

# 市販ブラウスに関する実態調査 年齢差による比較

## Research on Inclination for Commercial Blouse Comparison between Consumers Age

今井素恵 村上真知子  
Motoe IMAI Machiko MURAKAMI

### Abstract

This paper aims to search what type of blouse consumers like comparing the difference of their ages. We asked the 38 young consumers (girls students of this department, GCWC) and 12 middle aged ones (ladies who attended the extension lecture of GCWC). The results are as follows; 1. Young students tend to like the slim silhouette blouse. On the other hand, middle-aged women like easy long length ones because of their covering effects of their bodies. 2. Middle-aged women have some dissatisfaction with commercial blouses.

Key words: blouse ブラウス、image イメージ、examination 調査、fabric 素材、clothing style 衣服形態

### 1. 緒言

私たちは、衣服を選択する場合、既製服を購入する場合と、自ら製作し、着用する2つの場合がある。現在は、市場に物があふれ、選択の範囲も幅広くなっている。そのなかで、自分にふさわしい衣服を選択する際には<sup>1)</sup>、個人の価値観からの被服行動に結びつく態度して、同調への願望、自己表現の願望、美的な満足への願望、信望獲得の価値、社会参加への価値、着心地のよさ、経済性など価値観から選択される。そして、プロセスにおいて、デザインや美しいシルエットなどさまざまな要因の選定を考慮している。これまで、筆者らは、美しいシルエットを探る目的で、基本的なブラウスを製作し、三次元計測装置を用いてそのブラウスと人体との間にできる空隙を調べ、その布の物性をも考慮し、美しいシルエットを求める研究<sup>2)</sup>を行ってきた。そして、美しいシルエットは、その布の物性によってできる適正なゆとりや接着芯地の種類等から生み出されることが分かった。

本研究では、衣服形態(市販ブラウス)にターゲットを絞り、視覚効果(テクスチャーイメージ)から消費者に好まれる衣服形態(ブラウス)の素材の物的性質の嗜好を探る目的で、調査をおこなった。そして、女子短大生に好まれるブラウス、また、それ以上の女性に好まれるブラウスの違いを調べ、年齢差によるブラウスのデザインや形態に関する嗜好傾向を分析した。

### 2. 研究方法

#### 2.1. 調査方法

本調査は、女子短大生38名を対象に2003年7月、最近購入し

た市販ブラウスに関するアンケート調査を行った。また、2003年9月の大学公開講座「簡単ブラウスソーイング講座」に参加した12名の女性に、所有しているブラウスに関してのアンケートで実態調査を行った。

A. 女子短大生に行った調査内容は以下のとおりである。

- 1) デザインに関する質問  
① 衿の形状、② 裾の形状、③ ポケットの有無、位置、④ 袖の長さ・形状、⑤ カフスの形状、⑥ その他、特徴、シルエット、接着芯地など
- 2) 素材に関する質問  
① 素材、② 色、③ 柄、④ サイズ、⑤ 触感
- 3) 購入に関する質問  
① 購入日、② 地域、③ 販売店、④ メーカー・ブランド、
- 4) 縫製国について、

B. 公開講座に参加した女性に対する調査内容は以下のとおりである。

- 1) 1年間の購入何枚
- 2) 1年間の製作何枚
- 3) 購入先
- 4) 購入重視点  
① デザイン、② 色、③ 素材、④ 柄、⑤ サイズ、⑥ その他
- 5) 1. 市販のブラウスの満足観  
2. 不満点  
① デザイン、② 色、③ 素材、④ 柄、⑤ サイズ、⑥ その他
- 6) 市販のブラウスについて要望など、感想

## 2.2. 結果の集計方法

集計された調査を項目別に単純集計をおこなった。また、短大生のアンケートと公開講座参加生の調査結果を比較検討し、分析した。また短大生の調査に関してアンケートとともにブラウスの外観を撮影し、ブラウスをタイプ別に分類し、イメージ分布を検討した。

## 3. 結果および考察

### 3.1. 女子短大生の好むブラウス

女子短大生が最も好む衿の形態は「台衿付きシャツカラー」で52.6%、次いで「スタンドカラー」で18.4%であった。中にはスタンドカラーにフリルが付いているものもあった。好まれる裾の形態は「カーブ」しているものが最も多く、60.5%であった。次いで「まっすぐ」の形状の裾が好まれた。裾に紐が通っていたり、ギャザーが入っているものなどもあった。最近のブラウスはポケットが無いものが71.1%であり、機能的に必要とされないばかりか、デザイン的にもあまり好まれない傾向となっている。ポケットがあるデザインでも、今回は全て胸ポケットのみであった。

袖の長さは、調査時期が7月ということもあり、「七分袖」の物が最も好まれ39.5%、次いで「長袖」36.8%であった。

カフスの形状は「ダブルカフス」より圧倒的に「シングル」のカフスが好まれ、71.1%であった。袖の開きの形状も「短冊のもの」34.2%、「開き見せ」31.6%で、両形態にあまり差がないことがわかった。中には、袖に開きはなく、カフスにスリット開きを設けているものもあった。その他、ブラウスの肩にヨークのあるデザインが18.4%に取り入れられており、前たてが「見返し」でなく、「三つ折仕立て」で芯地が貼られているものが

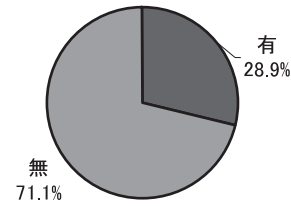


図3 ポケットの有無

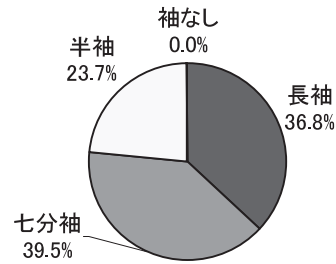


図4 袖の長さ

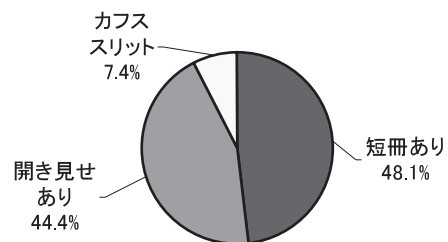


図5 袖の開き

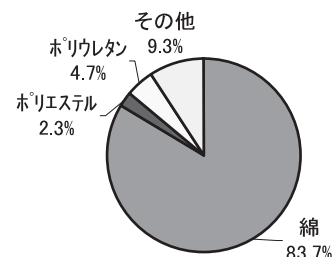


図6 素材

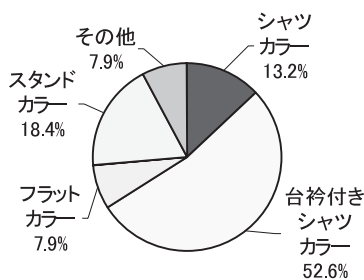


図1 衿の形状

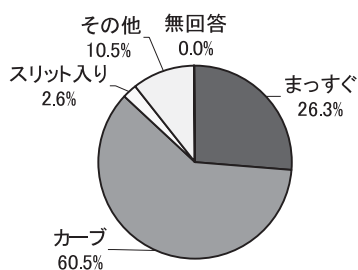


図2 裾の形状

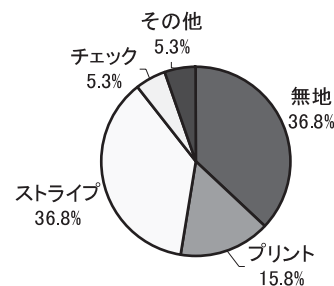


図7 柄

## 市販ブラウスに関する実態調査

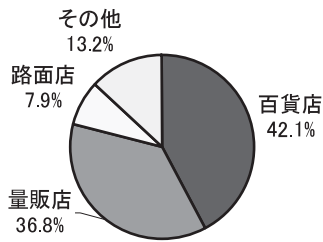


図8 購入店舗

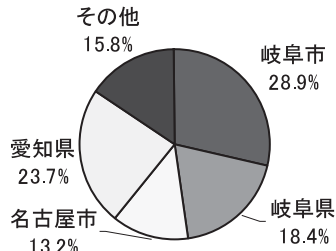


図9 購入地域

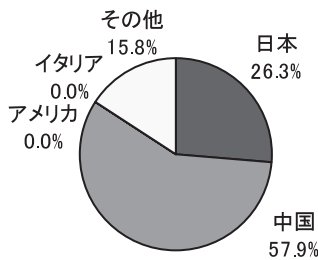


図10 縫製国

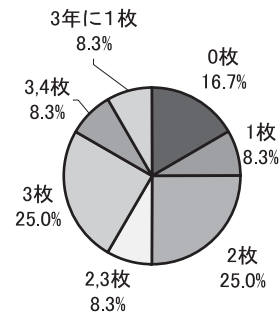


図11 1年間の購入枚数

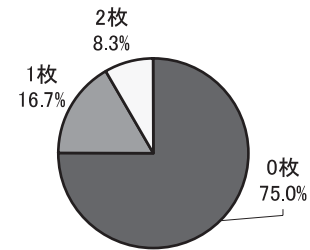


図12 1年間の縫製枚数

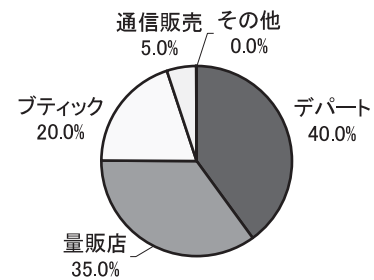


図13 購入先

多くみられた。

素材は、「綿」が最も好まれ、94.7%の人に好まれる傾向であった。これは、通気性や吸湿性などの性能面からみて快適であるとして選択されている理由がわかる。その他、ポリエステルなど混紡しているものも好まれていた。

色は「マルチカラー」のものより、「単色」のものが好まれていた。柄は、「無地」や「ストライプ」が特に好まれ、ともに36.8%の人に好まれている傾向であった。これはシンプルなものが好まれており、他の服などとのコーディネートを考えての行動ではないかと考えられる。値段は3000円前後のものが最も多く、700円のものから30000円のものまであり、平均金額は3770円であった。

購入先とブランドに関しては、JR高島屋、松坂屋、PARCOなどの「百貨店」42.1%で「バーバリー」、「ZAZIE」、「ロリーズファーム」、「ナイスクラブ」などのブランドのブラウスを好み、平均金額は、5505円で、「アピタ」、「イトーヨーカ堂」、「ジャスコ」などの「量販店」36.8%で「COMME CA ISM」、「SWEETS」、「自由人」などのメーカーのブラウスが代表的であり、平均金額は2481円で、比較的安価なものを購入しようとしている傾向を読み取ることができる。

購入地域は「岐阜市内」が最も多く、28.9%で、「岐阜県」

18.4%、「名古屋市」13.2%、「愛知県」23.7%であった。縫製国も「中国」57.9%が最も多く、次いで「日本」は26.3%であった。デパートでは、26.7%が日本製、量販店では、14.3%が日本製であった。中には、「インド」、「韓国」、「カンボジア」などアジア諸国で縫製されている実態がわかり、安価な金額におさえるための企業努力がみられた。

### 3.2. 公開講座に参加した女性に好まれるブラウス

被験者は18歳から65歳（平均年齢48歳）で、年齢構成は、50代41.7%（5名）、60代25.5%（3名）で、40代から10代まで8.3%で各1名ずつであった。主婦が最も多く、50.0%であり、中には家庭科の元教師のなど、縫製経験者も多く、比較的使命を踏むのに抵抗を感じない人が集まっていた。

ブラウスに関して、「1年間に何枚のブラウスを購入するか」の質問に対して、「2～3枚」が多く、中には「まったく購入しない」人から「3年に1枚」という現状の人もいた。それに対して「1年間に何枚製作するかまたは製作してもらうか」の質問に「まったく製作しない」人がほとんどで75.0%であった。

市販ブラウスの主な購入先は「デパート」66.7%、「量販店」58.3%であり、短大生と同じような傾向であった。「どのようなブラウスを購入するか」の質問に対し、「色」と「サイズ」

市販ブラウスに関する実態調査

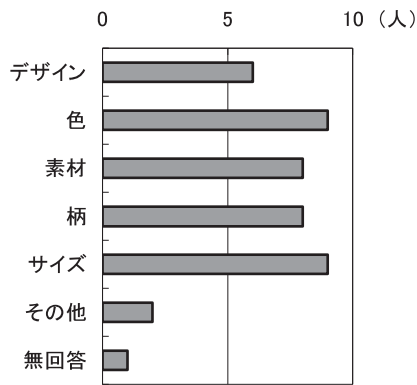


図14 ブラウスの購入重視点

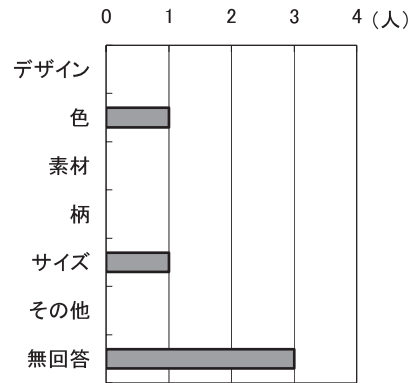


図16 不満箇所

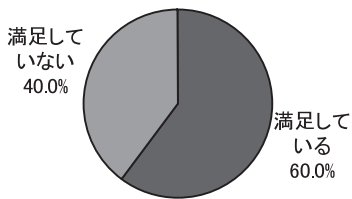


図15 市販のブラウス

に関する項目に75.0%の人が最も要求度が高く、次いで、「素材」、「柄」に対する要求度が高く66.7%で、次いで、「デザイン」の順であった。市販のブラウスに対しての満足度をたずねてみると、「満足していない」が40.0%であり、満足できていない現状が示された。その不満点についてたずねてみると、「色」や「サイズ」に関する項目に不満があらわれた。具体的に示すと、「小さいサイズを増やしてほしい」、「高価なものが多い」

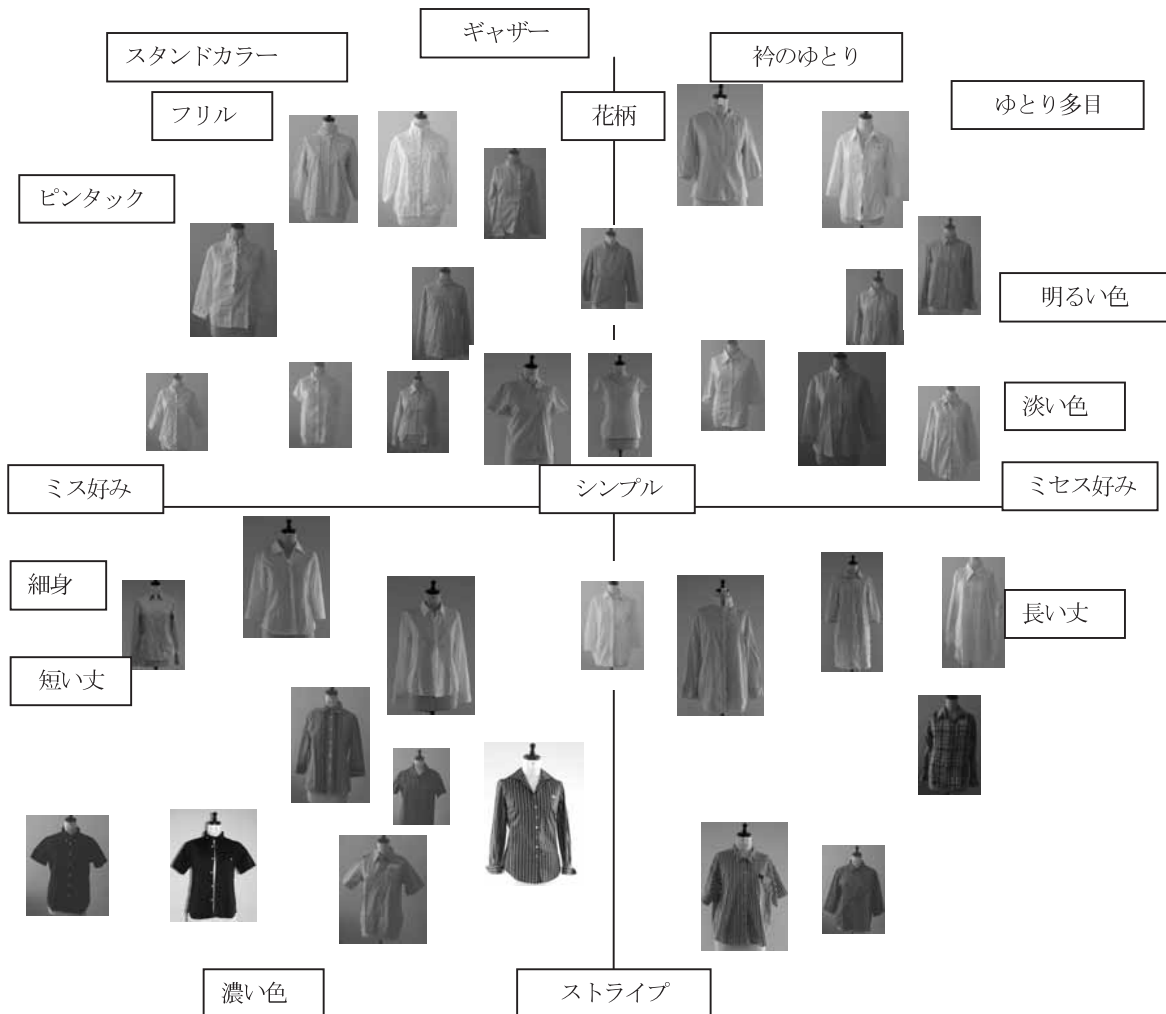


図17 ブラウスの分類

## 市販ブラウスに関する実態調査

「年配向けのいい柄が少ない」、「流行に左右されて体に合わない」、「衿ぐりが大きすぎる」などがあった。しかし、無回答が多いことから、一応、満足していると考えられる。「今後どのようなブラウスを着てみたいですか」の質問に対し、「アジア系のデザイン」、「オーバーブラウス」、「体のラインを隠す」、「タックインブラウス」、「体にフィットする」などがあった。デザインに対する要求では、「仕事に着られるもの」、「ウエストシェイプのもの」、「シンプル」、「シャツカラー」などであった。色の要求では、「白」、「ブルー」、「紺」など好まれ、素材は「綿」、「アイロン不要」なども好まれている。柄は「無地」や「花柄」が好まれている。その反面「若い人向けのデザインが多く、華美すぎる」などの意見が出されている。特に、不満と答えられたサイズ項目としては、「合うサイズが無い」、「袖丈や丈が合わないことがある」、「胸囲と首周りが合わない」などの要求が出された。

以上の内容をふまえ、アンケート調査で採取したブラウスサンプルをタイプ別に分類し図17に示す。

### 4. まとめ

短大生は、カジュアルで、細身のシルエットを好むが、50代の女性は体のラインを隠そうとするシルエットを好むことがわかった。このことは 学会発表要旨<sup>2)</sup>の中でも示されているのと同じ結果となった。若い人に比べ、体型変化が著しく、加齢によって体型変化がさまざまに多様化し、それに伴う要望も多様となっている。実際、若い参加者に参加比べ、中年女性の参加者は公開講座で用意していたパターンの裾の丈を伸ばす人、ダーツの分量を減らす人、サイズを1サイズあげる人、袖の長さを伸ばす人など、自らの体系を隠すように補正する傾向がみられた。中年女性にふさわしいと評価されたシルエットには、太くみえるがゆとりを優先し、年代を問わず瘦身性の因子と結びついている。公開講座では自分の思い通りにパターンを補正し、気に入る満足いく、オリジナルブラウスが完成することができたと思われる。マズローの欲求段階<sup>3)</sup>にもみられるように、自分にふさわしいファッションを選択することは、まさに自己実現のための選択と考えられる。イトキンのプレタカンパニーは2004年春、新世代ミセスに向けたシャツブラウスブランド「ヴァンルージュ」<sup>5)</sup>をデビューさせ、市場の単品思考に対応したワンアイテムショップをオープンさせる。嗜好は個人の方向へ動いていることはここでもわかる。これらふまえて、個々の満足いく衣服形態の要求に応えられるよう美しいシルエット評価のための指標として今後アパレル設計生産の分野などに生かしてゆきたい。

### 5. 謝辞

最後に、今回のアンケートにご協力頂いた大学公開講座参加

者、岐阜市立女子短期大学生活デザイン学科の学生に感謝いたします。

### 6. 引用文献

1. M.J.ホーン、L.M.ガレル 翻訳：藤原康晴、杉村省吾、池本明 「ファッションと個性」 昭和堂 1983 P256
2. 村上真知子 今井素恵 「三次元計測装置を用いたブラウス着用時の空量の計測」 (社)日本家政学会中部支部第49回大会研究発表要旨2003 P16
3. 大澤香奈子 石原久代 「中年女性の体型に関する意識と服飾デザインとの関係」 (社)日本家政学会中部支部第49回大会研究発表要旨2003 P14
4. 神山進 「被服心理学」 光生館 1985 p171
5. ファッション販売 第31巻第1号 株式会社商業界発行 2004 .1 .1 P2 ~ 3

(提出期日 平成15年12月10日)