

現代メンズファッションにおける 「かっこよさ」概念の検討

~ピクチャマイニング手法によるクールビズの分析~

山井 あかり（株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント）

山崎 匡（株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント）

江戸克栄（文化学園大学）

北方晴子（文化学園大学）

「ピクチャマイニング」とその有効性

「ピクチャマイニング」とは、
写真や画像(あるいは動画)を探索的に分析することによって、有用な知見を得ようとする分析手法のこと。

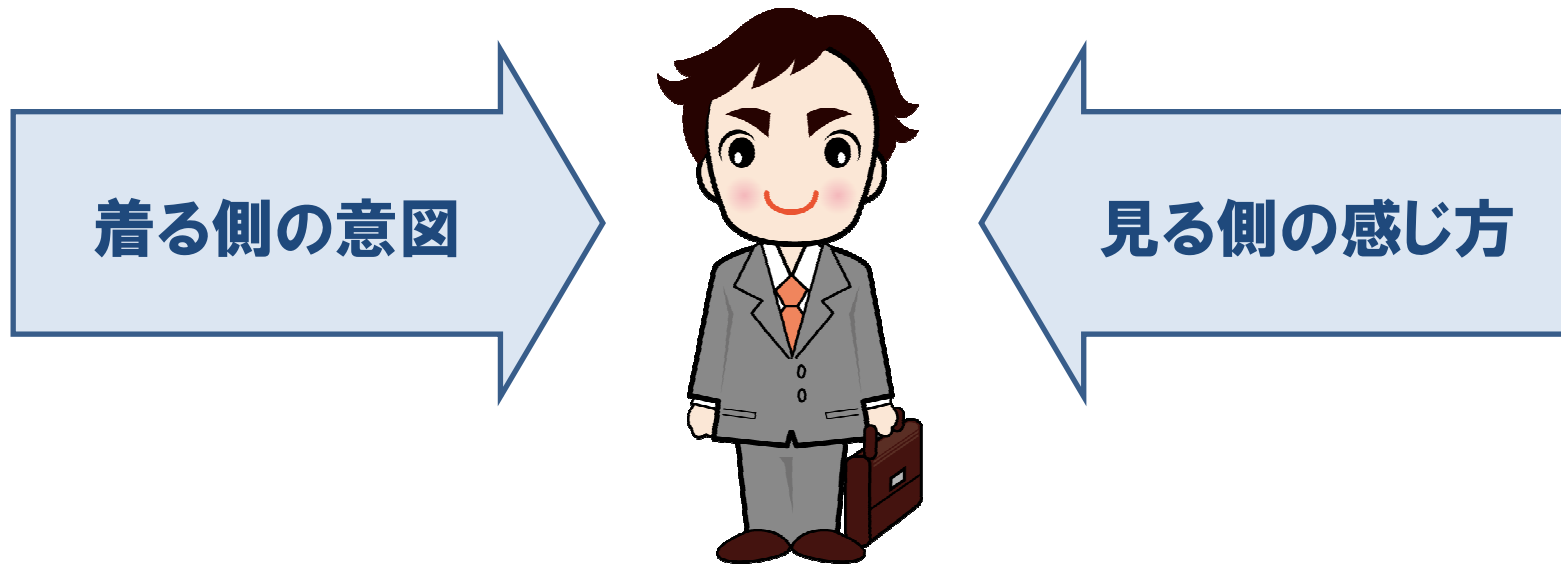
(落原、江戸、廣井2010)



【ピクチャマイニングの有効性】

- 1.画像データの情報量の豊かさ
- 2.調査の即時性

「かっこよさ」について



「かっこよさ」は個人によって評価する傾向が異なり、
時代によっても価値観は変化する。
その基準や定義を言語で共有することは難しい。

調査の目的

- ① 変化していくメンズファッションにおける「かっこよさ概念」の要因を、クールビズを通して分析すること。
- ② ピクチャマイニング手法がファッションおよびその関連分野にどれだけ効果的な役割を果たしているかを確認すること。

調査概要

調査方法	WEB調査
実施時期	2012年6月
サンプル数	撮影者62名×写真2枚
撮影者	<ul style="list-style-type: none">・ 30歳～49歳の女性・ 従業員数20名以上の企業に勤務・ 首都圏在住
被写体	同僚男性
テーマ	「かっこいいクールビズ」 1枚 「隣の人々のクールビズ」 1枚

写真の撮り方

撮影指示:

1. オフィス内
2. 顔は写さない
3. 全身を撮影(靴まで)



エラー回答の比較

		今回		前回	
		枚数	%	枚数	%
かっこいい クールビス	有効	53	85	26	70
	エラー	9	15	11	30
	計	62	100	37	100
隣の人の クールビス	有効	54	87	21	62
	エラー	8	13	13	38
	計	62	100	34	100
全体	有効	107	86	47	66
	エラー	17	14	24	34
	計	124	100	71	100

分析① カード作成

表面：写真



裏面：アンケート情報

no. <u>46</u>	
コンテキストなし	
Q3-1.年代	30代
Q3-2.身長	170 cm
Q3-3.体重	65 kg
BMI	22.5 (理想体重)
Q3-4.撮影者との関係	職場の同僚
SC1.年齢	34 歳
SC3.居住地	東京都
SC4.職業	会社員
SC5.業種	その他
SC6.勤務先の服務規程	禁止されている洋服や靴はない
男性が着用して出勤することを禁止されているもの	
*クールビズなど特定の期間を除く	
SC8.勤務先の従業員数	50~100人未満
Q7.ファッションへの興味関心	お気に入りのファッション専門店がいくつかある
	自分が気に入ったよそおいであれば、まわりと合わなくても気にならない
	自分らしさを表現することをよそおいのポイントにしている
Q2.「カッコよさ」評価	*100点満点 60 点
Q1.撮影した服装の特徴	秋冬と同じシャツ・パンツで上着を脱いだだけという感じです。

分析② 写真の分類

1. 写真のグループ化



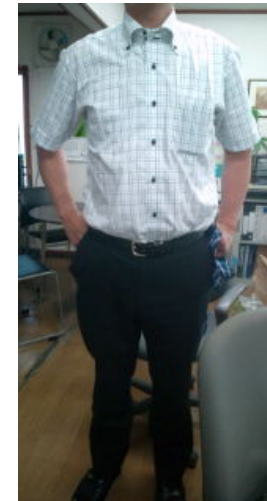
2. アンケート情報を
付箋で付加



分析③ キーワードの抽出(定性)

「かっこよさ」概念の要因

- 1.きっちりとしたイメージ
- 2.色やサイズのバランス感
- 3.流行のシルエットを使ったスマートさ
- 4.適度な着崩し



分析④ アイテム比較(定量)

ベースは、「白シャツ」×「黒パンツ」
かっこいいクールビズには、ポロシャツが多い。

【シャツ比較】

	隣		かっこいい	
サンプル数	53	100%	54	100%
(1)Yシャツ計	51	96%	44	81%
1. 白シャツ計	36	68%	28	52%
a.白(無地)	27	51%	17	31%
b.白(ストライプ)	2	4%	4	7%
c.白(黒ボタン)	3	6%	3	6%
d.白(その他)	4	8%	4	8%
2. 色シャツ計	11	21%	6	11%
a.青	7	13%	5	9%
b.グレー他	4	8%	1	2%
3. 柄シャツ計	4	8%	10	19%
(2)Yシャツ以外計	2	4%	10	19%
1. ポロシャツ計	1	2%	10	19%
2. Tシャツ計	1	2%	0	0%

【パンツ比較】

	隣		かっこいい	
サンプル数	53	100%	54	100%
1. 黒パンツ計	34	64%	37	69%
a.白シャツ	22	42%	18	33%
b.色柄シャツ	11	21%	11	20%
c.その他	1	2%	8	15%
2. ベージュパンツ計	3	6%	6	11%
a.白シャツ	2	4%	3	6%
b.その他	1	2%	3	6%
3. グレーパンツ計	5	9%	4	7%
a.白シャツ	5	9%	3	6%
b.その他	0	0%	1	2%
4. 他パンツ計	9	17%	4	7%
a.白シャツ	6	11%	1	2%
b.色柄シャツ	3	6%	3	6%
5. スーツ計	2	4%	3	6%

結果

「かっこいいクールビズ」の要素

	<シャツ>	<パンツ>	<アクセサリ>	<姿勢>
1. きっちりとしたイメージ	<ul style="list-style-type: none">・サイズがぴったり・丈が長すぎない・脇がだぶついている・襟がきっちりしている・袖がタイト	<ul style="list-style-type: none">・腰回りがダボつかない・ベルトが緩んでいない	<ul style="list-style-type: none">・ポケットに入っていない・腕時計をしている	<ul style="list-style-type: none">・肩に力が入っていない
2. 色やサイズのバランス感	<ul style="list-style-type: none">・白や無地のYシャツでない	<ul style="list-style-type: none">・ダーク系パンツとシャツの色の組み合わせ		
3. 流行のシルエットを使ったスマートさ	<ul style="list-style-type: none">・ボタンや襟の形・ポロシャツの着用	<ul style="list-style-type: none">・細見のシルエット・タックがない	<ul style="list-style-type: none">・靴のデザイン	
4. 適度な着崩し	<ul style="list-style-type: none">・ワイシャツとベージュパンツ・スーツパンツにトップスをポロシャツ		<ul style="list-style-type: none">・パンツとベルトの色	



ファッション分野における 「ピクチャマイニング」の効果

1. 抽象的な事柄を人に説明しやすい
2. 写真でしか見えない要素がある

【かっこいいクールビズ】



現状の課題

被写体の属性とカッコよさ評価点

年代	カッコいい		隣の人		計
20代	80.0点	(9人)	59.2点	(6人)	71.7点
30代	82.4点	(21人)	64.5点	(21人)	73.4点
40代	83.5点	(13人)	63.2点	(14人)	73.0点
50代	82.3点	(8人)	55.6点	(8人)	55.6点
60代	76.7点	(3人)	65.0点	(4人)	70.0点
計	81.9点	(54人)	62.3点	(53人)	72.2点

事業所規模	カッコいい		隣の人		計
300人以上	84.1点	(14人)	64.7点	(16人)	72.1点
100人~300人	86.8点	(13人)	64.2点	(13人)	75.5点
50人~100人	78.2点	(12人)	64.1点	(11人)	71.4点
50人以下	78.5点	(15人)	58.5点	(13人)	69.2点
計	81.9点	(54人)	62.3点	(53人)	72.2点

今後の方向性

1. 様々な立場から見た「かっこよさ」の特徴をまとめ、**普遍的な定義**を見出す。(学生・男性・業種を絞るなど)
2. 親密さなど**対象者との関係性**による「かっこよさ」評価基準の違いはどこにあるのか。
3. 得られた「かっこよさ」の要素を**定量化**し、「クールビズのかっこよさ」の基準を定める。