

アパレル製品のカラーバリエーションが購買行動に及ぼす影響

A19AB132 水越さと子

1. はじめに

近年、製品のカラーバリエーションの多様さは商品の付加価値や企業の広告戦略に広く活用されている。アパレル製品においてもデザインを変えるよりも低コストでできることから、カラーバリエーションに富んだ製品が各ブランドで多く見られる。

また、近年パーソナルカラーを考慮してファッションやメイクを決める傾向があり、株式会社アダストリアが展開するLOWRYS FARMでは2022年6月に骨格診断とパーソナルカラー診断の結果から選ぶことができるアイテムを販売している。衣服以外にもスマートフォンや車、インテリアなどでもカラーバリエーションの多様化は広がっている。しかし、一方で在庫管理をしやすくするためにカラー展開を抑えている企業もある。アパレルブランド「ミズイロインド」ではカラーバリエーションをベーシックな色の2~4色のみで「年齢、シーンを問わない」をコンセプトとしコロナ禍でも好調である。また豊富なカラーバリエーションは人気商品との偏りが生じ、余剰在庫の原因ともなり得る。

そこで、本研究ではこれらの余剰在庫を抑えつつ、多様な消費者に対応できるようなカラー展開を検討する必要があると考え、佐藤らの研究結果を受けて、アパレル製品のアイテムによるカラーバリエーション数が購買行動に及ぼす影響を明らかにするために選択実験を行った。

2. 方法

2-1 試料作成

図1の無印良品製ミニタオル（23×23cm）オフ白、図2のユニクロ製ワッフルクルーネックTシャツ（長袖Mサイズ）オフホワイ 図1 ミニタオルトを実験試料とし、多色に染色を行った。染料はダイロンプレミアムダイを使用した。ミニタオルは12色に染色し、Tシャツは9色の既製品と、色展開のない色彩6色（緑、青、赤、薄い青、紫、黄）については染色した。実験試料はミニタオル12色、Tシャツ15色とした。



2-2 商品の嗜好アンケート

予備実験として選択実験での展開色を決定するために70名を被験者としてGoogleフォームにて1試料ずつ提示し、「非常に好き」～「非常に嫌い」の5段階評価にて回答してもらい、人気色の選定を行った。

2-3 商品の選択実験

実験は女子学生20名を被験者とし、ミニタオル12種を提示し、どの色の商品を選択購入するか。また、選択するまでの所要時間、選択後に選択理由を聞く。といった手順で行った。次に、予備実験の結果より人気の高かった3色を除いた9色（黄、薄い緑、黒、グレー、紫、薄い赤、緑、薄い黄、赤）で同様の実験を行い、6色（黄、紫、グレー、薄い赤、緑、赤）3色（黄、緑、赤）と順に3色ずつ減らして実験を行った。また、Tシャツにつ

いては15色、11色、7色、3色と順に4色ずつ減らし、各色数で、ミニタオルと同様のルーティーンで好きな試料を選択させた。なお、図3はミニタオル、図4はTシャツの試料である。



図3 ミニタオル12色



図4 Tシャツ15色

3. 結果および考察

3-1 商品の嗜好色アンケート

表1-1、表1-2に嗜好色アンケート結果の順位と嗜好率を示した。ミニタオルはアンケートの結果薄い青が最も嗜好率が高く、次いで青、薄い紫となった。嗜好率50%以上には全ての薄い色彩が入っておりミニタオルは薄い色彩が好まれることが判明した。一方、Tシャツは黒とオフホワイトが最も好まれ、50%以上の嗜好率はグレーや青系の色彩が挙がっており、タオルとアパレルは異なる結果となった。しかし嫌悪色はどちらも赤や黄の暖色の高彩度色が挙がった。

表1-1 ミニタオル嗜好結果

順位	試料	嗜好率 [%]
1	薄い青	82.8
2	青	75.7
3	薄い紫	72.4
4	薄い黄	70
5	薄い緑	68.1
6	黒	65.7
7	薄い赤	55.8
8	グレー	48.5
9	紫	36.2
10	緑	35.8
11	黄色	31.6
12	赤	25.7

表1-2 Tシャツ嗜好結果

順位	試料	嗜好率 [%]
1	黒	81.4
1	Off White	81.4
3	Dark Gray	64.3
4	Natural	61.4
5	薄い青	59.4
6	Beige	52.1
7	青	51.4
8	Green	48.6
9	黄	44.2
10	Purple	42.9
11	Pink	41.5
12	Light Green	38.6
13	紫	28.6
14	赤	24.3
15	緑	14.5

3-2 選択実験の結果

ミニタオルは、選択基準として直感で選ぶという回答が多く、6色以外の色数では選択に悩まなかったという回答が悩んだという回答を上回った。また、最大色数時でもTシャツよりストレスを感じていなかった。さらに選択基準として好きな色であったという回答も多く、所持服とのコーディネートを考慮する必要がないことからミニタオルの選択は速かったと考えられる。

一方でTシャツの選択時はストレスを15、11色において感じたという人が多く、Tシャツの選択基準としては、15、11色では所持服や自分に似合う色を選ぶ傾向が認められた。色数が多いほど多様な基準をもとに試料を選んでいると考えられる。図5は、Tシャツ15色の選択基準としての所持服調和度の集計結果である。5が最も評価が高い評価方法である。

長袖15色 選択基準として自分の服と合いそうな色だったから

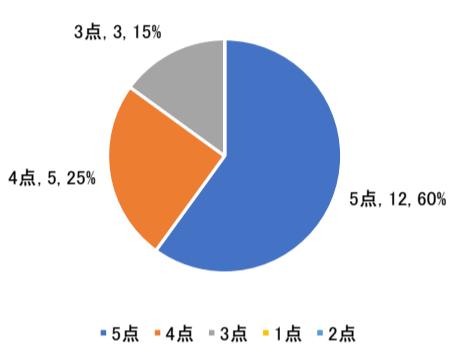


図5 Tシャツ15色選択基準としての所持服調和度

色数の多さに関しては、ミニタオルでは12色は90%以上が多いと感じ、3色では90%以上が少ないと感じていた。Tシャツも同様に15色、11色は80%以上が多いと感じ、3色では90%以上の人気が少ないと感じていた。さらにミニタオル12色において選択された試料は12色中9色であったが、Tシャツは15色中8色だけであった。このことから、ミニタオルでは比較的個人の好みが選択時に影響し、多様な試料が好まれ、試料が多くてもストレスや悩みを感じなかったと考える。一方でTシャツは自身の所持服との調和や自分に似合うかなどを考慮することからミニタオルよりも、ストレスを感じ、比較的合わせやすい無彩色や低彩度の試料が選択されたと考えられる。

図6-1、6-2に選択時のストレス、図7にミニタオル12色の選択基準としての嗜好色の割合、図8にミニタオル12色での選択時の悩み度、図9-1、9-2に最も選択された色の集計結果を示す。

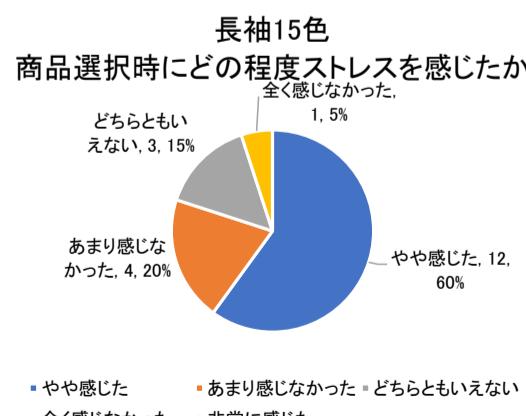


図6-1 Tシャツ15色選択時のストレス

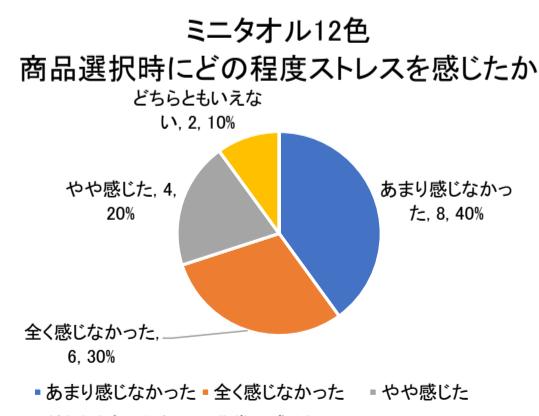


図6-2 ミニタオル12色選択時のストレス

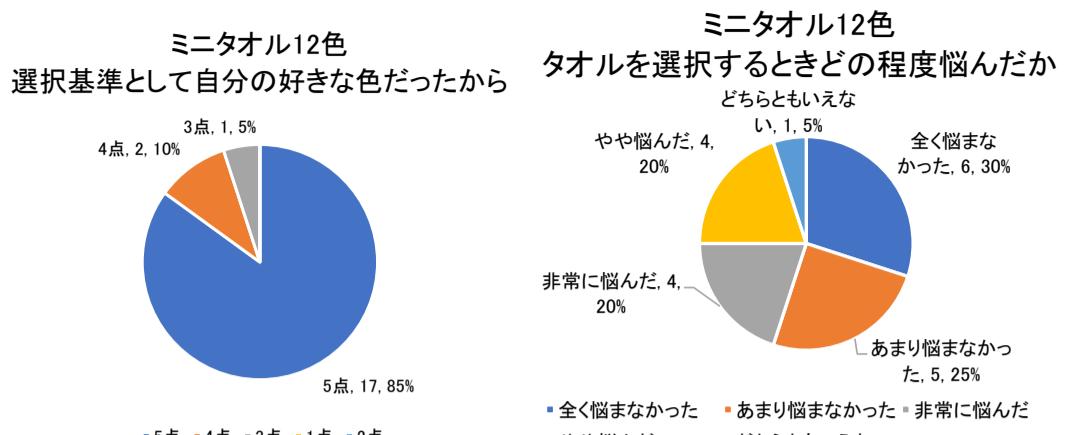


図7 ミニタオル12色選択基準嗜好色

図8 ミニタオル12色悩み度

ミニタオル12色で選ばれたタオルの色

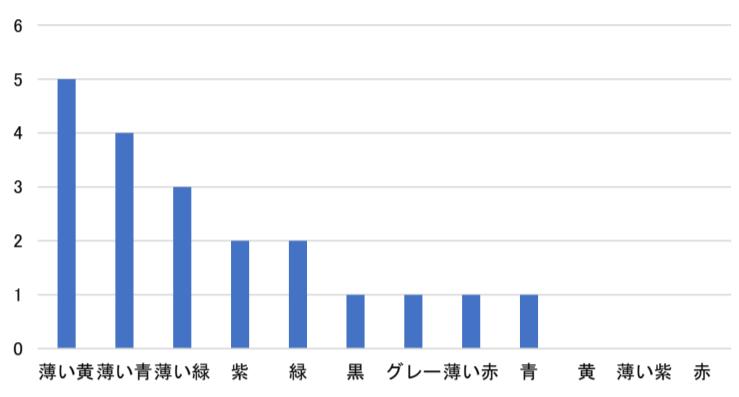


図9-1 ミニタオル12色で最も選択された色

Tシャツ15色で1番に選ばれた色

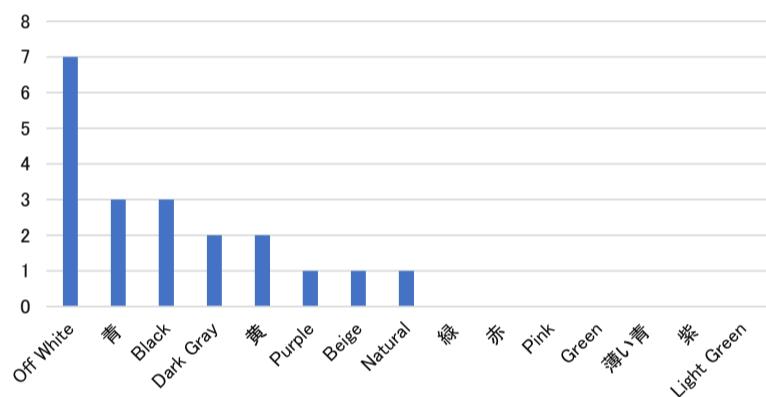


図9-2 Tシャツ15色で最も選択された色

4. おわりに

ミニタオルでは嗜好色アンケート同様、高明度の試料が好まれ、Tシャツでは無彩色、低彩度の試料が好まれた。

ミニタオルでは個人の好みが試料選択時に影響され、多様な色彩が好まれた。一方、Tシャツでは所持服、自分との調和を考慮するためストレスを感じ、合わせやすい無彩色や低彩度の色彩が選択されやすいことが判明した。

本研究から、アイテムの種類により選択基準が異なることが判明した。従って商品のカラーバリエーションは増やすだけでなく消費者が満足しさらにコストを考え、決定する必要があると考える。

5. 参考文献

- 1) <https://www.aeonretail.jp/kidsschool/lineup/hanamaru24/>
- 2) 佐藤他：カラーバリエーションが若年女性における衣服選択の意志決定プロセスに及ぼす影響、日本色彩学会37（1），2013