

特集「ジェンダーと色彩」 Special Issue: Gender and Color

特集にあたって Editor's Introduction

國本 学史

Norifumi Kunimoto

筒井 亜湖

Ako Tsutsui

慶應義塾大学 / 埼玉大学 / 黄岡師範学院 / 西安美術学院

Keio University, Saitama University, Huanggang Normal University, Xi'an Academy of Fine Art

東京工芸大学

Tokyo Polytechnic University

色彩は、服装や道具など身近な所で、ジェンダーに関わる要素であると言える。しかし、これまで色彩学の領域で、ジェンダーと色彩について議論されたことは少ない。その要因として、ジェンダーに関わる色彩が想起される際、必ずしもポジティブな側面に焦点が当てられないからではないだろうか。BLM 問題や国際紛争等の場においても、色彩はとすると差別や分断の道具として用いられる。色彩が人々を非難したり攻撃したりする道具として利用されないために、色彩を研究するわたしたちは、様々な考察・検討を行う必要がある。本企画はそうした観点の中で提案された。

本特集企画の実施に当たっては、NPO 法人カラーユニバーサルデザイン機構」のインタビュー記事もヒントになっている（國本学史、井澤尚子「第 11 回「CUDO は虹の架け橋」NPO 法人カラーユニバーサルデザイン機構」『色彩学』2 (1), 2023.02, pp.20-27）。この記事から、少数色覚者に対する社会的な配慮の不十分や、配慮の必要性が広く知られていない事実などが確認される。多数色覚者の「当たり前」が、少数色覚者の不利益に繋がる無自覚に筆者は気付かされた。ジェンダーと色彩についても、わたしたちに無自覚さがないと言い切れない。

色彩がジェンダーを規定する恐ろしさは、宗教原理主義体制のもとで、出産可能な女性が赤い服を着せられて出産に「従事」させられる近未来を描いた小説、『侍女の物語』（Margaret Eleanor Atwood "The Handmaid's Tale" 1985, 日本語版は斎藤英治訳、早川書房 2001 年参照）の世界が連想される。色彩によって性差や役割が社会的に規定・制約されれば、世界は誰にとっても住みにくくされてしまうことが同小説で表現されるが、実社会はどうであろうか。

企画に参加いただいた執筆者各位は、ジェンダー学を専門とされる研究者ではない。まず色彩学の視点からジェンダーと色彩を考える、という企画者の出した難題に、執筆者各位はそれぞれの専門性をもって答えて下さっている。名取和幸氏には、キャッシュカードやランドセルの色といった、わたしたちの暮らしの中にある色彩から考察いただいた。ジェンダーステレオタイプやバイアス等に関して、調査データに基づいた

話題が提示された。文化・時代による意味の変化を通じ、色が男女を区別する目的から「その人らしさ」、すなわち個性を表現するツールとして使用され始めていることが指摘されている。

山田雅子氏は、肌の色の差が性別判断に及ぼす影響や、若者世代男性のメイクアップへの意識、などに関するデータを通じて、肌の色とジェンダーステレオタイプとの関係を考察された。社会的背景の変化により、肌の色に関するジェンダー差が縮小していく可能性について考察されていることは、名取氏の考察ともリンクする。調査を通じて得られた反省として、わたしたち研究者が、肌の色やジェンダーなどの多様性について研究する上での配慮の重要性が指摘されている点も意義深い。

企画者の筒井は、表現者を志す若者世代における、色のジェンダーステレオタイプに関する傾向の意識調査を実施した。結果、色によるジェンダーステレオタイプとの齟齬を気にしない傾向が認められたことは、若者世代で多様性への理解が定着していることを示す。

同じく企画者の國本は、習慣や生活における色彩についての歴史的事例の検討を行った。その結果、日本の色彩概念にも、積極的に取り入れてきた東アジアの色彩概念にも、ジェンダーに基づく色の区別や選択はあまり無いのではないか、という考察を示している。

本特集を通じて、ジェンダーによる色彩の区別は、歴史的・文化的な伝統とは言い難く、ジェンダーと色彩についての意識は時代の変化を通じて変わる、ということが見えてきた。さらに現代においては、性差に基づいて色彩を規定するステレオタイプの視点は、もはや過去の見方になりつつある状態が見えてきている。本特集によって様々な立場からの視点や事例を集め切れていない段階ではあるが、本企画が色彩に関わる人々の発言や提言を喚起するものとなれば幸いである。本企画は、日本色彩学会 2023 年度教育普及委員会「あたらしい色彩」講座（2024 年 1 月 27 日（土））の共同企画として、オンラインでの議論が予定されている。ジェンダーと色彩に関心を持つ人々の、幅広い興味や意見を集めて議論が深まることを期待したい。

特集「ジェンダーと色彩」 Special Issue: Gender and Color

暮らしの中の色のジェンダー・ステレオタイプ

Gender stereotypes of color in daily life

名取 和幸

Kazuyuki Natori

一般財団法人日本色彩研究所

Japan Color Research Institute

キーワード：色, ジェンダー, ステレオタイプ, アンコンシャス・バイアス

Keywords: color, gender, stereotyping, unconscious bias

1. はじめに

色は色と同時に意味や印象も伝える。赤いイチゴは「赤」という視感覚を一般に引き起こすが、経験により、その色は「熟した美味しそうな」サインとしての意味ももつようになる。このように色と対象との間に明確な対応がある場合には、色が伝える意味は時代や文化に関わらず普遍的といえる。

また、人工的な規格としてのカラーサインもある。たとえば「赤が止まれ」はその意味に当てはまりやすい色を使用した規格であり、電子部品の抵抗に付けられた色帯は人工的なルールに基づいて抵抗値を表している。これらのサインでも色の意味は変化しない。

一方、ピンクのベビー服を着ているので女の子かなと思うのは慣習的な色彩使用によるものである。この場合には、女の子の意味が変化すれば、時代や文化によって対応する色も変化することもありうる。

本稿では、ジェンダーと色のテーマの下、男女別の製品色やカラーサインを事例として、色の慣習的な意味などを考えるものである。その前に、関係する用語や調査データ、トピックスの解説から始めたい。

2. アンコンシャス・バイアス

「ブラジル人だからサッカーが得意」という根拠が希薄な思い込みがもたれることがある。このような明確な根拠がない固定観念はアンコンシャス・バイアス (unconscious bias)、あるいは暗黙のバイアス (implicit bias) により生まれる。シニアは頑固で頭が固そうというのは年齢に関するバイアスの例で、男性はパソコンに詳しいというのはジェンダーバイアスである。ジェンダーバイアスは、男女がそれぞれこういうものであるというステレオタイプを基に生まれる。ジェンダーバイアスの中には、乗り物柄なら男の子、リボンは女の子向けというような例もあるが、本稿では色のジェンダーバイアスに限定して述べる。

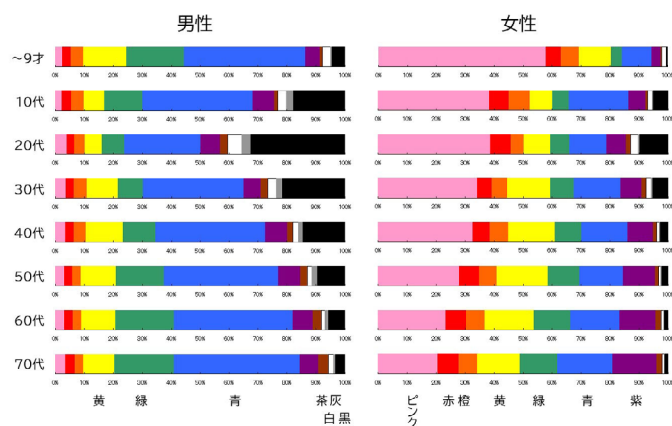
3. 男女と色との関係

3.1 男女に対応する色の一般的傾向

千々岩は1995・96年に、世界20か国の美術、デザイン、建築を専攻とする多くの大学生を対象として言葉の意味を表すのにふさわしい色を選択させた¹⁾。その結果、ほとんどの国で男性は青、次いで黒、女性はピンクそして赤が多く選ばれた。これは20世紀末の結果であるが、現在でも男性を「黒、青、寒色系」、女性を「赤、ピンク、暖色系」の色を用いて表したり、そうした製品を見かけたりすることが多い。これが現代の世界における、男女と色との対応の一般的な傾向といえるであろう。

3.2 キャッシュカードの色にみられる男女嗜好

SBI新生銀行のキャッシュカードは32色から好きな色を選ぶことができる。2005年から2008年に開設された口座の約92万人のカードを11の色系統に分け、年代と性別で集計した結果を図1に示す。なお、色の指定がない場合はコーポレートカラーのブルーになるため青系には特に色にこだわらない人が含まれている。21世紀初頭の日本での色嗜好傾向として、男性は青や黒、女性はピンクをカードに選ぶ傾向が強いこ

図1 キャッシュカードの色 (出典: SBI新生銀行)²⁾

https://corp.sbishinseibank.co.jp/ja/news-archive/news-archive2/news20080627103087/main/0/link/080627color_card_j.pdf

特集「ジェンダーと色彩」 Special Issue: Gender and Color

肌の色とジェンダー

Skin tone in terms of gender

山田 雅子

Masako Yamada

埼玉女子短期大学

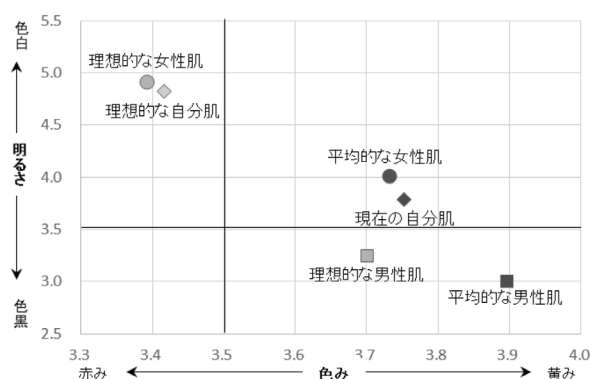
Saitama Women's Junior College

キーワード：肌の色, ジェンダー, 性差, 化粧, ステレオタイプ

Keywords: skin tone, gender, sex differences, make-up, stereotype

1. 「美白」は誰のものか

「美白」という言葉がある。現在では、当該語や価値観を過去のものとすべきとの潮流もある^{1,2,3)}。その只中にあっては、「美しい白色」こそ「美白」だと考える向きもありそうだが、美しい色白の“肌”を指す言葉として、かつて確固たる認知度を誇ったのが「美白」という語である。では、この「美白」とは誰に向けられた言葉なのであろうか。



山田雅子. (2017). 言語表現に見る日本人若年女性の肌色観. 日本色彩学会誌, vol.41, no.2, pp.55-61. Figure1より引用

図1. 平均値に基づく各肌の色の布置

図1は、女子学生が抱く各肌の色のイメージを明るさと色みの二次元で示した散布図である⁴⁾。女性に関する○のマーカーはグラフ上部の第1・2象限に、男性に関する□のマーカーは右下部の第4象限に配されていることが特徴的であるが、大まかに表現するとすれば、「女性は色白、男性は色黒」という方向性を示しているといえる。さらに、左上に集まっているのは理想的な女性の肌や回答者本人(女性)の理想を示すマーカーである。第1象限の下方に認められる◆のマーカーが女子学生たちの「現在地」の評価であるから、実際の自身の肌の色よりも数段階明るい肌を目指していることが読み取れる。つまり、少なくとも若年の日本女性たちの多くにとって、「美白」は「自分事」となっ

ているのである。

当該結果は女子学生のみ个回答に基づくものであるが、男子学生を含んだ調査においても類似の傾向が示されている。具体的には、「好ましい男性の肌色<自身の肌色・理想の肌色<好ましい女性の肌色」のように肌の色の明るさの段階が選択されたことが統計的に明らかとなり、女性と色白肌とを結びつける傾向が男子学生にも認められた⁵⁾。つまり、女性自身が色白肌を女性の理想として捉えるのみならず、男性も同様に、色白肌と女性を親和性の高いものとして受け止めていることになる。「美白」は専ら女性に向けられたものだというのが、ここまでの日本人の価値観であるといえよう。このように、男女間で異なるステレオタイプ、いわば男女非対称のステレオタイプが厳然と存在するのが日本における肌の色なのである。

2. 肌の色の「性差」と「ジェンダー差」

人の肌は実に多様である。透き通るような色白肌の男性もいれば、小麦色の肌を持つ女性もいる。前述のような肌の色のイメージは飽くまで頭の中での想像であり、現実の男女の肌は、そこまで変わらないのではないか。そのように疑ってみることもできよう。

実際に日本人若年男女各16名の頬や額の肌を視感測色した調査結果からは、全体として、「男性の方が女性に比して赤み寄りで明度が低く、色みの濃い」色であったことが確認されている⁶⁾。他の計測結果においても、男性の肌の方が女性よりも低明度であったことが示されている^{7,8)}。

だが、ここで示された男女の肌の色の差は「性差 (sex differences)」なのであろうか。性差とは、性に由来する生物学的な差異のことである。肌の色は、日々の行動の結果としての日焼けや、その日焼けを防ぐ行為、さらにはメイクアップ化粧など、その人自身が選り取る行動によって大きく変化することを忘れてはならない。さらに、その行動には男女別に規定された社

特集「ジェンダーと色彩」 Special Issue: Gender and Color

色のジェンダーステレオタイプに対するデザイン系大学生の意識に関する調査

A Survey on Design Students' Awareness of Gender Stereotype of Color

筒井 亜湖

Ako Tsutsui

鈴木 万里

Mari Suzuki

東京工芸大学

Tokyo Polytechnic University

東京工芸大学

Tokyo Polytechnic University

キーワード：色のジェンダーステレオタイプ, 意識調査

Keywords: Gender Stereotypes of Color, Awareness Survey

1. はじめに

街中や商業施設などを歩いていると、トイレのマークをよく見かける。高彩度の赤と青で表されていることが多く、遠くからでも視認しやすい。現代日本人は、トイレのピクトグラムの色が赤であれば女性のトイレで、青であれば男性のトイレであることが一目でわかる(ただし、JIS規格では色の規定はない¹⁾。特に近代以降の日本には、「男性らしさ」「女性らしさ」という表現にみられるように、性別に対する固定観念が存在してきた²⁾。男性と女性はカテゴリカルに二分され、両者の境界は明瞭であった。すなわち、男性と女性は全く性質の異なるものとみなされてきた。

色は我々にさまざまな意味を喚起させる。そして、色の違いは性質の違いを我々に知らせる³⁾。信号や道路標識に使用される安全色⁴⁾などからレモンとライムの違いまで、我々の身の回りには色によってその性質の違いを表しているものが多く存在している。性質の違いを表すことが得意なのが色である。男性と女性が色で区別され、それらの概念と色の連合が固定化されていったのは必然であろう。このように、色は性別を区別するためのツールとして利用され、結果として色そのものが「男性」「女性」だけでなく、男性「らしさ」や女性「らしさ」をも意味するようになったと考えられる。

2015年9月にニューヨークの国連本部にて開催された「国連持続可能な開発サミット」において採択された、いわゆるSDGs⁵⁾では17の国際的に達成されるべき目標が定められているが、そのうちの5番目の目標とされているのが「ジェンダー平等 (Goal 5. Achieve gender quality and empower all women and girls)」である。いまだに日本のジェンダーギャップ指数は低く、2023年時点は146カ国中125位とのことである⁶⁾。では、日本社会全体がジェンダー不平等をもたらしそうな旧来型の固定観念に支配されているかといえば必ずしもそうではなく、電通総研により18歳から79歳までの3,000名を対象に実施されたジェンダーに関する意識調査⁷⁾によると、「Q3-10 男は男

らしく、女は女らしくあるべきだ」という質問項目について、特に若年層においては72% (女性77%, 男性68%) が「あまりそう思わない」または「そう思わない」と回答している。

また、ジェンダーの問題だけでなく、近年ではさまざまな分野において多様性を理解し受け入れようという機運が高まっている。「男性」「女性」と二分して捉えるのではなく、連続体として人々の性質を捉えるというのが、現代的な考え方といえよう。それに伴い、色の使用においても従来の固定観念にとらわれずに各個人が自由に色を選択できる事例が近年では増えてきていると感じる。そのような時代背景のなか、現代を生きる若者世代、特に表現者を目指す若者達が色のジェンダーステレオタイプについてどう感じ、考えているのか、若者世代が抱く色の選択や使用における違和感の有無やその程度を捉えることを目的とした調査を実施した。

2. 方法

2.1 調査実施日

調査は2023年9月に、調査実施大学からの承諾を得た上で、筆者が担当する色彩関連の授業内において対面にて実施した。

2.2 調査対象者

調査対象者は、首都圏の大学における芸術学部デザイン系学科に所属する大学生285名(平均年齢19.48歳, SD = 1.44¹⁾)であった。その内訳を表1に示す。表に示した通り、本調査における参加者の男女比には偏りがみられた。

表1. 調査対象者の内訳

性別	人数	(%)
女性	177	(62%)
男性	98	(34%)
どちらでもない	4	(1%)
回答しない	6	(2%)
合計	285	

1 回答しないと答えた4名を除く。

特集「ジェンダーと色彩」 Special Issue: Gender and Color

日本古代の色彩文化とジェンダー

Gender of Japanese Ancient Color Culture

國本 学史

Norifumi Kunimoto

慶應義塾大学 / 埼玉大学 / 黄岡師範学院 / 西安美術学院

Keio University, Saitama University, Huanggang Normal University, Xi'an Academy of Fine Art

キーワード：キーワード：色彩文化、ジェンダー、歴史、古代の色彩文化、芸術

Keywords：color culture, gender, history, ancient color culture, art

1. はじめに

性差に伴う色彩の区別といえば、トイレ表示等における、「女性が赤・男性が青」の色分けを目にすることがある。この性差による色分けは、東京オリンピックのロゴが端緒である、という Web 記事等を昨今では目にすることが多いが、著者の調査不足もあり、その事実や根拠を十分に追い切れていない。三木学氏は、関連の関心事について、「色をめぐるポリティクス「ランドセル・都知事・大統領選挙」」というタイトルの Web 記事において言及されている¹⁾。三木氏は、ランドセルの色と性差にまつわる話題にも言及され、アニヤ・ハーバート、ヤズ・リンによる研究について掲載した記事も紹介されており、興味深い話題を提供されている²⁾。ジェンダーと色彩の関わりへの着目はこんにち高まっており、2022 年 11 月 21 日に開催された日本色彩学会の企画「多様性と色彩」において、正田万理氏が LGBTQ やジェンダーと色彩について言及されている³⁾。

当該の話題等を鑑み、筆者は日本の色彩文化とジェンダーについて視点を持った。その際、日本の色彩文化には性差による色の区別や差異が存在しているのであろうか、という疑問が生じた。位色の規定やかさね色等についての研究成果から言えることとして、伝統的価値観を形成していると考えらる日本の古代期の色彩文化には、ジェンダーによる色分けは基本的でないのではないか、という観点を得たことについて本稿で整理したい。本論で「ジェンダー」という語を取り扱う際には、主に性差にまつわる差異について言及する表現でとして示すが、ジェンダーという言葉の意味の多義性や変化の性質⁴⁾、ジェンダー構造への考察に不十分な部分があることは、筆者の能力・研究の不足として反省の意を表したい。色彩文化の側面から、ジェンダー概念・問題構造への考察を加える試みは、本稿を端緒として、今後も筆者の課題の一つとしたい。

2. 日本の色の登場と性差

日本語において、「イロ」の言葉としての端緒は、「アカ・クロ・アヲ・シロ」の 4 色である、とする佐竹による先行研究は著名である⁵⁾。日本だけでなく、東アジア地域の言語・語彙に、例えば男性名詞・女性名詞のような明確なジェンダー的差異の性質は、存在しないと考えられる。上記の 4 色の色彩語としての表現から性差は連想されず、前節で述べたような、女性が赤・男性が青、といった色の性差による帰属は見られない。古典的な研究ではあるが、B・バーリンと P・ケイによる先行研究に見られるように⁶⁾、明暗に関する色彩語から発生・増加して行く色彩語の傾向は、ある程度の類似性があるとして考えれば、日本語の 4 つのイロとして、「明るい・暗い」、「明瞭・漠然」の明暗に伴う概念が対比的に登場したことは理解できる(図 1)。明るい赤・漠然とした青、の対比関係を考えることもできるが、ここでは赤と青がことさら対立する概念として生じたとはまでは言えない。

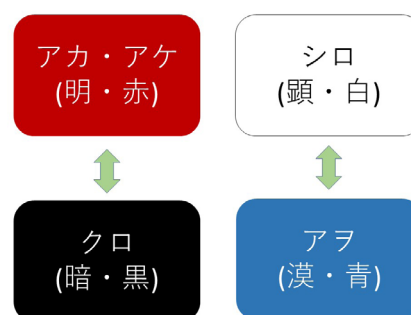


図 1. 日本の 4 つの色彩語

古代中国の文献に、日本の古代期の色彩が言及されている。例えば『三国志』魏書三十・烏丸鮮卑東夷伝中にある倭人条には、「男子大小皆黥面文身」の文言とともに、「以朱丹塗其身体如中國用粉也」とある。意味は、男性は大人も子供も顔・体に入れ墨をしており、中国で化粧をするように体に朱丹(必ずしも水銀朱や丹に限らず、酸化鉄等の赤色系顔料を含むと思われる)を塗る、というものである。男女の社会的な区別