

色は時代を ものがたる

協力・資料提供
色彩デザイナー 松田 豊氏

従来の住宅イメージのカラーを破った
「新世代シリーズ」が若者を中心に受けて
いるワケは特にカラーにあり！



色はいろいろ—① 色とはなんだ

いま注目されている「新世代シリーズ」は、かつてなかった“鮮やかなカラーや軽快なデザイン、ソフトな素材感”が若者を中心に受け入れられたものです。その中でも、カラーは今後の設計の大きなテーマとなりそうです。“色と暮らし”の関わりを探り、“色の設計”への対応をご一緒に考えてまいります。

1 「色ってなに」と聞かれたらどう答えますか？

誰もが知っている色...でも改めて「色とは？」と聞かれると、サッと答えるには複雑で、どう説明したらよいか戸惑います。光のない暗闇では色が見えません。色は“光”と光を反射する“モノ”と、光を受けた“眼”と“脳”で起こる「感覚」であり自然現象です。光は電磁波の一部分ですから“物理学”の世界です。モノは色素を含んでいて、光の波長の一部分を反射し残りを吸収しますが、これは“化学”の世界です。光の刺激を受けると、人の眼のはたらきで電気信号になり、大脳で色として知覚するので“生理学”の世界です。さらに大脳の記憶を司る部分に伝わり、過去の記憶と結びついて“心理学”の領域に入ります。つまり、光の性質・モノ・人の眼・過去の経験のどれか一つでも異なると、色と色彩への認識や感情が変わってしまうものなのです。

2 好みの色・配色はどのように決まるのか？

カラーデザインを考えたり商品の色を決めるときは太陽光=自然光を用いますが、この「自然光」も自然環境や気象が影響して、光の性質が変わり、色の見え方に影響します。自然環境が変われば太陽光の質が変わり、生活に影響し、色彩感覚が変わることになります。空気が乾いているか湿っているか、晴天が多いか曇り日が多いか、土の色や、季節による気候の変化の大小などで、ある国、ある地域で暮らす人びとは、知らず知らずの間にその土地の影響を受けます。そこから地域の文化が育ち、伝統となり、“好みの色調”や“配色”が生まれ、受け継がれるのです。

このように「色はいろいろ」ですが、現代は文明が進み、メディアによる情報交流が盛んなために統一的な動きが現れます。ヨーロッパ発信のファッションやインテリア・エクステリア雑誌のグラビアが世界に普及し、その結果、経済先進国では、かつて流行色が同時現象のように現れました。“ました”と過去形でいうのは、今はその現象が弱まったからです。

“衣服やインテリアやエクステリア”は個人の色への心理に合わすのが大前提ですから、画一的な流行現象を経験したことにより“自分らしさ”や“評価”の目が育ちました。そのため、最近自分なりの主張をはっきり出す一方で、再び国や地域の事情を尊重した色合いの選択=ローカリゼーションへの回帰が見られます。

また、光の反射によるのではなく、色の光が直接目に入って色を感じるカラーテレビやコンピュータグラフィックの日常化が、私たちの

色感覚を大きく左右し、現実のモノの見え方とは異質の色感覚や好みを引き出しているように思われます。

3 「色の流行現象」はなぜ起こる？

色の流行現象は、眼の生理的な反応に関わりがあると考えられます。視細胞が光の刺激を受けて興奮し、それが電気信号に変わって脳に伝わり、色を感じますが、同じ刺激が繰り返され続けると興奮が下がります。興奮が下がると感動がなくなるので、次はより強い刺激を求めるといった生理を持ちます。

このことから「流行色は“弱い刺激の色”から“強い刺激の色”に移る」と考えられます。但し一般にいう興奮色ではなく、生理的な刺激の強弱のことです。生理的な刺激は、赤外線と紫外線の性質の違いで分かるように、“長い波長の赤や橙色”よりも短い波長の青や紫の方が強いのです。...つまり、流行色は“長い波長の赤”から次第に橙～黄色を経て、緑から青や紫の“短い波長の色”に移るのが自然な流れなのです。強い刺激を受け続けるとやがて疲れます。次には休息を求めて、淡い色調や白・灰・黒に変わったり、長い波長の色に戻ったりし、やがて濃い色調に移行します。長期間観察するとこのように循環しているのが分かります。

4 エクステリアに重要な“材質感と色彩効果”

商品の色調はその素材の手触り感と一致するのがキーで、ソフトな手触りの布地は柔らかい色が、重厚な布地は深みのある濃い色調が適します。それがシルエットデザインや色の流行と関わり合いながらマーケットをつくりあげます。エクステリアには、直接の触覚効果は働きませんが、素材によって、見た目の柔らかさ・硬さ、軽やかさ・重厚感、光沢感などの材質感と色調効果を結びつける配慮が必要といえます。日常生活では色の好き嫌いで選べばいいのですが、エクステリアの設計の場で商品のカラー選択や色の組み合わせを考えると、正確な知識と、知恵と技が必要になります。...これについては次の機会にふれることにします。

5 歳とともに好みの色が変わるワケは...

年齢によって色の好みが変わるといわれています。顔色の衰えやしわや白髪によって似合う色が変わり、自分の外観から好みが変わります。しかし、加齢とともに眼球が濁る現象も無視できません。白内障の手術で水晶体を摘出するとビール瓶のような色になっていて、プラスチックのレンズを入れると色覚が変わり、まぶしさを感じるそうです。黒い目と青い眼では、当然、色感覚が異なると考えられます。エクステリアの設計には、人それぞれの環境、年齢、流行、色合いへのなじみ(体験)などで好ましい色調や配色が異なることを十分に認識しておくことが重要です。

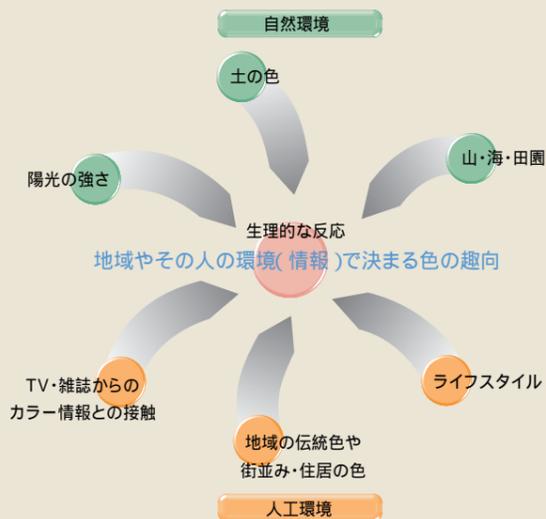
新世代シリーズが注目されるワケがここにあるといえます。

ファッションの流行色サイクルのイメージ例



建材のアルミカラーにみる潮流の例

インテリアやエクステリアの流行色は潮流のように長い期間で移行します



松田 豊氏
色彩デザイナー・MAZDA Color Planning Office主宰
1951:京都市立美術専門学校(現京都芸大)工芸図案科卒
繊維商社(社)日本流行色協会を経て東レ株式会社入社
...シャベットーン企画をはじめ数々のマーケティング企画
・色彩企画を立案
1959~2003:金沢美術工芸大学・東京芸術大学・奈良芸術短期大学
・大阪樟蔭女子大学非常勤講師
1963~1973(社)日本流行色協会理事
1963~1990:日本色彩研究所評議員
現 日本色彩学会名誉会員・関西支部顧問
著書 「色彩科学ハンドブック」共著...東京大学出版会
「色彩用語辞典」共著...東京大学出版会
「色彩のデザイン」...朝倉書店
「カラーハーモニーコレクション」...研彩館