

**アジアインサイトレポート 第1弾**  
**『アジア4カ国の色に関する意識調査～高級イメージ～』**  
**“高級”だと思える色のTOP3は、日本、中国、タイ、ベトナムの4カ国全体で「黒」「金」「銀」**  
**日本は他の3カ国と異なり「エンジ」「ワイン」も上位に**

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」を発行する運びとなりました。

第1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カ国の色に関する意識調査～高級イメージ～』を発表いたします。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。

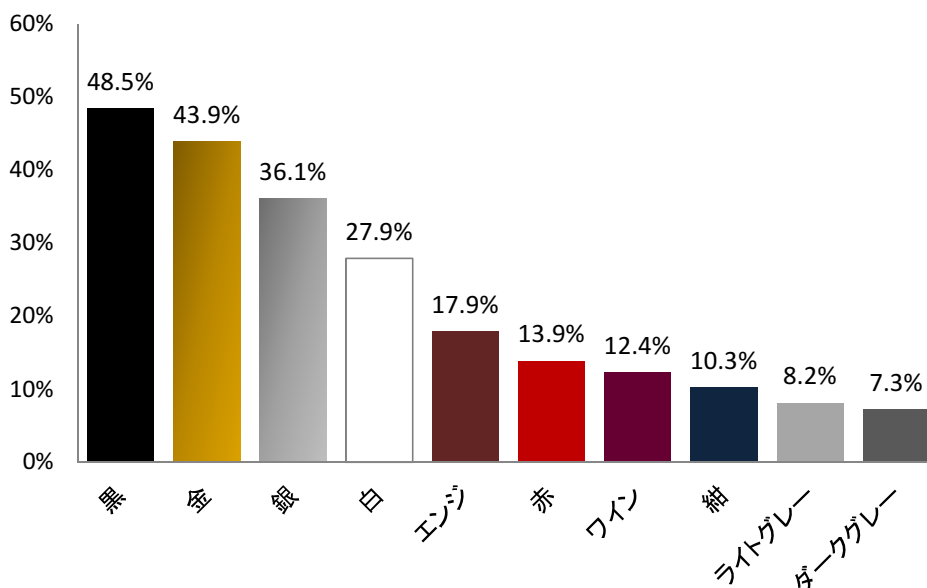
分析者:株式会社インテージ 畠中 麻帆 / 株式会社日本カラーデザイン研究所 木内 伸子

**調査結果**

**1. 4カ国全体で最も高級を感じさせる色は「黒」**

図1は、日本、中国、タイ、ベトナム4カ国全体で『高級』と感じる上位の色を抽出した図である。TOP3は、「黒」「金」「銀」の順となった。金や銀など貴金属を連想させるメタリックカラーよりも黒の方が『高級』というイメージが強いことがわかる。

[図1] 4カ国合計の「高級イメージ」上位10色(複数回答)



## 2. 日本では「エンジ」「ワイン」も高級のイメージの上位に

図2は、日本で『高級』と感じる上位の色を抽出した図である。TOP3の色は4カ国全体と同色だが、最も多いのは「金」、次いで「銀」、「黒」の順でメタリックカラーの方が高い割合を占める。さらに、「エンジ」や「ワイン」といった暖色系も日本では上位に入る結果となった。

[図2] 日本の「高級イメージ」上位8色(複数回答)

	金 G 47	銀 S 48	黒 46	エンジ 36	ワイン 42	白 43	紺 41	鉄紺 40
回答者数	56	53	48	35	20	18	17	12
%	64.4%	60.9%	55.2%	40.2%	23.0%	20.7%	19.5%	13.8%

※各色に表示されている数字は色見本の番号

## 3. 4カ国全体では、格調のある、荘厳な「フォーマルタイプ」が高級のイメージ

図3は、『高級』と感じる色のタイプを探るため、それぞれの色をカラーイメージスケール※にあてはめ、3つの高級タイプに分類し、それぞれのタイプに含まれる色を選択した人の割合を表したものである。4カ国全体で『高級』と感じる色は、きりりとした、格調のある、荘厳な「フォーマルタイプ」が最も多い結果となった。

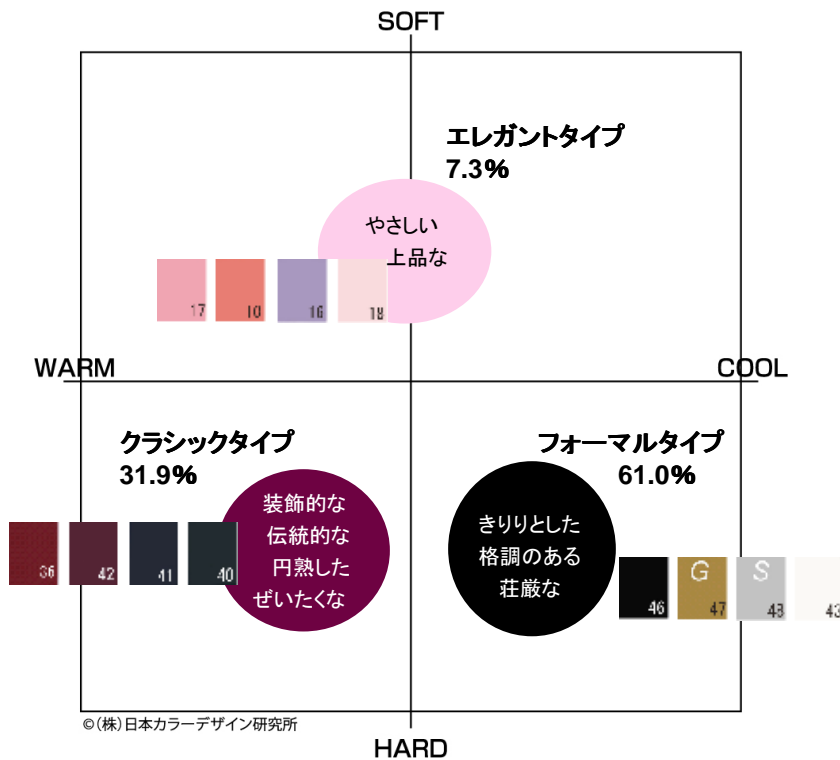
### 高級イメージ3タイプと関連が深い言葉

- ◇「エレガントタイプ」: やさしい、上品な、はピンク系の色
- ◇「フォーマルタイプ」: きりりとした、格調のある、荘厳な、は黒、金、銀、白などの色
- ◇「クラシックタイプ」: 装飾的な、伝統的な、円熟した、ぜいたくな、はエンジ、ワインなどの色

### ※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3] 高級イメージ3タイプ(4カ国全体)

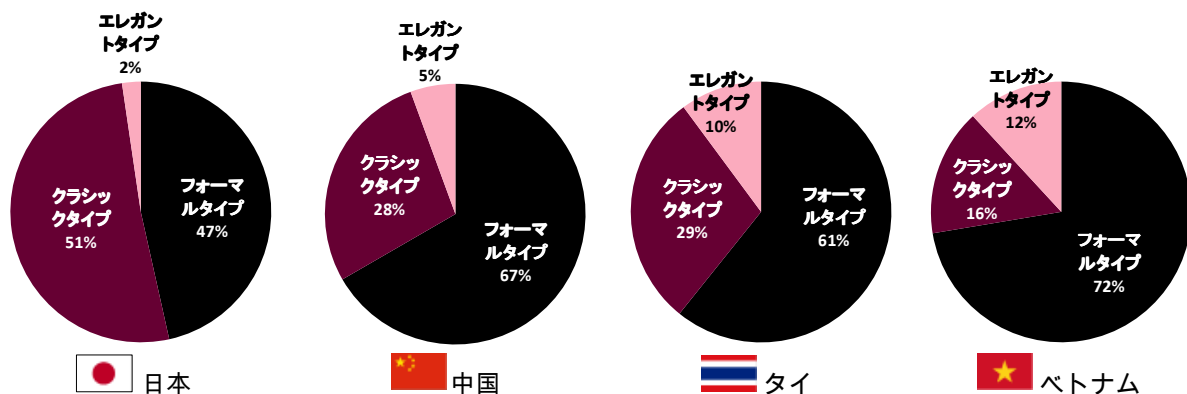


※各色に表示されている数字は色見本の番号

#### 4. 日本は、伝統的な、円熟したエンジやワインなどの「クラシックタイプ」が高級のイメージ

図4は、国別に高級イメージ3タイプ「フォーマルタイプ」「クラシックタイプ」「エレガントタイプ」の割合を表わしたものである。日本では「クラシックタイプ」の割合が最も高く「フォーマルタイプ」と拮抗しているが、他の3カ国では黒を主とした「フォーマルタイプ」が圧倒的に高い結果となっており、高級感のイメージの色は国により異なっている。

[図4] 国別高級イメージ3タイプ



## 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/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/>