報道関係各位

ニュースリリース
2013 年 9 月 11 日
株式会社インテージ
（東証 1 部：コード 4326）

アジアインサイトレポート　第 4 弾
『アジア 4 ヵ国の色に関する意識調査～男性らしい・女性らしい・子どもらしい色編～』
4 ヵ国共通で“男性らしい”色のトップは「ブラック」。“女性らしい”色のトップは「ピンク」
“子どもらしい”は明るいトーンのさまざまな色相で分散。アジア 4 ヵ国で類似した傾向

株式会社インテージ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：宮首　賢治）は、アジアの人々の意識や行動を探るため、当社の海外グループ会社と協力し、アジア地域の人々を対象にさまざまなテーマで実施した自主企画調査「アジアインサイトレポート」を発行しています。
第 4 弾のレポートでは、株式会社日本カラーデザイン研究所と共同で実施した『アジア 4 ヵ国の色に関する意識調査～男性らしい・女性らしい・子どもらしい色編～』を発表します。本調査は、2013 年 1～4 月に日本、中国、タイ、ベトナムの 20～50 代一般男女・各国それぞれ約 80 人を対象に、調査用紙自記入法（色見本のパネル併用）にて行い、結果をまとめました。

分析者：　株式会社インテージ　　パタナセタポン　ペイ
株式会社日本カラーデザイン研究所　　稲葉　隆

調査結果

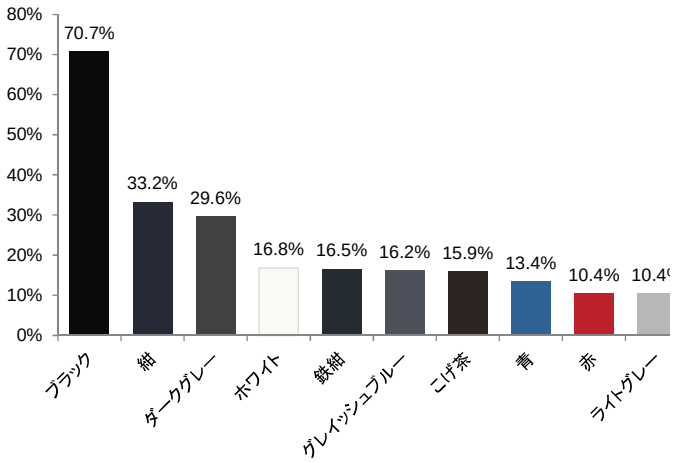
1. 『男性らしい』『女性らしい』『子どもらしい』色：4 ヵ国合計

4 ヵ国共通で、『男性らしい』色は「ブラック」をトップにダークカラー。『女性らしい』はピンク系
『子どもらしい』色は「ピンク」「クリーム」「オレンジ」など明るくソフトなカラー

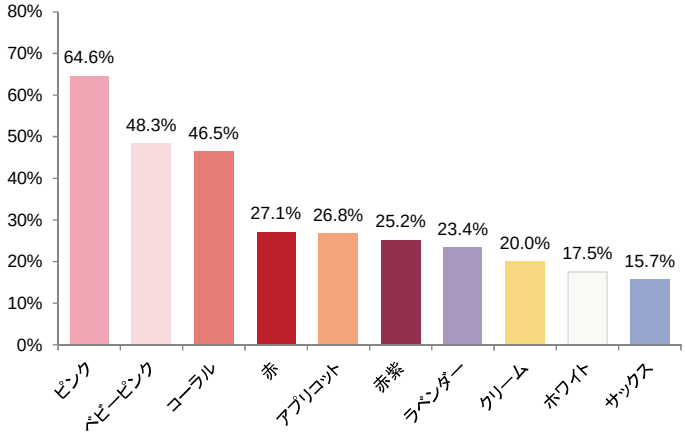
図 1 は、『男性らしい』『女性らしい』『子どもらしい』と思う色を聞き、それぞれの 4 ヵ国合計での上位 10 色を示したものである。『男性らしい』色は「ブラック」や「紺」といった暗色中心、『女性らしい』色は「ピンク」「ベビーピンク」「赤紫」といったピンク・赤系統の色。『子どもらしい』色は明るいトーンの有彩色が選ばれ、『男性らしい』の「ブラック」や『女性らしい』の「ピンク」のように過半数の人が選ぶ色はなく、色相が分散しバリエーションに富んでいる。

株式会社インテージ
〒101-8201　千代田区神田練塀町 3 番地　インテージ秋葉原ビル
www.intage.co.jp

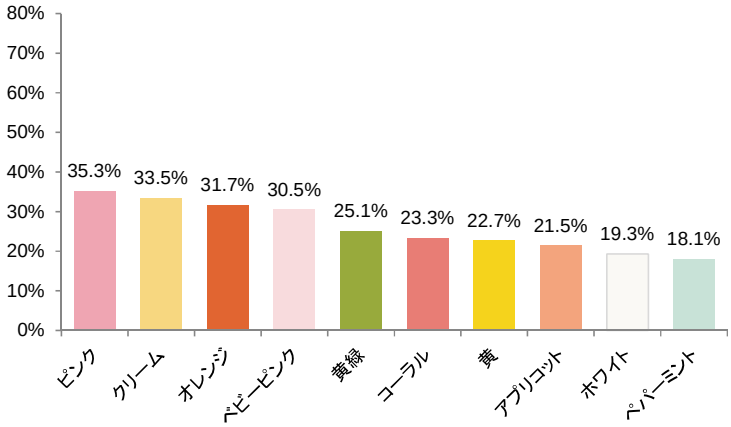
［図 1］『男性らしい』『女性らしい』『子どもらしい』色　4 ヵ国合計　上位 10 色（複数回答）



『男性らしい』色　4ヵ国合計　上位10色



『女性らしい』色　4 ヵ国合計　上位 10 色



『子どもらしい』色　4ヵ国合計　上位10色

株式会社インテージ
〒101-8201　千代田区神田練塀町 3 番地　インテージ秋葉原ビル
www.intage.co.jp

2. 『男性らしい』色：国別比較

日本では『男性らしい』色として「紺」「青」「鉄紺」のブルー系のイメージがある。
中国・タイ・ベトナムは「ホワイト」の割合も高く、タイでは「赤」も上位に挙がる

図 2 に『男性らしい』色の国別上位 5 色を示した。アジア 4 ヵ国ともトップは「ブラック」で共通しており、比較的類似した色調でイメージされていることがわかる。

その中でも国別の違いをみると、日本はブルー系のカラーを他の国よりも高い割合で選択しているのに対して、中国・タイ・ベトナムでは日本で上位に入っていない「ホワイト」を選んでいる点が異なる。また、タイでは『男性らしい』色として「赤」を挙げる人が比較的多い。

[図 2]『男性らしい』色　国別上位 5 色（複数回答）

順位	1	2	3	4	5
日本	ブラック 46	紺 41	ダークグレー 45	青 6	鉄紺 40
%	69.8%	50.0%	36.0%	31.4%	25.6%
中国	ブラック 46	ダークグレー 45	紺 41	ホワイト 43	こげ茶 37
%	77.5%	31.3%	28.8%	25.0%	22.5%
タイ	ブラック 46	紺 41	ダークグレー 45	ホワイト 43	赤 1
%	61.9%	39.3%	25.0%	16.7%	14.3%
ベトナム	ブラック 46	ダークグレー 45	ホワイト 43	グレイッシュブルー 28	鉄紺 40
%	74.4%	25.6%	15.4%	12.8%	12.8%

※各色に表示されている数字は色見本の番号

3. 『女性らしい』色：国別比較

『女性らしい』色は 4 ヵ国共通で「ピンク」がトップ

図 3 には、『女性らしい』色の国別での上位 5 色を示した。『男性らしい』と同様にアジア 4 ヵ国で大きな差は見られず、比較的類似した色が選ばれている。トップの色は 4 ヵ国とも「ピンク」で共通している。

国別の違いをみると、中国では「赤」と「赤紫」が上位に挙げられている。一方、ベトナムでは「ラベンダー」や「クリーム」も上位に挙げられており、色相にバリエーションがある。

株式会社インテージ
〒101-8201　千代田区神田練塀町 3 番地　インテージ秋葉原ビル
www.intage.co.jp

[図 3]『女性らしい』色　国別上位 5 色（複数回答）

順位	1	2	3	4	5
日本	ピンク 17	コーラル 10	ベビーピンク 18	アプリコット 11	赤紫 9
%	76.2%	70.2%	69.0%	44.0%	31.0%
中国	ピンク 17	赤 1	赤紫 9	ベビーピンク 18	コーラル 10
%	48.8%	47.5%	40.0%	36.3%	35.0%
タイ	ピンク 17	ベビーピンク 18	コーラル 10	赤紫 9	アプリコット 11
%	67.9%	54.8%	46.4%	22.6%	21.4%
ベトナム	ピンク 17	コーラル 10	ベビーピンク 18	ラベンダー 16	クリーム 12
%	64.9%	32.5%	31.2%	24.7%	23.4%

※各色に表示されている数字は色見本の番号

4. 『子どもらしい』色：国別比較

各国とも明るいトーンの有彩色を『子どもらしい』色に挙げているが、色相は分散傾向

図 4 の『子どもらしい』色では、各国とも色相は分散しているが、明るいトーンの有彩色がさまざまな色相にわたり選ばれている。国別の違いをみると、タイ・ベトナムで「ホワイト」が上位となっている。これはホワイト＝ピュア（純粋）というイメージからきているものと思われる。

[図 4]『子どもらしい』色　国別上位 5 色（複数回答）

順位	1	2	3	4	5
日本	オレンジ 2	クリーム 12	ピンク 17	黄緑 4	コーラル 10
%	50.6%	48.3%	42.5%	37.9%	35.6%
中国	クリーム 12	ピンク 17	ベビーピンク 18	アプリコット 11	コーラル 10
%	45.0%	37.5%	32.5%	30.0%	28.8%
タイ	ホワイト 43	ベビーピンク 18	オレンジ 2	クリーム 12	ペパーミント 20
%	38.1%	34.5%	21.4%	19.0%	19.0%
ベトナム	ピンク 17	オレンジ 2	ホワイト 43	黄 3	ベビーピンク 18
%	43.8%	28.8%	28.8%	25.0%	22.5%

※各色に表示されている数字は色見本の番号

株式会社インテージ
〒101-8201　千代田区神田練塀町 3 番地　インテージ秋葉原ビル
www.intage.co.jp

5. 「男性らしい」「女性らしい」「子どもらしい」色のイメージタイプ：4 ヵ国合計

「男性らしい」色のタイプはクール＆ハード

「女性らしい」と「子どもらしい」色のタイプは、ウォーム＆ソフトゾーンで同じタイプ

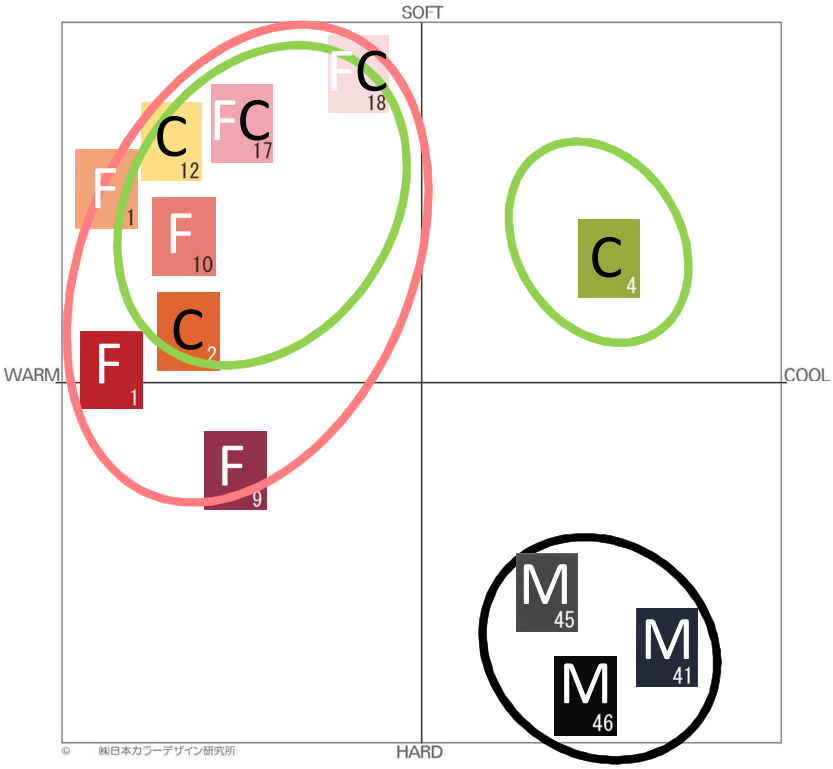
図 5 は、「男性らしい（Masculine）」「女性らしい（Feminine）」「子どもらしい（Childlike）」色のタイプを探るため、それぞれ 25%以上の割合を占める色をカラーイメージスケール※上にあてはめた。

「女性らしい」と「子どもらしい」は重複した色もあり、ウォーム＆ソフトゾーン中心となっているが、「子どもらしい」の方がよりソフトで色相が豊かである。それらに比べると「男性らしい」色のパターンはクール＆ハードゾーンで重厚感がある。

※カラーイメージスケール

日本カラーデザイン研究所独自作成のスケールで、色に対して抱くイメージの共通感覚を心理学的研究の蓄積で明らかにしたもの。基本のイメージスケールは、イメージの判断基準である WARM－COOL、SOFT－HARD の座標軸上に単色、形容詞、形容動詞を表現した配色が配置されている。

[図 5]「男性らしい」「女性らしい」「子どもらしい」色のイメージタイプ（4 ヵ国合計）



M＝男性らしい（Masculine）
F＝女性らしい（Feminine）
C＝子どもらしい（Childlike）

株式会社インテージ
〒101-8201　千代田区神田練塀町 3 番地　インテージ秋葉原ビル
www.intage.co.jp

調査概要

調査方法：調査用紙自記入法（色見本のパネル併用）

調査地域：日本、中国、タイ、ベトナム

調査対象者：20～50 代の一般男女

調査サンプル：

日本（男性 44 人/女性 43 人）、中国（男性 40 人/女性 40 人）、タイ（男性 42/女性 42 人）、ベトナム（男性 40 人/女性 40 人）

調査期間：2013 年 1 月～4 月

調査実施機関：株式会社インテージおよび海外グループ会社

※本調査は株式会社インテージと株式会社日本カラーデザイン研究所が共同で実施。

【株式会社インテージ】http://www.intage.co.jp/

株式会社インテージ（市場名：東証 1 部・4326、本社：東京都千代田区、設立年月日：1960 年 3 月 2 日、代表取締役社長：宮首　賢治）は、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報（Intelligence）を提供。国内マーケティングリサーチのパイオニアとして、お客様のビジネスの成功に貢献してまいります。

【株式会社日本カラーデザイン研究所】http://www.ncd-ri.co.jp/

株式会社日本カラーデザイン研究所（本社：東京都文京区、設立年月日：1967 年 1 月 20 日、代表取締役所長：宮岡　直樹）は、心理学的立場から色彩デザイン、消費者嗜好などの研究に基づく情報を、メーカー、流通、広告、建築など多岐にわたる業種の企業、公共団体等に提供。また独自開発した「Hue＆Tone」システムや「カラーイメージスケール」は、あらゆる分野のカラープランニング、マーケティング、カラー・デザイン戦略などの課題解決に活用されています。

【この件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ　広報担当

担当：小関（おぜき）／佐藤（さとう）

TEL：03-5294-6000　FAX：　03-5294-8318

サイト「お問い合わせフォーム」

http://www.intage.co.jp/contact/

株式会社インテージ
〒101-8201　千代田区神田練塀町 3 番地　インテージ秋葉原ビル
www.intage.co.jp