

色によって表される国家の印象
Impressions of nation via color

東洋大学 総合情報学部

中村銘作

Meisaku Nakamura

指導教員 加藤千恵子

副査教員 杉本富利

副査教員 土田賢省

・目次

第 1 章 はじめに	- 2
1.1 色と表現	-2
1.2 国の印象	-3・4
1.3 世界のグローバル化	-5・6
1.4 日本のグローバル化	-6・7
1.5 研究目的	-8
第 2 章 色の嗜好	-10
2.1 地域によって異なる色の好み	-10
2.2 人種によって異なる色の好み	-10
2.3 色彩	-11・12・13
第 3 章 調査方法	-15
3.1 使用質問用紙	-15
3.2 GDP 世界上位 20 カ国	-16
3.3 選択色	-17
3.4 社会的要素	-17・18
3.5 認知度	-18
3.6 調査対象者	-18
第 4 章 調査結果	-20
4.1 各国の印象色	-20・21
4.2 社会的要素と色の結び付き	-22・23
4.3 各国の認知度	-23
第 5 章 国際比較	-25
5.1 地域による印象色の違い	-25・26
5.2 地域による配色の違い	-26・27
5.3 地域による認知度の違い	-28・29
5.4 他民族国家と単一民族国家	-30・31

第 6 章 世界から見た日本	-33
6.1 経済において世界から見た日本	-33
6.2 他の地域から見た日本	-34
6.3 世界から見た日本の政治的な長所と短所	-35
第 7 章 考察・まとめ	-36
参考文献	-37

第 1 章

-はじめに-

1. 1 色と表現

1. 2 国の印象

1. 3 世界のグローバル化

1. 4 日本のグローバル化

1. 5 研究目的

第1章 はじめに

1. 1 色と表現

我々は多様な色の中で生活している。身につける物から生活を行う場まで、私たちの生活の身近な部分に溶け込んでいる。PC上だけでも約1600万色以上存在する「色」は、無意識のうちに多くの場面で用いられ、もはや一日たりとて私たちの生活から切り離すことが出来ない。

歴史を遡ると色の定義というのは紀元前500年頃のギリシャ時代に始まり、タレス、アリストテレス、デモクリトス、プラトンなど多くの学者が、それぞれの立場で色とは何かという理論研究を行っていた。例えば、自然の四元素である空気と水は白、火は黄色、土は色々な着色をしており、これらのものを組み合わせると様々な色が出現するという考え方、硫黄と水銀を結合すると色が出現するなど、多くの色に関する理論が展開された。

また、古代マヤ文明からは色と方角が結びつけられている。例えば、マヤのシャーマン（超自然的存在と直接接触、交流、交信する役割を主に担う役職）は、東を正面として儀式を行い、同時に、シャーマンは霊的にも物質的にも未来と対面しているとされていた。東は文明において「始まり」を象徴し、行動や嗜好を生み出すエネルギーを象徴していたことから赤が東に結びつけられた。次に、マヤのシャーマンは祖先たちが背後から援助の手をさしのべてくれるという伝えから背を祖先たちの方角である西に向けていた。そして、太陽が西の地平線に沈み東から上がるように、西は「終わり」を象徴していたことから黒と青が西に結びつけられていた。北に関しては、天頂にある太陽の位置を意味し、西と同様、この世を旅立った祖霊と結びついている。そして、あの世への道は、空を北へと向かう道とされ、さらに、北は知恵という意味を持つことから白と結びつけられていた。南に関しては、東に向かって立つと、南は右側に位置する。南は「下」の方角を意味しており、大地の下からやってくる神秘的なる生殖力（植物を芽生えさせ生育させる）、生命力の象徴として考えられていた。そしてさらに、右は男性エネルギーを象徴し、家系の力と豊かさを象徴することから南は黄色と結びつけられていた。最後に、マヤの世界では、真ん中（センター）を始原の方向としており、方向は4つではなく、5つ存在するとされている。そして、世界の中心に建つ「生命の樹」が育つ場所と考えられていたことから緑が結びつけられていた。

しかし2012年現在、色に関する様々な研究や実験報告が発表されているが、色の表現という点において未だに科学的に解明されていない事も多い。現に1972年の日本色彩学会の発足以来学会誌に掲載されてきた色彩の影響についての数多い研究が行われ、1999年には世界初の色彩調査と分析が世界各国の学生を対象に行われたが、色と表現の学問として総体的な構築はまだなされていない。[1]

1. 2 国の印象

国の印象というものはその国が元来持つ歴史的な背景, その国にしか存在しない唯一無二の文化, また, その国の世界的な位置づけを表す経済, インフラの整備の度合い, 人の印象, 宗教など大きい特徴から小さい特徴までの幅広い数多くの社会的要素から判断される. そのため, 一つとしてすべてが同じ国など存在しないことから, 全く同じ印象持たれる国というのは存在しない. また, 国の評価に関しては印象が大きく影響するとは言えないが, 印象の善し悪しが少なからず判断材料として影響効果を及ぼす事は否めない.

アメリカの経営コンサルティング会社「レピュテーション・インスティテュート社 (Reputation Institute)」が, 世界50ヶ国(地域)を対象に, その国の「経済」「魅力」「政治」の3つのカテゴリを軸に, 世界各国の3万6000人からの評価・評判を数値化しランキングにした「世界で最も評判のいい国ランキング (2012Country RepTrak)」の2012年版では, 日本は「GDPの高さ」「政治の安定」「高いレベルでの自由と民主主義の保証」「教育水準の高さ」「魅力的な文化の発信」といった様々な点で高く評価され, アジアトップである12位と位置づけられている. 詳しい評価方法は, 3つのカテゴリをさらに16の項目に細分化し, それを基に総合的に評価するという方法である. 以下はその16の細分化された評価基準である.

Advanced Economy (先進的経済)

- Produces high quality products and services (高品質の製品とサービス)
- Has many well-known brands (知名度の高いブランドを持っている)
- Important contributor to global culture (グローバルカルチャーに重要な貢献をする人)
- Technologically advanced (科学技術の先進性)
- Well-educated and reliable workforce (教育水準が高く信頼できる労働力)
- Values education (価値教育)

Appealing Environment (魅力的な環境)

- Beautiful country (美しい国)
- Enjoyable country (楽しい国)
- Offers an appealing lifestyle (魅力的なライフスタイルの提供)
- The people are friendly and welcoming (フレンドリーで好意的な人々)

Effective Government (有効的な政府)

- Offers a favorable environment for doing business (好ましいビジネス環境の提供)
- Run by an effective government (有効的な政府による管理・統治)
- Has adopted progressive social and economic policies (革新的な社会・経済政策を取入れている)
- Responsible participant in the global community (国際社会において信頼できる参加者である)
- Is a safe place (治安の良さ)
- Operates efficiently (効率的な働き)

世界で最も評判のいい国 / 悪い国ランキング (2012年)

国	2012年		2011年		2010年		2009年	
	順位	スコア	順位	スコア	順位	スコア	順位	スコア
 カナダ	1	77.77	1	74.76	2	75.65	2	73.19
 オーストラリア	2	75.21	3	74.25	3	75.60	3	72.54
 スウェーデン	3	75.16	2	74.66	1	76.33	4	71.67
 スイス	4	74.78	4	74.16	4	75.30	1	73.24
 ノルウェー	5	73.90	6	73.09	5	74.36	5	70.63
 ニュージーランド	6	72.94	5	73.12	-	-	-	-
 フィンランド	7	72.05	8	70.51	6	73.06	6	68.31
 デンマーク	8	71.72	7	71.93	7	72.21	7	67.54
 オーストリア	9	70.55	9	69.43	8	68.95	9	66.07
 オランダ	10	69.52	10	68.69	9	68.43	8	67.19
 ドイツ	11	66.32	11	68.32	11	68.01	16	61.38
 日本	12	66.25	12	67.23	13	66.23	17	61.03

図1 (2012Country RepTrak) の表

このように評判という点でも社会的要素が国の印象の大部分を司る事から、まだ例のない社会的要素を色で表す、言い換えれば社会的要素の集合体である国を色で表現するということがこの研究の主題である。

1. 3 世界のグローバル化

例えばヨーロッパの大小27ヶ国から構成されるEUは現在に至るまで、50年以上の長い時間を掛けて、徐々に統合を進めてきた。EUは、「欧州石炭鉄鋼共同体（ECSC）条約」（1952年）に端を発し、関税同盟の結成（1968年）、また欧州通貨制度の導入（1979年）など、経済統合の分野を徐々に拡大、深化させてきた。1992年のマーストリヒト条約の締結により、経済分野に加え、外交、安全保障政策、内務、司法分野においても加盟国間で協力する現在の体制が成立した。

労働市場もボーダレス化されたことにより、域内での人の移動が自由となり、労働許可制度が廃止され、国家の認定するかなりの職業資格について共通化が行われた。例えば、医師や看護師は自国の免許によって域内他国でそれぞれの職に就くことができる。ただし、言語などのハンディを克服出来ることがこの有利さを享受する条件となる。さらに年金については域内で通算制度がつくられ、どの国で就労しても年数が合算され、退職後にそれに応じた年金が受給できるといった域内の労働者の自由行動の保障に対応する措置が取られている。

EUでは、上記のように市場統合の深化、加盟国の増加による市場の拡大が進展しているが、グローバル競争の激化や知識経済化への対応が迫られる中、高い失業率や高齢化の進展、社会保障支出の増大、研究開発投資の伸び悩み等、成長及び生産性の向上を阻害する多くの課題に直面しており、こうした課題を打開するための域内基盤強化に向けて加盟国が共同で取り組むことの必要性が認識されてきた。

こうした点を踏まえ、EUは、研究開発及びイノベーションの促進、中小企業等を取り巻くビジネス環境の改善、人材開発と労働市場の近代化、二酸化炭素排出量の低減等を通じた環境対策の充実等を通じ、EU域内に魅力ある投資、雇用環境を創造することを目指した「リスボン戦略」を2000年3月に採択した。同戦略を着実に実施することにより、グローバル競争に対応するための域内基盤の強化が図られている。

さらに域内の体質強化に加え、対外経済政策においてもEUの利益を増大させ、EUの成長に寄与しようとする姿勢が明確に打ち出されてきている。2006年10月、欧州委員会は、対外経済政策に関する考え方を示した政策文書「グローバル・ヨーロッパ」を発表している。

「グローバル・ヨーロッパ」では、「リスボン戦略」同様、域内市場の基盤強化の重要性が言及されるとともに、諸外国の市場を開放し、当該国との公正な貿易条件を確保していくことが重要であると指摘されている。[7]

さらに、EUは、多国間貿易システムであるWTOの機能強化及びWTOドーハ・ラウンド交渉の成功を重視している一方、同ラウンドの進展が難航しており、また、投資、政府調達、競争、知的財産権保護といった現在のWTOでは扱っていない分野を解決するためにも、貿易相手国とのFTAを通じて当該国の市場へのアクセスを容易にし、ひいては、グローバル市場における貿易、投資条件をEUにとって有利なものに修正しようとするアプローチも採り始めている。FTA交渉相手国・地域を選定するにあたっては、市場の潜在性（経済規模、成長率）、当該国、地域における保護主義的な措置（関税、非関税障壁）の程度等を考慮するとし、ASEAN、韓国、メルコスールとのFTA交渉を重視している。EUは、サービスや投資に関する条項を含む自由化度の高いFTA締結を追求しており、FTAを通じて、相手国の輸入数量制限及び関税その他の税、輸出制限措置の撤廃、知的財産権の保護、金融、税、法律分野におけるガバナンスの向上等を目指している。

1. 4 日本のグローバル化

遙か昔、シルクロードを人は歩いて往来していた。それが技術革新により、自動車、船、飛行機とその往来のスピードは増し、そのパイプも年々太くなっていった。パイプが太くなると同時に国と国との関係も深くなり、国禁を犯して海外へ出かけ大金を得るものも現れた。そして、現在は情報通信技術の進展により世界中のあらゆる国と瞬時につながることができるようになった。このように時代とともに国の垣根は低くなりつつあり、日本においても世界規模で経営が行われることも珍しくなくなってきた。1952年7月28日のGHQによる占領解除以降、農業機械化による農村人口排出によって安価な天然資源・労働力を得ながら5波にわたる長期好況（神武、岩戸、オリンピック、いざなぎ、列島改造）を通して高い成長率を維持した、そして1960年代末ごろ所得水準向上により国内市場は深化した。

国内市場がある程度熟成した後、主に労働集約的分野についてアジアに対米輸出品の組立て品を中心に直接投資するなどして多国籍化を進めつつ、対米輸出を増加させていった。それにともない、実力に比べ対ドル円相場が過小評価になった。さらに1971年8月、金・ドル交換停止（ニクソンショック）が起こり、変動相場制へ移行せざるおえなくなった。その後、このように為替の影響で貿易摩擦が激化、1973年にオイルショックが起こり、1980年代以降、日本企業のグローバル化は受動的ではあったが本格化していった。週刊東洋経済2012年7月7日号によれば、世界に進出している日本企業の海外現地法人数が前年よりも600件以上も多い2万3858社に上るとされ、日本企業の海外進出が年々増加している事がいえる。

では、日本企業の海外進出の増加に伴い日本人の海外在留も増加傾向にあるのだろうか。外務省が毎年発表している平成23年10月1日付けの海外在留邦人数調査推計によると、我が国の領域外に在留している日本人の数は、1,182,557人となっている(前年比3.43%増)。さらに、一昨年、昨年の増加率がそれぞれ1.33%, 1.02%と減少傾向にあったのに対し、今回統計からは、3%超と増加率が前年に比して大きくなっていた。[6]

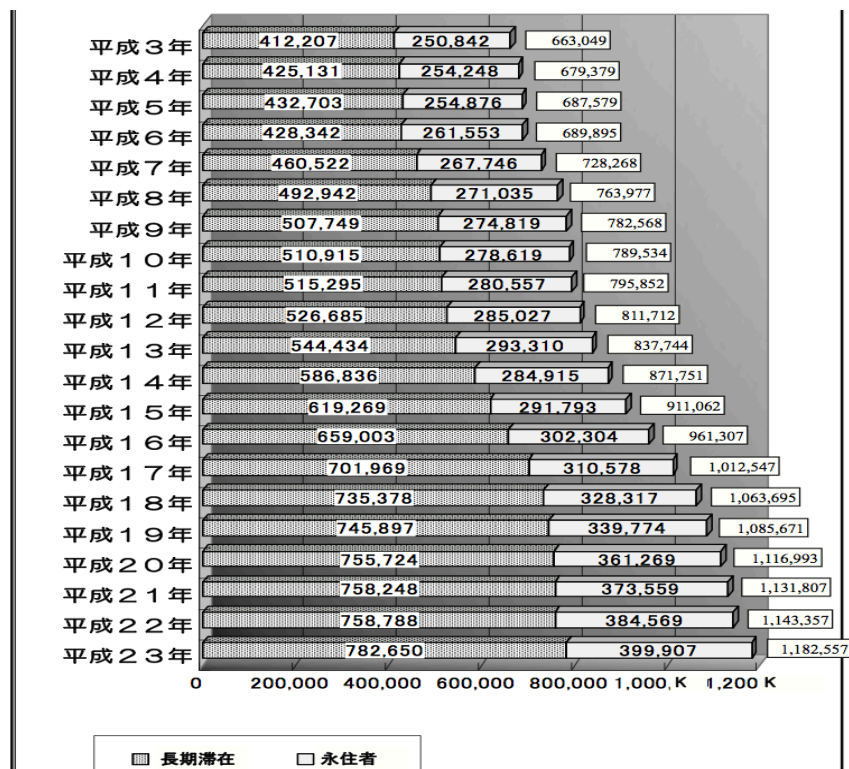


図2 海外在留邦人数推移

図2を見てもらえれば分かると思うが、長い周期で見ても平成3年以来増加の一途をたどっている。しかし、結果をみると日本はグローバル化が着々と進んでいるように思えるが、実際にグローバル化が進んでいると言われている韓国と照らし合わせるとそうともいえない。例えば、2005年の韓国通商外交部が発表した統計では、2005年の在外韓国人は約600万人以上とされ、2005年度でありながら現在の日本の海外在留邦人数の約6倍となっている。

グローバル化が加速する日本社会において、現在、日本が承認している国は194ヶ国存在している。島国という性質上、単一民族であり、異文化とふれあう機会も少なく、他国に対する理解の度合いも様々である。本研究では、若者の海外に対する内向き外向き思考に論点を当てるのではなく、これからの日本社会を担っていく我々若い世代のグローバル化の中における問題点も明らかにしていく。

1. 5 研究目的

本研究では現在の GDP 世界上位 20 ヶ国を特定の色を使い、各国の特徴、別の言い方をすれば国の構成要素である経済や環境などの社会的要素が色とどのように結びついているかを日本国内外の調査を基に明らかにすることを目的とする。そして、色の新たな表現の範囲を具体化するだけでなく、国際比較を行う事で今日の日本に不足している社会的要素を『色』という視点から導き出し、色学と日本社会の双方に新しい可能性を本研究から示していく。

第 2 章

-色の嗜好-

2. 1 地域によって異なる色の好み

2. 2 人種によって異なる色の好み

2. 3 色彩

第2章 色の嗜好

2.1 地域によって異なる好み

色の好みで性格がわかると考える人もいるが、色の嗜好については様々な研究があり、結果としてそれらが複雑に絡み合っている、さらに個人の色の好みは気分や時期によって異なるため、一時の好みだけで性格を判断するのは難しい。しかし、地域や文化の差が色の好みに影響するという報告もある。日本という狭い島国の中でもその「差」というものは存在する。例えば、昔から関東と関西では色の好みが違うといわれている。それを表しているのが同じファッションブランドでも東京と大阪では売れ筋の商品の色の傾向が異なるという点に表れている。また、人種による嗜好の違いの研究もある。それは地域説ともつながり、人種はその気候風土で進化し分岐してきたため、瞳の色の違いによって色を捉える感度差が生じ、嗜好にも影響するという発想である。その差は瞳の色だけでなく、肌や髪の色にも関係するといわれている。これは民族説、見方によっては環境説ともいえ、アメリカの色彩学者たちが強調している説である。例えば、日当たりのよい地域では、はっきりした派手な色で暖色系を好む傾向があり、反対に曇りがちな地域では、淡くグレイッシュな色で寒色系が好まれる傾向にある。[2][3]

2.2 人種によって異なる好み

異なる好みを地域とつながった人種に置き換えると、イタリアなどを代表とするラテン系民族は暖色嗜好で、金髪碧眼の北欧系民族は寒色嗜好となる。環境に応じて変化してきた人種は、人格にも共通した部分が生じ、色の嗜好関係にもかかわってくるというもので、文化や芸術を見ると否定はできない。しかし1987年に行われた「各国間の色彩嗜好」の調査によると鮮やかな青がトップになることが多く、一概には言えないということがわかっている。[3]

2. 3 色彩

1.1でも述べたと通り色に関しては総体的な学問は構築されていないが基本的な定義を以下表していく.

2. 3. 1 色

可視光線の組成の差によって質の差が認められる視覚人は光の刺激に応じて色を感じ光自体には色はついていない.



図3 色のサンプル

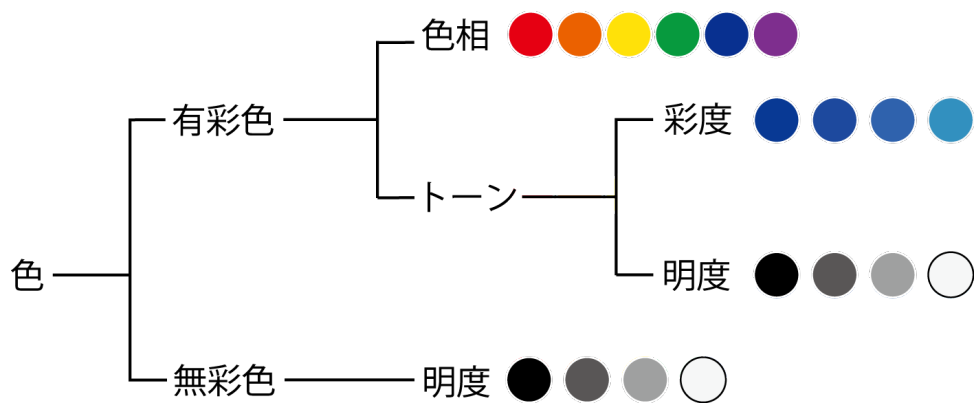


図4 色の彩度や明度の構成

2. 3. 2 色相 (Hue)

色の種類を意味する.



図5 色の三属性 (1)

2. 3. 3 明度 (Lightness)

色の明るさを意味する.



図6 色の三属性 (2)

2. 3. 4 彩度 (Saturation)

色の鮮やかさを意味する.



図7 色の三属性 (3)

2. 3. 5 色相環

色には、黒や灰色、白などの色のない無彩色と、それ以外の色のある有彩色とに分かれており、有彩色には「色合い」と呼ばれる「色相」を持っている.

例えば、赤の隣りに橙色 (オレンジ) というように、近似色を隣り合わせにしていくと、色の輪ができる.

これを「色相環」と呼び、色相環上の相対する位置にある色を「補色」という.



図8 色相環

2. 3. 6 温冷（暖寒）感

赤は暖かく、活動的で、青は冷たく、静かに感じられる。白は軽く、明朗で、大きく、黒は重く、陰鬱で、小さく感じられる。赤が最も温かく、青が最も冷たく、緑や紫は中間に位置する。青系統の色では、明度や彩度が違って冷たいという感じはほぼ一定であるが、赤系統の色では、明度や彩度の違いにより温かさ感は変化する。

2. 3. 7 進出色－後退色

赤や黄などの長波長側の色は近くに見え、青や青紫などの短波長側の色は遠くに見える。

2. 3. 9 軽重感

軽い感じに見せたい場合には明るい色を、重い感じに見せたい場合には暗い色を用いるのが一般的である。安定した印象を与えるためには、明るい色を上、暗い色を下に配慮するのが適当である。

2. 3. 9 色と音

あざやかな暖色はテンポの速い曲と、暗い寒色はタッチの強い音と低い音と結びつきが強い。

2. 3. 10 色と象徴性

多くの感情を色で表す事ができ、以下は感情がどんな色と結び付いているかを表したものである。

怒り：赤，橙，黒

嫉妬：赤，紫，橙

罪：黒，灰，青紫

永遠：白，緑味青，青

幸福：ピンク，黄橙，橙

孤独：青，灰，黒

平静：青，緑，緑味青

郷愁：黄緑，緑，青

家庭：黄橙，橙，ピンク

愛：赤，ピンク，橙

純潔：白，緑味青，赤

夢：ピンク，緑味青，黄

不安：灰，紫，黒

恐怖：黒，灰，赤

第 3 章

-調査方法-

3. 1 使用質問用紙

3. 2GDP 上位 20 カ国

3. 3 選択色

3. 4 社会的要素

3. 5 認知度

3. 6 調査対象者

第3章 調査方法

3.1 使用質問用紙

調査に使用したのは完全にオリジナルの Word で作成した質問用紙である。IMF が 2011 年に発表した GDP データから GDP 上位 20 カ国を選出した。そして、20 カ国に対し 1999 年に出版された図解世界の色彩感情辞典を参考に社会的要素と結び付くと考えられる 10 色を使い、質問に回答してもらう。

内容は、まず始めに選択色 10 の中から 1 色を各国に当てはめてもらう。次に、色の選択理由を 9 つの社会的要素の中から、当てはまる要素を 1 つ選んでもらう。最後に、社会的要素の選択理由を記述回答形式で述べてもらう。例えば、中国、選択色:赤、社会的要素:経済、選択理由:近年の経済成長が著しい、などである。さらに、各国の認知度を測るため 5 段階のプリコード法を用いた設問が加えてある。また、外国人に対する調査は英語で作成した Word 形式の質問用紙を用いた。

GDP 世界上位 20 カ国のイメージについてのアンケート

氏名 _____

性別 _____

年齢 _____

国籍 _____

今回、色と世界各国との関連を調査するために、世界上位 20 カ国のイメージについてのアンケート調査を行います。

入力していただいた個人情報は、法律に基づいた、警察等の行政機関や司法機関からの要請があった場合を除き、第三者には提供いたしません。*

1. ■2. ■3. ■4. ■5. ■6. ■7. ■8. ■9. □10. ■

A 環境・資源 B 人口 C 軍事 D 福祉 E 経済
F スポーツ G 文化・歴史 H 治安 I 政治

記入方法: 各国のイメージに当てはまる色を 1 つ上の選択色から選び、その理由を上語群から 1 つ選択し、選択理由を簡単に記して下さい。
また、各国に対する認知度を以下の選択肢から選び記入してください。
①よく知っている ②知っている ③どちらでもない ④あまり知らない ⑤全く知らない

記入例、China
選択色 : 4
選択理由: 経済発展が著しい
認知度 : ②

U.S.A (アメリカ)

選択色 :
選択理由:
認知度 :

China(中国)

選択色 :
選択理由:
認知度 :

図 9 質問用紙

3. 2 GDP 上位 20 カ国

そもそも GDP（国内総生産）とは、国内で、1 年間に新しく生みだされた生産物やサービスの金額の総和のことである。GDP はその国の経済の力の目安によく用いられ知名度にも繋がっている事から、上位 20 カ国をアンケートの調査対象国とした。以下は IMF（国際通貨基金）が発表した 2011 年度の GDP 上位 20 カ国である。1 位から順にアメリカ、中国、日本、ドイツ、フランス、イギリス、ブラジル、イタリア、インド、カナダ、ロシア、スペイン、オーストラリア、メキシコ、韓国、オランダ、トルコ、インドネシア、スイス、ポーランド。[4][5]

順位	国名	GDP 10億USドル	GDP 兆円
1	アメリカ	14657.8	1,172.62
2	中国	5878.3	470.26
3	日本	5458.9	436.71
4	ドイツ	3315.6	265.25
5	フランス	2582.5	206.60
6	イギリス	2247.5	179.80
7	ブラジル	2090.3	167.22
8	イタリア	2055.1	164.41
9	カナダ	1574.1	125.93
10	インド	1538.0	123.04
11	ロシア	1465.1	117.21
12	スペイン	1409.9	112.79
13	オーストラリア	1235.5	98.84
14	メキシコ	1039.1	83.13
15	韓国	1007.1	80.57
16	オランダ	783.3	62.66
17	トルコ	741.9	59.35
18	インドネシア	706.7	56.54
19	スイス	523.8	41.90
20	ポーランド	468.5	37.48

図 10 IMF（国際通貨基金、International Monetary Fund）のデータ（2011 年 4 月版）

3. 3 選択色

1999年に行われた世界初の世界各国の学生を対象に行った色彩調査を記した書（図解世界の色彩感情事典）[1]から事典内において多く用いられていた色や「戦争」「安全」「平和」「危険」などの社会的要素を表していた色「赤、青、緑、オレンジ、黄色、黒、灰色、白、紫、水色」の計10色を本調査では用いた。

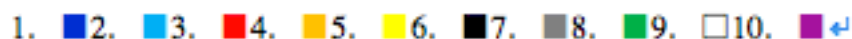


図 調査に用いた10色

3. 4 社会的要素

「はじめに」の1, 2国の印象で「世界で最も評判のいい国ランキング (2012Country RepTrak)」という統計を紹介したが、他にも印象と関係していると考えられる統計の例をいくつか挙げてみる。

・オーストラリアとアメリカを拠点とする民間の国際研究機関「経済・平和研究所 (IEP Institute for Economics and Peace)」が毎年発表する、世界各国・地域の平和度を示す「世界平和度指数 (GPI Global Peace Index)」。

・国際連合薬物犯罪事務所 (UNODC) のデータを基に作られた「世界で最も安全な国 / 危険な国ランキング【人口10万人あたりの殺人件数】」のランキング。

・「環境への配慮が高い国ランキング」は、イェール大学 (Yale University) の「イェール大学環境法政策センター (Center for Environmental Law and Policy)」と、コロンビア大学 (Columbia University) の「国際地球科学情報センター (Center for International Earth Science Information Network)」による共同研究によって発表される「環境パフォーマンス指数 (EPI Environmental Performance Index)」の国別ランキング。

・各国のイージス艦の保有隻数を、イギリスの外交・安全保障政策の研究機関「国際戦略研究所 (IISS - International Institute for Strategic Studies)」が発表した、2012年版の年次報告書「ミリタリー・バランス2012 (Military Balance 2012)」。

・アメリカの保守系シンクタンク、ヘリテージ財団 (Heritage Foundation) と、ウォールストリート・ジャーナル (The Wall Street Journal) が共同で、世界各国の経済システムの自由度を計った統計「経済自由度指数 (Index of Economic Freedom)」。

・国際オリンピック委員会 (International Olympic Committee, IOC) のデータに基づいて作られたオリンピック開催国ランキング。

・世界 22 ヶ国で世論調査を行い、対象となる 17 の国と地域が国際社会において「世界に良い影響 (Positive Influence) を与えているか」、それとも「世界に悪い影響 (Negative Influence) を与えているか」と質問から作成されるイギリスの公共放送局 BBC (英国放送協会) が毎年行なっている「世界に良い影響/悪い影響与えている国」ランキング。

・IMF が毎年発表する「世界経済見通しデータベース (World Economic Outlook Database)」の 2012 年版の、「2011 年における一般政府の粗債務の対 GDP 比 (General government gross debt Percent of GDP 2011)」によるもので、下記の表はそのデータをもとに、世界各国の借金の状況をランキング化した政府債務残高の国別ランキング。

・米サイト『TOP 10 List』が死亡率、平均余命と医療保険のアクセシビリティを評価基準に作成した「素晴らしい保険制度を誇る国トップ 10」

こうした国に関係する統計、またはランキングをカテゴリ化し、環境・資源、人口、軍事、福祉、経済、スポーツ、文化・歴史、治安、政治、の 9 種類を国を構成している社会的要素と捉え、本調査で扱う社会的要素とした。

3. 5 認知度

色と国、社会的要素の結び付きを明らかにするだけでなく、これからの日本社会を担っていく我々若い世代のグローバル化の中における問題点も明らかにしていくという点から、「よく知っている」「知っている」「どちらでもない」「知らない」「全く知らない」という調査対象国に対する認知度において 5 つの評価基準をアンケート内に設けた。

3. 6 調査対象者

日本人 10 名とフランス、イタリア、オランダ、ドイツ、ポルトガル、スペイン、ベルギー、ウクライナ、メキシコ、コロンビア、ベネズエラ、アメリカ、という世界 12 ヶ国の外国人計 30 人に対し調査を実施した。被験者の年齢層は 18 歳から 40 代前半である。また、プライバシーの観点から、性別や年齢などの限定は行わなかった。

第 4 章

-調査結果-

4. 1 色と表現

4. 2 国の印象

4. 3 世界のグローバル化

4. 4 日本のグローバル化

4. 5 研究目的

第4章 調査結果

4.1 各国の印象色

本調査結果では、1つの国に対して1番多く当てはめられた色をその国の印象色とする。結果は当てはまった国が多い順から、赤はアメリカ、中国、イタリア、スペイン。青はフランス、カナダ、オランダ、スイス、灰色はロシア、韓国、トルコ。白は日本、イギリス、緑はドイツ、ブラジル、オレンジはインドとインドネシア、水色はポーランドのみ、黒はメキシコのみ、黄色はオーストラリアのみである。紫が一番多く当てはまった国は存在しなかった。（図11参照）

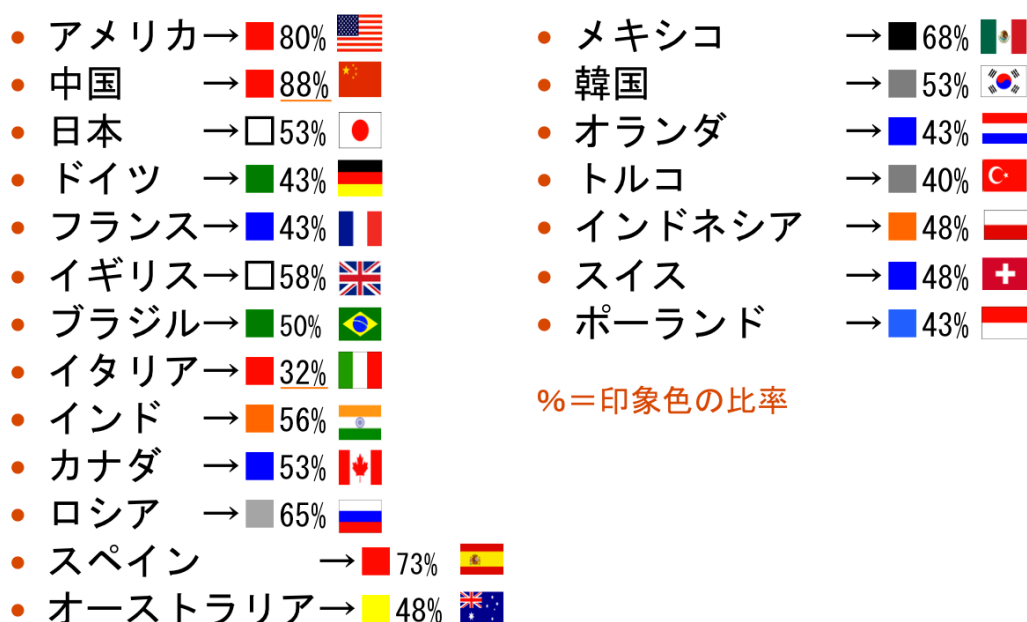


図11 各国の印象色

ここでの%は各国に一番多く当てはめられた色の割合つまり選択色と国の結び付きの強さを示している。この表からは%が高い国もあれば低い国も存在するという事がわかる。そこで注目してほしいのが最も%が高い中国と最も%が低いイタリアである。

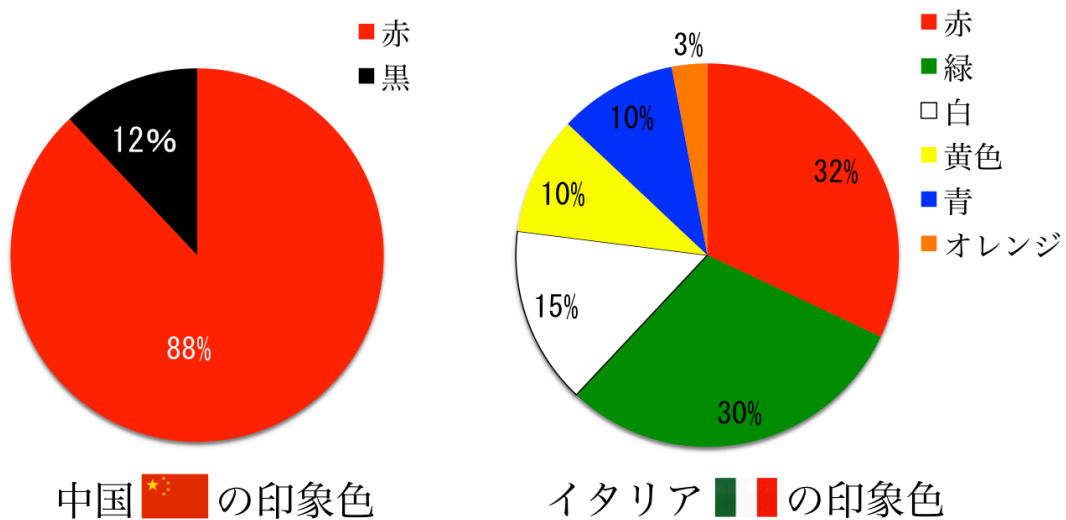


図 12 中国とイタリアの比較

4.1.1 中国とイタリアの印象色比較

中国に対しては黒と赤の二色だけが選択色として使われている，その結果選択色の赤との結び付きが88%という高い数字を表してしている．逆にイタリアは6色と多くの色が選択色として使われている．その結果一番多く当てはめられた赤が32%と中国と比べ選択色との結び付きが低いといえる．ここで注意してほしいのは，このグラフは中国が色との結び付きの%が同じ赤のイタリアより高いため，イタリアより中国の方が色との結び付きの信憑性が高いという事ではなく，国によつての印象色の多様さの差が存在する事を示している．言い換えれば，中国のイメージはイタリアに比べかなり固定されているということである．イタリアの社会的要素の選択理由（記述）が大小9つなのに対して中国は5つである．中国は経済的に世界のマーケットの中心に成りつつあり，世界に対する政治的な強い力も持っている．歴史や環境など中国特有の特徴もちろんあるが，人々の興味がそこへ今は集中している事は否めない．それに比べてイタリアは，GDPから見れば大国ではあるがEUの他の加盟国であるフランスやイギリス，ドイツと比べてしまうと多少影が薄くなってしまふ．経済面からみても現在は低成長を続けていることなど問題点は多数あるのだが，良い面と悪い面の両方を見ても現在これといった目を見張る特徴がない，または，人々にそういった印象を与えていないという事が印象の固定という点に関係していると考えられる．こうしたパーセンテージの高い中国とパーセンテージの低いイタリアにおける印象の固定に関する解見はすべての調査対象国に同様に言える事でもある．

4. 2 社会的要素と色の結び付き

図 13 では、印象色同様に 1 つの社会的要素に対して 1 番多く当てはまった色をその社会的要素の印象色としている。結果は当てはまった社会的要素が多い順から、赤は経済、人口、軍事、緑が環境・資源、福祉、白は文化・歴史、政治。灰色は治安、青はスポーツである。残りの黒、黄色、オレンジ、水色、紫が一番多く当てはまった社会的要素は存在しなかった。反対に、図 14 は用いた各色に対して一番多く当てはまった社会的要素を表している。結果は当てはまった色が多い順から、水色、黄色、緑が環境・資源、青と白が文化・歴史、オレンジと赤が経済、灰色と黒が政治、紫が治安、軍事、スポーツ、福祉、人口が一番多く当てはまった色は存在しなかった。この色と社会的要素の結び付きからは図 13 の軍事と政治に注目してもらいたい。

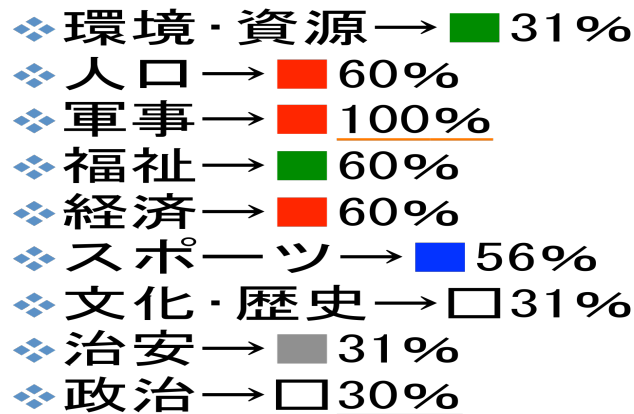


図 13 社会的要素から見た色

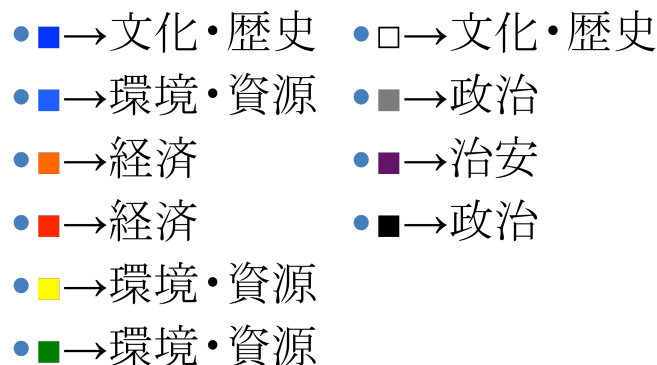


図 14 色から見た社会的要素

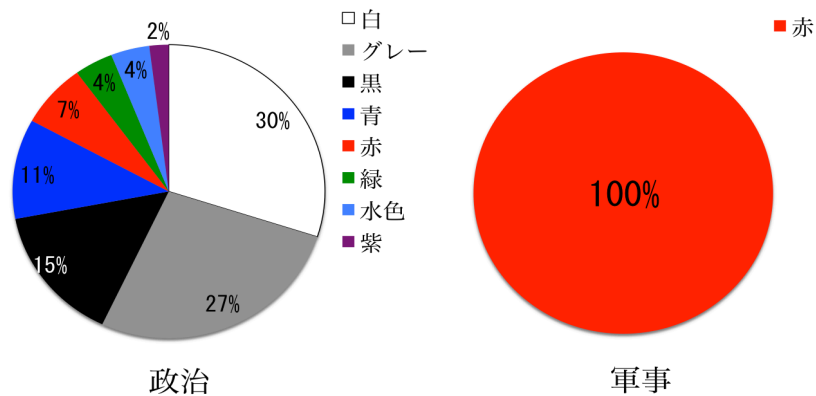


図 15 政治と軍事の比較

4.2.1 政治と軍事の比較

1 番%の高い軍事と 1 番%の低い政治を比較すると、政治には選択色として 8 つの色が使われているが、一番多い白でも 30%である。それに比べ軍事には 1 色しかなく赤と軍事という社会的要素が強く結び付いているという事がいえる。このグラフにおいても、先ほどのイタリアと中国の印象色の比較と同様に、政治の方が軍事に比べ色との結び付きの信憑性が高いという事ではなく、社会的要素における色の多様性を示している。また、印象色と同じように政治より軍事のイメージは固定されていて、その理由として調査で当てはめられた社会的要素において政治と軍事では政治の方が 10 倍近く多かったことや、政治の方が多くの選択理由の違いがあることが考えられる。さらに、この見解は他の社会的要素のパーセンテージの違いに関しても国の印象色パーセンテージの違いと同じことがいえる。

4.3 各国の認知度

「知らない」「全く知らない」どちらかの選択が 1 番多く、認知度が最も低かったのはインドネシア、2 番目にポーランド、3 番目はインドという結果となった。ちなみに認知度が最も高かったのはアメリカであった。上記の認知度の低い 3 カ国に共通していた事は、社会的要素の選択理由（記述）において、非常にネガティブな意見が少なかったという事だ。上記の 3 カ国の合計が 7 なのに対して、認知度の高かったアメリカ、中国、日本の 3 カ国合計のネガティブな意見の合計は 38 と 5 倍以上多い。

例えば、インドでは貧富の差が非常に激しいなど、どの国にも必ず問題は存在する。認知度が低かった 3 カ国でネガティブな意見が少なかった背景としては、それらの問題点よりも全体的に国の良いイメージのほうが大きかったという可能性も考えられるが、認知度の点から判断するとその可能性は低い。全ての調査対象国に共通する訳ではないが、今回の調査では認知度の高い国と低い国を 20 カ国中 10 対 10 の 2 つに別けた場合、比較的認知度が高い国よりも低い国の方がネガティブな意見は少なかった。

第 5 章

-国際比較-

5. 1 地域による印象色の違い

5. 2 地域による配色の違い

5. 3 地域による認知度の違い

5. 4 他民族国家と単一民族国家

第5章 国際比較

アンケートを実施した40名を北アメリカ（アメリカ）、ヨーロッパ、中南米、アジア（日本）の4つに大きく地域分けが出来る事から、全体と各地域や、地域ごとでの違いを国際比較として表した。

5.1 地域による印象色の違い

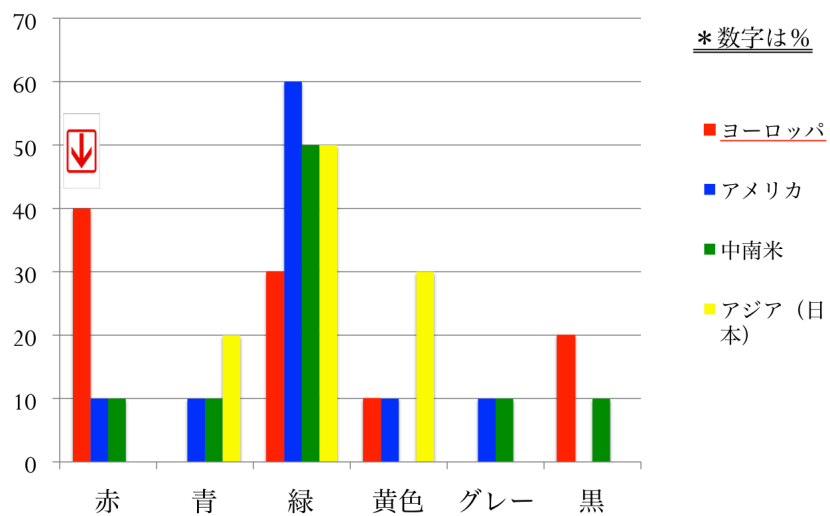


図16 全体とブラジルの印象色比較

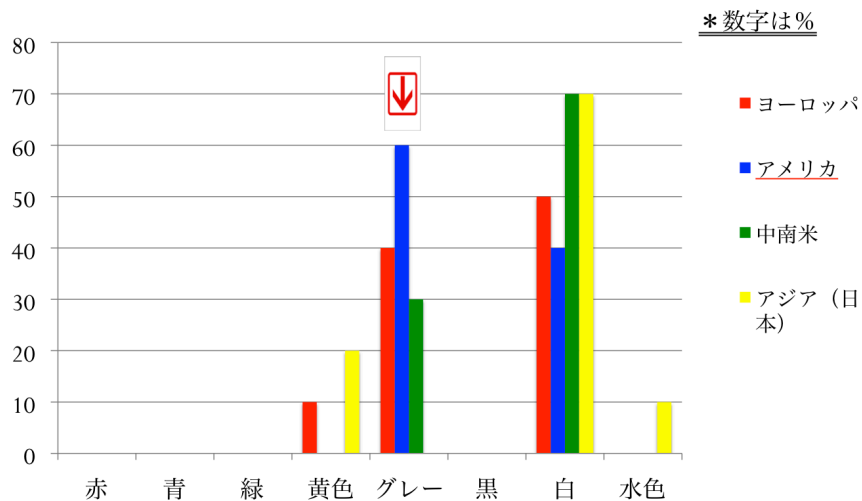


図17 全体とイギリスの印象色比較

まず図 16 を見てほしい、ブラジルに対する全体の印象色が緑であるのに対してヨーロッパでは赤であった。次に図 17 では、イギリスに対する全体の印象色が白であるのに対して北アメリカ（アメリカ）では灰色であった。続いて、日本の全体の印象色が白、インドネシアの全体色がオレンジ、オランダの全体の印象色が青であるのに対して中南米では日本を青、インドネシアを白、オランダを水色としている。

5. 2 地域による配色の違い

以下の図 18, 19, 20, 21, は各地域において用いられた色の割合を表している。どの地域においても赤が 1 番多く 20%以上という高い数値を表している事がわかる。しかし、それ以下の順位を見てみると少なからず差が生じている事がわかる。ヨーロッパ、中南米、アジア（日本）で 2 番目となっている白は、北アメリカ（アメリカ）では 3 番であり、北アメリカ（アメリカ）で 2 番目である青はヨーロッパ、アジア（日本）では 3 番目、中南米においては 4 番目となっている。また、中南米で 3 番目である灰色は、ヨーロッパ、北アメリカ（アメリカ）では 4 番目、アジア（日本）では 5 番目となっており、アジア（日本）で 4 番目である緑は他の 3 地域、ヨーロッパ、北アメリカ（アメリカ）、中南米では 5 番目となっている。アジア（日本）で 5 番目である黄色はヨーロッパでは最下位の 9 番目、北アメリカ（アメリカ）、中南米においても 8 番目と低い順位に位置し、ヨーロッパで 6 番目であるオレンジは北アメリカ（アメリカ）、中南米では 7 位、アジア（日本）では 8 位となっている。黒は北アメリカ（アメリカ）、アジア（日本）では 6 番目だが、ヨーロッパでは 7 番目、中南米では 8 番目であり、水色はヨーロッパ、北アメリカ（アメリカ）では 8 番目、中南米、アジア（日本）では 9 番目と総合的に低い位置づけとされた。ちなみに、紫は北アメリカ（アメリカ）と中南米でしか使用されず、2つの地域で共に最下位と位置づけられている。

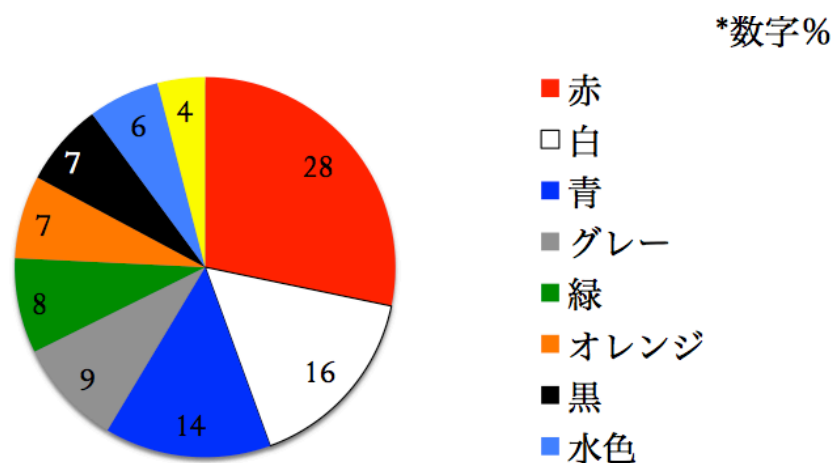


図 18 ヨーロッパの配色傾向

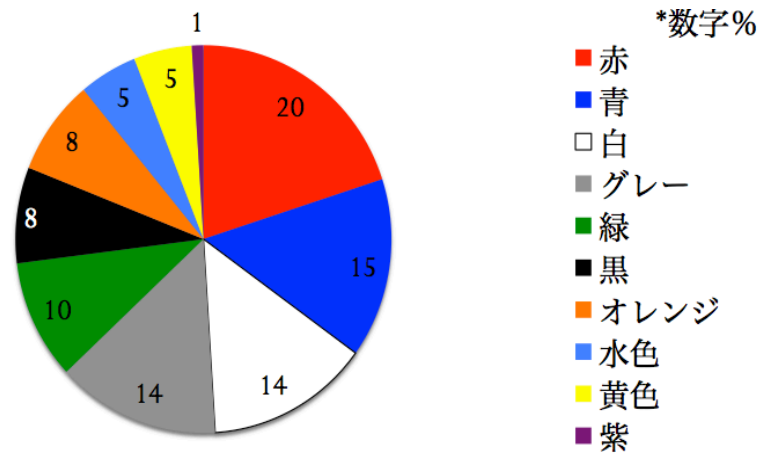


図 19 北アメリカ（アメリカ）の配色傾向

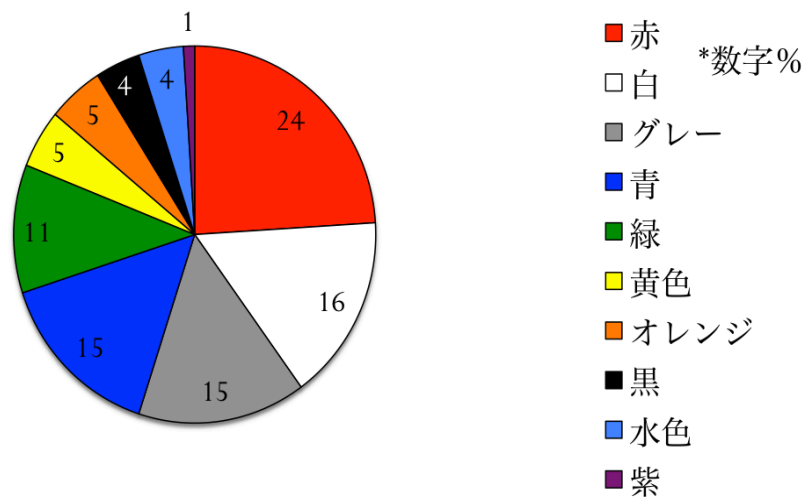


図 20 中南米の配色傾向

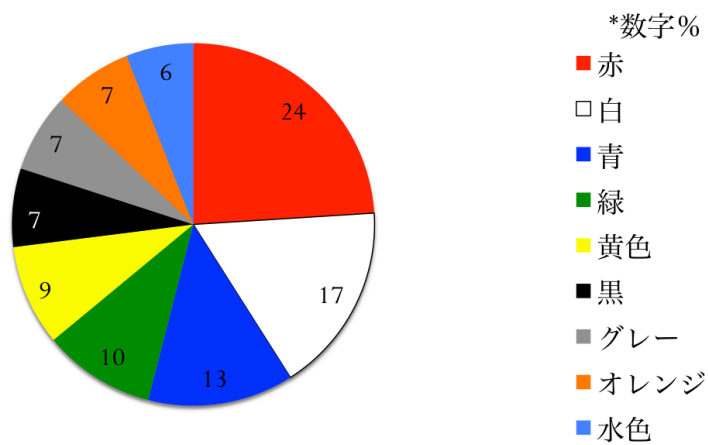


図 21 アジア（日本の）配色傾向

5. 3 地域による認知度の違い

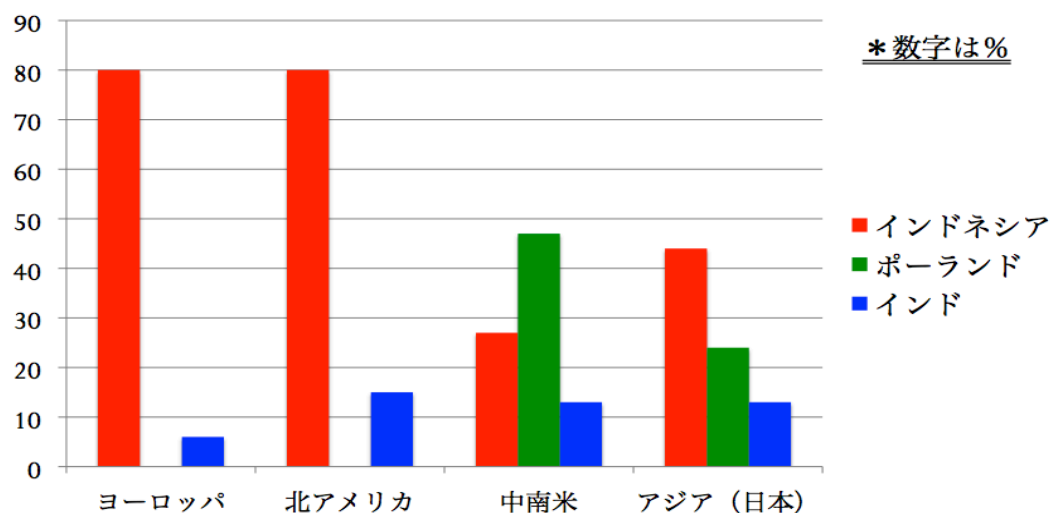


図 22 各地域の認知度の違い

上のグラフは認知度調査において各地域の「知らない」「全く知らない」という回答の総数の中で認知度が低かった 3 つの国がどのくらいの割合を占めるかを%に置き換え、4 つの地域における違いを表したものである。このグラフからは他の 3 つの地域での認知度が最も低い国はインドネシアだが、中南米において最も認知度が低い国はポーランドであることが読みとれる。インドネシアがヨーロッパ、北アメリカ（アメリカ）で低い理由として、2 つの地域からインドネシアが遠くはなれているという事が考えられる。根拠として、ポーランドはヨーロッパの 1 国であり、北アメリカ（アメリカ）地域は多国籍国家であると共に、ポーランド人の移民が多いという点から、2 つの地域におけるポーランドの認知度が低くないと考えられるからである。さらに、中南米におけるポーランドの認知度の低さもヨーロッパや北アメリカにおけるインドネシアと同様の事がいえると考えられる。

5. 3. 1 全体とアジア（日本）の認知度の違い

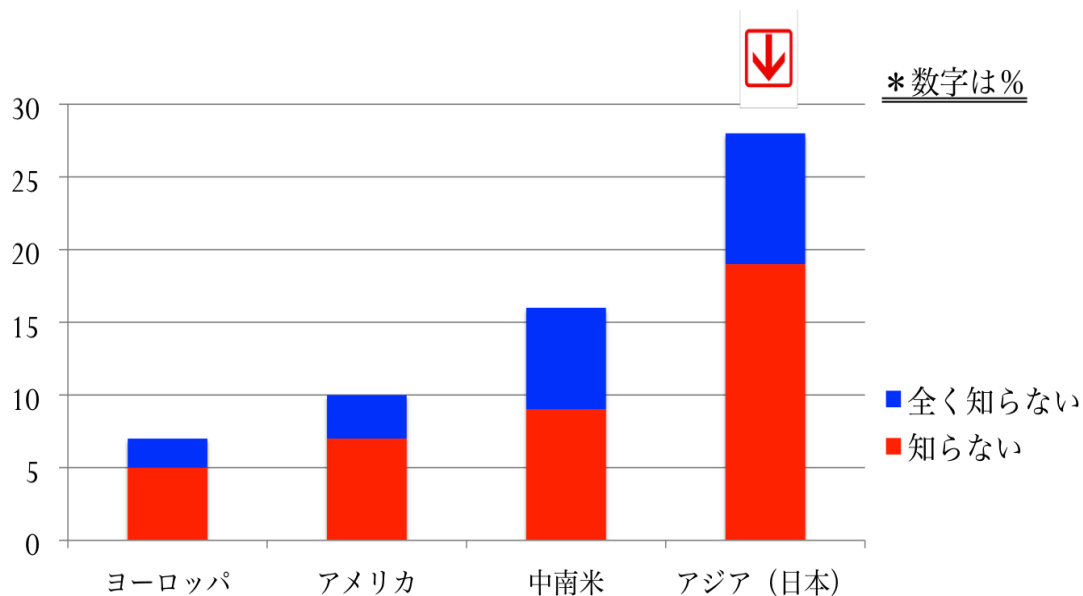


図 23 全体とアジアの認知度の違い

このグラフは各地域の被験者が GDP 上位 20ヶ国全ての国に「知らない」もしくは「全く知らない」と答えた場合を 100 とし、各地域における認知度の総数の中で「知らない」「全く知らない」という答えがどのくらいの割合で存在するのかわかるというのを%であらわしたものである。4つの地域の中ではアジア（日本）の「知らない」「全く知らない」という認知度の割合が他の3つの地域に比べ群を抜いて多く、この調査から明らかになった日本の問題点だといえる。やはり、いくつもの国が地続きで結ばれている地理上の性質や、調査対象国である GDP 上位 20ヶ国のうちトルコを含めた場合 10ヶ国がヨーロッパであるという事から他国に対する認知度は4つの地域の中で最高であった。

また、北アメリカ（アメリカ）においては数多くの人種から構成される世界 1 の他民族国家ということが認知度の高さと大きく結び付いているといえるだろう。中南米はヨーロッパや北アメリカ（アメリカ）に比べると他国に対する認知度が低い事は確かだが、ヨーロッパ同様にいくつもの国が地続きで結ばれているということからこの中で唯一の島国である日本と比べると他国に対して認知度は高いといえるだろう。

5. 4 他民族国家と単一民族国家

5. 3. 1の全体とアジア（日本）の認知度の違いで4つの地域の中でアジア（日本）の1番認知度が低かった理由として島国である事（単一民族国家）を挙げたが、アメリカのように他民族国家に変わっていけば他国への意識も高くなり、グローバル化社会のなかで多方面における成長が期待出来るという訳でもない。確かに多民族国家になることで様々な民族によって構成され、お互いの成長や発展を尊重しながら、民族ごとに、より大きく成長していける可能性はある。だが、急激に少なくなっている日本の若年層数の補強など日本が抱える問題点の改善策として考えられるのは見当違いだろう。

現在日本には少なからず外国人が滞在しているが、仮に他民族国家になったとしても外国人に外部性を感じ異質の存在として接してしまうというものはや文化ともいえるものが社会問題化するのも避けられないだろう。他民族国家になるということは本流が決めた規則に少数民族が従い、本流と同じようなレベルの生活、同じ文化を受け入れる、同化するという事だ。アメリカやカナダにおいては、大規模な同化政策が行われているといえるだろう。たくさんの国の人々が集り、大都市に居住地域が形成されている。私が注目したいのは、北米の原住民や黒人やアジア系の人々たち、またその他一般の国々における都市に対する少数民族の移民が2級市民として扱われたことだ。移民である彼等は貧しい土地に生まれ、生活や家族をささえるために貨幣を必要とし、地元には雇用の機会が少ないため、都市に出てくる必要があった。しかし、あくまでも彼らは二級市民で、同化したとはいえ、やはり本流と同じ権利が平等に与えられることはない。就職・住宅・教育の機会など、けして平等とはいえない環境を強いられる。結局同じ言語をしゃべり同じ国に住んでいるにもかかわらず、同化していながら、本流の社会には溶け込めない悲しい現状がある。現に日本に滞在する外国人も同様であり、一度芽生えた差別という意識は簡単になくせる問題ではない。

さらに、日本がいかに文化と文明が特異であるかということを知っておく必要がある。日本を除く他すべての主要な文明には、複数の国が含まれる。日本が特異なのは、日本文明が日本という国と一致しているということだ。日本には、他の国には存在する国外離散者さえ存在しない。国外離散者とは、祖国を離れて移住しているが、元の共同体の感覚を持ち続け、祖国と文明的な接触を持続している人々のことである。例えば、多くに日本人がアメリカに移住してアメリカ社会に同化しているが、ハワイを除いて、日本を離れた移民はたいてい日本の文化的共同体の一員ではない。国と文明の独自性の結果として、日本は他のどんな国とも文明的に密接な関係を持っていない。[11]

例えば、アメリカとイギリス、カナダ、オーストラリアの間にあるようなあるいは欧州連合の中核諸国にあるような次第に強まりつつあるような文化的な密接な繋がりを持っていない。次に、最初に近代化に成功したもっとも重要な非西欧の国家でありながら、西欧化しなかったという特徴がある。西欧化せずに近代化を成し遂げることは1870年代以降以来の日本の発展のテーマとされていた。その結果出来上がった社会は、近代化の頂点に達しながら、基本的な価値観、生活様式、人間関係、行動範囲においてまさに非西欧的なものを維持してきた。以上のことを考慮すると、日本に求められるのは人種間グローバル化ではなく意識のグローバル化と日本の特別な性質を世界の中で、どう生かしていくかということだろう。

現在ヨーロッパ連合（EU）などでは大規模な統合によって、その地域内の人、労働移動が自由になっている。そして、将来においては国家の連合体がより強まる傾向が広がると思われる。こうしたなかで、ASEANのような経済圏の確立や国家間の協定が昔と比べかなり積極的に行われるようになったが、現在ASEANは、EUのようにうまく空間統合が発展していない、だが、将来のために一歩ずつ踏み出していることには違いない。もしASEANがEUのような連合体になったら今の日本人の意識状態では対応する事は難しいだろう。国際派の波に乗り出す日本には、いかに個人の個性を認めるかという社会的意識改革と国の性質を理解した上での世界的な立ち位置を考えることが必要になってくるのではないだろうか。

第 6 章

-世界から見た日本-

6. 1 経済において世界から見た日本

6. 2 国際比較の調査結果から見た日本

6. 3 世界から見た日本政の短所と長所

第6章 世界から見た日本

6.1 経済において世界から見た日本

日本では奇妙なことに、世界的な金融危機が発生するたびに円高傾向がもたらされている。普段は日本を蔑んでいる世界の国々も、危機が起きると「やっぱり日本だ」という羨望のまなざしで見えるようになる。

では何故そのような認識を日本は持たれているのだろうか。日本経済には「失われた20年」は存在しないと言われている。どういうことかということ、1985年のプラザ合意後、円は2.4倍も切り上がり、大量の資金が株や不動産、土地取引に流れ込んだ。そして、政府の支持と指導の下、これらの資金は国内から海外へと移動していったのである。日本は1987年末、国内の株や不動産取引への融資を取りやめたが、海外では無利息で融資を続けた。[8][9]

その結果、この20年、日本の海外における経済力は国内の1.8倍にも膨れ上がった。海外資産は40倍、海外純資産は60倍も増加。世界中のすべての市場、業界で日本マネーを見ることができる。こうした状況の下、日本国内の経済成長も緩慢ではあるが、20年間ほとんど奇跡的にマイナス成長が見られなかった。そうした理由から、ここ20年は日本にとって「失われた20年」ではなかったと言える。むしろ、「海外で高度成長を遂げた20年」といって良い。それに、世界の95パーセントの債権を日本が握っているように、日本は世界最大の債権国である。格付け会社は「国家の債務が国内総生産（GDP）の200%を超え、先進国で最悪の財政赤字となっている」との理由で、日本の国債の格付けを引き下げた。しかし、日本が米国やイギリスよりも危機的な状況にあると考える専門家は少ない、政治家たちが招いた長期間の低迷を意味する「ジャパニフィケーション（日本化）」という造語が生まれる一方、日本の現実はそれとは正反対に向かっていることを世界はしっかりと観察している。

2011年に民主党新代表に野田佳彦財務相が選ばれ、次期首相になる際、米務省のヌーランド報道官は記者会見で、「日米同盟はどの首相の下でも着実に進展してきた。次の首相とも、緊密な協力を継続していく」と語っている。この言葉が意味するところは、日本は重大な政策や方針はほぼ固まっており、合理的な制度や健全な政治体制も整っている。つまり、制度が成熟した国であるから例え首相が頻繁に変わる「無人運転」のような状態でも、社会の秩序は保たれ、世界的な経済にマイナスな影響を及ぼす可能性は低い。また首相交代によって政治的な変化が起こる可能性も世界から見て低いという見方の表れだろう。

6.2 国際比較の結果から見た日本

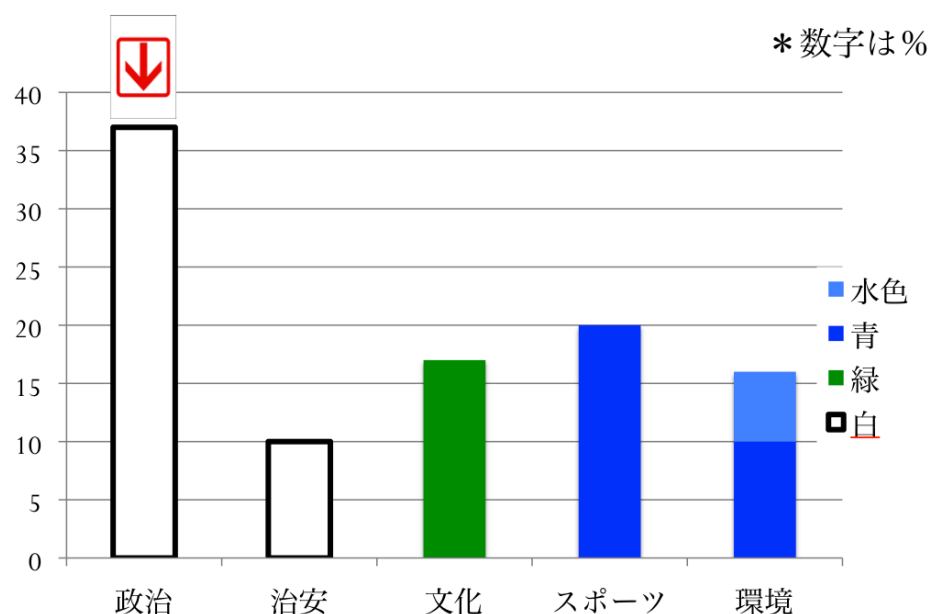


図 24 世界から見た日本

この図 24 のグラフは日本に対する調査結果をヨーロッパ、北アメリカ（アメリカ）、中南米のアジア（日本）を除く 3 つの地域から出したものである。この結果から分かる事は、日本に対しては 4 色しか使われておらず、また圧倒的に「白で政治」という回答が多いという事である。また、日本に対し最も多く当てはめられた社会的要素は政治であるが、多くの選択理由で「総理大臣がよく変わる」「中国や韓国と国際問題を抱えている」などといった政治的ネガティブな意見が述べられているという事である。逆に、選ばれた治安、文化・歴史、スポーツ、環境・資源といったその他の社会的要素に関してはそのほとんどがポジティブな意見であった。こうしたことから世界からみた日本のイメージはネガティブな政治というイメージで固まりつつあるとも考えられる。また、日本が世界有数の経済大国でありながら経済を表す赤が選択色として使われていないのは現在の日本には中国のような経済的な爆発力はないものの、経済危機とは離れた安定した国と捉えられていることが考えられる。

現実的な面からこの結果に言及すると、日本は現在約 1000 兆円の国債を抱えている。これは日本の 1 年間の国家予算の約 10 倍近くに及ぶ金額であり、今現在も増加し続けている。原因の 1 つとしては歳入より歳出の金額が多い事などがある。では何故これだけの国債を抱える国が金融危機に直面してこなかったかという点と国債の 9 割超が国内で買われ、そのうち 4 割を銀行が保有しているという点にある。こうした問題の影響がまだ大きくない事、もしくは政治の方が問題視されているということが少なからず日本の選択要素に経済が選ばれなかった理由であると考えられる。

6.3 世界から見た日本政治の短所と長所

アンケートの日本に対する記述回答でも述べられたように、現在では竹島と尖閣諸島を巡って領土問題が近隣諸国である韓国と中国の間で起こっている。また、3.11の地震により起こった原発に関する問題では、状況報告などの情報が日本政府やメディアよりもNYタイムズなどの他国のメディアの方が原発に関する情報が適確であったという事や、肝心の情報がなかなか明るみにでなかったという事から世界から見て日本のメディアに対する信憑性というのは低い。首相の頻繁な交代も世界は深刻に捉えられてはいないがマイナスイメージなのは否めない。第2次世界大戦以降、先進国の中でリーダーの任期が最も短いのは日本である。首相の平均任期は26カ月。これに対し、ドイツは88カ月である。戦後、米国、英国、フランス、ドイツといった先進国の中では少ない国で8回、多い国でも13回に過ぎない。しかし、日本は少なくとも31回首相が代わっている。こうした調査から示されたもの以外にも日本は多くの政治に関する問題点を抱え「アジアの病める国」とまで言われている。では日本政治の長所はあるのだろうか。

言論の自由や医療制度の充実、教育水準の高さ、犯罪率の少なさ、などというのは日本人がどう思うかは別として世界的に見れば日本の長所であるという事が出来るだろう。政治には長所と短所が混在している。世界中どこを探したとしても欠点のない政治体制を持つ国など存在しない。だがしかし、現代日本の政治体制には欠点が多すぎるのは明らかだ。現在日本は政党が乱立し、問題点がありすぎてなにか掲げる国家の理想図もいまいち曖昧であり、現状の改善策として出される案も先送りの一途をたどってしまっている。今それだけ日本はもがいているのである。ここで踏みとどまり、次のステップへと道を切り開いていかなければならない。そのためには我々若い世代が他国のようにもっと政治と向き合い国を想う事が必要なのではないだろうか。

第7章 考察・まとめ

本研究では「国・社会的要素」を色で表すという事をテーマに掲げ取り組んで来た。色の表現は第1章で述べたとおり幅広く、多くの事が解明されていない事から先行研がほとんどないこのテーマを研究した事は1つそこに大きな意味があると考えている。結果に関して、調査対象国が客観的にどのようなイメージを持たれているかという事を色で表し、その根拠となる部分を社会的要素という社会的側面で掘り下げることによって国に対する人々のイメージ構築または評価する際の関心点を表す事ができた。また、国際的な調査を行った事で、日本という世界の1部だけからこのテーマの結果を導くのではなく、世界という大きな視点で表す事が出来た。それだけでなく、国際比較からは「色の好みは7割が世界共通で違いは3割以下」と言われているように印象色(各地域が全体と違う印象色を選択している国は必ず他の地域である)、配色(各地域の配色の順位は赤以外全て異なっている)、認知度(認知度も違う地域または自国から離れている国が低認知の国として選ばれている)などという地域間における違いと共通性が明らかになった事と同時に世界から見た日本のイメージも明らかになった。

日本の世界から見たイメージに関しては第6章でも述べたが、ネガティブな評価ほぼ全てが政治に関する事であった。また、各国に対する認知度は他の4つの大陸に比べ群を抜いて低くグローバル化が詠われている日本社会の大きな問題点だと言っても過言ではない。しかし、私は日本人の日本に対する評価にもこの調査を通して問題があると感じた。それは調査において、日本人の7割が自分の国の事を結果としてネガティブな評価をしているという事だ。確かに現代の日本には政治に関する問題点は山積みだが、それにしても評価が低い。日本は戦後になってさえ、「国民総中流」というどの国も達成出来なかった夢のような社会を実現させた文明を持ち、キリスト教、儒教、その他いかなる宗教の行き渡った国より、この美德を原理としてやってきた。治安は最も良く、人々の心はもっとも穏やかで、人情や惻隠に溢れ倫理道徳も高い。こうした日本の側面を世界から評価されないならまだしも、自分たちが全く評価しないというのは少なからず日本人に不足している面なのだろう。

第4, 5, 6章では調査結果に対して上記のように考えられる様々な事について広く言及して来たが、それだけ日本に関して再度考えさせられる要素が多かった。「国・社会的要素」を色で表すというテーマと今日の日本に不足している社会的要素を『色』で表すというもう一つの大きなテーマがこの研究にはあり、テーマの答えを導いていく上で明らかになった社会的要素と色との結び付きや日本の問題点は、色の新たな表現の範囲に可能性を示したと共に問題点を改善すれば海外から見た日本のイメージは格段に良くなる可能性が高いと今回の調査結果からは推測出来るといった少しの日本社会に対する希望も見いだせたのではないだろうか。将来、全ての国、すべての社会的要素が色によって正確に表されたとしたら、それが人々の国に対する印象構造のツールに成る事は間違いないだろう。こういった新しい可能性を持った色の表現の提示が本研究の目的であり、調査から導き出された色の新たな範囲の可能性が本研究の成果である。

参考文献

- [1] 千々岩英影, “図解世界の色彩感情辞典”, 河出書房新社(1999).
- [2] 山脇恵子, “色彩心理のすべてがわかる本”, 株式会社ナツメ社(2010)
- [3] 日本色彩学会, “カラーインライフ”, 株式会社朝倉書店“タイトル (2006)
- [4] IMF, “International Financial Statistics” (IFS), 国際貿易投資研究所, 「国際比較統計データベース」 (2012)
- [5] IMF, “World Economic Outlook Databases” (2012)
- [6] 海外在留邦人数調査統計(Annual Report of Statistics on Japanese Nationals Overseas) ,平成 24 年速報版(2011)
- [7] European Commission (2006)
- [8] 【コラム】 世界的な経済危機に強い日本 (上), 朝鮮日報(2011)
- [9] 【コラム】 世界的な経済危機に強い日本 (下), 朝鮮日報(2011)
- [10] 宮島喬, “ヨーロッパの統合と分離” (民族・国家・エスニシティ), 岩波書店(1996)
- [11] サミュエル・ハンチントン, “文明の衝突と 21 世紀の日本”, 集英社新書(2000)