

自己呈示ツールとしてのリクルートスーツ (2)

Wearing Attire for Job Hunting, #2

遠藤 健治
Kenji ENDO

問題

大学生にとって、就職活動は自己の能力の高さや協調的な人格を人事担当者に印象づけ、内定を獲得することを目的とした自己呈示行動である。就職面接は短時間であるので、姿勢、表情、アイコンタクト等と並んで、被服や化粧等の装いも印象操作上重要である。森岡 (2015) は「人と人が初めて会う限られた時間の中で、人物の評価を決定する場面の代表例としては就職活動における面接が挙げられる。黒のリクルートスーツに白シャツ、黒髪が一般的であり、制服が決まっているかのように順守される。その理由としては、社会的に望ましい印象を与えるからだと考えられる」と述べている。

中野・神山・今村・奥窪 (1996) によれば、女子大学生の多くは就職活動の被服として、スカートスーツ、テイラードの襟、タイトスカート、紺のスーツに白いブラウスという着装をしている。このような画一的な着装で、彼女たちは何を伝えようとしているのか。中川 (1986) が女子大学生335名を対象として、会社訪問などの場面で着用する衣服を選択する際にどのような基準を気にするかを調べたところ、「デザインがその場の雰囲気にあった衣服」「自分の立場に相応しい衣服」「周囲の人に好ましく思われる衣服」「儀礼や品位を表した衣服」などが重視されており、他者の着装規範に適合 (迎合) するような被服選択をしていると思われる。小林 (1986) もリクルートスーツで「何を表現したいか」を問うたところ、「学生らしさ (19.2%)」「誠実さ (15.7%)」「まじめさ (15.1%)」「堅実さ (14.6%)」の回答が上位であった。人事担当者に伝えたいのは、有能さでもなく、リーダーシップ能力でもなく、「地頭」の良さでもなく、戦略的自己呈示の「示範」に該当するようなパーソナリティのイメージである。高橋・大枝 (2013) は、大学3・4年生の男女131名 (男性35名、女性96名、就職活動の経験者は全体の25.2%) を対象に、就職活動時の服装を採り上げ、服装によって演出したい自己と被服行動の関連を検討した。参加者には、就職活動時に「服装は自由」と指定された場合を想定させ、被服によって演出したい自己を戦略的自己呈示の側面 (取り入り、自己宣伝、示範、威嚇、哀願) から回答を求めた。また服装については機能性、流行性、規範、おしゃれ志向の側面から回答を求めた。演出したい自己イメージは、全体では、「親しみやすい人物」、「常識的な人物」が、男性では、「誠実な人物」、「落ち着いた人物」、「常識的な人物」、女性では「親し

みやすい人物」,「明るい人物」,「常識的な人物」が5段階評価の4.0以上の評価を受けていた。反対に平均値が2.0に満たない自己イメージは,男性では「女性的な人物」,女性では「男性的な人物」であった。被服行動に関しては,全体では「暑い時にはジャケットを着ない」「半そでのシャツ(ブラウス)を着る」「暑い時にはシャツ(ブラウス)の第一ボタンをあける」「暑い時にはネクタイをしない」など機能性(クールビズ)に関わる行動の評価が中点(どちらでもない)以上であった。男性では,「暑い時にはジャケットを着ない」「暑い時にはネクタイをしない」が,女性では「暑い時にはジャケットを着ない」「半そでのシャツ(ブラウス)を着る」「暑い時にはシャツ(ブラウス)の第一ボタンをあける」「シャツ(ブラウス)以外のインナーを着る」「リクルートスーツ以外を着る」が中点以上であった。筆者たちは文章としては記していないが,掲載された図表から評価値が1(あてはまらない)~2(あまりあてはまらない)の間にある行動を全体から拾い上げてみると,「ブレスレット(バングル)をする」「指輪をつける」「カラーコンタクトをする」「パーマをかける」「ピアスをつける」「伊達メガネをかける」などおしゃれ志向に関わる行動があげられる。高橋・大枝(2013)はさらに服装によって演出したい自己と,被服行動についてそれぞれ因子分析を行い,前者では誠実因子,積極性因子,洗練因子,女性的因子の4因子を,後者ではおしゃれ志向因子,規範逸脱因子,機能性重視因子の3因子を抽出した。これらの服装によって演出したい自己の因子と被服行動の因子との関連を見たところ,誠実な自己を演出したい群は,あまり演出したいと思わない群よりも,おしゃれ志向が低く(両群とも低いのだが),規範逸脱も低い。また洗練された自己を演出しようと思わない群は,演出したい群よりも更におしゃれ志向が低く,規範逸脱も低い。誠実さを印象づけようと意図した場合はおしゃれを回避し,着装規範に従おうとする傾向であろう。

森岡(2015)は「社会的に望ましい印象」という表現をとっているが,個人の持つ内的特性としての社会的望ましさに関し,Anderson(1968)は,555のパーソナリティ特性を表す語を大学生に示して,その言葉で記述される人物を思い描いて,その人物にどの程度望ましいかを評定させた。その結果,上位の10語を挙げると, sincere, honest, understanding, loyal, truthful, trustworthy, intelligent, dependable, open-minded, thoughtfulとなった。10語のうち3語が知性に関する特性で,残りの7語は,誠実に,正直に他者に接する特性となっている。反対に最も好ましくない下位10語の中には liar, phony, dishonest, untruthful, untrustworthy といった嘘つきや誠実ではない特性が5語もリストされている。誠実で知性がある,というのが社会的に望ましい特性ということになる。他者から好意や高い評価を得ることを意図するならば,誠実さと知性の呈示は重要であり,社会人かつ企業人として多数の中から選抜される(採用される)就職活動場面では,それらの特性の呈示はより重要度を増すと考えられる。

内的な特性を呈示する際に,女子学生の場合,生物学的にも社会学的にも女性であることが,外見から見ても若く女性らしい女性であることが,公平な評価を妨げる可能性がある。評価者の側の性役割ステレオタイプの存在である。女性性や外見的魅力が職業との関連でどのように評価されるかについては,70年代の海外の研究に多く見られる。Dion, Berscheid, & Walster(1972)の古典的研究では,身体的魅力の高い男女は職業上の能力を高く見積もられることを示し,“What Is Beautiful Is Good”ステレオタイプを確認した。これは逆の見方をするならば,“美しくないもの

は良くない”というステレオタイプでもあり、外見によって職業的適性を判断されることになる。Dermer & Thiel (1975) では、魅力的な人は、そうでない人より、社会的に望ましいパーソナリティを持っており、職業的にも高い地位に就くと記されている。Snyder, Tanke, & Berscheid (1977) は、会ったことのない女子学生と電話で会話をするという課題を行った男子学生の会話について分析を行った。相手の女子学生について写真のついた人物紹介書を被験者に呈示するが、このとき、身体的に魅力的な写真を対呈示する条件と魅力的ではない写真を対呈示する条件を設定した。身体的魅力の高い写真を対呈示された男子学生は、相手の女子学生を社交的で、落ち着いた、ユーモアのある、社会的に適応した女性であるとしたのに対して、身体的魅力の低い写真を対呈示された男子学生は、相手の女性を非社交的で、不器用、まじめで、社会的適応に欠けるといったイメージをつくりあげていた。外見が社会的望ましき評価にも影響を及ぼしていたわけである。Dipboye, Arvey & Terpstra (1977) は、男女大学生に就職の面接官の役割を割り当てて、求職者の梗概を読んだ後、採用可能性と給料についての評定を求めた。梗概には、求職者の写真(魅力的、普通、魅力的ではない、のいずれか)が添付されていた。梗概は優れたものと劣ったものの2種類が用意されていた。結果は、男女ともに身体的魅力の高い求職者の方が採用可能性、給料が高く見積もられる傾向があったのだが、一貫して男性求職者に対する評価の方が高いという結果も得られていた。女性の方が職業適性を低く見積もられるという性役割ステレオタイプの存在が強く示唆されている。また Heilman & Saruwatari (1979) は、女性の美貌は、人と接する能力を高く評価されるため事務職には有利に働くが、決断力やリーダーシップの能力を低く見積もられるため、管理職には不利に働くと述べている。このようなステレオタイプは、総合職をめざす女性にとって明らかに妨害要因である。わが国においては、伊藤 (1978) は、性役割期待の異なる様々な特性語を呈示して、その社会的な評価の高さを評定させたところ、男性性を示す特性語(冒険心に富んだ、たくましい、大胆な、指導力のある、信念を持った、頼りがいのある、行動力のある、自己主張のできる、意志の強い、決断力のある)の社会的評価が高かったものの、忍耐強い、心の広い、頭の良い、明るい、暖かい、誠実な、健康な、率直な、自分の生き方のある、視野の広いの特性語で示される人間性(Humanity)が最も社会的評価の得点が高かったと報告している。ここで示されている人間性は上述した社会的望ましさに該当する。逆に言えば、女性性(かわいい、優雅な、色気のある、献身的な、愛嬌のある、言葉使いのていねいな、繊細な、従順な、静かな、おしゃれな)は、男性からも女性からも社会的には極めて低い評価しか受けていないわけである。外見から呈示される女性性(美貌)も、特性としての女性性も、社会人として選択される(採用される)ことを目的とした場合、これらを強く呈示することは、不満足な結果をもたらすと予想される。就職活動では、女性は、女性でありながら女性性を少なからず“封印”するような被服選択をしていると予想される。

本研究では、女子大学生を対象として、就職活動において、どのような自己イメージを呈示しようとしているのか、そのためにどのような着装を避け、どのような被服を着用しようとしているのかを検討した。

研究 I

前回報告（遠藤,2013a）では、女子学生たちは普段「示範」と「取り入り」の戦略的自己呈示を頻繁に行っていた。一方「自己宣伝」は中程度のレベルに留まっていた。日常、自分がきちんとした人間であること（示範）、好ましい人間であること（取り入り）をかなり強く呈示したいと思っているようであったが、有能な人間であること（自己宣伝）は前2者ほど重要視されてはいなかった。しかし、就職活動において、自分が選択（採用）されるには有能であることの呈示が重要となろう。そして、その反面として外見的魅力の高い女性は決断力やリーダーシップの能力が低いとステレオタイプ的に認知されることを危惧するならば、外見的魅力の呈示は控えると予想される。

研究 I では、就職活動を身近に体験している3・4年生を対象に、対峙する相手を想定させた上で、どのような自己イメージを与えることを重視しているかを調査した。

方法

被調査者 就職活動を行っている、もしくは終了した都内私立大学に在籍する女子学生。

手続き 被調査者に「就職活動（面接）をする」「恋人とデートをする」「同性の友人と遊ぶ」の3場面を想定させ、場面ごとに16項目の特性形容語を呈示して、相手にそのようなイメージを与えることはどの程度重要かを評定させた。回答者数は就職活動197名、恋人とデート196名、友人と遊ぶ180名であった。

測定尺度 特性形容語は遠藤（2013a;2014）より選出した。内的特性だけでなく、外見的魅力に関する評価項目も含まれている点で、今回の調査に適していると考えられた。「まったく重要ではない」から「非常に重要である」までの7段階評定。

結果

回答について「まったく重要ではない」を1～「非常に重要である」を7と得点化し、想定場面×項目の組み合わせごとに平均値を求めたところ、図1のようになった。就職活動場面で重視された項目は、「積極的な」「明るい」「知的な」「まじめな」「落ち着いた」「親しみやすい」「健康的な」「自信のある」等であった。一方「セクシーな」は極めて重要度は低く、「ひかえめな」「女性的」もそれに準じて重視されていなかった。項目ごとに想定場面を要因とする分散分析を行ったところ、「明るい」「親しみやすい」以外の項目で場面により重要度が異なることが検出された（下位検定はTukeyのWSD）。「まじめな」($F_{(2,572)}=60.484, p<.001$)「落ち着いた」($F_{(2,572)}=25.467, p<.001$)「自信のある」($F_{(2,572)}=42.357, p<.001$)「積極的な」($F_{(2,571)}=78.471, p<.001$)では就職活動場面での重要度が、恋人および友人場面での重要度よりも有意に高く、「大人っぽい」($F_{(2,572)}=7.369, p<.001$)「健康的」($F_{(2,572)}=6.970, p<.01$)「知的な」($F_{(2,572)}=30.322, p<.001$)では友人場面よりも恋人および就職活動場面での重要度が高かった。反対に、就職活動場面での重要度が友人や恋人および友人場面よりも低

い項目としては、「可愛い ($F_{(2,572)}=83.726, p<.001$)」「セクシーな ($F_{(2,572)}=70.437, p<.001$)」「女性的 ($F_{(2,572)}=79.042, p<.001$)」「親切的な ($F_{(2,572)}=15.490, p<.001$)」「心の広い ($F_{(2,572)}=5.196, p<.01$)」が挙げられる。「ひかえめな ($F_{(2,572)}=15.135, p<.001$)」と「美しい ($F_{(2,572)}=27.116, p<.001$)」は上記とはやや異なる傾向で、恋人場面での重要度が友人および就職活動場面よりも高かった。呈示したい自己イメージは、対峙する相手によって変えており、就職活動場面では、社会的望ましさや力本性に関わる特性を呈示することが重要で、女性的魅力の呈示は重視されていない。

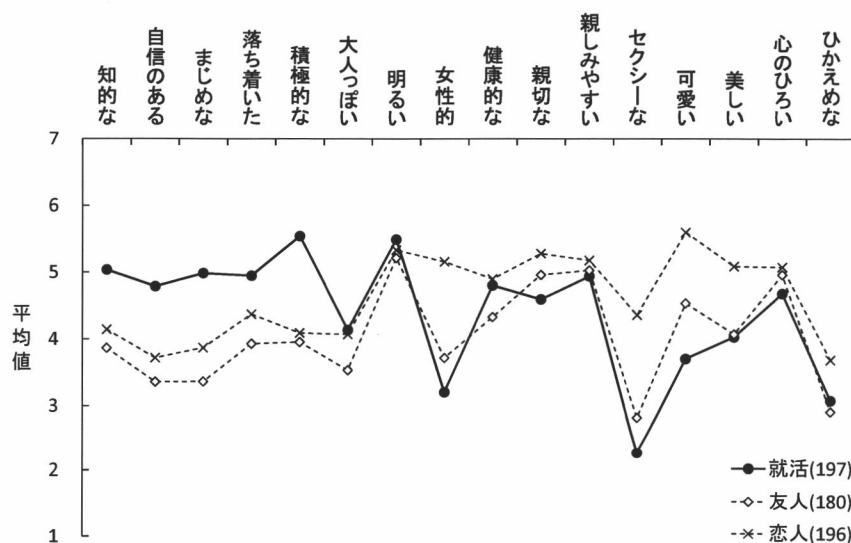


図1. 呈示したい自己イメージ

次に16項目を因子分析（主因子法・バリマックス回転，固有値1以上を抽出）を行った結果3つの因子が抽出された（累積寄与率66%）。第Ⅰ因子は「知的な（因子負荷量.83）」「自信のある（.77）」「まじめな（.76）」「落ち着いた（.70）」「積極的な（.69）」「健康的な（.55）」「大人っぽい（.52）」「明るい（.50）」などの項目で因子負荷量が高く「アクティブに仕事のできる大人の女性イメージ」因子（ $\alpha=.89$ ）と解釈した。伊藤（1986）の性役割特性語の分類に従えば，男性性Masculinityと人間性Humanityの複合した特性である。第Ⅱ因子は「女性的（.76）」「健康的な（.64）」「可愛い（.60）」「親切的な（.59）」「美しい（.56）」などの項目で因子負荷量が高いので「健全で親和的な女性イメージ」因子（ $\alpha=.83$ ）と命名し，第Ⅲ因子は「セクシーな（.79）」「可愛い（.64）」「美しい（.57）」「心のひろい（.56）」「ひかえめな（.53）」などの項目で因子負荷量が高いので「外見的魅力の高い女性イメージ」因子（ $\alpha=.82$ ）とした。伊藤（1986）の分類では，第Ⅱ因子は女性性と人間性の複合した特性，第Ⅲ因子は女性性を示す特性に該当する。

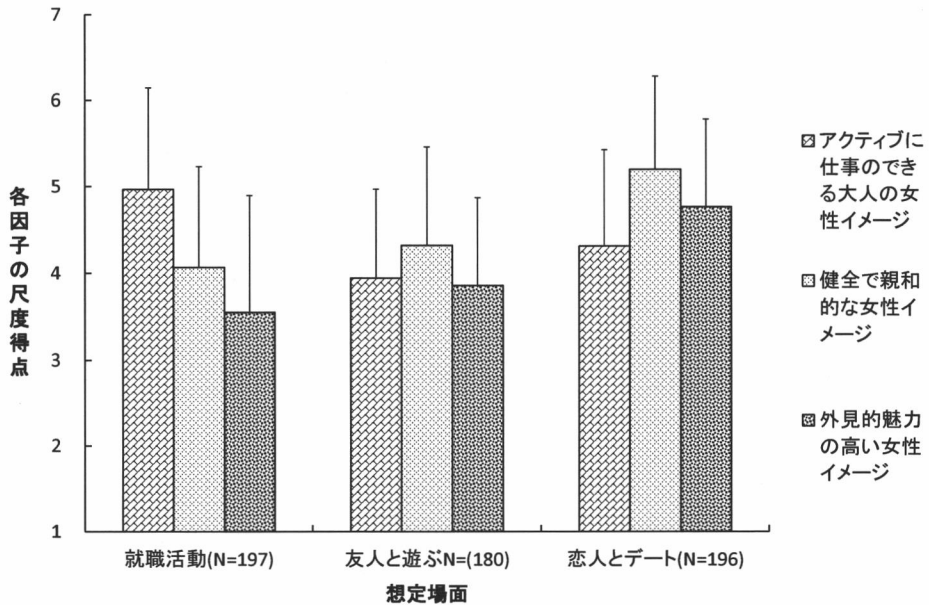


図2. 呈示したい自己イメージ

各因子の尺度得点を求め、想定場面を要因とする分散分析および下位検定を行ったところ、「アクティブに仕事のできる大人の女性イメージ」因子では 友人<恋人<就職活動 という有意差が検出され ($F_{(2,572)}=41.329, p<.001$), 就職活動でとりわけ呈示したい自己イメージであった。他方、「健全で親和的な女性イメージ」因子 ($F_{(2,572)}=54.670, p<.001$) と「外見的魅力の高い女性イメージ」因子 ($F_{(2,572)}=59.563, p<.001$) では、全く逆に 就職活動<友人<恋人 という差が認められた。就職活動での「外見的魅力の高い女性イメージ」因子得点は3.55 ($SD1.34$) と中点にすら達していない。女性性に関わる特性の呈示は回避され、男性性と人間性の呈示を重視していると見られる。

研究Ⅱ

研究Ⅰでは、どのような自己イメージを呈示することが重要かを調査した。言い換えれば自己主張的な自己呈示である。しかし、その反面には呈示したくない自己イメージも存在する。どのように見られたいか、ではなく、どのように見られたくないか、である。見せたい自己イメージを強調し、見せたくない自己イメージは隠蔽するのが、他者からの高評価や好意的処遇を受けるための正当な戦略といえよう。被服の分野では、見せたくない自己イメージは、“ファッションリスク”のテーマの下で検討されている。研究Ⅱでは、就職活動に着用する被服を「リクルートスーツ」と定義し、リクルートスーツ着用にあたって、女子学生たちがどのような事項をリスクと見なしているかを検討した。

方法

被調査者 都内私立大学に在籍する女子学生3・4生180名。

[通学着] [リクルートスーツ] [ミニスカート] を購入・着用する際に、それぞれどのようなファッションリスクを気にするかを回答させた。

測定尺度 リスク項目は遠藤(2012;2014)で選出された6因子34項目を使用した。第Ⅰ因子はおしゃれに見られないことをリスクとみなす“おしゃれ懸念因子”で、「おしゃれに見えないのではないか」「可愛くないのではないか」「趣味やセンスが悪いと思われるのではないか」「地味すぎるのではないか」「手持ちの服やアクセサリとコーディネートしにくいのではないか」「いつも同じような外装になってしまうのではないか」「流行に疎いと思われるのではないか」で構成される。第Ⅱ因子は不適切な着装により相手を不快にしまい、自分への評価が低まることをリスクとみなす“対人懸念因子”で、「周囲の人の信用を損なってしまうのではないか」「慎みがないと思われるのではないか」「周囲の人に失礼になるのではないか」「伝統やしきたりに合わないのではないか」「清潔感が損なわれてしまうのではないか」「だらしないのではないか」「自分の社会的地位・身分や立場に、ふさわしくないのではないか」で構成される。第Ⅲ因子は被服を着装すること自体の快適感が損なわれることをリスクとみなす“着心地懸念因子”で、「体を動かしにくいのではないか」「リラックスできないのではないか」「着心地が悪いのではないか」「着たり脱いだりが、しにくいのではないか」「温度調節がしにくいのではないか」「肩が凝るのではないか」で構成される。第Ⅳ因子は自分らしい着装を他者に呈示できないことをリスクとみなす“自己顕示懸念因子”で、「自分らしさが表現できないのではないか」「面白味のない人間に見えてしまうのではないか」「自分の魅力を引き立たせることができないのではないか」「冒険心や遊び心が無いのではないか」「人目を引かないのではないか」「まわりの人と同じになってしまうのではないか」で構成される。第Ⅴ因子は肌や下着を他者に見られたり言及されたりして不快な思いをすることをリスクとみなす“性的ハラスメント懸念因子”で、「セクシーすぎるのではないか」「デザインや配色が大胆すぎるのではないか」「肌が出すぎるのではないか」「下着が見えてしまうのではないか」「派手すぎるのではないか」で構成される。第Ⅵ因子は被服自体の維持管理が難しいことをリスクとみなす“管理懸念因子”で、「汚れやすいのではないか」「洗濯や取り扱いが難しいのではないか」「型くずれが、しやすいのではないか」で構成される。各項目について、「全く気にしない」から「非常に気にする」までの5段階で評定を求めた。

結果

評定値に1～5の得点を与え、6因子ごとに尺度得点に求め、各場面の平均値を図示すると図3が得られる。得点が高いほどリスクと見なしていることを示している。

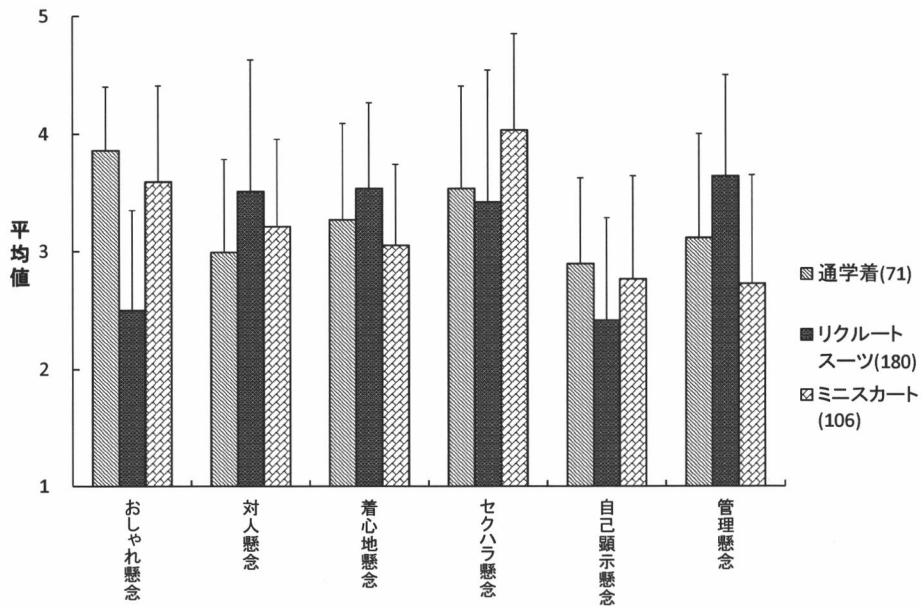


図3. 被服とファッションリスク

リクルートスーツに関しては、おしゃれ懸念因子で2.50 ($SD.85$)、対人懸念因子で3.51 (1.11)、着心地懸念因子で3.54 (.72)、自己顕示懸念因子で2.41 (.87)、セクハラ懸念因子で3.42 (1.11)、管理懸念因子で3.64 (.85) となった。各因子の尺度得点を従属変数、想定場面を要因として分散分析を行ったところ、全ての因子で場面間の有意差が認められた (おしゃれ懸念 $F_{(2,356)}=106.676$, $p<.001$ / 対人懸念 $F_{(2,356)}=8.533$, $p<.001$ / 着心地懸念 $F_{(2,356)}=14.991$, $p<.001$ / セクハラ懸念 $F_{(2,356)}=13.163$, $p<.001$ / 自己顕示懸念 $F_{(2,356)}=10.487$, $p<.001$ / 管理懸念 $F_{(2,356)}=37.359$, $p<.001$)。リクルートスーツに係る懸念が他の被服への懸念と比べて差が見られたのは、おしゃれ懸念・自己顕示懸念においてリクルートスーツはミニスカートや通学着よりもリスク認知が低く、対人懸念・着心地懸念・管理懸念においてリクルートスーツはミニスカートや通学着よりもリスク認知が高い、というものであった (セクハラ懸念は全ての被服で一定の高さを有しているが、リクルートスーツや通学着よりもミニスカートの方がリスクをより高く認知していた)。概括すると、就職活動用の被服において、おしゃれに見えない、流行に疎い、人目を引かない、自分らしさが表現できないといったことは、重要な懸念事項ではない。だらしないと思われたり周囲の人の不興をかけてしまうこと、着心地が悪く体を動かすににくいこと、肌が出過ぎたり下着が見えたりしてしまうこと、型くずれしてしまうことなどのリスク懸念が高かった。

研究Ⅲ

遠藤 (2013a) では、男女大学生を対象として、日常、被服による印象管理をどの程度支持しているかを調査し、自分の評価は服装によって影響を受け、周囲にあわせて着装すること、好印象を受けるような着装をすることが大事で、「能力があれば、格好は関係ない」とは思わない、という傾向を確認した。研究Ⅲでは、「就職活動をする際」と場面設定を限定した上で、就職活動を身近に体験している3・4年生が印象管理傾向をどのように示すかを検討する。

方法

被調査者 就職活動を行っている、もしくは終了した都内私立大学に在籍する女子学生3・4生120名。

手続き 就職活動のときの着装を想定させ、印象管理傾向を示す項目を示し、それぞれ自分の印象を服装によって管理しようとしている程度を回答させた。

測定尺度 服装による印象管理傾向を測定するためには、前回報告 (遠藤, 2013) と同様、大石 (2006) の尺度を用いた。これは「仕事のときの服装によって自分の評価に影響が出ると思う」「勤務態度を判断する際に、上司は私の服装も考慮していると思う」「仕事で成功したいなら、自分の外見に気を使うのは当然である」など〔評価重視型〕に分類される5項目、「仕事の時は、いつも予定にあわせてふさわしい服装にしている」「仕事の服を選ぶときは、なによりもまず状況や目的を考える」「仕事の時は、同僚とのバランスを考えて服装を選ぶ」など〔適応重視型〕に分類される5項目、「職場での立場や地位にふさわしい服装をしている」「仕事で会う人たちに良い印象をもたれる服装をしている」など〔自己表現重視型〕に分類される4項目、「仕事の能力があれば、格好は関係ない」「仕事の時の服装は適当でかまわない」など〔不審型〕に分類される3項目、計17項目で構成されている。これも自分の考えに該当する程度を5段階で評定させた。

結果

得られた評定結果について「全くあてはまらない」を1点～「よくあてはまる」を5点と得点化し印象管理を重視する型ごとに平均値を求めた結果、評価重視型4.08 ($SD.54$)、適応重視型4.00 (.50)、自己表現重視型3.92 (.55)、不審型2.37 (.67) となった。各得点を従属変数、印象管理型を要因とする分散分析を行ったところ、印象管理型による有意な変動が認められたので ($F_{(3,402)}=91.828$, $p<.001$)、推定周辺平均に基づいた多重比較を行った結果、評価重視型>適応重視型=自己表現重視型>不審型 という差が確認された。評価重視型、適応重視型、自己表現重視型がともに4.0前後の値をとっており、不審型が著しく低いのは、前回報告 (遠藤, 2013) と同様の結果である。今回は就職活動を明確に意識しての回答であったが、就職活動を想定しない場合での結果と比べて、評価重視型や適応重視型の得点に変化はなかった。

研究Ⅳ

研究Ⅰでは、女性性に係る自己イメージの呈示は抑制される傾向があることが示され、研究Ⅱでは、リクルートスーツでおしゃれや自分らしさを表現できないことは重要な懸念事項ではないと見なされていた。研究Ⅳでは、着装行動を取り上げ、就職活動場面での被服選択の傾向を検討する。

方法

被調査者 都内私立大学に在籍する3・4年生の女性で、就職活動場面、デート場面、友人場面は76名が繰り返し回答し、普段場面は別の38名が回答した。

手続き 被調査者に、[就職活動][恋人とデート][同性友人と遊ぶ][普段]の4場面を想定させ、それぞれ「以下の着装はどの程度あてはまりますか」と教示して、着装傾向を回答させた。

測定尺度 着装行動の項目には、杉山・小林(1992)が女らしさに関する意識調査に使用した尺度より、着装に関わる22項目を選出し使用した(ロングヘアにする／色っぽい服装をする／ブラウスとスカートを着用する／個性的な服装をする／ボディコンシャスな服装をする／上品なワンピースを着る／流行にそった着装をする／平凡で目立たない服装をする／ファッショナブルな服装をする／大人っぽい服装をする／ショートカットにする／アクセサリを身につける／香水をつける／化粧をする／TシャツとGパンを着用する／身だしなみに気を配る／センスのよい服装をする／地味な服装をする／シンプルで洗練されたものを着る／ソフトな感じの素材の服を着る)。各項目について、「全くあてはまらない」から「よくあてはまる」までの5段階で評定を求めた。

結果

評定結果の「全くあてはまらない」を1点～「よくあてはまる」を5点と得点化し、場面ごとに各項目の平均値を算出したところ、就職活動について4.0以上の得点を得た着装行動は、「身だしなみに気を配る(4.92)」「化粧をする(4.71)」「シンプルで洗練されたものを着る(4.53)」「ブラウスとスカートを着用する(4.42)」「大人っぽい服装をする(4.14)」であった。適切性の着装規範に則った着装行動をとっているようである。逆に2.0以下の着装行動は、「ファッショナブルな服装をする(1.79)」「流行にそった着装をする(1.76)」「香水をつける(1.75)」「アクセサリを身につける(1.63)」「ボディコンシャスな服装をする(1.32)」「個性的な服装をする(1.26)」「色っぽい服装をする(1.25)」「TシャツとGパンを着用する(1.04)」であった。おしゃれな装い、セックスアピールや装飾性を示す着装が回避されている。

次に、22項目への評定結果をすべて累積して因子分析(主因子法・バリマックス回転、固有値1以上を抽出)した結果、3つの因子が抽出された(累積寄与率62%)。第Ⅰ因子は「ファッショナブルな服装をする(因子負荷量=.829)」「地味な服装をする(-.783)」「平凡で目立たない服装をする(-.759)」「流行にそった着装をする(.704)」「アクセサリを身につける(.694)」「センスのよい服

装をする (.690)」「個性的な服装をする (.533)」「香水をつける (.523)」「上品なワンピースを着る (.483)」などの項目で因子負荷量が高く“ファッショナブルな着装”因子と解釈した。第Ⅱ因子は「色っぽい服装をする (.805)」「ボディコンシャス的な服装をする (.562)」「上品なワンピースを着る (.459)」「アクセサリーを身につける (.406)」「香水をつける (.402)」などの項目で因子負荷量が高いので“艶やか着装”因子とした。第Ⅲ因子は「身だしなみに気を配る (.695)」「TシャツとGパンを着用する (-.544)」「大人っぽい服装をする (.466)」「ブラウスとスカートを着用する (.441)」などの項目で因子負荷量が高いので「身だしなみの良い着装」因子とした。想定場面ごとに各因子の尺度得点を求めると、図4のようになった。

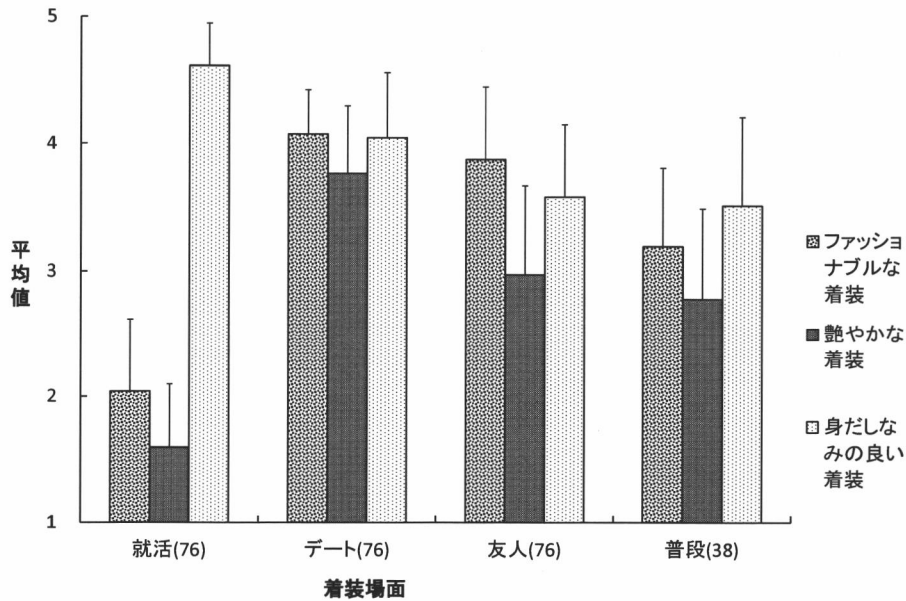


図4. 重視される着装イメージ

就職活動の尺度得点は“ファッショナブルな着装” 2.04 ($SD.58$), “艶やかな着装” 1.60 (.50), “身だしなみの良い着装” 4.61 (.34) となり、第Ⅰ, Ⅱ因子の低さと第Ⅲ因子の高さが際立っている。各因子の尺度得点を従属変数、想定場面を独立変数として分散分析と下位検定 (TukeyのWSD) を行ったところ、すべての因子で、想定場面間で尺度得点に有意差が認められた。“ファッショナブルな着装” 因子 ($F_{(3,262)}=230.324, p<.001$) では、就職活動<普段<友人=デート という得点差が認められ、就職活動における得点が高かった。 “艶やかな着装” 因子においても同様で ($F_{(3,262)}=168.461, p<.001$), 就職活動<普段=友人<デート という得点差が認められ、就職活動における得点が高かった。 “身だしなみの良い着装” 因子 ($F_{(3,262)}=63.667, p<.001$) ではすべての場面で尺度得点が高いが、その中でも 普段=友人<デート<就職活動 という有意差が検出され、就職場面での最重要視した着装行動をとることが確認された。

考察

本研究では、就職活動を身近に体験している3・4年生を対象に、就職活動場面を想定させた上で、相手にどのような自己イメージを与えることを重視しているかを調査したところ、「積極的な」「明るい」「知的な」「まじめな」「落ち着いた」「親しみやすい」「健康的な」「自信のある」等のイメージ項目の重要度が高く、社会的望ましさや力本性に関わる特性を呈示することを重視しているようであった。これは、性役割に関わるカテゴリーでいえば、男性性と人間性に該当する特性である。一方、「セクシーな」「ひかえめな」「女性的」など女性的魅力、女性性を呈示することは重視されていなかった。就職活動をしている女子学生たちは、女性でありながら、女性性の呈示を抑え、男性性と人間性を呈示しようとしているのである。経済産業省(2006)の発信した“社会人基礎力”では①アクション：一歩前に踏み出し、失敗しても粘り強く取り組む力、②シンキング：疑問を持ち、考え抜く力、③チームワーク：多様な人々とともに、目標に向けて協力する力、の3つの能力が社会人として求められるとしている。さらにこれらの内容を見てみると、アクションは○主体性：物事に進んで取り組む力、○働きかけ力：他人に働きかけ巻き込む力、○実行力：目的を設定し確実に行動する力から構成され、シンキングは○課題発見力：現状を分析し目的や課題を明らかにする力、○計画力：課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力、○創造力：新しい価値を生み出す力から構成され、チームワークは○発信力：自分の意見を分かりやすく伝える力、○傾聴力：相手の意見を丁寧に聴く力、○柔軟性：意見の違いや立場の違いを理解する力、○状況把握力：自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力、○規律性：社会のルールや人との約束を守る力、○ストレスコントロール力：ストレスの発生源に対応する力で構成される。これらの社会人として求められる特性に、「かわいい」「優雅な」「色気のある」「献身的な」「愛嬌のある」「言葉使いのいい」「繊細な」「従順な」「静かな」「おしゃれな」などの女性性に関わる特性はほとんど含まれない。女性的魅力の高い女性は職業適性を低く見積もられるという性役割ステレオタイプの存在が推定されるばかりでなく、女性性に関わる特性が(一般的には)職業人としては求められていないわけである(本研究では、女性性を求められるような職業については調査していないので、抽象的に「社会人」「職業人」と表現した場合についての言及に留まる)。そうであるならば、女子学生たちは、性役割に関わりない「忍耐強い」「心の広い」「頭の良い」「明るい」「暖かい」「誠実な」「健康な」といった人間性に関わる特性を戦略上呈示せざるを得ない。中野・神山・今村・奥窪(1996)はリクルートスーツのイメージを調査した結果、リクルートスーツは着たい被服のイメージとのギャップが大きく、相対的に魅力が低く、個性を表現してくれない、親しみも感じないというイメージを持っていたと報告しているが、女性性を抑えざるを得ないことが、その“ギャップ”の一因となっていると思われる。

次に、どのようなイメージを与えたいか、ではなく、どのようなイメージを与えたくないかをファッションリスクの文脈で検討した。その結果、だらしなと思われたり周囲の人の不興をかってしまうこと(対人懸念)、着心地が悪く体を動かしにくいこと(着心地懸念)、肌が出過ぎたり下着が見えたりしてしまうこと(セクハラ懸念)、型くずれしてしまうこと(管理懸念)などのリス

ク懸念が高かった。このうち対人場面でのリスクは対人懸念とセクハラ懸念である。他者（人事担当者）の着装規範に抵触してしまうことと、相手を性的に刺激してしまうことを回避すべきリスクと考えているわけである。遠藤（2011）の調査では、近年の学生は四半世紀前の首都圏在学学生よりも公的自意識が高く、他者からどのように見られているかを気にするようになっており、その傾向は女性の方が顕著であった。またセルフモニタリングについても、男女ともに他者指向性が強く、自分の言動を他者にあわせる傾向が高かった。公的自己意識とセルフモニタリングをクロス集計すると、他人の目に映る自分を気にして、かつ自分の言動を他者にあわせることを重視するタイプが全体の8割弱を占めていた。このようにもともと他者指向性が強いところへ加えて、選択される立場であることが、人事担当者の心証を過度に斟酌する意識となっているのであろう。

呈示したい自己イメージ、呈示したくない自己イメージは、幾分かは被服によって具現化される。女子学生たちは、そのような自己イメージを伝達するにあたって、被服の効用をどのように捉えているかを見たところ、「仕事のときの服装によって自分の評価に影響が出ると思う」「仕事の時は、いつも予定にあわせてふさわしい服装にしている」「仕事で会う人たちに良い印象をもたれる服装をしている」など、服装によって自己の印象を管理しようとする意識が高かった。したがって、就職活動にあたっての被服選択においても、着装によって自分がどのように見られるかを明確に意識して被服選択を行っていると考えられる。先に近年の学生は他者指向性が強い傾向があることを示したが、ここでの他者には、人事担当者だけではなく、同じ立場の就職活動中の大学生も含まれる。所謂リクルートスーツは、各企業ともその着装をノルマとはしていないにも拘わらず、被服による印象管理経験の浅い大学生たちにとっては、おそらく人事担当者へ社会的望ましさを伝えうる被服であり、他の求職者たちも着装している被服でもあるので、多くの求職学生によって同調的に選択されることになるわけである。

別の見方をするならば、就職活動で着装する被服は、あくまで就職活動用の被服と割り切ることでも可能である。いわば“作業服”である。とするならば、そこで気になるのは、いかに自分らしいかではなく、いかに作業がしやすいか、管理しやすいかである。リクルートスーツのファッションリスクとして、着心地が悪く体を動かしにくいこと、型くずれしてしまうことがあげられているのは、求職学生はリクルートスーツに実用性を求めているからであろう。

イメージではなく、就職活動場面での具体的な着装傾向を調査した結果、女子学生たちはファッションナブルな着装や艶やかな着装を極度に避け、身だしなみの良い着装をこころがけていることが確認された。「ファッションナブルな服装をする」「流行にそった服装をする」「香水をつける」「アクセサリーを身につける」「ボディコンシャス的な服装をする」「個性的な服装をする」「色っぽい服装をする」などの着装は禁忌とされ、「身だしなみに気を配る」「大人っぽい服装をする」「ブラウスとスカートを着用する」「化粧をする」「シンプルで洗練されたものを着る」などの着装を望ましいと考えている。就職活動における被服を選択する際、場面に適切であることのみが重要視されているわけである。

なお、「化粧をする」は就職活動場面でも「あてはまる」行動とされていた。菅原・岩男・松井（1985）

は、「化粧していないと相手に失礼」「化粧していないと人に会うのは恥ずかしい」という意識に基づく化粧を「防衛的メイク（守りのメイク）」、「同性に良い印象を与えるようにメイクする」「会う人や出かける場所によってメイクの仕方を変える」という意識に基づく化粧を「演出的メイク（攻めのメイク）」と分類しているが、就職場面での化粧は、前者の守りのメイクであろう。遠藤（2010）の因子分析的研究で抽出された化粧意識の因子“身だしなみとしての化粧意識”と同様で、きれいに見せる、女性的魅力をアピールするための化粧ではなく、「化粧は女性の身だしなみだと思う」「改まった席にでるときにはきちんとした化粧をしていないとおかしい」「化粧をしないと相手に失礼な感じを与えると思う」という他者への配慮に基づく化粧である。他者との良好な関係を形成・維持するために化粧を施すのである。また、Cox & Glick（1986）は、就職時の採用面接では濃い化粧はむしろマイナス評価となるとしているが、遠藤（2013b）が化粧度の程度が対人印象に与える影響を見たところ、まずノーメイクは力本性の評価を著しく低下させていた。ナチュラルメイクは、最も社会的な望ましさと個人的親しみやすさも高く、女性的魅力は中程度で、力本性はやや消極的となった。ナチュラル以上に化粧度が濃くなると、概して社会的望ましさと個人的親しみやすさは低くなるが、積極性と女性的魅力は増加する傾向が見られた。他者からの評価を意識した“身だしなみ”としての化粧をするのであれば、ナチュラルメイクが適切ということになる。

概括すると、女子学生たちは、就職活動において、自らをきちんとした有為な人材であることを呈示すべく、身だしなみに気を配り、だらしない印象を与えないようにしている。おしゃれであることや個性的であること、性的に魅力的であることは呈示を回避しようとしている。リクルートスーツは、内定を獲得するという目的のための作業衣で、伝えたい自己イメージの呈示に有効なので、嫌いなながらも、有用な自己呈示ツールとして同調的に採用しているのである。

文献

- Anderson, N.H. (1968). Likableness rating of 555 personality-trait words. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 272-279.
- Cox, C.L., & Glick, W.H. (1986). Resume evaluations and cosmetics use: When more is not better. *Sex Roles*, 14, 51-58.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What Is Beautiful Is Good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- Dermer, M., & Thiel, D.L. (1975). When beauty may fail. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 1168-1176.
- Dipboye, R.L., Arvey, R.D., & Terpstra, D.E. (1977). Sex and physical attractiveness of raters and applicants as determinants of resume evaluations. *Journal of Applied Psychology*, 62, 288-294.
- 遠藤健治 (2010). 化粧による自己呈示 青山学院大学教育人間科学部紀要, 2, 101-122.
- 遠藤健治 (2011). 現代青年の他者指向性 青山スタンダード論集, 7, 125-150.
- 遠藤健治 (2012). 自己呈示における「装い」の意識 (4) —戦略的自己呈示と知覚されたファッションリスク— 日本心理学会第76回大会発表論文集, p.133.

- 遠藤健治 (2013a). 自己呈示ツールとしてのリクルートスーツ 教育人間科学部紀要, 5, 97-112.
- 遠藤健治 (2013b). 自己呈示における「装い」の意識 (5) —化粧しないことのデメリット— 日本心理学会第77回大会発表論文集, p.148.
- 遠藤健治 (2014). 被服による自己呈示とファッションリスク 青山心理学研究, 13, 1-12.
- Heilman, M.E., & Saruwatari, L.R. (1979). When beauty is beastly: The effects of appearance and sex on evaluations of job applicants for managerial and nonmanagerial jobs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 23, 360-372.
- 伊藤裕子 (1978). 性役割の評価に関する研究 教育心理学研究, 26, 1-11.
- 森岡陽介 (2015). 髪色と長さが第一印象に及ぼす影響 日本心理学会第79回大会発表論文集, p.699.
- 中川早苗 (1986). 衣生活システムの理論的・実証的研究 (第3報) —女子大生の生活場面と着装基準に関する研究— 日本家政学会誌, 37, 397-403.
- 中野克美・神山進・今村律子・奥窪朝子 (1996). リクルートスーツに対するイメージの構造と着用の実態: 男女学生を対象として 大阪教育大学紀要 II 社会科学・生活科学, 45, 13-26.
- 大石さおり (2006). 仕事時の服装による印象管理傾向とキャリア志向との関連—日本の有職女性の場合— ファッションビジネス学会論文誌, 11, 11-18.
- Snyder, M., Tanke, E.D., & Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior : on the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 656-666.
- 菅原健介・岩男寿美子・松井豊 (1985). 化粧の心理的効用 (VI) 日本社会心理学会第26回大会発表論文集, 106-107.
- 杉山真理・小林茂雄 (1992). 女らしさに関する大学生の意識 共立女子大学家政学部紀要, 38, 57-63.
- 高橋美登梨・大枝近子 (2013). 就職活動の服装に対する意識—服装によって演出したい自己と被服行動の関連— 目白大学総合科学研究, 9, 81-91.