

# 日本とアメリカの大学生 が好むファッション スタイルの要因

マリッサ・アームストロング

ディアナ・ゴメズ

WLC 400

2017年5月11日

アドバイザー: 齋藤-アボット佳子、関根繁子

# 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
- 研究の限界点・将来の研究課題
- 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。

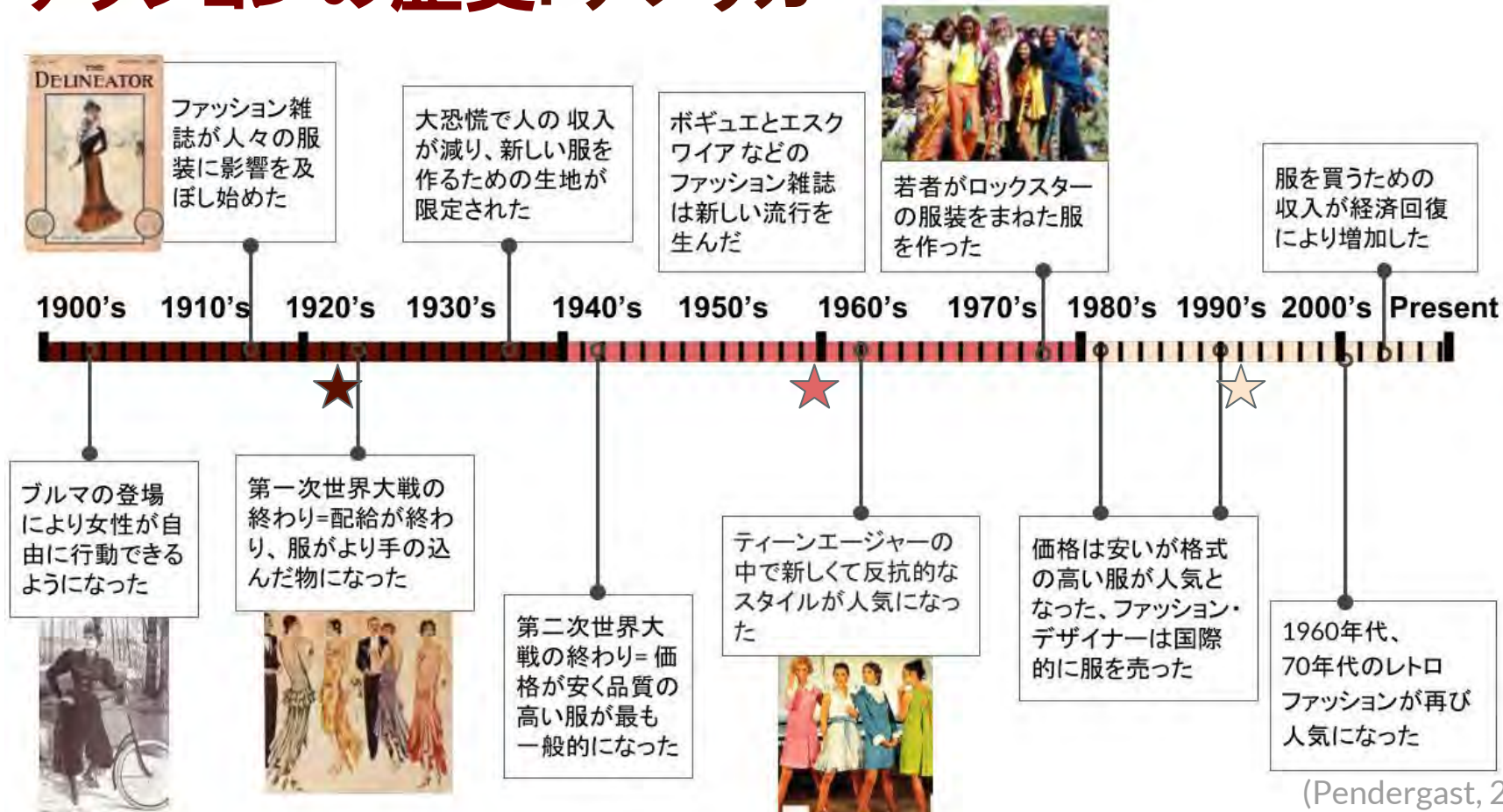
# 研究の重要性

- 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。
- 日本に留学している時、多くの店で同じような洋服を売っていると気づき、日本人にとって「自分のスタイル」とは何かを知りたいと思った。
- 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。
- 日本とアメリカの大学生のスタイルはどのようなことに影響されているかについて学びたい。

# 研究背景

- ファッションの歴史
  - アメリカ
  - 日本
- トrendセッターの条件
- トrend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



# 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=節約する時代が終わり、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、映画など)、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	↑ 戦争から帰った来た兵士が着ていた 白の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	人々は同じ服を着ることに飽き 始め、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  
仕立て直す方法を紹介し始めた



戦争によ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)



# 新しいスタイル: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年代・70年代のレトロファッションが再び人気になった

ロックバンドやアンダーグラウンドの文化は新しい流行を生み出し、フォロワーはそのスタイルを取り入れ、デザイナー達はその新しいスタイルを真似、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



日本のファッションはヨーロッパの服に影響された<sup>2</sup>

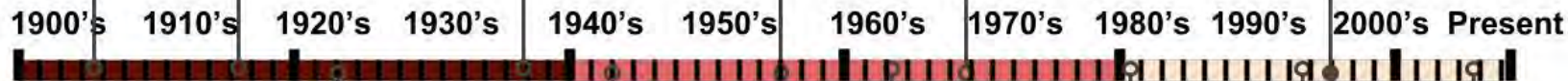
ファッションに関する意識や意見が女性像の理想を変えた<sup>3</sup>

映画スターが流行を作った<sup>4</sup>



大学生-ブルージンズ、ヒッピー、アイビールック<sup>4</sup>

バブルが崩壊したので失業率が高くなり、学生は自由に使えるお金が無くなった<sup>4</sup>



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<sup>2</sup>



第二次世界大戦が終わって日本初のファッションデザイナーが生まれた<sup>3</sup>



経済成長、20代の女性がミニスカートをブームを作った<sup>4</sup>



バブル経済と好景気、ニューウェーブ、パンク、黒色<sup>4</sup>



コギャルは新しい流行を作った<sup>4</sup>

景気停滞からファストファッションという流行が出てきた<sup>1</sup>

<sup>1</sup> (Matsushita, 2009)

<sup>2</sup> (Monden, 2014)

<sup>3</sup> (Nickerson, 2011)

<sup>4</sup> (Suzuki & Best, 2003)

# 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 <sup>1</sup>
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」 <sup>2</sup>

★ 海外ファッションが日本の流行に影響を与え始めた



<sup>1</sup>(Monden, 2014)

<sup>2</sup>(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登場し、女性達は自分のスタイルを選ぶことによって自分の世界を形作って行った <sup>1</sup>
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 <sup>2</sup>



★ 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り、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

<sup>1</sup>(Nickerson, 2011)

<sup>2</sup>(Suzuki & Best, 2003)

# 新しいスタイル: 日本

1980代	↑ バブル経済 = 比類のない好景気
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 <sup>2</sup>
2000代	90代の景気停滞 → ファストファッション: 品質が高くて低価格(例: UNIQLO) <sup>1</sup>

Nikkei Stock Index

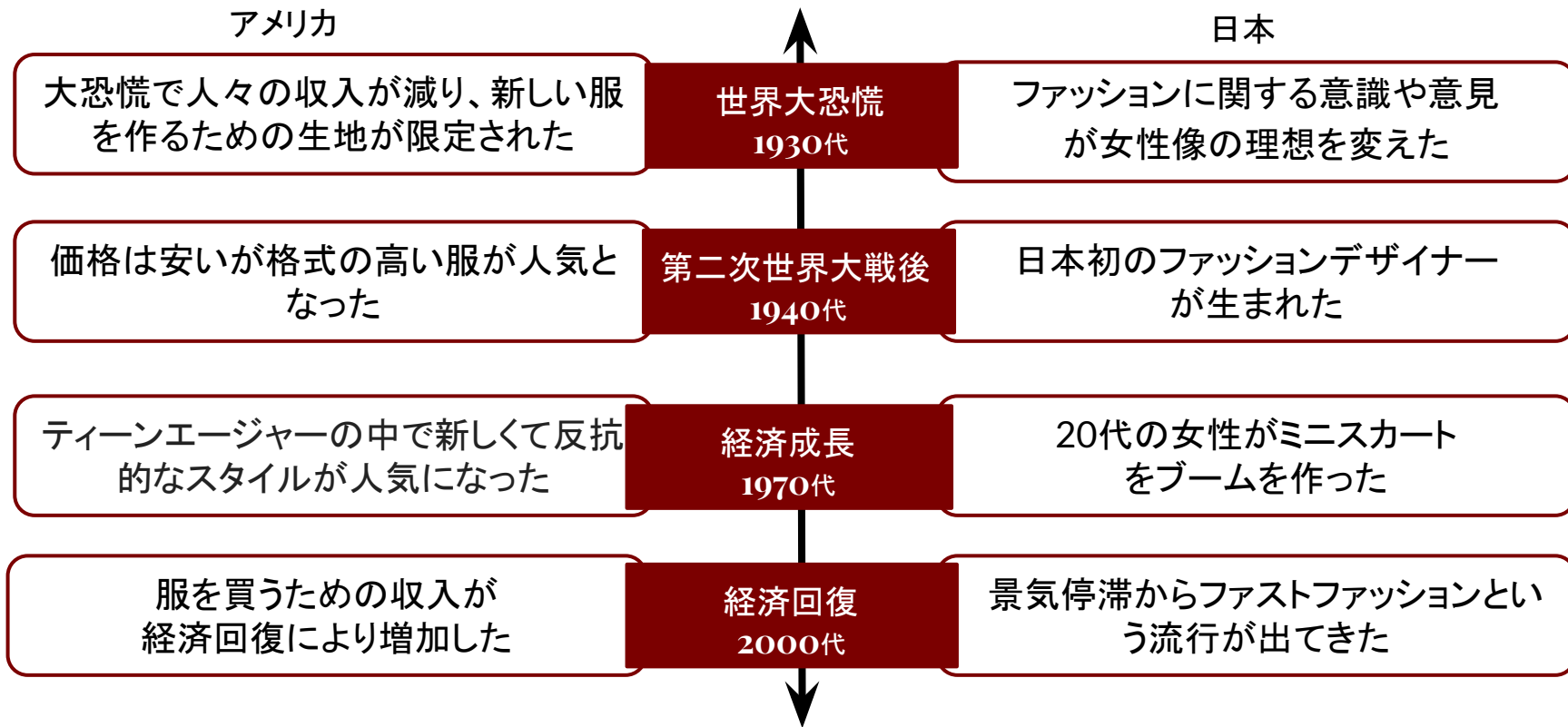


★ 経済の変化が服の製造に影響した

<sup>1</sup>(Matsushita, 2009)

<sup>2</sup>(Suzuki & Best, 2003)

# 日本とアメリカのファッションの歴史

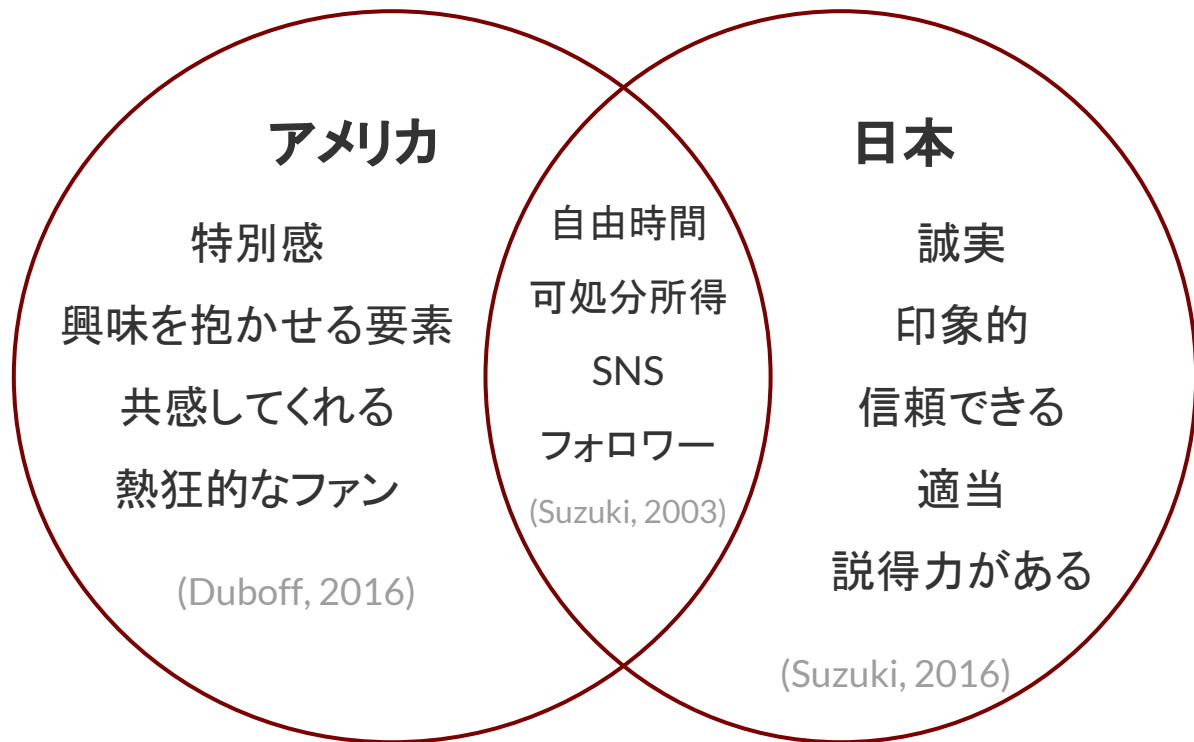


# トレンドセッターの条件

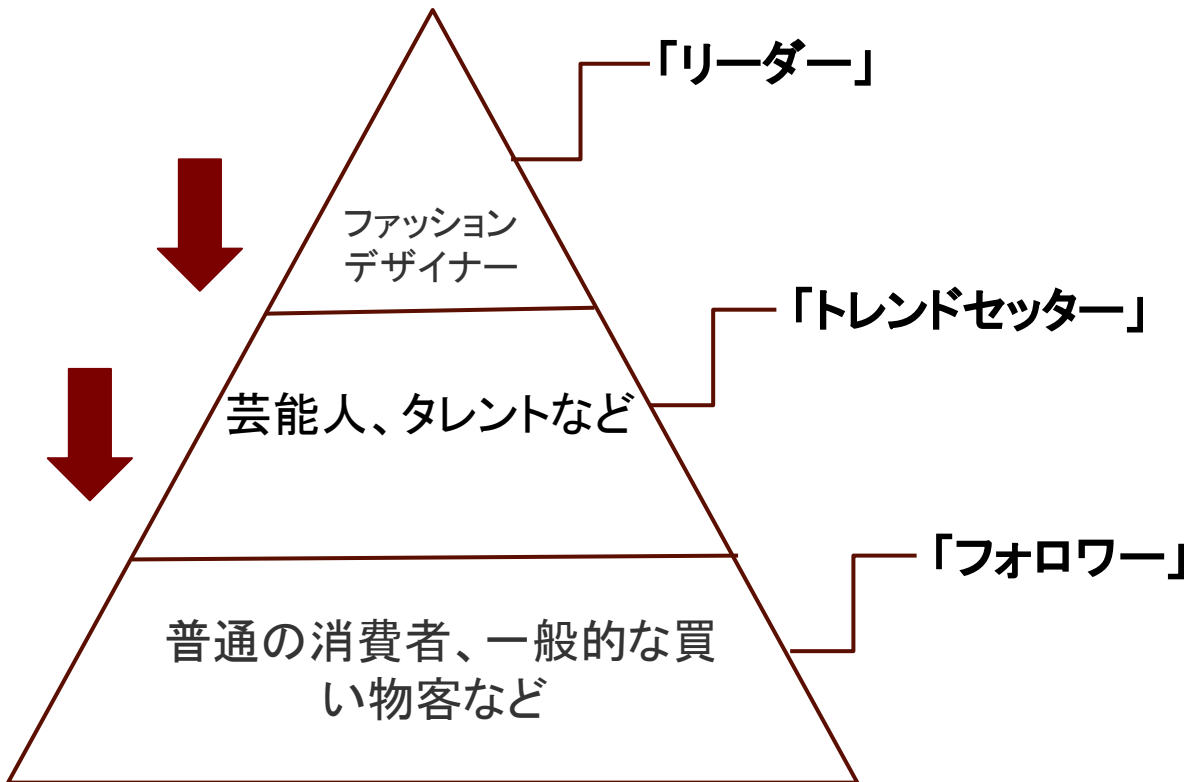
- アパレル市場は**頻繁で急速**な変化を遂げている  
(Goldsmith, Flynn & Clark, 2012)
- **スタイル・デザイン**の必要性が増えるにつれて、**耐久性**が減る  
(Kawabata & Rabolt, 1999)

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



(例: 左にあるチャート)

## セレクトショナル・モデル

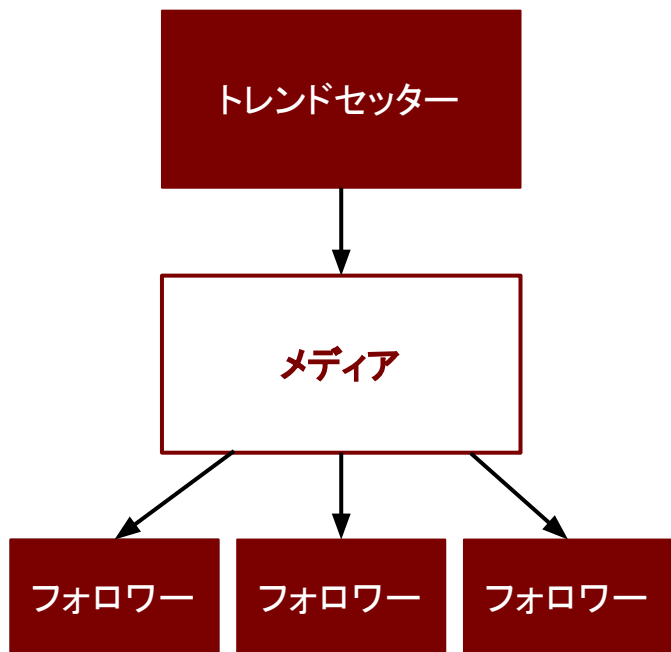
様々なトレンドから一つだけ選ばれている

(例: この星)





# 様々な異なるファッションメディア



- イノベーターに関するメディアの情報はフォロワーの注目を引く
  - トрендセッターの行動やファッションについてレポートする
- 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若い女性の写真がよく載っている

(Suzuki & Best, 2003)

日米ともファッション雑誌、店内ディスプレイ、友達、テレビは最も女性のスタイルに影響する

(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

**唯物主義** - 「お金を稼ぎ、物を買ひ、それが人生の成功と幸福を表すものだと思っていること」

**1. 唯物主義が高い人 - 人生の満足度が低い**

(Goldsmith, Flynn & Clark, 2012)

**2. 支出が低い人 - よりカジュアルなスタイル**

(Kawabata & Rabolt, 1999)

**3. 階級間の可動性** - 人々は社会的階級にとらわれず自由なスタイルを選ぶことによって階級の影響が薄れてきている

(Crane, 2009)

商品はその人の地位やアイデンティティを表現する

(Goldsmith, Flynn & Clark, 2012)



# 日本: ファッションとアイデンティティの相互関係

1. 自己主張の高い人 - 個人的なファッションアイテムを好む
2. 個人化願望の高い人 - 注目されるのが好き
3. 模倣性の高い人 - 友達に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
4. 競争心の高い人 - 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
5. 少数派 - 周りと同じスタイルをすることで自分のアイデンティティを隠したいという人
6. 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人



# 研究方法

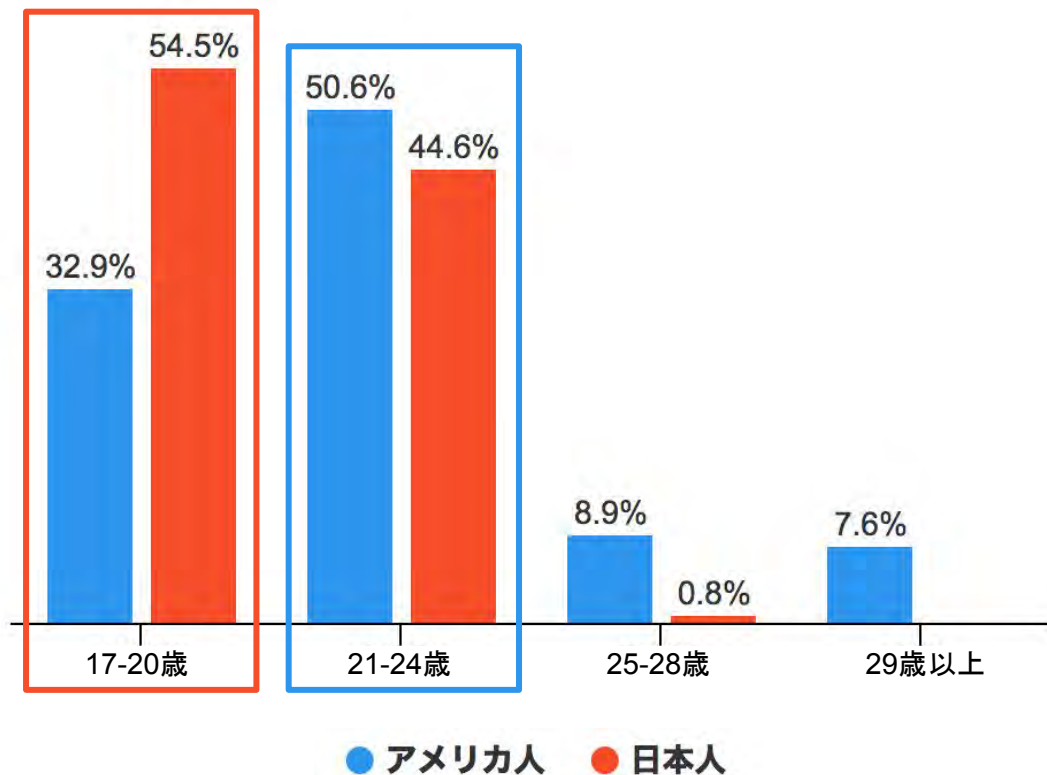
調査の回答者: 大学生200名 (17~43歳)

- 日本の大学生 121名
  - 女子80名、男子41名
- アメリカの大学生79名
  - 女子57名、男子21名、その他1名

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：年齢

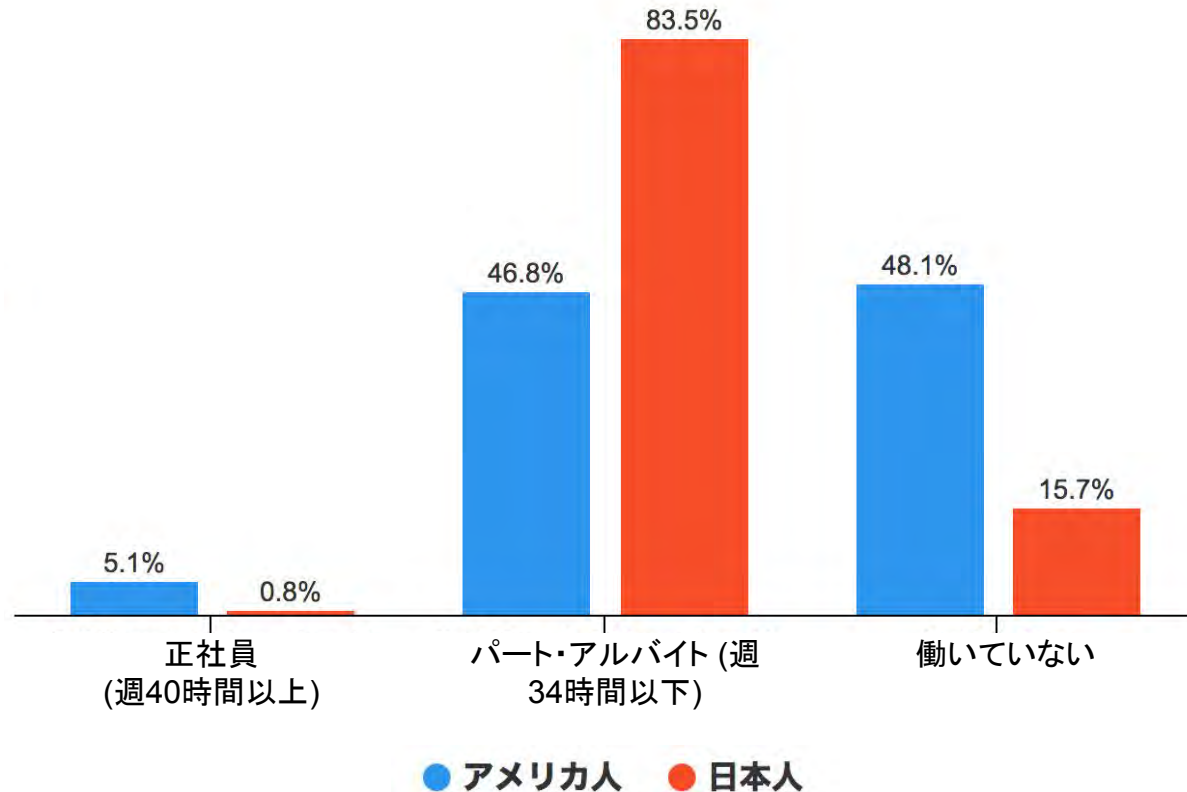


参加者は主に  
**17~24歳**の男女

# 参加者の情報：就業

バイトをしている日本人  
の数がアメリカ人の数を  
上回った

働いていないアメリカ人  
の参加者はおよそ **5割**  
を占めた



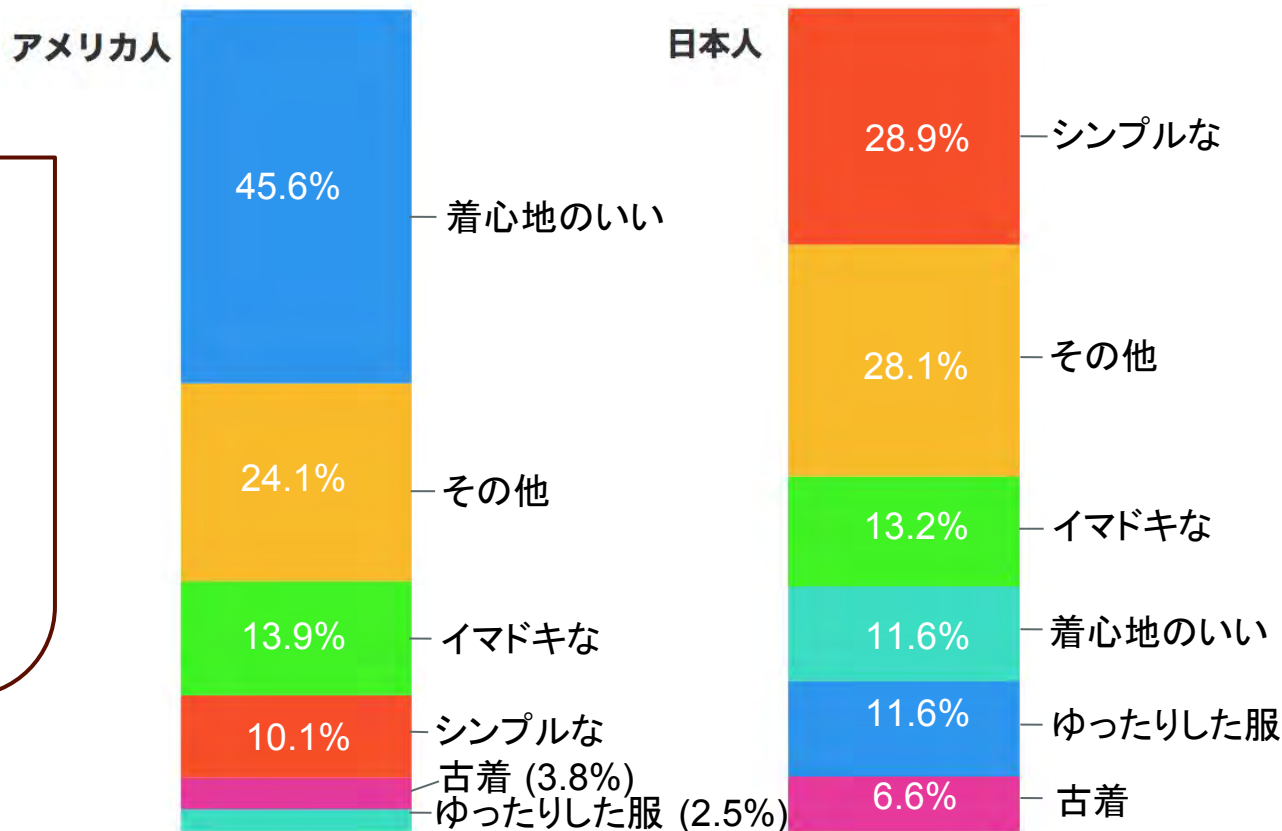
## 研究質問1

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うか。

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、日本人はシンプルな服という回答が一番多かった。





アメリカ人

ゆったりした服  
 シックな服 洗練された服  
 ストリートな服 露出の少ない服  
**着心地のいい服** 古着  
 その他  
 ぴったりした服  
 露出の多い服  
**イマドキな服** スマートな服  
**シンプル**な服  
 スポーティーな服

日本人

シックな服 ゆったりした服  
 ストリートな服 **シンプル**な服  
 露出の多い服  
**イマドキな服** 古着 その他  
 華やかな服 露出の少ない服  
**着心地のいい服** スマートな服  
 洗練された服

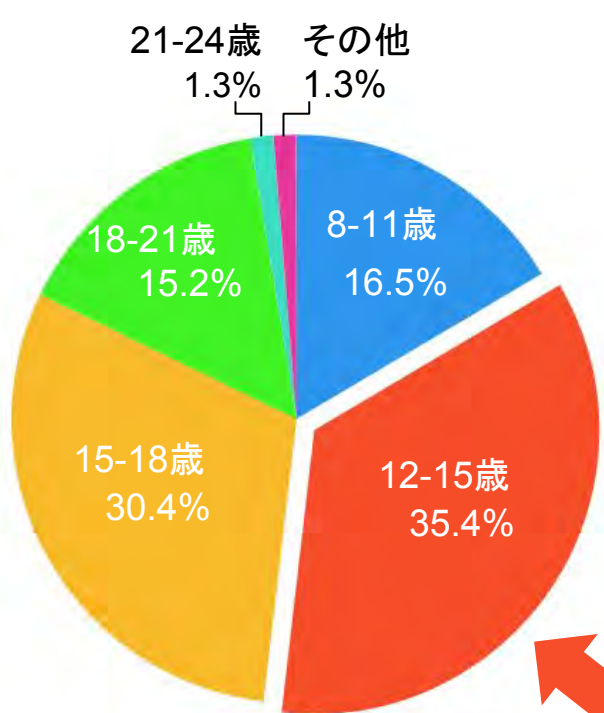
## 以下の状況で、あなたはファッションでどんな印象を与えたいか。

状況		アメリカ人		日本人
仕事中	自信がある感じ	48%	自信がある感じ	39%
デート中	女性らしい	33%	女性らしい	53%
部活動中	リラックスした感じ	43%	リラックスした感じ	47%
家族と食事中	リラックスした感じ	54%	リラックスした感じ	70%
授業中	リラックスした感じ	59%	リラックスした感じ	41%
友達と遊ぶ時	リラックスした感じ	46%	フレンドリーな感じ	45%

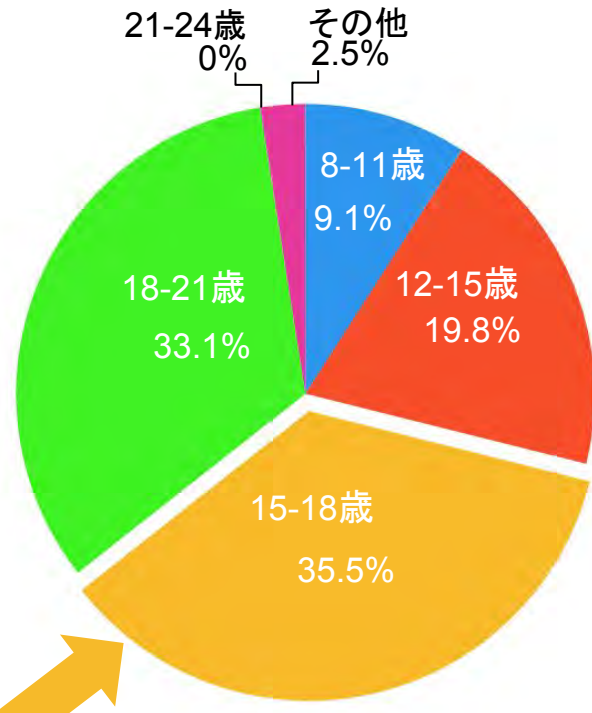
これだけが違う

# 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たか。 (例：服のタイプ・ブランドの好み)

約65%のアメリカの大学生は  
中高時代に  
自分のスタイルが決まってくる。約7割の日本の学生は  
高校・大学時代

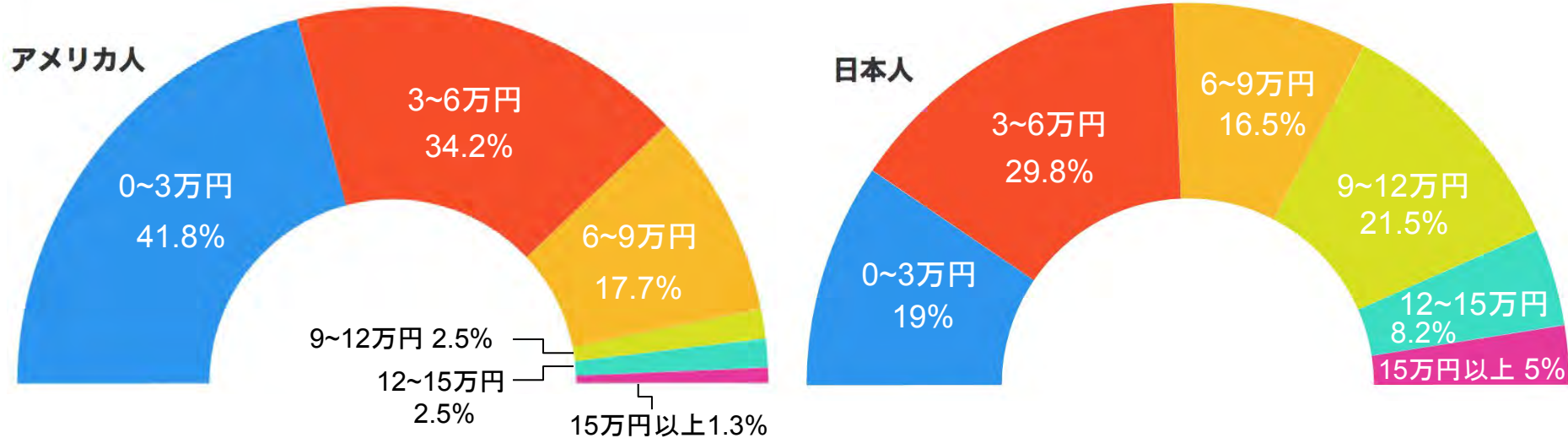


アメリカ人



日本人

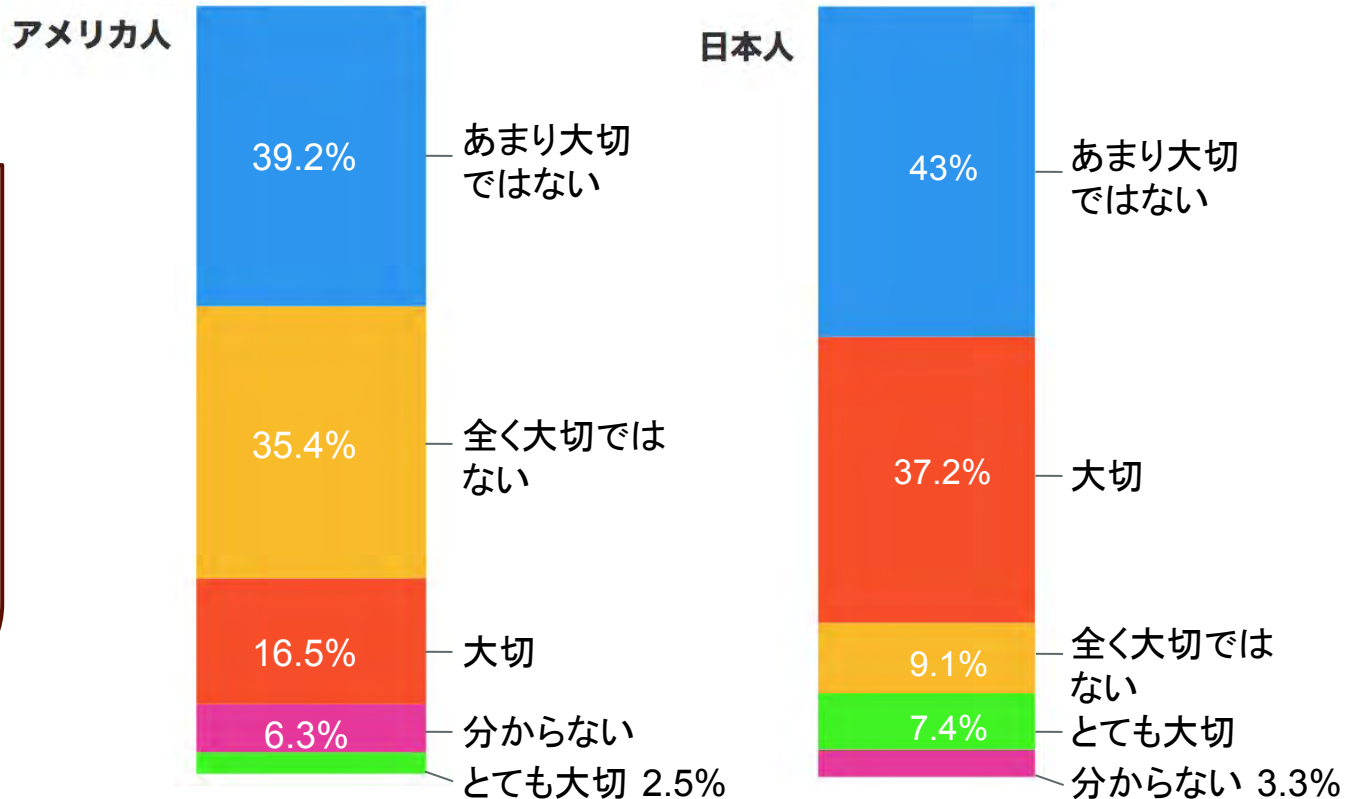
# 服のために年間でどのくらいのお金を使うか。



3万円以下を費やすアメリカの学生は4割で日本の学生は2割。  
9~12万円を費やすアメリカ人は2%、日本人は21%。

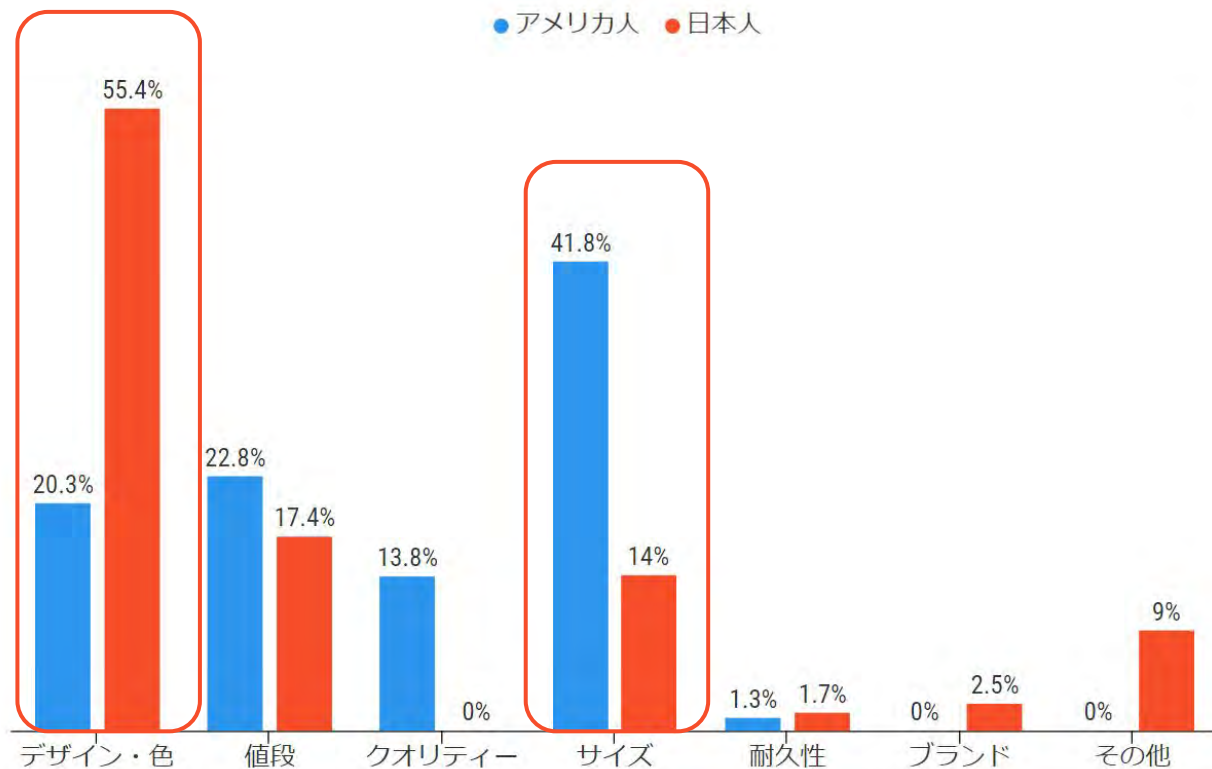
# あなたにとってブランドはどのくらい大切か。(例: ユニクロ・GU・H&M等)

75%のアメリカの大学生にとってブランドは**大切ではない**が日本の大学生の約半数は**大切だ**と答えた



# 服を選ぶ時何が大事か。

アメリカの学生は  
服の**サイズ**が大事。  
日本の学生は  
**デザイン・色**が大切



# 研究質問1の 結果のまとめ

- アメリカの大学生に比べると、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
- 日本の学生の方が**流行のデザイン**を好むのに対し、アメリカの学生は着心地のいい、実用性**のある服**を好む
- ファッションアイデンティティーを表現するためにアメリカ人にはブランドが大切ではないが日本の大学生の約4割は大切だという結果になった。
- 日本の大学生は高校大学時代に自分のスタイルというものが形成されるがアメリカの学生の場合はもう少し早く、中学高校時代に形成される。

## 研究質問2

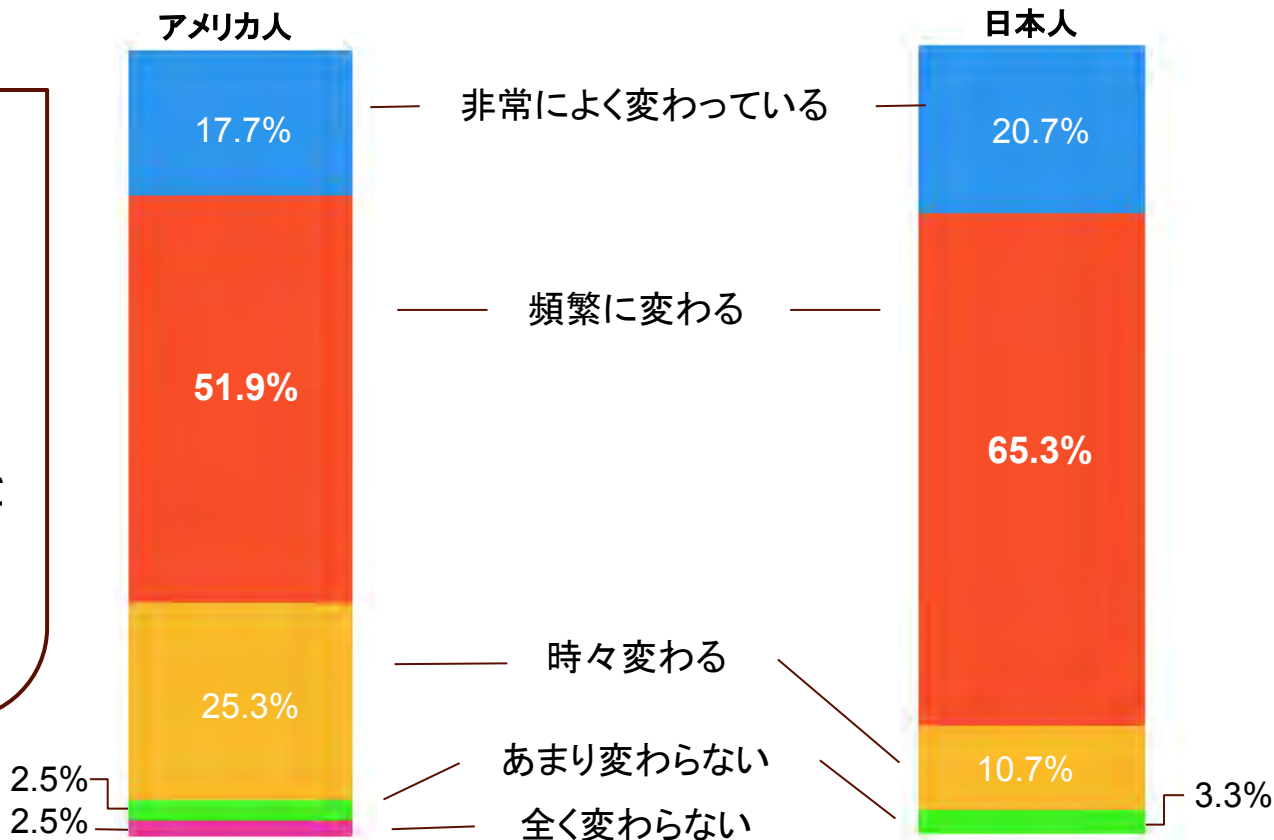
消費者としての日米大学生にトレンドセッターはどのような影響を及ぼしているのか。



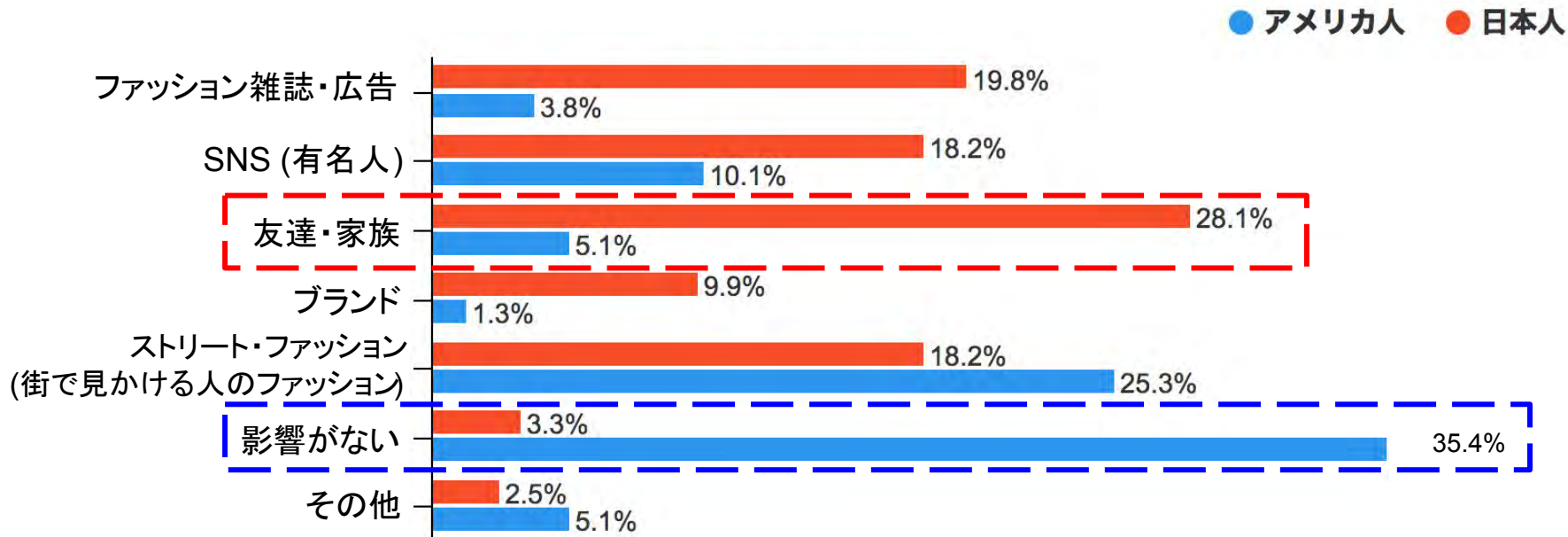
# 自分の国では、どのくらいの頻度で服の流行が変わると思うか。

日米の大学生共に、服の流行がかなり早い頻度で変わると答えた。

しかし、日本の学生の方が、頻繁に変わると思っている。

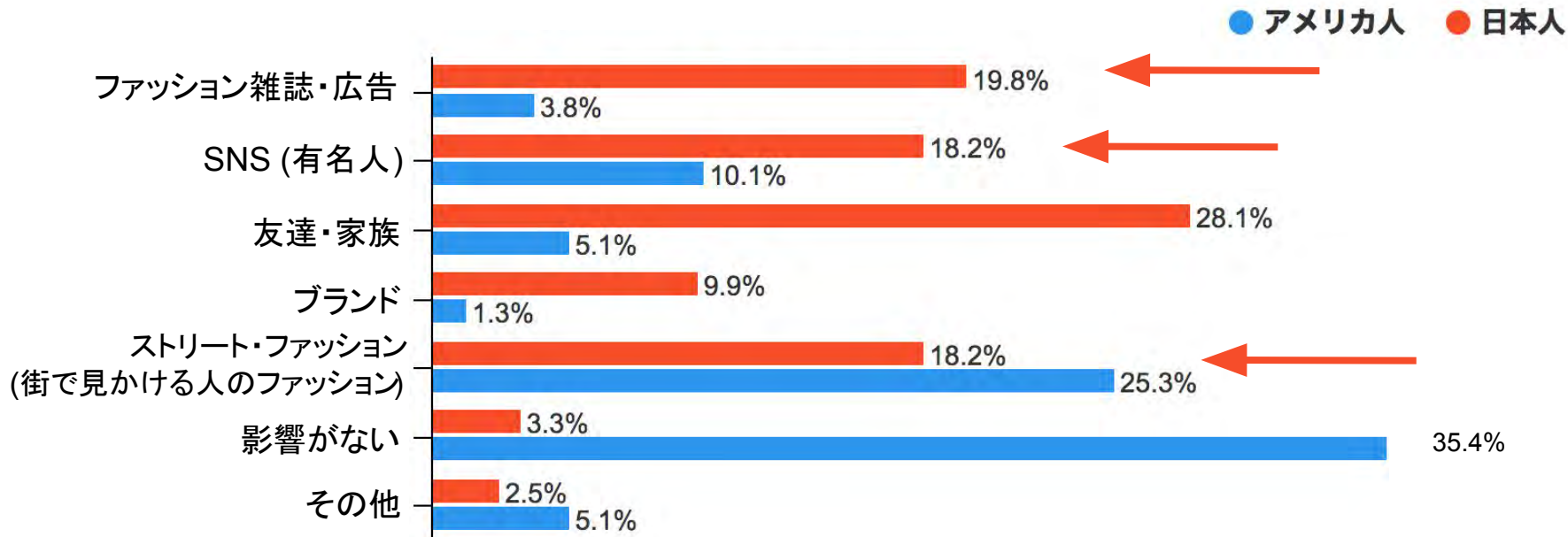


# 自分の服のスタイルに何が最も影響を与えていると思うか。



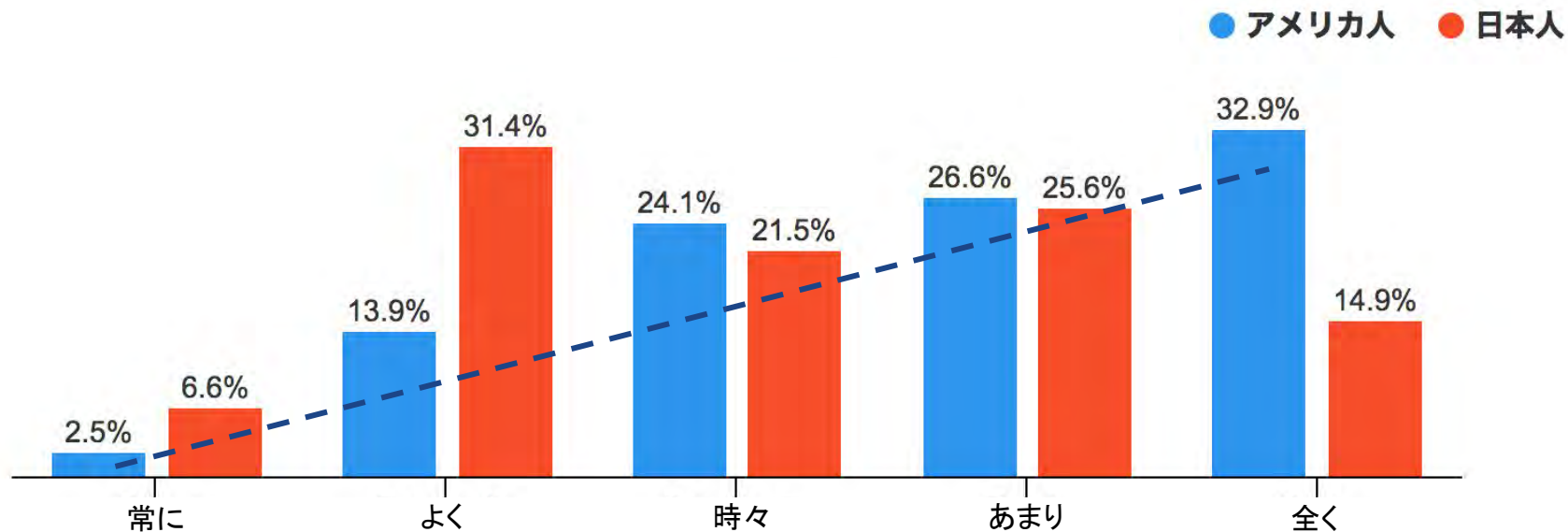
アメリカの学生は何にも影響されていないという答えが一番多く、日本の学生の場合は友達・家族、そして、ファッション雑誌、広告等メディアに影響を受けている

# 自分の服のスタイルに何が最も影響を与えていると思うか。



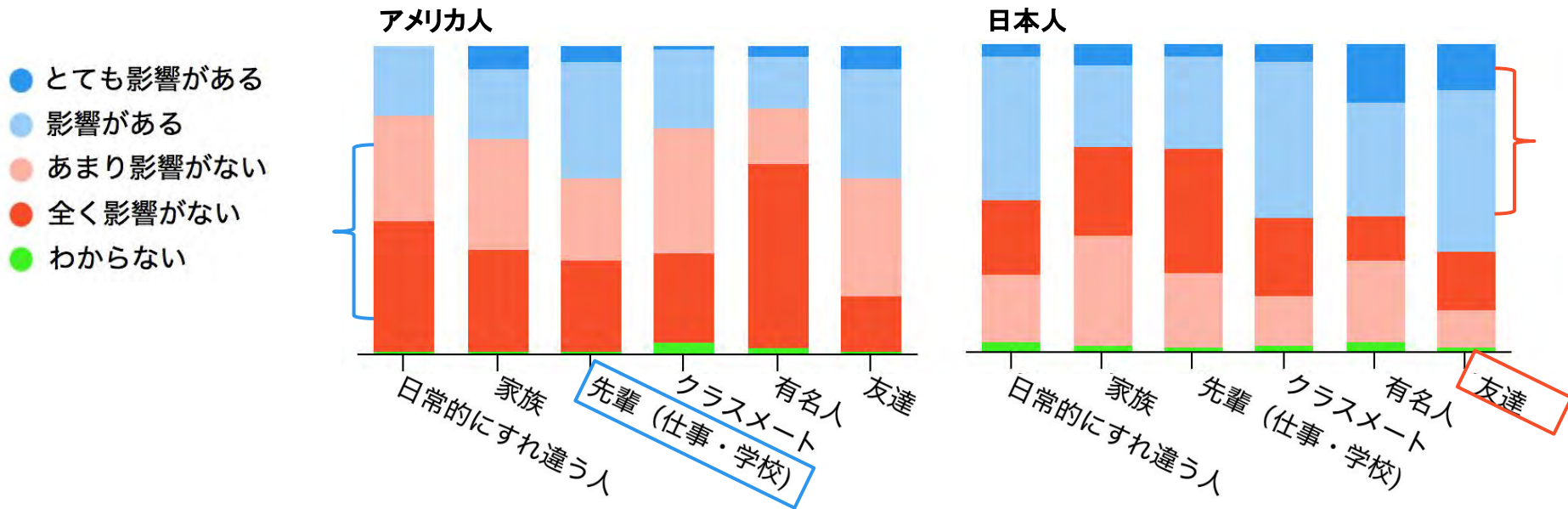
アメリカの学生は何にも影響されていないという答えが一番多く、日本の学生の場合は友達・家族、そして、ファッション雑誌、広告等メディアに影響を受けている

# 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か。 (例:テレビ・雑誌・SNS)



アメリカの学生のおよそ6割はメディアに「全く・あまり」影響されていないと答え、日本の学生の約6割は自分の服のスタイルはメディアに影響されていると答えた。

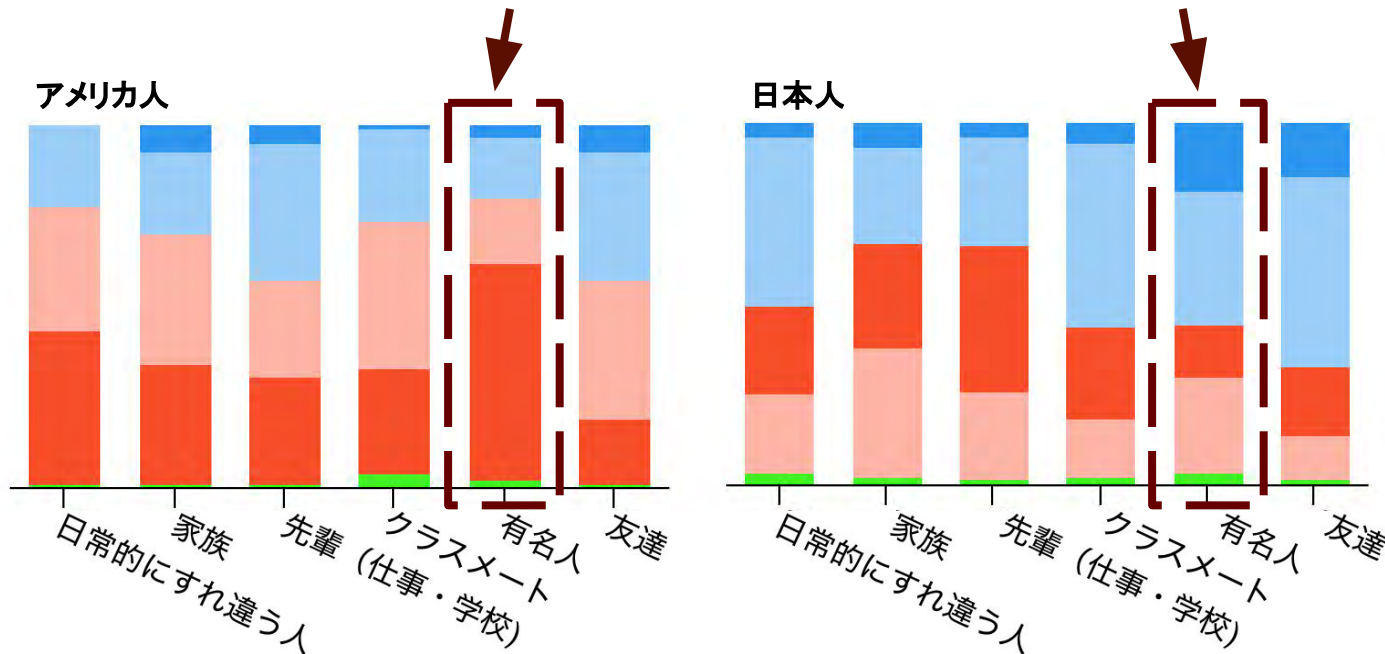
# 自分の服のスタイルに他人からどのくらい影響を受けていると思うか。



アメリカの大学生のスタイルはほとんど誰からも影響されていないが、日本の学生は誰かの影響を受けている。

# 自分の服のスタイルに他人からどのくらい影響を受けていると思うか。

- とても影響がある
- 影響がある
- あまり影響がない
- 全く影響がない
- わからない



アメリカの大学生のスタイルはほとんど誰からも影響されていないが、日本の学生は誰かの影響を受けている。

# あなたが最も 트렌ディーだと思える女性はだれか。

アメリカ・日本で最も人気のある女性のインスタグラマー

アメリカで



日本で



# あなたが最も 트렌ディーだと思える女性はだれか。

● アメリカ人 ● 日本人

アメリカで

日本人はアメリカで人気のある女性インスタグラマーを選んだが、アメリカ人は日本で人気のある女性インスタグラマーを選んだ。



日本で





# あなたが最もトレンドイダと思う男性はだれか。

アメリカ・日本で最も人気のある男性のインスタグラマー

アメリカで



日本で



# あなたが最も 트렌ディーだと思ふ男性はだれか。

● アメリカ人 ● 日本人

アメリカで

日本人は日本で人気のある男性インスタグラマーを選んだが、アメリカ人はアメリカで人気のある男性インスタグラマーを選んだ。



日本で



# トレンドセッターになるには何が最も必要だと思うか。

	アメリカ人	日本人
独自のスタイル	1位 (55.7%)	1位 (47.1%)
親近感が持てる人	2位 (13.9%)	2位 (23.1%)
余裕のある所得	3位 (11.4%)	3位 (14.9%)
ファンとのつながり	3位 (11.4%)	4位 (6.6%)
誠実さ	5位 (3.8%)	4位 (6.6%)

ほぼ7割の日米の大学生はトレンドセッターに最も重要な特徴は「独自のスタイル」と「親近感が持てる人」だと答えた。

つまり...

独自のスタイル

+

親近感が持てる人

アメリカ人



日本の

水原希子



アメリカの

ジョー・ジョナス



=

日本人



アメリカの

テイラー・スウィフト



日本の

山崎賢人



## 研究質問2の 結果のまとめ

- 流行がめまぐるしく変わるため、トレンドセッターの役割はファストファッションのアイテムの販売に重要。
- アメリカと日本のトレンドセッターの特徴は同じだが、日本ではトレンドセッターがファッションに影響を与える。
- 日本の学生はメディア・他の人の意見にファッションスタイルが影響される。
- アメリカではファッションのスタイルは誰にも影響されない傾向があるため、トレンドセッターの影響はあまりない。

# 結論と考察

- 日本とアメリカの学生はファッションを選ぶ基準が異なる。
  - 日本の学生はデザインを重視する。また、アルバイト等をしてそのお金をファッションにも使う。
  - しかし、アメリカの学生はアルバイト代はファッションよりも授業料、食費代、車の維持費等に使い、服に関しては実用性のあるものを好む。
  - アメリカの学生は日本の学生よりブランド製品等にはお金はかけない。
  - これは日本の社会での人間関係がアメリカとは異なり、人口密度が高く周りとの協調を大切にするためであろう。

## 結論と考察（続き）

- 日本の場合は高校まで制服を着るため自分のスタイルが定まるのは大学に行ってからになる。
- 個人の好みを反映するスタイルはその国の文化を反映していることがわかる。
- 日本ではNHKや民法の番組などのテレビの視聴率が高く、アメリカよりも流行の影響を受けやすい。
  - 日本ではメディアを通してのトレンドセッターの影響がファッションにすぐ反映する傾向にある。
  - アメリカの場合は、見解も文化も多様な社会であるため独自のスタイルを尊重する傾向にある。

# 研究の限界点・将来の研究課題

限界点：

- 男性の参加者より女性の参加者が多かった

将来の課題：

- 男性の参加者の人数を増やす
- 参加者の選んだトレンドセッターについてどうしてそのトレンドセッターを選んだか、またそのトレンドセッターを知っていたかという点も追及したい



# 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*. Johannahov: 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
- 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>

# 参考文献 (続き)

- 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>
- 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>

# 謝辞

- 齋藤先生
- 関根先生
- ガス・レナード
- キャップストーンの同級生
- 家族

**ご清聴ありがとうございました**