

色彩とスポーツの関係性

—勝負色“赤”に着目して—

1180463 中村 寿希

高知工科大学マネジメント学部

はじめに

私たちの生活の中には色が溢れており、様々な情報を視覚から伝えている。そして、各色がその色が持つ効果を発揮し、人々の日常生活に影響を与えている。詳しくは第一章で扱うが、例えば、青色は時間を短く感じさせる効果、感情を落ち着かせる効果、集中力を高める効果などがある。色に対して好きか嫌いなどの感情とは関係なく、人は無意識に色に体が反応しているのだ。それゆえ、色による影響は、多くの人々に沢山の感動を与えてくれることも例外ではない。スポーツにおいても色は選手に少なからず心理的影響を与えている。裏を返せば、選手にとって色彩は自身の心理をコントロールし勝負に挑む一つのツールであるともいえる。

例えば、色彩マーケティングの分野では、一般的に赤色が勝負に用いるべき色であるといわれる。2005年にイギリスの科学誌「ネイチャー」では「赤は競技における選手のパフォーマンスを高める」という説を唱えた論文が掲載された。この論文では、2004年に開催されたアテネオリンピックの格闘技種目のボクシングやテコンドー、レスリングのウェアの色と勝敗の関係を調査し、赤のウェアを着た選手の方が、勝利数が多いと結論づけている。ウェアの色の振り分けは無造作に割り当てられ、ほぼ同レベルの能力を持った選手同士が戦った場合、赤のウェアを着た選手の方が、勝率が20%も高いと報告されている(図1)。この図を見ると、赤が優位なのがわかる。しかしながら、北京オリンピックでは必ずしも赤が優位ではないという調査結果も出ている。

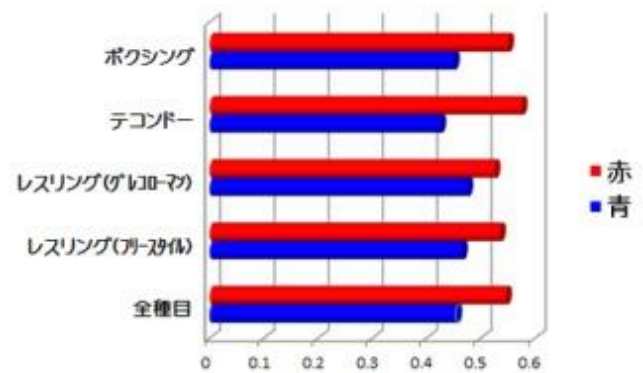
私自身、過去に赤、橙、ピンクの暖色系のユニフォームを勝負色としているチームに所属していた。個人的に寒色系のユニフォームに比べ、暖色系を着用した際はモチベーションがあがった経験がある。逆に寒色系のユニフォームを着用した際には暖色系のユニフォームに比べて落ち着くことができたことがあった。つまり、私自身も少なからず色に影響されたのだった。私は勝負所で用いるべき色が選手に与える影響

は何かと疑問を抱いた。

そこで本論は、試合中に着用しているユニフォームの色が選手の戦闘意欲つまり、闘争心に与える影響を考察する。次に、色の中でも色彩マーケティングの分野で一般的に勝負色といわれる赤に着目して赤がどのように選手の心理に作用するのかについて深く検討する。

図 1

Psychology: Red enhances human performance in contests



出所 : Nature 435, (19 May 2005)

第一章 色彩とその効果

第一節 色の本質・性質

色とは光が目を刺激することにより生じる視覚である。人が目で捉えている事象は全て「光」によってもたらされている。これは生命に必要な不可欠なものである。光には「波長」があり、その中でも人に見えているものを「可視光線」と呼ぶ。大きく分けると「電磁波」になるが、可視光線にある虹色は波長の短い側から順に紫、青紫、青、青緑、緑、黄緑、黄、橙、赤で終わる。これ以上の光が見えることはない。

色彩心理学の分野によると、人が色を認識するためには三つの条件が必要である。それは、「光」「物体」「目」である。

一つ例を挙げる。りんごが赤いという認識を人がするには光が必要である。光がりんごに当たったとき、りんごは多くの光を吸収する。その中で、赤の光だけを反射し、それが人の目に入り光が脳に伝わり、脳が色を覚知し「このりんごは

赤い」と認識する。つまり、物体の表面に色がついているわけではなく、物体に光を反射する性質がある。単に色として認識されるだけでなく心や気持ちにシグナルを与える。身近なものでいえば暖かさや寒さ、重さ、軽さ、柔らかさ、固さといったイメージである。そして、色のイメージは経験や習慣などから人それぞれが後天的に受けるものと最初から共通認識として一般化されている二つが存在する。前出したイメージは多くの人が色と言葉の連想が一致するものである。

第二節 色の三属性

表面色を大きく分けると赤・緑・青のような色味のある色の有彩色と白・黒・灰色のような色味のない色、無彩色に分けることができる。また、色には「色相」「明度」「彩度」の三つの要素がある。これらを色の三属性（色の三要素）と言う。「色相」とは、赤や青、緑といった色みの性質、「明度」は色の明るさ、「彩度」は色の鮮やかさを表す。

「色相」は有彩色にのみある属性で、赤、橙、黄、緑、青のような色味の基本的種別をいう。「色あい」とも呼ばれる。色相はイメージの違いを表現するのに最もわかりやすい属性である。これらの色は環状に並べることができ、これを色相環と呼ぶ。色相の差異を感覚的等差に選ぶことにより、主要色相尺度を作ることができる。

「明度」とは目に感ずる色の明暗の度合であり、明るさの度合をいう。無彩色の白、灰、黒を明るさが感覚的等差になるように並べると、明度の尺度である明度段階ができ、有彩色の明度もこの無彩色の明度段階にあてはめることにより明度を定めることができる。

「彩度」は色の鮮やかさの度合、すなわち色味の強弱の度合で有彩色の彩度は、同一明度の無彩色との間に色の鮮やかさの段階を感覚的に等差になるように並べたもので、彩度段階の尺度を定めることができる。

第三節 色と人の関係

人の体は光や色に対して無意識に筋肉が反応するように出来ており、心理状態に関わらず色に影響を及ぼされている。1910年にシュタインが光線を当てた筋肉が緊張、弛緩とは変化を示すことを実証し、この筋肉の変化を「トナーズ変化」と呼んだ。また、光線を当てた筋肉の変化を数値化し

た。これを「ライト・トナーズ値」と呼ぶ。例えば、通常時の筋肉の状態を数値で23とすると(通称:通常ユニット)、各色の光線に対する筋肉の変化は赤が42、橙が35、黄30、緑28、青24という値になる。しかも、この光線の色に対する効果は視覚からの影響を受けていない。数値が小さいほど筋肉が弛緩している「リラックスしている」状態であり、反対に数値が高くなるほど、興奮状態を表している。これは非常に大きな意味がある。つまり、ある色に対して好きか嫌いかなどの感情に左右されず、無意識の領域でその色に反応してしまう、感情に働きかける色とはまた別の、筋肉に働きかける色の機能が発見されたことになるからである。

図2

「ライト・トナーズ値」		
色相	測定値	反応
正常	23	弛緩
ベージュ	23	
青	24	
緑	28	緊張 興奮
黄	30	
橙	35	
赤	42	

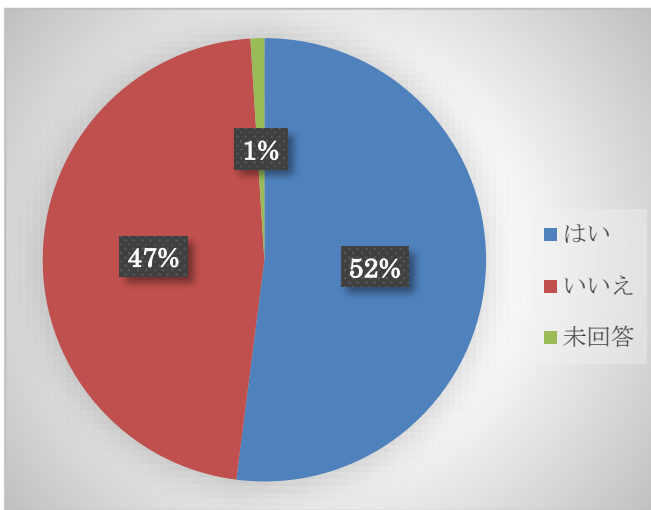
出所：http://color-psychology.jp/k_sports.html

実際に色は人に大きく四つの影響を与えているとされている。一つ目は、暗記力、回想力、認識力を増す心理的影響である。この影響を利用することで理解・学習・誘導ができる。二つ目は生理的影響だ。研究によって、赤は交感神経系に刺激を与えるため、血圧をあげるといわれている。逆に青や緑はリラックスさせる生理作用がある。三つ目は感情や気分に影響する感情的影響で、例えば、黄色を見ると明るい気分になる、元気になる、観葉植物などの緑を見ると安心するなどの影響である。四つ目は文化的な影響である。文化は人に基本的な価値観や感覚を与える。それゆえ、文化によって色が人に与える印象も異なる。例えば、西洋文化では黒は死を象徴するのに対し、東洋文化では白が死を象徴する。このように文化はデザインに影響を与え、更にユーザーの文化によっても受け取り方が異なる。

人は日々の生活の中で、色に上記のような影響を与えられている。例えば、暖色と寒色の温度感では、同じ温度でも赤、橙、黄などの暖色は、青や青緑などの寒色に比べて人は暖かさを感じる。色彩で人は暖かさまでも違った判断をしている。更に温度だけでなく色は様々な場面で人に情報を与えている。

色が影響を与えていることについて確かめるため、高知工科大学の学生 141 名のアンケート調査より、「日常生活の中で色からどのような影響を受けていると感じることはありますか?」という問いに対して、以下の結果が出た。

図3 日常生活の中で色からどのような影響を受けていると感じることはありますか?



2017年11月7・13日実施 対象者141名

回答者 141 名の内、「はい」と回答した学生は 52%(72 名)、「いいえ」と学生は 47%(65 名)、未回答の学生が 1%(3 名)であった。「はい」と回答した 52%の学生に何色にどのような影響を受けているのかの上位五色については、赤が最多で、青、緑、黒、白という順であった。その色を選んだ理由は以下のようなものである。

「赤」 やる気が出る、あつく感じる、情熱を感じる、勝負する時に使うなど、他

「青」 冷静になれる、集中できる、涼しく感じる、食欲がなくなる、他

「緑」 冷静になれる、集中できる、食欲がなくなる、癒される、目に優しく感じる、他

「黒」 冷静になれる、暗くて怖い、気が引き締まる、痩せて見える、他

「白」 冷静になれる、強い、広い、開放的、まっさらな気持ちになる、他

以上の結果から、色に包まれて生活している私たちは思っている以上に心の働きにも影響を受けていることが分かった。

第四節 勝負色“赤”について

赤は六つの心理効果を与えることができる。1. アドレナリンを分泌 興奮を促す、2. 気持ちをポジティブにさせる、3. 熱や温かさを感じさせる、4. 食欲を刺激する、5. 時間経過を早く感じさせる、6. 目を引き 関心を集める、である。赤は心理学的に視認性の高い色で購買色・販売色・欲望を刺激する色といわれ、他の色より圧倒的に注目を集める色である。カラーマーケティングでは赤を入れるかどうかで売上が 20% 違うと言われている。また黒人初のアメリカ大統領となったバラク・オバマは、皮膚の色との色写りを活かしたコントラスト配色で、必ず白いシャツを着用し、濃い色のスーツを着て、ジョン・F・ケネディのような若々しさを感じさせる。そして、新しい風を吹き込むというようなカラーイメージ戦略をとり、その中に赤のネクタイを使用していた。赤のネクタイは、5%の面積効果があり、自身をアピールするのに適しているため、アメリカの大統領選挙では赤ネクタイが主流である。

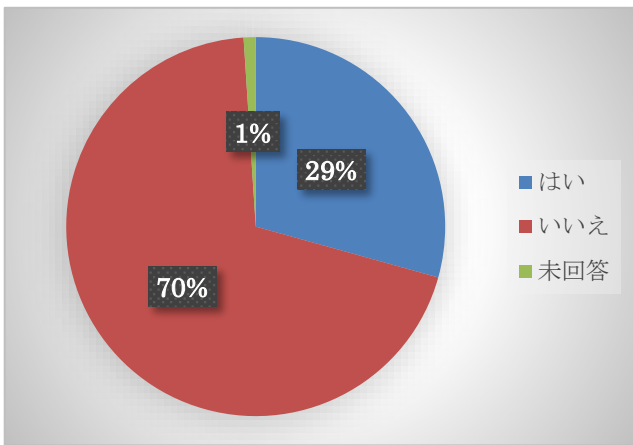
さらに、日本でも赤は古来より戦の色としても利用されており、戦国武将たちにも人気のあった色である。赤が持つ色彩効果を最大限に活用するための手法として「赤備え」（戦国時代の軍隊編成における統一色の一つ）がある。この赤備えを採用した武将として最も有名なのは、「武田の赤備え」と呼ばれ名を馳せた武田信玄だ。他にも大河ドラマ「真田丸」で注目になった真田幸村が兵装に赤を採用した。赤を採用した理由として赤の色彩効果が大きく影響している。当時は「青備え」や「黒備え」などの部隊も存在したが、赤は前に出ているように見える「進出色」であるのと同時に、実際よりも大きく見せる「膨張色」と知られていた。それゆえ、戦場において青や黒よりも非常に目立ち、実際の兵士数以上に多くの軍勢を率いているように見せることができた。また、赤には興奮作用や士気を高める心理効果も持ち合わせているため赤に身を包まれた軍隊は精強さを誇示し、敵を威嚇するために最適であった。

しかしながら、本当に勝負色で赤が選ばれるのか、また勝負時に身に着ける色が全員赤ではないことが疑問としてあげられる。先に挙げた、高知工科大学の学生 141 名のアンケート

トで勝負色について、「あなたが勝負しなければいけない場面で身に付ける色はありますか？」の質問項目では、以下の図4のような結果が出た。回答者141名の内、「はい」と回答した学生は40%(29名)、「いいえ」と学生は70%(95名)、未回答の学生が1%(6名)であった。「はい」と回答した学生に何色が勝負色かも調査した。結果上位五色は、以下の順であった。

- 「赤」 がんばれそう、気合が入る、勝負色だから。
- 「青」 冷静になれる、集中できる。
- 「黒」 スーツの色だから、落ち着けるから、気が引き締まるから。
- 「白」 冷静になれる、平常心を保てる、気持ちが安定する。
- 「えんじ」 好きな色だから。

図4 あなたが勝負しなければいけない場面で身に付ける色はありますか？



2017年11月7・13日実施 対象者141名

また後日、高知工科大学の学生104名にアンケートを実施した。人は何かしら平常心を保つために行うルーティンのように大切な日などに身につける色があるということがわかったので、次に「あなたの勝負色は何色ですか？」と問いかけた。その結果上位五色は、赤、黒、青、白、黄の順であった。

「赤」 気持ちが高ぶるから、燃え上がりやる気が出るから、気持ちが入るから強そう、インパクトがある、赤が勝負色だからなど。

「黒」 落ち着くから、カッコいいから、気が引き締まるから、しっくりくるから、迫力があるから、大人な感じがあるから 強そうなど。

「青」 冷静になれるから、落ち着くから、集中できるから、クールだから。

「白」 高校のチームカラーだったから、清潔感があるから、清く正しいから、可愛いから、純白そうだから。

「黄」 元気が出て頑張れるから、高校のチームカラーだったから、明るく目立つから。

これらのことから、勝負色として赤を用いる学生は多いが、赤以外の色が勝負色である学生もいることがわかった。またそれらの色は、前問と図4の回答結果を通して共通している点の一つあり、それらは、「個人的に好きだ。」という理由であり、「個人の勝負色というのは個人的に好きな色である。」ということが導き出すことができた。

第一章 スポーツにおけるユニフォームと色彩

第一節 色とスポーツの関係

最近のスポーツシーンは、とても色鮮やかになっている印象がある。プロ、アマチュア関わらず色鮮やかなウェアや用具でスポーツを楽しむようになった。色にこだわるアスリートも多い。また、最近ではウェアや用具だけでなく、例えば、陸上競技のトラックに青色を使う施設なども増えている。元々はレンガ色のトラックだったが、近年青色のトラックが見え始め、日本にある約470ヶ所の公認陸上競技場のうち、30ヶ所ほどが青色になっている。ロンドンオリンピックではレンガ色のタイプのトラックを使用し、リオオリンピックでは青色のタイプのトラックが使用されていた。従来の赤茶色のトラックに比べ青色の方が注意点の安定性が2割ほど増し、左右のブレがなくなるため集中力が高まる効果が期待されている。それだけ、色彩が人体に与える影響について注目されているということからくるものだろう。もちろんその一方で、青色に不慣れのために、記録に影響が出るといった声もあった。いずれにせよ、その他のスポーツでも、道具の色を青色に変えることにより、効果をあげているものがある。卓球の卓球台や、野球のキャッチャーのミットなどで青や紺、黒を使用する例がある。

1. 1980年代後半の「笑っていいとも」の人気コーナー「テレフォンショッキング」での出来事である。この時の発言がきっかけで卓球台が緑色から青色に変わったと言われている。織田哲郎氏がゲスト出演した際に織田氏が卓球経験者である事を明かすと司会者であった森田一義氏(芸名:タモリ)は「卓球って根暗なスポーツだよ」と一言。この一言で翌年の学生の卓球部入部が激減した。そこで卓球台を地味な緑色から爽やかな青色への変更を決定したのが日本卓球株式会社の沼

田一十三氏であった。このままだと卓球が不人気で落ち込んでしまうと考へ、色の変更を決定したのだった。これにより、地味なイメージが抜け卓球人口も回復した。ただ単に森田氏の一言だけで変更を決定したのではなく、ボールの見易さも考慮されている。1992年バルセロナオリンピックで初めて日本製の青色の卓球台が使用されると、世界中に広まり現在ではほとんどの国際大会で青色の卓球台が使用されている。卓球では、台だけではなく卓球用ボールの色にも事情があった。一時期どの試合でもオレンジを使用していた。かつてほとんどが白いボールが使用されていたが、現在では卓球ボールの色は白またはオレンジでなければならないと定められている。どちらも公認球とされており、どちらの球を使わなくてはならないということはないが、ITTF(国際卓球連盟)が主催する大会では白色で統一されている。以前は背景に溶け込んでしまう色を避けるために、証明や床、背景などの周囲の環境によってオレンジボールを使用することがあった。元々卓球ボールは1980年代までの長い間、白で統一されていたが、観戦者に考慮し、高速なボールの応酬が白いボールでは見えにくいという理由からオレンジボールが導入された。ただそれでも現在は白でほぼ統一されるようになったのは、2000年に入りグルー禁止やボールが38mmから40mmになるなどのルール改定があったためである。このルール改定によりボールスピードが減速し、観戦者にもボールが見えやすくなった為、白でほぼ統一された。ちなみにユニフォームの色はボールの色と被らないように違う色にしなければならないという規定がある。ボールがユニフォームに馴染んでしまうと、高速なボールの軌道が見にくいという理由からで、白を多く含んでいるユニフォームは使用されていない。

②プロ野球の場合、プロテクターの色は球団のイメージカラーで決定することが多数である。だが、ミットの色は本人の好みである。ひと昔前のヤクルトスワローズの古田敦也捕手は、神宮球場でのホームゲームの際に使用するプロテクターは赤、ミットは紺を使用していた。古田捕手に限らず紺や黒のミットを使うキャッチャーは多い。ミットに地味な色の紺や黒がしようされている理由はピッチャーへの気遣いがあるからである。ピッチャーに最も必要とされるのはコントロール力である。どんなに速い球を投げられたとしても、コントロールが悪ければ打者を抑えることができない。そのコン

トロール力を高めるのに欠かせないのが集中力である。紺や黒には人を落ち着かせ、集中させる効果がある。つまり、紺や黒のミットを的にすればピッチャーは狙ったところに投げやすくなるという考へだ。また、ピッチャーがプレッシャー、ストレスを感じた際でも紺や黒を見つけると心が落ち着きやすくなる心理効果もあり、野球のキャッチャーミットは紺や黒が選ばれている。以上のような事例をあげたが、スポーツの世界にも色彩は選手だけでなく少なからず影響を与えていることがわかる。それはユニフォームも同様である。

第二節 ユニフォームの役割・有効性

ユニフォーム(=制服)は、他の集団との区別を明確化しようとするという意義があると考えられ、典型にスポーツの制服、軍服、学生服、また企業内の作業服などがある。一般的な役割は3つある。1. より良い団体のイメージを形成、2. 団体への連帯感や一体感を高める、3. 機能性と経済性である。1ではその団体のイメージを決める要因として、人という部分が大きく影響しているのではないかとされている。その人を演出するのがユニフォームであり団体のイメージをビジュアルに表現している。2では組織が持つ価値観を組織全員が共有する媒体になり、連帯感を促進するだけでなく、組織の証明を意味する。また、ユニフォームの着用することにより、ユニフォームを着用する側と見る側両方の意識が変化する。これらが職場環境における雰囲気演出に繋がる。

ユニフォームは、仕事においては統一性が出る、仲間意識が強くなる、という利点がある。前者は、外部から見てスタッフの統一性が見られるようになる。統一しているとどの組織に所属しているのかがわかりやすい、またその組織の印象が良い場合は、その組織に所属している人だからという理由で印象が良くなることがある。後者は、ユニフォームを着ているスタッフは同じ組織に所属していると自覚し、仲間意識が強まる。ここまでは多くの人を経験したであろう学校の制服と同じだ。これについては、ユニフォームは「こう見られたい」という会社の思いを、本人と外部に向けて伝えることができるようになるという利点がある。「やる気のあるスタッフに見られたい」という思いがユニフォームに込められている。ユニフォームを着たスタッフはモチベーションが上がり、やる気が出て、そのスタッフを見た人は「やる気のあるスタ

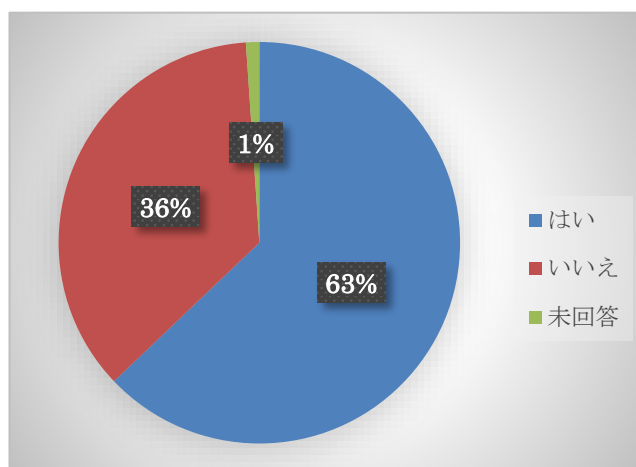
ップだ」と受け止めてくれる可能性が高くなる。

これはスポーツにおいても自然と同じ効果を発揮しているのではないかと考えた。「こう見られたい」というチームの思いを、選手と外部に向けて伝え、「強いチームに見られたい」という思いがユニフォームに込められているのではないかと考え、実際にクロススポーツマーケティング株式会社の北村正揮氏から話を伺った。北村氏は、兵庫県西宮市にある株式会社兵庫プロバスケットボールクラブの西宮ストークスの立ち上げに携わった人物で、チームのロゴやユニフォームのカラーも担当した。彼はこの点について、ユニフォームはTシャツと一緒に存在であり自分の個性(アイデンティティ)を表現する手段の一部に過ぎないと説明した。西宮ストークスのユニフォームを決定した際には、チームのコンセプト→キャッチフレーズ→カラーという順で決定したという。すなわち、スポーツにおけるユニフォームはチームのコンセプトやキャッチフレーズをユニフォームに込めていることがわかった。また、スポーツにおけるユニフォームは、色が他のチームと被らないようにすると、ファンに魅せるものでもあるという。ユニフォームを見ただけで思い浮かぶよう試行錯誤しながら決定しているのだ。

第三節 スポーツにおけるユニフォームの役割

高知工科大学の学生(141名)のうちスポーツ経験者134名へのアンケート調査で、「ユニフォームを着ることで、練習と試合の切り替えができますか?」という問いに対して、以下の結果が出た。

図5 ユニフォームを着ることで、練習と試合の切り替えができますか?



2017年11月7・13日実施 対象者134名

「はい」と回答した学生は63%(85名)、「いいえ」と回答した学生は36%(44名)、未回答の学生が1%(5名)という回答結果だった。

「はい」 緊張感が持てる、本番感が持てる、気が引き締まる、気合が入る、特別感がある、集中できる、チームの名を背負っているという責任感もてる、気持ちが一新する、チームの一員であることを認識する など

「いいえ」 意識しない、練習も試合もやるべきことは一緒なので意識しない、ユニフォームではなく気持ちで切り替える、同じ衣類なので関係ない など

第一節で述べたように、ユニフォームの意義とは、他の集団との区別を明確にするところにある。だがユニフォームの役割はそれだけではない。図5のアンケート調査のようにユニフォームというものは、普段着用しない特別なものとして扱われることが多く、プレーヤーには少なからず気持ちの部分に影響を与える。ユニフォームを貰うこと、それはすなわちチームに必要な存在であるということが明らかである。また、ユニフォームを着用した際には練習とは違った気持ちで入ることができ、これは自身が行っているスポーツに本気で取り組んでいるという証にもなる。よって、ユニフォームは区別を明確にするだけでなく、ユニフォームを貰える、着ることができる喜びを与えることができ、またプレーヤーの闘争心を生む特別な役割を果たしているのではないだろうか。

ユニフォームは、スポーツの世界では必ず存在するものという認識にもなっている。スポーツ以外でも、企業や学校などの組織や団体でもユニフォームは存在している。普段着用する服装とは違って、いつもと違う気持ちになる人が多いはずだ。ユニフォームはそのチーム、企業によって価値観も異なる。例えば、スポーツで強豪チームや、日本代表チームなどのユニフォームは、プレーしている選手にとっては特別なものだ。だが、ユニフォームをどう感じるかという部分においては必ず個人差はある。軽い気持ちで手にする者もいれば、本当に欲しかったという気持ちで手にする者もいる。貰えると誰もが嬉しいことだが、これまでの努力が大きい方がきっと貰った時の喜びも大きくなっているはずだ。その喜びの大きさの違いが、ユニフォームに対する価値観の差だといえる。

第四節 日本代表のユニフォームは何色？

ユニフォームといえば、日本の代表ユニフォームを思い浮かべる人も多いのではないだろうか。日本という「国のイメージカラー」の赤をだいたいのスポーツは多く取り入れている。例えば、バレーボール、ソフトボール、ラグビー、体操や陸上、バドミントンなどがある。しかし、その中でも日本という「国のイメージカラー」の赤をベースに使用していない競技がある。それが、「SAMURAI BLUE」の愛称で馴染みのサッカー日本代表だ。

まず、SAMURAI BLUE のユニフォームについて考えていく。アテネオリンピック前に、「なでしこジャパン」という愛称になったサッカー女子代表に遅れて5年、2009年10月19日、日本サッカー協会が、新しいエンブレムとともに、男子サッカーの新しい代表の愛称を発表した。青いユニフォームにちなみ「SAMURAI BLUE」となった。新しい愛称に関して、サッカー日本協会の公式発表は以下の通りだった。

『FIFA ワールドカップを戦う日本代表チームは、今後、チーム愛称を『SAMURAI BLUE』として、その誇りを胸に、全身全霊で戦っていくこととなりました。『SAMURAI BLUE』は誇り高く、フェアに、そして、負けることをよしとせず勝利への強い思いを持って戦います。そこには、世界にも知られた、戦いの場に挑む日本人にオリジナルで高度なメンタリティが存在します。日本代表チームのチームカラーである『BLUE』。それは、『SAMURAI』の遺伝子の込められた『BLUE』であり、これこそが世界に伍して戦う日本代表チームのオリジナリティです。日本代表チームは、『SAMURAI BLUE』として、同じメンタリティを共有するファン・サポーターという仲間たちとともに、戦い、世界を驚かせます』(<http://www.jfa.jp/samuraiblue/>)。

まずそもそもいつから青なのか。なぜ青なのか。1930年、東京の明治神宮外苑競技場にて第9回極東選手権が開催したとき、初めてサッカー協会により22名が選抜された。メンバーの構成は、東京帝国大学（現東京大学）から12人、早稲田大学と関西学院大学から3人ずつ、京都帝国大学（現京都大学）と慶應義塾大学から各1人であった。最初の日本代表チームは東京帝国大学のメンバーが中心だったため、東京帝国大学のサッカー部のユニフォームの色であった青（ライトブルー）を使用したと言われている。もちろん、現在でも東京

大学サッカー部（正式名称、東京大学運動会ア式蹴球部）のホームユニフォームはライトブルーである。公式HPのクラブプロフィールの欄には以下のような説明が載っている。（同前）

『1918年、のちに大日本蹴球協会（現日本サッカー協会、JFA）創立に参画し同協会会長にも就任する野津謙（4代目会長）が東京帝国大学ア式蹴球部を創設しました。1922年に早稲田大学、東京高等師範学校（現筑波大学）、東京商科大学（現一橋大学）とともに日本初のサッカーリーグとなる専門学校蹴球リーグ戦を開始させると、1925年に現在の関東大学サッカーリーグの前身となるア式蹴球東京カレッジリーグに参加、第1回大会では早稲田大学に次ぐ2位となるものの、第2回大会から前人未到の6連覇を達成しました。第5回ア式蹴球全国優勝大会（現天皇杯）では大学チームとして初めて決勝に進出するなど、まさに黄金期を創出しました。現日本代表のユニフォームが青いのは当時多くの代表選手を輩出した東京帝大のユニフォームがライトブルーだったことに起因していると言われているほどです。』

愛称の日本サッカー協会の発表の中にも“サムライの遺伝子が込められたブルー”とあったように日本代表の青は、サッカー界にとって伝統的な色である。愛称の紹介文にあるように、サッカー日本代表の“DNA”の一つと言っても過言ではない。また、なぜユニフォームが青なのか？について公益財団法人日本サッカー協会は、「『日本の国土を象徴する海と空の青』と一般的に考えられていますが、実際は後になってつけられた理由で、なぜ青なのかということは文献が残っておらず不明です。」（同前）と回答している。だが、日本代表のユニフォームは、戦前に水色を採用しており、戦後もそれが引き継がれていた。1964年の東京オリンピックでは上下とも白となり、メキシコオリンピックでは白のユニフォーム＋紺色のパンツを使用した。これ以降は白と紺色が基調となった。1988年以降に赤と白のユニフォームが採用された時期があったが、1992年には再び白と青のユニフォームに戻った。それ以降は青と白を採用しており、現在のSAMURAI BLUEに象徴されるように青を使用していると記述している。1988年から1991年まで日の丸にちなんだ赤が採用されたこともあったが、赤では日本代表の結果が出なかったため、1992年、現日本サッカー協会最高顧問の川淵三郎氏は「日の丸に一番

映えるのは青」と再び青いユニフォームに戻している。

図 6

SAMURAI BLUE (日本代表)



出所 <http://www.jfa.jp/>

図 6 は、2017 年 11 月に新しく制作されたユニフォームであり、ベースカラーには、日本の伝統色である深い藍色を意味する”勝色”をコンセプトとし、起用されている。勝色とは、第一章で述べた勝負色と似たような言葉だが、意味は異なる。かつて武将たちが戦いに挑む際にまとった、鎧下と呼ばれる着物に使われる藍染の生地において、最も濃い色とされていた。勝色の深く濃い藍を出すためには布を叩きながら染めるため、「叩く＝褐（かつ）＝勝つ」にかけて、勝利への験担ぎをしていたと伝えられている。

2017 年に新たなユニフォームを発表した野球日本代表は、全世代の「侍ジャパン」が着用するユニフォームについては、デザインモチーフに日本の伝統を取り入れて「ファンと選手をつなぐユニフォーム」というコンセプトを表現している。また、裏袖にも刻まれた赤き円環は、プロ、アマチュア問わず、すべての世代がひとつとなる野球日本代表「結束」の証である。チームとしての揺るぎない団結を、見守りつづける人々との心強い連携を、世界一の頂点をめざしていくための勇気に変えるために「結束」を力にするという想いが込められている。古来、侍が戦に勝ちをもたらすとして甲冑を染め上げた「青褐色（あおかちいろ）」神聖と清浄無垢の象徴である「真白（ましろ）」日の丸の赤である「紅色（くれないいろ）」優美さと力強さの象徴「黄金色（こがねいろ）」の四つの日本の伝統色を採用している。また、ユニフォームのストライプ部分は無数に繋がった小さな和で表現している。これは日本の伝統的な縞模様のひとつで「輪つなぎ」を取り入れ

たもので、色違いの無数の輪が作り出す繋がりは、ファンと選手の間にある限りない想いの繋がりを象徴している。

図 7



出所 <http://www.japan-baseball.jp/>

このように日本の代表ユニフォームは、日本という「国」のイメージカラーの赤を使用されることが多い中で、日本の伝統色をベースにすることにこだわり歴史を守り続けるユニフォームや、ユニフォームのデザインでコンセプトを表現する二つが存在するということがわかった。第一節でも記述したが、スポーツにおいてユニフォームはチームのコンセプトやキャッチフレーズをユニフォームに込めている。また、色が他のチームと被らないようにすると、ファンに魅せるものでもあり、ユニフォームを見ただけでチームを思い浮かぶよう試行錯誤し決定している。

第四節 ユニフォームと色の関係

第一章第四節で述べたように、色が人に影響を及ぼすことが分かっている。企業によってはカラーセミナーなどを開催し、色と心の関係や、色の持つ効果・影響などについて学んだりすることもできる。

ユニフォームと色が、私たち観客に与えるイメージや影響について考える。例えば、卓球では、小さな白いボールを使うため、白いボールがよく見えるようにテーブルからラケット、ユニフォームに至るまで目立たない地味な色使いが多かったようだ。それに伴い、テーブルは青に、ボールはオレンジ色に変え、ユニフォームも色鮮やかなものを採用するようになった。また、柔道では、柔道着のカラー化ということが以前議論された。一時期マスコミなどでその善し悪しが話題になった。当時、日本では、どの国よりも、そのカラー柔道

着の導入に随分反対の意見が上がっていた。柔道着は柔道の本質である清い心の象徴であるの意味合いと、今まで身に着けていた伝統の「心が濁っていない」という精神的な意味合いが込められている白と、見やすさを重視した青、この議論に関しては、柔道の精神に関する部分も関わっているので、どちらがよいとは一概に言えないところがあった。特に日本人は、伝統や精神を重んじる人種であるため、こういった議論が飛びかったことも妙に納得できた。いずれにしろ、これらのことに伴い、卓球の競技者人口の増加、柔道の楽しさなどを伝えることができたなどの影響があるようだ。

例ではあるが、このように、選手の身に着けるユニフォームによって、実際、見ている側に影響を与えることがある。これが、方向性①である。ユニフォームと色が、身に着けている選手に与える影響。これが、方向性②である。ユニフォームと色の関係、または、その影響という点では、方向性①よりも、方向性②の方が非常に大きい。多くは、色そのものが選手たちに心理的な働きかけをしている。

では、第一章の第五節でも紹介した赤を例に挙げる。はじめに述べたものと繰り返しにはなるが、イギリス科学誌ネイチャーや、いくつかの調査によると、同程度の技術や実力であるならば、赤いウェアやユニフォームを着たチームが、他色を身に着けたチームよりも、得点や勝率が高かったという結果がある。この結果を支持しているものと考えられるのが、赤が人々に与える影響だ。赤は、攻撃性・怒り・興奮・活力的などといった意味を持っている。そういった赤の持つ意味合いが心理的に影響を及ぼし、先ほどのような結果へと繋がっているのではないかと考えられる。赤いウェア、ユニフォームを身につけることで、勝負時にそれが活力となり、選手の闘争心を向上させる。それによって潜在的な能力をも引き出すことが可能になるのだ。

第六節 考察

本研究のきっかけは自分自身がまた、色が好きであったからであることと、これまで長く継続してきた運動部活動中に経験したことを疑問に感じたことがきっかけである。そこで色彩とスポーツに何か関係性あるのではないかと考え、勝負所で用いるべき色が選手に与える影響は何か、そして、試合中に着用しているユニフォームの色が選手の戦闘意欲つま

り、闘争心に与える影響を考察してきた。また、色彩マーケティングの分野で一般的に勝負色といわれる赤に着目して赤がどのように選手の心理に作用するのかについても検討してきた。

結果、勝負所で用いるべき色は選手の気持ちや考えを前向きにポジティブにする心理効果を与えられる。様々な調査より自身の好きな色は何かしらどの場面においてもモチベーションをあげる際などに作用しているからだ。

試合中に着用しているユニフォームの色が選手の戦闘意欲つまり、闘争心に与える影響については、ユニフォームを特別なものだと感じる選手もいれば、練習着と変わらない単なる衣服だと感じる選手もいるため、必ずしも戦闘意欲、闘争心を湧き立たせるような作用があるとは限らないと思われる。

色彩マーケティングの分野で一般的に勝負色といわれる赤に着目して赤がどのように選手の心理に作用するのかについてだが、多くの選手が赤の色彩効果に影響され、赤色を身に付けるということがアンケート調査でわかった。繰り返しにはなるが、赤は 1. アドレナリンを分泌し 興奮を促す、2. 気持ちをポジティブにさせる、3. 熱や温かさを感じさせる、4. 食欲を刺激する、5. 時間経過を早く感じさせる、6. 目を引き 関心を集める、六つの心理効果を与えることができ、他の色より圧倒的に注目を集める色である。これらの六つの効果の内、スポーツに関する影響 1.2.6.を受け、勝負または、大事な場面に挑む選手が多いことがわかった。

本研究を通して、色彩マーケティングの分野で一般的に勝負色と提言されている赤が、実際に周りで無意識に作用されていることがわかった。だが、だからといって勝負色と提言されている赤をユニフォームの色に採用するとは言い切れない。なぜなら、チームのコンセプトやキャッチフレーズ、地域のイメージカラーで決定することが多いためである。また、第一章の第四節でも述べたが、勝負色は赤だけではなく、自身の好きな色が自身の好きな色だと思われるため、私は自身の好きな色＝勝負色であると提言する。

おわりに

勝負色が赤だと色彩マーケティングの分野でいわれている。それは、赤の効果が勝負という場面で一番影響を与えるためである。よって、改めて赤は勝負色だといえるだろう。

だが、色彩マーケティングの分野では勝負色は赤だが、世間一般では全ての人の勝負色が赤だとは言い切れない。様々な調査より、世間一般では勝負色＝自身の好きな色だと思われる。さらに、単にその色が好きというわけではなく、それぞれの色の効果を理解したうえで自身の好きな色があるということも調査でわかった。また、赤と青のウェアを着用した際の両者の勝率の研究調査を終えて、格闘技だけの勝率の調査結果のみを本論には取り上げたが、他にも柔道や陸上などの赤と青のウェア以外の個人競技や、サッカーなどプロチームの全参加チームの勝率をユニフォームの色と関連させて調査するとどのような結果が出るのかも気になった。

本研究を通して、やはり色が人に与える影響が大きいということが改めて実感できた。本論では取り上げてはいないが、医療の場面でも活躍している。起源は数千年も前の古代である。色が発するエネルギーやパワーを利用して、色彩療法を行っていた。また、心と体は繋がっているため、その色彩療法は、体だけでなく心も元気にさせる効果がある。色は、副作用などの害がなく、むしろ心身ともに活性化されていく。このように様々な場面で色は人に影響を与えていることがわかった。今後、色彩の研究で色の新たな効果が発見できれば人は色彩に今より大きな影響を受けながら日々を過ごすことになるのではないだろうか。

謝辞

本研究を進めるにあたり、私のために貴重なお時間を割いて助言、温かいお言葉をかけて下さりました担当教員である生島淳准教授、本学教員前田和範助教ほか、お忙しい中ヒアリング調査にご協力賜りましたクロススポーツマーケティング株式会社の北村正揮氏に心より御礼申し上げます。さらに互いに励まし合った研究室の仲間たちへ向け、この場をかりて御礼申し上げます。

参考文献

<書籍>

- ・今井弥生 中野刀子(1968)『暮らしの色彩学』株式会社建帛社。
- ・加藤雪枝 寺田純子 中川早苗 橋本令子 高木節子 大野庸子(2001)『生活の色彩学』株式会社朝倉書店。

- ・小磯稔(1972)『色彩の科学』株式会社美術出版社。
- ・佐々木仁美(2014)『本当の自分がわかる!人生が楽しくなる!色の心理学【心も身体も左右するのは色のチカラでした】』株式会社エイ出版社。
- ・西川好夫(1972)『新・色彩の心理』財団法人法政大学出版局。
- ・原国政哲(1969)『色彩の使い方』理工学社。
- ・向井裕彦(1972)『色彩学』株式会社建帛社。
- ・ルイス・チェスキ(1954)『役立つ色彩』株式会社白揚社。

<URL>

- ・「色カラー」<http://iro-color.com/>
- ・「色とは何か？」<http://www.revives.jp/light.cfm>
- ・「外見の効果／心理効果・心理実験」<http://shinri.c-goto.com/jikken8.html>
- ・「【こんなにも凄い】色が人の心理と行動に与える影響とは」<http://blog.btrax.com/jp/2013/09/05/color/> 中山芽衣 (2013)
- ・「SAMURAI BLUE | JFA | 公益財団法人日本サッカー協会」<http://www.jfa.jp/samuraiblue/>
- ・『色彩の心理学【色が持つ力と効果】』<http://color-psychology.jp/index.html>。
- ・スポーツルール.COM | 初心者でも分かりやすいスポーツルールサイト「卓球台の色はなぜ青色がルールに？昔は緑だった!？」<http://sportsrule.com/archives/223>
- ・「日本代表の新ユニホーム発表！ 伝統の「勝色」でいざW杯へ！」<http://www.soccerdigestweb.com/> サッカーダイジェスト 斉藤健仁 (2017/11/6)
- ・『ユニフォームの効用について』<http://www.recycle-system.com/uniform/merit.html>。
- ・『ユニホーム？ユニフォーム？【ユニホーム（ユニフォーム）のマメ知識と購入に役立つユニフォームをナビゲート。】』<http://www.ユニホーム.net/uniformQ/index.html>。
- ・「野球日本代表 侍ジャパンオフィシャルサイト」<http://www.japan-baseball.jp/>

付録

ヒアリング調査

・調査日時…2017年10月11日

対象者…北村正揮 クロススポーツマーケティング株式会社

アンケート調査

・調査日時…2017年11月7日 11月13日 12月4日

・対象者…経済・マネジメント学群138名 システム工学群3名 情報学群1名

・質問内容ならびに回答結果(抜粋)

質問1. 過去、または現在、運動部活動やスポーツクラブに所属した・している経験がありますか。

回答 はい：134 いいえ：7

質問2. 日常生活の中で色からどのような影響を受けていると感じることはありますか？

回答 はい52%・いいえ47%・未回答1% 上位5色

1. 赤(やる気が出る あつい 情熱を感じる 勝負時に使うなど) 2. 青(冷静になれる 集中できる 涼しく感じる 食欲がなくなる など) 3. 緑(冷静になれる 集中できる 食欲がなくなる 癒し 目に優しい など) 4. 黒(冷静になれる 暗くて怖い 気が引き締まる 痩せて見える など) 5. 白(冷静になれる 強い 広い 開放的 まっさらな気持ちになる など)

質問3. 相手チームのユニフォームの色は意識しますか？

回答 はい65%・いいえ34%・未回答1% する(色が被らないようにするため 外見を気にするから 視界に入るから 大切な事 チームを覚えるため ユニフォームで力量を図る ルールに基づいているか) いいえ(特に関係ない 意識したことがない 興味がない 実力がすべて)

質問4. ユニフォームを着ることで、練習と試合の切り替えができますか？

回答 はい63%・いいえ36%・未回答1% はい(緊張感が持てる 本番感が持てる 気が引き締まる 気合が入る 特別感がある 集中できる チームの名を背負っているという責任感ができる 気持ちが一変する チームの一員であることを認識する など) いいえ(意識しない 練習も試合もやるべきことは一緒なので意識しない ユニフォームではなく気

持ちで切り替える 同じ衣類なので関係ない など)

質問5. あなたが勝負しなければいけない場面で身に付ける色はありますか？(試合 試験 就職活動 恋愛 など)

回答 はい29%・いいえ70%・未回答1% 上位5色

1. 赤(がんばれそう 気合が入る 勝負職だから) 2. 青(冷静になれる 集中できる) 3. 黒(スーツの色だから 落ち着けるから 気が引き締まる) 4. 白(冷静になれる 平常心を保てる 安定する) 5. えんじ(好きな色だから)

質問6. あなたがもしチームのユニフォームを決定するならば、何を基準に色を決めますか？(選択肢の中から選んで○を付けてください。複数選択可) 選択肢：①チームの方針 ②チームのイメージ ③自身の好きな色 ④色の効果 ⑤その他⑥未回答

回答

	①	②	③	④	⑤	⑥
男子	23	59	28	11	2	5
女子	9	31	6	12	0	3

その他(外見 プロチームのユニフォームに似せる)

質問7. 赤色のイメージを教えてください。どんなことでもかまいません。(思い浮かぶ数書いてください。)

回答 情熱的 目立つ・目につく あつい 強そうなイメージ やる気が湧く 勝負色 熱血的 炎のイメージ 危険・禁止を表すイメージ 元気なイメージ など

質問8. 日々過ごす中で“赤色”に少しでも影響されることはありますか？(思い浮かぶ数書いてください。)

回答 はい58% いいえ42% 理由(暖かさを感じる 危険を感じる 印象に残る 赤信号を思い浮かべる やる気が出る 禁止されている感じ 元気になる など)

質問9. あなたの勝負色は何色ですか？

回答 上位5色 1. 赤(気持ちが高ぶるから 燃え上がりやる気が出るから 気持ちが入るから強そう インパクトがある 勝負色だから など) 2. 黒(落ち着くから かつこいいから 気が引き締まるから しっとりくるから 迫力があるから 大人な感じがするから 強そう など) 3. 青(冷静になれるから 落ち着くから 集中できるから クールだから) 4. 白(高校のチームカラー 清潔感があるから 清く正しいから 可愛いから 純白そうだから) 5. 黄(元

気が出て頑張れるから 高校のチームカラー 明るく目立つ
から)