

色が与える心理的効果

1年2組 片山 俊 1年3組 赤松 駿 1年3組 魚崎 一成
1年4組 船田 颯太 1年4組 横山 瑛志
指導者 井上 淳一

1 課題設定の理由

私たちは男女間での色の見え方が違うことを知り、それならば世代間でも違いが出てくるのではないかと考えた。その結果をどのように用いれば地域に貢献できるかを考えたところ、色の見え方の違いを用いて、より手に取りやすいパッケージを作れるのではないかと考えた。

2 仮説

先行研究より、色相の好みの順位は、①青②赤③緑④紫⑤橙⑥黄 である。これは、商品全体のことである。食品のみで考えると、暖色系が好まれた。よって、私たちが行う実験の結果も全体的に暖色が好まれると考えた。また、男女間でも差が生じると考えた。

3 実験・研究の方法

(1) 方法

仮説に基づきアンケート(図1)を作成し、アンケートを実施する。アンケートの内容は、カレー、オムライス、みかんの画像の背景を変えたものを見せ、それぞれ「4. おいしそうに見える」「3. 少しおいしそうに見える」「2. あまりおいしそうに見えない」「1. おいしそうに見えない」の4つで回答してもらおう。アンケートの対象者はRSIの生徒とし、アンケート結果をもとに項目分けをして統計を取る。

C講座 25班

該当する箇所を丸をつけてください。

(男・女) 年齢()代 *例16歳→10代

提示した画像を見て感じる印象を、次の4段階でお答えください。

4. おいしそうに見える 3. 少しおいしそうに見える 2. あまりおいしそうに見えない
1. おいしそうに見えない

オムライス

①	②	③	④	⑤	⑥

カレー

①	②	③	④	⑤	⑥
⑦	⑧	⑨	⑩		

みかん

①	②	③	④	⑤	⑥
⑦	⑧	⑨	⑩		

ご協力ありがとうございました。

図1 アンケート用紙

4 結果と考察

(1) 結果とグラフより

下のグラフはアンケート結果をもとに、それぞれの食品の背景として、どれが好意的に見えたか、男女別に作成したものである。

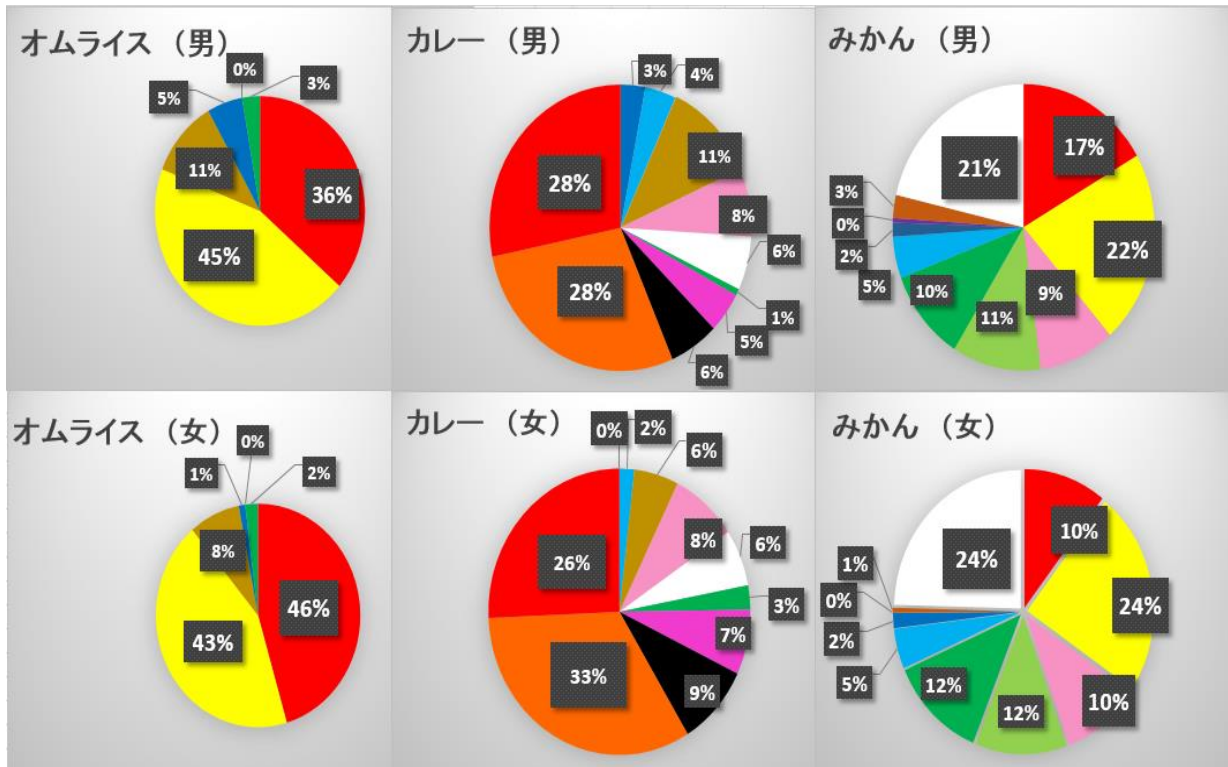


図2 アンケート結果グラフ

オムライスは、暖色である赤、黄、茶の割合は男が92%、女97%で男女ともに90%以上が「おいしそう」と回答している。男女間の差も10%以内である。カレー、みかんでも同様である。カレーでは、男が80%、女73%と暖色系が好まれ、男女間の差は10%以内になっている。みかんでは、男51%、女45%とこれも暖色系が好まれ、男女間の差は10%以下になった。

5 まとめと今後の課題

今回の実験では私たちが立てた仮説の通り、食品系のものでは暖色系が好まれることが分かった。だが、男女間の差は余り見られなかった。したがって、食品に関しては男女間で色の感じ方の差はないと分かった。今後は、この実験結果をもとにパッケージ開発を行っていくが、色の好みだけではパッケージは作れないと分かったので、色の組み合わせ等にも重点を置きながら課題研究に取り組んでいきたい。

謝辞

アンケートに協力してくださった皆様にこの場を借りて感謝の意を表します。

参考文献

- ・「食品の色彩嗜好に関する年齢および男女間の変動」(川染節江 1987年 日本家政学会誌)
- ・「色彩が消費者心理に与える影響について」(明智しおり 2014年 高知工科大学マネジメント学部)