

生活時間と色イメージの関係について

文責：伊藤 匡

1. はじめに

自分自身の行動を見直すということは単純ではあるが日ごろ忘れがちな行為である。そういった行為は日記に代表されるように有史以来様々なかたちで行われてきているのだが、現代ではそのような行為は希薄なように思える。「仕事や用事で忙しくて一日を振り返っている暇は無い」という声が聞こえてくるようだが、そういった人々も仕事の帰りに同僚や友人と食事などに繰り出したりしては、仕事の話をして今日一日を何気なく振りかえっていたりするものである。

人間はもともと自分（自己）というものを過去の経験を通じて見つめなおす生き物であるので、何かと未来志向の現代ではあるが、一日を振り返るといった行為は日常的に行われているともいえよう。しかしながら、それを日記などといった形に残すことは実際のところ少ないような気がする。

そこで我々Spread が Life Stripe を通じて提案しようとしていることは、「言葉を使って一日を振り返る」ということをせずともできる、“手軽な日記的行為”である。これは色を通じて一日を振り返るものであるが、色は言葉よりもイメージや感情に訴えかける性質が強いと考えられ、また web 上で使用することにより、簡便性も増すであろうとの考慮から実用化にいたった。

実用化するにあたり、まず行ったのが「日常的な行為とは何を指すのか」ということに関して調査である。個性化とよばれる現代社会（特に都市近郊）においては、個々が行う行為は“日常”といえども様々であるので、まずこれを明らかにする必要があった。次にこの調査から選定された項目に対して人々がどのようなイメージを持つか、色の選定を通じて調査した。

本稿では、これら調査の結果報告とそれに若干の考察を加えるものである。

2. 目的

- ・ 日常生活行動の項目の選定
- ・ 各日常生活項目から連想する色の同定

3. 方法

<日常生活行動の項目の選定>

- ・ 2004 年 6 月中に調査用紙を配布、配布後 1 週間で記入してもらい回収を行った。原則として

手渡しによる回収を行ったがやむをえない場合は FAX にて返信してもらった。

- ・ 調査内容：性別・年齢・職業についての質問項目に続いて、1 週間（7 日分、1 日毎）の行動が時間区分で記入できる解答欄があるので、当該の行動にどれほどの時間を費やしたかを回想してもらいながら自由に記述してもらった。
- ・ 回収された調査用紙から、記入されている全項目を抽出し、それを筆者と 3 人の関係者の計 4 人で K J 法によりカテゴリー化した。

“調査用紙 A”

<各日常生活項目から連想する色の同定>

- ・ 上記調査により抽出された各項目について、その項目から連想する色をイメージしてもらおう。イメージしてもらう色については、赤、黄赤、黄、黄緑、緑、青緑、青、青紫、紫、赤紫のそれぞれの色の「明るい」「そのままの」「暗い」を併せて全 30 色から選んでもらった。

“調査用紙 B”

4. 調査対象（“日常生活行動の項目選定” の調査のみ、有効回答数 n=102）

- ・ 性別（単位は人数）

男性	女性	無記入
35	64	3

- ・ 年齢（単位は人数）

10 代	20 代前半	20 代後半	30 代前半	30 代後半	40 代以上
14	15	35	14	7	15

- ・ 職業（単位は人数）

会社員・ 公務員	自営業	学生	パート・ アルバイト	主婦	その他	無職	無記入
56	3	16	8	8	7	0	4

5. 結果

<日常生活行動の項目の選定>

日常生活行動について調査用紙に記述された項目は全部で 259 項目あり、それを K J 法でカテゴリー化した結果、以下の 21 のカテゴリーに分類された。検討の結果つぎの 21 項目に決定、命名した。

カテゴリー：「食事」「くつろぎ」「家事・雑用」「育児」「美容・健康」「仕事・勉強」「移動」「睡

眠」「入浴」「身支度」「テレビ・映画」「読書」「スポーツ」「電話・メール・インターネット」「習い事」「趣味」「イベント」「ショッピング」「病院」「友人と遊ぶ」「デート」

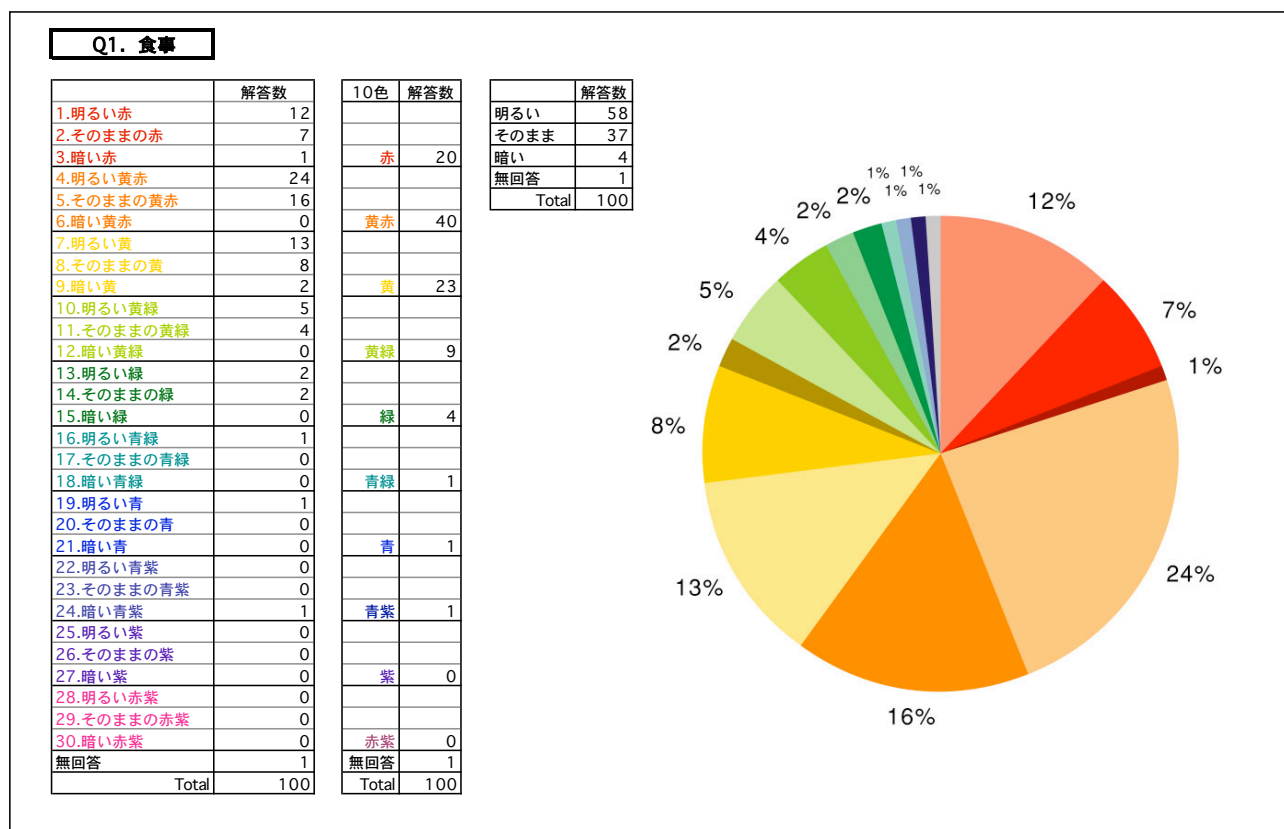
<各日常生活項目から連想する色の同定>

上記 21 のカテゴリ（日常生活項目）と、そこから連想する色との関連について集計・分析した。分析対象数はn=100。

分析方法は各日常生活項目についてイメージする色の回答数の中央値をとり、それをもって代表値とした。手順としては赤、黄赤、黄、黄緑、緑、青緑、青、青紫、紫、赤紫の各色について「明るい、そのまま、暗い」で順序付ける。つまり「明るい赤」_1、「そのまま赤」_2、「暗い赤」_3、「明るい黄赤」_4、「そのまま黄赤」_5、「暗い黄赤」_6、というパターンを繰り返し最終的には「明るい赤紫」_28、「そのままの赤紫」_29、「暗い赤紫」_30 とする。各項目における被験者の回答数を測定値としたときの中央値に該当する色をその項目の色の候補と考えた。

各項目における結果については以下：[“各日常生活項目から連想する色の集計結果”](#)

集計結果サンプル「食事」



最終的に web 上で stripe を作ることを考えると、同色が選択肢として存在することは不都合があるため、21 項目に各々違った色を同定する必要がある。討議の結果、[“決定した各項目の色”](#)については以下：

(尚、項目「仕事・勉強」の色のみ、Spread のメッセージを込めて色を調整した。)

『Life Stripe』色設定 2004

Q1. 食事

明 オレンジ

DIC83
R255 G140 B0
C0 M45 Y100 K0

Q2. くつろぎ

そのまま 黄緑

DIC170
R176 G218 B30
C31 M0 Y95 K0

Q3. 家事・雑用

そのまま 青緑 青

DIC176
R21 G155 B122
C93 M0 Y53 K0

Q4. 育児

そのまま 明 黄

DIC9
R255 G242 B122
C0 M5 Y51 K0

Q5. 美容・健康

明 黄

DIC6
R252 G177 B140
C0 M31 Y35 K0

Q6. 仕事・勉強

そのまま 青

DIC2633
R248 G20 B71
C0 M94 Y47 K0

Q7. 移動

そのまま 青 緑

DIC178
R0 G155 B189
C100 M0 Y20 K0

Q8. 睡眠

暗 青 青紫

DIC425
R42 G64 B111
C88 M82 Y32 K0

Q9. 入浴

明 青 青緑

DIC83
R153 G215 B197
C40 M0 Y17 K0

Q10. 身仕度

そのまま 明 青緑 青

DIC174
R34 G156 B88
C87 M0 Y75 K0

Q11. テレビ・映画

明 赤紫

DIC109
R190 G47 B148
C23 M81 Y0 K0

Q12. 読書

そのまま 緑

DIC2561
R14 G126 B48
C96 M10 Y100 K0

Q13. スポーツ

明 青

DIC68
R78 G187 B206
C70 M0 Y5 K0

Q14. 電話・メール・インターネット

そのまま 明 青

DIC180
R1 G154 B195
C100 M4Y0 K0

Q15. 習い事

そのまま 青紫 紫

DIC189
R107 G16 B131
C80 M94 Y0 K0

Q16. 趣味

明 オレンジ 赤

DIC52
R262 G95 B56
C0 M63 Y68 K0

Q17. イベント

明 黄 オレンジ

DIC85
R255 G163 B11
C0 M36 Y97 K0

Q18. ショッピング

明 黄 (L-M)-(EB-)

DIC67
R255 G255 B17
C0 M0 Y95 K0

Q19. 病院

暗 青 青

DIC431
R84 G127 B143
C88 M32 Y27 K0

Q20. 友人と遊ぶ

明 オレンジ

DIC2510
R254 G55 B13
C0 M79 Y93 K0

Q21. デート

明 赤 (ピンク)

DIC2625
R244 G79 B185
C0 M70 Y0 K0

6. 考察

<日常生活行動の項目について>

今回spreadで調査したものは「生活時間」として多くの研究がなされてきている。日本でも大規模な調査として放送文化研究所が1960年から5年ごとに行っている「国民生活時間調査」(<http://www.nhk.or.jp/bunken/book-jp/b4-j.html>) や総務庁／総務省が1976年から5年ごとに行っている「社会生活基本調査」(<http://www.stat.go.jp/data/shakai/index.htm>) などがあげられる。前者では生活時間を「生活必需行動」「社会生活行動」「自由時間行動」に、後者では「一次活動時間」「二次活動時間」「三次活動時間」に大別しているが、構成する項目に大きな差はみられない。

今回の調査結果とこれらと比較しても決定した項目に大きな差はみられないが、特徴的だったのは「電話・メール・インターネット」の項目であろう。NHK放送文化研究所の報告では「電話」という項目が自由活動時間の中にみられるが、総務庁／総務省のそれではこれらに該当する項目はみられない。これらのメディア媒体はここ数年で飛躍的に利用量が増加したものと考えられ、調査時期の影響がかなり大きいものといえよう。また一口に「電話・メール・インターネット」といっても、携帯電話の普及・開発により移動中などでもこれらを利用している人はかなり多いため、生活時間の項目として独立性をもつかどうかは今後の検討を要するであろう。

<生活項目から連想する色について>

現代社会では「どのような商品が売れるか」といった企業戦略の中で、色とイメージという視点は欠かせないものとなっている。男性が好む（または嫌う）色や女性が好む（または嫌う）色という視点もあれば、季節によって好まれる色、またその用途によっても好まれる色は当然変わってくる。同じ商品でも色を変えると違ったイメージを与えるように、色は様々な心理的影響をあたえているといえる。色とイメージということについても古くから「色の機能」ということで多くの研究がなされている。

ここで紹介するのは心理学研究においてよく使用されるSD法semantic differential methodという方法を使って色のイメージを評定したものである。SD法は様々な刺激を被験者に提示し、あらかじめ用意してある形容詞対の尺度で判断してもらい、これを基礎にデータとして統計的に処理するものである。例えば赤い色を見てどんなイメージを持つか、そのイメージの程度を「暖かい—冷たい」「陽気な—陰気な」などの10対の形容詞対で5段階に評定してもらうなどが考えられる。日本色彩研究所が調査した事例(1976)では、表に示すように赤(R)、黄(Y)、青(B)の三相色で、うすい系統(pl)、あざやかな系統(vv)、暗い系統(dk)のそれぞれの色について、被験者約千人を対象に調査した結果をしめしている。

表1 SD法による単色イメージ評価

尺度 (-)	うすい色			あざやかな色			暗い色			白	尺度(+)
	pl-R	pl-Y	pl-B	vv-R	vv-Y	vv-B	dk-R	dk-Y	dk-B	W	
暖かい	-.84	-.26	.84	-1.39	-1.13	1.17	-.69	-.26	1.10	.95	冷たい
陽気な	-1.02	-.48	-.61	-1.47	-1.72	-.17	.02	.59	.86	-.20	陰気な
硬い	.98	1.11	.42	.33	.61	-.53	-.02	-.15	-1.19	.04	軟らかい
情熱的	-.38	.30	.75	-1.46	-1.31	.79	-.95	.04	1.05	1.29	理知的
軽い	-1.16	-1.22	-.91	.00	-1.24	.02	.90	.72	1.28	-1.21	重い
くどい	.56	1.30	.88	-.96	.26	-.02	-1.00	-.59	-.31	1.52	あっさり
強い	.96	1.28	.68	-.89	-.70	-.66	-.74	-.54	-1.22	0.20	弱い
派手な	-.67	.13	-.04	-1.37	-1.81	-.53	-.40	.81	1.00	-.02	地味な
動的	-.47	.41	.65	-1.18	-1.39	.74	-.66	.07	1.24	1.29	静的
男性的	1.49	1.13	.09	.63	.67	-.62	.28	-.67	-1.12	0.34	女性的

(財)日本色彩研究所：カラーイメージ単色編(1976)より収録

このような結果を総合すると暖寒感、軽重感、派手地味感といった色に対する共通のイメージ抽出されることがわかっている。

表2 色と感情との関係

属性	系統	感情の種別
色相	暖色	暖か、活動、情熱、歓喜、明朗
	中性色	平静、平凡
	寒色	冷たい、沈静、知的、孤独
明度	高明度	軽快、陽気、軽薄、膨張
	中明度	落ち着き
	低明度	重厚、鈍重、陰気、収縮
彩度	高彩度	派手、新鮮、情熱、進歩、若さ、
	中彩度	落ち着き、温和
	低彩度	地味、落ち着き、渋み、保守、老い

今回の調査では、色の分類のみに終わっているのですさらにSD法などをつかった心理学的研究方法を取り入れていく予定である。

また、このような方法を日常生活項目についても調査することで両者の関連をさらに深く検討することができるであろう。

7. おわりに

今回の調査は未だ予備的な段階であるため、日常生活行動の項目選定とそれに伴う色のイメージの確定にとどまった。今後は様々な研究手法を取り入れながら更なる検討を加えていく予定である。