

女子大生のファッション意識と就職に対する意識調査

The attitude survey about employment and fashion to female college students

柴田 佐和子

Sawako SHIBATA

Abstract

It was carried out survey on “employment and fashion”, conscious to female college student who was studying fashion in Gifu, Nagoya area. The following results were obtained: 1) Favorite brand was “Vivienne Westwood” and “Tsumori Chisato”. However, brand to buy well, was “ZARA” and “H & M” and “UNIQLO”. 2) Designer that has been the most respected was “Coco Chanel”. However, it had more to “not designer to respect”. 3) They shopped well in the “fashion building”. They shop at “Parco” well. In addition, they were often used in the “net shop”. 4) Students of 90% is “20,000 yen range”, was an amount of money to have been paid monthly for fashion. 5) Students of about 60% wanted to work for the fashion industry. Popular profession was a fashion designer and advisors. 6) “Advice of seniors, friends and family” and “HP” and “individual companies briefings” has been helpful in select company.

Keywords :女子大生、ファッション、就職

1. 緒言

ファッションを学ぶ学生のファッション意識についての調査は以前より実施されてきており、織研新聞社は全国ファッション専門学校の翌年春卒業予定者を対象にファッション意識および就職に関する意識調査を毎年実施し人気のあるブランドの推移を明らかにしている¹⁾²⁾。小野らは、ファッションを学ぶ女子大生のファッション志向や、情報源などを明らかにしている³⁾⁴⁾。そこで、我々は、岐阜・名古屋地区の衣料管理士(TA)養成校でファッションについて学んでいる女子大生を対象にアンケートを実施し、どのようなファッション意識やファッション業界への就職に関してどのような意識を持っているかを把握することを目的とし調査を実施することにした。

2. 調査方法

2.1 調査対象

20123年12月に本学学生24名および、椋山女学園大学76名、名古屋学芸大学30名、合計130名を対象に質問紙調査法によりアンケート調査を実施した。

2.2 調査項目

質問項目は、所属、年齢、居住地などの基本属性、好きなブランド、尊敬するデザイナー、1ヶ月あたりにファッションにかかる金額などファッション意識に関連する8項目と、希望職種や業種、企業選びで参考にすることなど就職に関する8項目である。なお、就職に関する項目につ

いては、回答者の選択により回答数が異なる。また、すべての質問項目はあらかじめ提示した項目より選択方式で、一部の項目については複数回答可とし回答を求めた。

3. 結果と考察

3.1 回答者の属性

回答者の居住地を表1に示す。「愛知県」が99名(76.2%)と最も多く、次いで「岐阜県」が28名(21.5%)、「三重県」が3名(2.3%)であった。愛知県在住者のうち6名、岐阜県在住者のうち8名が下宿生であった。

次に、回答者の年齢分布を図1に示す。「20～20.5歳未満」が最も多く49名で、全体の37.7%であった。次いで「20.5～21歳未満」が21名(16.2%)、「21～21.5歳未満」が18名(13.8%)、「21.5～22歳未満」が15名(11.5%)となった。

表1 回答者の居住地

居住地	人数	構成比
愛知県	99	76.2
岐阜県	28	21.5
三重県	3	2.3
計	130	100.0

3.2 ファッション意識

3.2.1 ブランド嗜好

図2は、好きなブランドを示したものである。最も回答が多かったのは、「ツモリチサト」と「ヴィヴィアン・ウエストウッド」でそれぞれ22名(16.9%)であった。次いで、「ユニクロ」21名(16.2%)、「ローリーズファーム」20名(15.4%)、「アイアムアイ」「マーク・ジェイコブス」がそれぞれ19名(14.6%)と僅差であった。

図2は、よく購入するブランドを示したものである。「ユニクロ」の44名(33.8%)と「古着」の37名(28.5%)が他のブランドより圧倒的に回答数が多かった。次いで、「H&M」が21名(16.2%)、「ローリーズファーム」が20名(15.4%)、「ザラ」が14名(10.8%)、「フォーエバー21」が12名(9.2%)であった。

好きなブランドと、よく購入するブランドを比較してみると、好きなブランドで上位に入っていた、「ツモリチサ

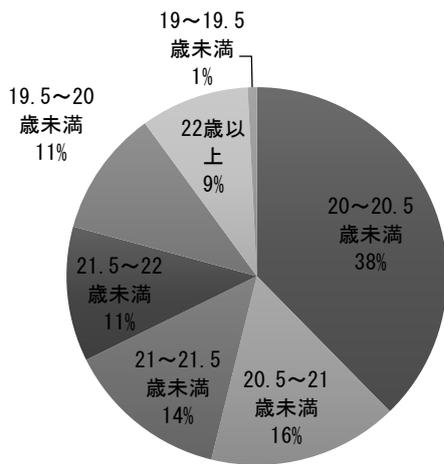


図1 回答者の年齢分布

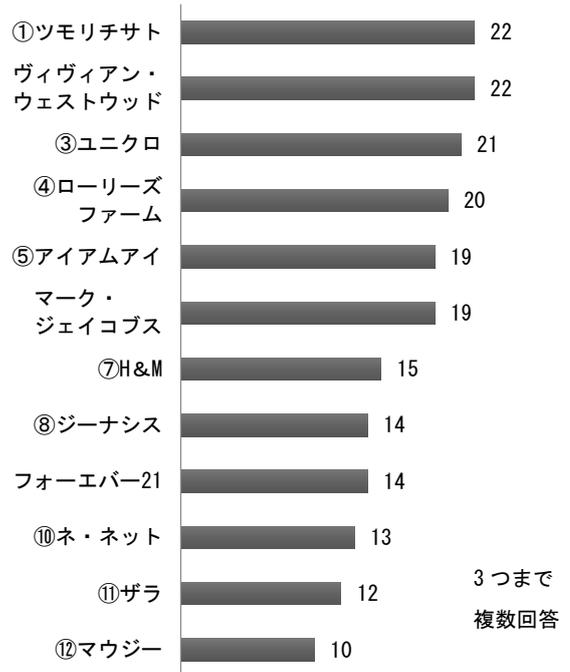


図2 好きなブランド

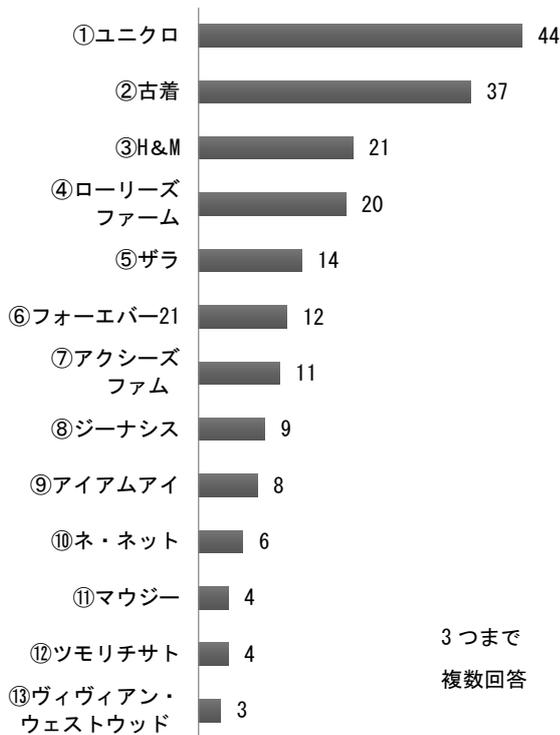


図3 よく購入するブランド

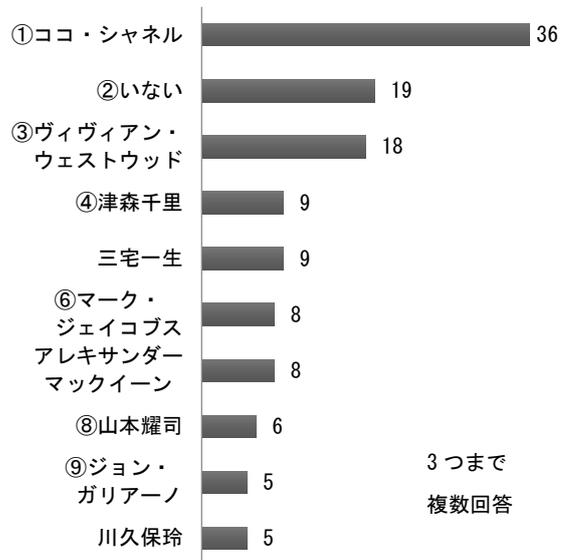


図4 尊敬するデザイナー

女子大生のファッション意識と就職に対する意識調査

ト」や「ヴィヴィアン・ウエストウッド」は、よく購入するブランドでは大幅に票数が減っていることが分かる。逆に「ユニクロ」「H&M」「ザラ」などは票数を増やしていることが分かる。「ユニクロ」「H&M」「ザラ」はファストファッションブランドに位置づけられており、トレンドを取り入れつつも価格帯が低めに設定されていることから、実際に購入をする時は、ブランドよりも価格を重視していることが示唆された。

3.2.2 尊敬するデザイナー

図4に、尊敬するデザイナーを示す。「ココ・シャネル」が最も多く36名(27.7%)であった。次いで、「尊敬するデザイナーはいない」が19名(14.6%)、「ヴィヴィアン・ウエストウッド」が18名(13.8%)であり、この3項目が他項目より圧倒的に多かった。「尊敬するデザイナーがない」の回答が多く、ファッションを学んでいるからといって必

ず尊敬するデザイナーがいるとは限らないことが示唆された。

3.2.3 購入場所

図5は、よく買い物をする場所を示している。他項目を引き離して最も多かったのは「ファッションビル」で91名(70.0%)、次いで「古着屋」が41名(31.5%)、「ネットショップ」「百貨店」が同数で32名(24.6%)、「郊外のショッピングモール」が25名(19.2%)と続いた。

図6は、よく買い物をする店を示している。「パルコ」が最も多く84名(64.4%)であった。次いで「イオン、イオンモール」が54名(41.5%)、「ユニクロ」が39名(30.0%)、「ラシック」が29名(22.3%)、「JR高島屋」が16名(12.3%)であった。よく買い物をする場所で「ファッションビル」が多かったことから、岐阜・名古屋地区で最大級のファッションビルである「パルコ」と回答した学生が多かったと

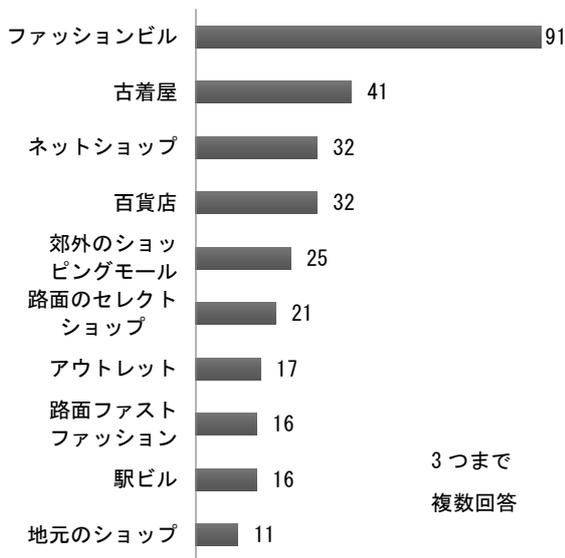


図5 よく買い物する場所

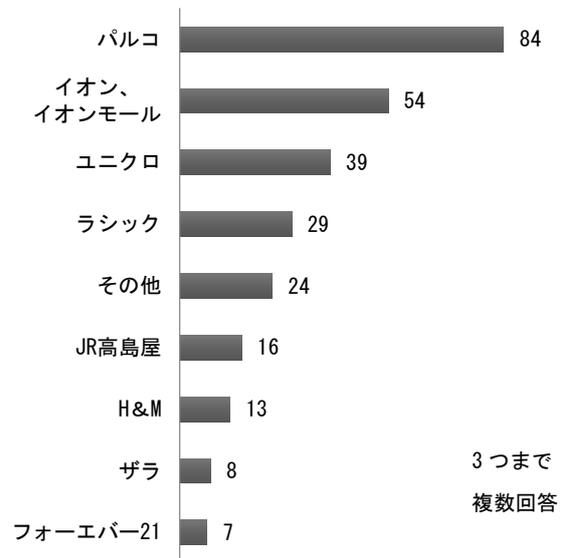


図6 よく買い物する店

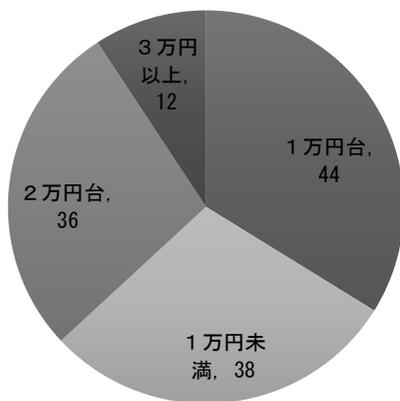


図7 一ヶ月あたりにファッションにかける金額

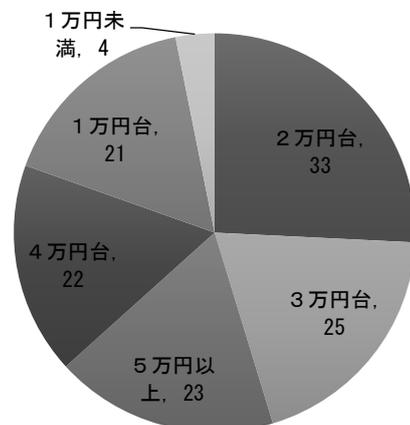


図7 一ヶ月あたりに自由に使える金額

考えられる。

3.2.4 収入・支出状況

図7は、一ヶ月あたりにファッションにかける金額を示している。「一万円台」が44名で全体の33.8%と最も多く、次いで「一万円未満」が38名(29.2%)、「2万円台」が(27.7%)となった。

図8は、一ヶ月あたりに自由に使える金額を示している。最も多いのが「2万円台」で33名(25.4%)、次いで「3万円台」が25名(19.2%)、「5万円台」が23名(17.7%)、「4万円台」が22名(16.9%)、「1万円台」が21名(16.2%)とばらつきが見られたが、自由に使える金額のうち、

3分の1から半分程度をファッションのための支出に当てている割合が高いことが分かった。

3.2.5 興味のある分野

現在、回答者が大学で学んでいるファッションに関する授業のうち、興味のある分野の順位を図9に示す。一番興味のある分野として、「デザイン分野」が42名で最も多く、「染・織分野」が30名、「ビジネス分野」が29名、「造形分野」が27名であった。

3.3 就職に関する意識

3.3.1 希望する業界・職種

図10は、ファッション業界を希望する学生の割合を示

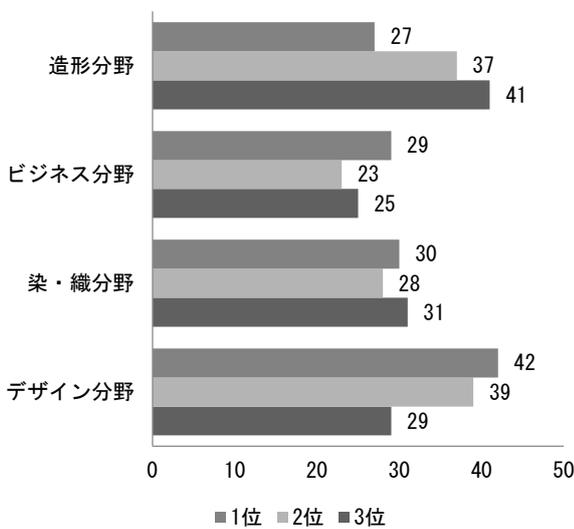


図9 興味のある分野

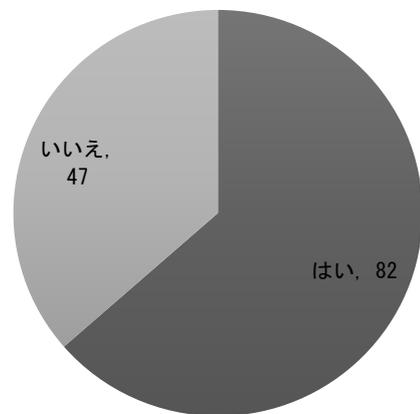


図10 ファッション業界を希望する割合

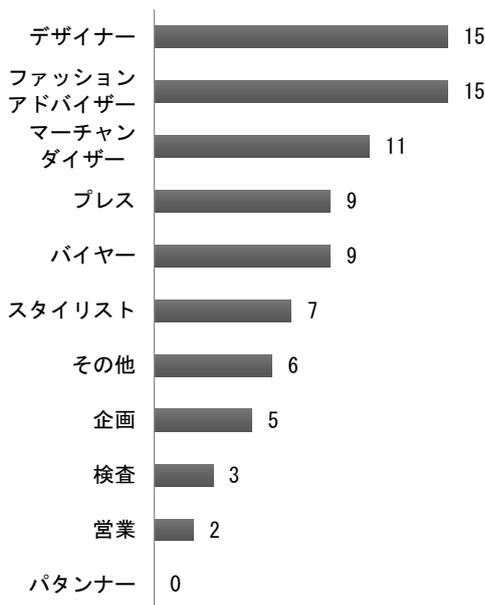


図11 希望する職種

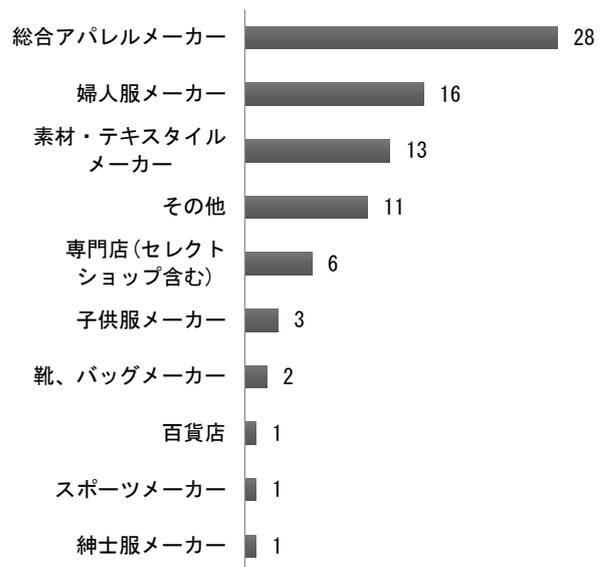


図12 希望する業種

女子大生のファッション意識と就職に対する意識調査

している。82名(63.1%)が「はい」と回答し、ファッション業界への就職を希望していることが分かった。

図11および図12にファッション業界へ就職を希望する学生82名が就きたい職種と業種を示す。就きたい職種は「デザイナー」「ファッションアドバイザー」がそれぞれ15名(18.3%)と最も多く、次いで「マーチャンダイザー」が11名(13.4%)、「プレス」「パイヤー」が9名(11.0%)、「スタイリスト」が7名(8.5%)と続いた。就きたい業種は「総合アパレルメーカー」が28名(34.1%)と最も多く、次いで、「婦人服メーカー」が16名(19.5%)、「素材・テキスタイルデザインメーカー」が13名(15.9%)であった。

図13はファッション業界へ就職を希望していない学生48名を対象に、希望する業界を示したものである。「その他」が9名(19.1%)と最も多く、次いで「教育」が8名(17.0%)、「ブライダル」が6名(12.8%)、「グラフィック」が5名(10.6%)であった。「教育」は、大学で家庭科の教員免許をとれることから家庭科の教員を希望していると考えられる。このことから、「教育」「ブライダル」は、業界は異なるがファッションに関連した業界であるといえ、ファッション業界への就職を希望していないが、ファッションに関わりたいと考える学生が多くいることが示唆された。

3.3.2 就職先の選び方

図14は、会社選びで参考にしていることを示したものである。「ホームページ」が48名(36.9%)と最も多く、次いで「個別企業説明会」が38名(29.2%)、「先輩・友人・家族のアドバイス」が37名(23.8%)、「学校」が31名(23.8%)、「合同企業説明会」が28名(21.5%)であった。

図15は、企業を選ぶ際に重要視していることを示したものである。「作っている商品やブランド」が49名(37.7%)

と最も多く、次いで「企業のイメージ」が38名(29.2%)、「給与・待遇」が37名(28.5%)、「安定性」が30名(23.1%)であった。

4. 総括

岐阜・名古屋地区でファッションを学んでいる女子大生を対象にファッション意識および就職に関する意識調査を行った。そして、次の結果を得た：

- 1)好きなブランドはツモリチサトやヴィヴィアン・ウエストウッドであるが、実際によく購入するのは、ユニクロ、H&M、ザラなどのファストファッションブランドや古着など、価格帯が低めに設定された服を購入している。
- 2)尊敬するデザイナーはココ・シャネルが最も多かったが、尊敬するデザイナーはいないという回答も多く、ファッションを学んでいるからといって必ずしも尊敬するデザイナーがいるとは限らないことが示唆された。
- 3)学生がよく買い物をする場所はファッションビルで、特

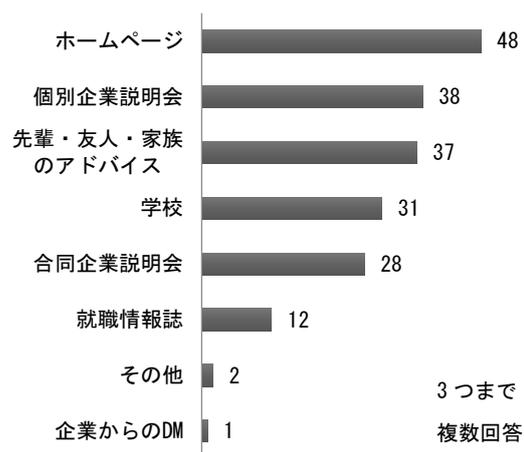


図13 企業選びで参考にする事

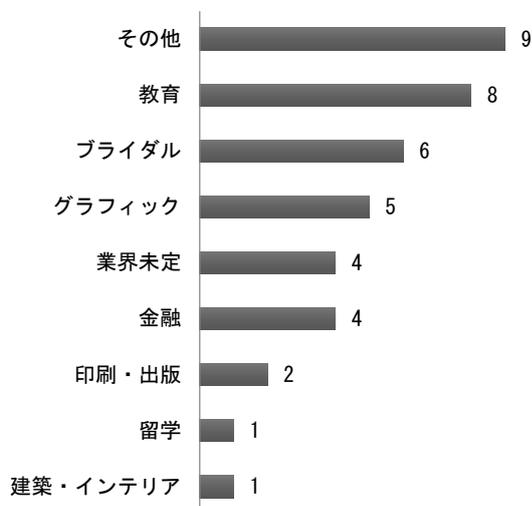


図12 希望する業界

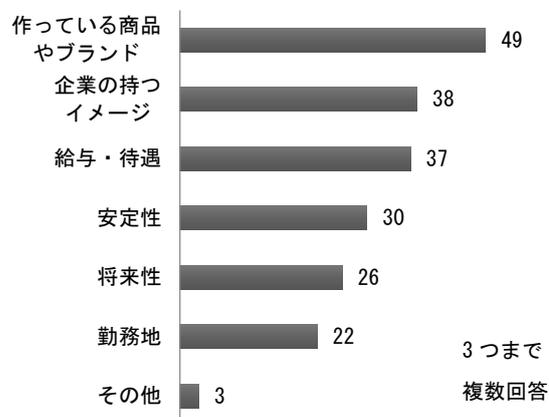


図14 企業選びで重要視すること

にパルコで買い物している。また、ネットショップもよく利用している。

- 4) 一か月あたりにファッションにかかる金額は2万円台までで9割を占め、一か月あたりに自由に使える金額の3分の1から半分程度をファッションのための支出としている。
- 5) 約6割程度の学生がファッション業界への就職を希望しており、職種で希望が多いのは、デザイナーやファッションアドバイザーである。また、業種で希望が多いのは、総合アパレルメーカーや婦人服メーカーである。
- 6) 会社選びではホームページや個別企業説明会、先輩・友人・家族のアドバイスを参考にする割合が高い。また、企業を選ぶ際には、作っている商品やブランドや企業の持つイメージ、給与・待遇を重要視する割合が高い。

謝辞

本研究を実施するにあたり、ご協力いただいた学生の皆様と先生方に心から感謝申し上げます。

参考文献

- 1) 「織研新聞」、織研新聞社、2012年6月25日
- 2) 「織研新聞」、織研新聞社、2013年6月25日
- 3) 小野、二村、「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」、名古屋文化短期大学研究紀要第34集、P37-45、2009年
- 4) 小野、山本、孫、「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-名古屋地区の推移-」、名古屋文化短期大学研究紀要第38集、P15-26、2013

(提出日 平成25年1月10日)