

女子大学生における「かわいい」感覚の構造について

三 浦 欽 也

On a Structure of “kawaii” Feeling in Female Students

MIURA Kinya

Abstract

“Kawaii”, which is often translated as “cute” in English, is a word specific to Japanese modern and popular culture. In this paper, we attempted to characterize the items that female students feel to be “kawaii”. First, we had female students list items that they would call “kawaii”, together with a list of terms that they would use to describe each item. From all the collected descriptive terms, we selected the twenty-seven terms that were most frequently used. Secondly, we had a separate group of female students list “kawaii” items similarly, and had them decide the degree of suitability of each of the twenty-seven descriptive terms for all the items. As a result of a cluster analysis of the data, these “kawaii” items were divided into three groups. It was observed that one group consists of items concerning the so called baby-schema, another group consists of items concerning personal adornment and the other consists of items possessing characteristics of both of the former two groups. Thirdly, we also analyzed the same data using factor analysis, and obtained three factors. One factor concerns baby-schema, another factor concerns personal adornment and the other concerns personal evaluation. We also examined the differences among the three groups in average scores of the factors using ANOVA, the results of which support former observations about the characteristics of the three groups.

キーワード：かわいい、感覚、感性情報、形容語、SD 法

Key words: Kawaii (cuteness), feeling, kansei information, epithet, SD method

1. はじめに

1.1. 「かわいい」とは

「かわいい」という語は、「恥ずかしさに顔が赤くなる思いである。[松村, 1998]」という意味の「かわはゆし」という語を語源に持ち、近世になって、より原義に近い「かわいそうだ。ふびんである。[松村, 1998]」という意味と、小さいもの、弱いもの、幼いものなどに、「愛情をもって大事にしてやりたい気持ちを覚えるさま。[松村, 1998]」というような、原義から派生した意味を持つ語として成立したものである [入戸野, 2009]。現代では、主に後者の意味で使用されているが、近年では、マンガ、アニメ、キャラクター、ファッションなどのポップカルチャーの分野における、日本文化の一側面を表す語として、国際的にも脚光を浴びるようになってきており、オックスフォード英語辞典第3版にも、“kawaii”という単語が収録されるに至っている [Oxford Dictionaries, 2010]。日本の文化政策においても、外務省がファッション分野の若手リーダー3名にポップカルチャー発信使（通称「カワイイ大使」）を委嘱するなど、「かわいい」という語とその概念を、積極的に利用するまでになっている [外務省, 2009]。

しかしながら、この「かわいい」という語がどのような意味で用いられているのか、また、この「かわいい」という語が表す感覚や概念、特に現代のポップカルチャーの文脈における感覚や概念がどのようなものであるのかは、必ずしも明瞭であるとは言い難く、その実体は明らかではない。

また、「かわいい」という語は、1990年代以降、俗語として「キモかわいい」、「ブサかわいい」、「エロかわいい」、「キレかわいい」などの派生語も生んでおり、これらの概念が「かわいい」の下位概念であるとする、「かわいい」という概念は複数の概念を包含する多義的な概念である可能性もあり、その実体をますます分かりにくいものにしている。

1.2. 「かわいい」に関する先行研究

この「かわいい」感覚（もしくは概念）に関しては、これまで、文化論として、あるいは社会現象としての側面から言及されることが多い [四方田, 2006] [森, 2007] [會澤 大野, 2010]。数理統計的手法を用いるなどの、実証的な方法で「かわいい」感覚を分析したものは、あまり多くは見られないが、入戸野は [入戸野, 2009] において、実証的な方法を導入している。入戸野はこの論文で、日本人大学生を対象に、「かわいい」「きれい」「かつこいい」の3語について、13個の形容語対を用いたSD法（主成分分析）によってそのイメージを分析し、3つの主成分（「対象の性質」、「対象についての個人的評価」、「騒がしい」）を得ている。また、入戸野は、「かわいい」と感じる対象や「かわいい」ものに対する意識や行動も調査・分析した上で、「かわいい」の2層モデルを提唱している。このモデルは、「かわいい」という感覚は具体的な対象の特徴そのものではなく、そこから惹起される意識的・感情的体験から生じると論じてい

る。しかしながら、「かわいい」感覚の多義的な側面をも視野に入れた、実証的な研究は、残念ながら、ほとんど見当たらない状態である。

1.3. 本研究の立場

本研究では、「かわいい」に代表されるポップカルチャーの主要な担い手の一端であり、かつ、「かわいい」という語を多用すると思われる女子大学生を対象に、「かわいい」と形容される対象がどのようなものであるか、また、その「かわいい」という感覚がどのようなものであるかを、感性情報処理的手法を用いて明らかにすることを試みる。

入戸野は、[入戸野, 2009]において、「かわいい」「きれい」「カッコいい」という3語の印象について分析を行っているが、これらはあくまで「語」に対する印象であり、「かわいい」と形容される「対象」についてのものではない。本研究では、調査対象者に具体的な「かわいい」対象をイメージしてもらい、それに対する印象評定をSD法を用いて分析することとした。その際、その「かわいい」感覚を十分にカバーする形容語群が必要となるため、まず準備として、その形容語を収集するための質問紙調査を行ない、それによって収集された形容語を用いて、改めて別の調査対象者で、「かわいい」対象に対する印象の調査を行った。

「かわいい」対象に対する印象を分析するに当たっては、「かわいい」感覚の多義性を考慮し、印象評定された対象をまずクラスター分析によって分類することを試みた。また、印象評定のデータをもとに因子分析を行い、「かわいい」感覚の因子を抽出するとともに、各クラスターの相違を因子得点から分析することを試みた。

本論文では、次の第2章で「かわいい」感覚の形容語を収集するための調査について述べ、第3章で「かわいい」対象に対する印象評定の調査と、その結果の分析について述べる。その分析において、「かわいい」対象の分類と、その印象の因子構造についても論じる。第4章はまとめとし、本研究の問題点と課題についても触れる。

2. 「かわいい」感覚の形容語の収集

調査時期および対象

2011年12月14日に、兵庫県内の女子大学の1年生（パーソナルコンピュータを用いた実習の履修生）を対象に、教室内のパーソナルコンピュータを使用して実施した。回答者は61名であった。

調査方法および質問の構成

調査のためのWWWページを作成して使用した。第1ページで調査の内容、目的と個人情報取り扱いについて説明し、調査が任意であること、いつでも中断してよいことを口頭で説明した上で調査を行った。第2ページでは、身の回りの「かわいい」を5～7、できるだけ具体的にイメージしながら挙げるよう指示し、第3ページ以降では、第2ページで挙げた対象の1つにつき1ページを提示し、その対象を形容する「かわいい」以外のことばを3個以上挙げるように指示した¹⁾。

第2ページでは対象を5以上入力しないと先に進めない仕組みにし、第3ページ以降は、形

表1 「かわいい」対象の形容語

A01：小さい	A08：あたたかい	A15：楽しい	A22：和み
A02：綺麗	A09：面白い	A16：元気	A23：気持ちいい
A03：癒し	A10：かっこいい	A17：素敵	A24：個性的
A04：柔らかい	A11：お洒落	A18：丸い	A25：大きい
A05：愛らしい	A12：美しい	A19：キュート	A26：幼い
A06：ふわふわ	A13：優しい	A20：きらきら	A27：華やか
A07：明るい	A14：女の子らしい	A21：無邪気	

容語を3個以上入力しないと先に進めない仕組みとしたが、そのページを飛ばす（その対象を飛ばす）こともできるようにした。各データは、個人を特定することはできないが、個人と対象の対応は識別できるようなデータとして収集した。

結果

回答者数は61であった。全回答者が挙げた「かわいい」対象の総数はのべ304で、1回答者あたり平均4.98（min：1，max：7， $\sigma=1.50$ ）であった²⁾。全ての対象についての形容語の総数はのべ983で、1対象あたり平均3.23（min：3，max：6， $\sigma=0.56$ ）であった。重複を除いた全形容語数は、421であった。

処理方法

同じ対象（例えば「赤ちゃん」）であっても、その対象が各々の調査対象者にとって同じ印象を持つとは限らないことを鑑み、「かわいい」対象は全て異なったものとして取り扱うこととした。また、形容語に関しては、表記の違い（かなと漢字の違い）やほぼ同義と思われるもの（「あたたかい」「温かい」「あったかい」など）をまとめて、319に集約し、その出現頻度の上位から、以後の調査のための形容語を選定することとした。その際、何位までを用いるかの基準としては、それらの形容語の一つでも含む対象が全体の9割以上となることとした。その結果、全対象の90.5%が、27位までの形容語の少なくとも一つを含むため、27位までの27の形容語を使用することとした。その27の形容語を、番号と共に表1に示す。

3. 「かわいい」感覚の印象構造

3.1. 「かわいい」対象に対する印象の調査

調査時期および対象

2012年7月11日に、兵庫県内の女子大学の1年生（パーソナルコンピュータを用いた実習の履修生）を対象に、教室内のパーソナルコンピュータを使用して実施した。回答者は73名であった。

調査方法および質問の構成

調査のためのWWWページを作成して使用した。第1ページで調査の内容、目的と個人情報取り扱いについて説明し、調査が任意であること、いつでも中断してよいことを口頭で説明した上で調査を行った。第2ページでは、身の回りの「かわいい」を3～5、できるだけ具体的にイメージしながら挙げるよう指示し、第3ページ以降では、第2ページで挙げた対象の

表2 「かわいい」対象の形容語による評定

		A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08	A09	A10	A11	A12	A13	A14
評定分布	4	98	109	174	129	182	134	123	130	64	52	108	117	85	114
	3	37	36	43	48	36	41	52	48	51	32	26	36	46	32
	2	49	41	17	35	18	42	44	28	39	36	22	39	48	36
	1	28	39	11	15	7	12	18	22	37	59	50	33	38	37
	0	44	31	11	29	13	27	19	28	65	77	50	31	39	37
評定平均値		2.46	2.60	3.40	2.91	3.43	2.95	2.95	2.90	2.05	1.70	2.36	2.68	2.39	2.58
標準偏差		1.50	1.46	1.07	1.37	1.08	1.35	1.26	1.39	1.54	1.51	1.62	1.45	1.45	1.51
		A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	
評定分布	4	99	122	136	71	191	113	113	139	75	84	33	70	101	
	3	64	51	56	53	42	33	32	43	36	50	28	37	34	
	2	33	37	34	48	14	40	35	31	50	43	47	43	43	
	1	27	15	19	35	4	36	23	15	37	33	44	47	45	
	0	33	31	11	49	5	34	53	28	58	46	104	59	33	
評定平均値		2.66	2.85	3.12	2.24	3.60	2.61	2.50	2.98	2.13	2.36	1.38	2.05	2.49	
標準偏差		1.41	1.39	1.15	1.47	0.82	1.48	1.60	1.37	1.53	1.49	1.43	1.53	1.47	

1つにつき1ページを提示し、先の調査で得られた27の形容語の各々について、よく当てはまる(4)、だいたい当てはまる(3)、少し当てはまる(2)、あまり当てはまらない(1)、まったく当てはまらない(0)の5点法で評定してもらった³⁾。

第2ページでは対象を3以上入力しないと先に進めない仕組みにし、第3ページ以降は、全ての項目に回答しないと先に進めない仕組みとしたが、そのページを飛ばす(その対象を飛ばす)こともできるようにした。各データは、個人を特定することはできないが、個人と対象の対応は識別できるようなデータとして収集した。

結果

回答者数は73であった。全回答者が挙げた「かわいい」対象の総数はのべ256で、1回答者あたり平均3.51 (min: 1, max: 5, $\sigma = 1.42$) であった⁴⁾。また、各形容語ごとの評定値の分布を表2に示す。

3.2. 形容語による「かわいい」対象の分類

分析

形容語による評定データをもとに、各々の「かわいい」対象を、ユークリッド距離を用いたWard法により、階層的クラスター分析を行った⁵⁾。生成されたデンドログラムより、4群以上に分類した場合、3群に分類した場合に比べて、群間距離が急激に短くなることより、各対象を3群に分類することとした(図1参照)。次に、分類後の各群の重心(平均値)を求め、各対象とのユークリッド距離を求めた結果、その対象が所属する群の重心よりも、他の群の重心により近い対象が20個あったため、それらを最も近い重心の群に移動した。その操作の結果として、各群の重心が変動したため、再びその対象が所属する群の重心よりも他の群の重心に

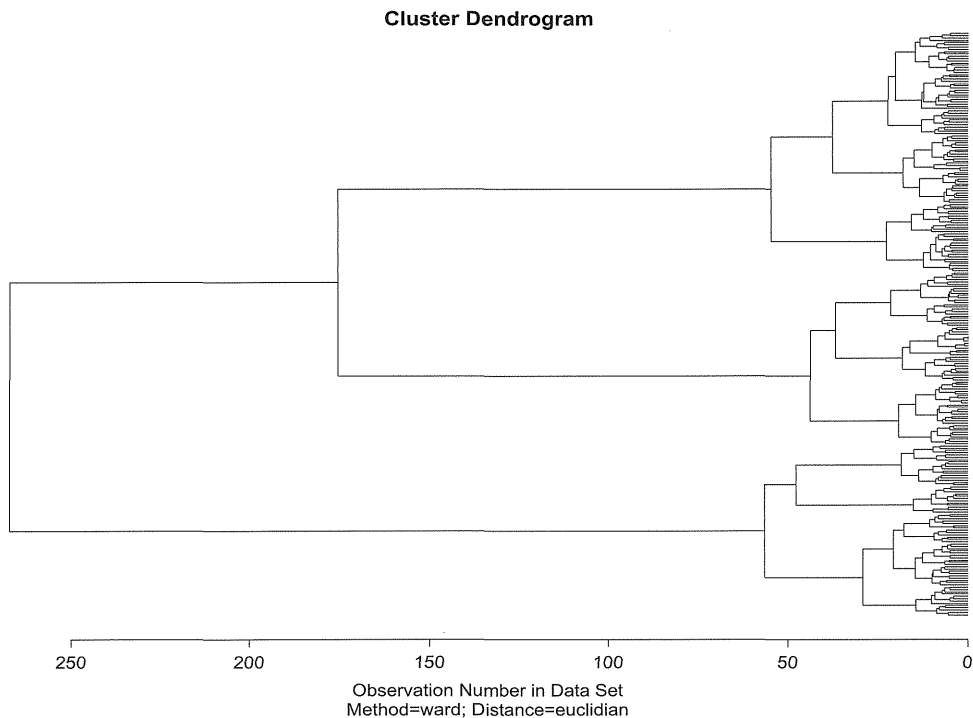


図1 「かわいい」対象のクラスター分析結果によるデンドログラム

近い対象が生じた。これらの対象を再び最も近い重心の群に移動し、同様の操作を、全ての対象が最も近い重心の群に属するようになるまで繰り返した。この操作によって各群の重心に生じた変動（全ての移動を行う前の重心とのユークリッド距離）は、0.55以下となり、各群の重心間の距離の9%以下になった。便宜上、以下では各群を1, 2, 3と番号を付けて呼ぶこととする。1, 2, 3の各群に属する対象の数は、それぞれ100, 78, 78となった。

考察

各群に含まれる対象のうち、特に重心に近いものから上位20位までの対象を取り出してみると、群1は、「犬」、「猫」など動物を表すものが12、「赤ちゃん」を含め、子供を表すものが6、「ぬいぐるみ」1と「おっちょこちょいな人」1となった。一方、対照的に、群3は、「アクセサリー」、「化粧品」、「洋服」などの服飾関係のものが12、特定の個人を含めた芸能人・モデル等が7、「外国の民芸品」1となった。群1と3には、上位20位までに共通する対象が存在しないが、群2は、1との間には「子供」「ぬいぐるみ」「赤ちゃん」「犬」などの共通した対象があり、子供や動物を表すものが6含まれていた。一方、3との間には「アクセサリー」が共通した対象としてあるが、それも含めて服飾関係のものが5あり⁶⁾、群2が群1と3の中間的、あるいは両方の性質をあわせ持った対象であることが示唆された。群2に特徴的な対象としては、架空のものも含め、「女の子」を表すものが5あることで⁷⁾、特に女性性とかかわる群である可能性もある。

また、評定に用いた27の形容語の各々について、分類された各群ごとに評定平均値を求め、

表3 各群の各形容語に対する評定平均値

		A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08	A09	A10	A11	A12	A13	A14
群	1	3.02	1.39	3.68	3.41	3.79	3.32	2.70	3.50	2.12	0.94	0.79	1.35	2.01	1.47
	2	2.90	3.33	3.85	3.41	3.82	3.42	3.81	3.56	3.03	2.42	3.19	3.72	3.54	3.28
	3	1.29	3.41	2.59	1.77	2.59	2.00	2.4	1.46	0.97	1.95	3.54	3.36	1.73	3.31
		a	b	a	a	a	a	c	a	d	b	b	b	c	b
備考		A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	Ave.
群	1	2.59	3.14	2.31	2.80	3.63	2.04	3.16	3.56	2.55	2.03	1.20	2.51	1.09	2.45
	2	3.60	3.72	3.82	2.83	3.81	3.41	3.46	3.63	2.82	3.14	2.03	2.90	3.54	3.33
	3	1.81	1.62	3.46	0.94	3.36	2.53	0.71	1.58	0.9	2.01	0.97	0.6	3.23	2.08
備考		d	a	b	a	e	c	a	a	a	c	c	a	b	

備考：各列（形容語）において、太字は細字より0.1%水準で有意に大きい。

- a. 0.1%水準で1, 2 > 3。 b. 0.1%水準で2, 3 > 1。 c. 0.1%水準で2 > 1, 3。
d. 0.1%水準で2 > 1 > 3。 e. 0.1%水準では有意差なし。

一要因分散分析を行った。その結果、A19（「キュート」）を除く全ての形容語で有意となった（0.1%水準、以下同）⁸⁾。さらに、各形容語について Tukey の方法で多重検定を行った結果、A19を除く他の全ての形容語は、(a)群1, 2が3よりも有意に評定値が高いもの（A01, A03, A04, A05, A06, A08, A09, A15, A16, A18, A21, A22, A23, A26）、(b)群2, 3が1よりも有意に評定値が高いもの（A02, A10, A11, A12, A14, A17, A27）、(c)群2が1, 3よりも有意に評定値が高いもの（A07, A09, A13, A15, A20, A24, A25）、のいずれかのグループに含まれることが明らかになった（表3参照）⁹⁾。これらの形容語を瞥見すると、(a)グループには「小さい（A01）」、「柔らかい（A04）」、「あたたかい（A08）」、「丸い（A18）」、「幼い（A26）」などの形容語が含まれている。これらの形容語は、オーストリアの動物行動学者 Konrad Lorenz が提唱した、いわゆるベビースキーマ—人間や動物の幼体の持つ身体的特徴—と重なっている。この Lorenz のベビースキーマは、これらの特徴を持った対象が、成体の幼体に対する共通の反応—攻撃の抑制・接近・養育・保護—を引き起こすという考えであり、「かわいい」という感覚（cuteness）との関係もかねてより示唆されている。一方、(b)グループには「綺麗（A02）」、「かつこいい（A10）」、「お洒落（A11）」、「美しい（A12）」、「女の子らしい（A14）」、など、若い女性のおしゃれ¹⁰⁾への関心にかかわる形容語が含まれている。

先の各群に含まれる対象とあわせて考察すると、群1はベビースキーマとかかわるような、「かわいい」の原義に近い、小さいもの、弱いもの、幼いものなどに、「愛情をもって大事にしてやりたい気持ちを覚える [松村, 1998]」ような対象であるとあると考えられる。それに対し、群3は、主に服飾関係の「おしゃれ」に近い意味での「かわいい」の対象であると考えられる。この2群の関係性であるが、その両方に共通な対象を持ち、最も高い評定平均値を取る群2が形容語においても群1, 3の両方の形容語と重なることから、現代における「かわいい」は、群1に代表される「かわいい」と、群3に代表される「かわいい」の両方、あるいはどちらか一方の性質を持つ対象を形容するものと考えられる。

3.3. 「かわいい」対象の印象構造

分析

調査対象者が挙げた「かわいい」対象の印象構造を、因子分析によって抽出することを試みた。各対象の印象評定データをもとにしたスクリープロットの固有値を参考に、因子数3～5でプロマックス回転による因子分析を行った。その結果、スクリープロットで3を超えると固有値の減少が緩やかになること、また、因子数4、5の因子分析結果における各因子の寄与率が、第4因子以降で急に小さくなること等を考慮し、3因子構造で検討することとした。スクリープロットを図2に、因子分析結果の因子負荷量を表4に示す。また、その結果をもとに、Bartlettの方法によって各対象の因子得点を計算し、3.2節で得られた群ごとに平均得点を算出し、各因子ごとに一要因分散分析を行った。その結果、3つの因子全てにおいて0.1%水準で有意となった。Tukeyの方法で多重検定を行った結果も含め、その結果を表5に示す。

表4 各形容語の因子負荷量

	F1	F2	F3
A04 柔らかい	0.923	0.070	-0.263
A06 ふわふわ	0.922	0.148	-0.319
A05 愛らしい	0.731	-0.005	0.024
A08 あたたかい	0.690	-0.090	0.182
A03 癒し	0.684	0.063	0.020
A18 丸い	0.560	-0.117	0.083
A22 和み	0.539	-0.138	0.352
A26 幼い	0.538	-0.152	0.211
A13 優しい	0.505	0.389	0.193
A01 小さい	0.378	-0.184	0.119
A19 キュート	0.330	0.145	0.026
A12 美しい	0.034	0.873	-0.003
A02 綺麗	0.080	0.859	-0.175
A27 華やか	-0.004	0.837	0.019
A11 お洒落	-0.140	0.802	-0.035
A14 女の子らしい	0.118	0.691	-0.230
A17 素敵	-0.026	0.648	0.258
A16 元気	0.061	-0.202	0.815
A15 楽しい	-0.009	0.011	0.809
A09 面白い	0.057	-0.046	0.709
A24 個性的	-0.227	0.120	0.693
A21 無邪気	0.291	-0.291	0.622
A10 かわい	-0.401	0.295	0.528
A20 きらきら	-0.097	0.306	0.391
A07 明るい	0.357	0.327	0.385
A23 気持ちいい	0.361	-0.086	0.363
A25 大きい	0.033	0.115	0.361
因子ごとの寄与率	19.2%	16.6%	15.2%
累積寄与率	19.2%	35.9%	51.1%

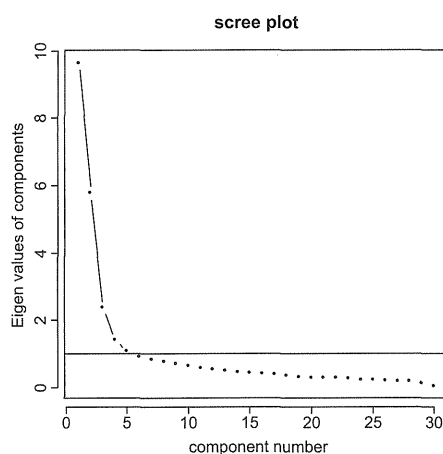


図2 スクリープロット

表5 群ごとの因子得点の平均^a

	F1	F2	F3
群 1	0.457	-1.083	-0.036
群 2	0.583	0.753	0.888
群 3	-1.169	0.636	-0.842
備考 ^b	1,2>3	2,3>1	2>1>3

a：因子得点は Bartlett の方法による。

b：0.1%水準での有意差を表す。

考察

因子分析により抽出された各因子において、因子負荷量の大きい形容語を見ると、第1因子（以下F1と表記、F2、F3も同様）は、「柔らかい」、「あたたかい」、「丸い」、「幼い」、「小さい」など、いわゆるベビースキーマに関わる形容語が含まれており、動物の幼体の特徴と重なる。一方、F2は、「美しい」、「華やか」、「お洒落」、「女の子らしい」といった形容語が含まれており、おしゃれに関わるような因子と考えられる。これら2つの因子に対する因子得点を、群ごとに比較してみると、F1については、群1、2が3より有意に高く、F2については群2、3が1より有意に高い。これは3.2節の群1がベビースキーマに関わる群、群3がおしゃれに関わる群、群2がそれら兼ね備えた群である、という推測とも一致している。

他方、F3については、「元気」、「楽しい」、「面白い」、「個性的」、「カッコいい」などの、好ましさやポジティブな評価を表す形容語が含まれており、対象の評価に関わる因子と考えられる。この因子においては、群間に $2 > 1 > 3$ という有意な大小関係が見られた。これについては次章で考察する。

4. おわりに

まとめ

3.2節と3.3節の結果より、本調査において収集された「かわいい」対象は、ベビースキーマに関わる特徴（F1因子）を持った群（群1）、おしゃれに関わる特徴（F2因子）を持った群（群3）、その両方の特徴を兼ね備えた群（群2）におおよそ3分できることが明らかになった。3.3節の因子分析では、先の2因子（F1、F2）以外にも、対象の評価に関わる因子（F3）も得られた。これについては、以下のように考えることができる。

これらの因子分析の元になった形容語は、第2章の調査において、まず「かわいい」対象を挙げさせて、それを形容する語を収集したものであった。したがって、これらの形容語の中には、「かわいい」感覚そのものに関わる形容語のほかに、そのような「かわいい」対象をどう捉えるかという二次的な意味づけに関する語が含まれた可能性がある。対象の評価に関わると思われるF3因子は、これらの「かわいい」対象が、女子大学生にとって好ましいものというポジティブな評価が与えられていることの表れと考えることができる。このF3因子の群間差は、単におしゃれなだけのものよりはベビースキーマに当てはまるもの、単にベビースキーマに当てはまるだけではなく、同時におしゃれなでもあるものの方が、高く、あるいは多面的に評価されるということの表れではないかと考えられる。なお、この対象評価因子は、[入戸野, 2009]の「かわいい」「きれい」「カッコいい」の3語に対する印象についての主成分分析で得られた、「対象についての個人的評価」に関連する成分とも重なるように思われることも指摘しておきたい。

「かわいい」感覚そのものの特徴を捉えたものが、F1、F2因子であるとする、F1因子は「かわいい」の元々の意味の、小さいもの、弱いもの、幼いものなどに、愛情をもって大事にしてやりたい気持ちを覚えるさま。[松村, 1998]に、特に関わりがあると考えられる。それに対しF2因子は、それとは異なる「おしゃれ」に関わる因子であり、これは、近年になって「か

かわいい」という語に付与された、比較的新しい意味ではないかと推定される。このような、ある種の意味のシフトが生じた要因については、本研究の範囲を超えるが、F1、F2両因子の得点が高い群2に含まれる対象として、「女の子」が多く含まれることを考えると、F1因子的な「かわいい」が、(母性を含めた)女性性と結びつき、おしゃれの一要素として評価されるという価値観が成立して、その結果、群3のように、F1因子得点が低くても、F2因子得点が高い「おしゃれ」なだけの対象も、「かわいい」と形容されるようになったということも考えられる。しかし、この点に関しては、「かわいい」の用法の時代的な変遷などの分析も含め、さらなる研究が必要であろう。

問題点と今後の課題

今回の調査では、「かわいい」対象に当てはまる形容語を収集したため、3.1節の調査においては、5点法の質問で、半数以上の調査対象者が4（最高得点）を付けた形容語が、全体の3分の1弱（27個中8個）あり、十分な情報が得られなかった可能性がある。得点をもっと細分化し情報量を増やすことによって、「かわいい」対象の、更にきめ細かい分類ができた可能性もある。また、3.3節の因子分析の結果、「かわいい」感覚の中には、「おしゃれ」の因子が含まれることが見て取れたが、逆に「おしゃれ」なものの中で、特にどういう特徴を持ったものが「かわいい」とされるのかは、今回の調査では不明である。これを検討するには、「かわいい」ものもそうでないものも含めて、「おしゃれ」なものを表す形容語も用いて分析する必要があるだろう。

今回の調査では、「かわいい」対象の形容語だけではなく、その対象にふれた時にどのような気持ちになるか、という情緒的な情報も収集している。しかし、この情報に関しては、未だ十分な分析ができず、[入戸野, 2009]の2層モデルも十分に検討することができなかった。これも、今後の課題として挙げられる。

また、本研究では、いずれの調査においても、調査対象者には「かわいいもの」ではなく、「かわいい」を挙げるように指示したが、これは、単に「もの」に限定せず、振る舞いや状況なども挙げてもらおうという意図であった。しかし、残念ながら、今回の調査においては、「もの」以外の対象はほとんど得られなかった。単なる「もの」を超えて、振る舞いや状況も含めた「かわいい」を検討するには、さらなる工夫が必要であろう。

参考文献

- Oxford Dictionaries. (2010). Oxford Dictionary of English, 3rd Revised edition. Oxford University Press.
- 外務省. (2009年2月25日). ポップカルチャー発信使 (ファッション分野) の委嘱. 外務省プレスリリース : http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/21/2/1188512_1092.html
- 四方田犬彦. (2006). 「かわいい」論 (ちくま新書). 筑摩書房.
- 松村明 (監修). (1998). デジタル大辞泉. 小学館.
- 森有礼. (2007). 現代表象文化論 (2) 「かわいい」は正義: 『パワーパフ・ガールズ』のリメイクに見る少女のセクシュアリティ表象. 国際英語学部紀要 (中京大学), 10, 15-32.
- 入戸野宏. (2009). “かわいい” に対する行動科学的アプローチ. 人間科学研究 (広島大学大学院総合科学研究科紀要 I), 4, 19-35.

會澤まりえ, 大野実. (2010). 「かわいい文化」の背景. 尚絅学院大学紀要(59), 23-34.

注

- 1) それ以外の質問項目もあったが、今回の研究では使用しなかったので、本論文では割愛する。
- 2) 最小値と平均値が5を下回っているのは、回答を中断した回答者がいることによる。
- 3) それ以外の質問項目もあったが、今回の研究では使用しなかったので、本論文では割愛する。
- 4) 最小値が3を下回っているのは、回答を中断した回答者がいることによる。
- 5) この処理、及び、以後の統計処理は、主に R version 2.15.1 を使用し、補助的に Microsoft Excel 2007 を使用した。
- 6) 「デコレーション」も装飾を表すものとして、服飾関係に含めたが「お花」は含めていない。
- 7) 「友達」も女の子である可能性が高いが、ここでは含めていない。
- 8) A19は1%水準で有意。多重検定の結果、群2が3より有意(1%水準)に評定値が高かった。
- 9) A09, A15が(a), (c)の両方に含まれているのは、3群全ての間に有意差があり、 $2 > 1 > 3$ となっていることによる。
- 10) ここでは、単にお洒落であるということだけではなく、着飾ることへの関心も含めた広い意味でのお洒落を「おしゃれ」とひらがな表記することにする。

(原稿受理日 2012年10月1日)