

●モノグラフ

小学生ナウ

Vol. 11-10

## おしゃれ(2)

### 目次

子ども研究ノート(その9) 中・高校生の異性感覚 ..... 2

### 調査レポート

## おしゃれ(2)

要 約 ..... 8

はじめに ..... 12

### 1. おしゃれ事始め

- 腹の立つことは何ですか ..... 13
- あなたはおしゃれですか ..... 16
- お母さん、お父さんはおしゃれですか ..... 16
- おしゃれな子どもの背景 ..... 18

### 2. 子どもと持ち物

- 学校に何を持っていきますか ..... 21
- 泊まりがけの旅行には何を持っていきますか ..... 23
- 新しいパジャマを持っていきますか ..... 26

### 3. 子どもと身だしなみ

- どのくらいしていますか ..... 29
- あなたならどうする? ..... 32
- 過ぎたるは....? ..... 35
- どのくらい持っていますか ..... 38
- ほしいものは何ですか ..... 42
- 子どもとブランド品 ..... 43

### 4. 子どもにとってのおしゃれ

- おしゃれのメカニズム ..... 45
- おしゃれとアイデンティティー ..... 48

資料1 調査票見本 ..... 52

資料2 学年・性別集計表 ..... 62

\*おことわり：本文中に使用した写真は、本文・テーマとはいっさい関係ありません。

## 中・高校生の異性感覚

—おしゃれを支えているもの—

静岡大学教授

深谷昌志

### ●片思いのレベルが圧倒的

個人的な話になるが、2～3年前から私的な服装革命を試みている。といっても、はためには大したことではないかもしれないが、若い人たちのしゃれた服装のセンスを見ているうちに真似をしたくなつた。しかし、若者のコーナーに行って買うのはなんとなくテレくさいし、中年にあったものがそういうコーナーにあるかどうかわからない。

それでもこのまま時代から遅れるのは残念だからと、そういうコーナーにとびこんでみた。まず、ジーンズ、そしてスニーカー、さらに、カジュアルなシャツ、綿パンツと対象が広がり、かっこうだけは若がえりができた。それについて気分も若くなったような気がする。自分なりに気分よく歩ければよいというのが現代風と割り切り、それに便乗することにした。それと同時に町を歩く若者たちに親近感を持つようになった。そうした感じができるようになると、若者の見方が変わってくる。以下、おしゃれの底流にある異性感

覚を紹介してみよう。

週刊誌やテレビなどに接していると、中・高校生たちの性行動が乱脈をきわめているような印象を受ける。しかし、程度の差のようにも思うが、非行のなかで、性にからむ問題の比率は、さいわいなことにさほどの増加を示していない。

もちろん、第二次性徴は早まっており、初潮を例にするなら、小学校5年生までの35%を含めると、半数近い子どもたちが、小学校のうちに初潮体験者となる。

しかし、初婚年齢は年々やや遅くなり、女性の場合24歳が平均の数値であるから、これを一応の基準とすれば、女の子たちは女性としての意識を早く植えつけられながら、10年以上も結婚を待つ生活を送らねばならない。したがって、そうしたギャップに伴う悩みは当然のことながら増加しよう。

日本青少年研究所の実施した「日米高校生比較調査」(昭和54年)によれば、アメリカの高校生の63%は、「2人だけでデートをする相手」を持ち、59%は「自分の生き方やも

の見方が大きく変わらるような恋愛」を体験しているが、日本の高校生の場合、デート率は37%、恋愛体験率が18%にとどまっている。

ステディな相手のいるほうが普通のアメリカと、異性の友を持つほうがまれな日本という対比があざやかだが、念のために、もうすこし細かく日本の状況を紹介しておこう。

すでにモノグラフ・シリーズでは、性についての生徒たちの反応を調べたいと、何回かの調査・分析を行っている。一例として、関東・中部地区の中学生約2,000名を対象にした調査結果（昭和62年刊「モノグラフ・中学生の世界」より）を紹介するなら、

	男子	女子
①ステディな相手のいる生徒	7%	7%
②片思いの相手のいる生徒	32%	46%
③片思いの相手がほしい生徒	15%	18%
④まったく関心のない生徒	46%	29%

となる。つまり、大半の子どもたちは片思いの相手のいる状態で、そうした片思いを両思いに発展させることができた生徒は7%にとどまっている。

「素敵だ」と心をときめかす対象はいるが、一方通行の片思いの状況というのが、中学生のほぼ標準的な心のうちのように思える。それでは、高校生の場合はどうか。全国の高校生約4,000名を対象にした調査では、

	男子	女子
①両思いの相手がいる	14%	18%
②片思いの相手がいる	25%	27%
③関心のある異性はいる	29%	30%
④関心のある異性はない	32%	25%

の結果が得られている。

ステディな関係を持つ高校生がほぼ16%と、さすが中学生よりその比率が倍増しているが、過半数は片思いの状況にある。

もっとも、両思い率には学校差が大きく、同じ県立の共学校でも、数パーセントレベル

の学校から3割近いところまで、立地条件や生徒の質などを反映して、さまざまな状況が見受けられる。

しかし、いずれにせよ、片思いの生徒が大半を占める状況には変わりはなく、実際の対異性行動についても、「今までに、一度も、そうしたことを行ったことがない」割合は以下のとおりの数値を示している。

女子の中に	両思い	片思い
①プレゼントをする	16%	57%
②喫茶店で話す	17%	71%
③持ち物を交換する	49%	80%
④夜中に長電話をする	49%	82%
⑤将来を話し合う	68%	95%
⑥いっしょに勉強する	82%	96%
⑦腕を組んで歩く	41%	86%
⑧キスをする	66%	95%
⑨泊まりがけの旅行をする	95%	99%
⑩同伴喫茶へ行く	94%	99%
⑪ラブホテルへ行く	95%	100%

両思いの相手のいる生徒でも、喫茶店でしゃべったり、夜中に長電話をしたり、持ち物を交換する程度が、異性とのつき合い方で、同伴喫茶やラブホテルへ行ったことのある生徒は、両思いの相手のいる生徒の中で5%(全体のなかで1%)、しかも、常習者といえそうな者は、さらに、その3分の1程度となる。

### ●ロマンの香りのあるつき合いを

もちろん、今までふれてきたデータについて若干の疑問は残る。いくら無記名であっても、キスやラブホテルのような内容を、生徒が素直に語ってくれたかが、その一例である。

調査担当者としては、生徒たちのホンネを引き出すために、調査票にさまざまな配慮を加えたつもりだが、数値が多少低くなることは予想されよう。また、本調査が、進学率の面で中位以上の普通科高校を対象にしている

ので、実業高校や就職者の多い高校をサンプルに含めれば、キス率などが高まる可能性も強い。

そうはいっても、このサンプルは特別の進学校ではない、ごく普通の高校で、しかもその他の項目について、生徒たちはありのままに飾らずに答えてるので、かなりの信頼度を確保していると思われる。

中・高校生たちの異性との接触が、予想以上に片思いのレベルにとどまっているのは、すでにふれたとおりだが、それでは、現実はともあれ、生徒たちはどういう願いを持っているのか。

「ぜひ」あるいは「できれば」そうしたいと思っている割合を、男女別に集計すると、以下のとおりとなる。

	男子	女子
①プレゼントをする	73%	91%
②喫茶店で話す	71%	77%
③いっしょに勉強する	48%	62%
④腕を組んで歩く	58%	49%

⑤持ち物を交換する	40%	45%
⑥将来を話し合う	32%	34%
⑦キスをする	58%	31%
⑧夜中に長電話をする	26%	26%
⑨泊まりがけの旅行をする	47%	22%
⑩同伴喫茶へ行く	30%	10%
⑪ラブホテルへ行く	29%	5%

さすがに、男子のほうに、キスや泊まりがけの旅行など、直接的な行為に対する願望が強い。

しかし、男子も含めて、とくに女子の間に定着している願いは、「恋人ができたら、喫茶店で話したり、腕を組んで歩いたり、プレゼントの交換をする」というような、ロマンの香りのただよう交際のスタイルである。なかでも女子の間には、同伴喫茶やラブホテルへは、「ぜったいに行きたくない」者が、それぞれ54%、79%を占める。

実際的な行為はいやだが、カッコのよい男の子とペアルックを着て、しゃれた町を歩いてみたいのが女子たちとするなら、それも悪



くはないが、キスぐらいはしたいし、できたら泊まりがけの旅行もしたい、が男子となる。

なんとなく高校生たちの気持ちのわかるデータで、思春期の心は、昔も今も、さほど変わりないようにも思える。しかし、ロマンとしての恋愛に対するあこがれの気持ちちは強く、将来の結婚のスタイルについても、

	男子	女子
恋愛	ぜったい 44%	39%
	できれば 53%	57%
	(小計) (97%)	(96%)
見合い	できれば 2%	3%
	ぜったい 1%	1%
	(小計) (3%)	(4%)

のとおり、恋愛派が95%を超える。

なお、「高校生としては、どんなに相手が好きになっても、肉体関係まで進まないほうが望ましい」の意見を提示して賛否を求めたところ、高校生たちは以下のように答えている。

	男子	女子
①とても賛成	12%	4%
②やや賛成	14%	8%
③半分半分	29%	20%
④やや反対	22%	22%
⑤とても反対	23%	46%
	26%	12%

「望ましさ」を問題にしているから、好きな人ができたときに、理想どおりの行動をとるかどうかは保証できない。しかし少なくとも男子の5割弱、女子のほぼ7割が、高校生の間は、「どんな好きな相手でも」肉体関係へ進むのは望ましくないと思っているのはたしかであろう。

もっとも両思いの相手ができると、肉体関係へ進むのはやむを得ないと考える者が、女子で43%、男子で34%に達する。したがって、一見したところガードの固そうな生徒たちの反応は、具体的な対象が存在していない段階



でのもので、両思いの相手ができるともろく崩れ去る可能性を否定できない。

その反面、両思いの相手のいる場合、

	男子	女子
A 肉体関係へ進んでもよい	34%	43%
B ラブホテル経験者	7%	5%
B/A	2割	1割

となるから、無軌道へ走る割合は、それほど多くないとも考えられる。

### ●異性にモテそうにない

マス・メディアを通して、性についての情報がはんらんしている。こうした影響が、中・高校生たちの心をむしばんでいるのでは、と懸念していた。しかしデータを通してみる限りでは、両思いの相手がいても、腕を組んで町を歩くか、せいぜいキスをする程度で、それ以上に進むつもりはない、が高校生の異性とのつき合い方であった。

もちろん、数パーセントながら、異性と密

接な関係を持ち、ラブホテルなどを利用している高校生の姿がみられる。しかし、全体としては8割以上が片思いの段階で、見方によれば、勉強に明けくれる禁欲的な生活を送っている。

週刊誌を開くと、ヌード写真がのっている。ビニ本もある。映画館の看板に、からみの状況が描かれている。テレビのドラマでも、ラブシーンはあたりまえとなった。

そうした環境のなかで暮らしていれば、性についての情報が流れこんでこよう。それにしても、中・高校生たちの反応が、意外に健全のように思える。

家庭のなかで、日本の親たちは、父母としてふるまい、男女の感情をあからさまにしないといわれる。その結果、性に対してかなりきびしい抑制の文化が家庭内に定着している。そして学校のなかでも、一定以上、異性とのつき合いが深まるのをタブー視する文化が浸透している。こうした雰囲気がブレーキ役を



果たす形となって、いわば節度のあるつき合いにとどまっているのであろうか。

もう一度、中学生を対象とした調査へ戻ると、中学生たちによると、異性にモテるようになりたいと思っている者が約9割。しかし、実際に自分はモテると思っている子は1割にすぎない。つまり、異性に関心がありモテるようになりたいのだが、現実は暗い。その結果が片思いとなる。

### ●しあわせなマイホーム願望

中・高校生にとって、異性とのつき合いは、禁断の実に似て、手にふれたい気持ちは強いが手にする機会も少ないし、自信も持てない。しかし、そうであるだけに将来の夢としての恋愛が、ことさら甘い響きを持ち始める。

くわしい数値は省略したいが、中学生の女子を基準にすると、彼女らは22歳の頃、1～3歳年上の心のやさしい男性と恋愛結婚し、結婚と同時に退職して、家庭を守りたいというイメージを抱いている。

「出産まで」の28%を含めて、専業主婦を志向する女子中学生が78%。また、女性にこうした生き方を望む男子が71%。さらに、「子どもは自分の手で育てたいから、仕事を持っていたらやめる」が81%（女子）、「やめてほしい」が82%（男子）という数値もある。

夫は仕事にてて、妻は家庭を守るという、性に対応した役割分化を固定化した家庭像である。さらにいうなら、夫のために朝起きて弁当を作り、セーターやマフラーを編む妻を女子は志し、男子もそれを望んでいる。

具体例をあげるなら、「妻が38度の発熱をしたら」会社を休む、が70%（男子）、休んでほしいが49%（女子）と、夫も家庭を大事にする生活を描いている。

なお、高校生のデータのなかから、彼らがイメージに抱く家庭生活を紹介すると、以下



のとおりとなる。

- ①夫は手づくりの弁当を持っていく 86%
  - ②子どもが生まれたら、パパ、ママに 84%
  - ③子どもができたら、外出を控える 83%
  - ④郊外の庭つきの家に住みたい 80%
  - ⑤親せきとも親しくつき合う 79%
  - ⑥子どもの数は2人ぐらい 77%
  - ⑦夫は家事を手伝わなくてもよい 75%
  - ⑧子どもはきびしくしつける 70%
- おとなの世界では性差の縮小が進み、夫に尽くす専業の妻はもはや少数派になりつつある。
- 現実感覚がないだけに、夢として家庭を語っただけで、将来彼らの思っているとおりの家庭が築けるとは思えない。しかし、夢な

らば夢らしく、もう少し新しさがあってもよいのにと思う。少なくとも「仕事を持続したい」と願う女子(18%)や「時には、夕食ぐらい作ってもよい」男子(15%)がもっと多くなってほしい気持ちがする。

若者たちは現代風におしゃれを装っているが、その心のうちは思っているよりシャイで、堅実なような気持ちがする。きびしい現実を考えると、生き方に新しさを見いだしにくい。だからかえって、せめて服装だけはしゃれて自己主張したいのであろうか。やや先回りした指摘をしそうたかもしれないが、以下、小学生のおしゃれ感覚のデータを紹介することにしたい。

# ■ ■ ■ 調査レポート ■ ■ ■ おしゃれ(2) ■ ■ ■ 要 約

東京学芸大学教授 深谷 和子

主婦(元ユング研究所研究生) 山根はるみ

東京学芸大学大学院生 池上雅子

1. おしゃれは自己表現の1つともみなせる。思春期の入口にさしかかろうとしている子どもたちが、おしゃれに関してどんな意識をもち、どう行動しているか。自我形成との関連も含めて考察してみようとする。なお今回の調査は、5年前(1986年)に続いて2回目である。



2. 他人から言われて腹の立つことは、「不潔」が男女とも筆頭で、「服にセンスがない」は最下位でしかない。この年齢の子どものおしゃれ意識はまだ未発達のようだが、それでも女子は学年と共に「デブ、センスがない」と言われると「おこる」子が増えていくが、男子はむしろ減っていく。男子がおこるのは「女みたいな性格」という評価だが、女子は「男みたい」と言われても、さほど気にしていない。(図1)

3. 女子で自分を（とても・わりと）おしゃれと思っている子は20%、男子は6%と大差である（図3）。母親については「おしゃれな母親」が4割近く、父親は1割強と、これも大差である（図4）。しかし男子の場合、学年と共に母親を「おしゃれ」とする割合は減っていき、異性としての母親に対してきびしい（客観的な？）目をもつようになる。（図5）



4. 「おしゃれ」と自己評価する子は、おしゃれな友だちを好み、両親をも「おしゃれ」と評価する。おしゃれな子は、いわばおしゃれな人びとの作る世界の中に住んでいるのだろうか。（図6、図7）



5. 学校に持っていくおしゃれ用品は「ハンカチ、ティッシュ」くらいで、女子はときどき「くし、ブラシ」を持っていく子がいる程度である（図11、表1）。しかしおしゃれな子は修学旅行に「新しい品を持っていく」と答えた子が多い。（図15）

## 調査ヒポート／おしゃれ(2)

## 要 約

6. 1日1回かそれ以上シャンプーをしている子は6割にのぼる。(図16、図17)



7. 親の使った箸やタオルを平気で使える子は5~6割もあり、この年齢ではまだ親との間に未分化な状態が続いている子が多い。(図21)



8. 子どもたちはけっこう多くの服や小物を持っているが(図24、図25)、もっと買ってほしいものは「ズボン、スカート」「スニーカー、運動靴」と意外にささやかな望みである。(図28)

●調查報告

1. 調査主題 おしゃれ
  2. 調査視点 自己表現の1つであるおしゃれ、他者を意識するメカニズムの中で、子どもたちの意識の中でのおしゃれの芽生え

を、アイデンティティ形成との関わりをふまえ探っていく。

3. 調査項目 自分自身のおしゃれ度、父母の  
おしゃれ度、人から言わたくしたこと、  
学校に持っていくたいもの、身だしなみに  
ついて、お気に入りのブランド、など。

9. ブランド志向に関しては、スポートウェアやスニーカーでは男子が、シャンプーや石けんには女子がこだわりを見せている。(表3)



#### 10.まとめ

子どものおしゃれ心はアイデンティティの形成と密接な関連をもつている。今回の調査でも小学校の高学年、とくに6年生になると、「おしゃれ心」の芽生えが感じられる数値が各所に見いだされた。これが中学校段階でうまく生かされて、子どもの自我形成を側面から支援する方向での指導がなされることを、とくに学校側に望みたい。

4. 調査時期 1991年9月

5. 調査対象 小学4・5・6年生

6. 調査方法 学校通しによる質問紙調査

7. サンプル数 (人)

学年／性	男 子	女 子	計
4 年	220	208	428
5 年	230	179	409
6 年	201	186	387
計	651	573	1,224



## はじめに

子どもの「おしゃれ」に関するレポートは、5年前（1986年）に統いて2回目である。そのとき、われわれは、現代の子どもたちの持ち物の多さに改めて驚き、豊かな社会と言われる中で子どもたちは、今後ますます「おしゃれ」になっていくだろうと推測した。確かに、街を歩いている母娘づれを見ると年々センスがよくなり、そのファッションにはテレビドラマの世界を連想させられることも多くなつた。反面、多分に画一化していく感もある。デパートにも小売り店にも、あれほど多様な品々がところ狭しと並べられているのに、歩いている子どもたちの服装はバラエティーに乏しい。テレビなどを通じて、各国の子どもの集団を見ていると、ジーンズあり、ドレスあり、イヤリングをついている子どももいたりで、色とりどりである。

いうまでもなく「おしゃれ」は、自己表現の1つのスタイルである。他者を意識するメカニズムの中で芽生え、集団の中にあって、自分を語り、自分の立場を誇示したいときに使う手段でもある。となると、人に違いがあり、個性があるように、「おしゃれ」にも違いがあつて当然であろう。筆者の一人は、イスに4年ほど住み、子どもを現地の学校に行かせた。その時の経験によると、小学校高学年すなわち思春期の入り口に立つ頃になると、ヨーロッパの子どもたちは一斉とでもいっていいぐらい、男の子も女の子も親の服

装の関与を離れようとするかのように、ジーンズ姿になる。というのもそれまでは男の子も女の子も、動きやすく、洗濯の楽などぶだぶのズボンをはかされていることが多いからである。ただ同じジーンズ姿といっても、様々な工夫を凝らした着かたをする。女の子の間では、ひとしきりその話題でもちきりになるらしい。お手頃な値段のアクセサリーをつけてみたりして、自分たちをこまごまと飾り立てる子どもたちもいれば、1年中みごとに同じ服装で通す子どももいたりする。こうして「自分らしさ」を表現しているのだろう。またそうした子どもたちが、音楽会とかフォーマルな場になると、個性豊かに運動靴を革靴に履き替え、男の子はネクタイにジャケット、女の子はドレス姿にと変身する。それを見ると、思わず「おしゃれだな」と思ってしまう。むろんこれは、どちらがよいと言えることでもなく、文化の差にすぎないのかもしれない。しかし、こうした形での自己表現への努力は、アイデンティティーの確立へと軌を一にしているのかもしれない。そして日本の子どもたちは、「おしゃれ」という手段によって自己表現する必要もなく、またはその方法を知らないのかもしれない。そこで、再び「おしゃれ」を取り上げ、日本の子どもたちの意識の中のおしゃれの芽生えと、アイデンティティー形成とのつながりにも目を向けながら本レポートを作成した。

## 1. おしゃれ事始め



### ■ 腹の立つことは何ですか ||||

おしゃれを1つの自己表現の手段とするなら、おしゃれをしようとする以前の段階で、外見や自分の能力を他人から悪く言わると、自分を否定されたと感じて腹を立てるであろう。そこでまず子どもたちが、自分についての他からの評価の中でどのような部分に「腹を立てる」のかを見てみよう。図1によると「着ている服のセンスがない」と言わされたら「とてもおこる」子どもの割合は、女子で13%、男子で9%と、共に最下位でしかない。むしろ「不潔と言われること」のほうが問題のようで、例えば女子の5割の子どもが「とても」腹を立て、「少し」おこるを加えると8割にも達する。男子でも6割を超える。清潔はとくに日本人にとって、おしゃれの基本的条件のようである。このことから子どもたちのおしゃれ感は、まだ初步的な段階にあるものと推測される。

そこでもう少し詳しく、性別と発達による違いをみたのが図2である。「不潔と言われたら」「とても・少し」おこる女の子は4年で79%、それが6年になると86%になる。逆に男子ではむしろ減る傾向にある。では「デブと言われたら」「センスがないと言われたら」どうか。不潔と同じくおこる女の子は増え、男子は気にしなくなっていく。他方男子は「女みたいな性格と言われること」に腹を立てるのに対して、女子は「男みたい」と言われることを気にする様子もない。「運動神経が鈍い」も男子で4位、女子は8位と大きく違う。腹を立てることが男女で微妙に違っているところが、われわれ社会の中にある性役割ともからんで面白い。ともかく女子は、この時期におしゃれについては男子より一步先んじていると言えそうだ。

図1 腹の立つこと

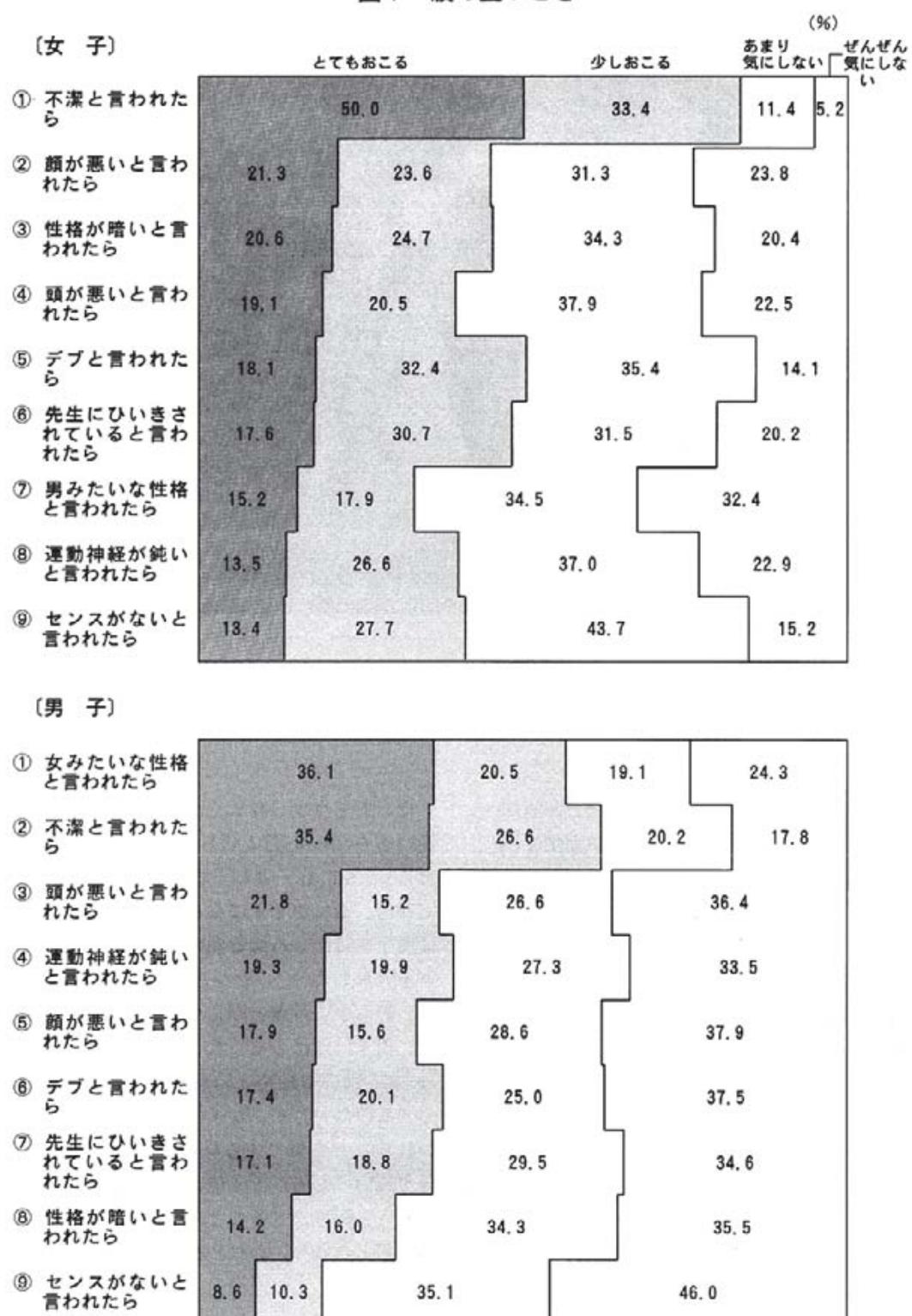
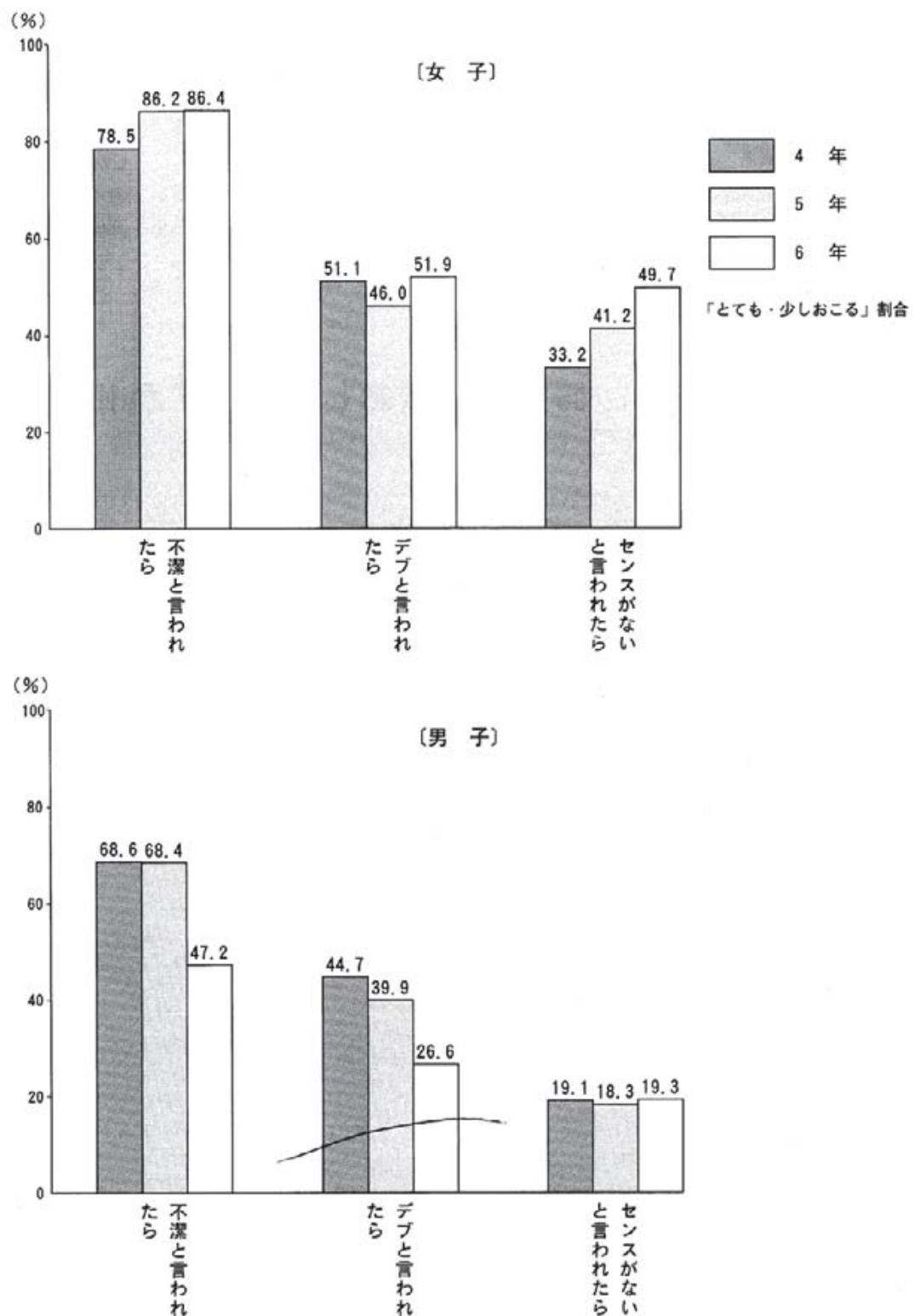


図2 腹の立つこと（学年別）



## ■ あなたはおしゃれですか |||

「自分はおしゃれかどうか」の自己評価の結果が図3である。自分のことをおしゃれと思っている子どもは、「とても・わりと」を合わせても男子は6%、女子でやっと20%である。

ただ、ここで注目したいのが「ふつう」と

答えた子どもの多さである。男子で43%、女子では実に60%。「ふつう」としか答えない子が多いのはおしゃれについてのイメージや意識が乏しく、この点で自分を評価できないのかもしれない。

## ■ お母さん、お父さんはおしゃれですか |||

図4は、自分の両親のおしゃれ度の評価である。母親のほうが「おしゃれ」の評価が高い。「とても・わりと」を合わせると、4割近い子どもが「おしゃれなお母さん」と考えており、それに対して「おしゃれなお父さん」は1割強でしかない。しかも「あまり・ぜんぜん」おしゃれでないとする否定的な評価が、父親の場合、44%にものぼる。もっとも、同じようにダークスーツを着用し、ラフな格好はボロシャツ姿一点張りというのでは、「おしゃれなお父さん」とは評価できないのだろう。

次に学年による両親のおしゃれ度の評価の推移をみたものが、図5である。男子の場合、4年生で「とても・わりと」おしゃれであると両親を評価する傾向が、6年生になると低下する。とくに母親に対しては、44%、35%、27%という数値である。母親に対するそれまでのトータルな愛着と評価が、思春期近くになると母親を「異性」として客観視できるようになる結果とも思われる。いずれにしろ女子においても差がみられることから、これらは両親に対する批判力の芽生えを示す結果であろう。

1. おしゃれ事始め

図3 あなたはおしゃれですか

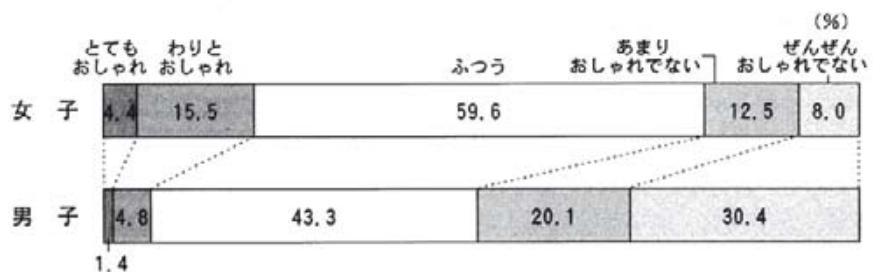


図4 お母さん、お父さんはおしゃれですか

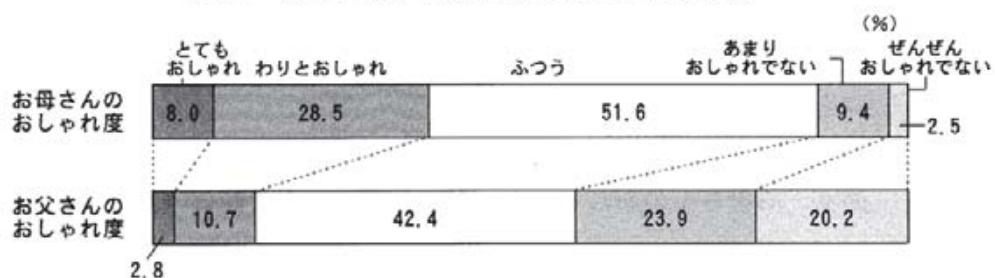
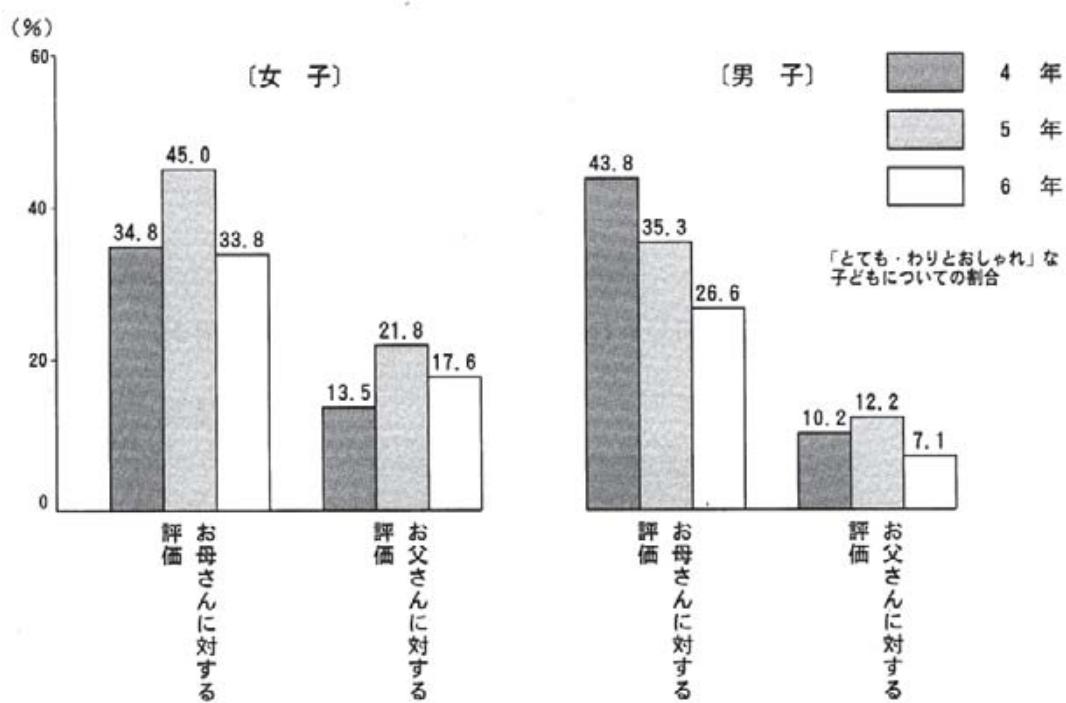


図5 お母さん、お父さんはおしゃれですか（学年別）



## ■ おしゃれな子どもの背景 III

ではどのような子が、おしゃれになっていくのか。おしゃれ度と母親の関連をみたのが図6、7である。自分がおしゃれであると自認する中で、女子25%、男子で44%が、「お母さんはとてもおしゃれ」だと言っている。そして図8にあるように「とても・わりとおしゃれな女子の父親と母親は、おしゃれでない子どもの両親に比べて、指輪、ネックレス、イヤリングなどの装飾品をついている場合が多いようだ。さらに図9、10によれば、自分がおしゃれであるとする子どもは、同性、

異性を問わずおしゃれな友だちが「とても・わりと」好きと言っている。これは「あまり・ぜんぜん」おしゃれでないとしている子どもが、おしゃれな友だちに対して「とても・わりと」嫌いと思っているのと対称的である。「類は友を呼ぶ」のだろうか。これらのことから、おしゃれな人のまわりには当然おしゃれな人が好んで集まることになり、お互いに影響し合っているのかもしれない。おしゃれは環境から、とも言えそうである。

図6 お母さんのおしゃれ度 × おしゃれ度自己評価（女子）

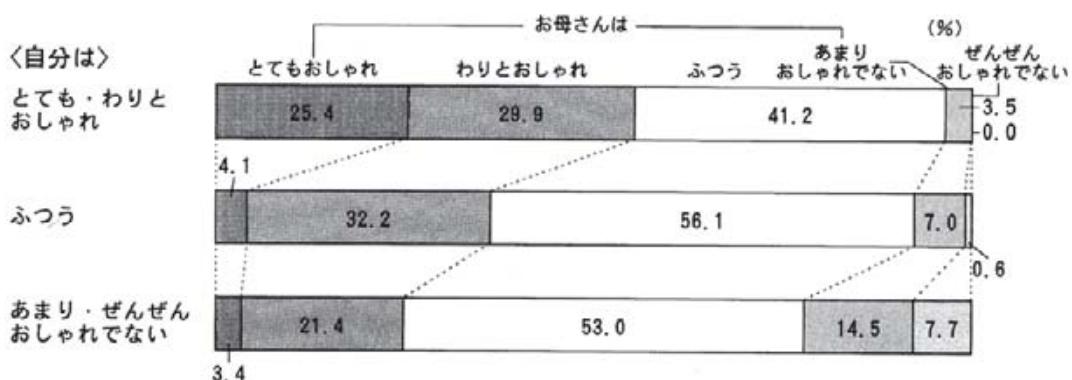


図7 お母さんのおしゃれ度 × おしゃれ度自己評価（男子）

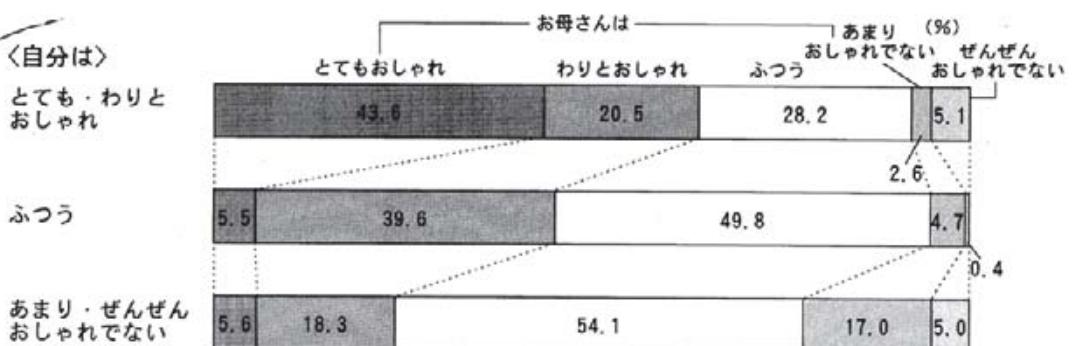


図8 お父さん、お母さんの装飾品 × おしゃれ度（女子）

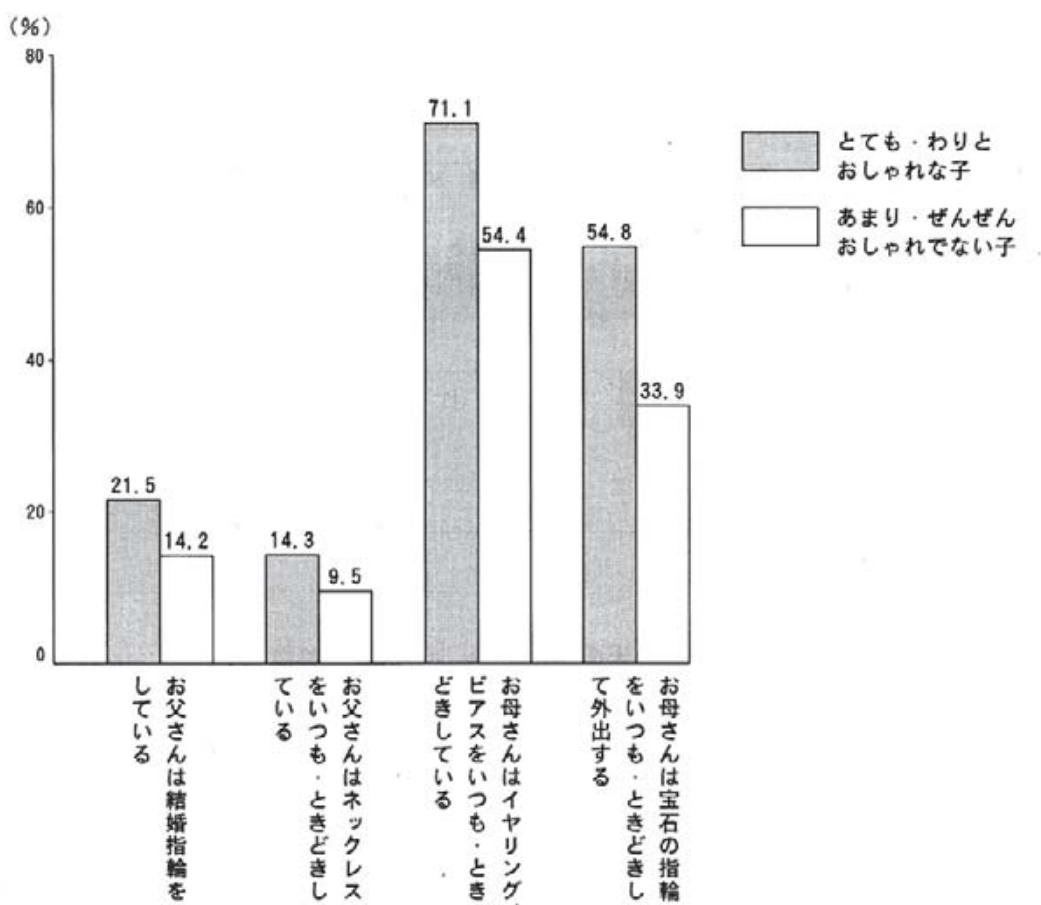


図9-① おしゃれな男の子が好き × おしゃれ度 (女子)

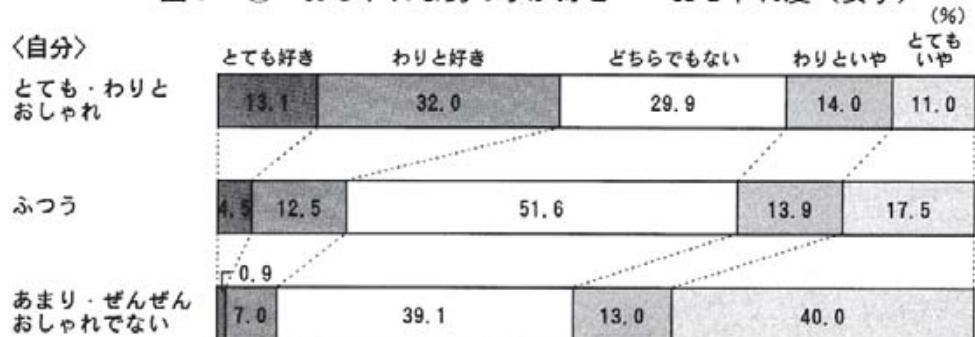


図9-② おしゃれな女の子が好き × おしゃれ度 (女子)

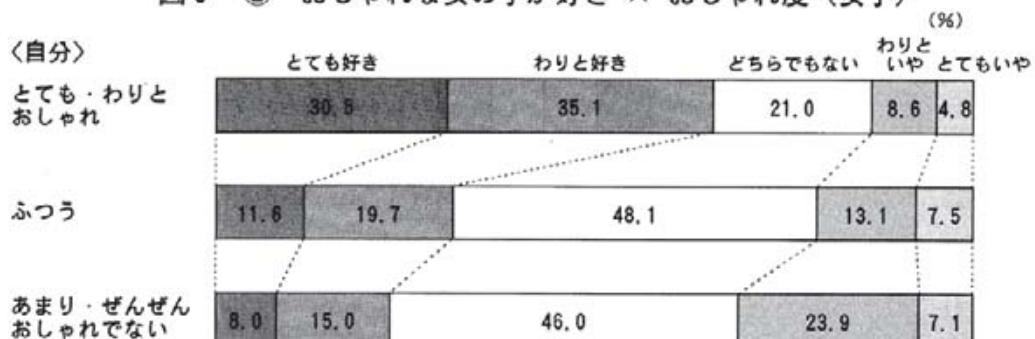


図10-① おしゃれな男の子が好き × おしゃれ度 (男子)

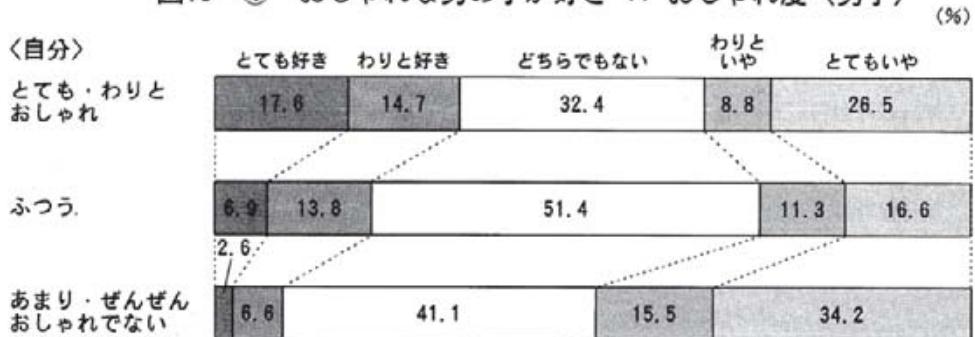
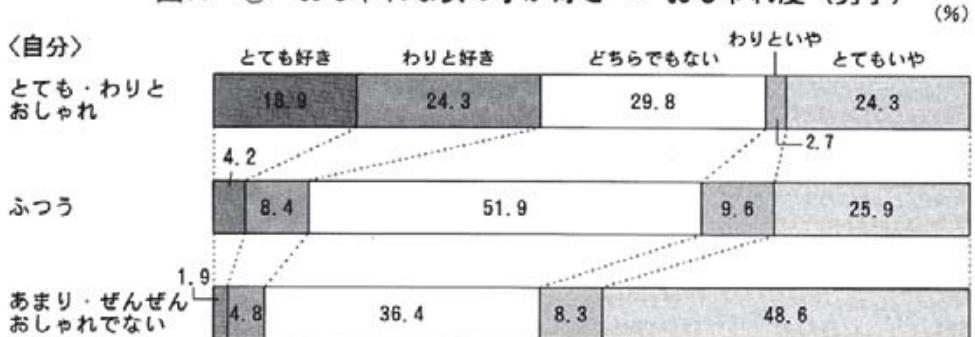


図10-② おしゃれな女の子が好き × おしゃれ度 (男子)



## 2. 子どもと持ち物



### ■ 学校に何を持っていきますか |||

おしゃれが他人の目を意識するところに始まるとすれば、さしあたって子どもが「学校に何を持っていくか」を見てみることが必要だろう。図11によると、ハンカチ、ティッシュは、「ときどき持っていく」も含めると女子で9割、男子でも7割と実に高い。しかしヨーロッパの場合、ハンカチ、ティッシュを学校に持っていく子どもは少ないよう見うけられる。ティッシュは教室にあり、トイレには手をふくための紙があるという設備の問題もあるが、清潔好きの日本人は身だしなみの基本として、まずハンカチ、ティッシュという2品目を持たせることを子どもに

しつけるのであろう。また、オープン・アンサーで、学校から許可されていないもので、「持っていきたいもの」をあげてもらったのが表1である。6年生の一部の女子が、ブラシや制汗剤、くしなどのおしゃれ用品を書き、図11でも、くし、ブラシを3割の女子が「いつも・ときどき」学校に持っていくと言っている。このことは女子のおしゃれ意識の芽生えを感じさせる。しかし、この年齢ではおしゃれ用品よりもゲームやおもちゃ、お菓子、まんがなどに魅力を感じているようで、とくにそれは男子に顕著なようである。

図11 学校に持っていくもの

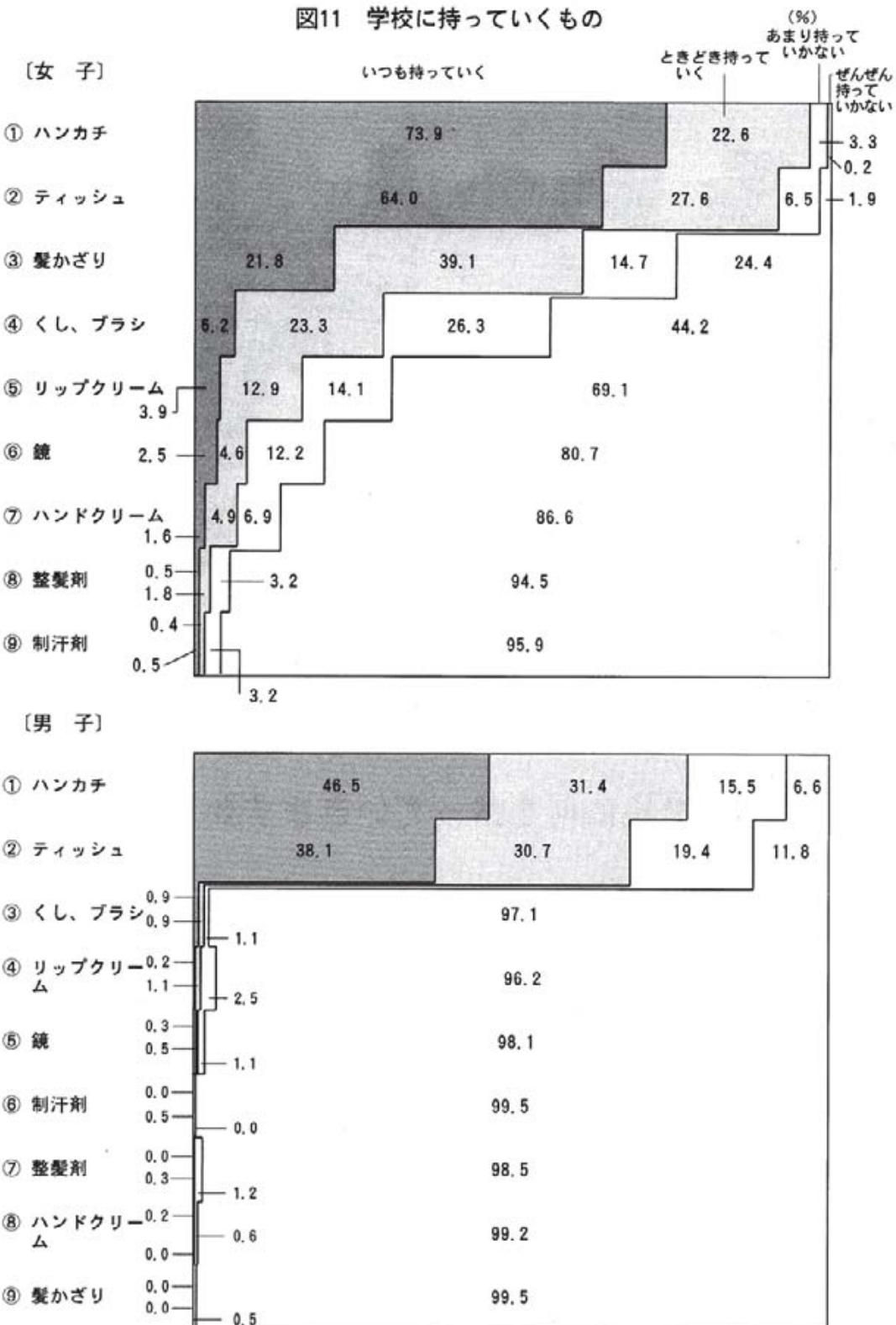


表1 学校にできれば持つべきもの（オープン・アンサー）

〔6年女子〕		180人中		〔6年男子〕		195人中	
おしゃれ用品	人数	それ以外のもの	人数	おしゃれ用品	人数	それ以外のもの	人数
ブラシ	13	まんが	15	腕時計	4	ゲームボーイ	29
制汗剤	10	シャープペンシル	12	ムース	1	まんが	22
くし	9	お菓子	5	制汗剤	1	ゲーム	13
鏡	7	ゲーム	4			お金	9
リップクリーム	6	ウォークマン	1			シャープペンシル	6
ハンドクリーム	2	おもちゃ	1			お菓子	5
整髪剤	2	虫さされ薬	1			ファミコン	4
		お金	1			ウォークマン	2

## ■ 泊まりがけの旅行には何を持っていきますか | | | |

図12、13は、林間学校や臨海学校、修学旅行などの泊まりがけの旅行に持っていくものを、性別で挙げたものである。子どもたちにおしゃれ心の芽生えがあるとすれば、それは日常から離れ、学校側の規制も多少ゆるやかな旅行の場面に現れると考えられる。数値こそ多少違うものの、項目は男女でほとんど同じ順番である。洗面用具は当然のこととしても、シャンプー、リンスがセットで位置し、そこへボディーシャンプー、洗顔クリームが

続く。石けん1つで全てすませていたわれわれの子ども時代を考えると、アイテムの細分化が子どもたちの間にもすっかり定着しているのを実感する。女子の間に、手足につけるクリームを「必ず・わりと」持っていく者が1割もいる。

なお、オープン・アンサーで、「泊まりがけの旅行に、許可されれば持つべきもの」を尋ねてみた結果が表2である。

図12 泊まりがけのとき持っていくもの（女子）

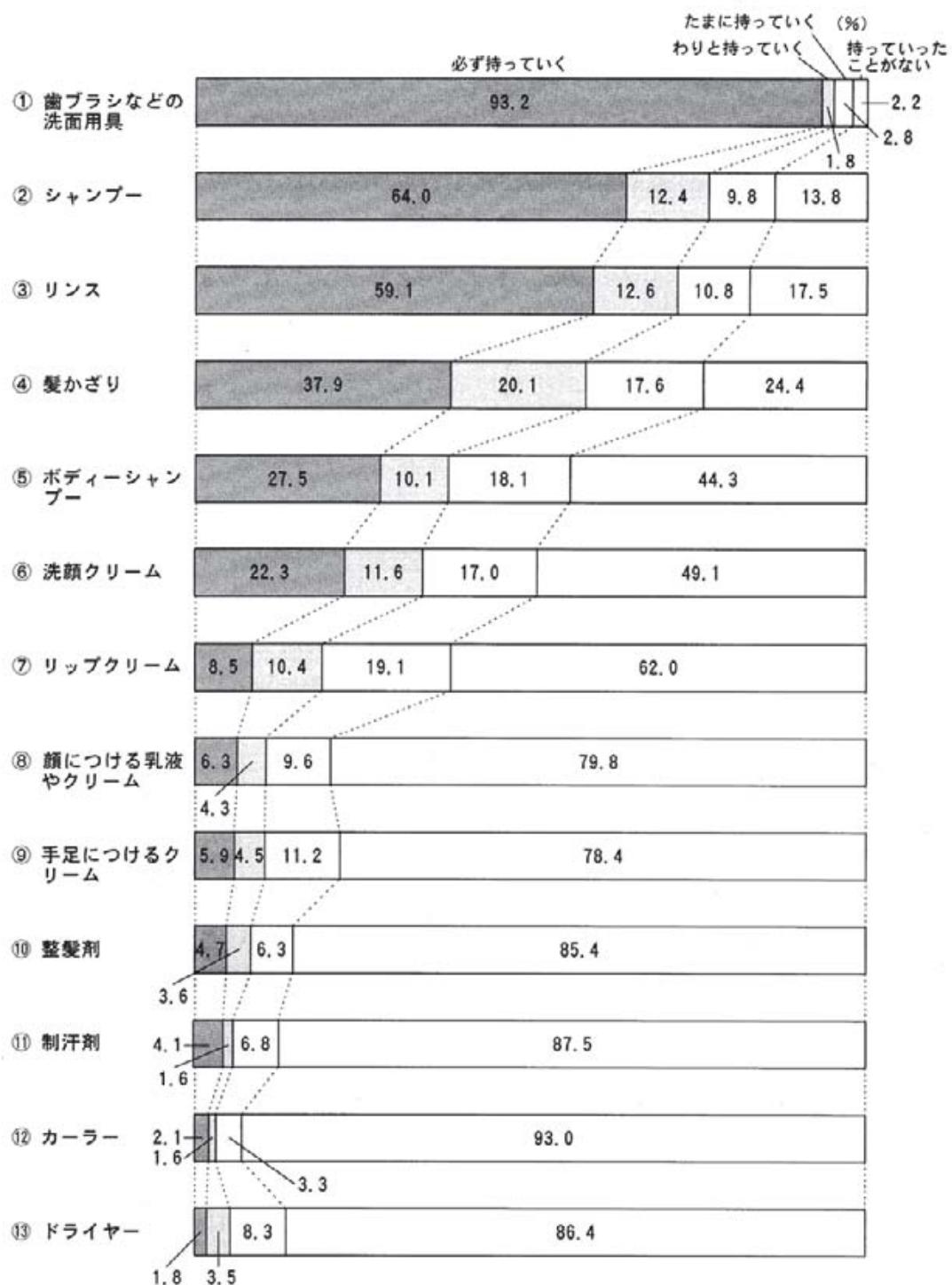


図13 沿まりがけのとき持っていくもの（男子）

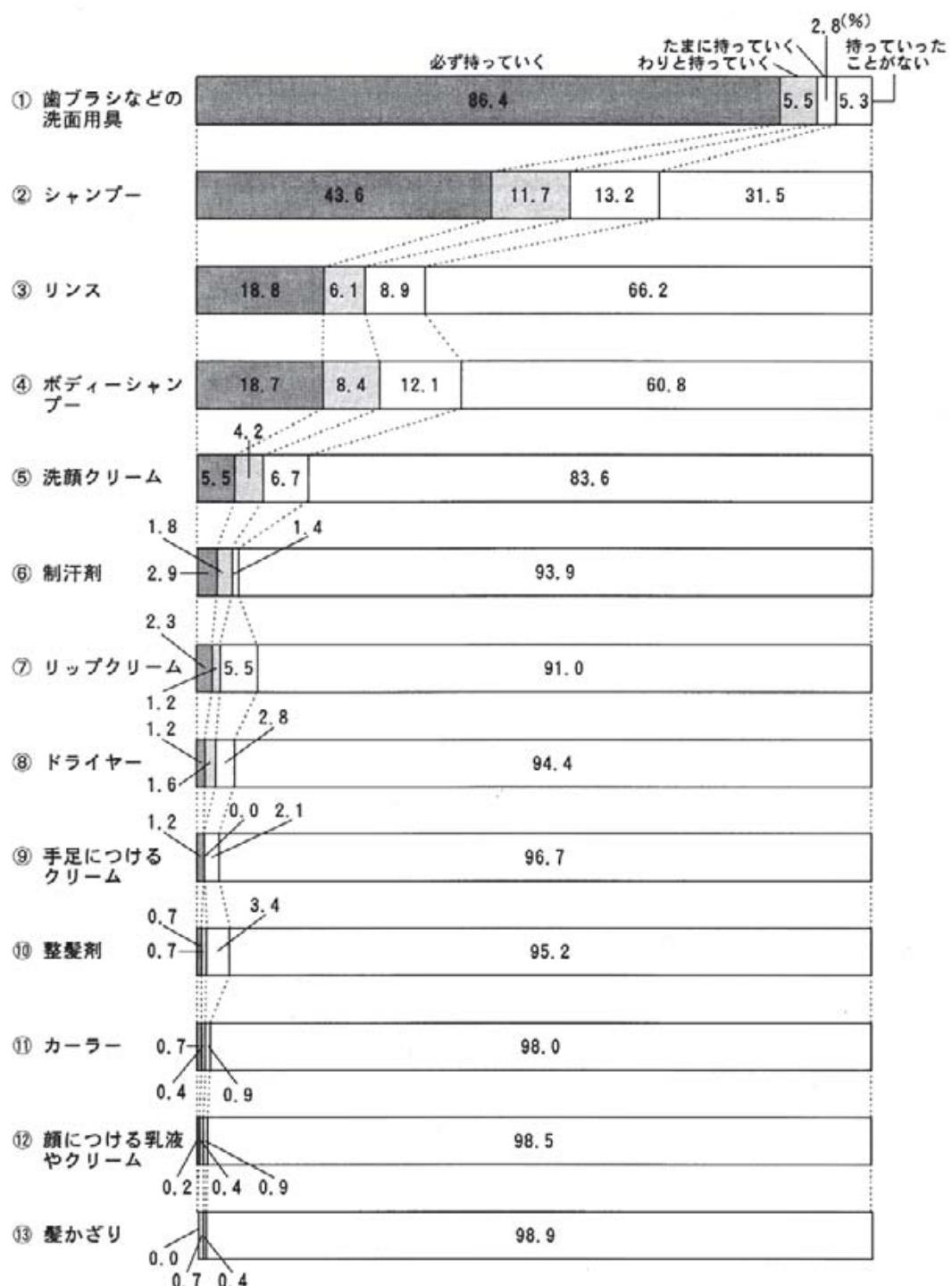


表2 林間学校などにできれば持つていきたいもの（オープン・アンサー）

〔6年女子〕 180人中				〔6年男子〕 195人中			
おしゃれ用品	人数	それ以外のもの	人数	おしゃれ用品	人数	それ以外のもの	人数
シャンプー・リンス	14	まんが・雑誌	8	腕時計	4	ゲームボーイ	41
ドライヤー	7	お金	7			まんが	15
制汗剤	4	お菓子	7			ゲーム	9
洗顔クリーム	3	カメラ	5			お金	9
リップクリーム	1	ウォークマン	5			ウォークマン	4
乳液	1	トランプ	5			ボール	4
ムース	1	カメラ	5			ゲームウォッチ	4
ハンドクリーム	1	ゲームボーイ	3			遊び道具	4
						お菓子	3

## ■新しいパジャマを持っていきますか III

次に泊まりがけのとき、「新しいもの」を持っていくかをみたのが図14である。ここでは泊まりがけの旅行に行った経験をもとにした設問であるため、6年生のみの結果を抜き出した。新しく買ったパジャマを「必ず」持っていく女子は41%に対して、男子では半分近い26%である。服は37%と22%、靴は28%と20%のように性差がみられる。

また、図15にあるように、「とても・わりと」おしゃれな女子のほうが、「あまり・ぜ

んぜん」おしゃれでない女子より新しいものを2倍近い率で必ず持っていく様子がわかる。例えばパジャマについては、おしゃれな子61%と、おしゃれでない子33%と大差であり、他の2品目も同様である。

イラスト（付表）は、実際に子どもが書いた、泊まりがけの旅行に持つていこうと思っているパジャマの絵である。子どもたちの思い入れが感じられて微笑ましい。

図14 林間学校や臨海学校、修学旅行に新しいものを持っていきますか（6年生）

(6年女子)

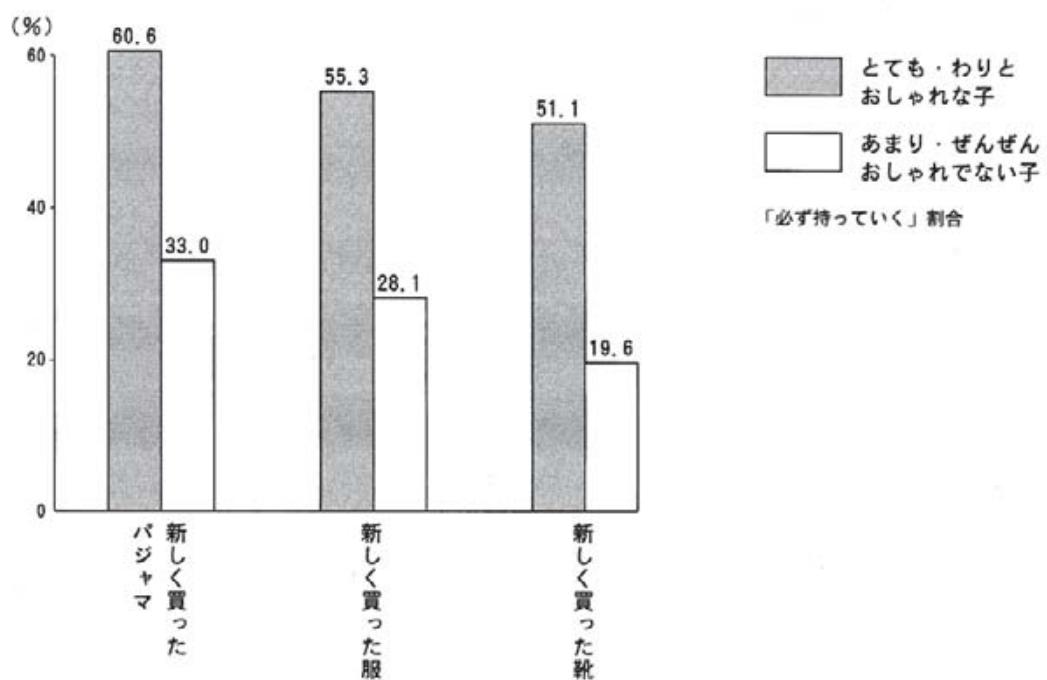
	必ず持っていく	わりと持っていく	たまに持っていく	持っていないことがある
① 新しく買ったパジャマ	40.5	26.1	19.6	13.8
② 新しく買った服	36.7	28.4	22.0	12.9
③ 新しく買った靴	27.5	21.7	27.2	23.6

(6年男子)

① 新しく買ったパジャマ	26.3	21.3	24.6	27.8
② 新しく買った服	21.9	26.0	25.4	26.7
③ 新しく買った靴	20.0	20.2	28.0	31.8

図15 新しいものを持っていく × おしゃれ度（女子）



付表 林間学校などに持つていこうと思っているパジャマの絵（6年生）

〔6年女子〕



( ワニ・ネコ ) のもよう



( 大人 [ヨハ] ) のもよう

〔6年男子〕



( たてせん ) のもよう



( しま ) のもよう



( 青のしまは ) のもよう

### 3. 子どもと身だしなみ



#### ■ どのくらいしていますか |||

図16、17は、子どもたちの身だしなみについての意識をみたものである。家庭のしつけのせいか、子どもたちは性差なく衛生的な暮らしをしている様子がわかる。もっとも基本的と思われるお風呂、下着のとりかえ、食事の前の手洗い、歯をみがくことなど9割以上の子どもが、1日1回以上の実行率を示す。図18のように男女で大きな差がみられるのは、「髪の毛をとかす」「鏡を見る」「リンスをする」である。女子のほうが細部にわたって、

念入りに身だしなみを整えていることもわかる。

ただし6割がたの子どもが、1日1回、または何回もシャンプーをしているというのは、清潔を通りこしていささか神経質すぎる気がしないでもない。俗にいう「朝シャン」の前段階であろうか。しかし、いずれにしろ清潔が、おしゃれの基本であるとされている日本の文化の中で、子どもたちはその第一条件は満たしていると言えよう。

図16 どのくらいしていますか（女子）

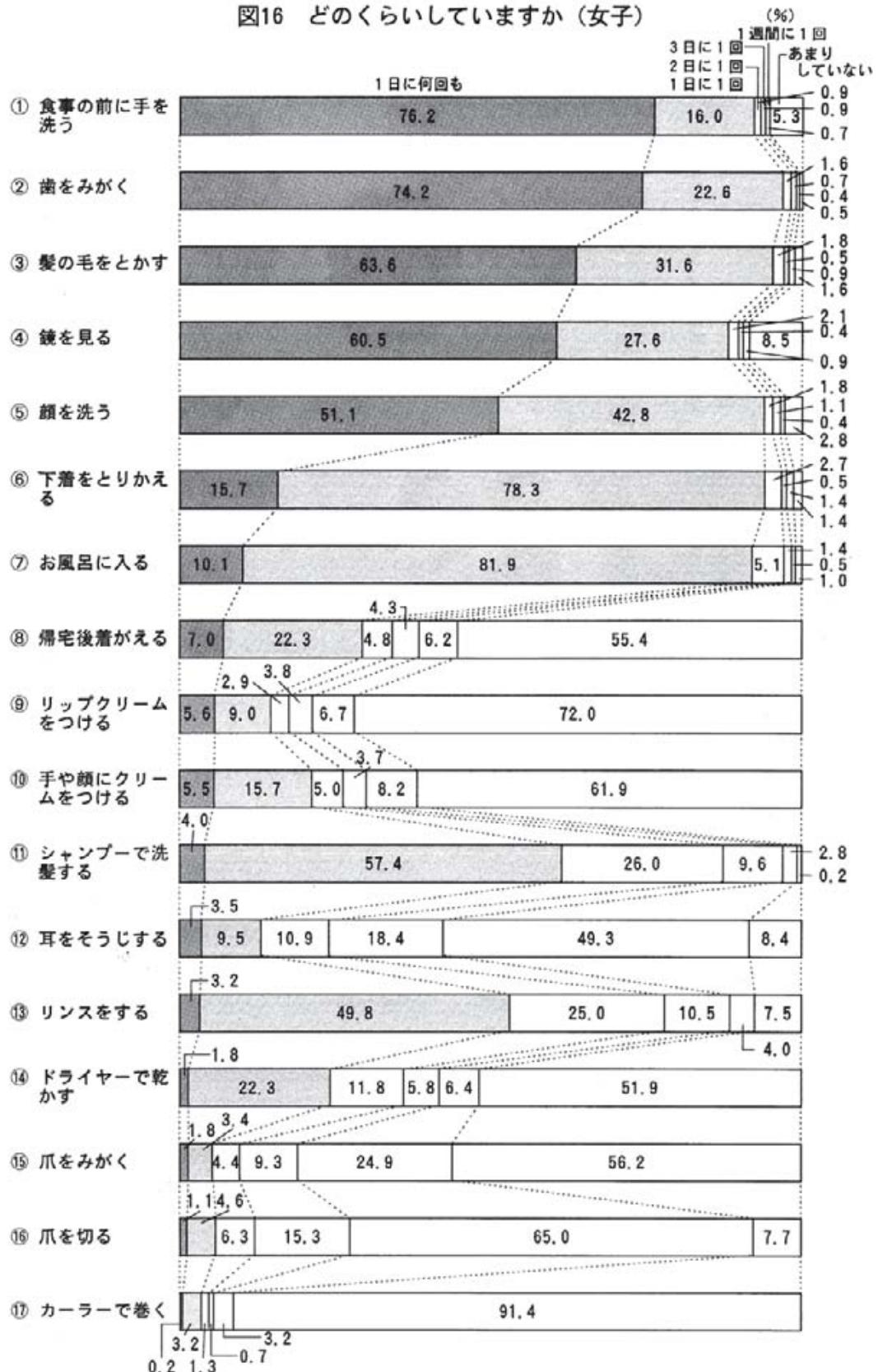


図17 どのくらいしていますか（男子）

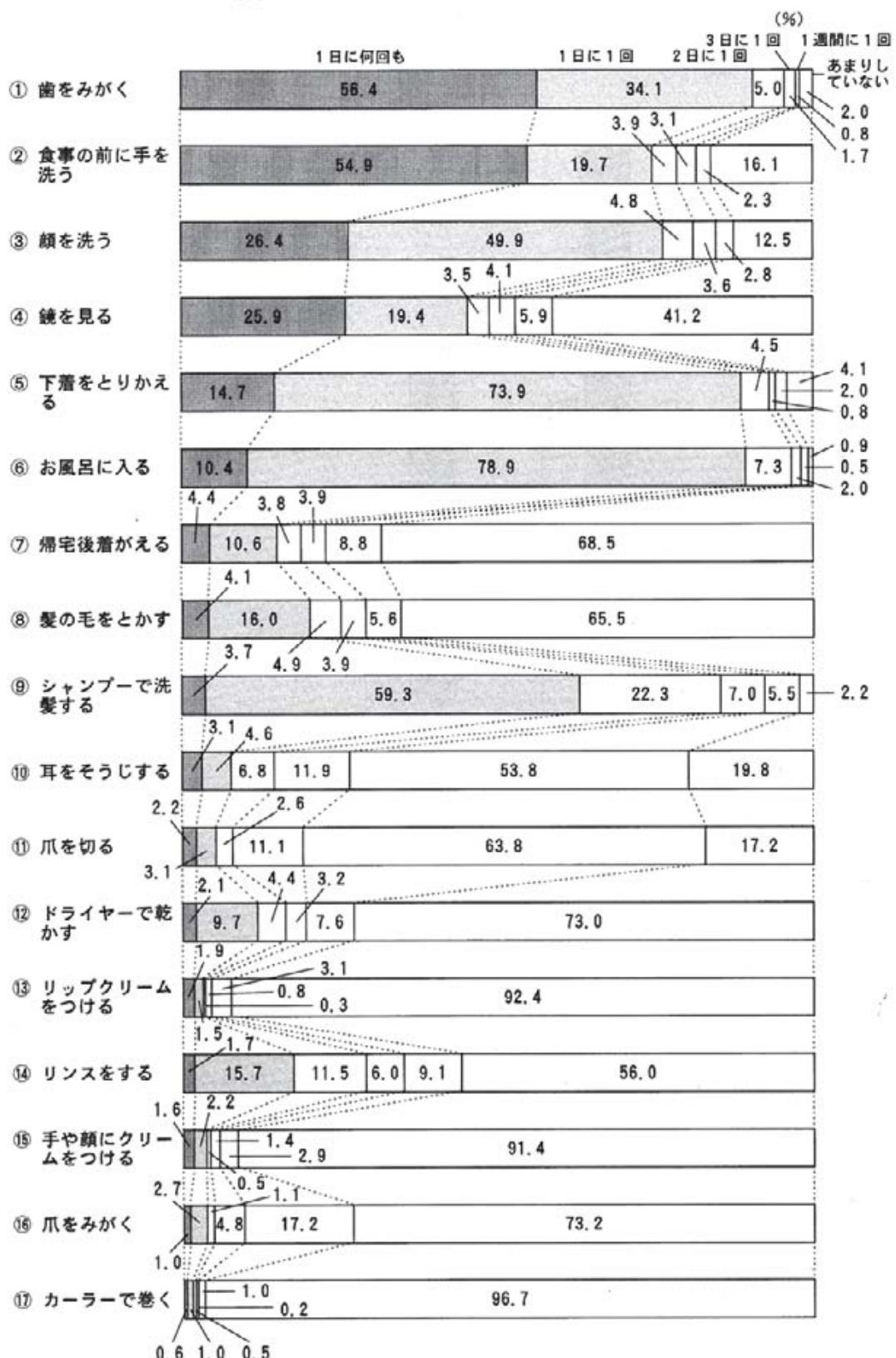
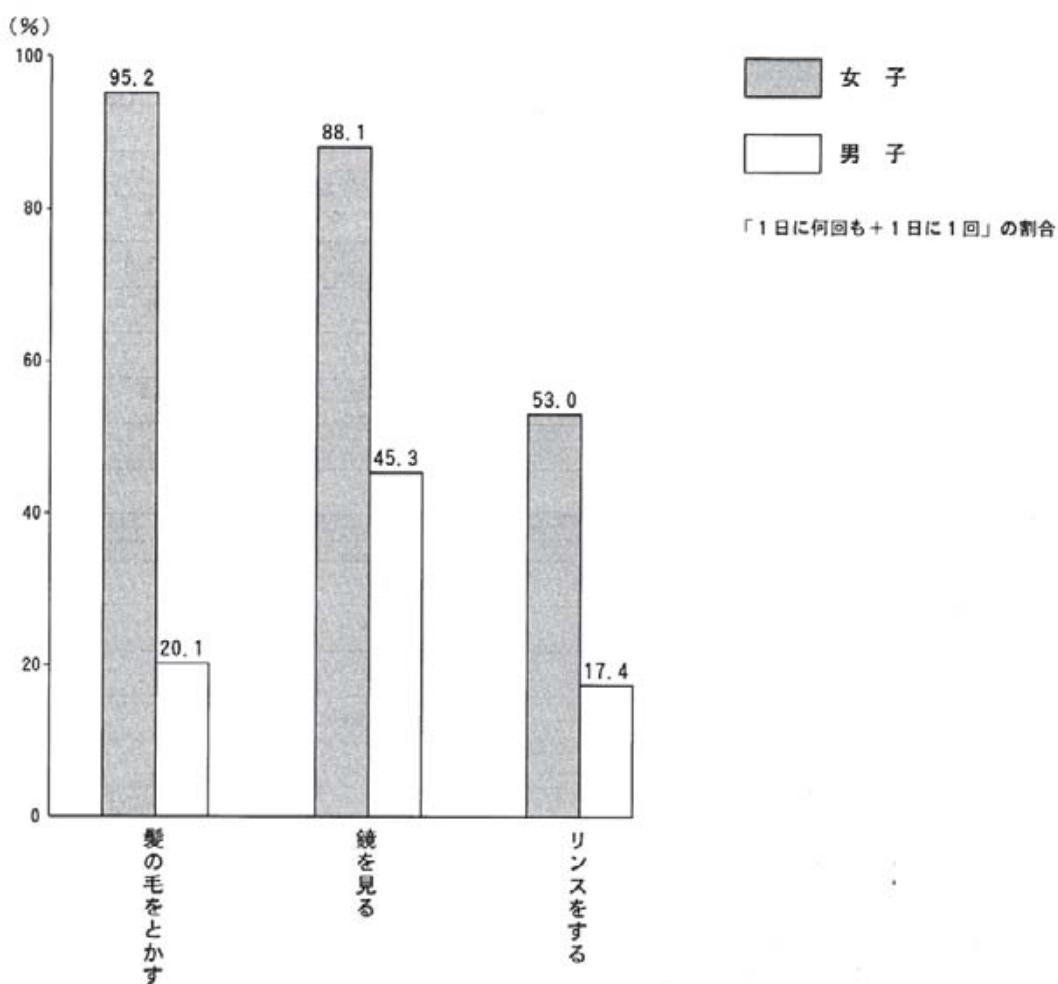


図18 どのくらいしていますか（性別）



## ■ あなたならどうする？ III

おとなの間では「センスのある人、おしゃれな人」は、頭の先から爪の先、足元に至るまで、行き届いた手入れをしているものである。反対に服装に構わない人は、髪型をはじめ全体に気配りをしない。図19は種々の場面で「おしゃれや身だしなみに不都合が生じたとき」、子どもがどのくらい気を遣うかを調べた結果である。全体として男子のほうが女子に比べて「気にせずそのまま」にしてしま

うことが多い。これは今まで見てきたように、女子のおしゃれへの関心の高さを、または見方を変えれば神経質傾向を示す結果と言えるかもしれない。全ての項目で半数の女子が「できれば修正したい」と答えている。面白いのは「なんとしてでも修正する」割合で、一番多いのが男女共、美容院でのヘアスタイルが不満なときをあげている点だろう。現代っ子は、髪型に敏感とも言えるし、そのた

### 3. 子どもと身だしなみ

めには店に文句を言いにいく労力をいとわないようである。

では、おしゃれ度との相関はどうかを図20に示した。やはり「あまり・ぜんぜん」おしゃれでない子どものほうが、「気にせずそ

のまま」でいられる。とくに男女共「寝ぐせ」の項目で、おしゃれな人との差が一番大きくなっている。子どもがおしゃれであるかどうかのバロメーターは「寝ぐせに注目！」と言えるかもしれない。

図19 あなたならどうする？

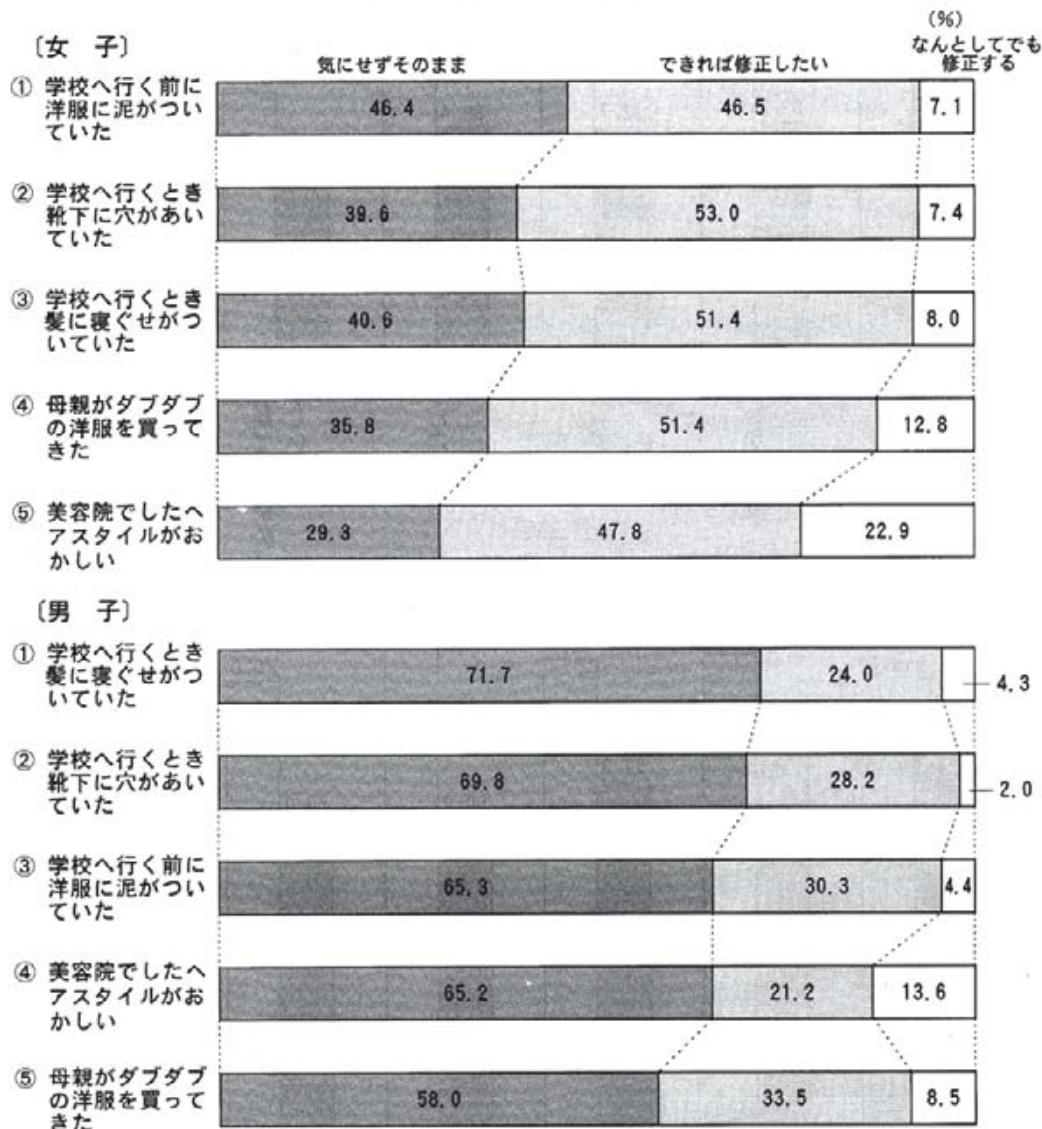
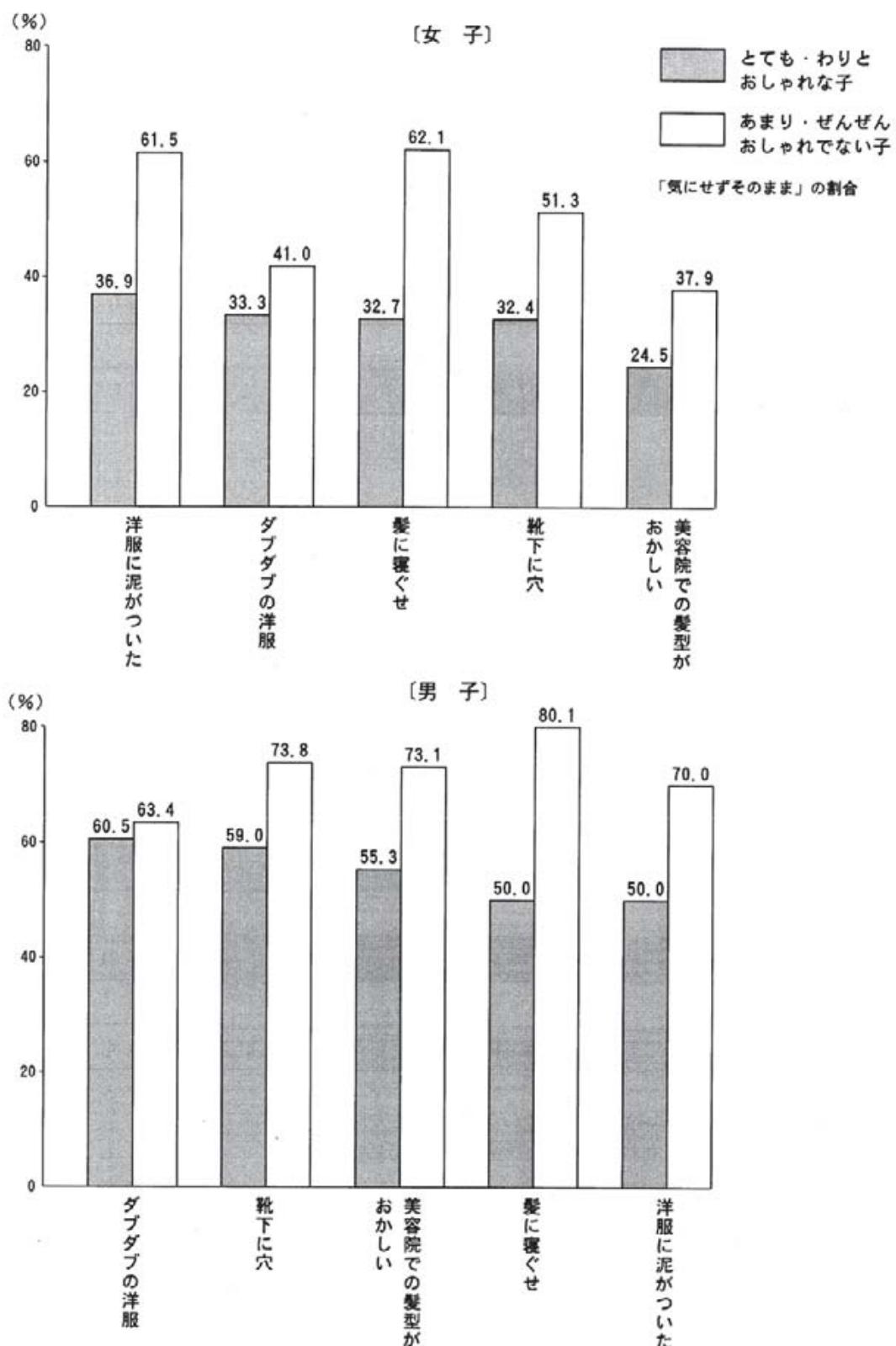


図20 あなたならどうする × おしゃれ度



## ■ 過ぎたるは……？ ||||

おしゃれな子どもたちは、身だしなみについて何か不都合が起こったとき、わりと気にして何とか修正しようとする傾向を見てきた。では一步進めて、神経質傾向——とくに親との関係やあまり清潔でない状態に対する耐性の面を、図21で見てみよう。思春期に近づくにつれて子どもたちは自我の確立のために、独自の世界を形成し始めるようになる。それはまず、親に対して距離をおくことから始まる。しかしここで見る限りでは、まださほど親と自分との間に明確な線を引いているとは言えないようだ。洗ってあれば親の箸を「ぜんぜん・わりと」平気で使える子は、女子で62%男子で59%、親の洗顔タオルを使える子は同じく51%と56%、バスタオルを使える子は50%と55%である。この年齢ではまだ親は他人ではなく、自分と強く結びついた存在なのかもしれない。図によればむしろ、あまり

清潔でないことへの耐性に乏しい傾向がみられ、男女共6割以上の子どもたちが「1週間も髪の毛を洗わない」ことや、「3日同じ下着を着る」ことには耐えられないと答えている。

こうした傾向は両方とも年齢と共に変化をみせ、図22で「親のバスタオルを使うこと」「お風呂のお湯で洗顔すること」の2項目について見ると、4年生の時には6割以上の子どもが「親の使ったバスタオル」を平気で使っていたのに、6年生になると約4割となり、思春期の始まりを思わせる。「お風呂のお湯で洗顔すること」も、4年生では男子5割、女子4割ができたのに、6年生になるとそれが男子4割女子2割へと推移する。そして図23で見ると、やはりおしゃれな子のほうがおしゃれでない子より、神経質な傾向が見いだされる。

図21 過ぎたるは

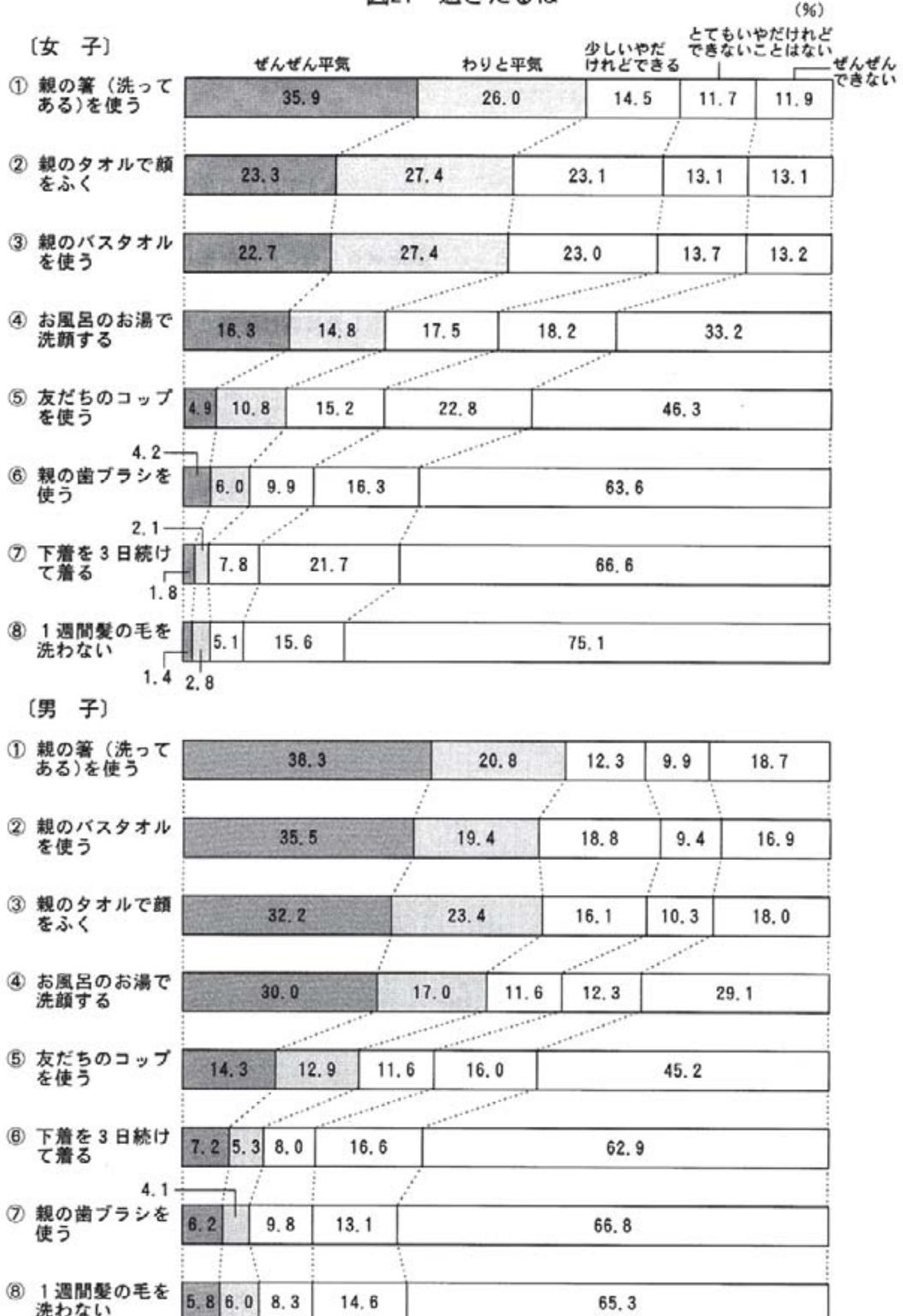


図22 過ぎたるは（学年別）

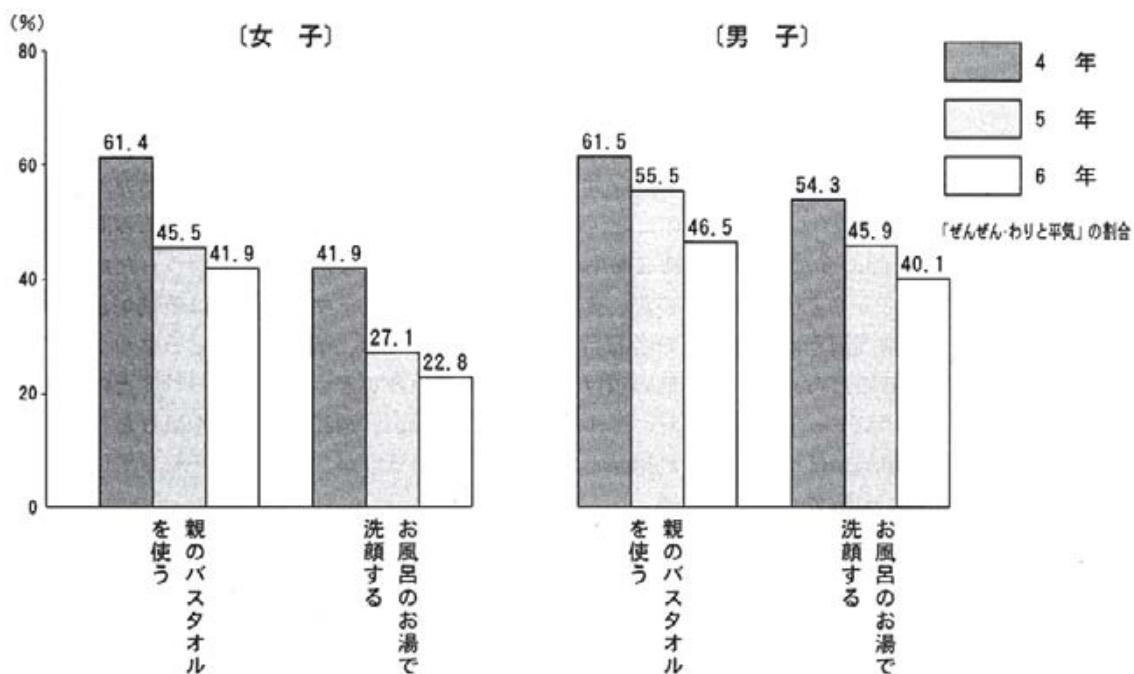


図23 過ぎたるは × おしゃれ度 (女子)

## ① 親のバスタオルを使うこと

	ぜんぜん平気	わりと平気	少しいやだけれどできる	とてもいやだけれどできないことはない	ぜんぜんできない
とても・わりとおしゃれな子	18.0	21.6	28.9	16.2	15.3
ふつう	22.3	29.3	23.5	12.6	12.3
あまり・ぜんぜんおしゃれでない子	28.2	27.4	16.2	14.5	13.7

## ② お風呂のお湯で洗顔すること

	ぜんぜん平気	わりと平気	少しいやだけれどできる	とてもいやだけれどできないことはない	ぜんぜんできない
とても・わりとおしゃれな子	10.8	12.6	17.1	22.5	37.0
ふつう	16.0	15.7	18.0	18.6	31.7
あまり・ぜんぜんおしゃれでない子	22.2	14.5	16.2	12.8	34.3

## ■ どのくらい持っていますか III

今の子どもたちはおしゃれ用品をどのくらい持っているか、図24、25を見ると、男女共腕時計を持っているのは、「ふつうこと」になってしまったようだ。少し高価なおもちゃを買ってもらうぐらいの感覚なのか、それとも忙しい日常（例えば塾通い）の必需品となってきたているのだろうか。その他の項目を見てみると、ポシェット、髪かざり、ベルト、帽子と購買単価が低く、おしゃれ用品というより「小物」を数多く持っている。

一方、革の靴、ネクタイ、ブレザー、ワンピースなどのいわゆるフォーマルウエアの所有率は意外に低い。革の靴を持っていない男子は半数以上、ネクタイ、スーツになると7割に近い。女子でも、4割の子どもが革の靴を持たない。現在でも日本の子どもたちは、催し物や集まり、パーティーに出かけていく機会は多くないのだろうか。それとも、子どもにはTPOが要求されず、どこへ行くにも

ラフな格好ですませてしまうのだろうか。歐米では裕福と言えない家でも、幼児が歩くようになるとまず革靴を与え、兄弟の間でも靴だけはお下がりにしないという。だから子どもでも、フォーマルな場では革靴がまず登場する。そこで、革の靴・フォーマルウエアを持っているかどうかとおしゃれ度との関連をみたものが、図26である。やはりおしゃれな子どものほうが、これらを所有している割合が高い。

ここで女子について消費態度の発達をみるために、小物を選び出して学年別に表したものが、図27である。おしゃれの手始めともいえるポシェットや髪かざりは、4年生がずっと多く持っているが、6年生になると口紅やイヤリング、ブレスレットが多くなってきて、少しずつおとなのおしゃれに挑戦していく様子がわかる。

図24 どのくらい持っていますか（女子）

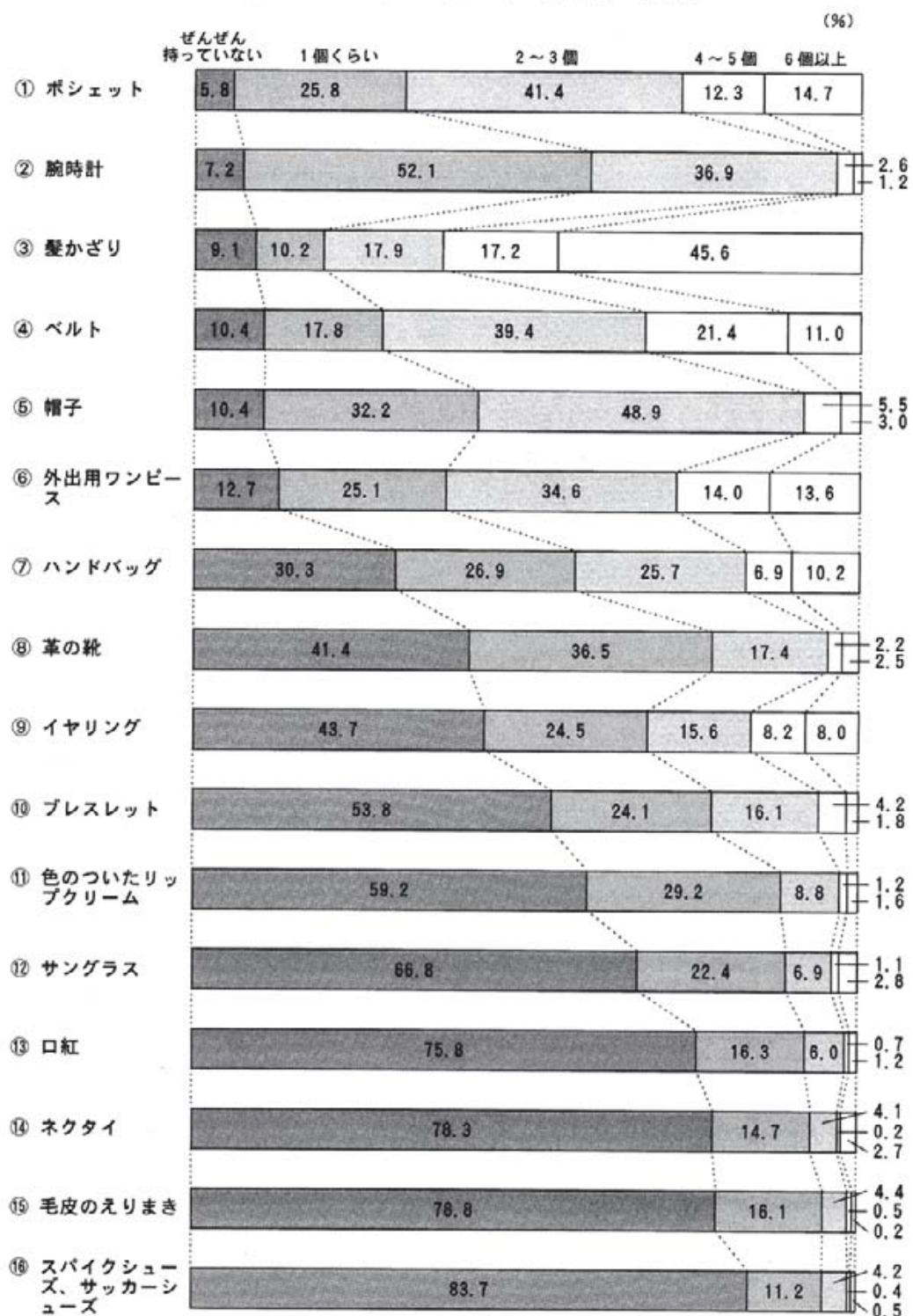


図25 どのくらい持っていますか（男子）

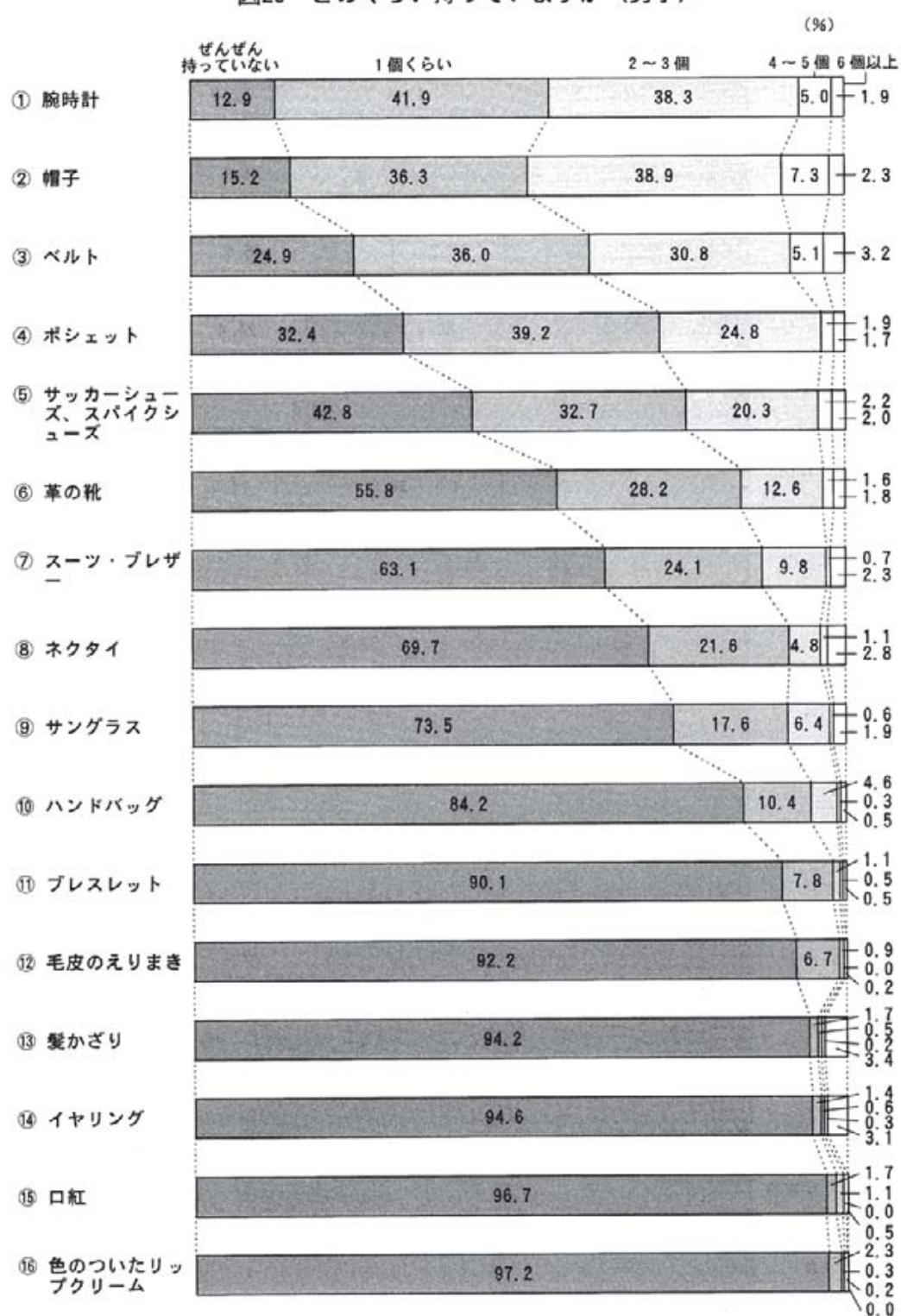


図26 どのくらい持っていますか × おしゃれ度

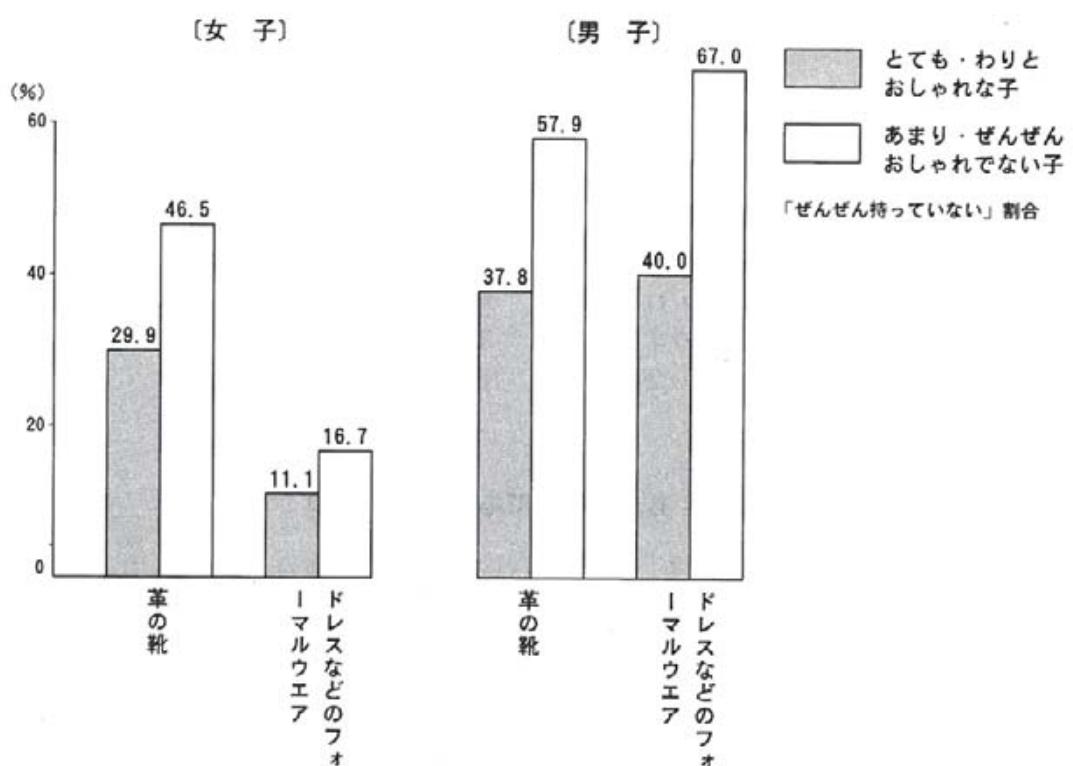
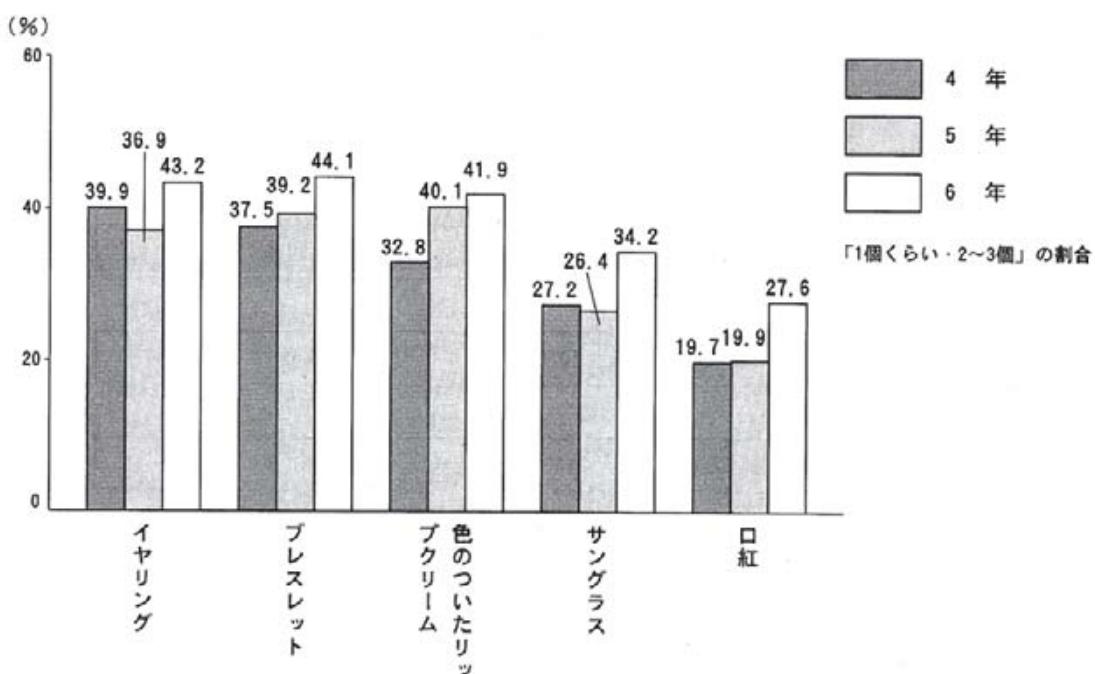


図27 どのくらい持っていますか（女子学年別）



## ■ ほしいものは何ですか |||

図28にあるように、子どもたちが「もっと買ってもらいたいもの」は、ズボン・スカートであり、革の靴は6割の子どもが、「持っていないけれどほしい」とは思っていない。ところが、図29のようにここでもおしゃれ度とクロスさせてみると、「とても・わりと」おしゃれな女の子は、フォーマルウェア・革の靴をほしいと思っている。しかし全体とし

ては、「あまり持っていないから、ほしいもの」として、スニーカー・運動靴が46%、「たくさんあるから、いらないもの」は、下着の52%となっている。おしゃれという観点ではなく消費態度からみると、あふれかえるほどのものに囲まれた生活をしてながら、意識の上ではあんがい子どもたちは堅実であると言えそうである。

図28 もっと買ってもらいたいもの

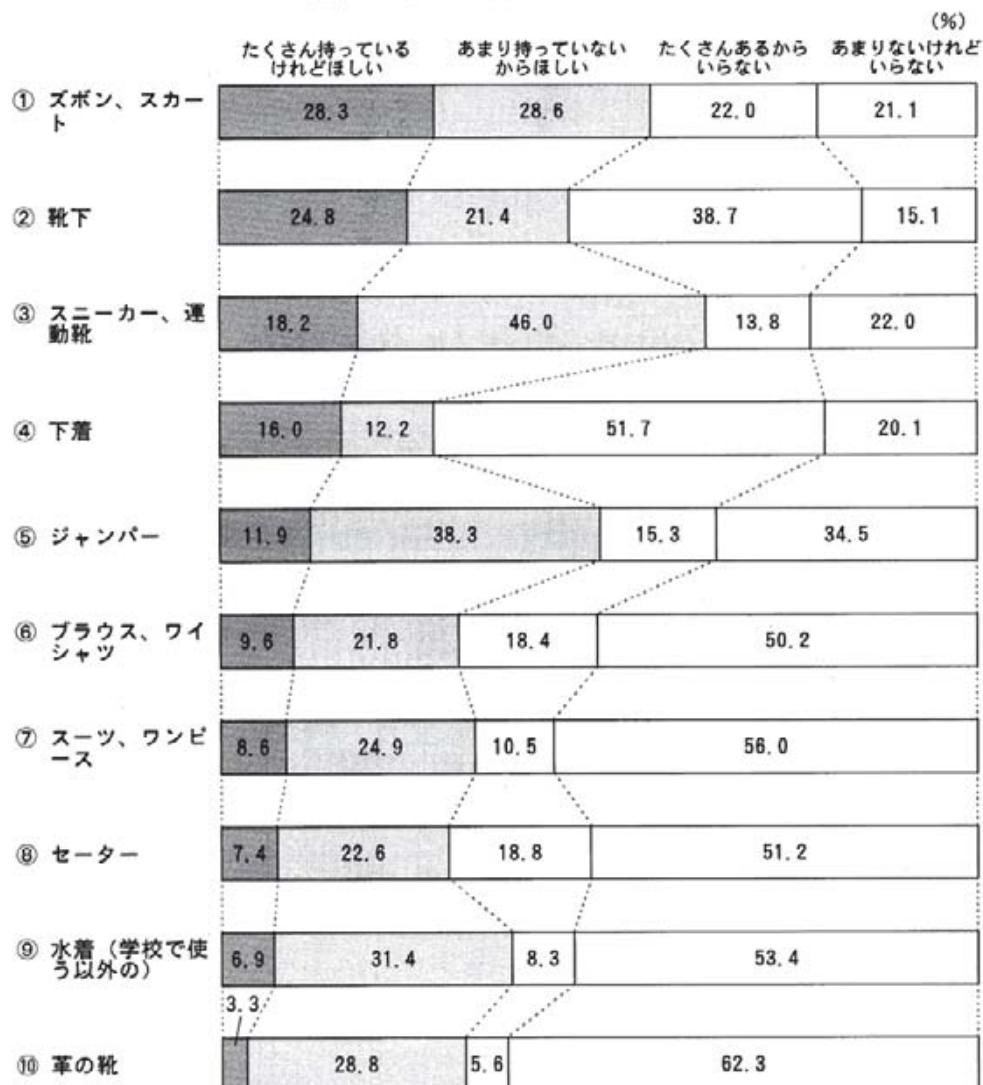
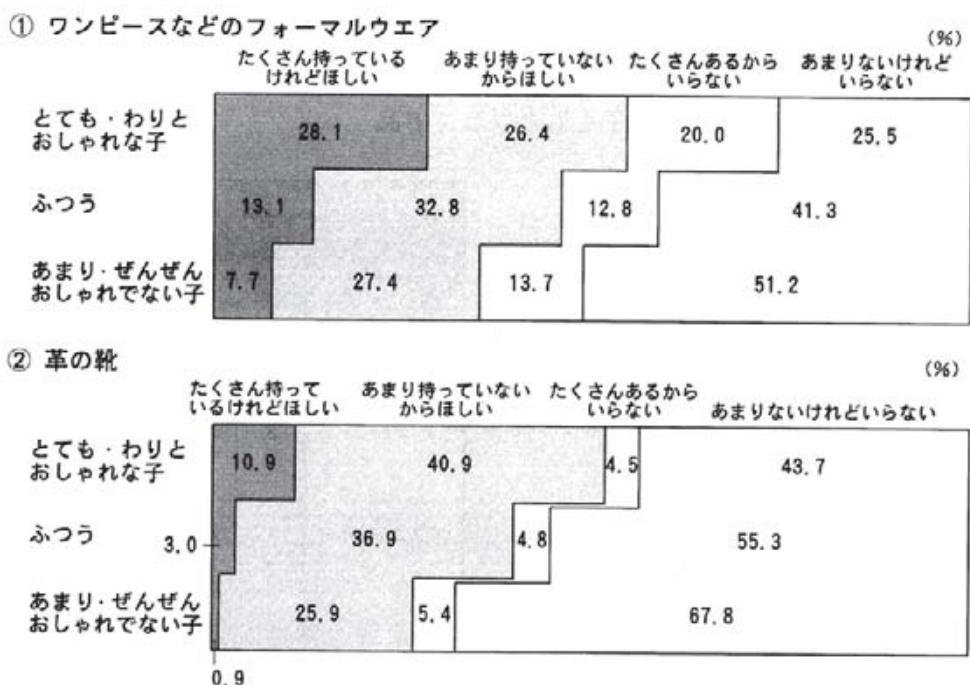


図29 もっと買ってもらいたいもの × おしゃれ度 (女子)



## ■ 子どもとブランド品 |||

われわれのブランド好きは、今や外国人びとが日本人を語る場合のステレオタイプとなってきた。最近の傾向だが、フランスではノーブランドのほうがかえって人気があるとかで、日本でもそのうちブランドよりも、個々の好みや使い心地が重要視されるようになるかもしれない。確かに一昔前のようにブランド品を持つことは、さしたるステータスシンボルでなくなってきた。にもかかわらず街を歩く人びとは1つ、2つは必ずといっていいほど、ブランド品を身につけている。最近は赤ちゃん用や犬猫用のグッズまで、ブランド品があるという。こうしたおとなたちの作り出す世界に、子どもたちはどの程度巻き込まれているだろうか。

表3は、オープン・アンサー形式で答えてもらったブランド品名である。今まで見てきたことを裏づけるかのように、ブランド名を多く書いてくれたのは女子であり、また学年が上がるほど、銘柄もバラエティーに富む。

同時に商品単価も上昇傾向にある。もっとも、多く書くといつても商品分野によって性別の違いがはっきり見られ、スポーツウェアやスニーカーは断然男子が、日用品でもシャンプーや石けんには、女子がこだわりをみせる。また、4、5年生は、ブランド名を記入しない子どもや、ブランドという言葉がわからない子どもなど、回答にはらつきがみられたので、6年生の集計だけを表にすることとした。なお、性別による差はみられなかった。

それにしても前回の調査と比較してみると、スポーツ品メーカー等が一部根強い人気を誇っているものの、新しい銘柄がたくさん登場しているのに驚かされる。とくに、この点は女子において顕著であった。子どもたちは、細分化された商品名をよく知っており、確かにメーカーにとって子どもたちが格好の販売ターゲットとなっているであろうことが推測される。小学6年生にしてこのくらいのブランド意識があるのなら、今後中学生、高校生

と年齢が上がっていくにつれて、企業側の思惑に対応するかのようにブランド爱好者と

なっていくことも十分に予想される。

表3 子どもとブランド品

〔6年女子〕180人中			
品 目	順位	銘 柄	人 数
①ジーンズ	1	リーバイス	9
	2	IN Express	6
		その他 10	14
②スニーカー	1	ナイキ	12
	2	PUMA	4
		その他 16	24
③トレーナー	1	ELLE	20
	2	ミッキーマウス	8
	2	ボロ・ラルフローレン	8
	2	IN Express	8
		その他 18	30
④スポーツウェア	1	アディダス	6
	2	アシックス	5
		その他 10	14
⑤シャンプー	1	スーパーマイルド	24
	2	シャンプー	
	3	メリット	18
		リジョイ	8
		その他 32	63
⑥石けん	1	Lux	15
	2	花王	14
	3	牛乳石けん	5
		その他 17	28
⑦リップクリーム	1	メンソレータム	11
	2	キンバップリップ滋そみ	2
		その他 15	18
⑧Tシャツ	1	ELLE	14
	2	ボロ・ラルフローレン	6
		その他 30	44
⑨水着	1	ELLE	14
	2	ベネット	2
		その他 5	5

〔6年男子〕195人中			
品 目	順位	銘 柄	人 数
①ジーンズ	1	リーバイス	16
	2	ビッグジョン	11
	3	ボブソン	7
		その他 10	12
②スニーカー	1	アシックス	17
	2	ナイキ	15
	2	PUMA	15
	2	アディダス	15
		その他 17	38
③トレーナー	1	PUMA	21
	2	アディダス	16
	3	アシックス	8
		その他 16	18
④スポーツウェア	1	PUMA	24
	2	アディダス	11
	3	アシックス	9
		その他 11	25
⑤シャンプー	1	メリット	15
	2	花王	2
		その他 19	20
⑥石けん	1	花王	8
	2	Lux	7
		その他 6	12
⑧Tシャツ	1	PUMA	32
	2	アシックス	15
	3	アディダス	14
		その他 23	34
⑨水着	1	NAS	3
	2	PUMA	2
		その他 8	9

## 4. 子どもにとってのおしゃれ



### ■ おしゃれのメカニズム ||||

「おしゃれな人」という言葉が、贅沢、虚栄、浪費、軽薄などのニュアンスを含んで使われていた時代があったとは若い人びとには想像もつかないに違いない。「こちらのお品のほうがおしゃれっぽい感じが致しますけど」「そう、それじゃこれをいただくわ」などのやりとりは、今ではハウスマヌカンとお客様の間でよく聞かれる会話である。「おしゃれ」は「センスがある」「ハイ・グレードな」「素敵だ」と同じ意味で、日常的に人びととの間で使われている。

しかし、おしゃれな品物を買ったからといって、その人が「おしゃれな人」と周囲から評価されるかどうかは別である。まず自分についての客観的把握が必要であり、言い換えれば、自分を見ている「もう一人の自分」

がいなければならぬ。その上で「語るべき自分」がなくてはならず、それを表現する技術も工夫も必要である。おとなのおしゃれとは、実はいくつものステップを踏んだ上に初めて到達できる境地であり、人の充実と同義なコンセプトとして、人間形成上、目標の1つになりうるかもしれない。

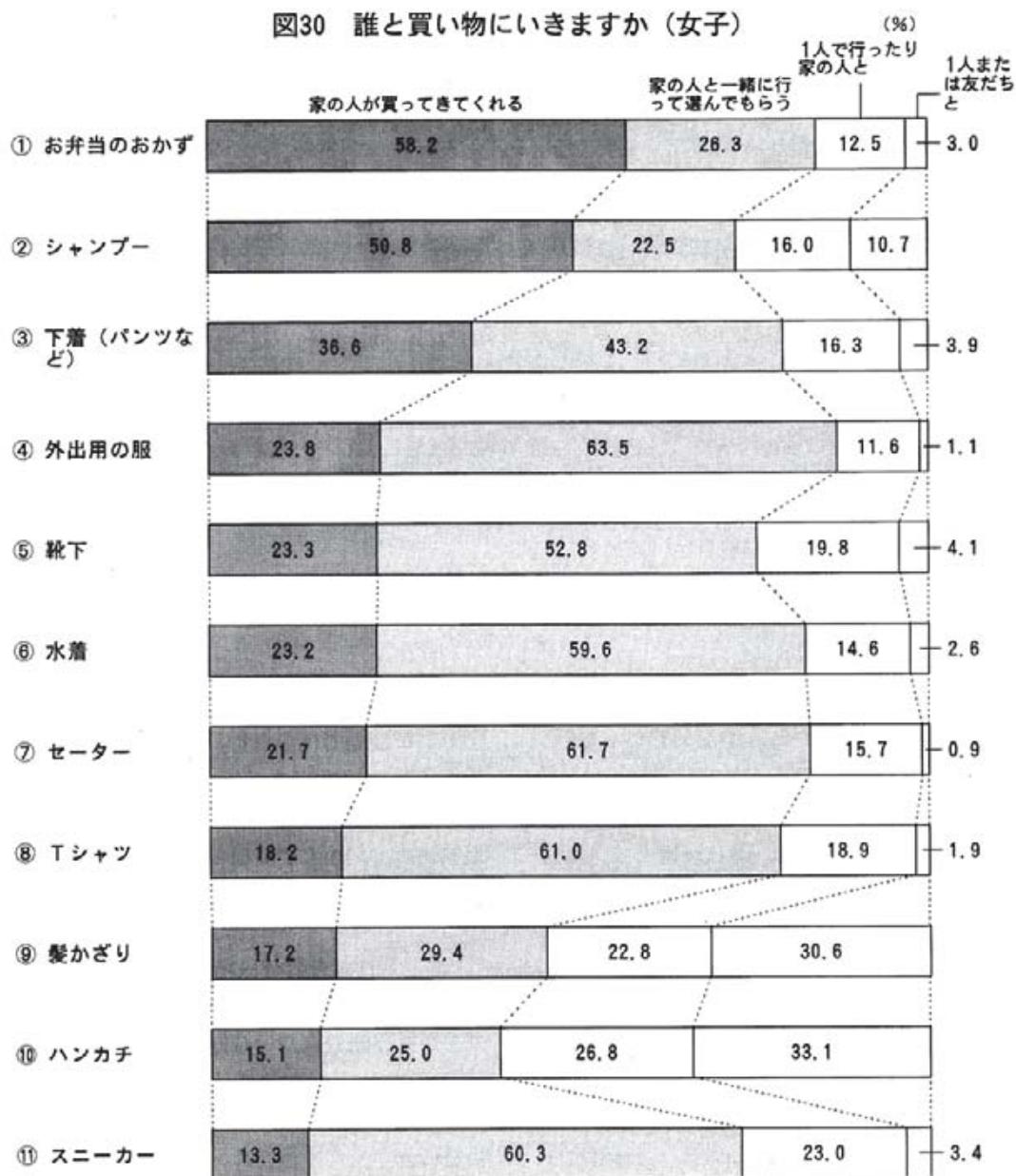
「おしゃれ」を発達段階との関連でとらえてみると、自他の未分化な赤ん坊におしゃれはないし、幼児期や児童期のおしゃれは、自己顯示欲求という幼さの現れにすぎないと思われる。そして思春期や青年期のおしゃれは、自己確立の模索の道筋にあると考えてよさそうだ。自分の中に他人と違う自分を見いだししたいという欲求、つまりアイデンティティー確立のための試行と理解できるだろう。こう

した子どもたちの懸命なニーズを理解し、おとなたちはその達成に向けて手を貸してやるべきではないだろうか。

しかし日本の場合、思春期の子どもたちの人格形成への対応は、逆の方向にあると言えそうだ。せっかく芽生えたおしゃれ心を、中

学生ともなれば制服の中に閉じ込め、アクセサリーはおろか、ワイシャツは白とかワンポイントのソックスすら禁止する。「子どもらしさ」や「中学生（高校生）らしさ」という没個性の装いや行動が奨励される。子どもに自己決定の機会となるべく与えず、おとなに

図30 誰と買い物にいきますか（女子）



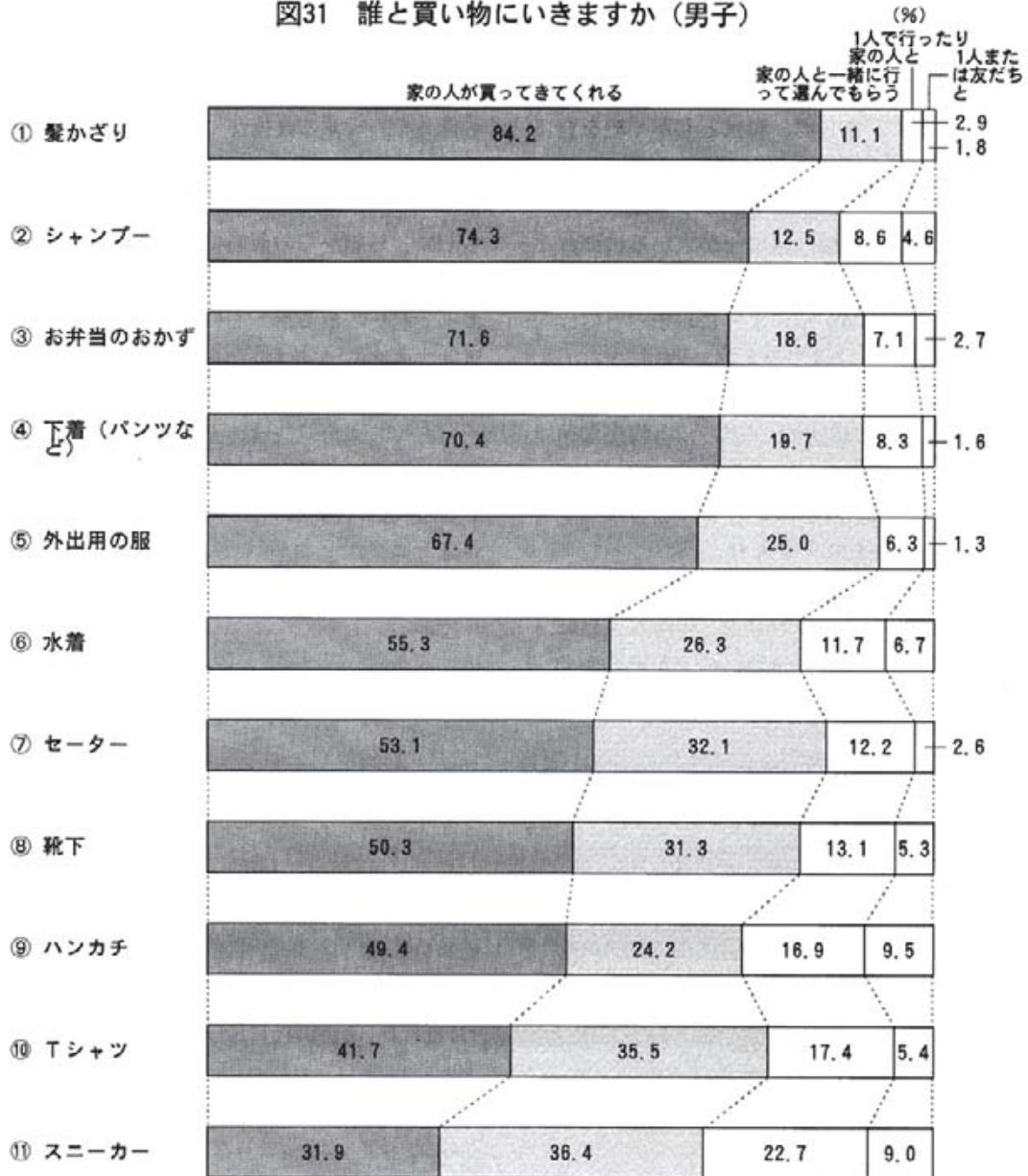
#### 4. 子どもにとってのおしゃれ

なるまでその権利を保留させる。おとなが目を離すと、子どもは服装等に関して、とんでもない自己決定をすると信じられているかのようである。

したがって図30、31が示すように、子どもたちの身のまわりの品々は、ほとんど親の整

えてくれたものである。買い物にいくとき、子ども1人で、または友人と一緒に買い物にいくのは、女子でせいぜいハンカチと髪かざり(3割)、男子でスニーカー(1割)ぐらいなものであり、とくに男子はほとんど親の決定に依存した衣生活を送っていることがわかる。

図31 誰と買い物にいきますか(男子)



## ■ おしゃれとアイデンティティー III

しかし少しづつではあるが、子どもの中に自分の身のまわりのことについて自己決定したがる傾向がでてくるし、許される範囲でそれをする傾向も生まれる。

図32によれば、その日に学校へ着ていく服は自分で決める子が多いし、爪も自分の判断で切っている。そして、服はともかく靴を買うときは、親と一緒に自分の好みを主張して決めている様子もみられる。そして図33に示したように、その傾向は学年が上がるにつれて増加していく。

さらに次の図34が示すように、子どもの自己評価との関連で見てみると、「おしゃれ」な自分という自己イメージをもっている子は、そうでない子より勉強もスポーツも得意な傾向が見いだされる。男子の場合、「おしゃれ」な子の中でスポーツが「とても得意」な子は54%、「あまり・ぜんぜん」おしゃれでない子では21%、女子の場合「おしゃれ」な子で勉強が「とても・わりと」得意な子は35%だが、そうでない子は14%などがその例で

ある。

こうして見えてくると、小学校高学年くらいからの子どもたちの「おしゃれ」欲求を、自我形成との関わりで、もっと大切にしていく必要があるのではなかろうか。新しい時代の中ではおとなとの間でも服装や持ち物によっても自分を表現する技術が一層必要になってくるであろうし、とくに思春期の子どもたちのアイデンティティー形成が内面的に達成される前に、外側からの仮の自分の独自性を作り出そうとするおしゃれ欲求は、おとなたちによって制止されるべきものではなく、むしろ援助すべきものではなかろうか。そのためにはおしゃれに限らず、あらゆる場面でもっと子どもたちに自己決定の機会を与え、それをおとなが上手に援助しながら、自立と独自性を備えた明確な「自分」の形成を果たさせていきたい。

——それが今後の教育課題の1つと言えそうである。

図32 誰が決めますか

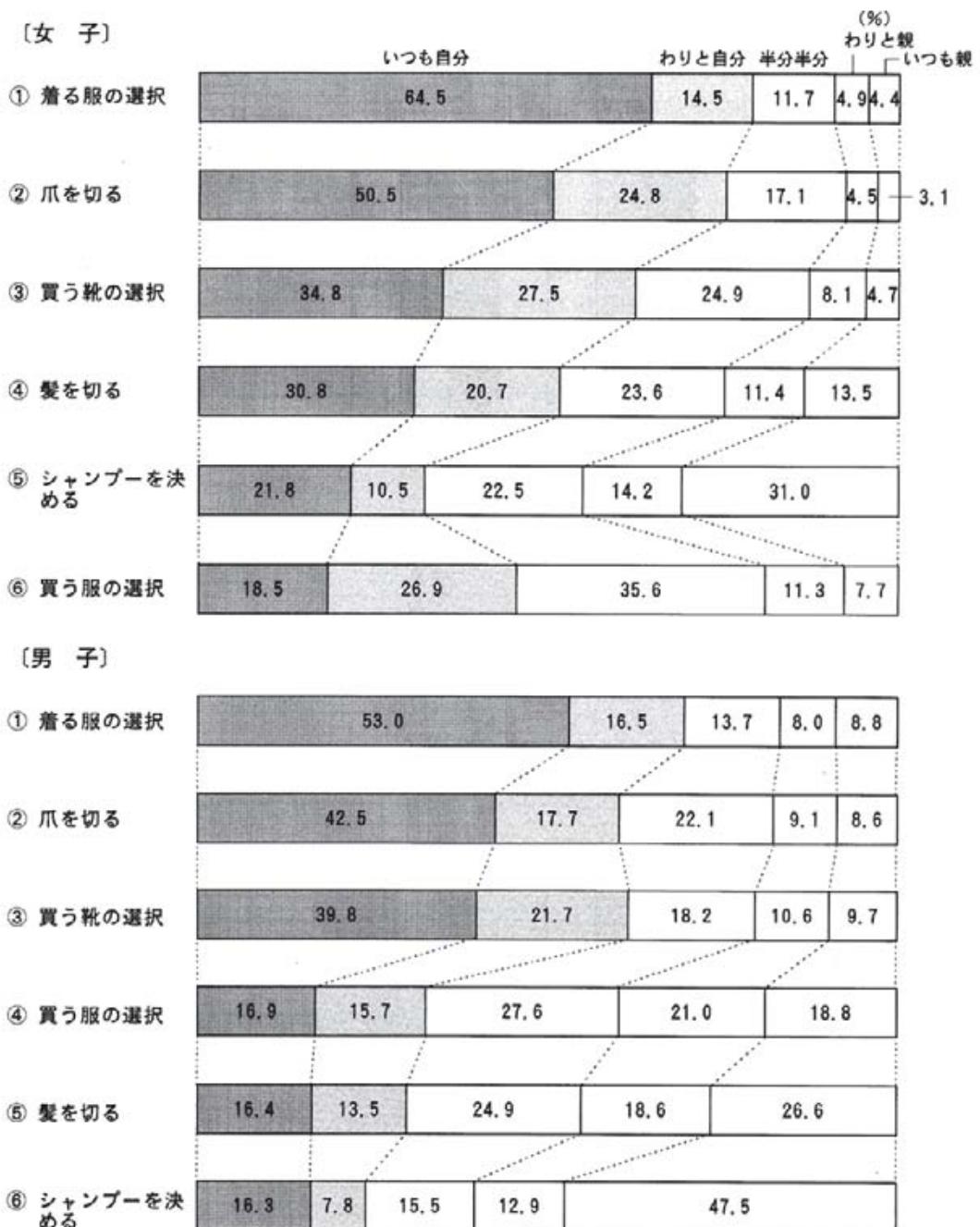
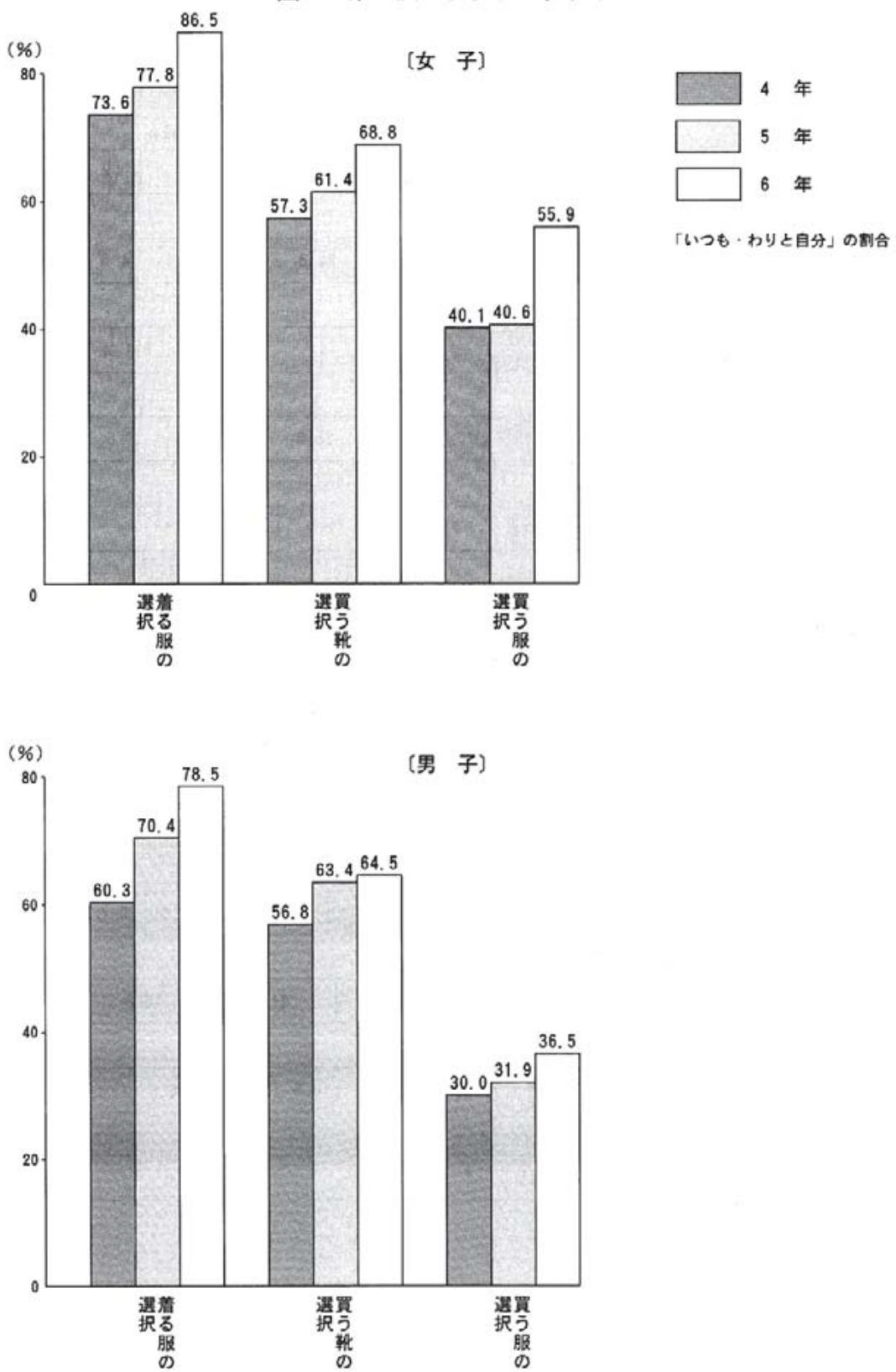


図33 誰が決めますか (学年別)



4. 子どもにとってのおしゃれ

図34-① スポーツが得意 × おしゃれ度

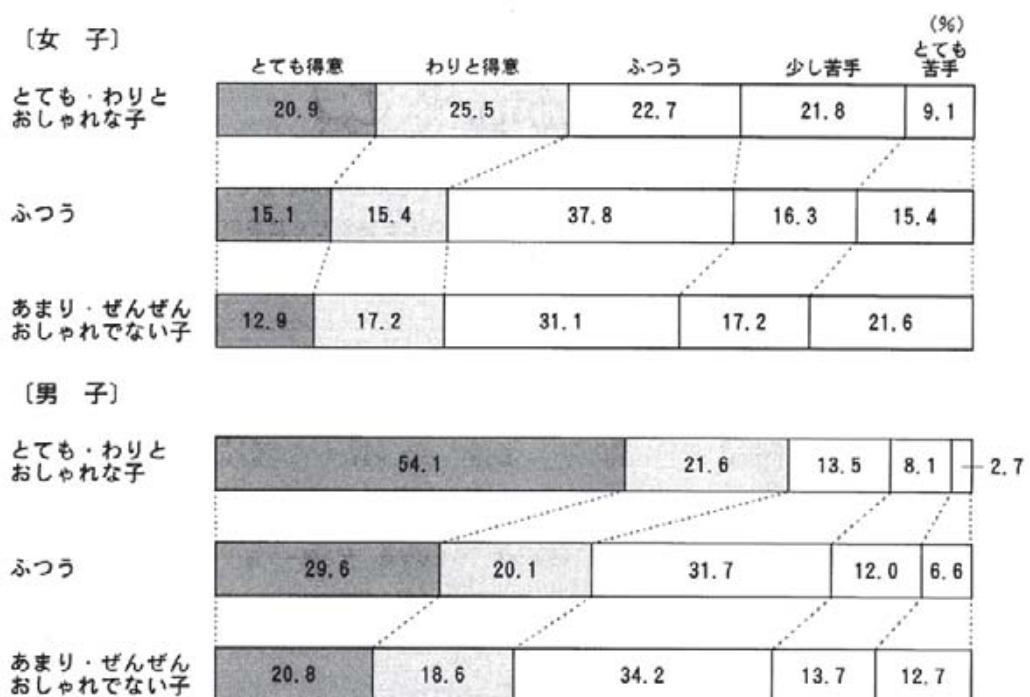


図34-② 勉強が得意 × おしゃれ度

