

一般新聞紙上における浴衣に関する情報調査

渡邊 芳道*・内山 道子**・知野 恵子***・寺田 恭子****

The Research into the Useful Articles for the Information
of YUKATA on Japanese News Papers

Yoshimichi WATANABE, Michiko UCHIYAMA
Keiko CHINO, Kyouko TERADA

1. はじめに

前回までの研究はキモノ専門誌を対象に「浴衣」について戦後から現在までの動向や色、柄、素材などデザイン要素を調査してきたが、今回の研究は一般新聞紙面上に日本の夏を代表する伝統的な「浴衣」が「どのように取り上げられているのか」について着目し、研究調査した。一般新聞紙上の浴衣に関する情報は、夏の6月から8月までの期間に多く登場し、主に記事と写真、広告等にみられる。

そこで、今回の研究は、1991年から2004年までの14年間とし、新聞紙上の記事と写真、広告等にみられる情報を対象に「浴衣」がどのような視点から取り上げられ、普及し定着したかその経過について調査し、考察した。

2. 研究方法

(1) 調査資料

朝日新聞縮刷版（東京版）

(2) 調査期間

1991年～2004年 14年間

6月～8月の3ヵ月間 計42冊

(3) 情報収集

新聞紙面にみる記事、写真、広告の中から「浴衣」に関する情報収集・分類・分析調査

3. 調査結果

(1) 新聞紙面の浴衣に関する情報

14年間の浴衣に関する情報収集をしてみると、総数373件になった。この情報には、種々な

*服飾美術科 色彩デザイン研究室

**服飾美術科 第3被服構成研究室

***服飾美術科 ファッション造形3研究室

****服飾美術学科第3被服構成研究室

内容が含まれている。情報内容を「新聞記事と写真」及び、「広告」に分類した。広告情報を雑誌情報、百貨店の広告情報、浴衣着装写真を取り入れた企業広告の3タイプに分類した。その結果、調査項目を新聞記事・新聞記事写真に関する情報、雑誌広告に関する情報、デパート・きもの専門店の広告に関する情報、企業広告に取り上げられている浴衣情報の4項目に分類することができた。(表1)

表1 新聞紙面にみる浴衣に関する情報の分類

月	分類	年														合計
		1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	
6月	新聞記事				1	1		1			1	2	2		3	11
	新聞記事写真	1	3			1						1	3		1	10
	雑誌広告	4	5	3	2	3	3	1	7	7	7	4	4	1	10	61
	デパート広告	3	1		3	1	1	1	1	2	2	1	2	3	2	23
	その他の広告		13										4		1	18
	小計	8	22	3	6	6	4	3	8	9	10	8	15	4	17	123
7月	新聞記事		1			1					1	4		4	11	
	新聞記事写真	3		1		1	1		2	3		2	2	1	16	
	雑誌広告	1	4	3	1	2	3	1	1	1	1	4	3	3	3	31
	デパート広告				1	2		1	2			8	3	5	2	24
	その他の広告	6	6	4	10	7	4	8	2	2	3	4	8	4	2	70
	小計	10	11	8	12	13	8	10	7	6	5	16	20	14	12	152
8月	新聞記事				1		1		1	3		1	1	1	3	12
	新聞記事写真		4	2	2	1	4	1	1	1		4	4	3	7	34
	雑誌広告															0
	デパート広告	2														2
	その他の広告	6	3	7	2	2	2	4	3	3	4	1	3	5	5	50
	小計	8	7	9	5	3	7	5	5	7	4	6	8	9	15	98
合計		26	40	20	23	22	19	18	20	22	19	30	43	27	44	373

(2) 新聞記事・新聞記事写真に関する情報

1) 年別・月別浴衣に関する新聞記事数

浴衣に関する新聞記事数は(表2)の通りである。91年、93年を除き毎年浴衣に関する記事がみられる。94年以降毎年紙面に掲載され、99年から掲載記事が増加し、浴衣ブームの定着が伺える。掲載数が02年と04年に特に多くみられ、6～8月と毎月出現し、この2年間の数は調査した14年間の半分を占めている。

表2 年別月別新聞記事数

月	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計	%
6月				1	1		1			1	2	2		3	11	32.4
7月		1			1					1		4		4	11	32.4
8月				1		1		1	3		1	1	1	3	12	35.3
計	0	1	0	2	2	1	1	1	3	2	3	7	1	10	34	100.1

2) 年別新聞記事内容のキーワード

新聞記事の内容を読み、そのキーワードを年別に示した。(表3)

「着こなし・色柄・商品情報」に関する新聞記事が全体の75.5%を占めている。具体的には、浴衣美人コンテストや洋服感覚でイヤリング、スカートやブーツと組み合わせ、新感覚で浴衣を着こなす記事が目立った。また、呉服業界が不況の中、夏の定番商品になった浴衣の商品情報を提供している百貨店や呉服専門店の販売状況、2着目、3着目を求める女性客、最近では若い男性の浴衣への関心も売り上げを伸ばす大きな要因であるなどの情報を記載されている。

色柄に関する記事では、江戸時代からある古典的で粋な文様、色柄が流行し、伝統回帰の現象が見られる一方、高級有名ブランドが浴衣市場に参入し、個性化に応じた市場対応が整う販売環境になってきたことを報じている。

また、着装場面も夏の風物詩である花火大会や祭りの他に、浴衣の街着化が進み洋服感覚で「その年の旬」を毎年、浴衣で着たいという願望が若い女性の間で高まっている。

表3 新聞記事内容のキーワード

年	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計
着こなし		1		1					1	1		3	1	4	12
柄				1	1		1			1	1	2			7
色					1		1			1		2			5
着付け					2				1		1			1	5
リフォーム						1									1
商品情報							1	1	1	1	2	2		3	11
着装場面											1	3		1	5
コーディネート														1	1
商品企画														1	1
きもの文化														1	1
計	0	1	0	2	4	1	3	1	3	4	5	12	1	12	49

3) 年別・月別浴衣に関する新聞写真数

年別・月別浴衣に関する新聞写真数は(表4)の通りである。14年間を通して記事写真が多いのが8月で、全体の半数以上を占め、日本の夏を代表する浴衣姿が紙面に多く登場していることがわかる。年代別に経過をみると、90年代前半は浴衣ブームの影響がみられ、浴衣に対する注目度が伺える。また、2000年代に入り、登場する写真数が多くなり、浴衣の着用範囲が広がり、定着化が伺える。

表4 年別月別新聞記事写真数

年	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計	%
6月	1	3			1						1	3		1	10	16.7
7月	3		1		1	1		2	3			2	2	1	16	26.7
8月		4	2	2	1	4	1	1	1		4	4	3	7	34	56.6
計	4	7	3	2	3	5	1	3	4	0	5	9	5	9	60	100.0

4) 年別浴衣に関する新聞写真の内容

記事写真の内容を示すキーワードを年別に示した。(表5)

浴衣姿が取り上げられているのは、祭り・盆踊り・市・花火・納涼船など日本の夏の年中行事と関連する写真が多い。次に目に付くのは日本の伝統文化を受け継ぐ歌舞伎役者や寄席芸人、力士、芸能人など男性のくつろぎ着、稽古着としての浴衣姿の写真である。その他に写真コンテスト作品、女子店員や子供の浴衣姿、観光地を散策する旅館やホテルの客などである。

表5 新聞記事写真のキーワード

年 キーワード	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計
相撲	2		2												4
デパートの女子社員	1	1													2
芸能人の浴衣姿	1	1	1	1								1			5
歌舞伎		2		1	1				1		1	1		1	8
ホテルの客		1													1
子供の浴衣姿		1			1	1		1						1	5
寄席芸人		1					1					5			7
祭り					1	1							2	3	7
盆踊り					1	1		1	1		1	1		1	7
舞台役者						1			1						2
温泉町の観光客						1									1
写真コンテスト								1							1
市									1				1	1	4
映画の1シーン											1				1
留学生の浴衣姿											1				1
老人の浴衣姿												1			1
日本の夏 浴衣												1			1
舞妓の浴衣姿													1		1
花火													1		1
納涼船														1	1
男性筆者の浴衣姿														1	1
計	4	7	3	2	4	5	1	3	4	0	5	10	5	9	62

(3) 雑誌広告に関する情報

1) 年別・月別雑誌にみる情報数(表6)

91年から04年まで14年間に雑誌広告に掲載された浴衣に関する情報数をみると、6月が61件、7月が31件、8月は0件で合計92件であった。6月が7月の約2倍と多く、8月には浴衣着用季節と関連すると思われる。浴衣を本格的に着るのが7月、8月であり、雑誌は着用直前の時期にタイミングを合わせ情報を提供する機能があるからと思われる。

また、年別にみると、04年が情報数13件と最も多く、次いで92年が9件と続き、14年間継続して雑誌広告には浴衣に関する情報が掲載されている。

表6 年別月別雑誌にみる情報数

年 月	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計	%
6月	4	5	3	2	3	3	1	7	7	7	4	4	1	10	61	66.3
7月	1	4	3	1	2	3	1	1	1	1	4	3	3	3	31	33.7
8月															0	0
計	5	9	6	3	5	6	2	8	8	8	8	7	4	13	92	100.0

2) 浴衣に関する情報掲載雑誌

92件の浴衣情報数の内訳を雑誌別にみると、育児雑誌、カジュアルファッション誌、ファッション&ライフスタイル誌など各年齢層を対象にした雑誌が38冊あった。(表7)

14年間で最も多く浴衣情報を掲載した雑誌は、ヤング対象のカジュアルファッション誌「non・no」で11回掲載している。特に01年～04年までに続けて掲載されているのが特徴である。次に多いのは、ワンランク上の女性を対象とする「MORE」が延べ9回、女子大生やOL向けのファッション情報誌の「CanCan」とキャリア女性のための「Domani」が5回浴衣をテーマに掲載している。CanCnaは90年代後半、Domaniは90年代後半から01年までに4回、04年に再び浴衣を取り上げ掲載している。14年間で1回だけ浴衣をテーマに単発で取り上げた雑誌は19種類で全体の50%を占めている。90年代前半が6雑誌、後半が4雑誌、2000年前半になるとターゲットの異なる9雑誌が浴衣を単発で取り上げ、浴衣が広範囲な読者に広がりを見せると同時に浴衣が定着してきたと考える。

3) 雑誌における浴衣に関するキーワード (表8)

14年間で延べ92件の浴衣に関する情報を分類すると、

- ①着こなし : ゆかたが似合う・ゆかたで魅せるもう一人のわたしなど
- ②着付け : 自分でできる着付け・一人で「ゆかた」が着られた日など
- ③着装場面 : 花火大会・お祭り・おとなのゆかたで東京下町散歩・ゆかたで歩く大人の京都など
- ④商品情報 : ゆかた人気ブランド新柄紹介・お手入れ楽な新素材に注目・絞り・絹紅梅・綿縮・上質な素材にこだわってなど
- ⑤色・柄 : 花柄の浴衣・新柄紹介古典柄からユニーク柄まで勢揃いなど
- ⑥髪型化粧 : ゆかたに似合う和化粧と髪型など
- ⑦コーディネート : ゆかたにもこれだけのしきたりを知っていますか、小物合わせ、ヘアアレンジそして着付けまで詳細解説など
- ⑧総合書 : 仕立てから着付けまでこの一冊で全てが解ります
- ⑨縫い方 : 家族みんなの手づくりゆかたなど
- ⑩子供のゆかた : 子供ファッション「浴衣とじんべい」
- ⑪リサイクル : 浴衣のおむつ物語

表7 浴衣掲載雑誌

雑誌名	年	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計
モンパン		1														1
マフィン			1													1
LEE		1	1										1			3
シェール			1													1
NHKゆかた			1													1
オレンジページ		1	1								1					3
女性セブン			1		1											2
婦人画報			1							1		1			1	4
レタスクラブ		1	1	1					1							4
Caz		1	1	1												3
主婦の友					1											1
non・no				1		2	2		1			2	1	1	1	11
家族みんなの手作りゆかた							1									1
幼稚園ママ								1								1
ミス家庭画法				1												1
MORE			1	1	1	1			1	1			1	1	1	9
ラ・セーヌ						1										1
CanCan					1	1			1	1	1					5
ミセス							1			1						3
家庭画報				1								1	1		1	4
きれいになりたい								1								1
H2O									1							1
VERY									1	1	1					3
Domani									1	1	1	1			1	5
Saita									1			1				2
JJ										1	1	1			1	4
ViVi										1	1					2
Luci											1					1
サライ												1	1			2
和楽													1			1
Style													1			1
メイプル														1	1	2
暮らしの手帖														1		1
STORY															1	1
MINE															1	1
With															1	1
Miss															1	1
BAIRA															1	1
計		5	9	6	3	5	6	2	8	8	8	8	7	4	13	92

11のキーワードに分けられた。浴衣情報1件につきキーワードが1つが延べ70件、2つが延べ14件、3つが延べ8件で合計122件となった。

キーワードの中で最も多く取り上げられているのが「着こなし」で、全体の34%を占めている。次に多いキーワードは「着付け」で、特徴は90年代前半は一人で着付けができるが中心で

あったが、90年代後半から02年になると一人でできる着付けに加え、着こなしや小物と組み合わせる内容がみられるように変化している。

「着装場面」の特徴は91年に夏の風物詩として花火大会、99年から04年は京都や東京下町など伝統的な街を背景にした場所が取り上げられている。

「商品情報」は、90年代前半においては花柄、新柄など柄を中心に紹介していたが、98年は新素材がキーワードに取り上げられて、浴衣にも木綿以外の素材が登場している。また上質な高級素材が登場し、2枚目、3枚目の浴衣を紹介している。

90年代から02年まで、「色柄」「髪型化粧」「コーディネート」は断続的に取り上げられている。90年代半ばには「総合書」「縫い方」の情報が掲載されたが、2000年以降になると、より具体的になり、浴衣の着装場面を設定し、上手に着こなすことがキーワードの中心に変化している。03年になると浴衣のリサイクルの方法が取り上げられている。

表8 雑誌情報のキーワード

年 キーワード	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計
着こなし	2	2	5		2	2	1	4	4	5	4	3	1	7	42
着付け	1	1	3	1	1	2		1	1		3	2			16
着装場面	1								3		2	3	2	4	15
商品情報	1	3						3		1	3			4	15
色柄	1	3		1	1	2		1		2	1				12
髪型・化粧	1	1			3	2					4	1			12
コーディネート			1					1			1	1			4
総合書		1								1					2
縫い方				1		1									2
子供の浴衣							1								1
リサイクル													1		1
計	7	11	9	3	7	9	2	10	8	9	18	10	4	15	122

(4) デパート・きもの専門店の広告に関する情報

1) 年別・月別情報数

91年から04年まで14年間に浴衣に関するデパート・きもの専門店の広告掲載総数は49件であった。(表9)

6月が23件46.9%、7月が24件49%、8月が2件4.1%であり、6月・7月がほぼ同数で、全体の95%であった。年別にみると、01年が9件と最も多い掲載数で、次いで03年に8件、91年と02年に5件の順であった。93年には広告掲載がなかった。広告は6月と7月が主流であり、浴衣の着用季節また着装場面から考えても7月上旬の七夕、7月・8月に各地で開催される花火大会、8月の盆踊り等、夏の風物詩から広告掲載は季節の先取りで6月・7月に集中したものと思われる。

表9 年別・月別デパート・きもの専門店広告掲載数

年 月	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計	%
6月	3	1		3	1	1	1	1	2	2	1	2	3	2	23	46.9
7月				1	2		1	2			8	3	5	2	24	49.0
8月	2														2	4.1
計	5	1	0	4	3	1	2	3	2	2	9	5	8	4	49	100.0

2) 定期・不定期広告掲載数

新聞紙面に掲載されているデパート・きもの専門店広告は、全て夕刊のみで、定期掲載と不定期掲載に分けられる。定期掲載は、91年から04年まで毎週金曜日の週末デパート情報「ウィークエンドガイド」として24件あった。不定期掲載は、デパート・きもの専門店で25件あり、定期掲載、不定期掲載がほぼ同数であった。(表10) 週末に消費者の購買意欲を促しているものと思われる。

表10 定期・不定期広告掲載数

店名 定期・不定期	デパート	専門店	計
定期	24	0	24
不定期	20	5	25
計	44	5	49

3) デパート・きもの専門店の広告のキーワード

広告内容を浴衣の情報として分類すると、次の12のキーワードに分けられた。(表11)

- ①売場情報：各フロアーの広告
- ②商品情報：新作浴衣コレクション・アフターケアが大切など商品に対するもの
- ③着装場面：花火大会・夕涼み・デート・七夕の夜をペアでなど着装していく場面設定
- ④着付け：帯結び教室・着付け教室の案内
- ⑤イベント：ファッションショー・浴衣人気コンテスト・撮影会など
- ⑥色・柄：レトロ柄・アンティーク調・古典柄など浴衣そのものの色や柄ゆきについて
- ⑦広告写真：浴衣姿をイメージに使用したデパートそのものの広告
- ⑧着こなし：しっとりと日本のおしゃれな夏姿など着装したときの雰囲気

その他⑨ブランド浴衣、⑩コーディネート、⑪小物、⑫髪型・化粧品に区分することができた。

1件の広告の中に複数のキーワードで構成されているものもあり、キーワードの合計が広告数の合計を上回り88情報となった。最も多いキーワードは、売場情報、商品情報、着装場面、イベント、着付けの順になっていた。デパート・きもの専門店の広告なので、各店舗の売場情報、商品情報が特に多く、着装場面を設定し販売につなげていると考えられる。イベントはショーやコンテストなど売り場に客を呼ぶための手段になり、着付けも帯結びなどの教室を開催してイベント同様と考えられる。01年から04年まで多くのキーワードが組み合わせられ、さまざまな浴衣情報が盛り込まれていた。

表11 デパート・きもの専門店広告のキーワード

年 キーワード	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計
売場情報	3			2	3	1		2	1	1	4	3	5	3	28
商品情報							1	1		1	3	2	4	1	13
着装場面	1			2				1			2	1	1	1	9
着付け				1						1		1	3	2	8
イベント		1		1			1	1	1		1		1	1	8
色・柄					1							1	2	1	5
ブランド浴衣	1			1	1						1		1		5
広告写真	2					1					1				4
小物											1		1	1	3
着こなし											2		1		3
コーディネート				1											1
髪型・化粧												1			1
計	7	1	0	8	5	2	2	5	2	3	15	9	19	10	88

(5) 企業広告に取り上げられた浴衣情報

1) 年別・月別広告数 (表12)

浴衣姿を写真やイラストを使った企業広告は、毎年6月～8月に出現している。14年間の広告総数は138件であった。7月の広告数は50%を占め、8月は36%、6月は14%の順である。注目すべき特徴は、バブル経済の好調な時期であった92年、浴衣を取り入れた広告数が一番多く、他の年度に比べ、6月の広告数が特に多いことである。つまり、この時点で浴衣姿を広告に取り上げた要因は、日本の伝統回帰の気運によって広告の題材としての浴衣姿がブームとなる兆しを見せ新鮮なアイテムとして注目された時期であったと考える。バブル経済崩壊の93年以後、浴衣姿の広告数は減少するが、02年以降、浴衣姿が夏の新しい普段着として定着し、広告数もまた増加したと考える。

表12 年別・月別広告掲載数

年 月	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計	%
6月		13										4		1	18	13.1
7月	6	6	4	10	7	4	8	2	2	3	4	8	4	2	70	50.7
8月	6	3	7	2	2	2	4	3	3	4	1	3	5	5	50	36.2
計	12	22	11	12	9	6	12	5	5	7	5	15	9	8	138	100.0

2) 業種別・年別広告数 (表13)

業種別分類は、新聞誌面の金融情報欄の東証株式の業種別企業分類を参考にして 浴衣姿を広告に取入れた企業を業種別に分類した。

広告数の多い順にみると、1位が薬品・化粧25件である。90年代前半まで「胃薬のキャベジン」や「入歯安定剤」の広告に使われている。04年に登場する広告は化粧・美容分野の「白髪染」や「髪の増強」の広告に浴衣姿がみられる。2位が金融で18件で90年代前半に多く、9つ

の銀行が夏のボーナス貯蓄向けの広告に多くみられる。最近では介護保険等の広告に用いられている。3位の食品と情報・通信の17件は、食品の場合、92年はビールや味の素等のお中元ギフト用広告に使われている。情報・通信の場合は、前半が出版、後半は携帯電話やテレビ、CD広告に使われている。4位が家電業界で14件、後半に登場し、全自動風呂、ファックス、冷風扇の広告に使われている。5位がサービス業の12件で、前半は花火大会、遊園地広告から後半はリゾートホテルの広告へ変化している。6位が運輸関連企業で、特徴は浴衣を着用していくと料金を割引くという東京湾納涼船の広告で浴衣の着場の場を促進する広告が出現した。

表13 浴衣に関する年別・業種別広告数

業種	年	企業数	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	計
薬品・化粧品		6	2	4	5	9	1	1								3	25
金融・保険		13	1	4	1		2	1	1		1	2		2	3		18
食品		8	3	8	1			1	2		1	1					17
情報・通信		8		3	1		1	1	1	3	2	2	1	1	1		17
電気		5		1					1	2		1		4	1	4	14
サービス		8	1	1		1	1	2					1	1	4		12
運輸		3	1	1									3	1		1	7
商業		4			1				2					4			7
官庁		4	1			1	1		1			1		1			6
輸送		3			1	1	2		1								5
建設		2	1											1			2
紙・繊維		2			1				1								2
機械		2							1								2
不動産		1									1						1
その他		3	2				1										3
計		72	12	22	11	12	9	6	12	5	5	7	5	15	9	8	138

3) 業種別広告の内容 (表14)

14年間の浴衣姿の広告内容をみると、女性が浴衣姿の広告が全体の半分49.6%を占めている。次に男性・女性の広告が約19.4%、男性の浴衣姿は16.5%、家族の浴衣姿が7.2%、中高年代層が4.3%、子供の浴衣姿が2.2%である。

業種別にみた特徴は、薬品の胃薬キャベジンの男女の浴衣姿の広告、入歯安定剤や髪の増強は中高年層の浴衣姿広告。情報・通信では朝日新聞の家族の浴衣姿。若い男・女の浴衣姿は運輸関連企業による東京湾納涼船の広告である。男性の浴衣姿の広告は02年ダイエーのOMCカードの特選温泉宿が当たるという広告である。子供(女兒)の浴衣姿の広告は霊園の広告である。

女性の浴衣姿を中心に広告に取入れている業種は、薬品・化粧品、金融、食品、情報・通信、電機、サービス、官庁、紙、機械の15業種中9業種である。

表14 業種別広告の内容

業種	対象	女性	男・女性	男性	ファミリー	中高年層	子供	計
薬品・化粧品		1	*15	3		*6		25
金融・保険		11	2	3	2			18
食品		12	1	3			1	17
情報・通信		10	1	2	*4			17
電気		13			1			14
サービス		6	1	3	2			12
運輸		1	*5	1				7
商業		2	1	*4				7
官庁		6						6
輸送		2	2		1			5
建設		1		1				2
紙・繊維		2						2
機械		2						2
不動産			1					1
その他		1					*2	3
計		70	29	20	10	6	3	138

4) 年別広告内容 (表15)

年別広告内容の特徴(*印)についてみると、若い女性の浴衣姿を取り上げた広告が例年に比べ多いのは、92年、95年、97年である。92年はお中元食品ギフトと夏のボーナスをねらった銀行の広告に集中している。95年は自動車、銀行、郵便局の広告である。97年はカルピスやコカコーラ等の飲料水の贈答用。銀行、通販、紙、機械等の女性浴衣姿の広告は、業種範囲を広げている。男・女性の浴衣姿が多いのは93年、94年で胃薬の広告が中心になっている。

男性の浴衣姿の広告が多い02年はダイエーの OMC カード、住宅販売の広告である。

ファミリーの浴衣姿の広告は92年と02年である。92年は朝日新聞社の夏休み作文コンクール募集広告である。02年は若夫婦の保険の広告と住まいの広告である。

中高年層の浴衣姿の広告は「入歯安定剤」の広告である。子供の浴衣姿の広告は霊園とおやつ等の広告である。このように企業広告は、浴衣着用場面と着用者が広告の目的に適した設定を明確にしている。

表15 年別広告の内容

内容	年														計
	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	
女性	7	*10	3	1	*8	3	*10	5	3	5	1	6	4	4	70
男・女性		4	*6	*8		1	1		1		3	1	3	1	29
男性	1	4		1		1			1	1	1	*5	2	2	20
ファミリー		*3		1	1		1			1		*3			10
中高年層	2		1	1		1								1	6
子供	2	1													3
計	12	22	11	12	9	6	12	5	5	7	5	15	9	8	138

4. まとめ

(1) 新聞紙面の浴衣に関する情報

- 1) 14年間の浴衣の情報総数は373件であった。
- 2) 浴衣に関する情報を分類すると、「新聞記事と写真」及び、「広告」に分けられる。広告に関する情報について分類すると、雑誌情報、百貨店の広告情報、浴衣着装写真を取り入れた企業広告の3タイプに分けられる。
- 3) 新聞紙面にみる14年間の浴衣に関する情報の特徴を月別にみると、新聞記事情報は6月、7月、8月に平均的に掲載されているが、新聞写真情報や企業広告掲載は本格的に浴衣を着装する7月、8月に多く、雑誌広告やデパート・きもの専門店の広告は、浴衣を着装する直前の6月、7月に多く掲載される。

(2) 新聞記事、新聞記事写真に関する浴衣情報

- 1) 14年間の新聞記事数は91年、93年を除き毎年みられ、記事総数は34件である。99年以降、記事が増加し、浴衣ブームが定着したといえる。02年と04年が特に多く、この2年間は14年間の総数の半分を占めている。
- 2) 新聞記事の内容をキーワード別にみると、「着こなし」「色・柄」「商品情報」が全体の75.5%を占めている。また、「着装場面」も花火大会や祭りの他に、浴衣の街着化が進み洋服感覚で浴衣を着たいという願望が若い女性の間で高まっている。
- 3) 浴衣に関する新聞写真においては14年間を通して8月が多く、全体の半数以上を占めている。年代別にみると、90年代前半は浴衣ブームの影響が見られ、2000年代に入り、写真数が増加し、浴衣の着用範囲が広がり、定着化が伺える。
- 4) 新聞記事写真の内容からキーワード別にみると、祭り・盆踊り・市・花火・納涼船など日本の夏の年中行事と関連する写真が多い。次に日本の伝統文化を受け継ぐ歌舞伎役者や寄席芸人、力士、芸能人の浴衣姿の写真が割合多い。

(3) 雑誌広告に関する情報

- 1) 91年から04年まで14年間の夏の新聞紙上に常に浴衣に関する情報は掲載されて6月が61件、7月が31件、8月は0件、合計92件であった。
- 2) 92件の浴衣情報を雑誌別にみると、育児書、カジュアルファッション誌、ファッション&ライフスタイル誌など各年齢層を対象とする38雑誌があった。
- 3) 92件の浴衣に関する情報をキーワード別に分類すると、多い順に着こなし、着付け、着装場面、商品情報、色・柄、髪型・化粧、コーディネート、総合書、縫い方、子供のゆかた、リサイクルの11のキーワードに分けられた。

(4) デパート・きもの専門店の広告に関する情報

- 1) 91年から04年まで14年間に浴衣に関するデパート・きもの専門店の広告は掲載総数は49件で、6月と7月がほぼ同数で、全体の95%を占めていた。
- 2) 掲載数を年別にみると、01年が9件で最も多く、次いで03年、02年と91年の順で2000年になってから増加がみられた。また、バブル経済崩壊の93年には広告掲載がなかった。
- 3) 広告掲載は、全て夕刊のみで、定期掲載と不定期掲載があり、掲載数はほぼ同数であった。定期掲載は毎週金曜日の週末デパート情報「ウィークエンドガイド」であった。
- 4) 広告内容をキーワードに分類すると合計は88情報で、多い順に売場情報、商品情報、着装場面、着付け、イベント、色・柄、広告写真、着こなし、ブランド浴衣、コーディネート、小物、髪型・化粧に分けられた。
- 5) 広告は販売が目的であるため、浴衣に関する情報を種々な角度から提供し、購買意欲を促進するような広告をし、商品をより明確にアピールし、売場に足を運んでもらう工夫が行われていた。

(5) 企業広告に取り上げられた浴衣情報

- 1) 企業広告数は新聞紙上14年間138件で、7月の広告数は全体の50%を占めていた。
- 2) 特徴はバブル経済期の92年の企業広告数が最も多い。要因は伝統回帰の気運が浴衣ブームの兆しをみせた。バブル経済崩壊の93年以降広告数が減少に転じたが、02年には浴衣が夏に定着し、広告数が増加してきた。
- 3) 業種別広告数の多い順にみると、1位が薬品・化粧、2位が金融・保険、3位の食品と情報・通信、4位が家電業界、5位がサービス業、6位が運輸関連企業である。
- 4) 特に注目される広告は、浴衣を着用していくと料金を割引く東京湾納涼船の広告で浴衣の着装を促進し、着装の場を提供している点である。
- 5) 広告内容をみると、女性が浴衣姿の広告が全体の半分を占めている。次に男性・女性の広告が約19.4%、他に男性、家族、中高年代層、子供の浴衣姿の順である。
- 6) 企業広告は、浴衣着装場面と着装者が広告目的に適した設定が明確である。

参考文献

- 1) 朝日新聞縮刷版（東京版）1991年～2004年6月、7月、8月 計42冊