

流行色の選好に関する 実験的検討

— 独自性欲求の視点から —

生活文化学科 11461504
安藤ゼミ 平松加帆

問題関心

- ・毎シーズンの流行色

→実際の購買に影響しているのか？

- ・田北・十一・孫・近藤(2011)によると、
被服行動には個人の独自性が影響する。

→流行色の選好も個人の独自性が影響するのでは？
(予想)独自性が高い…流行色に左右されにくい
低い…流行色を取り入れやすい

目的

以下、2つの仮説を検証する。

仮説1：流行色が〇〇色であるという情報を目にすると、その色の商品を購入する意欲が高まる。

仮説2：独自性欲求が高い人ほど
購買活動において流行色を重視しない。

実験方法

- ・調査期間：2014年7月27～31日
- ・対象者：期間内に奈良女子大学構内にいた学生
- ・回答数：40部（100%）

- ・本調査では2014年春夏の流行色を白色とし、被験者には異なる2種類の雑誌のうちどちらかを提示。同時に何枚かの被服写真を提示し、実験を行った。
→流行色提示群と流行色非提示群とで、購入したいものに差が出ることを期待。

提示した雑誌

流行色提示群



流行色非提示群



提示した被服写真

白色を含む3色色違いのアイテム×9

ワンピース

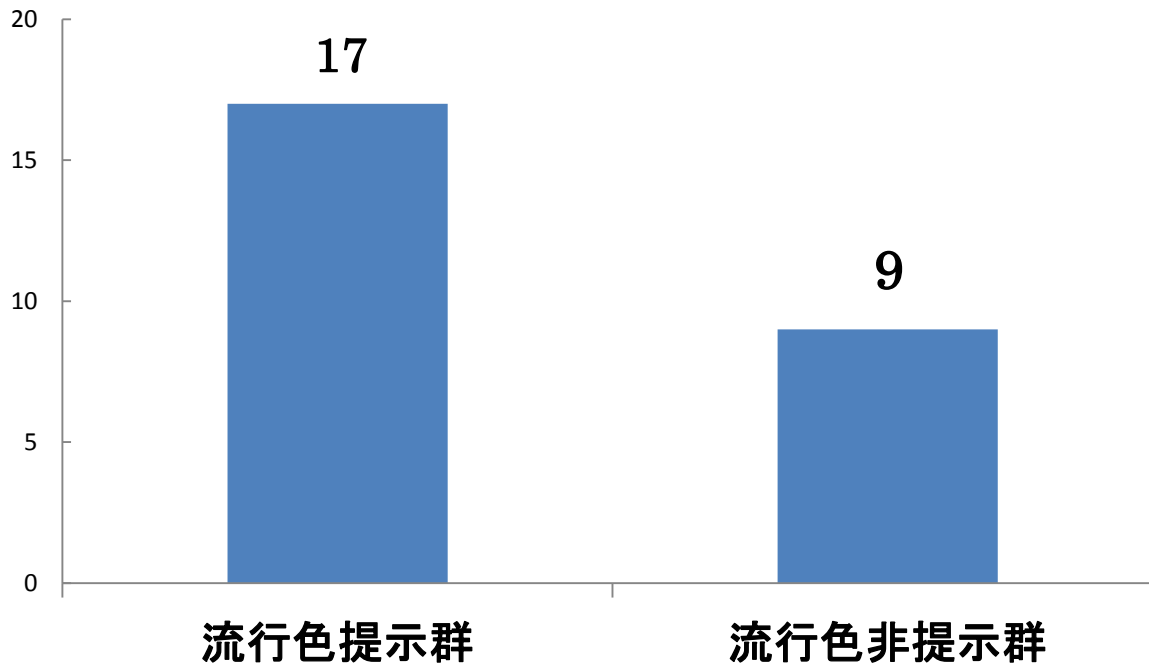


スカート



結果：流行色としての白色

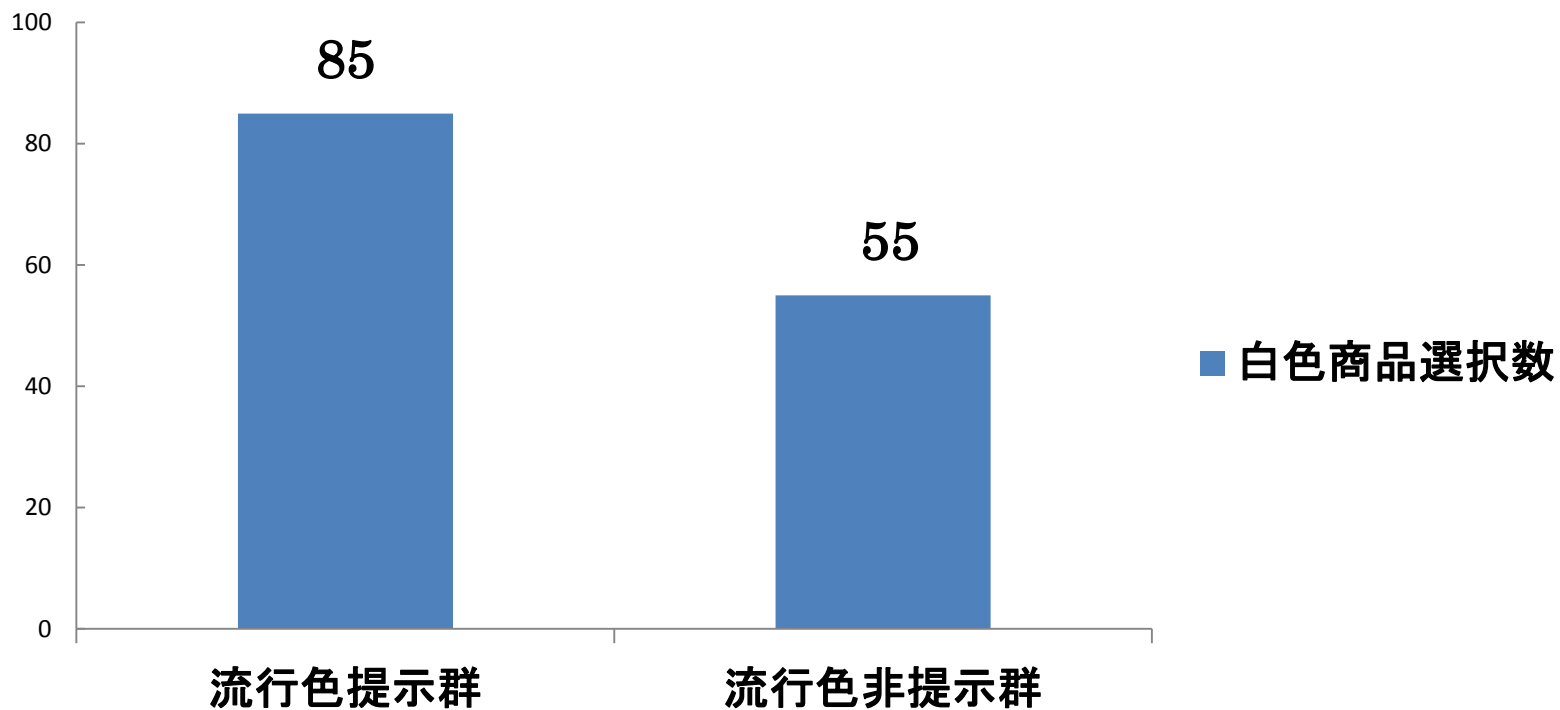
「2014年春夏の流行色は何色だと思いますか」 自由記述 白色回答数



「白色」回答数・・・ 流行色提示群 > 流行色非提示群

結果：白色購入意図の差

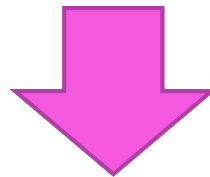
「3つの写真の中で最も購入したいもの」 グループ別「白色」集計



白色選択数・・・ 流行色提示群 > 流行色非提示群

結果：グループ別 独自性の差

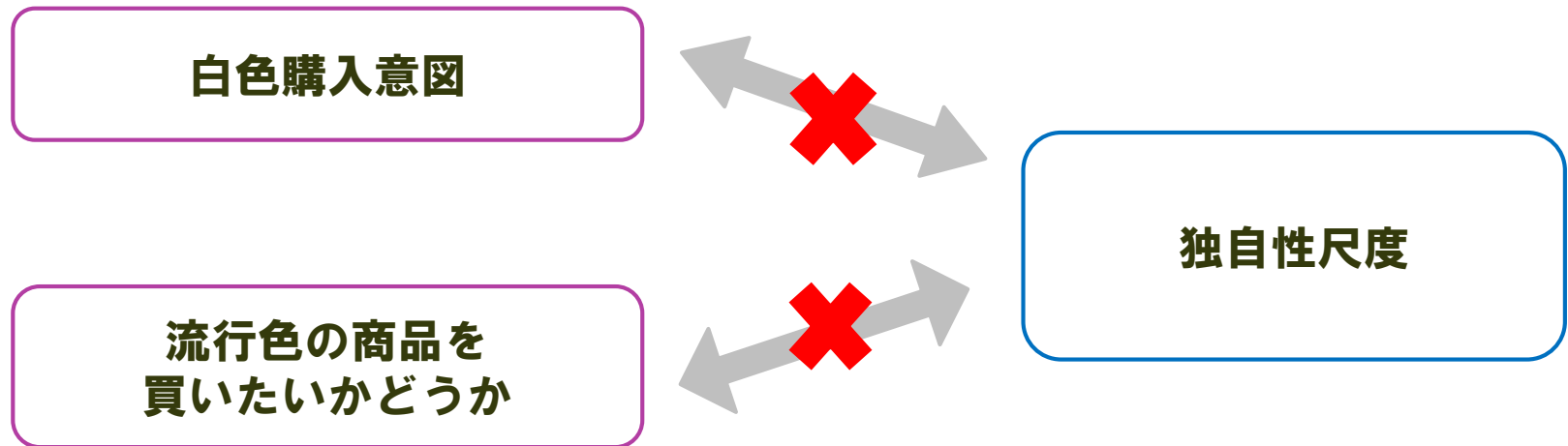
- ・独自性尺度・・・岡本(1984)を参考に独自性に関する質問5項目を作成し、回答を5件法で求めた。それを得点化し、単純加算平均を用いて独自性尺度とした。



2グループの間で独自性尺度に有意な差はみられなかった。

結果：流行色の選好と独自性との相関

「白色購入意図」、「流行色の商品を買いたいかどうか」それぞれと独自性尺度との相関分析を行った。



考察

- ・「流行色の情報を得ると、その色の商品の購買意欲が高まる」
→ 普段から無自覚のうちに流行色の情報を取り入れている可能性



街中での情報や
雑誌、テレビなどのメディア

- ・「独自性と流行色の選好に相関はない」
奈良女子大学の学生は独自性の4つのタイプのうち、「抑圧型」の独自性傾向を持つ人が多かった。(46.2%、予備調査)
→ 今回の実験においても独自性の種類に集団的特徴がみられたのではないか。
より幅広い年代やさまざまな場で実験を行うことが望まれる。

ご清聴ありがとうございました。

*Thank
You*