

キーワード：

- かわいい
- かわいい色
- 配色パターン
- 美意識
- グラフィックデザイン

本研究では、それを新たな視点で検証した。研究にあたっては、常葉大学デジタル表現デザインコース履修生を対象に、作品制作による調査を行った。当コースの学生は、イラストレーションやキャラクターデザインに興味があり、「かわいい」感が他の世代や学部学生よりとりわけ敏感であると想定される。実験のねらいは、美意識の「かわいい」を色や形を駆使して表現するなかで日本人特有の共通の美意識を明らかにすることを目的とする。

はじめに

日本の現代におけるグラフィックデザインの業界は、過去からの伝統的な美意識の影響があると見受けられる。デザインに携わる外国人にとって、その影響は「日本人がデザインしたもの」として容易に見分けられる特性がある。これらは以前に、日本人とタイ人の文化を比較することで明らかにすることを試みた。その中でもとりわけ伝統的美意識を現す、以下の19の美意識に着目したい。「ものあわれ、わびさび、あきらめ、無常、間、余白、記憶、奥、不連続、暗示、粋、軽み、単純、象徴、精緻、平面、あいまい、かわいい、かっこいい」これらの美意識は視覚感覚のみならず、空間感覚、心的感覚にまで影響を与えると推測される¹。

本研究では、それを新たな視点で検証した。研究にあたっては、常葉大学デジタル表現デザインコース履修生を対象に、作品制作による調査を行った。当コースの学生は、イラストレーションやキャラクターデザインに興味があり、「かわいい」感が他の世代や学部学生よりとりわけ敏感であると想定される。実験のねらいは、美意識の「かわいい」を色や形を駆使して表現するなかで日本人特有の共通の美意識を明らかにすることを目的とする。

「かわいい」とは

現代のポップカルチャーの中で、「かわいい」は一つのキーワードとなっている。漫画やアニメなどの物語の登場人物に扮するコスプレ、ハローキティに代表されるキャラクターなど、日本発の「かわいい」文化は世界中で注目されている。「かわいい」は、日本のものだけではなく、Kawaiiとして海外でもそのまま使われている。

古賀令子 (2009) は「かわいいの素」を、丸い(形)、明るい(色)、柔らかい(感触)、あたたかい(温度)、小さい(大きさ)、弱々しい(構造)、なめらか(語感)とした²。一般的には、「かわいい」という意味は、ちいさい、愛らしい、守ってあげたいという、非闘争性や非攻撃性を持つと考えられる。すなわち、「かわいい」は、決して他人を攻撃したり傷つけたりすることはないという安心感がある言葉である³。

江戸時代の葛飾北斎の北斎漫画に日本のキャラクターの原型を見ることができる。北斎漫画の人型の面白さの表現は、日本のアニメーションやキャラクターなどの「かわいい」の元型に通じるものがある⁴。日本の現代芸術においては、村上隆、奈良美智、グルーヴィジョンズなどの作品が「かわいい」と称される⁵。

清澤雄 (2014) によると、女性がかわいいと感じる色は、全体でベビーピンク、ピンク、コーラルが50% を超え、ピンク系が「かわいい」と感じる色で、その中でも、より明るく、ソフトな印象のベビーピンクが最もかわいいと評価される⁶。

また、小林重順 (1995) の株式会社日本カラーデザイン研究所の言葉イメージスケール(図1)と配色イメージスケール(図2)によると「かわいい」という言葉は図1のプリティの位置にあり、言語イメージスケールは図2のプリティの位置にあり、「あどけない、かわいい、子供らしい、キュートな」などの言葉がある。

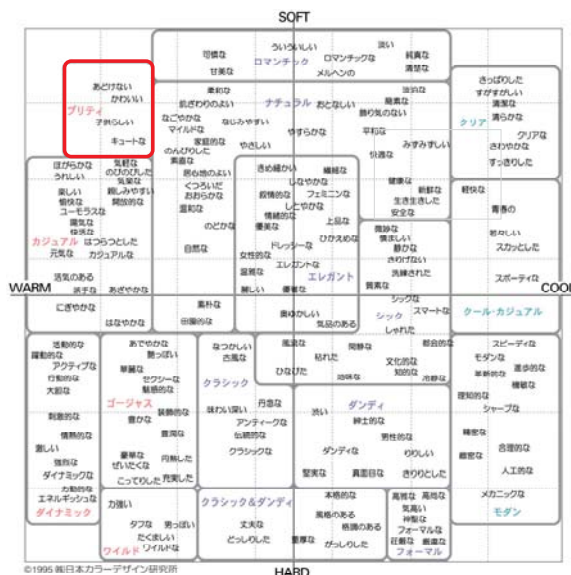


図1 言葉イメージスケール⁷ 形容詞や形容動詞など修飾的に使われる語を中心に180の言葉がプロットされている。

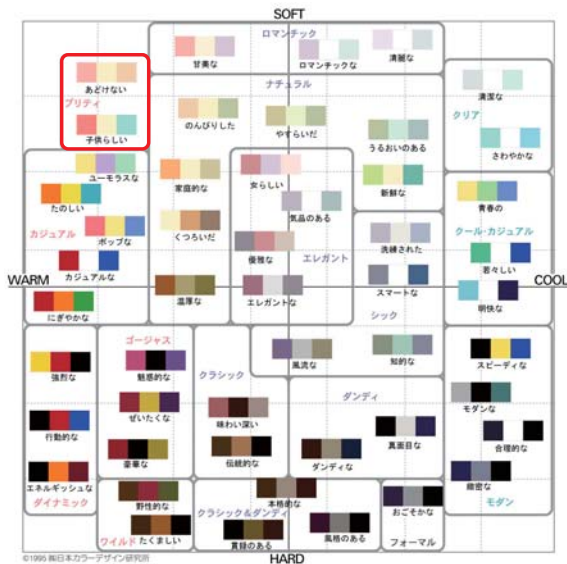


図2 配色イメージスケール

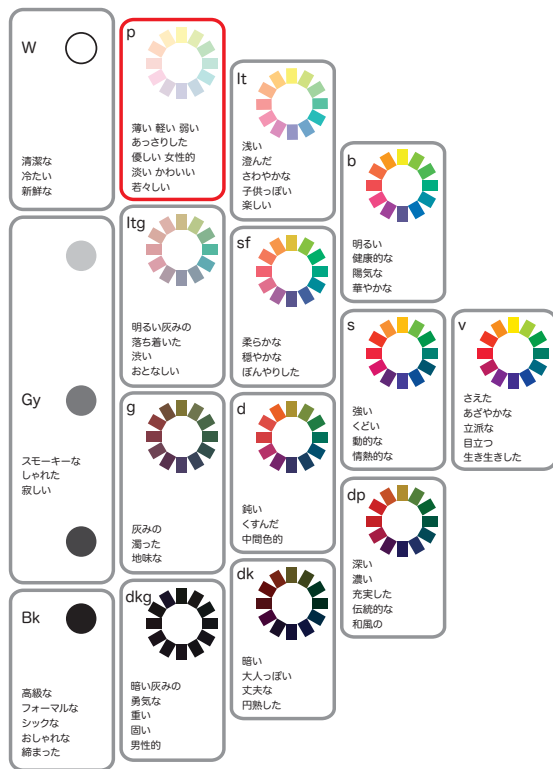


図3 トーンのイメージ⁸⁾ 各トーンにイメージとなるキーワードが与えられている。

PCCSとは、日本色研配色体系: Practical Color Coordinate System のことで、財団法人日本色彩研究所が発表したカラーシステムである。PCCSは、「色相」「明度」「彩度」の三属性で色を表す方法の他に、「明度」と「彩度」を融合した「トーン(色調)」という概念を持っており、「色相」と「トーン」の二属性で表すことができる。色相ごとに12種のトーンに分けられ、各色相からトーンと同じ色をまとめている。トーンのイメージは図3のように分類を示した。「かわいい」という言葉は高明度で低彩度パール・トーン(p)の位置にあり、パール・トーンには「薄い、軽い、弱い、あっさりした、優しい、女性的、淡い、か

わいい、若々しい」などのイメージがある。

本研究では「かわいい色」とはどんな色なのか具体的な形や質感などを組み合わせたデザインの調査で明らかにすることを目的とする。

研究方法

この研究では常葉大学デジタル表現デザインコースの2年生の女性30名と男性3名、計33名を被験者とした。全員美術系大学生である。第1の調査は2015年6月、第2の調査は2015年10月に行った。

研究は2段階に分けて行った。第1の調査では、学生は大学の実習室において、自分の選んだ本の「かわいい」をテーマとした広告デザインをA4サイズで制作した。次に、学生は制作作品に対して「かわいい」の意味と「かわいい」の表現方法について説明の記載をした。所要時間は2日間で約6時間であった。第2の調査では、33人の学生の作品を元に作成した33の配色パターンから、同じ学生に「かわいい」と思うパターンを3つ選ぶというアンケートを行った。

分析とグループ

1) 広告デザインを使った配色パターンと割合

広告デザインを使った配色パターンとは、学生が「かわいい」をテーマに作成した広告デザインに、どの色がどのくらい使用されているかの色の割合を示したものである。これは被験者33人をパターンにしたものであり、33の配色パターンができた。

図4により、33の配色パターンは大きく2グループ、すなわちピンク系とピンク系以外に分けられる。Aはピンク系(24点)のグループで、Bはピンク系以外(9点)のグループである。AはBの約2.5倍である。

2) ピンクトーンのCMYK値

図4の配色パターンと色の割合の結果により、「かわいい」にピンクを使用する割合が高いことが明白になった。そのため、ピンクトーンだけCMYK値で分析することにした。

図5のピンクトーンは図4の配色パターンから表したものであり、全部で31トーンある。図5によると、マゼンタ(Magenta)は10%から100%まで利用した。マゼンタとイエローの組み合わせでは、イエロー(Yellow)を1%から35%まで利用した。マゼンタとシアン(Cyan)、マゼンタとブラック(Black)の組み合わせなかった。

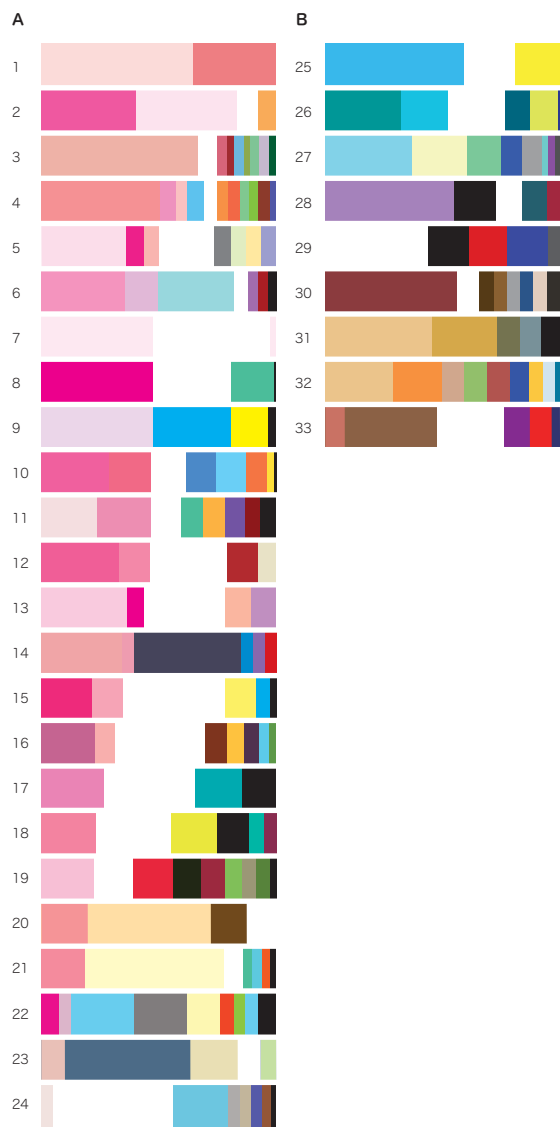


図4 配色パターンと色の割合 (33人分)

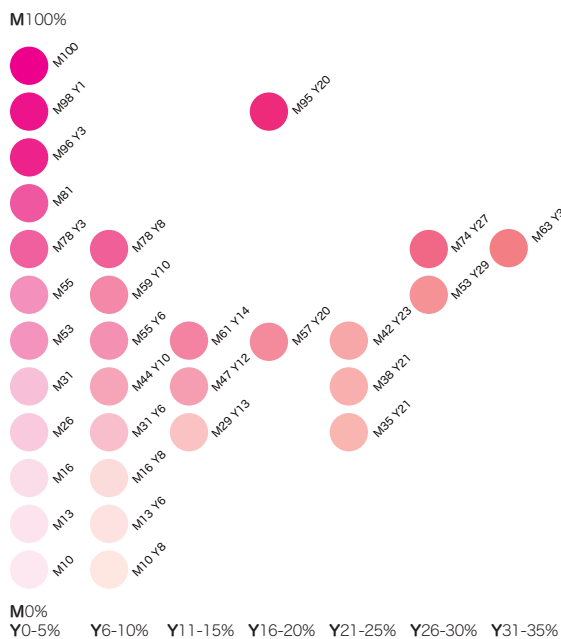


図5 ピンクトーンのCMYK値

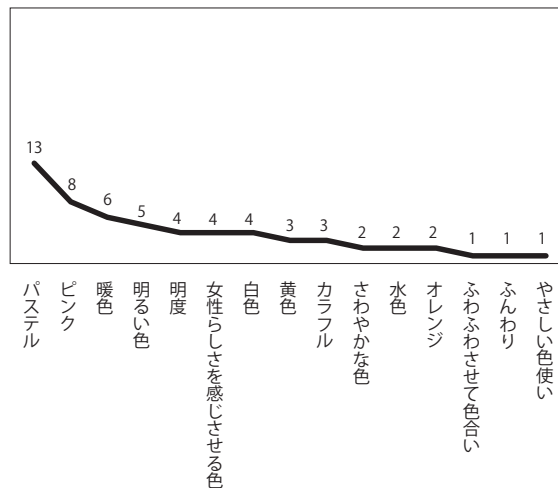


図6 色のグループ

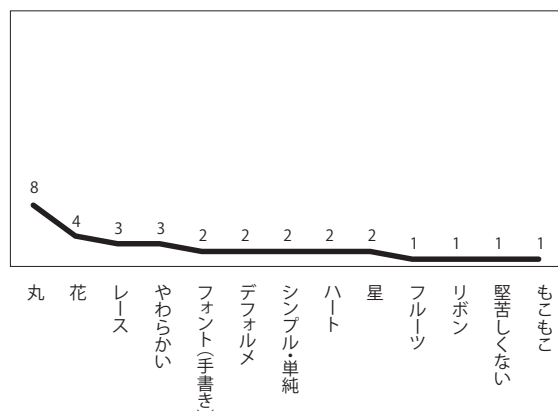


図7 形・質感のグループ

3) 「かわいい」の意味と表現方法

学生33名が作品に対して、「かわいい」の意味と「かわいい」の表現方法について記載したキーワードを分析した。そのキーワードは大きく2つ、色のグループと形・質感のグループに分けられる。図6は色についてかわいさの表現方法を表したグループであり、図7は形・感覚についてかわいさの表現方法を表したグループである。

図6によると、学生が色のキーワードについて一番多く使った表現方法は「パステル」で、33人中13人であった。その他は「ピンク」(8人)、「暖色」(6人)、「明るい色」(5人)、「明度が高い/女性らしさを感じさせる色/白色」(4人)、「黄色/カラフル」(3人)、「さわやかな色/水色/オレンジ」(2人)、「ふわふわさせて色合い/ふんわり/やさしい色使い」(1人)であった。

図7によると、学生が形・質感のキーワードについて一番多く使った表現方法は「丸」で、33人中8人であった。その他は「花」(4人)、「レース/やわらかい」(3人)、「手書きのフォント/デフォルメ/シンプル・単純/ハート/星」(2人)、「フルーツ/リボン/堅苦しくない/もこもこ」(1人)であった。

結果と考察

1) 図4から配色パターンと色の割合の結果は図8の通りである。配色パターンのランキング結果によると上位3はピンク系が並んでいる。その結果、ピンク系が「かわいい色」と感じる色であることが明らかとなった。

また、「かわいい色」について作った人(学生が作品を制作した時)と見る人(学生がアンケートを行った時)の感覚は違うことが明らかとなった。配色パターンのアンケートでは、33人中1人しか自分の配色パターンが「かわいい色」として選んでいなかった。自分の配色パターンが「かわいい色」として選んだ1人は3番目で自分が制作した色を選んだ。

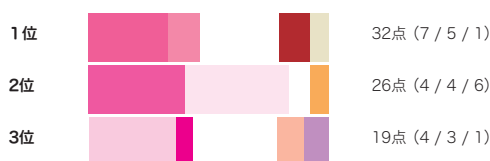


図8 配色パターンのランキング結果

注：図4配色パターンに基づく(質問)最もかわいい配色パターンはどれですか？3つあげてください。(1位なら3点、2位なら2点、3位なら1点とし、総合得点順に並べた)

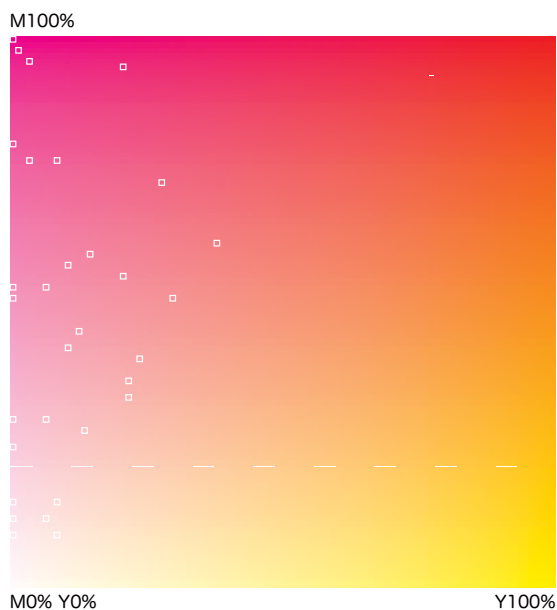


図9 ピンクのカラーチャート(マゼンタ100%とイエロー100%の組み合わせ)

2) 図5からピンクトーンのCMYK値は図9のピンクのカラーチャートの通りである。31トーンのピンクがカラーチャートの位置(マゼンタとイエローの組み合わせ:M100 Y100 図9)によると、マゼンタ(Magenta)は10%から100%まで利用していることが分かった。その結果、「かわいい色」はマゼンタ傾向であり、幅広いバリエーションがあることが明らかとなった。

一方、イエロー(Yellow)は35%まで組み合わせたものにとどまり、黄色「かわいい色」としてはあまり使用されて

いないといえる。

3) 図6色のグループと図7形・質感のグループの比較は図10の通りである。図10により、デザイナーが「かわいい」を表現するには、形と質感より色のイメージが強いことが明らかとなった。しかし、形と質感もどのようにイメージしているのかも「かわいい」の重要な要素であり、今後の課題と考える。また、「かわいい色」と具体的な「形と質感」などを組み合わせたデザインについても研究対象となると考える。

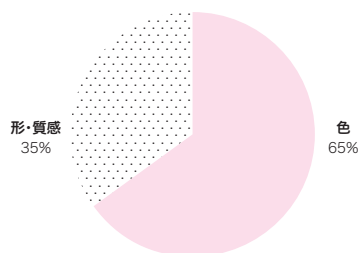


図10 色と形・質感の比較

注：図6色のグループと図7形・質感のグループに基づいて比較する

注および参考文献

- 1 チラユ ポンワフルット (2013)「日本の現代グラフィックデザインにおける伝統的な表現特性に関する研究」女子美術大学. 博士論文.
- 2 古賀令子(2009)『「かわいい」の帝国』青土社. 12頁を参照。
- 3 會澤まりえ(2010)「かわいい文化の背景」、『尚絅学院大学紀要』(59), 23-34を参照した。
- 4 村上隆(2000)『スーパーフラット』マドラ出版. 12頁を参照。
- 5 篠原資明(2012)「かわいいの構造」、『あいだ/生成 = Between/becoming』(2), 1-11を参照した。
- 6 清澤雄(2014)『かわいい色の調査結果に基づく評価者のクラスター分類とその嗜好特性』日本感性工学会論文誌. 13. 115頁を参照。
- 7 小林重順・日本カラーデザイン研究所(1997)『カラーリストー色彩心理ハンドブック』講談社.
- 8 有本祝子、岡村美知(2005)『はじめて学ぶ色彩と配色の基礎知識—わかりやすい〈ファッションコーディネート色彩能力検定3級〉』永岡書店. 56頁を参照。

■参考文献

- 四方田犬彦 (2006) 『「かわいい」論』筑摩書房.
- 松田行正 (2013) 『和的—日本のかたちを読む』エヌティティ出版.
- 真壁智治 (2009) 『カワイイパラダイムデザイン研究』平凡社.
- 真壁智治 (2014) 『ザ・カワイイヴィジョンa: 感覚の発想』VNC.
- 真壁智治 (2014) 『ザ・カワイイヴィジョンb: 感覚の技法』VNC.
- 櫻井孝昌 (2009) 『世界カワイイ革命』PHP研究所.