

パーソナルカラーにおける固有感情と表現感情について

NPO 日本パーソナルカラー協会

NPO Japan Personal Color Association

Keywords: パーソナルカラー、固有感情、表現感情、色彩効果、色の属性

1. はじめに

1980年代半ばに渡来したパーソナルカラーは「似合う色」を提案するニュービジネスとしてスタートし、今日まで注目を集めている。しかしながら、「似合う色」の選択根拠は曖昧・不明瞭な現状がある。その原因の1つとして、共通に定義できる理論的な判断の基準が立証できないことが推測される。その結果様々な流派が出現しているがパーソナルカラーという分野全体への根底にある不信感はぬぐえない。当協会は現場に携わる立場から創立以来10年以上にわたる研究を重ねこの問題点を追及してきた。これまで診断した多くの臨床例から考察し、属性の異なる様々なテストカラーを顔の周辺に配置した時に生じる顔の見え方の変化に一定の法則があるのではないかという推論に至った。今回、それを実証する試みの一環として「似合う」と判断する根拠に、誰もが共通に感じる固有感情に近い感情効果があるという仮説を立て、無作為に選出した228名に対し調査を実施した。

用意したテストカラーは以下のとおりである。

- ① 色相のみが異なり、明度、彩度、清濁は近似した2枚1組の色。複数組。
- ② 明度のみが異なり、色相、彩度、清濁は近似した2枚1組の色。複数組。
- ③ 清色、濁色のみが異なり、色相、明度、彩度は近似した2枚1組。複数組。

この方法により、回答者が個々の色の属性の反応を他の属性の影響を受けることなく観察することが出来た。今回の発表はこの調査の解析結果を踏まえ結果、当協会が推測したパーソナルカラーの判断基準となりえる固有感情の有効性を問うものである。

2. 調査方法

- ①被験者：日本パーソナルカラー協会主催のパーソナルカラーフェア 2013 来場者の中で色彩の知識の有無に係わらず無作為で選出した希望者。
- ②回収数： 総回収数 228 サンプル 有効回答数 206 サンプル有効回答率 90.4%

③条件： 自然光の入らない室内の色彩調査ブースを作成。均一の人工光源（6000K）を使用。

④モデル： 延べ人数 21 名。平均年齢 38 歳

④回答方法： 色の属性（色相、明度、彩度、清濁）の異なる2枚1組の色布を貼ったボードをモデルは胸元に3回交互にあてる。対面した被験者はモデルの顔に出る反応を視感で確認し5段階の選択法の記載されたシートにて回答する。

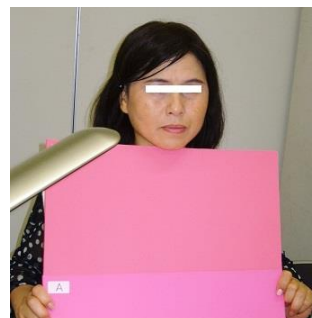
写真1: 対面した被験者(モデル)の顔を観察する



写真2: 同色相・同明度・清濁に差のある2枚を交互に、顔の下にあて、被験者の肌の質感の変化を観察する



写真3: 同明度・清色で黄み寄りと青み寄りのピンクの2枚で顔色の変化を確認する



3. 結果

結果は以下の一覧を参照されたい。

表1:＜設問＞

問1	どちらの色が、肌が白く見えますか。	A: ブルーベースピンク	B: イエローベースピンク
問2	どちらの色が、肌が黄みを帯びて見えますか。	A: ブルーベースピンク	B: イエローベースピンク
問3	どちらの色が、肌が白く見えますか。	A: イエローベースの青	B: ブルーベースの青
問4	どちらの色が、肌が黄みを帯びて見えますか。	A: イエローベースの青	B: ブルーベースの青
問5	どちらの色が、顔が明るく見えますか。	A: 暗いグレイ	B: 明るいグレイ
問6	どちらの色が、顔が小さく見えますか。	A: 暗いグレイ	B: 明るいグレイ
問7	どちらの色が、顔が明るく見えますか。	A: 明るい青	B: 暗い青
問8	どちらの色が、顔が小さく見えますか。	A: 明るい青	B: 暗い青
問9	どちらの色が、肌に光沢が出て見えますか。	A: 清色の赤	B: 濁色の赤
問10	どちらの色が、輪郭線がはっきり見えますか。	A: 清色の赤	B: 濁色の赤
問11	どちらの色が、肌に光沢が出て見えますか。	A: 濁色の緑	B: 清色の緑
問12	どちらの色が、輪郭線がはっきり見えますか。	A: 濁色の緑	B: 清色の緑

表2:＜設問への回答＞

	1	2	3	4	5	合計
	A	どちらかと言えばA	どちらとも言えない	どちらかと言えばB	B	
問1	134	71	1	0	0	206
問2	0	1	1	72	132	206
問3	10	27	13	67	89	206
問4	101	76	16	10	3	206
問5	10	15	11	51	119	206
問6	110	67	15	7	7	206
問7	103	75	9	15	4	206
問8	6	14	19	78	89	206
問9	126	65	7	5	3	206
問10	107	65	9	17	8	206
問11	16	17	15	79	79	206
問12	7	14	14	77	94	206

4. 考察

被験者(モデル)の生来の顔色にかかわらず、1つの色相に対し色相環上青み寄りの色(ブルーベース)を配するとほとんどの回答者が「顔色が白く見え」、黄み寄りの色(イエローベース)を配するとほとんどの回答者が「顔色が黄みを帯びて見える」と回答した。明度差のあるテストカラー、清色／濁色の違いのあるテストカラーも同様であった。(表2参照) この結果から顔の色や形や質感は、テストカラーの色の属性に対して同化的な見え方の変化が生じており、そこには固有感情といて差し支えの無い共通の感情効果があることが調査解析で顕著になった。パーソナルカラーにおいて「似合う色の提案」をする場合、意識、無意識にかかわらず判断の根底に固有感情の存在を推測することが出来る。例えば、前述した肌が黄みを帯びて見えるという現象に対して、個々の主観的な判断要素である表現感情においては、ある診断者は黄みを帯びた印象を「血色が出て元気に見える」と捉え、ある判断者は「顔が黄ばんでくすんで見える」と捉える結果が生じる。パーソナルカラーの診断が統一されない、根拠があいまいであるという指摘に対しては診断者の技量は別としても、パーソナルカラーの診断が表現感情を主に提案されているという現状があるからと推測される。パーソナルカラーにとって固有感情に関する知識と技能の習得は必須である。

5. おわりに

現状のパーソナルカラー診断は固有感情と表現感情が混在していることがほとんどである。固有感情と表現感情を整理して習得し、使い分けることにより「似合う色の提案」にとどまらず有効な色彩効果として市場を拡大できると推測する。

※2020年に「固有感情」を「共通心理」、「表現感情」を「個別心理」へと、より明快な名称に変更しました。