

# 構造方程式モデリング手法を用いた女子学生の ファッション行動と購読女性雑誌の検討 — 2008年～2010年の傾向を中心に —

孫 珠熙

(富山大学人間発達科学部)

原稿受付 平成 24 年 3 月 16 日；原稿受理 平成 24 年 11 月 3 日

## The Relationship Between the Fashion Behavior of Female Students and the Women's Magazines They Read Based on Structural Equation Modeling —Focusing on Trends from 2008 Through 2010—

Ju-hee SOHN

Faculty of Human Development, University of Toyama (National University Corporation),  
Toyama 930-8555

This paper examines the trends in women's fashion magazines read by female students (vocational schools, junior colleges, and universities) during a three-year period from 2008 through 2010.

Magazines characterized as *gyaru-kei* (gal style), such as *ViVi* and *JELLY*, were more popular among university students and junior college students than they were among vocational school students, while those characterized as *mohdo-kei* (mode style or high fashion), such as *Soen* and *FUDGE*, showed the opposite tendency ( $p < 0.001$ ). *ZIPPER*, *Sweet*, *Soup*, and *PS* did not show any significant differences in their popularity among the three types of schools.

The 2010 top ten popular women's fashion magazines included *JELLY* and *BRENDA* (*judai-gyaru-kei* or gal style for teens), *Soen* and *FUDGE* (*mohdo-kei*), *ViVi* (*o-nee-kei* or older sister style), *Non-no*, and *Soup*. (*nachuraru-kei* or natural style), *Sweet* (*otona-gyaru-kei* or gal style for adults), and *Zipper* (*sutoriito-kei* or street style), proving the validity of classifying these magazines into six groups.

Structural equation modeling revealed that the lower a female student's consciousness of fashion behavior was, the more she preferred magazines characterized as *nachuraru-kei*, while the higher the consciousness, the more she preferred *gyaru-kei* magazines.

**Keywords** : women's fashion magazines 女性雑誌, fashion behavior ファッション行動, structural equation modeling 構造方程式モデリング, gyaru-kei magazine ギャル系雑誌, natural-kei magazine ナチュラル系雑誌, female students 女子学生

### 1. 緒言

これまで、ファッション系を専門にしている女子学生の「ファッション意識・行動」と「購読女性ファッション雑誌」

について発表した<sup>1-5)</sup>。その研究報告では2008年の調査を基に購読女性雑誌を「ナチュラル系」、「10代GAL系」、「モード系」、「お姉系」、「大人ギャル系」、「ストリート系」の6つのグループに分類した。また、購読雑誌のテスト別分類とポジショニング・マップを明らかにした。次にファッション意識・行動の構造に8因子が妥当と考え、

\* To whom correspondence should be addressed  
E-mail : sohn@edu.u-toyama.ac.jp

その因子の因子得点を基に女子学生の類型化と購読雑誌の関連を明らかにした<sup>1)</sup>。

「女子学生のファッション意識に関する報告」に関しては、1000名以上規模で織研新聞(2011年6月)の報告がある<sup>6)</sup>。好きなブランド1位は、Vivian Westwood, 2位ツモリチサト, 3位コムデギャルソン, 4位ローリーズファーム, 5位ZARAである。よく買うブランドは、1位はユニクロ, 2位ZARA, 3位ローリーズファーム, 4位ジャーナルスタンダード, 5位H&Mである。ファッションが好きな若者の間でも、経済情勢の悪化を背景に、好きなブランドと着る服の乖離が進んでいる。2011年の10位以内にフォーエバー21が登場し勢力を広げる海外組と国内の有力SPAが競い合い、人気が復活してきたデザイナー系も加わった形で寡占化を進めつつある<sup>6)</sup>。ファッション雑誌やブランドに関する研究では一般社団法人日本衣料管理協会による衣料管理士(TA: Textile Advisor)養成課程の認定大学に在学している学生を対象に調査した「ファッションとメイクに関する調査」<sup>7)</sup>報告書(2009.10)がある。また同衣料管理士(TA: Textile Advisor)養成課程の認定大学女子学生1102名を対象に「ファッション商品の購入に関する調査報告書」<sup>8)</sup>(2011.9)などがある。他にはアパレル業界の商品企画<sup>9)</sup>・ライフスタイル分析<sup>10-13)</sup>などがある。

本研究では、ファッション系を専門にしている女子学生の『ファッション行動』と購読『女性ファッション雑誌』の傾向を2008年から2010年の3年間の分析を通して変化を明らかにする。また、構造方程式モデリング(SEM: Structural Equation Modeling)手法<sup>14)</sup>を用いた購読『女性雑誌』と『ファッション行動』の関連検討することを目的としている。このような女性雑誌の最近の3年間の変化や構造方程式モデリングを用いた『ファッション行動』と『女性雑誌』の検討は見当たらない。これらの研究を通して、ファッション系の女子学生の『ファッション行動』と購読『女性雑誌』の関連を明らかにすることは、若者のファッションの商品企画や品揃え計画の基礎資料として生かせると思われる。また、女性雑誌のコンセプト設定、着こなし方やコーディネートターゲット設定などに重要な示唆を与えるものと考えられる。購読女性雑誌によるファッション行動の客観的な定量化、さらに構造方程式モデリング<sup>14)</sup>による理論的な報告は、感性的にはわかってきたファッションと曖昧さのある分野の研究の基礎資料として意義があると思われる。

## 2. 方法

### 2-1. 調査内容

調査内容は①ファッション行動②購読女性雑誌③個人

特性(フェース項目)の3つである。具体的な項目と評定方法は以下の通りである。

- 1) 『ファッション行動』の測定;ファッション系女子学生の『ファッション行動』については41項目(2008年)<sup>1)</sup>, 38項目(2009年)<sup>2)</sup>, 27項目(2010年)<sup>3)</sup>をそれぞれ測定した。そして、各項目について、5段階評定尺度(5.まったくそうだ, 4.まあそうだ, 3.どちらでもない, 2.あまりそうではない, 1.全くそうではない)に対してそれぞれ5から1点を与え、評定を求めた。
- 2) 『女性雑誌』の選定;①予備調査;2007年に「ファッションマーケティング論研究会」の研究として、ファッション系女子学生を対象に女性雑誌に関する予備調査を行った。ファッション系女子学生の普段読んでいるファッション雑誌名を多重回答可能の自由記述で書いてもらい、それを単純集計で分析した結果、有効回収数511票で合計72種類の女性雑誌が得られた。②本調査;予備調査以降の廃刊・休刊・新刊の購読女性雑誌を入れ替えながら2009年と2010年の購読女性雑誌名を決めた。購読女性雑誌の答えが9名以下(2008年・2009年)と15名以下(2010年)はデータ分析の対象者にしなかった。また、購読『女性雑誌』の測定には48種の雑誌から普段読んでいる雑誌に多重回答(2008年)と定期購入しているファッション雑誌を上位3つ(2009年・2010年)を選んでもらった。
- 3) 個人特性(フェース項目);個人特性は学年、学校、地域について尋ねた。

### 2-2. 調査方法

調査対象者の基本属性は564名(2008年)、555名(2009年)で、本報では2010年調査の16校1062名の詳細を報告する。調査対象は名古屋、関西(大阪・京都・神戸)、九州(福岡・熊本)地域のファッション系女子学生である。女子学生の調査対象校には四年制大学・短期大学と専門学校が含まれるように配慮した。また、地域も偏りがないように配慮した。調査時期は2008年夏(6月~7月)、2009年夏、2010年夏である。調査は配布留め置き法による質問紙調査を行った。

### 2-3. 分析方法

- ①『ファッション行動』の測定尺度項目は前年の結果を参考に項目を調整した。本報では2010年結果を中心に報告する。因子分析に共通性0.3以下で低かった項目や因子負荷量が両因子共に高い項目は除外した。
- ②『女性雑誌』は2008年から2010年の3年間の変化をみるために、初年度調査(2008年)の購読女性雑誌の分類<sup>1)</sup>を比較の基準にした。2009年と2010年に新し

く調査項目に入れた女性雑誌の分類は、女性雑誌間の相関分析で雑誌間の相関が高いこと、また、因子分析した結果、同じ因子の項目に含まれているかどうかを確認して分類をした。

③『ファッション行動』と『女性雑誌』の構造方程式モデリングは、2008年（普段読んでいる雑誌を多重回答）と2010年（定期購読の上位3誌を回答）の調査を基に検討した。

2008年の回答については、探索的因子分析により、6因子の「A. ナチュラル系」「B. 10代GAL系」「C. モード系」「D. お姉系」「E. 大人ギャル系」「F. ストリート系」を抽出し、さらに雑誌の構造をより総合的に分析するため、各因子の因子得点を観測変数（実際のデータで得られているもの：モデルの中では四角形）として分析を行った。

2010年の回答では、上記のAからFまでの6因子のうち、Aに属する「ナチュラル系」雑誌とBに属する「10代GAL系」雑誌のみを観測変数として、共分散構造分析（CSA, Covariance Structure Analysis）、あるいは構造方程式モデリング（SEM, Structural Equation Modeling）とよばれる数理統計的手法<sup>14)</sup>を行った。

これは、2008年と2010年の質問形式が異なっていたため、2010年は「A. ナチュラル系」「B. 10代GAL系」のみで『ファッション行動』との関係構造を検討した。統計処理にはIBM SPSS Statistics 19.0JとAMOS19.0Jを用いた。

### 3. 結果および考察

#### 3-1. 調査対象者の基本属性（2010）

調査対象者の基本属性は16校1062名（2010年）で表1に示す。2010年は名古屋191名（18%）、京・阪・神554名（52.2%）、熊本・福岡317名（29.8%）である。これらの調査校は、地域や大学・短大・専門学校の比率は偏らないように配慮した。調査の地域的限界は認めるが、そこからサンプリングされた対象者は、サンプリングの基本属性の適合度の検定の結果<sup>15)</sup>から、女子学生集団を代表しているものと考えられる。実数上では地域・学校の種類間に偏りはあるが以下の女子学生の比較においては全て有意差検定を行って考察したものである。

#### 3-2. 購読女性雑誌のTASTE（テイスト）分類（2008～2010）

購読女性雑誌の6つのテイスト分類を図1に示した。「A. ナチュラル系」、「B. 10代GAL系」、「C. モード系」、「D. お姉系」、「E. 大人ギャル系」、「F. ストリート系」までの2008年から2010年の3年間の傾向を『ナチュラル系（A・C・F合わせて）』と『ギャル系（B・D・E合わせて）』に大別してしてみると、2010年は、『ナチュラル系（A・C・F合わせて）』は56.3%、『ギャル系（B・D・E合わせて）』は45.1%で、『ナチュラル系（A・C・F合わせて）』が多い。

表1 基本属性（2010, N = 1062）

大学別	名古屋	京都	大阪	神戸	福岡	熊本	観測度数N	期待度数N
大学	35	66	65	79			245	177
短大	113		63	50	38	55	401	354
専門学校	43		23	130	40	93	416	531
(計N)	(名古屋191)		(京阪神554)		(九州317)		1062	***

回答者の集団は母集団比率を代表していないという根拠は得られない。  
\*\*\*: P < 0.001, サンプル基本属性の適合度の検定

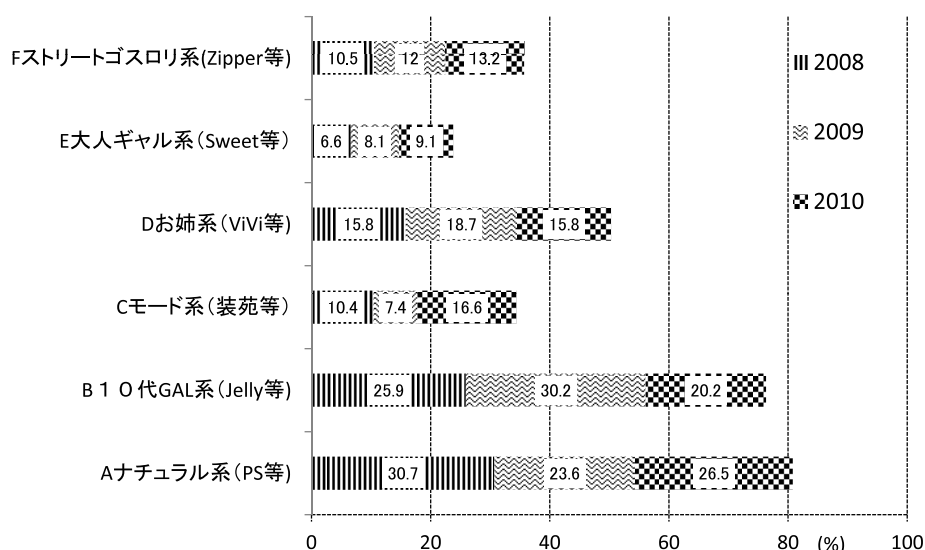


図1. 女子学生の購読雑誌の3年間の変化（A,C,F:『ナチュラル系』, B,D,E:『ギャル系』）

『ナチュラル系 (A・C・F 合わせて)』は単独の「A. ナチュラル系」と区別するため『 』と表す。

2009 年は、『ナチュラル系』は A・C・F 合わせて 43%、『ギャル系』は B・D・E 合わせて 57% でギャル系が多く、2008 年は、『ナチュラル系』は A・C・F 合わせて 51.6%、『ギャル系』は B・D・E 合わせて 48.3% でほぼ半分前後となっている。

詳細にみると、「A. ナチュラル系」雑誌 (PS, Non-no, Soup, Seda, Mina, Mini など) を購読する女子学生は 2008 年 30.7%, 2009 年 23.6%, 2010 年 26.5% である (表 2)。「B. 10 代 GAL 系」雑誌 (Jelly, Brenda, 小悪魔アゲハ, Popteen, S Cawaii など) を購読する女子学生は、2008 年 25.9%, 2009 年 30.2%, 2010 年 20.2% と減っていく傾向がみられた。これはギャル系が一般化して増え、ナチュラル系雑誌にも広がった理由であると思われる。「C. モード系」雑誌 (装苑, FUDGE, モードエモード, SPUR, Vogue, Fashion News, Gap Press) を購読する女子学生は 2008 年 10.4%, 2009 年 7.4%, 2010 年 16.6% と増えていることがわかる。これは「モード系」のような自分へのこだわりを持つ雑誌類が人気を集めている理由であると思われる。「D. お姉系」(ViVi, Pinky, Can Cam, JJ) 雑誌を購読する女子学生は 2008 年 15.8%, 2009 年 18.7%, 2010 年 13.7% と減っていた。「E. 大人ギャル系」(Sweet, Glamous, Glitter, GISELe, Nylon) 雑誌を購読している女子学生は、2008 年は 6.6%, 2009 年は 8.1%, 2010 年は 9.1% と若干増えている。アート志向自分志向の「F. ストリート系」(Zipper, KERA, Fruits, Gothic&Rorita) 雑誌を購読する女子学生は、2008 年は 10.5%, 2009 年は 12%, 2010 年は 13.2% と若干増えていた。

3 年間の傾向からみると、このことは 2010 年になって、『ナチュラル系 (A・C・F 合わせて)』の中でモード系が増え、流行に左右せず自分へのこだわりを持つ購読者が増えていると考えられる。

### 3-3. 最近 3 年間の購読雑誌の順位 (2008 ~ 2010)

2008 年から 2010 年までの 3 年間、普段読んでいる「購読女性雑誌」の 3 年間の順位を単純集計し、6 つの雑誌テイスト分類ごとに示した (表 2)。3 年間の調査人数の詳細は、N = 564 (2008 年 / 多重回答 : 2398 = 100%), N = 555 (2009 年 / 上位 3 つ回答 : 1219 = 100%), N = 957 (2010 年 / 上位 3 つ回答 : 2284 = 100%) の合計 2076 名である。

2010 年をみてみると、「A. ナチュラル系」雑誌は Non-no, Soup, PS の順位で全雑誌種類の上位 10 位内に属する。「B. 10 代 GAL 系」雑誌は Jelly, Blenda が全体上位の 3 位と 7 位である。「B. 10 代 GAL 系」は減って

いく傾向が見られた。2008 年は「B. 10 代 GAL 系」をみてみると TOP10 以内に 4 つの雑誌 (Blenda, Popteen, 小悪魔アゲハ, S Cawaii) があり、2009 年は 3 つの雑誌 (Jelly, Blenda, 小悪魔アゲハ) である。「D. お姉系」雑誌は ViVi が 3 年連続 1 位になっている。「F. ストリート系」雑誌は 2010 年 Zipper が 2 位で、2008 年から 2010 年まで 3 年連続 3 位以内になっている。

次に、2010 年の女性雑誌全体上位の 6 位までをみると、1 位は ViVi「D. お姉系」、2 位は Zipper「F. ストリート系」、3 位は Jelly「B. 10 代 GAL 系」、4 位は装苑「C. モード系」、5 位 Non-no「A. ナチュラル系」、6 位は Sweet「E. 大人ギャル系」である。なお、これらの 2010 年の上位 1 位から 6 位まで雑誌は、それぞれ 6 つの雑誌系グループ (図 1・表 2) の各系雑誌においてベスト雑誌であることも興味深い。2008 年度の調査の際に質問項目の普段読んでいる雑誌をいくつか選んでもらった多重回答による雑誌の分析<sup>1)</sup>を基に 2009 年も 2010 年も雑誌を比較しても、同様の 6 つの雑誌系グループで分類された結果が得られたので、雑誌の 6 つのテイスト分類は妥当であると思われる。

さらに、女性雑誌の 6 分類で、3 年間の上位 6 位までみてみると「A. ナチュラル系」は 2010 年 5 位の Non-no, 2008 年 2 位と 2009 年 4 位の PS である。「B. 10 代 GAL 系」は 2010 年 3 位・2009 年 2 位の Jelly, 2008 年 6 位・2009 年 4 位の BLENDA である。「C. モード系」は 2010 年 4 位・2008 年は 5 位の装苑である。「D. お姉系」は 2008 年から 2010 年まで 3 年連続 1 位の ViVi である。「E. 大人ギャル系」は 2009 年・2010 年連続 6 位の Sweet である。「F. ストリート系」は 2010 年 2 位・2008 年と 2009 年連続 3 位の Zipper である。

つまり、2010 年の上位 1 位から 6 位の雑誌が 6 つのテイスト分類となり、それぞれの A, B, C, D, E, F 系の TOP になっていることは 6 つのテイスト分類が妥当であることが裏づけられる。

以上、6 つのテイスト分類系 (A, B, C, D, E, F) の 3 年間で計 18 系のうち、16 系が上位 6 位以内に当てはめられた。

一方、上位 6 位以内になっていない 2008 年の「E. 大人ギャル系」が一番低い 6.6% (うち TOP は 18 位の Sweet) であったが、2009 年 (8.1%)・2010 年 (9.1%) には Sweet が共に上位 6 位となった。また、2009 年の「C. モード系」が一番低い 7.4% (うち TOP は 9 位の装苑) であったが、2008 年 (10.4%)・2010 年 (16.6%) には装苑が共に上位 5 位と 4 位を示してあるので、結果的には 6 つのテイスト分類系 (A, B, C, D, E, F) の 3 年間で計 18 系のうち、2 系 (2008 年の E・2009 年の C) も 2010 年総合的には上位 6 位以内に当てはめられた。

表2 女子学生の普段読んでいる「女性雑誌」3年間傾向と出版社の順位 (2008～2010)

	N=564	2008年	N=555	2009年	N=1062	2010年	
TOTAL 人数	2398 (100%)		1219 (100%)		2284 (100%)		
<b>A. ナチュラル系</b>	N	順位	N	順位	N	順位	出版社
PS	132	2	67	4	81	10	小学館
seda	52	21	27	15	55	15	日之出出版
mini	51	23	9	31	43	23	(株)宝島社
spring	67	15	16	22	36	26	(株)宝島社
soup	112	4	45	11	85	9	インデックスコミュニケーションズ
girlsstyle	59	20	28	14	63	12	(株)イリオス社
mina	46	25	22	18	60	13	主婦の友社
Jille	75	11	27	15	51	17	(株)双葉社
non-no	98	7	47	9	133	5	集英社
spygirl	45	26	廃刊				(株)ダブリュエヌコーポレーション
<b>A. 小計</b>	<b>737 (30.7%)</b>		<b>288 (23.6%)</b>		<b>607 (26.5%)</b>		
Cazi Cazi	0		13	26	22	38	
森ガール					24	35	
More			1	41			
Nadesico					10		
Used Mix					42	24	
<b>B.10代 GAL系</b>	N	順位	N	順位	N	順位	出版社
nuts	64	19	3	38	15		インフォレスト株式会社
jelly	72	13	110	2	152	3	(株)ぶんか社
egg	67	16	30	13	27	33	(株)大洋図書
ranzuki	44	27	16	22	9		(株)ぶんか社
BLENDA	100	6	67	4	112	7	(株)角川春事務所
Scawaii	78	10	44	12	50	20	主婦の友社
popteen	88	8	47	9	55	15	(株)角川春事務所
小悪魔アゲハ	83	9	49	7	57	14	インフォレスト株式会社
Cawaii	24	35	2	40	除外		主婦の友社
<b>B. 小計</b>	<b>620 (25.9%)</b>		<b>368 (30.2%)</b>		<b>462 (20.2%)</b>		
Popsister					38	25	
<b>C. モード系</b>	N	順位	N	順位	N	順位	出版社
装苑	106	5	47	9	144	4	文化出版局
fudge	30	31	16	22	104	8	New Publishing.Co.Ltd
モードエモード	47	24	10	28	51	19	Mode et Mode 社
Gap	17	38	3	38	11		Gap Japan Co.Ltd
SPUR	26	34	8	33	23	36	集英社
Vogue	24	36	6	34	46	21	コンテナスト・パブリケーションズ・ジャパン
<b>C. 小計</b>	<b>250 (10.4%)</b>		<b>90 (7.4%)</b>		<b>379 (16.6%)</b>		
Fashion News			10	28	53	17	
<b>D. お姉系</b>	N	順位	N	順位	N	順位	出版社
CanCam	66	17	24	17	34	27	小学館
JJ	52	22	12	27	46	21	光文社
Ray	35	29	19	20	28	32	主婦の友社
pinky	72	12	48	8	除外		集英社
ViVi	155	1	125	1	204	1	講談社
<b>D. 小計</b>	<b>380 (15.8%)</b>		<b>228 (18.7%)</b>		<b>312 (13.7%)</b>		
<b>E. 大人ギャル系</b>	N	順位	N	順位	N	順位	出版社
Glamorous	28	33	17	21	22	38	講談社
GLITTER	31	30	15	25	29	30	トランスメディア株式会社
GISELe	20	37	9	31	19	40	主婦の友社
sweet	64	18	52	6	126	6	(株)宝島社
nylon	16	39	6	34	26	34	カエルム
<b>E. 小計</b>	<b>159 (6.6%)</b>		<b>99 (8.1%)</b>		<b>222 (9.1%)</b>		
Ginger					4		
Elle Girl					30	29	
<b>F. ストリート系</b>	N	順位	N	順位	N	順位	出版社
Zipper	114	3	73	3	176	2	(株)祥伝社
cutie	71	14	22	18	23	36	(株)宝島社
fruits	29	32	10	28	29	30	ストリート編集室
keras	38	28	41	13	74	11	インデックスコミュニケーションズ
<b>F. 小計</b>	<b>252 (10.5%)</b>		<b>146 (12%)</b>		<b>302 (13.2%)</b>		
コシック&ロリータバイブル					34	27	
<b>TOTAL 雑誌種類</b>	<b>40種</b>	<b>上位10まで</b>	<b>38種</b>	<b>上位9まで</b>	<b>44種</b>	<b>上位6まで</b>	<b>(2010年) 上位6位まで</b>

つまり、女性ファッション雑誌の出版社が女性のファッション行動の意識をテスト感性ごとにポジショニング分析し、雑誌のコンセプト設定、ターゲット設定を明確にしているため、本分類がコーディネートのお手本に、アパレルのマーチャンダイジングや品揃え計画などに基礎資料になるとと思われる。

### 3-4. 大学・短大・専門学校別、上位 11 種の購読女性ファッション雑誌 (2010)

大学・短大・専門学校別、上位 11 種の購読女性ファッション雑誌を図 2 に示した。雑誌 11 種と学校別のクロス集計をみてみると、11 種の女性雑誌のうち 7 種の雑誌にカイ二乗検定による有意差 ( $p < 0.001$ ) がみられた。このことは専門学校と大学・短大で学校ごとに好む雑誌の種類が異なることを反映していると考えられる。

学校間で有意差がみられた雑誌をみてみると、1 位の ViVi は大学 (26.7%) と短期大学生 (26.7%) に、3 位の Jelly は大学 (15.4%)、短期大学 (21.5%) など『ギャル系』の雑誌は大学の方が高く、4 位の装苑は専門学校 (28.2%)、8 位の FUDGE は専門学校 (18%) など、『C. モード系』の雑誌は専門学校の方が高かった。一方、学校間で有意差がみられない雑誌は 2 位の Zipper、6 位の Sweet、9 位の Soup、10 位の PS である。専門学校生は四大・短大生より独創的な『C. モード系』ファッションに興味を持ち、四大・短大生は専門学校生よりギャル系の女性雑誌を好んでいた。3-2 と 3-3 から購読女性雑誌の分類が 6 つ系で変わらなかったで、ここでは紙面関係上 2010 年

の結果を示した。

### 3-5. 『ファッション行動』の意識の構造 (2010)

『ファッション行動 (2010)』に対する意識の構造を明らかにするために、まず、ファッション行動 27 項目の平均値、標準偏差を算出した。固有値の推移と因子の解釈の可能性を考慮しながら、いずれの因子に対しても 0.35 以上の十分な因子負荷量を示さなかった項目と 2 つ以上の因子に負荷量が高く見られた項目を削除し、計 11 項目で再度因子分析を行った。その結果、固有値 1 以上で 4 因子構造が妥当であると考えられた (表 3)。

第 1 因子は「アイライナーを太めに入れる」「つけまづけはいつもつけている方だ」「メーキャップブランドにはこだわってお金をかける」「ピアスをしている」項目からなっており『美容』因子と解釈した (26.8%)。第 2 因子は「おしゃれは気分転換になると思う」「服装でイメージチェンジして楽しみたい」「好きな服を着ているとその日は自信感を感じる」項目からなっており、『気合い』因子と解釈した (13.2%)。第 3 因子は「服を買う時には必ず流行の服を買う」「一般的な風潮について行く方だ」項目からなっており『流行』因子と解釈した (11.1%)。第 4 因子は「家にいる時でもファッションには気をつける」「下着には気をくばっている」項目からなっており『こだわり』因子と解釈した (9.5%)。なお、第 4 因子まで 11 項目の累積寄与率は 60.7% であった。

2008 年の因子分析結果<sup>1)</sup>をみると、ファッション行動には『トレンド性』因子に寄与率が大きかった (16.8%)。

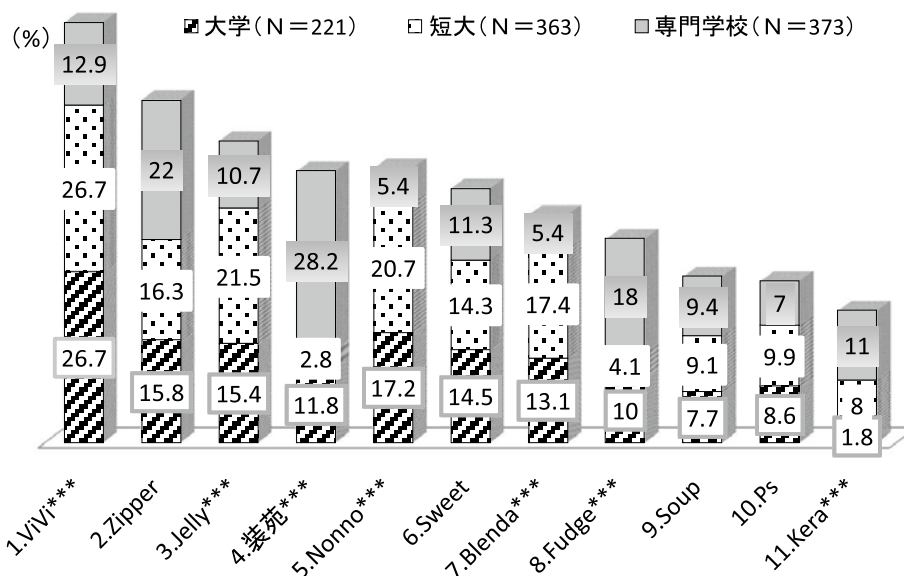


図 2. 大学・短大・専門学校別上位 11 種の購読女性雑誌の割合 (大学 N=221:100%, 短大 N=363:100%, 専門学校 N=373:100%)

表3 女子学生の『ファッション行動』の構造(2010年, N = 1062)

「ファッション行動」の11測定項目	主成分				
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	
21. アイライナーは太めに入れる	.768	.169	.111	.149	
19. つけまつけはいつもつけている方だ	.743	.151	.360	.169	
22. メーキャップブランドにはこだわってお金をかける	.697	.166	.279	.393	
17. ピアスをしている	.583	.243	-.008	.128	
6. おしゃれは気分転換になると思う	.217	.843	.120	.245	
7. 服装でイメージチェンジして楽しみたい	.193	.807	.236	.141	
12. 好きな服を着ているとその日は自信を感じる	.245	.712	.002	.377	
2. 服を買う時には必ず流行の服を買う	.176	.126	.819	.123	
25. 一般的な風潮について行く方だ	.222	.134	.809	.110	
9. 家にいる時でもファッションには気をつける	.139	.203	.055	.807	
14. 下着には気をくばっている	.302	.280	.174	.789	
	固有値	2.3	2.16	1.65	1.75
	寄与率 (%)	26.8	13.2	11.1	9.5
	累積寄与率 (%)	26.8	40.1	51.2	60.7
成分相関行列	Factor 1. 美容	1			
	Factor 2. 気合い	.255	1		
	Factor 3. 流行	.260	.136	1	
	Factor 4. こだわり	.292	.291	.135	1

しかし、2010年では第3因子が『トレンド性(流行)』で11.1%を示した。つまり、女子学生は2008年に比べるとトレンド(流行)を重視する傾向が減っていることがわかる。その代り、2008年には3因子『美容』5.9%、5因子『自分志向性』5.0%が、2010年には1因子『美容』26.8%、2因子『気合い』13.2%と寄与率が高く、服装で気分転換ができ、自信がつくなど、ファッションセラピーの要素も重要視されていると考える。専門学校生は大学生よりは「流行」を気にしない学生が多く、自分のこだわりを重視していると考えられる。

### 3-6. 女子学生の『ファッション行動』と『購読女性雑誌』の構造方程式モデリングの評価(2008)

『ファッション行動』と『購読女性雑誌』を構成する潜在変数(楕円形で描かれる変数のことで、直接的に測定されていない変数又は概念的に表されるもの)と観測変数(四角形で描かれてある変数のことで、観測された変数)の構成概念間の因果関係を構造方程式モデリング(SEM)の手法<sup>14)</sup>を用いて検討する。構造方程式モデリング(SEM)は因子分析と回帰分析を同時に行うモデルという言い方もされる。

まず、ファッション系女子学生562名における『ファッション行動』と『女性雑誌』について、モデル(2008)の妥当性を検討した(図3)。その結果、適合度指標はGFI(Goodness of fit index)=0.961、修正適合度指標AGFI(Adjusted GFI)=0.929、近似誤差平方平均根RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)=0.068をそれぞれ示している。モデルの説明力、データへの当てはまりなどから、適合度が高いといえる。図3は有意なパスのみを示した。

一方、『ファッション行動』と『女性雑誌』の潜在変数間の因果係数は『ファッション行動』は『ナチュラル系雑誌(A・C合わせて)』と負の影響(-0.28)、『ギャル系雑誌(B・D・E合わせて)』と正の影響(0.62)を及ぼしていることがわかった。これはつまり、ファッション雑誌テイストの傾向に違いが出てくるということ意味する。また、『ギャル系雑誌(B・D・E合わせて)』から各雑誌項目への影響力に、正の十分な値を示している。観測変数の「B. 10代GAL系:Nuts, Jelly, Egg, Ranzuki, Blenda, Scawaii, Popteen, 小悪魔アゲハのF2グループ(0.77)」、「D. お姉系:Can Cam, JJ, Ray, Pinky, ViViのF4グループ(0.21)」、「E. 大人ギャル系:Glamorous, Glitter, GISELe, Sweet, NylonのF5グループ(0.18)」については、『ファッション行動』の意識が高い女子学生ほど『女性雑誌』は「B. 10代GAL系」「D. お姉系」「E. 大人ギャル系」の感受性の高い女性雑誌グループを好むことがわかった。

一方、「A. ナチュラル系:Ps, Seda, Mini, Spring, Soup, Girl's Style, Mina, Non-no, SpygirlのF1グループ(0.53)」、「C. モード系:装苑, Fudge, モードエモード, GAP, SPUR, VogueのF3グループ(0.52)」については、『ファッション行動』の意識が低い女子学生ほど『女性雑誌』は「A. チュラル系」、「C. モード系」のファッション感受性の低い女性雑誌グループを好むことがわかった。

### 3-7. 女子学生の『ファッション行動』と購読『女性雑誌』の構造方程式モデリングの評価(2010)

ここでは、3-6と同様に『ファッション行動』と購読『女性雑誌』を構成する潜在変数と観測変数の構成概念間の因果関係を構造方程式モデリングの手法を用いて検討する。まず、ファッション系女子学生1062名におけ



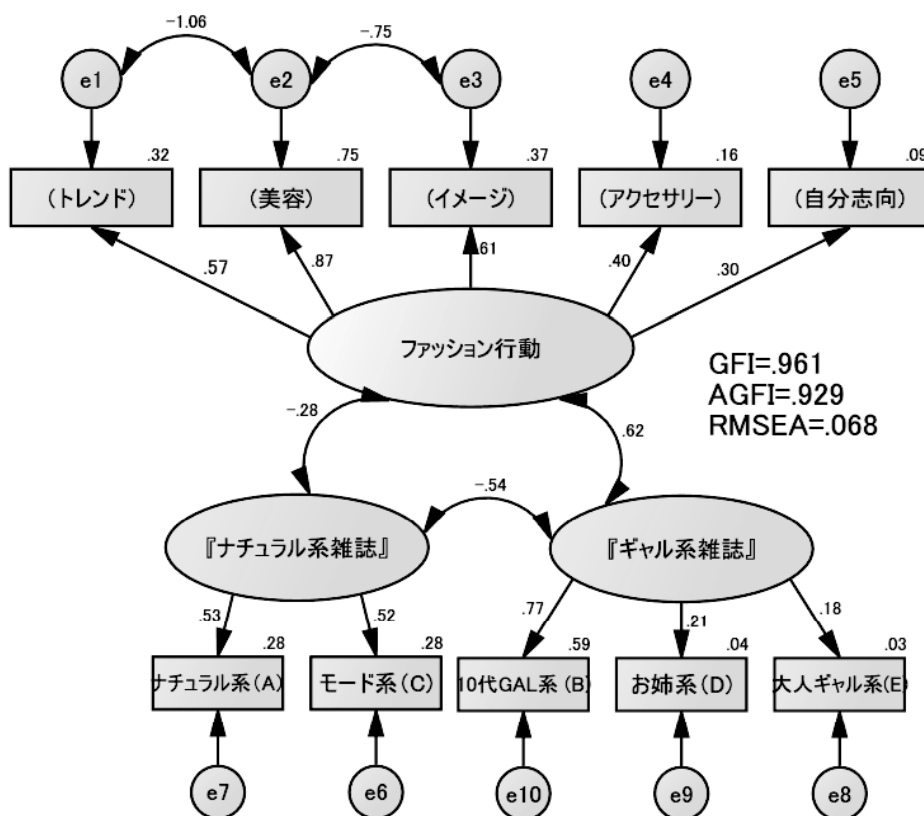


図 3. 女子学生の『ファッション行動』と『購読女性雑誌』の構造方程式モデリング (N=565, 2008)

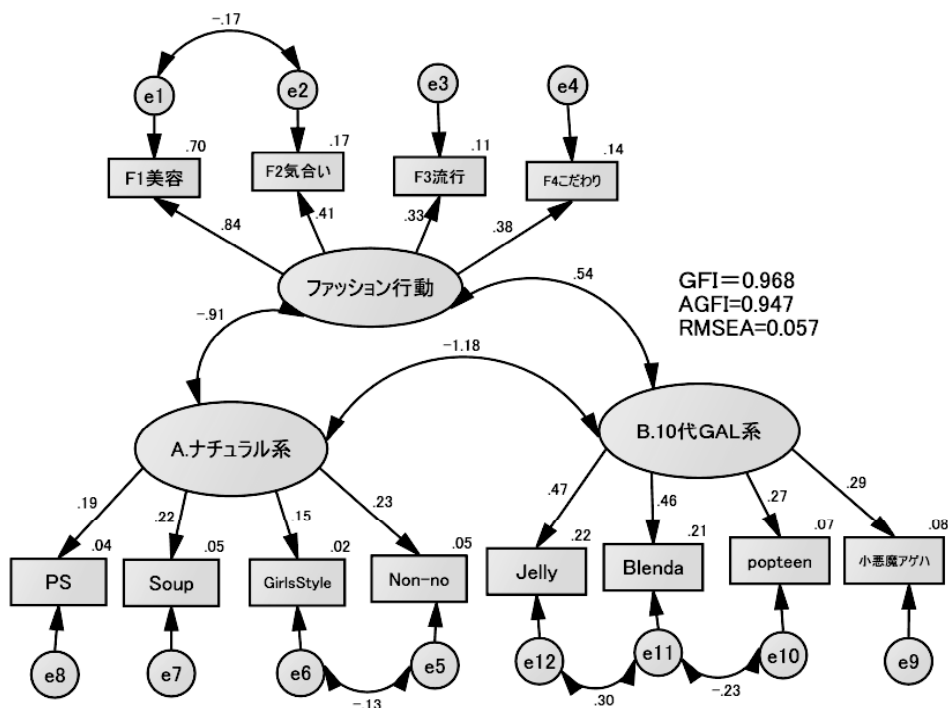


図 4. 女子学生の「ファッション行動」と「購読女性雑誌」の構造方程式モデリング (N=1062, 2010)



る『ファッション行動』と『女性雑誌』について、モデル(2010)の妥当性を検討した(図4)。その結果、適合度指標はGFI(Goodness of fit index)=0.968, AGFI(Adjusted GFI)=0.947, RMSEA=0.057をそれぞれ示しているため、モデルの説明力、データへの当てはまりなどから、適合度が高いといえる。図4は有意なパスのみを示した。

一方、『ファッション行動』と『女性雑誌』の潜在変数間の因果係数は『ファッション行動』は「A. ナチュラル系」雑誌と負の影響(-0.91), 「B. 10代 GAL系」雑誌と正の影響(0.54)を及ぼしていることがわかった。これはつまり、ファッション雑誌テイストの傾向に違いが出てくるということを意味する。また、「B. 10代 GAL系」雑誌から各雑誌項目への影響力は、観測変数「Jelly(0.47), Blenda(0.46), 小悪魔アゲハ(0.29), Popteen(0.27)」の順であることがわかった。

一方、「A. ナチュラル系」雑誌から各項目への影響力は、観測変数の「Non-no(0.23), Soup(0.22), PS(0.19), Girl's style(0.15)」の順であることがわかった。これら潜在変数、観測変数、誤差変数間の因果係数は全て統計的に有意な係数のみを示した。

#### 4. まとめ

本研究は婦人服商品企画(Fashion Merchandising)に役立てる目的で、女子学生の『ファッション行動』の意識や購読『ファッション雑誌』のテイスト・イメージを分析した。また、それらの関係を構造方程式モデリング(SEM)により明らかにした。

- 1) 2008年から2010年までの女性雑誌を「A. ナチュラル系」「B. 10代 GAL系」「C. モード系」「D. お姉系」「E. 大人ギャル系」「F. ストリート系」の6種類のファッション雑誌グループ(テイスト・イメージ)に分類した。
- 2) 購読女性ファッション雑誌の2008年から2010年まで3年間の購読率の傾向を明らかにした。
- 3) 大学・短大・専門学校の3種学校間で有意差がみられた雑誌(2010年)をみると、ViVi, Jellyなど『ギャル系の雑誌』は大学・短大の方の人气が高く、装苑, FUDGEなど「C. モード系」の雑誌は専門学校の方の人气が高かった。一方、3種学校間で有意差がみられない雑誌はZipper, Sweet, Soup, PSであった。
- 4) ファッション系女子学生は『ファッション行動, 2010』因子分析により、『美容』『気合い』『トレンド』『こだわり』の4因子が得られた。『トレンド性』は2008年(16.8%)に比べて2010年(11.1%)は重視しなくなり、『美容』は2008年(5.9%)から

2010年(26.8%)と増え、ファッション行動の変化が明らかになった。

- 5) 2010年の人気順位をみると、「A. ナチュラル系(26.5%)」のNon-no(5位)・Soup(9位)・PS(10位), 「B. 10代 GAL系(20.2%)」のJelly(3位)・Brenda(7位), 「C. モード系(16.6%)」の装苑(4位)・FUDGE(8位), 「D. お姉系(13.7%)」のViVi(1位), 「F. ストリート系(13.2%)」のZipper(2位), 「E. 大人ギャル系(9.1%)」のSweet(6位)が全体の10位以内を示し、6つの雑誌テイスト分類が妥当であることが裏づけられた。
- 6) 構造方程式モデリングでは、2008年の結果から『ファッション行動』の意識が低い(-0.28)女子学生ほど『女性雑誌』の『ナチュラル系雑誌(A・C)]を好み、『ファッション行動』の意識が高い(0.62)学生ほど『ギャル系雑誌(B・D・E)]を好むことがわかった。2010年の結果からも『ファッション行動』の意識が低い(-0.91)ほど『女性雑誌』の「A ナチュラル系」を好み、『ファッション行動』の意識が高い(0.54)学生ほど「D. 10代 GAL系」を好むことが分かった。

今後の注意点として、購読女性雑誌は順位3つを選択する質問項目より、複数回答を求めた質問項目のほうがよいように思われた。その理由は前報<sup>1)</sup>で女子学生は一人平均4.25冊の雑誌を読んでいることがわかったからである。今回は対象者全員を年度ごとに分析をした。今後は大学・専門学校・短期大学別の分析をしても興味深い結果が得られると予想される。また、構造方程式モデリング手法を用いて、『ファッション行動』の意識が高いクラスターと『ファッション行動』の意識が低いクラスターの「ブランド志向」なども視野にいれたい。

#### 謝辞

調査に用いた生データは共同データ28質問項目(問1~問28)の一部(問1, 問15, 問17)です。ここでいう共同データとはお互いにそれぞれの質問項目(ファッションでよく行く商業施設, 好きなミュージシャン, 服をよく購入する店, インターネット購買, 靴のサイズ, 商業施設のメンバーズカードなど)を提案し、それぞれの目的により、単純集計データを発表<sup>16-19)</sup>・分析・企業に情報提供するスタイルで、共同データの参加者は、小野幸一・水谷米博・篠崎文子・中澤祐子・岡本正大・村尾満弘・宮武恵子・田村登志子の各先生方と孫珠熙です。各先生方や調査にご協力頂いた女子学生の皆様に心より感謝を申し上げます。

引用文献

- 1) 孫 珠熙, 小野幸一. 女子学生のファッション意識と女性雑誌との関連, ファッションビジネス学会論文誌, 2010, vol.15, P.67-78
- 2) 孫 珠熙, 小野幸一. ファッション系女子学生の好みに基づく女性雑誌の類型化, ファッションビジネス学会 2010 全国大会要旨集, P.9
- 3) 孫 珠熙, 小野幸一, 篠崎文子, 水谷米博. ファッション雑誌の Image Taste 分析 - 婦人服商品企画のため -, ファッションビジネス学会 2011 全国大会要旨集, P.17
- 4) 小野幸一, 孫 珠熙, 宮武恵子. ファッションを学んでいる女子学生の意識・行動に関する研究, ファッションビジネス学会論文誌, 2010, vol.15, P.57-66
- 5) 早川雅明, 小野幸一, 橘 喬子, 川中美津子, 水谷米博, 岡泉幹雄. 現代女子学生の意識・行動に関する一考察, ファッションビジネス学会論文誌, 1998, vol.4, P.17-23
- 6) 織研新聞. 「女子学生のファッション意識に関する報告」2011.6.27, 4 面流通.
- 7) (一社) 日本衣料管理協会. 「ファッションとメイクに関する調査」報告書, 2009, 10, P.13
- 8) (一社) 日本衣料管理協会. 「ファッション商品の購入に関する調査報告書」2011, 9, P.4
- 9) 孫 珠熙. 婦人ブラウス商品企画における総括的な企画デザイン活動, ファッションビジネス学会論文誌, 1998, vol.4, P.53-62
- 10) 宇野保子, 近藤信子, 孫 珠熙, 中川早苗. 身体装飾意識について-韓国と日本の女子学生の比較から-第 1 報 ファッション意識, 中国学園紀要, 2009, vol.8, P.1-8
- 11) 近藤信子, 宇野保子, 孫 珠熙, 中川早苗. 身体装飾意識について-韓国と日本の女子学生の比較から-第 2 報 独自性欲求との関連, 中国学園紀要, 2009, vol.8, p.9-17
- 12) 孫 珠熙. 韓国ソウル市内高校生のライフスタイルの特徴, 日本家政学会誌, 2008, vol.59, no.2, P.99-109
- 13) 孫 珠熙, 蒲池香津代, 渡辺澄子. 共分散構造分析による日・韓男子高校生のライフスタイルの比較, 日本家政学会誌, 2010, vol.61, no.4, P.231-238
- 14) 豊田秀樹. 共分散構造分析・構造方程式モデリング(疑問編), 2006, 朝倉書店.
- 15) 内田 治. すぐわかる SPSS によるアンケートの調査・集計・解析 第 4 版, 東京図書, 2010, P.131-138
- 16) 小野幸一, 二村佐和. ファッションを学んでいる女子学生の意識・行動に関する研究, 名古屋文化短大研究紀要, 34 集, 2009, p.37-45
- 17) 岡本正大, 宮武恵子, 水谷米博, 村尾満弘, 田村登志子. ヤングマーケット分析-リアル・クローズ研究-, ファッションビジネス学会 2009 全国大会要旨集, p.14
- 18) 孫 珠熙, 小野幸一, 中澤祐子, 篠崎文子. 女子学生のファッション意識の類型化と女性雑誌との関連, ファッションビジネス学会 2009 全国大会要旨集, p.12
- 19) 岡本正大, 宮武恵子, 女子学生のファッション意識に関するアンケート調査-リアル・クローズファッション-, ファッションビジネス学会 2011 全国大会要旨集, p.6