

ファッション: 日米大学生 のスタイルに影響する要 因

マリッサ・アームストロング

ディアナ・ゴメズ

JAPN 404

2017年4月5日

アドバイザー: 齋藤-アボット佳子教授 & 関根繁子教授

概要

- 研究の重要性
- 研究質問
- 研究背景
- 研究方法
- 研究結果
- 結論
- 参考文献
- 謝辞

研究質問

1. 日米の大学生は個人的なスタイルを通してどのように自分のアイデンティティーを表現しているのか。
2. トレンドセッターは消費者としての日米大学生にどのような影響を及ぼしているのか。

研究の重要性

- アメリカ人のスタイルは個性的である、一方日本人は周りの人の服装と同じようにする傾向がある。
- 日本では全ての店で同じような洋服を売っていると思ったため、日本人にとって「自分のスタイル」とはどのようなことかを知りたい。
- アメリカと日本のファッションには一体どのような違いがあるか、そしてどのようなことに影響されているかを知りたい。
- 自分のスタイルは何に影響されるかということを知りたい。

研究背景

- ファッションの歴史
 - アメリカ
 - 日本
- トрендセッターの条件
- トレンドはどのように作られるか
- 様々な異なるファッションメディア
- ファッションとアイデンティティの相互関係

ファッションの歴史: アメリカ

色で区別された時代は後ほど説明します



ファッション雑誌が人々の服装に影響を及ぼし始めた

大恐慌が人の収入を下げることにより、新しい服を作るための織物が限定された

ボギューとエスクワイアなどのファッション雑誌は新しい流行を生んだ



若者がロックスターの服装をまねた服を作った

服を買うための収入が経済回復により増加した



ブルマという服により人々が自由に行動できるようになった



第一次世界大戦の終わり=配給が終わり、服がより手の込んだものになった



第二次世界大戦の終わり=価格が安く品質の高い服が最も一般的になった

ティーンエイジャーは新しくて反動的なスタイルを取り込んだ



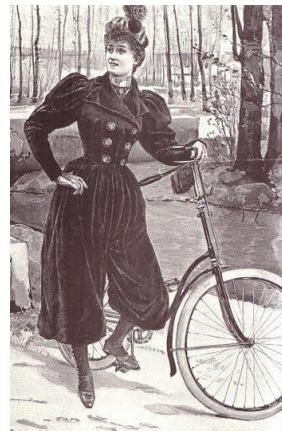
価格は安いですが格式の高い服が人気となった、ファッション・デザイナーは国際的に服を売った

1960年代、70年代のレトロファッションが再び人気になった

第一次世界大戦後：アメリカ

1900代	ゆったりとしたブルマというパンツが女性に自由な行動を与え人気になった
1920代	第一次世界大戦の終わり=配給が終わり、服がより手の込んだものになった
1930代	大恐慌が人々の収入を下げ、ファッションの変化を無視し同じ服を着ていた

工業化や女性運動による変化や大衆文化(雑誌、テレビ、映画)、戦争がファッションの世界に影響を与えた



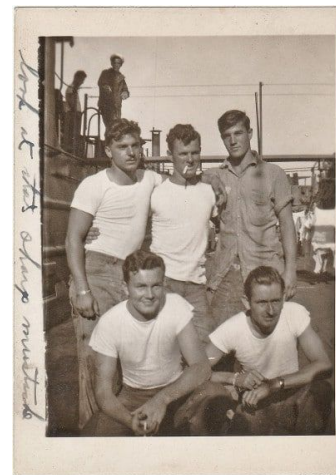
1920代の好景気に対して、1930代は大恐慌の影響で金銭的な余裕がなく流行の服を買うことができなかった

(Pendergast, 2003)

第二次世界大戦後：アメリカ

1940代	↑ WWIIから帰った兵士が着ていたTシャツは、カジュアルなシャツとして受け入れられた
1950代	人は服の制限に飽きたので再び高価な服を着始めた
1960代	↓ ロックンロールの影響で、硬いブルージーンズとプードルスカートが流行した

ファッション雑誌は男性用の洋服を女性用に変換する方法を紹介し始めた



戦争に依る衣服の制限が個性のないスタイルをもたらした - 人々は自分の個性を表現するために新しいスタイルを作った

(Pendergast, 2003)

新しい流行:アメリカ

1970代	ベルボトムジーンズ、タイダイ、マキシドレス、厚底靴が流行になった
1990代	グランジ(古い、汚れている、綻びのある)の服は流行旋風になった
2000代	1960代 70代のレトロ・ファッションという服は再び人気になった

ロックバンドやアンダーグラウンドの人々は新しい流行を生み出して、フォロワーはそのスタイルを取り込んで変え、デザイナー達はその新しいスタイルを倣って、大衆に売り出した

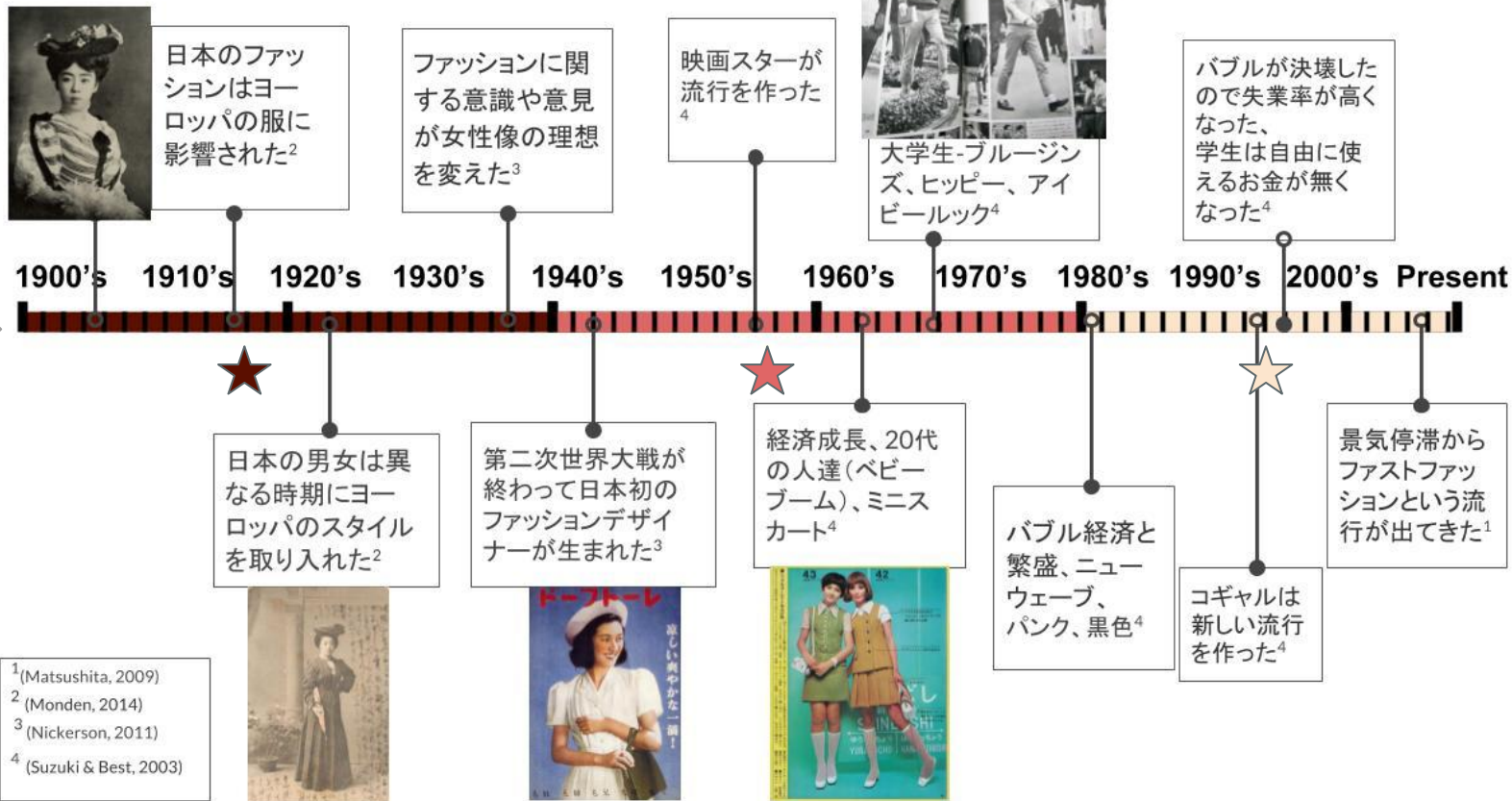


(Pendergast, 2003)

★ 同じようなスタイルに飽きた若者達によるスタイルレボリューションが始まった

ファッションの歴史：日本

色で区別された時代は後ほど説明します



第一次世界大戦後：日本

1910代	日本のファッションはヨーロッパの服に影響された
1920代	日本の男女は異なる時期にヨーロッパのスタイルを取り入れた ¹
1930代	「ファッションに関する意識や意見が女性像の理想を変えた」 ²

★ 海外ファッションが日本の流行に影響を与え始めた

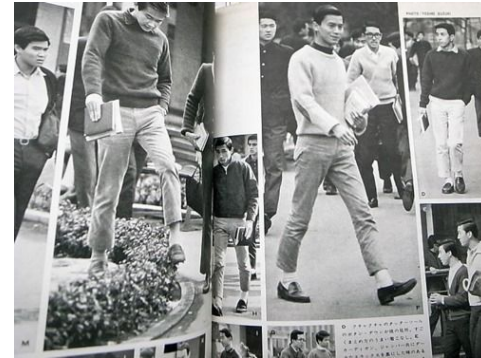


¹(Monden, 2014)

²(Nickerson, 2011)

第二次世界大戦後：日本

1940代	↑ 日本初のファッションデザイナーが出てきて、消費実践している女達は自分の世界を形作る ¹
1960代	経済成長、20代の人達(ベビーブーム)、ミニスカート
1970代	↓ 大学生はブルージーンズ、ヒッピー、アイビールック ²



控えめなスタイルの流行に変わって、女性の服は益々自由になった、男性の服はプロフェッショナルかつ快適なものになった

¹(Nickerson, 2011)

²(Suzuki & Best, 2003)

新しい流行：日本

1980代	バブル経済 = 比類のない繁盛
1990代	バブルが崩壊したので失業率が高くなった、 学生は可処分所得がなかった ²
2000代	景気停滞 → ファストファッション: 品質 が高くて低価格な服 (例: UNIQLO) ¹

Nikkei Stock Index

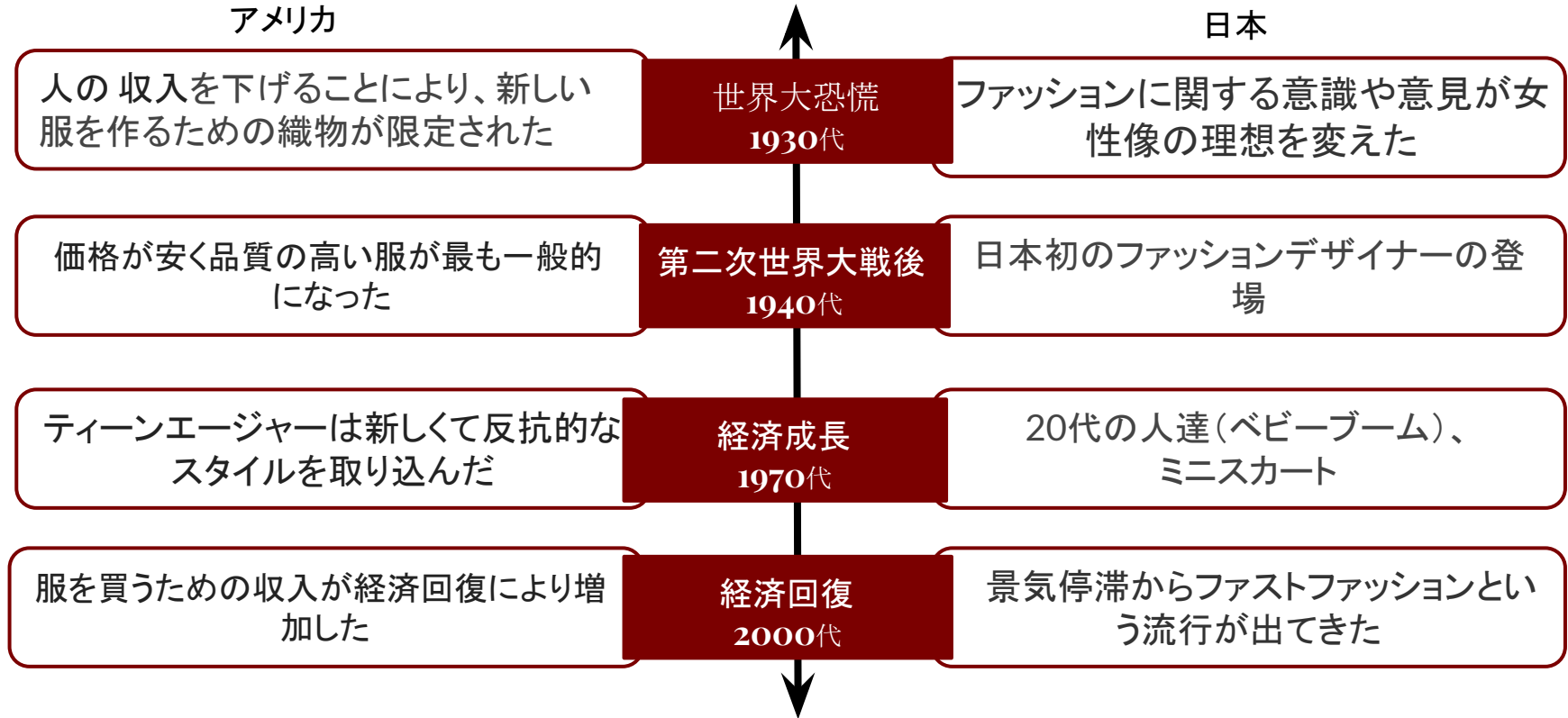


★ 経済の変わりが服の製造に影響した

¹(Matsushita, 2009)

²(Suzuki & Best, 2003)

日本とアメリカのファッションの歴史



トレンドセッターの条件

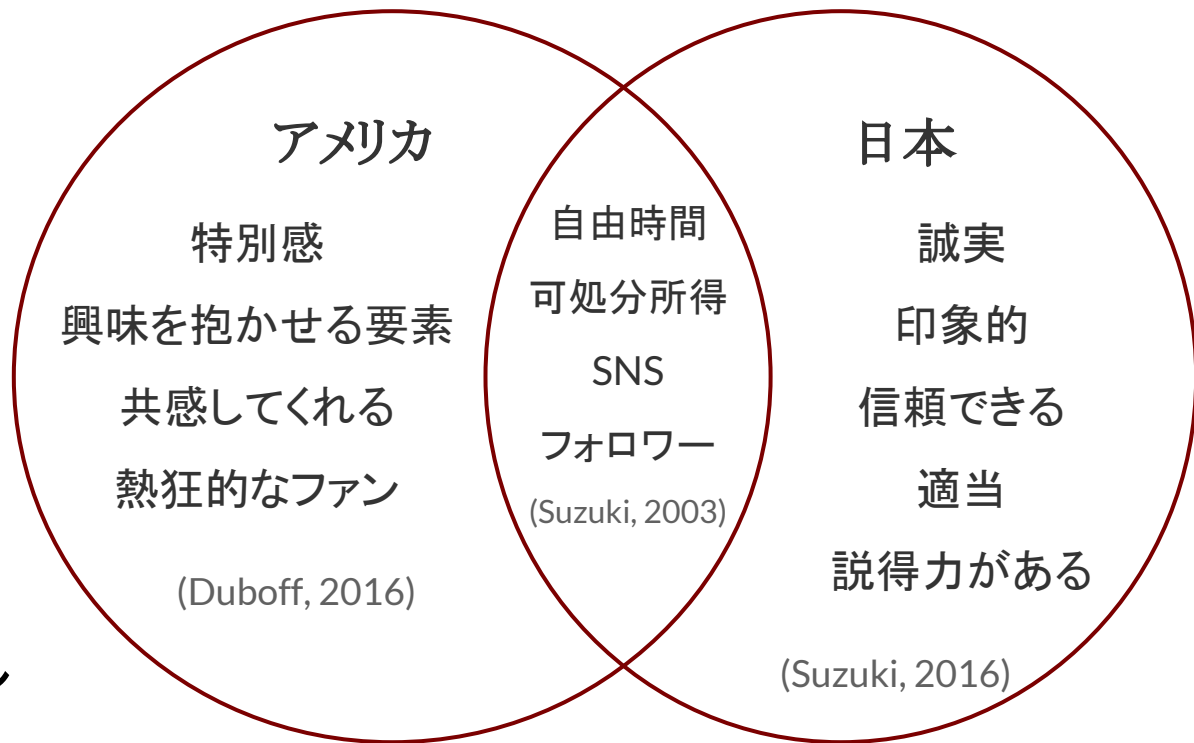
アパレル市場は**頻繁で急速**な変化を
遂げている
(Goldsmith, Flynn & Clark, 2012)

スタイル・デザインの必要性が増える
につれて、**耐久性**が減る
(Kawabata & Rabolt, 1999)

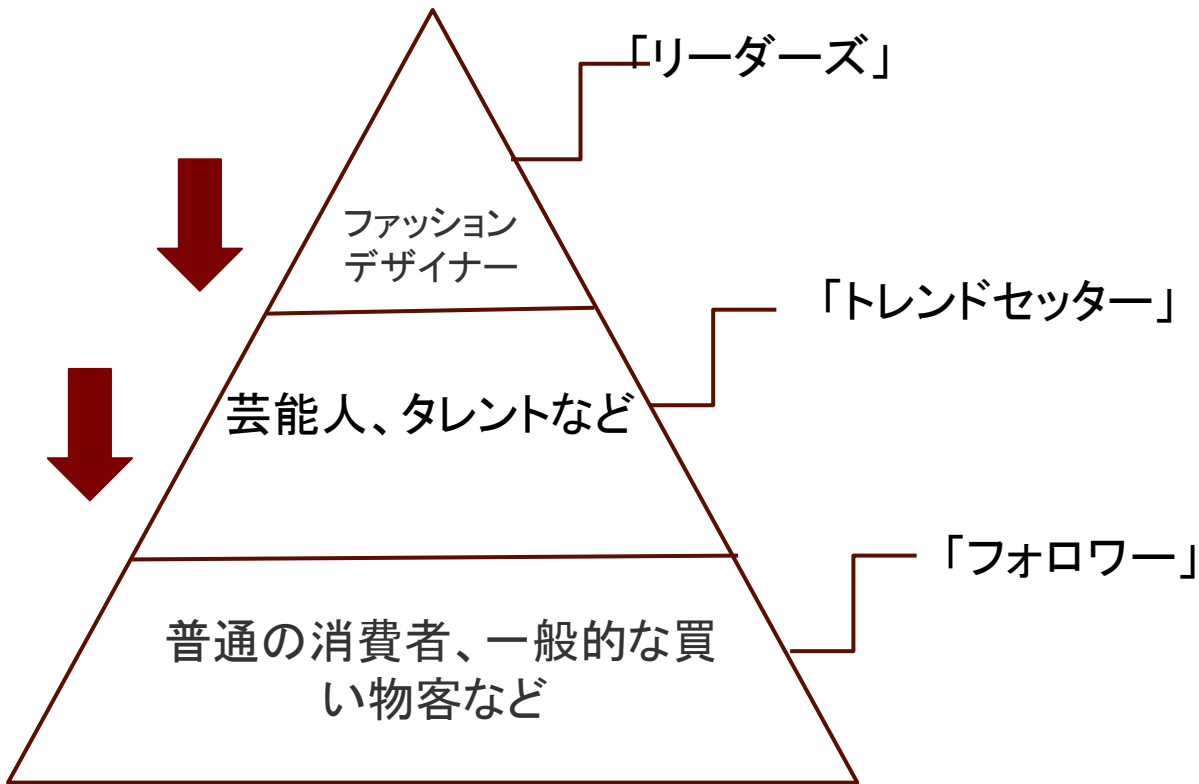
その結果



ファストファッションが流行して以降、
常に新しい商品を出し出すために**トレ
ンドセッター**が必要とされている



トレンドはどのように作られるか



ディレクショナル・モデル

トレンドが徐々に広まること



(例: 左にあるチャット)

シレクショナル・モデル

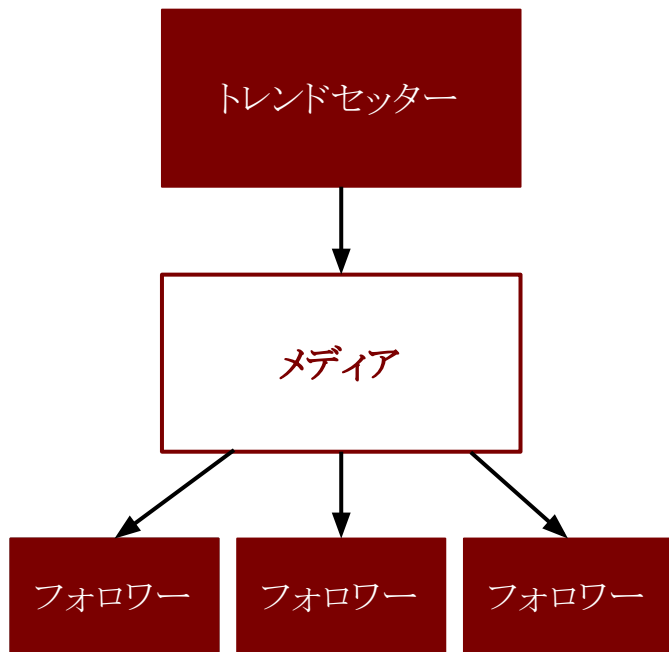
様々なトレンドから一つだけ選ばれている

(例: この星)



(Suzuki, 2003)

様々な異なるファッションメディア



- ファッションの取材はイノベーターに注目を引く
 - トрендセッターの動作を発見したり明らかにしたり報告したりする
- 雑誌は一番信頼できるファッションの情報源
 - 日本の雑誌には普通の女の子の写真がよく入っている

(Suzuki & Best, 2003)

ファッション雑誌、店内ディスプレイ、友達、
テレビは最も影響するもの

(Kawabata & Rabolt, 1999)

米国: ファッションとアイデンティティの相互関係

商品が自分の**地位**や**アイデンティティ**を表すものだ

唯物論 - “making money, having things, and seeing things as a means to success and happiness in life”

唯物論が高い人たち - 人生の満足度が低い

(Goldsmith, Flynn & Clark, 2012)

低い支出 - よりカジュアルなスタイルを映している

(Kawabata & Rabolt, 1999)

地位の必要さ - 階級間の可動性により重要性が薄れている

(Crane, 2009)



日本: ファッションとアイデンティティの相互関係

自己主張の高い人たち - 個人的なファッションアイテムを好む

個人化願望の高い人たち - 注目されるのが好き

模倣性の高い人たち - 友達とファッションを真似されたり真似したりすることで自信を高める

競争心の高い人たち - 流行のファッションアイテムを取り入れることで魅力的になれると感じる

少数派 - 周りと同じスタイルをすることで自分を隠したいという者

多数派 - 周りと似たスタイルをしつつ誰よりも**魅力的な自分**や他人と違う魅力的な自分を追い求める者



研究方法

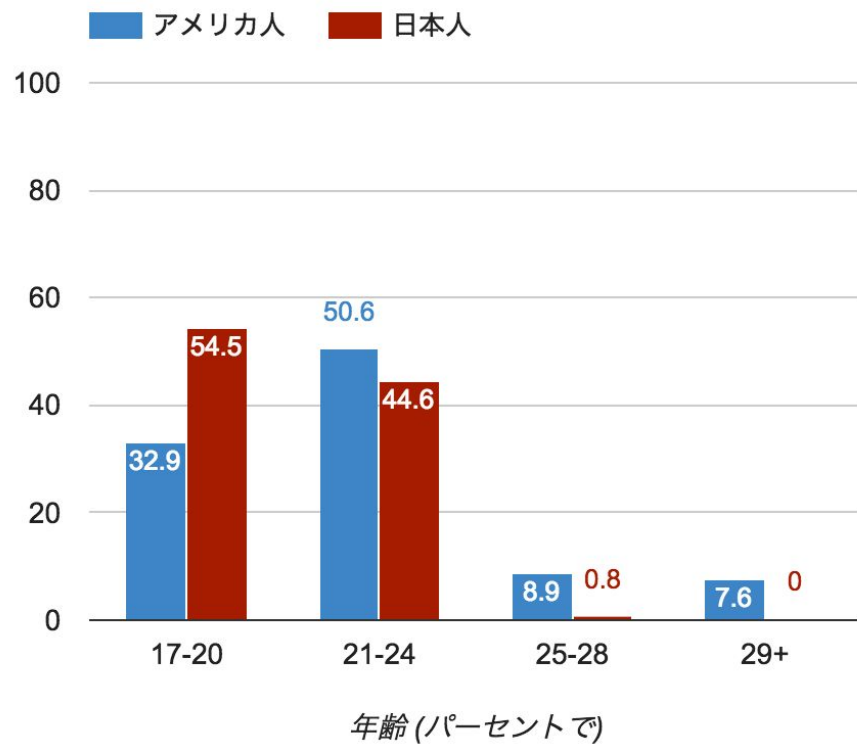
調査の回答者計：大学生200人（17～43歳）

- 日本の大学生 121人
 - 女子80人、男子41人
- アメリカ大学生79人
 - 女子57人、男子21人、1人他

オンラインによるアンケート調査（Googleフォーム）

- 日本語によるアンケート
- 英語によるアンケート

参加者の情報

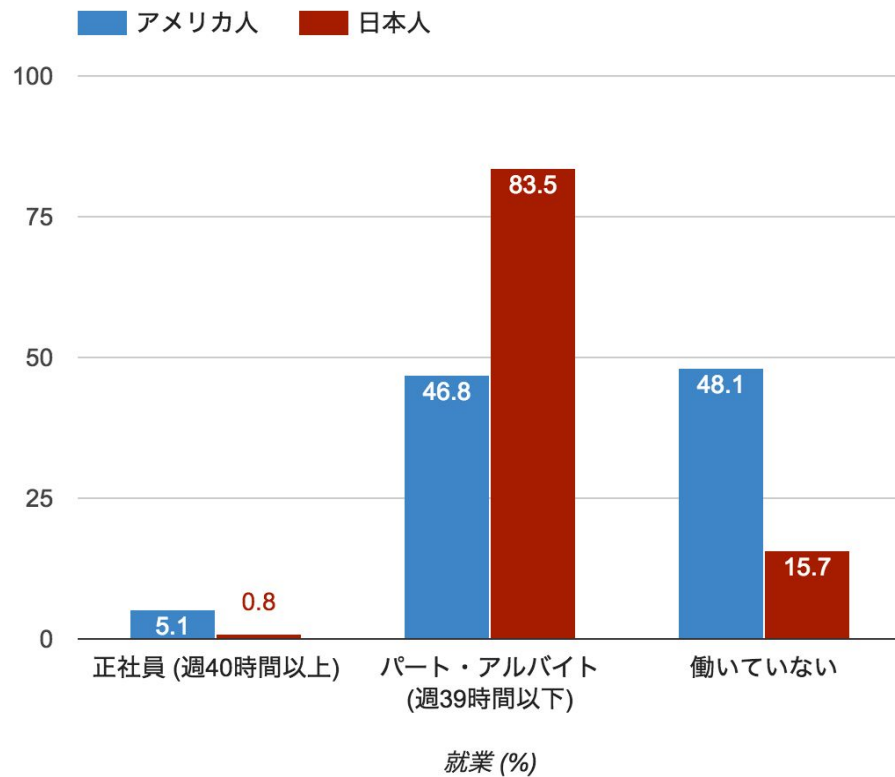


17~24歳の参加者は9割を超える

25歳以上の日本人参加者は
1%に満たない

両国とも男子は**30%**程度で女子は**70%**程度

参加者の情報: 就業



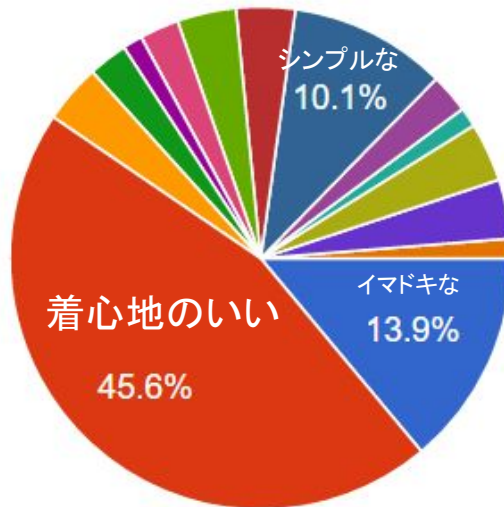
研究質問 1

日米の大学生は個人的なスタイルを通してどのように自分のアイデンティティーを表現しているのか。

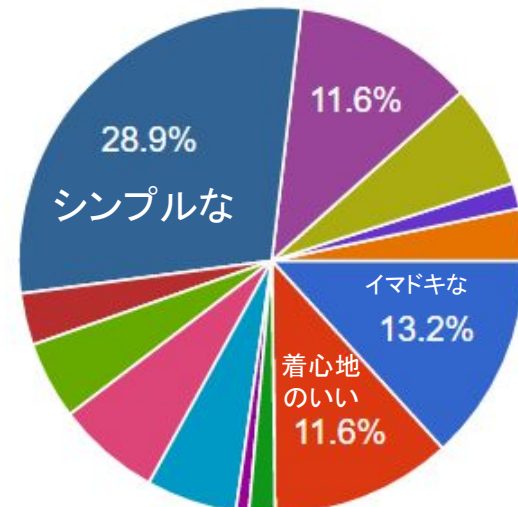
どのスタイルが最も自分の服の好みを表していると思いますか。

- イマドキな服
- 着心地のいい服
- スポーティーな服
- 露出の少ない服
- 露出の激しい服
- 華やかな服
- スマートな服
- シックな服
- 洗練された服
- シンプルな服
- ゆったりした服
- ぴったりした服
- 古着
- ストリートな服
- Other

アメリカ



日本



約半分のアメリカの大学生は着心地のいい服を好むと答え、日本人は着心地のいい服とイマドキな服とシンプルな服という回答に分かれた

アメリカ



A word cloud for America. The most prominent word is 'Comfortable' in large red font. Other significant words include 'stylish' in blue, 'minimalist' in blue, and 'chic' in yellow. Smaller words include 'smart', 'other', 'baggy', 'street-fashion', 'vintage', 'sophisticated', 'sporty', 'fitted', 'flirty', and 'conservative'.

other
smart
chic
minimalist
Comfortable
baggy
stylish
sporty
fitted
street-fashion
vintage
sophisticated
flirty
conservative

日本

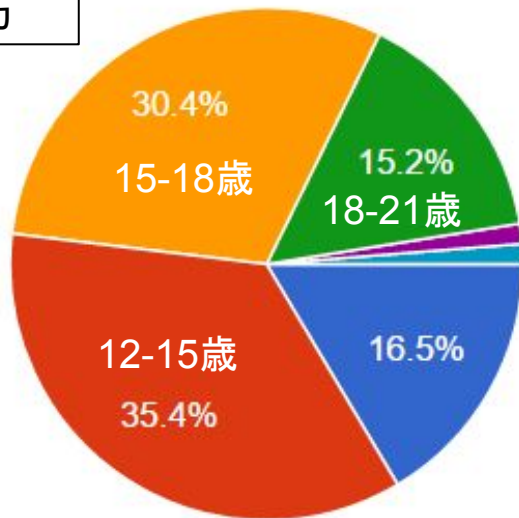


A word cloud for Japan. The most prominent words are 'minimalist' in red and 'stylish' in blue. Other significant words include 'sophisticated' in blue, 'vintage' in black, 'baggy' in yellow, and 'comfortable' in red. Smaller words include 'other', 'glamorous', 'chic', 'smart', 'modern', 'flirty', and 'conservative'.

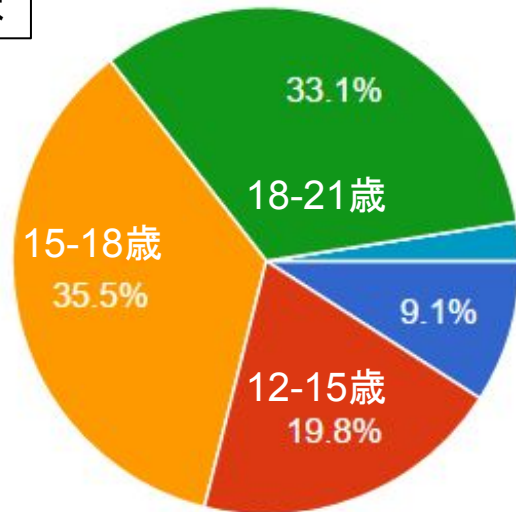
sophisticated
other
glamorous
minimalist
stylish
vintage
chic
baggy
smart
modern
flirty
comfortable
conservative

あなたは、自分の好みの服のスタイルにいつ頃気づき始めましたか。(例:服のタイプ・ブランドの好み)。

アメリカ

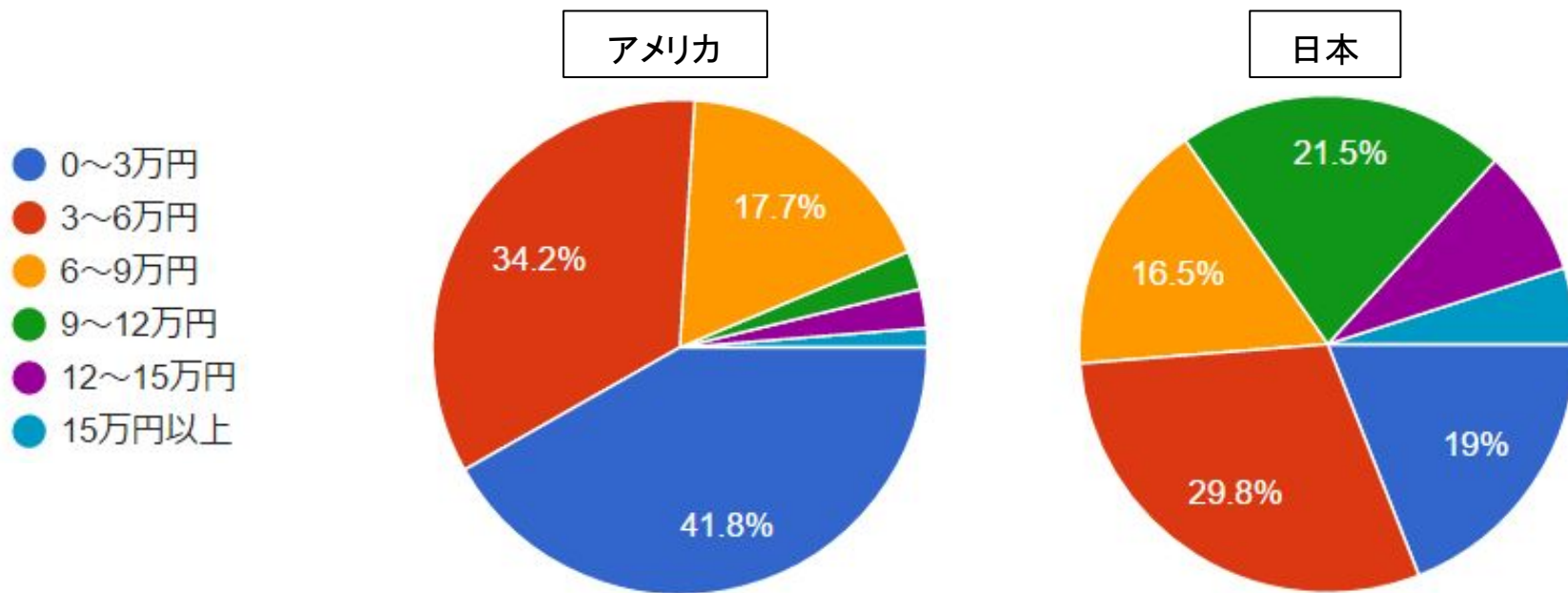


日本



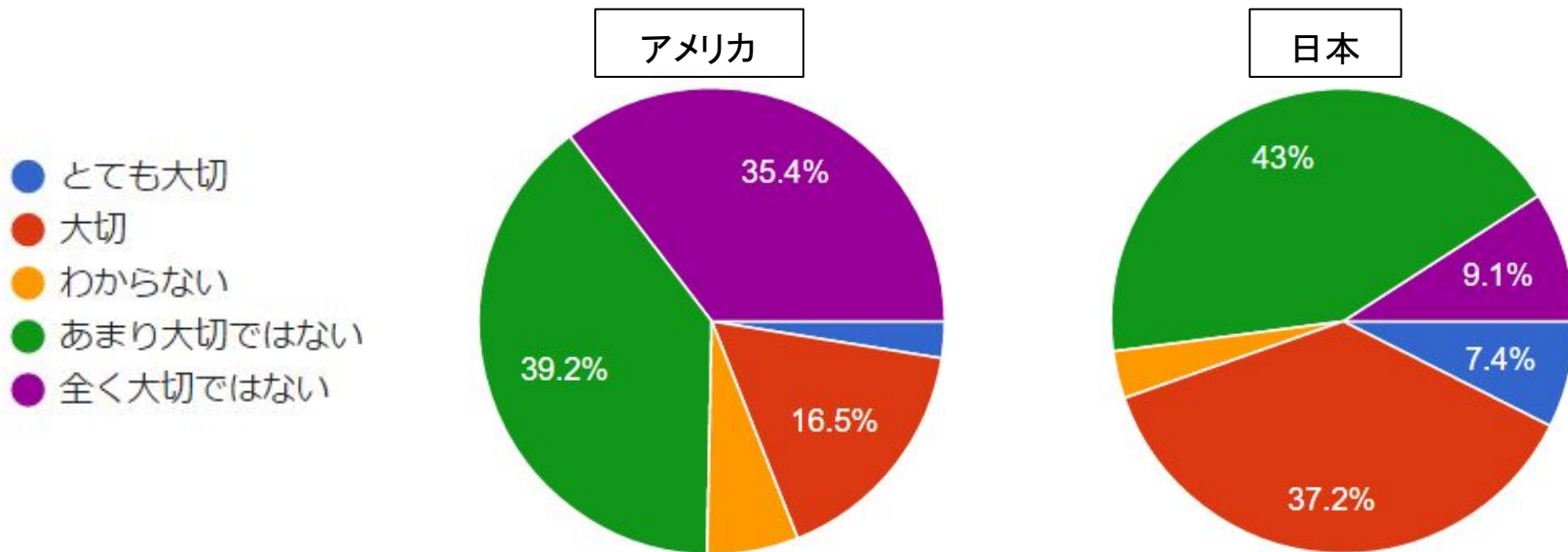
ほとんどのアメリカの大学生は中学校と高校で自分のスタイルを決めるが、それに対して約7割の日本人は高校と大学で決めたと答えた。

服のために年間でどのくらいのお金を使いますか。



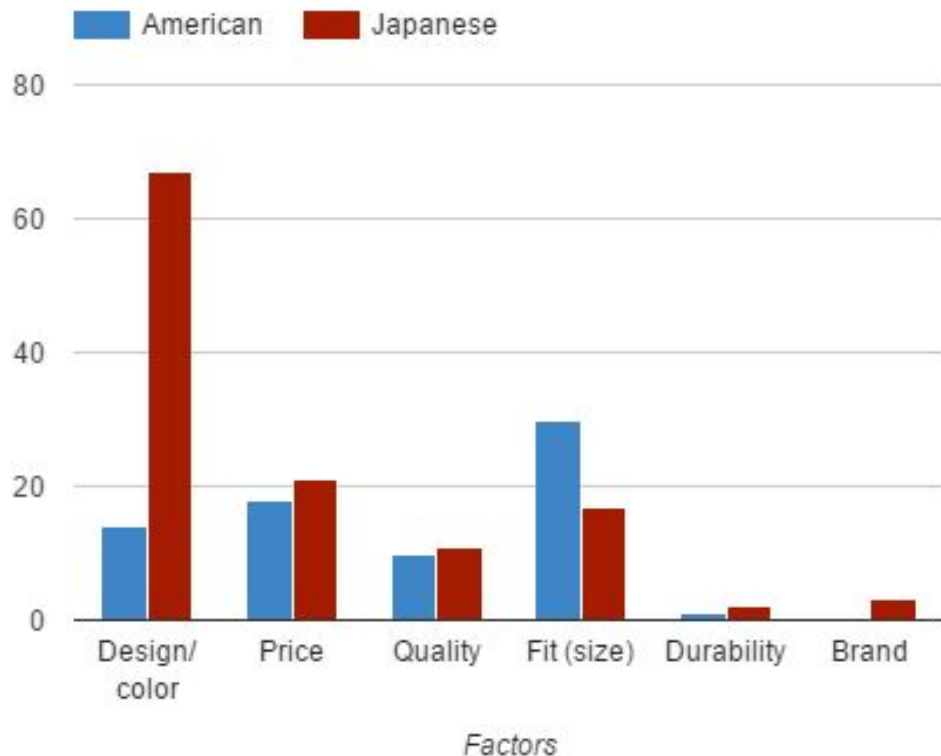
4割のアメリカの大学生は服のために使うお金は3万円程度にすぎない。その反面、ほぼ22%の日本人は9~12万円を使うと答えた。

あなたにとってブランドはどのくらい大切ですか。(例: ユニクロ・GU・H&Mなど)



大多数のアメリカの大学生にとってはブランドは**大切ではない**と答え;
他方日本人の大学生は**大切**という人と**あまり大切ではない**という人に分かれた

服を選ぶ時下記のどの要因が最も大切ですか。



American students care much more about **the fit of clothing** while Japanese students distinctly care about **design and color**.

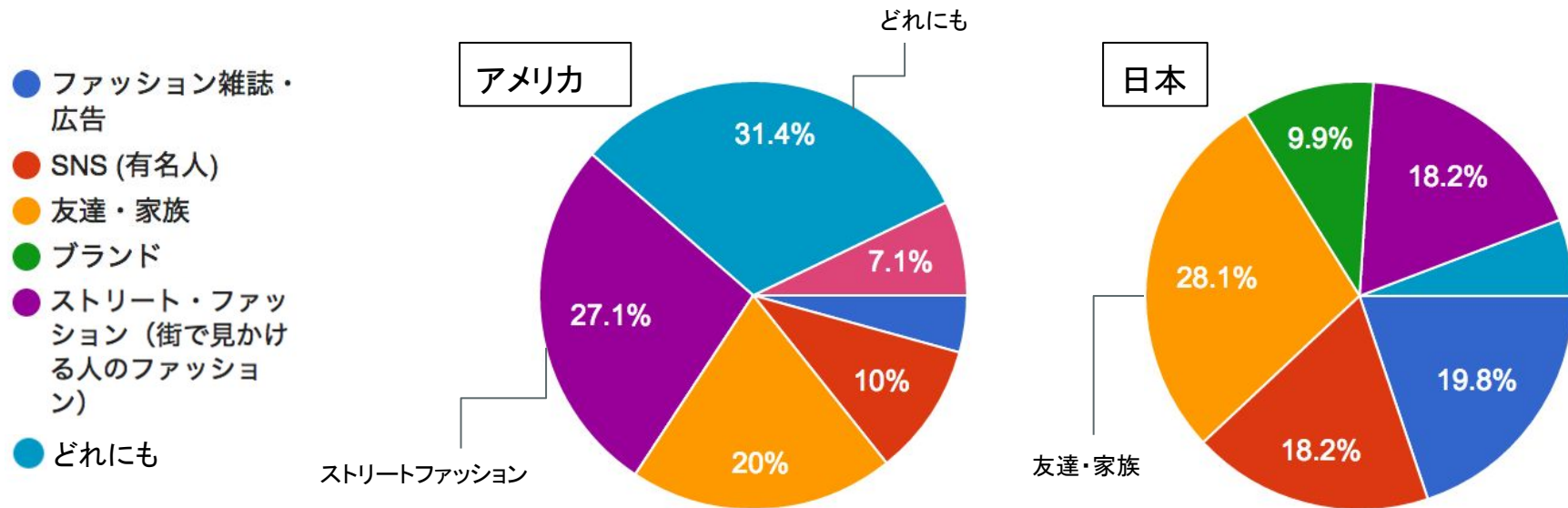
研究質問1の 結果概要

- アメリカの大学生に比べて、アルバイトをしている日本の大学生は多く、さらにファッションに費やすお金も多い
- アメリカ人は着心地のいい服を好み

研究質問 2

消費者としての日米大学生にトレンドセッターはどのような影響を及ぼしているのか。

自分の服のスタイルに何が最も影響を与えていると思いますか。

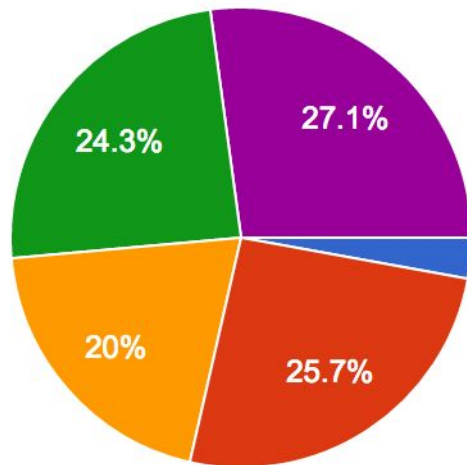


多くのアメリカ人は自分の服のスタイルは何にも影響されてないと答えた一方、日本人の多くは友達・家族、メディアに影響を受けている

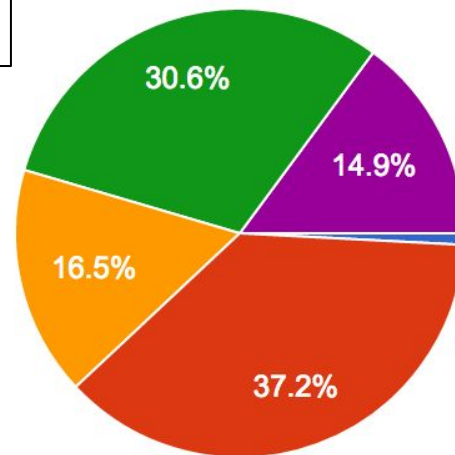
あなたは自分がどのくらい流行にのっていると思いますか。(例: ソーシャルメディアでの流行など)

- とても
- ある程度
- わからない
- あまり
- 全く

アメリカ

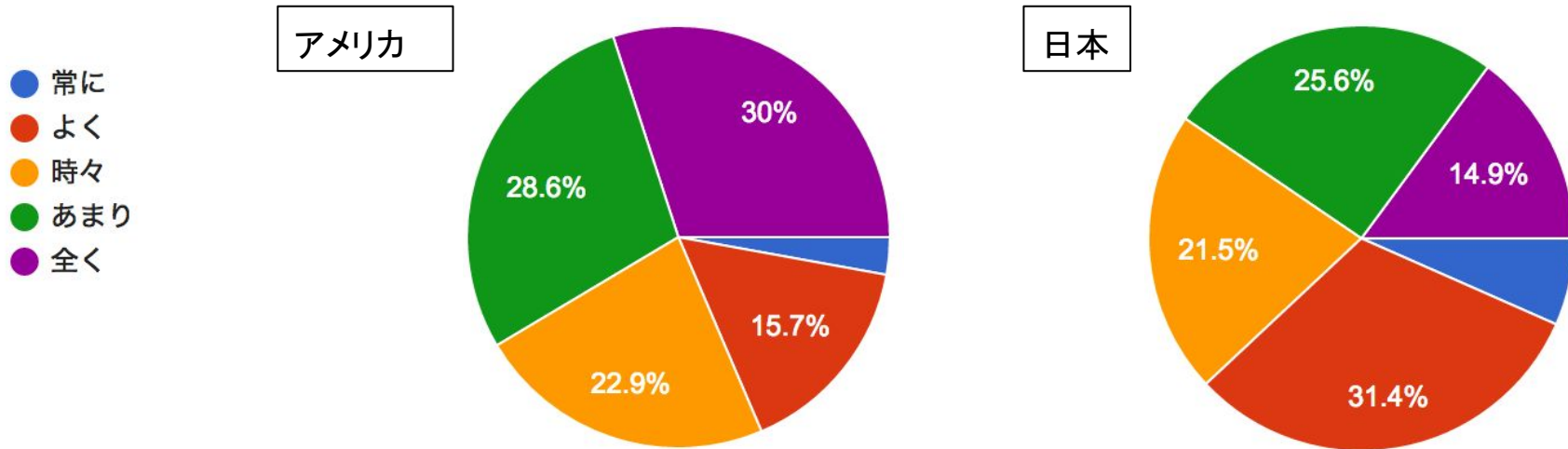


日本



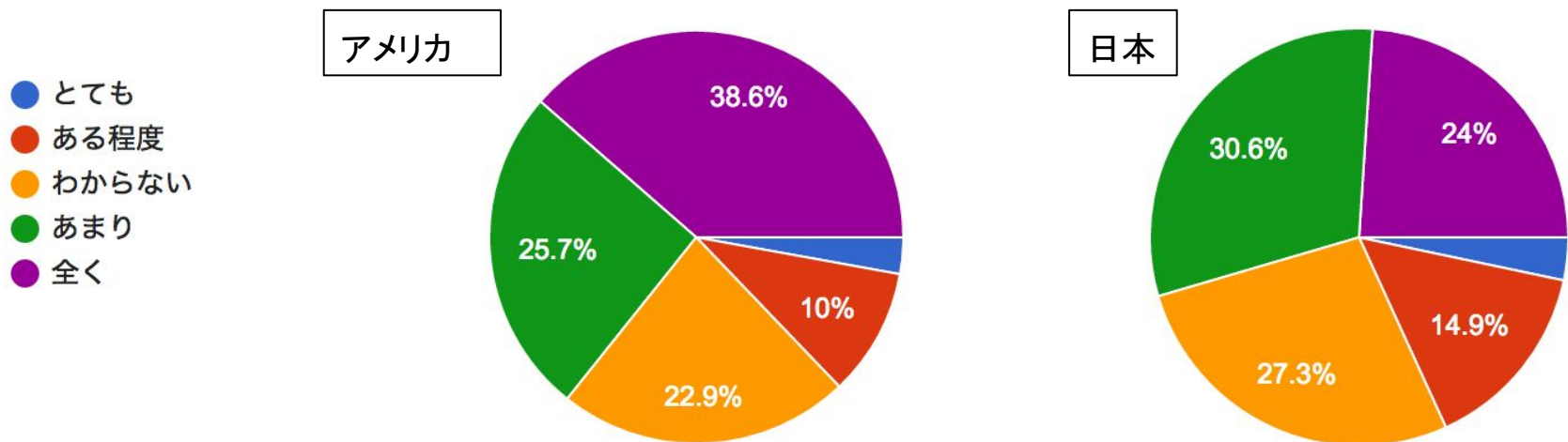
Japanese are more likely to follow trends (approximately 55%), while a greater majority of Americans considered themselves not likely to follow trends (around 12% more)

あなたは自分の服のスタイルにメディアがどのくらい影響を与えていると思いますか。(例:テレビ・雑誌・SNS)



Majority of Americans stated that they either rarely or never check media, while majority of Japanese stated frequently and sometimes

あなたが服を買う時にどのくらい好きな有名人・タレントがきっかけになりますか。(例:有名人のブランド・使っているブランド・宣伝しているブランドなど)

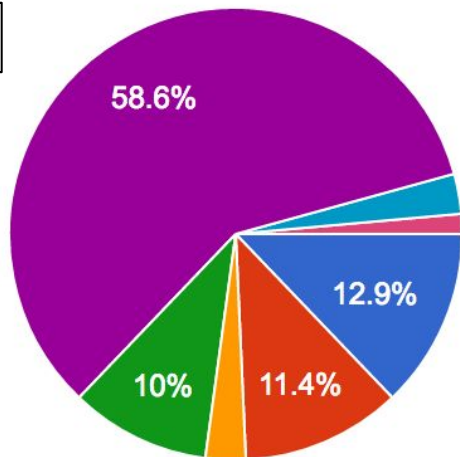


Both Americans and Japanese stated overwhelmingly that they were not less likely or not likely to buy something; however, Japanese were more likely than Americans

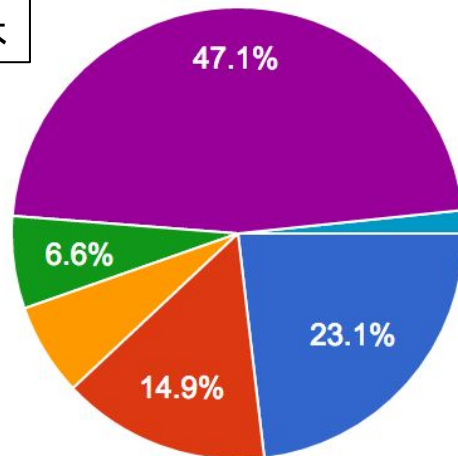
トレンドセッターになるには何が最も必要だと思いますか。

- 親近感が持てる人
- 余裕のある所得
- 誠実さ
- ファンとのつながり
- 独自のスタイル
- 時間の余裕 (買い物をするため・トレンドを調べるため・etc)
- その他

アメリカ



日本



Summary of Research Question 2 Results

結論

参考文献

- Azuma, N. (2002). Pronto moda tokyo-style - emergence of collection-free street fashion in tokyo and the seoul-tokyo fashion connection. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(2), 137-144. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/210904217?accountid=10355>
- Clemente, D. A. (2010). *The collegiate style: Campus life and the transformation of the american wardrobe, 1900-1960* (Order No. 3452461). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global: The Humanities and Social Sciences Collection. (864733431). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/864733431?accountid=10355>
- Crane, D. (2009). Fashion and its social agendas class, gender and identity in clothing. Johannesburg: TPB.
- Duboff, J. (2016). How Did Selena Gomez Become the Most Followed Person on Instagram? Retrieved November 02, 2016, from <http://www.vanityfair.com/hollywood/2016/03/selena-gomez-instagram-most-followed>
- Goldsmith, R. E., Flynn, L. R., & Clark, R. A. (2012). Materialistic, brand engaged and status consuming consumers and clothing behaviors. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 16(1), 102-119. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/13612021211203050>
- Kawabata, H., & Rabolt, N. (1999). Comparison of clothing purchase behaviour between us and japanese female university students. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 23(4), 213-223

参考文献続き

Matsumoto, K. 松本浩司. (2016). 教養としての被服教育を現代化するためのおしゃれ教育学(1): 序説・その背景と目指すべき方向性. 名古屋学院大学論集社会科学篇, 53(3), 141-154. doi: <http://doi.org/10.15012/00000616>

Matsumoto, K. 松本浩司. (2016). 教養としての被服教育を現代化するためのおしゃれ教育学(3): ファッション雑誌を分析する. 名古屋学院大学論集社会科学篇, 53(1), 53-64. doi: <http://doi.org/10.15012/00000747>

Matsushita, K. (2009). Japanese stores turn to fast fashion. *Wwd*, 198(36), 3-n/a. Retrieved from <https://search.proquest.com.library2.csumb.edu:2248/docview/231238354?accountid=10355>

Meier BP, D'Agostino PR, Elliot AJ, Maier MA, Wilkowski BM (2012) Color in Context: Psychological Context Moderates the Influence of Red on Approach- and Avoidance-Motivated Behavior. *PLoS ONE* 7(7): e40333. doi:10.1371/journal.pone.0040333

Monden, M. (2014). *Japanese fashion cultures: dress and gender in contemporary Japan*. Bloomsbury Publishing.

Nickerson, R. (2011). *Imperial designs: Fashion, cosmetics, and cultural identity in japan, 1931-1943*.

Nishida Hitomi 西田瞳. (2015). 「装い」と「ファッション」の取り入れにおける他者比較の心理. 同志社女子大学大学院文学研究科紀要, 15, 83-109. doi: <http://doi.org/10.15020/00000882>

参考文献続き

Paoletti, J. (2014). Dress casual: How college students redefined american style. *Canadian Journal of History*, 49(3), 533-534.

Pendergast, S., Pendergast, T., & Hermsen, S. (2003). *Fashion, costume, and culture*. UXL [Imprint].

Suzuki, T., & Best, J. (2003). The emergence of trendsetters for fashions and fads. *Sociological Quarterly*, 44(1), 61-79.

Suzuki, Y. 鈴木嘉彦. (2016). 女性ファッション誌における読者モデルの推奨者効果に関する研究. 埼玉大学経済学会, 13, 37-47. Retrieved from <http://sucra.saitama-u.ac.jp/modules/xoonips/detail.php?id=KY-AA11950211-13-04>

Thoene, W. S. (2012). The impact of social networking sites on college students' consumption patterns (Order No. 1510342). Available from ABI/INFORM Collection; ProQuest Dissertations & Theses Full Text: The Humanities and Social Sciences Collection. (1016196802). Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1016196802?accountid=10355>

Yoo-Kyoung Seock, & Marjorie J.T. Norton. (2007). Capturing college students on the web: Analysis of clothing web site attributes. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11(4), 539-552.
doi:<http://dx.doi.org/10.1108/13612020710824599>