

# 服装に対する色彩嗜好と行動

橋本令子

## 1 はじめに

数年来、人々の色彩やデザインに対する関心が高まり、現在では生活文化の創造をめざす上で欠くことができないキーワードになっている。こうした時代背景には戦後の貧しい時代が忘れ去られ、科学技術が高度に進歩し「物の豊さ」から「心の豊さ」へと消費者の欲求、満足度が変化してきたことがあげられる。このため衣生活も個性化、多様化が進み最近では被服を人間と一体化した状態にとらえようと感覚的、情緒的な側面が重視され、被服選択の際には機能や材料は勿論のことだが、色彩やデザインを優先する傾向が生じてきた。

衣服の購買動機（選択理由）について次のような調査<sup>1)</sup>がある。衣服の購買理由を気分、感覚、機能、信用、実物、値段、宣伝媒体、観誘の8要素、細分44項目について調査した結果、感覚的要素が最も強く、そのうち色は最も強いというものである。感覚的性質には色、柄、形、材質感、風合い、におい、音などがあるが、中でも視覚に訴える色、柄、形、材質感が心理的に与える影響が強く、特に色が強い力を持つと言えるのである。このように色は衣服選択の要因として、大きなウエイトをしめると考えられる。

今日ではこの点にメーカーも注目し同デザインで数種から数十種もの色違いの製品を取り揃えており、それがそのまま嗜好色、着用色、流行色となって現われている場合が多い。

一方、特定の被服を選択して購入し着用するという行動には、常に社会の一員として所属していたいという同調的要求や、他者より目立たせたいという個性的要求などが関与する。これは社会集団や対人関係により変化するとともに、個人の年齢、職業の有無、家族構成、収入、さらには生活習慣、暮らし方、価値観、パーソナリティなどによっても異なってくる。つまり服装にはその人のライフスタイルがにじみ出ていると言える。特に現代のように複雑化した社会のしくみの中にあっては、ライフスタイルという生活概念が被服行動とよばれる購買や着用、ファッション行動を説明する上で有効な手段となっている。

そこで本稿では、被服の色彩嗜好について述べていくとともに、その背景にある被服行動について社会的、経済的、心理的にとらえ検討していきたいと思う。

## 2 色彩の嗜好性

女性の服装はおしゃれ要素が強く、色彩も選択範囲が広い。そのため社会的制限があると考えられる男性の服装よりも、自由に色を決めることができる。その際、何の要因が影響力を持つだろうか。「好きな色」「着たい色」が先行するのではないだろうか。

この観点より、嗜好色と着用色の調査<sup>2)</sup>を行った。試料は日本色研配色体系の中より表

1に示すように、12色相、9トーンが各々組み合わさった有彩色108色（例を参照）と無彩色5色を選出した。調査対象者は18～22才の本学学生とした。方法は面接調査法で行い、好きな色(嗜好色)、嫌いな色(嫌悪色)、よく着る色(着用色)、着たくない色を5色ずつ選んだ。そして各色の出現率を求め、色相とトーンによる出現傾向を調べた。結果は図1に示す。

表1 嗜好色・着用色の試料

有彩色		無彩色
色相	トーン	N
2: R 赤	v (ビビッド) 鮮かな	W(9.5) 白
4: rO 赤みの橙	b (ブライト) 明るい	ltGy(7.5) 明るい白
6: yO 黄みの橙	lt (ライト) 浅い	mGy(5.5) 中間の灰
8: Y 黄	p (ペール) 薄い	dkGy(3.5) 暗い灰
10: YG 黄緑	ltg (ライトグレイッシュ) 明るい灰み	Bk(1.0) 黒
12: G 緑	d (ダル) くすんだ	
14: BG 青緑	dp (ディープ) 濃い	
16: gB 緑みの青	dk (ダーク) 暗い	
18: B 青	g (グレイッシュ) 灰み	
20: V 青紫		
22: P 紫		
24: RP 赤紫		

例 鮮かな赤(v2)、明るい赤(b2)、浅い赤(lt2)、薄い赤(p2)、明るい灰みの赤(ltg2)、くすんだ赤(d2)、濃い赤(dp2)、暗い赤(dk2)、灰みの赤(g2)

色相においては、無彩色(W, ltGy, mGy, dkGy, Bk)が嗜好色、着用色ともに最も高い出現率を示し、特に着用色においては極立っている。個々の出現率は省略したが、無彩色の中では白が最も高い。

有彩色の場合、嗜好色においては R, Y, G, BG, gB, B, RP の色相の出現率が高く、rO, yO, YG, V, Pの出現率が低い。着用色においてはR, Y, gB, B, RPの色相の出現率が高く、rO, yO, YG, G, BG, V, Pの出現率が低い。このように人に好まれ着用される色は、基本色相である赤、黄、青系であり、両者ともに類似した傾向を示した。しかし緑系については嗜好色と着用色との間に差が認められたことから、一般的に好まれる色ではあるが、日常生活において比較的、着用されにくい色であると判断される。

トーンについて調べると、嗜好色と着用色においては v, b, lt, p の各トーンの出現率が高く、鮮やかな、明るい、浅い、薄い色は、広く好まれ着用される色であることがわかる。また嫌いな色と着たくない色においては dp, ltg, dk, g の各トーンの出現率が高く、濃い、灰みがかかった、暗い色は一般的に嫌われ、着用されにくい色であることを示している。以上より嗜好色と着用者、嫌悪色と着たくない色はほぼ同傾向を示し、特に好きでよく着用するトーンと、嫌いであり着用しないトーンとが、はっきり二分されることが明らかとなった。

次に嗜好色、着用色に及ぼす色相とトーンの効果分散分析によって検討した。結果は表2に示す通りで嗜好色、着用色、嫌悪色、着たくない色ともに、色相、トーンに対して1%水準で有意性が認められた。特にトーンは色相に比べFo値が高いことから、色の好みを左右する大きな要因となっているものと思われる。

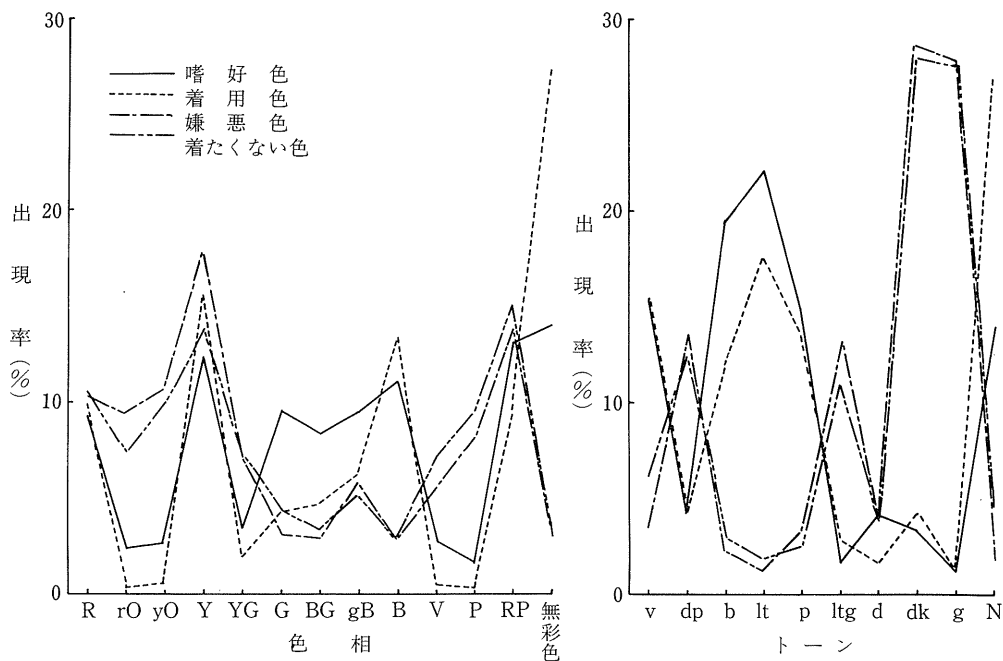


図1 色相別・トーン別出現率

表2 色相とトーンの結果 (分散分析結果)

水準	Fo 有意差	
	色相	トーン
嗜好色 (12hue×9tone)	3.83**	10.51**
着用色 (12hue×9tone)	4.61**	5.84**
嫌悪色 (12hue×9tone)	5.03**	21.49**
着たくない色 (12hue×9tone)	4.24**	23.76**

\*\*1%有意

### 3 色彩嗜好と時代性

色彩の好悪の変遷について、近江<sup>3)</sup>は1926年から1985年の約60年間にわたるわが国の嗜好色を調べ、次のように報告している。

1) 戦前、戦後を通して青系は相変わらず好まれている。2) 紫は嗜好色の上位から嫌悪色へとドラマチックな変化をみせている。3) 人類の嫌悪色とみなされていた黄や橙は、好まれる色になってきた。4) 白を始め、無彩色が好まれる色になってきた。5) 好みが暖色化した。6) クリーム色、水色など好みが明色化した。

以上のことから、いつの時代においても好まれる色と、時代によって好まれたり嫌われたりする色とがあることが理解できるとともに、筆者らが行った現代人の嗜好色、着用品の結果はこの特徴とよく一致していると言える。

### 4 生活場面における被服のデザイン嗜好と色彩嗜好

被服の色彩嗜好には実際において、赤を好んで着る人、黒を好んで着る人など個人差がみられる。また年齢や性別に適した色といった社会的規範の影響もある。そこで日常、様々な生活場面で着用されている被服に対して年齢、職業の有無によってどのような色彩、デザインを好むかを調査した<sup>4)</sup>

#### 4-1 被服の選択基準

各生活場面において被服がどのような基準で選択されているか、期待する特性を探ることとする。

生活場面での被服の種類の設定は、a. 結婚式やパーティなどのあらたまった席で着用する服(フォーマルウェア) b. 通勤、通学、街にでかける時に着用する服(外出着) c. レジャー、スポーツ観覧の時に着用する行動的な服(レジャー着) d. 家庭で過ごす時に着用する服(家庭着)の4種とした。これに対し基準となる期待項目は図2(右)に示すように、整容装身上、社会生活上、生活活動上、保健衛生上、耐用上の目的を含んだ15項目を選出した。そして生活場面の必要度に応じて期待項目を5段階評価し、数量化理論Ⅲ類を用いてパターン分類を行った。図2に結果を示す。

各生活場面で着用する服と期待項目を座標上で対応させると、aのあらたまった席で着用するフォーマルウェアの座標と近い位置には、フォーマルな、目立つ、派手な、上品な、審美性のよさ、個性的な、が位置し整容装身上、社会生活上の目的を基準として被服を選んでいると思われる。bの少しあらたまった外出着の近くには、着心地のよさ、形態保持性のよさ、取扱いのよさ、衛生的な、が位置し保健衛生上、耐用上の目的を基準としている。また個性的な、審美性のよさも近くに分布していることがわかる。cの行動的なレジャー着、dの家庭着の座標近くには、機能的な、気楽な、活動的な、軽快な、スポーティな、が位置し生活活動上の目的を基準としている。以上のことから各生活場面に応じた被服選択への期待項目が確かとなったので、これを基に次の調査を行うことにした。

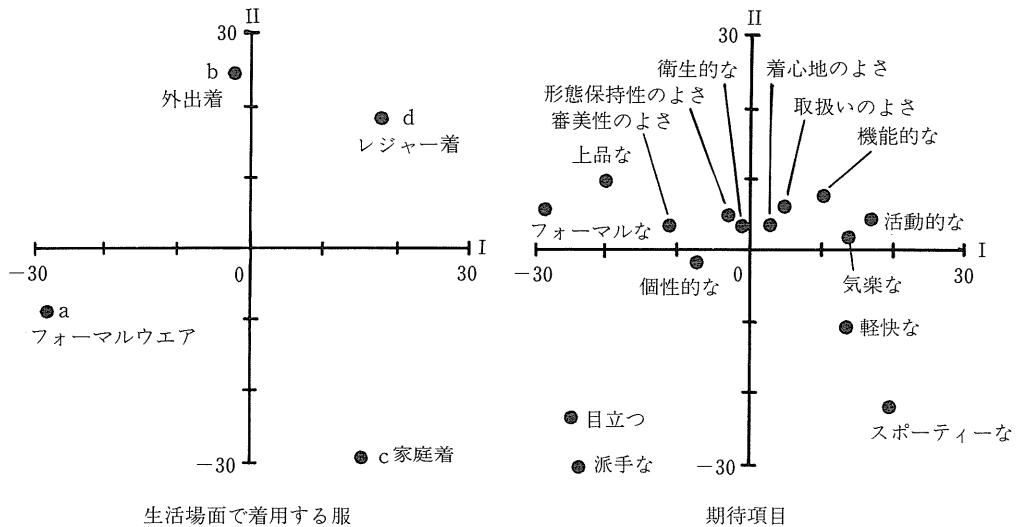


図2 生活場面で着用する服と期待項目とのパターン分類

#### 4-2 被服デザイン選好と色彩嗜好との関係

生活場面で着用する服としてフォーマルウェア、外出着、家庭着をとりあげ、期待項目の条件に合うような被服デザインをファッション雑誌より各8種ずつ選出し、線画で描いた。調査方法は配布留置法で行い、本学学生（年令20～22才）専業主婦（40～59才）有職女性（パート含・24～49才）を調査対象者とした。

質問項目は次のようである。フォーマルウェアの場合を例にあげると、第1の項目は「パーティや結婚式に出かける時、着用してみたいと思う服を3つ選んで下さい」。第2の項目は「その服を着用する時、どのような色で着用してみたいですか」という質問である。そして選択する色は、赤、ピンク、オレンジ、茶、ベージュ、黄、黄緑、緑、青、水色、紫、グレー、白、黒の14色とし、同じ色を何度選んでもよいことにした。

その結果、フォーマルウェアにおける被服デザインは学生、主婦、有職女性の間には差が小さく、ワンピース、スーツなど類似したデザインを選ぶ傾向を示した。しかし着用する色は異なっており、学生は白、ピンク、水色など柔らかい清楚なイメージを与える薄い色、主婦は青、ベージュ、黒、紫など落ちついたイメージの色、有職者は青、ピンクなど学生と主婦の両者に出現した色を選んでいることがわかった。中でも黒は、主婦に着用される傾向が強いが全体的にみるとかつてほど、多くの人に着用される色ではないことが明らかとなった。これは服装の色が年毎に豊かになったと言われるほど数多く出現してきたことも原因の1つと考えられるが、ライフスタイルが個々に違ってきたため、礼儀や品位を重視される場所でも個性的な被服を着用しようという考え方があらわれてきたものと思

われる。

外出着においての被服デザインは、学生と有職女性がスーツ、ワンピース、ブラウスとスカートなど多種の服装をとり入れるが、主婦はスーツ、ワンピースが比較的多い。一方、着用したい色は学生の場合スーツにおいては無彩色、ベージュ、その他の服には青、白、水色、ピンク、赤などがあげられる。主婦の場合スーツにおいてはベージュ、茶、グレー、ワンピースにおいては緑、黄、青、紫など派手な色があげられ、外にでる時は少し気分を変えたいと思っている様子がかがえる。有職女性はベージュ、茶、青、グレー、白、黒などを選んでおり、職場にあった雰囲気の色を着用しようと心がけている。

家庭着においては学生、主婦、有職女性ともにブラウスとスカート、ニット製品、パンツなどを着用したいと考えている。その際の色は、学生は白、赤、黄、橙、水色、青など明るい色や鮮やかな色の選択が多い。主婦はベージュ、水色、茶、グレー、白など地味な色が多い。そして有職女性は青、ピンク、黄、ベージュ、白、黒などを選択しており、家庭ですごす自由な時間は多種類の色の組合せを楽しみたいと考えているようである。

以上、生活場面によって着用する被服のデザインや色彩が変化してくることが認められ、さらに年齢、職業の有無によっても異なることが明らかとなったのでこうした要因となる考え方、態度、意識など現代人の被服行動の特徴をライフスタイルとのかかわりの中で検討する。

## 5 女性の服装に対する意識と行動

女性の服装に対する着装意識と購買行動について検討を行うため、本学学生とその母親並びに名古屋・岐阜に勤務する女性を調査対象者として選出した。

着装意識は、自分が被服を着用する際どんな点に配慮するかを20項目設定しSD法で評価した。そして因子分析を行い、因子負荷量を求めた。結果は表3に示す。

第1因子は「最近のファッションの服を着た時は自信を持つ」「人目を引くような服を着る」などの因子負荷量が高く、個性の因子とした。第2因子は「自分の持っている服に合う形・色を考えて服を買う」「自分の体型に合う形・色の服かどうかを考えて買う」などの因子負荷量が高く、似合いのよさの因子とした。第3因子は「不意の来客がある時、自分の服に不安を持つ」「家に来客がある時、ふだん着から着がえる」などの因子負荷量が高く、心理的安定感の因子とし、第4因子は「いつも服や靴を清潔にしているように心がけている」などの因子負荷量が高く、対人的外観の因子、第5因子は「新しい服を購入する時、周りが着ている服と似た物を選ぶようにする」などの因子負荷量が高く、同調性の因子とし、5つの基本因子が抽出できた。

次に学生、母親、有職女性の母集団別に先と同様、因子分析を行い全体結果を基に因子の解釈をしたところ、表4に示す通りとなった。

因子の出現順位から判断すると、学生は流行への関心が強く、友人と話したり雑誌をみたりして自分のイメージを少しずつ変えることで流行をとり入れているものと思われる。しかしその反面、社会から独立しているわけではないため仲間意識である同調性が強く、

友人と似た服装をする傾向がある。母親は年令も高く、平常は家族の世話をしているため被服の管理には気を配っていると思われる。一方、家にいる時は着装の幅が制限されるので、外出の際には自己表現に気を配り、年相応の着装スタイルをしようと心がけている様子がうかがえる。有職女性は日常、職場で決められた制服を着用している機会が多いため、その他の時間には個性を十分発揮し、流行を採用して楽しもうとする意識がみられる。また常に社会の人と接する機会も多いため、社会意識が強く、対人的外観にも気を配っていることがわかった。

表 3 着装意識による因子分析の結果

項 目	第 1 因子	第 2 因子	第 3 因子	第 4 因子	第 5 因子
最新のファッションの服を着た時は、自信を持つ	0.7541	0.0455	0.0630	0.0634	0.1265
人目を引くような服を着る	0.7476	-0.0012	0.1465	-0.0811	0.0524
流行はすぐに取り入れる	0.6614	0.1573	0.2714	-0.0724	0.0796
いつも同じタイプの服を着るのではなく、いろいろなファッションを楽しむ	0.6589	0.3681	-0.0506	0.0487	0.0282
人とは違う服を買うようにしている	0.6413	-0.0319	0.0891	0.4116	-0.3776
自分の持っている服に合う形・色を考えて服を買う	0.1300	0.6809	0.1458	0.1410	-0.0269
自分の体型に合う形・色の服がどうかを考えて買う	-0.0900	0.6679	-0.0140	0.2734	-0.0826
透けるような素材の服は下着の色まで気を配る	0.0813	0.6388	0.1461	0.2180	0.0143
服とアクセサリーの組合せまで気を配る	0.2166	0.6128	0.0252	0.1665	-0.0127
不意の来客があった時、自分の服に不安を持つ	0.1075	-0.0630	0.7725	0.0113	0.0454
家に来客がある時、ふだん着から着がえる	0.1063	-0.0085	0.7290	0.1965	0.0737
どこかに出かける時、一緒にいく友人と着ていく服装について話合う	0.0880	0.2169	0.6022	-0.0294	0.2074
友人とお互いの着用している服について、それが似合っているかどうか話合う	0.0565	0.3977	0.5652	-0.1461	0.0968
最上の服を着ている時と、そうでない時とは気分やとる行動に違いを感じる	0.2161	0.3545	0.3701	-0.1055	-0.0898
いつも服や靴を清潔にしているように心がけている	0.1072	0.2120	0.0164	0.7728	0.0099
裾のほつれやボタンのゆるみにまでいつも気を配る	-0.0445	0.1614	0.0466	0.7599	-0.0069
シーズンを過ぎた服は正しく管理する	-0.0963	0.3154	-0.0577	0.6485	0.0560
新しい服を購入する時、周りが着ている服と似た物を選ぶようにする	-0.0152	0.0257	0.0800	-0.1191	0.7639
自分に似合いそうにない服でもグループの間では同じような服装をする	0.0544	-0.1001	0.0698	0.0965	0.6992
特別な集まり(結婚式等)がある時、友人と違ったタイプの服の場合は新しい服を購入する	0.3050	-0.0218	0.1892	0.0727	0.5231
寄 与 率 (%)	20.1	12.6	8.3	6.7	5.8
累積寄与率 (%)	20.1	32.7	41.0	47.7	53.5

表 4 母集団別による因子分析の結果

	第 1 因子	第 2 因子	第 3 因子	第 4 因子	第 5 因子
女子学生	似合いのよさ	個性	同 調	心理的安定感	対人的外観
母 親	対人的外観	個性	心理的安定感	似合いのよさ	同 調
有職女性	個性	対人的外観	似合いのよさ	心理的安定感	同 調

次に着装意識より算出した因子得点を基にクラスター分析を行い、調査対象者を 6 つの

グループに分類した。これを被服を購入する際の意識や態度、1年間の被服費や購入枚数について調査した購買行動とクロス集計を行い、図3のような結果を得た。なお被服費と購入枚数については表を省略したが、本文の中では具体的に述べていく。

1 グループは対象者の半数近くをしめ、その中でも学生のしめる割合が69%と高い。購買行動を考えてみると服は決まった店で購入することが多く、その際他人の意見を取り入れて購入する。またウインド・ショッピングをする機会も多く、ファッションに対する情報も豊かとなり、その中で自分に似合った無理のない服を購入しているものと思われる。1年間の被服費には10~15万円とお金をかけ、購入枚数は外出着とふだん着を合わせ5~10枚程であり、平均的タイプである。

3 グループは有職女性が多く、ウインド・ショッピングを楽しみ、服はシーズン前に買い流行を積極的に取り入れるが、金銭にゆとりがあるため被服計画もたえず衝動買いをする傾向がみられる。1年間の被服費は15~25万、25万以上と他のグループに比べ多く、購入枚数も外出着が10枚以上と多い。しかしふだん着は外出着をおろして着用している様子がみられる。このグループは仕事などで制約される時間が長いため、他の時間は自分の個性を自由に表現していくタイプである。

5 グループは母親が80%の割合をしめるグループである。購買行動には積極的でなく、衝動買いはせず服装にお金はかけず、1年間の被服費や、購入枚数はどのグループよりも少ない。そして必要なものだけを買ひ、多少流行おくれの服でも大事に着用するタイプである。

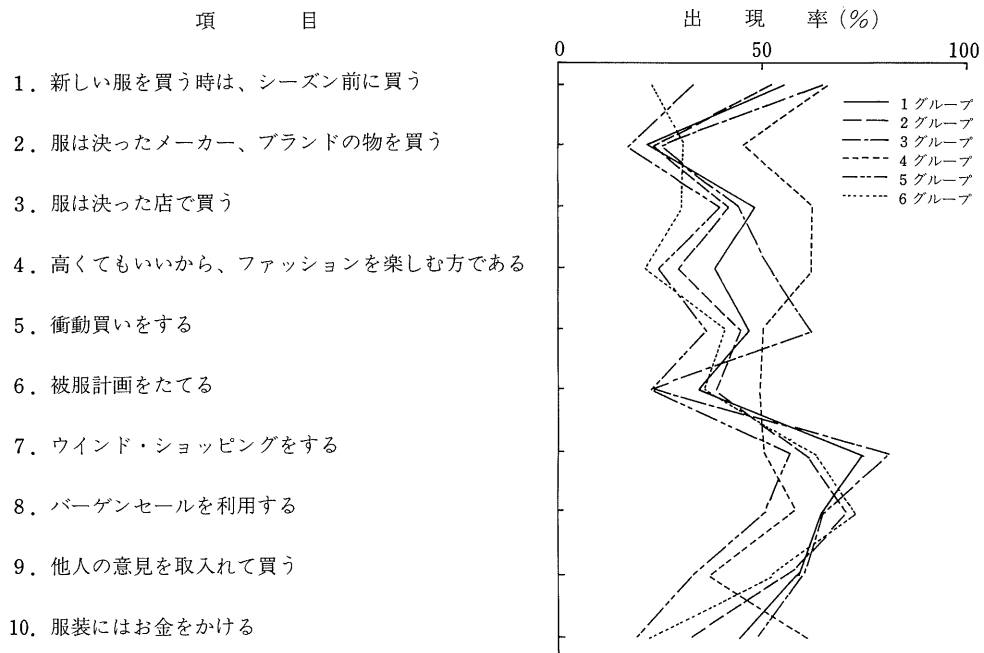


図3 グループ別による購買行動のクロス集計結果



ここでは、3母集団の特徴が表われているグループについて検討したが、他には被服計画をたてバーゲンセールを利用して上手に被服を購入する2グループ、ファッションを楽しむためには被服費にお金をかけ、長年着用していく4グループ、他の人と同様にファッションを楽しむため、バーゲンセールを大いに利用し、安価な被服を何枚も購入しようとする6グループがある。

以上のことから女性の服装に対する意識と行動は、年齢・職業の有無の他、さらに生活環境が大きく影響することが明らかとなった。

## 6 色彩嗜好とライフスタイル

最後に色彩嗜好のタイプとライフスタイルとの関係を分析した例<sup>9)</sup>を表5に示して紹介する。これからもわかるように色の嗜好タイプは、青や紫系の淡い色、赤の純色を好むグループ、暖色系の明るく彩やかな色を好むグループなど8つに分類され、各々該当する人々の生活意識や態度、価値観、年齢などライフスタイルの特徴が認められている。

このように現代人の色彩嗜好の基本構造と個人の社会的、経済的、心理的特性との間には大変複雑ではあるが何らかの関係が見出されるものと思われる。

表5 色の嗜好とライフスタイル

嗜好タイプ	嗜好色の傾向	好む人の特徴	嗜好タイプ	嗜好色の傾向	好む人の特徴
(1)	○青、紫系の淡い色 ○赤の純色	20代前半までの男、特に学生が中心であるが、一部には生活程度の高い自由業や管理職も含まれる。テレビの視聴時間が短く、むしろ雑誌をよく読み、繁華街に行くことが多い。	(5)	○暗い濁った色 ○紫・董みの加わった暗い濁った色	生活程度、学歴、所得とも中程度の中流主婦に多い。テレビは比較的良好に見るが、繁華街に出かけることは少ない。
(2)	○暖色系の明るく彩やかな色 ○青の純色	30代の事務・営業・技術系サラリーマンに多い。学歴・所得とも比較的高い。接触媒体は雑誌が中心。	(6)	○赤紫・紫・董など紫みの加わった色	中年以上の女性が多い。特に東京以外の地域に多くみられた。テレビを最もよく見る人たちであるが、雑誌を読むことは少ない。生活には満足している。
(3)	○董・紫系の淡い色 ○黒	20歳前後の若い女性が中心。雑誌を比較的良好に読み、ファッションや色彩に最も関心をもつ層である。仕事よりも余暇の充実を求め、所得は高くない。	(7)	○暗く濁った色や灰色	40代以上が中心となるが、特に男に多い。服装や色彩に対する関心は高くない。
(4)	○純色でない紫系の色 ○白	20代後半の女性に多い。服装や色彩への関心は比較的高い。仕事・余暇双方の充実を求め、他者指向・内部指向の考え方の持ち主。	(8)	○暗く濁った色、とりわけ緑系の色	50代以上の人特に男に多い。労務・自営業などで仕事第一主義・伝統指向的考え方が強い。服装や色彩への関心は最低。

## 7 おわりに

被服における色彩嗜好とその要因となる社会的、経済的、心理的特性とが関与する行動について検討した。

嗜好色においては無彩色の出現率が高く、色相は赤、黄、青系、トーンはlt、b、v、pトーンの順に出現率が高いことが認められ、着用色も嗜好色と似た傾向を示した。また嗜好色、着用色の選定には、色相よりもトーンの影響が大きい。さらに生活場面において着用

される被服は各々の着用基準に適したデザイン選好や色彩選択が行われており、年齢や職業の有無などによって異なることが明らかとなった。

被服を選択する際に考えられる着意意識は個性、似合いのよさ、心理的安定感、対人的外観、同調の5因子で表わすことができた。着意意識によって調査対象者をグループ化し、購買行動との関係を調べたところ、各タイプ別に特徴を見出すことができた。さらに色彩嗜好とライフスタイルにおいてもグループ化することが可能となり、被服に対する意識や行動は年齢、職業、性別などの基本属性の他に価値観、ライフスタイルなどによっても影響をうけることが認められた。

以上、90年代に入りますます「感性の時代」といわれる人間重視の中で、時代の志向をうける被服と人間行動をとらえていくことは今後さらに重要となってくるであろう<sup>6)</sup>

#### 参考文献

- 1) 日本色彩学会編：新編色彩科学ハンドブック，東京大学出版会 1980
- 2) 橋本，加藤，梶山：織消誌，26，34～40，1985
- 3) 近江：織消誌，28，12～17，1987
- 4) 橋本，加藤，梶山：織消誌，27，40～47，1986
- 5) 日本衣料管理協会：アパレル企画，70，1988
- 6) 橋本：織消誌，30，86～88，1989