

慶應義塾大学 経済学部

大垣昌夫研究会 2019 年度研究グループ論文

集団への帰属意識が特定のファッションの着用頻度に与える影響

市本真太^a , 岩瀬丈^b , 出崎日奈笑^c

2019 年 8 月 27 日

要約

本研究では、所属集団への帰属意識が高い人ほどその集団内でよく着られているファッションスタイル、もしくはブランドをよく身に着けると仮定し、集団への帰属意識が特定のファッションの着用頻度に与える影響について調査した。そこで、Google Form でアンケートを作成し、131 名からの有効回答を得た。アンケートを集計し、回帰分析を行ったところ、特定のファッションスタイルの質問でのみ有意な結果が得られた。有意な結果が得られなかったものに関しては、家庭環境や学校教育といった現時点での所属団体以外の影響や金銭的、地理的な影響などが考えられた。

JEL 分類番号： D9

キーワード： 帰属意識, ファッションブランド着用頻度, ファッションスタイル着用頻度

^a 市本真太 shinta3-1moto64@keio.jp

^b 岩瀬丈 jikiai@keio.jp

^c 出崎日奈笑 23rdhinae@keio.jp

1. イントロダクション

ある個人が特定のファッションを身にまとっていることで、その個人が就いている仕事、または持っている個性を予測できることがある。そのような予測ができる理由に対して疑問を抱き、ある特定の団体に属することが個人のファッションに何らかの影響を与えるのではないかと考えた。慶應義塾大学でも特定の服装からその個人がどのようなコミュニティ(サークル、部活)に属しているのかを予測できることがある。例えば、Ralph Lauren の T シャツを着ている学生には、体育会所属の学生が多い。このような事実を背景に、団体に対する「帰属意識」に注目し、これがどのようにファッションに影響を与えているのか調査した。本研究では「集団への帰属意識が特定のファッションの着用頻度に与える影響」というテーマのもと、「集団への帰属意識が強ければ、そこに属する個人の特定のファッションの着用頻度は高い」という研究仮説を立て、アンケート調査をもとに研究を行った。帰属意識という切り口からファッションに与える影響を検討する本研究は目新しいアプローチであるとともに、単にファッションが本人の選好だけで選ばれるものではないならば、非常に興味深い研究になるだろうと考えた。ここで本研究における「帰属意識」とは「自分が所属する団体への意識の強さ」と定義する。また、共同体感覚尺度の作成(高坂 2011)によると、共同体感覚尺度は主に「所属感・信頼感」、「自己受容」、「貢献感」の3因子で構成されているが、今回の研究では、大学生の所属集団で特に帰属意識に影響を及ぼす可能性のある「所属感・信頼感」、「貢献感」の2因子を、帰属意識を決定する因子とした。

2. 研究方法

まずは、アンケートの回答を得るために、8/13~8/20の期間で、Google Form を利用し、SNS を通じて URL を大学生に配布し、延べ131件の回答を得た。アンケートのQ1「あなたが所属している団体で、あるブランドやスタイルが多く着られているなど感じることはありますか。」という質問にて、「いいえ」という回答を101名から得られ、残りの30名から「はい」という回答を得られた。Q1で「はい」と回答した30名には、Q2以降の質問に回答していただき、「いいえ」と回答した101名にはQ1でアンケートの回答を終了していただいた。Q2では、団体名を回答していただき、Q3~Q6では集団内での帰属意識を測る質問を設けた。Q3では団体の力になりたいという貢献感を測る質問、Q4では問題解決への貢献感を測る質問を設けた。Q5,6では所属感・信頼感を測る質問により、帰属意識を1~6の数値で測った。Q7ではメンズファッションを身に付けるのか、ウィメンズファッションを身に付けるのか、どちらを身に付けるかを問う質問を設けた。これは

身に付けるファッションブランドやスタイルがメンズ・ウィメンズで異なることを考慮したため、Q8以降の質問で2つのセクションに分断し、異なる選択肢を設けた。Q8以降の質問に関して、Q2で回答した集団内で多く着られているファッションスタイルを問う質問をQ8に、ファッションブランドを問う質問をQ10に設けて、そのスタイルの着用頻度を問う質問をQ9で、そのブランドの着用頻度を問う質問をQ11で設けた。Q9,Q11の回答結果に関して、複数回答の場合は、その中で最も数値が大きい値を回帰分析に用いる数値として採用した。今回の研究では、帰属意識が着用頻度に与える影響に関して仮説を検証するため、回答の中で最も必要なのが着用頻度の最も多い値であり、複数回答にしたのは形式的なアンケートへの回答のしやすさを重視したためである。Q3~Q6の帰属意識の数値をそれぞれ説明変数に、Q9,11の着用頻度の数値をそれぞれ被説明変数として、全8パターンの回帰分析を行い、それを基に仮説を検証した。また、下記にはアンケート結果から得られた記述統計量を記載する。(表1)

表1 記述統計量

	平均	標準偏差	最大値	最小値
世界観(団体の力になりたいという貢献感)	5	1.47	6	2
世界観(問題解決への貢献感)	4.33	1.56	6	2
世界観(団体を離れた後の信頼感)	4.23	1.85	6	1
世界観(団体の一員であるという所属感)	4.43	2.05	6	1
経済行動(ファッションスタイルの着用頻度)	4.23	4.98	7	0
経済行動(ファッションブランドの着用頻度)	3.07	2.33	6	0

3. 研究結果

30 件の回答のデータから単回帰分析を行った結果は、表 2 の通りである。

表 2 単回帰分析の結果

(有意が出たもの)

被説明変数	説明変数	係数	P 値	決定係数
ファッションスタイルの着用頻度	Q3. 団体の力になりたいという貢献感	0.727	0.03**	0.156

(有意が出なかったもの)

被説明変数	説明変数	係数	P 値
ファッションスタイルの着用頻度	Q4. 問題解決への貢献感	0.336	0.321
ファッションスタイルの着用頻度	Q5. 団体を離れた後の信頼感	0.476	0.12
ファッションスタイルの着用頻度	Q6. 団体の一員であるという所属感	0.276	0.349
ファッションブランドの着用頻度	Q3. 団体の力になりたいという貢献感	0.068	0.776
ファッションブランドの着用頻度	Q4. 問題解決への貢献感	-0.077	0.736
ファッションブランドの着用頻度	Q5. 団体を離れた後の信頼感	-0.169	0.422
ファッションブランドの着用頻度	Q6. 団体の一員であるという所属感	-0.063	0.757

表 2 より、団体の力になりたいという貢献感と集団内の流行ファッションスタイルの着用頻度は強い関連があった。しかし、問題解決への貢献感が強い時には、集団内の流行ファッションスタイルの着用頻度とは関連が見られなかった。また、所属感・信頼感が集団内の流行ファッションスタイルの着用頻度に与える影響に関しては、有意な結果が得られなかった。そして、集団内の流行ファッションブランドに関しては、全て有意が得られず、所属

感・信頼感と流行ブランドの着用頻度とは弱い逆相関となった。

4. 考察

研究結果から、所属団体の力になりたいという貢献感が強いほど、その集団内での流行ファッションスタイルの着用頻度が増えることが分かった。ここで貢献感が強いということは、所属団体のメンバーまたは団体自体への愛着、好感が強いということでもある。すなわち、ファッションスタイルへの好感度も上がり、着用頻度が上がる。

また、同じファッションスタイルの着用頻度の被説明変数に対して、貢献感とそれ以外の世界観で有意差が出たことから、所属感が強いほど愛着も強くなるわけではない。例えば、他に所属するコミュニティがなければ、仕方なくその団体にのみ所属することになるため、所属感は強いが、愛着が強くないというケースも想定される。

さらに、同じ貢献感の質問において、被説明変数をファッションスタイルの着用頻度にした場合と、ファッションブランドの着用頻度にした場合で、有意差が見られたことから、地理的要因や金銭的要因により、同じファッションスタイルでも異なるファッションブランドを着用することがあるということもわかる。

貢献感を決定する大きな要因の一つに、家族という共同体の経験があると考えられる。家庭は、ほとんどの人間が学習段階にある時期に、多くの事を学ぶ環境であり、家族は子どもの教育をするが、教育方法、子どもの育ち方は次の2パターンであると考えられる。1つ目は、規律を重んじる家庭や学校で育った個人は将来の違う集団でも規律を重視するような貢献感を抱くようになるパターンであり、2つ目は、自由を強調した家庭や学校で育った個人は将来の違う集団でも自由を重視する貢献感を抱くパターンである。これらの貢献感にはリーダーシップにも繋がると考える。すなわち、前者は支配型リーダーシップに、後者はサーバントリーダーシップの基盤であるとも考えられる可能性があるため、今後、これまでの共同体での経験がリーダーシップにどのような影響を与えるのかを、共同体における貢献感の形成の観点から詳しく研究する必要がある。

付録

アンケート

Q1. あなたが所属している団体に、あるブランドやスタイルが多く着られているなど感じることはありますか。(例：私のダンスサークルはよく古着を着ているかも etc...)

・はい ・いいえ

Q2. Q1 で「はい」を選んだ方は、①に最も当てはまる団体名を1つ教えてください。(具体的な名前をお願いします!)

【Q3~Q6 の選択肢】

全くそう思わない ————— とてもそう思う

1 2 3 4 5 6

Q3. Q2 で回答した団体の力になりたいと思いますか。

Q4. Q2 で回答した団体で問題を生じた場合、解決にどのくらい貢献しようと思いますか。

Q5. Q2 の団体を卒業した後も、その団体とどのくらい交流を持ちたいと思いますか。

Q6. Q2 で回答した団体の一員であることをどのくらい誇りに思いますか。

Q7. あなたはどちらのタイプのファッションをよく身に着けますか？

・メンズファッション ・ウィメンズファッション

Q8. Q2 で回答した団体について、「多く着られているな」と感じるスタイルはどれですか。

(複数回答可)

Q9. あなたは Q8 で回答したスタイルを1週間のうち、平均してどれくらい着用しますか？

Q10. Q2 で回答した団体で、「多く着られているな」と感じるブランドは何ですか？(複数回答可)

Q11. あなたは Q10 で回答したブランドを1週間のうち、平均してどれくらい着用しますか？

【Q8,10 の選択肢】

(メンズセクション)

Q8. A カジュアル B アメリカンカジュアル C キレイめカジュアル D キレイめ E コンサバ系 F ストリート系 G 古着系 H サーフ系 I その他

Q10. ア.H&M イ.WEGO ウ.UNIQLO エ.GAP オ.ZARA カ.FOREVER21 キ.GU
ク.Right-on ケ.GLOBAL WORK コ.HARE サ.RAGEBLUE シ.Urban Research
ス.Journal Standard セ.UNITED ARROWS ソ.BEAMS タ.SHIPS チ.EDIFICE
ツ.TOMORROWLAND テ.Paul Smith ト.RALPHLAUREN ナ.TAKEO KIKUCHI
ニ.BURBERRY ヌ.JORDAN ネ.UNDER ARMOUR ノ.AMERICAN EAGLE
ハ.Hollister ヒ.Abercrombie&Fitch フ.Tommy Hilfiger ヘ.NIKE ホ.adidas
マ.patagonia ミ.The North Face ム.steaven alan メ.LAD MUSICIAN

モ.FRED PERRY ヤ.LACOSTE ユ.ブランド古着 ヨ.ビンテージ古着 ラ.下北系古着
リ.Billabong ル.Hurley レ.New Era ロ.Avirex ワ.thrasher フ.anti social social club
ン.その他

(ウイメンズセクション)

Q8. A キレイめカジュアル B スポーティーカジュアル C キレイめ(上品) D ガーリッシュ
ユ E フェミニン F モード系 G ロック系 H 古着系 I その他

Q10. ア GLOBAL WORK イ.ROPE' PICNIC ウ.JEANASIS エ.PAGEBO
オ.earth music & ecology カ.hyphen world gallery キ.LOWRYS FARM ク.Heather
ケ.titty&Co. コ.MAJESTIC LEGON サ.INGNI シ.dazzlin ス.SNIDEL
セ.CECIL McBEE ソ.DIESEL タ.EMODA チ.UNIQLO ツ.GAP テ.FOREVER21
ト.ZARA ナ.H&M ニ.WEGO ヌ.GU ネ.X-girl ノ.MOUSSY ハ.Tommy Hilfiger
ヒ.Ralph Lauren フ.Hollister ヘ.Abercrombie&Fitch ホ.Champion マ.VIS
ミ.BALENCIAGA ム.GUCCI メ.patagonia モ.The North Face ヤ.ルイヴィトン
ユ.NIKE ヨ.FREAK'S STORE ラ.UNITED ARROWS リ.BEAMS ル.ブランド古着
レ.ビンテージ古着 ロ.下北系古着 ワ.その他

引用文献

高坂康雅, 2011, 『共同体感覚尺度の作成』, 教育心理学研究, 59 卷, 1 号, p.1