

## 03

オフィス・ウェアのイメージに関与する  
色彩・デザイン要因についてFactor of Color and Design involved in the Office  
Wear Image

ファッション造形学科・教授  
Department of Fashion Design・Professor

石原 久代 Hisayo ISHIHARA

名古屋女子大学・准教授  
Nagoya Women's University・Associate Professor

小町谷 寿子 Hisako KOMACHIYA

## 1 緒言

総務省統計局の資料<sup>1)</sup>によれば国民の15歳から64歳までの男性の有業率は、平成19年度が82.7%であったのに対して24年度が81.4%と0.7%ダウンしている一方で、女性の有業率は平成19年度が61.7%であったのに対して24年度が63.1%と5年間で1.4%上昇しており、確実に女性の社会進出は進んでいるといえる。男性の場合、オフィスにおけるビジネスシーンでは、ビジネススーツにカッターシャツ、ネクタイといった定番のスタイルが多く、デザインにおいては、スラックスの太さやジャケットの肩や襟の形状や幅などに多少の変化を付けることができるものの、アイテムについて多様なコーディネートを楽しむことは難しい。

しかし、女性のオフィスウェアのスタイルは固定されていないことから、ビジネススーツスタイルであってもボトムスがパンツの場合やスカートの場合など、さらに丈の変化も楽しむこともでき、ビジネススーツの着こなし方は多様である。またカーディガンやベストなどのアイテムも形によってはビジネスシーンにフィットするものもある。そのため若い女性対象のファッション雑誌では就業後の予定と絡ませながらオフィスウェアの特集が組まれることが非常に多い。

これまでビジネスウェアを扱った学術的な研究については、形がほぼ決まっているため物理量、心理量ともに扱い易いことも手伝って、男性用のビジネスウェアの研究は比較的多くあり、百田らの背広服の適合の実態に関する研究<sup>2)</sup>のように体型とのフィット感を扱ったものや、杉山らや内藤らの研究のように意識やイメージを扱ったもの<sup>3) 4)</sup>などがある。しかし、女性のビジネスウェアはファッション雑誌では取りあげられているものの研究という形で報告されたものはほとんど見当たらない。

そこで、我々は今後社会へ出て就業することになる女子大学生を被験者として、女性のオフィスウェアを取り上げ、その色彩やデザインの違いが、相手に与える印象にどのように影響を及ぼすかについて検討するとともにオフィスウェアへの適否判断に関与する要因についても多変量解析を用いて検討した。

これらの要因の解明は、今後、女性のオフィスウェアのデザインや企画の提案などに有用であるとともに、販売の現場においても購買者へのコーディネートなどに関する助言の参考になるものと考えられる。

## 2 方法

## 2.1 実験試料の作成

女性対象のファッション雑誌において春のオフィスウェアとして特集を組んでいる様々なデザイン<sup>5) 6)</sup>からイメージの異なるアイテム

として図1に示したようなAからEの5種の全身写真を本実験の色彩変換を行うアイテムとして取り上げた。

Aはシャツブラウスにクロップドパンツのコーディネート、Bはワンピースの上に5分袖丈のジャケット、Cはブラウスにセミタイトスカート、カーディガン、Dはシャツブラウスにテーラードパンツスーツ、Eはシャツブラウスにクロップドパンツ、7分袖丈の襟なしジャケットのコーディネートである。

これら5種のデザインについて、ブラウスおよびシャツブラウスは白に固定し、それ以外のアイテムについて、色彩変換ソフト4D-box(㈱トヨシマビジネスシステム)を用いて主要5色相である赤・黄・緑・青・紫、および春物のオフィスウエアの色彩として特集の中で最も出現率の高いベージュを合わせた6色に色彩変換し、計30種を提示試料として作成した。なお、この時の明度、彩度は元画像のままとした。

## 2.2 実験方法

実験は、前記試料を液晶プロジェクターにより1画像ずつランダムに提示し、オフィスウエアを評価するのに適していると考えられる「ビジネス的—プライベート的」、「明るい—暗い」、「派手な—地味な」、「女性的な—男性的な」、「都会的な—田舎的な」、「フォーマルな—カジュアルな」、「やわらかい—かたい」、「デコラティブな—シンプルな」、「個性的な—平凡な」、「暖かい—涼しい」、「大人っぽい—子供っぽい」、「好きな—嫌いな」、「動きやすそう—動きにくそう」、「高級感のある—安っぽい」、「重い—軽い」の15形容詞対についてSD法による5段階評定の官能検査を行った。なお、実験は被験者を3グループに分けて集合調査法により実施した。

得られた検査結果に1点から5点の数値を与えて数値化し、平均官能量を算出するとともに主因子解法による因子分析及び数量化I類によりを検討を行った。

被験者は、女子大学生(20歳～22歳)90名、実験は2011年10月～11月に実施した。

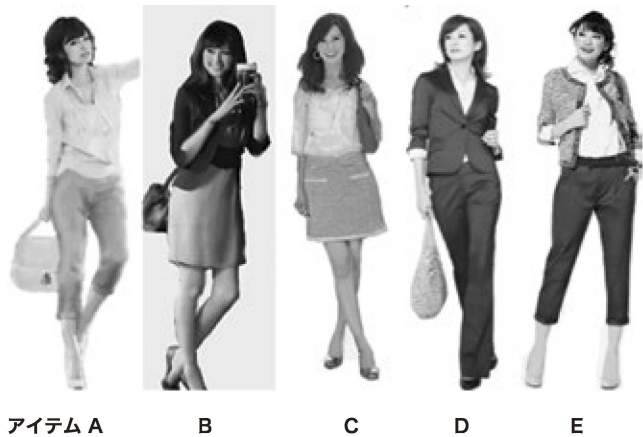


図1: 実験試料アイテム

## 3. 結果および考察

### 3.1 平均官能量

得られた官能検査結果の90名の平均を平均官能量としてアイテム別にまとめ、図2に示した。図の縦軸は平均官能量を示している。

アイテムAについては、色彩による差は比較的小さいが、赤については、他の色彩に比べ特に「都会的な」、「大人っぽい」、「好きな」、「高級感がある」に高く評価されている。色彩によって差が出たイメージには「デコラティブな—シンプルな」、「個性的な—平凡な」、「暖かい—涼しい」などがあり、ベージュが「シンプルな」、「平凡な」、「涼しい」と評価されている。しかし、「暖かい—涼しい」についてはこのスタイルが他のアイテムのようにジャケットやカーディガンなどの上着を着用していないことやパンツ丈が短いことなどもあり、どの色彩も3.0以下を示し「涼しい」と評価されている。

アイテムBについては、アイテムAに比べると色彩による差が認められ、特に「ビジネス的—プライベート的」、「明るい—暗い」、「派手な—地味な」において大きな差が出た。色彩においては黄、緑、赤が「プライベート的」、「明るい」、「派手な」に高い評価を示し、逆に、ベージュが「ビジネス的」、「暗い」、「地味な」と評価されている。また、6色とも一致して「女性的な」、「都会的な」、「大人っぽい」、「動きにくそう」と評価されている。

アイテムCについては、何れのイメージにおいても緑が特徴的な官能量を示しており、「プライベート的」、「明るい」、「派手な」、「カジュアルな」、「デコラティブな」、「個性的な」、「子供っぽい」、「嫌いな」と評価されている。逆にベージュが「ビジネス的」、「地味な」、「シンプルな」、「平凡な」、「大人っぽい」、「好きな」と評価されている。また、このアイテムCはアイテムAと同様にブラウスの見える面積が大きいことから白の印象が強く認識され、明るいイメージに繋がったものと考えられる。

アイテムDについては、A～Eの5アイテムの中で最も色彩による差がなく、デザインの特徴が評価にそのまま表出しているといえる。全アイテムの中で最もグラフの振幅が大きくイメージが明確に表れている。大きな特徴として「ビジネス的」、「暗い」、「地味な」、「男性的な」、「フォーマルな」、「かたい」、「シンプルな」、「平凡な」、「大人っぽい」、「動きやすそう」、「高級感がある」、「重い」と評価されている。また、デザインとしては他のどのデザインよりもすべての色彩においてビジネス的に非常に高い評価を示しており、平均官能量はすべての色彩で4.50以上を示している。

デザインEについては、全体的に「プライベート的」、「明るい」、「派手な」、「カジュアルな」、「やわらかい」、「デコラティブな」、「個性的な」、「嫌いな」、「動きやすそう」、「安っぽい」と評価されている。これらの評価の多くはアイテムDと対極にあるものが多い



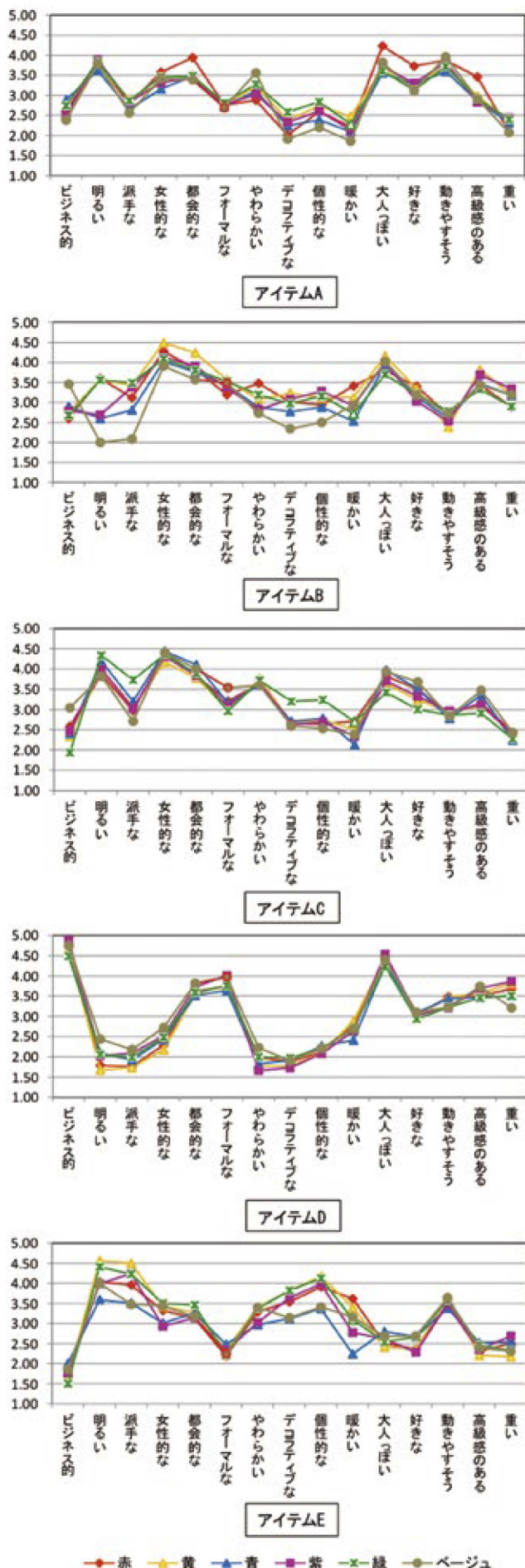


図2:平均官能量

といえる。また、「明るいー暗い」、「派手なー地味な」、「暖かいー涼しい」については他のアイテムに比べ、色彩による差が大きく、黄、緑が「明るい」、「派手な」、「個性的な」、青、ベージュが「暗い」、「地味な」、「平凡な」と評価されている。さらに温度感については赤、黄が「暖かい」、青、紫が「涼しい」と評価されている。

全試料の中で最も「ビジネス的」と評価されたのは、シャツブラウスにテーラードスーツのアイテムDの紫の試料であった。5アイテムの中で紫の試料が最もビジネス的であると評価されたのはアイテムDのみであり、スーツが低明度である点や光沢感があることから最もビジネスに向いていると評価されたと考えられる。また、「かたい」「シンプルな」も紫の評価が高く、この3イメージは共通性を持って評価されているものと考えられる。逆に、最も「プライベート的」すなわちビジネスに向いてないと評価されたのはシャツブラウスにクロップドパンツ、ジャケットのコーディネートのアイテムEの緑の試料であり、赤よりも緑の方がオフィスウエアとしてなじみにくいことが明らかになった。さらに、オフィスウエアとしては「動きやすそう」よりも「フォーマルな」、「男性的な」、「かたい」などのイメージの方が「ビジネス的」と評価され、男性と肩を並べる雰囲気の方がビジネスシーンでは向いていると判断されている。

### 3.2 因子分析結果

イメージに関与する内在因子を抽出するために平均官能量を用いて主因子解法による因子分析を行った。その結果を表1に示した。固有値1.0以上で第1因子から第3因子までが抽出され、その累積寄与率は93.8%であった。

第1因子では、「明るいー暗い」が0.964と最も高い負荷量を示し、次いで、「重いー軽い」、「やわらかいーかたい」、「ビジネス的ープライベート的」、「フォーマルなーカジュアルな」、「派手なー地味な」、「大人っぽいー子供っぽい」の7形容詞対が高い負荷量を示した。これらの形容詞対の出現状況はいわゆるオズグッドの力量性、活動性の因子が複合して出現していることから第1因子は「力量・活動性の因子」とした。

第2因子では、「暖かいー冷たい」が0.866と最も高い負荷量を示し、次いで、「個性的なー平凡な」、「デコラティブなーシンプルな」、「好きなー嫌いな」が高い負荷量を示した。これまで色彩のイメージを扱った多くの研究では「好きなー嫌いな」といった嗜好性の形容詞対に関しては、「高級感がある」「都会的」などの評価性の因子の中で出現することが多かったが、本実験では「冷たい」、「平凡な」、「シンプルな」のイメージとともに出現しており、オフィスウエア独自の「好きな」イメージが存在し、共通の内在因子を持つ結果となったと考えられる。今回はこれらの形容詞対を「簡潔性の因子」とした。

第3因子では、「都会的なー田舎的」が0.915と最も高い負荷量を示し、次いで、「動きやすそうー動きにくそう」が-0.901、「女性

的な—男性的な」が0.726、「高級感のある—安っぽい」が0.677という数値を示した。「動きやすそう—動きにくそう」がマイナスの負荷量であるため、「都会的な」、「動きにくそう」、「女性的な」、「高級感のある」が共通性を持つといえる。これらの形容詞対の共通因子として「エレガンスの因子」と命名した。

なお、因子得点より、第1因子の「力量・活動性の因子」には、プラスにブラウスにスカート、カーディガンのアイテムCとシャツブラウスにクロップドパンツ、ジャケットのコーディネートであるアイテムEが布置し、マイナスにシャツブラウスにテーラードスーツのアイテムDが布置していることから、カジュアルなデザインであるか、フォーマルなデザインかが影響していると考えられる。

第2因子の「簡潔性の因子」では、プラスにシャツブラウスにクロップドパンツ、ジャケットのコーディネートであるアイテムEが位置し、マイナスにシャツブラウスにクロップドパンツのコーディネートアイテムAがプロットされた。このことからアイテムEが他のデザインに比べて、どの色彩も高彩度であり、逆にアイテムAは白に設定されているブラウスの面積が大きく、パンツの彩度も低いことから第2因子軸には試料の彩度が影響していると考えられる。

第3因子の「エレガンスの因子」では、プラスにはワンピースにジャケットのアイテムB、マイナスにはシャツブラウスにクロップドパンツ、ジャケットのアイテムEがプロットされ、ボトムスがスカートかパンツかで差があり、ボトムスのデザインが影響していると考えられる。

形容詞対	FAC 1	FAC 2	FAC 3	共通性
明るい—暗い	.964	.109	-.047	.944
重い—軽い	-.955	.167	.167	.968
やわらかい—かたい	.944	.049	.211	.938
ビジネス的—プライベート的	-.925	-.326	.092	.969
フォーマルな—カジュアルな	-.773	-.245	.545	.954
派手な—地味な	.738	.628	-.059	.941
大人っぽい—子供っぽい	-.646	-.578	.474	.976
暖かい—涼しい	-.147	.866	.080	.777
個性的な—平凡な	.569	.779	-.162	.956
デコラティブな—シンプルな	.609	.778	.032	.978
好きな—嫌いな	.045	-.721	.637	.927
都会的な—田舎的な	-.067	-.262	.915	.911
動きやすそう—動きにくそう	.100	-.289	-.901	.905
女性的な—男性的な	.655	.067	.726	.961
高級感のある—安っぽい	-.623	-.346	.677	.967
寄与率 (%)	55.9	23.1	14.8	
累積寄与率 (%)	55.9	79.0	93.8	

表1：因子分析結果

### 3.3 数量化 I 類による分析結果

各イメージに関与する要因を検討するためにデザインおよび色彩を説明変数、平均官能量を従属変数として数量化 I 類により分析を行い、そのカテゴリ数量と偏相関係数を表2に示した。解析の説明力ともいえる重相関係数の2乗値は「都会的な—田舎的」において0.732と若干低いものの残り14形容詞対はすべて0.80以上の非常に高い係数を示しており、説明力は十分であると判断できる。

まず、「ビジネス的—プライベート的」においては、デザインの偏相関係数が0.983、色彩の偏相関係数が0.587であり、色彩よりデザインが大きく影響するといえる。デザインのカテゴリ数量をみるとシャツブラウスにテーラードスーツのアイテムDが「ビジネス的」に、シャツブラウスにクロップドパンツ、ジャケットのアイテムEが「プライベート的」に影響しているといえる。また、色彩についてはベージュがビジネス的と評価されることが判明した。

「明るい—暗い」においては、デザインの偏相関係数が0.934、色彩の偏相関係数が0.458とデザインの影響の方が大きいといえる。イメージを扱ったこれまでの多くの研究では「明るい—暗い」については色彩の明度の影響が大きいことが多いが、本研究ではシャツの色彩を白に固定したことから試料間の色彩の明度差が出にくいことため色彩の関与が小さかったと考えられる。デザインのカテゴリ数量をみると、アイテムEが「明るい」、テーラードスーツのアイテムDが「暗い」に影響している。

「派手な—地味な」においては、デザインの偏相関係数が0.941、色彩の偏相関係数が0.683と色彩よりデザインの影響の方が大きいといえる。デザインのカテゴリ数量をみると、アイテムEが「派手な」、アイテムDが「地味な」に大きく関与するといえる。また、色彩の偏相関係数も0.683と比較的高く、緑が「派手な」、ベージュが「地味な」と評価されている。色彩そのものからいえば赤が「派手な」と評価されやすいが、女性の服装として赤は比較的用いられる色であることや今回の試料の色彩に高彩度色が含まれていないことから、服装色として用いられることの少ない緑が「派手な」印象につながったものと考えられる。

「女性的な—男性的な」においてもデザインの偏相関係数が0.976と非常に高く、そのカテゴリ数量からブラウスにスカート、カーディガンのアイテムCが「女性的な」に、テーラードスーツのアイテムDが「男性的な」に大きく影響するといえる。

「都会的な—田舎的な」においては、デザインの偏相関係数が0.853とデザインの影響の方が大きく、そのカテゴリ数量からアイテムCが「都会的な」、アイテムEが「田舎的な」と評価されている。「フォーマルな—カジュアルな」においては、デザインの偏相関係数が0.977、色彩の偏相関係数が0.451と色彩よりデザインの影響の方が大きいといえる。デザインのカテゴリ数量をみるとはアイテムDが「フォーマルな」に、アイテムEが「カジュアルな」に影響しているといえる。



「やわらかいーかたい」においては、デザインの偏相関係数が0.966、色彩の偏相関係数が0.564と色彩よりデザインの影響の方が大きいといえる。デザインのカテゴリ数をみるとブラウスにスカート、カーディガンのアイテムCが「やわらかい」に、アイテムDが「かたい」に影響しているといえる。同じように上着を着用していてもジャケットに比べカーディガンの方がやわらかい印象に繋がるものと考えられる。また、色彩については、偏相関係数はそれほど高くはないが、緑、赤、黄が「やわらかい」に、青、紫が「かたい」に影響することが判明した。

「デコラティブなーシンプルな」においては、デザインの偏相関係数が0.963、色彩の偏相関係数が0.724、さらに「個性的なー平凡な」についても、デザインの偏相関係数が0.964、色彩の偏相関係数が0.725とデザインの影響は非常に大きいものの、色彩の影響もかなり高い。両者ともデザインのカテゴリ数をみるとアイテムEがプラスの値が大きく「デコラティブな」「個性的な」と評価されている。逆に、アイテムDがマイナスで高い値を示し、「シンプルな」「平凡な」に影響するといえる。また、色彩については緑が「デコラティブな」「個性的な」と評価され、ベージュがマイナスで高い値を示し、「シンプルな」「平凡な」に影響するといえる。

「暖かいー涼しい」においては、デザインの偏相関係数が0.889、色彩の偏相関係数が0.802と両者とも大きく影響するといえる。デザインのカテゴリ数をみるとアイテムEが「暖かい」に、シャツブラウスにクロップドパンツアイテムAが「涼しい」に影響しているが、これらは単にジャケットを着用しているものを暖かく、軽装であるものを涼しいとしており、服装の物理的な形態に依存している。また、色彩については赤、黄の暖色を「暖かい」、寒色の青が「涼しい」と評価されている。

「大人っぽいー子供っぽい」においては、デザインの偏相関係数が0.975と非常に大きく、そのカテゴリ数からテーラードスーツのアイテムDが「大人っぽい」に、アイテムEが「子供っぽい」に影響しているといえる。

「好きなー嫌いな」においては、デザインの偏相関係数が0.910と大きく、そのカテゴリ数からアイテムCやアイテムAが「好きな」に、アイテムEが「嫌いな」に影響しているといえる。

「動きやすそうー動きにくそう」においては、デザインの偏相関係数が0.974と非常に大きく、そのカテゴリ数からシャツブラウスにクロップドパンツのアイテムAが「動きやすそう」に、ワンピースにジャケットのアイテムBが「動きにくそう」に影響している。プラス

の評価として「動きやすそう」に評価されたのはアイテムA、D、Eは何れもパンツを着用しており、ボトムスに何を着用するかが「動きやすそうー動きにくそう」を決定付けていると考えられる。

「高級感のあるー安っぽい」においては、デザインの偏相関係数が0.945、色彩の偏相関係数が0.343と色彩よりデザインの影響の方が大きいといえる。デザインのカテゴリ数をみるとはアイテムDやアイテムBが「高級感のある」に、アイテムE「安っぽい」に影響しているといえる。

「重いー軽い」においては、デザインの偏相関係数が0.975と非常に大きく、そのカテゴリ数からテーラードスーツのアイテムDが「重い」に、アイテムAおよびアイテムEが「軽い」に影響し、これらは何れもクロップドパンツを着用していることに注目される。

アイテム	カテゴリ	ビジネスカジュアル的		明るい/暗い		派手な/地味な		女性的な/男性的な		都会的な/田舎的な	
		カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関
デザイン	A	-0.268		0.396		-0.207		-0.146		-0.098	
	B	-0.007		-0.382		0.078		0.638		0.217	
	C	-0.405	0.963	0.650	0.934	0.143	0.941	0.834	0.976	0.270	0.853
	D	1.806		-1.374		-1.027		-1.081		0.006	
	E	-1.127		0.711		1.013		-0.246		-0.394	
色	赤	-0.030		0.034		-0.058		0.060		0.039	
	黄	-0.092		0.123		0.151		-0.009		0.039	
	青	0.079	0.587	-0.168	0.458	-0.154	0.683	-0.102	0.398	-0.013	0.213
	紫	0.012		-0.070		0.144		-0.071		-0.024	
	緑	-0.199		0.254		0.289		0.058		0.007	
	ベージュ	0.230		-0.174		-0.372		0.064		-0.048	
定数項		2.868		3.386		2.974		3.518		3.637	
重相関係数		0.983		0.936		0.947		0.976		0.855	
重相関係数の2乗		0.966		0.877		0.896		0.953		0.732	
アイテム	カテゴリ	フォーマルな/カジュアルな		やわらかい/かたい		カジュアルな/フォーマルな		個性的な/平凡な		暖かい/涼しい	
		カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関
デザイン	A	-0.342		0.176		-0.408		-0.299		-0.490	
	B	0.341		0.023		0.247		0.116		0.281	
	C	0.067	0.977	0.658	0.966	0.092	0.963	-0.089	0.964	-0.201	0.889
	D	0.724		-1.094		-0.793		-0.697		0.025	
	E	-0.790		0.237		0.862		0.968		0.384	
色	赤	-0.071		0.046		-0.033		-0.017		0.287	
	黄	-0.013		0.042		0.121		0.112		0.216	
	青	-0.002	0.415	-0.127	0.564	-0.102	0.725	-0.126	0.752	-0.382	0.802
	紫	0.020		-0.165		0.032		0.065		-0.102	
	緑	-0.035		0.106		0.254		0.256		0.039	
	ベージュ	0.100		0.099		-0.273		-0.290		-0.059	
定数項		3.089		3.005		2.653		2.862		2.664	
重相関係数		0.977		0.967		0.966		0.967		0.921	
重相関係数の2乗		0.954		0.935		0.933		0.935		0.848	
アイテム	カテゴリ	大人っぽい/子供っぽい		好きな/嫌いな		動きやすそう/動きにくそう		高級感のある/安っぽい		重い/軽い	
		カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関	カテゴリ数	偏相関
デザイン	A	0.083		0.222		0.550		-0.136		-0.475	
	B	0.246		0.133		-0.616		0.400		0.358	
	C	0.063	0.975	0.289	0.910	-0.357	0.974	0.052	0.945	-0.394	0.969
	D	0.700		-0.059		0.115		0.444		0.842	
	E	-1.093		-0.585		0.308		-0.760		-0.331	
色	赤	0.073		0.115		0.049		0.041		-0.035	
	黄	-0.025		-0.043		0.002		0.006		0.027	
	青	0.020	0.552	0.050	0.499	-0.069	0.377	0.003	0.343	0.005	0.595
	紫	0.031		-0.092		-0.029		0.006		0.190	
	緑	-0.185		-0.101		0.002		-0.114		-0.075	
	ベージュ	0.086		0.070		0.044		0.059		-0.113	
定数項		3.687		3.085		3.231		3.130		2.755	
重相関係数		0.975		0.915		0.974		0.946		0.970	
重相関係数の2乗		0.951		0.837		0.949		0.895		0.941	

表2:数量化I類解析結果

## 4 まとめ

女性の就業率が一層進む中で多様化するオフィスウェアを取り上げ、その色彩やデザインの違いが、イメージにどのように影響を及ぼすかについてSD法による5段階評定の官能検査を行い検討するとともにオフィスウェアへの適否判断に関与する要因についても多変量解析を用いて検討した。

平均官能量の結果、最もフォーマルでありビジネス的な印象であったのは、シャツブラウスにテーラードパンツスーツの紫であった。また、最も好印象であったのは、ブラウスにセミタイトスカート、カーディガンスタイルのベージュであった。それに対し、あまりビジネス的でなく、好印象でなかったのは、シャツブラウスにクロップドパンツ、7分袖丈の襟なしジャケットの黄、紫、緑であった。

主因子解法による因子分析の結果、固有値1.0以上で第1因子から第3因子までが抽出され、その累積寄与率は93.8%であった。

第1因子では、「明るいー暗い」、「重いー軽い」、「やわらかいーかたい」、「ビジネス的ープライベート的」、「フォーマルなーカジュアルな」、「派手なー地味な」、「大人っぽいー子供っぽい」の7形容詞対が高い負荷量を示し、「力量・活動性の因子」とした。第2因子では、「暖かいー冷たい」、「個性的なー平凡な」、「デコラティブなーシンプルな」、「好きなー嫌いな」の4形容詞対が高い負荷量を示し、「簡潔性の因子」とした。第3因子では、「都会的なー田舎的」、「動きやすそうー動きにくそう」、「女性的なー男性的な」、「高級感のあるー安っぽい」の4形容詞対が高い負荷量を示し、「エレガンスの因子」とした。

これらの因子得点より、第1因子の「力量・活動性の因子」には、カジュアルなデザインかフォーマルなデザインかが影響し、第2因子の「簡潔性の因子」では試料の彩度が、第3因子の「エレガンスの因子」では、ボトムスの種類が影響することが判明した。

また、各イメージに関与する要因を検討するために数量化Ⅰ類により分析を行ったところ、すべてのイメージで重相関係数の2乗値は非常に高い係数を示し、説明力は十分であると判断できた。

全体的にデザインの影響が大きく、特に「ビジネス的ープライベート的」、「明るいー暗い」、「女性的なー男性的な」、「都会的なー田舎的な」、「フォーマルなーカジュアルな」、「やわらかいーかたい」、「大人っぽいー子供っぽい」、「好きなー嫌いな」、「動きやすそうー動きにくそう」、「高級感のあるー安っぽい」、「重いー軽い」の11形容詞対については大きいという結果であった。また、デザイン、色彩ともが影響している形容詞対に「派手なー地味な」、「デコラティブなーシンプルな」、「個性的なー平凡な」、「暖かいー涼しい」などがあげられる。

デザインについては特にテーラードスーツがイメージに大きく影響し、着用アイテムの中ではボトムスの形態が重要であるといえる。一方、色彩については緑が影響を及ぼし、オフィスウェアとして

適しているベージュと対極に位置付けられる結果となった。

なお、オフィスウェアのデザインとしては、テーラードスーツが、色彩ではベージュや青や紫が適していることが判明した。本実験の範囲内ではデザインの影響が大きかったが、ビジネスシーンで度々着用される黒などが入っていないことから、今後、無彩色を含めた検討も必要であると考えられる。

### 参考文献

- [1] 総務省統計局;平成24年度就業構造基本調査, 2012
- [2] 百田裕子, 間壁治子;背広服の適合の実態, 繊維製品消費科学会誌 39(7), 1998, p.452-461
- [3] 杉山真理, 小林茂雄;社会人男性のビジネススーツに対する意識--若年グループと中高年グループ間の特徴, 共立女子大学家政学部紀要 (39), 1993, p51-56,
- [4] 内藤章江, 橋本令子, 加藤雪枝;ビジネススーツの着装イメージと色彩効果, 繊維製品消費科学会誌 42(12), 2001, p.863-87
- [5] 講談社;with, 5月号 2011, p.28, p.127,
- [6] 小学館;AneCan 5月号 2011, p.86, p.192, p.379