

「商品色彩」再改訂版刊行にあたって

本書は、東京商工会議所が主催する「1級カラーコーディネーター検定試験第2分野「商品色彩」を受験する人を対象としたテキストとしてだけでなく、カラーコーディネーターの方々が実際に色彩を産業に生かす際に、さまざまな分野の専門業務が体系的に記述されている稀な色彩専門書としての参考資料として活用されている。

このテキストの改訂版初版が発行されたのは2003年8月であり、以来12年が経過した。

その間、日本経済は消費が低迷し続けたが、自動車の動力源に電気利用が活発化し、個人情報端末機器やLEDを使った照明機器が急速に発展普及するなどエネルギー利用や情報ネットワークの新技術開発が新しい商品を次々に生み出している。また国際社会の影響も受けながら、私たちの社会、生活の価値観の変化とともに色彩に対する意識も変化している。

商品の色彩は、これらの社会動向や新技術、消費者の変化に加え、製造から流通・販売にいたる市場構造の変化、新しい技術の開発、社会的な規制（環境規制）への対応などの影響を受けながら少しずつ変化している。

本テキストの改訂は、商品色彩の特徴を踏まえながら、上記のような社会の変化に対応して以下の視点で行われた。

- (1)前改訂版以降の市場・商品・消費者の変化に対応させて新たな内容を加えること。
- (2)色彩に関する重要度が低い内容は整理して、できるだけ割愛すること。
- (3)新2級テキストの掲載内容との整合性、連続性を図ること。

市場や技術の変化への対応については、特に第4章の「色彩の材料および技術の開発動向」、第5章の「商品・インテリアの色彩計画」を中心に、ここ10年間の変化や推移を追記、新しい内容を加筆、補完を行い、引用する写真や図表などの補足資料を最近のものに入れ替えた。経営にかかわる色彩、色彩を生かすデータ処理、理論、歴史的な記述などは基本的に内容の変更はない。逆にマーチャンダイジング・プレゼンテーションについては、他の商品分野の記述内容より広がりすぎているため、インテリアの色彩計画から割愛した。

1級は実践的な知識の解説を主眼としている。カラーコーディネーター検定のテキストとしての役割はもとより、色彩を産業に生かす専門業務が体系的に記述されている稀な色彩専門書として、より魅力的な社会、生活が実現することを旨としてあらゆる業務に活用していただければ幸いである。このテキストを活用することによって、多くの商品の色彩が人々の感性に訴え、社会・生活がいつそう魅力的なものとなることを期待したい。