

整容用衣料品に関する着用実態について

伊藤 紀子*・梶川 豊代*・山田 智子**

Noriko ITO, Atuyo KAJIKAWA and Tomoko YAMADA: Consumer's Attitude to
Foundation Garments

(1991年4月20日 受理)

1. 目 的

すばらしい経済発展に支えられて、女性の美に対する願望は、増々過剰なものとなっており、瘦身美追求の立場から整容用衣料品は、若い女性を中心におおいに注目されている。身体拘束衣料品のなかでもブラジャー、ガードルは、女性特有のボディーラインを強調し、身体を美しく見せる目的、すなわち、整容機能の立場から広く女性に着用されていると考えられる。また、最近では脚線美を誇大に標榜したサポートストッキングや他の新製品も次々と発売されている。雑誌等でも、これらの衣料に関する特集が組まれ、多種類の商品が紹介され、選び方や着用方法の指導もなされていることから、整容用衣料品の着用に対する消費者の対応の仕方も変わってきていると考えられる。

そこで、高校生から社会人までを対象に、瘦身に対する考え、整容用衣料品のうちブラジャー、ガードル、サポートストッキングの着用実態について、現状を把握するための基礎資料を得ることを目的として調査を実施した。

2. 整容用衣料品の広告の現状

新聞、雑誌等の広告は、整容用衣料品の購入や着用動機に大きく影響すると考えられる。そこで、整容用衣料品の広告の実態について、1989年10月1日から10月31日の1か月間の新聞4紙、雑誌18誌に掲載された広告を調査分類した。その結果は表1のとおりである。雑誌のその他の2誌は妊婦を対象としたものと、マラソンやジョギングをする人を対象としたものである。

ブラジャー、ガードルを含むシェイプアップファンデーションは、女性週刊誌、女性ファッション雑誌を中心に広告の掲載が多い。サポートストッキングの広告は、新聞、婦人雑誌、女性ファッション雑誌にみられた。1989年3月から4月頃までに、書店や美容院等で目にふれた女性週刊誌の整容用衣料品に関する広告では、シェイプアップファンデーションとサポートストッキングの比が11対17であるのに対し、1989年10月では25対13とサポートストッキングの広告の割合が減少している。この傾向は、田村ら¹⁾の報告と同様である。また、価格は、4月以

* 被服学教室

** 倉吉東高等学校

表1 整容用衣料品の広告の実験

1989年10月

		発行回数	シェイプアップ ファンデーション	サポート ストッキング	痩身用衣服
新聞	A	31	2	0	0
	B	31	1	1	0
	C	31	1	2	0
	D	31	0	0	0
	E	4	0	0	0
一般週刊誌	F	4	0	0	0
	G	4	0	0	0
	H	4	0	0	0
女性週刊誌	I	4	2	1	1
	J	4	5	0	2
	K	4	2	0	1
婦人雑誌	L	2	0	0	0
	M	2	0	2	0
女性ファッション 雑誌	N	2	0	0	0
	O	2	3	2	0
	P	2	0	2	1
	Q	2	3	1	1
	R	2	2	2	0
男性ファッション 雑誌・その他	S	2	0	0	0
	T	2	0	0	0
	U	2	4	0	0
	V	2	0	0	0
計			25	13	6

前は10000円を超えるものや3000円以上のものがほとんどであったが、10月の広告では500～1000円が大部分であった。販売方法は、通信販売から店頭販売へと移行し、発売メーカーもあまり知られていないメーカーから大手メーカーへ移行してきていることが特徴的である。広告の表示も4月以前は「モデル・タレント・スチュワーデスの間でも大ブーム!」、 「下半身のタルミを引き締めスリムな脚線美をつくる」、 「細くみせてるだけで満足ですか?」 など強力なサポート力を前面に出し細くなると思わせるような表示であったが、10月の広告の表示は、広告に対する規制(1988.11.16施行)とも関連して「しなやかフィット」、 「ナチュラルな透明感」、 「ほどよいサポート効果」 など、誇大広告の減少と強力なサポート力よりはき心地を重視した、軽やかなフィット感と透明感をポイントに、ソフトにサポートして「足をきれいにみせる」へ変化している。これらのことから、1989年4月の本調査段階においては、サポートストッキングの着用が拡大する状況下にあったと考えられる。

表2 所属別調査対象者の身体特性

	高校生	大 学 生		社会人
		鳥 取	大 阪	
対象者人数	242	187	210	171
年 齢 (歳)	16.4	19.5	18.7	35.6
身 長 (cm)	158.1	158.7	158.6	156.3
体 重 (kg)	51.3	52.0	51.1	51.2
バスト (cm)	81.3	82.5	81.9	82.9
ウエスト (cm)	62.1	52.2	61.4	64.4
ヒ ッ プ (cm)	87.9	89.6	88.4	89.1
ローレル指数	130.0	130.0	127.6	134.6

3. 調 査 方 法

調査対象者は年齢による違いを見る立場から、地方に在住する高校生、大学生、社会人の女性と、地域による違いをみる立場から都市に在住する女子大学生である。調査対象者の身体特性は表2のとおりである。日本人女性の平均的体位と比較して、身長は大きい反面、体重が小さく、痩身型であるといえる。調査期間は、環境気温が20°C前後に安定した1989年4月下旬に行った。冬期や夏期の着用状態が、防寒、防暑を重視する傾向にあるのに対し、4月下旬は気候も安定し、身体拘束衣料品への関心度や着用状況もほぼ安定した季節であるといえる。調査方法は、調査票を配布し、回収する自記式調査である。有効回収数は、地方に在住する高校生242人、大学生187人、社会人171人の計600人と、都市の大学生210人の合計810人である。調査内容は、痩身について、ブラジャー、ガードル、サポートストッキングの3つの整容用衣料品に対する着用状況、着用目的、着用効果等と調査対象者の身体特性である。なお、記入にあたっては無記名とした。

調査データの分析は、高校生、大学生、社会人の所属別、地域別、身長、体重から求めた肥満度を表すローレル指数の身体特性別に統計処理を行い、比較検討した。

4. 調 査 結 果

(1) 痩身に対する考え

やせたいと考えている人は、痩身美を賛美する現代人を反映して全体で92.1%であった。所

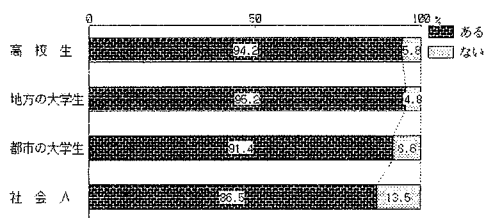


図1 痩身願望

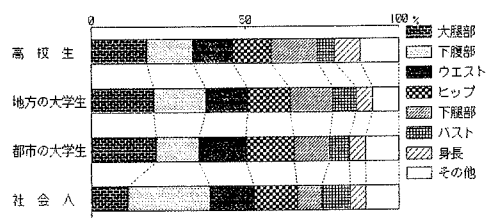


図2 気にかかる部位

属別では、図1に示すとおり高校生、大学生がいずれも90%以上であり、社会人は86.5%とやや低い。個々の体型で気になる部位は、図2に示すとおり大腿部、下腹部、ウエスト、ヒップ、下腿部等の下半身へ集中している。所属間の気になる部位に有意差が認められ ($p < 0.01$)、高校生・大学生は、「大腿部」が、社会人は、身長に対する腹囲が加齢とともに増加することから「下腹部」が高率であった。図3の痩身への試みは、いずれの所属においても「ダイエット」、「スポーツ」が多く、「何もしない」とした人も多い。特に高校生、大学生は、「ダイエット」による痩身方法が約40%であり、若者の痩身への問題点を浮き彫りにしている。

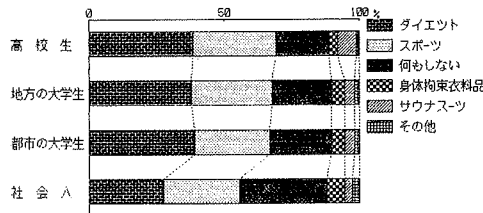


図3 痩身方法

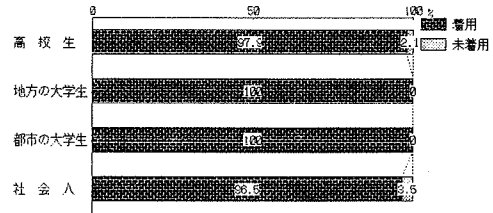


図4 ブラジャーの着用率

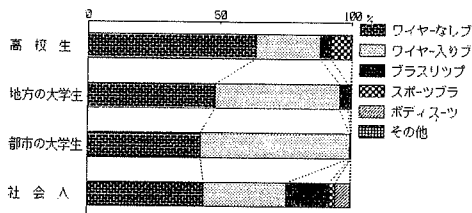


図5 主に着用するブラジャーの種類

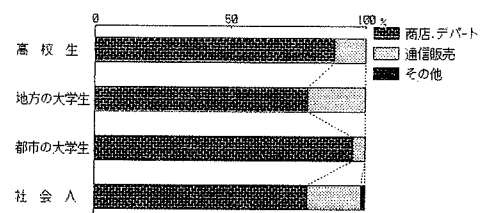


図6 ブラジャーの主な購入方法

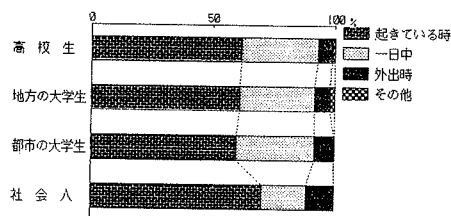


図7 ブラジャーの着用時間

(2) ブラジャーについて

ブラジャーの着用率は、全体で98.5%であり、ほとんどの人が着用している。図4からわかるように、とくに大学生の着用率は100%であった。主に着用するブラジャーの種類は、図5に示すとおりであり、ワイヤーなしブラジャー、ワイヤー入りブラジャーが高率で着用されている。所属別で着用するブラジャーの種類に有意差が認められた ($p < 0.01$)。整容性の高いワイヤー入りブラジャーの着用は、都市の大学生が最も多く、ついで地方の大学生である。一方、高校生はワイヤーなしブラジャーを多く着用し、社会人はワイヤーなしとワイヤー入りブラジャーについてプラスリップの着用がみられた。

主な購入方法は、図6に示すとおり「商店・デパート」による購入が多い。所属別の購入方法に有意差が認められ ($p < 0.01$)、「通信販売」による購入は、都市の大学生に比べ地方の高校生、大学生、社会人に多いことがわかった。

着用状況は「ほとんど毎日」の人が高校生93.7%、地方の大学生97.9%、都市の大学生99.0%、社会人94.6%であり、ほとんどの人が毎日着用しており、ブラジャーは私たちの生活に定着しているといえる。このことは、図7の1日の着用時間をみても、「起きているときのみ」、「一日中」が大部分を占めることから諾ける。しかし、「一日中」着用する人が15~30%あり、就寝時のブラジャーによる身体拘束は、衣服衛生的立場から問題である。

期待する効果は、「身だしなみ」という人が50.6%と多く、ついで「バストの形を整える」44.2%、「ゆれを防ぎ安定させる」34.9%、「習慣」25.0%であり、社会生活を意識して着用している人が多いことがうかがえる。所属別の傾向を図8-1に示す。ブラジャーに期待する効果は、所属別で有意差は認められず ($p > 0.05$)、いずれの人も「バストの形を整える」、「ゆれを防ぎ安定させる」とする整容性を重視した機能と「身だしなみ」、「習慣」の社会的機能の両面からブラジャー着用している。図8-2のローレル指数別についてみると、標準体型に近いローレル指数110~139²⁾においては、「バストを大きくみせる」が多いのに対し、ローレル指数の高い肥満タイプの人には「ゆれを防ぎ安定させる」効果を目的とする人が多くみられた。

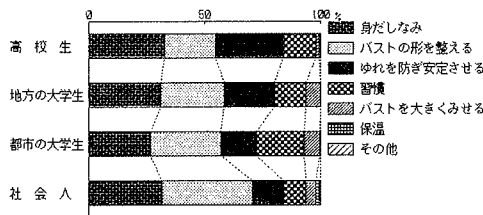


図8-1 ブラジャーに期待する効果

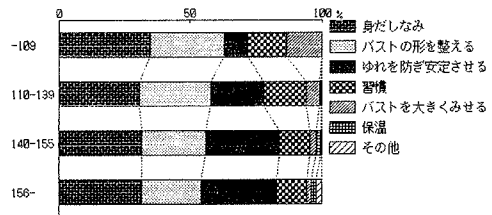


図8-2 ブラジャーに期待する効果 (ローレル指数別)

実際の着用効果については、「どちらともいえない」とする人が52.4%、「効果がある」とする人44.6%であった。

ブラジャーを着用しない理由としては、「窮屈さ」や「肩こり」などブラジャーの拘束力を問題とする人がいた。

(3) ガードルについて

下半身拘束用のガードルの着用率は全体で60.4%であり、ブラジャーの98.5%に比べて、かなり低率である。所属別の着用率 (図9-1) に有意差が認められ ($p < 0.01$)、高校生が最も着

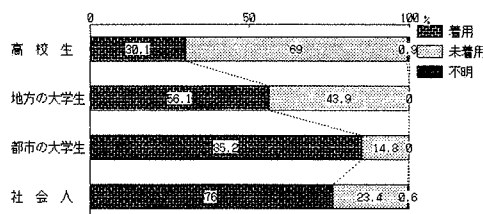


図9-1 ガードルの着用率

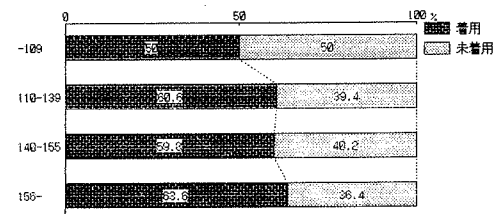


図9-2 ガードルの着用率(ローレル指数別)

用率が低く、大都市の大学生と社会人の着用率が高い。図9-2のローレル指数別にみると、ローレル指数が大きくなるにつれて、ガードルの着用率もわずかに上昇している。主に着用するガードルは、ショートガードルのソフトタイプとハードタイプが全体でそれぞれ69.1%、24.3%と多く、なかでもショートガードルを着用している人が多い。一方、ロングガードル、ボディースーツ等を着用する人は少ない。また、整容性の高いハードタイプよりはソフトタイプが好まれることもわかった。所属別の傾向は、高校生・大学生に比べて社会人のロングガードル、ボディースーツの着用が多い(図10-1)。ローレル指数別着用ガードルの種類は、図10-2に示すとおり、ローレル指数の大きい人ほどロングガードルやボディースーツを着用することがわかった。

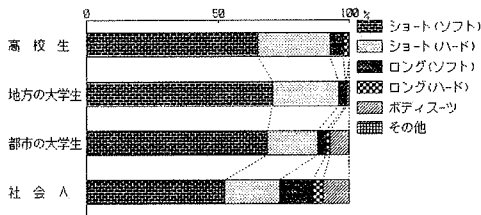


図10-1 主に着用するガードルの種類

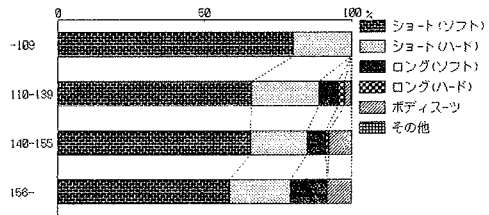


図10-2 主に着用するガードルの種類 (ローレル指数別)

主な購入方法は、ブラジャーと同様、所属別の購入方法に有意差が認められ ($p < 0.01$)、都市の大学生5.6%に対し地方の学生および社会人の平均が21.7%と通信販売を利用する人の多いことがわかった。

着用状況は、全体で「ほとんど毎日」57.0%、「週に2~3回」22.9%、「週に1回」、「ほとんど着用しない」とする人16.2%であった。ブラジャーに比べると着用率と同様、着用状況も低い。所属別の傾向は図11から、社会人や都市の大学生は、「ほとんど毎日」の人が多い反面、高校生・地方の大学生は着用状況が低い。ローレル指数別では、ローレル指数が大きいほど、「ほとんど毎日」とする人が多くなる傾向であった。また、一日の着用時間は、ブラジャーの着用が「起きているときのみ」とする人が62.5%と多かったのに対し、ガードルでは少なく、「外出時のみ」とする人が43.6%と多く、ガードルの着用時間がブラジャーに比べて短いことがわかる。図12の所属別では、高校生や地方の大学生は、社会人や都市の大学生に比べて着用時間が短い。

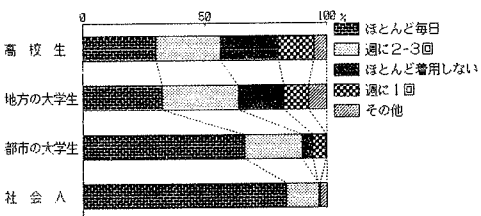


図11 ガードルの着用状況

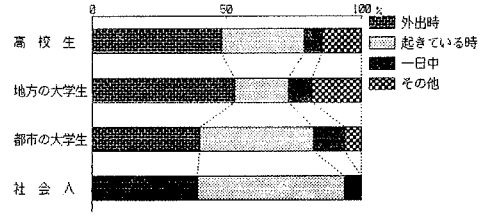


図12 ガードルの着用時間

期待する効果はブラジャーとは異なり、「下腹部をひきしめる」、「ヒップアップする」、「体のラインを整える」等の整容効果を期待している人が多い。高校生、大学生、社会人の所属別間に顕著な差は認められないが、図13のローレル指数別では、ローレル指数の小さい人に

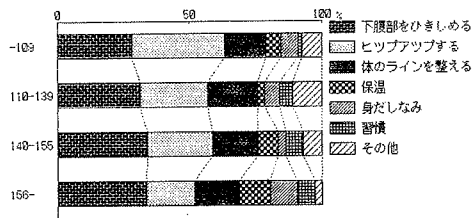


図13 ガードルに期待する効果(ローレル指数別)

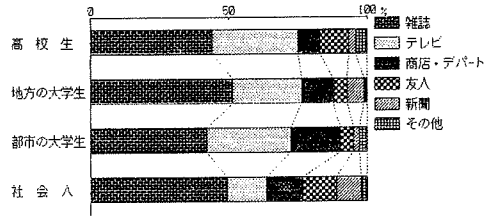


図14 サポートストッキングの情報源

「ヒップアップする」効果を期待する人が多いのに対し、ローレル指数の大きい人に「下腹部をひきしめる」効果を期待する人が多くみられた。

実際の着用効果は全体で「どちらともいえない」とする人が52.2%、「効果がある」とする人が40.1%であり、ブラジャーの着用効果と同程度であった。

ガードルを着用しない理由は、「持っていないから」、「する必要がないから」、「窮屈だから」とする人が高校生、大学生に、「窮屈だから」とする人が社会人に多くみられた。

(4) サポートストッキングについて

サポートストッキングを知っている人は全体で89.3%あり、高校生・社会人に比べ、大学生の方がよく知っている。情報源は雑誌が66.4%と最も多く、ついでテレビ37.9%となっており、マスメディアによる情報がいかに大きな影響があるかがわかる。商店・デパートで情報を得ている人は商品の流通機構の核心部に居住している都市の大学生に多くみられた(図14)。サポートストッキングを所有している人は全体で26.3%である。所属別の所有率は、高校生17.8%、地方の大学生25.0%、都市の大学生34.3%、社会人28.3%と都市の大学生が最も多い。主な購入方法は、ブラジャー、ガードルと同様の傾向であった。購入価格は、手ごろな価格の～1000円が一番多い。高価なサポートストッキングを購入した人は810人中、5000～10000円未満が2人、10000円以上が2人であった。

着用状況はサポートストッキングを所有しているにもかかわらず、「ほとんど着用していない」人が所有者の29.5%あり、図15にみるように、高価なものほど着用状態が悪く、安価なものほど着用状況がよい。図16の着用感をみると、サポートストッキングの特性を評価して「ひきしまってよい」とする人は全体で67.9%と多く、なかでも価格の安いものの着用者に多くみられた。10000円以上のサポートストッキングを購入した2人のうち1人は、「きつくて苦しい」と訴えていた。ローレル指数別では顕著な差はみられなかった。

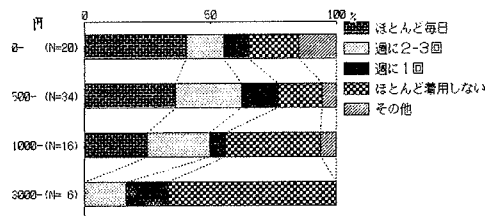


図15 サポートストッキングの着用状況(価格別)

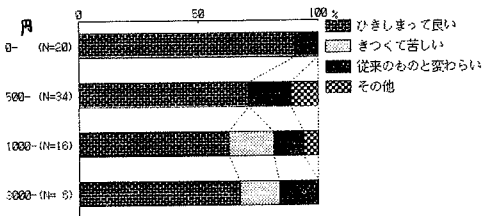


図16 サポートストッキングの着用感(価格別)

ローレル指数別の期待する効果は図17に示すとおり、「足を細くする」よりも、「足を細くみせる」が多いことから、ローレル指数の大きい肥満タイプの人以外は足が細くなるという効果

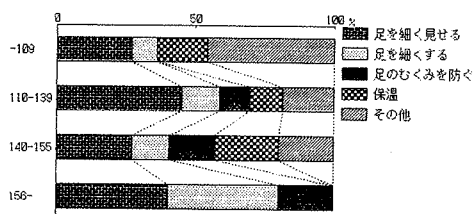


図17 サポートストッキングに期待する効果
(ローレル指数別)

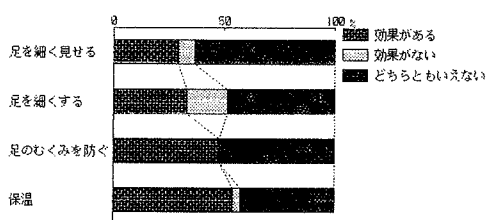


図18 サポートストッキングの効果の有無

はあまり期待していないことがわかる。着用効果の有無については「どちらともいえない」人が過半数を占め、効果があったとした人は36.3%であり、ブラジャーの44.6%、ガードルの40.1%に比べても少ない。図18の期待する効果別では、広告の表示に多い「足を細くする」、「足を細くみせる」に対し、「どちらともいえない」とする人が多かった。購入または着用による問題点については、5000円以上のサポートストッキング購入者が「色が気に入らなかった」、「値段が高かった」、「はきにくかった」、「厚くて透明感がない」などサポートストッキングの問題点を訴えていた。

サポートストッキングを所持していない理由として、「値段が高い」55.1%、「細くなるとは思えない」36.7%を挙げている。着用への興味について、高校生、大学生は、サポートストッキングを持っている人が少ないにもかかわらず着用への興味が約5割みられた。

5. 考 察

(1) ブラジャー、ガードルについて

ブラジャーの着用率は、清水らの調査結果³⁾よりも高く、特に大学生の着用率は、100%であった。また着用状況も「ほとんど毎日」とする人が94%以上であり、期待する効果においても整容性と「身だしなみ」、「習慣」の社会生活を意識して着用されていることがわかった。

着用するブラジャーの種類は、高校生にワイヤーなしのブラジャーの着用が多く、ワイヤー入りのブラジャーの着用率は、都市の大学生、ついで地方の大学生が高かった。この理由として、植竹の報告⁴⁾と同様、若い大学生の痩身への欲求と女性としての成熟度が挙げられる。

ガードルの着用率は、1979年の芦沢らの調査結果⁵⁾の47.4%に比べるとわずかに着用率が上昇しているものの、ブラジャーの98.5%に比べてかなり低く60.4%であった。さらに、着用状況、着用時間もブラジャーに比べて悪い。これらの理由として、ブラジャーは、整容性と社会性の両面から着用されているのに対し、ガードルでは、「下腹部をひきしめる」、「ヒップアップする」等、整容性を期待して着用されていることが挙げられる。このことは、高校生の着用率が低いこと、ローレル指数の大きい人の着用率、着用状況がよいことから明かである。

ブラジャー、ガードルの購入方法は、商店・デパートにおける購入が高率である。通信販売による購入も、間壁らの1985年の調査結果⁶⁾の1%未満に比べ約15%と上昇している。この理由として調査対象者が地方に在住する人が多いこともある。しかし、都市の大学生の通信販売によるブラジャー、ガードルの平均的購入率5.2%と間壁の結果を比較しても、通信販売による購入が、女性雑誌を中心とした広告と関連して、私たちの生活に大きく入り込んできたこと

がわかった。

(2) サポートストッキングについて

サポートストッキングを知っている人は多く、その情報源は雑誌、テレビといったマスメディアであった。新製品の情報はこれらから入手していることがうかがえる。また、大学生に知っている人が多いことから、若い女性を対象とした女性週刊誌、女性ファッション雑誌に、これらに関する広告が多いことに併せて、おしゃれに関する情報に敏感であるといえる。所有している人は、1989年4月本調査が26.3%であったのに対し、1989年10月の国民生活センターの報告⁷⁾では80%であった。4月以降は、大手メーカーが手ごろな価格のものの発売を開始し、急速に所有者が増加したと考えられる。広告の実態をみても10月の調査では、サポートストッキングの広告が減少していることから、サポートストッキングの購入が一般化し、広告の必要性がなくなったといえる。また、購入したサポートストッキングの価格が、1000円未満が大部分であることから、サポートストッキングを特別視しないで、従来のストッキングを着用する感覚でサポートストッキングを着用し始めたと考えられる。サポートストッキングに期待する効果の「足を細くする」、「足を細くみせる」ことにこだわらず、従来のストッキングよりひきしまった着用感を快適と感じ着用していることが明かとなった。

6. 結 語

特殊機能を付記した広告を整容用衣料品を中心に収集し、その実態をつかみ、整容用衣料品に関する実態調査から、これら衣料品の着用に対する実態を検討し、以下の結果を得た。

- ① 整容用衣料品の広告は、女性ファッション雑誌、女性週刊誌に多くみられ、それらの通信販売を利用する人が以前より増加している。特に、地方の利用率は高い。
- ② ブラジャー、ガードルの着用率は過去の調査と比べて高くなっており、とくにブラジャーはほとんどの人に着用されている。
- ③ ブラジャーは整容効果と身だしなみとしての社会生活の両面を意識して着用されており、ガードルは整容効果を目的として着用されている。また、ガードルの着用に際し、高校生、大学生、社会人の所属やローレル指数により、種類や期待する効果に違いがみられることがわかった。
- ④ サポートストッキングについては、広告の「足を細くする」、「足を細くみせる」という効果は期待できないものの、新製品に対する興味とひきしまった着用感から、着用率を高める過渡期にあったといえる。

なお、本研究の一部は、文部省科学研究費補助金総合A「特殊機能を付記した衣料品の実態とその着衣効果について」の平成元年度分担金に寄ったことを記して深謝する。

引 用 文 献

- 1) 田村照子他：第42回日本家政学会研究発表要旨集，(1990)，123.
- 2) 日本家政学会編：環境としての被服，(1988)，107，朝倉書店.
- 3) 清水裕子，戸塚歌子，大塚伊里子，松島貴子：繊維消誌，28 (1987)，17.
- 4) 植竹桃子：家政誌，39 (1988)，711.
- 5) 芦沢昌子，岡村幸子，田中道一：繊維工学，32 (1979)，457.

- 6) 間壁治子, 赤塚博江: 織消誌, 26 (1985), 464.
- 7) 国民生活センター: サポートタイプのパンティストッキングの比較テスト結果, (1989).

Abstract

The consumer's attitude of these garments was investigated. This investigation was carried on 810 females who were consisted of 242 high school students, 187 college students and 171 full-fledged members of society in Tottori and 210 junior college students in Osaka. On the other hand, advertisements of foundation garments were collected.

The results were summarized as follows:

- (1) A number of advertisement of foundation garments appeared in female's weekly and fashion magazines. Females of this survey used mail order system for buying foundation garments which appeared in these magazines. The utilization of mail order system was increasing. Specially, Tottori females more often used it than Oosaka females.
- (2) Brassiere was weared not only for making a body samrt apearance but also for taking care of her personal appearance. The wearing ratio of brassiere of this survey was higher than that of other investigation of 1987.
- (3) Girdle was mainly weared for foundation. The girdle's type and the purpose of wearing was different according to age and Rohrel index.
- (4) The support type stockings was in expansive stage at this study. These stockings do not effect on making legs smart appearances. But, these stockingy give the comfort sensation by high compression, and give the feel of satisfaction because of new type goods.