

■ 色彩検定 1級 新旧公式テキスト 項目一覧 ■

※項目名が同じでも文章や図版、写真が改訂されている場合があります。

旧テキスト

大項目	中項目	小項目
色彩と文化	ヨーロッパの色彩文化	古代ヨーロッパの色彩 中世ヨーロッパの色彩 近世ヨーロッパの色彩 近代ヨーロッパの色彩
	日本の色彩文化	日本の色彩文化
色彩調和論	色彩調和論	色彩調和論とは ジャットの色彩調和、四つの原理 シュヴルールの色彩調和論 ルードの色彩調和論 オストワルトの色彩調和論 イッテンの色彩調和論 ムーンとスペンサーの色彩調和論
		色の知覚 網膜の細胞の働き 眼球から大脳への伝達
光と色	色覚特性と視覚変化	色覚特性 加齢による視覚変化
	色覚説	色の様相 色の分類
	心理的な見えによる色の分類	照明の性質を表すもの 測色の照明
	照明	グラスマンの法則(加法混色の法則性)
	混色	
色の表示	CIE XYZ表色系 均等色空間とLab色空間	色差の表示 色相環 色の表示方法 等色相面 色立体
	オストワルト表色系	
	NCS	ヘリングの6主要色 色相環と色相の表し方 等色相面での色の表示 色の表示方法 色立体と色票集
	色名	色を表す言葉の分類 ISCC-NBSの色名法 JISの光源色の色名 光源色と系統色名
	測色	測色とは 視感測色-色の直接比較法 視感測色-混色による測色法 物理測色 色差による色彩管理
色彩の実務	測色	心理学的尺度構成法の基本 心理学的尺度構成法 一対比較法 SD法 色のイメージ 心理物理学的測定法
		嗜好色 記憶色と色記憶
		色知覚の複雑性 色の見えの変化 色の見えの安定性
		配色イメージ 配色イメージ手法の確立
配色イメージ	イメージ別配色法	エレガント、カジュアル、クラシック クリア、シック、ダイナミック ウオーマンナチュラル、プレッシュナチュラル モダン、ロマンチック
		企業のアイデンティティ戦略とデザインの役割 ロゴマークのデザイン ロゴマークと色彩 ロゴマークデザインのプロセス
ビジュアル	コーポレートアイデンティティ	日本郵政グループの事例
	コーポレートアイデンティティの事例	
ファッション	ファッションカラーの変遷	ファッショントレンドとカラー
	ファッションビジネスの世界	ファッションビジネスの構造 ファッションビジネスの世界 アパレルにおけるカラーコーディネーターの仕事 アパレルにおける主なスタッフと役割 ブランド
	商品企画	商品企画の概要 アパレルの色彩計画の手順
	アパレル商品企画の事例	春夏向け商品企画のためのディレクション事例
製品	色彩計画のプロセス	素材の知識 繊維の種類 繊維の形状と発色性 繊維と編物の知識 先染と捺染
		プロダクトにおける色彩計画とは 情報収集・調査・分析 基本構想・企画・計画 基本デザイン 実施デザイン 仕様決定 デザイン管理・色彩管理 生産・流通・破壊段階における課題
製品	プロダクトデザインと色彩	プロダクトデザインにおける色彩と光
	プロダクトデザインと素材	プロダクトデザインの素材 プロダクトデザインの2次加工
インテリア	インテリアカラーコーディネーションと色彩計画	インテリアカラーコーディネーションとは インテリア計画のプロセスと色彩計画 インテリアの色彩計画 ステップ1:設計条件の把握 ステップ2:利用者の調査・分析 ステップ3:コンセプトの策定 ステップ4:色彩設計 ステップ5:プレゼンテーション
	非住宅空間の色彩	非住宅空間の色彩に求められるもの オフィス・インテリアと色彩 公共施設のインテリアと色彩 店舗のインテリアと色彩 インテリアカラーコーディネーションの将来
環境	時代が求める環境色彩	環境色彩の経緯 景観とは 公共空間における色彩事情
	景観形成への対応と視点	景観的な見方の基本と分類 景観形成への対応と配慮点
	景観的視点に立った色彩計画	色彩計画の捉え方 色彩計画のプロセス
	色彩による景観形成の手順とその事例	環境色彩計画のプロセスの事例
ユニバーサルデザイン	ユニバーサルデザインの概要	生活と安全色 JISの安全色
	ユニバーサルデザインの色彩	ユニバーサルデザインとは ユニバーサルデザイン七つの原則 色彩のユニバーサルデザイン ユニバーサルデザインの色彩検討
索引		

2020年改訂版テキスト

大項目	中項目	小項目
色彩と文化	西洋の色彩と文化	古代ヨーロッパの色彩 中・近世のヨーロッパの色彩 近代ヨーロッパと色彩学
	日本の色彩文化	日本の古代の色 古代から中近世の日本の色彩 近代の日本と色彩
色彩調和論	色彩調和論	色彩調和論とは ジャットの色彩調和、四つの原理 シュヴルールの色彩調和論 ルードの色彩調和論 オストワルトの色彩調和論 イッテンの色彩調和論 ムーンとスペンサーの色彩調和論
		色の様相 色の分類 照明の性質を表すもの 測色の照明 グラスマンの法則(加法混色の法則性)
光と色	心理的な見えによる色の分類	色の様相 色の分類
	照明	照明の性質を表すもの 測色の照明
	混色	グラスマンの法則(加法混色の法則性)
色の表示	XYZ表色系 均等色空間とLab色空間	色差の表示 色相環 色の表示方法 等色相面 色立体
	オストワルト表色系	
	NCS	ヘリングの6主要色 色相環と色相の表し方 等色相面での色の表示 色の表示方法 色立体と色票集
	色名	色を表す言葉の分類 ISCC-NBSの色名法 JISの光源色の色名 光源色と系統色名
	測色	測色とは 視感測色-直接比較法 物理測色
色彩心理	心理評価法	心理学的尺度構成法の基本 心理学的尺度構成法 心理物理学的測定法
	色の心理的効果	記憶色と色記憶 色の見えの変化 ものの見えの安定性
色彩とビジネス	色の知覚の複雑性	色の見えの変化 ものの見えの安定性
	色彩のビジネス活用	色彩効果のビジネス活用
ファッション	カラーコミュニケーションツールの役割	色指定ツールとしての色見本 色づくりの参照ツールとしての色見本 色見本の種類
	コンシューマプロダクツのビジネスプロセスと色彩	企業アイデンティティ戦略における色彩 商品企画における色彩 商品デザインにおける色彩 製造における色彩 流通における色彩 プロモーションにおける色彩 小売における色彩
	カラーマーケティング	カラーマーケティングの基本視点 カラーリサーチ カラーリサーチの手法 カラー戦略
	CMF®	概念から実態へ(コトからモノへ) 商品企画におけるCMF CMF®でのカラーバリエーションの検討 制作におけるCMF(コトからモノへの制作)
景観色彩	ファッションカラーの変遷	
	ファッションビジネスにおけるカラーコーディネーターの役割	カラー情報の収集・調査 カラー情報の整理と分析 シーズンテーマカラーの決定 VMD
	素材の知識	繊維 繊維の長さや発色性 繊維と編物
景観色彩	ビジュアルマーチャライジングと色彩	ビジュアルマーチャライジング(VMD)の取り組み 商品陳列のカラーコーディネーション
	景観法とは	景観法の概要 景観法の特徴 景観計画について 景観計画に基づく届出と手続き
景観色彩	景観計画における色彩基準	色彩基準の役割 色彩基準の運用 色彩基準における面積比の考え方 色彩基準の示し方 色彩基準の適用除外 屋外広告物の色彩基準 色相、明度、彩度と景観形成のかかわり
	近景・中景・遠景を踏まえた色彩計画	近景・中景・遠景とは 近景・中景・遠景を踏まえた色彩計画における配慮事項
資料	光と色(1)	色の知覚
	光と色(2)	相関色温度と演色評価数 素材と工法
索引	CMF®	