

ファッション系統の社会学

栗田 宣義

1 本稿の目的

お姉系もしくは赤文字系、ストリート系もしくは青文字系、そして、ギャル系といった服飾美容化粧品に係わる好みの分類を綜括し¹⁾、巷間においてファッション系統 (fashion genealogy) と呼称されるようになってから久しい²⁾。ファッション系統という表現は、内容定義上での揺らぎを若干持ちつつも、ファッション誌読者、版元・編集部、コーポレートメディア等報道機関、ツイッターやブログ等ウェブ上での各種コミュニケーションのみならず、学術研究側においても、広汎に使用される用語となった。社会学では、近年、計量分析の技法に基づき、ファッション誌の読書傾向と服飾美容化粧品の類似性が同期するかたちで、ファッション系統はその存在の確証が得られており (栗田 2009)、後続研究においても、読書傾向に基づくファッション誌分類の追試/追証がなされている (佐々木 2012)。

現代日本において、服飾美容化粧品に関心を寄せており、おしゃれな年齢層の1つである女子高校生を対象として、ファッション系統の視角から、後述する予想を、オリジナルなデータセットを用いて確認してゆく。それが本稿の目的である。

2 ファッション系統とは何か

紙媒体としてのファッション誌に注目し、その分類を試みるのがファッション系統を理解する第一歩となる。「読者の趣味、ライフスタイルに合わせてそれぞれの世代に複数の雑誌が存在する」という櫻井理恵の認識は、議論の出発点に値する (櫻井 2010: 58)。眼目は、「趣味、ライフスタイル」、則ち読者の嗜好 (preference) と言い換えても良い、この嗜好毎に、各年齢層において複数種類のファッション誌が刊行されているということだ³⁾。

嗜好毎に、という視角は直截的であり、判り易い。読者の嗜好を反映するかたちで、誌面の内容は媒体毎

に各々異なり、文字通りファッション誌群がそれによって分類されるということだからだ。「冬の号であっても、水着、もしくはバストトップのみを覆う程度の上半身が裸身のモデルが表紙を飾って」おり、「大きく膨らんだ巻き髪や、化粧で作られる大きな眼に特徴がある」『Popteen』等のファッション誌をギャル系と呼ぶことに異論はないであろうし、「原宿周辺のブランドを取り扱った、独自のおしゃれを提案」し、「ストリートスナップが多く掲載されている」『Zipper』『SEDA』等をストリート系と呼ぶこともファッションに関心のある人びとには不自然ではない (櫻井 2010: 58-62)⁴⁾。

次の、年齢層毎という視角は、慎重に解する必要がある。「それぞれの世代に複数の雑誌が存在する」ということは、年齢層毎にそれぞれの嗜好を代表する複数種類のファッション誌が存在していることを言い表している。加えて、これらの系統区分が、年齢層毎にある程度共通していることも暗示している。華やかなモデルと流行の服飾美容化粧品を誌面の中心に据えた、いわゆる、お姉系もしくは赤文字系ファッション誌として、20歳前後から20代前半向けに、『ViVi』『JJ』『Ray』『CanCam』等が、それ以降の年齢層向けにも、これに準じる形で『AneCan』『GISELe』等が各々の年齢層毎に刊行されていることを思い浮かべてみれば良い。ファッション系統は、先ずは嗜好によって成り立ち、加えて、年齢層を通じて、その分類がある程度共有されつつ、展開されているということだ。

これらを踏まえ、整理するならば、縦軸に嗜好(P)、横軸に年齢層(A)を置いたマトリクスとしてファッション系統は理解すべきだろう (表1を参照せよ)。もし、各年齢層を通しての嗜好の共通性(C)が完全互換であると仮定するならば、形式的には、全ての年齢層に全ての嗜好を代表するファッション誌が存在することになる⁵⁾。しかしながら、現実には、表1の灰色セルがそうであるように、年齢層によっては特定の嗜好を代表するファッション誌が欠損することや、他の年齢層には存在しない固有の嗜好がありうる。欠損

表1 嗜好 (P) と年齢層 (A) のマトリクスによって構成されるファッション系統の総体
(灰色セルは当該ファッション系統がその年齢層にて欠損していることを表している)

		年齢層 (A)							
		a ₁	a ₂	a ₃	...	a _i	...	a _{m-1}	a _m
嗜好 (P)	p ₁	a ₁ p ₁	a ₂ p ₁	a ₃ p ₁	...	a _i p ₁	...	a _{m-1} p ₁	a _m p ₁
	p ₂	a ₁ p ₂	a ₂ p ₂	a ₃ p ₂	...	a _i p ₂	...	a _{m-1} p ₂	a _m p ₂
	p ₃	a ₁ p ₃	a ₂ p ₃	a ₃ p ₃	...	a _i p ₃	...	a _{m-1} p ₃	a _m p ₃
	⋮	⋮	⋮	⋮	...	⋮	...	⋮	⋮
	p _j	a ₁ p _j	a ₂ p _j	a ₃ p _j	...	a _i p _j という系統のファッション誌群	...	a _{m-1} p _j	a _m p _j
	⋮	⋮	⋮	⋮	...	⋮	...	⋮	⋮
	p _{n-1}	a ₁ p _{n-1}	a ₂ p _{n-1}	a ₃ p _{n-1}	...	a _i p _{n-1}	...	a _{m-1} p _{n-1}	a _m p _{n-1}
	p _n	a ₁ p _n	a ₂ p _n	a ₃ p _n	...	a _i p _n	...	a _{m-1} p _n	a _m p _n

の事由は、幾通りか考えられるだろう。ある年齢層では当該嗜好が未だ発達もしくは普及しておらずその嗜好を代表するファッション誌が刊行されていないこと、反対に当該嗜好がその年齢層では存在意義を既に失っており刊行の見込みはないこと、刊行はされたものの市場での継続的な成功を得られず休刊の憂き目を見ていること等がそれに相当する⁶⁾。以上の認識は、後述する重要な規準を示唆する。

まず、ファッション系統の比定 (identification) は、複数の年齢層ましてや全年齢層に跨って行うべきではなく、年齢層毎に行うのが妥当であろうという点だ。悪しき例で示せば、読者層の平均年齢が10歳前後は離れている、中高生向けの『Popteen』と、20代半ば以降OL向けの『AneCan』をもって、ギャル系とお姉系の比較対照を考えたとするならば、双方の読者年齢の高低に起因する要素が雑音として多々混入することとなり、ここで注目すべき嗜好の要素は相対的に重みを失う。これを定式化するならば、「規準1：ファッション系統の比定は年齢層毎に行うのが望ましい」が導かれる。

3 高校生という年齢層の区切りは妥当か

表2は、毎日新聞社が例年実施している学校読書調査における、雑誌についての、2012年の中学生女子と高校生女子についての集計ランキングである⁷⁾。直感的理解を助けるために、まんが誌『ちゃお』『りぼん』やアイドル情報誌『Myojo』等、ファッション誌以外の誌名や回答数の記載を割愛した上で作表加工した。

「ふだん、どんな雑誌を読んでいますか」という問いへの回答数を上位から集計すると、高校2年生女子、高校3年生女子においては、尾田栄一郎の描く人気作品「ONE PIECE」等が連載された『週刊少年ジャン

プ』を除くのならば、なんと上位10誌のうち9誌というほとんど全てをファッション誌が占めていることになる⁸⁾。勿論、ツイッター／ブログ／動画サイト等を含むウェブ、個人間メールやクチコミを主としたインターパーソナルネットワーク、BS/CS/ケーブル/地上波テレビ/ラジオ等の放送、単行本等、雑誌以外のコミュニケーション・チャンネルからも彼女たちは日常的に情報を得ている。しかしながら、趣味やライフスタイルに大きく係わる、紙媒体の雑誌という重要なチャンネルの上位10誌が、高校2年生と3年生女子において、ほぼファッション誌で占有されていることは刮目に値する。加えて、高校1年生女子においても、6誌という過半数がファッション誌で占められている。女子高校生にとってファッション誌の存在は大きく、それらが扱う服飾美容化粧品は頗る重要な事柄であることは否定しがたい。

表2には掲載を割愛したが、ローティーンに該当する小学4年生および小学5年生では、トップ10における「同学年男性との一致冊数」は、『月刊コロコロコミック』等を含む3冊が存在しており、ジェンダー的な分化は未だ過渡的である(図1を参照せよ)。ところが、中学3年生からは男女共通は『週刊少年ジャンプ』のみに減る。同誌は男性まんが誌のカテゴリーに含まれるものの、若年層全般に愛される国民的雑誌としての側面が強い。これを考慮するならば、「同学年男性との一致冊数」が『週刊少年ジャンプ』の1冊のみであり、なおかつ、「ファッション誌の占有冊数」が5冊という半数に至る中学2年生以降も高校生に加え、服飾美容化粧品に関心を寄せている年齢層として、この中学2年生から高校3年生までを纏めて標本抽出しても良いように思える。

しかしながら、中学2年生と中学3年生では、未だ、ローティーン誌の『nicola』がトップ10のそれぞれ第

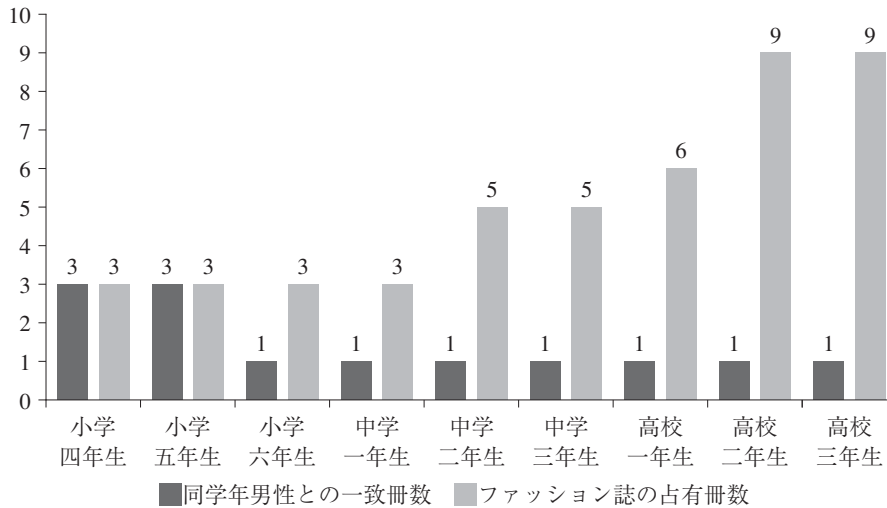
表2 2012年実施の学校読書調査において中学1年生から高校3年生までの読書率トップ10にランクインしたファッション誌*
(ファッション誌以外は表中から記載を割愛)

中学1年生			読書率			中学2年生			読書率			中学3年生			読書率		
1	『nicola』	67	11.7%	1	『nicola』	74	12.4%	1	『Seventeen』	100	18.2%						
2				2	『Seventeen』	69	11.5%	2	『Popteen』	50	9.1%						
3	『ピチレモン』	43	7.5%	3				3									
4				4				4									
5				5	『ピチレモン』	34	5.7%	5	『nicola』	31	5.6%						
6				6				6	『non-no』	27	4.9%						
7	『Seventeen』	23	4.0%	7	『Popteen』	25	4.2%	7									
8				8				8	『Ranzuki』	21	3.8%						
9				9	『non-no』	20	3.3%	9									
								10									
標本数			574	100.0%	標本数			598	100.0%	標本数			549	100.0%			
同学年男性との一致冊数			1			同学年男性との一致冊数			1			同学年男性との一致冊数			1		
ファッション誌の占有冊数			3			ファッション誌の占有冊数			5			ファッション誌の占有冊数			5		

高校1年生			読書率			高校2年生			読書率			高校3年生			読書率		
1	『Seventeen』	130	17.1%	1	『Seventeen』	120	15.4%	1	『Popteen』	87	10.9%						
2	『Popteen』	89	11.7%	2	『Popteen』	102	13.1%	2	『non-no』	82	10.2%						
3	『non-no』	60	7.9%	3	『non-no』	86	11.1%	3	『Seventeen』	56	7.0%						
4				4					『Zipper』	56	7.0%						
5	『Ranzuki』	51	6.7%	5	『Ranzuki』	55	7.1%	5									
6				6	『Zipper』	49	6.3%	6	『JELLY』	37	4.6%						
7	『egg』	37	4.9%	7	『egg』	31	4.0%	7	『Ranzuki』	37	4.6%						
8				8	『KERA!』	26	3.3%	8	『ViVi』	34	4.2%						
9				9	『CUTiE』	24	3.1%	9	『Soup.』	32	4.0%						
10	『Zipper』	23	3.0%	10	『JELLY』	23	3.0%	10	『SEDA』	23	2.9%						
標本数			761	100.0%	標本数			778	100.0%	標本数			801	100.0%			
同学年男性との一致冊数			1			同学年男性との一致冊数			1			同学年男性との一致冊数			1		
ファッション誌の占有冊数			6			ファッション誌の占有冊数			9			ファッション誌の占有冊数			9		

出典：毎日新聞社（2013：71，118-123）に記された数値を抽出し，下記手順にて算出した新たな独自指標を加え，作表した。
 ※読書率とは，各学年の標本数を分母に当該誌名回答数を分子とした百分率。同学年男性との一致冊数とは，読書率トップ10において男女で一致した冊数。ファッション誌の占有冊数とは，読書率トップ10における女性ファッション誌の占有冊数。

図1 小学4年生から高校3年生までの女性の雑誌読書における同学年男性との一致冊数ならびにファッション誌の占有冊数



1位と第5位というように上位に食い込んでおり、更に、中学2年生では同じくローティーン誌の『ピチレモン』が第5位を占めている。前節で述べたファッション系統の総体としての把握からすれば、ローティーン誌の『nicola』『ピチレモン』がトップ10にランクインするこの2学年は、高校生とは異なる年齢層として区別することが妥当であろう。加えて、高校生においては、表2の灰色セルで示したとおり、全学年を通じて『Seventeen』『Popteen』『non-no』といったハイティーン定番誌がトップ3を占め、『Ranzuki』『Zipper』を加えた計5誌がトップ10にランクインするという共通した構造を有している。これらの知見から判断するならば、些か当たり前過ぎる嫌いもあるが、高校生を一区切りとした年齢層として括るのが最も相応しい。ここから、「規準2：高校生がファッション系統に係わる年齢層区分として適切である」が導かれる⁹⁾。

4 データセットは信頼たりうるか

前々節ならびに前節において、以下の2つの規準が導かれた。

- 規準1：ファッション系統の比定は年齢層毎に行うのが望ましい
 規準2：高校生がファッション系統に係わる年齢層区分として適切である

これらの規準に従い、オリジナルなデータセットとして、2013年3月に実査が行われた「ファッションとメイクに係わる女子高校生の全国調査」を使用する¹⁰⁾。この質問紙調査は、ウェブ法、所謂、インターネット調査に拠って、日本国内に居住する高校1年生から高校3年生までの女性から回答を得た。

ファッション誌の存在無しには語れないファッション系統が、本稿の研究主題であることを考慮し、ファッション誌を少なくとも1冊は読んでいる読書層331名を抽出し、彼女たちを標本集団とする。相対的に年齢重心が高学年に傾斜しており、1年生が65名(19.6%)、2年生が124名(37.5%)、3年生が142名(42.9%)となっている(丸括弧内は構成比)。

学術研究にウェブ法を用いることで、データセットに歪みがもたらされることを危惧する向きもあろう。しかしながら、個人情報保護の時代にあつて有効回収率の深刻な減退趨勢に歯止めが掛からない面接法や、返信の不便さ故にデータセットの代表性を損なう虞が

大きい郵送法に較べ、本稿が扱うファッション誌や服飾美容化粧といったライトな嗜好を尋ねる調査では、むしろ若年層にとっては、マーケティング調査で十分に慣れているウェブ法の、利便性(convenience)と近接可能性(accessibility)が活かされると判断した¹¹⁾。彼女たちにとっては、仰々しい面接法や億劫な郵送法よりも、ウェブ法の方が格段に身近であり、回答し易い。このことは、データセットの信頼性を大いに高めるだろう。

5 理論的に予想する

冒頭で述べた研究目的を果たすため、一連の予想を以下に3つ示す。

- 予想1：ファッション誌を複数読んでいる
 予想2：ファッション誌は複数の群に分類される
 予想3：一纏まりのファッション誌群に括られた読者の服飾美容化粧は類似している

「予想1：ファッション誌を複数読んでいる」では、何冊ものファッション誌を、ふだんから読んでいる女子高校生が多いことをイメージしている。ある高校生が『Popteen』を読み、その同じ彼女が『Ranzuki』を併せて読んでいる、言わば、重複読書家(an avid reader of redundant fashion magazines)を、ここでは思い浮かべている。予想1は、素朴な推測だが、予想2に先立つ重要な前提となるが故に、その確認は頗る大切である。

「予想2：ファッション誌は複数の群に分類される」は、予想1で述べた、何冊ものファッション誌を、ふだんから読んでいる重複読書家の読書パターンに拠って、複数誌が、一纏まりのファッション誌群(a cluster of fashion magazines)として分類されることを意味している。この一纏まりのファッション誌群が、更に、別の複数誌からなる別の一纏まりとなるファッション誌群と共に、複数の一纏まりからなるファッション誌群の集合(some clusters in a set of fashion magazines)として分類されることを思い浮かべてみよう¹²⁾。『Ranzuki』『Popteen』からなる一纏まりのファッション誌群、『SEDA』『Soup.』『SPRING』からなる一纏まりのファッション誌群、『ViVi』『Ray』『JJ』『CanCam』からなる一纏まりのファッション誌群というイメージだ。一纏まりのファッション誌群すなわち個々のファッション系統を、多数の恒星からなる一つの星団や銀河

に喩えるとするならば、複数の纏まりからなるファッション誌群の集合すなわちファッション系統の総体は、複数の銀河あるいは銀河団からなる、大宇宙に相当する天文学からの類推（analogy）である。

「予想3：一纏まりのファッション誌群に括られた読者の服飾美容化粧品は類似している」は、例えば、『Ranzuki』『Popteen』の読者は、押し並べて、スカートの丈を大胆に短くして履き、シャツブラウスの袖を必要以上に捲る等、いわゆる、制服／規準服の着崩しを日常的に行い、ヘアカラーやブリーチを高い頻度で用いるが故にふだんから茶髪もしくは金髪であり、アイライナー／マスカラ／アイカラーといったコスメを多用することで大きな瞳を演出し、毎日の化粧時間も長いといった、おしゃれ傾向が相互に似通っているというイメージだ。予想2で重複読書のパターンから分類されたファッション系統の内容が、彼女たちの服飾美容化粧品の類似性によって担保されることを指している。

6 ファッション誌を複数読んでいる

「予想1：ファッション誌を複数読んでいる」をデータから確認しよう。表3は、ふだん読んでいるファッション誌を、34誌からなる選択肢から選んで貰い、その冊数を集計したものだ。

ヘヴィーな重複読書家、8誌以上も読んでいるという強者が実人数で7名いるものの、構成比としては僅か2.11%であり、50人のうちの1人に過ぎない。累積人数を見ると、4誌以上のところまで下げれば、42名（12.69%）に増える。大凡8人のうち1人の割合の女子高校生が、ファッション誌を毎月少なくとも4誌以上は読んでいることになる。3誌以上では94名（28.40%）となり、全体の四分の一以上を占めるようになる。更に、2誌以上では、175名（52.87%）となり、過半数を占める。

重複読書家には該当しない1誌のみしか読まない人も少なくはなく、156名おり、構成比では47.13%となる。どのように判断したら良いのか。分布を代表値によって概況要約するならば、重複読書冊数の平均値は2.196、中央値は2である。分布の全体像を捉えるならば、ファッション誌読者層である女子高校生は、概ね2冊はふだんから読んでいる、という一般化は間違っていない。「予想1：ファッション誌を複数読んでいる」は確認されたと考えて良いだろう。

表3 ふだん読んでいるファッション誌の冊数 N=331

	実人数	百分率	累積人数	累積百分率
8誌以上	7	2.11%	7	2.11%
7誌	7	2.11%	14	4.23%
6誌	7	2.11%	21	6.34%
5誌	9	2.72%	30	9.06%
4誌	12	3.63%	42	12.69%
3誌	52	15.71%	94	28.40%
2誌	81	24.47%	175	52.87%
1誌	156	47.13%	331	100.00%
計	331	100.00%		
平均値	2.196			
中央値	2			
最小値	1			
最大値	11			

7 ファッション誌は複数の群に分類される

「予想2：ファッション誌は複数の群に分類される」の確認の前に、彼女たちが具体的にどのようなファッション誌を読んでいるのか俯瞰しておくことが有用である。

表4は、中学生のとき読んでいた／ふだん読んでいる／親しい友達がよく読んでいる／読みたくない、といったファッション誌に係わる読書傾向を集計したものだ。因みに、予想1で確認したデータは、左から二番目の、ふだん読んでいるファッション誌から算出した。

彼女たちが、中学生のとき読んでいた、ファッション誌のトップ5は、『Seventeen』（41.69%）、『nicola』（26.89%）、『Popteen』（20.85%）、『ピチレモン』（20.24%）、『non-no』（12.08%）である（丸括弧内は読書率）。ローティーン誌である『nicola』『ピチレモン』が挙げられていると共に、ハイティーン誌である『Seventeen』『Popteen』『non-no』が既に上位に食い込んでいることは、毎日新聞社による学校読書調査のデータを追証し、中学生が過渡的な年齢層であることを示している。加えて、定評ある学校読書調査の集計結果に沿っていることは、傍らから、オリジナル・データセットの質と精度を保証している。

ふだん読んでいるファッション誌と、親しい友人がよく読んでいるファッション誌のトップ5は、『non-no』（37.46%／37.76%）、『Seventeen』（22.05%／32.33%）、『Zipper』（14.80%／20.54%）、『Popteen』（12.69%／24.47%）、『ViVi』（11.78%／12.08%）といった同一の5誌である（丸括弧内の読書率はスラッシュ

表4 女子高校生のファッション誌読書率
 (中学生のとき読んでいた／ふだん読んでいる／親しい友達がよく読んでいる／読みたくない)* N=331

誌名	中学生のときに読んでいた		ふだん読んでいる		親しい友達がよく読んでいる		読みたくない	
	実人数	百分率	実人数	百分率	実人数	百分率	実人数	百分率
『ニコ☆プチ』	18	5.44%	4	1.21%	3	0.91%	116	35.05%
『nicola』	89	26.89%	5	1.51%	7	2.11%	94	28.40%
『ピチレモン』	67	20.24%	2	0.60%	4	1.21%	109	32.93%
『Seventeen』	138	41.69%	73	22.05%	107	32.33%	26	7.85%
『Popteen』	69	20.85%	42	12.69%	81	24.47%	8	2.42%
『CUTiE』	18	5.44%	24	7.25%	24	7.25%	11	3.32%
『egg』	15	4.53%	14	4.23%	30	9.06%	66	19.94%
『Ranzuki』	21	6.34%	12	3.63%	24	7.25%	55	16.62%
『BLENDA』	2	0.60%	12	3.63%	4	1.21%	17	5.14%
『JELLY』	6	1.81%	22	6.65%	17	5.14%	17	5.14%
『小悪魔 ageha』	16	4.83%	13	3.93%	14	4.23%	121	36.56%
『姉 ageha』**	0	0.00%	1	0.30%	1	0.30%	112	33.84%
『Happie nuts』	1	0.30%	3	0.91%	2	0.60%	6	1.81%
『S Cawaii!』	3	0.91%	7	2.11%	7	2.11%	12	3.63%
『non-no』	40	12.08%	124	37.46%	125	37.76%	5	1.51%
『mina』	3	0.91%	18	5.44%	13	3.93%	5	1.51%
『SEDA』	5	1.51%	14	4.23%	13	3.93%	4	1.21%
『Soup.』	7	2.11%	25	7.55%	17	5.14%	7	2.11%
『SPRING』	2	0.60%	9	2.72%	3	0.91%	8	2.42%
『mini』	11	3.32%	30	9.06%	19	5.74%	8	2.42%
『Zipper』	23	6.95%	49	14.80%	68	20.54%	14	4.23%
『JILLE』	3	0.91%	7	2.11%	6	1.81%	6	1.81%
『CHOKiCHOKi girl』	1	0.30%	6	1.81%	7	2.11%	11	3.32%
『KERA』	20	6.04%	34	10.27%	31	9.37%	14	4.23%
『CanCam』	6	1.81%	24	7.25%	32	9.67%	7	2.11%
『ViVi』	14	4.23%	39	11.78%	40	12.08%	5	1.51%
『JJ』	9	2.72%	22	6.65%	28	8.46%	5	1.51%
『Ray』	4	1.21%	19	5.74%	10	3.02%	11	3.32%
『AneCan』	0	0.00%	2	0.60%	2	0.60%	8	2.42%
『GLAMOROUS』***	0	0.00%	4	1.21%	2	0.60%	8	2.42%
『MORE』	9	2.72%	15	4.53%	12	3.63%	5	1.51%
『with』	6	1.81%	11	3.32%	9	2.72%	4	1.21%
『Sweet』	4	1.21%	17	5.14%	16	4.83%	4	1.21%
『mer』****	3	0.91%	24	7.25%	13	3.93%	17	5.14%
その他	9	2.72%	18	5.44%	3	0.91%	0	0.00%

* 灰色セルは各カテゴリーにおける上位5誌。

** 『姉 ageha』の創刊は2012年12月であり(2013年1月号)、高校2年生以上にとっては、中学生の頃には未刊行。

*** 『GLAMOROUS』は2013年7月で休刊したが(2013年8月号)、実査中には刊行中。

**** 『mer』の旧称は『古着 Mix ガールズ』。実査直前の2013年2月に改称新装刊された(2013年4月号)。質問紙には新旧誌名を併記して尋ねた。

左側が自分、右側が親友。第三位と第四位が入れ替わっている『Zipper』『Popteen』に順位の齟齬があること以外は、ほぼ同様な読書率である。友と同じファッション誌を読むのか、それとも、同じファッション誌を読む人と親しくなるのか。

読みたくないファッション誌のトップ5は『小悪魔

ageha』(36.56%)、『ニコ☆プチ』(35.05%)、『姉 ageha』(33.84%)、『ピチレモン』(32.93%)、『nicola』(28.40%)である。ローティーン誌の『ニコ☆プチ』『ピチレモン』『nicola』が上位にある。大人未満であるティーンのおしゃれ傾向は同世代よりも上の年齢層を模倣する。高校生ともなれば、ローティーン誌はも

はや卒業なのだ。他方、際だって個性的な誌面で支持を集めてきた『小悪魔 ageha』『姉 ageha』が忌避されている。読みたくないトップ5からは漏れているが、ハイティーン定番誌の一角を占めてきた『egg』（19.94%）と『Ranzuki』（16.62%）も同じ理由なのだろう。これらのファッション誌の読者層は、味方も多いが敵も多い、ということか。

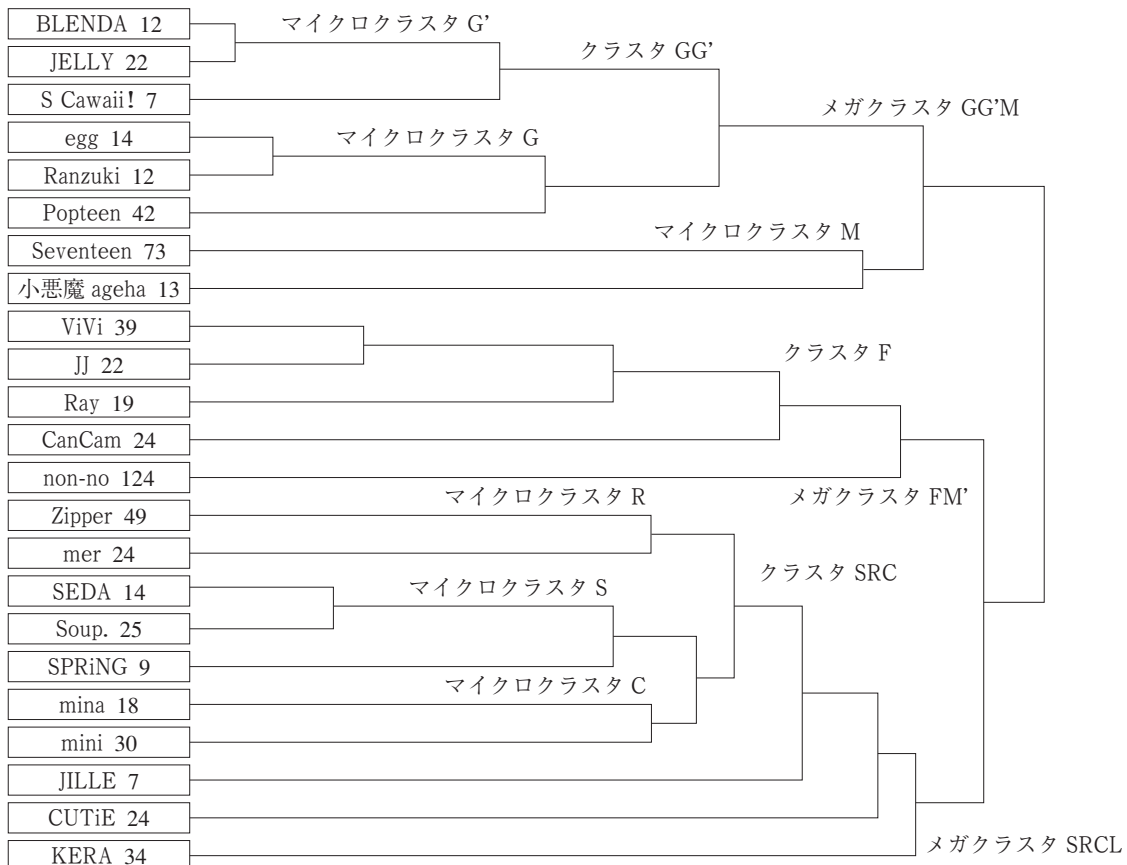
以上、女子高校生におけるファッション誌の読書傾向を俯瞰してきた。以降、重複読書パターンに基づくファッション誌の分類を行うことにしよう。表4で掲げた34誌から、データ解析の際の有意な信号を保ち、雑音を減らすノイズ縮減に資することを企図し、甲) 版元／編集部が明示的な読者ターゲットとして高校生を設定していない小中学生向けのローティーン誌とOL向けの大人誌を分析から除外し、加えて、乙) 支持が薄いと見做しうる読書率2.00%未満のファッション誌を除外する。この甲乙二つのノイズ縮減規準を経て、『ニコ☆プチ』（甲乙）、『nicola』（甲乙）、『ピチレモン』（甲乙）、『姉 ageha』（乙）、『Happie nuts』（乙）、『CHOKiCHOKi girl』（乙）、『AneCan』（甲乙）、『GLAMOROUS』（甲乙）、『MORE』（甲）、『with』

（甲）、『Sweet』（甲）の併せて11誌を割愛し、残りの計23誌を分類対象とする（丸括弧内は適用した規準）。

レスポナントの重複読書に基づくファイ係数（ ϕ ）を類似性行列として用い、群間平均連結法に拠って、クラスタ分析を23誌に施した。「予想2：ファッション誌は複数の群に分類される」に従って、複数の纏まりからなるファッション誌群に分類することを試みる。

図2は、ファッション誌相互の近接度合いに従って描かれたデンドログラムである。具体例を挙げよう。図2の最上方に『BLENDA』と『JELLY』が隣接している。それは何故か。この組み合わせでの重複読書を示す ϕ は、『BLENDA』を読む人の多くが『JELLY』も読むことを意味する、 $\phi=0.467$ （0.1%水準で有意）という高い値であり、デンドログラムでの隣接はこの知見を判りやすく視覚化したものである。『BLENDA』から見て『JELLY』の次に近いのが『S Cawaii!』であり、これは『BLENDA』『S Cawaii!』間が、 $\phi=0.421$ （0.1%水準で有意）であることに拠っている。逆に、『BLENDA』『Zipper』間が、 $\phi=-0.035$ というようにその値が小さい場合は、『Zipper』は、それを反映して遠くに位置することになる。尚、クラスタ分析は、

図2 ふだん読んでいるファッション誌の系統デンドログラム N=331
重複読書のファイ係数行列に基づき群間平均法を用いた。誌名右側の数値は当該誌の読書人数



デンドログラムによる変数もしくはケースの位置表示が明瞭であり、ここでは、276個からなる ϕ 行列の掲載は膨大かつ煩瑣となるが故に、紙幅制約のため割愛する。

少数のファッション誌からなる纏まりをマイクロクラスタ、複数のマイクロクラスタやファッション誌単独の合流からなる纏まりをクラスタ、複数のクラスタ等からなる纏まりの纏まりをメガクラスタと命名し、デンドログラムに描かれたクラスタを判別してゆく。

『BLENDA』『JELLY』が隣接し、それに『S Cawaii!』が合流したマイクロクラスタ G', 『egg』『Ranzuki』が隣接し、それに『Popteen』が合流したマイクロクラスタ G, このマイクロクラスタ G とマイクロクラスタ G' を含む併せて6誌からなるクラスタ GG' というように、陸続とファッション誌群が分類されることが判るだろう¹³⁾。同様な手順で、『ViVi』『JJ』『Ray』『CanCam』の併せて4誌からなるクラスタ F, 『Zipper』『mer』『SEDA』『Soup.』『SPRING』『mina』『mini』の併せて7誌からなるクラスタ SRC 等、全体でマイクロクラスタ6個、クラスタ3個、メガクラスタ3個が判別可能である。これらクラスタが個々のファッション系統、全体がファッション系統の綜体を示している。

ある嗜好を代表する1つのファッション系統の部分(of one piece)として、分析に併用すべきだが、恐らくはマイクロクラスタでは小さ過ぎて詳細ではあるものの、木を見て森を見ず、という事態に陥るかもしれない。また、メガクラスタでは大き過ぎて焦点が定まらない虞がある。4誌から7誌程度からなる中規模なクラスタが、一纏まりのファッション誌群の理解としては適切だろう。『BLENDA』『JELLY』『S Cawaii!』『egg』『Ranzuki』『Popteen』の6誌からなるクラスタ GG', 『ViVi』『JJ』『Ray』『CanCam』の4誌からなるクラスタ F, 『Zipper』『mer』『SEDA』『Soup.』『SPRING』『mina』『mini』の7誌からなるクラスタ SRC がそれに該当する¹⁴⁾。

「予想2：ファッション誌は複数の群に分類される」は、重複読書家の読書パターンを介して、複数のクラスタからなるファッション系統の綜体として、明快に確認された。

8 一纏まりのファッション誌群に括られた読者の服飾美容化粧は類似している

「予想3：一纏まりのファッション誌群に括られた

読者の服飾美容化粧は類似している」は、予想2で得られたクラスタ GG', クラスタ F, クラスタ SRC を構成する『BLENDA』『JELLY』『S Cawaii!』『egg』『Ranzuki』『Popteen』『ViVi』『JJ』『Ray』『CanCam』『Zipper』『mer』『SEDA』『Soup.』『SPRING』『mina』『mini』といった計17誌毎に読者のおしゃれ傾向を調べ、クラスタ毎にそれらが似通っているか否かを判別することで確認される。

ここで女子高校生の服飾美容化粧に係わるおしゃれ傾向の、第1の判別指標として、スカートの丈を大胆に短くして履き、シャツブラウスのボタンを外し袖も必要以上に捲る等、いわゆる高校の制服/規準服の着崩しを日常的に行っているか否かを挙げる。選択肢の回答に、最小値1(着崩すことはない)から最大値4(もとの形がわからないほど着崩している)までの変数値を与えた上で、平均値50、標準偏差10の標準得点すなわち偏差値に変換し、「制服の脱構築」という名称を付与した。因みに、通っている高校が制服/規準服ではない場合は非該当となり、それらのケースは分析から除外される。

第2の判別指標として、刺繍/編み物/裁縫等を日常的に行っているか否かを2つの質問から合成し、最小値0(刺繍や編み物、裁縫を全く行っていない)から最大値2(刺繍や編み物、裁縫の双方とも行っている)までの変数値を与えた上で、偏差値に変換し、「リメイク/ドレスメーカー」という名称を付与した。

第3の判別指標として、髪染めや脱色つまりヘアカラーやブリーチをどの程度の頻度で施しているかを尋ねた回答を年間回数に変換し、「ヘアカラー頻度」という名称を付与した。

第4の判別指標は、瞳を美しく大きく見せるアイメイクに係わる、アイライナー、アイブロウ、アイカラー(アイシャドー)、マスカラ、つけまつげ(アイラッシュ)の使用を尋ねた5つの質問から合成し、最小値0(1つも用いていない)から最大値5(これら全てを用いている)までの変数値を有する変数を作成し、「アイメイク重視」という名称を付与した。

第5の判別指標として、ふだんのメイクに使う時間(分)に「化粧時間」という変数名称を付与した。因みにメイクを全くしていない人は最小値0となる。

これら「制服の脱構築」「リメイク/ドレスメーカー」「ヘアカラー頻度」「アイメイク重視」「化粧時間」をファッション誌毎に平均値を算出する。加えて、ノンパラメトリックな前提に立つスピアマンの順位相関係数ロー(ρ)の有意水準に拠って関連強度を確かめる。

表5 ファッション系統毎のおしゃれ傾向 N=331
(灰色セルは5%水準以上で有意)

			制服の脱構築 (着崩し)		リメイク/ドレスメーカー (刺繍/編み物/裁縫)		ヘアカラー頻度 (年間回数)		アイメイク重視 (使用コスメ数)		化粧時間 (分)	
			平均値	順位相関 ρ	平均値	順位相関 ρ	平均値	順位相関 ρ	平均値	順位相関 ρ	平均値	順位相関 ρ
ギャル系 クラスタ GG'	おとなギャル系 マイクロクラスタ G'	『BLENDA』	53	0.052	47	-0.064	2.38	0.149**	4.17	0.199***	30	0.167**
		『JELLY』	51	0.036	47	-0.089	1.96	0.156**	4.00	0.241***	29	0.231***
		『S Cawaii!』	50	-0.004	47	-0.049	2.14	0.133*	4.14	0.147**	26	0.140*
	ギャル系 マイクロクラスタ G	『egg』	58	0.167**	49	-0.021	3.50	0.246***	3.93	0.187**	27	0.140*
		『Ranzuki』	61	0.198**	47	-0.064	2.17	0.152**	3.33	0.101	24	0.104
		『Popteen』	54	0.144*	48	-0.067	2.38	0.158**	3.29	0.181**	25	0.154**
お姉系 クラスタ F		『ViVi』	51	0.033	50	0.032	1.46	0.099	2.87	0.077	25	0.164**
		『JJ』	49	-0.056	52	0.071	0.66	-0.100	2.55	0.011	21	0.029
		『Ray』	54	0.087	48	-0.039	0.66	0.011	2.84	0.047	18	0.002
		『CanCam』	49	-0.040	50	0.022	0.21	-0.100	2.04	-0.068	17	-0.036
ストリート系 クラスタ SRC	古着リメイク系 マイクロクラスタ R	『Zipper』	51	0.034	52	0.065	0.71	-0.010	2.73	0.054	21	0.074
		『mer』	50	0.006	56	0.179**	0.44	-0.053	2.88	0.057	22	0.076
	ストリート系 マイクロクラスタ S	『SEDA』	51	0.039	53	0.078	0.61	0.000	2.86	0.042	18	0.015
		『Soup』	50	0.019	48	-0.057	0.48	-0.060	2.64	0.020	16	-0.042
		『SPRING』	47	-0.048	53	0.066	0.61	0.023	2.78	0.027	14	-0.050
	カジュアル系 マイクロクラスタ C	『mina』	50	-0.002	50	0.008	0.44	0.027	2.61	0.017	18	-0.042
『mini』		49	-0.038	51	0.033	0.17	-0.082	2.23	-0.057	19	0.022	
全体			50	-	50	-	1.29	-	2.50	-	19	-
定番誌		『non-no』	50	-0.023	50	0.030	0.69	-0.160**	2.35	-0.071	16	-0.135*
		『Seventeen』	50	0.017	49	-0.009	1.12	0.076	1.95	-0.169**	14	-0.188**

*** 0.1%水準で有意

** 1%水準で有意

* 5%水準で有意

表5を見ると、『BLENDA』『JELLY』『S Cawaii!』からなるマイクロクラスタ G'は「ヘアカラー頻度」「アイメイク重視」「化粧時間」が頗る類似的であることが判る。3誌の読者とも、年間2回前後ヘアカラーもしくはブリーチを行い、アイメイク用のコスメを4個以上使い、化粧時間も30分というように相対的に長いことが共通している。加えて、5%水準から0.1%水準までその振幅も大きい、 ρ も全て有意である。レスポデント全体の平均値は、「ヘアカラー頻度」が1.29回、「アイメイク重視」が2.50個、「化粧時間」が19分であるから、マイクロクラスタ G'との差は大きく、3誌の同質性も高い。これらの知見から、マイクロクラスタ G'について、「予想3：一纏まりのファッション誌群に括られた読者の服飾美容化粧は類似している」が当てはまる。彼女たちは、ヘアカラーやブリーチを高い頻度で用いる故に、ふだんから茶髪もしくは金髪であり、アイライナー/マスカラ/アイカラーといったコスメを多用することで大きな瞳を演出し、毎日メイクに精を出している¹⁵⁾。

次に、『egg』『Ranzuki』『Popteen』からなるマイクロクラスタ Gは、『Ranzuki』の「アイメイク重視」が3.33個、「化粧時間」が24分と若干弱めであり、 ρ

は有意ではないが、前述のマイクロクラスタ G'と同様に「ヘアカラー頻度」「アイメイク重視」「化粧時間」の値は、各々、年間2回以上、3個以上、25分前後というように全体の平均値よりかなり大きい。加えて、「制服の脱構築」については、『egg』が58、『Ranzuki』が61、『Popteen』が54というように頗る大きい値を示している。 ρ も全て有意だ。要するに、「制服の脱構築」「ヘアカラー頻度」「アイメイク重視」「化粧時間」といった4つの判別指標において際だった類似性を『egg』『Ranzuki』『Popteen』の3誌は有している。マイクロクラスタ Gでは、マイクロクラスタ G'以上に予想3が適格的である。

『BLENDA』『JELLY』『S Cawaii!』からなるマイクロクラスタ G'と、『egg』『Ranzuki』『Popteen』からなるマイクロクラスタ Gによって構成されるクラスタ GG'は、「制服の脱構築」を除き、「ヘアカラー頻度」「アイメイク重視」「化粧時間」において、クラスタ全体として類似性が高いことになる。クラスタ GG'に含まれる彼女たちは、マイクロクラスタ G'と同様、ヘアカラーやブリーチを高い頻度で用いる故、ふだんから茶髪もしくは金髪であり、アイライナー/マスカラ/アイカラーといったコスメを多用することで大き

な瞳を演出し、毎日メイクに精を出している。このようなおしゃれ傾向は、いわゆるギャル系と呼ばれるファッション系統だと小括できる。クラスタ GG' 則ち 1 つのファッション系統としてのギャル系は、その部分にマイクロクラスタ G とマイクロクラスタ G' を含み、「制服の脱構築」「ヘアカラー頻度」「アイメイク重視」「化粧時間」の全てにおいて類似性の高いマイクロクラスタ G が制服の着崩しという中高生固有のファッションに基盤を置いた狭義のギャル系、「制服の脱構築」の類似性が抜けたマイクロクラスタ G' を中高生ファッションから卒業した、おとなギャル系と呼ぶことができる。

以上、クラスタ GG' にギャル系というファッション系統の呼称を与えるのは自然であり、このギャル系については、「予想 3：一纏まりのファッション誌群に括られた読者の服飾美容化粧は類似している」が明瞭に確認された。

クラスタ GG' ギャル系以外の、『ViVi』『JJ』『Ray』『CanCam』からなるクラスタ F、『Zipper』『mer』のマイクロクラスタ R、『SEDA』『Soup.』『SPRING』のマイクロクラスタ S、『mina』『mini』のマイクロクラスタ C からなるクラスタ SRC といった 2 つのクラスタには、目立った類似性が認めにくい。唯一、『Zipper』『mer』のマイクロクラスタ R において、「リメイク／ドレスメーカー」の判別指標の値が相対的に高いことが挙げられるのみだ。 ρ は『mer』では 1% 水準で有意、『Zipper』では有意ではないものの、「リメイク／ドレスメーカー」の平均値は全体のそれよりも大きい。『mer』の前身は『古着 mix ガールズ』であり、古着コーデや古着リメイク関心層の嗜好を代表していることや、『Zipper』が同様にリメイク記事を多く掲載していることも知られている。マイクロクラスタ R を古着リメイク系と呼ぶのは間違いではなさそうだ。そこから類推し、マイクロクラスタ R を包含し、その上位にあるクラスタ SRC に古着をおしゃれ戦略の一部に組み込んだ所謂ストリート系の呼称を与えることも可能か。ただし、重複読書のパターンによって系統分類はなされてはいるものの、マイクロクラスタ S とマイクロクラスタ C にはギャル系で見たような明白な類似性は観察しにくい。それは、クラスタ F も同様だ。表 5 において、『ViVi』『JJ』『Ray』『CanCam』からなるクラスタ F にお姉系、『SEDA』『Soup.』『SPRING』のマイクロクラスタ S に狭義のストリート系、『mina』『mini』のマイクロクラスタ C にカジュアル系の呼称を与えているが、「制服の脱構

築」「ヘアカラー頻度」「アイメイク重視」「化粧時間」の類似性に基づいてはならず、事後的に推定付与した呼称に過ぎない。

以上、クラスタ F お姉系、クラスタ SRC の部分をなすマイクロクラスタ S 狭義のストリート系、マイクロクラスタ C カジュアル系については、判別指標の無力さ故に、目立った類似性は検出されず、「予想 3：一纏まりのファッション誌群に括られた読者の服飾美容化粧は類似している」は確認できなかった¹⁶⁾。

9 結 論

女子高校生を対象として、ファッション系統の視角から、「ファッション誌を複数読んでいる」「ファッション誌は複数の群に分類される」「一纏まりのファッション誌群に括られた読者の服飾美容化粧は類似している」といった予想をデータセットに拠ってその検討を進めた。予想 1 と予想 2 は確認できたが、予想 3 はギャル系クラスタおよびストリート系クラスタの一部では成功したものの、お姉系クラスタおよびストリート系クラスタの残りの部分では成立せず、課題を残した。しかしながら、読者の嗜好に基づく一纏まりのファッション誌群からなるファッション系統という視角は、依然として有用であろう。

注

- 1) 渡辺明日香は、236名の女子大学生および女子短期大学生のデータを基に、「ギャル系」「ガールズ・カジュアル系」「ボーイズ・カジュアル系」「コンサバ・フェミニン系」「インポート・セレクト系」からなる 5 つの系統分類を提案した(渡辺 2005: 161-162)。「ガールズ・カジュアル系」と「ボーイズ・カジュアル系」は、本稿でのストリート系、「コンサバ・フェミニン系」はお姉系に、概ね相当する。
- 2) fashion genealogy (直訳するならば、ファッションの系譜学)を、筆者によるオリジナルな英訳として提案する。現代日本の服飾美容化粧は、諸外国からの注目の度合いが極めて高く、誤訳を防ぐために適切な訳語を前もって準備しておく必要があるからだ。genealogy (系図もしくは系譜)は、特定の個人あるいは個別の家の出自に係わる家系や、動植物の発生的分類に主に用いる語であり、それらを類推するが故に、ファッション系統の英訳に頗る相応しい。
- 3) preference は、国語として聞き慣れない選好と訳されることが多く、直感的理解を従前から妨げてきたようだ。櫻井に従い、本稿では、素直に反訳するならば味覚嗅覚に係わる taste (好み)に該当する嗜好という、より身近な言葉で表現する。
- 4) 『egg』『小悪魔 ageha』『姉 ageha』『Happie nuts』

- 『BLEENDA』といったギャル系主要5誌が2014年中に相次いで休刊したが、2013年実査中には発刊しており有力誌として機能していた故に、以降の分析では割愛は避けることとした。その意味では、本稿はギャル系ファッションについての最後の大規模観察データに基づく計量分析であるかもしれない。
- 5) 各年齢層を通しての嗜好の共通性 (C) については、紙幅の制約上、別の機会に論じたい。一点のみ触れれば、年齢層毎にファッション系統に係わる因子分析を行い、抽出された個々の因子の意味内容を理解することに加えて、全体としての因子構造を年齢層毎に比較対照することを通じて、年齢層毎の固有性が存在するか否かが初めて判明する。
- 6) ローティーン誌は『ニコ☆プチ』『nicola』『ピチレモン』等が存在するものの、それ以上の年齢層とは異なり明瞭な嗜好に特化していないことが、知られている。古賀令子が言うように、ローティーン誌には、各年齢層のファッション誌全般に遍在する「かわいい」に加えて、男子を含め他者視線を意識したモテメイクやモテ脚などの「モテ」と、着こなしに係わる人気コーデや通学コーデなどの「コーデ」といったハイティーン誌や大人誌にも見られるキーワードが鏝められており、「編集部／読者層の視線ベクトル」は常により上の年齢層を模倣させる／することに最も熱心であるという(古賀 2011: 19-20)。ローティーン誌は複数種類刊行されてはいるものの、嗜好による分化は稀薄であり、年長模倣が主な機能なのだ。嗜好すなわちファッション系統は、ローティーン誌の卒業前後に初めて分化する。
- 7) 学校読書調査は、既に新データが公開されているが本稿のデータセットと実施タイミングを同期させるためこの回を引用掲載した。
- 8) 表中で空欄の、高校2年生の第4位ならびに高校3年生の第5位を占めているのが、『週刊少年ジャンプ』である。
- 9) 勿論、20代前半といった高校生より上の年齢層についても同様な定式化が可能である。
- 10) 実施主体は株式会社インテージ。日本全国に居住するインテージのモニター会員つまり調査パネルをレスポネンとして、2013年2月22日から2月25日にかけてウェブサイト上にて実施された。有効回収票の全数は625名。
- 11) 外交政策、内政争点、投票政党等、ヘヴィーな選択を尋ねる政治学の調査では、標本抽出におけるバイアスに伴う属性分布の歪みの故に、ウェブ法の利用範囲は依然として制約される。ウェブ法に起因するバイアスの一般的傾向については、小熊・南雲(2011: 26)を参照せよ。
- 12) 例示した『Ranzuki』『Popteen』は所謂ギャル系と目されており、編集方針が似通っている類似誌である。しかしながら、ここではそれを判断の材料としない。なぜならば、事前情報を密かに混入させることによって、不確実に過ぎないのに確認がなされたように錯誤させてしまう、予見 (prediction)、もしくは、証明を

必要とする命題を前提としてしまう、論点先取の虚偽 (assumptio non probata 【ラテン語】) を挟むことなく、何冊ものファッション誌を日常的に読んでいる重複読書家の重複読書パターンという揺るぎなく確実な事実 (fact) のみに拠って判断すべきだと考えるからだ。類似誌か否かをファッション誌の中身から判断するには、内容分析 (content analysis) が必要となる。

- 13) 個々のクラスタ名称に添えられた、GG' や SRC はクラスタを構成する要素としてのマイクロクラスタの成分表示である。また、G に対する G' は、その派生種を想定している。
- 14) メガクラスタ FM' に含まれる『non-no』、ならびに、マイクロクラスタ M に含まれる『Seventeen』が予想3の分析からは割愛される。これらの読書率は37.46%ならびに22.05%というように、首位と次位に位置し、高校生のマジョリティが読む定番誌である。当該年齢層における定番誌であればあるほどに、複数のファッション系統を採り入れた複合的な誌面内容となり易く、このことは、ファッション系統の未分化なローティーン誌にも似ている。『non-no』『Seventeen』を分析から外すことで系統判別が不明瞭になる虞からは解放されるだろう。
- 15) 先述の注4を再参照のこと。
- 16) 米澤泉が言うように、現代日本のサブカルチャーにおいて若年層におけるメイクは、「身につけるべき教養」としての化粧という位置づけまで高められている(米澤 2008: 139)。判別指標の補充強化のためには、メイクを含めて彼女たちの服飾美容化粧における、おしゃれ傾向の文化社会学的水準での更なる解剖が必要であろう。

参考文献

- 古賀令子 (2011) 「かわいい文化と子どものファッション」、『子どもの文化』、子どもの文化研究所編、第43巻第6号 (2011年6月号)、16-22頁。
- 栗田宣義 (2009) 「『ファッション系統』の計量社会学序説」、『武蔵大学総合研究所紀要』、第18号、1-31頁
- 毎日新聞社 (2013) 『読書世論調査2013年版』、毎日新聞東京本社広告局。
- 小熊栄・南雲智映 (2011) 「社会調査におけるインターネットモニター調査と郵送モニター調査との比較」、『連合総研レポート』、連合総合生活開発研究所編、第258号、20-27頁。
- 櫻井理恵 (2010) 「ファッション雑誌の嗜好とおしゃれの傾向」、『修文大学短期大学部紀要』、第49号、57-66頁。
- 佐々木孝侍 (2012) 「ファッション誌と瘦身志向」、『マス・コミュニケーション研究』、日本マス・コミュニケーション学会編、第80号、231-248頁。
- 渡辺明日香 (2005) 『ストリートファッションの時代』、明現社。
- 米澤泉 (2008) 『コスメの時代』、勁草書房。