

《原著論文》

洋装婚礼衣装の色選択における性差

——婚礼情報サイトの掲載写真調査より——

Gender Differences in Choosing Clothes : Color Choices of Wedding Clothes

小 岸 祐 衣
(Yui KOGISHI)

Abstract : In Japan, women's clothes have wider choices than men's. This can apply to not only everyday clothes, but also wedding clothes. In this paper, I research on the choices of wedding clothes, make clear gender differences and consider the factors of the differences. First I investigate the frequency of quantified hue, chroma and value, respectively, using wedding clothes images in marriage information site "Zexy net" (August 4, 2014 the Tokyo metropolitan area version). Also, I examine wedding costume, color, gender and clothing psychology, in order to consider factors of gender differences. The results show that women's clothes are a wide range of choices in all of hue, chroma and value. However, most men's clothes are achromatic and the rest chromatic colors are only beige, navy blue, and close black and white. Such a difference is influenced by a fixed idea of color "blue is boy's color pink is girl's color" from a young age. Each color has an image that influences personal relations. In addition, men attach importance to the function of their clothes, while women attach importance to the decoration of their clothes. Those factors have influenced gender differences in choosing clothes.

Key words : Wedding Clothe, Gender Color

1. はじめに

「ゼクシィ」は著名な結婚情報誌であるが、表紙が女性モデルであったり、ピンクが多用してあったりと、あきらかに女性をターゲット層としているイメージがある。付録として「彼専用ゼクシィ」が存在することも、「ゼクシィ」が女性向けであることを表している。たくさんの方の選択肢の中から一つを選ぶ過程で、情報が必要とされるのであるから、情報雑誌が必要とされるということは、選択肢が多いということだ。「ゼクシィ」が女性向けに作られているということは、結婚というイベント

において、男性より女性の方が多くの選択肢が必要ということであろう。

その中でも、衣装の選択肢には一目瞭然の性差があると思われる。筆者は在学中結婚披露宴会場¹⁾でアルバイトをしていて、新婦の衣装は様々な形、様々な色のものが選ばれているのに対し、新郎の衣装は、画一的な形で、白・黒・グレーなどの無彩色が多く選ばれていることを不思議に思った。本論では洋装婚礼衣装の色彩に焦点を絞り、選択肢にどれほどの性差があるのか、またその原因は何か、考察する。

2. ゼクシィ net を対象とした調査 —調査範囲と画像処理方法

同志社女子大学生活科学部 2014 年度卒業生
株式会社プラス（ウェディングプランナー）

柳²⁾によると、首都圏で年 15 万件婚姻届が出されて

洋装婚礼衣装の色選択における性差

いた2001年に、ゼクシィ首都圏版は毎月7万部の売り上げがあり、また長瀬が「ある日、彼女の家に行ったら、机の上に『ゼクシィ』が置かれていた。さて、それを見た彼はどのような対応をすべきか——。そんな“象徴的”な使い方をされるほど、結婚を考える日本の男女にとって、ブライダル情報誌『ゼクシィ』は圧倒的な存在感を確立している³⁾。」と述べているように、『ゼクシィ』は結婚情報誌として人気を誇っている。本論では、『ゼクシィ』のWEBサイトである『ゼクシィ net (2014年8月4日時点の首都圏版)』に掲載されている洋装衣装の画像785枚を調査対象とした。

色の分析においては、「マンセル表色系」を参考に、色相・彩度・明度の3点を調査した。1着につき1色で数を数えられるように、以下の方法で画像処理を行って、その服の平均色と定義した。

画像処理方法：パソコンのペイント機能で、背景や人物が入り込まないように、画像の衣装部分のみを四角くトリミングした後、画質を1ピクセル×1ピクセルまで荒く、つまり、画面上で一つの点・一つの色で表されるところまで画質を荒くした。そしてその色を、本論の中でのその衣装の平均色と定義した。各衣装の平均色を色相・彩度・明度の3点で数値化し、それぞれについて集計した。

3. 結果

3.1 掲載服数

新婦の洋装衣装は752件であったのに対し、新郎の洋装衣装は33件であった。女性と男性の間で、約23倍もの差が確認できた。

3.2 色相 (Hue)

マンセル表色系の色相環で基本色とされている5色に分類すると出現数は次のとおりである。

表1 衣装の色相

	新郎	新婦
赤	0	100
黄	2	39
緑	0	24
青	2	38
紫	0	55
無彩色	29	496

新婦の衣装は、偏りはあるものの各色相に選択肢が存在した。また、「ウェディングドレス＝白」という認識から白（無彩色）の衣装がもっとも多く、次いでピンクの衣装が多いことから色相としては赤が多くなっている。

新郎の衣装はほとんどが白黒グレーの無彩色であった。また、黄に分類されたのはベージュ、青に分類されたのはネイビーと、有彩色であっても白や黒の無彩色に近い色であることが分かった。また、本論の調査範囲では、赤・緑・紫の衣装は存在しなかった。

3.3 彩度 (Chroma)

有彩色の衣装について、彩度出現数は次のとおりである。数値が高いほど鮮やかな色を表し、数値が低いほど

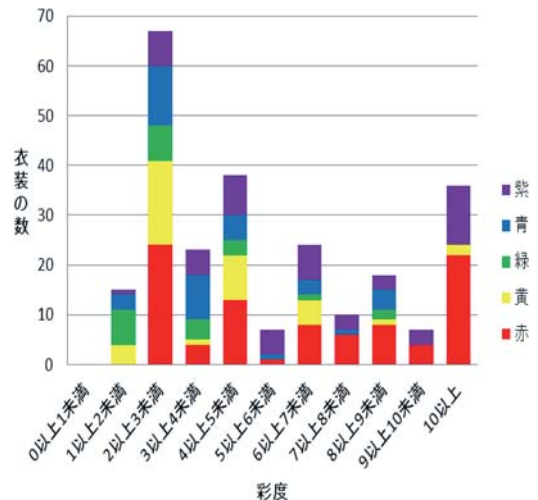


図1 新婦の衣装にみられる彩度

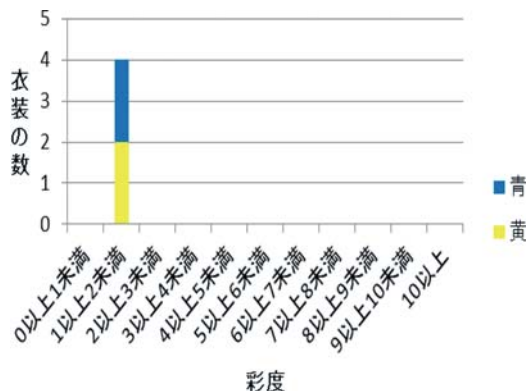


図2 新郎の衣装にみられる彩度

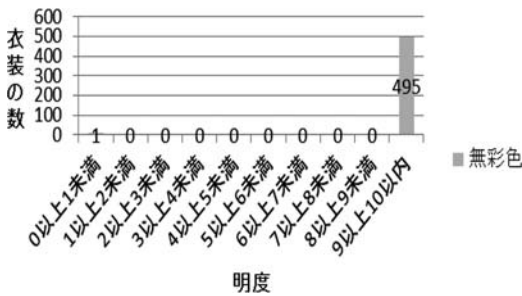


図3 新婦の無彩色衣装にみられる明度

無彩色に近い色を表している。色によって数値の最大値はさまざまであるが、10以上であればかなり鮮やかな色とされているため⁴⁾、本論の調査では10以上の値はまとめてグラフに表記した。

新婦の衣装については、比較的彩度が低い衣装が多いものの、幅広く分布していることが分かった。赤と紫の最大値がともに22まであったため、10以上の値が高くなっている。

新郎の衣装については、無彩色の衣装が多く、有彩色の衣装が4着（ページが2着、紺が2着）しか無かったため、十分な調査とはいえないが、4着とも低い値を示した。

調査の結果彩度については、新婦の衣装は、彩度の低いものが多い傾向にはあるが、彩度の高いものから低いものまで選択肢があるのに対し、新郎の衣装は、彩度の低いものだけがみられた。

3.4 明度 (=Value)

マンセル表色系では、完全な黒は0、完全な白は10に対応し、数値が0に近づくほどより暗く10に近づくほどより明るい色である。

新婦の衣装は、白のドレスの選択肢が突出しており、全体の約3分の2を白が占めている。無彩色の衣装500着のうち、白が495着、黒が1着と、「ウェディングドレス=白のドレス」という概念が浸透していることを反映していると思われる。新婦の有彩色の衣装については、幅広く分布がみられるが、明度の高い衣装が比較的多いことが分かった。

新郎の衣装については、幅広く分布がみられるが、明度の高いものと低いもので数値が高く、明度の中くらいのものは数値が低かった。

調査の結果明度については、新郎新婦ともに幅広い分布がみられたが、新婦は明度の高いもの、新郎は明度の

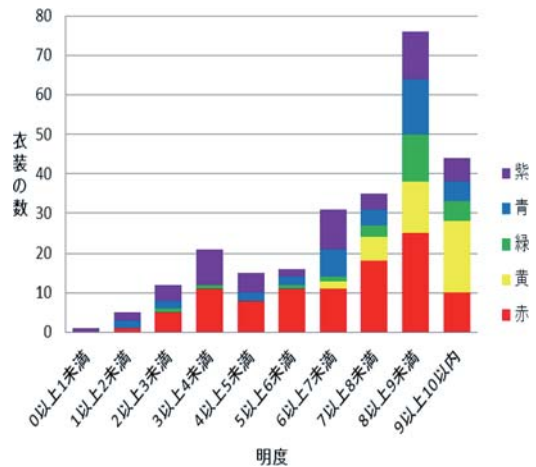


図4 新婦の有彩色衣装にみられる明度

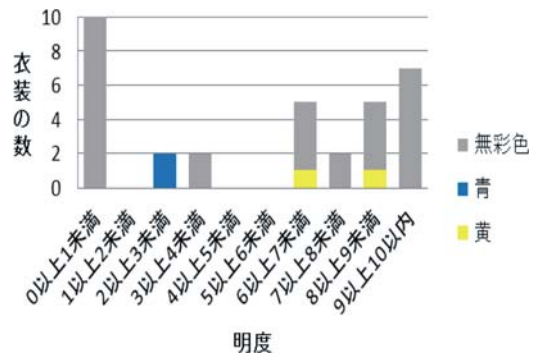


図5 新郎の衣装にみられる明度

高いものか低いものが多いことが分かった。

4. 考察 洋装婚礼衣装の色に男女差が存在する理由

調査により、洋装婚礼衣装の色の選択肢には大きな男女差が存在することが分かった。そこで、その理由について3つの視点から考察する。

4.1 男の子色と女の子色

色によって男女の違いを表現している事柄は、生活の中に多く存在する。例えばトイレの標識は、男性が青、女性が赤やピンクで彩られているし、小学生のランドセルは、男の子は黒、女の子は赤、という固定観念があった。出産祝いのプレゼントでは、生まれる子の性別が男の子なら水色、女の子ならピンクを選ぶという話も聞く。いわゆる「男の子色・女の子色」は、子どもにどんな影響を与えるであろうか。

清水⁵⁾は、「ジェンダー・タイプ化された選好には、

おもちゃやゲーム、活動の他に色彩の選好をあげることができる。例えば男の子は寒色系（青色・緑色など）を選好し、女の子は暖色系（赤色・ピンク色など）を選好するといった、いわゆる男の子色・女の子色もジェンダー・タイプ化された選好といえよう。幼少期の子どもたちは、親、保育園・幼稚園などの大人、友だち、メディアなど、幼児をとりまく様々な環境からの影響を日々受けている。」と述べているし、森川⁶⁾は、「私たちの社会では「ピンク」と「ブルー」に代表される色の区別は、ジェンダー形成に役立っている。4、5歳の子どもたちが、「おんな色、おとこ色」と呼んで、暖色と寒色を区別しているという話はよく耳にする。」と述べている。このことから、子どもにとって「男の子色・女の子色」という観念が、身の回りに当たり前のように溢れている事が分かる。誰も生まれた時は、「男の子色・女の子色」という固定観念を持ってはいないが、身の回りの環境から影響を受け、成長とともにこの観念を学習していくのだろう。そして、「男の子色・女の子色」という固定観念は、ピンクは女の子の色だから好き、青は男の子の色だからかっこいい、という個人の好き嫌いにも影響していくのだろう。

この好き嫌いには、周りの環境が大きく影響している。「男の子色・女の子色」という固定観念が存在するということは、例えば男の子がピンクの物を持っていると「ピンクは女の子の色なのにー！」と友達からからかわれるかもしれない、ということだ。すると、ピンクを好きだったはずの男の子は、友だちからからかわれないように好きな色をピンクから青色に変更するだろう。かわい女の子だと周囲に思われたいから、ピンクを選ぶ女の子もいるだろう。個人が決めているはずの好き嫌いは、実は周りの環境に多大な影響を受けているのではないだろうか。

服装に関してさらに述べると、子どもの頃に着る衣服は、そのほとんどが保護者の選んだ（または保護者の意見を取り入れた）ものである。社会の固定観念が幼児期の色彩に関する選好に大きな影響を与えるならば、保護者の考え方はどう影響するのだろうか。堀内ら⁷⁾は、「学齢前の幼児の保護者 273 名を対象に衣服の色、ジェンダー観等についてアンケート調査を実施し、幼児 187 名を対象に嗜好色に関する面接調査」を行っており、その結果についてまとめると以下のように述べている。

- 1) 女兒の保護者は、子どもの好きな色や似合う色は女の子色だと考える人が多く、男兒の保護者は、子どもの好きな色や似合う色は男の子色だと考える人

が多い。またよく着せる色になるとこの傾向は更に強くなる。

- 2) 男女平等意識が強い保護者は、性別に関わらずピンクの服を着せたいと考える率が高く、男女に関する固定観念を持つ保護者は、性差による色分けを肯定する割合が多い。
- 3) どんなジェンダー観の保護者でも、実際に子どもに着せる色や出産祝いの贈り物の色では相違はみられない。
- 4) 保護者のジェンダー観が子どもに及ぼす影響は小さいが、社会全体の影響を受けて学齢前には性差による色分け意識が完全に定着する。

この調査結果より、男女平等意識が高い保護者、つまり「男の子色・女の子色」に否定的な保護者であっても、実際には「男の子色・女の子色」に沿って行動する人が多いことが分かった。つまり、子どもにとっては、保護者の行動と社会の固定観念は同一の物であり、相乗的に「男の子色・女の子色」の意識を植え付けていくのだと分かった。

このような男の子色・女の子色といった概念は、社会に広く浸透しており、特にピンクは女の子の色とされやすい。そのためドレスにおいてもピンクのドレスは人気であるし、ゼクシィの表紙も女性の目を引きやすくするためピンクを多用している。子どもの頃からの「男の子色・女の子色」の固定観念は、大人になっても無くなりはない（薄れることはあるだろうが）ため、社会全体としての色の男女差が存在する理由の一つになっていると考える。

4.2 色の持つイメージ

色にはそれぞれ、イメージがある。例えば、暖色・寒色という名前は、暖かい色・寒い色というイメージを表しているが、これはあくまでもイメージであって、赤色が物理的に暖かい訳ではなく、「暖かそうな色だと感じる」という感覚上の話である。そう感じる理由は、経験により「赤色をした火は暖かい」という知識を持っているからかもしれない。

こうした色の持つイメージについては、たくさんの研究が行われており、柘植⁸⁾は「色を見ると、さまざまな感情や気分を起こし、つながりのある物を思い出します。色を見ることによって、ある種の連想を呼び起こされることを「色の連想作用」といいます。」と述べており、赤・黄・橙・緑・青・紫について連想されるイメージを記している。以下はその引用である。

赤：情熱，興奮，危険，活動，刺激，行動，圧力，生命，愛情，興奮など

黄：明朗，若さ，危険，楽しい，上機嫌，注意，活発，緊張，軽率など

橙：元気，暖かい，陽気，喜び，明るい，楽しい，親しみやすさなど

緑：平和，平静，新鮮，安全，有望，幸福，健康，自然，希望，生命力など

青：清潔，知性，冷たい，涼しい，忠実，純粹，冷酷，静寂，信頼など

紫：高貴，神秘，不良，魅惑，女性，欲，神聖，魔法，不思議，癒しなど

また，山崎⁹⁾は「明度の高い色のほうが明度の低い色よりも軽く感じる」「彩度が高いほど軽く感じ，彩度が低くなるほど重く感じる」「白は清浄無垢を表し，何色にもまだ染まってないが，染めようと思えばどんな色にでも染めることができる」「黒はあらゆるスペクトルの色を全部吸収するがゆえに黒く，明度が低い。すべての色は黒の上にあっては明るく見える。それは白地の上で見たときよりも美しく輝いて見える。あらゆる色を吸収して反射させないから，奥深い落ち着きを感じさせる。」と述べている。

このようなイメージには，もちろん個人差もある。しかし，大多数の人が抱くこの色のイメージは，服装を選択する上でも重要な意味を持っている。小林¹⁰⁾はアメリカ大統領選挙での候補者の服装について，以下のような出来事を記している。

「今回私の見たある討論会では，出演していた候補者それぞれが，まるで示し合わせたかのように濃紺のスーツにライトブルーのシャツと赤いネクタイを身に付けていた姿が印象的であった。」「有権者に強く自分を印象づけるため，服装の色からメイクアップ，また話し方に至るまでアドバイスを受けて臨んでいたに違いない。その結果，偶然にも同じような服装になってしまったのである。」「このようなイメージ戦略の重要性が注目されるきっかけとなったのは，1960年のニクソン候補とケネディ候補が争ったアメリカ大統領選挙でのテレビ討論会である。当時，この討論会をラジオで聞いていた有権者はニクソン氏を優勢とした。しかし，テレビで討論会を見ていた有権者は，テレビ映りが悪く疲れた表情のニクソン氏よりも，専門家のアドバイスを受け，テレビ映りの良い濃紺の背広にライトブルーのシャツをさっそうと身に付け，若々しいイメージを与えたケ

ネディ氏を支持し，その結果ケネディ氏が圧勝した。」

この出来事では，濃紺とライトブルーを服装に取り入れたことで，清潔さや知性や信頼のイメージアップに繋がりが，良い結果が生まれている。色の連想させるイメージが，大統領選挙という大きな舞台においても重大な役目を果たしているのである。

これは，結婚の場においても同じことが考えられるであろう。相手の親族から，友達から，会社の人から，どんなイメージを抱かれないのか。また，どんなイメージは抱かれないのか。色彩について深い知識を持っていなくとも，たとえ色の連想作用を知らなくとも，個人の心の中には各色の与えるイメージが存在するのである。このような色のイメージは，知らず知らずのうちに服装決定に大きく影響を与えているのである。

それを代表するのが新婦の「ウェディングドレス＝白」の概念だ。上にも述べたように，白には何色にも染まっていない・清浄無垢といったイメージがある。これは，清浄無垢な花嫁が理想の花嫁のイメージである，ということだ。19世紀頃の花嫁像について坂井¹¹⁾は「従順な女性が理想と考えられ」と述べており，また「再婚する花嫁や処女でない花嫁は，白いドレスを着たりベールを被ってはならない」「実際，処女でなかったために，色物のドレスを着たという記録も残っている」とも述べている。昔から花嫁には清浄無垢（＝処女性）が求められていたのだ。その考え方が現在でも受け継がれ，処女でないから白のドレスが着れない，ということは無くなって，清浄無垢で，清潔な理想の花嫁に近づくように，白のドレスの人気の高いのであろう。

4.3 性役割と衣服の装飾性・機能性の変遷の男女差

「男は仕事，女は家庭」という，いわゆる性役割は昔から存在する。これは，狩猟採集時代に男性は遠出をして狩りを，女性は居住空間の近くで採集を行っていた昔から続いているのだと思う。現在の普段着を考えると，男性は働きやすい，機能性の高い服装をしている人が多い。それと比較すると，女性の服装は機能性よりも装飾性を重視した服装をすることが多い。狩猟採集時代から変わらないように思える性役割と服装の違いだが，もちろん時代とともにさまざまな変遷を遂げてきた。

例えば，中世フランスの貴族の衣装には男性であっても，当時の肖像画や遺品から，至る所に刺繍が施されており，大量のレースが使用されていることが分かる。これは，豪華なものを身に付けることによって自身の権力

や財力を表しており、機能性よりも装飾性のもたらす影響が重要なものだと考えられていたせいだろう。社会的地位の表現方法として、服装の装飾が用いられているのである。しかしそれも、フランス革命により装飾性よりも機能性が重要視されていく。フランス革命以後について、高橋¹²⁾は「男性は男らしさで勝負をし、質実剛健の中に社会的地位や権力、経済力を誇示していくのである。」と述べている。着飾ることよりも実務を行うことが重要になり、装飾性よりも機能性が重要視され始めていった。

一方女性は、ヨーロッパの corsage や中国の纏足、日本の十二単など、生活に支障をきたすほど機能性の低い衣服を着ていた。以下は、アリソン・リュリー¹³⁾の corsage についての引用である。

「1830 年代に入ると女性のファッションにももう少し体を保護する要素が加わったが、かわいい肉体を暗示——さらに促進——しつづけたことに変わりはない。」

「機能障害をもたらした元凶は corsage である。単なるファッションというよりは、医学上の必需品とさえみなされた。貴婦人の「骨格」はきわめてもろいと考えられていたのである——助けがなければ、筋肉だけでは体は支えられないと。」

「すすくと育ちつつある女の子でも、ごく幼いころ（3 歳か 4 歳）から子供用の corsage に押し込められた——大人の最大の善意から。corsage は徐々に——しかし情け容赦なく——長く、固く、きつくなっていった。思春期の終わりに入ると、それはまさに檻のようだった——厚いキャンヴァス地を鯨骨か鋼鉄で補強したもので作られていたのだ。背中のはしばしば異常に衰え、支えなしでは長時間腰かけることも立っていることもできないありさまだった。corsage は内臓器官も変形させたため、深呼吸のできない女性が多くなった。その結果、着飾った貴婦人がすぐ赤面したり気を失ったりといった光景がよく見られた。食欲不振、消化不良、激しい運動後の疲労感なども起こった。corsage をはずしたとたん、背中が痛みはじめるばかりか、肋骨が四六時中内側に押されているため、それを外しても正常な呼吸のできないことすらあった。」

「家父長制の社会では頼りなく、愚かで、可愛らしい女性は消費力を誇示するための格好の対象となる。」

「男性が支配的な文化圏では、まったく実用的でな

い女性を所有することが高い地位の象徴となった。」

corsage に代表されるような機能性を奪う女性の衣服は、女性から活動機能や社会性、果ては思考すらも奪い、男性が男性優位な社会を築くためのものだったのかもしれない。もちろん初めは「着飾りたい」という女性の欲であっただろう。しかし、女性の服装は男性の権力誇示に欠かせないものであり、より派手に、より豪華に、と試行錯誤を繰り返すうちに、あまりにも機能性を無視し、装飾性のみを増長させ、男性と女性との間に差が生まれていったのだと思う。

現代では、機能性を重要視した衣服も多く存在している。この変化について馬場¹⁴⁾は、「女性ファッションの近代から現代への移り変わりのなかで、大きな変化の一つは corsage からの開放である。また、女性用スーツの誕生、パンツスタイルの定着などもみられる。こうした変化は、女性の社会進出によるところが大きい。第一次世界大戦後の世界情勢の変化は、女性が社会にでて働くことを促した。」「女性の社会進出にともない、女性の服装も機能的に変化したのである。」と述べている。男性が社会で働くことに重きを置いて、服装に機能性を求めたのと同じように、女性も社会進出のために服装に機能性を求めていることが分かる。女性を対象とした、仕事姿勢と日常着用する衣服に関する高岡¹⁵⁾の調査では「キャリア志向型はスポーティーな洋服を着用し、結婚退職型はスカートを着用する傾向がみられた」とされていた。

しかし、現代においても女性はまだ、歩きにくいハイヒールが人気であるなど、機能性よりも装飾性を重視する考えも残っているのだと分かった。その結果、機能性を重視する服装、装飾性を重視する服装のどちらも存在し、服装の選択肢が幅広いものになっているのではないだろうか。

それに比べ男性は、女性よりも早く機能性を重視し始めたせい、装飾的存在と扱われる歴史が無かったせい、装飾性を重視する服装の選択肢の幅が狭くなっている。例えば男性がスカートやハイヒールを履けば、周りからは変な目で見られてしまう。以下は飯野¹⁶⁾の引用である。

「女性は美しくなければならず、従って痩せねばならず、化粧をせねばならず、健康を害するような窮屈な下着や靴を身に着けなければならない「美の鎖」に縛り付けられた存在であるとされてきた。一方男性は「美の鎖」に縛られることはないが、美からは疎外されている。美しくなる為に努力し時間や

費用をかけるのは「男らしくない」ことであるとされる。化粧をしてはいけないし、スカートをはいてはいけない。女性が男性の服を着てもお洒落な着こなして許されるが、男性が女性の服を着ると女装と言われる。「男性性」の否定というより「男性であること」そのものが否定されてしまう。男性の場合、ジェンダー拒否は即セクシュアリティ拒否と結びつけられてしまうのである。従って「男らしさ」のファッション規範は女性に比べて厳しく、範囲が狭くなる。近代化に伴い、男性にふさわしい服装は抑制がきいていて機能的な服装であるとされてきた。髪型などを含め、単純で画一的なものこそが男性らしいとされてきた。これを逸脱することは難しい。」

女らしさとして装飾性が求められてきたのと同じように、着飾らずに単純であること、というイメージが男性には求められているのだろう。「男らしさ」という概念が現在の男性の服装の選択肢の幅を狭めてしまっているのではないか。

5. まとめ

本論では、洋装婚礼衣装の選択肢の男女差について、ゼクシ net に掲載されている衣装の画像を用いて、衣装部分のみをトリミングし、画質を1ピクセル×1ピクセルまで荒くして定義した平均色について、色相・彩度・明度について調査を行った。画像という光の当たり方や撮影条件に違いのある対象物での調査である。実際には鮮やかな赤色の衣装であっても影まで含めて色を平均化することとなりこの方法で平均化した色は実際の衣服の色よりも低くなる傾向がある。しかしこの調査方法でもある程度の結果を明らかに出来たのは、婚礼衣装がほぼ単色であったためであり、柄物や二色以上の衣装の調査にはこの方法は不向きである。こうした特性や限界をふまえても、次のようなことがいえよう。

この調査の結果、色相では、男性の衣装は紺・ベージュ・無彩色の3種類だったのに対し、女性の衣装は赤・黄・緑・青・紫・無彩色の全ての選択肢がみられた。彩度では、男性の衣装は有彩色4着とも彩度の低いものだったのに対し、女性の衣装は彩度の低いものが多いが幅広く分布がみられた。明度では、男性の衣装は白と黒に近い色が多くみられ、女性の衣装は幅広く分布しているが、明度が高く白に近い色が多くみられた。

この結果については、男の子色・女の子色という固定観念、色には連想されるイメージがあることが理由に挙

げられるだろう。しかし一番の理由は、女性の衣服に長く装飾性が求められてきたことであると考ええる。男性が女性よりも早く機能性を重視し、男性の権力誇示のために、女性にはより一層の装飾性が求められた。そして男性の服装はシンプルに、女性の服装は装飾性を増し、多種多様になっていった。そのため、女性服にも機能性が求められるようになった現代でも、女性の衣服は形も色も多種多様なのである。装飾性を重視するならば、衣服の色やデザインの選択肢が豊富であることは非常に重要であるからだ。

では、これから先、より女性の社会進出が進むと、女性の服装はどのような変化をしていくのだろうか。男性が機能性を求め、同時に装飾性を捨てていったように、単純で画一的な衣服を着るようになるのだろうか。それとも、女性の衣服は変わらず、男性の衣服が装飾性を取り戻していくのだろうか。

人間にはもともと装飾願望がある。そのため、機能性を得るために装飾性を捨てていった男性でさえも、全員が全く同じ服を着ることはない。服装は個人を表す重要なアイデンティティになり得るからだ。この先も女性には、自己表現のため、そして昔からの装飾願望のため、衣服に装飾性を求め続けるのではないだろうか。また、近年、小学生のランドセルの色が男女ともカラフルになってきており、成人式の男子の服装もしだいに多彩になってきている。いつかは男性も結婚の場において、自分の好きな色・着たい色を幅広い選択肢から選ぶことができる日が来るのではないだろうか。

注

- 1) 期間：2011年6月～2015年2月，場所：千里阪急ホテル
- 2) [柳信幸，2012]
- 3) [長瀧菜摘，2013]
- 4) 戸田は彩度について、「見た目の鮮やかさの違いにそって、0以上の数値で表します。数値が大きくなるほどより鮮やかな色になります。色相によっても違いはありますが、Chromaが10以上であればかなり鮮やかな色と考えていいでしょう」と述べている。[戸田智雄，2007]
- 5) [清水隆子，2003]
- 6) [森川晴，1995]
- 7) [堀内雅子 育村あき 川城晴奈，1999]
- 8) [柘植ヒロボン，2011] pp 11
- 9) [山崎勝弘，1957] pp 78. 98

- 10) [小林恵子, 2001]
- 11) [坂井妙子, 1997] pp 77. 79. 83
- 12) [高橋美千子, 1998]
- 13) [アリソン・リュリー, 1987] pp 213-216
- 14) [馬場まみ, 2011]
- 15) [高岡朋子, 2004]
- 16) [飯野智子, 2013]

参考資料

- * アリソン・リュリー (木幡和枝 訳) / 衣服の記号論 / 文化出版局 / 1987. 7
- * 馬場まみ / ファッションにみるジェンダー：婚礼衣装と学校制服 / 日本衣服学会誌 / **54(2)**, pp 31-34 / 2011. 3
- * 堀内雅子 育村あき 川城晴奈 / 衣服の色と性別意識 / 群馬大学教育学部紀要 芸術・技術・体育・生活科学編 / **34**, pp 203-212 / 1999. 3
- * 飯野智子 / 「男らしさ」とファッション・美容 / 実践女子短期大学紀要 / **34**, pp 83-99 / 2013. 3
- * 小林恵子 / 服を通じて自分を発見する (1) 色から見た自己表現 (1) 男性への色提言 / 繊維製品消費科学 / **42**, pp 153-156 / 2001. 3
- * 森川晴 / ジェンダーと衣文化 / 日本服飾学会誌 / **18**, pp 87-93 / 1999. 5
- * 坂井妙子 / ウエディングドレスはなぜ白いのか / 株式会社勤草書房 / 1997. 1. 20

- * 清水隆子 / 幼児の色彩選好と親のジェンダー意識：ピンク色選好にみられるジェンダー・スキーマ / (早稲田大院) 教育学研究科紀要 / 別冊 **11(1)**, pp 87-95 / 2003. 9
- * 高橋美千子 / 白いウエディングドレスにおける社会的普遍性と個性 / 大手前女子短期大学研究集録 / **18**, pp 113-126 / 1998. 12
- * 柘植ヒロボン / 新人デザイナーのための 色彩デザイン・配色のルールを学べる本 / ソシム株式会社 / 2011. 11. 1
- * 高岡朋子 / 服装とジェンダーの関係 / 家庭科教育 / **78(7)**, pp 17-24 / 2004. 7
- * 戸田智雄 / 色と光の能力テスト TOCOL 公式テキスト「ベーシック」 / 株式会社リリス / 2007. 5. 23
- * 山崎勝弘 / 衣服の色 / 株式会社光生館 / 1957. 10
- * ゼクシィ net / <http://zexy.net/>
- * 長瀧菜摘 / 過去最重量を更新！『ゼクシィ』人気の秘密 泣く子も黙る「結婚バイブル」の、知られざる進化 / 2013. 5. 28 / 東洋経済オンライン / <http://toyokeizai.net/articles/-/14084>
- * 柳信幸 / 独り勝ち・『ゼクシィ』商法の光と影 今や強者の驕りも垣間見え… / 2012. 8. 24 / 東洋経済オンライン / <http://toyokeizai.net/articles/-/9830>
(2015年11月6日受理)