

ファッション行動における E. M. Rogers の 採用者カテゴリーと Fishbein の予測式^{注1}

井 上 和 子

人間の社会的行動がどのように生起するのか、その規定因の究明は古くから社会学や社会心理学の中心的な研究題目であった。われわれの外顕行動 (overt behavior) は状況に依存し、一見さまざな形をとって現われる。しかし、それらに何らかの一貫性が見られるとき、その一貫性を説明するために、行動を決定する主体 (行為者) 側の要因の1つとして、主に社会心理学の分野で用いられてきたのが態度 (attitude) という概念である。態度は、おおむね、“当面する認知像・対象や状況に対して、‘よい—わるい’ ‘好意的—非好意的’ ‘好き—嫌い’ ‘接近—回避’ などの一定の反応や活動を引き起こすように個人を仕向けている、多少とも持続的な傾向性・準備態勢” (猪股, 1982, p. 1) として扱われているようであるが、態度の定義に関しては必ずしも一義的に行なわれているわけではない。しかし、多義的かつ多様というものの諸定義に共通して含まれる主題は、態度が、1) 学習されたものであり、2) 所与の対象に対して一貫して好意的または非好意的な、3) 行為への先有傾向 (predisposition) である、という3つにまとめることができる (Fishbein & Ajzen, 1975)。このように、態度は、対象に対してある特定の方法で行なう行為への先有傾向であり、本来、行動を予測・説明するための概念である。

しかしながら、態度と行動の関係を実証しようとする試みは、逆に、態度と行動の非一貫性を実証する諸研究を排出するという皮肉な結果であった。態度と行動の関係が単純なものでないことが明らかになるにつれて、態度理論や態度研究の基本的な仮定に疑問をいだく研究者も現われ始め (Deutscher, 1966)、態度と行動の関係の再検討を迫られる事態に至り、この間、方

法論の立場から、また、理論の観点から、この非一貫性を説明しようとする試みが多くなされた。また一方では、態度と行動の間に介在してその一貫性を阻む諸変数に関する研究も盛んに行なわれるようになり、多くの研究者によっていろいろと説明が試みられた (Ehrlich, 1969; Liska, 1975; Wicker, 1969)。これらの諸変数は、Wicker (1969) の人格的 (personal) すなわち内的と状況的 (situational) すなわち外的の基準と、Liska (1975) の加算的と交互作用的の基準に照して分類することができ、その代表的なものを例示すれば、態度の複数性、競合する動機 (内的・加算的要因)、社会規範 (外的・加算的要因)、能力の有無、行為の結果の認知 (内的・交互作用的要因)、社会的拘束、外的な不測の出来事 (外的・交互作用的要因) 等々が挙げられる (井上, 1977)。

このような、態度と行動の非一貫性をその間に介在する“他の諸変数”によって説明しようとする接近法に対して、Fishbein & Ajzen (1975) は、これらの諸変数の行動予測に対する関係を説明する理論的枠組がなければ、“他の諸変数”に関する一連の研究もただ問題を混乱させるだけであると批判する。そして、この批判の上に立って彼らが構築した、信念→態度→行動意図→行動から成る行動予測の概念枠および予測式は、行動の生起に関係する諸要因の体系化を可能にするものであるといえよう。

Fishbein の予測式

Fishbein & Ajzen (1975)^{注2}によれば、行動は、その行動を遂行しようとする意図によって決定され、そして、この行動意図は、人格的と社会的の2要因、すな

注1 研究計画に当っては田中国夫教授より貴重な示唆を頂いた。また、調査の実施に際しては、各大学の諸先生方、並びに、現在大阪大学産業科学研究所勤務の間瀬恵子氏のご協力を頂いた。記して感謝の意を表したい。

注2 予測式の定立は1967年で式(4)に示されるものであるが、略号が異なるだけで意味するところは全く同じである (Fishbein, 1967)。

$$B \sim BI = [Aact]_{w_0} + [\sum NB(M_c)]_{w_1} \dots\dots\dots(4)$$

わち、“行動に対する態度”と“主観的規範”によって決定されるとする。第1の要因である“行動に対する態度”は、その行動がどんな結果をもたらすかについての信念^{注3}とそれらの結果に対する評価に関わっており、他方、第2の要因である“主観的規範”は、準拠人または準拠集団が、当該の行動を行為者が行なうべきであると考えているかどうかについての行為者の信念とそれらの期待に従う動機づけに関係するもので、いわゆる、規範的圧力を形成するものである。さらに、この概念枠に外在する“他の諸変数”は、行動意図の2つの決定因、すなわち、“態度”と“規範”の一方または両方に影響することによって間接的に行動意図に影響を及ぼすというものである。

これらの関係は次の予測式で示される(式1～式3)。

$$B \sim I = (A_B) w_1 + (SN) w_2 \quad \dots\dots\dots(1)$$

B : behavior (行動)

I : intention to perform behavior B (行動意図)

A_B : attitude toward performing behavior B (行動 B に対する態度)

SN : subjective norm (主観的規範)

w_1 and w_2 : empirically determined weights (重み)

$$A_B = \sum_{i=1}^n b_i e_i \quad \dots\dots\dots(2)$$

b : belief (行動がもたらす結果 i についての信念)

e : evaluation (結果 i に対する評価)

n : number of beliefs (信念の数)

$$SN = \sum_{i=1}^n b_i m_i \quad \dots\dots\dots(3)$$

b : normative belief (規範信念)

m : motivation to comply with referent i (重要な他者 i に従う動機づけ)

n : number of relevant referents (重要他者の数)

Fishbein の予測式はその定立 (1967) 以来、態度と行動に関する多くの研究を展開させてきたが (Ajzen & Fishbein, 1980)、その特徴は、第1に、態度を対象に対する態度 (attitude toward the object) ではなく、行動に対する態度 (attitude toward the behavior) でとらえたこと、第2は、行動の規定因として社会規範を導入したこと、第3は、重回帰式の形をとることによって態度と規範の両変数の行動に及ぼす影響の数量的扱いを可能にしたことである。特に第3の点に関してい

えば、井上・田中 (1973) が関西学院大学の男女学生 404 名を対象に、規範信念を家族、友達、世間一般の 3 種類にとり、献血、喫煙、カンニング、婚前交渉、させる (不正乗車) の 5 行動について行なった調査研究では、重回帰分析の結果、喫煙やカンニング行動が、男子学生の場合にはもっぱら行動に対する態度によって決定されているのに対し、女子学生の場合は友達の規範によって決定されていること、また、喫煙、カンニング、婚前交渉、させるの 4 行動においては、女子学生の喫煙行動を除き、家族の規範の標準回帰係数 (β) は統計的に有意でなく (有意水準 5%)、従って、まったく影響力を持たず、学生によって準拠される規範がもっぱら友達のそれであるのに対し、逆に、献血行動は、友達の規範に影響されることがなく、家族の規範によって規定されていることなどが数量的に明らかにされている。また、青年期における社会的行動に焦点を当て、中学 1 年から高校 3 年までの各学年の生徒 567 名を対象に、年齢発達に伴う主観的規範の準拠対象の変化を調べた研究 (井上・広沢・田中, 1984) では、6 学年を通じて態度変数の β (標準回帰係数) がほとんど変化を見せていないのに対し、規範変数の β に注目して、大人達の規範と友達の規範の各 β を比較すると、学年別各 β の相対的な値は、中 1 では大人達の規範の方が高く、中 2 から高 2 にかけては友達の規範が高くなり、高 3 で再び大人達の規範の方が高くなるというふうに、中 2 から高 2 にかけて両親で代表される大人達から友達へ移行していた準拠対象が、大学進学や就職といった将来の進路決定を控えた高 3 では、再び、大人達へと回帰するという知見が得られている。このように、予測式の重み (w) に注目することによって、行動の種類、または、行為者の性別や特性によって、行動が、“態度”と“規範”のどちらの影響をより多く受けて起こされるか、さらに、“規範”の中でもどの規範により強く規定されて起こされるかを、数量的に比較検討することができるのである。

Rogers の採用者カテゴリー

技術革新 (イノベーション) の普及過程における Rogers の採用者カテゴリーの諸特性は示唆的である。

Rogers (1962) は、社会システム内のすべての個人がイノベーションを同時に採用するわけではなく時間の経過の中で順次採用していく点に着目し、そして、この時間の経過に基づく採用者の分布が正規分布するところから、革新性を基準に、社会システム内の個人

注3 行動がもたらす“結果”には、“認知された結果”、行動遂行に伴う“努力”や“損失”、また、行動と結びつく“諸特性”なども含まれる (Fishbein & Ajzen, 1975, p. 301)。

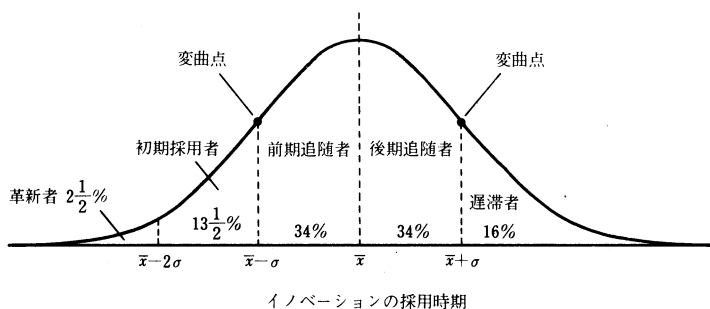


図1 イノベーション採用の時期にもとづく採用者のカテゴリー化

(Rogers・藤竹記, 1966, p. 112)

を5つの採用者カテゴリーに分類した(図1)。革新性(innovativeness)は、“個人が社会体系の他のメンバーにくらべて、新しいアイデアを相対的に早く採用する度合いである”と定義され(Rogers・藤竹記, 1966, p. 13), 連続量で捉えられているが、概念によって、非連続的なカテゴリーに分けられている。

Rogers (1962) は、このカテゴリー化のための方法を提示し、その有効性について、1) 採用者分布の正規性、2) 理念型としての採用者カテゴリー、3) 採用者カテゴリーの特質の3点から論じている。

採用者分布の正規性に関しては、彼自身が、学習曲線、並びに、普及効果(または、相互作用効果)の観点から論証を試みており、また、各種事例の普及過程に関する研究においても、採用者の相対累積度数曲線がほぼS字型成長曲線を描くことから知られているところである(Rogers, 1962; 辻村, 1976)。

採用者カテゴリーの特質に関しては、Rogers (1962) は、パーソナルな特性、コミュニケーション行動、社会関係に分け列挙し、32にのぼる実証命題なるものを提示している(Rogers, 1971)が、彼によると、その32

の実証命題の中の独立変数のほとんどが革新性と正の相関があるということであり、これを次のように図示している(図2)。

われわれにとって興味深いのは理念型としての採用者カテゴリーの諸特性である。これらを、Rogers (1962; 1971) 自身の記述、並びに、日下公人(1980)、川本勝(1981)らの言葉を借りて略述すると次のようになる。

1. 革新者(innovators) 冒険的な人々2.5%; 「他の人がほとんど気がついていない時点でまっ先に採用する」勇気のある少数の人々。革新者にとって冒険的であることはほとんど強迫観念になっている。常に新しいものに挑戦し、独創的なことを楽しむ人々であって自分が社会の少数であることは別に苦にしない。対象への興味に魅かれてまだ誰もしないことをあえてしようというのであるから自分の行動に信念がある。別のドラムの音に歩調を合わせているという点で遅滞者同様逸脱者であり“まさに境界的な個人”である。したがって、オピニオン・リーダーと違って社会システムにおいて常に最も尊敬されるメンバーではない。新しいアイデアを主としてマスメディアの情報源から採用しうる知的能力があり、行動決定の基礎となる情報の収集は、情報源とのより頻繁な接触とより多くの情報源の利用であり、専門知識の結論に従う。そのため専門家との交遊、革新者同志の交遊を欠かさない。準拠集団は社会システムの内部にあるより外部にあることが多い。すなわち、広域志向的である。

2. 初期採用者(early adopters) 尊敬される人々13.5%; 「チラホラ見かけようになって、平均的メンバーよりかなり早く採用する」人々。地方の社会システムの中で中心的な部分となっており最高度にオピニオン・リーダーシップを発揮する。自分が社会のリーダーであることを生きがいにしており、そのためにはみんなが何を考えているのかを絶えず察知するための努力を惜しまない。従って、社会システム内のすべての人々と交際する地域志向型である。新しいアイディ

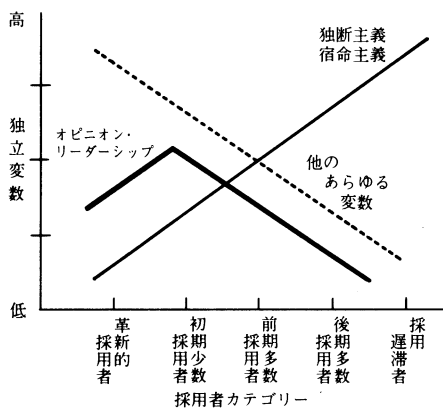


図2 革新性と独立変数の一般的傾向

(Rogers・宇野記, 1981, p. 263)

アを使用する前に“点検を下す人”と考えられており、意志決定の要素は皆んながついてくるかどうかにある。オピニオン・リーダーである初期採用者は平均的なメンバーより社会システムの規範により忠実に同調する。

3. 前期追従者 (early majority) 慎重な人々34% ; 「だいたい平均的のメンバーが採用する頃になって採用する」人々。「旧態を棄て去るに際して最後であってはならないが、さりとて、新しいものごとを最初に試す人間になってもいけない」というのがモットーであるから常に真中辺で行動しようということで無難第一主義である。仲間と一緒にの行動に参加する度合いが高く、他の人々をリードするということはほとんどない。意志決定は機能や価格よりも普及率が重要な要素になってくる。

4. 後期追従者 (late majority) 疑い深い人々34% ; 「半数の人が採用した時点でそれに従って採用する」人々。変化に対して自分が当事者になることを避けようとする態度が強い。だから変化に対しても鈍感になり易い。採用は経済的必要と社会的圧力の増大への対応としてなされる。新しいアイデアの有用性に関して確信をいだいでも採用へと踏切するためにはさらに仲間の圧力によって動機づけられることが必要である。

5. 遅滞者 (laggards) 伝統的な人々16% ; 「新しいアイデアをあまり採用しない、そんなことに関心がない」人々。イノベーションを最後に採用する人々で、自分は古きよき時代の伝統を守り続けていると考えている。判断の基準は過去で、既成の権威に依存する特徴を持っている。遅滞者同志、あるいはごく身近な人としか付合いはなく最も地域志向的である。社会システムの中の孤立者 (逸脱者) であるという点、および、自分の行動に信念があるという点で革新者と共通するものを持つと考えられる。

Rogers の採用者カテゴリーは、教育学、農村社会学、マスコミュニケーション研究、マーケティング研究などの分野で問題にされてきたが、わが国においても、農村における商品化作物の普及や新しい水田除草剤の普及研究 (青池・宇野, 1972 ; 宇野・青池, 1967 a ; 1967 b) などに見られる農村を対象にした研究の分野で、また、耐久消費財などの購入に関するマーケティング研究の分野で (嶋田, 1982), これを用いた研究が行なわれている。ことに服装の流行 (ファッション) に関しては、流行が普及現象の一形態であり (池内, 1968), 鈴木 (1977) が“短命性”としてその特徴を指摘するように、短期間に普及の消長を顕著に示すところから、また、鈴木の研究 (1976) で、“現在流行していることといえばどんなことを思い浮べるか”という質問に対して、その大半が服飾に係るもの

を挙げていることからわかるように、流行 (ファッション) といえば服装ということで、取り上げられることが多いようである。

流行は、一般に、他人と同じようにしていたいという斉一性への欲求に基づく“同調”と、他人と自分を区別したい、あるいは、他人より優越したいという威光への欲求に基づく“個性化” (斉藤, 1959 ; 鈴木, 1977) から成り立っているといわれているが、被服行動は、佐々木の研究 (1982) にもみられるように、集団規範の規制を受ける、他者への“同調”行動である一方、機能的選択性 (鈴木, 1977) に豊んだ行動であり、“個性化”が比較的容易であるという点で流行と結びつき易いのであろう。鈴木 (1977) が流行採用の動機にふれ、“一般に、リーダーは好奇心、個性化の動機が強くはたらく、フォロワーは適応の動機が強くはたらくであろう”と述べているのは示唆的である。

ファッション (服飾) に関する研究はいろいろ行なわれており、それらについては神山 (1985) がかなり詳しく述べているが、一例を挙げれば、ファッション・リーダーは、年齢が若く、高所得で、職業的地位も比較的高く、空間的移動性の高さはコスモポリタンので、社会的コミュニケーションや組織への参加の度合いも高く、危険や変化に好意的な態度を示し、自信の程度が高いなど、ファッション・リーダーの特性に関する詳細な分析を行なった研究 (Summers, 1970) や、ファッション・イノベーターはファッション・リーダーにくらべ、変化に対していっそう好意的な態度を持っているなど、イノベーターとリーダーとを比較した Kim (1982) の研究、また、情報探索に関して、リーダーとフォロワーの違いを調べた Polegato (1980) の研究、すなわち、リーダーは多くの情報源から情報をとっており、中でも、市場関連情報源 (例えば、ファッション雑誌、ファッションショウ、店頭ディスプレイ、通信販売カタログ、など) を重視しているのに対し、フォロワーの情報源は主として消費者関連情報 (例えば、友人、学友など) であることを明らかにした研究などがある。

わが国においても、川本 (1981) が Rogers の採用者カテゴリーを用いて、ファッションに関する綿密な調査を行なっている。彼は、採用者カテゴリーの特性について、1) 性・年齢、2) 流行意識、3) コミュニケーション、4) オピニオン・リーダーシップ、5) 情報源、に関する5つの命題を提示し、その検証を試みているが、ファッション商品採用の動機についても分析を行ない、次のような知見を得ている。すなわち、革新者では、採用動機として、そのほとんどの者が“個性を表現したいから”と答え、“まわりの人と同じよう

にしたいから」という「同調」への欲求を挙げる者が皆無であり、また、ファッション・リーダーの役割を果たすと考えられる初期採用者では、「新しいものを身につけたい」と答える者が多いなど、早期の採用者で新奇性への希求や「個性化」への欲求を採用理由にあげる者が多いのに対し、前期追随者や後期追随者になるとそれらの動機は減少し、「まわりの人と同じようにしたいから」という「同調」への欲求をあげる者が増加し、特に、後期追随者ではそれが最も多くなることなどである。

本研究の仮説—Fishbein の予測式と Rogers の採用者カテゴリーの関連において

どんな時・場所・場合 (TPO) にどんな服を着るかの意志決定がどのように行なわれるかを Fishbein の予測式にあてはめて考えるとき、Rogers の採用者カテゴリーの各特性、および、それらに関する諸研究の結果から、次のような仮説が立てられた。

仮説 1. 革新者の行動意図 (I) は、規範 (SN) よりも態度 (A_B) によって規定されるであろう。

仮説 2. 初期採用者の行動意図 (I) は、規範 (SN) によって規定される程度が最も高いであろう。

仮説 3. 追随者の行動意図 (I) は、態度 (A_B) よりも規範 (SN) に規定されるであろう。

仮説 4. 遅滞者の行動意図 (I) は、革新者同様、規範 (SN) よりも態度 (A_B) によって規定されるであろう。

本研究の目的は、これらの仮説に基づき、各カテゴリーにおける行動の決定因の分析を通して、Rogers の採用者カテゴリーを、その社会心理学的特性の面から検討しようとするものである。

方 法

対象者 阪神間に在る大学の女子学生 921 名で、その内訳は、梅花女子大学 383 名、関西学院大学 217 名、神戸女学院大学 184 名、甲南女子大学 113 名、その他 24 名である。

対象行動 女子学生の被服行動で、革新的と思われる行動から、目下流行中のもの、すでに一般化されている行動まで、各段階を代表する行動として次の 3 つが選ばれた。1) 「友人の結婚式にパンツ・ルックで出席すること」、2) 「マリーン・ルックで学校へ行くこと」、3) 「レースをあしらった小花模様のワンピースを着ること」の 3 行動である。

質問紙 質問紙は次の 7 部分から構成されている。

(1) 革新性の自我像。Rogers (藤竹訳, 1966, p. 125)

にもとづき、これをファッションに当てはめた川本 (1981) の項目をそのまま用いて尺度とし、自分自身どれにあてはまるかをたずねたものである。それらは、①「他の人がほとんど気がついていない時点でまっ先に採用する」(革新者)、②「チラホラ着ている人を見かけるようになって、平均的メンバーよりかなり早く採用する」(初期採用者)、③「だいたい平均的メンバーが採用する頃になって採用する」(前期追随者)、④「多くの人が採用し、そのファッションが普及すればそれに従って採用する」(後期追随者)、⑤「流行をあまり採用しない、そんなことに関心はない」(遅滞者) の 5 つの選択肢から成っている。

2) ファッションに関する革新性のリッカート尺度。被服行動の行動傾向を表わすような項目が集められ (58 項目)、それらを革新性の次元で検討・精選し、さらに、50 名の女子学生にプリテストを行って項目分析をした結果、最終的に残された項目から成っており、それらは、「斬新なデザインの服でもためらわずに買って着る」、「ファッションショウを見に行く」、「買物をする時は個性的な店を選んで入る」、「パンツ・ルックで街を歩くことはない」(反転項目) など 16 項目と、遅滞者を弁別するための項目「流行の服はあまり着ない」の計 17 項目である。

3) ファッションに関する革新性のガットマン尺度。革新性を客観的に測る尺度として、革新的服飾商品の所有の有無をたずねた項目で、それらは、「皮のパンツを持っている」、「ゴールドやシルバーの靴を持っている」、「麻のジャケットを持っている」、「ベルトポーチを持っている」、「ワイドパンツを持っている」などの 7 項目から成っているが、内分析に用いられたのは上記の 5 項目である。

4) 川本 (1981) の命題に関する 5 項目。すでに述べた 5 つの命題の内、流行意識、コミュニケーション、情報源に関する命題を検討する項目で、「流行に遅れないようにしている」、「周囲の人が身につけている服装に興味がありかつ気になる」、「過去 3 カ月間、誰かと何か新しいファッションに関して話をした」、「テレビ・コマーシャルや広告に登場する人が身につけている服装を気にする」、「新聞や雑誌のファッションに関する記事を読む」の 5 項目から成っている (5 点尺度)。

5) Fishbein の予測式の変数に関する項目。行動に対する態度 (A_B)、主観的規範 (SN)、および、行動意図 (I) を各 3 行動について測定するためのもので、測定法は Ajzen & Fishbein (1970; 1972) に倣うものである。たとえば、行動「友人の結婚式にパンツ・ルックで出席すること」について例示すれば、行動に対する態度 (A_B) は、「あなた自身が、友人の結婚式にパ

ンツ・ルックで出席すること」に対して、4つのSD評価尺度(よい—わるい, おろかな—かしこい, 楽しい—苦痛な, 罰のある—報いのある)上に7点で評定させるもので、合計したものが態度得点となる。主観的規範(SN)に関しては、重要な他者(準拠人)として、親、友達、式場や街中で出合う一般の人々、の3種類が設定され、それぞれについて、たとえば、「あなたの親は、あなたが友人の結婚式にパンツ・ルックで出席することに賛成する」ことが、ありそうであるか、ありそうでないかの7点尺度で規範信念(b)が測定されるというもので、3者の合計が主観的規範の測度となる。本研究においても諸研究の結果に従い(Schlegel, Crawford, & Sanborn, 1977) 重要な他者に従う動機づけ(m)が省略されている。行動意図(I)は、「あなたは、友人の結婚式にパンツ・ルックで出席する」ということが、「ありそうだ」—「ありそうでない」の7点尺度で測られている。

6) デザイン画。もっとも斬新と思われるデザインから伝統的なものまで、ファッション雑誌から選んだ9つのデザイン画を質問紙に印刷し、着たいと思うものから順に3個選ばせ順位をつけさせた。

7) デモグラフィック変数、その他。大学名、学年、年齢、出身高校、住居、自宅の住所、ファッションに関して自由に使える小遣いの月額、いつも読む雑誌、いつも買う雑誌、ファッションに関するものを見たり買ったりするために梅田や三ノ宮周辺を歩く回数、1年間に東京へ行く回数を聞く項目の他に、オピニオン・リーダーシップに関する命題を検討する項目が加えられたものである。

調査の実施 1984年6月下旬から7月上旬にかけて、各大学において授業時間中に、たいいていの場合授業の担当者によって、質問紙を配布して回収するという方法で行なわれた。

結 果

1. 尺度の信頼性

Rogers (1962) は、複数の革新性得点を各々標準化し合計することによって合成革新性得点を作ることができると示唆しているが、本研究においても、リッカート尺度、ガットマン尺度、デザイン画の3種の尺度から合成革新性得点の構成を試みた。

リッカートタイプの尺度は、社会心理学の分野ではもっともよく用いられる尺度であるが、普及学の分野では一般的でないので、1つの試みとして、行動傾向で把えるという点に留意して構成を試みた。17項目は、本調査においても全て革新性の次元でのG-P分析を通

過し($p < .001$)、尺度の内的整合性係数も.70と一応使用に耐えうるものであった。

ガットマン尺度に関しては、Summers (1971) や Kim & Schrank (1982) などの研究にも見られるように、革新的服飾品の所有の有無をきいて革新性を測るという方法が、かなり一般的に用いられており、本研究ではこれをガットマン尺度として尺度化したものであり、その再現性係数も.93と尺度として満足しうる値が得られている。

デザイン画については、9つのデザイン画を革新性という次元で判定者(10人)に判定してもらい、それを基に尺度値を算定し、第1順位で選ばれたデザイン画の尺度値と、選択された3つの画の尺度値の合計の2種類で革新性が測定されたが、デザイン画があまりにも具体的であるため、対象者のデザインそのものに対する好みが大きく影響し、革新者だから必ずしも革新的なデザイン画を選ぶということにはならず、尺度を構成するには至らなかった。

従って、合成革新性得点は、リッカート尺度の標準得点とガットマン尺度の標準得点の合計とした。

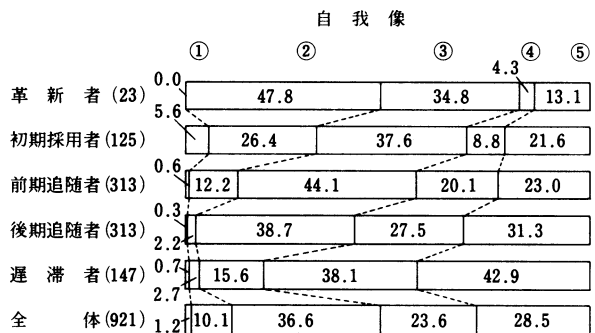
2. 採用者カテゴリーへの分割

リッカート尺度とガットマン尺度の両得点からなる合成革新性得点を用い、Rogers (1962) に基づいて、革新者(2.5%)、初期採用者(13.5%)、前期追随者(34%)、後期追随者(34%)、遅滞者(16%)の5カテゴリーに分割した。

3. 採用者カテゴリーの妥当性

合成革新性得点によるカテゴリー化が妥当であるかどうかは、自我像との関連、および、採用者カテゴリーの諸特性に関する命題との関連で検討された。

1) 自我像と採用者カテゴリー。図3は、合成革新性得点によってカテゴリーに分けられた人々が、それ



- ① 真っ先に採用
- ② 平均的なメンバーよりかなり早く
- ③ 平均的なメンバーが採用する頃になって
- ④ 普及すればそれに従って
- ⑤ あまり採用しない

図3 採用者カテゴリーと自我像

ぞれ自分を主観的にどのカテゴリー（自我像）に位置づけたかを示すものである。カテゴリーと自我像に対応のみられるのは、前期追従者（44.1%）と遅滞者（42.9%）で、他は、他の自我像に位置づける者の方が多く、特に、革新者で「まっ先に採用」と答えた者は皆無であった。しかし、「平均的なメンバーよりかなり早く」と答える者の比率が、革新者、初期採用者に高く、「あまり採用しない」と答える者の比率が、革新者から遅滞者に向かって増加していくなど、また、相関係数も.34 ($P<.001$)と有意な値を示し、かなりのずれはあるものの一応の対応関係は認められるようである。

2) 採用者カテゴリーの特性に関する命題（川本, 1981）との関連。

(1)年齢（学年）とカテゴリー

表1は、「若年層でより早期に採用する」かどうかを見たものである。命題とは全く逆の結果となっている。下線を施したものは周辺比率より高い値を示したものであるが、これを見るとわかるように学年が上るに従って革新的であり、年齢に関する命題は、こと大学生に関する限り当てはまらない。高校卒業したての1年生よりも卒業を控えた4年生の方がファッションナブルであるのは至極当然のことと考えられる。なお、学年における差異が大学の差異を反映したものでないことが、事後的にはあるが、大学と学年のクロス分析による χ^2 検定によって検証されている。

(2)流行意識とカテゴリー

表1 クロス分析（学年×カテゴリー）（%）

	革新者	初期採用者	前期追従者	後期追従者	遅滞者
学年1 (N=235)	1.3	11.1	34.5	33.2	20.0
2 (N=341)	1.8	14.4	29.9	37.5	16.4
3 (N=239)	3.8	16.3	35.6	29.7	14.6
4 (N=106)	4.7	10.4	42.5	34.0	8.5
全体 (N=912)	2.5 (23)	13.6 (125)	34.0 (313)	34.0 (313)	16.0 (147)

表2 「流行に遅れないようにしている」（カテゴリー別平均値）

革新者	初期採用者	前期追従者	後期追従者	遅滞者	全体
3.96	3.50	3.21	2.89	2.39	3.03

($p<.0001$)

表3 「周囲の人が身に付けている服装に興味があるかつ気になる」（平均値）

革新者	初期採用者	前期追従者	後期追従者	遅滞者	全体
4.35	4.23	3.92	3.74	3.05	3.77

($p<.0001$)

表4 「新聞や雑誌のファッションに関する記事を読む」（平均値）

革新者	初期採用者	前期追従者	後期追従者	遅滞者	全体
4.91	4.38	4.23	3.98	3.27	4.03

($p<.0001$)

表5 「テレビ・コマーシャルや広告に登場する人物が身に付けている服装を気にする」（平均値）

革新者	初期採用者	前期追従者	後期追従者	遅滞者	全体
4.22	3.72	3.54	3.31	2.59	3.35

($p<.0001$)

表6 「過去3か月間、誰かとなにか新しいファッションに関して話をした」（平均値）

革新者	初期採用者	前期追従者	後期追従者	遅滞者	全体
4.48	4.26	3.83	3.27	2.74	3.54

($p<.0001$)

表7 「ファッションに関するものを見たり、買ったりするために梅田や三ノ宮周辺を歩く回数」（5点尺度：1. 月に0～1回、2. 月に2～3回、3. 週に1～2回、4. 週に3～4回、5. 週に5回以上）（平均値）

革新者	初期採用者	前期追従者	後期追従者	遅滞者	全体
2.78	2.58	2.14	2.03	1.71	2.11

($p<.0001$)

表2および表3は、「流行意識の高い者はど早期に採用する」かどうかを見たものである。各カテゴリー別の平均値は、遅滞者でもっとも低く、後期追従者、前期追従者、初期採用者と順次高くなっていき、革新者で最も高く、命題を支持する結果となっている（一要因の分散分析の結果 $p<.0001$ で有意）。

(4)コミュニケーションとカテゴリー

表4～表6は、「より早期の採用者は積極的コミュニケーション行動をする」かどうかに関する結果である。マス・コミュニケーション行動（表4と表5）においても、パーソナル・コミュニケーション活動（表6）においても、遅滞者から革新者に向かって順次その平均値は高くなっており、命題が支持されている。また、表7は、Rogers (1971) の命題の1つである「早期採用者は後期採用者にくらべてコスモポリイト指向をもつ」に関する分析結果である。ファッションのために梅田や三ノ宮周辺へ出かける回数は革新性の高いものほど多くなっている。また、1年に東京へ何回行くかを調べた結果でも、1回以上行く者が、革新者61%、初期採用者45%、前期追従者27%、後期追従者24%、遅滞者24%と、同様の傾向を示している。これらの結

果は命題を支持するものである。

(5)リーダーシップとカテゴリー

表8は、“より早期の採用者はリーダーシップを発揮する”かどうかを調べたものである。革新者では過半数(55%)の者が「新しいファッションに関して意見を求められる方」とであると答えているのに対し、遅滞者では、その96%の者が「意見を聞く方」とであると答えており、命題は支持されている。

(6)情報源とカテゴリー

表9と表10は、命題“より早期の採用者は専門情報を求める”に関する結果である。表9によると、革新性の高い方が読む雑誌の数が多い。この傾向は、買う雑誌についても同様の結果であった。さらに、表10は、読む雑誌について列挙してもらった雑誌名の集計結果である。全体として見ると、最もよく読まれている雑誌は「Non No」で、次いで「JJ」、3番目が「Can Cam」

となっているが、革新性との関連で見ると、読む雑誌名を1誌も挙げなかった者は、革新者の方へいくほど少なく、逆に、「An An」、「With」、「More」の3誌は

表8 「あなたは、新しいファッションに関して意見を求められる方ですか、それとも聞く方ですか」(クロス分析)
(%)

	革新者	初期採用者	前期追随者	後期追随者	遅滞者	全 体
求められる方	55	31	16	6	4	13
聞く方	45	69	84	94	96	87

($p < .00001$)

表9 いつも読む雑誌の数(平均値)

革新者	初期採用者	前期追随者	後期追随者	遅滞者	全 体
3.48	3.10	2.62	2.40	1.76	2.49

($p < .0001$)

表10 いつも読む雑誌(雑誌名別集計)

(%)

	な し	J J	Can Cam	Non No	An An	Vi Vi	With	More	オリープ ミスビーロー Mcシスター	その他	合 計
革 新 者	31.3	8.7	6.1	9.6	12.2	0.0	7.8	7.8	1.7	14.8	100.0
初期採用者	38.6	4.6	4.3	11.7	11.0	2.1	3.6	2.7	4.3	17.0	100.0
前期追随者	47.2	6.6	6.0	12.1	5.8	2.2	2.1	2.1	2.5	13.5	100.0
後期追随者	52.4	7.2	5.4	11.6	3.0	2.4	1.0	1.2	1.7	14.2	100.0
遅 滞 者	64.2	4.9	3.9	9.0	1.2	0.5	0.4	0.3	0.5	15.0	100.0
全 体	50.1	6.3	5.3	11.3	5.0	1.9	1.8	1.7	2.1	14.5	100.0

表11 Fishbeinの予測式にもとづく行動意図(I)に関する重回帰分析の結果

		$r^{AB} \beta$		$r^{SN} \beta$		R
パンツ・ルック	革 新 者	.75**	.57*	.66**	.24	.77**
	初期採用者	.61**	.29**	.68**	.48**	.71**
	前期追随者	.50**	.32**	.52**	.36**	.59**
	後期追随者	.49**	.34**	.47**	.27**	.54**
	遅 滞 者	.28**	.14	.36**	.29**	.38**
	全 体	.53**	.32**	.55**	.36**	.61**
マリーン・ルック	革 新 者	.75**	.55**	.66**	.33	.80**
	初期採用者	.71**	.60**	.54**	.18*	.72**
	前期追随者	.62**	.49**	.52**	.23**	.65**
	後期追随者	.55**	.38**	.50**	.25**	.58**
	遅 滞 者	.59**	.39**	.56**	.32**	.64**
	全 体	.62**	.47**	.54**	.24**	.65**
小花模様の ワンピース	革 新 者	.82**	.76**	.70**	.07	.82**
	初期採用者	.75**	.54**	.67**	.29**	.77**
	前期追随者	.69**	.43**	.67**	.37**	.74**
	後期追随者	.70**	.49**	.64**	.31**	.74**
	遅 滞 者	.60**	.48**	.50**	.18*	.61**
	全 体	.69**	.48**	.64**	.31**	.73**

N:革新者(23), 初期採用者(125), 前期追随者(313), 後期追随者(313), 遅滞者(147), 全体(921)

* $p < .05$ ** $p < .01$

革新者の方が多くなっている。挙げられた雑誌が必ずしもファッションの専門誌とはいえないようなものであったので、「その他」としてまとめられた雑誌の詳細な分析を待たなければならないが、「An An」がファッションとしてかなり奇抜なデザインを多く載せ、また、「With」「More」がどちらかといえば学生でない一般の若い女性のファッションを扱った雑誌であるという点から考えて、「より革新的な人ほど専門情報を求める」ということが本カテゴリーからもいえるようである。

以上のように、合成革新性得点による採用者カテゴリーは、理念型としての諸特性を備えており、本研究の採用者カテゴリーが一応使用可能なものであると判断された。

4. Fishbein の予測式に基づく各カテゴリー別重回帰分析の結果

本研究の採用者カテゴリーの妥当性が一応認められたので、このカテゴリーを用い、Fishbein の予測式に基づく各カテゴリー別重回帰分析を行なった結果が表 11 である。重回帰係数 (R) は、平均が、全体で .66、カテゴリー別で .67 とかなり高く、本研究の対象行動である 3 つの被服行動においても、行動に対する態度 (A_B) と主観的規範 (SN) の 2 変数が行動意図 (I) をよく予測し、Fishbein の予測式が有効であることを示した。次に、行動意図が態度と規範のいずれにより強く規定されているかをみるために、両変数の標準回帰係数 (β) に注目してみると、全体では、「パンツ・ルック」の規範変数 (SN) の重み (β) が、態度変数 (A_B) の重み (β) に比べて相対的に高い一方、「マリーン・ルック」と「ワンピース」は態度変数 (A_B) の重み (β) が高く、特に「マリーン・ルック」では、態度変数 (A_B) の重み ($\beta = .47$) が規範変数 (SN) の重み ($\beta = .24$) の約 2 倍になっていて、行動の種類による規定因の違いがみられる。また、カテゴリーに注目してみると、パンツ・ルック行動で、革新者は態度によって、追従者は規範によってより強く規定されているといえるようであるが、他の 2 行動ではまったく異なっており、3 行動に一貫した傾向は認められない。そこで、仮説を検討するために、重回帰分析の結果を、各カテゴリー別に、標準回帰係数のみを用いてまとめたものが表 12(a)~(e) である。表 12(a) をみると、3 行動とも、主観的規範 (SN) の β が有意でないのに対し、行動に対する態度 (A_B) の β が有意でかつ高く、革新者の行動意図が、一貫して、態度 (A_B) によって規定されていた。これは仮説 1 を支持するものである。初期採用者の行動意図は、「パンツ・ルック」のような革新性の高い被服行動に関しては、主観的規範 (SN) の β が .48 ($p < .01$) とどれよりも高く、規範によって

表 12(a)~(e) 採用者カテゴリー別標準回帰係数 (β)

(a) 革新者 ($N=23$)		
	A_B	SN
パンツ・ルック	.57*	.24
マリーン・ルック	.55**	.33
ワンピース	.76**	.07
(b) 初期採用者 ($N=125$)		
	A_B	SN
パンツ・ルック	.29**	.48**
マリーン・ルック	.60**	.18*
ワンピース	.54**	.29**
(c) 前期追従者 ($N=313$)		
	A_B	SN
パンツ・ルック	.32**	.36**
マリーン・ルック	.49**	.23**
ワンピース	.43**	.37**
(d) 後期追従者 ($N=313$)		
	A_B	SN
パンツ・ルック	.34**	.27**
マリーン・ルック	.38**	.25**
ワンピース	.49**	.31**
(e) 遅滞者 ($N=147$)		
	A_B	SN
パンツ・ルック	.14	.29**
マリーン・ルック	.39**	.32**
ワンピース	.48**	.18*

* $p < .05$

** $p < .01$

最も強く規定されていた (仮説 2 支持)。しかし、当時流行の急騰期にあったと考えられる「マリーン・ルック」になると、逆に、行動に対する態度 (A_B) の β が .60 と 5 カテゴリー中最高で、態度によって規定される程度が最も高かった。また、伝統的な被服行動である「小花模様のワンピース」においても態度変数 (A_B) の相対的重み (β) が高い。これは、初期採用者が規範の影響を最も受けるであろうという仮説と対立する結果である (表 12(b))。

そこで、先にも触れたが、行動の種類による違い、すなわち、全体としては、「パンツ・ルック」のような革新的な行動は規範の、「マリーン・ルック」や「ワンピース」のような目下流行中の、あるいは、普及してしまった行動は態度によって決められるということの理由を解明するために、普及率とファッションのもつ機能的選択性の観点から分析が試みられた。普及率の

表13 主観的規範 (SN) の行動別カテゴリー別平均値

N	革 新 者 23	初期採用者 125	前期追従者 313	後期追従者 313	遅 滞 者 147	全 体 921
パンツ・ルック	3.33	3.02	2.69	2.55	2.28	2.64**
マリーン・ルック	4.64	4.95	5.01	4.87	4.59	4.88*
ワ ン ピ ー ス	4.48	5.05	5.25	5.34	5.22	5.23*

* $p < .01$ ** $p < .001$, 共に一要因の分散分析の結果。

+平均値の理論的レジンは不賛成 1 点から賛成 7 点で、賛成と不賛成の分岐点は 4 点である。

高さは同調への圧力となる (辻村, 1976) 一方, ファッションのような機能的選択性を有する行動においては, 既に行き亘った, 社会的に承認された行動で, 従って, 自由に選べる選択性の高い行動としての意味を持つと考えられる。表13は, 重要他者の賛成の度合いでもある主観的規範 (SN) の行動別カテゴリー別平均値を示したものである。表13を見ると, 「パンツ・ルック」は平均値も低く, また, 革新者と遅滞者の差 ($\text{diff.} = 1.05$, $p < .01$) も大きい行動で, まだ一般に認められていない行動であるのに対し, 「マリーン・ルック」は平均値も高く, かつ, カテゴリーによる差 (前期追従者と遅滞者の差 $\text{diff.} = .42$, $p < .01$) も小さく, 当時は誰もが認める流行中の被服行動であったといえ, 「ワンピース」は, 平均値からいえば最も承認されていた行動ではあるが革新者の平均値が4.48と低く, カテゴリーによる差もあり (革新者と後期追従者の差 $\text{diff.} = .86$, $p < .05$), 時代遅れの感のある伝統的な被服行動であったと解釈される。

このようにみると, 初期採用者の「マリーン・ルック」における態度変数 (A_B) の β の高さは, 流行を先取りする, あるいは, 流行をリードする初期採用者のオピニオン・リーダー的特性が現れたものと解釈することができる。追従者においては, 行動意図の決定因の重み (β) は, 前期追従者の「パンツ・ルック」を除き, すべて, 規範変数 (SN) の重み (β) に比べて態度変数 (A_B) の重み (β) が相対的に高くなっている。しかしながら, 他のカテゴリーとの比較でみると, 相対的に規範変数 (SN) の重み (β) が高いようである。特に, 既に社会的に認められ選択性の高い行動と考えられる「マリーン・ルック」や「ワンピース」においても規範変数 (SN) の重み (β) は, 前期追従者, 後期追従者とも, 初期採用者のそれよりも相対的に高く, 追従者の行動意図が, 行動の種類にあまり関係なく, 常に規範の影響を受けていることを示している。これは仮説3を支持する方向にあるといえよう (表12(c)・(d))。遅滞者に関しては, 「ワンピース」に仮説4を支持する傾向が見られるものの一貫した知見は得られなかった。仮説4は支持されなかったというべきである

う (表12(e))。

考 察

女子大生の被服行動を対象に, Fishbein の行動の予測式を用い, その行動の決定因の重みに Rogers の採用者カテゴリーの諸特性が顕れるかどうかを数量的に検討しようというのが本研究の当初の目的であった。

しかし, 被服行動が, ある意味では流行と同義のファッションとしてとらえられるという点で, そして, 正しく, 流行と無関係でないからこそ本研究で取り上げられたのだが, その流行の持つ特殊性から, 大きく分けて2つの問題を顕在化させることになった。その1つは採用者カテゴリーのカテゴリー化の問題であり, 他の1つは流行の心理の複雑さである。鈴木 (1976) は, “流行の心理のうちで最も興味深い部分は極めて深層的な性格のものであるが, それは本来一般的な社会調査的手法によっては容易にとらえられるものではない。…仮説発見的な観点からする盲目的な分析のみでは流行の心理に迫ることは不可能であろうかと思う” (p. 129) と述べているが, 今後の研究への手がかりを求めるという意味も含めて, 上記の2点について若干の考察を試みたい。

流行は, “ある流行項目が人びとによって採用され, 拡まり, 定着ないし変化・消滅していく過程” (鈴木, 1977, p. 125) で, 普及過程の一部としてとらえられているが, その特殊な例であり, 一般普及過程には通常みられない特徴を備えている, といわれている。鈴木 (1977) は, それらの特徴を, 1) 新奇性, 2) 効用からの独立, 3) 短命性, 4) 瑣末性, 5) 機能的選択性, 6) 周期性, の6つにまとめており, 宇野 (1979) は, これに, 7) 表層的効用をつけ加えている。流行は, その普及消滅の過程で, いくつかのそれぞれ特徴ある段階 (時期) を経過すると考えられ, 池内 (1968) はそれらを, 1) 潜在期, 2) 初発期, 3) 急騰期, 4) 停滞期, 5) 衰退期に区分している。流行過程に参加する人々の特徴に関しては, Rogers の採用者カテゴリーが用いられているが, 池内 (1968) が流行の段階と

の関連で、革新者は潜在期を特徴づけ、初期採用者は初発期において中心的な役割を果たし、前期追随者は急騰期の主役であり、後期追随者と遅滞者は流行に関してまったくワキ役の役割しか果たさない、と述べているのは示唆である。また、流行への参加の動機に関しても、一般的な説明、たとえば Simmel (1904) にその典型が求められるように、“同調”と“個性化”の一見相矛盾する2つの動機による説明の他に、さまざまな動機が存在を指摘して説明する試みがなされている。鈴木 (1977) はそれらを、1) 自己の価値を高くみせようという動機、2) 集団や社会に適応しようという動機、3) 新奇なものを求める動機、4) 個性化と自己実現の動機、5) 自我防衛の動機、としてまとめている。

以上のように、流行は、新奇性や瑣末性などの流行項目の特性、あるいは、短命性や周期性のような普及の現象型における特性、また、各流行段階の特性や流行に参加する人々の特性、そして、流行採用の動機における特性など、多くの特性が複雑微妙にからみ合って生まれる現象であるといわなければならない。この流行に、農村における技術革新の普及に関連して考えられた採用者カテゴリーをそのまま適用することは、池内 (1968) も指摘するように無理があるかも知れないが、ファッション採用者をカテゴリーに分け、被服行動におけるその行動特性を明らかにするということは、被服行動の理解という点でも、また、採用者カテゴリーの妥当性の検討という点でも必要なことであると考えられる。

Rogers (1962) は、採用者カテゴリーを作る方法を述べるに当たってカテゴリーが、1) すべての回答者が分類されるように包括的であること、2) ある回答者が2つ以上のカテゴリーに属することがないように相互排他的であること、3) 1つの分類基準で分類されていること、が理想的であると述べ、図1にも示されているように、イノベーションの採用の時期に基づいて分類している。本研究では、カテゴリー化は、ファッション行動の採用の時期によらず、ファッション行動における革新的行動傾向を測るリッカート尺度と革新的服飾商品の所有の有無によるガットマン尺度からなる合成革新性得点によった。一応の妥当性が得られたとはいっても、本研究においても、いろいろな複数のファッション行動の採用時期をもとに、それらを標準化して合計した合成革新性得点を用いるべきであったかも知れない。しかし、仮に採用の時期を基準にしたとしても問題は残る。すなわち、イノベーションが登場し、それが採用され普及するためには、そのイノベーションが既存のアイディアを不用のものとしてし

まう相対的な利点を持つと知覚されなければならない。相対的利点とは、イノベーションのもつ優越性であり、技術革新では、通常、経済的な利潤可能性によって示される (Rogers, 1962)。しかし、流行は、本来、社会的にみて有益な結果を生ずる普及ではなく (効用からの独立)、人間生活の本質的な部分とはほとんど無関係で (瑣末性)、また、それが最も優れている、もしくは、それしかないというような選択性に欠ける普及現象ではない (機能的選択性)。つまり、流行を採用しないからといって経済的もしくは社会的に決定的な損失を蒙るというわけではないのである。この相対的利点の点で、流行は技術革新の普及とは決定的に異なる普及過程であると考えられる。有用性を有する技術革新は、通常、普及の速度の緩急はあるにしても、最終的には普及が全体に及ぶと考えられるが、流行の場合はそういった現象は見られない。普及が全体に及ばない事象について、採用の時期を基準に正規分布の性質を用いて操作的にカテゴリー化すること自体無理があるといわなければならない。

また、普及研究では、革新者に注目するあまり遅滞者のカテゴリー化にあまり意を用いないきらいがある。例えば、既に新しいアイディアが普及しているのに依然として伝統的アイディアに過剰同調する人々と、単に無関心なだけの人々とを区別していない。Rogers (1962) も述べているように、遅滞者がイノベーションに抵抗することによって安定性を得ようとするのであれば、そこには、主体的な頑固さがあると推定されるのである。これを、採用時期に基づく分布で区別してカテゴリー化することは困難である。仮説4が支持されなかった原因の一端はこの辺りに求められると考えられる。

このように、採用時期に基づく採用者分布によるカテゴリー化の問題を考えると、流行の研究ではないが Loy (1969) の研究は示唆に豊んでいる。彼は、ASA (Amateur Swimming Association of England) に所属する競技水泳クラブのコーチを対象に、インターバル泳法の普及過程における採用者カテゴリーの社会心理学的特性の検討を行なっているが、その中で、採用の時期を基準にしている点では同じであるが、その分割点を、採用者のインターバル泳法に対する対応の仕方によって任意にとり、4カテゴリーに分けている。それらは、積極的に技術変革を後援した革新者6.5%、積極的に変革に抵抗した遅滞者13.5%、早期採用に好意的であった前期追随者50%、そして、残りの後期採用の後期追随者31%という分類になっているが、少数例では、厳密な操作による分類よりも“自然な分類 (natural groupings)” (p. 79) の方がより賢明である

ようだと述べている。

本研究で用いた合成革新性得点は、分布が正規分布するという点では問題はないのであるが、カテゴリー化の方法における包括性、排他性、単一基準性の3条件に固執するあまり、相対度数で分割するなど機械的に過ぎる危険性を含むものといわなければならない。今後、流行に関していえば流行の消滅過程における中止の時期による中止者の分布によるカテゴリー化も含めて、採用者カテゴリーを検討していきたい。

次に、流行の心理の複雑性についてであるが、本研究の対象が被服行動であるので、流行をファッション（服装）に置き換え、Fishbeinの予測式による分析結果との関連で考察を試みる。

革新者の被服行動に関しては、自分が少数派であることは苦にならず自分がいいと思ったら迷わず着るという革新者の特性がそのまま顕れて仮説1を支持する結果となっている。これは、ファッションの持つ諸特性（効用からの独立、瑣末性、機能的選択性）が革新者の態度と行動の結びつきをより容易にしたといえる。また、動機という点からも、結果は「同調」（規範）よりも「個性化」への欲求（態度）に基づいて行動が起されることを示しており、革新者の諸特性は、ファッション行動において顕著に顕れるといえる。しかし、初期採用者、追従者、遅滞者に関する3つの仮説は必ずしも明確に支持されていない。仮説4に関しては、カテゴリー化に問題があると考えられるので、別にするとしても、問題は初期採用者の行動である。「規範への同調」という点ではフォロワー以上である”

（Rogers・藤沢訳，1966，p. 157）と特徴づけられている初期採用者の行動は、当然、規範によって規定される程度がどのカテゴリーの人々よりも高いと予測されたのであるが、「パンツ・ルック」では正しく仮説通り最高であったのが、「マリーン・ルック」になると全く逆の結果になってしまった。これはどのように解釈されるのかを、ファッションの特性との関連でみてみる。図2に示されるように、採用者カテゴリーの諸特性の大部分は革新性と正の相関がある。これは各命題が示すように、初期採用者が、前期追従者以降のカテゴリーの人々よりもはるかに革新者に近い特性を有しているということである。しかし、オピニオン・リーダーシップに関しては初期採用者を頂点とする山形となっている。初期採用者が、「平均的なメンバーにくらべて社会体系の規範により忠実に同調する」とするならば、それは一重に初期採用者がオピニオン・リーダーとしての役割を果たさんとするからであろう。そして、初期採用者が主役を演じるのは流行の第2段階の初発期である（池内，1968）。「マリーン・ルック」は当時（1984

年6月末～7月初）既に初発期を終え第3段階の急騰期も終りの方の段階にあったと観察され、主役も前期追従者に移ってしまっていたと考えられる。「マリーン・ルックで学校へ行く」という行動は、もう既に社会的にも承認された行動であり、初期採用者がオピニオン・リーダーとして、みんなのために、いわゆる、点検したり試行したりする必要のない行動になっていたと考えることができる。こう考えると、流行段階の初発期では初期採用者の被服行動は規範の影響を最も強く受けるが、それ以降の段階では、むしろ、初期採用者の持つ新奇性への希求や「個性化」への欲求によって行動が起されると推測される。非常に伝統的な規範をもつコミュニティでは、リーダーは前期追従者であることが報告されているが（Rogers & Burdge, 1962），こういった場合の初期採用の行動は、おそらく、革新者同様態度によって規定されるのではないだろうか。

追従者に関しては明確なことは言えないが、一般に行き廻り、社会的に承認された行動においても、他のカテゴリーに比べて規範の影響が大きく、他の人がどう思うかが気になるのは、いかにも追従者の特性を表わしているといわなければならない。しかし、態度との比較でみると、態度の影響力が大きい。これは、流行の特殊性によるもので、ファッション以外の、もっと有用性の高い技術革新の普及過程では、おそらくこのような結果にはならないであろうと予測される。

以上、Rogersの採用者カテゴリーの特性がFishbeinの予測式の各規定因の相対的重みによって説明されるかの検討を通して、被服行動についての若干の理解と、Rogersの採用者カテゴリーの有効性に関する知見を得ることができた。しかし、仮説は支持されなかった部分の方がむしろ大きい。イノベーションの普及過程においてその普及率の認知が採用への社会的圧力となることは知られているところである。本研究で扱ったようなファッションではこれが当てはまらない。ファッションの採用行動以外の有用性の高いイノベーションの採用行動を対象に、普及率の認知との関連で再検討する必要がある。また、Rogersの採用者カテゴリーが人間の社会的行動を扱う分野で、より有効性を発揮するためには、その革新性の一貫性が問題になろう。エアコンの採用と他の耐久消費財の採用には一貫性はあっても、農業上の革新者が政治的イデオロギーの革新者というわけではない。教育の分野では革新者であっても被服行動に関しては遅滞者ということもあろう。革新性を、飽戸・田崎（1982）が提示するような“新しもの好き”と“好奇心”というような一般的な特性としてとらえられるものなのか、あるいは、次元の異

なる革新性のパターンでとらえられるのか、それとも全く対象特長的にしかとらえられないのか、興味ある問題である。今後の課題としたい。

なお、本研究の調査で扱った変数で本稿で触れなかったものがかなりあるが、紙幅の都合で割愛した。追って報告する予定である。

要 約

女子大生の被服行動を対象に、Fishbein の行動の予測式を用い、その行動の決定因の重みに Rogers の採用者カテゴリーの諸特性が顕れるかどうかを数量的に検討することによって、被服行動がどのように決定されるかを知ると同時に、採用者カテゴリーの妥当性の検討を試みた。Fishbein の予測式と Rogers の採用者カテゴリーの特性から 4 つの仮説が立てられた。仮説 1. 革新者の行動意図は規範よりも態度によって規定される。仮説 2. 初期採用者の行動意図は規範によって規定される程度が最も高い。仮説 3. 追従者の行動意図は態度よりも規範によって規定される。仮説 4. 遅滞者の行動意図は、革新者同様、規範よりも態度によって規定される。

対象者は女子大生 921 名で、ファッション行動における革新性の次元に基づき 5 つのカテゴリーに分類された。対象行動は、「友人の結婚式にパンツ・ルックで出席する」(革新的)、「マリーヌ・ルックで学校へ行く」(当時流行中)、「レースをあしらった小花模様のワンピースを着る」(伝統的)の 3 被服行動で、調査は、1984 年 6 月下旬から 7 月上旬にかけて実施された。

採用者カテゴリーの妥当性が、革新性の自我像はじめ、流行意識、コミュニケーション行動、情報の収集他の点から検討され、支持された。そこで、行動の種類別、カテゴリー別に、Fishbein の予測式に基づく重回帰分析が行なわれ、態度と規範の各重みの検討が行われた結果、仮説 1 は支持された。仮説 2 は「パンツ・ルック」でのみ支持され、仮説 3 は支持される方向にあったが、仮説 4 は支持されなかった。支持されなかった原因について、ファッションが普及過程の中でも特殊なものであるという観点から、ファッションと一般普及過程とを区別する特性や、ファッション採用の動機などによる考察が試みられた。採用者カテゴリーに関しても若干の考察が試みられた。

引 用 文 献

- Ajzen, I., & Fishbein, M. 1970 The prediction of behavior from attitudinal and normative variables. *Journal of Experimental Social Psychology*, **6**, 466~487.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. 1972 Attitudes and normative beliefs as factors influencing behavioral intentions. *Journal of Personality and Social Psychology*, **21**, 1~9.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. 1980 *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice Hall.
- 鮎戸弘・田崎篤郎 1982 付録ライフスタイル・スケール 鮎戸弘・鈴木裕久・田崎篤郎・嶋田智光 現代の心理学 経済心理学—マーケティングと広告のための心理学— 朝倉書店 pp. 217~234.
- 青池慎一・宇野善康 1982 革新的アイディアの普及に関する諸命題その(3)—水田除草剤(Sodium-Pentachlorophenol)の普及過程の考察 哲学 **60**, 37~81.
- Deutscher, I. 1966 Words and deeds: Social science and social Policy. *Social Problems*, **13**, 235~254.
- Ehrlich, H. J. 1969 Attitudes, behavior, and the intervening variables. *American Sociologist*, **4**, 29~34.
- Fishbein, M. 1967 Attitude and the prediction of behavior. In M. Fishbein (Ed.) *Readings in Attitude Theory and Measurement*. John Wiley & Sons, Inc., pp. 477~492.
- Fishbein, M. 1975 *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An introduction to theory research*. Addison-Wesley.
- 池内一 1968 流行 八木晃(編) 心理学Ⅱ 培風館 pp. 317~338.
- 猪股佐登留 1982 態度の心理学 八木晃監修 現代の心理学 8 培風館.
- 井上和子 1977 態度と行動(1) 田中国夫編著 新版 現代社会心理学 誠信書房 pp. 170~179.
- 井上和子・田中国夫 1973 行動の予測因としての態度およびその他の変数に関する研究 (I) 心理学研究 **44** 195~205.
- 井上和子・広沢俊宗・田中国夫 1984 青年期における行動の予測因に関する発達的研究 心理学研究 **55** 95~101.
- 川本勝 1981 流行の社会心理学 勁草書房.
- Kim, M., & Schrank, H. L. 1982 Fashion Leadership: A two-culture study part 1: Fashion Leadership among Korean college women. *Home Economics Research Journal*, **10**, 227~234.
- 神山進 1985 被服心理学 光生館.
- 日下公人 1980 80年代日本の読み方 祥伝社.
- Liska, A. E. 1975 *The Consistency Controversy: Read-*

- ings on *The Impact of Attitude on Behavior*. Wiley.
- Loy, J. W., Jr. 1969 Social psychological characteristics of Innovators. *American Sociological Review*, **34**, 73~82.
- Polegato, R., & Wall, M. 1980 Information seeking by fashion opinion leaders and followers. *Home Economics Research Journal*, **8**, 327~338.
- Rogers, E. M. 1962 *Diffusion of Innovations*. Free Press. (E. ロジャース著・藤竹暁訳 1966 技術革新の普及過程 培風館).
- Rogers, E. M., & Burdge, R. J. 1962 Community Norms, Opinion Leadership, and Innovativeness Among Truck Growers, Wooster. Ohio Agricultural Experiment Station Research Bulletin. -RS. Cited by E. M. Rogers, Diffusion of Innovation. Free Press, 1962.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. 1971 *Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach*. Free Press. (E. M. ロジャース著・宇野善康監訳 1981 イノベーション普及学入門 産業能率大学).
- 斎藤定良 1959 流行 戸川行男編 講座現代社会心理学 4 : 大衆現象の心理 中山書店 pp. 182~207.
- 佐々木董 1982 被服の規範意識 日本繊維機械学会被服心理学研究分科会夏期集中研修会(昭和57年8月)要旨集 pp. 1~12. 神山進 被服心理学 光生館 1985 pp. 80~83.
- Schlegel, R. P., Crawford, C. A., & Sanborn, M. 1977 Correspondence and mediational properties of the Fishbein model: An application to adolescent alcohol use. *Journal of Experimental Social Psychology*, **13**, 421~430.
- 嶋田智光 1982 イノベーション普及過程理論の応用 鮑戸弘・鈴木裕久・田崎篤郎・嶋田智光 現代社会心理学 経済心理学—マーケティングと広告のための心理学— 朝倉書店 pp. 206~216.
- Simmel, G. 1904 Fashion. *International Quarterly*, **10**, 130~155. Reprinted in *American Journal of Sociology*, 1957, **62**, 541~558.
- Summers, J. O. 1970 The identity of women's clothing fashion opinion leaders. *Journal of Marketing Research*, **7**, 178~185.
- Summers, J. O. 1971 Generalized Change Agents and Innovativeness. *Journal of Marketing Research*, **8**, 313~316.
- 鈴木裕久 1976 女と流行 日本人研究会編 日本人研究 No. 3 至誠堂 pp. 105~130.
- 鈴木裕久 1977 流行 池内一編 講座社会心理学 3 集合現象 東京大学出版会 pp. 121~151.
- 辻村明他(ディフュージョン研究グループ) 1976 伝播普及過程の社会心理学的研究 東京大学新聞研究所紀要 **24** 97~165.
- 宇野善康・青池慎一 1967 a 革新的アイディアの普及に関する諸命題—商品化作物(菊)栽培の普及過程の考察 年報社会心理学 pp. 205~218.
- 宇野善康・青池慎一 1967 b 革新的アイディアの普及に関する諸命題その(2)—商品化作物(りんどう)栽培の普及過程の考察 哲学 **50** 229~258.
- 宇野善康 1979 流行 大橋正夫・佐々木董編 社会心理学を学ぶ 有斐閣選書 pp. 214~229.
- Wicker, A. W. 1969 Attitude vs actions: The relation of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. *Journal of Social Issues*, **25**, 41~78.