

工業製品の感性品質を高める色彩に関する調査<2> -被験者属性による比較-

100430060 後藤宗介
川澄研究室

1. はじめに

近年アジアマーケットを意識して日本のメーカは製品の魅力を高める研究・開発に注力している。

前報<1>を受けて、さらに本報では消費者の様々な嗜好と製品の色彩嗜好との関係性について調査した結果をまとめる。本研究は国内素材メーカおよび名古屋工業大学大学院との共同研究である。

2. 比較方法

調査に使った Web アンケートの前半には 10 段階に色相を変化させたシルバーメタリック製品と感性品質との関係を調べる設問 (35 問) が並び、後半には被験者属性を詳しく調べる設問 (9 問) がある (表 1, 図 1)。そのうちの国籍については前報<1>にて報告したが、本報では設問 5~8 に注目して結果を考察する。回答者数は 479 名である。

表 1 被験者属性を調べる設問

設問 1.国籍
設問 2.性別
設問 3.生年月日 (年齢, 曜日色)
設問 4.職業
設問 5.製品の金・銀に対する「好感度」
設問 6.製品の艶有・艶無に対する「好感度」
設問 7.高彩度の製品 12 色に対する「好感度」
設問 8.T シャツ 12 色に対する「好感度」
設問 9.色意識, 色ステータジを調べる 10 項目[1]

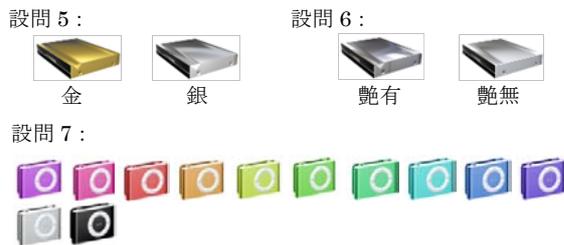


図 1 被験者属性を調べる設問に使用した実験刺激

3. 比較結果

図 2 は「上質感」を高める色について金・銀の嗜好グループで比較した結果である。金を好むグループは R, RY, Y, 銀を好むグループは GB, B, BP を選ぶ傾向が見られた。また、この傾向は特にパーソナル製品 (ノートパソコン, デジタルカメラ, スマートフォン, 音楽プレーヤ) に対してより強いことも分かった。なお、艶有・艶無の嗜好グループに関しては、大きな

違いは見られなかった。図 3 は「好感度」が高いシルバーメタリック色について、高彩度の嗜好グループ別に結果をまとめたものである。高彩度の嗜好と低彩度の嗜好は必ずしも一致しないことがわかる。また、設問 8 のように T シャツ素材に対象を変えても同様の結果であった。

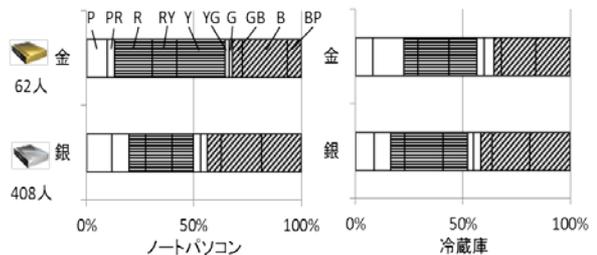


図 2 金銀嗜好別の「上質感」結果比較

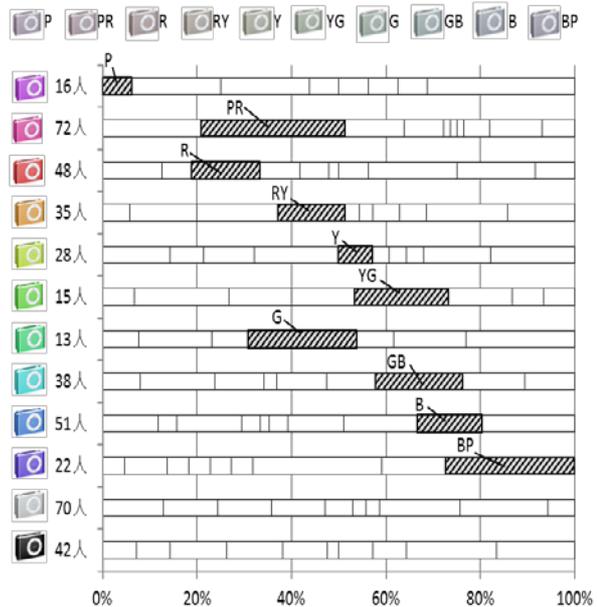


図 3 高彩度色嗜好別の「好感度」結果比較

4. まとめ

本報では国籍以外の被験者属性を切り口にシルバーメタリック製品の色彩嗜好結果を考察しまとめた。今後は被験者属性の中で最も影響力を持つと思われる設問 9 の結果と合わせながら複合的に考察する予定である。

参考文献

[1] 羽成隆司, 高橋晋也: 複数色に対する色彩嗜好スタイルと個人の色彩認知特性, 日本色彩学会誌 33(4), pp.319-326 (2009)