

●面積効果

同じ色でも、小さなチップと大きな面積では、違う色に見える場合がある。

明るい色は、大きな面積ではよりいっそう鮮やかに明るく、また暗めの色は大きな面積ではより暗く感じます。
(つまり、面積が大きくなるほど、明るく鮮やかに見える)

面積効果はかなり強く働くので、色彩の選定を行うときは、できるだけ実際の大きさに近い色見本を用意することが望ましい。

a) 面積が大きい場合(視角20度位まで)

面積が小さい場合よりも明度や彩度が高く見える。

b) 面積が著しく小さく(視角10分以下)の場合

小面積第三色覚異常を起こし、明るい黄色や黄緑など、白に近い色は白に、黒に近い色は黒に、橙、赤、紫など赤に近い色は赤に、青や青緑のように緑に近い色は緑に見え、黄や青は固有の色として近くされなくなる。

c) 視野全体が一色で覆われていると、色順応の結果、暗灰色に見える。

●誘目性

特別に注意を向けていない対象の「発見されやすさ」を誘目性という。

(注意を引き付ける色を、誘目性が高いという。)

暖色 > 寒色

有彩色 > 無彩色、

高彩度色 > 低彩度色

高明度色 > 低明度色

背景による影響もあり、白背景では赤、黒背景では黄が注意を引きやすい。

赤や黄は注意喚起(注意色)として、危険表示に利用されることが多い。

●視認性

注意を向けて探す対象の「発見されやすさ」を視認性という。

(見やすくて理解しやすい色を、視認性が高いという。)

明度差の大きなものほど見やすくなる。

公共空間の案内表示などは、高い視認性が要求される。

黒と黄の組合せは、誘目性も高く各種標識や看板などに広く利用されている。

明視性: 絵や図形に対する見やすさ(理解のしやすさ)

可読性: 文字や数字に対する見やすさ(理解のしやすさ)

誘目性と視認性が「対象の存在の発見」にかかわる概念であるのに対し、明視性と可読性は発見された「対象の意味の理解」のしやすさを示す性質のことをいう。

●識別性

識別とは、「複数の対象の違いを認識すること」である。(誘目性や視認性と深くかかわっている。)

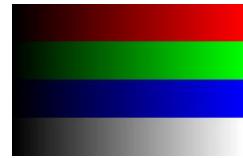
識別性は象徴性や見る人の知識による影響も無視できない。(トイレの男女分け等)

●色覚異常

・色覚に関する眼科用語(一部)

医学用語(現行)	医学用語(2004年以前)
1色覚	全色盲
2色覚	2色型色覚
3色覚・正常色覚	正常3色型色覚・正常色覚
異常3色覚	異常3色型色覚・色弱
1型色覚	第1色覚異常
2型色覚	第2色覚異常
3型色覚	第3色覚異常
1型2色覚	第1色盲・赤色盲
2型2色覚	第2色盲・緑色盲
3型2色覚	第3色盲・青色盲
1型3色覚	第1色弱・赤色弱
2型3色覚	第2色弱・緑色弱
3型3色覚	第3色弱・青色弱

正常色覚RGBW



1型2色覚RGBW



2型2色覚RGBW



3型2色覚RGBW



提供: フリー百科事典『ウィキペディア(Wikipedia)』

色覚異常(色弱・色盲)の方にも見やすい色使い(色覚バリアフリー)に配慮したデザインを、「カラーユニバーサルデザイン」といいます。

1型か2型の色覚異常が多いので、赤と緑、黄と黄緑などの配色は避け、明度差は4以上を推奨する。

明度差は4以上ないと、死活問題

また、文字の周りにセパレーション(黒などの縁取り)を施せば見やすくなる。

・1型色覚または、2型色覚

赤系統～緑系統の色弁別に困難が生じるが、正常色覚とほぼ同程度の弁別能を持つ者も多い。
(日本では男性約22人に1人女性約600人に1人)

・3型色覚

正常色覚とほとんど変わらない。
(日本では数万人に1人)