

工業製品の感性品質を高める色彩に関する調査<3> -Web アンケートの作成と実施-

100430106 藤井舞
川澄研究室

1. はじめに

本報では、工業製品の感性品質を高める色彩を研究するために作成した Web アンケート (図 1) についてまとめる。昨年の Web アンケートでは、5 つの工業製品に対し、色相を 5 段階で変化させ、感性品質への影響を調査した。17 ヶ国 347 名から得た結果に基づき、アンケートの内容を改変したので報告する。

2. 色数・製品についての変更

対象とする色数については、5 色では粗い嗜好しか押さえられなかったため、10 色に増やすことにした。マンセル色相上で等間隔になるように作成し、P, PR, R, RY, Y, YG, G, GB, B, BP の順に CG 画像を配置した (図 1)。その結果、隣接する色相の差が小さくなり、回答者が識別・判断しにくくなったため、CG 画像の色を再調整した。

製品については、前回調査対象だった冷蔵庫、テレビ、DVD プレーヤー、ノートパソコン、デジタルカメラの 5 製品に、スマートフォン、音楽プレーヤーを加えて 7 製品とした (前報<1> 図 1)。

3. 説明文・設問についての変更

様々なデバイスでアンケートを試験的に実施したところ、色差を認識しにくいケースがあることがわかった。差を捉えにくい環境や機材 (12 型未満のディスプレイサイズなど) での回答を防ぐため、トップ画面に注意文を追加し、また、アンケートの最後に色の見え方を確認する設問を追加した。

さらに、被験者の様々な嗜好を切り口に結果を分析

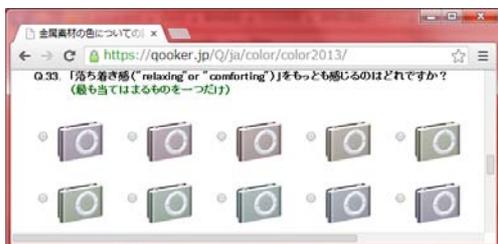


図 1 Web アンケート画面の一例

表 1 感性品質の対訳

日本語	英語
清潔感	clean, pure
落ち着き感	relaxing, comforting
上質感	high-quality
スタイリッシュ感	stylish, chic
好感度	favorite

するため、金銀や艶有無に対する嗜好など、いくつかの新たな設問を追加した (前報<2> 表 1)。また、生まれた日の曜日に依存した色文化を持つアジアの国の人々も調べるため、年代ではなく生年月日の入力を促すように改変した。

なお、英語版を作成するにあたって、5 つの感性品質の対訳を表 1 のように決め直した。

4. 作成環境

Web アンケートサーバは、社会情報サービスが運営する「さくさくアンケート」 (<https://www.saku2.net/>) および、ソフトエイジェンシーが運営する「クッカー」 (<http://qooker.jp/>) を利用し、日本語と英語の Web アンケートを作成した。それぞれの仕様を表 2 に示す。

5. 実施・今後

本 Web アンケートは、12 ヶ国 479 名の方々に回答していただき、主な結果は前報<1><2>にまとめた。Rajamangala University of Technology Thanyaburi での実験風景を図 2 に示す。

昨年の結果に基づき、より研究目的にあった内容になるよう改良を加え、現在は「クッカー」を用いて調査を継続している。母国語で回答できるよう言語を多様化することや、確実に回答していただくため、紙面アンケートを併用するなど、引き続き研究の助けとなる調査内容に改変し続ける予定である。

表 2 Web アンケートサーバの仕様

	さくさくアンケート	クッカー
運営会社	社会情報サービス	ソフトエイジェンシー
年額	315, 000 円	72, 000 円
保存回答数	10. 000 件	500 件
同時実施数	5 アンケート	1 アンケート
多言語対応	1 言語	最大 14 言語
作業環境	即析 Ver2 (有料ソフト)	一般の Web ブラウザ



図 2 実験風景 (タイの大学)