

具体的事物に対する色嗜好表出 Color Preference in Daily Objects

中村信次 Shinji Nakamura 日本福祉大学
高橋晋也 Shin'ya Takahashi 名古屋大学
羽成隆司 Takashi Hanari 椙山女学園大学

Nihon Fukushi University
Nagoya University
Sugiyama Jogakuen University

Keywords: 色嗜好、具体的事物、抽象の色嗜好

1. はじめに

通常、色嗜好の心理学的調査においては、彩色された具体的な事物を提示、もしくは想起させることなく、色そのものに対する嗜好・嫌悪の度合い（抽象の色嗜好）を尋ねることが多い。しかしながら、実際にわれわれが目にするのは何らかの事物に彩色された色であり、抽象的な色情報のみが存在するわけではない。抽象的な色そのものへの嗜好判断は何を意味しているのでしょうか？具体的事物を指定して、それに対する色の好みを尋ねた調査も存在するが（e.g., 近江,1972 ; Saito,1983）、抽象的・全般的な色嗜好との関連は明らかではない。具体的事物を想定した際の色嗜好判断（具体的色嗜好）と、色そのものへの嗜好判断との関係を調べることを目的とし調査を行った。

2. 方法

日本福祉大学学生、もしくは同大学で開講された生涯学習講座参加者を対象に、色嗜好に関する質問紙調査を行った。講義・講座の開始時に質問紙を配布し、事後に回答の後、提出を求めた結果、388名（男性 101 名、女性 287 名、18 歳～74 歳、平均年齢 29.5 才）から回答を得た（回収率は約 60%であった）。

回答者は、色名で提示された 12 色（白、黒、灰、赤、ピンク、オレンジ、茶、紫、青、緑、黄緑、黄）に対し、色そのものとして考えた場合にその好きな度合いの順に 1 から 12 までの順位を記入した。次に、身の回りにあり普段よく目にする事物 20 種（傘、財布、携帯電話

話、壁紙、洗濯機、カーテン、靴、スーツ、カーペット、シーツ、セーター、本棚、靴下、シャツ、テーブル、ハンカチ、自動車、冷蔵庫、ソファ、ネクタイ）の名称を提示し、自分でそれを購入するとしたら、どの色がもっとも好ましく（嗜好色）、どの色がもっとも好ましくないか（嫌忌色）を、前述の 12 種の色名から選択させ、さらに、その商品の購買選択に色がどの程度重要な役割を果たすのかについて、5 段階尺度で評定を行わせた。

3. 結果

3-1. 抽象の色嗜好

色そのものに対する嗜好評価の結果から、最も好ましい色であるとされたもの（嗜好順位 1 位）を最好色、最も好ましくない色であるとされたもの（嗜好順位 12 位）を最嫌色として、全回答者におけるその分布を算出した（図 1）。最好色としては青が最も頻繁に回答され、次いで黒、ピンクなどが最好色となる頻度が高くなった。最嫌色に関しては、灰色の比率が高く、茶、紫がそれに続いている。性別・年代による差異も認められ、女性においては、男性に比して、ピン

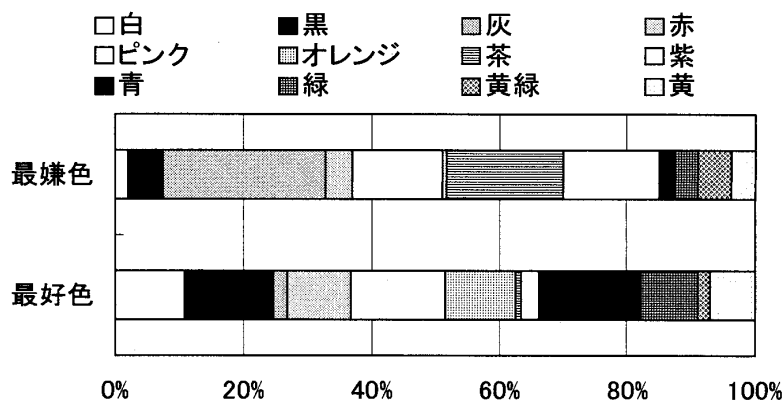


図 1 最好色／最嫌色の分布

ク・オレンジなどの暖色系の中間色に対する嗜好が顕著であった。また、20歳代以下の若年者においては、黒を最好色としている回答者が2割程度存在するのに対し、中高齢者ではそのような回答者の比率が極端に少なくなっていた。

3-2. 具体的色嗜好

20種の具体的事物に対し、嗜好色と嫌忌色とをそれぞれ尋ねた結果、事物ごとに選択される色はさまざまに分布した。嗜好色、嫌忌色の選択のされ方の散布度（どの程度のばらつきをもって分布するのか）を得るために、平均情報量（エントロピー）を算出した（嗜好色散布度、嫌忌色散布度）。嗜好色、嫌忌色とも、事物によって散布の度合いが変化していた。嗜好色では1.06~3.02(平均2.38)、嫌忌色で2.74~3.36(平均3.13)と嫌忌色の散布度の方が若干高くなっており、具体的な事物に対する好みの表出においては、嫌いな色、避けたい色の方が、好ましい色の選択よりも、選択に際しばらつきが大きくなることが示された。図2に、嗜好色判断で散布度が最大となった「ネクタイ」と最小となった「洗濯機」、嫌忌色判断で散布度最大の「携帯電話」と散布度最小の「壁紙」に対する、嗜好色／嫌忌色回答の比率を示す。

3-3. 抽象的色嗜好と具体的色嗜好との関連

20種の事物毎に、選択された嗜好色が、抽象的色嗜好における最好色と一致している比率（最好色選択比率）を算出した。上述の嗜好色散布度と最好色選択比率との関係を図3に散布図として示す。両指標の間に比較的強い正の相関が認められており（ $r=.68$ ）、最好色がその事物に対する嗜好色として選択される比率が高い場合には、嗜好色のばらつきが大きくなることが示唆された。これは、嗜好色の散布度が少ない事物においては、色そのものに対する好みに従った判断がなされているのではなく、実際に存在する商品の色バリエーションにより判断が制約されることによるものではないかと考えられる（例：洗濯機→白）。

20種の事物に対し、上記の両指標を用いてクラスタ分析を適用した結果、最好色選択比率が高く散布度も高い事物群（例：かさ、カーテン）、最好色選択比

率が高く散布度が中程度の群（例：財布、かばん）、最好色選択比率が低く散布度も低い群（例：洗濯機、壁紙）、の3群を得た。商品購買の際の色の重要度を、3クラス間で比較したが、有意な差は得られなかった（ $F(2,17)<1.0$ ）。

4. まとめ

今回の調査の結果、評価の対象となる事物により、色嗜好の表出の様態、特に抽象的色嗜好との関連がさまざまに変化することが示された。今回の調査の範囲では、具体的色嗜好の多様性を説明する要因を特定することができないが（商品購買の際の色の重要性は群間で同等であった）、嫌忌色の分析を含め、具体的事物に対する色嗜好表出の多様性の発生原因に対し、今後更なる検討を重ねていく。

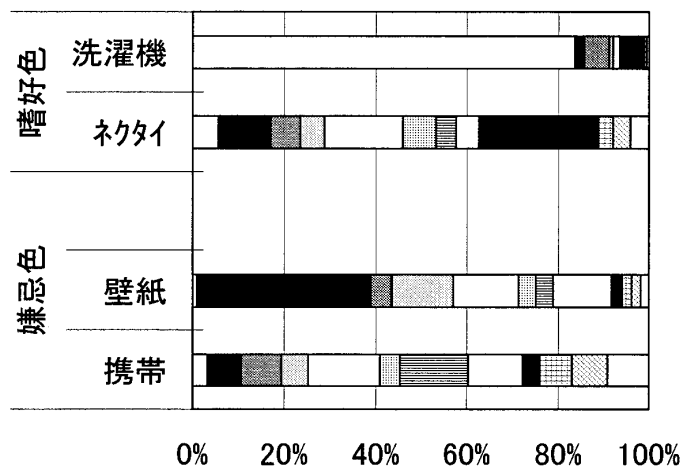


図2 嗜好色／嫌忌色の分布
(凡例は図1に同じ)

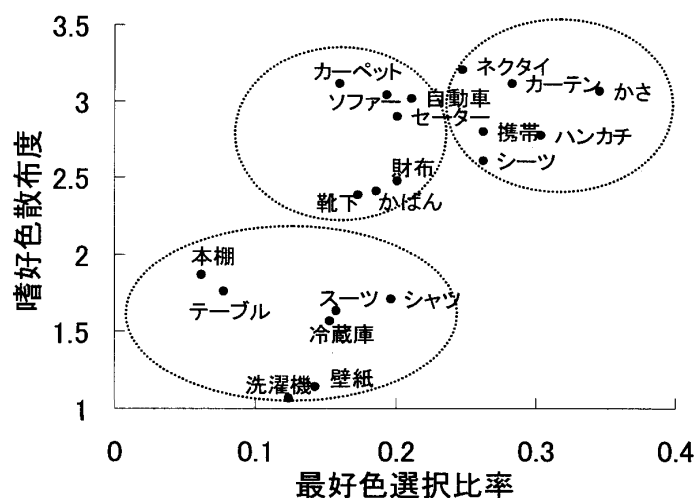


図3 両指標の間の関連