論文

生活意識と被服購買行動の因果関係

隈元 美貴子 [1)]・柳田 元継 [2)]

キーワード：被服購買行動，生活意識，因子分析，共分散構造分析

要旨：本研究では、対象者を大学生とし、生活意識と被服購買行動との間に因果関係があるかどうかを明らかにすることを目的とし、アンケート調査を行った。生活意識を測定する 64 項目への反応を因子分析したところ、「充実感」、「健康意識」、「身だしなみ」、「不信感」、「向上心」、「家族」の因子を抽出した。また、被服購買行動を測定する 38 項目への反応を因子分析したところ、「自己変容」「デザイン性」「低価格志向」「TPO 重視」「必要性」「同調性」の因子を抽出した。ここで、生活意識と被服購買行動の因果関係を明らかにするため、共分散構造分析を行った。適合度指標は、GFI＝0.945, AGFI＝0.909, RMSEA＝0.050 を示し適合度が非常に高いと言える。潜在変数間のパス係数は、生活意識の「身だしなみ」から被服購買行動の「自己変容」へのパス係数は 0.72、また、被服購買行動の「デザイン」へのパス係数は 0.70 と正の因果関係を示した。以上の結果から、今回対象とした大学生において、身だしなみに気をつかう生活意識があると、被服購買行動において自己変容を意識したり、デザインを気にしたりすることが明らかになった。

緒言

日常生活において被服行動は、単に体温調節や身体保護のためだけではなく、様々な状況下での社会的適応を考慮して、衣服による自己表現をしている。同時に、私たちは他者の着用している衣服から他者の内面を読み取り、何らかの影響を受けている。このように非言語コミュニケーションとしての被服の役割は大きく、被服の変化は価値観の変化をも物語る [1)]。

被服心理学では「人が被服を選択ないし購買し（select or buy）、着用ないし消費する(wear or consume)ことに含まれるすべての行動」を被服行動と呼んでいる [2)]。被服の購買、着用、廃棄などの被服行動は非常に多くの要因によって影響されるが、それらの要因は、文化、社会、個人の水準に大別すると比較的考えやすい [3)]。被服行動がどのように規定され、どのようなプロセスを経由するかを含めた因果性の問題は、行動科学にとっても重要な課題の一つであると考える。すでに、被服行動については、多方面からの既往研究が見られ解明されつつある。たとえば、M.S.Ryan は、被服の選択行動や着用行動を考えるとき、被服の選択を動機の本能説で明らかにしようとした [4)]。つまり、人間は、なぜ被服を

１）山陽学園大学総合人間学部生活心理学科
２）有限会社 NTC 技建　人間・環境開発部

着るようになったのかを解決することで説明しようとしたのである。Ryan は、生得的本能の動機から、①慎みの説、②不謹慎説、③保護説、④装飾説の４つの説を取り上げ、被服の行動選択を説明している。また、M. H. Maslow の欲求理論を応用した動機のニーズ説で、被服行動を明らかにしようとする研究なども多くみられる。

隈元らは、被服行動とライフスタイルの関連性について研究を行い、被服行動を測定する 20 項目への反応を因子分析し、４因子を抽出した[5)]。それぞれの因子を、「流行性」「経済性」「機能性」「規範性」と命名した。これらをもとに、被服行動によるクラスター分析を行い、「流行性」に低い値を示す「ファッション無関心型」、「流行性」に高い値を示す「ファッション重視型」、「規範性」に高い値を示す「TPO 重視型」に類型化した。また、ライフスタイルに対する各質問の回答を、一元分散分析後、多重比較を行った。その結果、被服行動による類型ごとにライフスタイルに差異が認められた。しかし、これらの論文では、被服行動と、ライフスタイルもしくは、生活意識との因果関係については言及していない。

隈元は、2000 年に、生活信条と生活意識、衣生活意識、着用行動、購買行動に対するアンケートを行い、それぞれにおいて因子分析を行い、抽出した因子間に因果関係が認められるかどうかパス解析を行った[6)]。その結果、被服購買行動の８因子のうち、嗜好優先行動と計画性のある行動の２因子でパスがつながった。その結果から、生活信条から被服購買行動へという一連の流れがあることを示唆した。このことは、購買行動が生活意識に起因することを示している。また、孫らは、2016 年に若者の価値観が被服行動に影響を及ぼすことを報告し、構造方程式モデリングによる検討を行っている[7)]。しかし、価値観と被服行動との間の因果関係までは言及していない。

そこで、本研究では生活意識と購買行動の間に因果関係があるかどうか明らかにすることを目的とした。まず、研究の端緒として、隈元らのアンケートを使用し、予備調査を行ったところ、因果関係が認められなかった。その理由として、質問項目が現在の社会情勢や環境にそぐわないものが含まれていた可能性があったので、アンケートの再作成を行った。

対象および方法

S 大学の学生を対象として KJ 法による質問紙調査を行った。実施時期は 2016 年 11 月、対象人数は 213 名、回収数は 213 名で、回収率は 100.0%であった。回収した質問紙を精査した結果、有効回答数は 146 名で、有効回答率は 68.5%であった。調査項目は、①基本属性、②生活意識に関する 64 項目、③購買行動に関する 38 項目から構成されている。統計分析は、単純集計、因子分析は SPSS16.0J を用い、共分散構造分析を AMOS ver22 を用いて行った。

結果および考察

（1）基本属性の単純集計

信念と生活意識との関係について明らかにするために質問紙調査を行い、単純集計を行った。まず、対象者の所属学科の割合を図１に示す。その結果、K 学科が 56.8%（83 名）、S 学科が 43.2%（63 名）であった。図２に対象者の学年を示す。学年は、1 年が 52.1%（76 名）、2 年が 33.6%（49 名）、3 年が 8.2%（12 名）、4 年が 6.2%（9 名）であった。図３

に対象者の年齢を示す。年齢は、18 歳が 14.4%（21 名）、19 歳が 42.5%（62 名）、20 歳が 27.4%（40 名）、21 歳が 5.5%（8 名）、22 歳が 7.5%（11 名）23 歳以上が 2.7%（4 名）であった。図４に対象者の性別を示す。性別は、男性が 15.8%（23 名）、女性が 84.2%（123 名）であり、大半が女性であった。図５に対象者の住居形態を示す。住居形態は、自宅が 65.8%（96 名）、アパートが 26.0%（38 名）、寮が 8.2%（12 名）であった。図６に対象者の出身地を示す。出身地は、岡山県が 60.3%（88 名）、広島県が 5.5%、（8 名）、沖縄県が 5.5%（8 名）、香川県が 4.8%（7 名）、その他が 24.0%（35 名）であった。

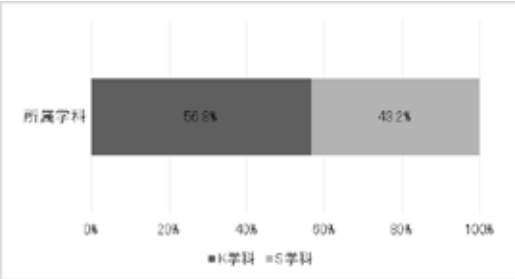

図１　対象者の所属学科

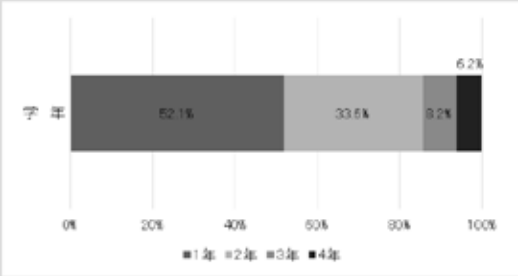

図２　対象者の学年

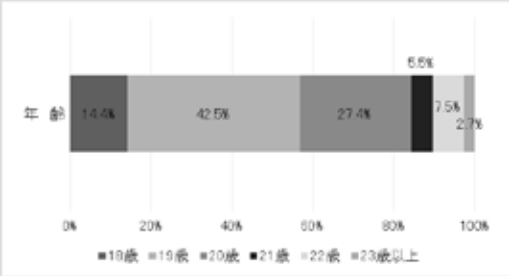

図３　対象者の年齢

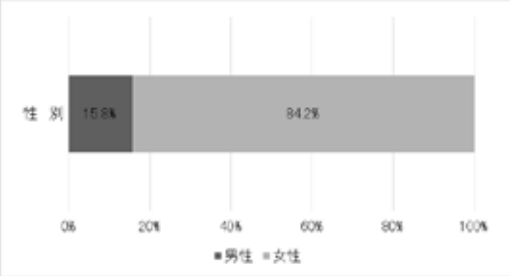

図４　対象者の性別

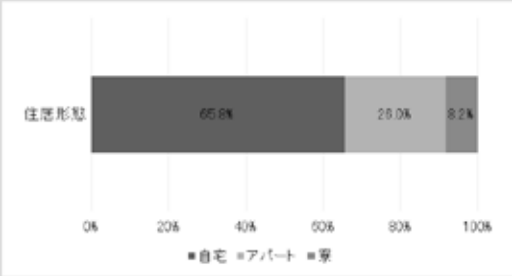

図５　対象者の住居形態

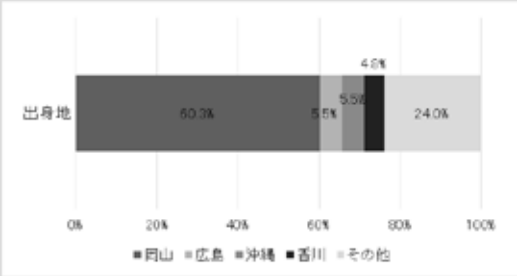

図６　対象者の出身地

図７に対象者の１ヶ月の小遣いを示す。１ヶ月の小遣いは、3 千円未満が 6.2%（9 名）、3 千円以上 5 千円未満が 4.1%（6 名）、5 千円以上 1 万円未満が 21.2%（31 名）、1 万円以上 2 万円未満が 19.2%（28 名）、2 万円以上 3 万円未満が 9.6%（14 名）、3 万以上 4 万未満が 10.3%（15 名）、4 万以上 5 万未満が 8.2%（12 名）、5 万以上 7 万未満が 13.0%（19 名）、7 万以上 10 万未満が 5.5%（8 名）、10 万以上が 2.7%（4 名）であった。図８に対

象者の１ヶ月の被服費を示す。１ヶ月の被服費は、3 千円未満が 24.0%（35 名）、3 千円以上 5 千円未満が 19.9%（29 名）、5 千円以上 1 万未満が 37.0%（54 名）、1 万円以上 2 万円未満が 15.1%（22 名）、2 万円以上 3 万円未満が 3.4%（5 名）、3 万円以上～7 万円未満が 0%（0 名）、7 万以上 10 万未満が 0.7%（1 名）、10 万円以上が 0%（0 名）であった。図９に被服に関する情報を得る手段を示す。雑誌からが 47.3%（69 名）、母親・子供からが 8.9%（13 名）、広告を見てが 16.4%（24 名）、ディスプレイを見てが 19.2%（28 名）、兄弟・姉妹からが 5.5%（8 名）、テレビを見てが 41.8%（61 名）、友達からが 27.4%（40 名）、店員からが 13.7%（20 名）、インターネットを使ってが 50.7%（74 名）、通信販売のカタログを見てが 13.7%（20 名）、街頭で他者を見てが 18.5%（27 名）、同僚からが（アルバイト先を含む）2.7%（4 名）、その他は 0%（0 名）であった。

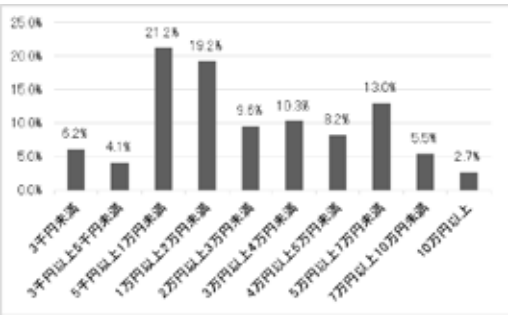

図７　対象者の１ヶ月の小遣い

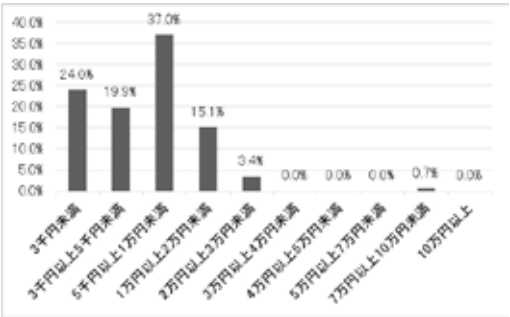

図８　対象者の１ヶ月の被服費

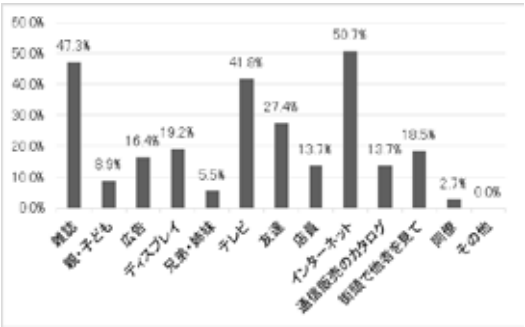

図９　被服に関する情報を得る手段

（２）生活意識の因子分析

生活意識を測定する 64 項目への反応を因子分析（主因子・プロマックス回転）し、過去の文献やスクリープロットを参考に６因子を抽出した。因子分析の結果は表１に示す。第１因子には、「熱中したい」、「夢中になりたい」、「生活の中で生きがいや充実感を感じたい」、「何かに打ち込みたい」の項目の因子負荷量が高いことから、「充実感」の因子と解釈した。第２因子には、「生活習慣病にならないように食事に気をつけている」、「健康意識は常に高い方である」、「美容のために食事は意識している」の項目の因子負荷量が高いことから「健康意識」の因子と解釈した。第３因子には、「大学に行く時、ファッションや身だしなみに気を遣う」、「スタイルを気にする」、「髪を染めると気分転換になる」、「ショッピ

表１　生活意識因子分析

FACTOR 質問項目	Ⅰ	Ⅱ	Ⅲ	Ⅳ	Ⅴ	Ⅵ
熱中したい	0.894	-0.014	0.047	0.025	0.053	-0.053
夢中になりたい	0.858	0.020	0.051	0.046	0.098	-0.065
生活の中で生きがいや充実感を感じたい	0.816	0.037	0.000	-0.114	-0.032	-0.120
何かに打ち込みたい	0.767	-0.064	0.080	-0.007	0.047	0.172
生活習慣病にならないように食事に気をつけている	0.055	0.944	0.120	0.103	-0.106	-0.083
健康意識は常に高い方である	-0.037	0.747	0.024	0.039	0.046	0.022
美容のために食事は意識している	0.020	0.690	0.219	-0.049	0.103	-0.070
大学に行く時、ファッションや身だしなみに気を遣う	-0.042	0.146	0.796	-0.115	-0.100	0.038
スタイルを気にする	0.231	0.167	0.697	-0.001	-0.142	-0.055
髪を染めると気分転換になる	-0.039	0.070	0.540	0.077	-0.184	0.198
ショッピングでストレスを発散することができる	-0.096	0.002	0.534	0.054	0.148	0.081
人生、お金がすべてである	-0.183	0.077	0.123	0.762	0.003	0.067
結局、自分しか信じられないと思う	0.038	-0.009	-0.044	0.761	0.104	0.107
人付き合いは面倒くさい	0.163	0.112	-0.013	0.571	-0.262	0.075
上を目指したい	0.254	0.036	-0.105	0.055	0.967	0.014
自分は好奇心が強いと思う	-0.027	0.010	-0.146	0.047	0.818	0.137
社会に貢献したいとは思わない	0.097	0.092	-0.103	0.160	-0.534	0.006
家族が一番大切である	-0.143	-0.037	-0.084	0.061	0.067	0.921
家族と仲がいい	0.082	-0.189	0.063	-0.002	0.014	0.809
家族のことが気になる方である	0.071	0.171	0.288	0.199	0.147	0.557
因子間相関	Ⅰ	Ⅱ	Ⅲ	Ⅳ	Ⅴ	Ⅵ
Ⅰ	－	0.053	0.256	-0.070	0.351	0.463
Ⅱ		－	-0.022	-0.073	0.299	0.257
Ⅲ			－	0.013	0.336	0.095
Ⅳ				－	-0.055	-0.119
Ⅴ					－	0.227
Ⅵ						－

ングでストレスを発散することができる」の項目の因子負荷量が高いことから「身だしなみ」の因子と解釈した。第４因子には、「人生、お金がすべてである」、「結局、自分しか信じられないと思う」、「人付き合いは面倒くさい」の項目の因子負荷量が高いことから「不信感」の因子と解釈した。第５因子には、「上を目指したい」、「自分は好奇心が強いと思う」、「社会に貢献したいとは思わない（－）」の項目の因子負荷量が高いことから「向上心」の因子と解釈した。第６因子には、「家族が一番大切である」、「家族と仲がいい」、「家族のことが気になる方である」の項目の因子負荷量が高いことから「家族」の因子と解釈した。

（３）被服購買行動の因子分析

被服購買行動を測定する 38 項目への反応を因子分析（主因子・プロマックス回転）し、過去の文献やスクリープロットを参考に６因子を抽出した。因子分析の結果は表２に示す。第１因子には、「違う自分を演出する服を買う」、「物事がうまくいかないときは鮮やかな服を買う」、「目立つ服を買う」、「自分に自信を持たせてくれる服を買う」、「自分の魅力をア

表２　被服購買行動因子分析

FACTOR 質問項目	Ⅰ	Ⅱ	Ⅲ	Ⅳ	Ⅴ	Ⅵ
違う自分を演出する服を買う	0.914	-0.026	0.115	0.137	-0.115	0.004
物事がうまくいかないときは鮮やかな服を買う	0.844	-0.134	-0.188	-0.054	0.095	0.179
目立つ服を買う	0.734	0.172	-0.184	-0.064	0.040	-0.303
自分に自信を持たせてくれる服を買う	0.610	-0.020	0.073	-0.002	0.249	0.088
自分の魅力をアップできる服を買う	0.551	0.168	0.092	-0.073	0.093	0.028
デザイナーを気にする	0.528	-0.189	-0.210	0.167	-0.227	0.000
デザインを重視する	-0.068	0.894	-0.281	-0.056	0.051	-0.073
好きな色や形で決める	-0.060	0.788	-0.002	-0.182	-0.086	0.015
トータルファッションを考えて買う	0.252	0.744	-0.256	0.142	-0.130	0.047
見た目（質感）を重視する	-0.017	0.608	0.018	0.294	0.101	-0.089
自分に似合うファッションを買う	0.035	0.590	0.089	0.083	-0.068	-0.041
価格を気にしない	0.002	0.232	-0.844	-0.101	0.133	0.069
気に入った服があっても値段が高いと買わない	0.073	0.094	0.706	0.105	-0.399	0.216
品質のいい服はどんなに高くても買う	0.339	0.048	-0.607	-0.027	0.090	0.114
着用する場所を考えて服を買う	-0.089	0.174	0.099	0.708	0.006	-0.048
天候を考えて服を選ぶ	0.084	0.068	0.085	0.594	-0.272	-0.082
自分で洗濯できる服を選ぶ	0.097	-0.413	0.184	0.582	0.359	0.039
必要であればお金をかけてでも買う	-0.008	0.031	-0.434	-0.144	0.888	-0.010
時と場合によっては値段の高い服を買う	0.016	-0.051	-0.031	0.102	0.668	0.050
周囲の人のファッションを参考にする	-0.070	0.278	0.043	-0.068	-0.008	0.678
周囲の人に合わせた服を買う	0.031	-0.191	0.051	-0.047	0.021	0.636
人がどう思うか考えながら買う	-0.167	0.121	-0.214	0.065	-0.007	0.619
因子間相関	Ⅰ	Ⅱ	Ⅲ	Ⅳ	Ⅴ	Ⅵ
Ⅰ	―	0.358	0.218	-0.012	0.306	0.370
Ⅱ		―	0.592	0.177	0.538	0.426
Ⅲ			―	-0.035	0.298	0.280
Ⅳ				―	0.219	0.347
Ⅴ					―	0.272
Ⅵ						―

ップできる服を買う」、「デザイナーを気にする」の項目の因子負荷量が高いことから「自己変容」の因子と解釈した。第２因子には、「デザインを重視する」、「好きな色や形で決める」、「トータルファッションを考えて買う」、「見た目（質感）を重視する」、「自分に似合うファッションを買う」の項目の因子負荷量が高いことから「デザイン性」の因子と解釈した。第３因子には、「価格を気にしない（－）」、「気に入った服があっても値段が高いと買わない」、「品質のいい服はどんなに高くても買う（－）」の項目の因子負荷量が高いことから「低価格志向」の因子と解釈した。第４因子には、「着用する場所を考えて服を買う」、「天候を考えて服を選ぶ」、「自分で洗濯できる服を選ぶ」の項目の因子負荷量が高いことから「TPO 重視」の因子と解釈した。第５因子には、「必要であればお金をかけてでも買う」、「時と場合によっては値段の高い服を買う」の項目の因子負荷量が高いことから「必要性」の因子と解釈した。第６因子には、「周囲の人のファッションを参考にする」、「周囲の人に合わせた服を買う」、「人がどう思うか考えながら買う」の項目の因子負荷量が高いことから「同調性」の因子と解釈した。

（４）「生活意識」と「購買行動」の各因子の共分散構造分析

S 大学学生の生活意識と購買行動の因果関係を明らかにするため、共分散構造分析を行った（図１０）。購買行動（Purchasing-behavior）の第１因子「P-F1 自己変容」の３項目と第２因子「P-F2 デザイン」の 5 項目をそれぞれの観測変数に、生活意識（life consciousness）の第３因子「L-F3 身だしなみ」の２項目を観測変数にした構造方程式のモデルを検討した。まず、因果モデル全体が正しいかどうか評価するために、帰無仮説「構成されたモデルは正しい」という設定の下、χ^2 検定を行ったところ、χ^2=44.994（df=33）、p=0.080 となり、モデルは棄却されなかった。次に、適合度指標をみると、GFI＝0.945、AGFI＝0.909、RMSEA＝0.050 を示したので、モデルの説明力、データへの当てはまりから適合度が非常に高いと言える。また、モデルの部分評価として、パス係数（標準化推定値）を見てみると、すべて 0.1%水準で有意であり十分な値を示した。

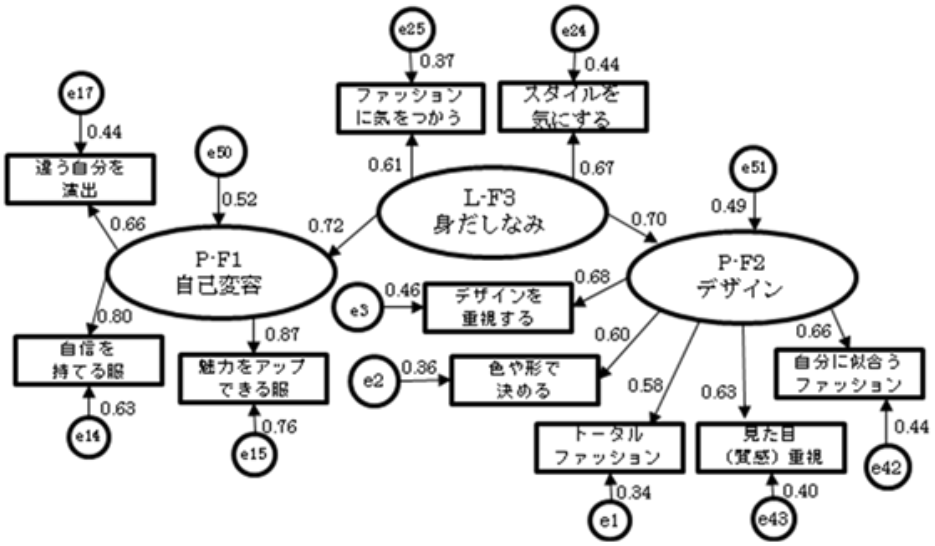

図１０　生活意識と被服購買行動の共分散構造分析

潜在変数（楕円形で表す）間のパス係数を見ると、「L-F3 身だしなみ」→「P-F1 自己変容」（矢印は因果関係を示し、原因と結果を表す）のパス係数は 0.72 であり正の因果関係を示した。「L-F3 身だしなみ」は「大学に行く時、ファッションや身だしなみに気を遣う（0.61）」と「スタイルを気にする（0.67）」とで構成され、「P-F1 自己変容」は「違う自分を演出する服を買う（0.66）」と「自分に自信を持たせてくれる服を買う（0.80）」、「自分の魅力をアップできる服を買う（0.87）」とで構成される。また、「L-F3 身だしなみ」→「P-F2 デザイン」のパス係数は 0.70 であり正の因果関係を示した。「P-F2 デザイン」は「デザインを重視する（0.68）」と「好きな色や形で決める（0.60）」、「トータルファッションを考えて買う（0.58）」、「見た目（質感）を重視する（0.63）」、「自分に似合うファッションを買う（0.66）」とで構成される。

以上の結果から、S 大学学生において、身だしなみに気をつかう生活意識があると、被服購買行動において、自己変容を意識したり、デザインを気にしたりすることが明らかになった。今後、性別や学年、経済状況等、属性間比較を行うことにより、生活意識が被服購買行動に与える影響を詳細に調査する予定である。

引用文献

1） 高岡朋子, 高橋美登梨, 蒲池香津代, 赤根由利子. 男子学生の被服行動と生活意識および自己呈示との関連. 日本家政学会誌, 2013, 64(5), 253-262.

2） 神山進. “被服心理学.” 被服心理学. 光生館, 1985, 1-17.

3） 藤原康晴. “被服心理学の概要” 被服心理学. 日本繊維機械学. 1988, 4.

4） M. S. Rayan. A Study in Human Behavior. Holt Rinehart and Winston Inc. 1965.

5） 隈元美貴子. 女子大生の生活意識と被服行動について 山陽学園短期大学紀要, 2000, 35-48.

6） 隈元美貴子, 柳田元継. 被服行動とライフスタイルの関連性. 山陽論叢, 2014, 79-85.

7） 孫珠熙, 馬場弘朗. 若者の価値観が被服行動に及ぼす影響:構造方程式モデリングによる検討. 富山大学人間発達科学部紀要, 2016, 11(1), 157-174.