

## 就職活動の服装に対する意識

—服装によって演出したい自己と被服行動の関連—

Consciousness to the clothes of job-hunting activities

—Relation of self sought by clothing, and clothing behavior—

高橋美登梨 大枝近子

(Midori TAKAHASHI Chikako OOEDA)

### Abstract :

The purposes of this study are to investigate the relation of showing self in a dress, and clothing behavior at the time of job-hunting activities. A survey was conducted to a hundred and thirty-one students (male: 35, female: 96) in this university answered a questionnaire concerning self sought by clothing of 25 items, clothing behavior of 30 items and revised Self-Monitoring Scale of 13 items.

The results were as follows:

1) Self sought by clothing was extracted from 4 factors by factor analysis: "sincere", "forwardness", "sophistication", "feminine". 2) Clothing behavior was extracted from 3 factors by factor analysis: "interest in dressing up", "deviation from clothing norms", "Serious consideration of a function". 3) The high scorer of "sincere" has low score of the clothing behavior. The high scorer of "sophistication" has high score of the clothing behavior. 4) The relevance of clothing behavior and a revised Self-Monitoring Scale was not seen.

**キーワード** : 印象管理, 被服行動, 就職活動, 服装によって演出したい自己

**Keywords** : impression management, clothing behavior, job-hunting activities, self sought by clothing

### 1. 緒言

私たちは、他者に対して自己の特定の印象を与えるように行動することがある。これを印象管理 (impression management) といい、自己呈示 (self-presentation) と呼ぶこともある<sup>1)</sup>。印象管理は衣服を選択する場面でも見られる行動である。衣服の役割は、生理的・物理的側面、美的・心理的側面、社会的側面に大別される<sup>2)</sup>が、今日のように物が豊かになると美的・心理的側面、社会的側面、すなわちどのように装う

かということが重視されるようになる。

被服行動と印象管理の関連性について鈴木ら<sup>3)</sup>は、男女大学生を対象として調査を行い、呈示したい自己によって被服行動が異なること、装いにおけるブランド・流行志向や個人的趣味志向などの被服行動にはセルフ・モニタリング (自己呈示) が影響すること等を明らかにした。中川ら<sup>4)</sup>は、社会人を対象に調査を行い、被服の選択過程モデルによって被服による印象管理欲求と職場の着装規範が相互に関連し、印

象管理欲求が服装規範意識を高めることを示した。大石<sup>5)</sup>は、仕事上部外者と会う機会が多い、あるいは服装に関心のある女性は仕事の服装を戦略的に用いることを指摘している。このように服装が印象管理に何らかの影響を与えていることが示唆されてきた。

学生にとって印象管理が被服行動と深く関わる場面の一つとして就職活動の面接試験が挙げられる。就職活動の服装については、就職活動関連の書籍にはスーツ、シャツ、靴、鞆の選び方等が必ず記載されている。そして、就職活動の時期になると黒のスーツに白いシャツといった学生が多くみられる。そもそも「リクルートスーツ」は、1980年頃に百貨店やアパレル企業等が就職活動用の衣服として定着させていったものである<sup>6)</sup>。このような状況は、企業側は学生に個性を求めつつも画一的な服装を強いているとも言える。一方では、マニュアルに頼りすぎている学生を生み出していると考えられる。ソニーが2013年3月卒業見込みの学生を対象とした採用において、「『就活＝スーツ』のルールを変えます」と服装は自由と謳って会社説明会を行ったが、多くの来場者が従来のリクルートスーツであった<sup>7)</sup>ということからも、リクルートスーツでの就職活動が定着していることが分かる。

2013年3月卒業見込みの学生の就職活動の開始が前年度より2ヶ月遅くなり、厚生労働省が3年以内既卒者を新卒扱いとして採用することを奨励するなど就職活動のシステムは多様化に向かっている。さらに、アパレル業界を中心にリクルートスーツ以外での就職活動を奨励する例も増加傾向にある。今後、就職活動においてどのように装うかは学生にとってさらに難しい問題になると考える。

そこで、本研究では大学生の就職活動時の服装に対する意識を明らかにすることを目的として、服装によって演出したい自己と被服行動の関連を検討した。就職活動の場面として、最も服装の制約のない「服装は自由」と指定された場合を想定して、どのような自分を演出したいか、どのような服装をするか及び印象管理について質問紙による調査を行った。

## 2. 研究方法及び解析方法

### (1) 被験者及び調査時期

本研究は就職活動時の服装について問うため、3・4年生131名（本学社会情報学科の男子35名、女子96名）を対象とし、2012年7月～8月に質問紙調査法による調査を実施した。学年の内訳は、3年生が90名、4年生が41名である。

### (2) 調査内容

#### 1) 就職活動時の服装

就職活動時に「服装は自由」と指定された場合の被服行動とその際にどのような自己を表現するのかを明らかにするために、①服装によって演出したい自己と②被服行動の2つについて質問した。

①服装によって演出したい自己は、自己呈示の一つの側面であると考えられる。鈴木ら<sup>3)</sup>は、対人場面における自己呈示の戦術を i. 取り入り, ii. 自己宣伝, iii. 示範, iv. 威嚇, v. 哀願に分類した Jones&Pittman<sup>8)</sup> の研究を参考にして「被服によって呈示したい自己」を検討している。本研究では、鈴木らの研究で用いた項目に就職活動という場面を考慮した項目を加え、取り入り（10項目：明るい、さわやかな、若者らしい、活発な、センスのよい、流行に敏感な、落ち着いた、親しみやすい、誠実な、常識的な）、自己宣伝（5項目：個性的な、冷静な、知的な、信頼できる、はつらつとした）、示範（3項目：まじめな、リーダーシップのある、皆の手本になるような）、威嚇（3項目：男らしい、力強い、体力がある）、哀願（4項目：女らしい、かわいらしい、おとなしい、従順な）の25項目を設定した。設問「就職活動時、『服装は自由』とあった場合、服装によってどのような自分を演出しますか。」に対して、回答は「あてはまる」～「あてはまらない」の5段階尺度とした。

②被服行動の質問項目は、機能性（6項目：暑い時にはジャケットを着ない、半そでのシャツ [ブラウス] を着る、暑い時にはシャツ [ブラウス] の第一ボタンをあける、シャツ [ブラウス] 以外のインナーを着る、暑い時には靴

下・ストッキング等をはかない、暑い時にはネクタイをししない◆)、流行性(5項目:髪の色を栗色に染める、カラーコンタクトをする、伊達メガネをかける、つけまつげをつける★、フリルのブラウスを着る★)、規範(11項目:革靴以外の靴をはく、黒以外のスーツを着る、リクルートスーツ以外を着る、白色以外の無地のシャツ[ブラウス]をリクルートスーツに合わせる、柄物のシャツ[ブラウス]を着る、スカートやパンツと生地異なるジャケットを着る、短髪にししない◆、リュックサックを使う◆、ネクタイを派手にする◆、肌色以外のストッキングをはく★、スーツに似た形のスカートをはく★)、おしゃれ志向(8項目:ラグジュアリーブランドのバッグを持つ、指輪をつける、ピアスをつける、プレスレット[バンダナ]をする、パーマをかける、ネックレスをつける、マニキュアをする★、髪はおろしておく★)の30項目とした。なお、男女共通の質問が20項目、男子のみが4項目(◆)、女子のみが6項目(★)である。設問「就職活動時に『服装は自由』とあった場合、以下の格好をしますか。」に対して、回答は「あてはまる」～「あてはまらない」の5段階尺度とした。

## 2) 印象管理

印象管理に関わる性格特性はセルフ・モニタリングである<sup>9)</sup>と言われている。セルフ・モニタリングを測定する尺度として、石原・水野による改訂セルフ・モニタリング尺度の日本語版<sup>10)</sup>を用いた。この尺度は相手の表出行動への感受性6項目、自己呈示の修正能力7項目の下位尺度から構成され、それらの設問に対して、選択肢は「非常にそうである」～「全くそうでない」の6段階評価での回答を得た。

なお、先行研究<sup>3)</sup>では岩淵・田中・中里によるSnyderのセルフ・モニタリング尺度(日本語版)<sup>11)</sup>を使用しているが、質問の内容が現代の学生には適していないと思われる箇所もあるため、本研究では改訂セルフ・モニタリング尺度を用いることとした。

## 3) 基本属性

性別、学年、就職活動の経験の有無、就職活動セミナーへの参加の有無、希望する職種、ファッションへの興味を質問した。

### (3) 解析方法

就職活動時の服装、印象管理についての質問項目は単純集計のほか、平均値の差の検定および因子分析(主因子法、バリマックス回転)を行った。さらに、服装によって演出したい自分と被服行動の関連性をみるために因子得点高低間における下位尺度得点の平均値の差の検定を行った。

なお、服装によって演出したい自己および被服行動の回答結果を就職活動の経験の有無に分けて各項目について平均値の差の検定を行った結果、有意でなかった。そこで、本研究では就活セミナーへの参加を含む就職活動の有無は考慮しないで統計処理を行った。

## 3. 結果及び考察

### (1) 基本属性

基本属性の結果を表1に示す。

就職活動の経験の有無を尋ねたところ、実際に就職活動の経験があるのは25.2%(男性:31.4%,女性:22.9%)であった。また、就職活動セミナーへ参加したことがあるのは40.0%(男性:37.1%,女性:41.1%)であり、本調査の回答者は、およそ60%は具体的な就職活動を行ったことがないといえる。

希望の職種はアパレルが最も多く、次いで商社、食料品であった。ファッションへの興味は「とてもある」が男性28.6%,女性52.1%,「ややある」が男性54.3%,女性38.5%,「あまりない」が男性17.1%,女性9.4%であった。回答者の大半がファッションに興味を持っており、希望する職種もアパレルが多いことがわかった。

### (2) 服装によって演出したい自己

#### 1) 服装によって演出したい自己の平均値

「就職活動時、『服装は自由』とあった場合、服装によってどのような自分を演出しますか。」の質問項目に対して、5段階尺度の「あてはま

表1 基本属性

就活の経験				希望の職種	
		あり	なし	人数	
男性	人数	11	24	食料品	21
	(%)	(31.4)	(68.6)	アパレル	39
女性	人数	22	74	出版	3
	(%)	(22.9)	(77.1)	IT	1
合計	人数	33	98	自動車	3
	(%)	(25.2)	(74.8)	建設	3
福祉					
金融					
就活セミナーへの参加					
		あり	なし	商社	
男性	人数	13	22	不動産	2
	(%)	(37.1)	(62.9)	教育	3
女性	人数	39	56	ホテル	6
	(%)	(41.1)	(58.9)	ゲーム	2
合計	人数	52	78	鉄道	1
	(%)	(40.0)	(60.0)	その他	17
ファッションへの興味					
		とてもある	ややある	あまりない	全くない
男性	人数	10	19	6	0
	(%)	(28.6)	(54.3)	(17.1)	(0.0)
女性	人数	50	37	9	0
	(%)	(52.1)	(38.5)	(9.4)	(0.0)
合計	人数	60	56	15	0
	(%)	(45.8)	(42.7)	(11.5)	(0.0)

る」に5点、「ややあてはまる」に4点、「どちらでもない」に3点、「あまりあてはまらない」に2点、「あてはまらない」に1点を与えて数値化し、設問ごとに平均点を算出した。各項目の平均値を表2に示す。

「親しみやすい人物」(4.12)、「常識的な人物」(4.02)などが相対的に高い評価であった。就職活動の場面において親しみやすく常識的な人物と見られたいと思っていることが分かった。一方、「男性的な人物」(2.39)、「体力がある人物」(2.65)、「おとなしい人物」(2.66)、「力強い人物」(2.72)、「個性的な人物」(2.87)、「リーダーシップのある人物」(2.89)などが相対的に低

い評価であった。個性的・おとなしいといった印象を持たれたくないが、リーダーシップを積極的にとることもないといえる。男性的・体力がある・力強いといった項目の点数が低いのは、男性の回答者が少ないためと推察される。

男女間の比較では、有意であった項目のうち男性の方が平均値が高い項目は「男性的な人物」と「力強い人物」、女性の方が平均値が高い項目は「明るい人物」、「かわいらしい人物」、「知的な人物」、「女性的な人物」であった。男性は男性らしさ、女性は女性らしさを演出しようとするのが分かった。

表2 服装によって演出したい自己の平均値と男女間の t 検定

質問項目	全体	男性	女性	t 検定
1) 明るい人物	3.93	3.60	4.05	*
2) 個性的な人物	2.87	2.94	2.84	
3) まじめな人物	3.75	3.76	3.75	
4) 男性的な人物	2.39	3.71	1.91	**
5) 従順な人物	3.02	2.91	3.06	
6) さわやかな人物	3.91	3.88	3.92	
7) 冷静な人物	3.15	3.26	3.10	
8) リーダーシップのある人物	2.89	3.20	2.77	
9) 力強い人物	2.72	3.06	2.59	*
10) かわいらしい人物	3.05	2.29	3.32	**
11) 若者らしい人物	3.47	3.46	3.47	
12) 知的な人物	3.37	2.91	3.53	**
13) 女性的な人物	3.36	1.66	3.98	**
14) 活発な人物	3.71	3.62	3.74	
15) 信頼できる人物	3.73	3.46	3.82	
16) センスのよい人物	3.82	3.80	3.82	
17) 体力がある人物	2.65	2.96	2.53	
18) 流行に敏感な人物	3.25	3.29	3.24	
19) 誠実な人物	3.80	4.09	3.70	
20) 落ち着いた人物	3.85	4.00	3.79	
21) 皆の手本になるような人物	3.19	3.26	3.17	
22) 親しみやすい人物	4.12	3.95	4.18	
23) はつらつとした人物	3.58	3.59	3.57	
24) おとなしい人物	2.66	2.86	2.58	
25) 常識的な人物	4.02	4.00	4.03	

有意水準：\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$

## 2) 服装によって演出したい自己の因子構造

因子分析をするにあたり、尺度項目の天井効果やフロア効果及び共通性の低い項目を考慮するなど検討し、20項目を選定した。これら20項目を変数に主因子法による因子分析を行った結果、表3に示すように4因子が抽出された。バリマックス回転後の累積寄与率は48.59%で、クロンバックの $\alpha$ 係数は第1因子0.84、第2因子0.79、第3因子0.67、第4因子0.70となり、尺度の信頼性があると判断した。

第1因子は「誠実な人物」、「落ち着いた人物」、「まじめな人物」などの因子負荷量が高いことから「誠実」因子と命名した。第2因子

は「力強い人物」、「リーダーシップのある人物」などの因子負荷量が高いことから「積極性」因子、第3因子は「センスのよい人物」、「流行に敏感な人物」などの因子負荷量が高いことから「洗練」因子、第4因子は「女性的な人物」などの因子負荷量が高いことから「女性的」因子とそれぞれ命名した。

## (3) 被服行動

### 1) 被服行動の平均値

「就職活動時に『服装は自由』とあった場合、以下の格好をしますか。」の質問項目に対して、5段階尺度の「あてはまる」に5点、「ややあて

表3 服装によって演出したい自己の因子分析結果（バリマックス回転後の因子負荷量）

質問項目	因子			
	I	II	III	IV
誠実な人物	.819	-.046	-.019	-.200
落ち着いた人物	.754	.001	.084	-.186
まじめな人物	.658	.138	-.216	.148
常識的な人物	.645	-.023	.106	.065
信頼できる人物	.645	.202	.141	.294
知的な人物	.531	.060	-.120	.352
さやわかな人物	.484	.060	.236	.210
従順な人物	.466	.159	-.109	.047
皆の手本になるような人物	.442	.265	.387	.004
力強い人物	.050	.756	.079	-.162
リーダーシップのある人物	.138	.678	.098	-.080
はつらつとした人物	.035	.559	.469	.139
活発な人物	.124	.559	.436	.228
体力がある人物	.099	.533	.107	-.266
センスのよい人物	.025	.069	.620	-.021
流行に敏感な人物	-.201	.147	.550	-.046
明るい人物	.018	.406	.523	.305
親しみやすい人物	.320	.129	.507	.328
女性的な人物	.040	-.065	.192	.695
男性的な人物	-.104	.272	.036	-.680
寄与率	18.19	11.96	10.05	8.40
累積寄与率	18.19	30.15	40.19	48.59
因子名	<b>誠実</b>	<b>積極性</b>	<b>洗練</b>	<b>女性的</b>
$\alpha$ 係数	.84	.79	.67	.70

はまる」に4点、「どちらでもない」に3点、「あまりあてはまらない」に2点、「あてはまらない」に1点を与えて数値化し、設問ごとに平均点を算出した。各項目の平均値を表4に示す。

「暑い時にはジャケットを着ない」(3.54), 「半そでのシャツ(ブラウス)を着る」(3.34), 「暑い時にはシャツ(ブラウス)の第一ボタンをあける」(3.10), 「暑い時にはネクタイをしない」(3.00)など機能性に関わる行動は相対的に高い評価であった。クールビズが浸透してきた影響と推察される。一方、「リュックサックを使う」(1.71), 「プレスレット(バンダラ)をする」(1.82), 「指輪をつける」(1.83), 「カラーコンタクトをする」(1.88), 「パーマをかける」

(1.89), 「ピアスをつける」(1.92), 「伊達メガネをかける」(1.95)などおしゃれ志向に関わる行動は相対的に低い評価であった。以上から、「服装は自由」と指定された場合でもアクセサリ等は身に付けず、基本的には従来の上下黒のスーツ着用するといえる。しかし、暑さへの対応等でやや着くずず服装は容認されていることが分かった。

男女間の比較では、有意であった6項目(「髪の毛を栗色に染める」, 「革靴以外の靴をはく」, 「ラグジュアリーブランドのバッグを持つ」, 「カラーコンタクトをする」, 「ピアスをつける」, 「シャツ(ブラウス)以外のインナーを着る」)はいずれも女性の方が平均値が高かった。

表4 被服行動の平均値と男女間のt検定

質問項目	全体	男性	女性	t 検定
1) 半そでのシャツ（ブラウス）を着る	3.34	2.94	3.48	
2) 髪の毛を栗色に染める	2.15	1.66	2.33	*
3) 革靴以外の靴をはく	2.73	2.29	2.89	*
4) ラグジュアリーブランドのバッグを持つ	2.19	1.77	2.35	*
5) 暑い時にはジャケットを着ない	3.54	3.49	3.56	
6) カラーコンタクトをする	1.88	1.34	2.07	**
7) 黒以外のスーツを着る	2.69	2.63	2.72	
8) 指輪をつける	1.83	1.51	1.95	
9) 暑い時にはシャツ（ブラウス）の第一ボタンをあける	3.10	2.91	3.17	
10) 伊達メガネをかける	1.95	2.31	1.82	
11) 柄物のシャツ（ブラウス）を着る	2.14	2.17	2.13	
12) ピアスをつける	1.92	1.54	2.05	
13) シャツ（ブラウス）以外のインナーを着る	2.88	2.43	3.04	*
14) リクルートスーツ以外を着る	2.94	2.74	3.01	*
15) プレスレット（バンゲル）をする	1.82	1.74	1.84	
16) 暑い時には靴下、ストッキング等をはかない	2.09	1.83	2.19	
17) 白色以外の無地のシャツ（ブラウス）をリクルートスーツに合わせる	2.73	2.34	2.88	
18) パーマをかける	1.89	1.66	1.97	
19) スカートやパンツと生地異なるジャケットを着る	2.32	2.29	2.33	
20) ネックレスをつける	2.14	1.83	2.25	
21) 短髪にしない	-	2.35	-	
22) 暑い時にはネクタイをしない	-	3.00	-	
23) リュックサックを使う	-	1.71	-	
24) ネクタイを派手にする	-	2.00	-	
25) 髪はおろしておく	-	-	2.76	
26) つけまつげをつける	-	-	2.07	
27) フリルのブラウスを着る	-	-	2.26	
28) 肌色以外のストッキングをはく	-	-	2.10	
29) スーツに似た形のスカートをはく	-	-	2.63	
30) マニキュアをする	-	-	2.02	

有意水準：\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$

おしゃれ志向に関わる行動は女性の方が積極的に取り入れることが分かった。

## 2) 被服行動の因子構造

因子分析をするにあたり、男女が共通で回答した20項目について尺度項目の天井効果やフロア効果及び共通性の低い項目を考慮するなど検討し、18項目を選定した。これら18項目を変

数に主因子法による因子分析を行った結果、表5に示すように3因子が抽出された。バリマックス回転後の累積寄与率は48.34%で、クロンバックの $\alpha$ 係数は第1因子0.88、第2因子0.81、第3因子0.73となり、尺度の信頼性があると判断した。

第1因子は「ピアスをつける」、「指輪をつける」、「プレスレット（バンゲル）をする」など

表5 被服行動の因子分析結果（バリマックス回転後の因子負荷量）

質問項目	因子		
	I	II	III
ピアスをつける	.731	.242	.234
指輪をつける	.716	.277	.150
プレスレット（バングル）をする	.673	.405	.127
髪の毛を栗色に染める	.664	.091	.295
カラーコンタクトをする	.650	.098	.186
ラグジュアリーブランドのバッグを持つ	.595	.212	.332
伊達メガネをかける	.443	.370	.235
暑い時には靴下，ストッキング等をはかない	.420	.274	.289
黒以外のスーツを着る	.194	.651	.193
スカートやパンツと生地異なるジャケットを着る	.301	.603	.336
リクルートスーツ以外を着る	.178	.574	.486
白色以外の無地のシャツ（ブラウス）をリクルートスーツに合わせる	.164	.549	.146
パーマをかける	.460	.467	.102
暑い時にはシャツ（ブラウス）の第一ボタンをあける	.245	.366	.352
革靴以外の靴をはく	.297	.065	.708
シャツ（ブラウス）以外のインナーを着る	.253	.302	.601
暑い時にはジャケットを着ない	.128	.370	.487
半そでのシャツ（ブラウス）を着る	.194	.245	.451
寄与率	20.86	14.65	12.83
累積寄与率	20.86	35.51	48.34
因子名	おしゃれ志向	規範逸脱	機能性重視
$\alpha$ 係数	.88	.81	.73

の因子負荷量が高いことから「おしゃれ志向」因子と命名した。第2因子は「黒以外のスーツを着る」, 「スカートやパンツと生地異なるジャケットを着る」, 「リクルートスーツ以外を着る」の因子負荷量が高いことから「規範逸脱」因子, 第3因子は「革靴以外の靴をはく」, 「シャツ（ブラウス）以外のインナーを着る」, 「暑い時にはジャケットを着ない」などの因子負荷量が高いことから「機能性重視」因子とそれぞれ命名した。

#### (4) 印象管理

改訂セルフ・モニタリング尺度の質問項目に対して, 6段階尺度の「非常にそうである」に6点, 「そうである」に5点, 「どちらかといえ

ばそうである」に4点, 「どちらかといえばそうでない」に3点, 「そうでない」に2点, 「全くそうでない」に1点を与えて数値化し, 設問ごとに平均点を算出した。各項目の平均値を表6に示す。

「社会的な場面で, 他の人が望むように, 自分の行動を変えることができる」(4.54), 「会話をしているとき, 一緒にいる人のごく微妙な表情の変化にも敏感である」(4.56), 「普通相手の目を読み取って自分が何か不適切なことをしてしまったかが分かる」(4.50)などが相対的に高い評価であった。相手の会話や行動から相手の考え方や気持ちを敏感に感じ取ることができると思っていることが分かる。なお, 男女間の比較を行ったところ, いずれの項目も有意でなか

表6 改訂セルフ・モニタリング尺度の平均値と男女間の t 検定

質問項目	全体	男性	女性	t 検定
1) 社会的な場面で、他の人が望むように、自分の行動を変えることができる	4.54	4.71	4.48	
2) よく、人の目を見てその本当の気持ちを正確に読み取ることができる	4.26	4.37	4.22	
3) 他の人にこう印象づけたいと思うつき合い方をコントロールすることができる	4.07	4.03	4.08	
4) 会話をしているとき、一緒にいる人のごく微妙な表情の変化にも敏感である	4.56	4.49	4.59	
5) 私の直感力は、人の感情や動機を理解するときには、十分によい働きをする	4.08	4.15	4.06	
6) 他の人が、あるジョークを聞いて、うわべはなるほどと思って笑っているようでも心の中では、趣味の悪いジョークだと考えているときには、たいていそれが分かる	3.91	4.00	3.88	
7) 自分の描くイメージが相手に伝わっていないと感じるとき、それを役立つようなイメージにたやすく変えることができる	3.61	3.73	3.56	
8) 普通相手の目を読み取って自分が何か不適切なことを言ってしまったかが分かる	4.50	4.67	4.43	
9) 様々人や様々な状況に合わせて行動を変えるのに苦労する	3.65	3.96	3.53	
10) 自分の置かれているどんな状況にも適した行動をとることができる	4.03	4.09	4.01	
11) 他の誰かが私に嘘をついていれば、普通その人の表現の仕方からすぐにそれが分かる	3.88	3.85	3.90	
12) たとえそうすれば自分にとって有利になる場合でも、相手により態度を装うことができ難い	3.51	3.59	3.48	
13) 周囲がそのように要求していると分かれば、それに応じて行動を調節するのは簡単である	4.19	4.29	4.16	

った。

#### (5) 服装によって演出したい自己と被服行動との関連性

服装によって演出したい自己の因子分析により抽出された4因子のそれぞれについて平均値を0、分散を1とする因子得点を求め、因子得点が1以上の高得点者と-1以下の低得点者を取り出した。次に、各被服行動因子の下位尺度得点を算出して因子得点の高低得点者間で平均値の差の検定を行った。その結果を表7に示す。

「誠実」因子では、「おしゃれ志向」因子において1%水準、「規範逸脱」因子と「機能性重視」因子において5%水準で有意であった。「誠実」因子の高得点者はいずれの被服行動因子も

下位尺度得点が低かった。ファッション的な要素を強く含む「おしゃれ志向」、「規範逸脱」に加え「機能性重視」の得点も低いことから、「誠実」な人物と見られたい場合にはあらかじめよいとされた服装、いわゆるリクルートスタイルを忠実に守ると推察される。

「洗練」因子では、いずれの被服行動因子でも5%水準で有意であった。「洗練」因子の高得点者はいずれの被服行動因子も下位尺度得点が高かった。洗練した人物という印象を与えたい場合には、「おしゃれ志向」や「規範逸脱」といったこれまでの就職活動では見られなかった服装を取り入れることで自己を演出すると言える。「機能性重視」の得点も高いことから、着こなしの一環として暑い時にはジャケットを着ないなど衣服の機能性に関わる服装をすると推察され

表7 服装によって演出したい自己と被服行動との関連  
(因子得点高低間における下位尺度得点平均値の差の検定)

因子	尺度得点	人数	「おしゃれ志向」因子		「規範逸脱」因子		「機能性重視」因子	
			下位尺度得点 平均値	t値	下位尺度得点 平均値	t値	下位尺度得点 平均値	t値
「誠実」因子	+1以上	22	1.48	3.45**	2.32	2.18*	2.79	2.40*
	-1以下	19	2.58		3.07		3.66	
「積極性」因子	+1以上	22	1.91	-	2.68	-	3.12	-
	-1以下	19	1.84		2.45		2.93	
「洗練」因子	+1以上	22	2.48	2.57*	3.12	2.71*	3.64	2.52*
	-1以下	15	1.61		2.17		2.70	
「女性的」因子	+1以上	22	1.86	-	2.73	-	3.20	-
	-1以下	25	1.70		2.40		2.83	

有意水準：\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$

る。

なお、「積極性」因子と「女性的」因子は高低得点者間では有意でなかった。

以上から、服装によって誠実な自己を演出したい場合には黒いリクルートスーツを基本とした服装をし、洗練した自己を演出したい場合には従来の価値観に捉われずに被服を選択することが明らかになった。

#### (6) 被服行動と印象管理の関連性

改訂セルフ・モニタリング尺度を石原・水野の研究に基づき2因子の因子得点を求め、高低得点者間の平均値の差の検定を行ったが、いずれも有意でなかった。また、13項目を1因子と解釈して同様の検定を行ったが、有意でなかった。衣服には印象管理の役割があり、印象管理を測る尺度としてセルフ・モニタリングが用いられるが、今回の調査においては関連性を見出すことができなかった。遠藤<sup>12)</sup>はセルフ・モニタリングの概念は明確であるが、尺度には検討の余地があることを指摘している。被服行動と自己呈示の関連性をより明確に示す尺度の検討は今後の課題とする。

#### (7) 被服行動と希望する職種との関連性

また、希望する職種と被服行動の関連を検証するために、アパレル希望者は従来の価値観に

捉われない衣服の選択を行うと仮定し、アパレルと食料品、アパレルと商社、アパレルと金融の希望者（いずれも10名以上が希望した業種）の下位尺度得点について平均値の差の検定を行った。その結果、アパレルと食料品希望者間において「おしゃれ志向」因子で有意であった( $t(52) = 2.56, p < 0.05$ )ものの、下位尺度の平均値はアパレル希望者が2.35、食料品が1.64と、アパレル希望であっても低い値であった。他の因子やアパレルと商社、アパレルと金融間では有意でなかった。

以上から、アパレル希望者和其他の業種の希望者との明確な違いは見られず、アパレル希望者であっても就職活動の場面ではおしゃれ志向は高くないといえる。

#### 4. まとめ

就職活動時に「服装は自由」と指定された場合の被服行動について、服装によって演出したい自己及び印象管理との関連性を明らかにするために、3・4年生131名を対象に質問紙による調査を行った結果は、以下のように要約できる。

(1) 服装によって演出したい自己では、「親しみやすい人物」、「常識的な人物」が相対的に高く、「男性的な人物」、「おとなしい人物」、「個性的な人物」などが相対的に低い評価であっ

た。男女間の比較から男性は男性らしさ、女性は女性らしさを演出するといえる。

(2) 服装によって演出したい自己の構造は因子分析の結果、4因子が抽出された。第1因子は「誠実」因子、第2因子は「積極性」因子、第3因子は「洗練」因子、第4因子は「女性的」因子と命名した。

(3) 被服行動では、「暑い時にはジャケットを着ない」、「半そでのシャツ（ブラウス）を着る」など機能性に関わる行動は相対的に高く、タールビズ等が浸透してきた影響と推察される。「プレスレット（バンダ）をする」、「指輪をつける」、「カラーコンタクトをする」などおしゃれ志向に関わる行動は相対的に低い評価であった。

(4) 被服行動の構造は、因子分析の結果、3因子が抽出された。第1因子は「おしゃれ志向」因子、第2因子は「規範逸脱」因子、第3因子は「機能性重視」因子と命名した。

(5) 印象管理を測定した改訂セルフ・モニタリング尺度では、「社会的な場面で、他の人が望むように、自分の行動を変えることができる」、「会話をしているとき、一緒にいる人のごく微妙な表情の変化にも敏感である」などが相対的に高く、相手の会話や行動から相手の考え方や気持ちを敏感に感じ取ることができると思っ

ているといえる。

(6) 服装によって演出したい自己と被服行動の関連性を検討した結果、「誠実」因子の高得点者はいずれの被服行動因子も下位尺度得点が低かった。「洗練」因子の高得点者はいずれの被服行動因子も下位尺度得点が高かった。服装によって誠実な自分を演出したい場合には黒いリクルートスーツを基本とした服装をし、洗練した自分を演出したい場合には従来の価値観に捉われずに被服を選択することが分かった。

(7) 印象管理（改訂セルフ・モニタリング尺度）と被服行動の関連性は見い出すことができなかった。

本研究では、学生は就職活動の場面において自分をどのような人物に見せたいかにより、被服行動が異なることが示唆された。今後、就職

活動が多様化するにしたがって従来の就職活動の服装が見直されることも予想される。本研究では就職活動を行う学生の意識及び行動を明らかにしたが、今後は企業側の就職活動時の学生の服装に対する考え方等を検討していきたい。

## 【引用文献】

- 1) 神山進：『シリーズ21世紀の社会心理学8 被服行動の社会心理学』、北大路書房（2008）
- 2) 小林茂雄ほか：『改訂 衣生活論—装いを科学する—』、弘学出版（2002）
- 3) 鈴木理紗、神山進：被服による自己呈示に関する研究—「被服によって呈示したい自己」および「自己呈示に関わる被服行動」—、繊維製品消費科学会誌、Vol. 44、652-665（2003）
- 4) 中川由里、高木修：印象管理スキルとしての被服選択行動の過程—職場における着装規範に注目して—、繊維製品消費科学会誌、Vol. 52、129-124（2011）
- 5) 大石さおり：仕事時の服装による印象管理傾向とキャリア志向との関連—日本の有職女性の場合—、ファッションビジネス学会論文誌、Vol. 11、11-18（2006）
- 6) 小林茂雄：『改訂版 装いの心理』、アイ・ケイコーポレーション（2007）
- 7) 『アエラ』、朝日新聞社（2012.2.6）
- 8) E. E. Jones, and T. S. Pitman. : *Psychological perspective on the self*, Vol. 1, J. Suls (Ed.), Hillsdale, N. J. ; Lawrence Erlbaum (1982)
- 9) 中島義明、神山進：『まとう—被服行動の心理学—』、朝倉書店（1997）
- 10) 石原俊一、水野郁夫：改訂セルフ・モニタリング尺度の検討、心理学研究、Vol. 63、47-50（1992）
- 11) 岩淵千明、田中国夫、中里浩明：セルフ・モニタリング尺度に関する研究、心理学研究、Vol. 53、54-57（1982）
- 12) 遠藤健治：大学生における自己呈示としての着装、青山心理学研究、Vol. 8、13-32（2008）