

B—16 セーターとスカートの色彩嗜好の動態

東京家政学院短大 今井 弥生

1. 消費者が婦人服を購入する際、色彩が大きなセールス・ポイントになっている実情から、最近特に色彩についてのマーケティング・リサーチが重要視され、実施されている。

色彩嗜好は製品の用途によって、かなり相違がある。しかるに婦人服の用途別の色の好みに関するデータは極めて少ない。本報告は消費者の身近な、セーターとスカートの色彩嗜好を時系列的に分析し、その製品特有の動態をとらえ、生産面にも役立てたいと考えた。

2. 対象は当短期大学の1年生1400名で、期間は1957～1963年の7年間にわたり、毎年2月に実施した。

試料は日本色彩社の97標準色を用い、質問紙法により色票を選出させ、嗜好率を年度ごとに集計して検討した。

3. この年代ではホワイト、イエロー、スカイ、ピンク系をセーターに、ダークブルー、ブラウン、メディアムグレー系をスカートに好む傾向がある。

流行色の影響も嗜好率の高い方に顕著であるが、ブラック系のようにスカートに圧倒的であったものが、昨年

からセーターに多くなった例外もある。

従ってブラック系は、レッド、ベージュ系等と共に、両方に好まれる系統といえる。

またゴールド、オリーブグリーン、リーフ、ラベンダー、ライラック、レッドパープル、ワイン系等は、両方に好まれなことがわかった。