

スイレンの色彩嗜好の国際比較研究<2>

—メタリック・織物製品との比較—

120430002 秋田昌也

川澄研究室

1. はじめに

花き製品にとって視覚的な嗜好、とりわけ色彩嗜好は、より魅力的な製品を生み出すための重要な要素の一つである^[1]。顧客が求めるイメージ（「上質な」など）に色彩が与える効果を研究するため、まずはスイレンを使って調査した。本稿では先行研究で取り扱ったことのあるメタリック製品、今後タイで研究する可能性のある織物製品（図1）に対しても同様の調査を行い結果を比較する。



図1 実験対象の3製品

2. 実験方法

求めるイメージを調査するために71個の形容詞（beautiful, clean など）を準備し、図1に示す写真画像を見ながら各製品の見栄えに求めるイメージを選択してもらった。日本人に対しては日本語で、タイ人に対してはタイ語で調査を行った。回答者は日本人209人、タイ人170人で男女はおおよそ半々である。

3. 実験結果と考察

表1に得票率が30%以上の形容詞を示す。花き製品では pure, elegant といった形容詞が上位に入っている。それに比べメタリック製品では simple, convenient, 織物製品では handmade, original が上位に入るなど異なった特徴がみられることが読み取れる。次に、調査で得た上位の形容詞（表1）を日本カラーデザイン研究所の言語イメージ・スケール（図2）上に重ねあわせ、花き製品と他の製品の結果の特徴を比較した（図3）。言語イメージスケール上では予め形容詞の位置が定められ、さらにグループ化されてグループ名称がついている（図2）。図3では、上位形容詞が含まれているグループに斜線を引いた。その結果、花き製品は、メタ

表1. 30%以上の得票率を持つ形容詞

花き製品		メタリック製品		織物製品	
形容詞	得票率(%)	形容詞	得票率(%)	形容詞	得票率(%)
beautiful	81.0	simple	58.2	beautiful	63.5
natural	63.1	metallic	56.8	handmade	43.7
pure	53.3	convenient	42.9	refined	42.3
elegant	40.4	clean	41.8	original	40.4
relaxing	39.6	high-quality	42.1	classic	39.6
pretty	38.0	fine-quality	40.9	delicate	35.7
clean	36.9	stylish	36.8	retoro	33.7
gracious	35.9	modern	34.3	gracious	30.9
peaceful	33.0	smart	31.8
cheerful	30.9	refined	31.2		
...	...	cool	30.6		
			

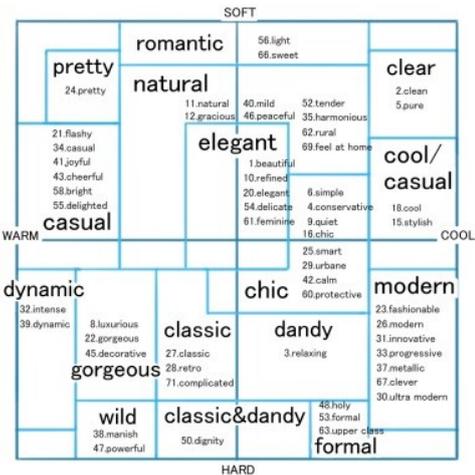


図2 言語イメージスケール上の形容詞

リック製品とは elegant, clear のグループ、織物製品とは elegant のグループが共通することが分かった。また、花き製品は他の製品と比べ SOFT-WARM のエリア（第二象限；natural, pretty など）に拡がっていることが確認できた。

4. まとめと今後

花き製品に求められるイメージを、メタリック製品や織物製品と比較した結果、clean, elegant グループなどの共通点や natural, pretty などの特徴点が確認できた。今後は、それをさらに絞り込んだ上で、目標イメージを最大に高める色彩条件について検討を進める予定である。



図3 言語イメージスケール上の3製品比較

謝辞

スイレンの試料収集や調査にご協力いただいたラジャマンガラ工科大学タニヤブリ校(タイ) Lotus Museum の Poulin 館長, Joke 先生, 学生の皆様に深く感謝申し上げます。

参考文献

[1] 土橋豊, 田中祥子: 花色の違いが女子短期大学生の花の嗜好およびイメージに及ぼす影響, 甲子園短期大学紀要 (29), pp. 11-19, 2011