

若者の被服行動から見る同調意識調査 ～SNS時代に生きる量産型大学生～

池田果歩（文教大学情報学部広報学科）

1. はじめに

「量産型大学生」という言葉を知っているだろうか。例えば、女子なら茶髪にゆるふわパーマをかけ、花柄のワンピースにGジャンを羽織った格好、男子なら水色のシャツにベージュのチノパンを合わせた格好やチェックシャツにジーンズを合わせた格好のことをいう。つまり、「量産型大学生」とは髪型や服のコーディネートがクローンのように「量産型」である大学生のことを揶揄した言葉として用いられる。驚きなのは服だけでなく、表情や行動までもが「量産型」化しているという点だ。初めて「量産型大学生」という言葉がTwitterで出回ったのは2013年6月。それが徐々に広まり、2015年4月頃、典型的な量産型女子大学生の写真（茶髪にゆるふわパーマをかけ、花柄のワンピースを着た女子大学生の集合写真）を載せたつぶやきが1万6000以上リツイートされ話題になった（Amp.ウェブサイト、2015）。そして、この言葉が注目を浴びたことによって、「最近の大学生は個性がない」とまで言われる始末だ。

図表-1. 量産型大学生のイメージ図 (1)



※青シャツ×黒のスキニーver.

確かに、大学生の行動や服装は第三者の視点から見たときにやや同調的に映るだろう。しかし、ただ単に着ている洋服が同じ、表情が同じだからといって個性がないといえるのだろうか。現役女子大学生である私の目からするとクローンのように見える大学生も、よくよく見ると、それぞれ個性がある。例えば女子大生の花柄スカートの色や花の大きさ、写真を撮るときの表情は口角を上げて歯を見せるスマイルなのか、歯を見せないアヒル口なのかといった小さな違いは彼女らにとっての大きな個性なのかもしれない。

図表-2. 量産型大学生のイメージ図 (2)



※ダッフルコート×フレアスカート ver.

一説には、最近流行りのSNSが個性や自己を表現する場として活用されているため、被服行動は他者と良好な関係を作るコミュニケーションツールとなっているとも言われている（電通ウェブページ、2015）。つまり、自己表現の場が変化したということだ。

しかし、SNSで積極的に自己表現している大学生は少ないように思われる。確かにSNSの普及によって、自己表現できる場は増えた。しかし、SNSのもう一つの大きな特徴として、相手と常に繋がっていられるようになったということ忘れてはならない。それによって、引き起こされる「SNS疲れ」という言葉を聞いたことがないだろうか。これは、SNSなどでのコミュニケーションによる気疲れのことを指し、長時間の利用に伴う精神的・身体的疲労のほか、自身の発言に対する反応を過剰に気にしたり、知人の発言に返答することに義務感を感じたりすることを言う。（コトバンク、2015）これらの行動を言い換えると、SNSの普及がかえって若者の空気を読むという行動（＝同調行動）に拍車をかけたということだろう。

同調とは「自分とは異なる意見・態度・行動を周囲から求められたとき、迷いながらも周りの意見・態度・行動に合わせてしまうメカニズム」と定義されている（藤原、2006）。先行研究によると他者と同じ行動、つまり同調行動のプラスの効果としては、社会的な適応を促進する（戸川、956）ということや、集団との葛藤を回避して内的緊張を低減する（田崎、1967、1971）といったことが挙げられる。簡単

に言うと、同調行動をとることによって相手にいい印象を与え、仲良くなりやすくなるということだろう。高際によれば「特に日本人は和社會が形成されたという幻想が成立した時には... (中略) ...人びとは進んで己の利益をあきらめるのである」(高際、1987)とされていることから、同調傾向が強いことが伺える。また、日本人は共有するコンテキスト(文脈、共通の知識、体験、価値観、嗜好性など)の量によって、コミュニケーションの成否が左右される傾向があるようだ。(All about newsdig, 2014) 普段の自分の生活を思い出してみれば理解しやすいだろう。とりわけ、大学生活において共有するコンテキストとして、服装の嗜好性やSNSでの思い出の共有などが挙げられるだろう。

しかし、前述した同調行動のメリットの裏にはもちろんデメリットも存在する。菅原(1986)の研究によると、拒否回避欲求(自己呈示の方略を決定づける欲求であり、他者からの否定的な評価を回避しようとする欲求)が強いものは個性を殺し、周囲と同調することによって集団の中に自分の居場所や役割を確保しようとする可能性を示唆している。つまり、過度の同調圧力は人々にストレスを与え、それがのちに個性の抹消に繋がる恐れもあるということだろう。

本稿は上記のようなSNS時代を生きる大学生を対象に調査を行うことを目的としている。そして、同調行動が起こりやすいが、一方で個性表現の場ともなり得る被服行動を題材として取り上げた。「大学生は同調的であるのかどうか」を軸に「自己表出の場が変化したのか」また「これらのSNS行動や被服行動はどのような心理的要因から決定づけられているのか」を明らかにしたい。

2. 調査方法

2-1. 予備調査の方法と回答者について

《調査の目的》

- (1) 同調行動は大学生の間で本当に起こっているのか
 - (2) 同調行動が及ぶ範囲はどこなのか
 - (3) 性格との関連はあるのか
 - (4) 大学生のSNS利用頻度と使用頻度の高いSNSは何か
- 以上4点を明らかにすることを主な目的とする。

《調査対象者と方法》

調査時期：2015年7月上旬調査
調査場所：文教大学湘南校舎
調査主体：池田果歩
調査対象者：文教大学
「酒井ゼミナール」の3年生

「日吉ゼミナール」の3年生

「井徳ゼミナール」の3年生

男性14名(50%)、女性14名(50%)

配布数と回答数：配布数28枚

有効回答数28枚(回収率100%)

調査方法：質問紙による自記式アンケートを行い、授業内で有意抽出による集合調査を行った

《主な質問項目》

・性格(ゴールドバーグ, L.R. のビッグ・ファイブ参考)
ビッグ・ファイブとはゴールドバーグ, L.R. が提唱したパーソナリティの特性論で人間が持つさまざまな性格を「神経症傾向」「外向性」「経験への開放性」「協調性」「誠実性」の5つの要素の組み合わせで構成されるとするもの。それぞれの性格が表れる質問を設定し、同調行動と性格の関連を見るために用いた。

・SNSに関する質問

今回は「使用しているSNSの種類」「SNSの利用目的」「携帯電話・スマートフォンで一番利用頻度の高いコンテンツ(ゲーム、SNS等)」を尋ねた。大学生にSNSがどれほど広まっているかを見るために用いた。

・被服嗜好と意見発言の場での同調について

この2つの場面は同調行動が最も現れやすいと言われていいるからである。回答者がこの2つの場面それぞれで、周りの意見や行動に影響を受けるかとその理由、また誰に最も影響を受けやすいかを尋ねた。

・同調行動の及ぶ範囲

今回は「服装」「意見」「口癖」「仕草」「好み」「趣味」「髪型」「化粧」「持ち物」「口コミ」「SNSの投稿」の11項目を設けた。本調査の同調度合いをはかる質問を作るときの参考にするため。

・フェースシート

2-2. 予備調査の結果

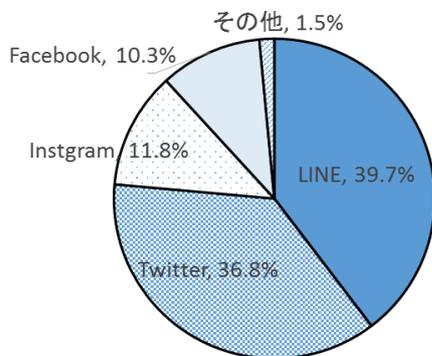
回答者の内訳として男性が50.0%で、女性が同じく50.0%となっている。また、今回の予備調査はすべて広報学科3年のゼミナールで行った。

携帯電話またはスマートフォンで一番利用頻度の高いコンテンツはSNS(71.4%)で、次いでインターネット(14.2%)、オンラインゲーム(7.1%)、動画視聴(7.1%)という結果になった。電話、メールを選んだ人はおらず、携帯電話の

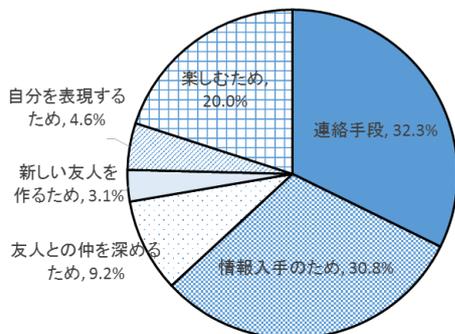
使用目的が昔とは大きく異なっていることがわかる。

図表-3より、SNS利用で一番多かったのがLINE (39.7%)、次いでTwitter (36.8%)、Instagram (11.8%)、Facebook (10.3%) という順になった。図表-4より、利用目的は連絡手段 (32.3%)、情報入手のため (30.8%)、楽しむため (20.0%)、友人との仲を深めるため (9.2%)、自分を表現するため (4.6%)、新しい友人を作るため (3.1%) だった。今回は、友人とのメッセージ交換を行う LINE を含めた SNS の利用目的はなにかという質問にしたのでこのような結果になったと思われる。そのため、本調査では LINE は SNS に含まず、Facebook、Instagram、Twitter の3つに絞った。

図表-3. 現在使用中の SNS (n=168)



図表-4. SNS の使用目的 (n=168)



また「あなたは着ていく服を選ぶときに周りの意見や行動に影響を受けますか」という質問に対して、やや影響を受ける (32.1%)、どちらでもない (21.4%)、やや影響を受けない (21.4%)、全く影響を受けない (25.0%) という結果になった。服装に関してはどちらかといえば影響を受けない傾向がある。その理由として自由回答をまとめた結果、いくつかの型があった。おしゃれになりたいなどの「ファッション重視型」、変な目で見られたくないなどの「社会適応重視型」の意見が多かった。その他にも、自分の体形に合った服しかきれないという「機能重視型」、朝着たいと思

った服を着たいなどの「心理重視型」が見られた。この他に被服の選択基準として「価格重視型」、友人からの目を気にする「同調型」の2つを含め、本調査に活かした。本調査では、普段服を着るときの選択基準として、これら6つを提示し、重視する順をつけてもらった。

同じように「あなたは意見を発言するときに周りの意見や行動に影響を受けますか」という質問に対して、影響を受ける (10.7%)、やや影響を受ける (25.0%)、どちらでもない (32.1%)、やや影響を受けない (21.4%)、全く影響を受けない (10.7%) という結果になった。意見に関しては影響を受ける派、受けない派で結果が分かれた。自由回答をまとめた結果、その理由は大きく分けて3種類あった。どう思われるか気になるからという「社会適応重視型」、自分の意見を持っているからという「自己顕示型」、周りの意見を参考にしたいという「情報型」の意見だ。しかし、意見発言の場は、被服行動とは異なり、相手やそのときの状況によるという意見が多かった。よって、今回は同調行動が起りやすいが、一方で個性表現の場ともなり得る被服行動を中心に調べることにした。

2-3. 本調査の方法と回答者について

《調査の目的》

- (1) 同調行動は大学生の間で本当に起こっているのか
- (2) 同調行動と独自性欲求 (ユニークさ尺度) の関連はあるのか
- (3) SNS と同調行動の関連はあるか

《調査対象者と方法》

調査時期：2015年11月10日、13日調査

調査場所：文教大学湘南校舎

調査主体：池田果歩

調査対象者：文教大学

「新聞論」受講者

「メディア社会学」受講生

配布数と回答数：配布数 181 枚

有効回答数 168 枚 (回収率 92%)

調査方法：授業内の集合調査で、質問紙による自記式のアンケートを行った

《主な質問項目》

- ・ユニークさ尺度による独自性欲求 (宮下,1991)

- ・SNSに関する質問

SNS 依存度と Twitter の利用目的・利用の仕方、SNS 疲れ

に関する質問を行った。Twitter を中心に調べた理由としては予備調査で LINE の次に利用者が多く、各 SNS によって利用目的や利用状況が異なると考えたためである。

・被服嗜好に関する質問

被服の選択基準と誰の目を気にした衣服選択か、被服はコミュニケーションの一部なのか、個性主張の場なのかについて質問した。

・その他に同調が発生しやすい場面設定での質問

それぞれ異なる、同調行動が発生しやすい場面を設定し、被服行動以外での回答者の同調度合いを調べた。

・フェースシート

3. 調査結果

3-1. 回答者の基本属性と男女差

回答者の内訳としては、男性 50.6% (85 人)、女性 49.4% (83 人) でほぼ同じくらいだった。また、回答者の年齢は 19 歳が 39.9% (67 人)、以下、20 歳 (22.0%、37 人)、18 歳 (18.5%、31 人)、21 歳 (13.1%、22 人)、22 歳 (5.4%、9 人)、24 歳 (1.2%、2 人) で、平均 19.5 歳だった。

1 年生の必修科目と 2・3 年生向けの授業でアンケートを実施したことが影響していると考えられる。

友人グループの有無に対して、男女差がみられるかどうかを検定するためにカイ 2 乗検定を行った。その結果 5%水準で有意な連関が見られた ($\chi^2(2)=6.705, p<.05$)。これによると、女性で友人グループありと答えた人 (42.3%) は、男性でグループありと答えた人 (37.5%) よりも多かったと言える。

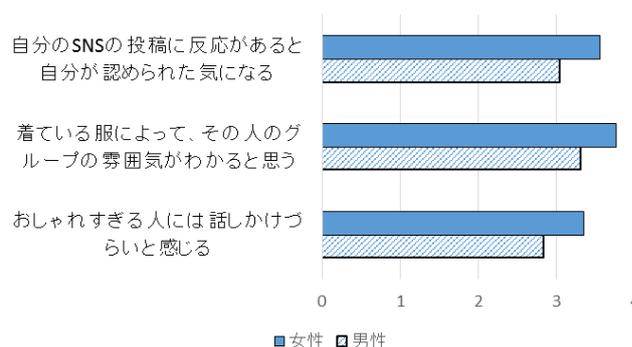
男女別で独立したサンプルの t 検定を行ったところ、以下の 4 項目で有意差が見られた。

「Q3-4.あなたの投稿に対して反応(リツイートやいいね等)があると、自分が認められたような気持ちになるかどうか」という質問に対して、女性の平均 (3.56) が男性の平均 (3.04) よりも有意に高いことが示された ($t(4)=2.604, p<.05$)。この結果から、男性に比べ女性のほうが SNS での自分の投稿に反応があると自分が認められた気持ちになることがわかる。

同じく、「Q11.着ている服によって、その人が所属するグループの雰囲気がなんとなくわかると思うかどうか」という質問に対して、女性の平均 (3.77) が男性の平均 (3.31) よりも有意に高いことが示された ($t(4)=2.525, p<.05$)。また、「Q12.おしゃれすぎる人には話しかけづらいと感じるか

どうか」という質問に対して、女性の平均 (3.35) が男性の平均 (2.84) よりも有意に高いことが示された ($t(4)=2.484, p<.05$)。この結果から、男性に比べ女性のほうが着ている服にその人が所属するグループの雰囲気が反映されると感じていることがわかる。そして、おしゃれすぎる人には話しかけづらいと感じるのも女性のほうが強いことがわかる。

図表-5. Q3-4 と Q11 と Q12 の男女別平均値の差



3-2. 独自性欲求のタイプ分け

ユニークさ尺度 16 項目 (図表-7) を用いたのは、被服行動における同調意識は、I 「他者の存在を気にするか」、II 「自己を積極的に表出するか」という 2 つの次元が影響していると考えたからである。この 2 つの次元の 7 段階評定による 4 タイプの得点平均値の範囲を図表-8 に示す。

図表-8 に示す範囲で調査対象者を 4 タイプに分類すると、調査対象者の 23.8% が「わが道型」であった。独自性欲求「わが道型」は他者の存在を気にしないし、自己も積極的に表出しないというタイプである。

独自性欲求「抑圧型」は他者の存在を気にしつつも、自己を表出しないというタイプである。調査対象者の 29.8% が「抑圧型」であった。

独自性欲求「自己顕示型」は他者の存在に気を配りながら、自己表出を盛んに行うというタイプである。調査対象者の 20.2% が「自己顕示型」であった。

独自性欲求「自己中心型」は他者の存在を気にせず、一方的に自己を表出するというタイプである。調査対象者の 26.2% が「自己中心型」であった。

図表-6. ユニークさ尺度 16 項目

(II)	1	引っ込みじあんである
(I)	2	自分に対する他人の評価が気になる
(II)	3	型にはまったことをするより変わったことをしたい
(I)	4	つつい自分と他人を比較してしまう
(I)	5	誰からも嫌われたくない
(II)	6	我を通すことはあまり好まない
(I)	7	他人が自分に反対すると嫌な気持ちになる
(II)	8	人の話を聞くより自分で話していたい方だ
(I)	9	世間体はそれほど気にしない
(II)	10	いつでも積極的に自分の意見を述べる
(I)	11	他人の行動にはあまり関心がない
(I)	12	人に見られているとつい格好をつけてしまう
(II)	13	恥ずかしがりやである
(II)	14	人から「生意気だ」とか「うぬぼれている」とか言われたことがある
(I)	15	自分の容姿を気にする方である
(I)	16	他の人に自分のことを認めてもらいたい

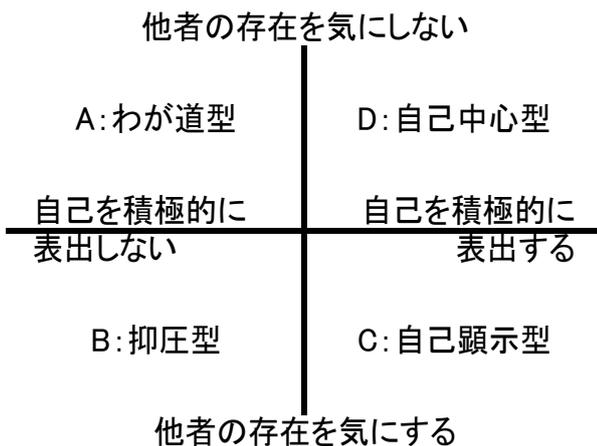
※ユニークさ尺度の2つの次元

- (I) 他者の存在を気にするか否か
- (II) 自己を積極的に表出するか否か

図表-7. 独自性欲求の I・II タイプの得点平均値

類型	範囲
A: わが道型	I \geq 27.73 II $<$ 21.11
B: 抑圧型	I $<$ 27.73 II $<$ 21.11
C: 自己顕示型	I $<$ 27.73 II \geq 21.11
D: 自己中心型	I \geq 27.73 II \geq 21.11

図表-8. 独自性欲求の類型



独自性欲求の型によって、Twitter 依存度^①に差があるかを調べるために、カイ 2 乗検定を行った。その結果、5%水準で有意な関連が見られた ($\chi^2(3)=8.838, p<.05$)。これによると、自己中心型は Twitter 依存傾向が高く (11.6%)、抑圧型、わが道型は Twitter 依存傾向が低い (それぞれ 19.6

%, 15.9%) ことが示された。

また、独自性欲求の型による主に SNS 疲れに関するもの、被服行動における同調意識に関するものの各項目の差を見るために、一元配置の分散分析を行った。その結果、以下の項目で有意な差が見られた。

「Q3-4.あなたの投稿に対して反応 (リツイートやいいね等) があると、自分が認められたような気持ちになるかどうか」という質問に対して、自己顕示型の平均 (2.83) が自己中心型の平均 (2.79) よりも有意に高いことが示された ($F(142)=8.391, p<.01$)。この結果から、自己顕示型の人は SNS での自分の投稿に反応があると自分が認められた気持ちになることがわかる。

「Q3-6.SNS で友達削除をしたり、友達申請を断ったりすると現実での関係もギクシャクすると思うかどうか」という質問に対して、抑圧型の平均 (3.55) が自己顕示型の平均 (3.27) よりも有意に高いことが示された ($F(143)=5.193, p<.01$)。この結果から、抑圧型の人は SNS での友達削除や友達申請の拒否は現実での関係にひびが入ると感じていることがわかる。

「Q5.大学に着ていく衣服を選ぶ際、同じグループ内の友人、世間 (グループ外の人)、異性それぞれの目をどの程度気にするか」という質問に対して、3つの視点すべてにおいて、自己顕示型の平均が高いことが示された。(グループ内: $F(166)=3.335, p<.05$) (世間: $F(166)=5.683, p<.01$) (異性: $F(165)=4.453, p<.01$)。一方で、自己中心型やわが道型はこれに比べ平均が低いという結果になった。この結果から、自己顕示型は他人の目を気にした衣服選択を行っていることがわかる。

「Q12.おしゃれすぎる人には話しかけづらいと感じるかどうか」という質問に対して、抑圧型の平均 (3.46) が自己中心型の平均 (2.59) よりも有意に高いことが示された ($F(167)=3.428, p<.05$)。この結果から、抑圧型の人はおしゃれすぎる人には話しかけづらいと感じていることがわかる。

これらの結果をまとめたのが図表-9 である。

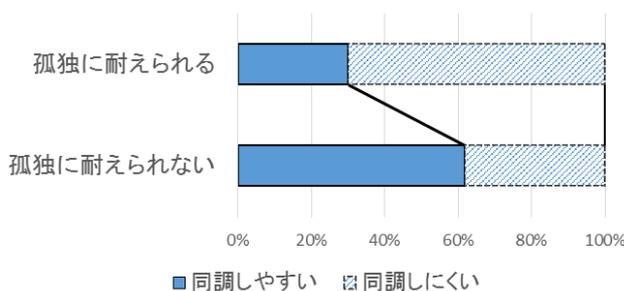
^①Q3-1 で Twitter 依存度を図るため、依存傾向があらわれそうな 5 つの場面を設定し、その状況下での利用頻度を尋ねた。各回答を点数化し、非該当・無回答を除いたサンプルで平均点を算出。回答者を Twitter 依存度が高い群、低い群に分類して用いた。

図表-9. 独自性欲求 4 類型ごとの性格分類（主要な結果のまとめ）

A：わが道型
・Twitter 依存傾向が低い
B：抑圧型
・SNS での友達削除や友達申請の拒否は現実での関係にひびが入ると感じている
・おしゃれすぎる人には話しかけづらいつ感じている
C：自己顕示型
・SNS での自分の投稿に反応があると自分が認められた気持ちになる
・他人の目を気にした衣服選択を行っている
D：自己中心型
・Twitter 依存傾向が高い
・自分の SNS の投稿に反応があっても自分が認められた気にはならない
・SNS で友達削除をしても現実での友人関係には影響がないと思う
・衣服選択において、周りの目は気にしない傾向
・おしゃれすぎる人に話しかけづらいつ感じない

また、その他の性格（孤独耐久度合いを図る質問^⑩）による同調行動^⑨への影響を見るため、カイ 2 乗検定を行った。この結果、孤独に耐えられない人（孤独耐久欠如者）ほど同調行動をとりやすいことがわかる（ $\chi^2(1) = 16.973, p < .01$ ）。

図表-10. 孤独耐久度合別の同調傾向



^⑩Q8 でそれぞれ異なる同調行動が現れるであろう場面を設定し、その状況下での行動を尋ねた。各回答を点数化し、非該当・無回答を除いたサンプルで平均点を算出。回答者を同調傾向が高い群、低い群に分類して用いた。

^⑨Q14 中の 6 項目で孤独耐久度をはかるため質問を設けた。各回答を点数化し、非該当・無回答を除いたサンプルで平均点を算出。回答者を孤独耐久度が高い群、低い群に分類して用いた。

図表-11. 孤独と同調度のクロス集計表

	同調しやすい	同調しにくい	合計
孤独に耐えられる	52 61.9%	32 38.1%	84 100.0%
孤独に耐えられない	25 30.1%	58 69.9%	83 100.0%
合計	77 46.1%	90 53.9%	167 100.0%

$\chi^2(1) = 16.973, p < .01$

3-3. SNS に関する質問

今回、3 つの異なる SNS それぞれの利用頻度と、予備調査で一番利用者の多かった Twitter の依存度を見る質問を設けた。Facebook をほぼ毎日見る人は 7.1%、週 3~5 日見る人は 6.5%と少なく、反対に全く利用しない人は 64.9%だった。Instagram をほぼ毎日見る人は 28.6%、週 3~5 日見る人は 6.5%、全く利用しない人は 49.7%と Facebook よりも利用者が多いことがわかる。Twitter をほぼ毎日見る人は 78.0%で全く利用しない人は 14.3%と他の SNS に比べて利用者、利用頻度ともに圧倒的に数が多いことがわかる。

Twitter では自分からツイートをする人が多いと答えたのは 41.1%で、見る・読むだけでツイートやリプライは行わないと答えたのは 25.6%、ツイートはしないがリツイートやリプライをすることが多いと答えたのは 14.9%だった。しかし、利用目的を聞いたところ、情報収集 (69.0%) が圧倒的に多く、次いで自分の楽しみのため (54.2%)、知人 (家族や友人を含む) とのコミュニケーションのため (46.4%) が挙げられた。

SNS 疲れに関する質問では特に「Q3-4.あなたの投稿に対して反応 (リツイートやいいね等) があると、自分が認められたような気持ちになる」(43.5%)、「Q3-6.SNS で友達削除したり、友達申請を断ったりすると現実でも関係がギクシャクすると思う」(36.3%)「Q3-7.SNS で話題になっている場所や物には敏感に反応する方だ」(30.3%)と答えた割合は多かったが、「Q3-5.SNS 上での友人の数が多く人は現実での友人も多いと思う」(8.3%)と答えた割合は非常に少なかった。

また、Twitter 利用の仕方 (「ツイートすることが多い」「リツイートやリプライが多い」「見る・読むだけ」の 3 種類) による各項目の差を見るために、一元配置の分散分析を行った。ここで指す各項目とは、主に SNS 疲れに関するもの、被服行動における同調意識に関するものことである。その結果、以下の項目で有意な差が見られた。

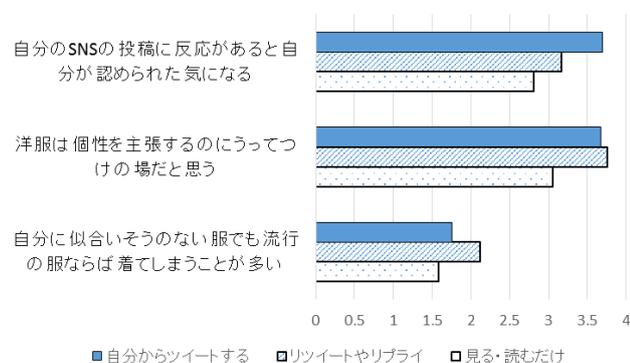
「Q3-4.あなたの投稿に対して反応 (リツイートやいいね

等)があると、自分が認められたような気持ちになるかどうか」という質問に対して、「自分からツイートすることが多い」という人の平均 (3.70) が「見る・読むだけ」という人の平均 (2.81) よりも有意に高いことが示された ($F(135)=7.857, p<.01$)。この結果から、「自分からツイートすることが多い」という人は SNS での自分の投稿に反応があると自分が認められた気持ちなることがわかる。

また、「Q9.洋服は個性を主張するのにうってつけの場だと思うかどうか」という質問に対して、「自分からツイートすることが多い」という人の平均 (3.76) が「見る・読むだけ」という人の平均 (3.05) よりも有意に高いことが示された ($F(135) = 5.719, p<.01$)。この結果から、「自分からツイートすることが多い」という人は、洋服は個性を主張するための場だと感じていることがわかる。

「Q10.自分に似合いそうのない服でも流行の服ならば着てしまうことが多いかどうか」という質問に対して、「リツイートやリプライが多い」という人の平均 (2.12) が「見る・読むだけ」という人の平均 (1.58) よりも有意に高いことが示された ($F(136) = 3.090, p<.05$)。この結果から、「リツイートやリプライが多い」という人は、自分に似合いそうのない服でも流行の服ならば着てしまうことが多いことがわかる。

図表-12. Q3-4 と Q9 と Q10 の SNS 利用の仕方別平均値の差



そして、Twitter、Facebook、Instagram それぞれの利用状況（「ほぼ毎日使う」から「全く利用しない」まで）による SNS 疲れに関するもの、被服行動における同調意識に関するものの平均値の違いを見るため一元配置の分散分析を行った。その結果、Twitter と Facebook の利用頻度におけるこれらの平均値の差は見られなかったが、Instagram の利用頻度における差は以下の 4 項目で見られた。

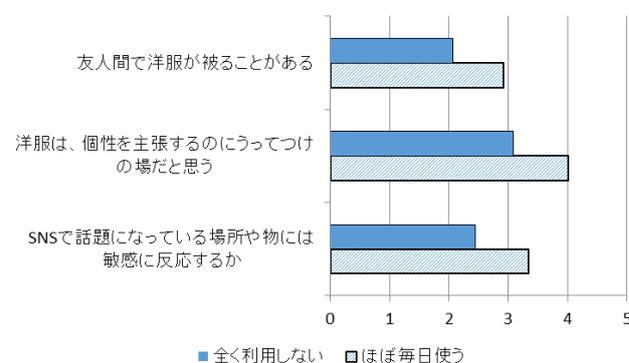
「Q3-7.SNS で話題になっている場所や物には敏感に反応するほうかどうか」という質問に対して、Instagram を「ほぼ毎日使う」人の平均 (3.34) よりも「全く利用しない」人の平均 (2.44) のほうが有意に高いことが示された

($F(137)=4.799, p<.01$)。この結果から、Instagram 利用頻度が高い人のほうが SNS 上での流行に敏感に反応する傾向があることがわかる。

「Q9.洋服は、個性を主張するのにうってつけの場だと思うかどうか」という質問に対して、Instagram を「ほぼ毎日使う」人の平均 (4.00) よりも「全く利用しない」人の平均 (3.08) のほうが有意に高いことが示された ($F(160) = 6.363, p<.01$)。この結果から、Instagram 利用頻度が高い人のほうが洋服は個性を主張するための場だと感じていることがわかる。

「Q13.友人間で洋服が被ることがあるかどうか」という質問に対して、Instagram を「ほぼ毎日使う」人の平均 (2.92) よりも「全く利用しない」人の平均 (2.07) のほうが有意に高いことが示された ($F(161)=4.879, p<.01$)。この結果から、Instagram 利用頻度が高い人のほうが友人間での服装被り (=量産型現象) が起こりやすいことがわかる。

図表-13. Q3-7 と Q9 と Q13 の Instagram 利用頻度別平均値の差



3-4. 被服行動に関する質問

調査の軸である被服行動における同調意識だが、外に見える部分 (=同調意識が行動に表れる=友人と似たような服を着る等) と見えない部分 (=同調意識はあるが外に表れない部分) で結果が異なった。外に見える部分では多くの人が自分自身を中心とした選択基準を持っていた。Q4 の結果を見ると、服を着るときの選択基準はおしゃれかどうかが一番多く、次いで着心地や動きやすさなどの機能面、自分の気持ちが高ぶるかどうか、適切な価格かどうか、周りから浮いていないかどうかという順だった。また同じグループ内の友人と服が被ることを指す量産型大学生だが、同じグループ内の友人の目を気にしているのは 33.4%だった。これは世間からの目を気にする人 (39.3%) と異性から

の目を気にする人 (38.7%) よりも低い結果となった。これらの結果からも予想がつくように友人間で洋服が被ることがあるかという設問に対しては、19.7%の人があてはまると答え、57.2%の人があてはまらないと答えた。しかし、前述したように心理的な部分では同調意識が見られた。それが顕著だったのは、「Q11.着ている服によって、その人が所属するグループの雰囲気はなんとなくわかると思うかどうか」と「Q12.おしゃれすぎる人には話かけづらいと感じるかどうかが」で、41.4%もの人がおしゃれすぎる人には話しかけづらいと感じており、58.3%もの人が着ている服によってその人が所属するグループの雰囲気がなんとなくわかると答えていた。

今回、「Q7-1.グループ内の友人と意図せず服装が被った場合どのように思うか」という質問を設けた。なぜなら、服装が他者とのコミュニケーションの1つになっているのなら「嫌だ」「恥ずかしい」といったマイナスの感情よりも「嬉しい」「親近感を持つ」といったプラスの感情が沸き起こるであろうと考えたからである。結果としては、中立的な「何とも思わない」(38.1%)が一番多かった。次いで「親近感を持つ」(18.5%)、その他5項目(「気まずい」「嫌だ」「恥ずかしい」「嬉しい」「安心する」)はほぼ横並びなことを考えると、大学生にとってやはり衣服は大事なコミュニケーションの1つであるといえる。またこの項目に関して、「Q10.自分に似合いそうのない服でも流行の服ならば着てしまうことが多いかどうか」との関連を見るため一元配置の分散分析を行った。その結果、グループ内の友人と意図せず服装が被ったときに「安心する」という感情を抱く人の平均(4.00)よりも「嫌だ」という感情を抱く人の平均(1.29)のほうが有意に高いことが示された($F(131)=3.908, p<.01$)。他者と同じ服を着る安心感によって、自分に似合いそうのない服でも着てしまうことが多いのかもしれない。

また「Q9.洋服は個性を主張するのによってつけの場だと思っどうか」に影響を及ぼす要因を調べるためにステップワイズ法による重回帰分析を行った。標準偏回帰係数を見ると、「他者に反対されるのは嫌だ」「自分の容姿を気にする」は「洋服は個性主張の場によってつけの場だ」に負の影響を及ぼしていた。反対に「人に見られるとつい格好をつけてしまう」「引っ込みじあんだ」はこれに正の影響を及ぼしていた。つまり、他者に反対されるのが嫌だと思わない人ほど、自分の容姿を気にしない人ほど洋服は個性を主張するのによってつけの場だと思っていることが分かる。そして、人に見られるとつい格好をつけてしまう人ほど、引っ込みじあんなひとほど洋服は個性を主張するのによってつけの場だと思っている。ここから考えると、洋服の量

産型現象との反対の洋服の個性主張においても他者の影響が大きいことがわかる。洋服を個性主張の場だと思っている人は他者に反対されることを嫌がり、自分の容姿をあまり気にしない。このことから、洋服の「同調行動」を起こすのは、他者に反対されることを何とも思わず、自分の容姿を気にするタイプであると考えられる。同じく、人に見られていても格好をつけない人や引っ込みじあんでない人、例えば、目立ちたがりの人も被服の「同調行動」を起こしやすいうことがわかる。

図表-14.「洋服は個性主張の場であるか」に影響を及ぼす要因 (** $p<.01$ * $p<.05$)

洋服は個性を主張するのによってつけの場だ	β
反対されるのは嫌だ**	-0.24
自分の容姿を気にする**	-0.29
人に見られるとつい格好をつけてしまう**	0.22
引っ込みじあんだ*	0.16
自由度調整済みのR2	0.2

4. まとめと考察

今回の調査の目的は①大学生は同調的であるのかどうかを軸に②自己表出の場が被服からSNSに変化したのかまた③これらのSNS行動や被服行動はどのような心理的要因から決定づけられているのか明らかにすることを目的としていた。

Q8の平均値^④は2.35(「ほとんどない」寄り)だったことと友人間での服装被りがあることより、大学生は際立って同調的であるとは言えないと考える。しかし、同調行動には男女差があり、一概には言えない。女性は男性に比べて、同調行動をとりやすい傾向がみられた。

Twitter利用状況をいくつか見たところ、確かにSNSは大学生にとっての自己表現の場になっていることがわかった。しかしその一方で、やはり「情報収集のため」に利用している人も多く(Twitter利用者の約70%)SNS疲れの傾向も見られた。自分のSNSの投稿に反応があると自分が認められた気になる人はTwitter利用者の約45%、SNSでの友人削除や友達申請が現実での関係にマイナスの影響を及ぼすと考えている人は約35%いた。そして、今回の調査ではInstagramユーザーが特に流行に敏感で、(被服における)量産型現象も起こしやすいうこともわかった。これらのことからSNSが自己表現の場となっている一方で、相手の空気を読むという行動に拍車をかけた一因になっていることは否めないと考える。

また今回の調査の醍醐味である性格との関連はとて興味深い結果になった。他者の存在を気にするか否か、自己

を積極的に表出するか否かという 2 つの軸によって母集団を 4 つに分類し、それぞれ有意差が見られたものを表にしてまとめた。(図表-9 参照) 図表-8 と照らし合わせて見てみると、それぞれの性格との関連が強いことがわかるだろう。このような結果から、同調行動は SNS の普及や社会的な影響というよりはむしろ、各個人の性格や価値観による影響が大きいのかもしれない。

同調行動があらわれる場面は日常生活の中で多く存在する。今回は、利用者が一番多い Twitter を中心に被服における同調行動との関連を見たが、違う切り口で調査を行い今回の調査と照らし合わせてみると本当の要因が見えてくるのかもしれない。また、性格においてもさまざまな軸が設定可能である。ここをさらに突き詰める必要があると考える。

引用文献

- 1) 高際弘夫：日本人にとって和とはなにか， 1987
- 2) 宮下一博：ユニークさ尺度,心理測定尺度集Ⅱ， 68-71, 1991
- 3) 田北智瑞子他：女子学生の被服行動について—独自性欲求との関連—， 2012
- 4) 橋本令子、内藤章江：現代の女子学生にみる自己概念と被服行動との関係， 2009
- 5) 電通報ウェブサイト， 2015 年 12 月閲覧,
<http://dentsu-ho.com/articles/2655>
- 6) Amp.ウェブサイト， 2015 年 12 月閲覧,
<http://a-mp.jp/article/184>
- 7) HatenaKeyword， 2015 年 12 月閲覧,
<http://d.hatena.ne.jp/keyword/%CE%CC%BB%BA%B7%BF>

質問項目

Q1. あなたの性別を教えてください。

(1) 男 50.6 (2) 女 49.4

Q2. あなたの年齢をお答えください。

平均 19.5 歳

Q3. 次のSNSについて、どのくらい利用するのかをお答えください。また、この場合の利用とは閲覧のみも回数に含みます。

	ほぼ毎日	週3～5日程度	週1～2日程度	週1より少ない	全く利用しない
Facebook	7.1	6.5	4.8	11.9	64.9
Twitter	78.0	3.6	1.8	1.8	14.3
Instagram	28.6	6.5	6.0	6.0	49.7

※Twitterを利用している人に質問です。 →利用していない人はQ4へ

Q3-1. Twitter利用頻度についてお尋ねします。次の時間帯のうちあなたがTwitterを開く頻度として一番近いものをお答えください。

	ほぼ見る	たまに見る	あまり見ない	全く見ない
テレビを見ながら	29.2	37.5	10.7	6.0
授業中・勤務中	23.2	35.1	15.5	10.7
トイレ	14.3	26.2	14.3	28.6
食事中(複数人の場合)	10.7	29.8	28.6	15.5
徒歩での移動中	14.9	33.9	17.3	18.5

Q3-2. 次のうちからTwitter利用状況について、自分に当てはまるものをお答えください。

- (1) 自分からツイートをすることが多い 41.1
- (2) ツイートはあまりしないがリツイート(※¹)やリブライ(※²)をすることが多い 14.9
- (3) 見る・読むだけでツイートやリブライは行わない 25.6

※¹ 他のユーザーのツイートをそのまま引継ぐ、あるいはコメントを付け加えてツイートすること

※² 「@ユーザー名+本文」で自分のメッセージに返事すること

Q3-3. Twitterを利用している目的としてあてはまるものをお答えください。(複数回答可)

- (1) 自分の楽しみのため 54.2 (2) 知人(家族や友人も含む)とのコミュニケーションのため 46.4
- (3) 新しい人脈づくりのため 14.9 (4) 情報収集するため 69.0
- (5) 情報発信するため 14.3 (6) 皆がやっているから 10.1 (7) その他 3.0

Q3-4. あなたの投稿に対して反応(リツイートやいいね等)があると、自分が認められたような気持ちになる。

当てはまる: 5 (12.5) →4 (31.0) →3 (22.6) →2 (7.7) →1 (11.3): 全く当てはまらない

Q3-5. SNS上での友人の数が多い人は、現実での友人も多いと思う。

当てはまる: 5 (1.8) →4 (6.5) →3 (20.8) →2 (27.4) →1 (29.2): 全く当てはまらない

Q3-6. SNSで友達削除をしたり、友達申請を断わったりすると現実でも関係がギクシャクすると思う。

当てはまる: 5 (11.9) →4 (24.4) →3 (20.2) →2 (13.1) →1 (16.1): 全く当てはまらない

Q3-7. SNSで話題になっている場所や物には敏感に反応する方だ。

当てはまる: 5 (8.9) →4 (21.4) →3 (19.0) →2 (23.2) →1 (13.1): 全く当てはまらない

Q4. あなたの普段の被服行動についてお尋ねします。あなたが普段服を着るとき選択基準として、重視する順に番号をお付けください。順位は1位～6位まで被らないようにお願いします。

- おしゃれかどうか (1)
- 着心地や動きやすさなどの機能面 (2)
- 自分の気持ちが高ぶるかどうか (3)
- 他人と被らない个性的なものかどうか (6)
- 適切な価格かどうか (3)
- 周りから浮いていないかどうか (5)

Q5. あなたは大学に着ていく衣服を選ぶ際、以下の人の目をどの程度気にしますか。

(1) 同じグループ内の友人
とても気にする: 5 (4.8) →4 (28.6) →3 (25.6) →2 (19.0) →1 (21.4): 全く気にしない

(2) 世間(グループ外の人)

とても気にする: 5 (9.5) →4 (29.8) →3 (23.2) →2 (22.6) →1 (14.3): 全く気にしない

(3) 異性

とても気にする: 5 (11.9) →4 (26.8) →3 (28.6) →2 (16.7) →1 (14.9): 全く気にしない

Q6. あなたは衣服を選ぶ際、誰を参考にしていますか。(複数回答可)

- (1) モデルや芸能人 43.5 (2) 友人 28.6 (3) 町や学内ですれ違う人 38.7 (4) 店員 10.7
- (5) 家族 6.5 (6) 先輩 5.4 (7) その他 6.0 ()
- (8) 全く参考にしない 23.2

Q7. あなたは普段大学内で仲良くしている友人グループがありますか。

(1) はい 79.8 (2) いいえ 9.5 (3) わからない 10.7

※Q7で「はい」と答えた人に質問です。

Q7-1. 仲のいい友人グループ内の人と意図せず服装が被った場合、あなたはどのように思いますか。自分の感情としてあてはまるものについてだけお答えください。

(1) 気まずい 4.8 (2) 嫌だ 4.2 (3) 恥ずかしい 8.9 (4) 嬉しい 3.0

(5) 安心する 1.2 (6) 親近感を持つ 18.5 (7) 何とも思わない 38.1

Q8. 次のうち、自分の行動として一番近いものにお付けください。

	よくある	たまにある	ほとんどない	全くない
特に嫌いではない人について、皆が悪口を言っているの口を合わせたことがある	3.0	38.7	42.9	14.9
自分が苦手とする友人に遊びに誘われたが、断る理由が見つからなかったの遊んだことがある	6.5	32.1	32.1	28.6
自分1人だけで物事を決断することができないことがある	19.0	41.1	23.8	15.5
「自分の意見が正しい」と思ったので粘り強く説得したことがある	19.6	50.0	25.0	4.8
お金がなかったが、皆でご飯を食べに行くことになったので、断れなかったことがある	17.9	30.4	29.8	21.4

Q9. 洋服は、個性を主張するのにうってつけの場だと思おう。

当てはまる：5 (17.9) —4 (34.5) —3 (29.2) —2 (11.9) —1 (6.0)：全く当てはまらない

Q10. 自分に似合いそうのない服でも流行の服ならば着てしまうことが多い。

当てはまる：5 (0.0) —4 (6.5) —3 (11.3) —2 (31.0) —1 (51.2)：全く当てはまらない

Q11. 着ている服によって、その人が所属するグループの雰囲気はなんとなくわかると思う。

当てはまる：5 (23.8) —4 (34.5) —3 (21.4) —2 (11.9) —1 (8.3)：全く当てはまらない

Q12. おしゃれすぎるひとは話しかけづらいと感じる。

当てはまる：5 (18.5) —4 (22.6) —3 (27.4) —2 (12.5) —1 (19.0)：全く当てはまらない

Q13. 友人間で洋服が被ることがある。

当てはまる：5 (4.2) —4 (15.5) —3 (23.2) —2 (28.6) —1 (28.6)：全く当てはまらない

Q14. あなたはどのような性格ですか。それぞれの項目についてもっともよくあてはまるものに○をお付けください。

	非常にそう思う	かなりそう思う	ややそう思う	どちらともいえない	ややそう思わない	かなりそう思わない	全くそう思わない
引っ込みじあんである	7.1	10.7	10.1	18.5	29.8	12.5	11.3
自分に対する他人の評価が気になる	5.4	2.4	3.6	9.5	33.3	24.4	21.4
型にはまったことをするより変わったことをしたい	0.0	0.0	0.0	17.9	42.3	23.8	16.1
ついつい自分と他人を比較してしまう	6.5	3.0	6.0	11.3	29.2	24.4	19.0
誰からも嫌われたくない	10.1	11.3	5.4	13.7	20.2	23.2	15.5
我を通すことはあまり好まない	10.1	8.9	29.2	21.4	14.9	7.7	7.7
他人が自分が反対すると嫌な気持ちになる	8.3	7.7	19.6	20.8	23.8	8.3	11.3
人の話を聞くより自分で話していたい方だ	0.0	0.0	0.0	33.9	35.7	17.9	12.5
世間体はそれほど気にしない	0.0	0.0	0.0	19.6	36.9	26.2	17.3
いつでも積極的に自分の意見を述べる	0.0	0.0	0.0	18.5	47.0	17.3	16.1
他人の行動にはあまり関心がない	0.0	0.0	0.0	13.7	41.7	25.0	19.6
人に見られているとつい格好をつけてしまう	5.4	7.1	17.9	26.2	26.2	13.1	4.2
恥ずかしがりやである	3.0	4.8	5.4	15.5	23.8	24.4	23.2
人から「生意気だ」とか「うぬぼれている」とか言われたことがある	0.0	0.0	0.0	13.1	29.2	25.0	32.7
自分の容姿を気にする方である	4.2	4.2	9.5	13.7	31.5	21.4	15.5
他の人に自分のことを認めてもらいたい	4.2	1.2	3.0	15.5	25.0	32.1	19.0
私は寂しがり屋なほうだ	4.8	7.1	6.0	11.9	26.2	22.6	21.4
メールや LINE がこないといらいらしたり落ち込んだりするところがある	25.0	16.1	9.5	16.7	14.3	8.9	9.5
週末に何か計画が入っていないと落ち着かない	39.9	21.4	10.7	11.3	7.7	3.6	4.8
周りのみんなからいい人と思われたい	7.7	6.0	6.0	14.9	22.6	24.4	17.9
仲間外れになるのがこわい	11.9	10.1	13.1	15.5	19.0	15.5	14.9
私はひとりでは絶対に生きていけない	16.1	9.5	9.5	15.5	16.7	10.1	22.6

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。