

科目名	色彩の科学	担当者	テシマヤスノリ 手嶋 康則	所属	NPEB	学年	1-4	期別	後学期	必選	選択	単位	2																																
	<p>1. 到達目標及びテーマ</p> <p>現代社会が高度化、個性化、多様化したことで色彩の役割がさまざまな業界に拡大している。ファッション、フード、インテリアはもちろんのこと、癒し、健康、美容、環境の分野でも色が果たす役割が注目され、色彩の知識や資格を活かした実践的指導ができる人材を求める時代となった。</p> <p>本科目は、色彩に関する幅広い教養を身につけることと流通業界で働くことを志望する学生が、マーケティング手法のひとつとして色彩理論を習得することを目的とする。そのために、色彩の基礎知識を理解し、自分自身の感覚を磨き、色彩学と小売業のマーケティングの結びつきについて理解を深めることが必要とされる。具体的には、店舗の陳列・演出手法を事例に、あらゆるカテゴリーの商品を題材に調査・検証を行うことでマーケティングにおける色の役割について考えを深め、カラーコーディネーターとしての色の専門知識と技術を活かした衣・食・住のライフスタイルの場面における色の提案ができるようになることを到達目標とする。</p> <p>本科目は、色彩能力検定およびカラーコーディネーター検定の資格取得にも有効であり、事務職、接客サービス職、接客販売職、企画開発、販売促進などの職業との関連性が強い。</p>																																												
<p>2. 授業概要</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>色の性質、色の意義、色の役割について理解する。</li> <li>色がもたらす心理的効果を理解し、具体的に表現する。</li> <li>パーソナルカラーの仕組みを理解し、自ら検証する。</li> <li>色の知識を市場調査に活かし、商品やサービスの情報を分析・検証する。</li> <li>色の特性を理解し、衣・食・住関連の日常生活や業務に役に立つように配色する。</li> <li>色彩基本用語を覚え、意味を理解し、実際に色を使い表現する。</li> <li>色に関する課題を作成し提案する。</li> <li>色の文化を年代別に暗記し、流行色の特徴を理解する。</li> </ol>																																													
<p>3. 授業計画</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>オリエンテーション ・色の役割、色の本質と特徴</td> <td>9</td> <td>カラーマーケティング(3) ・商品のカラーコンセプト、商品企画と色彩計画</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>色彩心理学(1) ・色のイメージ構造、色の連想</td> <td>10</td> <td>分野別カラーの知識(1) ・色と食の関係、テーブルカラーコーディネート</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>色彩心理学(2) ・色の配色イメージ、イメージ分類</td> <td>11</td> <td>分野別カラーの知識(2) ・色とファッションの関係、流行色</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>色彩心理学(3) ・色から生じる感覚</td> <td>12</td> <td>分野別カラーの知識(3) ・色とインテリアの関係、色と照明</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>色彩心理学(4) ・色の知覚、共感覚、錯覚</td> <td>13</td> <td>色彩文化(1) ・日本の伝統色、色の時代区分とその特性</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>パーソナルカラー ・好きな色と似合う色</td> <td>14</td> <td>色彩文化(2) ・色と絵画の歴史、色と名画</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>カラーマーケティング(1) ・色の市場性と歴史、色の市場価値と分類</td> <td>15</td> <td>色彩文化(3)と試験 ・現代の色と時代背景</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>カラーマーケティング(2) ・色の市場調査、色の市場価値とポジショニング</td> <td>16</td> <td></td> </tr> </table>														1	オリエンテーション ・色の役割、色の本質と特徴	9	カラーマーケティング(3) ・商品のカラーコンセプト、商品企画と色彩計画	2	色彩心理学(1) ・色のイメージ構造、色の連想	10	分野別カラーの知識(1) ・色と食の関係、テーブルカラーコーディネート	3	色彩心理学(2) ・色の配色イメージ、イメージ分類	11	分野別カラーの知識(2) ・色とファッションの関係、流行色	4	色彩心理学(3) ・色から生じる感覚	12	分野別カラーの知識(3) ・色とインテリアの関係、色と照明	5	色彩心理学(4) ・色の知覚、共感覚、錯覚	13	色彩文化(1) ・日本の伝統色、色の時代区分とその特性	6	パーソナルカラー ・好きな色と似合う色	14	色彩文化(2) ・色と絵画の歴史、色と名画	7	カラーマーケティング(1) ・色の市場性と歴史、色の市場価値と分類	15	色彩文化(3)と試験 ・現代の色と時代背景	8	カラーマーケティング(2) ・色の市場調査、色の市場価値とポジショニング	16	
1	オリエンテーション ・色の役割、色の本質と特徴	9	カラーマーケティング(3) ・商品のカラーコンセプト、商品企画と色彩計画																																										
2	色彩心理学(1) ・色のイメージ構造、色の連想	10	分野別カラーの知識(1) ・色と食の関係、テーブルカラーコーディネート																																										
3	色彩心理学(2) ・色の配色イメージ、イメージ分類	11	分野別カラーの知識(2) ・色とファッションの関係、流行色																																										
4	色彩心理学(3) ・色から生じる感覚	12	分野別カラーの知識(3) ・色とインテリアの関係、色と照明																																										
5	色彩心理学(4) ・色の知覚、共感覚、錯覚	13	色彩文化(1) ・日本の伝統色、色の時代区分とその特性																																										
6	パーソナルカラー ・好きな色と似合う色	14	色彩文化(2) ・色と絵画の歴史、色と名画																																										
7	カラーマーケティング(1) ・色の市場性と歴史、色の市場価値と分類	15	色彩文化(3)と試験 ・現代の色と時代背景																																										
8	カラーマーケティング(2) ・色の市場調査、色の市場価値とポジショニング	16																																											
<p>4. 評価方法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多面的な観点から、レポート、制作課題を設けており、それらを総合して到達目標の70%を超え、且つ最終試験で70点以上取らないと単位を修得できない。</li> <li>最終試験は最終回に実施する。</li> </ul>																																													
<p>5. テキスト及び参考書</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>講義の中で適宜紹介する。</li> <li>適宜資料を配布する。</li> </ul>																																													
<p>6. 他の科目との関連</p>																																													

必ず履修しておく科目	なし	
履修しておいた方が望ましい科目	なし	
上記以外の関連する科目	なし	
<p>7．事前学習・事後学習</p> <p>事後学習：講義の内容をノートに整理し、次回までに必ず暗記しておくこと。また、レポートや制作課題は提出期限を厳守すること。</p>		
<p>8．その他</p> <p>色彩能力検定およびカラーコーディネイター検定の資格取得を目的とした学生には個別のサポートを実施する。</p>		