

服飾色彩の役割と印象操作に関する研究 －女子大生の黒いリクルートスーツについて－

外崎 由香*

1. はじめに

人を見かけで判断することの愚かさは頭では理解していても、相手の身だしなみが印象を左右することを誰もが経験しているだろう。TPO に合わせた服を着用することは一般的マナーとして必須であるが、それだけではなく、自己表現や意図的に印象を操作する際にも服選びは重要である。服を着用することによって生じる影響は社会心理学的研究の分野で行われ、アメリカでは1960年頃に、日本では1980年代の初頭に始まり、多数の研究事例がある。近年でも「人は他人を服によって判断しているか？」について坂井信之¹が行った研究によると、服によって与えられた第一印象が先入観となることを論じており、さらに2004年に始まった『服育²』の中でも、服が与える社会性や文化など教育の重要性を提唱しており、服と心理の研究は関心が高いことが窺える。

服は素材・デザイン・色彩によって構成され、着用者の印象を左右するが、その中で色彩は社会的地位の象徴や民族性、社会帰属性、美的要素などを表現することができる。色彩は活用方法によって印象操作を左右することがあるので、十分な配慮が必要である。

昨今の服飾色彩で興味深いのは、流行色でもないのに、誰もが同じ色彩を装っている場面がある(図1)。それは、学生が就職活動を行う際のリクルートスーツで、色彩は黒が定番である。だが、全員が黒を着用することが、自己表現の妨げになり、企業に与える印象度が本来と異なることもありうる。このような傾向に企業側も苦戦しており、面接時に私服を着用させる企業も増加してきている。つまり、色彩の効果に学生も、企業側も何らかの影響を受けているものと考えられる。

本論文では、色彩が着用者と観察者双方にどのような印象を与えるのか考察を行う。まずこれまでの服飾における色彩研究の変遷を辿り、印象操作については、世界的著名人で服飾色彩による効果的な印象操作をした3名、アメリカ合衆国第35代大統領ジョン・F・ケネディ、イギリス初の女性首相マーガレット・サッチャー、明治以降、我が国で民間初の皇太子妃となった現在の美智子皇后についての比較検討を行う³。これらの比較検討から、現在の女子大生が黒いリクルートスーツを着用する心理と、その印象操作について考察を行う。



図1.就職活動会場の様子

* 藤女子大学人間生活学部 非常勤講師

2. 服飾と色彩

2.1.服飾の定義

我々が身に付ける「服」を表す言葉はいくつかあるので次に紹介する。「衣服」は身体を覆う物で、ドレスやジャケット、下着などの総称である。靴や帽子などの付属品は含まれない。「被服」は衣服よりも幅が広く、帽子や靴、鞆等なども含まれる。「服装」は衣服や被服を身に着けた人間の美的価値まで含まれる。「服飾」は服装よりも更に美的価値が高く、髪型や化粧も含まれ、外見のみならず人格や共用など内面の美的要素も加わってくる。「衣装」は上体衣の「衣」と下体衣の「装」を総合した言葉であるが、現在では非日常生活に着用する特別な被服をさし、花嫁衣裳や歌舞伎衣装を表す⁴。

このように「服」には様々な言葉があるが、本研究は服の色彩が、着用者本人または観察者にどのような影響を与えるのかに焦点を置くことから、付属品と美的要素、人格等を含める場合は「服飾」、それ以外は「服」を使用することとする。

2.2.服飾における色彩の変遷

服の起源は環境適応説、身体保護説、自己顕示説、装飾説など諸説あり、これらをひとつに集約することは困難であるが、人類の長い歴史の中で三段階の衣料革命を経て現代に至っている⁵。地球生物の中で服を身に着けるのは人類のみであり、人類が服を身に着ける経緯は諸説あるが、一般的に言われている理由は体毛を失ったため防寒等の身体保護である。人類が初めて毛皮を身に着けたことが「第一衣料革命」と言われている。ここでの色彩は毛皮そのものの素材色であり、着色や染色などの行為はなかったが、配色感覚は存在していた。それを裏付けるのは、1991年にアルプス山中で発見された約5300年前のミイラ“アイスマン（通称）⁶”が身に着けていた毛皮のマントである。シカ類の毛皮が幅8cmと16cmに細長く裁断されており、明るい色の毛皮と暗い色の毛皮を交互に縫い合わせ濃淡配色の縞模様になっている⁷。配色理由については未解明であるが、魔除けや権力、美的価値など自己顕示説、装飾説の起源になるものと考えられる。人類が色彩に興味を持ち、何らかのメッセージ性を意味したことは、古代の壁画に使用された数々の色彩からも推測することは可能である。




次に服が革新的に進歩したのは「第二衣料革命」であり、繊維の発見とそれを衣服にしたことである。古代エジプトでは麻繊維のひとつである亜麻を栽培、古代アンデスでも綿栽培が行われ、いずれも天然植物繊維の栽培が行われていた。メソポタミア文明では羊毛の毛繊維、中国では動物繊維である絹繊維が発見されている。古代の色彩は主に薬草などの植物染料やコチニールカイガラムシから抽出する動物染料など天然染料であり、第一衣料革命期の素材色から、繊維への着色に移行している。

最後に「第三衣料革命」は19世紀末、絹に代わる繊維が開発された。それは人類初の化学繊維であるレーヨンで、技術の発展により繊維が人工的に生産されて行く。色彩も同様に天然から人工へ、1856年に化学学生パーキン⁸がマラリアの特効薬キニーネの合成実験中に偶然、紫色のモーヴを発見した。これが人類初の合成化学染料となり、今日の染料産

業の礎となっている。

このように衣料革命と同様に色彩にも発展過程が存在する(表1)。第一段階は素材の色であるから穏やかな低彩度色で色数も少ない。第二段階の天然染料は色数も豊かになり、中国では陰陽五行説思想に色彩を用い、我が国でも冠位十二階やかさねの色目などで色彩に意味を持たせ、色彩による印象操作が行われている。第三段階の合成化学染料は鮮やかな色から中間色まで、これまでの技術では作り得なかった色彩が増えている。色彩の自由度は美術全般幅広く応用され、多くのデザイナーや画家たちの創造力を掻き立てるものであつたらう。

表1. 色彩の変遷

第一段階 素材の色	第二段階 天然染料	第三段階 合成化学染料
		
ベージュや茶色など毛皮の色	カーマイン 藍色 支子	モーヴ ビリジアン シアン

2.3. 色彩調和論と色彩心理の研究

(1) 色彩調和論

天然染料や合成化学染料により色彩の自由度が増加すると、色彩調和の必要性がでてくる。現在、色彩調和論として知られているものの多くは、18世紀以降に欧米諸国で数多く発表されている⁹。ここでは年代を追って諸外国の代表的な色彩調和論と、我が国の色彩調和論について紹介する¹⁰。

古代の色彩調和論は主に色彩を神聖なものとして捉え、長年引き継がれてきたが、イギリスの物理学者ニュートン¹¹は1704年に著書「光学」を発表し、分光実験によりプリズムを発見・証明したことで、色彩は神聖なものという扱いから、科学的な扱いに変化していく。ニュートンの研究発表以後、色彩調和論を唱える研究者も増え、1839年にはフランスの科学者シュヴルール¹²が色彩の同時対比について発表した。シュヴルールの配色調和論に影響を受けたアメリカの自然科学者ルード¹³は、1879年に著書「近代色彩学」を発表し、色に関する光学的理論、補色や色覚の原理、混色の方法、色彩の自然連鎖の礎について論じた。同じくアメリカの画家で美術教師のマンセル¹⁴は1905年にマンセル表色系を考案し、色彩をシステム化することで合理的な色彩表示方法を体系化した。

このように諸外国では色彩調和論が次々と発表されるが、我が国では、独自の配色調和感が形成され、初の色彩調和は平安時代の女官の「かさねの色目」がある。我が国で戦後に発表された代表的な色彩調和は、1954～1974年まで行われた日本色彩研究所グループによる配色体系の考案などがある。

また、流行色については、1953年に日本流行色協会(ジャフカ)が発足、1963年には日本、スイス、フランスの3か国が国際流行色委員会(インターカラー)を発足し、色彩を時代に合わせて売るようになった。黒が流行色になったのは1980年代で、全身黒のファッションはカラス族と呼ばれた。

(2) 色彩心理の研究

黒から受ける印象、色彩連想や象徴など、我が国で行われた研究結果を以下に示す。年代の古いものから 1965 年¹⁵、1981 年¹⁶、2005¹⁷年と並べると、黒に対する印象が変化していることが窺える（表 2）。

表 2. 色彩連想（象徴）の例

1965 年	不安、死、陰気、悪、重々しい、孤独、沈黙、男性的、拒絶、絶望、厳粛
1981 年	死、夜、殺人、毒、男、増悪、苦難
2005 年	フォーマル、高級、お洒落、締まった、丈夫

3. 服飾における自己呈示

3-1. 自己呈示

意図的な印象操作を自己呈示という。特に自分にとって好まし印象を他者へ意図的に与える行為で、伝達方法は言語・非言語コミュニケーションの両方がある。服飾色彩に自己呈示を当てはめると、非言語コミュニケーションであることが該当し、色彩感情や配色によって印象を操作という点で考察することが可能であることから、ここでは自己呈示に関して記す。

自己呈示は 1959 年、公的な社会的状況での対面的相互行為について社会学者 E. ゴッフマンが提唱し、さらに自己呈示の心理的研究は 1964 年からジョーンズが多数の実験研究を行っており、我が国でも自己呈示に関する研究が数多く報告されている¹⁸。

自己呈示の実証研究は主に 4 つの分類があり、①自己高揚的呈示－自己卑下的呈示、②直接的自己呈示－間接的自己呈示、③獲得的自己呈示－防衛的自己呈示、④主張的自己呈示－防衛的自己呈示と戦術的自己呈示－戦略的自己呈示がある。

①自己高揚的呈示－自己卑下的呈示とは、自ら自分の能力や遂行水準などが優れていることを表示する自己高揚的呈示と、自分の能力や遂行水準に対して否定あるいは非難するような自己卑下的呈示のことをいう。

②直接的自己呈示－間接的自己呈示とは、自己に関する情報を自分の資質・属性と直接結びつけようとする直接的呈示と、他人の情報を自分と関わりのあることについての情報を用いる間接的な自己呈示のことをいう。

③獲得的自己呈示－防衛的自己呈示とは、社会的承認や賞賛を得るために行う獲得的自己呈示は好印象を作るための方法で、社会的損失を避けようとし、非難・否認を避けようとするために行う防衛的自己呈示は悪い印象を与えないようにする方法をいう。

④主張的自己呈示－防衛的自己呈示と戦術的自己呈示－戦略的自己呈示とは、図 2 のように 2 次元で分類され、ひとつは、他者に特定の印象を与える主張的自己呈示と、他者が自分に対して否定的な印象を持つ可能性があるとき、それを少しでも肯定的なものに変えようとする防衛的自己呈示である。もうひとつは、時間的概念も含まれ、特定の対人場面において一時的に生じる戦術的自己呈示と、戦術的自己呈示を長期的に特定の印象を他者に与える戦略的自己呈示がある¹⁹。

以上、社会的印象度の高い世界的著名人の服飾色彩と自己呈示の関係性について第4章で検討する。

	戦術的（一時的時間軸）	戦略的（長期的時間軸）
防衛的	弁解、正当化、セルフ・ハンディキャッピング、謝罪、社会的志向行動	アルコール依存、薬物乱用、恐怖症、心気症、精神病、学習性無力感
主張的	取り入り、威嚇、自己宣伝、示範、哀願、称赞付与、価値高揚	魅力、尊敬、威信、地位、信憑性、信頼性

図2. ④主張的自己呈示－防衛的自己呈示と戦術的自己呈示－戦略的自己呈示

3-2.社会的役割と服飾色彩

私たちは社会の中で様々な役割を担っているが、大別すると「付与役割（帰属的役割）」と「達成役割（獲得的役割）」があり、前者は男性・女性の性役割、若者・中年・高齢者などの年齢的役割などで、後者は医者、警察官など職業的役割、チームやサークルなど団体の集団メンバー的役割である²⁰。

これらの役割を色彩に当てはめると性役割は、男性は黒や紺、女性はピンクや赤が該当する。小学生のランドセルの色はつい最近までは、男の子は黒、女の子は赤であり、トイレのピクトグラムでは、男性は青、女性は赤が一般的である。配色イメージも男性は青や灰色、黒で、女性はピンクや薄紫である²¹。職業的役割では、医者は白衣、警察官は濃紺、スポーツのユニフォームも該当する。

職業的役割や集団メンバー的役割は、所属する職業やチームの服飾色彩を装うことで、自己または、お互いの所属意識を高め、仲間意識を感じることができる。また、同じ服を着用した集団を見た時、周囲はその集団が仲間であることを認知することができるので、一種の非言語コミュニケーションツールになっている。

つまり、服飾色彩による印象操作は、社会的役割と関係性がある。着用者は集団意識を高め、観察者は集団を認知することができるのである。

3-3.服飾色彩の印象

服飾色彩の着用者と観察者の印象について、著者が行った研究「高齢者被服における色彩の役割²²」では、着用者（高齢者）と観察者に色彩印象の差異が生じていることを明らかにした。高齢者被服は灰色や茶色という色彩イメージが定着しているが、これにより、高齢者が明るい色彩を求めても周囲が認めない、または、与えない傾向があり、このことが服飾色彩の制限になっていることを問題視した。

高齢者色彩は、社会的役割の「付与役割（帰属的役割）」で、年代的役割があるが、高齢者をイメージする色彩をそのまま高齢者の服飾に使用することは、周囲の押しつけであり、

高齢者の意思を否定するものになりうる。高齢者が灰色や茶色を好み、望むのであれば問題は無い。だが、高齢者が望まない色彩を与えたり、望まない色彩であっても意思表示することができずに仕方がなく着用しているのであれば、服飾色彩の自由度を奪っていることになりうる。

4. 著名人の服飾色彩による印象操作

4.1. ジョン・F・ケネディ

ジョン・F・ケネディ²³は、1960年にアメリカ合衆国大統領選挙に出馬した際にカラーリストを雇い、色彩によって印象の操作をしたといわれているが、根拠については不明確な部分が多い。通説では出馬演説の際に、ニクソン²⁴が着用した全身灰色のスーツは効果的とは言えず、それに比べてケネディが着用したネイビーのスーツに真っ白なシャツ、赤いネクタイのコントラストが印象的で若きリーダーを印象付けた。後日談では、ラジオを聞いた国民はニクソンに投票し、カラーテレビを見た人はケネディに投票、視覚からの情報は効果的であるという説がある²⁵。

配色を考察すると、ニクソンの灰色の濃淡配色よりも、ケネディの紺と白の明暗と赤いアクセントカラーは印象が異なる。灰色の濃淡配色は「地味な」、「人工的な」、「質素な」で、紺・白・赤は「大胆な」、「活動的な」、「スポーティな」な配色イメージである。実際にこのような配色を取り入れていたのならば配色効果は期待できるが、現存する出馬時の画像は白黒が色彩を確認することが困難である(図3)。アメリカの一般家庭にカラーテレビがどの程度普及していたのかも疑問が残る。

だが、いくつかの自己呈示が次のように確認できることから²⁶、通説が事実であった可能性もありうる。1946年の下院議員選挙の時から太陽光線を出すランプを愛用し日焼けした肌を保ち、歯は白く磨き上げた。日焼けした肌と白い歯は当時の白黒テレビへの見栄えを考慮したからである。1961年1月20日の就任演説の際は、雪が積もり、式典の幕を噴き上げるほど風の強い寒い日であったが、ケネディはコートを脱ぎ、若さと活力を印象付け、リンカーンを意識したパフォーマンスを見せた²⁷。スーツの下には長袖の下着を着用し防寒対策をとった上での作戦であった。

就任後もテレビで国民に演説する際、司会者のシャツの色を気にして着替えさせたこともあり、テレビによる視覚情報については気を配っていた様子が窺える。



図3. ケネディ(左)とニクソン(右)



ニクソンのグレーの濃淡配色の例



ケネディのコントラスト配色の例

4.2. マーガレット・サッチャー

マーガレット・サッチャー²⁸は、1975年にイギリス保守党初の女性党首、1979年にイギリス初の女性首相であり、保守的かつ強硬なその性格からの異名を持つ。サッチャーは、青い服装をトレードマークとしている姿が有名であるが、どのように服飾色彩を活用し、自己掲示していたのか検討を行う。

まず、青を着用した理由は、イギリスは3大政党に分れており、それぞれシンボルカラーが存在する。保守党は青、中間党はオレンジ、労働党は赤である²⁹。よって、サッチャーは保守党の青を好んで着用している(図4)。青は冷たいという色彩象徴(表2)であるがサッチャー=冷たい女性ではなく、保守党のシンボルカラーを使用したと考えられる。それでは、『鉄の女』の異名はなぜ付いたのか。これも自己呈示が行われており、テレビプロデューサーのゴードン・リースは、サッチャーの高すぎる声を1オクターブ下げさせ、さらに外見を柔和に見せるように工夫したことで、ソ連を攻撃する強硬演説以来、ロシアから『鉄の女』と呼ばれるようになった。視覚だけでなく、聴覚も含め、全体的な印象操作が行われていたのである。



図4. サッチャー

保守党の青には強い思い入れがあり、1942年、マーガレット・ロバーツと結婚式で着用したウェディングドレスは白ではなく、保守党の青いドレスであった。このドレスは以後もイブニングドレスとして長期間愛用している。また家族が選挙の手伝いをする際も「赤は絶対にいけない。赤は労働党の色だから」と、色彩の印象を配慮していたことが窺える。衣裳部屋には3つの大きな戸棚のドアにラベルを貼り、“公務”には青いスーツ、“マスコミ用”はテレビ映りの良い色彩を考慮した服、“夜会服”は華やかなドレスを入れ、その時々演出したい自分を作り出していた³⁰。

サッチャーは自叙伝でも³¹色彩へのこだわりについて書いている。サッチャーは選挙の準備は政治だけでなく、ふさわしい服装も重要視しており、特に選挙運動中のスーツ類を“作業着”と呼んでいた。服装に関してサッチャーは「ほとんどの女性と同じように、私は着るものには強い関心を持っていた。ただし、自分が与える影響がその場の政治的場面にぴったりのものであることも極めて重要である」と語っている。首相就任後は「外国訪問の際には適切な服装をすることが重要であった。何を着るかを決めるときは、いつも訪問する国の国旗の色に注意を払った」とある。さらに1989年11月から、下院の議事の模様がテレビ放送されるようになると、直接目にする色彩や柄とブラウン管を通した見え方の差異を考慮するようになった。いつどこで着用したかを記録した衣装手帳を記すことで、報道による自己呈示は極められていったのである。そのきっかけは同僚議員が「あなたの言ったことは良かったが、見栄えは良くなかった」の一言であった。サッチャーは「議会に行く前の着替えの時間がなかったので、黒と白のチェックのシルクの服を着ていった。縞やチェックは直接目にすると目立つし生き生きとした感じだが、テレビで見る人の目を

くらくらさせることがある。同僚議員の言葉により、教訓を学んだ」と語っている³²。サッチャーは、視覚情報を重要視していたことがわかった。

4.3.美智子皇后

我が国の例として美智子皇后³³の服飾を検討する。美智子皇后のお召し物は妃殿下の頃から、自らデザイナーと打ち合わせをし、外交の際には相手国への配慮、国内で施設訪問の際も同様に訪問先への配慮がなされている。ドレスも限られた予算の中でつくられており、アクセサリや帽子を変え、リメイクをして何度も同じドレスを着用し、素材等もできるだけ日本の伝統を取り入れている。長年、皇后美智子の専属デザイナーを務めた植田いつ子氏³⁴は「海外へお出かけのときは、やはり相手国のことを考え、日本の代表である妃殿下のお立場でデザインをいたします。日米友好の印として、日本から桜を送られたとき、そのお返事は、ハナミズキ³⁵であったそうで、そのハナミズキをどこかに使いたいと仰せになりまして、胸元に刺繍しました。」と語っている³⁶。このハナミズキの刺繍は佐賀綿³⁷ブローチのように取り外しができるようになっている。図5は1988年、米国ご訪問の際、ホワイトハウスでレーガン大統領主催のパーティに、美智子妃殿下がご出席になられたときの装いである。紺白の片身替り³⁸のイブニングドレスにハナミズキの刺繍が確認できる。後にこのドレスは、1992年3月16日、ペルーのフジモリ大統領を迎えての宮中晩餐会では、ハマミズキから佐賀綿のバラへ変更され、1996年3月13日、ブラジルのカルドゾ大統領を迎えての宮中晩餐会ではリメイクされて着用している様子が確認できる³⁹。

デザインに関しては様々なものを取り入れているが、色彩に関してはこだわりがあったようで、同じく美智子皇后の専属デザイナーを務めた芦田淳氏⁴⁰によると、「公式の場にする洋服に対しては、非常に気を使っていたらっしゃいました。まず第一に、ご自身が目立つことを好まれませんでした。他の宮様方、またお客様、その方々の洋服を壊さない色、つまりベージュをはじめとする淡い色を選ばれるなど終始お考えになっていたらっしゃいました。」と語っている⁴¹。最近の美智子皇后の服飾色彩を報道から見ると、2011年3月11日東日本大震災の被災地へ訪問された際はグレーのタートルとパンツであった⁴² (図6)。ベージュなど淡い色の色彩印象は「のんびりとした」、「居心地の良い」、グレーは「質素な」、「ひかえめな」であり⁴³、美智子皇后の相手へ配慮した装いが窺える。



図5. イブニングドレス胸元のハナミズキ (左)、バラ (中)、リメイク (左)



図6. 被災地訪問

4.4.服飾色彩による印象操作の検討

以上が、3名の服飾色彩による印象操作である。まず、ジョン・F・ケネディは、日焼けした肌と白い歯のコントラストを考え、白黒テレビで自分がどのように映るかを意図的に考慮されていたことから、印象操作が行われていた。

第3章で先述した自己呈示の4つの分類に当てはめると、④主張的な戦術的で自己宣伝、価値高揚であり、長期的な戦略的自己呈示の魅力、地位、信頼性等にも該当すると思われるが、任期が約1年であったため定着には時間が不足していたように思える。

次に、マーガレット・サッチャーは服飾色彩による印象操作を巧みに行っていったことがわかった。印象操作が国民には伝わっていたのかについて次のような記述がある。「1979年5月3日、イギリス初の女性首相になった日の夜、サッチャーの自宅には国民が押し寄せ、『ブルーは彼女の色、マギーが彼女の名』という選挙キャンペーン中に使われた保守党の歌が大合唱された。」つまり、サッチャーの色彩による自己呈示は成功したといえるだろう。

第3章で先述した自己呈示の4つの分類に当てはめると、④主張的な戦術的で自己宣伝を表し、長期的な戦略的自己呈示の魅力、地位、信頼性等にも該当する。テレビに映える色彩や柄を考慮し、大いにマスコミを活用していた。後にサッチャーの支持率が落ちた際も、公務では青を着続けている様子は、③防衛的自己呈示とみることができる。青を身に着けることで、悪いイメージを少しでも肯定的にしようとしたのではないだろうか。

最後に、美智子皇后の服飾色彩による自己呈示はどのように行われているか、検討を行う。1959年、美智子妃は明治以降初めての民間出身の皇太子妃となられた。「ミッチー」の愛称で親しまれ、当時、マスコミによって新しいファッションリーダーとして位置づけられ、ファッションだけでなく、パーソナリティやライフスタイルも若い女性の憧れとなっていた⁴⁴。今までの生活から一変して多くの国民から注目される立場となることで、印象操作が行われたことは容易に推測できる。

第3章で先述した自己呈示の4つの分類に当てはめると、まず、美智子妃のポジティブな側面を演出するには③獲得的自己呈示が該当する。お二人の馴初めは軽井沢のテニスから始まった恋で有名であるが、その頃、紺と白を好んで着用していた。紺と白の配色は「さわやかな」、「青春」、「理知的」という色彩印象を持っており⁴⁵、皇太子にふさわしいプリンセスとして世の注目を浴びた。また、④主張的な戦術的で自己宣伝を表し、長期的な戦略的自己呈示の魅力、地位、信頼性等にも該当していく。

この長期的戦術が定着したことは、婚礼から約30年後の1988年～1990年にかけて皇族に関する報道にみることができる。1988年秋に昭和天皇重態、1989年1月昭和天皇死去、1990年11月に平成天皇の即位の礼があり、マスコミによる皇族報道が相次ぎ、美智子皇后を取り上げている。植田康夫⁴⁶の皇族イメージに関する研究によると、各週刊誌（女性自身⁴⁷、週刊女性⁴⁸）で「美智子さまの笑顔のアルバム 美しき微笑^{ミッチースマイル}（女性自身）」、「美智子皇后 愛と勇気の32年 幸せ家族“天皇ご一家の歩み”（女性自身）」、「昭和と平成を生きる全女性に贈る永久愛蔵版 美智子さま愛と激動の32年 民間初の妃殿下から皇

后までの全軌跡（週刊女性）」など、皇族に対する大衆イメージを「愛」、「やさしさ」、「勇氣」などキーワード化し、発信したことを取り上げている。特に女性自身は皇族ニュースを継続して発信し、女性週刊誌における「皇族のイメージづくり」の原型になっていると論じている。

自己呈示は自己が他者へ与えたい印象を意図的に行うものであり、本研究の事例のいずれにも当てはまることが確認できた。着用者はどのような色彩が、どのような場面で必要かを深く考察し、服飾色彩による印象操作が巧みに行った。これにより着用者が発信する服飾色彩という非コミュニケーションツールを受け入れていることがわかった。さらに、著名人の場合は、マスコミ媒体の力が背景にあったことも窺える。

5. 女子大生とリクルートスーツに関する考察

5.1. リクルートスーツの変遷

就職活動を行う学生が着用するリクルートスーツは、我が国特有の文化である。1970年代に、百貨店やアパレル企業が、就職活動用のスーツを売り出すリクルートフェアを開催し、広告宣伝効果によって徐々に定着していった。1990年前後のバブル期には、色やデザインも豊富であったが、景気の後退と共に、色彩は紺系、デザインもオーソドックスなものに変化していった⁴⁹。

女子大生のリクルートスーツは、1970年代はジャケットにスカート、もしくはワンピースなどが主流で、現在のテーラードスーツになったのは1990年代後半である。スカートの形は1980年代中ごろまではセミタイトスカートやプリーツスカート、以後はタイトスカートと変化しており、キュロットスカートも販売されるようになった。1990年代からはスカートだけでなく、パンツも販売され、現在ではスカートとパンツの両方セットが多くなっている⁵⁰。

昨今のリクルートスーツの色彩は、紺色から黒に移行しているが、その理由として「喪服としても使用できる」、「無難である」、「靴や鞆などと合わせやすい」という声があるが、著者が行ったパーソナルカラー診断後のお買い物同行で行った紳士服量販店でも、販売員から同様のセールストークを聞くことができた⁵¹。

著名人はマスコミ媒体を活用して意図的に色彩をアピールしていたが、女子大生などの就職活動学生の場合は、百貨店やアパレル企業、販売店の広告宣伝を受け入れた結果であると言える。例えるならば、製菓会社が販売促進のためにバレンタインデーにチョコレートを贈る試みがなされて、見事にその習慣が定着したものと似ているだろう。

5-2. 女子大生が黒いリクルートスーツを着用する心理

本研究の考察結果、女子大生が黒いリクルートスーツを着用する心理について次のようにまとめる。

(1) 百貨店、アパレル業による販売促進の受け入れ

就職活動用の服が百貨店、アパレル業から生まれ、現在はこれが定着した経緯をみると、

デザインはスカートとパンツのセット販売で季節や場面に合わせて利便性が高く、色彩も黒は無難で着回しが効き、デザイン同様に利便性が高い。販売側と消費者（着用者）のニーズから現在の形に発展していったものと思われる。

（2）印象操作と所属意識

本研究事例の著名人は巧みに服飾色彩による印象操作を行っていたが、就職活動学生の場合は、黒いリクルートスーツを着用することによる所属意識が関係していると考えられる。著名人は場面により色彩を選んでいるが、リクルートスーツの場合は同じような黒を着ることで、「私は就職活動中です」という印象操作をすることで、周囲にもそれをアピールし、就職活動学生という一種の所属意識や集団意識が働いているものとする。

（3）色彩心理による影響

黒の色彩感情は「不安」、「拒絶」、「死」などマイナスな感情が目立つが、これらは社会情勢や不景気、不安定な就職率と関係がないとは言いきれない。一方で、1980年代に黒が流行色として取り上げられると黒の印象は「お洒落」、「高級」、「フォーマル」というプラスな印象も含むようになった。現在の女子大学生の親世代は1980年代の黒の流行色世代でもあり、黒に対する色彩印象は悪いものではないと思われる。

6. おわりに

本研究では、服飾色彩の役割と印象操作について考察を行った。事例として検討を行った3名の世界的著名人は、いずれも公的場面で、どのような服の色が効果的であるかを色彩印象や色彩象徴、配色を活用して意図的に「信頼性」、「地位」、「魅力」づくりなどを行っていた。

服飾色彩による印象操作は、女子大生の場合は、著名人とは異なり、時代背景やアパレル業との販売促進などにも関係していることから、色彩象徴だけでなく幅広い考察が必要であることがわかった。

最後に、色彩と心理の関係性をまとめた浜畑紀の「色彩生理心理学」では黒について次のように解説している。「新生児は、抑圧と暗黒、苦痛、つまり恐怖の世界の黒から、分離不安の黒を伴ってこの世に誕生する」。新生児の黒と、リクルートスーツの黒との関係性を唱えるとかなり飛躍的な論になるが、就職活動者の自殺が増加していることを考えると、黒いリクルートスーツに身を包むことが、断定はできないが、不安や葛藤を助長させているのかもしれない。我々が社会生活を営む中で、服を着ることは当然の事であり、服飾色彩が何らかの情報を着用者にも、観察者にも影響を与えることから、今後も更なる考察を続けていく。

注

1 坂井信之「人は他人を服装によって判断しているか？TEG-IIを用いて先入観の形式を測定する」2009,

- 生活科学論叢 (40), pp.1-13
- 2 ころを育む衣服 服育 <http://www.fukuiku.net/> 2012.2.1 確認
- 3 本論文で取り上げる 3 名の政治、宗教思想等は含まず、色彩に焦点を当てることとする。
- 4 福田保, 吉岡徹「被服における色彩と衣装」東洋経済印刷, 1980, p.122
- 5 日本色彩学会編「新編色彩科学ハンドブック第 3 編」三美印刷株式会社, 2011, pp.1471-1477
- 6 1991 年 9 月 19 日にドイツの登山客ジーモン夫妻がアルプス山中で発見された。のちに解凍研究されている。
- 7 コンラート・シュピンドラー著、畔上司訳「5000 年前の男」株式会社文藝春秋, 1998, pp.200-210
- 8 William Henry Perkin. 1838~1907. イギリスの化学者、ロンドンの王立科学カレッジで助手時代を務めていた時にモーヴを発見した。
- 9 A・F・T 公式テキスト改訂版編集委員会「文部科学省後認色彩検定 1 級編」2009
- 10 小町谷朝生「よくわかる色彩用語ハンドブック」2002, 早稲田教育出版
- 11 Sir Isac Newton. 1642-1727.
- 12 Michel Eugene Chevreul. 1786-1889. フランスの科学者でゴブラン織研究所所長。著書「色彩の同時対比の法則とその法則に基づく配色について」(1839)。
- 13 Oguden Rood. 1831-1902.
- 14 Albert H Munsell. 1858-1918.
- 15 日本色彩学会編「新編色彩科学ハンドブック第 3 編」三美印刷株式会社, 2011, pp.418-513
- 16 千々岩英彰「色彩学概説」三美印刷株式会社, 2001, p.181
- 17 A・F・T 公式テキスト改訂版編集委員会「文部科学省後認色彩検定 3 級編」2005
- 18 栗林克匡「自己揭示：用語の区分と分類」1995, 名古屋大学紀要 (42), p.107
- 19 栗林克匡「自己揭示：用語の区分と分類」1995, 名古屋大学紀要 (42), pp.110-111
- 20 小林茂雄「装いの心理」(株)ケイアイ・コーポレーション, 2003, pp.37-41
- 21 小林重順「カラーイメージスケール改訂版」凸版印刷株式会社, 2001, p.154
- 22 外崎由香「高齢者被服における色彩の役割 地域高齢者のコミュニケーション促進につながる色づかい」2012, 北海道地域福祉学会 (16), pp.印刷中
- 23 John Fitzgerald "Jack" Kennedy. 1917 年 5 月 29 日~1963 年 11 月 22 日.
- 24 Richard Milhous Nixon, 1913 年 1 月 9 日~1994 年 4 月 22 日. アメリカ合衆国の軍人、政治家であり、第 36 代副大統領および第 37 代大統領。
- 25 神山瑠子、長坂信子「パーソナルカラーの教科書」東京書籍印刷株式会社, 2004, pp.14-23
- 26 サーストン・クラーク著、土田宏訳「ケネディ時代を変えた主任演説」株式会社彩流社, 2006
- 27 ラリー・ルクレア監修「時代を撃った声 20 世紀の偉大なスピーチ」ケンメディア, 2008 図 2 は同 DVD より引用
- 28 Margaret Hilda Thatcher. 1925 年 10 月 13 日生。政治家、貴族。イギリス保守党初の女性党首 (在任 1975 年~1990 年)、イギリス初の女性首相 (在任 1979 年~1990 年)。1992 年からは貴族院議員。
- 29 森嶋道夫「サッチャー時代のイギリス」株式会社岩波書店, 1988, pp.48-49
- 30 ピア・パオリ著、福田素子訳「マーガレット・サッチャー 鉄の女の孤独と真実」株式会社徳間書店, 1991 図 3 は同書より引用
- 31 マーガレット・サッチャー著、石塚雅彦訳「サッチャー回顧録 ダウニング街の日々 (上下)」日本経済新聞社, 1993
- 32 マーガレット・サッチャー、石塚雅彦訳「サッチャー回顧録 ダウニング街の日々 (下)」日本経済新聞社, 1993, pp.156-157
- 33 1934 年 10 月 20 日生。前姓は正田美智子。
- 34 1928 年生。1976 年~2011 年まで 35 年間、専属デザイナーを務める。
- 35 ミズキ科ミズキ属ヤマボウシ亜属の落葉高木。北アメリカ原産。別名アメリカヤマボウシ。日本における植栽は、1912 年当時の東京市長であった尾崎行雄が、アメリカワシントン D.C.へ桜 (ソメイヨシノ) を贈った際、1915 年にその返礼として贈られたのが始まり。
- 36 渡辺みどり「美智子さま貴賓席の装い」株式会社文藝春秋, 1997, pp.110-111
- 37 佐賀県鹿島市周辺 (肥前国鹿島藩) の御殿女中に受け継がれた織物。箔糸 (金銀箔を漆で和紙に貼り、細く切ったもの) を経糸とし、絹糸を緯糸にするのが特徴。
- 38 左右の色や柄が異なる衣服で、歌舞伎“助六”の衣装の上半身を脱いだ時の粋な胸元の対角線をイメージさせるデザイン。
- 39 渡辺みどり「美智子さま貴賓席の装い」株式会社文藝春秋, 1997, pp.12-13 図 4 は同書より引用
- 40 1930 年生。昭和 41 年~50 年まで 10 年間、専属デザイナーを務める。
- 41 渡辺みどり「美智子さま貴賓席の装い」株式会社文藝春秋, 1997, pp.118-119

- 42 産経ニュース <http://photo.sankei.jp.msn.com/highlight/data/2011/05/06/7ryouheika/2012.2.1> 確認
- 43 小林重順「カラーイメージスケール改訂版」凸版印刷株式会社, 2001, p.148
- 44 石田あゆ「ミッチーブーム」株式会社文藝春秋, 2006, pp.67-68
- 45 小林重順「カラーイメージスケール改訂版」凸版印刷株式会社, 2001, p.109
- 46 植田康夫『『愛』と『やさしさ』の図像学 週刊誌天皇制が作った皇室イメージ』新聞学評論 (40), 1991, pp.212-234
- 47 光文社による女性週刊誌。1958年創刊当初はファッション誌であったが売り上げに伸び悩み、皇族ニュースを取り扱うようになった。
- 48 主婦と生活社による日本初の女性週刊誌。1957年創刊。
- 49 小林茂雄, 前提書, 2003, pp.31-35
- 50 桜井理恵「リクルートスーツに見られる流行の影響」一宮女子短期大学紀要 (46), 2007, pp.1-4
- 51 お客様にパーソナルカラー診断(似合う色診断)を行い、お客様と一緒に買い物へ行き、洋服を選んだ際に販売員へのヒアリング。2012.8.19