

目的 蛍光増白剤が普及した今日、我々消費者が一般に衣生活で要求している白さほどの程度であり、それらほどのような要因と関連しているかを把握するため調査を実施した。

方法 直接染料型蛍光増白剤により12段階の濃度(0~5%owf)で増白処理を行なった綿ブロード(#60)をそれぞれ額縁状の灰色台紙にはさんだ試料を、被検者に提示して次の事項について官能検査を行なった。すなわち“白”に対する知覚、白さに対する感覚および嗜好性、さらに外衣と肌着別に、衣服に具体化する場合に選択する白さである。調査の対象地域と人数は、東京100人、札幌98人、鹿児島100人、アメリカ(サンフランシスコ、ラーレイ)60人であり、国内では、男女および年齢層(16-30才、31-50才、51才以上)の比率をなるべくそろえた。

結果 白度はNo1~No12で表わし、番号が増加するほど増白度が増加する。

- 1) “白”としての知覚：蛍光増白処理を施さない漂白のみの白さ(No1)を“白”と認める人は、国内平均29%であった。86%以上の人に“白”と認められる白さは、FWスケール3~4号に相当する。虹彩色の相違は無関係であるが年齢の影響が若干見出された。
- 2) 白さに対する感覚：年齢や虹彩色の相違は影響をおよぼしていなかった。
- 3) 好ましい白さ：FWスケール4号に相当するNo9, 10が最も多く好まれた。
- 4) 外衣に選択される白さ：No8, 9, 10が多く、地域差が若干見出された。
- 5) 肌着に選択される白さ：No10が多く、外衣より感覚的な“白い”ものが選択される傾向があった。