

山陽学園短大○江口玲子 共立女大家政 杉田洋子 文化女大家政 香川幸子
 盛田真千子 山梨大教育 矢崎浄子 共立女大家政 小林茂雄

目的 消費者ニーズの多様化、個性化、流動化が進展する中で、色の重要性が問われる時代になってきた。我々は通常、慣用色名により色を表現するが、この慣用色名の認識は生活環境などの要因により異なると思われる。そこで女子学生を対象にして、慣用色名と生活意識との関連について検討を試みる。

調査及び解析方法 調査及び調査対象者、データ数、調査時期は前報と同じである。調査内容は関心事、生活態度、ファッションに対する考えや興味、嗜好色など26の質問項目である。評定結果をもとに、因子分析により基本的因子を抽出し、更に因子得点をもとに基本的因子と慣用色名の認識度との関連について考察する。

結果 因子分析により、基本的因子（固有値1.0以上、バリマックス回転）を抽出したが、それらの因子は次の通りである。なお第9因子までの累積因子寄与率は57.5%である。

第1因子； 色の嗜好性の因子（因子寄与率7.9%） 第2因子； 開放革新性の因子（7.0%） 第3因子； ナチュラル志向性の因子（8.5%） 第4因子； 個性派嗜好性の因子（5.4%） 第5因子； 実利性（経済性）の因子（5.5%） 第6因子； ファッション性の因子（6.8%） 第7因子； 慎重性の因子（5.3%） 第8因子； 保守性の因子（6.2%） 第9因子； 政治関心性の因子（4.9%）である。また、基本的因子の因子得点の大きさをもとに、各被験者の慣用色名の認識度との関連性を検討した結果、色の嗜好性の因子、ナチュラル志向性の因子などに特徴がみられ、慣用色名の認識度は被験者の生活意識に影響される。