② 知的な、上品な、クラシックな、フォーマルな、センスのいいなどの2グループに大別される。
 - iii) 嫌いな試料の要因は、主にネクタイの色柄に関係し、次いでワイシャツの色彩も影響される。
 - iv) 嫌いな試料の選定理由は、① 品がない、派手な、やばったい、若々しい、② 上品な、地味な、おとなしい、平凡な、クラシックな、

シンプルなの2グループに大別される。

- 5) 嗜好性とイメージ因子の関係は、「好き」な試料については、ファッション感がなくても評価性のよいものが挙げられ、「嫌い」な試料については、反対にファッション感があっても評価性の悪いものが挙げられた。

今回の調査は若年の女性を対象に行ったが、次回は実際に着装する男性を対象に調査研究する必要がある。更に性差、年代差についても検討を加えなければならない。今後の課題としたい。

本研究の概要は、日本繊維製品消費科学会1996年次大会において発表した。

引用文献

- 1) 中川早苗：家政誌、35、260 (1984)
- 2) 中川早苗、武井敦子：織消誌、25、182 (1984)
- 3) 矢尻世津子、高岡朋子、盛田真千子、小林茂雄：織機誌、48、104 (1995)
- 4) 筋野淑子、大井久美子：文化女子大紀要、24、109 (1993)

(1997年1月8日受理)