

ジェンダーレスを考えたパッケージとは

Abstract

The purpose of our research is to make genderless packaging from the viewpoint of color and font.

First, to learn which color is suitable for use in packages, we interviewed companies and analyzed existing packages. From these interviews, we found that neutral colors are better. Also, using many kinds of colors is a good way to achieve gender neutrality.

Second, to know how fonts affect people's impressions, we conducted a survey of Takefu high school students. By doing this, we found that fonts which have lines that are neither thick nor thin are better than other fonts for genderless packages.

From these results, we analyzed a lot of goods. We found that goods which decreased the image of gender by using neutral color or have both feminine image and masculine image by using many colors are good. Also, using a Gothic font is good.

1 はじめに

私達は、恐竜のランドセルを取り扱うランドセル店で、女の子用の取り扱いはないという表記を見かけた。そこから恐竜には男の子のものという先入観があるのを感じ商品の見た目から手に取る人の性別が限定されていることが身の回りにもあるのではないかと思い、商品の中でもまず化粧品に着目し、実際にどのように化粧品が売られているのかという現状を把握するため、フィールドワークを行った。

そこで、見た目から買う人の性別は限られているという現状を教えていただき、世間全体にまだまだジェンダーレスへの理解が深まっていないと感じた。そして、ジェンダーレスを考えたパッケージとはという問いを立てた。

2 研究方法

上記の問いを検証するため、研究対象をパッケージの「色」「フォント」に絞り、以下の5つの方法を用いた。

①論文調査

「色彩と感情について」稲波正充,栗山智子,安部美穂子 島根大学教育学部紀要(人文・社会科学)第26巻 35～50頁平成6年12月

②フィールドワーク

クスリのアオキ横市店、ドン・キホーテ越前武生インター店、セキセイ武生楽市店に店舗訪問(2023年6月14日)

③zoomインタビュー

株式会社エル・ローズ(ジェンダーを感じさせないインナーウェアを手掛ける県内企業)に対してヒアリング(2023年11月13日)

④メールでの質問

株式会社ヘルメス(パッケージデザイン会社)に対してヒアリング(2023年11月27日)

⑤アンケート調査

游ゴシック体、うつくし明朝、Rounded Mgen+、やさしさゴシック、源ノ明朝、コーポレート・ロゴの6つのフォントについて、そのイメージが男性らしいか、女性らしいかの5段階で評価してもらった。対象は武生高校1、2年生。119名が回答。

⑥既存商品の分析

The Ordinary グリコール酸7% トーニングソリューション、Jack Black Pure Black Diary Facial Cleanser、uuu-Ga オールインワンホワイトクリームの商品パッケージに対して、パッケージの色とフォントの観点から意見交換を行った。

3 結果

①論文調査

この論文は、白・赤・黄色・緑・青・紫・桃色・茶色・橙色・黄緑・灰色・黒の12色に対して男らしいか、女らしいかを5段階で評価したものである。この論文から青色は男性的、桃色は女性的と考える人が多いことが分かった。

②フィールドワーク

化粧品のパッケージは男女ともに黒色のものが多かった。また女性ものは白が多く、男性ものは濃い青が多いことが分かった。

③zoomのインタビュー

ジェンダーレスの商品の開発でパッケージにおいて、乳白色やモノトーンの色を使っており、説明は載せすぎないようにしていること、男性らしい・女性らしいの中間でどちらも取れるものを心がけて作っていることの2つが分かった。このことから「トランスジェンダーの人だけ」「男性だけ」「女性だけ」を対象とするのではなく、誰もが対象となりうることを意識していることが分かった。

④メールでの質問

ジェンダーレスの商品のパッケージを制作するとなった場合は、男性女性のどちらにもよらないニュートラルなカラーを使用することが分かった。

※ニュートラルカラーとは…

一般的に黒や白といった無彩色を指すが、アパレル業界などではカーキやベージュといったカラーも含む。

⑤アンケート調査

6つのフォントに対して「男性らしい」や「女性らしい」という項目に偏らない中立の項目に入った¥票数が最も多かったフォントは「游ゴシック体 (図1)」(62.7%)、「コーポレート・ロゴ (図2)」(51.3%) の2つであった。次に示すのは、実際にアンケートで使ったフォントのサンプルである。

(図1) 游ゴシック体

TAKEFU High School

武生高校 あいうえおカキクケコ

(図2) コーポレート・ロゴ

TAKEFU High School

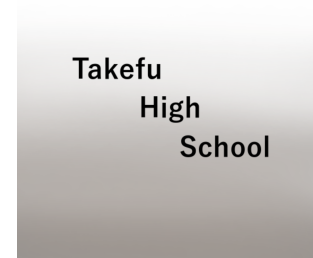
武生高校 あいうえおカキクケコ

4 結論

私達はこれらを踏まえて2つのパッケージ案を作成した。

1つ目の案(図3)では、無彩色を用いたグラデーションにして、アンケートで最も性別による偏りが少なかった游ゴシック体を使った。

(図3) 1つ目のパッケージ案



2つ目の案(図4)では、あえてたくさんの色を使うことで偏りがでないようにして、偏った性別のイメージをなくした。また、フォントはコーポレート・ロゴを用いた。

(図4) 2つ目のパッケージ案



5 参考文献

「色彩と感情について」稲波正充,栗山智子,安部美穂子 島根大学教育学部紀要(人文・社会科学)第26巻
35～50頁平成6年12月

6 謝辞

本研究を進めるにあたり、ジェンダーレス商品やそのパッケージについてご教示を頂いた株式会社エル・ローズ様、株式会社ヘルメス様、そして店舗に訪問させていただいたクスリのアオキ横市店様、ドン・キホーテ越前武生インター店様、セキセイ武生楽市店様に、この場を借りてお礼申し上げます。