

女子大学生におけるピンク色に対する嗜好と評価 —濃淡によるイメージ変化について—

長塚 こずえ, 岸 なつき

(平成22年10月7日受理)

Investigation of the Preference and Evaluation of Pink Color by College Women —the Change in The Image by Light and Shade

NAGATSUKA, Kozue and KISHI, Natsuki

(Received on October 7, 2010)

キーワード：色彩嗜好 ピンク色 ファッション

Key words : Color preference, Pink color, Fashion

1. 緒言

現在日本のファッション界においてピンク色が注目を集めている。やさしく温かいイメージのあるピンク色は、女性(少女)の色というイメージを持たれることが多い。実際女性に好きな色を問うた場合、必ず上位に入るといつても過言でない色である。暫し前は男性がピンク色の衣服を身につけていたと「風変わり」という印象をもたれたものだが、ファッションのジェンダーフリーが進む現在においてはピンク色を上手に着こなせる男性は「変わった人」ではなく「お洒落な人」となっていることは周知の通りである。昨年(2009年)「草食系男子」なる若者たちの出現が話題を呼んだことは記憶に新しいが、「ピンク色の服を好んで着る」というのが彼らの特徴の一つとしてマスメディアなどで取り上げられていたことからも、もはやピンク色が女性のみならず若い男性にも好まれるファッショナブルな色として定着していることが伺える。JAFCA(財団法人日本ファッション教会流行色情報センター)による2010年の春夏、秋冬の高出現トレンドカラーベスト20のグラフを見ると、春夏・秋冬ともにピンク色出現は衰えを知らず、今後もピンク色のトレンドカラーとしての注目度が高いことがわかる。またファッションのみならず、ピンク色はテレビや冷蔵庫といった家電をはじめ自動車や携帯電話、デジタルカメラ、パソコン、インテリアなど私たちの生活のあらゆる場面に進出してきている。

ピンク色と聞いてどんな色を想像するだろうか。桜の花のような淡くはかないピンク色、バラの花のような深みを持ったピンク色、珊瑚礁のように少し黄みがかったピンク色。「ピンク色」と呼ばれる色の範囲は広く曖昧である。

服飾美術学科 服飾造形第3研究室

赤でもなく、紫でもなく、橙色でもない。濃い色でもあるし薄い色もある。色彩心理学について研究の深い松岡武氏によれば、ピンク色は一般には愛らしく清純で未成熟、うぶな乙女心を表す色と見られているが、実際には明度と彩度の変化でいちがいにこうといえないやっかいな色¹⁾だという。「ピンク色が好き」といった場合、その色は果たしてどのような色を指しているのだろうか。色に対するイメージにはその人が育った環境、文化、社会が大きく関係している。今の10代、20代の若者が好むピンク色とはどのようなものであろうか。若者たちはピンク色に対してどのようなイメージを懷いているのだろうか。女子大生を対象としたアンケート調査をもとに考察していきたい。また、ピンク色の濃淡の変化がそのイメージにどのような差異を生み出すのか、財団法人日本色彩研究所監修jafca「ピンク」委員会製作「恋するピンクと勝負のピンク vol.1」の調査結果を参考に分析を行った。

2. 調査対象及び調査方法

(1)調査対象：東京家政大学家政学部服飾美術学科所属
学生 204名(1年生84名, 2年生120名)

(2)調査時期：2009年7月

(3)調査方法：質問紙法による調査用紙を配布し、各質問に回答させ回収した(回収率87.7%)。

調査色表は北窓昼光のもとに「新配色カーフ199b」よりPI-1, PI-2, PI-3, PI-4, PI-5, PI-6, PI-8, PI-9, PI-10, sf24, 財団法人日本色彩研究所監修jafca「ピンク」委員会製作「恋するピンクと勝負のピンク vol.1」よりLight Pink(マンセル値5RP 7/8 RGP値R231 G143 B178), Deep Pink(マンセル値7.5RP 4.5/1.3 RGP値R

193 G 49 B 105)を用いた。

(4)調査内容: 1) ピンク色に対する評価

- 2) ピンク色にふさわしいイメージについて
- 3) 好感が持てるピンク色
- 4) 好感が持てないピンク色
- 5) 自分に似合うと思うピンク色
- 6) ピンク色の服装品の所持数
 - ①一週間の着まわしに使用している衣服の枚数
 - ②着まわしに使用している服でピンク色が主体のもの

③ ピンク色の服飾小物(バック, 靴, 帽子)の所持数

- 7) Light Pink のイメージ
- 8) Deep Pink のイメージ
- 9) Light Pink と Deep Pink どちらが好みか
- 10) 自分のファッションイメージ

(5)備考: 追加調査として2010年7月に東京家政大学家政学部服飾美術学科 226名に対しLight PinkとDeep Pinkのイメージについてアンケートを行った(回収率88.4%)。

3. 結果・考察

問1. あなたはピンク色が好きですか。(n=178)											
はい	いいえ	どちらでもない									
130	3	45									
問2. ピンク色に対するイメージとして、あなたが最もふさわしいと思うものを選んでください。(n=178)											
優雅	セクシー	かわいい	元気								
7	2	163	6								
問3. 好感が持てるピンクを1つ選んでください。(n=172)											
PI-1	PI-2	PI-3	PI-4	PI-5	PI-6	PI-8	PI-9	PI-10	Sf-24	L.P.	D.P.
27	33	16	14	31	17	8	0	2	3	12	9
問4. 不快(あまり好感が持てない)と感じるピンクを1つ選んでください。(n=172)											
PI-1	PI-2	PI-3	PI-4	PI-5	PI-6	PI-8	PI-9	PI-10	Sf-24	L.P.	D.P.
2	0	2	22	2	3	4	21	23	67	0	26
問5. 自分に似合うと思うピンク色を1つ選んでください。(n=175)											
PI-1	PI-2	PI-3	PI-4	PI-5	PI-6	PI-8	PI-9	PI-10	Sf-24	L.P.	D.P.
26	28	11	6	28	11	7	2	5	6	8	19
問6. 1週間の着まわしに使っている服(下着は除く)の数を教えてください。(n=175)											
15着未満	15着~30着	30着以上									
81	90	4									
問7. 着まわしに使っている服でピンク色が主体のものはありますか。(n=175)											
全くない	1~3着	4~9着	10着以上								
46	99	25	5								
問8. ピンク色の服飾小物(靴、帽子、バック)を持っていますか。(n=175)											
全くない	1~3個	4個以上									
44	95	37									
問9. Light Pink のイメージとしてふさわしいものを、それぞれA~の中から3つ選んでください。(n=177)											
誘惑	初々しい	知的	切ない	挑戦	はかない	優雅	硬い	ピュア	力強い	甘い	情熱
5	106	10	14	5	19	24	2	127	4	135	1
問10. Deep Pink のイメージとしてふさわしいものを、それぞれA~の中から3つ選んでください。(n=176)											
誘惑	初々しい	知的	切ない	挑戦	はかない	優雅	硬い	ピュア	力強い	甘い	情熱
119	1	21	2	57	2	47	19	3	81	9	86
問11. あなたは Light Pink と Deep Pink どちらが好きですか。(n=173)											
Light Pink	Deep Pink										
132	41										
問12. 現在のあなたのファッショスタイルに一番近いと思うイメージを1つ選んでください。(n=172)											
セクシー	フェミニン	アバンギャルド	エスニック・フォークロア	アクティブ							
4	60	16	4	88							

今回の調査ではピンク色に対して「好き」と評価したものが全体の73.0%となり、「嫌い」を選択したものを大きく上回る結果となった(図1)。ピンク色の評価については平成20年に藤井康子氏が関西学院大学の女子学生153名に対しておこなった、「女子大生における色彩嗜好と印象操作との関連性—ピンク色を好む人について—」の調査の中でピンク色を好ましいと考える回答者の割合が「非常に好き」と「やや好き」を合わせて73.3%になったとしており、本論文の調査結果とほぼ同様の結果を得ている。また、ピンク色の服および帽子やバックといった服飾小物の所持数を調査したところ、一週間の着まわしに使用している衣服でピンク色ものを持っているかという問い合わせに対して73.7%が1着以上はピンク色の衣服を使用していると答えている。ピンク色の服飾小物の所持数についても回答者の75.4%は1つ以上所持している。これらの結果から、ピンク色は単に色としての評価が高いだけでなく、ファッションに活用する色としての評価も高い傾向であることが伺える。

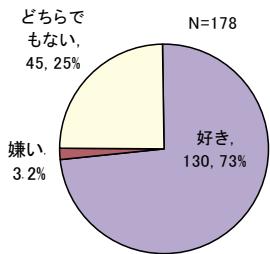


図1. ピンクいろに対する評価

特にどのようなピンク色の嗜好評価が高くなるのかを調査するために、ここではlight toneに属する淡いピンク色(Light Pink, PI-1, PI-2, PI-5, PI-6), bright tone及びsoft toneに属する濃いピンク色(PI-3, PI-4, PI-8, sf 24, Deep Pink), 黄色みが強いピンク色(PI-9, PI-10)に大別して、トーンと色相がそれぞれ異なる12色のピンク色の色票を用いて、好感が持てるピンク色(問3)、好感が持てないと感じるピンク色(問4)、自分に似合うと思うピンク色(問5)についてそれぞれ1色選択させたところ、PI-2やPI-5など明るい淡いピンク色は評価が高く、黄色みの強いピンク色のPI-9, PI-10や濃いピンク色のD.P.は評価が低い結果となった(図2)。また、sf 24のように比較的彩度が低いピンク色でも明度が低く暗い色調になるとピンク色としての評価は高くならないことがわかった。問5において好感が持てるピンク色と、回答結果が一致したのは回答者の30.2%で、約7割の回答者が問3と異なる色をここで選択している。しかしながら自分に似合うと思うピンク色について、選択させた結果をグラフにして好感が持てるピンク色の結果と重ねたところ、グラフの形状がほぼ同型になることがわかった(図3)。自分に似合うと思うビ

ンク色においても淡い色調のピンク色のほうが濃い色調のピンク色よりも評価が高くなる傾向になった。またLight PinkとDeep Pinkどちらが好ましいかという問い合わせでは76.3%がLight Pinkが好ましいと答えている。

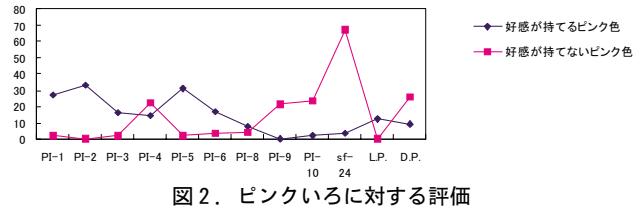


図2. ピンクいろに対する評価

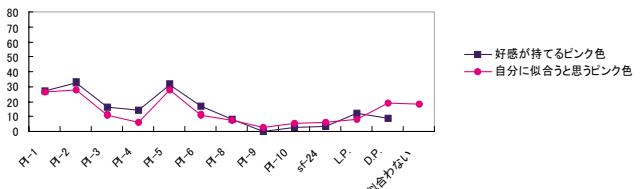


図3. 好感が持てるピンク色と自分に似合うと思うピンク色の比較

ピンク(Pink)とは本来「撫子」をさしており、薄い赤色の総称として使用されている。ピンク色は「やさしさ」「かわいらしさ」「幸福感」といったイメージを持ち、一般的に心理的に緊張をほぐしリラックスさせる効果があるといわれている。本論文でおこなった調査においてもピンク色のイメージを問う質問では回答者の91.6%はふわわしいものとして「かわいい」が選択されている(図4)。「癒し」のイメージが強い一方で、ピンク色は「魅惑」や「求愛」「高揚する心」を連想させる色もある。対照的なイメージを生み出す色として代表的なものに紫色があるが、カラー・シンボリズム・テスト(色彩象徴テスト)によれば、紫色は「高貴と下品」「あでやかさとはしたなさ」「神秘と不安」といった相反する性格が共存しているアンビバレントな色²⁾であるとされる。紫色が対象となる1色について全く異なるイメージが共存する色であるとするなら、ピンク色はその色の「濃さ」によって間逆のイメージが生み出される色であると考えられる。

財団法人日本色彩研究所監修、jafca「ピンク」委員会製作「恋するピンクと勝負のピンク vol. 1」の調査結果によると、「恋するピンク」に選ばれたのはマンセル値5 RP 7 / 8 RGP 値R 231 G 143 B 178 のLight Pinkに属する明るく淡いピンク色であり、選定理由として「かわいさ」「甘さ」「初々しさ」「ピュア」などがあがっている。対して「勝負のピンク」は近年ベリー系などと称されるDeep Pink マンセル値7.5 RP 4.5 / 1.3 RGP 値R 193 G 49 B 105 の強い(濃い)ピンク色が選ばれた。選定の理由としては「濃さ」「力強さ」「情熱的」「圧倒的」などがあげられている。淡いピンク色と濃いピンク色、2つの明度と彩度の異なるピンク色について実際に学生たちがどのようなイメージを

持つのか調べるために、財団法人日本色彩研究所監修jafca「ピンク」委員会製作「恋するピンクと勝負のピンク vol. 1」で「恋するピンク」と「勝負のピンク」に選定されたLight PinkとDeep Pinkの色票を用いてふさわしいと思うイメージを選択させたところ、Light Pinkについては「甘い」「ピュア」「初々しい」といったどこか幼く、か弱いイメージが上位に選ばれ、Deep Pinkについては「誘惑」「情熱」「力強い」「挑戦」など自ら働きかける強いイメージが上位に選ばれる結果となった(図5)。これらの結果から考えるとピンク色はその色が淡い場合は受動的な癒しのイメージが強くなり、濃い場合は挑戦的で自ら行動を起こす能動的なイメージが強くなるようである。

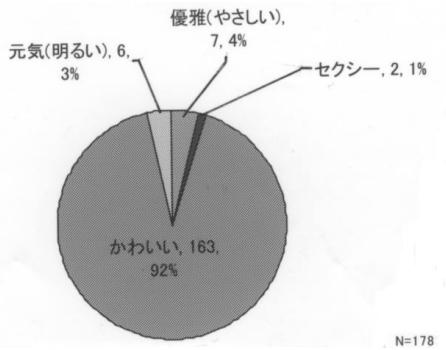


図4. ピンク色にふさわしいイメージについて

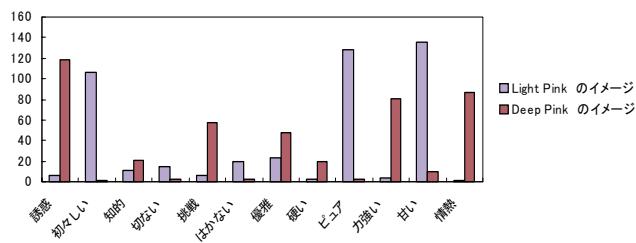


図5. Light Pink と Deep Pink のイメージ比較

淡いピンク色のイメージで日本人が思い浮かべる代表的なものとして「桜」がある。追加調査として平成22年度におこなったアンケートでLight Pinkのイメージについて自由記述させたところ、多数の学生が「桜」と回答している。桜は古来より日本で愛されている花であり、暖かい春のイメージやかわいらしさ、やさしさなどを連想させる植物もある。桜よりも少し濃度の濃いピンク色として桃の花があるが、日本人の美意識の中では、桃の花の色は桜に比べればどこか卑しい好色な感じになる³⁾ようである。それはその色が肉や紅潮した肌の色を連想させるためであるからといわれており、日本では「ピンク色」という単語がしばしば性的な意味で使用されることもある。しかしながらこれは日本独特の慣習で、西欧社会においては性的なものの比喩として「ピンク色」という言葉が使用されるることはほとんどない。調査の結果Deep Pinkにふさわしいイメージで最も多かったのが「誘惑」であり、色調の濃い

ピンク色に対する日本の伝統的なイメージが現代においても強く生きていることを暗示させる。同じ「ピンク色」という色相の区分でありながら色みの濃度の違いで評価に大きな差が生じる要因として少なからずこれらのイメージが影響を与えているのではないだろうか。

ファッションスタイルの違いがピンク色の評価にどのような影響を与えるか調査するため、問12において、セクシー(色っぽい)、フェミニン(かわいらしく女らしい)、アバンギャルド(パンクやロックに通じる個性的なスタイル)、エスニック・フォークロア(民族服調のスタイル)、アクティブ(機能的でシンプル)の中から現在の自分のファッションスタイルに近いと思うイメージを回答者に選択させたところ、図6に示す通りとなった。アバンギャルド、セクシー、エスニック・フォークロアについては今回選択者が少数であったため比較のデーターとしては使用しないこととする。フェミニン、アクティブのイメージを選択したグループのアンケート回答結果(問1、問2、問3、問4、問5、問9、問10、問11)についてクロス集計の後 χ^2 検定をおこなったところ、問1ピンクに対する評価(1%)、問2ピンク色のイメージ(5%)、問3好感が持てるピンク色(1%)、問4自分に似合うと思うピンク色(1%)、問11 Light PinkとDeep Pinkどちらが好みであるか(1%)にそれぞれ有意差が認められた。アクティブなファッションイメージの方がフェミニンなファッションイメージよりも濃いピンク色を好む(好感が高い)傾向がみられ、自分に似合うピンク色として濃いピンク色の選択値がフェミニンなファッションイメージのグループよりも多くなった(図7,8,9,10)。

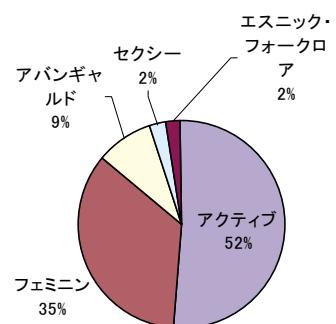


図6. 現在のファッションスタイルに近いイメージ

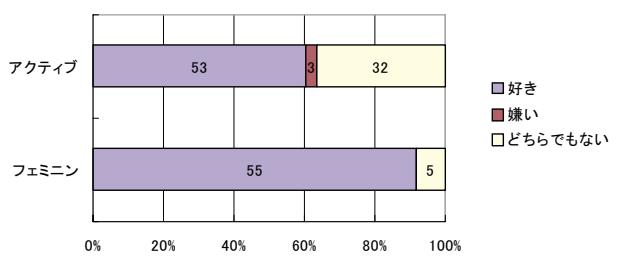


図7. ピンク色に対する評価(イメージ別比較)

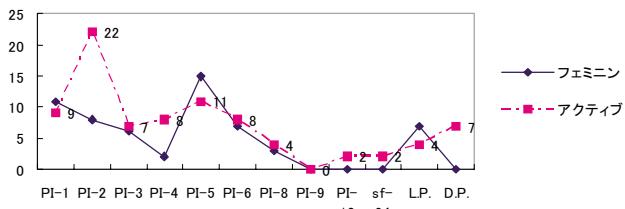


図8. 好感が持てるピンク色(イメージ別比較)

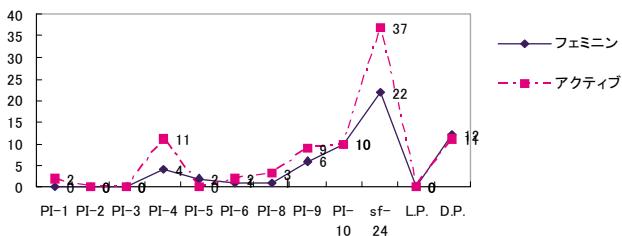


図9. 好感が持てないピンク色(イメージ別比較)

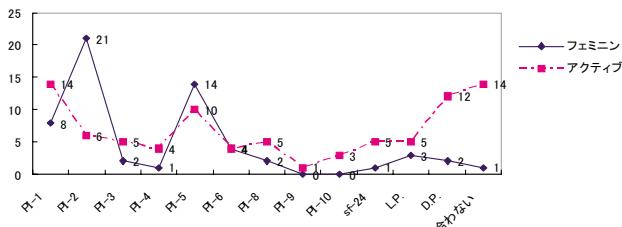


図10. 自分に似合うと思うピンク色(イメージ別比較)

4. まとめ

文化や環境が私たちの色彩嗜好に与える影響は大きい。黄色を例に挙げると、ヨーロッパでは黄色は妬みや嫉妬、裏切りといったあまり好意的でないイメージが強い。しかしながら幼児に好きな色を答えさせると、ヨーロッパの国々においても黄色は好きな色の上位になっている。黄色に対して悪印象が強いことについてはキリスト教の影響があると考えられており、レオナルド・ダヴィンチの「最後の晩餐」やジョット・ディ・ボンドーネ「ユダの接吻」で見られるように、絵画ではユダが黄色の衣服を身にまとめて描かれることがある。黄色がそもそも生理的に不快感を与える色だからキリストを裏切ったユダの衣を黄色に彩色したのか、ユダの衣が名画において黄色であったことからその色に対して人々がマイナスイメージを持つようになったのか真相を究明することは困難であるが、子どもらが黄色を好意的に感じていることから推測すると後者の説のほうが有力ではないだろうか。日本をはじめ、アジア諸国では特に黄色に限って嫌悪することはほとんどない。

私たちがピンク色に対して抱く感情にも純粋に生理的に

沸き起こるものだけでなく文化や社会的な影響から来る部分があることは興味深いところである。ピンク色のやさしさ、かわいらしさ、幸福感といったイメージについては世界的に共通していることからも、これらのイメージはピンク色を見たときに私たちが自然に感じる色彩感覚であると思われる。考察でも述べたように日本では特に濃度の濃いピンク色に対しては古くから艶めいたイメージを持っている。これが日本特有の色彩感覚であるのか、それとも世界的に共通するものであるのか結論付けるに足る資料を今回は残念ながら得ることができなかったが、いずれにせよ日本ではこの色に対し猥雑なイメージを植えつけるような使われ方が現在まで長らく続いていることは事実である。そのためなのか、このピンク色を身につけることに対して抵抗感を覚える人も少なくないようである。

生まれ育った環境が色彩感覚に影響を与えるならば、世代によって色に対して抱く感情に違いが現れることも十分に考えられることである。今回ピンク色の調査をした中で、Light PinkとDeep Pinkのイメージとしてふさわしいと思うものを語群から選択させたところ若干名ながら「知的」を選択したものがいた。ピンク色の従来のイメージを思うと、この色に「知的」なイメージを当てはめるのはやや不自然にも思われるのだが、ピンク色が女性的な色であるということを念頭に置いて推測するに、現在10～20代前半の平成生まれの若者が育った1990～2000年代は女性の社会進出が大きく推奨された時代である。学校教育におけるジェンダー教育も盛んで1999年には男女共同参画社会基本法が成立、就職し男性と肩を並べて活躍する女性たちは現在に至るまで増加し続けている。若者達がピンク色に対して「知的」に感じること、それは社会進出して活躍する女性たちの功績に由来するものではないだろうか。濃いピンク色に「知的」なイメージを選んだ回答者が多くいたことからも、強く、自立した女性像をこの色に重ねているようにも思われる。ジェンダーフリーの時代を向かえ、性別にとらわれない価値観が生まれてくる中でピンク色がどのように若者たちに受け入れられてそのイメージが変化していくのか今後も継続して調査を行っていきたい。

終わりに、本研究を行うにあたってアンケートにご協力いただきました本学家政学部服飾美術学科学生一同に深謝いたします。

引用文献

- 1) 松岡武：色彩と心理おもしろ辞典 色が人を動かす，三笠書房，2006, p.126
- 2) 松岡武：色彩と心理おもしろ辞典 色が人を動かす，三笠書房，2006, p.129

- 3) 新編カラーレンジマニュアル100 〈PDF版〉, 財団法人日本色彩研究所, 2008, p.27

引用外参考文献

- 1) 財団法人日本色彩研究所監修 jafca 「ピンク」委員会
製作「恋するピンクと勝負のピンク vol. 1」, 2009
- 2) 流行色(No.556, No.558), 財団法人日本ファッショ
ン協会流行色情報センター, 2009
- 3) 藤井靖子：女子学生における色彩嗜好と印象操作との
関連性—ピンク色を好む人について—, 臨床教育心理
学研究vol.34, 2008
- 4) 末長蒼生：色彩心理の世界, PHP研究所, 2001,
p.97-113

Summary

Our questionnaire concerning the preference of the pink color for the college women showed that over seventy present of them were “friendly” and over 90% of them selected “lovely” as the most suitable image of pink. As for the pale pink color, it was favored over deep pink. Those who selected active fashion style favored the deep pink color. The students selected images “sweet”, “pure”, “tender” for the pale pink color, while “seduction”, “zeal”, “power” for the deep color.