

好みの温泉浴衣の類型化にみる女子学生の装い行動

孫 珠熙^{1*}

Dressing Behavior of Female Students as Seen from the Classification of their Preferred *Onsen Yukata*

Ju-Hee SOHN^{1*}

Factor analysis was used to examine the structures of “dressing behavior when wearing *yukata* (casual kimono)” and “*yukata* preferences.” For this purpose, 309 female students were asked to answer 35 questions about their *yukata* dressing behavior and preference among 18 different *yukata*. The analysis extracted five factors for the “behavior” and seven for “preference.”

Next, a positioning map was used to visualize women’s *yukata* two-dimensionally: “modern vs. classic” and “colorful vs. quiet color combinations.”

For a more comprehensive perspective, women were classified into five clusters based on their “preference” factor scores and the characteristics of each group’s “behavior” were examined. The results indicated that women who preferred modern image *yukata* (64.4%) were affirmative and had high factor scores for “uplifting feeling” and “freely selectable *yukata*” under “behavior,” while women who preferred *yukata* with classic, subdued-color image (35.6%) had five low factor scores under “behavior.”

Key words : Dressing behavior 装い行動, structural equation models 構造方程式モデル, classification 類型化, female students 女子学生, onsen yukata 温泉浴衣, image イメージ

1. 緒 言

温泉浴衣は温泉宿で着る館内着であり、集団で着る制服でもある。著名な「マズロー (Maslow) の欲求段階説」では最も低次元 (基本的) の欲求である生理的欲求から最終段階の高次元の欲求である自分らしさ・自尊心への欲求まで人は段階的に上位の欲求を求めると説明されている (フランク・ゴープル1972)。没个性的だった一昔前の既製服と違って、今日では、各人がTPOに相応しい十人十色の服装を楽しんでいる。しかし、温泉浴衣について見れば、既製服のような多様なデザイン展開はなされていない。2020年は東京オリンピックが開かれ、温泉浴衣は若者や外国人が気軽に和文化体験できる機会となるのではないかと。

アパレル・ファッション産業は時代の変化、消費者の価値観に大きく左右される。アメリカのアパレル・ファッション関連教育機関では、Fashion Merchandis-

ing や Marketing 分野の研究が活発に行われている。その一例として、アメリカの ITAA (International Textile and Apparel Association) 学会の「Clothing and Textiles Research Journal」誌に掲載されている論文内容もアパレル・ファッションの感覚的な快適性より感性的な快適性が多く、消費科学的側面がより強くなっている。最近の洋書では「Appearance and Power (Dress, body, Culture) (1999)」が、国内で「外見とパワー (2004)」と翻訳され¹⁾、また「Social Psychology of Dress (2017)」が発刊された²⁾。

国内では、「被服心理学 (1988)」³⁾、「被服心理学演習ノート：ファッションを科学してみよう (1994)」⁴⁾、「被服心理学 (新版) 2004」⁵⁾、「ものとして、心としての衣服 (2011)」⁶⁾「装いの心理と行動 (2017)」⁷⁾などの図書がある。

アパレル・ファッション産業の発達に伴い、和装の浴衣も多様化・個性化している。また、モノへの消費より

所属機関名：¹⁾富山大学 人間発達科学部
¹⁾University of Toyama

原稿受付：平成29年7月20日 原稿受理：平成29年10月3日

* To whom correspondence should be addressed E-mail : sjhjoy@hotmail.com

コトへの消費志向の現代では浴衣における感性も重視されるようになった。

振袖、イベント用浴衣については多数の研究⁸⁾⁹⁾などがあるが、温泉宿で着る浴衣に関する研究は殆ど見当たらない。これまでの先行研究^{10)~17)}では晴れ着のイベント用浴衣について男女共に「大人っぽい」と感じていた。また、女子は「ワクワク」と心理的な楽しさの快適性を感じる一方で、男子は「涼しい」、「さわやか」などの生理的快適性を感じていることが示唆された¹⁰⁾¹²⁾。

温泉宿用の浴衣に抱くイメージについて、男子は「落ち着く」、「涼しい」、「楽な」と感じ、女子は「ゆったり」、「楽な」、「快適・落ち着く・涼しい」と感じていることなど晴れ着用途浴衣と温泉用途浴衣に抱くイメージの違いを明らかにした研究¹⁰⁾¹²⁾などがある。

本研究では、和文化体験の一助として、温泉宿で館内着として着る「浴衣」に注目した。より満足度の高いスローファッション系浴衣の提供を目指して、「好みの温泉浴衣」を検討し、その類型化から「浴衣の装い行動」を明らかにする。さらに、女子学生の温泉浴衣の装い行動を構造方程式モデリングにより可視化する。

2. 方法

(1) 質問紙調査内容

調査内容は「温泉浴衣の装い行動」、「好みの温泉浴衣」、個人特性（フェース項目）の3つである。具体的項目と評定方法は以下の通りである。

- 1) 「温泉浴衣の装い行動」35項目、6段階評価（6点：非常に当てはまる、5点：当てはまる、4点：やや当てはまる、3点：やや当てはまらない、2点：当てはまらない、1点：非常に当てはまらない）については、これまで行った浴衣行動調査の結果^{10) 11) 17)}を参考に測定尺度項目を再調整した。
- 2) 「好みの温泉浴衣」に関する嗜好調査については旅館浴衣写真女子用18種を提示し、「温泉浴衣として自身で着てみたい浴衣」について複数回答を求めた^{15) 16)}。無制限複数選択形式（複数回答）の18変数は、選択をイチ（1）、非選択をゼロ（0）とする2値データに置き換えた。嗜好調査に用いた「旅館浴衣」は温泉地域で実際お客様に提供している浴衣120種から選んだ。選定基準は120種浴衣を10色相と13色調別に分類し、さらに浴衣の色・柄が多様に網羅できるように配慮した。男女兼用で1種のみを提供する浴衣は男子用に分類した。
- 3) 個人特性（フェース項目）は学年、学校、地域について尋ねた。

(2) 温泉地の調査

東京都・箱根地域・富山県・石川県・新潟県内の温泉施設に関してフィールドワークを行った。その内容は、各温泉施設の浴衣の実物写真撮影と市役所・観光協会の職員や支配人へのインタビューである。この地域を選んだのは、東京から観光客が行きやすく、人気のある温泉地と知られているためである。また、地域活性化を念頭に入れ、2015年春から新幹線が開通され、2時間ほどで東京まで行ける距離にある富山県と石川県の北陸地域も調査した。

(3) 調査対象者

調査対象者の基本属性は富山県95名、大阪府114名・東京都100名の女子大学生で計309名に実施した。有効回答数は309票（項目により欠損値あり）である。調査時期は2016年夏（6月～7月）である。調査は講義時間を利用して一斉に調査を行った。

(4) 分析方法

分析ツールはIBM SPSS Analytics for Surveys23.0Jを活用し、回答のカテゴリ化、主要項目の因子分析により分類し、その因子得点を基に階層的クラスタ分析（Ward法）を行った。

好みの温泉浴衣（無制限複数選択形式：複数回答）については収集したデータ2値（ゼロ・イチ）を対象にして、多次元尺度法¹⁸⁾¹⁹⁾（Multi-dimensional Scale：多次元尺度構成法ともいう）を用いて、2値のユークリッド距離を基準にしたポジショニングマップを作成し、横軸と縦軸の次元の解析を試みながら浴衣間の類似性を検証した。多次元尺度法（ALSCALを適用）を使用して類似度データ内の隠された構造を発見できる。これらの結果を基に、女子学生好みの浴衣18種の割合を次元ごとに可視化した。

構造方程式モデリング（Structural Equation Model）を視覚的に表すプログラムの分析ツールはAMOS23.0Jを活用した。AMOSをとりまく言葉について、共分散構造分析は統計的分析の手法、構造方程式モデリング（SEM）は分析の目的、AMOSはSEMを視覚的に表すプログラムである。

3. 結果および考察

(1) 女子学生の「温泉浴衣の装い行動」の意識の構造

「温泉浴衣の装い行動」から得られる感性の特徴を抽出するため、測定尺度35項目の平均値、標準偏差を算出した。また、「温泉浴衣の装い行動」に対する意識の構造を明らかにするために、6段階評価の結果に対し因子分析（最尤法・プロマックス回転）を行った。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0.3以上の十分な因子負荷量を示さなかった項目と2つ以上の因子に因子負荷量が高くみられた項目を削除し、計23項目で再度因子分析を行った。その結果、固有値1以上で5因子構造が妥当であると考えられた。これらの因子負荷量を表1に示す。

第1因子は「3.湯上りに温泉浴衣を着ると癒される」,「16.温泉浴衣を着ると快適な気分になれる」,「1.宿に到着して普段着から温泉浴衣に着替えると癒される」,「17.温泉浴衣を着るとゆったりした気分になる」,「2.足湯には浴衣を着て入りたい」,「4.日帰り温泉でも浴衣を着て非日常の気分になりたい」,「25.宿ではパジャマで寝るよりも浴衣で寝た方が快適だ」の7項目からなっており『I.癒し・ゆったり』因子と解釈した。

第2因子は「9.外国人も温泉浴衣を着ていると親しみを感ずる」,「26.浴衣を着ている外国人に親しみを感ずる」,「27.外国人に浴衣文化を知ってほしいと思う」,「35.外国人にも浴衣を着て古い日本の雰囲気を経験してほしい」,「29.旅館などで「選べる浴衣」のサービスがあった方がいい」,「31.浴衣の柄や帯の色はたくさんあったほうがいい」,「15.自分好みの温泉浴衣を選べることは楽しい」,「30.温泉の浴衣の方が気軽に和体験できる」,「24.浴衣だけではなく、帯の配色にも気を配る」,「19.浴衣を着ていると気分が高揚する」,「20.浴衣を着ているといつもと違う自分になれる気がする」,「18.流行の浴衣を雑誌やお店で見ることが楽しい」,「23.浴衣でおしゃれを表現できる」,「11.他人が浴衣を着ると普段着より男らしく、女らしく見える」,「12.他人が浴衣を着ると普段着より sexy に見える」,「14.普段着より温泉浴衣を着ると大人っぽく見える」の17項目からなっており『II.外国人に親しむ』因子と解釈した。

第3因子は「3.湯上りに温泉浴衣を着ると癒される」,「16.温泉浴衣を着ると快適な気分になれる」,「1.宿に到着して普段着から温泉浴衣に着替えると癒される」,「17.温泉浴衣を着るとゆったりした気分になる」,「2.足湯には浴衣を着て入りたい」,「4.日帰り温泉でも浴衣を着て非日常の気分になりたい」,「25.宿ではパジャマで寝るよりも浴衣で寝た方が快適だ」の7項目からなっており『I.癒し・ゆったり』因子と解釈した。

表1.『浴衣の装い行動』の因子分析

女子学生 N = 309

測定尺度 23項目『浴衣の装い行動』	因子負荷量					α 係数 尺度信頼性
	F1	F2	F3	F4	F5	
3 湯上りに温泉浴衣を着ると癒される	.870	.139	.263	.390	.281	0.872
16 温泉浴衣を着ると快適な気分になれる	.810	.111	.315	.344	.356	
1 宿に到着して普段着から温泉浴衣に着替えると癒される	.775	-.007	.245	.438	.246	
17 温泉浴衣を着るとゆったりした気分になる	.766	.248	.380	.341	.389	
2 足湯には温泉浴衣を着て入りたい	.656	.160	.277	.396	.229	
4 日帰り温泉でも浴衣を着て非日常の気分になりたい	.610	.181	.289	.442	.305	
25 宿ではパジャマで寝るよりも浴衣で寝た方が快適だ	.509	.276	.145	.218	.203	
9 外国人も温泉浴衣を着ていると親しみを感ずる	.208	.877	.334	.263	.297	0.867
26 浴衣を着ている外国人に親しみを感ずる	.182	.863	.322	.203	.285	
27 外国人に浴衣文化を知ってほしいと思う	.143	.728	.452	.228	.388	
35 外国人にも浴衣を着て古い日本の雰囲気を体験してほしい	.140	.694	.402	.282	.422	
29 旅館などで「選べる浴衣」のサービスがあった方がいい	.275	.299	.914	.429	.414	0.848
31 浴衣の柄や帯の色はたくさんあったほうがいい	.262	.336	.763	.446	.370	
15 自分好みの温泉浴衣を選べることは楽しい	.398	.426	.738	.549	.419	
30 温泉の浴衣の方が気軽に和体験できる	.373	.397	.642	.392	.478	
24 浴衣だけではなく、帯の配色にも気を配る	.204	.292	.552	.505	.367	
19 浴衣を着ていると気分が高揚する	.504	.188	.448	.821	.370	0.805
20 浴衣を着ているといつもと違う自分になれる気がする	.424	.141	.408	.771	.504	
18 流行の浴衣を雑誌やお店で見ることが楽しい	.270	.207	.337	.615	.189	
23 浴衣でおしゃれを表現できる	.279	.335	.474	.607	.366	
11 他人が浴衣を着ると普段着より男らしく、女らしく見える	.355	.312	.499	.389	.855	0.799
12 他人が浴衣を着ると普段着より sexy に見える	.259	.311	.301	.315	.767	
14 普段着より温泉浴衣を着ると大人っぽく見える	.272	.321	.408	.348	.671	
累積寄与率 (%)	31.198	11.177	6.485	4.622	4.187	57.70%
F1 癒し・ゆったり	1.000					因子間の相関
F2 外国人に体験	.195	1.000				
F3 多様な浴衣	.369	.442	1.000			
F4 気分の高揚	.492	.279	.553	1.000		
F5 印象評価	.389	.394	.531	.465	1.000	

因子抽出法：最尤法 回転法：プロマックス法

る」, 「27. 外国人に浴衣文化を知ってほしいと思う」, 「35. 外国人にも浴衣を着て古い日本の雰囲気を経験してほしい」 4項目からなっており『Ⅱ. 外国人に体験』因子と解釈した。

第3因子は「29. 旅館などで選べる浴衣のサービスがあった方がいい」, 「31. 浴衣の柄や帯の色はたくさんあった方がいい」, 「15. 自分好みの浴衣を選ぶのは楽しい」, 「30. 温泉浴衣の方が気軽に和体験できる」, 「24. 浴衣だけではなく、帯の配色にも気を配る」 5項目からなっており『Ⅲ. 多様な浴衣』因子と解釈した。

第4因子は「19. 浴衣を着ていると気分が高揚する」, 「20. 浴衣を着ているといつもと違う自分になれる気がする」, 「18. 流行の浴衣を雑誌やお店で見るのが楽しい」, 「23. 浴衣でおしゃれを表現できる」 4項目からなっており『Ⅳ. 気分の高揚』因子と解釈した。

第5因子は「11. 他人が浴衣を着ると普段着よりも男らしく女らしく見える」, 「12. 他人が浴衣を着ると普段着より Sexy に見える」, 「14. 普段着より浴衣を着ると大人っぽく見える」 3項目からなっており『Ⅴ. 印象評価』因子と解釈した。

第5因子まで21項目の累積寄与率は57.7%であった。因子分析で得られた結果から尺度指標の信頼性係数 (α 係数: Cronbach のアルファ) をみると、因子ごとの α 係数は、第1因子0.872, 第2因子0.867, 第3因子0.848, 第4因子0.805, 第5因子0.799であった。信頼性係数は0から1の数値で表され、1に近いほど内的整合性が高いと判断する。

(2) 「好みの浴衣」の色・柄の嗜好の構造

サンプルとして温泉宿にて収集した浴衣120種を色相と色調別に分類した。さらに柄も重複をさけ、選定を行った。最終的に現場の温泉地で使用している温泉宿浴衣18種の写真を被験者に提示し好みの浴衣に複数回答で回答を求めた。浴衣の嗜好にみる感性の特徴を抽出するため、18種の浴衣における評価結果に対し、固有値の推移と因子の解釈の可能性を考慮しながらバリマックス回転(直交回転)で因子分析を行った。その結果、固有値1以上で7因子構造が妥当であると考えられた。これらの因子負荷量を表2に示す。

第1因子は「21. 紺地アサガオ」, 「25. 紺地白柄」, 「30.

表2. 「好みの温泉浴衣」の因子分析

女子学生 N=309

女子用温泉浴衣18種	因子負荷量							因子名 累積寄与率 (%)
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	
21紺地アサガオ	-.684	-.188	-.178	.101	.125	-.227	-.148	紺地古典柄 8.427
25紺地白柄	.570	-.197	-.359	-.096	.037	-.235	-.065	
30灰色雲柄	.515	-.220	-.034	.173	.140	-.146	-.104	
29紺かすみ柄	.492	-.073	-.076	.234	.181	-.006	.369	
23ピンク地	.036	.775	-.164	.131	-.038	-.197	-.054	明るいピンク 16.820
14ピンクパステル花	-.188	.700	.202	-.151	.110	.043	.031	明るい緑青 25.008
13緑花パステル	-.023	-.043	.738	-.102	-.070	.005	-.011	
16青花パステル	-.044	.074	.611	.398	.223	-.159	-.235	派手な地色 33.023
26青地花波柄	.041	.057	.087	.634	-.138	.218	-.210	
15黄色地花柄	-.043	-.025	.311	-.569	-.001	.096	-.030	
24赤地白小花	-.029	.167	-.138	-.544	.011	.091	-.303	
22紺地大花柄	-.143	.075	-.049	.069	-.712	.058	-.084	紺地紫花 40.385
27紺地百合花	.069	-.337	.064	.038	-.647	-.280	.109	変形モダン 47.413
28紫地新潟洗練	-.016	-.032	.048	-.034	.003	.668	.202	
19幾何学と花柄	-.085	-.252	-.409	.102	.161	.579	-.144	幾何学花 54.304
20幾何学と伝統	.096	.010	-.078	-.055	-.017	.219	.694	
18幾何学と花丸紋	-.361	-.100	-.090	.038	.372	-.307	.456	
17黄色地にアサガオ	.019	-.243	-.086	-.292	.278	.003	-.318	

バリマックス法

灰色雲柄, 「29. 紺かすみ柄」 4 項目からなっており『Ⅰ. 紺地古典柄』と解釈した。

第 2 因子は「23. ピンク地」, 「14. ピンクパステル花」 2 項目となっており『Ⅱ. 明るいピンク』と解釈した。

第 3 因子は「13. 緑花パステル」, 「16. 青花パステル」 2 項目となっており, 『Ⅲ. 明るい緑青』と解釈した。

第 4 因子は「26. 青地花波柄」, 「15. 黄色地花柄」, 「24. 赤地白小花」 3 項目となっており『Ⅳ. 派手な地色』と解釈した。

第 5 因子は「22. 紺地大花柄」, 「27. 紺地百合花」 2 項目となっており『Ⅴ. 紺地紫花』と解釈した。

第 6 因子は「28. 紫地新潟洗練」, 「19. 幾何学と花柄」 2 項目となっており, 『Ⅵ. 変形モダン』と解釈した。

第 7 因子は「20. 幾何学と伝統」, 「18. 幾何学と花丸紋」, 「17. 黄色地にアサガオ」 3 項目からなっており『Ⅶ. 幾何学花』と解釈した。以上, 7 因子構造で累積寄与率は54.3%であった。

同様な複数回答(無制限複数選択形式) データ構造の因子分析や共分散構造分析の事例は孫(2013)²⁰⁾ 孫・小野(2010)²¹⁾ も参照できる。また, 豊田ら(2016)²²⁾ は消費者心理学の視点から適用例を示したが, 提案手法は心理学の

幅広い領域において適用可能であることを示唆した。無制限複数選択形式の 2 値変数に関する因子分析モデルは Moustaki (1996)²³⁾, Moustaki, Knott (2000)²⁴⁾, Muthén (1984)²⁵⁾ でも先駆的アイデアがすでに提案され, 因子分析の教科書として著名な“Latent variable models and factor analysis”の 3 版 (Bartholomew, Knott, Moustaki, 2011)²⁶⁾ の第 7 章にも理論的な解説がまとめられている。数量化Ⅲ類²⁷⁾ などの分析で変数や回答者を分類するだけではなく, 因子分析を実行することで, 背後にある要因についても考察が可能になるという点においても有効である²²⁾。標本サイズは観測対象数 N であるため, N の増加に従い解は安定する。ただし, n が小さすぎる場合は構成概念の複雑さを表現することができないため, それぞれの適用場面で要請に応じた n を用意することが重要である²²⁾。

(3) 女子「好みの浴衣」の色・柄の可視化

1) 浴衣を分類する試み

18種類の浴衣を感性への嗜好における分類を行うため, ポジショニングマップにより, 温泉浴衣を可視化した結果, 「はなやかな配色—渋い配色」, 「現代的—古典的」といった 2 次元の軸と解釈した (図 1)。

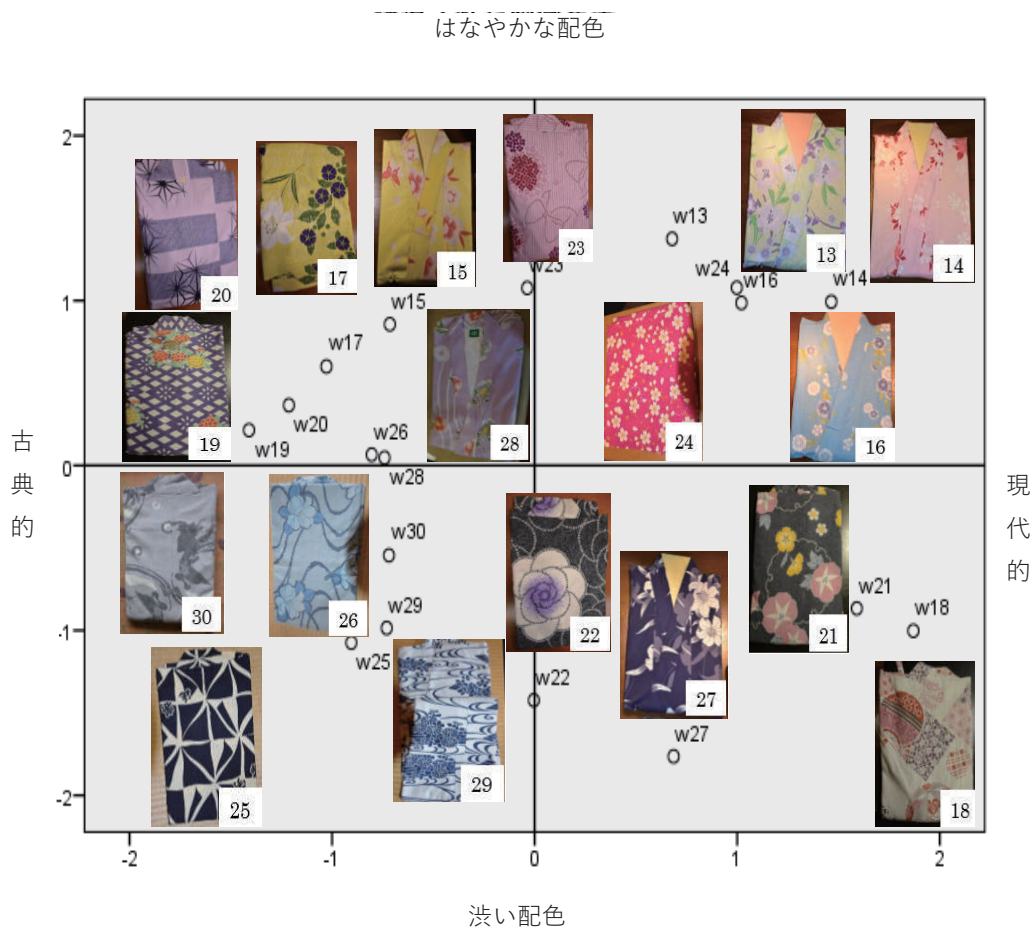


図 1. 女子用温泉浴衣18種のポジショニングマップ

4つのポジショニング別の割合を図2に示す。女子学生全体の割合と18種浴衣の上位10位でみると、浴衣サンプル「14 (31.8%) 3位」, 「24 (27.4%) 5位」, 「13 (26.1%) 6位」, 「16 (22.4%) 7位」, 「23 (14.7%)」の「はなやかな配色で現代的なイメージ」と浴衣「18 (40.5%) 1位」, 「27 (35.8%) 2位」, 「21 (31.8%) 3位」, 「22 (19.1%) 10位」の「渋い配色で現代的なイメージ」の浴衣を好む傾向がみられた。

一方、浴衣「19 (20.4%) 8位」, 「20 (18.4%)」, 「17 (13.4%)」, 「15 (11.1%)」, 「28 (6.7%)」の「はなやかな配色で古典的なイメージ」と浴衣「25 (20.1%) 9位」, 「29 (16.7%)」, 「26 (9.0%)」, 「30 (8.4%)」の「渋い配色で古典的なイメージ」の浴衣を好む傾向は20%以下だった。

このことから従来の古典柄の波・霞柄を好む女子が少ないと考えられる。現代の女子学生は「渋い配色で現代的なイメージ」, 「はなやかな配色で現代的なイメージ」の温泉浴衣を好んでいることが明らかになった。渋い配色では紺地に花柄が人気で、はなやかな配色ではパステル系の寒色系の花柄が人気であった。

2) 地域別の比較

好みの浴衣について地域別の比較で順位に多少の違いはあったものの、東京「18 (43.1%) 1位」, 「21 (40.5%) 2位」と富山「18 (58.2%) 1位」, 「21

(41.8%) 2位」が一致し、同様の浴衣が好まれた。次いで、東京の「16 (37.9%) 3位」, 「27と13 (37.1%) 共同4位」, 「14 (36.2%) 6位」は富山の「27 (41.8%) 共同2位」, 「14 (38.2%) 4位」, 「16と24 (27.3%) 共同5位」とw24以外の上位6位において、好みの浴衣の傾向は似ている。

以上、東京と富山の上位6位までの傾向をポジショニングマップでみると東京の1位・2位・4位と富山の1位から3位は「現代的で渋い配色」、東京の3位・4位・6位と富山の4位から6位は「現代的ではなやかな配色」が好まれたことが分かる。

一方で、大阪の「19 (33.6%) 1位」と「25 (29.7%) 5位」は他の地域の上位6位までにはないが、大阪の「24 (32.8%) 2位」は富山の5位、大阪の「27 (32.0%) 3位」は東京の4位、富山の2位であった。次いで大阪の「18 (30.5%) 4位」は東京、富山共に1位であった。また、大阪の「14 (25.2%) 6位」は東京の6位、富山の4位であった。

以上、大阪はポジショニングマップで比較すると1位は「古典的ではなやかな配色」、2位・6位は「現代的ではなやかな配色」、3位・4位は「現代的で渋い配色」、5位は「古典的で渋い配色」に布置し、嗜好が多様化していることが示唆された。大阪の上位の浴衣は少し変わったデザインであり、派手な色であったので、ヒョウ

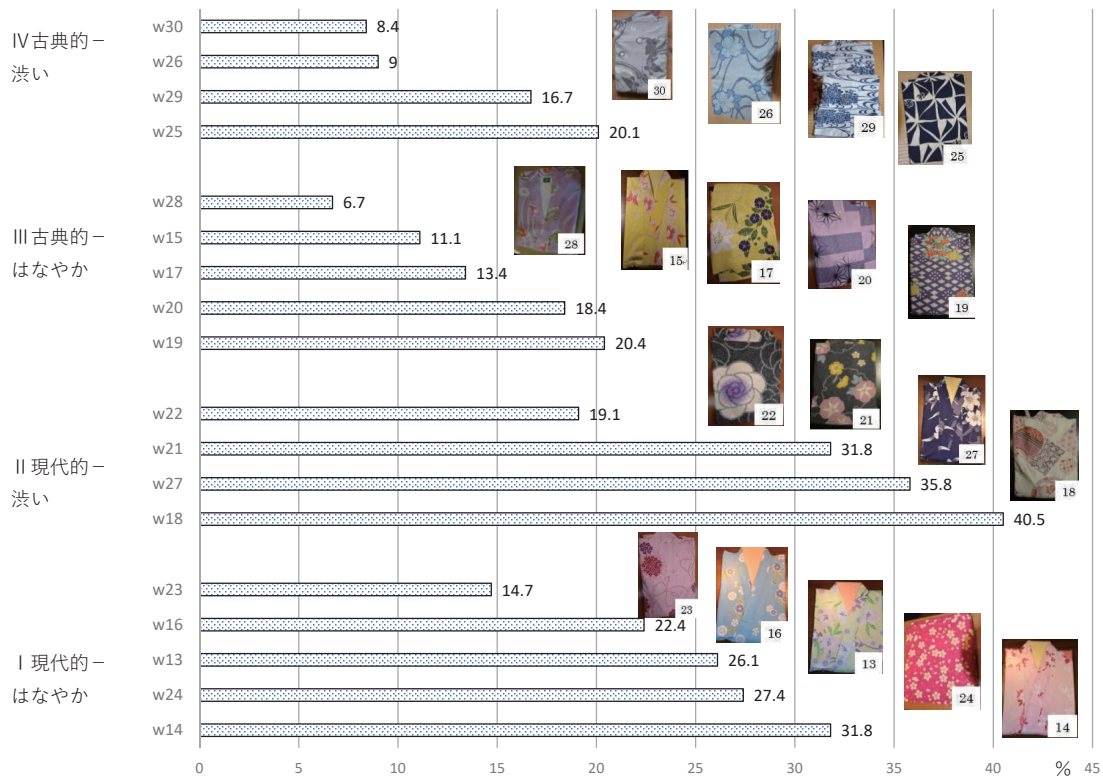


図2. IV古典的-渋い／III古典的-はなやか／II現代的-渋い／I現代的-はなやか
4つのポジショニング別の割合

柄など個性的で派手なファッションを好む大阪の特徴がみられたと考えられる。

なお、地域別の「温泉宿の利用」「温泉浴衣の好きな色相、好きな色調など詳細な分析は孫・中嶋（2017.3）¹⁶⁾に示した。

(4) 「好みの浴衣」を基にした女子学生の類型化

女子学生の「好みの浴衣」18種の因子分析によって得られた7因子によって、現代の女子学生がどのように分類され、どのような特徴がみられるのかを検討するため、因子得点を基にWard法によるクラスター分析を行った(図3)。その結果、5クラスター群CL1(N=80)、CL2(N=75)、CL3(N=52)、CL4(N=54)、CL5(N=37)に分類された。

また、5クラスター群の「好みの浴衣」(7因子)の因子得点の平均値を比較した。CL1は「F6変形モダン」「F7幾何学花」の得点が高く、「F4派手な地色」が最も低い。CL2は「F1紺地古典柄」が低く「F5紺地紫花」が他のクラスターよりは高い。CL3は「F4派手な地色」と「F3明るい緑青」の得点が高い。CL4は「F1紺地古典柄」の得点が高い。CL5は「F2明るいピンク」得点が高い特徴がみられた。

以上からCL1は「古典的ではなやかなイメージ」、CL2は「現代的で渋いイメージ」、CL3は「現代的ではなやかなイメージ(寒色系のパステル)」とCL4は地味な色の「古典的で渋いイメージ」、CL5は「現代的ではなやかなイメージ(暖色系ピンク)」を好む女子群と解釈された。

(5) 「好みの浴衣」7因子の因子得点における5群の「浴衣の装い行動」

5つのクラスター群(女子学生)ごとの「温泉浴衣の装い行動」の因子得点の平均値を示した(図4)。CL1(N=80, 26.8%, 古典的ではなやかなイメージの浴衣を好む)とCL2(N=75, 25.2%, 現代的で渋いイメージを好む)は「浴衣の装い行動」の因子得点が高い(N=155, 52%)ことが示された。CL4(N=54, 18.1%, 古典的で渋いイメージを好む)とCL3(N=52, 17.5%, 地色が寒色系パステルの現代的ではなやかなイメージを好む)は「浴衣の装い行動」の因子得点が高い(N=106, 35.6%)ことが示された。CL5(N=37, 12.4%, 暖色系ピンクの現代的ではなやかなイメージを好む)は「温泉浴衣の装い行動」の「F5印象評価」に高い得点を示しているが、「F2外国人に体験」は低い得点が示された。

以上のことから総合的にみると、CL4(古典的で渋いイメージの浴衣を好む)とCL3(寒色系パステルの現代的ではなやかなイメージを好む)は「浴衣の装い行動」に無関心・否定的である群(N=106, 35.6%)であることが分かった。一方CL1(古典的ではなやかなイメージ)とCL2(現代的で渋いイメージの浴衣を好む)は「浴衣の装い行動」に肯定的で気分の高揚や選べる浴衣に興味のある群(N=155, 52%)であることが分かった。CL5(N=37)は選べる浴衣に一番得点が高いので、CL1, CL2, CL5は「温泉浴衣の装い行動」に高い関心を示している群(N=192, 64.4%)であることが示唆された。

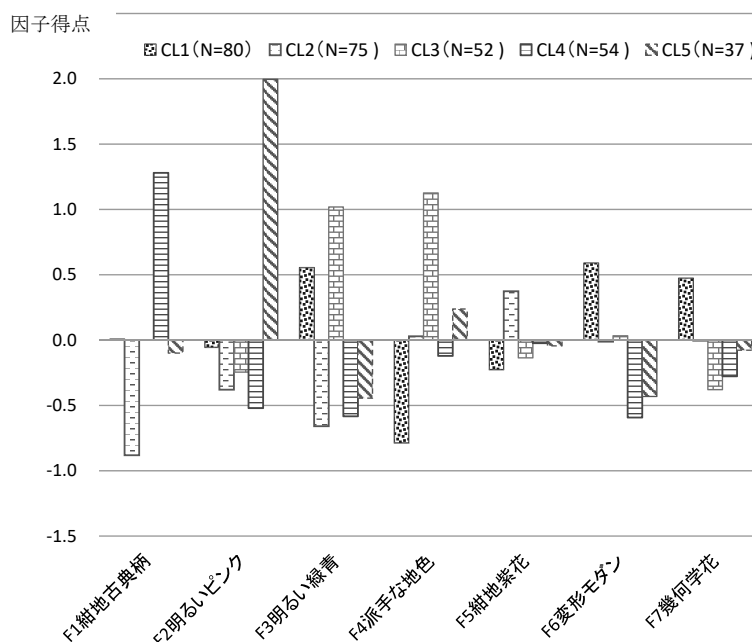


図3. 「好みの温泉浴衣」5CL別の各因子得点の比較

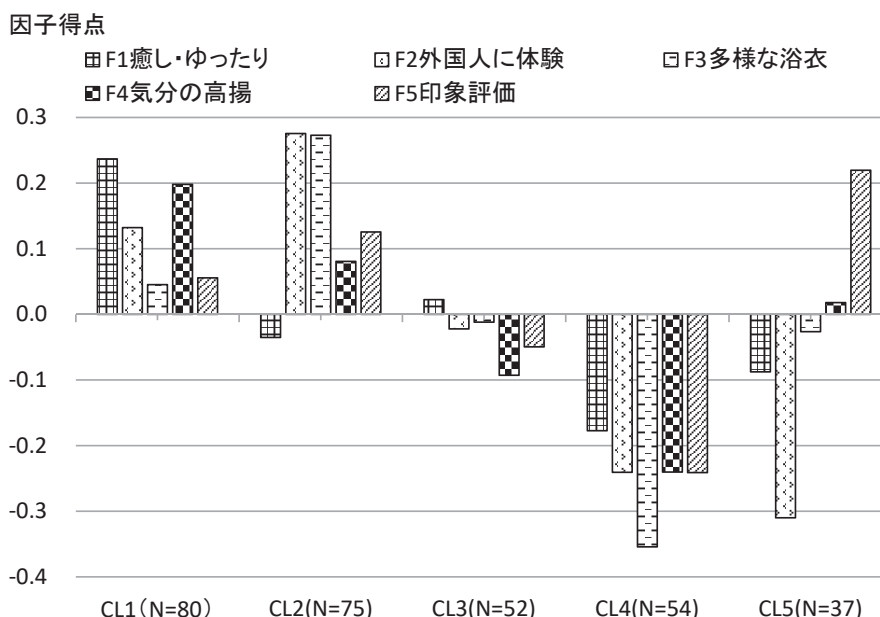


図4. 「好みの浴衣」5CL群にみる「温泉浴衣の装い行動」の特徴

CL1 (N=80), CL2 (N=75), CL3 (N=52), CL4 (N=54), CL5 (N=37)

装い行動に肯定的群 CL1 + CL2 = 155 (52%)

否定的群 CL3 + CL4 = 106 (35.6%)

F4/F5肯定的 CL5 = 37 (12.4%)

N = 298女子大学生

(6) 日帰り温泉での和文化体験

温泉地におけるフィールドワークでは、日帰り温泉施設で浴衣の貸し出しサービスをしているところは若者・外国人観光客を含めて多様な顧客が利用し、人気を集めていた。

大手日帰り兼用の温泉施設では女性用の浴衣5種、男性用の浴衣4種から浴衣を選ばせている。身長サイズは男性専用 (M: 160 cm, L: 170 cm, LL: 180 cm, 3L: 190 cm)、女性専用 (S: 150 cm, M: 160 cm, L: 170 cm, LL: 180 cm, 3L: 190 cm) から性別に浴衣を選べるようにしている。北欧等の外国人の体型に配慮している。外国人は国内温泉旅行に役立つ情報を、ツイッターなど会員制交流サイト (SNS) を通じて得ている。日帰り温泉は予約なしで気軽に行けるので、韓国や台湾・中国からの小規模の同窓会、友人、家族の利用客が多い。このようなビジネスはライフスタイルが多様化、個性化となった2000年頃から生まれ、選べる色浴衣が和文化体験の大衆化をもたらした。最近では外国人や若者に人気を集めている。

一方、伝統の高級温泉旅館ではステータスを重視し、中高年層のお客さんが多く、館内着の浴衣は品格を重視する「古典的で渋い配色」の浴衣を館内着としていることがわかった。種類も男女兼用1種類か性別2種類であった。

(7) 「浴衣の装い行動」の構造方程式モデリング

和文化体験の一助として、温泉宿で館内着として着る浴衣の行動に及ぼす影響を検討した。女子学生の『浴衣の装い行動』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また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²⁸⁾ 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²⁰⁾²⁹⁾。

まず、女子学生309名における「多様な浴衣」と「気分の高揚」について、モデルの妥当性を検討した (図5)。その結果、適合度指標はGFI (Goodness of fit index = 0.954)、修正適合度指標AGFI (Adjusted GFI = 0.905) は0.9以上~1以下の値で高いほど適合、近似誤差平方平均根RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation = 0.078) は1~0.08は可、0.08以下で適合とされるので、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。

一方、「多様な浴衣」と「気分の高揚」の潜在変数間の因果係数は双方向で関連が高い (0.75) ことがわかった。これはつまり、「多様な浴衣」を好む女子学生ほど「気分の高揚」を感じているといえる。また、「多様な浴衣」から各項目への影響力は、観測変数の「15. 自分好みの温

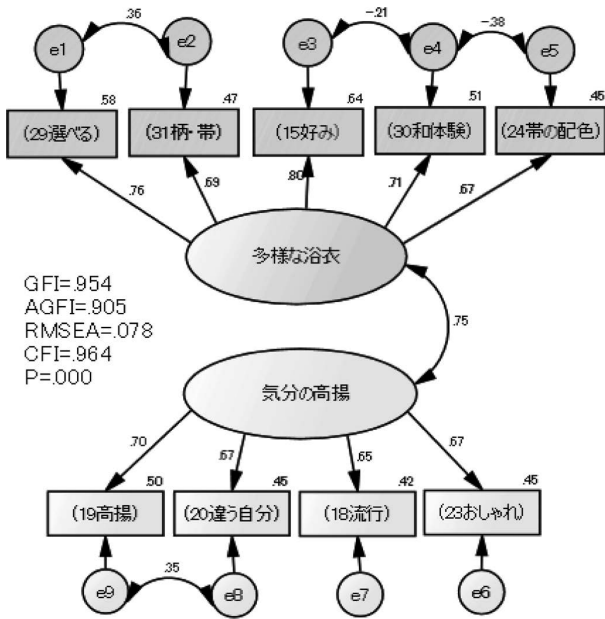


図5. 女子学生の浴衣行動の構造方程式モデリング (N=309)

泉浴衣を選べることは楽しい (0.80)」、[29. 旅館などで選べる浴衣のサービスがあった方がいい (0.76)」、[30. 温泉浴衣の方が気軽に和体験できる (0.71)」、[31. 浴衣の柄や帯の色はたくさんあった方がいい (0.69)」、[24. 浴衣だけではなく、帯の配色にも気を配る (0.67)」の順であることが分かった。

一方、「気分の高揚」から各項目への影響力は、観測変数の「19. 浴衣を着ていると気分が高揚する (0.70)」、[20. いつもと違う自分になれる気がする (0.67)」、[23. 浴衣でおしゃれを表現できる (0.67)」、[18. 流行の浴衣を雑誌やお店で見るのが楽しい (0.65)」の順であることがわかった。図5の2潜在変数、9観測変数、誤差変数間の因果係数は全て0.1%水準で統計的に有意な係数のみを示した。

4. 結言

本研究は、若者や外国人に手軽な和文化体験の一助として、地域活性化につなげる温泉地の浴衣に着目した。女子大学生309名を対象に『浴衣の装い行動』35項目と『好みの浴衣』18種の浴衣について、その構造を検討した。また、より総合的にみるため、『好みの浴衣』の因子得点を基に女子学生を5群に類型化し、各群の『浴衣の装い行動』の特徴を考察した。その結果、以下のことが明らかになった。

(1) 『浴衣の装いの行動』は「Ⅰ癒し・ゆったり」、[Ⅱ外国人に体験]、「Ⅲ多様な浴衣」、「Ⅳ気分の高揚」、「Ⅴ印象評価」の5因子が得られた。さらに構造方程式モデリング (SEM) により「多様な浴衣」を好む女子学生ほど「気分の高揚」を感じていることが示

唆された。

(2) 『好みの浴衣』は「Ⅰ紺地古典柄」、「Ⅱ明るいピンク」、「Ⅲ明るい緑青」、「Ⅳ派手な地色」、「Ⅴ紺地紫花」、「Ⅵ変形モダン」、「Ⅶ幾何学花」の7因子が得られた。

(3) 『好みの浴衣』の7因子の各因子得点の平均値を基に、女子学生を5群に類型化した。CL1は「古典的ではなやかなイメージ」、CL2は「現代的で渋いイメージ」、CL3は「現代的ではなやかなイメージ (寒色系パステル)」、CL4は「古典的で渋いイメージ」、CL5は「現代的ではなやかなイメージ (暖色系ピンク)」を好む群であることが示唆された。

(4) 女子用の浴衣18種をポジショニングマップにより2次元 (「現代的—古典的」、「はなやかな配色—渋い配色」) で可視化した。女子学生は現代的ではなやかな配色、現代的で渋い配色イメージの浴衣を好んでいた。

(5) より総合的にみるために、『好みの浴衣』の各因子の因子得点を基に、女子を5クラスターに群分け、各クラスターの『浴衣の装い行動』の特徴を検討した。『好みの浴衣』の分類で、CL1、CL2、CL5の女子群 (64.4%) は『浴衣の装い行動』の因子得点が高く、気分の高揚や自由に選べる浴衣に肯定的であることが分かった。一方、CL3、CL4の女子群 (35.6%) は『浴衣の装い行動』の因子得点が低く無関心であることが示唆された。

以上、『浴衣の装いの行動』と『好みの浴衣』の構造を検討し、『好みの温泉浴衣』に抱く感性『浴衣の装い行動』を可視化した。その結果、女子学生は「古典的で渋い配色」より「現代的で渋い配色」や「現代的ではなやかな配色」を好んでいることが示唆された。しかし中高年層の利用が多い伝統のある高級温泉旅館ではCL4の浴衣「古典的で渋い配色」が主流であった。

以上の結果から、外国人観光客や若者の嗜好を考慮した選べる浴衣の貸し出しサービスが、手軽な和文化体験として効果的だと考える。浴衣は温泉宿での制服であり、集団で着る和装である。また晴れ着の浴衣とは、時・場所・場面 (TPO) も着装の仕方も異なる。

温泉浴衣を着るとリラックスでき、手軽に非日常体験を楽しむことができる。ストレスの多い若者には癒しを、外国人には手軽な和文化体験を提供することで、観光や地域の活性化につなげることができると思う。

謝辞

本研究に関する調査票の配布、回収、郵送に快くご協力 (2016年当時) をいただいた、(大阪文化服装学院) 校長関 義徳先生・副校長松下美恵子先生、(東京家政学院

大学) 蒲池香津代先生に心よりお礼を申し上げます。また、富山大学人間発達科学部学生の中嶋史央里氏、被験者の皆様に厚く感謝申し上げます。

浴衣写真を撮らせていただいた富山県の延楽旅館(宇奈月温泉)、金太郎温泉、石川県の瑠璃光、東京都の大江戸温泉物語、神奈川県(株)藤田観光ホテル箱根小涌園など各ホテル・旅館に深く感謝申し上げます。

本研究は日本学術振興会(JSPS)科研費15K00749の助成を受けたものです(研究代表者:孫珠熙)

付記

論文公表に関する倫理的配慮に関しては、「日本家政学会誌投稿論文の倫理的観点に基づく審査」を受け、承認された。

参考文献

- 1) キム・K. P. ジョンソン, シャロン・J. レノン. 高木修訳. 外見とパワー(原著名: Appearance of Power). 北大路書房, 2004
- 2) Lennon, S. J.; Johnson, K. K. P.; Rudd, N. A. *Social Psychology of Dress*. Bloomsbury, 2017
- 3) 被服心理学研究分科会編. 被服心理学. 日本繊維機械学会, 1988
- 4) 被服心理学研究分科会編. 被服心理学演習ノート: ファッションを科学してみよう. 日本繊維機械学会, 1994
- 5) 中川早苗. 被服心理学(新版) *Social psychology of Clothing*. 日本繊維機械学会, 2004
- 6) 牛腸ヒロミ, 井上真理, 小柴朋子, 清水裕子, 徳井淑子. ものとして心としての衣服. 放送大学教育振興会, 2011
- 7) 小林茂雄, 藤田雅夫, 内田直子, 孫珠熙, 内藤章江. 装いの心理と行動: 被服心理学へのいざない. アイ・ケイコーポレーション, 2017
- 8) 薩本弥生, 川端博子, 堀内かおる, 扇澤美千子, 斉藤秀子, 呑山委佐子. きもの文化の伝承をめざしたゆかたの着装を含む教育プログラム開発のための中学校技術・家庭科での授業実践. 横浜国立大学教育デザイン研究, 2013, 35-44
- 9) 川端博子, 薩本弥生, 斉藤秀子, 呑山委佐子, 扇澤美千子, 堀内かおる, 井上裕光. ゆかたの着装を題材とする授業実践の試み. 家教誌, 2013, 56, 78-89
- 10) 孫珠熙. 浴衣の着装体験が温泉地域の活性化やファッションセラピーに及ぼす影響. 富山大学人間発達科学部紀要, 2015, 10, 145-159
- 11) 孫珠熙, 瀬戸翔平. 温泉浴衣の装い行動の構造と特性. 日本家政学会第68回大会研究発表要旨集, 2016, 58
- 12) Sohn, J. H.; Kanayama, N.; Kamachi, K. Differences in the Impressions Associated with Yukata Worn at Events and Those Worn at Hot Spring Resorts, and the Differences in Yukata Preferences based on Gender. IFHE2016 (国際家政学会大会) Daejeon Convention Center, Korea, 2016
- 13) 孫珠熙, 中嶋史央里. 若者の和文化体験からみた温泉ゆかたの装い行動. 地方と都市の比較, 日本繊維機械学会北陸支部. 研究発表会要旨集, 2016
- 14) 中嶋史央里, 孫珠熙. 若者の和文化体験からみた温泉宿利用と温泉ゆかたの嗜好傾向. 日本繊維機械学会北陸支部. 研究発表会要旨集, 2016
- 15) 孫珠熙, 中嶋史央里. 好みの温泉浴衣の類型化にみる装い行動. 日本家政学会第69回大会研究発表要旨集, 2017, 119
- 16) 孫珠熙, 中嶋史央里. 若者の和文化体験からみた温泉ゆかたの嗜好傾向. 富山大学人間発達科学部紀要, 2017, 11(3), 39-49
- 17) 孫珠熙. 富山県の若者における浴衣の装い行動—和 문화体験の一助として—. 富山大学人間発達科学部紀要, 2017, 12, 95-107
- 18) 齋藤堯幸. 多次元尺度構成法. 1/21, 70/86, 188/209. 朝倉書店, 1980
- 19) 高根芳雄. 多次元尺度法, 東京大学出版会, 1980
- 20) 孫珠熙. 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—. 家政誌, 2013, 64, 147-156
- 21) 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誌, 2010, 15, 67-78.
- 22) 豊田秀樹, 拜殿怜奈, 久保沙織, 池原一哉, 磯部友莉恵. 無制限複数選択形式の分割表データに対する因子分析. 心理研, 2016, 86(6), 535-544
- 23) Moustaki, I. A latent trait and latent class model for mixed observed variables. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 1996, 49, 313-334
- 24) Moustaki, I.; Knott, M. Generalized latent trait models. *Psychometrika*, 2000, 65, 391-411
- 25) Muthén, B. O. A general structural model with dichotomous, ordered categorical and continuous latent variable indicators. *Psychometrika*, 1984, 49, 115-132
- 26) Bartholomew, D. J.; Knott, M.; Moustaki, I. *Latent variable models and factor analysis: A unified approach*. 3rd Ed. New York. Wiley, 2011
- 27) 林知己夫. 数量化—理論と方法—. 朝倉書店, 1993
- 28) 豊田秀樹. 共分散構造分析「疑問編」—構造方程式モデリング—. 朝倉書店, 2003
- 29) 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. 家政誌, 2010, 61, 231-248