

特集 肌色

アジアで好まれる肌の色とその心理

Preference for fair skin in Asia with its psychological background

齋藤 美穂

Miho Saito, Ph. D

早稲田大学人間科学学術院

Faculty of Human Sciences, Waseda University

白い肌の嗜好とその歴史

昔から「色の白いは七難隠す」という言葉は誰もが一度は耳にする。この言葉自体は江戸時代の書物に記されていると言われる。七難というのは仏教用語で、観音義、薬師経、仁王経のそれぞれで指す七難が異なる。上記の言葉の場合は「種々なる欠点」という意味であり、肌の白さが外見のみならずパーソナリティーにおける欠点も覆い隠す程の力を持つことを示す。こういったコンセプトは日本では古代に、遅くとも7世紀末には中国大陸から白粉（おしろい）とともに伝播されたと考えられる。しかしその美意識が一層明確になるのは平安時代である。黒髪との対比効果で色白の肌は際立ち、ただでさえ薄暗い屋内でひときわ明るく目立つ存在であったことは想像に難くない。

白粉は古代エジプトでは存在していない様であるが、古代の中東諸国では鉛白を用いた白粉が存在した記録がある。よって白い肌を美しいとするコンセプトは既に紀元前数世紀以前に中東からギリシャにかけて存在していたと考えられる。白粉は極めて貴重なものであり、白粉を使用して化粧ができるほど裕福であることの証であるため、洋の東西を問わず、そして男女を問わず、貴族階級は白粉を使用していた様子が当時の絵画にも残っている。例えば鎌倉時代の絵巻物の中でも身分や階級の違いは肌の色の違いで表現されている。

日本のみならずヨーロッパでも白い肌は戸外で労働をしなくても良い階級、すなわち上流階級の肌の色としてある種のステータスシンボルとなっていた。屋外にいればそれだけ太陽光線を浴びることになる。よって日焼けした肌は対照的に労働者階級の肌の色というレッテルが貼られることになる。貴族達はパッチと呼ばれる「つけぼくろ」を付けたり、貴族の血統が

blue bloodと言われることからブルーペンシルで静脈を強調し、陽に当たらない肌の白さを際立たせた。こうして白い肌に対する憧れはより一層強まることになる。その心理的背景は当然のことながら優位性である。すなわち高価な白粉を使用できるという特権と労働をしなくてすむ特権を手に入れた結果、一握りの階級だけに許される希少な肌の色という優位性である。

色紙を用いた色彩嗜好調査でも我が国における白への嗜好は安定した高さを保持しており、その嗜好は周辺のアジア地域にも観察されることが確認されている（齋藤, 1992a; 齋藤 & Lai, 1992b; Saito, 1994, 1996b, 1996c）。白に対する嗜好理由を調査の自由回答から探ると、日本や韓国では「清潔感」や「純粋」が主な理由となっているが、中国や台湾では「純潔」が最も多く、時には白に対する「神聖視」も見られた。日本文化の中でも白に対する神聖視は、神道における天照大神（あまてらすおおみかみ）のような太陽信仰との関わりで説明されている。ここでの白は太陽の光の色という意味を持つ。神道の素木造りの神殿や御幣などに見られる白の使用も、生なりの無垢なものや清らかなものとしての白と考えられている。このような神聖視が白の希少性と優位性をより確固たるものにしていく。転じて色素をつくる機能が先天的に欠如する白色個体（albino）も神聖視の対象となり、それは天皇や権力者に献上された祥瑞（めでたい前兆）にも反映してくる。

視点を变えて生物学的に考えるならば、女性の身体に脂肪がつくと肌は色白となることから妊娠というエネルギーとカロリーを消費する行為において脂肪がより多いと考えられる色白の女性が選好されるようになり、色白の女性の方が進化学的に有利となった為に色白が好まれるようになったという考え方もある。

しかし現在ではこれまで述べてきた様々な視点とは別な意味で白さが求められるようになる。すなわち80年代後半からフロンガス問題やオゾン層の破壊、それに伴う紫外線の増加等が引き起こす皮膚ガンに対する危機感が意識されるようになり、その結果90年代に入ると各化粧品メーカーもメラニン生成を抑える「美白化粧品」がキャンペーンの中心となってくる。美白化粧品市場は日本でも3000億円に手が届く程の規模となり、その影響はアジア諸国にも広がり今や爆発的な市場を形成している。日本を除くアジアの化粧品売上高は約2兆円とも言われるが、そのうち美白化粧品が2割を占めていることが最近報告されている。しかしながらこの「美白化粧品」の発信源が日本であることを知る人は数少ない。

暗黙のパーソナリティ理論

1954年に心理学者のBruner, J.S. 他は「暗黙のパーソナリティ理論」(Implicit personality theory)を提案した。これは人の性格に関して、漠然とした形で抱いている考え方や信念の体系を意味している。初めて出会った人に対しても我々は無意識のうちに「こんなタイプの人」といった具合に性格の体系の中にあてはめて認知する傾向を持つ。これは、限られた手がかりと多くの推測を含めた対人認知、すなわち「第一印象」を形成し、それを体系にあてはめることによって多くの情報を効率よく処理する為の方略とも言える。

大坊(1986)は、現代の日本でどのような女性の顔が魅力的とされているのかを探る心理学的調査を行い、その要素の一つに「色白であること」を報告している。研究の分析結果では「色白で目元がはっきりしたタイプ」と「ほっそりした、目鼻立ちのととのったタイプ」が現代の日本における魅力的な外見の二大要素として得られた。これを受け、それらの外見を持つ女性がどのようなパーソナリティの評価と結びつくか暗黙のパーソナリティ観を検討した結果、「魅力的」「信頼性が高い」「順応性が高い」とかなりポジティブなパーソナリティに認知されていることが判明した。

更に、ポーラ文化研究所(2000)は305名的女子大生を対象にした肌色観の調査を行っている。その中で白い肌のイメージの上位には「清潔」「上品」「女性的」が位置し、被験者の63%は白い肌をうらやましいと感じていた。一方、黒い肌は「活動的」「野性的」「健康的」というイメージが強く、白い肌の利点が「きれいに見える」のに対し、黒い肌の利点は「健康的に見える」

というものであったことが報告されている。「ガングロ」が流行った現代に至るまで、「色白」は心理学的にも「美」と結びつく要素の一つであると考えられる。

アジアにおける国際比較研究

前述したようにアジアでは共通して白嗜好が観察される。また美白化粧品市場も共通して過熱した市場を形成している。そこで肌の白さに対する嗜好とその心理的背景を、パーソナリティイメージ、すなわち暗黙のパーソナリティ観を視点として研究することとした。特に肌の色への嗜好は文化的環境要因の影響がより強いと考えられる具体的事象と思われる。よってこの肌の白さに対する嗜好が地理的・文化的に異なる環境においてどのような傾向を示すかを検討する為にアジアにおける国際比較調査を実施することにした。ここからはそれら一連の研究を簡単に紹介する。

これらの研究は調査1と調査2により構成されているが、何れもアジアにおける肌の白さの嗜好に対する心理的背景を検討することを目的とした。調査1では主として明るさ(白さ)の異なる4種類の肌色刺激に対するイメージの評価を日本とインドネシアで検討し、続く調査2では肌の肌理(きめ)と肌の白さの異なる写真刺激を用いたパーソナリティイメージ評価の比較を日本と中国で行った。なお調査1は『心理学研究』(齋藤, 1996a)、調査2は“9th Congress of the International Colour Association, Proceedings of SPIE”(Saito, 2002)に詳しく紹介されているので参照されたい。

【調査1】

調査1の被験者は東京の日本人大学生176名(男性90名・女性86名)、およびジャカルタのインドネシア人大学生132名(男性68名・女性64名)である。平均年齢は日本人21.3歳、インドネシア人24.8歳であり、被験者総数は308名(男性158名・女性150名)である。

多数の日本人の肌色の測定から日本人の代表的な肌色を分類した肌色調査結果(小林1967)に基づき、ナチュラル肌の肌色色票から代表的な以下の4種を刺激とした。これらの肌色色票をB5版の大きさで作成し、その上に女性の顔の輪郭が描かれたOHPシートを重ね、これをもって4枚1組の刺激とした。

刺激1: 色白肌(5.0YR7.5/4.0)

刺激2: 普通肌の色白寄り(5.0YR7.0/5.0)

刺激3：普通肌の色黒寄り(5.0YR6.5/5.0)

刺激4：色黒肌(5.0YR6.0/5.0)

白さ(明るさ)は多分に相対的な関係も考えられるため、1組中の4刺激を1より順に左から同時提示し、それらを見ながら種々の評価語(容貌を手がかりとしたパーソナリティーイメージの因子分析結果(岩下1983)を参考に選出した52項目によって構成)に対して最も適切だと思う順番に刺激の順位づけをしてもらった。この手続きによって得られた結果に対し、各評価語に対して順位づけられた刺激の第一選択に着目して数量化III類による分析を行った。使用した52項目の評価語は、「美しい、明るい感じ、女性的な感じ、りこうそうな感じ、親しみやすい感じ、ふけた感じ、のんびりした感じ、貧相な感じ、派手な感じ、柔らかい感じ、はきはきとした感じ、近づきやすい感じ、古くさい感じ、いやらしい感じ、陽気な感じ、丸みのある感じ、きりっとした感じ、好き、落ち着いた感じ、弱々しい感じ、知性的な感じ、モダンな感じ、育ちがよい感じ、うわべだけの感じ、可愛らしい感じ、静かな感じ、軽い感じ、意志が強そうな感じ、貴族的な感じ、保守的な感じ、善人のような感じ、デリケートな感じ、特色のある感じ、清潔な感じ、ていねいな感じ、うちとけた感じ、幼い感じ、上品な感じ、愉快的な感じ、ねちねちした感じ、消極的な感じ、やさしい感じ、おとなしい感じ、甘い感じ、うすっぺらな感じ、あたたかい感じ、あじわいがある感じ、しゃれた感じ、女らしくない感じ、おだやかな感じ、いばった感じ、魅力的」である。

日本もインドネシアも色白肌が「弱々しい」イメージと最も結びついている点は共通しており、その他に共通して持たれているイメージの上位には、「貴族的な」、「デリケートな」、「静かな」、「育ちがよい」、「保守的な」、「清潔な」が見られた。

しかし日本では、「おとなしい」、「上品」、「消極的」、「女性的」、「ていねいな」、「柔らかい」、「美しい」、「可愛らしい」というイメージがインドネシアよりも高く選択され、インドネシアでは、むしろ「いばった」、「派手な」イメージや「特色のある」、「しゃれた」イメージ、また「幼い」、「軽い」、「明るい」、「きりっとした」というイメージが日本より高く選択されていた。

両国の性別における比較をした結果、日本の男性に特に高く見られる評価語は、「ていねいな」と「知性的な」であり、女性では、「可愛らしい」と「甘い」であった。「おとなしい」と「柔らかい」というイメージも女性

の方がより多く選んだ評価語と考えられる。インドネシアの男性に高く見られる評価語としては、「きりっとした」と「やさしい」であり、女性では、「うわべだけの」と「保守的な」が多く選ばれたが、「しゃれた」というイメージも女性の方に高く選択されていた。

数量化III類の結果を検討し、さらに有意性検定を行った結果、インドネシアでは日本に比べ色白肌に対して「特色のある」イメージや「しゃれた」「明るい」イメージは持っているようであるが、同時に「いばった」「女らしくない」イメージも持っており、日本人が持っているような「女性的」で「おだやかな」「のんびりした」イメージはあまり持たれていないことが分かった。インドネシア人男性の方は、女性に比べると「きりっとした」、「陽気な」イメージの方向にベクトルが向いていた。

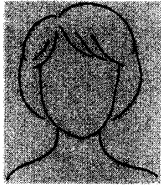
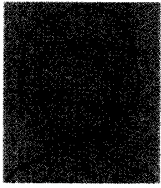
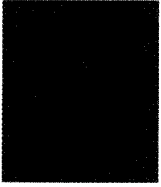
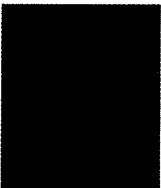
調査1で用いた各刺激に対する評価にはそれぞれ特徴があり、両国でかなり異なっていることが分かった。Table1は各刺激に対する評価の共通点と相違点をまとめたものである。

色白の肌は日本では「弱々しい」イメージが強いものの、その弱々しさはおとなしくデリケートで保守的な印象や、やわらかく女性的で可愛らしいイメージとの結び付きであることが分かった。それに対してインドネシアでは、同様に「弱々しく」「清潔な」印象は強いものの、「いばった」イメージや「派手な」イメージ、また「幼い」イメージなど、どちらかと言えばネガティブな傾向を持っていた。ポジティブな場合でも「特色のある」「しゃれた」イメージなど、ある種の特殊性が感じられた。

しかし、このように相反する関係は色黒肌において逆転した形で見られた。すなわち、色黒肌に対して日本人は比較的ネガティブなイメージを抱き、インドネシア人は比較的ポジティブなイメージを持つ傾向が得られた。日本人が刺激4(色黒肌)に抱いたイメージはインドネシア人が刺激1(色白肌)に抱いたイメージと一致し、日本人が刺激1(色白肌)に抱いたイメージはインドネシア人が刺激4(色黒肌)に抱いたイメージと多く一致する傾向にあった。この理由に関しては何らかの文化的背景とその影響が感じられるため、別な視点からのより深い研究が必要と考えられる。

またインドネシアの場合、肌の色の濃さは加齢を意味するようであることが、「幼い」「ふけた」という評価語とのかかわりで分かった。すなわち、「幼い」と刺激1(色白肌)、「ふけた」と刺激4(色黒肌)との結び付きが

Table1 各刺激に対する日本とインドネシアの評価

	共通して認められた印象		各国独自の印象	
	日本&インドネシア	日本	インドネシア	
	弱々しい 貴族的な	おとなしい 可愛い (女性) ていねいな (男性)	いばった うわべだけの (女性) きりっとした (男性)	
	近付きやすい 好き	うわべだけの 陽気な (女性) 可愛い (男性)	女性的な 美しい (女性) モダンな (男性)	
	親しみやすい 意志が強そうな	ふけた きりっとした (女性) 貧相な (男性)	はきはきした 可愛い (女性) うわべだけの (男性)	
	女性らしくない いやらしい	特色のある きりっとした (女性) あじわいがある (男性)	貧相な 打ち解けた (女性) 保守的な (男性)	

インドネシアでは比較的多く見られた。また日本では、刺激1 (色白肌)、インドネシアでは刺激2 (普通肌の色白寄り) に対してそれぞれ「女性的な感じ」を抱き、逆に刺激4 (色黒肌) に対しては両国とも「女らしくない感じ」を持っていた。このように年齢の老若や性別 (男らしさ・女らしさ) を肌の色の濃さで対比させるような概念は一種の記号化された表現技法でもあり、既に紀元前の壁画にも見られる。これらの結果はその様な一般概念の影響とも考えられる。

また、有意な性差も多く観察された。特に刺激3 (普通肌の色黒寄り) では日本もインドネシアもネガティブな評価をしているのが男性であり、女性はむしろポジティブな受け止め方をしていた。

美しさの判断に関して言及するならば、色白肌を「美しい」と評価しているのは日本人の方であり、インドネシアの場合はむしろ普通肌の色白寄りに対して「美しい」と選択していた。また嗜好性という点から「好き」という評価語に着目するならば、日本においてもインドネシアにおいても、刺激2の普通肌の色白寄りは最も色白の印象を持つ刺激1以上に「好き」と思わ

れた。更に、おだやかで魅力的で知性的というパーソナリティと多く関連しているのは、両国とも刺激2の普通肌の色白寄りであり、陽気で親しみやすくあたったパーソナリティとして捉えられているのは、刺激3の普通肌の色黒寄りであった。これらを考え合わせると、パーソナリティの側面において、肌の色は中庸であることが最も好ましいようであることが示唆されたといえる。

【調査2】

調査1では肌の色に対するイメージに文化的差異があることが示唆されたが、この研究では肌の総合的評価に影響すると考えられる肌理 (きめ) の要素に関しては検討されていなかった。そこで調査2では、刺激に肌理の要素を導入することにより、肌の白さに対する嗜好と肌理との関わり、および両者によって構成される肌に対する心理学的イメージを探ることを目的とした。

被験者は北京在住の中国人女性105名 (20代、30代、40代 各35名) および東京在住の日本人女性

105名、(20代、30代、40代 各35名)である。被験者総数は210名である。

調査2では、肌の質感(肌理)と肌色の異なる4枚の顔面頬部の肌の写真を刺激とした。これらの写真はあらかじめ用意した380人の中国人の肌のデータベースと予備テストの結果から抽出した。各刺激の肌の色と肌理の関係は以下の通りである。

Visual A 色白で肌理の細かい肌

Visual B 色白で肌理の粗い肌

Visual C 色黒で肌理の細かい肌

Visual D 色黒で肌理の粗い肌

調査1に使用した52の評価語を用い、被験者に4刺激の中から各評価語に対して最も相応しい刺激を選択するよう求めた。結果の分析には、フィッシャー直接法(Fisher's exact test)による有意差検定および因子分析を使用した。

Figure 1は日本における各刺激に対する評価語の上位一覧をフィッシャー直接法(Fisher's exact test)の結果とともに示したものである。Visual A(色白で肌理の細かい肌)に関して、日本も中国も共通して「美しい」「清潔な」「好き」「貴族的な」「しゃれた」「魅力的な」

「上品な」というポジティブなパーソナリティーイメージを持っていることがわかった。しかし中国では「派手な」「モダンな」という評価もこの刺激に対して抱かれていた。一方、日本では、「りこうそうな」「丁寧な」「女性的な」というパーソナリティーイメージを持っている点が中国と異なる。すなわち、色白で肌理の細かい肌に対して、中国では美しいけれどもアクティブなイメージを持っているのに対して、日本では美しいがパッシブなイメージを持っていることがわかる。

これら両国の評価の共通点と相違点を示したものがFigure 2である。両国での印象の違いは、主にVisual A(色白で肌理の細かい肌)とVisual C(色黒で肌理の細かい肌)において観察されるようである。

Visual B(色白で肌理の粗い肌)に関しては両国ともに、「うわべだけの」「保守的な」「落ち着いた」「知性的な」「きりっとした」「はきはきした」というイメージを持たれる結果となった。しかし「意志が強い」「疲れた」といった語が中国で多く選ばれたのに対し、日本では「まじめな」「弱々しい」「消極的な」という評価語が多く選択されていた。

Visual C(色黒で肌理の細かい肌)は概して親しみや

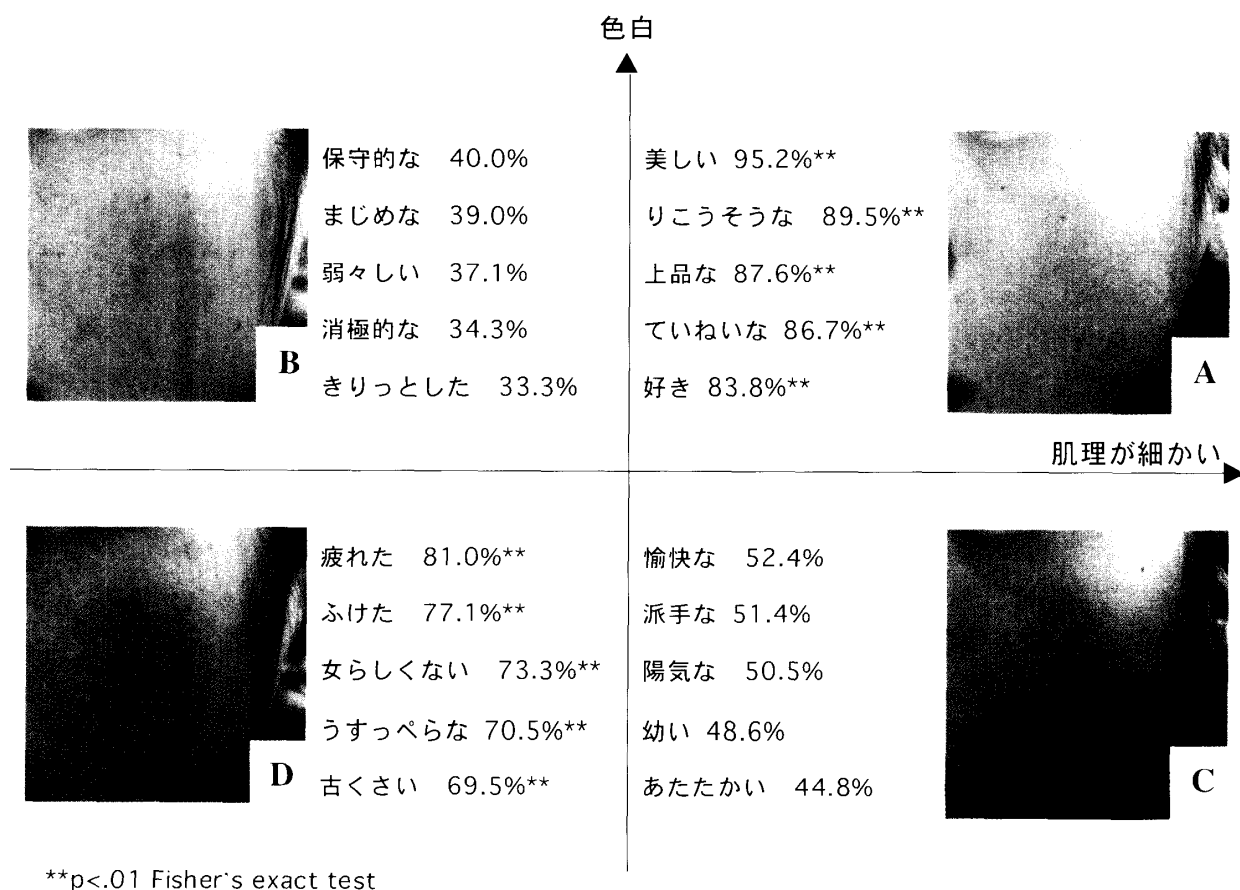


Figure 1 各肌の主要イメージ (日本)

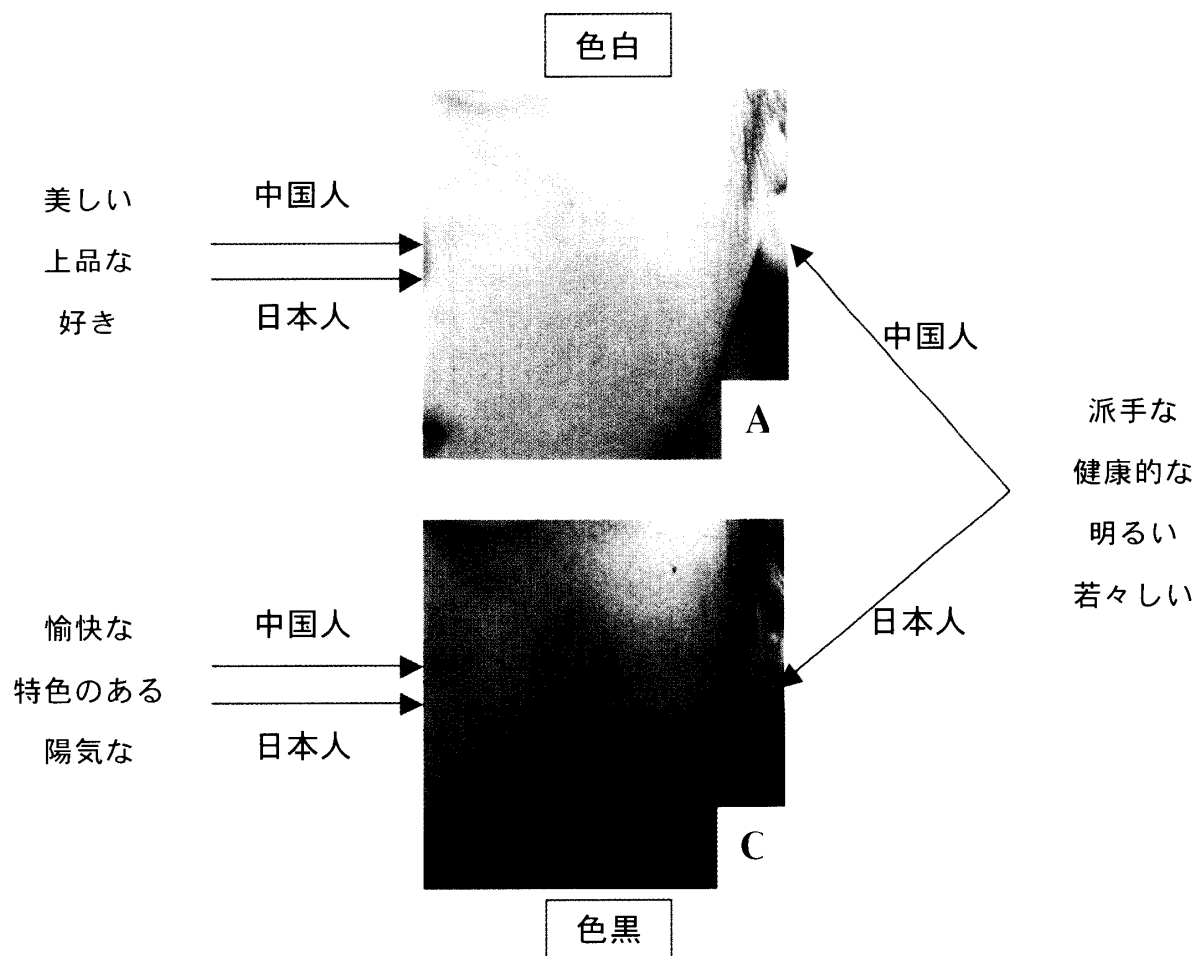


Figure2 日本と中国における共通点と相違点

すく陽気なイメージを持たれるようである。「特色のある」「愉快的」「あたたかい」「陽気な」イメージは両国ともに共通していた。しかし日本では派手で幼いといった多少ネガティブなイメージが抱かれたのに対し、中国では近づきやすく、味わいがあり、まじめな印象が持たれており、上位10位までのパーソナリティーイメージはすべてポジティブなものであるのが特徴的であった。

Visual D (色黒で肌理の粗い肌)には両国とも、「ふけた」「疲れた」「女らしくない」「うすっぺらな」「貧相な」「ねちねちした」「いやらしい」「古くさい」といった概してネガティブな反応が多く見られた。日本ではその他、「いばった」「意志が強い」というイメージ、中国では「消極的な」「保守的な」というイメージが持たれていた。

因子分析では両国ともに6因子が抽出された。その結果から、因子の構造は中国と日本で非常に似ていることが捉えられた。

また、「育ちがよい」というイメージと「美しい」とい

うイメージは別な言葉ではあるが、因子空間上の位置は近接していることも分かった。これより、肌のイメージ評価においてこれらの言葉は心理的に近似したイメージを持つことが指摘できる。同様に、「好き」「デリケートな」「清潔な」イメージは互いに近く、「健康的な」イメージは「愉快的」「陽気な」「明るい」と近い。また「親しみやすい」「はきはきした」「うちとけた」も近くに位置しており、それぞれ心理的に近いイメージを持たれていることが分かった。

ネガティブなイメージである「貧相な」「疲れた」「ふけた」はお互いに近いイメージであるようだが、「女らしくない」というイメージも被験者にとってネガティブなイメージとして評価されていたことが因子空間上の位置から把握できた。

これらの結果から、肌の色と肌理は対人認知に影響を与える要因となり得ることが示唆されたと言える。色白、肌理の細かさは主にポジティブなイメージと、一方の色黒、肌理の粗さは、主にネガティブなイメージと多く連合し、相手の印象形成の上で重要な要素と

なることが分かった。

調査1では、色白肌に対して「弱々しい」という印象が最も強かった。しかし肌理が細かくなると、色白肌に対して弱いイメージは減少し、美しく、上品で魅力的なイメージが高まることが調査2から指摘できた。よってこのようなポジティブなイメージは、肌の白さよりもむしろ肌理の細かさによってもたらされるということが分かる。アジアにおける色白肌の嗜好および対人認知における肌の心理学的影響を研究する上で、肌理の要素の重要性が示唆されたと言える。

肌の色と性別認知

「色の白いは七難隠す」という言葉は、そもそも女性に対して用いられ、ここに女性＝色白であることが好ましいというステレオタイプ化された構図が浮かび上がる。すなわち、色白肌は女性の印象を高める要素として機能している一面もありそうである。そこで最後に、肌色の变化による性別の印象の変化を把握するため種々の顔刺激を用いた認知科学的な実験(山田・齋藤, 2004)を紹介する。ここでは顔パターン3種(男性平均顔/男女平均顔/女性平均顔)、肌色明度5段階、唇色2種(唇色なし/薄紅)を設け、3要素により30種の顔刺激を構成した。顔刺激はCRTディスプレイ上に3秒間提示し、その後に肌色の明るさと性別の印象を0から100の数値で評定させた。なお、この際の対応は、色黒(0)－色白(100)、男性(0)－女性(100)とした。被験者は大学生及び大学院生の男女各27名(平均年齢: 男性22.0歳・女性22.0歳)である。

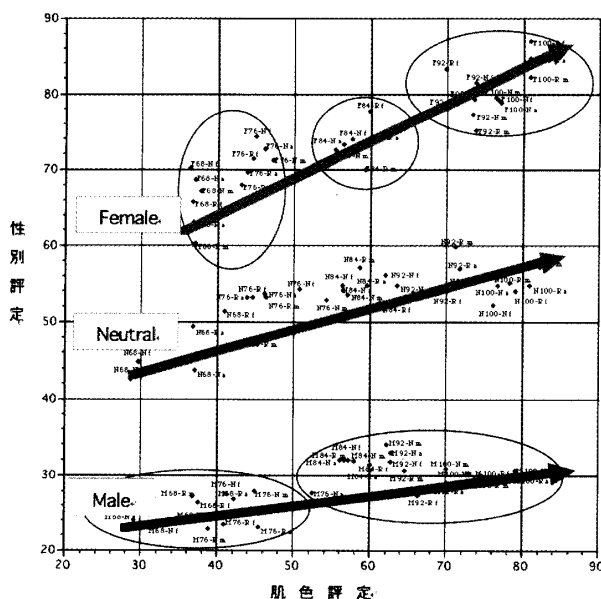


Figure3 肌色評定と性別評定による各刺激の布置

Figure3は、横軸に肌色評定値、縦軸に性別評定値を取り、結果として得られた平均値に基づいて各刺激をプロットした図である。

上段に女性平均顔、中段に男女平均顔、下段に男性平均顔を示すマーカーが集中しているが、注目されるのは各顔パターンにおける垂直方向(性別評定)の変化である。男性平均顔の散布はほぼ平坦であるのに対し、女性平均顔は右上がりの傾きを示している。各顔パターンの回帰式は、上から $y=0.170x+19.658$ (女性平均顔)、 $y=0.195x+42.017$ (男女平均顔)、 $y=0.362x+53.441$ (男性平均顔)であった。切片の相違は顔パターン本来の物理的違いに起因する結果として予想できることであるが、傾きの違いは顔パターンによって肌色の影響の強さが異なることを示している。つまり、特に女性の顔は肌色の明るさによって性別の印象が左右され易く、色白ならばより女性的に、色黒ならば男性的に捉えられる傾向が強いといえる。

このように、ステレオタイプ化しているともいえる「男性－色黒/女性－色白」という概念は実験的にも取り出された。だが、肌の色という要素はそれのみで絶対的に機能しているわけではなく、顔の形態も重要な要素として関わっていると考えられる。

参考文献

- 大坊郁夫 1986 「対人魅力印象に及ぼす身体的特徴の影響」 日本社会心理学会第27回大会, 日本グループ・ダイナミックス学会第34回大会発表論文集, 67-68
- 岩下豊彦 1983 SD法によるイメージの測定 川島書店
- 小林嗣幸 1967 おしゃれの色彩 日本色研事業株式会社
- ポーラ文化研究所 2000「女子大生にみる肌色観 白肌と顔黒のはざまで」化粧文化, Vol.40, 80-82
- 齋藤美穂 1992a 「アジアにおける色彩嗜好の国際比較研究(1)－日韓比較・白嗜好に着目して－」日本色彩学会誌, Vol.16, No.1, 1-10
- 齋藤美穂・Lai, A.C. 1992b 「アジアにおける色彩嗜好の国際比較研究(2)－日台比較・白嗜好に着目して－」日本色彩学会誌, Vol.16, No.2, 84-96
- Saito, M. 1994 "A cross-cultural study on color preference in three Asian cities: Comparison between Tokyo, Taipei and Tianjin" Japanese Psychological Research, Vol.36, No.4, 219-232

齋藤美穂 1996a「肌の白さの嗜好に関する比較文化的研究—日本とインドネシアの比較—」心理学研究, Vol.67, No.3, 204-213

Saito, M. 1996b "A Comparative Study of Color Preferences in Japan, China, and Indonesia, with Emphasis on the Preference for White" Perceptual and Motor Skills, Vol.83, 115-128

Saito, M. 1996c "Comparative Studies on Color Preference in Japan and Other Asian Regions with Special Emphasis on the Preference for White" Color Research and Application, Vol.21, No.1, 35-49

Saito, M. 2000 "Psychological study on the preferences for fair skin in China." Color 2000, Proceeding Book of 2000 AIC Meeting Seoul, Korean Society of Color Studies, Seoul, 51-53

Saito, M., Matsumoto, J., Date, A., and Li, J. 2001 "Studies concerning aspirations of Asian women toward Ideal Skin Fairness" Proceeding Book of 5th Scientific Conference of the Asian Societies of Cosmetic Scientist, Society of Cosmetic Chemists of Thailand, Bangkok, 218-227

Saito, M., Matsumoto, J., Date, A., and Li, J. 2002 "Comparative study in Japan and China concerning aspiration of Asian women towards quality of skin fairness" 9th Congress of the International Colour Association, Proceedings of SPIE, Vol.4421, 388-391

山田雅子・齋藤美穂 2004「顔の性別認知における肌色効果—性別準拠枠としての肌色カテゴリー—」日本色彩学会誌, Vol.28, No.2, 73-85

日本色彩学会誌編集委員会 会告 特集用論文募集：テーマ「アジアの色彩」

2005年12月1日発行の日本色彩学会誌第29巻第4号で、「アジアの色彩」を特集致します

・この特集に掲載する論文を募集しますので、応募投稿してください。

論文の形式は「論文」「研究速報」「研究資料」で、「論文」は2名の査読、「研究速報」と「研究資料」は1名の査読により審査します。

内容は、「アジアの色彩」の特集に相応しいもので、特集に入れるか否かは編集委員会で決定します。

申込締切：2005年5月31日(火)

申込方法：特集「アジアの色彩」に投稿する旨と論文の形式(「論文」「研究速報」「研究資料」の別)を明記し、「題目」「要旨」「執筆者名」「連絡先」を記載して、学会事務局あて。

Email (ren-net@vega.ocn.ne.jp) または Fax (03-3565-7717) または郵便にてお申込ください。

原稿締切：2005年7月31日(日)

その他、原稿の書き方や原稿の量などは執筆要領にしたがってください。

日本色彩学会編集委員会 委員長 永田 泰弘