

# 製品スタイル選択と自己認識の関係について

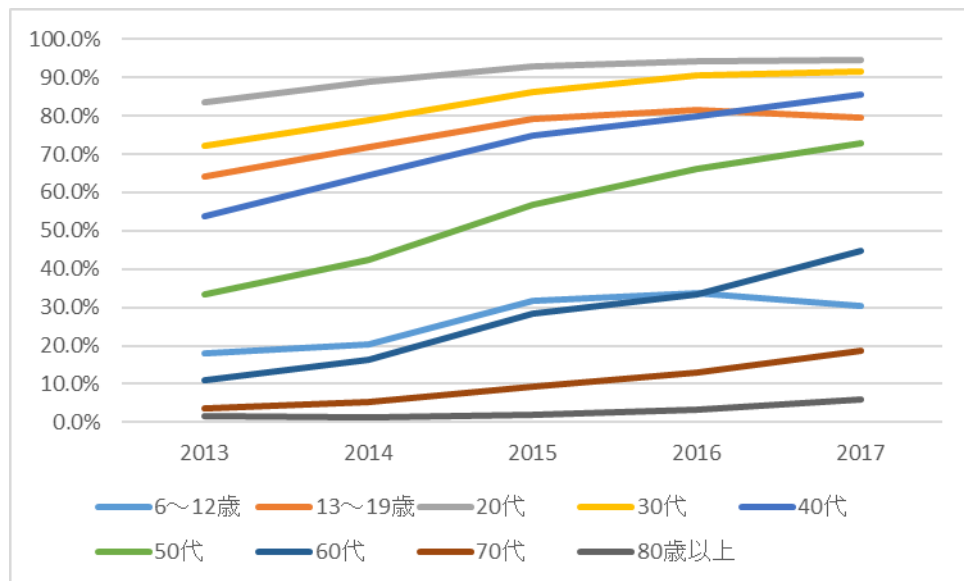
松井 美濤（文教大学情報学部メディア表現学科）

## 1. はじめに

本稿は、製品スタイルの選択と自己認識の関係について調査し分析したものである。現代、人々の持ち物は用途が同じものであっても使う人によって選ぶ製品は千差万別である。これは、選ぶ製品スタイルによって「自分らしさ」を表現することが可能になったともいえる。

工業製品のデザイン選択において消費者が最も重視することについて、「自分らしさ」に関する回答割合が高いというデータが示されているという<sup>1)</sup>。そこで、現代の大学生において、製品スタイル選択に自己認識がどの程度関連しているかを調査し分析することとした。

(図表 1) スマートフォンの個人保有率動向



製品にはスマートフォンケースを選択した。図表 1 に示すように、スマートフォンは現代において保有率が高いことがわかる。特に 20 代が最も高い保有率となっていることが見て取れる<sup>2)</sup>（出典：総務省「通信利用動向調査」(各年)）。そのため、20 歳前後のトレンドリーダーとして大学生が代表とされることが考えられることから、今回の調査対象を大学生（1 年生～4 年生）にフォーカスを当てて調査を行った。

ところで、スマートフォンにはスマートフォンケース・スマートフォンカバーをつけるのが一般的と考えられる。スマートフォンケースは本来、スマートフォンを落下など外部の衝撃から守るものであるが、使い勝手がシンプルであるために、現在では豊富な絵柄などのデザインが発表されている。このほか、カードポケットや手鏡の機能など多機能性に優れたスマートフォンケースが製品化されている。また、背面のみをカバーするもの、手帳のように開閉ができる手帳型など形状も様々である。こうしたデザインも豊富なことに加え、スマートフォン自体が手に収まるような主張しすぎないサイズ感であることから、スマートフォンケースは気軽な携帯品として自分らしさを表現できる工業製品のひとつであると判断した。

また本稿では「自分らしさ」の判断基準として自己認識に着目した。自己認識については、「ファッションスタイル」「美意識」「自尊感情尺度」の3項目を設定した。これら3項目は製品スタイル選択に関連するものとして選定した。「ファッションスタイル」については、小松らの構築した因果モデル<sup>1)</sup>を一部採用した。「美意識」については、山田らの構築した因子モデル<sup>3)</sup>を採用した。「自尊感情尺度」については、Rosenbergの自尊感情尺度<sup>4)</sup>を用いることとした。

(図表2)ファッションスタイルについての因子と設問

因子	設問
流行志向	流行を取り入れることによって自分の個性を發揮できる
	流行を取り入れるのは楽しい
	流行についての記事や話に関心がある
共通性	同世代とスタイルの共通性がある
	親友とのスタイルの共通性がある
	親族とのスタイルの共通性がある
不安	スタイルのセンスに自信が無い
	スタイルの変化についていけない
	スタイルの点で特徴がうちだせない
独自性	新しいスタイルを自分で作り出す
	スタイルについて、独自のポリシーがある
	自分が選んだスタイルが、人から褒められる
	自分が選んだスタイルが、人にまねされる

ファッションスタイルについてアンケートで使用した設問と因子は図表2の因果モデルを使用した。それぞれ4段階評価(1. あてはまらない~4. あてはまる)で回答してもらい、因子ごとに合計点を算出した。

(図表 3)美意識についての因子と設問

因子	設問
道徳性	謙虚である 言葉遣い・話し方がきちんとしている 周囲への思いやりがある 落ち着きがある
快活さ	表情が豊かである いつも笑顔である いつも自然体である ユーモアや遊び心がある
清潔感	清潔感がある 身だしなみがきちんとしている 健康的である 美意識が高い
行動力	活発で行動力がある 自分の考えを持っている 明るく前向きである おしゃれである
プロポーション	手足がすらりと長い メリハリのある体型をしている 姿勢が良い 歩き方がきれい

美意識についてアンケートで使用した設問と因子は図表 3 の因果モデルを使用した。それぞれ4段階評価(1. あてはまらない~4. あてはまる)で回答してもらい、その合計点を算出した。

以上において大学生が保有するスマートフォンケースにフォーカスを当て、スマートフォンケースのデザインと機能の両者を調べることで、現代においての製品スタイル選択と自己認識の関連について調査できると考えた。

このように、本稿では自己認識と製品スタイル選択の関係性を調査するものとした。

本論文ではスマートフォンケースと自己認識についての調査結果について述べるとともに、その結果より自己認識と製品スタイル選択の関係性について述べる。

「2. 調査概要」においては、調査目的、期間実施期間、調査方法、調査対象者、サンプリング方法および主な質問項目について述べる。「3. 本調査の結果」ではその結果について述べる。「4.現在所持しているスマートフォンケースと自己認識」では、現在所持してい

るスマートフォンケースと自己認識の関連について述べる。そして、「5.考察とまとめ」では本論文についてまとめる。

## 2. 調査概要

### 2-1.調査目的

スマートフォンケースのスタイルと自己認識について調査する。

### 2-2.調査実施期間

2020年11月24日から2020年12月8日まで

### 2-3.調査方法

Google フォームを使用した Web 調査

### 2-4.調査対象者

文教大学の学生

### 2-5.サンプリング方法

母集団である文教大学生を対象に層化二段抽出法を使用したランダムサンプリング

文教大学生を対象に 600 名を抽出することとした。学部ごとの学生数に合わせて割合を決め、学部ごとに何名にアンケートを送るかを決定した。学部ごとの人数を、アンケートを送る人数で割った。出た数字の間隔をあげ、ランダムに決めた最初の学籍番号から等間隔でサンプリングしていった。これを学部ごとに行った。

- ・ サンプル数：644 名
- ・ 回答数：194 名
- ・ 回答率：30.1%

(図表 4)学生数の割り当て表

		学生数	割合	割り当て数	学生数/割り当て数の切り上げ	学生数/割り当て数の切り下げ	
湘南	情報	情報システム	1244	0.4	89.3	13.8	13
		情報社会					
		メディア表現					
	経営	経営	729	0.2	52.4	13.8	13
	国際	観光	1106	0.3	79.4	13.8	13
理解							
健康栄養	管理栄養	425	0.1	30.5	13.7	13	
合計		3504	41.9%	251.6			
越谷	人間科学	人間科学	1715	0.4	123.2	13.8	13
		心理					
		臨床心理					
	文学	英米語英米文学	1566	0.3	112.5	13.9	13
		外国語					
		日本語日語文学					
	中国語中国文学						
教育	学校教育課程	1570	0.3	112.7	13.9	13	
	心理教育課程						
合計		4851	58.1%	348.4			
総合計		8355		600			

- ※ 学籍番号からの推計学生数であり、実際の在學生数とは異なる。
- ※ 新入生入学者数を元に学籍番号からリストを作成している。
- ※ 卒業年次移行の学生や、学籍番号の番号配置が異なる留学生は含まれていない。

## 2-6.主な質問項目

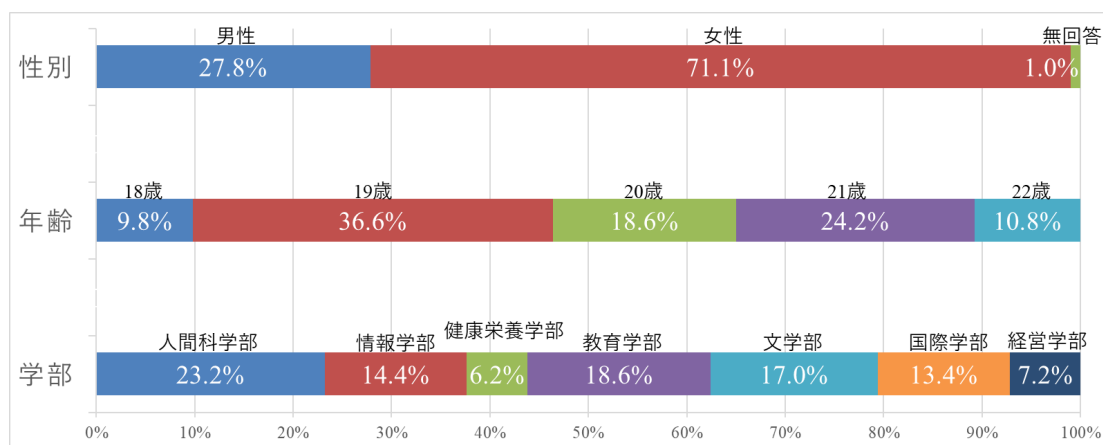
- ・ 回答者の基本所属
- ・ 所持しているスマートフォンケースについて  
所持しているスマートフォンケースのデザイン、性能、これらに対する満足度を質問した。
- ・ 自己認識・自己肯定感  
自己のスタイルについて、自己肯定感などを測定した。

## 3. 本調査の結果

### 3-1.回答者の基本所属

回答者の内訳は、【女性】が7割程度（138名(71.1%））と【男性】より多い傾向であった。年齢は、18歳から22歳を選択肢としたが、19歳から21歳の合計が全体の8割程度となっている。学部については、学部間の所属学生の人数差もあるため、回答者数は異なるが、おおむね学部間のバランスは取れているといえる。

(図表5)回答者数の基本所属



### 3-2.スマートフォン利用状況

「スマートフォンの所持の有無」の質問に対し、【所持している】が(193名(99.5%))となっており回答者のほぼすべての人がスマートフォンを所持していることが分かった。

「スマートフォンケースの利用の有無」の質問に対し、【つけている】が(184名(94.8%))、【つけていない】が(9名(4.6%))で、こちらも9割以上の方がスマートフォンにスマートフォンケースをつけて使用していることが分かった。

(図表 6)現在所持しているスマートフォンケースの特徴

スマートフォンケースの種類	男性	度数	女性
クリアケース	18.9%	53	81.1%
iface等ハードとソフトを兼ね備えているもの	26.9%	52	73.1%
ソフトケース	19.6%	46	80.4%
ハードケース	40.0%	40	60.0%
手帳型	46.4%	28	53.6%
側面にのみ取り付けフレームタイプのもの	0.0%	7	100.0%
その他	20.0%	5	80.0%

現在所持しているスマートフォンケースの特徴について回答してもらったところ、【クリアケース】、【iface等ハードとソフトを兼ね備えているもの】で回答数が多かった。このことから【クリアケース】の利用率が高いことが分かる。【クリアケース】の利用者においては、女性の割合が81.1%となっており、女性の利用率が高い。【ハードケース】と【手帳型】の利用者においては、性別の割合はあまり変わらなかった。

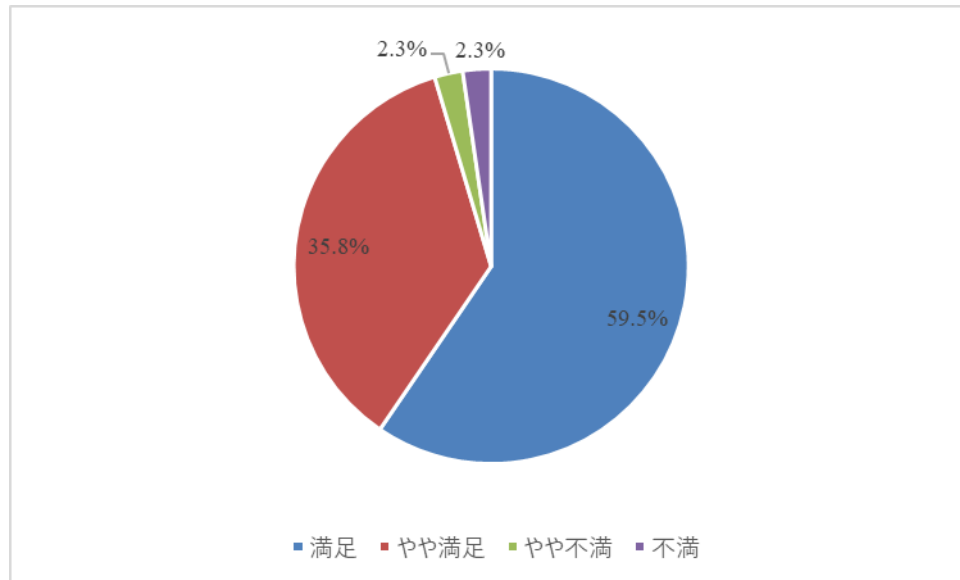
(図表 7)スマートフォンケースを選ぶ際、重要視した点

スマートフォンを選ぶ際重要視した点	男性	度数	女性
丈夫であること・スマートフォンの保護力	30.1%	73	69.9%
色味	21.4%	71	78.6%
印刷されている写真やイラストなどのデザイン	23.2%	57	76.8%
価格が安い	29.4%	52	70.6%
クリアケースであること	21.6%	51	78.4%
ケースのフォルム	30.8%	26	69.2%
周りの人があまり持っていないデザイン	22.2%	18	77.8%
独自性の強いもの	31.3%	16	68.8%
落としにくいこと	30.8%	13	69.2%
取り外しやすさ	41.7%	12	58.3%
カードなどが入るポケットがついている	70.0%	11	30.0%
その他	25.0%	8	75.0%
特になし	42.9%	7	57.1%
流行のデザインであること	20.0%	5	80.0%
身の回りの人が持っているデザインに類似しているもの	0.0%	2	100.0%

現在所持しているスマートフォンケースを選ぶ際に重要視した点を回答してもらったところ、【丈夫であること・スマートフォンの保護力】において最も回答度数が高かった。【クリアケースであること】において女性が78.4%となっており、先に記述した【クリアケース】の女性の利用率と対応する形になっていると考えられる。【カードなどが入るポケットがついている】という点に関しては男性が70%と回答率が高く、このことから女性よりも男性の方がスマートフォンケースに収納性を求めていることが分かった。

### 3-3. 現在所持しているスマートフォンケースの満足度とその理由

(図表 8)現在所持しているスマートフォンケースの満足度



現在所持しているスマートフォンケースの満足度について回答してもらったところ、【満足】と【やや満足】と回答した人の割合の合計は9割を超え、スマートフォンケースの満足度は高いことが分かった。

(図表 9) 「満足」と回答した人が現在所持しているスマートフォンケースの満足度の理由

回答	
カバー力・丈夫さ	<p>本体をしっかりカバーしてくれる                      保護力が素晴らしい。何度落としても画面が割れない                      スマートフォンの保護力に満足してる                      持ちやすく、落としても安心なので気に入っている                      保護能力があるため                      落としても画面が割れないデザインだから                      何回か落としているがとくに大きな傷がついていないから                      丈夫で長持ちしているから                      丈夫だし、落としても割れにくく頑丈なため                      落としても本体に影響がないから                      壊れず長く使用できている</p>
アレンジができるクリアケースである	<p>クリアケースの中に好きなステッカーなどを挟めるため、デザ                      クリアケースで中にステッカーを挟むなど、気分に合わせてア                      レンジできるから                      ステッカーをカスタマイズして入れられるから                      チェキを入れられたから                      クリアケースなので中にステッカーなど好きなものを入れるこ                      とができ、自分の好きなようにできるから                      自分でカスタムできるので（クリアケースゆえ）                      裏面に友人との写真を挟め、眺めることができる                      クリアケースであるため、チェキなどを挟むことができるから                      クリアケースで背面に好きなシールやカードが入れられるから</p>
機能性	<p>ポケットがついていると何かと便利だから                      防水性もあるから                      カードが収納できるから                      機能性が高いから                      ICカードを入れることができ、鏡も後ろについているのでとて                      も便利だから                      機能性が高い、ケースという目的以外にミラーもついていて実                      用性が高い                      鏡がついているから</p>
デザイン	<p>好きなイラストレーターがデザインしたものを使っているから                      好きなアーティストのグッズで、デザインがとても良いから                      動物が好きで、ネコの絵やフォルムで可愛いところに満足して                      いるから                      好きな柄がプリントされているから                      可愛いデザインであるから                      デザインが好きだから                      デザインが可愛いから                      好きなキャラクターのデザインなため</p>

現在所持しているスマートフォンケースの満足度について、【満足】と【やや満足】と回答した人の自由記述を分析したところ、4つの項目で回答が多かった。これらの項目はそれぞれ「カバー力・丈夫さ」、「アレンジができるクリアケースである」、「機能性」、「デザイン」とした。図表は回答の1部を抜粋したものであるが、どの項目でも回答が多いことが分かる。特徴的なのは「アレンジができるクリアケースである」の項目である。自分でアレンジ



ができる分満足度も高まるのではないかと考えられる。そのほか、「困っていないから」「不便していないから」など、特に問題ないので満足であるという回答も散見された。

(図表 10) 「不満」と回答した人が現在所持しているスマートフォンケースの満足度の理由

回答	
耐久性・カバー力	100円ショップで買ったものなので、耐久性もなく画面が割れやすいため早く買い替えたい。あまり満足はしていない 古くなってきて耐久性が落ちてきたから 落としてしまった時にケースでは無く本体にヒビが入ってしまった為
本当に欲しいものではない	機種に合うカバーで自分が気に入るものがなかなかなく、買った際に付いてきたケースを仕方なくつけているため 次のスマホにするまでの繋ぎで使っている100円ショップのものだから 好みのケースを買うまでの繋ぎのケースなので満足はしていない おさがりだから 他に欲しいスマートフォンケースがあるから 満足度30%、欲しかったデザインと違うのが届いたため 特にこだわりはないが、自分が良いと思うデザインに出会えないため

【やや不満】、【不満】と回答した人の満足度の理由を分析した。回答数は少なかったが、「耐久性・カバー力」と「本当に欲しいものではない」という項目に分けることができた。この項目に当てはまる場合、満足度は下がると考えられる。

## 4. 現在所持しているスマートフォンケースのデザインと自己認識

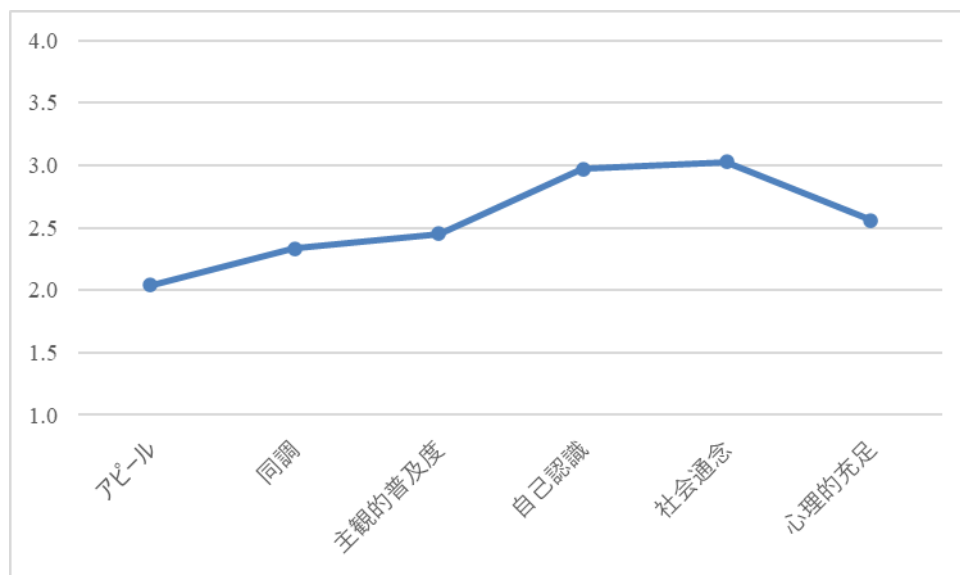
### 4-1.現在所持しているスマートフォンケースのデザインについて

(図表 11)現在所持しているスマートフォンケースについての因子と設問

因子	設問
アピール	あまり持っている人がいないので注目されるデザイン 美的な価値のあるデザイン 新鮮さを感じられるデザイン
同調	自分も持ってみたいと思っていたデザイン 今の時代の気分にふさわしいデザイン 将来、流行しそうなデザイン
主観的普及度	最近よく見る感じのデザイン 懐かしい感じのデザイン よく見かける無難なデザイン
自己認識	自分の服装や持ち物と調和するデザイン 自分の性格・個性と合うデザイン
社会通念	自分の年齢にふさわしいデザイン 自分の性別にふさわしいデザイン
心理的充足	気分が盛り上がるデザイン 自分を好きになれるデザイン

現在所持しているスマートフォンケースのデザインについてアンケートで使用した設問と因子は図表 11 の因果モデルを使用した。それぞれ4段階評価(1. あてはまらない~4. あてはまる)で回答してもらい、因子ごとに合計点を算出した。

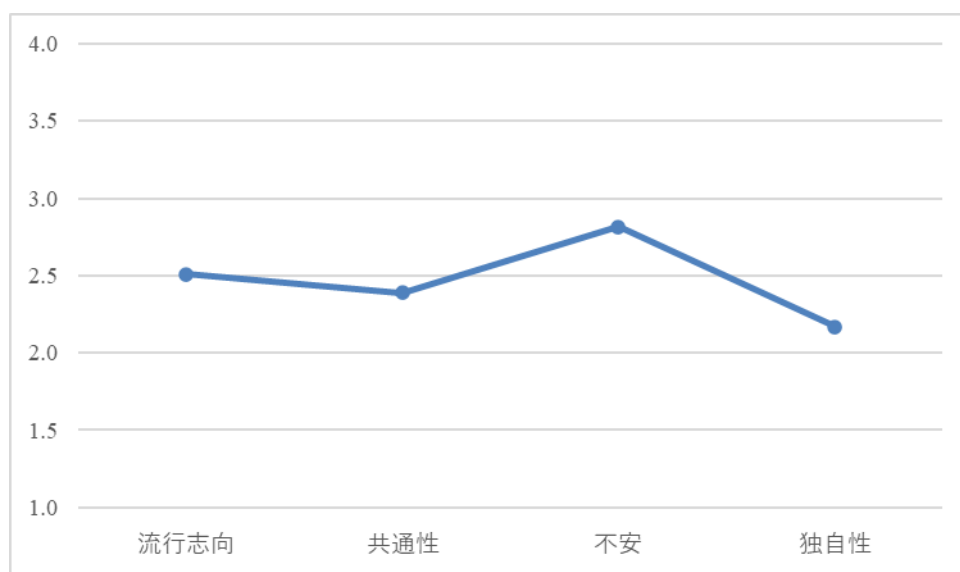
(図表 12) 因子ごとの平均値(現在所持しているスマートフォンケース)



現在所持しているスマートフォンケースについての質問を因子ごとに分け、4段階評価の合計値で平均値を出した。「社会通念」の項目で最も平均値が高く、「アピール」の項目で最も平均値が低かった。このことから、スマートフォンケースは「自分の個性に合うかどうか」「自分にふさわしいかどうか」という点が重要視されていることが多いということが分かった。

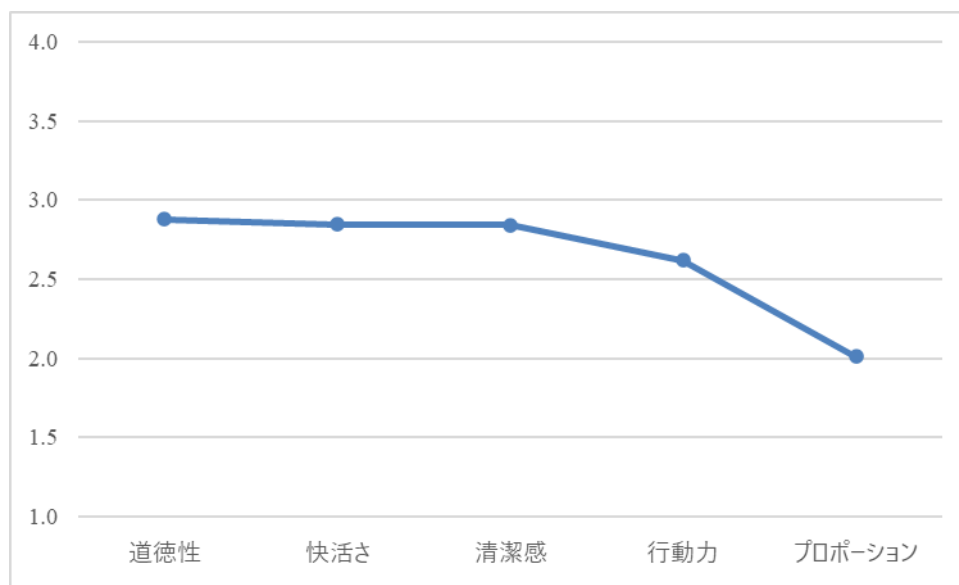
#### 4-2.自身のファッションスタイルについて

(図表 13) 因子ごとの平均値(ファッションスタイル)



自身のファッションスタイルについての質問を因子ごとに分け、4段階評価の合計値で平均値を出した。「不安」の平均値が最も高く、「独自性」の平均値が最も低かった。回答者は流行について関心があると同時に、ファッションスタイルについての不安を感じていることが考えられた。

(図表 14)因子ごとの平均値(美意識)



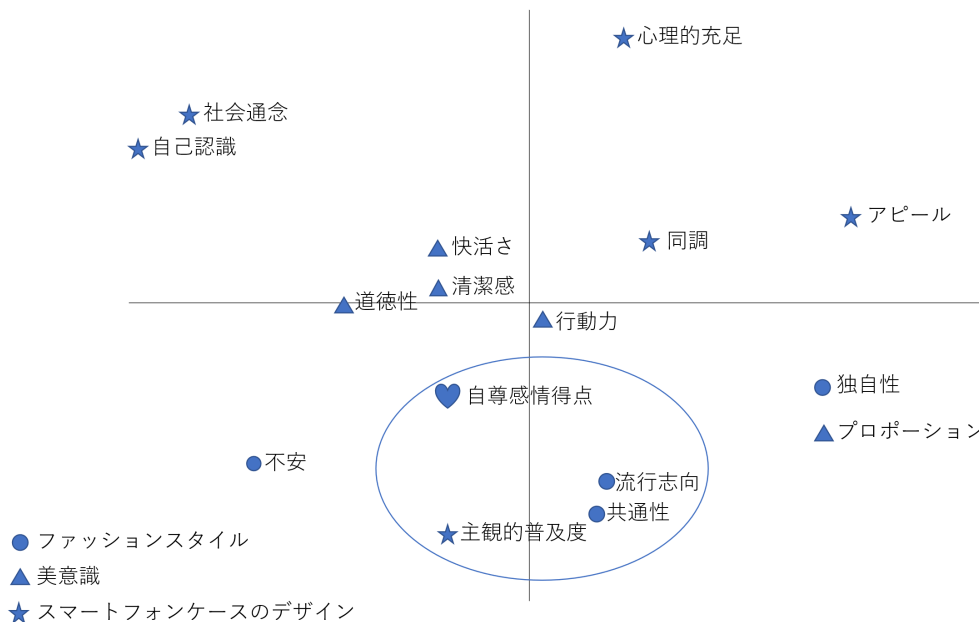
美意識についての質問を因子ごとに分け、4段階評価の合計値で平均を算出した。「道徳性」「快活さ」「清潔感」で平均値が高く、「プロポーション」で最も平均値が低かった。自身のプロポーションについて、よく思っている人はあまりいないことが分かった。

#### 4-3.自尊感情尺度の男女の比較

自尊感情尺度の合計点数の平均値を男女で比較したところ、性別による差異はみられなかった。

#### 4-4.自己認識とスマートフォンケースのデザインのクラスター分析

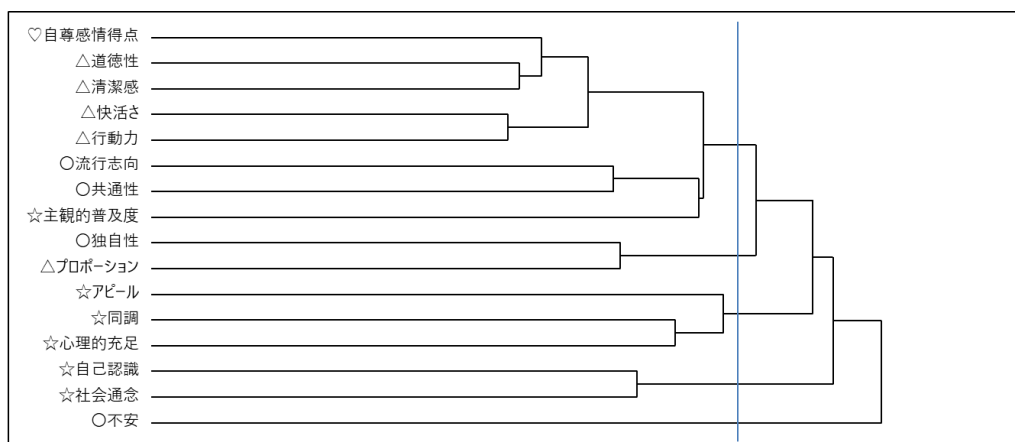
(図表 15)自己認識とスマートフォンケースのデザインのクラスター分析



自己認識の因子とスマートフォンケースのデザインの因子の平均値を設問の数で割ったものを使用してクラスター分析を行った。また、多次元尺度法を用いて、変数で二次マッピング図を作成した。「主観的普及度」と「流行志向」、「共通性」に関連があることが分かった。

また、この二次元マッピング図における横軸と縦軸を考察すると、横軸は右側に行くほど「ファッションスタイルについて自信がある」、縦軸は下に行くほど「流行に興味がある」と考えることが出来る。

(図表 16) 「ファッションスタイル」、「美意識」、「自尊感情得点」及び「スマートフォンケース」の因子のデンドログラム表示



「ファッションスタイル」、「美意識」、「自尊感情得点」及び「スマートフォンケース」の因子を、群平均法によるクラスター分析でデンドログラム表示した。「スマートフォンケース」の「主観的普及度」は、「ファッションスタイル」の「流行志向」と「共通性」に関連することが分かった。このことから、「流行志向」と「共通性」の因子が高い人は「主観的普及度」の高い製品を選ぶ傾向にあるということが分かった。

## 5. まとめと考察

今回の調査では、製品スタイル選択において自己認識がどの程度関連するかを調査し考察することを目的としていた。

スマートフォンケースの因子がファッションスタイルに関連していたことは予想通りであった。しかし美意識があまり製品スタイル選択に関連していないことは意外であった。美意識はファッションスタイルにもあまり関連せず、関連したのはファッションスタイルの「独自性」と美意識の「プロポーション」であった。このことから、ファッションスタイルの「独自性」の意識が強い人は自身の「プロポーション」についてよく思っているケースが多いということが分かった。「自尊感情得点」は、スマートフォンケースの因子には関連がなかったが、美意識の「道徳性」と関連があることが分かった。自身に「道徳性」を感じている人ほど自尊感情得点が高まるのではないかと考えられた。

スマートフォンケースの種類においては、クリアケースの利用者が多いことが分かった。現在所持しているスマートフォンケースを選ぶ際重要視した点では、「印刷されている写真やイラストなどのデザイン」と同程度の割合で「クリアケースであること」という回答が多かった。満足度の理由についての自由回答においても、「クリアケースだから自分好みにアレンジできている」という回答が多くみられた。このことから、現在の学生におけるスマー

トフォンケースの利用において、自分好みのデザインが施されているスマートフォンケースを選ぶか、クリアケースを自分好みにアレンジすることが二大主流となっているのではないかと考えられる。

スマートフォンケースの満足度に関しては、ほとんどの人が満足していることが分かった。これは、スマートフォンケースのデザインが多様化してきていることにより選択肢が増加し、一人一人の理想に合ったスマートフォンケースを見つけやすくなっているのではないかと考えている。

今回はスマートフォンケースを対象に調査を行ったが、別の製品を対象にすることで今回とは違う結果が出るのかも検討していきたいと考えている。

## 6. 参考文献

- 1)小松亜紀子(2005)「自己認識が流行志向に及ぼす影響」
- 2)総務省「平成30年版情報通信白書のポイント」より「第1部 特集 人口減少時代のICTによる持続的成長」  
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142110.html>
- 3)山田雅子(2020)「美・外見への注目度と自己像」
- 4)桜井茂男(2000)「ローゼンバーグ自尊感情尺度日本語版の検討」