

## カラーイメージスケールによる焼酎ラベルの分析

デザイン開発室 ○山田 淳人

日常生活の中で、人は様々な形容詞を使って、もののイメージを表しています。

ことば=形容詞は、人がものに抱く実感を的確に伝えるのに使われます。

色とことばとを同じ尺度のスケールにのせると、同位置にくる言葉とはイメージが一致します。例えば、パステル調の色はロマンティックとよばれるのにふさわしいといえます。

この言葉イメージ・スケールから色と言葉という等価変換ができます。この方式は、暗黙のうちに了解される（コンセンサスが得られる）ものであり、色とことばの絶対的な一対一の対応を意味するものではありません。

鹿児島県特産の焼酎のラベルをこのイメージスケールにならべてみた場合、様々な要素（書体や銘柄のネーミング等）があっても一概にはいえませんが、焼酎のラベルはカジュアル、クールカジュアル、ナチュラル、ダイナミックといったグループに属するものが多いといえます。

### 参考

小林重順/株日本カラーデザイン研究所 著「新・カラーイメージ事典」