

## トーンが伝える 色彩イメージ

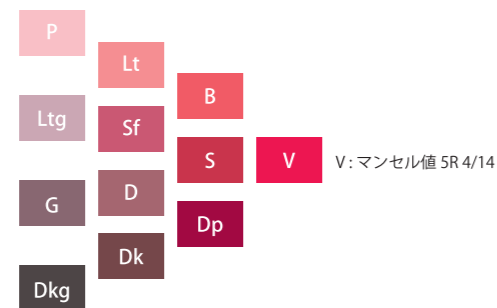
人が色からイメージするものや感情は、国籍、習慣、個人差など様々な要因で異なり、地域の中で類似した感じ方をする。日本においては、赤といえば日の丸や太陽、りんごなどを連想し、そこから「鮮やかさ」「活動的」などのイメージを持つ。青は青空や海など雄大な自然を連想し「誠実さ」「静けさ」を感じる。緑は樹木や草花などを連想し「新鮮な」「安全な」を、黄緑からは新芽の「若々しさ」をイメージする。色はイメージを伝えるツールとして、企業そのもののコーポレートカラーや、商品やパッケージなどに意図的に使用されている。

屋外広告の色彩は、伝えたいイメージを明確にして色彩を選定することが大切である。掲出される場所によって制限される場合もあるので、地域の条例を確認する必要がある。

### 色は色調（トーン）でイメージが異なる

マンセル表色系の色の三属性（色相・明度・彩度）によって、色合いと明るさや鮮やかさを数値で表すことができる。しかし、色名（ピンクや水色など）が一般的に使われている。

色調は、色の明度と彩度を含む複合概念で、シャーベット・トーンといえば、高明度で低彩度のペールトーンでメロンやピーチなどの甘い優しいイメージにつながる。パステルカラーは白が混ざったソフトなイメージ。赤のビビットトーンは派手で動的なイメージ。ブライトトーンは華やかで健康的なイメージ。ダークトーンはクラシックなイメージとなる。



### 純色

ビビットトーン (V) 冴えた色

### 低彩度

ペールトーン (P) うすい色  
 ライトグレイッシュトーン (Ltg) 明るい灰みの色  
 グレイッシュトーン (G) 灰みの色  
 ダークグレイッシュトーン (Dkg) 暗い灰みの色

### 中彩度

ライトトーン (Lt) 浅い色  
 ソフトトーン (Sf) 柔らかい色  
 ダルトーン (D) 鈍い色  
 ダークトーン (Dk) 暗い色

### 高彩度

ブライトトーン (B) 明るい色  
 ストロングトーン (S) 強い色  
 ディープトーン (Dp) 濃い色



### 信頼や誠実、正確さを伝えるブルー (Blue-vivid)

確かさに加え、さわやかさをイメージさせる。銀行や医療関係などで多く使われる。また、男は青という日本の慣習があり、フレッシュな青年をイメージさせるため、多くの紳士服店で使用されている。(B-v, B-b) Dk トーンや青紫 (v) にはダンディで厳格なイメージをもち、P トーンはさわやかで優しいイメージになる。明るい水色は気品を感じるが、少し冷たい印象になる。道路標識に代表される青地に白文字は判読性にすぐれ、サインに多く使われる組合せである。

photo: 大手銀行



### 安全や安心、親しみやすさを伝えるグリーン (Green-vivid)

JIS の安全色彩で指定されている緑は、安全、避難、衛生、救護、進行を意味し、道路標識や避難誘導灯で使用されている。また、安全と衛生の象徴として「緑十字」が用いられ工場や工事現場に掲げられる。緑は、医療関係や薬局、健康関連等で多く使用されている。

Dp や Dk トーンになるとシックで重厚なイメージになり、格調や気品を感じさせ、ホテルやブティックなどで多く使用される。P トーンのペパーミントグリーンは、優しくフレッシュなイメージをもつことから、女性向けの業種に多く使用される。

photo: 観光案内所



### 気品や厳肅、神秘性を伝えるパープル (Purple Blue-vivid/Purple-vivid)

青紫 (v) は、情緒感を表す。黒に続き暗いイメージを与えるが、宗教装束や王権では最高権威を表す色に用いられていることから、神秘性や品格の高さなどをイメージさせる。紫 (v) は、エレガントなイメージで、P トーンのラベンダー色は優しさがあり、女性向けの業種に多く使用される。

photo: 高級香水店