

色彩嗜好の時系列変化に関する研究(2) — 商品のパターン分類 —

A study on time serial change of color preference on each commodity

柳瀬 徹夫 椿 文雄 浦 さゆみ
Tetsuo Yanase Fumio Tsubaki Sayumi Ura
(財) 日本色彩研究所

●はじめに● これまで1978年より実施している嗜好色調査も7年を数え ある程度の時系列的变化をみることができるようになってきたそこで今回は 1983年実施分の商品別嗜好色調査結果を因子分析し 色の好みのパターンにより商品を分類した その上で代表的な商品の変動をみることにする

●調査概要● 調査は訪問面接聴取法により行なわれた サンプルングは年度によりややずれはあるが 東京・大阪在住者の18~49才までの男女を1500~1000の間でランダムサンプルングで抽出し対象とした 刺激は75色の色紙を貼付したカラーチャートを用いて行なわれ 質問は様々な商品について上位2色を聞いている 調査対象商品は7回の調査で のべ数十品目にもなるが 今回はこのうち時系列的なデータが使用できる商品を選び行なった

●因子分析結果● 抽象的な嗜好色 嫌悪色と 24品目における商品別嗜好色の色別の嗜好率を使った商品間の相関行列により因子分析を行った その結果 第4因子までで累積寄与率73.664%に達したので この4つの因子により嗜好色の時系列変化の傾向の似ている商品をまとめてみた 各商品間の関係を図-1に示す

①第1因子はジャケット、ズボン、セーター等ファッション衣料を中心とした因子で ブラック、ダークグレーおよびダークトーンの各色が嗜好されるグループである これと比較的近い嗜好傾向を示すのが ラジカセ、パーソナルテレビ等であった

②第2因子では 冷蔵庫、ポット、キッチンセット等を中心とする ペールトーン、ホワイトを嗜好するグループである 乗用車、カーテンの傾向とも近い

表-1 因子分析結果

	FACT. 1	FACT. 2	FACT. 3	FACT. 4
10110	0.19352	<u>-0.48013</u>	0.33139	<u>-0.55302</u>
15110	0.35428	0.21344	-0.02418	0.01243
1-7110-23-	-0.02809	-0.25222	<u>0.57423</u>	<u>-0.64902</u>
111	-0.13317	<u>-0.75141</u>	0.28918	-0.17697
11711	-0.02202	<u>-0.92435</u>	-0.00300	-0.08718
1111711	-0.04311	<u>-0.73449</u>	0.05916	0.06886
1-11	-0.16345	<u>-0.59983</u>	<u>0.52146</u>	0.01396
1-111	-0.10229	-0.06649	<u>0.76126</u>	-0.15743
11111-111	-0.03883	0.01562	<u>0.84495</u>	-0.31728
11111-11-	0.21345	-0.11037	0.37190	-0.07813
111	-0.13332	-0.05511	<u>0.83780</u>	0.02765
10111	-0.07859	<u>-0.57774</u>	-0.00231	-0.00223
1111111	0.40609	<u>-0.65223</u>	-0.07974	<u>-0.41647</u>
5011111-11-11-	<u>0.23833</u>	-0.21804	0.25322	<u>-0.88091</u>
1111111111111	<u>0.70117</u>	-0.04657	-0.02949	-0.25484
11111111111	<u>0.66703</u>	-0.19346	0.01363	-0.37223
1111111	<u>0.81875</u>	-0.01611	-0.06446	-0.16210
11111	<u>0.44730</u>	-0.52828	0.07390	-0.15304
11111111111	0.22196	<u>-0.92090</u>	0.00081	-0.17206
11111111111	0.14453	<u>-0.91520</u>	0.08486	-0.17235
11111111111	<u>0.82183</u>	-0.20537	0.13516	-0.16802
1111111	<u>0.96436</u>	-0.04094	-0.09620	-0.02130
111	<u>0.95051</u>	0.04108	-0.07577	0.07978
11111	<u>0.72691</u>	-0.28642	0.07437	-0.33378
11111111111	<u>0.89552</u>	0.06485	-0.19549	0.04674
11111111111	<u>0.94845</u>	-0.09177	-0.09390	-0.10643
固有値	7.23671	5.77390	3.12401	2.32530
寄与率	28.878	23.041	12.466	9.279
累積寄与率	28.878	51.919	64.385	73.664

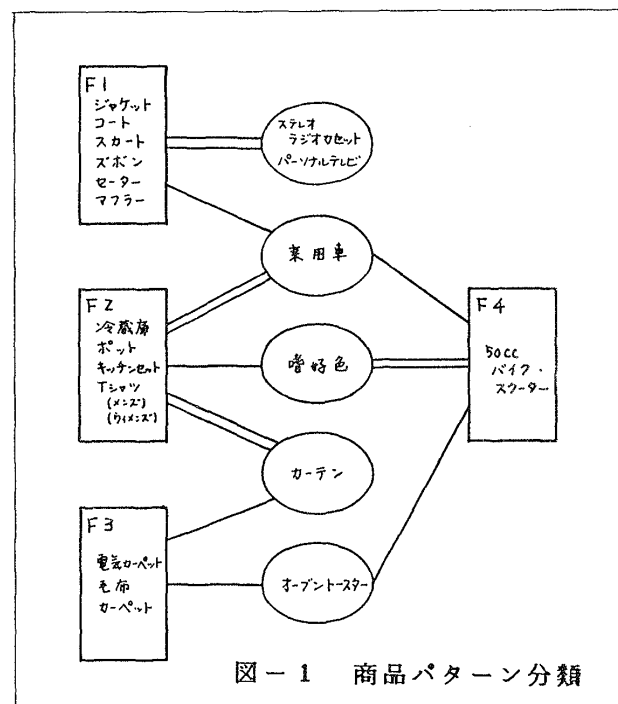


図-1 商品パターン分類

③第2因子で同じ様な傾向を示したのが電気カーペット，毛布，カーペット等で 暖色系のビビットーン，ダルトーンが嗜好されるグループである

④第4因子は抽象的嗜好色，オープントスター，50ccバイク，スクーターを中心とした因子で ビビットやディープトーンのレッド，ビビットブルーが嗜好される

●代表商品における嗜好の経年変化● 以上のように75色に対する好みのパターンから その傾向の似ている商品 そうでないものを分類してみた訳であるが 次に 各因子の代表となる商品について嗜好の経年変化をみてる 今回はその顕著な例として第1因子ではズボン 第2因子ではキッチンセットを選び ここに紹介する(図-2, 図-3) 色相に関しては著しい変化がみられなかったので トーンについ

てだけ述べることにする

①第1因子の代表：ズボン ズボンはニュートラル系の各色とディープトーン，ダークトーンなどSHADE系の色が特に好まれる傾向が続いているが ダークトーンの色が減少し ブラック，ダークグレー等ニュートラル系の色が著しく伸びる傾向にある

②第2因子の代表：キッチンセット 冷蔵庫と同様でペールトーン，ホワイトが数値の上からも他の色と大きく離れ上位を占めている傾向は変わらない

以上のように各商品の嗜好色には関連があり その色彩嗜好パターンが同じものの多くは似たような時系列変動を示す物が多い事が判ってきた 今後ともデータをふやし この事を確認したいと考えている

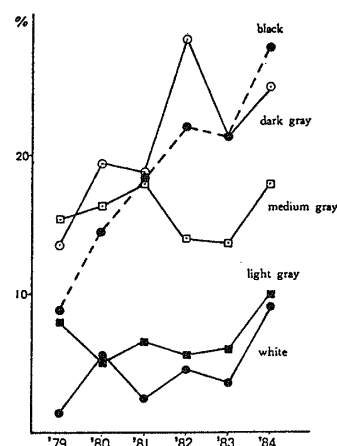
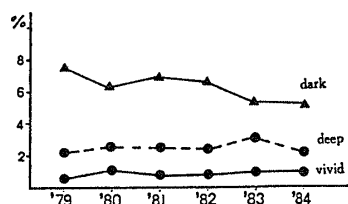
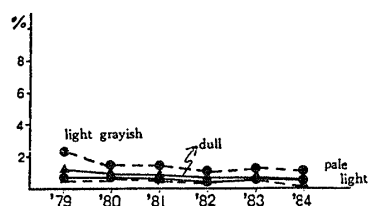


図-2 嗜好の経年変化(ズボン)

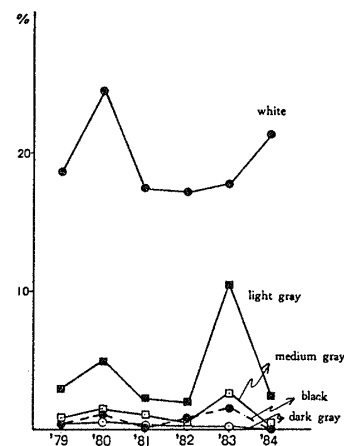
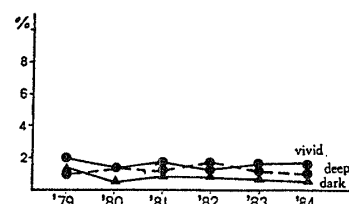
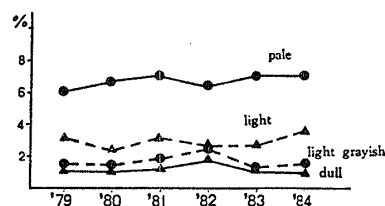


図-3 嗜好の経年変化(キッチンセット)