

社会心理的側面から見た現代女子学生の 日常生活における意識構造*

～統計手法赤池情報量規準による分析～

A Social-Psychological Study of the Sense of the Recent College Girls in Daily Life

～The analysis by the statistics method of Akaike's Information Criterion～

高井孝之**

Takayuki TAKAI

笹山益子

Masuko SASAYAMA

武衛孝雄***

Takao TAKEYE

青海邦子

Kuniko SEIKAI

京都大学大型計算機センター *大手前女子大学

はじめに

女性のファッションに対する関心は非常に強く、マスコミは日々情報を提供し、それに反応する女性達の動向や志向性についてもまた、多くの記事が情報として掲載されている。このように、女性の関心事の筆頭に挙げられるファッションにみられる志向性と日常生活の側面にあらわれる社会心理的尺度における志向性との関連性を探求しようと試みた。

本稿は女子短期大学学生を対象に行った意識調査における調査研究である。原質問項目（以下原項目という）は社会心理的側面の尺度を求めるための設問項目とカラーチャートによる色彩嗜好調査に関する設問項目に大別される。それらの原項目にもとづいて算出される二次分析要因により、

1. 社会心理的な9つの尺度と色彩嗜好、流行意識等との間に関連性はあるか。
2. 色彩嗜好調査を通し、色彩嗜好と具体的な服飾や伝統的な和服（着物）の嗜好との間に関連はあるか。

を探求するのが目的である。

さらに、解析法についていえば、分割表解析においては赤池情報量規準（AIC）を用い

* 本稿のための種々の計算は京都大学大型計算機センターの FACOM M-382 システムを利用して行われた。AICによる統計解析には統計数理研究所で開発された CATDAP (a Categorical Data Analysis Program Package)⁽¹⁾、種々の統計解析には SAS(Super Application System)⁽²⁾を使用した。

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

て最適な分割表モデルの選択を試みた。従来の、データを単に数値として扱うカイ 2 乗検定法などの記述統計学の統計量から視点をかえて、分割表を有効および無効モデルの比較としてとらえる AIC 統計量により分析を試みた。

以下セクション 1 では調査の概要と目的について述べ、セクション 2 では AIC とカイ 2 乗検定法の比較について概説する。セクション 3 では原項目における AIC 分析と結果と考察が述べられ、セクション 4 の各小セクションでは色彩嗜好度との社会心理尺度の関連性について検討する。最後の結語においては、今後残された問題点と課題について議論する。

1. 調査の概要と目的

1・1 調査の対象者

短期大学服飾学科学生。女子 513 名（有効数）。

1・2 調査時期

1985 年 5 月 16 日～22 日

1・3 調査の方法

社会心理的側面については配票調査法を用い、色彩嗜好についてはカラーチャートおよび種々の配色を提示しながら質問紙調査を行った⁽³⁾。このようにして作成した 137 項目の設問のうち以下（表 1）に示す 86 項目を解析の対象とした。心理調査については対象とした当該設問項目から比較的独立していると考えられる 9 つの社会心理的要因を取り上げて社会心理的尺度変数として構成した。9 つの社会心理的要因尺度は次のように規定した（本研究集録所収の「Color Harmony に関する研究（第一報）～社会心理学的アプローチ～」参照）。

〔1〕性度尺度：男性的または女性的の程度。表 1 の N Q 4 から N Q 18 の 15 項目が該当する。

〔2〕情報志向性尺度：各分野の各種情報に対する欲求や関心の程度をしめす尺度で表 1 の N Q 19 から N Q 26 の 8 項目が該当する。

〔3〕自己顕示欲尺度：自己の優越性を強調し、他人の注目を集めようとする程度をしめす。表 1 の N Q 27 から N Q 36 の 10 項目が該当する。

〔4〕ナイーブ尺度：素朴さ、素直さ、おおらかさを示す尺度で表 1 の N Q 37 から N Q 46 の 10 項目が該当する。

〔5〕社交性尺度：他人とのつきあいの上手さの程度、社会的向性を示す尺度で表 1 の N Q 47 から N Q 56 の 10 項目が該当する。

〔6〕感性尺度：外界の情報⁽⁵⁾に対する感受性の強弱を示す尺度で表 1 の N Q 57 から N Q

表1 アイテム変数一覧表

変数名 (略号)	意味	社会心理的 尺度区分	カテゴリー 区分	変数名 (略号)	意味	社会心理的 尺度区分	カテゴリー 区分
NQ 1	通学区分		1. 自宅通学	NQ 38	感情を傷つけられる	●	サ
NQ 2	世帯主の職業		2. 下宿	NQ 39	仕事ができない	●	サ
NQ 3	家族数		注)	NQ 40	人の行ないが気になる	●	サ
			1. 3人以下	NQ 41	不安な気持	●	サ
			2. 4人	NQ 42	仕事のじゃまになる	●	サ
			3. 5人以上	NQ 43	日頃心配することが多い	●	サ
NQ 4	服装について	○	ア	NQ 44	気むづかしい	●	サ
NQ 5	うそについて	○	イ	NQ 45	小さいことにこだわる	●	サ
NQ 6	ののしられている事について	○	ア	NQ 46	神経質	●	サ
NQ 7	強盗について	○	ウ	NQ 47	話をしにくい	▲	サ
NQ 8	毛虫について	○	ウ	NQ 48	場所が変わった時	▲	サ
NQ 9	岸に立ったとき	○	ウ	NQ 49	恥ずかしがり屋	▲	サ
NQ 10	きたないつめについて	○	エ	NQ 50	聞き手になる	▲	サ
NQ 11	よごれた衣服について	○	エ	NQ 51	静かで落ち着いた	▲	サ
NQ 12	車のきしむ音について	○	エ	NQ 52	指導や指図	▲	サ
NQ 13	猫について	○	オ	NQ 53	笑わせる	▲	サ
NQ 14	クモの巣について	○	オ	NQ 54	ひとりで遊ぶ	▲	サ
NQ 15	生徒が先生について	○	オ	NQ 55	人の世話をよくみる	▲	サ
NQ 16	歩道につばをはく	○	カ	NQ 56	他人のことは干渉しない	▲	サ
NQ 17	公園の花をむしる	○	カ	NQ 57	健康なほう	■	シ
NQ 18	カンニングについて	○	カ	NQ 58	物事によく気がつく	■	ス
NQ 19	} 知ろうとする人	△	キ	NQ 59	話しかけてもぼんやり	■	セ
NQ 20		} 知りたがらない人	△	ク	NQ 60	体力があるほう	■
NQ 21	指導者や専門家	△	ケ	NQ 61	ぶつかったり	■	セ
NQ 22	尊敬できる人の意見	△	ケ	NQ 62	気持に敏感	■	タ
NQ 23	服装, 髪型, 流行	△	コ	NQ 63	中学生の頃の成績	■	チ
NQ 24	政治問題, 社会問題	△	コ	NQ 64	友達が何か変わったもの	◎	ツ
NQ 25	旅行, レジャー	△	コ	NQ 65	レストランなど	◎	テ
NQ 26	日用品の買物	△	コ	NQ 66	同じものをいつも使っている	◎	ト

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

NQ27	珍しいものや目新しいもの	<input type="checkbox"/>	サ
NQ28	一度欲しくなったとき	<input type="checkbox"/>	サ
NQ29	自分が中心になりたい	<input type="checkbox"/>	サ
NQ30	負けずぎらい	<input type="checkbox"/>	サ
NQ31	持ち物を人に見せたい	<input type="checkbox"/>	サ
NQ32	言い訳が多い	<input type="checkbox"/>	サ
NQ33	他人のせい	<input type="checkbox"/>	サ
NQ34	人に目立つことをやりたい	<input type="checkbox"/>	サ
NQ35	大げさに言いたがる	<input type="checkbox"/>	サ
NQ36	オーバーな表現	<input type="checkbox"/>	サ
NQ37	うるさいと思う	<input checked="" type="checkbox"/>	サ

NQ67	仕事など	<input checked="" type="checkbox"/>	ナ
NQ68	人がばかばかしい	<input checked="" type="checkbox"/>	ニ
NQ69	趣味やレジャー	<input checked="" type="checkbox"/>	ヌ
NQ50	流行について	<input type="checkbox"/>	ネ
NQ71	洋服を買う場合	<input type="checkbox"/>	ネ
NQ72	抵抗なく買う	<input type="checkbox"/>	ネ
NQ73	流行は世の中を明るくする	<input type="checkbox"/>	ネ
NQ74	好きな 柄と模様		本文 (pp. 289 ~293) 参照
NQ75			
NQ76			
NQ77	着てみたいふり袖 ふり袖を選んだ理由		

- 注) 1. 農林漁業
 2. 自営の商工業
 3. 会社, 官庁の勤め人
 4. 会社, 官庁の管理職
 5. 専門自由業
 6. 無職
 7. いない

凡例 社会心理的尺度区分

- 性度尺度該当変数
- 情報尺度該当変数
- 自己顕示欲尺度該当変数
- ナイーブ尺度該当変数
- 社交性尺度該当変数
- センシティブィテイ尺度該当変数
- 好奇心尺度該当変数
- 流行意識尺度該当変数

カテゴリー区分

- ア 1. 非常におこる 2. 少しおこる 3. おこらない
- イ 1. 非常に腹が立つ 2. 少し腹がたつ 3. 何とも思わない
- ウ 1. 非常にこわい 2. 少しこわい 3. こわくない
- エ 1. 非常にいやだ 2. 少しいやだ 3. いやでない
- オ 1. 非常にかわいそうだ 2. 少しかわいそう 3. かわいそうでない
- カ 1. 非常に悪い 2. 少し悪い 3. 悪くない
- キ A. いろいろな物事について 論理的にこまかい点まですぐ気がつくほうだ。

- キ B. こまかい違いなど気にしないで大局的に判断する方が得意だ。
- ク A. 少しの違いでも発見してその違いを考えながら行動するほうだ。
B. 大局的に観察して日頃のやり方で事を処理していくほうだ。
- ケ 1. 賛成 2. 反対
- コ 1. よくある 2. 時々ある 3. あまりない
- サ 1. はい 2. いいえ 3. どちらともいえない又はわからない
- シ 1. はい 2. やや健康なほう 3. いいえ
- ス 1. はい 2. やや気がつくほう 3. いいえ
- セ 1. はい 2. 時々ある 3. いいえ
- ソ 1. はい 2. ややあるほう 3. いいえ
- タ 1. はい 2. やや敏感 3. いいえ
- チ 1. はい 2. ややよいほう 3. いいえ
- ツ A. すぐ欲しくなるほうだ。
B. 変わったものを持っていてもあまり気にならない。
- テ A. 今まで食べたことのないものを注文するのが楽しみである。
B. いつもなじみのものを食べるほうが安心でよい。
- ト A. 飽きてしまうほうだ。
B. 古いものに愛着がでてなかなか取り換えられない。
- ナ A. いつも目先の変わった新しい仕事をしていたい。
B. いつもの仕事を同じようにやっていられれば安心である。
- ニ A. わりとせんさくするのが好きなほうだ。
B. 全然とりあわないほうだ。
- ヌ A. 何にでもすぐ手を出すのが長続きしない。
B. 新しいものには手を出さず以前からやっているものに専念する。
- ネ 1. はい 2. 少しそう思う 3. いいえ

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

63の7項目が該当する。

〔7〕好奇心尺度：飽きっぽさ、新しいもの好き、好奇心の程度を示す尺度で表1のNQ64からNQ69の6項目が該当する。

〔8〕流行意識尺度：具体的な流行に対する意識の強弱を示す尺度で表1のNQ70からNQ73の4項目が該当する。

〔9〕洗練性尺度：あかぬけした、しゃれた味わい、知的洗練さの程度を示す尺度で空想的選択がなされた志望職業を調査し、そこにあらわれた職業の従事者に関する人物イメージを、被験者各個人のもつ理想的自己像のひとつとしてとらえた。そしてその志望職業のなかに、ソフィステケートな（知的洗練度が高い）イメージがもたれやすい職業がどの程度含まれるかによって、各被験者の知的洗練度のレベルを把握しようとした。⁽⁵⁾

これらの社会心理的尺度は質問紙調査を行った各質問項目（NQ4～NQ73）の素点を変換したうえ、それぞれの社会心理的尺度ごとに総合点を算出し、得点範囲を上位得点群と下位得点群の2つのカテゴリーに分けて処理の対象とした*。

色彩嗜好調査については次のような種類の調査を実施した。

〔1〕単色調査：被験者に75種類のカラーチャートを提示して最も好きな配色を選択させた。

〔2〕配色調査：被験者に75種類のブルー配色およびオリーブ配色をカラーチャートにより提示してそれぞれ最も好きな配色を選択させた。

表2 カラー区分表とトーン区分表

カラー区分表		トーン区分表	
1	pink	1	light
2	blue	2	pale
3	white	3	vivid
4	green	4	white
5	yellow	5	black
6	black	6	deep
7	blue green	7	dark
8	orange	8	dull
9	red	9	gray
10	violet	10	light grayish
11	red purple		
12	purple		
13	yellow green		
14	gray		

*〔9〕洗練性尺度については2カテゴリーに分けた結果のみを用い、対象の職業志望についての質問紙調査の原項目については除外した。

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

〔3〕三色配色調査：被験者に16種類の三色配色のカラーチャートを提示して最も好きな三色配色を選択させた。

〔4〕二色配色調査：被験者に26種類（和服の場合は24種類）の二色配色のカラーチャートを提示して最も好きな二色配色を選択させた。二色配色調査の場合は日常的に着用する具体的な服装をとり上げて選択させた。つまり、1)TシャツとGパン、2)セーターとスカート、3)和服の地色と柄である。

〔5〕“着てみたい被服”の二色配色調査：〔4〕の好きな二色配色に対して実際に“着てみたい”と希望する被服の組合せについて〔4〕の3種類についてそれぞれ最も“着てみたい”配色を選択させた。

〔6〕色相・トーン別調査：〔1〕の単色配色調査で選択された嗜好色を色相別に14種類トーン別に10種類にそれぞれ分類した（表2）。

当該色彩嗜好調査のうち本稿では〔6〕を取り上げて分析の対象とした。

2. AIC による最適な分割表モデルの選択とカイ自乗検定法との比較

社会心理学・被服学および諸研究分野ではしばしば意識調査やパネル調査を実施し、対象者である被験者群の意識動向を把握するために各種の統計的方法を採用して解析することがよく行なわれる。いま表3のように2つ以上の特性（アイテム変数）について、いく

表3 分割表（クロス表）

アイテム変数 (j)		アイテム変数 (i)		行 計
		通 学 区 分		
		1. 自 宅	2. 下 宿	
家 族 数	1. 3人以下	46	8	54
	2. 4人	208	10	218
	3. 5人以上	209	32	241
列 計		463	50	513

つかの 카테고리（クラス）に分類し、観測度数を求めた分割表（クロス表）によって両特性間の「関連性」を探ることが多い。フィッシャーによる独立性のカイ2乗（ χ^2 ）検定法はこのような当該特性間に「関連性があるか」、もしくは「関連性がないか」という客観的な判断を下すための統計量として広く用いられて来た。しかしながらカイ2乗検定法では、

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

〔1〕 サンプル数が増大すればカイ 2 乗値が大きな値をとる傾向にあり、特性変数の次数やカテゴリー数の増加はどのような尺度を用いても「関連度」の増大をもたらす不合理を招く場合がある。また特性間が“独立である（関連がない）”とする帰無仮説を棄却するための判断として経験的に採用される有意差の判定基準（たとえば 1% とか 5%）はそれ自体きわめて恣意的であること。

〔2〕 われわれの実施したアンケート調査に即していえば質問項目が 100 項目にも及び、これらの 100 項目の質問項目では、ある着目する特性変数 1 つについて 100 次元の分割表の作成が必要となる。さらに各特性変数相互間の交互作用効果を探ろうとすると独立性のカイ 2 乗検定法では不可能になる場合があること。

〔3〕 最も重要なことは、ある着目する変数を基準とした 2 つ以上の分割表を比較するという問題は独立性のカイ 2 乗検定では不可能であるという点である。〔1〕に関して付言すれば当該データをあつかう専門的・経験的知見を慎重かつ細心に導入しない限り見かけ上のカイ 2 乗値により「有意差あり」の判断で誤った判断を下すことにもなりかねないという重要な問題がある。

上述した諸問題を解決する統計的方法として赤池情報量規準 AIC (Akaike's Information Criterion) が提案された。⁽⁶⁾

AIC は次式で定義される。

$$AIC = (-2) \log_e M + 2K \dots\dots\dots(1)$$

M: 与えられたデータによるそのモデルの最大尤度（尤度関数）

K: モデルのなかで自由に变化させることのできるパラメータ数

この AIC の値が低いほど良いモデルであると評価される。通常、最大尤度が大きいほど、モデルは良いとされるが AIC はパラメータ数の項を含むため、パラメータ数の少ないモデルをよりよいものとするという原理が、評価の中に加わっている。二つ以上のモデルの中から AIC 最小のモデルをもつモデルを MAICE (Minimum AIC Estimate) と呼ぶ。

赤池によればカイ 2 乗検定法は AIC の立場から見ると“ふたつのモデルの比較”といわれる。例えば i, j 変数のカテゴリー数がそれぞれ n_1, n_2 からなる分割表間の変数“関連し合っている”とするモデル（有効モデル）と、AIC の立場からみて“関連がない”つまり独立であるとするモデル（無効モデル）は(2)および(3)式で表わされ、その制約式は(4)式および(5)式で与えられる。

$$AIC_1 = (-2) \sum_{i=1}^{n_1} \sum_{j=1}^{n_2} n(i, j) \log_2 \{n(i, j)/N\} + 2q \dots\dots\dots(2)$$

$$AIC_0 = (-2) \sum_{i=1}^{n_1} \sum_{j=1}^{n_2} n(i, j) \log_2 \{N(i \cdot)N(\cdot j)/N^2\} + 2q \dots\dots\dots(3)$$

$$\sum_{i=1}^{n_1} \sum_{j=1}^{n_2} p(i, j) = 1 \dots\dots\dots(4)$$

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

$$\sum_{i=1}^{n_1} p(i, \cdot) = 1 \quad \sum_{j=1}^{n_2} p(\cdot, j) = 1 \dots\dots\dots(5)$$

ただし $n(i, j)$ は (i, j) なる組合せが観測された頻度、 $p(i, j)$ はその組合せが発生する確率であり、 $N = \sum_i \sum_j n(i, j)$ はサンプルの総数をあらわす。また q は自由に動かさうるパラメータ ($p(i, j)$) 個数であり、 $N(i \cdot) = \sum_j n(i, j)$ と $N(\cdot j) = \sum_i n(i, j)$ はそれぞれ分割表の列計、行計を表わす。このようにして、(4)(5)の制約式のもとで有効モデル (AIC_1) と無効モデル (AIC_0) を計算し、その AIC 値の小さい方のモデルを良いモデルとして採用するのである。つまり $AIC_1 - AIC_0 < 0$ であれば、分割表の特性変数間に“関連あり”とする有効モデルとして採用される。つまり各分割表に対応するモデルの尤度の比較によって確率分布の推定をめざしている。いま AIC_1 (有効モデル) と AIC_0 (無効モデル) をカイ自乗統計量

$$\chi^2 = \sum_{i,j} \{n(i, j) - n(i)n(j)/n\}^2 / \{n(i)n(j)/n\}$$

とすると漸近的につぎの関係が成り立つ

$$AIC = AIC_1 - AIC_0$$

$$\cong -(\chi^2 - 2 \times d \cdot f)$$

ここに $d \cdot f$ は自由度

このような AIC の統計モデルの比較の方法を実現するための FORTRAN ライブラリーが CATDAP (a Categorical Data Analysis Program Package) ^{(7)~(10)} である。CATDAP は目的変数がカテゴリーカルでさえあれば如何なるデータに対しても一説明変数の数、種類等の如何を問わず一適用でき、連続変量、カテゴリーカル変量の混合型についても適用できる。本稿における AIC 統計量解析には CATDAP を利用して行なわれた。

3. AIC による原項目の分析結果と考察

本セクションでは原項目 (表 1 参照) の中から特に着目する 5 変数を選び分析した結果と考察について以下の小セクションで述べる。着目する変数は目的変数とも呼ばれるが、ここでは原項目のなかでとくに関心のあるという意味で着目変数と呼ぶことにする。着目変数に対して他の原項目を説明変数 (予測変数) と呼ぶことにする。本セクションでは着目変数以外のすべてを説明変数として計算処理を行った。以下特に断わらない限り変数は表 1 に掲げた略号で示す。

3.1 自宅通学者と下宿通学者 (NQ1)

項目NQ1	1. 自宅通学	2. 下宿通学
-------	---------	---------

着目変数NQ1に対して76説明変数のどの項目がより多くの情報、つまり良いモデルで

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

表 4

(説明変数)	カテゴリ数	AIC値	AICの差	
1	NQ2	7	-72.76	0.0
2	NQ8	3	-56.75	16.01
3	NQ6	3	-55.16	1.58
4	NQ10	3	-49.79	5.37
5	NQ15	3	-46.32	3.48
6	NQ41	3	-45.03	1.28
7	NQ54	3	-44.89	0.15
8	NQ62	3	-44.59	0.29
9	NQ43	3	-43.69	0.90
10	NQ14	3	-42.49	1.20
11	NQ72	3	-40.00	2.48
12	NQ51	3	-39.83	0.17
13	NQ56	3	-38.24	1.59
14	NQ55	3	-37.77	0.47
15	NQ25	3	-36.94	0.82
16	NQ49	3	-36.58	0.37
17	NQ28	3	-36.49	0.09
18	NQ30	3	-35.10	1.39
19	NQ77	4	-33.40	1.70
20	NQ74	8	-31.00	2.40
21	NQ26	3	-30.28	0.72
22	NQ50	3	-29.21	1.07
23	NQ12	3	-29.15	0.05
24	NQ39	3	-27.46	1.69
25	NQ48	3	-26.25	1.21
26	NQ47	3	-26.07	0.19
27	NQ33	3	-25.94	0.13
28	NQ53	3	-25.91	0.03
29	NQ52	3	-25.47	0.44
30	NQ37	3	-24.13	1.34
31	NQ13	3	-21.34	2.79
32	NQ45	3	-19.95	1.39
33	NQ46	3	-18.45	1.50
34	NQ44	3	-17.68	0.77
35	NQ63	3	-17.29	0.40
36	NQ22	2	-15.86	1.42
37	NQ36	3	-15.35	0.51
38	NQ7	3	-14.62	0.73
39	NQ40	3	-14.26	0.37
40	NQ71	3	-13.18	1.07
41	NQ32	3	-11.55	1.63
42	NQ5	3	-11.43	0.12
43	NQ58	3	-9.64	1.80
44	NQ4	3	-9.44	0.20
45	NQ67	2	-9.42	0.03
46	NQ24	3	-8.96	0.45
47	NQ34	3	-8.64	0.33
48	NQ11	3	-8.08	0.56
49	NQ76	6	-7.63	0.45
50	NQ57	3	-7.49	0.13
51	NQ75	8	-4.99	2.51
52	NQ9	3	-4.85	0.14
53	NQ38	3	-3.10	1.75
54	NQ27	3	-2.83	0.27
55	NQ59	3	-2.13	0.70
56	NQ18	3	-2.00	0.13
57	NQ61	3	-1.36	0.65
58	NQ23	3	-1.15	0.21
59	NQ35	3	-0.14	1.01
60	NQ42	3	-0.08	0.05
61	NQ73	3	-0.05	0.03
62	NQ16	3	0.16	0.21
63	NQ20	2	0.54	0.38
64	NQ68	2	0.65	0.11
65	NQ70	3	0.70	0.05
66	NQ69	2	1.39	0.70
67	NQ19	2	1.44	0.04
68	NQ65	2	1.69	0.25
69	NQ64	2	1.72	0.03
70	NQ66	2	1.74	0.02
71	NQ21	2	1.99	0.26
72	NQ17	3	2.03	0.04
73	NQ60	3	2.48	0.45
74	NQ29	3	3.49	1.01
75	NQ31	3	3.62	0.13
76	NQ3	3	3.95	0.33

あるかをAIC値の小さい順に並べたものが表4である。“最も良いモデル”つまり最もNQ1に対して関連性の強い説明変数はNQ2(世帯主の職業)であり, 続いてNQ8(毛虫が服に入ったとき), NQ6(友人がののしられたとき), NQ10(きたないつめをみて)…NQ73と続いている。AIC値が-(マイナス)値を取っている変数までがAICの立場から見て関連性がある変数である。76変数中NQ16からNQ3の15変数が独立と判断される説明変数群である。分割表間の比較は表の右端を見る。たとえば「NQ1×NQ2」と「NQ1×NQ8」のAIC値の差は16.01である。文献9によればAIC値の差が1~2程度以上あれば“モデルの差”があるといわれるからこの2つの分割表間には差があると判定される。このようにして見ると表4は76組の分割表間の比較が可能となる。従来のカイ2乗検定法などを用いた記述統計学的方法では不可能であった, より実用的で実際の解析法がAICによる方法で実現したわけである。表5に「NQ1×NQ2」の分割表を示した。これによれば全体の64%の者が自宅通学者であり, 世帯主の職業ではカテゴリ

* 以下, 第nカテゴリーの表現を#n#と記述する。

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

表 5

(NQ1)				(NQ1)			
	1	2		1	2	TOTAL	
(NQ2)				(NQ2)			
1	37	17	54	1	68.5	31.5	100.0 54
2	94	60	154	2	61.0	39.0	100.0 154
3	86	27	113	3	76.1	23.9	100.0 113
4	41	7	48	4	85.4	14.6	100.0 48
5	14	9	23	5	60.9	39.1	100.0 23
6	37	6	43	6	86.0	14.0	100.0 43
7	18	60	78	7	23.1	76.9	100.0 78
TOTAL	327	186	513	TOTAL	63.7	36.3	100.0 513
	1	2			1	2	TOTAL

表 6

	(説明変数)	カテゴリー数	AIC値	AICの差	
1	NQ2	NQ6	21	-116.35	0.0
2	NQ2	NQ41	21	-97.92	18.43
3	NQ2	NQ43	21	-90.82	7.11
4	NQ2	NQ8	21	-88.63	2.19
5	NQ2	NQ10	21	-86.31	2.32
6	NQ2	NQ77	28	-86.31	0.00
7	NQ2	NQ4	21	-84.77	1.55
8	NQ2	NQ14	21	-82.77	2.00
9	NQ2	NQ64	14	-82.39	0.38
10	NQ2	NQ33	21	-82.39	0.01
11	NQ2	NQ13	21	-79.28	3.10
12	NQ2	NQ71	21	-78.89	0.40
13	NQ2	NQ15	21	-78.02	0.87
14	NQ2	NQ61	21	-77.94	0.08
15	NQ2	NQ44	21	-77.63	0.32
16	NQ2	NQ22	14	-77.57	0.06
17	NQ2	NQ66	14	-76.59	0.98
18	NQ2	NQ42	21	-75.95	0.64
19	NQ2	NQ54	21	-75.49	0.46
20	NQ2	NQ73	21	-75.29	0.19

以下省略

ることなどが読みとれる。CATDAP はさらに 着目変数に対して 2 説明変数の組合せにおける最適モデル、さらに 3 説明変数というように複数の説明変数を組合せた場合の AIC を算出する。表 6 に 2 説明変数の組合せにおける最適モデルの表をしめす。これによれば「NQ2 × NQ6」の組合せが AIC 値 -116.35 で最も関連度が大きく「NQ2 × NQ41」, 「NQ2 × NQ43」の組合せが続く。ここで興味深いのは、1 説明変数では「独立」と判定された NQ16 や NQ20 の変数が、NQ2 と組み合わせられるとそれぞれ AIC 値は -64.78, -59.78 となり NQ1 に対して有意な説明変数グループに入ってくる

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

ことである。表7に当該説明変数のもとでの最適な分割表のAIC表、表8に最適組合せの分割表をしめす。上段が頻度表、下段が百分率で示した表である。これによると最も頻度が多い組合せは「世帯主が自営業で、友人がののしられてもおこらない」と回答した者が91名であり、次いで「世帯主がいなくて友人がののしられてもおこらない」49名であり「自営業×おこる」,「会社員・官公庁×おこる」がそれぞれ48名, 46名であること、その中には下宿者が極端に少ない(それぞれ5名, 9名)ことなどが読みとれる。

表7

(説明変数)			カテゴリ数	AIC値	AICの差	
57	NQ2	NQ59	21	-66.88	0.39	
58	NQ2	NQ68	14	-66.71	0.17	
59	NQ2	NQ5	21	-66.58	0.13	
60	NQ2	NQ36	21	-66.02	0.56	
61	NQ2	NQ50	21	-65.88	0.14	
62	NQ2	NQ39	21	-65.44	0.44	
63	NQ2	NQ18	21	-65.36	0.08	
64	NQ2	NQ16	21	-64.78	0.57	
65	NQ2	NQ24	21	-64.60	0.18	
66	NQ2	NQ52	21	-64.49	0.11	
67	NQ2	NQ48	21	-64.36	0.13	
68	NQ2	NQ57	21	-64.33	0.03	
69	NQ2	NQ53	21	-63.94	0.40	
70	NQ2	NQ7	21	-63.08	0.86	
71	NQ2	NQ6	NQ16	63	-61.97	1.11
72	NQ2	NQ38	21	-61.31	0.66	
73	NQ2	NQ17	21	-60.58	0.73	
74	NQ2	NQ6	NQ3	63	-60.42	0.16
75	NQ2	NQ45	21	-60.32	0.11	
76	NQ2	NQ23	21	-60.31	0.00	
77	NQ2	NQ20	14	-59.97	0.34	
78	NQ2	NQ58	21	-59.78	0.19	
79	NQ2	NQ76	42	-58.58	1.20	
80	NQ6	NQ19	6	-58.49	0.09	
81	NQ2	NQ35	21	-58.07	0.42	
82	NQ2	NQ9	21	-58.04	0.04	
83	NQ2	NQ46	21	-56.87	1.17	
84	NQ8		3	-56.75	0.12	
85	NQ2	NQ34	21	-56.62	0.13	
86	NQ2	NQ27	21	-56.51	0.10	
87	NQ2	NQ11	21	-55.80	0.71	
88	NQ6		3	-55.16	0.64	
89	NQ2	NQ32	21	-54.34	0.83	
90	NQ2	NQ29	21	-53.56	0.78	
91	NQ2	NQ6	NQ18	63	-53.19	0.37
92	NQ2	NQ6	NQ5	63	-52.42	0.77
93	NQ2	NQ6	NQ17	63	-50.83	1.59
94	NQ10		3	-49.79	1.04	
95	NQ2	NQ6	NQ24	63	-49.19	0.60
96	NQ2	NQ6	NQ73	63	-48.09	1.11
97	NQ2	NQ6	NQ13	63	-47.91	0.18
98	NQ2	NQ6	NQ31	63	-47.84	0.07
99	NQ2	NQ6	NQ4	63	-46.68	1.16
100	NQ15		3	-46.32	0.37	

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

表 8

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES

X(1):NQ1 X(2):NQ2 X(3):NQ6

X X
- -
2 3
- -

RESPONSE VARIABLE

	X(1)		
	1	2	
1 1	3	0	3
1 2	7	0	7
1 3	27	17	44
2 1	43	5	48
2 2	9	6	15
2 3	42	49	91
3 1	44	2	46
3 2	16	7	23
3 3	26	18	44
4 1	21	4	25
4 2	3	1	4
4 3	17	2	19
5 1	7	0	7
5 2	4	1	5
5 3	3	8	11
6 1	14	0	14
6 2	7	1	8
6 3	16	5	21
7 1	3	9	12
7 2	0	17	17
7 3	15	34	49
TOTAL	327	186	513

	X(1)		
	1	2	
1 1	100.0	0.0	100.0
1 2	100.0	0.0	100.0
1 3	61.4	38.6	100.0
2 1	89.6	10.4	100.0
2 2	60.0	40.0	100.0
2 3	46.2	53.8	100.0
3 1	95.7	4.3	100.0
3 2	69.6	30.4	100.0
3 3	59.1	40.9	100.0
4 1	84.0	16.0	100.0
4 2	75.0	25.0	100.0
4 3	89.5	10.5	100.0
5 1	100.0	0.0	100.0
5 2	80.0	20.0	100.0
5 3	27.3	72.7	100.0
6 1	100.0	0.0	100.0
6 2	87.5	12.5	100.0
6 3	76.2	23.8	100.0
7 1	25.0	75.0	100.0
7 2	0.0	100.0	100.0
7 3	30.6	69.4	100.0
TOTAL	63.7	36.3	100.0

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

3・2 服装・髪型・流行（NQ23）

項目NQ23 あなたは服装・髪型・流行について人に意見を述べたり、助言を与えたりすることが多いと感じますか。

1. よくある 2. 時々ある 3. あまりない

表9は最適な変数を探索する過程で得られた最適な変数の組合せをAICの値の小さい順に配列しなおしたものである。NQ23は社会心理的尺度では情報志向に関する選択肢である。表9によれば「NQ16×NQ70」の組合せが最も関連度が強い。NQ16をキーとす

表9

(説明変数)			カテゴリ数	AIC値	AICの差
1	NQ16	NQ70		-365.60	0.0
2	NQ16	NQ21		-362.13	3.48
3	NQ16	NQ7		-355.67	6.46
4	NQ16	NQ70	NQ19	-355.52	0.15
5	NQ16	NQ66		-353.27	2.25
6	NQ16	NQ70	NQ67	-353.13	0.14
7	NQ16	NQ10		-352.19	0.93
8	NQ16	NQ70	NQ21	-351.20	1.00
9	NQ16	NQ29		-350.41	0.79
10	NQ16	NQ61		-350.05	0.36
11	NQ16	NQ19		-349.96	0.10
12	NQ16	NQ41		-349.95	0.00
13	NQ16	NQ73		-349.31	0.64
14	NQ16	NQ64		-349.09	0.22
15	NQ16	NQ8		-348.34	0.75
16	NQ16	NQ44		-347.21	1.13
17	NQ16	NQ59		-345.45	1.76
18	NQ16	NQ60		-344.94	0.51
19	NQ16	NQ71		-344.65	0.29
20	NQ16	NQ4		-343.69	0.96

以下省略

る組合せがNQ23に対して関連度が強いことがわかる。NQ16（歩道につばをはく）は社会心理的尺度の性度に関する項目である。NQ70（流行についての記事、話の関心度）が入っていることは着目変数の類似質問項目であることからもうなずける結果である。アンケート調査ではしばしば内容の似かよった質問項目は近くにまとめられることが多く、被験者が隣接する質問項目に影響を受けるということがあるが、本調査ではかなり離れた設問（表1参照）同士であるにもかかわらず強い関連性を示していることは興味深いといえる。表10に最適組合せの分割表をしめした。被験者中、半数以上の者がNQ23の#3#を選好し、NQ23のカテゴリ#1#とNQ70の#1#、NQ23の#3#とNQ70の#3#の両極端に反応した者が被験者中243人を占める。また、NQ16がカテゴリ#3#で、NQ70が#2#の組合せでは着目変数NQ23の#3#のみに反応している、などのことが読みとれる。

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

表10

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES						
X(1):NQ23	X(2):NQ16	X(3):NQ70				
X X						
--						
2 3						
--						
		RESPONSE VARIABLE				

		X(1)	1	2	3	

1 1			39	68	8	115
1 2			4	15	10	29
1 3			16	18	10	44
2 1			13	25	3	41
2 2			1	5	4	10
2 3			7	10	0	17
3 1			0	1	56	57
3 2			0	0	72	72
3 3			21	6	101	128

TOTAL			101	148	264	513

		X(1)	1	2	3	

1 1			33.9	59.1	7.0	100.0
1 2			13.8	51.7	34.5	100.0
1 3			36.4	40.9	22.7	100.0
2 1			31.7	61.0	7.3	100.0
2 2			10.0	50.0	40.0	100.0
2 3			41.2	58.8	0.0	100.0
3 1			0.0	1.8	98.2	100.0
3 2			0.0	0.0	100.0	100.0
3 3			16.4	4.7	78.9	100.0

TOTAL			19.7	28.8	51.5	100.0

3.3 健康度 (NQ57)

項目NQ57 あなたは同年輩の人びとにくらべて健康なほうですか。

1. はい 2. やや健康なほう 3. いいえ

当該着目変数は社会心理尺度では感性についての項目である。表11に最適組合せのAIC値表を、表12にその分割表をしめした。同年輩の者に比べて健康と答えた者は“やや健康”を含めると74.5%になるが残りの25.5%の者が同年輩の者より健康ではないと回答している。この着目変数項目に対しては「NQ70×NQ13」が最適な組合せとなっている。分割表からはさまざまな傾向が読みとれるが、NQ70が#3#でNQ13が#3#と反応した者が73名と最も多く、NQ70が#1#でNQ13が#3#と反応した者が71名と続いている。またNQ70、NQ13のいずれも#1#と回答した者も99名となって両極端の選択肢を回答した者の比率が多くなっている状況が読みとれる。

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

表11

(説明変数)			カテゴリ数	AIC値	AICの差
1	NQ70	NQ13	9	-177.73	0.0
2	NQ70	NQ60	9	-173.44	4.29
3	NQ70	NQ16	9	-173.28	0.16
4	NQ70	NQ42	9	-171.23	2.05
5	NQ70	NQ15	9	-170.09	1.14
6	NQ70	NQ18	9	-169.36	0.73
7	NQ70	NQ7	9	-169.00	0.36
8	NQ70	NQ64	6	-168.11	0.89
9	NQ70	NQ12	9	-167.67	0.43
10	NQ70	NQ13	NQ64 18	-167.47	0.20
11	NQ70	NQ14	9	-167.29	0.18
12	NQ70	NQ17	9	-165.53	1.76
13	NQ70	NQ26	9	-165.34	0.19
14	NQ70	NQ23	9	-165.30	0.04
15	NQ70	NQ10	9	-165.18	0.12
16	NQ70	NQ6	9	-164.58	0.60
17	NQ70	NQ62	9	-164.56	0.02
18	NQ70	NQ61	9	-164.19	0.37
19	NQ13	NQ64	6	-162.25	1.94
20	NQ70	NQ8	9	-161.82	0.42

以下省略

表12

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES

X(1):NQ57		X(2):NQ70		X(3):NQ13		RESPONSE VARIABLE			
X	X			X(1)	1	2	3		
1	1			47	36	16	99		
1	2			24	1	4	29		
1	3			71	7	7	85		
2	1			13	11	4	28		
2	2			5	2	0	7		
2	3			67	8	1	76		
3	1			14	0	19	33		
3	2			18	0	7	25		
3	3			58	0	73	131		
TOTAL				317	65	131	513		
				X(1)	1	2	3		
1	1			47.5	36.4	16.2	100.0		
1	2			82.8	3.4	13.8	100.0		
1	3			83.5	8.2	8.2	100.0		
2	1			46.4	39.3	14.3	100.0		
2	2			71.4	28.6	0.0	100.0		
2	3			88.2	10.5	1.3	100.0		
3	1			42.4	0.0	57.6	100.0		
3	2			72.0	0.0	28.0	100.0		
3	3			44.3	0.0	55.7	100.0		
TOTAL				61.8	12.7	25.5	100.0		

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

3・4 柄と模様の選択 (NQ74)

項目NQ74 あなたの最も好きな柄と模様を次の8グループの中から選んで下さい。

- | | |
|---------------|--------------|
| 1. ストライプ・チェック | 5. 絵柄 |
| 2. ドット模様 | 6. 民族調 |
| 3. 幾何学模様 | 7. ヨーロッパ伝統花柄 |
| 4. 花柄 | 8. 和服伝統模様 |

「最も好む柄と模様」を着目変数とした場合の AIC による最適説明変数の組合せを表13に、その分割表を表14に示した。表14によれば、最も好まれている柄と模様は #8# の和服伝統模様であり513名中161名 (31.4%) と圧倒的に選好されている。続いて #1# の86名 (16.8%), #3# の66名 (12.9%), #4# の64名と続く。#5#, #6# はそれぞれ9名, 13名と少ない。被験者が19~20才ということも考慮しても、伝統的な和服模様が好まれていることがわかる。着目変数に対する説明変数の組合せでは「NQ77×NQ64」が最も関連性が強く、「NQ77×NQ61」, 「NQ77×NQ70」が続いている。再び分割表で細かに見ていくと、好きな柄や模様は「和服伝統模様」でNQ77 (着てみたいと思うふり袖を選んだ理由) が「昔からある柄で和服向き模様なので選んだ」および「友達が何かかわったものを持っていてもあまり気にならない」との項目の組合せを選好した者が132名とカテゴリーの組合せでは圧倒的に多く、「友達が何かかわったものを持っている」と回答

表13

	(説明変数)		カテゴリー数	AIC値	AICの差	
1	NQ77	NQ64	8	-405.20	0.0	
2	NQ77	NQ61	12	-373.08	32.12	
3	NQ77	NQ70	12	-372.02	1.06	
4	NQ77	NQ64	NQ66	16	-368.42	3.60
5	NQ77	NQ64	NQ68	16	-360.22	8.21
6	NQ77	NQ18	12	-359.06	1.16	
7	NQ77	NQ66	8	-351.90	7.16	
8	NQ77	NQ16	12	-351.19	0.71	
9	NQ77	NQ64	NQ67	16	-345.05	6.14
10	NQ77	NQ64	NQ65	16	-344.30	0.75
11	NQ77	NQ73	12	-343.29	1.02	
12	NQ77	NQ60	12	-340.55	2.74	
13	NQ77	NQ64	NQ19	16	-331.93	8.62
14	NQ77	NQ17	12	-331.43	0.50	
15	NQ77	NQ64	NQ21	16	-326.36	5.07
16	NQ77	NQ71	12	-323.76	2.60	
17	NQ77	NQ64	NQ22	16	-318.23	5.53
18	NQ77	NQ64	NQ1	16	-317.09	1.14
19	NQ77	NQ64	NQ69	16	-314.75	2.34
20	NQ77	NQ64	NQ20	16	-313.10	1.65

以下省略

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

した者で上記の「和服×昔からある」の組合せを選択したものが僅か4名であることと好対称の結果である。この説明変数のカテゴリーの組合せが #42# の者が152名, #22# の者が77名, #12# の者が63名であるが, #22#, #12# を回答した者は着目変数では柄や模様のカテゴリー #1#, #2#, #3# を選択して和服模様を選択した者は僅かである。つまりふり袖を選んだ理由に「全体の色の調和」や「洋服感覚」で選択した者に「ストライプ・チェック」や「ドット」, 「幾何学」模様がよく選好されている傾向が読みとれる。

表14

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES

X(1):NQ74	X(2):NQ77	X(3):NQ64	RESPONSE VARIABLE									
X X	2 3		X(1)	1	2	3	4	5	6	7	8	
1 1				7	3	2	15	2	5	11	5	50
1 2				24	11	10	8	0	1	4	5	63
2 1				4	1	1	6	0	4	4	2	22
2 2				25	32	14	2	0	0	3	1	77
3 1				5	3	13	8	4	0	12	10	55
3 2				11	7	20	3	1	0	4	2	48
4 1				7	1	5	16	1	1	11	4	46
4 2				3	1	1	6	1	2	6	132	152
TOTAL				86	59	66	64	9	13	55	161	513

X(1)	1	2	3	4	5	6	7	8	
1 1	14.0	6.0	4.0	30.0	4.0	10.0	22.0	10.0	100.0
1 2	38.1	17.5	15.9	12.7	0.0	1.6	6.3	7.9	100.0
2 1	18.2	4.5	4.5	27.3	0.0	18.2	18.2	9.1	100.0
2 2	32.5	41.6	18.2	2.6	0.0	0.0	3.9	1.3	100.0
3 1	9.1	5.5	23.6	14.5	7.3	0.0	21.8	18.2	100.0
3 2	22.9	14.6	41.7	6.3	2.1	0.0	8.3	4.2	100.0
4 1	15.2	2.2	10.9	34.8	2.2	2.2	23.9	8.7	100.0
4 2	2.0	0.7	0.7	3.9	0.7	1.3	3.9	86.8	100.0
TOTAL	16.8	11.5	12.9	12.5	1.8	2.5	10.7	31.4	100.0

3・5 一番着てみたいふり袖 (NQ76)

項目NQ76 あなたが一番着てみたいふり袖を次の中から選んで下さい。

1. 古典柄で朱色系。	4. 小花柄で地色は白色。
2. 花柄で総しぼり桃色系。	5. 小花柄で地色は黄緑色系。
3. 小花柄で地色は黒色。	6. 洋服感覚で地色は青色系。

「一番着てみたいふり袖」を着目変数とした場合の AIC による最適説明変数の組合せを表15に, その分割表を表16に示した。表15によれば最適説明変数の組合せは「NQ74×NQ66」で「NQ74×NQ64」, 「NQ74」と続く。分割表からは「最も着て見たい振り袖」は #6# の217名, #1# の129名で次いで #2# の61名である。#6# の217名のうち133名は「和服伝統模様」で「同じものをいつまでも使っても愛着がでて取り換えられな

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

表15

(説明変数)		カテゴリ数	AIC値	AICの差	
1	NQ74	NQ66	16	-261.77	0.0
2	NQ74	NQ64	16	-254.55	7.22
3	NQ74		8	-233.01	21.54
4	NQ74	NQ68	16	-215.76	17.25
5	NQ74	NQ65	16	-206.57	9.19
6	NQ74	NQ70	24	-199.50	7.07
7	NQ74	NQ16	24	-199.24	0.26
8	NQ74	NQ59	24	-198.04	1.20
9	NQ74	NQ19	16	-195.83	2.21
10	NQ74	NQ18	24	-192.62	3.21
11	NQ74	NQ73	24	-192.07	0.55
12	NQ74	NQ67	16	-189.87	2.21
13	NQ74	NQ69	16	-188.95	0.91
14	NQ74	NQ17	24	-188.21	0.74
15	NQ74	NQ61	24	-187.51	0.70
16	NQ74	NQ53	24	-185.85	1.66
17	NQ74	NQ4	24	-181.71	4.14
18	NQ74	NQ15	24	-179.93	1.79
19	NQ74	NQ22	16	-179.49	0.44
20	NQ74	NQ21	16	-177.08	2.41

以下省略

表16

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES

X(1):NQ74		X(2):NQ74		X(3):NQ66					
X	X	RESPONSE VARIABLE							
		X(1)	1	2	3	4	5	6	
1	1		5	8	3	0	2	9	27
1	2		35	9	11	0	2	2	59
2	1		1	2	1	0	0	4	8
2	2		15	11	20	1	0	4	51
3	1		5	1	0	1	5	5	17
3	2		23	9	8	1	3	5	49
4	1		7	2	4	6	6	11	36
4	2		7	7	0	5	3	6	28
5	1		2	1	0	0	0	1	4
5	2		1	1	0	0	2	1	5
6	1		2	1	0	0	0	3	6
6	2		4	1	0	0	0	2	7
7	1		10	2	1	5	4	15	37
7	2		2	1	0	3	1	11	18
8	1		8	4	1	1	2	5	21
8	2		2	1	1	2	1	133	140
TOTAL			129	61	50	25	31	217	513
X(1)	1	2	3	4	5	6			
1	1	18.5	29.6	11.1	0.0	7.4	33.3	100.0	
1	2	59.3	15.3	18.6	0.0	3.4	3.4	100.0	
2	1	12.5	25.0	12.5	0.0	0.0	50.0	100.0	
2	2	29.4	21.6	39.2	2.0	0.0	7.8	100.0	
3	1	29.4	5.9	0.0	5.9	29.4	29.4	100.0	
3	2	46.9	18.4	16.3	2.0	6.1	10.2	100.0	
4	1	19.4	5.6	11.1	16.7	16.7	30.6	100.0	
4	2	25.0	25.0	0.0	17.9	10.7	21.4	100.0	
5	1	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	100.0	
5	2	20.0	20.0	0.0	0.0	40.0	20.0	100.0	
6	1	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0	
6	2	57.1	14.3	0.0	0.0	0.0	28.6	100.0	
7	1	27.0	5.4	2.7	13.5	10.8	40.5	100.0	
7	2	11.1	5.6	0.0	16.7	5.6	61.1	100.0	
8	1	38.1	19.0	4.8	4.8	9.5	23.8	100.0	
8	2	1.4	0.7	0.7	1.4	0.7	95.0	100.0	
TOTAL		25.1	11.9	9.7	4.9	6.0	42.3	100.0	

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

い」の意見を持つ者である。これは説明変数のカテゴリーの組合せ #82# のほとんど (95%) の意向といっても過言ではない。その他「古典柄×ストライプチェック模様」, 「古典柄×幾何学模様」の組合せと, 「同じ物に愛着」を選択した者がそれぞれ 35名, 23名であるのが目立つ。

3・6 最も好きなふり袖を選んだ理由 (NQ77)

項目NQ77 あなたが最も着てみたいと思うふり袖を選んだ理由を1つ選んで下さい。

1. 全体の色の調和が好ましいから選んだ。
2. 柄が洋服感覚で現代的だから選んだ。
3. 豪華だから選んだ。
4. 昔からある柄で和服向き模様なので選んだ。

本項目も色彩嗜好調査の項目で前節 (3・5) の質問に対する理由を問う設問となっている。表17に最適な組合せの AIC 表, 表18にその分割表をしめす。表17から「NQ74 (好きな柄と模様) × NQ64 (友達が何かかわったもの)」の2説明変数の組が最適な組合せであることがわかる。NQ74との組合せでいずれも強い関連性を示しているが, もともとNQ74が本項目の理由を問う設問であることから順当な説明変数の選択がなされていることが明らかである。NQ18 (カンニング) に対する説明変数やNQ66 (同じものをいつも使っているか), NQ65 (レストランにおける態度) など心理調査の好奇心尺度に関する項目との関連性が強いことを指摘できよう。表18を見ると被験者のより明確な態度が明らかになる。つまり着目変数ではカテゴリー #4# が最も多く選好され, ついで #1#, #3#, #2# の順になっている。内訳で見ればNQ77の #4# を選択した者の多くが (198人中132人), NQ74ではカテゴリー #8# (伝統的な和服模様) を, NQ64ではカテゴリー

表17

	(説明変数)	カテゴリー数	AIC値	AICの差	
1	NQ74	NQ64	16	-321.69	0.0
2	NQ74	NQ18	24	-303.97	17.72
3	NQ74	NQ66	16	-299.03	4.94
4	NQ74	NQ16	24	-294.52	4.51
5	NQ74	NQ65	16	-289.23	5.29
6	NQ74	NQ17	24	-282.14	7.09
7	NQ74	NQ61	24	-281.54	0.59
8	NQ74	NQ59	24	-279.49	2.06
9	NQ74	NQ68	16	-279.01	0.47
10	NQ74	NQ39	24	-272.44	6.57
11	NQ74	NQ10	24	-271.71	0.73
12	NQ74		8	-271.29	0.42
13	NQ74	NQ19	16	-270.94	0.35
14	NQ74	NQ71	24	-266.56	4.37
15	NQ74	NQ70	24	-266.50	0.06
16	NQ74	NQ49	24	-266.19	0.31
17	NQ74	NQ21	16	-265.24	0.94
18	NQ74	NQ15	24	-264.90	0.35
19	NQ74	NQ14	24	-264.76	0.13
20	NQ74	NQ6	24	-264.66	0.11

以下省略

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

表18

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES						
X(1):NQ77		X(2):NQ74		X(3):NQ64		
X	X	RESPONSE VARIABLE				
2	3	X(1)	1	2	3	4
1	1	7	4	5	7	23
1	2	24	25	11	3	63
2	1	3	1	3	1	8
2	2	11	32	7	1	51
3	1	2	1	13	5	21
3	2	10	14	20	1	45
4	1	15	6	8	16	45
4	2	8	2	3	6	19
5	1	2	0	4	1	7
5	2	0	0	1	1	2
6	1	5	4	0	1	10
6	2	1	0	0	2	3
7	1	11	4	12	11	38
7	2	4	3	4	6	17
8	1	5	2	10	4	21
8	2	5	1	2	132	140
TOTAL		113	99	103	198	513
		X(1)	1	2	3	4
1	1	30.4	17.4	21.7	30.4	100.0
1	2	38.1	39.7	17.5	4.8	100.0
2	1	37.5	12.5	37.5	12.5	100.0
2	2	21.6	62.7	13.7	2.0	100.0
3	1	9.5	4.8	61.9	23.8	100.0
3	2	22.2	31.1	44.4	2.2	100.0
4	1	33.3	13.3	17.8	35.6	100.0
4	2	42.1	10.5	15.8	31.6	100.0
5	1	28.6	0.0	57.1	14.3	100.0
5	2	0.0	0.0	50.0	50.0	100.0
6	1	50.0	40.0	0.0	10.0	100.0
6	2	33.3	0.0	0.0	66.7	100.0
7	1	28.9	10.5	31.6	28.9	100.0
7	2	23.5	17.6	23.5	35.3	100.0
8	1	23.8	9.5	47.6	19.0	100.0
8	2	3.6	0.7	1.4	94.3	100.0
TOTAL		22.0	19.3	20.1	38.6	100.0

#2# (友達が変ったものを持っていてもあまり気にならない) を選択している。他方、NQ77がカテゴリー #4# 以外を選択し、NQ74のカテゴリー #1# (ストライプ・チェック模様)、NQ64のカテゴリー #2# を選好した者が63名中60名で、この組合せでNQ77を #4# と回答した者はわずか3名に過ぎない。このことは被験者群において色彩嗜好における選好態度の多様性を示す証左ともいえよう。

3・7 要約表について

CATDAP では着目変数と説明変数間の AIC 値の大小を記号の濃淡で表現し、質問項目間の関連の程度を5段階に分けて表示する図が得られる(図1)。この図では濃い色の箇所に対応する変数同士ほど関連が強く、白地の箇所は AIC の立場から見て独立である

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

RESPONSE VARIABLES
 NNNNNNNNNNNNN
 QQQQQQQQQQQQQ
 12333567777777
 34567201234567

EXPLANATORY
 VARIABLES
 (NQ1) -X-XXM XM-M-XM
 (NQ2) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ3) MXX-MX M-MX-MX
 (NQ4) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ5) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ6) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ7) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ8) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ9) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ10) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ11) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ12) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ13) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ14) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ15) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ16) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ17) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ18) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ19) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ20) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ21) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ22) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ23) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ24) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ25) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ26) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ27) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ28) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ29) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ30) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ31) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ32) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ33) MXX-MX-MX-MX-MX
 (NQ34) MXX-MX-MX-MX-MX
 以下省略

ことをしめしている。図1では既に着目変数として取り上げたものを含めて15変数についての質問項目間の関連性を見ることができる。ただし、AICの値の区切り方(各符号の境界値の与え方)は恣意的である。

4. AICによる社会心理的尺度・色彩嗜好度(色相・トーン分類)分割表の分析と考察

本セクションでは9つの社会心理的尺度と色彩嗜好度の分割表比較を行った。着目する変数は色彩嗜好度では色相(略称COLOR以下同様)、トーン(TONE)の2項目であり社会心理的尺度は性度(MFDO)、情報志向性尺度(INFORM)、自己顕示欲尺度(SELF)、ナイーブ尺度(NAIV)、社交性尺度(SOCIETY)、敏感性尺度(SENSITIV)、好奇心尺度(INNOVA)、流行意識尺度(FASHION)、洗練性尺度(SOFIST)の9尺度である。以下の小セクションではこれらの尺度を着目変数として分析した結果について検討する。表19に社会心理的尺度の^{*}カテゴリーを示した。

< N O T E >
 M : -0.100 < AIC/NSAMP < -0.100
 X : -0.050 < AIC/NSAMP < -0.050
 - : -0.010 < AIC/NSAMP < 0.0
 : 0.0 < AIC/NSAMP
 以下省略

図1 要約表

表19 社会心理的尺度のカテゴリー

項 目	略 号	カ テ ゴ リ ー	
性度尺度	MFDO	1. 女性的	2. 男性的
情報志向性尺度	INFORM	1. 強い	2. 弱い
自己顕示欲尺度	SELF	1. 強い	2. 弱い
ナイーブ尺度	NAIV	1. 強い	2. 弱い
社交性尺度	SOCIETY	1. 強い	2. 弱い
敏感性尺度	SENSITIV	1. 強い	2. 弱い
好奇心尺度	INNOVA	1. 強い	2. 弱い
流行意識尺度	FASHION	1. 強い	2. 弱い
洗練性尺度	SOFIST	1. 強い	2. 弱い

注) 洗練性尺度については原項目の結果のみを用いた。カテゴリー化に際する得点区分については本研究集録所収の「Color Harmony に関する研究(第1報)―社会心理学的アプローチ―」を参照されたい。

* 洗練性尺度(Sophistication Scale)の略号を SOFIST として使用した。

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

4・1 COLOR と TONE

表20に分割表を示す。被験者の COLOR 嗜好はバラツいているもののカテゴリー #2#

表20

(COLOR)															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
(TONE)															
1	0	90	1	6	1	16	0	15	4	0	0	0	0	0	133
2	0	72	2	9	0	18	13	15	7	4	0	0	0	0	140
3	17	0	13	10	3	8	5	32	3	2	10	0	0	0	103
4	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	0	0	0	6
5	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2
6	0	0	0	0	1	1	1	18	0	0	1	0	0	0	22
7	0	0	1	4	2	2	0	10	1	1	0	0	0	0	21
8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	56	0	0	56
9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	4
10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26	26
TOTAL	18	162	18	29	7	45	20	90	16	7	15	56	4	26	513

(blue系) が最も多く #8# (orange系), #12# (purple) が続いている。TONE別では #1# (light), #2# (pale) および #3# (vivid) でこれらをあわせると513人中376人 (73%) である。COLORの #12# に対しては TONEの #8# のみが選好されている。表21に AIC

表21

(説明変数)	カテゴリー数	AIC値	AICの差
1 TONE	10	-575.92	0.0
2 SOFIST	2	1.37	577.30
3 FASION	2	3.91	2.54
4 INFORM	2	7.11	3.20
5 SELF	2	9.00	1.89
6 MFDO	2	9.58	0.58
7 SENSITIV	2	11.82	2.24
8 SOCIETY	2	12.18	0.36
9 NAIV	2	15.57	3.39
10 INNONA	2	15.97	0.40

表を示す。これによると着目する変数 COLOR に対して TONE のみが関連性があり、各社会心理的尺度に対しては AIC の立場から見て独立な変数となっている。ところが表22に示すように TONE と組合わされた2説明変数では MFDO, SOCIETY・・・NAIV の9尺度とも有意な変数として取り上げられていることがわかる。着目変数を社会心理的尺度とした場合について社会心理的尺度間の関連性について見てみよう。

表22

(説明変数)	カテゴリー数	AIC値	AICの差
1 TONE MFDO	20	-279.13	0.0
2 TONE SOFIST	20	-274.12	5.02
3 TONE SOCIETY	20	-273.84	0.28
4 TONE INNONA	20	-270.96	2.88
5 TONE SENSITIV	20	-270.12	0.84
6 TONE FASION	20	-270.10	0.02
7 TONE INFORM	20	-268.33	1.77
8 TONE NAIV	20	-265.75	2.59
9 TONE SELF	20	-261.95	3.80
10 MFDO SOFIST	4	23.85	285.79

以下省略

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

「SELF」の分割表モデルの方が良いと判断される。また、FASHIONは18位で単独ではMFDOに対して「関連性なし」と判定されるが、「SELF×FASHION」と組合されるとAIC値が-0.17となり僅かながら有意な値となっている。表24のカテゴリー表と最適組合せとして選択された「MFDO×SELF」の2次元分割表(表25)からは次のことがわかる。性度において「男性的」、「女性的」を示す者はほぼ同数で「男性的」を示すものは自己顕示欲が強く、「女性的」を示すものは自己顕示欲が弱い傾向がわかる。また自己顕示欲尺度の2カテゴリーもほぼ同数である。

4・3 情報志向性尺度 (INFORM)

表25にAICによる最適組合せによる計算結果を、表26に最適組合せに選択された5次元分割表を示す。INFORMに対して最も関連性の強い説明変数は「FASHION×NAIV×

表25

	(説明変数)					カテゴリー数	AIC値	AICの差
1	FASHION	NAIV	SOCIETY	SOFIST		16	-14.97	0.0
2	FASHION	NAIV	SOCIETY			8	-12.78	2.19
3	NAIV	SOCIETY	SOFIST			8	-12.34	0.44
4	FASHION	NAIV				4	-10.71	1.63
5	FASHION	NAIV	SELF			8	-10.06	0.65
6	FASHION	SOCIETY				4	-9.59	0.47
7	NAIV	SOCIETY				4	-9.45	0.14
8	FASHION	SELF				4	-8.89	0.56
9	FASHION	NAIV	MFDO			8	-8.79	0.10
10	FASHION	NAIV	SOCIETY	INNONA		16	-8.75	0.03
11	FASHION	NAIV	SOFIST			8	-7.74	1.02
12	FASHION	NAIV	SOCIETY	SENSITIV		16	-6.79	0.95
13	FASHION	NAIV	SENSITIV			8	-6.56	0.22
14	FASHION	NAIV	SOCIETY	SELF		16	-6.43	0.13
15	FASHION	NAIV	SOCIETY	SOFIST	INNONA	32	-6.20	0.23
16	FASHION	MFDO				4	-6.12	0.08
17	FASHION	SOCIETY	SOFIST			8	-5.90	0.22
18	FASHION					2	-5.86	0.04
19	FASHION	NAIV	INNONA			8	-5.61	0.25
20	SELF					2	-5.23	0.38

以下省略

「SOCIETY×SOFIST」である。FASHIONは単一変数の組で最も関連の強かった説明変数(表は省略)で、FASHIONをキーとした組合せが強い関連性をもっていることがわかる。また情報志向尺度では複数の説明変数の組合せで情報量が多くなっていること、若年層の被験者が情報志向に対してFASHIONとNAIVに反応していることは十分うなずけることであり、これらの変数が選択されていることは首肯できることである。表26の分割表をみればさらに細かな反応が知見されよう。つまりINFORMに#2#と反応したものが全体の60%を占めていること、最適説明変数の組合せですべてカテゴリー#2#に反応したものが53名でカテゴリー組合せ中では最も頻度が多い。

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

表26

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES

X(1):SOFIST	X(2):FASION	X(3):NAIV	X(4):SOCIETY	X(5):INFORM
X X X X - - - - 2 3 4 5 - - - -				
RESPONSE VARIABLE				

X(1) 1 2				

1 1 1 1		7	17	24
1 1 1 2		14	16	30
1 1 2 1		11	3	14
1 1 2 2		22	11	33
1 2 1 1		21	3	24
1 2 1 2		4	8	12
1 2 2 1		18	18	36
1 2 2 2		21	13	34
2 1 1 1		12	14	26
2 1 1 2		23	20	43
2 1 2 1		12	10	22
2 1 2 2		31	29	60
2 2 1 1		14	19	33
2 2 1 2		14	25	39
2 2 2 1		13	13	26
2 2 2 2		17	40	57

TOTAL		254	259	513

X(1) 1 2				

1 1 1 1		29.2	70.8	100.0
1 1 1 2		46.7	53.3	100.0
1 1 2 1		78.6	21.4	100.0
1 1 2 2		66.7	33.3	100.0
1 2 1 1		87.5	12.5	100.0
1 2 1 2		33.3	66.7	100.0
1 2 2 1		50.0	50.0	100.0
1 2 2 2		61.8	38.2	100.0
2 1 1 1		46.2	53.8	100.0
2 1 1 2		53.5	46.5	100.0
2 1 2 1		54.5	45.5	100.0
2 1 2 2		51.7	48.3	100.0
2 2 1 1		42.4	57.6	100.0
2 2 1 2		35.9	64.1	100.0
2 2 2 1		50.0	50.0	100.0
2 2 2 2		29.8	70.2	100.0

TOTAL		49.5	50.5	100.0

4・4 ナイーブ尺度 (NAIV)

素朴さ、素直さ、おおらかさを示すナイーブ尺度を着目変数とした場合の AIC による最適組合せを表27にその分割表を表28に示す。表27によれば「SELF×SOCIETY」, 「SELF×SOCIETY×INFORM」, 「SELF×SOCIETY×SOFIST」などが関連性の強い組合せとなっている。NAIV に対して SENSITIV, SOFIST, INNOVA, MFDO の各尺度は AIC の立場から見て独立な説明変数となっている。色彩嗜好調査における COLOR, TONE なども独立な説明変数である。ここでも単独では NAIV に対して独立と判定された SOFIST が「SELF×SOCIETY×SOFIST」の組合せでは3位にくいこんでいる。表28の最適組合せの3次元分割表では NAIV に対して「SELF×SOCIETY」のカテゴリーが #22# の者が166名, #11# と回答した者が137名と続いている。ナイーブ尺度に対して

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

表27

(説明変数)			カテゴリ数	AIC値	AICの差	
1	SELF	SOCIETY		4	-24.25	0.0
2	SELF	SOCIETY	INFORM	8	-23.58	0.67
3	SELF	SOCIETY	SOFIST	8	-22.53	1.05
4	SELF	SOCIETY	FASION	8	-22.41	0.12
5	SELF	SOCIETY	SENSITIV	8	-21.24	1.17
6	SELF	INFORM		4	-20.38	0.86
7	SELF			2	-19.71	0.67
8	SELF	SOCIETY	MFDO	8	-18.78	0.93
9	SELF	SENSITIV		4	-17.65	1.13
10	SELF	SOCIETY	INNONA	8	-17.62	0.03
11	SELF	SOFIST		4	-17.53	0.09
12	SELF	INNONA		4	-16.66	0.86
13	SELF	FASION		4	-16.23	0.44
14	SELF	MFDO		4	-16.14	0.09
15	SOCIETY	INFORM		4	-5.23	10.91
16	INFORM			2	-5.05	0.18
17	SOCIETY			2	-0.86	4.19
18	- - -			0	0.0	0.86
19	SENSITIV			2	0.36	0.36
20	SOFIST			2	0.37	0.01
21	INNONA			2	1.94	1.57
22	MFDO			2	1.98	0.04

以下省略

表28

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES

X(1):NAIV	X(2):SELF	X(3):SOCIETY	RESPONSE VARIABLE		
			X(1)	1	2
X X					
- -					
2 3					
- -					
1 1			57	80	137
1 2			41	75	116
2 1			66	28	94
2 2			88	78	166
TOTAL			252	261	513
			X(1)	1	2
1 1			41.6	58.4	100.0
1 2			35.3	64.7	100.0
2 1			70.2	29.8	100.0
2 2			53.0	47.0	100.0
TOTAL			49.1	50.9	100.0

「SELF×SOCIETY」のカテゴリが #12# と回答した者と #21# と回答した者とがナイーブ尺度では反転していることがわかる。つまり「自己顕示欲が強く、他人らとのつきあいや社会的向上の弱い」グループとナイーブ尺度が弱い者が75名（64.7%）に対し、ナイーブ尺度が強いグループは41名（35.3%）である。同様に「自己顕示欲は弱く、社交性尺度の強い」グループと「ナイーブ尺度が強い」の組合せでは66名（70.2%）であるが「ナイーブ尺度が弱い」とする組合せでは28名と少なく、上述したように比率が逆転している結果が読みとれる。

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

4・5 自己顕示欲尺度 (SELF)

表29に AICによる最適組合せによる計算結果を、表30に最適組合せに選択された4次元分割表を示す。SELF に対して最も関連性の強い説明変数は「NAIV×SOCIETY×INNOVA」である。自己の優越性を強調し、他人の注目を集めようとする自己顕示欲尺度と素朴さ、素直さ、おおらかさを示すナীব尺度、社交性尺度、好奇心尺度に反応していることは興味深い結果である。第2位には「NAIV×SOCIETY×FASHION」の組合せが入っている。NAIV, SOCIETY, INNOVA などの変数の組合せが SELF に対して関連性が強くなっていることがわかる。分割表からは最適説明変数の組合せですべてのカテゴリ

表29

(説明変数)				カテゴリ数	AIC値	AICの差	
1	NAIV	SOCIETY	INNONA	8	-42.61	0.0	
2	NAIV	SOCIETY	FASION	8	-41.70	0.91	
3	NAIV	SOCIETY	INNONA	INFORM	16	-39.04	2.66
4	NAIV	SOCIETY	INNONA	MFDO	16	-38.63	0.41
5	NAIV	SOCIETY	INNONA	FASION	16	-38.58	0.04
6	NAIV	SOCIETY			4	-38.25	0.33
7	NAIV	INNONA	INFORM		8	-36.77	1.49
8	NAIV	SOCIETY	MFDO		8	-36.50	0.27
9	NAIV	SOCIETY	INFORM		8	-34.31	2.18
10	NAIV	SOCIETY	INNONA	SENSITIV	16	-32.35	1.96

以下省略

表30

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES

X(1):SELF X(2):NAIV X(3):SOCIETY X(4):INNONA

X X X	RESPONSE VARIABLE		
	X(1)	1	2
1 1 1	33	26	59
1 1 2	24	40	64
1 2 1	18	30	48
1 2 2	23	58	81
2 1 1	45	8	53
2 1 2	35	20	55
2 2 1	29	26	55
2 2 2	46	52	98
TOTAL	253	260	513

X(1)	100.0	
	1	2
1 1 1	55.9	44.1
1 1 2	37.5	62.5
1 2 1	37.5	62.5
1 2 2	28.4	71.6
2 1 1	84.9	15.1
2 1 2	63.6	36.4
2 2 1	52.7	47.3
2 2 2	46.9	53.1
TOTAL	49.3	50.7

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

リーが #2# と反応した者が98名と最も多く、続いて説明変数のカテゴリーの組合せが #122# の81名、#112# の64名と続く。言葉で表現すれば「自己顕示欲尺度が強い者と弱い者の比率はそれぞれ49.3%、50.7%と相中半しており、ナイーブ尺度、社交性尺度、好奇心尺度のいずれもの尺度が弱いと反応した者が98名である。自己顕示欲尺度が強いグループでナイーブ尺度が弱く、社交性尺度、好奇心尺度が強いと反応した者は53名中45名であり、自己顕示欲尺度が弱いと回答した8名ときわだった対称を見せている。逆に「自己顕示欲尺度が弱い」と「ナイーブ尺度が強く社交性尺度も好奇心尺度も弱い」と反応した者は81名中58名(71.6%)であり、「自己顕示欲尺度が強い」と当該組合せの23名(28.4%)などが分割表から読みとれる。

4・6 社交性尺度 (SOCIETY)

他人とのつきあいの上手さ、社会的向性を示す社交性尺度を着目変数とした場合の AIC による最適組合せを表31に、その分割表を表32に示す。表32によれば、SOCIETY に対し「SELF×NAIV×FASHION×INNOVA」、「SELF×NAIV×FASHION」、「SELF×NAIV×FASHION×SOFIST」の組合せが最適な説明変数の組として選択されており、それぞれ AIC 値は-20.72、-20.68、-20.45であり、AIC の値からいずれも SOCIETY

表31

(説明変数)					カテゴリー数	AIC値	AICの差	
1	SELF	NAIV	FASION	INNONA	16	-20.72	0.0	
2	SELF	NAIV	FASION		8	-20.68	0.05	
3	SELF	NAIV	FASION	SOFIST	16	-20.45	0.22	
4	SELF	NAIV			4	-19.41	1.04	
5	SELF	NAIV	INFORM		8	-19.01	0.40	
6	SELF	NAIV	INNONA		8	-18.78	0.23	
7	SELF	INNONA			4	-17.83	0.95	
8	SELF	NAIV	SOFIST		8	-17.73	0.10	
9	SELF	NAIV	FASION	INFORM	16	-17.05	0.68	
10	SELF	NAIV	SENSITIV		8	-16.92	0.14	
11	SELF	NAIV	MFDO		8	-16.49	0.43	
12	SELF	INFORM			4	-15.81	0.67	
13	SELF	FASION	INNONA		8	-15.34	0.47	
14	SELF				2	-14.87	0.47	
15	SELF	FASION			4	-14.49	0.37	
16	SELF	MFDO			4	-13.84	0.65	
17	SELF	NAIV	INNONA	SOFIST	16	-13.80	0.04	
18	SELF	SENSITIV			4	-13.33	0.48	
19	SELF	SOFIST			4	-12.73	0.60	
20	SELF	NAIV	FASION	MFDO	16	-10.81	1.92	
21	SELF	NAIV	FASION	SENSITIV	16	-10.64	0.17	
22	SELF	FASION	INNONA	SOFIST	16	-10.26	0.38	
23	SELF	NAIV	FASION	INNONA	SOFIST	32	-10.24	0.02
24	SELF	NAIV	FASION	INNONA	INFORM	32	-9.35	0.89
25	NAIV	FASION	INNONA		8	-7.75	1.60	
26	NAIV	FASION	INNONA	SOFIST	16	-6.12	1.63	
27	INNONA				2	-5.46	0.66	
28	INFORM				2	-5.08	0.38	
29	NAIV	FASION			4	-2.41	2.67	
30	SELF	NAIV	FASION	INNONA	MFDO	32	-0.93	1.48
31	NAIV				2	-0.86	0.07	
32	MFDO				2	-0.11	0.75	
33	- - -				0	0.0	0.11	
34	SENSITIV				2	0.16	0.16	
35	SOFIST				2	1.09	0.93	
36	FASION				2	1.66	0.57	

以下省略

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

に対して同程度の関連性をもっている。1変数では SELF (14位) の-14.87が最も関連度の強い変数として選択されている。SELF, NAIV といった各尺度の変数がキーとなって関連性の強い組合せを形成しているが、ここでも1変数では独立と判定された SOFIST や FASHION が他の尺度変数 (たとえば SELF, NAIV, INNOVA) と結びついて最適組合せの上位にランクされていることは興味深い。5次元分割表では SOCIETY と各説明変数のカテゴリ別の頻度が示されている。

表32

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES				
X(1):SOCIETY	X(2):SELF	X(3):NAIV	X(4):FASION	X(5):INNOVA
X X X X				
- - - -				
2 3 4 5				
- - - -				
		RESPONSE VARIABLE		

		X(1)	1	2

1 1 1 1		14	11	25
1 1 1 2		12	8	20
1 1 2 1		19	7	26
1 1 2 2		12	15	27
1 2 1 1		24	18	42
1 2 1 2		6	24	30
1 2 2 1		21	11	32
1 2 2 2		29	22	51
2 1 1 1		13	11	24
2 1 1 2		15	17	32
2 1 2 1		13	19	32
2 1 2 2		25	41	66
2 2 1 1		3	14	17
2 2 1 2		3	14	17
2 2 2 1		5	12	17
2 2 2 2		17	38	55

TOTAL		231	282	513

		X(1)	1	2

1 1 1 1		56.0	44.0	100.0
1 1 1 2		60.0	40.0	100.0
1 1 2 1		73.1	26.9	100.0
1 1 2 2		44.4	55.6	100.0
1 2 1 1		57.1	42.9	100.0
1 2 1 2		20.0	80.0	100.0
1 2 2 1		65.6	34.4	100.0
1 2 2 2		56.9	43.1	100.0
2 1 1 1		54.2	45.8	100.0
2 1 1 2		46.9	53.1	100.0
2 1 2 1		40.6	59.4	100.0
2 1 2 2		37.9	62.1	100.0
2 2 1 1		17.6	82.4	100.0
2 2 1 2		17.6	82.4	100.0
2 2 2 1		29.4	70.6	100.0
2 2 2 2		30.9	69.1	100.0

TOTAL		45.0	55.0	100.0

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

4・7 感性尺度 (SENSITIV)

外界のさまざまな情報に対する感受性の強弱を示す感性尺度を着目変数とした場合のAICによる最適組合せを表33に、その3次元分割表を表34に示す。最適な説明変数の組合

表33

(説明変数)			カテゴリー数	AIC値	AICの差	
1	FASION	NAIV	4	-6.33	0.0	
2	FASION	NAIV	SOCIETY	8	-2.80	3.53
3	FASION	NAIV	SOFIST	8	-2.71	0.09
4	FASION	NAIV	SELF	8	-2.22	0.48
5	FASION	NAIV	INFORM	8	-2.19	0.04
6	FASION	NAIV	MFDO	8	-1.04	1.15
7	FASION			2	-0.98	0.06
8	NAIV	SOCIETY		4	-0.70	0.28
9	FASION	SOFIST		4	-0.18	0.52
10	- - -			0	0.0	0.18
11	FASION	NAIV	INNONA	8	0.05	0.05
12	SOCIETY			2	0.16	0.11

以下省略

表34

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES				
X(1):SENSITIV	X(2):FASION	X(3):NAIV		
X X			RESPONSE VARIABLE	
- -			-----	
2 3			X(1)	1 2
- -			-----	
1 1			51	50 101
1 2			44	62 106
2 1			46	105 151
2 2			71	84 155

TOTAL			212	301 513

			X(1)	1 2

1 1			50.5	49.5 100.0
1 2			41.5	58.5 100.0
2 1			30.5	69.5 100.0
2 2			45.8	54.2 100.0

TOTAL			41.3	58.7 100.0

せは「FASHION×NAIV」と2変数の組合せが選択された。さらにSOCIETYが加わった3変数が2番目である。AIC値の差から3説明変数による「FASHION×NAIV×SOCIETY」より「FASHION×NAIV」における組合せの方が関連性が強い(良いモデル)といえる。最適な組合せの3次元分割表で最も回答の多かったカテゴリーの組合せは「流行意識が弱くかつナイーブ尺度が弱い」項目と「感性尺度の弱い」項目で105名もいる。さらに、感性尺度に対する説明変数の組合せが #22# の者が155名で内訳は感性尺度が強い者71名、弱い者84名である。全体では感性尺度が強い者212名(41.3%)、弱い者301名(58.7%)であった。

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

4・8 好奇心尺度 (INNOVA)

表35

(説明変数)				カテゴリ数	AIC値	AICの差
1	FASION	SELF	INFORM	8	-23.45	0.0
2	FASION	SELF	INFORM SOCIETY	16	-21.34	2.12
3	FASION	SELF	INFORM SOFIST	16	-20.02	1.31
4	FASION	SELF	INFORM SENSITIV	16	-19.34	0.68
5	FASION	SELF	SOCIETY	8	-18.98	0.37
6	FASION	SELF		4	-18.13	0.85
7	FASION	INFORM	SOCIETY	8	-17.59	0.54
8	FASION	SOCIETY		4	-17.29	0.30
9	SELF	INFORM	SOCIETY	8	-16.80	0.49
10	FASION	SELF	SOFIST	8	-16.76	0.04
11	SELF	INFORM		4	-16.29	0.47
12	FASION	SELF	MFDO	8	-14.68	1.61
13	FASION	SOFIST		4	-14.65	0.02
14	FASION	SELF	SENSITIV	8	-14.59	0.07
15	FASION	SELF	NAIV	8	-13.79	0.80
16	FASION	SELF	INFORM NAIV	16	-13.24	0.55
17	FASION			2	-13.00	0.24
18	FASION	SELF	INFORM MFDO	16	-12.68	0.31
19	FASION	NAIV		4	-11.61	1.07
20	FASION	INFORM		4	-11.58	0.03
21	FASION	SENSITIV		4	-10.67	0.92
22	FASION	MFDO		4	-9.98	0.69
23	SELF			2	-9.57	0.41
24	SOCIETY			2	-5.46	4.11
25	SOFIST			2	-1.57	3.89
26	- - -			0	0.0	1.57
27	SENSITIV			2	1.22	1.22

以下省略

表36

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES

X(1):INNONA X(2):FASION X(3):SELF X(4):INFORM

X X X
- - -
2 3 4
- - -

RESPONSE VARIABLE

X(1) 1 2

1 1 1
1 1 2
1 2 1
1 2 2
2 1 1
2 1 2
2 2 1
2 2 2

44 20 64
23 30 53
12 22 34
29 27 56
23 29 52
35 49 84
11 44 55
38 77 115

TOTAL

215 298 513

X(1) 1 2

1 1 1
1 1 2
1 2 1
1 2 2
2 1 1
2 1 2
2 2 1
2 2 2

68.8 31.3 100.0
43.4 56.6 100.0
35.3 64.7 100.0
51.8 48.2 100.0
44.2 55.8 100.0
41.7 58.3 100.0
20.0 80.0 100.0
33.0 67.0 100.0

TOTAL

41.9 58.1 100.0

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

飽きっぽさ, 新しいもの好き, 好奇心の程度を示す尺度である好奇心尺度を着目変数とした場合の AIC による最適組合せを表35に, その分割表を表36に示す。表35によれば INNOVA に対して「FASHION×SELF×INFORM」の組合せが最適な組合せ変数として選択されている。以下 SOFIST までの25の組合せが INNOVA に対して AIC の立場から見て関連性ある組合せとして選択されている。着目変数である好奇心尺度が強いと判定された者は41.9%で, 弱いと判定された者より全体数では少ない。最適な説明変数のカテゴリーの組合せでも #222# が115名, #212# が84名である。また好奇心尺度に対する説明変数のカテゴリーの組合せが #111# の者は64名で, そのうち44名(68.8%)が「好奇心が強い」に反応している。それ以外の説明変数のカテゴリー組合せでは #122# を除いては「好奇心が弱い」に反応している。

4・9 流行意識尺度 (FASHION)

流行についての具体的な意識を示す流行意識尺度を着目変数とした場合の AIC による最適組合せ表を表37にその分割表を表38に示す。

AIC 表によれば, 最適な説明変数の組合せは「INNOVA×SOFIST×INFORM」であり, 以下 SENSITIV までの28組の組合せが FASHION に対して AIC の立場から見て関連性ある組合せとして選択された。

表37

	(説明変数)			カテゴリー数	AIC値	AICの差
1	INNOVA	SOFIST	INFORM	8	-22.11	0.0
2	INNOVA	SOFIST	INFORM SOCIETY	16	-19.80	2.31
3	INNOVA	SOFIST	NAIV	8	-19.27	0.53
4	INNOVA	SOFIST	INFORM SENSITIV	16	-18.94	0.33
5	INNOVA	SOFIST		4	-18.90	0.04
6	INNOVA	INFORM		4	-18.88	0.02
7	INNOVA	SOFIST	SENSITIV	8	-18.35	0.54
8	INNOVA	SOFIST	SELF	8	-15.62	2.73
9	INNOVA	INFORM	SOCIETY	8	-15.38	0.24
10	INNOVA	SOFIST	SOCIETY	8	-15.03	0.35
11	INNOVA	SOFIST	INFORM NAIV	16	-14.40	0.64
12	INNOVA	SELF		4	-13.79	0.61
13	INNOVA	SOFIST	MFDO	8	-13.15	0.64
14	INNOVA			2	-13.00	0.15
15	INNOVA	SENSITIV		4	-12.87	0.13
16	INNOVA	NAIV		4	-11.56	1.31
17	INNOVA	SOFIST	INFORM SELF	16	-11.51	0.05
18	INNOVA	SOFIST	INFORM MFDO	16	-10.95	0.56
19	INNOVA	SOCIETY		4	-10.17	0.78
20	INNOVA	MFDO		4	-9.83	0.34
21	SOFIST	INFORM		4	-9.09	0.75
22	SOFIST	INFORM	SOCIETY	8	-6.64	2.44
23	INFORM			2	-5.86	0.79
24	SOFIST			2	-5.81	0.04
25	SELF			2	-5.22	0.59
26	INNOVA	COLOR		28	-2.20	3.02
27	INNOVA	TONE		20	-1.23	0.97
28	SENSITIV			2	-0.98	0.25
29	- - -			0	0.0	0.98
30	SOCIETY			2	1.66	1.66

以下省略

大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」

「流行意識が強い」ものが207名(40.4%)で「弱い」ものの306名より少ない。「流行意識が強い」と判定された説明変数のカテゴリーの組合せでは、#111#のみが52名中38名(73.1%)であり、それ以外の組合せではいずれも「流行意識が弱い」側の比率が多い。

表38

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES				
X(1):FASION	X(2):INNONA	X(3):SOFIST	X(4):INFORM	
	X X X			
	- - -			
	2 3 4			
	- - -			
			RESPONSE VARIABLE	

		X(1)	1	2

1	1 1		38	14
1	1 2		32	33
1	2 1		18	20
1	2 2		20	40
2	1 1		19	37
2	1 2		29	52
2	2 1		23	36
2	2 2		28	74
	TOTAL		207	306

		X(1)	1	2

1	1 1		73.1	26.9
1	1 2		49.2	50.8
1	2 1		47.4	52.6
1	2 2		33.3	66.7
2	1 1		33.9	66.1
2	1 2		35.8	64.2
2	2 1		39.0	61.0
2	2 2		27.5	72.5
	TOTAL		40.4	59.6

			100.0	100.0
			100.0	100.0
			100.0	100.0
			100.0	100.0
			100.0	100.0
			100.0	100.0
			100.0	100.0
			100.0	100.0
			100.0	100.0

4・10 洗練性尺度 (SOFIST)

知的洗練度を表わす SOFIST に着目した AIC による最適組合せは「FASHION×N NAIV×SOCIETY×INFORM」となっている(表39)。その分割表を表40に示した。表

表39

(説明変数)				カテゴリ数	AIC値	AICの差	
1	FASION	NAIV	SOCIETY	INFORM	16	-15.49	0.0
2	FASION	NAIV	SOCIETY		8	-13.31	2.19
3	FASION	NAIV			4	-9.12	4.18
4	FASION	INNONA			4	-7.47	1.65
5	FASION	NAIV	INNONA		8	-6.87	0.60
6	FASION	NAIV	SELF		8	-6.31	0.56
7	FASION	NAIV	INFORM		8	-6.15	0.16
8	FASION	NAIV	SOCIETY	SELF	16	-6.09	0.07
9	FASION				2	-5.81	0.27
10	FASION	NAIV	SENSITIV		8	-5.50	0.32

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

表40

CONTINGENCY TABLE WITH THE OPTIMAL COMBINATION OF EXPLANATORY VARIABLES				
X(1):INFORM	X(2):FASION	X(3):NAIV	X(4):SOCIETY	X(5):SOFIST
X X X X				
- - - -				
2 3 4 5				
- - - -				
		RESPONSE VARIABLE		

		X(1)	1	2

1 1 1 1		7	14	21
1 1 1 2		17	16	33
1 1 2 1		11	22	33
1 1 2 2		3	11	14
1 2 1 1		21	4	25
1 2 1 2		3	8	11
1 2 2 1		18	21	39
1 2 2 2		18	13	31
2 1 1 1		12	23	35
2 1 1 2		14	20	34
2 1 2 1		12	31	43
2 1 2 2		10	29	39
2 2 1 1		14	14	28
2 2 1 2		19	25	44
2 2 2 1		13	17	30
2 2 2 2		13	40	53

TOTAL		205	308	513

		X(1)	1	2

1 1 1 1		33.3	66.7	100.0
1 1 1 2		51.5	48.5	100.0
1 1 2 1		33.3	66.7	100.0
1 1 2 2		21.4	78.6	100.0
1 2 1 1		84.0	16.0	100.0
1 2 1 2		27.3	72.7	100.0
1 2 2 1		46.2	53.8	100.0
1 2 2 2		58.1	41.9	100.0
2 1 1 1		34.3	65.7	100.0
2 1 1 2		41.2	58.8	100.0
2 1 2 1		27.9	72.1	100.0
2 1 2 2		25.6	74.4	100.0
2 2 1 1		50.0	50.0	100.0
2 2 1 2		43.2	56.8	100.0
2 2 2 1		43.3	56.7	100.0
2 2 2 2		24.5	75.5	100.0

TOTAL		40.0	60.0	100.0

40によれば、「洗練性尺度が強い」ものと「弱い」ものに属する比率はほぼ同数である。「洗練性尺度が強い」に属する者のうち、最適説明変数の組合せ「FASHION×NAIV×SOCIETY×INFORM」の 카테고리組合せで#1121#, #1211#に属する者は、それぞれ78.6%, 87.5%と「洗練性尺度が弱い」に属するグループよりも比率が高く、逆に「洗練性尺度が弱い」に属するグループでは#1111#, #2222#と、両極端の 카테고리に属する者の比率が70%を超え、「洗練性尺度が強い」グループに属する者よりも比率が高い結果が得られた。

結 語

従来、広く行われてきた調査データ分析におけるカイ2乗検定法の欠点や未解決の問題を是正するために、新しい統計量 AIC を用いて本研究結果の検討を試みた。

その結果、本文で見られるように従来の方法では解明できなかった、さまざまな日常生活における意識構造の側面について、随所で追求することができ、今後の社会心理学的研究に大きな示唆が与えられた。

今後の課題としては、種々の統計手法を用いた比較研究⁽¹¹⁾、たとえば数量化手法や多次元尺度構成法を試みつつ、コーホートなデータ蓄積をはかり、縦断的なデータ解析によって、さらに探索的な意識構造の側面を探究、把握することなど、である。

なお、AIC は本論文で利用した CATDAP⁽¹²⁾をはじめ、TIMSAC⁽¹³⁾、SALS⁽¹⁴⁾ および ANALYST⁽¹⁵⁾ などのソフトウェア・パッケージあるいはプログラム・ライブラリの統計量として広範に導入されている。

謝 辞

本研究にあたり、機会を与えていただきました藤井健造学長に深謝いたします。また、終始懇切なご助言を賜りました(財)日本色彩研究所の柳瀬徹夫先生ならびに大阪府立織維技術研究所の吉野鈴子氏に厚く御礼申し上げます。

調査実施に際しましては、大手前女子短期大学学生に御協力をいただきました。記して謝意を表します。

文 献

- (1) Katsura, K. and Sakamoto, Y : CATDAP, Computer Science Monographs, No. 14, The Institute of Statistical Mathematics, Tokyo (1980).
- (2) SAS USER'S GUIDE: Basic 1982 Edition, SAS Institute Inc., (1982).
- (3) 柳瀬徹夫ほか：日本人の色彩嗜好(5), 色彩研究, 2 (1983).
- (4) 武衛孝雄ほか：Color Harmony に関する研究 (第1報), 大手前女子短期大学・大手前栄養文化学院「研究集録」, 第6号, (1986).
- (5) 鈴木裕久：流行行動の社会心理学要因, 化粧文化, No. 5, ポーラ文化研究所 (1981).
- (6) 赤池弘次：情報量規準 AIC とは何か, 数理科学, No.153 (1976) pp.5-11.
- (7) 坂元慶行：カテゴリカルデータにおける変数選択プログラム—CATDAP を中心に—, 統計数理研究所彙報, 第28巻第1号 (1981) pp.135-155.
- (8) 坂本慶行：カテゴリカルデータの解析, 数理科学, No. 213 (1981) pp.24-29.
- (9) 坂元慶行, 石黒真木夫, 北川源四郎：情報量統計学, 共立出版 (1983).
- (10) 坂本慶行：カテゴリカルデータのモデル分析, 共立出版 (1985).

社会心理的側面から見た現代女子学生の日常生活における意識構造

- (11) 高井孝之：「アプリケーションプログラム・パッケージを用いたデータ解析概説(7)」, 京都大学大型計算機センター広報, Vol. 16, No. 6, 1982.10.
- (12) Akaike, H., Kitagawa, G. : TIMSAC-78, Computer Science Monograph, 11, (1979).
- (13) 中川徹・小柳義夫：最小二乗法による実験データ解析プログラム SALS, 東大出版会, pp. 11～196, (1982).
- (14) SSL II 使用手引書, 99SP-0050, 富士通, (1985).
- (15) ANALYST/ANALYZE コマンド説明書, 99SP-7440, 富士通, (1984).