

美しい配色が 商品や街の新たな価値を生む

私たちの街や生活には数多くの色があふれています。一時期白一色だった乗用車も個性的な色を帯び、街にはそれぞれが個性を主張する高層建築があふれ始めました。日本人が培ってきた、四季や自然と調和した暮らしが過去のものとなった現在、住まいや街の色彩計画はどのようにあるべきか、札幌市の「色彩景観ガイドライン」策定に携わった宮内氏にうかがいました。

氏
宮内 博実

静岡文化芸術大学 デザイン学部長

色彩学と経済学の融合

「まず、取り組まれている研究テーマについてお聞かせください。

色彩学という研究は古くからありますが、売れる色や皆に指示される色など、マーケティングの視点から日本で色の研究が始まって以来、まだ30年程しか経っていません。色彩をマーケティングの側面からとらえる研究が遅れているのに、これまで多彩な色の建材や自動車、ファッションが登場し、すべて出尽くしたほど色数が増えてしまいました。商品色が増えれば増えるほど、その組み合わせは累乗で増えていきます。しかし、その中からどの組み合わせを選べば良いかが問題なのです。

単色をいくら研究しても、マーケティング的には意味がありません。それを用いられて衣食住に関する製品になると、重要なのは配色なのです。色自体に良い色も悪い色もありません。その組み合わせが問題で、組み合わせられた瞬間に、良し悪しが判断されるようになるのです。それを明確にするのが、イメージであり形容詞です。人はその色をどのように感じているかを「やさしい」「スポーティ」といった形容詞として置き換えて判断し、好き嫌いを決めているのです。ある色が好きであれば、その色に対するイメージがあります。これを形容詞として記憶

しているのです。さまざまな色を見て育ち、それによって構築されたのが好き嫌いなのです。私が研究しているのは色彩学ではなく、カラーマーケティングや感性マネジメントなのです。

家をつくる側が施主の好きなイメージを引っ張り出せたら、本当に好みの住まいが提供できるのではないかとというのが私の理論です。そのイメージを構成している一番大きなものが色の組み合わせであり、そのキーワードが形容詞です。色はあまりコストに影響を与えませんが、商品の価値を大きく変える要素です。経済学と色彩学をどのように融合していくかが私の研究のテーマであり、みなさんに支持される組み合わせのスタンダードを提供していくのが私の役割だと考えています。

子供たちのカラーセンスを育てるには

「カラーセンスはどのように獲得していくのでしょうか。

センスの良い色の組み合わせは、小さな時からの訓練が重要です。人は見たもののしか表現できません。見たことのない色を組み合わせることはできないのです。人が色の組み合わせを学習する習慣は、生後36カ月頃からスタートして10歳くらいまでにはばできあがると推測されます。

最初に、人がコミュニケーションする際は絵で表現するのですが、その後言葉を覚えてコミュニケーション能力が上がると、絵を言葉で補正してしまうのです。例えば、本当はリングを描いたのに、ジャガイモにしか見えなくても、「これはリングです」と言い添えることで伝わってしまい、絵で伝えるという能力が言語によって代替されてしまいます。

家庭がセンスを育み 美しい街を創りだす

「カラーセンスの良し悪しは、どのような影響があるのでしょうか。

私がベトナムに行った時、たまたま保育所の前を通りかかったら、日本の保育所と同じで鮮やかな色がたくさん使われていて、無秩序なまでの配色でした。ベトナムの街はそれほど色が使われていないのに、保育所だけはピンクの外壁で緑色と黄色の遊具というように色の洪水で、日本の保育所と同様に多くの色が使われていました。多くの色を使う方が、楽しいと感じるアジアらしい発想が、国を超えて共通しているのです。

最近では、あまり色を使わず彩度を抑えた幼稚園・保育所をつくる人たちが現れてきました。満艦飾の保育所と、木で仕上げたリビングルームの延長のような保育所を比較すれば

違いは明らかなのですが、現場では

どちらが良いか評価できないそうです。保育士が「子供の頃は色鮮やかな折り紙で飾った部屋でお遊戯などをしたので、今さら色数を減らすことはできない」といいます。私たちのまわりを見渡せば、色がコントロールできていないインテリアや街並みを見かけますが、その原因は、このへんからも考えられそうです。幼稚園や保育所で満艦飾の空間に彩度の高いベビー服を着て育った子供が、小中高と学校生活の中では色を抑えた空間で黒や紺の制服を着て育ちます。それが、大学に入ったとたんに関き放たれると、子供の時の配色が頭に入っていて、驚くような配色を選ぶことになります。これは、「kawaii（カワイイ）」など、一部のファッションで評価されることもありませんが、世界の水準から言うとは異端なのです。

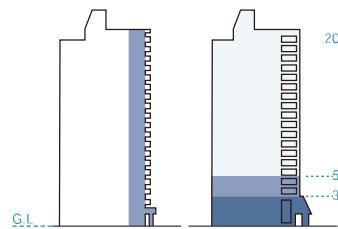
カラーセンスを育む幼児期に、派手な衣服を着て色の統一感のないリビングに暮らし、満艦飾の幼稚園に通っているとうなるでしょう、子供は見た色の中から組み合わせを覚えて育ちます。人は環境の動物といわれますが、生まれて最初に暮らす環境が家です。そこがセンスの悪い空間だったら、カラーセンスの良い大人には育たず、負の連鎖を生みます。これが社会で増えていけば、街全体がセンスの悪いものになってしまいます。

みやうち・ひろみ

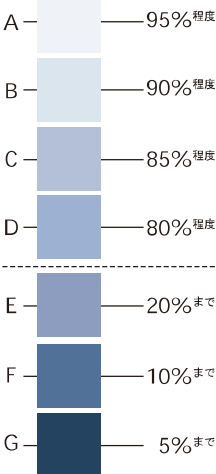
1948年札幌生まれ。71年武蔵野美術大学造形学部基礎デザイン学科卒業。株式会社日本カラーデザイン研究所、札幌市立高等専門学校視覚デザイン科 教授を経て、05年、静岡文化芸術大学デザイン学部メディア造形学科長となり、10年より現職。札幌市景観アドバイザー。

建物のカラーコンビネーション

- 建物の高層部の色は、高明度・低彩度にして
圧迫感を軽減する。→カラーチャートA〜C
- アクセントカラーは、低層部(3階程度の高さ)
までとする。→カラーチャートD〜G
- 縦方向のアクセントカラーは、建物側面積の
20%とする。→カラーチャートD〜G
- 街並みの連続性に配慮する。



有効な配色の割合（建物壁面でめやす）



各色の全体に対する
使用面積のめやす



「札幌の景観色70色」立体カラーチャート

「札幌の景観色70色」カラーガイド



白に近いうすいブルーで空に溶け込むようにした、北海道電力本店電波塔 ©宮内博実

（街区）が比較的大きい街です。土地も平らなので建物を並べるだけできれいに見えます。札幌市では、1997年3月に「都市景観基本計画」を、1998年3月に「都市景観条例」を定めました。その後、わが国はじめての景観法を施行するにあたって、色彩景観ガイドラインを定めることとなり、当時、札幌市立高等専門学校に勤務していた私のところに相談が来しました。その調査の中で、札幌の人は、本州と比べると色数も多く、派手好きだということが分かりました。それは、札幌の四季がきれいに3カ月ずつ入れ替わるからです。真っ白な

街が雪解けし、5月には梅や桜などすべての花が同時に咲きます。樹木を覆っていた緑は8月の末には紅葉が始まり、10月には緑は消え、11月まで茶色の季節が続きます。季節の色がさまざまに変わるので、そこに建つ構造物は、落ち着いた地味な色では目立たなくなってしまう。札幌の四季を定点観測し、札幌のイメージを抽出して、基準とする70色を選びました。高層の構造物は空になじんで存在感をなくす色とし、低層は面積が小さいことからアクセント的に濃い色を付け、使用方法まで規定しました。それだけではみな

さんに伝わらないだろうということで、「創成柳」や「生チョコ」などで、その名前を聞いたら札幌を思い浮かぶような名前を付け、その解説文も作成しました。その結果、札幌ではある程度配慮された色調の構造物が、点から面につながりそうな感じになりました。色に名前を付けることは重要で、イヌイットは、白を表現するための約30種の名前を持っています。これは、色の違いを識別しているからです。色名を創って提案すると、それぞれの色を識別することができ、景観ガイドラインを続けるためのよりどこ

ろとなるわけです。日本には四十八茶百鼠（しじゅうはつちやひゃくねずみ）という言葉があり、茶色が48色、鼠色が100色あると言われています。これは、江戸時代に豪華にしてはいけないということで、羽織の裏に茶色と鼠色で微妙に色を創り分けて楽しんだのが始まりです。この時代に、これまでの微妙さで色を組み合わせて楽しんでいたのは、多分日本人だけでしょう。ぜひ、これからの日本、すでに培われた豊かな色彩感覚を引きつぎながら、さらに新しい価値を作り出して欲しいと考えます。

―ありがとうございました。

高層の建造物は空になじんで存在感をなくし
低層はアクセント的に濃い色を用いる。

―日本の文化に対してのご意見をおきかせください。
かつての日本では、自然環境の中に街や家があり、そこに花や掛け軸を置いたり、着物の柄に季節感を入れることで四季の変化を愛でていました。第二次世界大戦以降、プラスチックが一般化して鮮やかな色の製品が登場し、豊かな色の環境にはなつたのですが、それまで日本人が持っていた、暮らしの中に四季を取り入れ季節感を楽しむという、知的でセンスの高い文化を失ったかのようにも感じます。
私もさまざまな住宅建材メーカーとお付き合いがあるので、畳より優れた床で、畳より日本人の肌が見え、キレイに見える建材は無いと感じています。畳は最初青畳で、日に焼ける

と黄色く白っぽくなります。その色の変化は自然が風化していく色の変化と同じです。畳の色を見れば、どれくらい年月を経ているかがわかるのです。現在では新建材の床材は色が変わりませんし、障子紙もプラスチックになりました。しかし、木を使用している年月を経ることで色相が赤みを帯びてくすんでいきます。この色の変化も木の幹の変化と同じで、なんともしえない味がでてくるのです。
今後の日本は、古くなったものに価値を見いだし、丁寧に長く使っていくという文化に戻っていくのではないのでしょうか。日本人の感性を大切にしたい、街づくりや暮らし、物づくりが求められていて、その感性とは色の組み合わせだと思います。欧米とアジア、日本の色を巧みに組み合わせる具体化できる日本人の感性が求められているのです。

美しい札幌を維持する
色彩景観ガイドライン
―先生が携わられた札幌市「色彩景観ガイドライン」策定についてお聞かせください。
札幌は100年前に欧米の発想で街づくりが行われた都市で、碁盤の目のように道路が走り、そのグリッド



古さに価値を見だし
長く使う日本を見直す

対し、日本は木と木を組み合わせるので精度が必要になります。それは日本では朝鮮半島のおよそ倍の降水量があり、湿気も多いからです。私は、日本の「くされる」「かびる」「さびる」という現象が日本人特有の知恵と文化を生んだのではないかと考えています。すべてのものを、きっちりつくっておかないと、そこから水分が入ってしまうので、精度を追求する文化が生まれたのです。

日本には平らな土地が少ないので、降雨をどのように貯水するかを考えなくてはなりません。このため、水平と垂直を正確に計り、水の流れをコントロールすることが求められました。これによって、水平を保つための土木技術が発達し、その上に水平の床を持った住宅が建てられてきました。家の中も水分が入り込まず、必要がある時は開け放って結露を放出する日本の住まいのかたちが、ここにきてきたのです。

※資料提供：宮内博実氏