

## 和菓子の色彩構成と色彩嗜好

An investigation of *wagashi* color construction and color preferences

村 上 陽 子

Yoko MURAKAMI

（平成21年10月6日受理）

### Summary

*Wagashi* are traditional Japanese confectioneries. Although these confectioneries use few colors, they achieve a harmony of coloring and are quite beautiful. This research was conducted to analyze how the colors of these confectioneries are constructed. Additionally, color preferences regarding *wagashi* was investigated among 385 university students (174 males and 211 females). The following result was obtained: It was clarified that the coloring of *wagashi* was mainly within the range of warm colors. Pink, white, and green were used as dominant colors in commercial *wagashi*. Furthermore, the students associated pink, white, and green with *wagashi*. These colors were chosen as their favorite colors, whereas blue, red, and black were chosen as undesirable colors for *wagashi*.

### 1. はじめに

食べ物のおいしさは、色・味・香り・テクスチャー・温度・外観などの化学的・物理的要因によって構成され、五感によって知覚される。中でも、視覚による影響は非常に大きく、色が食べ物のおいしさや食嗜好性に果たす役割は大きい。

食における色の効果を大切にしてきた我が国には、和菓子という伝統的な菓子がある。「和菓子は五感の芸術である」といわれるように、和菓子は視覚、味覚、嗅覚、聴覚、触覚のすべてで楽しむことができる。特にきんとんや練りきり、こなしに代表される茶席の和菓子は、①季節や行事、客の好みによって種類・色・形・材料などが使い分けられる、②形状やテクスチャーが多様である、③色、形、菓銘などで季節感を楽しむことができる、④油脂を使わないためカロリーが低い、⑤卵や小麦粉の使用頻度・使用量が低いため、これらに起因する食物アレルギーの心配が少ないなど、他国の菓子には見られない優れた特徴をもつ。

一方、現代社会においては、食生活の洋風化により、和菓子の喫食頻度は減少傾向にあり、親が和菓子を食べないために、和菓子の食経験が皆無という子どもも出てきている。前報<sup>1) 2) 3)</sup>において、大学生における和菓子の食嗜好性について調査したところ、食嗜好性は高いものの、洋菓子に比べるとその喫食頻度や学習経験が少ないなど、和菓子と触れ合う機会が少ないこと

が明らかとなった。

食文化の伝承については、平成17年の食育基本法、平成18年の食育推進基本計画や平成19年の食に関する指導の手引きにおいて、その充実が謳われている。また、平成20年改訂の学習指導要領においても、食育の推進とともに、伝統と文化に関する教育の充実が掲げられている。食文化の継承という面において、和菓子というわが国の菓子文化を日本文化の一断面として、和菓子の回顧（見直し）および理解・興味・関心の高揚は危急的課題といえる。

前述したように、和菓子の色の多様さ、およびそれによりもたらされる造形の美しさはその魅力の一つに挙げられるが、和菓子の色彩構成に対する研究はほとんど行われていない。和菓子の色彩構成を知るとは和菓子の理解を深めることであり、ひいては日本の文化というもののあり方への理解に繋がると考えられる。また、色彩に関しての学習は、家庭科では被服領域で行われているが、その学習が食物領域に反映されていないのが現状である。より豊かな食生活を送る上で、食における色彩の効果を学ぶことは不可欠であり、和菓子はそのすぐれた色育教材となりうる。

そこで本報では、まず市販の和菓子の色彩構成について分析を行い、次いで大学生を対象として和菓子のイメージについて色彩要素に焦点をあてて調査し、和菓子という伝統的な食文化における色彩のあり方や役割を明らかにする。これにより、現在の食育に欠落している食における色の効果やその重要性を伝え、色彩を大事にしてきた和菓子という食文化を継承する一助とする。

## 2. 方法

### （1）市販の和菓子の色彩構成に関する調査方法

市販されている和菓子における色相について検討した。分析方法として、①実際に販売されている和菓子を購入・収集して分析する方法、②和菓子のパンフレットなどを収集・分析する方法、③書籍分析による方法などが考えられる。予備調査において、静岡市内の和菓子屋128軒（2007年8月調査時）について調査を行ったところ、和生菓子を扱っていない店も多くあることや、四季を通じて店頭には並ぶ種類と並ばない種類があること、さらに季節によりパンフレットに掲載されない菓子があることが明らかとなった。これにより、①②では十分な分析が行えないこと、加えて、店舗調査では地域的な偏りが生じると考えられるため、本調査では③の方法により分析を行なうこととした。

調査対象として『家庭画報が選ぶ和菓子435選-楽しむ・贈る・取り寄せる-』<sup>4)</sup>を選択した。この書籍を選んだ理由は、①掲載されている和菓子の種類・数が多いこと、②個々の和菓子の全体の形状・色ともに鮮明に写されていること、③季節別に和菓子が掲載されており季節的な偏りがないこと、④老舗と呼ばれる和菓子屋の作成したものが多いことが挙げられる。加えて、「本誌が20数年前から続けてきた和菓子特集の中から将来に渡って作り続けられているであろう」<sup>4)</sup>菓子を掲載したと述べていることから、⑤流行に左右されない、どの時代でも受け入れられる定番の和菓子が扱われていると考えられたからである。

本誌に掲載されている和菓子のうち、干菓子を除いた「ねりきり」「こなし」「求肥」の上生菓子合計130個を分析対象とした。

調査する色相は、赤・黄・橙・緑・青・紫・茶・黒・白の9種類とし、それ以外の色はその

他と分類した。ピンク、水色は純色（赤、青）に白を混ぜた明清色であるため、それぞれ赤、青に含めた。色彩構成の分析は、和菓子の掲載写真の面を正面とし、個々の和菓子についてそれぞれの色相の面積比を測定した。一般に、2種類以上の色を組み合わせることを配色というが、配色の構成要素には共通した法則があり、面積に比例して基調色、主調色、従属色、強調色と分類される<sup>4)</sup>。ただし、本調査においては単色のものもあり、2種類以上の色を組み合わせる配色構成をとらないものもあるため、面積比により一番大きく占める色を「主色」とした。また、主色以外の色については「組合せ色」とした。尚、和菓子の種類によっては、菓子内部に色の異なる餡が入っている場合もあるが、今回の調査においてはあくまでも表層の色彩について分析を行った。

## （2）大学生における和菓子の色彩イメージに関する調査方法

和菓子の色彩要素について、連想される色相やトーン（明度および彩度）の種類、また、和菓子を作る際に使いたい色相や使いたくない色相等について、大学生を対象に調査を行なった。調査対象は、静岡大学教育学部の1・2学年385人（男子174人、女子211人）である。アンケートの回収率は100%であり、有効回答率は94%であった。調査期間は2007年5月11日～6月8日であった。

調査は質問紙法で行い、回答は無記名・選択式とした。調査対象者に質問用紙を配付し、その場で回答してもらい、ただちに回収した。調査内容は学生本人に関する項目と和菓子の色彩イメージに関する項目である。

調査する色彩イメージとして、和菓子という言葉から連想される色を「イメージ色」、自分自身が和菓子を作るときに使いたい色を「高嗜好色」、自分自身が和菓子を作る時には使いたくない色を「低嗜好色」とした。

色の表現には、赤、黄、青など色だけを表すのに使われる基本色名に2種類の修飾語を付けた系統色名と、「さくら色」など具体的なものの名前を色にした慣用色名がある。慣用色名はその色のイメージや由来がわかりやすいという利点をもつが、系統色名とは異なり、色名で色空間全体を表すことができないという特徴をもつ<sup>4)</sup>。そこで、本調査では、基本色名および系統色名により得られた回答について分析を行うこととした。

菓子の定義であるが、和菓子は「日本風の菓子」とした<sup>5)-13)</sup>。せんべいやあられば分類上は和菓子の中の干菓みに属するが、予備調査においてスナック菓子と見なす人がいたため、混同を避けるために別項目として設定した。

## 3. 結果および考察

### （1）市販和菓子の色彩構成

#### 1) 主色の色相分析

主色として最も多く使われていた色は「赤」(36.2%)、次いで「白」(23.8%)、「緑」(16.9%)と続いた(図1)。また、赤については純色の赤(vトーン)よりも、純色に白を混ぜた明清色調(p, lt, bトーン)のピンクが多かった(図12)。季節との関わりをみると、主色として多用されていた「赤」「白」「緑」の色はどの季節においてもよく用いられていたが、「赤(ピンクを含む)」については春の和菓子に顕著に多かった。

主色の場合、暖色系（赤，橙，黄:PCCS1~8）は46.2%，寒色系（青:PCCS13~19）は2.3%，中性色（緑，紫:PCCS9~12，20~24）は19.2%，その他（無彩色，茶色）は32.3%であり，暖色系が主色として多く用いられていた。一般に，暖色系は食欲を増進させる色，寒色系は食欲を減退させる色と言われており，和菓子においてもそれがあてはまると考えられる。ただし，「橙」についてみた場合，一般には食欲を増進する色であり，食品としては好まれる色と考えられているが，今回調査した結果，和菓子においてはあまり使われていないことが明らかとなった。

## 2) 組合せ色の数の分析

主色にどのような色が組合せられているかを調べるために，まず，色の組合せの数を検討した(図2)。その結果，最も多かったのが1種類の組合せ(54%)，続いて2種類の組合せ(22%)，組合せなし(1色のみ)(18%)であった。3種類以上の組合せのものはほとんどなく，色を多く使うというよりは1~3色以内でまとめるなど，色構成として落ち着いた配色が多かった。1種類の組合せ，つまり2色による配色構成が多いことについてみると，2色の配色には，我が国において襲(かさね)の色目という日本独自の調和美意識がある。これは着物の表や裏や，重ね着に現れる色の組合せで，四季の彩りを象徴するものであり，それぞれに優雅な名称がつく<sup>14) 15)</sup>。和菓子においても，組み合わせる色相の種類や面積比，トーンによって表現するものや季節感を変化させており，日本の文化を考える上で和菓子の色彩構成は有用と思われる。

## 3) 組合せ色の色相分析

組合せで使われている色相を分析した結果を図3に示す。ここでの色相は，主色以外の組合せ色を指す。

組み合わせ色として使われている色は「白」が最も多く(24.5%)，次いで「赤」(23.2%)，「黄」(21.2%)，「茶」(11.9%)，「緑」(8.6%)であった。

組合せ色の場合，暖色系45.7%，寒色系2.6%，中性色12.6%，その他39.1%であり，ここでも，暖色系が多く用いられていた。

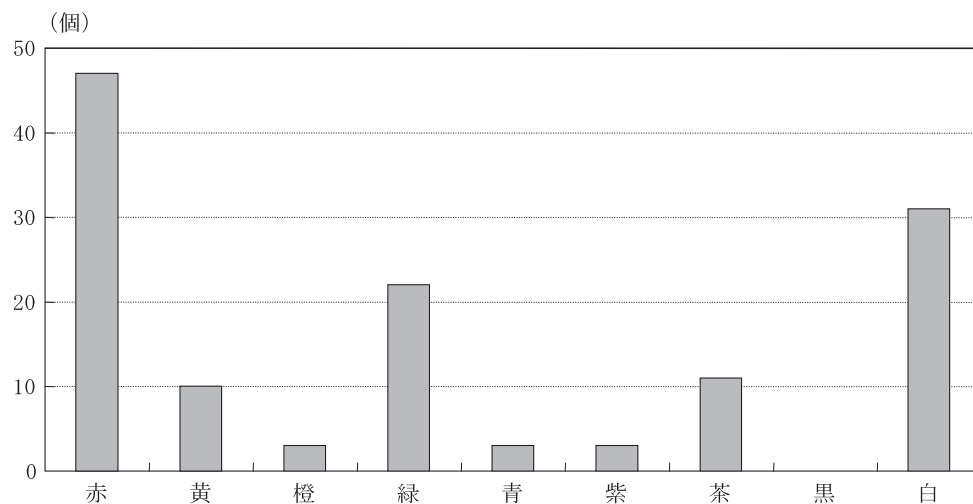


図1 和菓子(生菓子)の主色

※生菓子130個中の主色の個数を表したもの。

組合せ色で多く用いられた色は、主色の結果と類似していた。これらのことから、和菓子において使用される色相には偏りがあるといえる。

#### 4) 主色別にみた組合せ色の傾向

主色にどのような色が組合せられているのかについて、それぞれの主色ごとにみていく。

##### ①主色が赤の場合（ピンクを含む）

主色が赤のものは、130個中47個であった。そのうち、組合せなし（赤1色）のものは29.8%であった。最も多かったのは1種類の組合せ（53.2%）で、2種類の組合せのものは14.9%であった（図4-A）。1種類の場合の組合せ色は「白」が最も多く、次いで「黄」、「緑」と続いた。

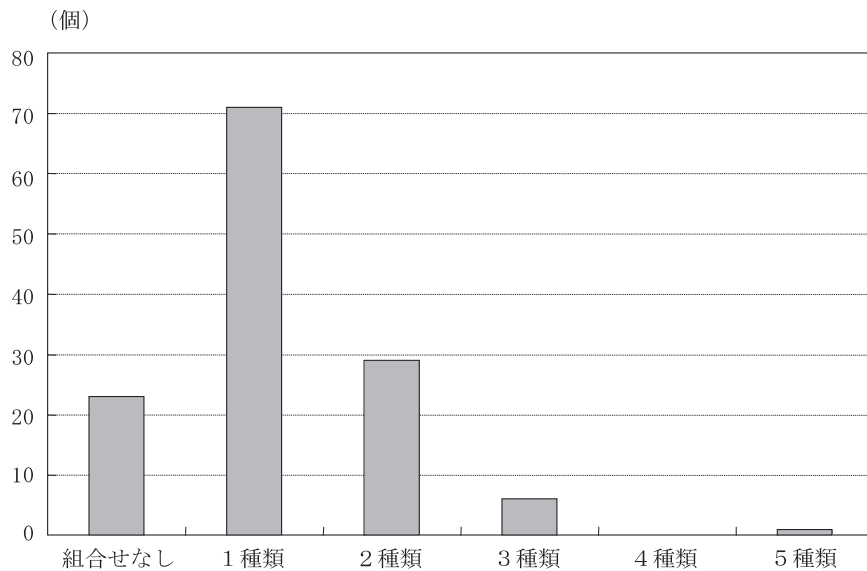


図2 和菓子の色の組合せの数

※生菓子130個について、主色以外の組合せの数を表したもの。

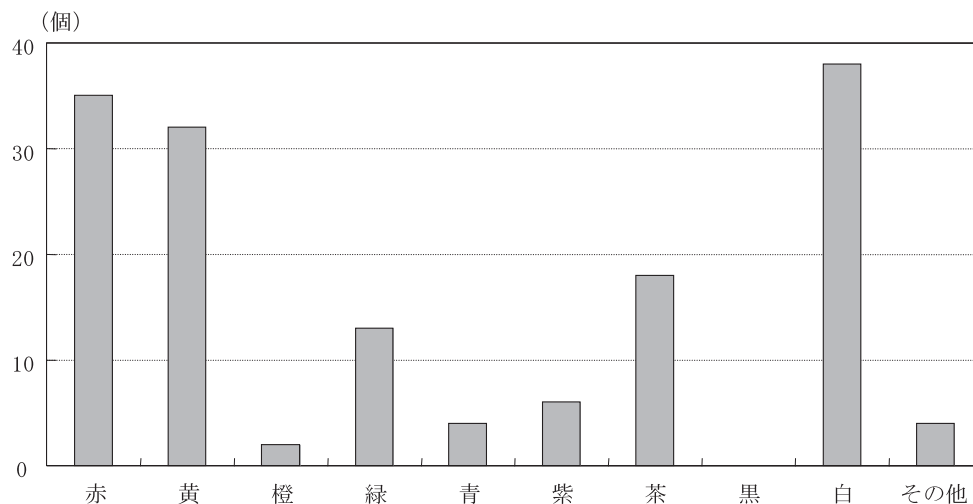


図3 和菓子の組合せ色の種類

※生菓子130個について、主色以外の組合せ色の種類を表したもの。

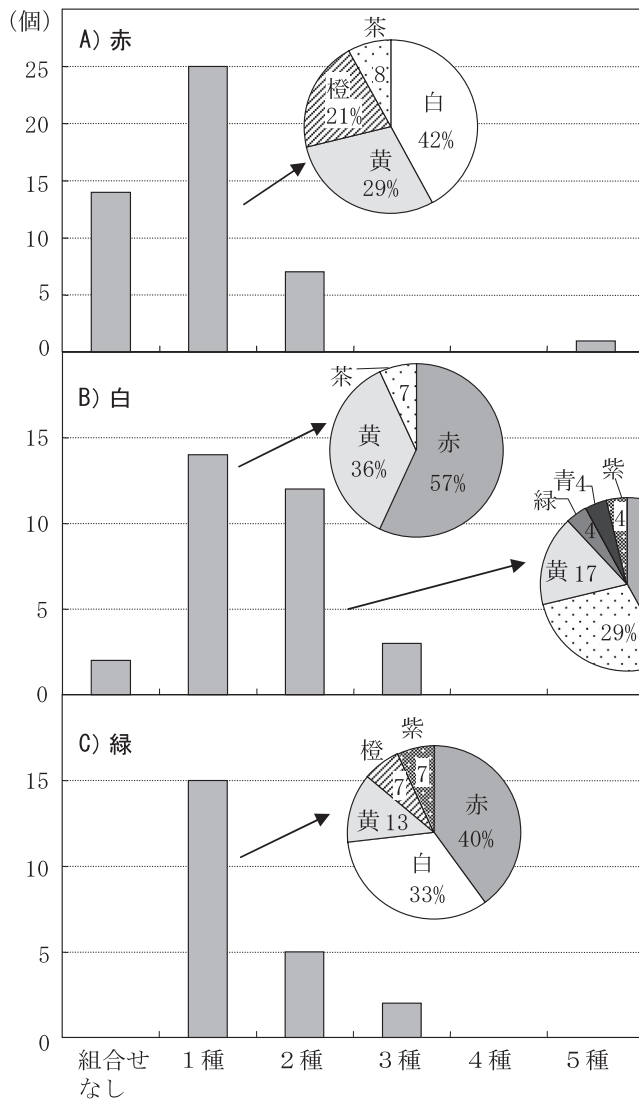
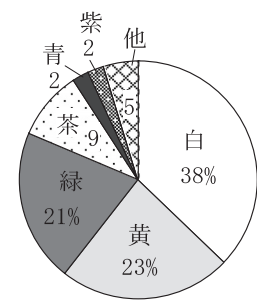
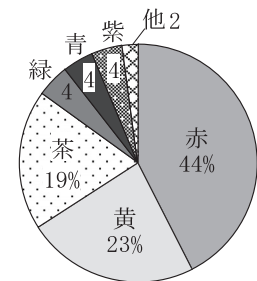


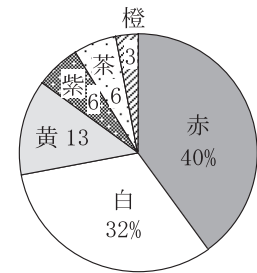
図4 主色別の組合せ色の数および組合せ色の色相 (主色:赤、白、緑)



A) 主色: 赤



B) 主色: 白



C) 主色: 緑

図5 主色別 (赤、白、緑) の組合せ色 (全体)

主色が赤の場合の組合せ色を全体でみたとき、最も使われている色は「白」(38%)、次いで「黄」(23%)、「緑」(21%)であった(図5-A)。

「赤」には魔除けの意味があるとされ、「白」とともに古来より神聖な色とされてきた<sup>15)</sup>。そのため、年間行事などの慶事の色として「赤」や「白」はよく使われている。また、「赤」の色調を変化させた「ピンク」と「白」の組合せにより、「桜」「桃」「牡丹」などを模した和菓子が多く作られている。前述した襲の色目においても、この2色配色には「桜」「桃」などの名前がついており、共通した傾向が見られる。また、「赤」が食欲増進色であることも含めると、「赤」は和菓子においては重要な色といえる。

### ②主色が白の場合

主色が白のものは130個中31個であり、組合せなし(白1色)のものはわずか2個であり、組合せて使われることが多い色であった。最も多かったのは1種類の組合せ(45.2%)、次いで2種類(38.7%)であり、それ以上の複数の組合せは少なかった(図4-B)。組合せが1種類の場合、最も多かった組合せ色は「赤」であり、続いて「黄」、「茶」という順であった。2種類の場合、「赤」、「茶」、「黄」という順で多かった。

主色が白の場合の組合せ色を全体でみたとき、最も使われている色は「赤」(44%)、次いで「黄」(23%)、「茶」(19%)であった(図5-B)。

「白」は無彩色であり、最も明度の高い色である。そのため、多様な色と調和し、対比効果を生む。さらに、従属色の中で面積比が最小の場合にはそれ自身がアクセントカラーとなるなど、配色(色彩構成)において利便性が高いことから、和菓子の場合にも多く用いられていると考えられる。主色が「白」の場合、組合せ色の数が1種類、2種類のものが多かったのは、季節や風情などを表現する和菓子においては、単色よりも、他の色と組合せてそれらを表現するのに使われることが多かったためと思われる。

### ③主色が緑の場合

「緑」は、主色、組合せ色とも顕著に多いとはいえないが、使われる頻度は「赤」「白」に次いで多く用いられる色であった。主色が緑のものは130個中22個であり、組合せなし(緑1色)のものはなく、単色では用いられない点で、他とは異なる特徴をもつといえる(図4-C)。最も多かったのは1種類の組合せであり(68.2%)、2種類の組合せ(22.7%)、3種類の組合せ(9.1%)と続いた。1種類の組合せ色は、「赤」、「白」、「黄」の順で多かった。

主色が緑の場合の組合せ色を全体でみたとき、「赤」(40%)、「白」(32%)、「黄」(13%)の順で多く使われていた(図5-C)。

緑は自然界では植物の葉の色を表し、緑系統の色名には植物を表した呼び名が数多く存在する<sup>16)</sup>。和菓子においては、「緑」は抹茶やよもぎという食材を連想させる色合いである。また、四季折々の自然、たとえば春の萌黄色や新緑などを抽象的に、ウグイスなど季節の風物を具象的に表現するのに利用しやすく、日本人にとって受け入れやすい色と考えられる。

### ④主色がその他の場合

主色が茶のものは、130個中11個であり、組合せなしは2個、1種類の組合せのものは8個、3種類の組合せのものは1個であった。1種類の場合、最も多く使われていたのは「白」(6個)であっ

た。「赤」と「黄」との組合せは1個ずつあった。

茶色は土や岩、木の幹の色として、緑に続いて自然を象徴する色である<sup>16)</sup>。

主色が黄のものは、130個中10個、組合せなしは4個、1種類の組合せ4個、2種類の組合せ2個であった。1種類の場合の組合せは、「白」と「茶」が各2個、「赤」は1個であった。

「黄」は主色として使われることは少なかったが、組合せ色としては非常に多く使われていた。和菓子は花鳥風月を模した形のものが多いが、「黄」は花のつぼみなどを表現するアクセントカラーとして多く用いられていた。組合せに用いられる「白」「茶」「赤」いずれにおいても、視認性の高い黄は色相やトーンにおいて調和のよいコントラスト配色となりうる。

## 5) 考察

日本の菓子は季節感を尊び、風味を基本とし、味、形状の美しさ、食感、香りなどを重要視する。練りきり、こなし、求肥などの和菓子は、季節の移り変わりを花や山水で具象的に表現し、それに模して技巧をこらして作られる。茶席では侘び、さびを重んじることから抽象的・間接的に表現される場合もある<sup>17)</sup>。これらの表現の際に、色は非常に重要な役割を果たす。

今回、和菓子の色彩について分析した結果、和菓子において使われる色相に傾向があることが明らかとなった。また、組み合わせられる色についても、色相ごとに異なっていた。

「赤」は組合せのない単色としても、組合せ色としても使われているが、「白」や「緑」は他の色を組合せて使われることが多いことが明らかとなった。「青」や「紫」については使用頻度が少なく、「黒」は主色としても組合せ色としても皆無という結果であった。

組み合わせの多かった配色について、「赤と白」、「黄と白」、「茶と白」、「緑と白」は有彩色と無彩色の配色である。これは同一色相配色であり、調和感があり、おとなしく無難ではあるが、面白みに欠ける配色である。「赤と黄」および「緑と黄」は、類似色相と対照色相の中間に位置する中差色相配色で、調和感がとりにくいとされるが、我が国においては十二単や襲の色目などに多く用いられている。「赤と緑」はイメージの異なる色相の配色として調和する対照色相配色であり、いずれも調和のある配色であった。

また、ここには結果を載せていないが、トーン（明度および彩度）に関しては、純色のはっきりした色合い（vトーン）よりも、p, lt, bトーンなどのような比較的高明度の、やわらかなみのある色合いのものが多く見られた（図12）。このことから、和菓子では自然のやわらかな色合いのもの、明るい色合いのものが好まれる傾向があると考えられる。本調査においては主に色相について着目したが、今後はトーンについて、また、色と季節との関わりや菓銘との関わりなどについて、報告する予定である。

## (2) 大学生における和菓子に対する色彩イメージ

### 1) 和菓子のイメージ色

和菓子という言葉から連想されるイメージ色を調べるため、大学生を対象に「和菓子」と聞いて連想されるイメージ色を答えてもらった。回答では3位まで自由記述で答えてもらったが、ここでは1位のみについて分析した。また、「濃い」「薄い」など色の明度や彩度（トーン）についても、具体的なイメージがあれば同時に記述してもらった。

和菓子のイメージ色については、男子155人、女子193人から回答が得られた（図6、図9）。

男子では「白」が最も多く（25.8%）、次いで「緑」18.1%、「茶」15.5%、「ピンク」14.8%



と続いた。女子では「ピンク」が顕著に多く (40.4%)、次いで「緑」15.5%、「茶」11.4%、「白」10.9%であった。

男女をあわせた全体の傾向としては「ピンク」「白」「緑」が上位3つを占め、次いで「黄」「茶」が多く、それ以外の色はわずかであった。この結果は、市販の和菓子の色の調査 (図1) において、主色と使われる色の上位3つが「赤 (ピンクを含む)」「白」「緑」であったことと一致していた。ただし、「ピンク」は女子に多く ( $p < 0.01$ )、「白」は男子で多い ( $p < 0.01$ ) など、男女間で相違がみられた。また、市販の色の調査では見られなかった「黒」の回答が見られ、男子でその割合が高かった ( $p < 0.01$ )。

「黒」は食欲を減退させる色と考えられているが、一方でゴマや海苔など、日本人としてなじみの深い食材の色である。今回、市販の和菓子の調査では「黒」の和菓子はなかったが (図1)、最近では黒い食材が注目されるなど、人々の黒い食品に対する意識は変化してきている。また、静岡には全体が黒色を呈する和菓子 (「黒大奴」、黒羊羹で餡をくるんだもの) が存在していることから、イメージ色に挙げられていたと考えられる。これは地域の食文化がイメージ色に影響を与えているといえる。

## 2) 和菓子における高嗜好色

自分自身が和菓子を作る時にどのような色を使いたいのか、和菓子における高嗜好色について、上位3位まで答えてもらった (男子155人、女子188人が回答)。回答方法は上記と同様に行なった。ここでは、1位の分析結果を示す (図7、図9)。

男子では「白」が最も多く (29.0%)、「ピンク」19.4%、「緑」12.9%、「茶」9.0%と続いた。

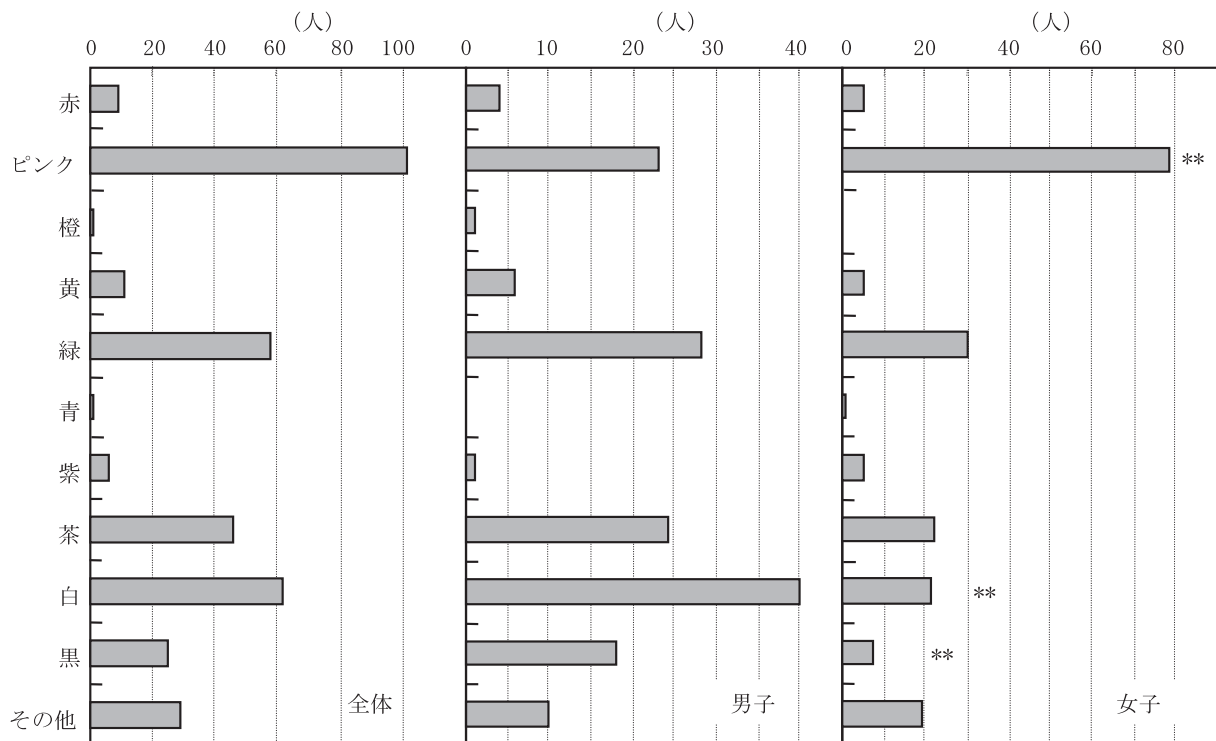


図6 和菓子のイメージ色

※男女間の有意差は女子のバー上に表示 (\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ )

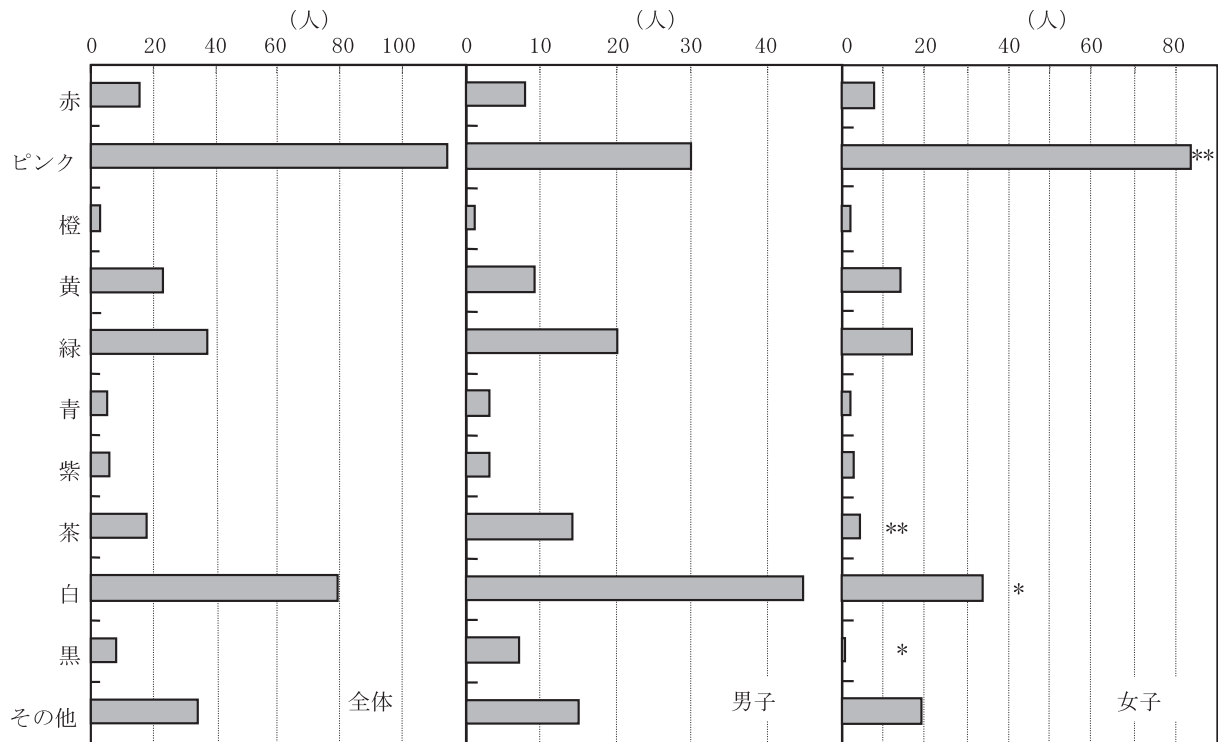


図7 和菓子における高嗜好色

※男女間の有意差は女子のバー上に表示 (\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ )

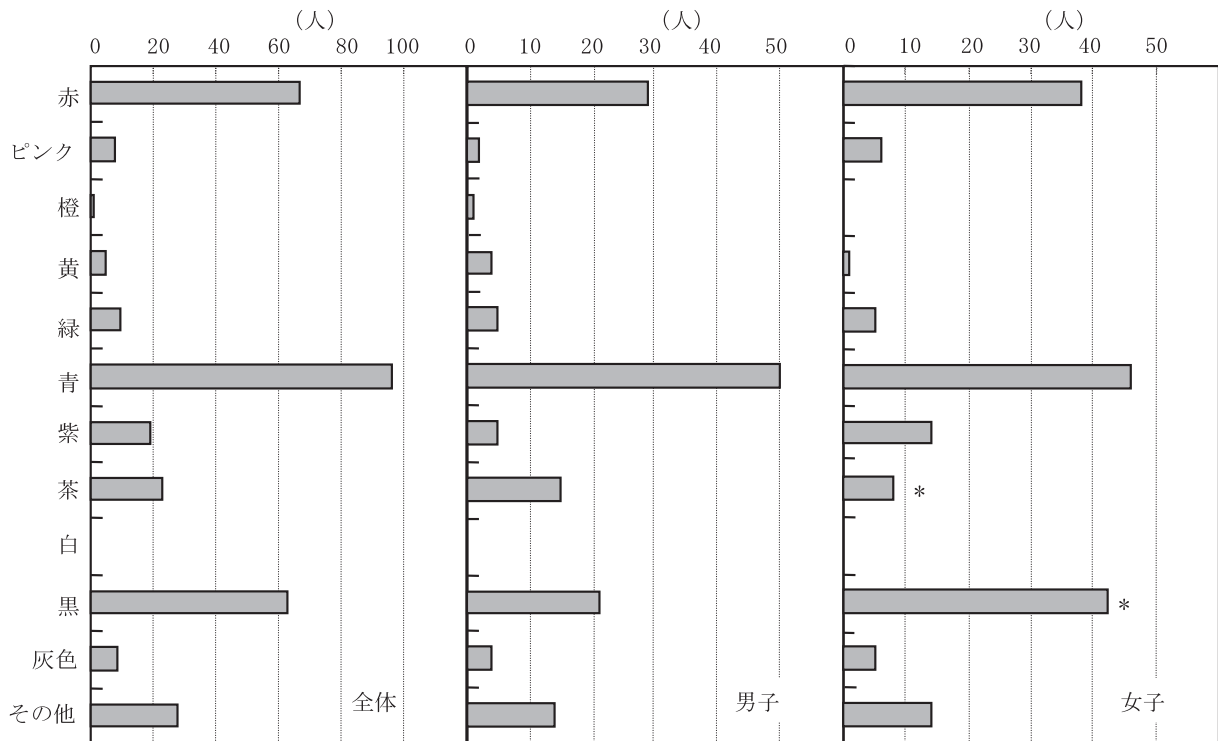


図8 和菓子における低嗜好色

※男女間の有意差は女子のバー上に表示 (\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ )

女子では「ピンク」が顕著に多く (44.7%), 次いで「白」18.1%, 「緑」9.0%, 「黄」7.4%と続いた。

和菓子の高嗜好色は、男女とも「ピンク」「白」「緑」「黄」が上位4つを占めた。また「ピンク」は女子で多く ( $p < 0.01$ ), 「白」は男子で多い ( $p < 0.01$ ) ことが、イメージ色の結果と共通していた。さらに、イメージ色では男女間で有意差がみられなかった「茶」について、男子で有意に高く ( $p < 0.01$ ), 「黒」についても男子の方が高い ( $p < 0.05$ ) など、男女間で有意差が見られた。

また、イメージ色と比較した場合、「ピンク」「白」「黄」「赤 (ピンクを含む)」は男女とも高嗜好色として多く選択されていた (図9)。一方、「緑」「茶」「黒」はイメージ色と比較した場合、和菓子からイメージされる色ではあるが、自分の和菓子に使いたい色として選択する人の割合は少ないといえる。

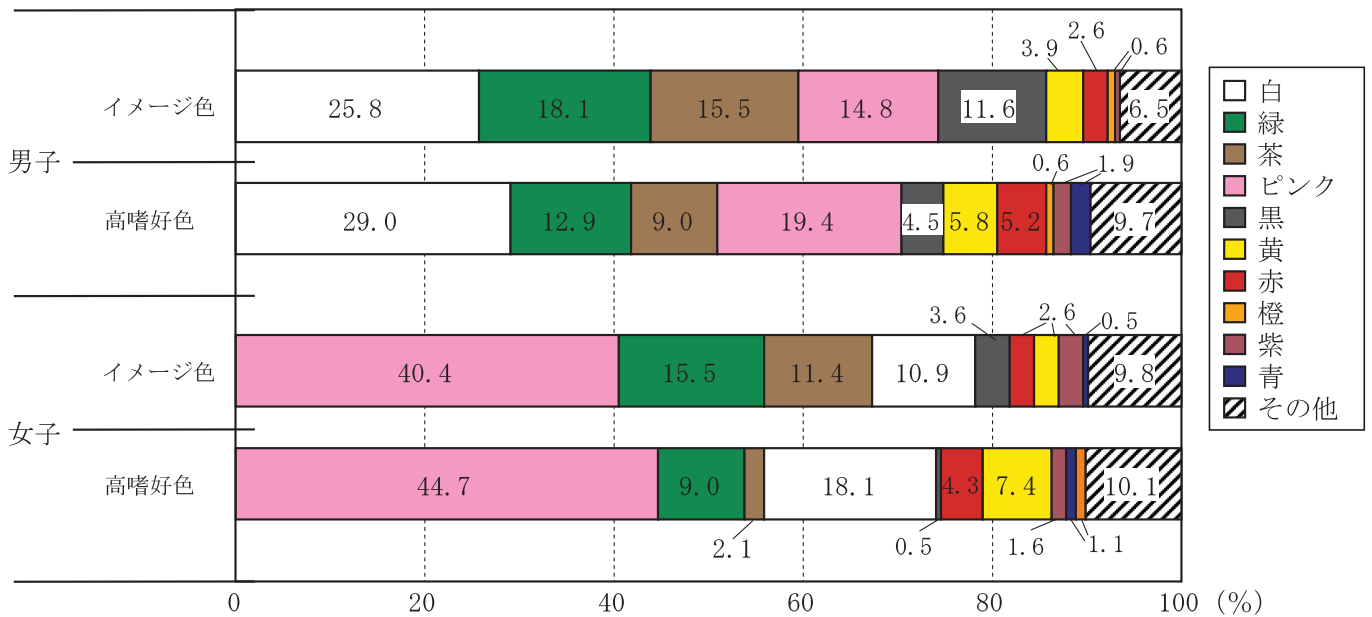


図9 和菓子のイメージ色および高嗜好色 (1位)

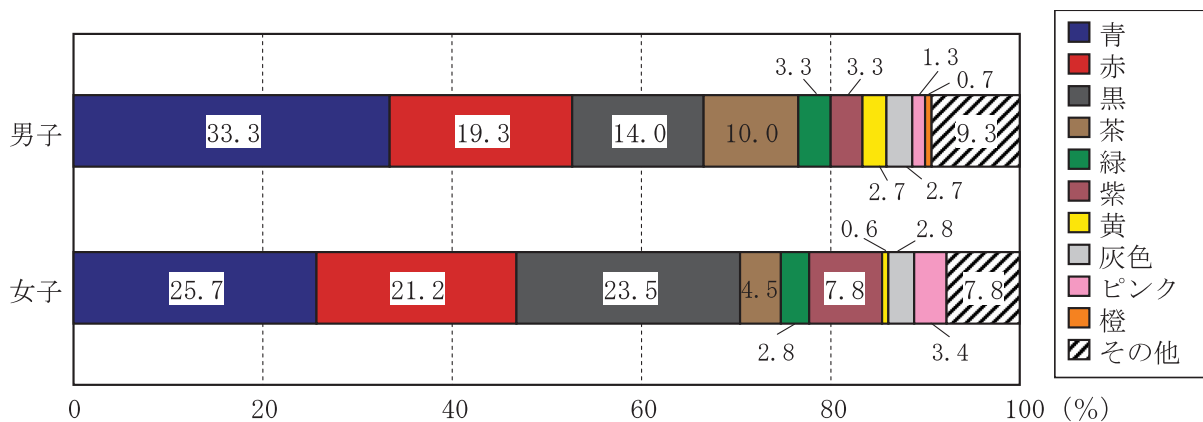


図10 和菓子における低嗜好色 (1位)

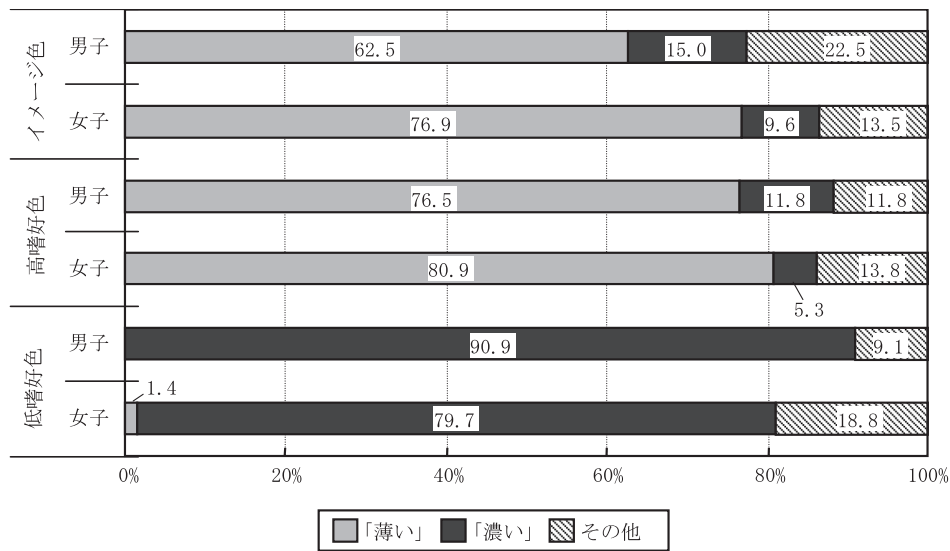


図11 和菓子の色イメージにおけるトーンに対する記述

### 3) 和菓子における低嗜好色

自分自身が和菓子を作る時に使いたくない色、すなわち低嗜好色について、上位3位まで回答してもらった（男子150人、女子179人が回答）。以下の分析には、1位の回答を用いた（図8、図10）。

和菓子の低嗜好色として、「青」「赤」「黒」が男女とも非常に多かった。また、イメージ色や高嗜好色と比較すると、これらでみられなかった「灰色」も低嗜好色で多くみられた。高嗜好色で上位を占めた「白」「ピンク」「緑」については非常に少なく、「白」については皆無であった。「青」や「黒」は市販の和菓子の色の調査でも使用頻度が少ないことが明らかとなっているが（図1、図3）、今回の結果においてもこれらの色を使いたくないという人が多かった。

男子では「青」が最も多く（33.3%）、次いで「赤」19.3%、「黒」14.0%、「茶」10.0%であった。女子においても「青」が最も多く（25.7%）、「黒」23.5%、「赤」21.2%、「紫」7.8%と続いた。

男子では、イメージ色や高嗜好色において「黒」を回答する人が見られたが、それとほぼ同様の割合で低嗜好色として選択されていた（有意差なし）。また、女子においては「黒」を「使いたくない」とする者の割合が顕著に高く（ $p < 0.01$ ）、「青」や「黒」の食品に対する嫌悪感や拒否感は強いといえる。

### 4) トーンの記述

和菓子の色のトーンについて、「薄い」「濃い」など具体的な記述があったものについて、内訳を分析した（図11）。トーンの記載については、調査の際、特に指定しなかったため、全体の回答数が少なかったことから、1～3位で得られた回答について分析を行なった。

#### ①和菓子のイメージ色のトーン

全体でみると、1位から3位までで「薄い」「濃い」などの具体的な記述は合計167個あった。

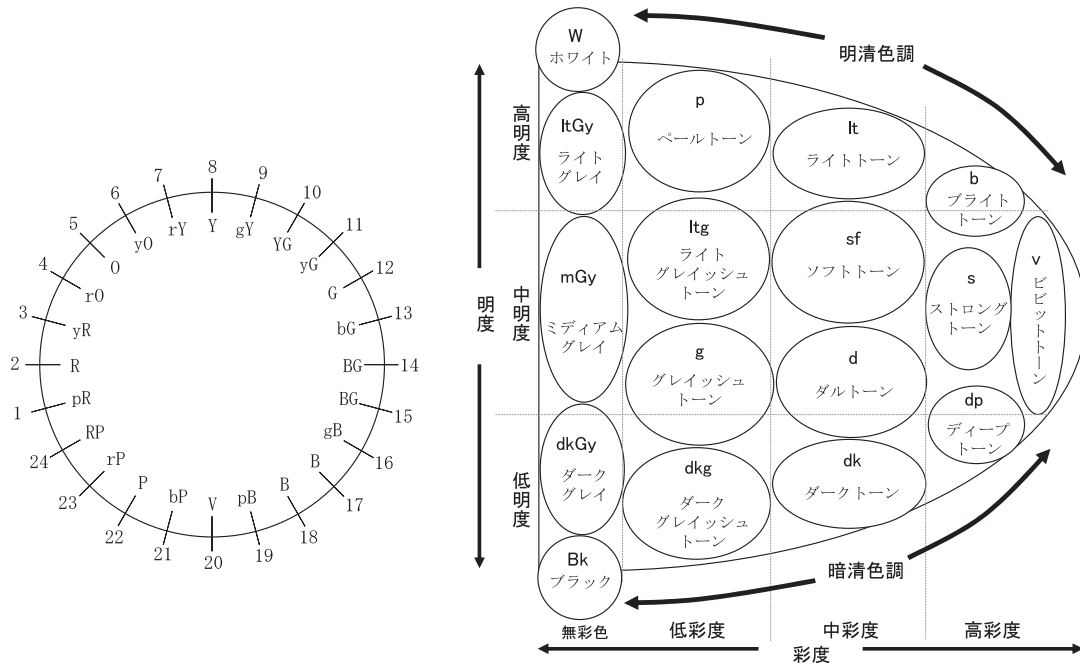


図12 PCCSの色相とトーン4)

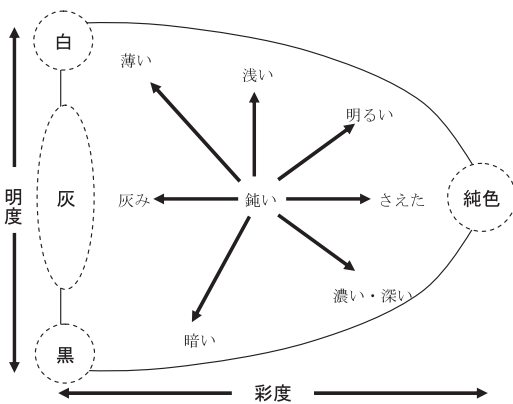


図13 色の調子を表現する言葉4)

<b>W (White)</b> 清潔な 冷たい 新鮮な	<b>p (pale tone)</b> 薄い 軽い あっさりした 弱い 女性的 若々しい 優しい 淡い かわいい	<b>It (light tone)</b> 浅い 澄んだ 子供っぽい さわやかな	<b>b (bright tone)</b> 明るい 健康的な 陽気な 華やかな	<b>v (vivid tone)</b> さえた 鮮やかな 派手な 目立つ いきいきした
<b>Gy (Gray)</b> スモーキーな しゃれた 寂しい	<b>Itg (light grayish tone)</b> 明るい灰みの 落ち着いた 渋い おとなしい	<b>sf (soft tone)</b> 柔らかな 穏やかな ぼんやりした	<b>s (strong tone)</b> 強い くどい 動的な 情熱的な	
	<b>g (grayish tone)</b> 灰みの 濁った 地味な	<b>d (dull tone)</b> くすんだ 中間色的	<b>dp (deep tone)</b> 深い 濃い 充実した 伝統的な 和風の	
<b>Bk (Black)</b> 高級な フォーマルな シックな おしゃれな 縮まった	<b>dkg (dark grayish tone)</b> 暗い灰みの 陰気な 重い 固い 男性的	<b>dk (dark tone)</b> 暗い 大人っぽい 丈夫な 円熟した		

図14 PCCSのイメージ4)

そのうち、「濃い」9.6%、「薄い」62.9%であり、「薄い」が顕著に多かった ( $p < 0.01$ )。その他の表現 (27.5%) では、「淡い」「渋い」「深い」などの表現がみられた (図13, 図14)。

男女別で見ると、男子は合計40個、女子では104個の記述があり、女子の方が圧倒的に多かった ( $p < 0.01$ )。男子では「薄い」62.5%、「濃い」15.0%、女子では「薄い」76.9%、「濃い」9.6%で、両者とも「薄い」色を思い浮かべることが共通してみられた (男女間で有意差なし)。

②和菓子の高嗜好色のトーン

全体でみると、1位から3位までで「薄い」「濃い」などの具体的な記述は合計128個あった。そのうち、「濃い」7.0%、「薄い」79.7%であり、イメージ色同様、「薄い」という表現が多用されていた ( $p < 0.01$ )。その他の表現 (13.3%) では「淡い」が多くみられたほか、「涼しげな」「透明感のある」「鮮やかな」などの表現があった。

男女別で見ると、男子は合計34個、女子では94個の記述があり、ここでも女子の方が約3倍多かった。男子では、「薄い」76.5%、「濃い」11.8%、女子では「薄い」80.9%、「濃い」5.3%であり、両者とも「薄い」色を思い浮かべることが共通してみられた (男女間で有意差なし)。

### ③和菓子の低嗜好色のトーン

全体でみると、「薄い」「濃い」などの具体的な記述は合計91個あった。そのうち、「濃い」が82.4%、「薄い」が1.1%であり、「濃い」の方が圧倒的に多かった。その他の表現 (16.5%) では、「原色の」や「真っ赤」「真っ青」「濃すぎる色」など、「濃い」に繋がる表現が多くみられた。

男女別で見ると、男子は合計22個、女子では69個の記述があり、女子の方が多かった。男子では、「薄い」という表現はなく、「濃い」が90.9%、女子では「薄い」が1.4%、「濃い」が79.7%で、両者とも「濃い」色を思い浮かべることが共通してみられた (男女間で有意差なし)。

トーンの記述を見ると、和菓子のイメージ色と高嗜好色では、「薄い」色が好まれるなど一致する部分が多くみられ、反対に、低嗜好色では「濃い」色が多かったことから、薄い色合いが好まれていることが示唆された。

## 4. 要約

近年、食文化が軽視される傾向にある。我が国伝統の菓子である和菓子は、その色の多様性により季節感を繊細に表現するという特徴をもつ。食における色の多様性を理解することは食を見直すことにつながり、さらには食文化の伝承へと繋がる。

本研究では、和菓子の色彩構成について、市販の和菓子の色相を調査するとともに、大学生が和菓子に抱いている色彩イメージについて調査した。これにより、以下のような結果が得られた。

- (1) 市販の和菓子の色を調査したところ、主色、組合せ色、いずれにおいても暖色系 (赤, 黄) が多く使われており、寒色系 (青) はあまり使われていなかった。
- (2) 主色として多く使われていたのは「赤 (ピンクを含む)」「白」「緑」であった。
- (3) 「赤 (ピンクを含む)」は主色として最も多く使われており、組合せ色としても2番目に多く使われていた。「白」は主色としては2番目に多く、組合せ色として最も多く使われていた。「緑」は、主色、組合せ色ともそれほど多くはないが、使用頻度は「赤」「白」に次いで多く用いられる色であった。
- (4) 市販の和菓子の色の組合せの数では、最も多いのが1種の組合せ、次いで2種、組合せなしの順であった。3種以上の組合せのものはほとんどなかった。
- (5) 市販の和菓子の色合いに関しては、原色のようなはっきりした色合いよりも、やわらかみのある色合いのものが多く見られた。
- (6) 大学生を対象に、和菓子からイメージされる色について調査を行った。和菓子と聞いて思い浮かぶ色は、全体の傾向として「ピンク」「白」「緑」が上位3つを占め、次いで「黄」「茶」

が多かった。この結果は、市販の和菓子の色の調査と一致していた。

- (7) 和菓子を作る時に使いたい色については、男女とも「ピンク」「白」「緑」「黄」が上位4位を占めた。
- (8) 和菓子を作る時に使いたくない色として、「青」「赤」「黒」が男女とも非常に多かった。また「思い浮かぶ色」「使いたい色」ではみられなかった「灰色」も多くみられた。
- (9) 和菓子の色のトーンについて検討したところ、「思い浮かぶ色」「使いたい色」では「薄い」トーン、「使いたくない色」では「濃い」トーンの占める割合が顕著に高かった。

本研究成果は角屋育（当時、静岡大学教育学部4年生）の尽力による。また、アンケート調査にご協力くださった静岡大学教育学部の方々に深謝いたします。

本研究は、平成19年度科学研究費補助金（課題番号：18700604）により行なわれたものである。

### 【参考文献】

- 1) 村上陽子：和菓子の嗜好性および喫食状況に関する研究，静岡大学教育学部研究報告（自然科学篇），第59号，pp. 21-36（2009）
- 2) 村上陽子：大学生における和菓子の食嗜好性について，静岡大学教育実践センター紀要17，pp. 65-74（2009）
- 3) 村上陽子：大学生における和菓子の学習状況および調理経験に関する調査，静岡大学教育学部研究報告（教科教育学篇）（投稿中）
- 4) 財団法人日本色彩研究所：『カラー&ライフ』，日本色研事業株式会社（2004）
- 5) 小林公成，今井朗子：『家庭画報が選ぶ和菓子435選 楽しむ・贈る・取り寄せる』（世界文化社，2005）
- 6) 吉松藤子，亀山春，加田静子，梶田武俊，橋本慶子，高木節子：『理論と実際の調理学辞典』，朝倉書店，p. 75，p. 491（1987）
- 7) 平宏和，芹澤正和，梶浦一郎，竹内昌昭，中井博康，香川達郎：『五訂増補日本食品標準成分表準拠 食品図鑑』，女子栄養大学出版部，p. 557（2006）
- 8) 山本候充，今泉弘勝：『洋菓子・和菓子・デザート 百菓事典』，東京堂出版，p. 46，p. 278（1997）
- 9) 渡辺長男，鈴木繁男，平尾裕之，小原哲二郎：『製菓事典』，朝倉書店，p. 10，pp. 2-14（1981）
- 10) 川端晶子，瀧上匠子：『おいしさの表現事典』，渡辺製本株式会社，p. 277（2006）
- 11) 新しい食生活を考える会，鈴木一行：『食品解説つき 新ビジュアル食品成分表 増補版』，大修館書店，p. 202（2005）
- 12) (社) 日本家政学会，朝倉邦造：『家政学事典』，朝倉書店，p. 474（1990）
- 13) 日本調理科学会：『新版総合調理科学事典』，光生館，p. 538（1997）
- 14) 長崎巖：『日本の伝統色 配色とかさねの事典』，ナツメ社（2008）
- 15) 金子隆盛芳：『色彩とパーソナリティ』，金子書房（1995）
- 16) 中山司，濱田信義，大森裕二：『色彩デザイン見本帳』，エムディエヌコーポレーション（2005）
- 17) 青木暘：『和菓子を楽しむ』，主婦の友社（1983）

