

ファッションと色に関する調査

池田 美涼（文教大学情報学部メディア表現学科）

1. はじめに

本稿は、色が人に与える印象について、ファッションにおける色遣いという視点から考察するものである。

私たちの生活の中には色があふれている。そして、色は人々に様々な情報や印象を与える。例えば、国旗や信号機、路線図、トイレのピクトグラムなど、色で判別している人も多いのではないだろうか。雪の白色を見て冬だ、夕焼けの赤い空を見て夕方だと判断できるように、色は季節や時間さえも表現することができる。全国服飾教育者連合会によると、「視覚は情報を得る上で大きなウエイトを占めており、とりわけ色彩は重要な役割を果たしている。私たちは自分にとって必要な情報として色を区別している」と述べている（全国服飾教育者連合会、2009）。人の目で認識できる色の数は、近江によると、「正常な色覚のもち主であれば、通常の条件下で 187.5 万色、最高の観察条件下であれば 1000 万色が上限の目安である」としている（近江、2003）。つまり、私たちは日々、この膨大な数の中から身の回りの色を取捨選択しているのである。では、人は何を基準に色を選んでいるのか。私は、色の持つ印象が大きく関係していると考えている。例えば、赤色ならば「情熱的」、青色なら「堅実」というように色にはそれぞれ人々に与える固有の印象、意味がある。鈴木によると、「色の見え方」には個人差があるのに、指定された色を見て連想するものは、ほとんど共通している」と指摘している（鈴木、2005）。ここで言う連想するものとは具体的なものと思ひ浮かぶイメージの両方を指している。

図表-1. 色の連想語と象徴語

色名	連想できる具体的なもの	思い浮かぶイメージ
赤	血液、火、消火器、火山、りんご、トマト	元気、情熱的、派手な
橙	太陽、暖炉、オレンジ、パパイア	明るい、元気、おいしそう、暖かい
黄	注意、信号、平和、バナナ、レモン、卵	すっぱい、派手な
緑	自然、森林、若葉、草原	若さ、安らぎ、健康
青	宇宙、空気、水、海	ういういしい、広大、雄大、堅実、開放
紫	アヤメ、スマイレなどの花、源氏物語の色（古典）、服	高貴、気品、あやしげ、ひかえめ
ピンク	桃、桜、入学式、子供の色、母親の色	かわいらしい、少女のような、柔らかい、おとなしい、幸せな
明るい灰	OA機器、曇天、雪解け、コンクリート	都会のイメージ、あいまい、むなしい
暗い灰	夕立の空、煙、トンネル、スモッグ	重い、出口が見えない、怒り、悲しみ、陰険な
黒	夜空、タイヤ、喪、スーツ	暗黒な、おしゃれな、落ち着き、都会的な
白	雪、光、天使、清潔、正義、純真	ソフトな、りりしい、清潔、調和、汚れのない

※鈴木千恵子（2005）、『色の好き・きらい』より引用。

ファッションの役割は、寒暖の差等による環境から身を守ることである。しかし、ファッションの役割はそれだけではない。趣味になり、自分を表現する手段となる。そして、ファッションのこだわりにはその人の性格や価値観が反映されるだろう。南雲によると、「服を選ぶとき、複雑な心理が働く。選ばれた服にはそうしたその人の心理が隠されている。その中の1つの要素が色である」と述べている（南雲、2008）。このように、ファッションからはその人なりのメッセージが隠れているといえるのではないだろうか。小学館女性インサイト研究所の調査の中に、ファッションや普段持ち歩くものなどを選ぶ際に色の重要度に関する質問がある。その結果、「非常に重要である」と「重要である」が合わせて94%という非常に高い数値が出た。また、色はあなたの感情に影響を与えるかという質問では、88%が「与える」と回答している。つまり、ファッションや自分の持ち物の色は重要であり、その色が自分の感情に対し影響を与えていることが読み取れる。この調査は回答者が女性であるが、私はこのことは女性だけに限らず、すべての人に当てはまると考えた。さらに私は、色は感情だけでなく、その人のなりたい人物像にも影響を与えているとも考えている。これはどういうことかということ、例えば新しく洋服を買おうと仮定する。その際に「青色」を選択したとする。この人物は純粋に青色が好きかもしれない。しかし、青色の持つ「冷静さ」「誠実さ」などの印象を他者に与えたいと思い、選んでいるかもし

れない。実際、私は後者による選択が多い。

服の色から受け取ることの出来るメッセージとは何か。南雲は、服の色から受け取れるメッセージを、マナー、意気込み、心遣い、意思表示の4つに分類している（南雲、2008）。私は、これに一体感も加わると考えている。例えば、サッカーや野球の応援の際、そのチームのユニフォームやチームカラーのアイテムを身に付ける。また、制服やスーツの着用も同様の理由と考えている。これはユニフォーム効果と呼ばれ、心理学的にも立証されている。つまり、団結しているために統一したユニフォームを着るのではなく、統一したユニフォームを着ることで強い一体感を得ることができるのである。

色は時代にも関係している。時代背景からその時代を象徴する色というものがある。これは、ファッションにおける流行カラーにも当てはまる。ファッションには毎年異なる流行色、トレンドカラーというものがある。これは季節によっても変化する。日経ウーマンオンラインによると、「17年の流行色としてはイエローグリーンが発表されている（パントンによる）。サステナビリティ（持続可能性）や快適さ、オーガニックといった志向になじむ色と位置づけられていて、流行色にも消費者マインドが反映されていることが分かる。」と解説している（日経ウーマンオンライン、2017）。ファッションのトレンドカラーにその時代の風潮が表れるという見解である。

図表-2. 時代背景とファッションの色彩

時代	色彩	時代背景
1960年頃～ 1970年代初 期	シャベットトーン (ライトカラー系) から次第に原色調へ	東海道新幹線の開通。東京オリンピック。高度成長。生産者主導型の性格。原色調全盛の時代。
1970年代	アースカラー (ブラウン系)	公害問題やオイルショックは人々に自然の大切さを意識させた。この結果、自然志向が広まる。生活者主導型の性格。
1980年代	ニュートラ ハマトラ (無彩色とパステルカラーの組み合わせ)	高度技術社会、情報社会への動きが加速。仕事や作業の効率化を進め、無駄を省く風潮が目立ちだす。無機的で冷たい印象、あるいはさわやかな印象の色への関心が高まる。
1990年代	ベージュ 黒 チョコレートブラウン	好景気から極端な不景気へと経済の大きな変動時期。バブル経済の崩壊とともに、より穏やかな色彩嗜好を生み出した。

※東京商工会議所編(2011)、『カラーコーディネーター検定試験3級公式テキスト第4版 カラーコーディネーションの基礎』より筆者作成

以上より、色が人に与える影響は大きく、色とファッションには密接な関係があることがいえる。私は、人々がどのように色の印象をファッションに活かしているのかを知るため、この調査を企画した。

2. 調査研究の方法

2-1. 調査研究の経緯

4～5月	調査テーマ討論・文献調査
6～7月	第1回 調査実施・回収・集計報告（予備調査）
9～11月	調査票作成
11～12月	第2回 調査実施・回収・集計報告（本調査）
1～2月	報告書作成

2-2. 調査の概要

1) 予備調査

a. 調査の意図

以下の2つの目的を調査するために行った。1つ目は、ファッションと色に関する調査票を設計するにあたっての参考にすること、そして2つ目は、本調査で使用する色の決定を行うことである。

b. 調査対象者

文教大学湘南キャンパス学生

c. 調査方法

質問紙を使用した自記式による集合調査

2種類の質問紙を用意し、2組に分けた調査対象者にアンケートを実施した

d. 主な質問内容

- ・色の印象
- ・「喜怒哀楽」を表す色
- ・服装と性格
- ・服装における色の重要度
- ・色を意識する機会

e. 有効回答数

回収数—20

有効数—20

有効回答率—100%

2) 本調査

a. 調査の意図

予備調査の結果を基に、特にファッションの価値観や色の重要度に焦点を当てて調査することで、大学生におけるファッションと色の関係性を明らかにすることを目的としている。

b. 調査対象者

文教大学湘南キャンパス学生

2016 年度秋学期 火曜日 1 時限 「日本語表現基礎」受講生

2016 年度秋学期 水曜日 5 時限 「サウンド基礎」受講生

2016 年度秋学期 金曜日 3 時限 「アニメーション文化論」受講生

c. 調査方法

質問紙による自記式のアンケートを授業内の集合調査

d. 主な質問内容

- ・個人の属性について
- ・色の印象
- ・ファッションの重要度とこだわり
- ・自分と他者のファッションのこだわりの違い
- ・現在、身に着けている服装の色
- ・ファッションと性格
- ・ファッションにおける色の基準
- ・ファッションにおいての色の役割
- ・色を与える感情となりたい自分像への影響
- ・色を意識する機会

e. 有効回答数

回収数—119

有効数—111

有効回答率—93%

f. 仮説

- ・性別によって色の役割が異なる。
- ・女性の方が色を重視している。
- ・性別に関係なく、色によって自分自身をコントロールしている。
- ・性別に関係なく、色を一番意識するのはファッションである。

3. 調査結果

3-1. 回答者の基本属性

回答者の内訳としては、男性 45.9% (51 人)、女性 54.1% (60 人) でほぼ同じ割合であった。また、回答者の学年は、1 年生が 32.4% (36 人)、以下、2 年生 (45.9%、51 人)、3 年生 (20.7%、23 人)、4 年生 (0.9%、1 人) であった。

性格分類に関する独自の 11 個の変数に対して、バリマックス回転を用いて主成分分析による因子分析を行った。因子分析の結果、4 つの因子が抽出された。因子をまとめ、エニアグラムタイプを基に題名をつけたものが、図表-3 である。ホアンによると「エニアグラムとは一種の類型学である。エニアグラムによると、人間は次の九つのタイプに類別される。」という (ホアン、2004) ¹。4 つの因子は左から「楽観主義者」「助け手」「リーダー」「完全主義者」である。

図表-3. 性格分類因子抽出

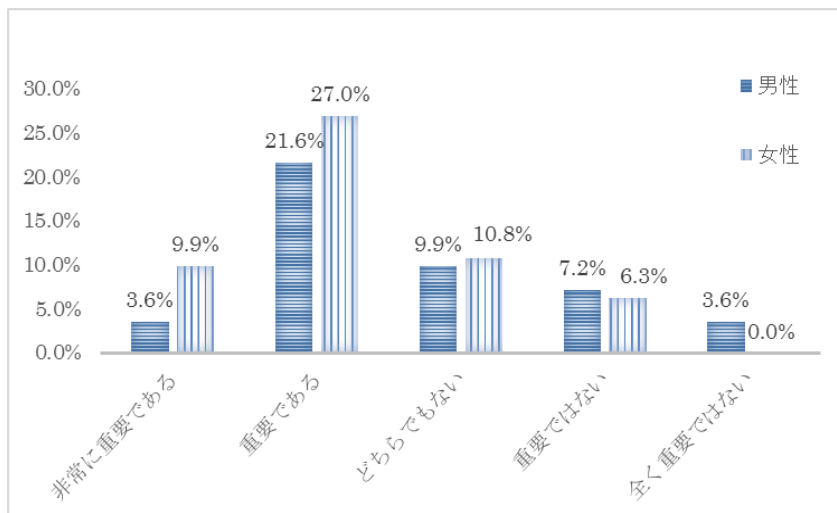
	成分			
	楽観主義者	助け手	リーダー	完全主義者
ポジティブだ	.681	-.079	.261	.205
マイペースだ	-.642	-.198	.416	-.044
直観的だ	.552	.098	.020	-.072
素直だ	-.292	.707	-.011	.133
ロマンチストだ	.179	.691	-.009	-.011
面倒見が良い方だ	.229	.614	.193	-.074
リーダー気質だ	-.056	.174	.895	.040
積極的だ	.468	-.006	.580	-.243
頑固だ	.309	.162	.128	.771
感情的だ	.175	.089	.157	-.660

3-2. 大学生にとってファッションとは

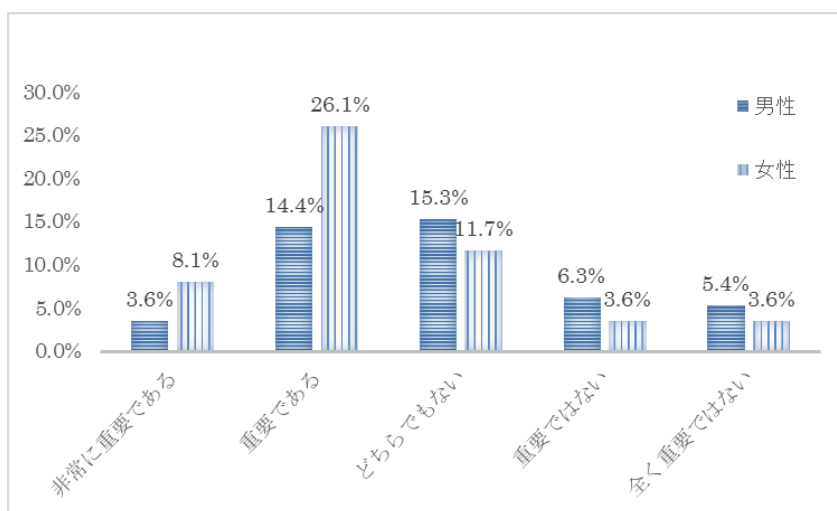
自分と他人のファッションの重要度に関して、性別とのクロス集計を行った。その結果が図表-4 と図表-5 である。男性、女性ともに「重要」と回答した人が多かった。女性は自分のファッションと他人のファッションはほぼ同等に重要視しているが、男性は自分のファッションの方が重要視していることが読み取れる。また、男性は、女性よりもファッションを重要視していないことも読み取れる。

¹ 9 つのタイプとは「完全主義者」「助け手」「勝利者」「芸術家」「思索者」「責任者」「楽観主義者」「リーダー」「平和主義者」のことである。

図表-4. 自分のファッションの重要度 (n=111)

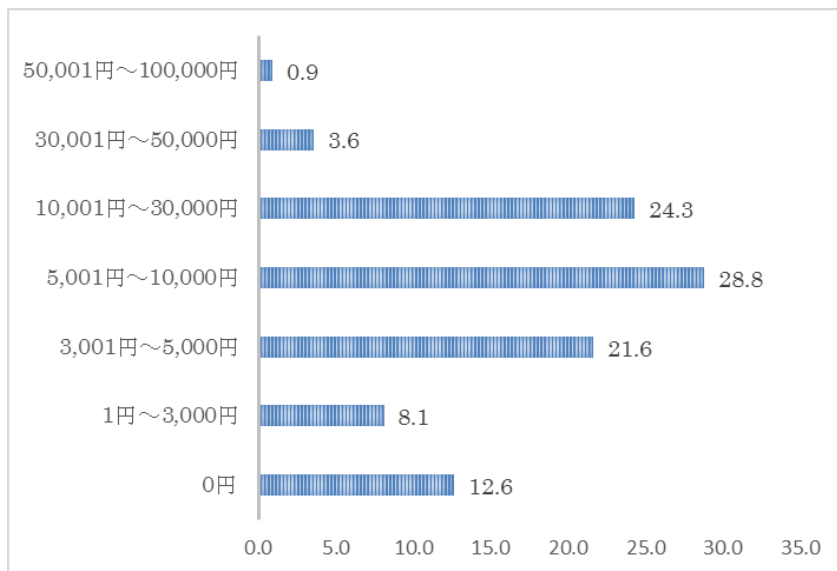


図表-5. 他人のファッションの重要度 (n=111)



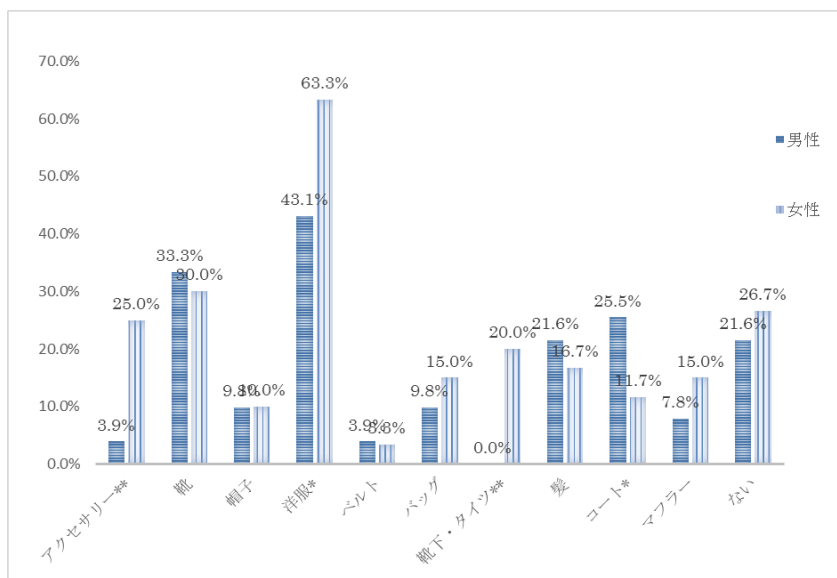
大学生がファッションにかけられる1カ月の金額をまとめたものが図表-6である。最低は0円から、最高は100,000円までと幅広い結果が得られた。その中で最も多かったのが5,001円～10,000円であった。次いで10,001円～30,000円、そして3,001円～5,000円の順であった。1カ月に使える金額の最高が100,000円ということもあり、平均は11,729.73円である。回答した人が最も多い5,001円～10,000円よりも多い結果となった。

図表-6. ファッションにかけられる1カ月の金額 (n=111)



ファッションのこだわりを持っているアイテムは男女ともに洋服が最も多かった。性別との関連を見ると、アクセサリ、靴下・タイツ類は有意確率1%であり、洋服とコートは有意確率5%であった。アクセサリ、洋服、靴下・タイツ類は、男性よりも女性の方がこだわりを持っていることが読み取れる。一方、男性は女性よりもコートにこだわりを持っていることが分かる。

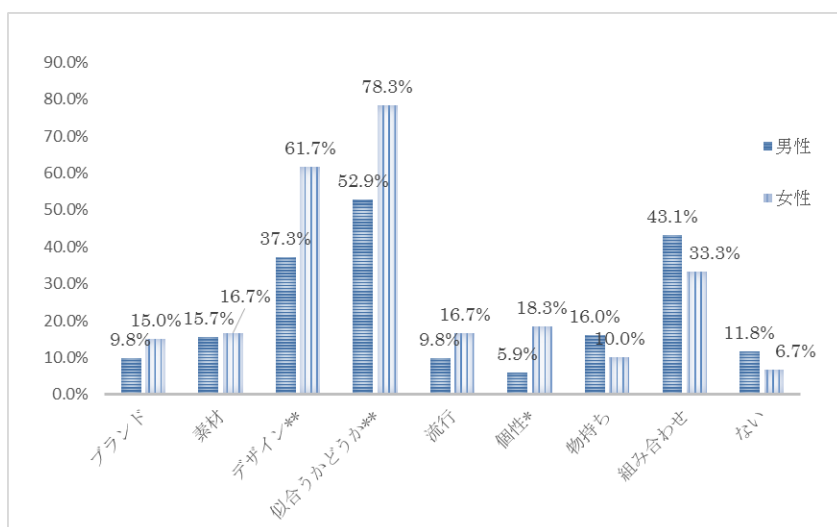
図表-7. ファッションのこだわり (n=111) (複数回答)



※**は p<.01、*は p<.05

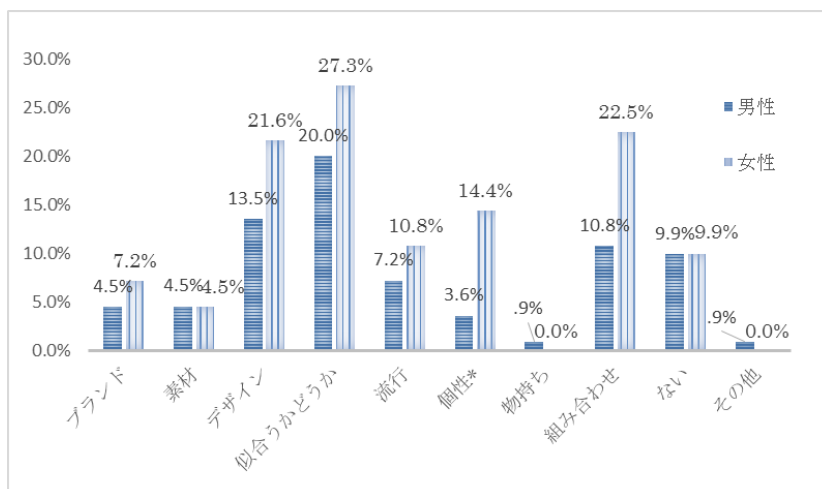
ファッションで重要視する点を自分と他人で比較するため、そして男女差はあるのか調べるためカイ二乗検定を行った。その結果が図表-8 と図表-9 である。自分のファッションで重要視する点は、デザインと似合うかどうか*が有意確率 1%であった。そして、個性が有意確率 5%である。デザイン、似合うかどうか、個性で男女差が見られた。どれも女性の方が重要視している。有意は見られなかったが、男性が女性よりも重要視している点は物持ちと組み合わせの 2 項目と少ない。一方、他人のファッションで重要視する点は、個性のみが有意確率 5%であった。自分のファッションと比べると他人のファッションへのこだわりは男女ともに低いことが読み取れた。自分のファッションでは男性の方が重要視していた組み合わせが、他人のファッションでは男性よりも女性の方が組み合わせを重要視していた。

図表-8. 自分のファッションで重要視する点 (n=111) (複数回答)



※**は p<.01、*は p<.05

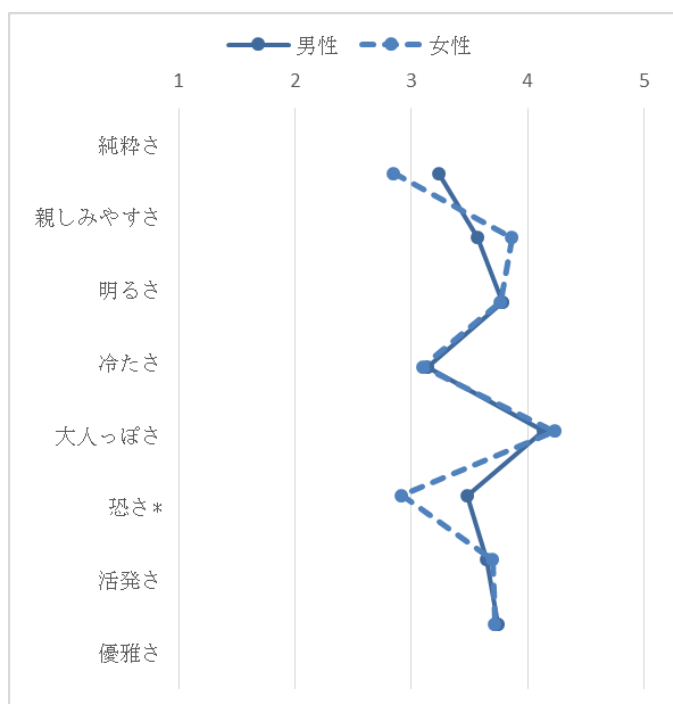
図表-9. 他人のファッションで重要視する点 (n=111) (複数回答)



※*は p<.05

ファッションに性格が出るかどうかを知るため、8つの変数を用いた。5に近づくほどあてはまる傾向にある。その結果、「ファッションには恐さが出ると思う」のみが有意確率 5%で男女差が見られた ($t=2.487$, $df=108$, $P<.05$)。男性はあてはまる、女性はどちらでもないと考えていることが読み取れる。「明るさ」、「大人っぽさ」、「活発さ」、「優雅さ」は男女ともにあてはまると考えている。「親しみやすさ」は男女ともにあてはまると考えているが、特に女性の方がその傾向が強い。「冷たさ」は男女ともにどちらでもないと考えている。大学生は、ファッションに冷たさは出にくいと考えていると推測される。

図表-10. ファッションに現れる性格 (n=111)



※*は $p<.05$

3-3. 大学生にとっての色とは

現代の大学生が好きな色は何なのか、また派手だと思える色と地味だと思える色についても調査した。好きな色に関しては複数回答にし、派手だと思える色と地味だと思える色については単一回答にしている。好きな色に関して、ピンクが有意確率 1%で男女差がみられた (男性 7.8%、女性 30.0%) ($X^2=$, $df=1$, $P<.01$)。また、青 (男性 51.0%、女性 71.7%) ($X^2=5.015$, $df=1$, $P<.05$) と緑 (男性 25.5%、女性 43.3%) ($X^2=3.851$, $df=1$, $P\leq.05$) は有意確率 5%であった。ピンク、青、緑のすべてで女性の方が好きだと回答した人が多かった。図表-11 は男女別でどの色が多く選ばれたかをランキング形式でまとめたものである。好きな色に関して、選ばれた 3 色は同じであるが、順序が異なった。派手だと思える色、地味だと思える色にも男女で共通点が見られた。

それは、派手だと思える色は暖色系が多く、地味だと思える色は寒色系が多いということである。また、女性は地味だと思える色が好きな色と重なる部分が男性よりも多かった。このことから、女性は、派手だと思える色よりも地味だと思える色を好む傾向にあると推測できる。

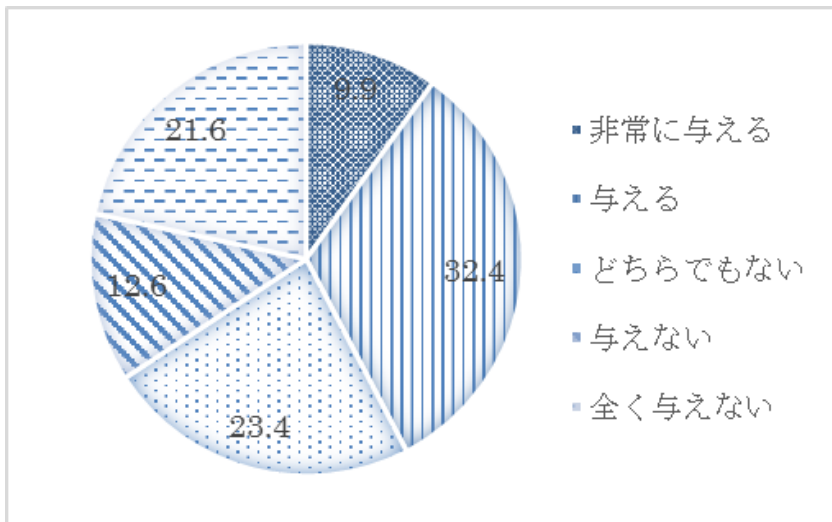
図表-11. 好きな色と派手、地味だと思える色の順位 (n=111)

男性			順位	女性		
好きな色	派手な色	地味な色		好きな色	派手な色	地味な色
白	金	茶	1位	青	金	茶
黒	ピンク	黒	2位	黒	ピンク	黒
青	オレンジ	緑	3位	白	赤	白

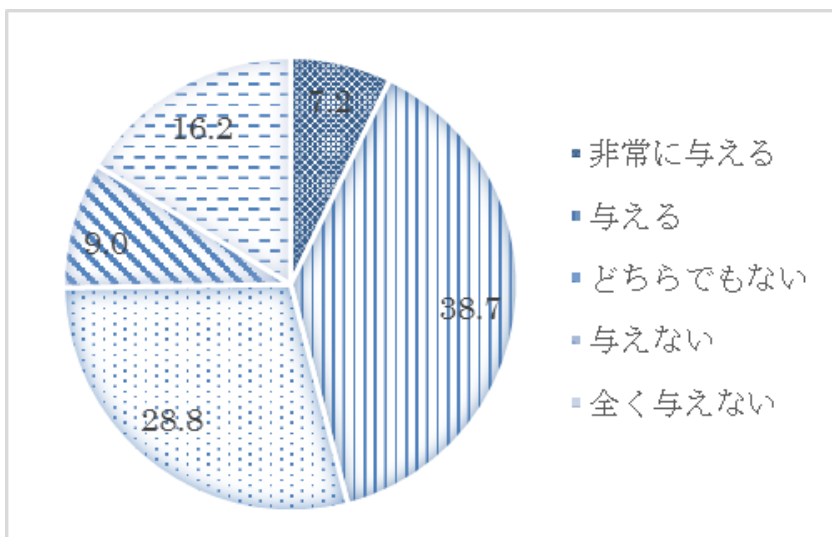
※好きな色のみ複数回答

はじめの章でも述べたが、色が人に影響を与えることは先行研究でも明らかになっている。しかし、先行研究の調査対象は女性のみであったため、その結果と比較するために「色が感情に影響を与えるか」という同じ質問項目を取り入れた。加えて、仮説の1つである「性別に関係なく、色によって自分自身をコントロールしている。」を調査するために、「なりたい自分像に影響を与えるか」という項目を追加した。それらの結果をまとめたものが図表-14と図表-15である。色が感情に影響を与えるかという項目に対して、男女ともに与えると回答した割合が、与えないと回答した割合よりも多かった。しかし、先行研究の88%と比較すると半分以下（「非常に与える」「与える」合わせて42.3%）という結果となった。なりたい自分像に色は影響を与えるかという質問では、有意確率5%で男女差が見られた。女性はなりたい自分像に影響を与えると考えている割合が非常に高いが、男性は与えると回答した割合と与えないと回答した割合が同程度である。

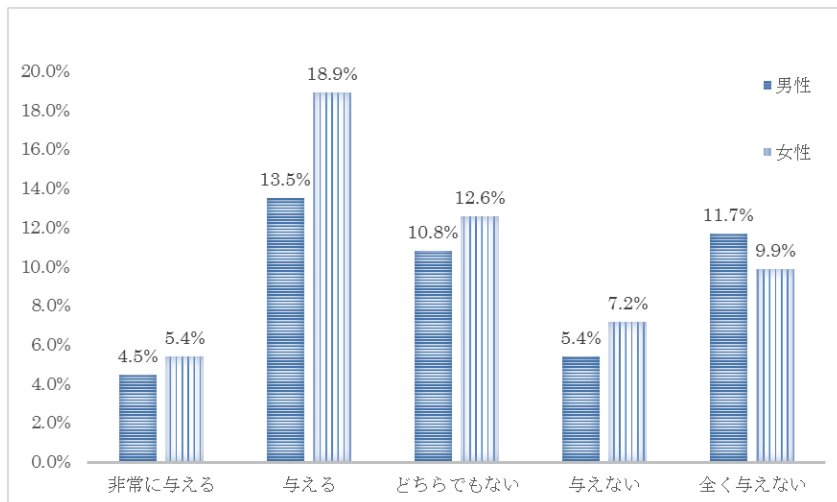
図表-12. 色が感情に影響を与えるか (n=111)



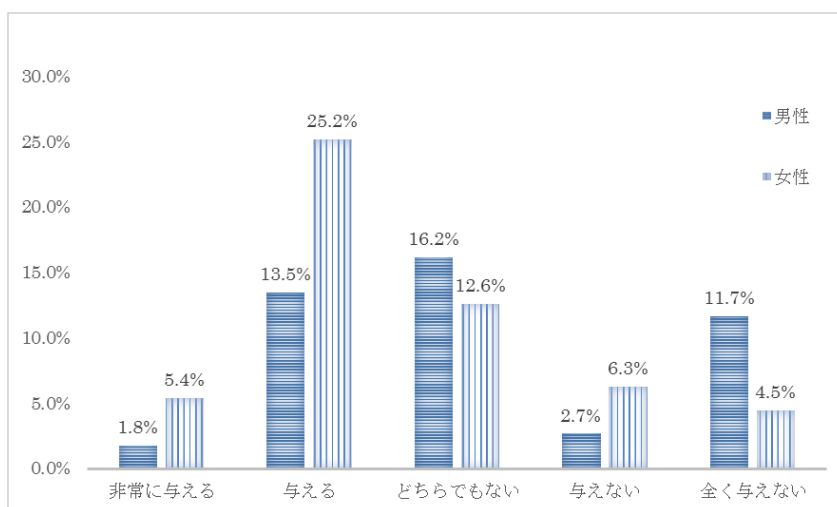
図表-13. 色がなりたい自分像に影響を与えるか (n=111)



図表-14. 色が感情に影響を与えるか：男女別



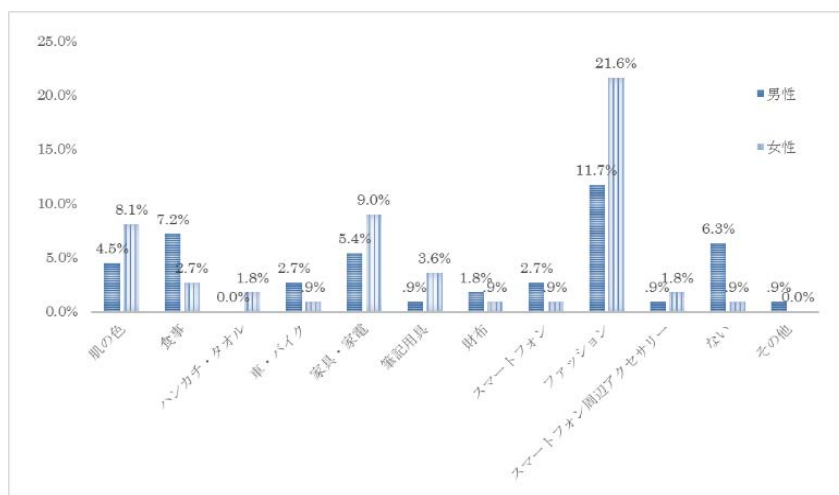
図表-15. 色がなりたい自分像に影響を与えるか：男女別



※ $X^2=10.928$ 、 $df=4$ 、 $P<.05$

大学生が色を意識していることは何なのかを調査した。その結果が図表-16である。男女ともに「ファッション」が一番多いという結果になった。男性は次いで「食事」、そして「意識する機会はない」という回答が多い。一方、女性は、2番目に多い回答は「家具・家電」、そして3番目に多い回答は「肌の色」であった。男性が色を二番目に意識する機会が一番多かったのは、「車・バイク」と「家具・家電」が17.6%と同じ割合であった。女性は、「家具・家電」の20.0%である。3番目に意識すると回答した割合が多かったのは、男性は「ない」(21.6%)、女性は「ファッション」(16.7%)であった。女性はファッションで色を意識していることが読み取れる。男性が一番意識しているのは「ファッション」という回答が多いが、「ない」という回答も多かった。

図表-16. 色を一番意識する機会 (n=111)

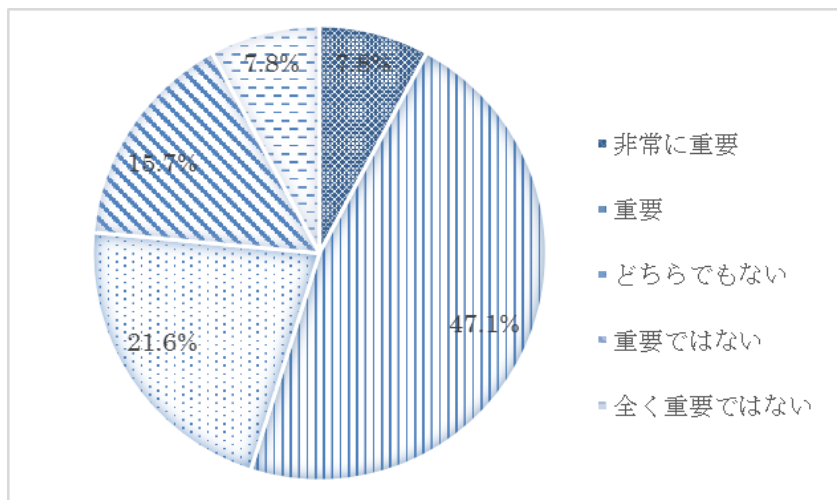


3-4. ファッションと色の関係

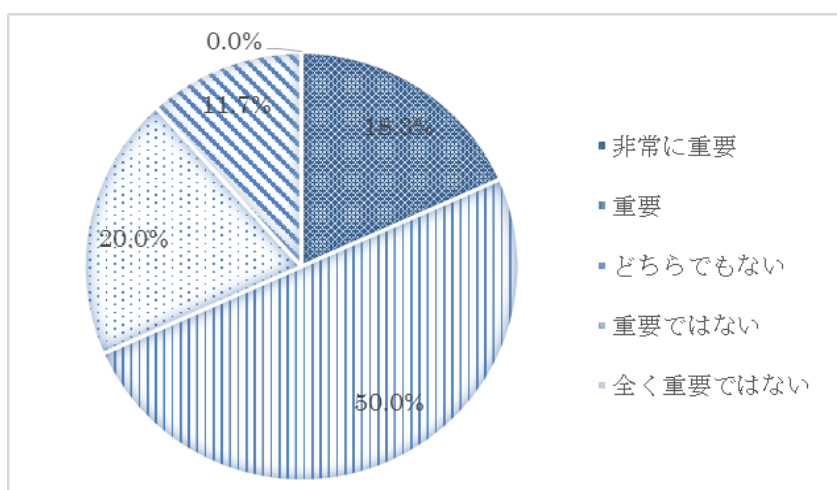
3-4-1. ファッションにおける色の基準と傾向

前節で、男女ともにファッションで色を一番意識するということが明らかになった。そして、ファッションにおける色はどれほど重要なのかを示したものが図表-17と図表-18である。男女ともに重要である回答した割合が多い。特に女性は約7割を占めている。女性では0%である「全く重要ではない」が男性では7.8%いた。これは男性の「非常に重要である」と回答した割合と同じである。

図表-17. ファッションにおける色の重要度：男性 (n=111)

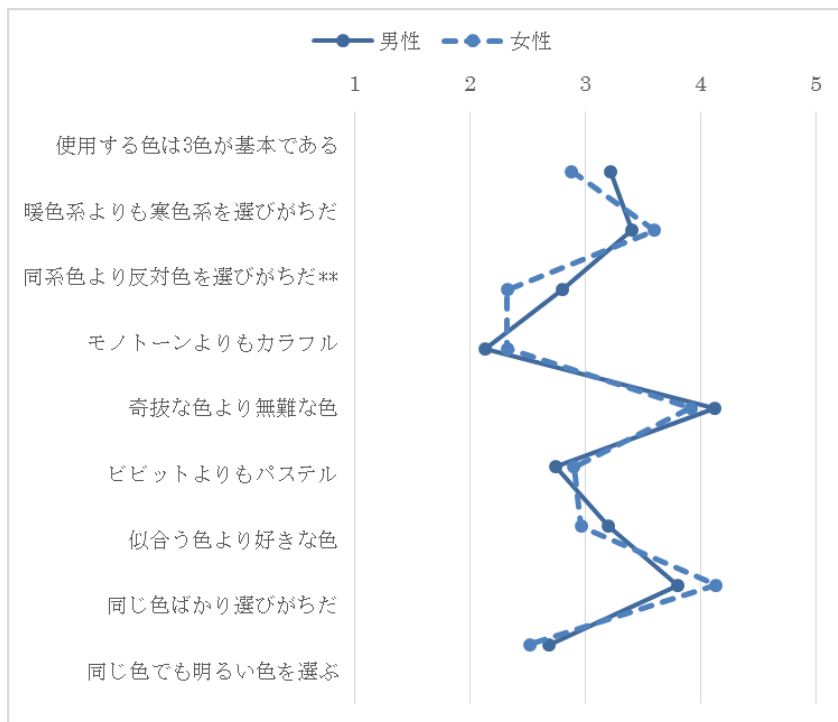


図表-18. ファッションにおける色の重要度：女性 (n=111)



以下の図表-19 はファッションにおいての色の基準についての結果である。5 に近づくほどあてはまる傾向にある。「同系色よりも反対色を選びがちだ」のみ有意確率 1% で男女差がみられた ($t=2.792$, $df=107$, $P<.01$)。女性の方が同系色を選んでいる傾向にあった。そして、男女ともに、「寒色系」で「無難な色」、そして「暗い」「同じ色ばかり」を選んでいる傾向にある。「ビビッドよりもパステル」と「似合う色より好きな色」は男女とも、どちらでもないという傾向にあることが読み取れる。「使用する色は 3 色が基準とは言い切れない」という結果と、「モノトーン」を選ぶ傾向にあることから使用する色は 1~2 色が多いと推測した。

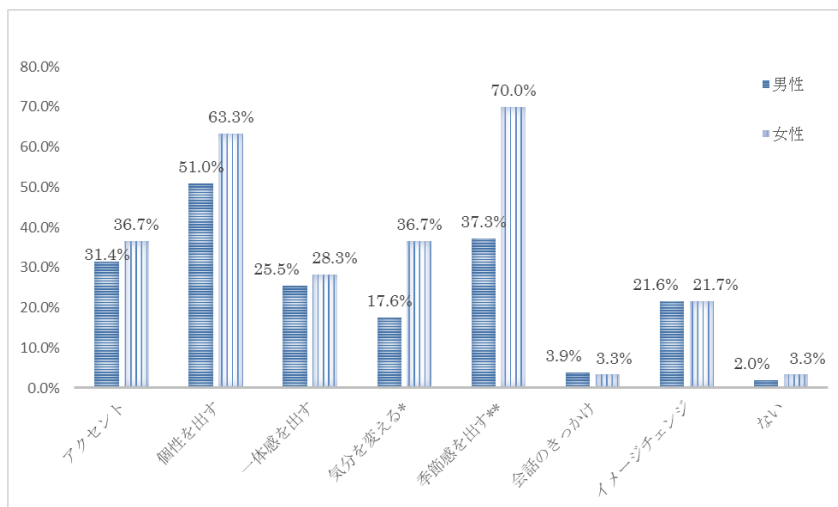
図表-19. ファッションにおいての色の基準 (n=111)



※「同系色より反対色を選びがちだ」のみ n=110、**は p<.01

ファッションにおける色の役割について、「気分を変える」と「季節感を出す」で男女差がみられた。「気分を変える」は有意確率 5% ($X^2=4.954$, $df=1$, $P<.05$)、「季節感を出す」は有意確率 1%である ($X^2=11.941$, $df=1$, $P<.01$)。どちらも女性の方が多いという結果であった。しかし、その他の選択肢は男女に大きな差は見られなかった。

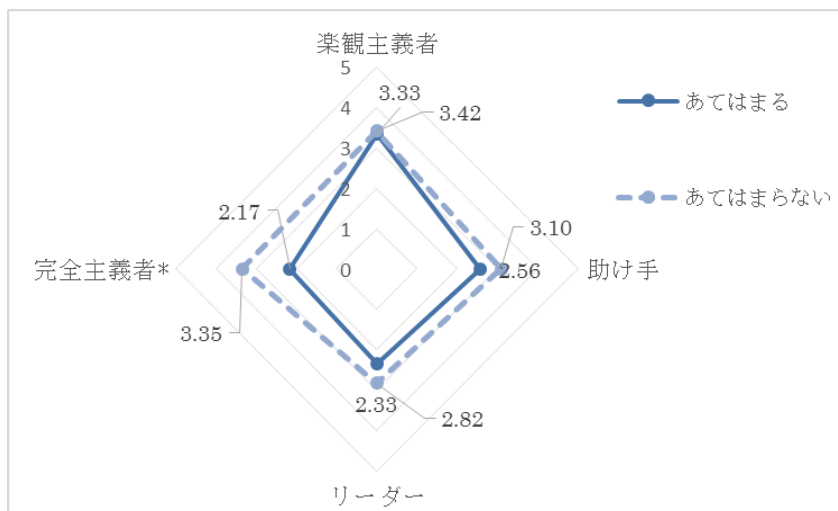
図表-20. ファッションにおける色の役割：性別（n=111）（複数回答）



※**は $p < .01$ 、*は $p < .05$

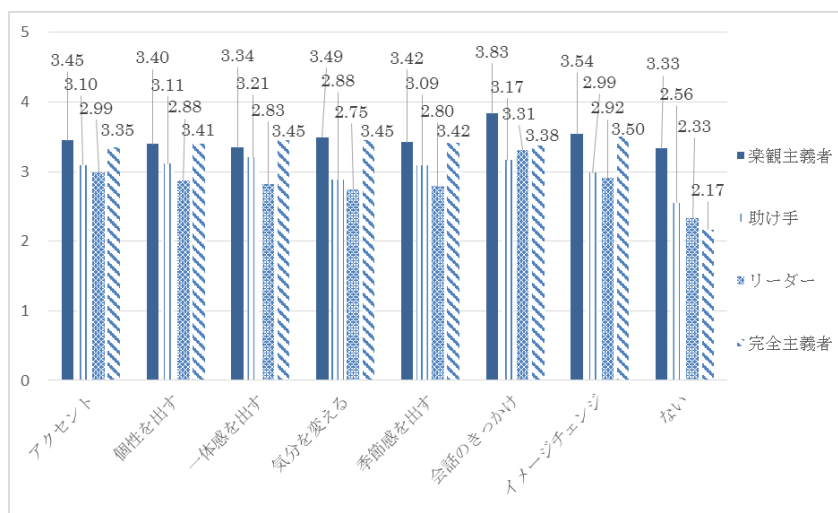
またファッションの役割と性格との関係を調べるため、t検定を行った。その結果、「ファッションに色の役割はない」のみ有意確率 5%で差がみられた ($t = 2.550$, $df = 108$, $P < .05$)。

図表-21. ファッションにおける色の役割：ない（n=111）（複数回答）



※*は $p < .05$

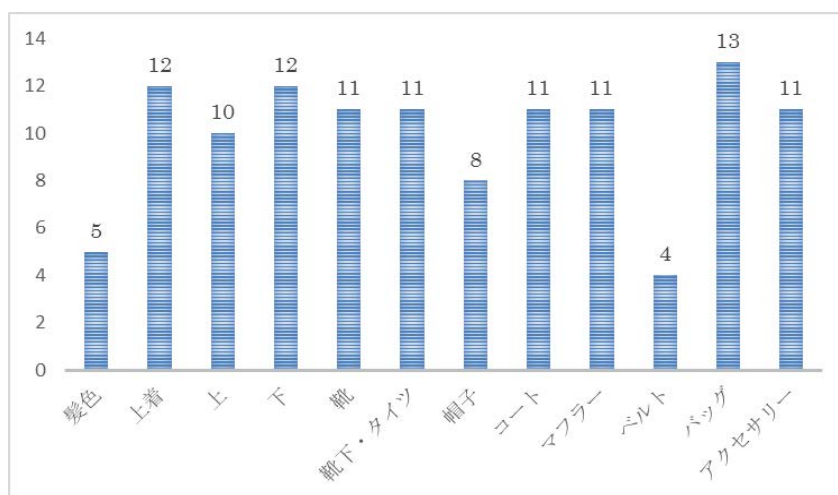
図表-22. ファッションにおける色の役割：性格別（n=111）（複数回答）



3-4-2. 身に付けている色の数と種類

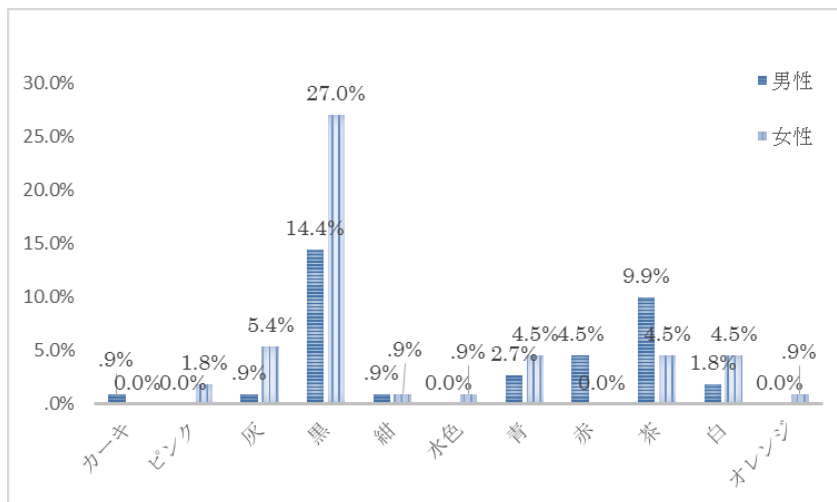
大学生が実際に身に付けている色を調べるために、調査実施日に着ていた服装の色を回答してもらった。色の種類はアイテムによって異なるが、少なくてもベルトの4色、多いとバッグの13色であった。そして、ほとんどのアイテムが11色から12色であった。

図表-23. 身に付けているアイテムの色の数



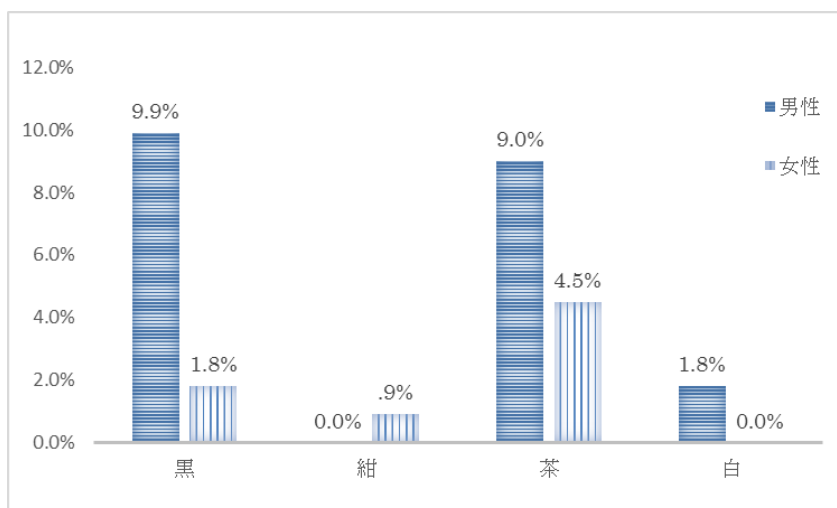
靴が有意確率5%、ベルトが有意確率1%で男女差がみられた。図表-26と図表-27より、全体的に女性の方がファッションに様々な色を使用していることが分かった。

図表-24. 靴に使われている色 (n=95)



※身に付けていると回答した人のみ、 $X^2=22.536$ 、 $df=10$ 、 $P<.05$

図表-25. ベルトに使われている色 (n=31)



※身に付けていると回答した人のみ、 $X^2=17.483$ 、 $df=4$ 、 $P<.01$

図表-26. 男性が使用しているアイテムの色一覧

	髪色	上着	上	下	靴下・タイツ類	帽子	コート	マフラー	バッグ	アクセサリ
黒	30.6%	18.9%	9.0%	18.0%	1.8%	2.7%	7.2%	.9%	17.1%	4.5%
青	0%	3.6%	6.3%	9.9%	0%	.9%	1.8%	1.8%	1.8%	0%
赤	.9%	.9%	1.8%	0%	1.8%	0%	.9%	3.6%	.9%	0%
茶	8.1%	.9%	0%	.9%	6.3%	0%	.9%	0%	.9%	.9%
緑	.9%	1.8%	1.8%	0%	0%	0%	0%	.9%	2.7%	0%
カーキ	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ピンク	0%	0%	0%	0%	10.8%	0%	0%	0%	0%	0%
灰	0%	6.3%	2.7%	2.7%	0%	0%	1.8%	1.8%	.9%	.9%
紺	0%	0%	3.6%	.9%	20.7%	0%	0%	.9%	0%	0%
水色	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
白	0%	2.7%	15.3%	3.6%	1.8%	0%	0%	.9%	5.4%	0%
オレンジ	0%	0%	0%	.9%	0%	0%	0%	0%	.9%	0%
黄	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
紫	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ベージュ	0%	0%	0%	.9%	.9%	0%	0%	0%	0%	0%
黄緑	0%	0%	0%	0%	.9%	0%	0%	0%	0%	0%
キャメル	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
金	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
銀	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4.5%

※使用されている色の欄を着色

図表-27. 女性が使用しているアイテムの色一覧

	髪色	上着	上	下	靴下・タイツ類	帽子	コート	マフラー	バッグ	アクセサリ
黒	24.3%	10.8%	16.2%	15.3%	7.2%	.9%	6.3%	0%	23.4%	4.5%
青	.9%	2.7%	1.8%	8.1%	1.8%	0%	.9%	1.8%	0%	.9%
赤	.9%	.9%	2.7%	.9%	2.7%	1.8%	0%	6.3%	1.8%	1.8%
茶	22.5%	1.8%	0%	0%	8.1%	.9%	3.6%	.9%	.9%	0%
緑	.9%	.9%	2.7%	2.7%	0%	.9%	.9%	2.7%	.9%	.9%
カーキ	0%	3.6%	0%	.9%	0%	.9%	2.7%	0%	.9%	0%
ピンク	0%	1.8%	0%	0%	6.3%	0%	.9%	.9%	.9%	.9%
灰	0%	3.6%	8.1%	2.7%	.9%	0%	3.6%	3.6%	2.7%	0%
紺	0%	4.5%	3.6%	9.9%	20.7%	.9%	2.7%	0%	3.6%	0%
水色	0%	1.8%	0%	0%	0%	0%	0%	.9%	0%	1.8%
白	0%	3.6%	13.5%	5.4%	3.6%	.9%	1.8%	1.8%	7.2%	1.8%
オレンジ	0%	.9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
黄	0%	0%	1.8%	.9%	1.8%	0%	0%	0%	0%	0%
紫	0%	0%	.9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ベージュ	0%	0%	.9%	.9%	0%	0%	0%	.9%	2.7%	0%
黄緑	0%	0%	0%	0%	.9%	0%	0%	0%	0%	0%
キャメル	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1.8%	0%	.9%	0%
金	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	.9%	4.5%
銀	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5.4%

※使用されている色の欄を着色

4. まとめと考察

今回の調査は、色が人に与える印象について、ファッションにおける色遣いという視点から考察するものである。そして、そのための仮説は4つである。

1つ目は、「性別によって色の役割が異なる。」である。これは、図表-20の「ファッションにおける色の役割：性別」により、「気分を変える」と「季節感を出す」においては男女差がみられたが、その他は男女に大きな差がみられなかった。そのため、性別によって色の役割が異なると一概には言えない。しかし、女性の方が色によって気分を変える傾向と季節感を出す傾向にあ

ると言える。性別では一概には異なると言えなかったため、性格別でも調査した。その結果、「ファッションにおける色の役割はない」のみに差がみられた。その他にはみられなかった。これらの結果より、性別や性格では一概に色の役割が異なるとは言えない。しかし、どちらかと言えば性別の方が役割に差がみられた。

2つ目の「女性の方が色を重視している。」であるが、図表-17の「ファッションにおける色の重要度：男性」、図表-18「ファッションにおける色の重要度：女性」より女性の方が色を重視していることが分かった。よって、この仮説は支持された。

3つ目は、「性別に関係なく、色によって自分自身をコントロールしている。」である。これには、2つの尺度を用いた。1つは、「色が感情に影響を与えるか」である。もう1つは、「色になりたい自分像に影響を与えるか」である。この結果は、図表-14の「色が感情に影響を与えるか」と図表-15の「色になりたい自分像に影響を与えるか」から、男女ともに色が影響していることが分かった。特に女性はその傾向がより強かった。よって、この仮説も支持された。

最後の「性別に関係なく、色を一番意識するのはファッションである。」の仮説も図表-16の「色を一番意識する機会」より男女ともにファッションと回答した割合が高かった。これも女性の方が高い割合であった。これにより、この仮説も支持された。

今回、ファッションと色についての調査を実施して、ファッションと色は密接な関係があると感じた。特に女性に関してはこの関係がより深いように思われた。調査前は、漠然と女性の方が色を重要視しているだろうと考えていた。しかし、ここまで男性との差が現れるとは予想していなかったため、驚いた。特に、色になりたい自分像に影響を与えるかという項目で「非常に与える」と「与える」と回答した割合が男性の倍近くも多かったことに驚いた。今回は、自分自身をコントロールする尺度として2つの観点から調査したが、この尺度を増やし、具体的にどのようにコントロールしているかを明らかにしていく必要があると考える。また、1つ目の仮説が支持されなかったため、色の役割はどの変数ならば差がみられるのかがはっきりとしなかった。そのため、差がみられる変数を明らかにしていく必要を感じた。

引用文献

1. 近江源太郎 (2003)、『カラーコーディネーターのための色彩心理入門』、日本色研事業株式会社
2. 小学館女性インサイト研究所、「キーワードは、“差し色”。好きな色は主役じゃない!!『女性の色に関する意識調査』結果のお知らせ」、
URL:<http://www.insightlab.jp/pc/report/insightlab140109.pdf#search=%27%E5%B0%8F%E5%AD%A6%E9%A4%A8+%E8%89%B2%E3%81%A8%E3%83%95%E3%82%A1%E3%83%83%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%B3%27>、2016年12月26日閲覧
3. 鈴木千恵子 (2005)、『色の好き・きらい』、株式会社誠文堂新光社
4. 東京商工会議所編 (2011)、『カラーコーディネーター検定試験 3級公式テキスト第4版 カ

ラーコーディネーションの基礎』、中央経済社

5. 南雲治嘉 (2008)、『色の新しい捉え方 現場で「使える」色彩論』、株式会社光文社
6. 日経ウーマンオンライン、「2017 年の装いはこの色！取り入れたいトレンド色～キーワードは「ハッピーカラー」色の流行を味方に付けよう」、
URL: <http://zasshi.news.yahoo.co.jp/article?a=20170105-80064858-woman-life>、
2017 年 1 月 5 日閲覧
7. ホマン・カトレット著、高橋敦子訳 (2004)、『エニアグラムと哲学者-偉大な哲学者のタイプから自分のタイプへー (上)』、新世社
8. 文部科学省認可社団法人 全国服飾教育者連合会 (A・F・T) (2009)、『文部科学省後援 色彩検定公式テキスト 3 級編』、株式会社 A・F・T 企画

Q16. ファッションにおいて色の役割は何だと思えますか。あてはまるものすべてに○をつけてください。

- | | | | |
|--------------------------|----------------|------------------|----------------|
| 1. アクセント 34.2 | 2. 個性を出す 57.7 | 3. 一体感を出す 27.0 | 4. 気分を変える 27.9 |
| 5. 季節感を出す 55.0 | 6. 会話のきっかけ 3.6 | 7. イメージチェンジ 21.6 | |
| 8. ファッションにおいて色に役割はない 2.7 | 9. その他 () | 0 | |

Q17. 自分の持ち物や洋服の色があなたの感情に影響を与えますか。

- | | | |
|---------------|----------------|-----------------|
| 1. 非常に与える 9.9 | 2. 与える 32.4 | 3. どちらでもない 23.4 |
| 4. 与えない 12.6 | 5. 全く与えない 21.6 | |

Q18. 自分の持ち物や洋服の色があなたのなりたい自分像に影響を与えますか。

- | | | |
|---------------|----------------|-----------------|
| 1. 非常に与える 7.2 | 2. 与える 38.7 | 3. どちらでもない 28.8 |
| 4. 与えない 9.0 | 5. 全く与えない 16.2 | |

Q19. あなたが特に色を意識するものはどこですか。意識する順に3つ記入してください。

- | | | | | |
|--------------------|-----------------|-------------|-----------|----------|
| 1. 肌の色 | 2. 食事 | 3. ハンカチ・タオル | 4. 車・バイク | 5. 家具・家電 |
| 6. 筆記用具 | 7. 財布 | 8. スマートフォン | 9. ファッション | |
| 10. スマートフォン周辺アクセサリ | 11. 色を意識するものはない | | | |
| 12. その他 () | | | | |
| 一番目 () | 二番目 () | 三番目 () | | |

調査は以上となります。ご協力ありがとうございました。