

6 イメージを作り出す色のカ

～人と暮らしをつなぐカラースキーム～



勝馬 ちなつ
KATSUMA Chinatsu 株式会社 色彩塾 / 代表取締役

人は無意識のうちに、日々の判断を色に支配されている。企業は色を上手く利用することで、イメージアップに繋げている。普段何気なく目にしている色や着ている服の色、過ごしている室内の色はどのような効果を持ち、人にどのような影響を与えているのだろうか。

色のカ

太陽の光がある限り、私たちが暮らしている世界はたくさん色で溢れています。自然界の色はもちろんのこと、衣食住の全てにおいて、生活のあらゆるシーンで色は活用されています。色は、日々の暮らしに必要な道具。この道具を上手く使うことで、情感豊かな日常を過ごすことができます。又、社会においても、コミュニケーションツールとしてビジネスシーンにアプローチできます。

配色の力は無限大。おしゃれな色、美味しい色、心地よい色に加え、ビジネスの世界では、視認性や安全性、信頼性も兼ねた配色計画で、色彩理論に裏打ちされたカラーマーケティングを成功させたいところです。

色の効果

色には「好き⇔嫌い」の生理的な側面と「心地よい⇔不快」の心理的な側面があり、これらのベクトルの中に色は存在しています。色の効果とは、感覚に影響を与える心理的効果とも言えます。知らない間に、人の心を動かす不思議な力があるのです。

五感による知覚機能は、視覚が8割を占めると言われるほど、殆どが色の情報です。しかし色は、視覚からだけではなく、皮膚から感じ

取ることもでき、心と体に影響を与えます。よく例にあげられるのが、目隠しをして、赤い部屋と青い部屋に入っている時の体温の上昇率や、時間感覚の差を科学実験したもの。結果は、赤い部屋に居ると血圧が上昇し、体温が上がります。短い時間でも長く感じられると言われています。一方、青い部屋に居ると体感温度が低くなり、血圧が下がりリラックスした状態になります。時間の経過は実際より早く感じられるという結果が出ています。

このように色の効果を利用しているところはたくさんあります。赤の効果を利用している飲食店は、食事を美味しく見せて、お客様の回転率を上げるために内装にも暖色系を使っています。青の効果を利用したオフィス空間などは、集中力が高まるように色彩調節しています。



写真1(上) 食事を美味しく見せるための暖色系。赤の色彩効果を使って回転効率を上げる。温かみのあるカフェ空間



写真2(右) 青の色彩効果を使って落ち着いたオフィス空間に。精神的にも安定し、効率的な仕事をするための色彩調節 (提供: パシフィックコンサルタンツ株式会社)

特に深い青は、信頼や誠実といった印象を与えてくれるため、企業のコーポレートカラーに使われることも多いです。

他にも色には様々な効果があり、上手く利用することで企業のイメージアップに繋げ、販促に活かすことができます。販売戦略の一つとして、キャッチーな色とデザインは重要です。日々の暮らしの中に上手く取り入れて、心地よく暮らしたいところです。

しかし、同じ色でもプラス面とマイナス面があり、使い方を間違えると逆効果になることもあります。色は、色相(色み)・明度(明るさ)・彩度(鮮やかさ)の3つの要素から成り立っています。一般的に、純色(vivid color)の色相で、色の心理効果を表すことが多いのですが、同じ色相でも、トーン(明度×彩度)によって大きく変わると言えます。又、組み合わせによっても人に与える印象が異なるため、分量とバランスを考えて使うことが大切です。

色のイメージ

イメージというと、とても抽象的な印象を表す言葉ですが、これは人によって視覚感が違うため、一般的に統計的なものとなります。これらのイメージは、3属性、色相(色み)・明度(明るさ)・彩度(鮮やかさ)の組み合わせによって表すことができます。

① カジュアル

明清色(明るくて濁りのないクリアなトーン)を中心に、色相は数色を自由に組み合わせる。ポイントは、白やオフホワイトを配色の中に入れること。若々しさ、軽

快、楽しく自由なスタイルで、明るく動きがある印象に。

② ナチュラル

中明度～高明度の濁色(スモーキーなトーン)を使い、低彩度でまとめる。色相は色相環3～13までの黄みを多く含む色で。自然界にある色はイエローベースやアースカラーの色群。幅広い層に受け入れられるソフトで穏やかな印象に。

③ シック

ニュアンスのある低彩度トーン(グレー系)を使ってまとめる。無彩色又は無彩色に近い有彩色で全色相の中から自由に選択。普遍的でベーシックなカラー群。コントラストは付けずに馴染ませる。シンプルで落ち着いた印象に。

④ モダン

無彩色系を中心に高彩度の色相や明度差を付けて、全体的にコントラストを付ける。アクセントカラーは全色相の中から1～2色選び、少量の面積で。シャープでスタイリッシュな印象に。

⑤ クラシック

中～低明度。色相環12～20の数色を使い、重厚感のある配色にまとめる。ベースはブラウン系で、アクセントカラーは深く強い色をポイントに。伝統的で落ち着いた配色、高級感のある大人の印象に。

⑥ エレガント

中～高明度の濁色(スモーキー)グループ。色相は紫～赤系まででなじませる配色。ソフトで上品なスタイル、上質で落ち着いた女性らしい大人の印象に。

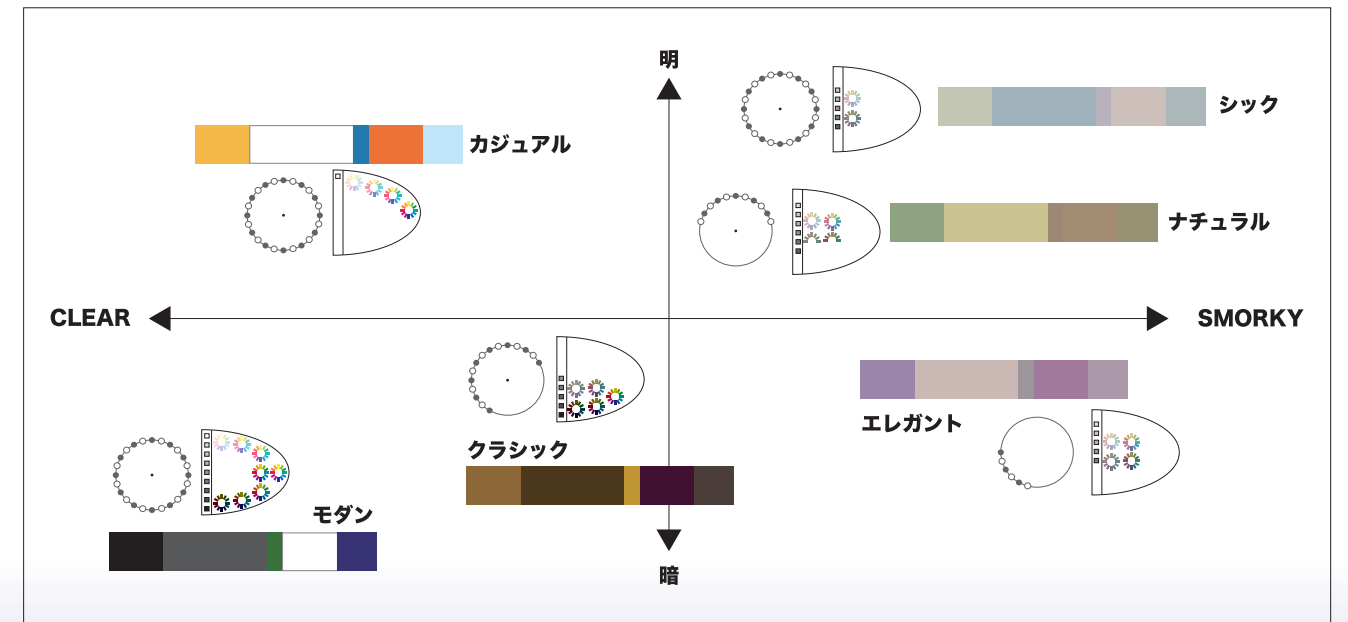


図1 色相・明度・彩度をプロットしたイメージマップ

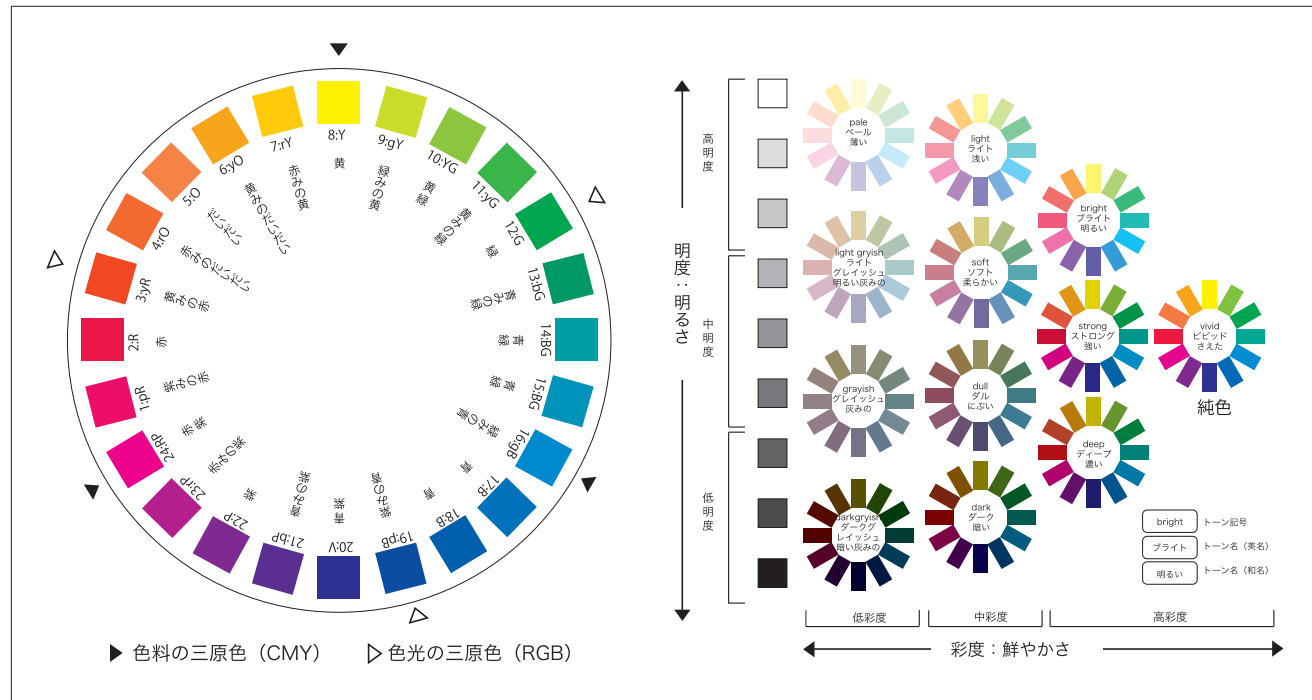


図2 PCCS色相環とトーン表。配色調和論をベースにした色彩体系。(印刷の関係上、実際とは異なる場合があります)

パーソナルカラー

パーソナルカラーとは「髪・肌・瞳・唇などの人間の持つパーツの色と調和する個性や魅力を活かすカラー」のこと。近年、ファッションカラーコーディネーターという職業の方が増えて、似合う色を導き出すコンサルティングを行っています。

個人差はありますが黄色人種である日本人の肌色は、色相3~7 (PCCS色相環、図2)、7~7.5の明度、平均4.0の彩度。十人十色と言いますが、人によって似合う色には幅があります。肌色は「メラニン」「カロチン」「ヘモグロビン」「静脈」の色素の割合で微妙に変化します。

色相3~5.5の赤みの多い肌ベースと色相5.5~7の黄みの多い肌ベースの馴染みやすい色は、色相環の上下で大きく2つに分かれます。クールな印象の色相とウォームな印象の色相。その中でも、赤みを含む色が肌色と繋がるか、そうでないかは、色相環の左右で2つに分かれます。又、明度も高明度、中明度、低明度のどの辺りなのか。彩度は高彩度か、中彩度なのか。3属性を分解して分析します。ここで、色だけでなくイメージも絞られてきます。馴染ませたソフトなイメージが良いか、コントラストを付けたシャープなイメージが良いかなどなど。

しかし、この似合う色というものはあくまで軸。3属性の色空間にある軸色の周りの色は、配色理論で自由に着こなすことが出来ます。特に大事なものは、色相よりも明度と彩度(トーン)。もっと絞り込むと明度になります。

得意な明度を知るだけでも、色選びの幅が広がります。

インテリアカラー

インテリアカラーを決めるとき、材料選びはとても重要です。特に、クロス(壁紙)選びには拘りたいところです。一般的にクロスは明るい方が広く見えると考えられていて、ほとんどの住宅は、白いクロスが貼られています。しかし、「広く見えるから」という理由だけで、反射率の高いピュアな白いクロスを選ぶと、採光が取れた光のたっぷり入る空間では非常に疲れてしまいます。白も色々あり、少し色味を帯びた優しいトーンの白を選ぶとよいでしょう。又、広く見せるポイントは、壁と天井の色



写真3 クロスと肌。白い壁紙と肌明度に合わせた壁紙を比較してみる。明度を下げて肌明度に合わせると、落ち着いたインテリア空間に

を変えない、全体の彩度を上げないなどの、家のテーマカラーを決めることです。明度が低くても、広く見せる方法はたくさんあります。

「居心地のよい」明度は、肌明度と同じ7~7.5。クロスに手を当ててみてください。肌と同じ程度の明度は、馴染みが良く、落ち着いた優しい空間に仕上がります(明度ドミナント)。昔からある和室の聚楽壁はこの明度。和室で和む理由はここにあります。

人と空間の関係

配色で様々なイメージを作ることには可能ですが、心地よい空間作りを目指すなら、ぜひパーソナルカラーを取り入

れたインテリアでまとめてみて下さい。もしかすると、今お住まいのインテリアは、ご自身のカラーを知らなくても、パーソナルカラーとイメージがリンクしているかもしれません。長年の経験から、圧倒的にそのマッチングが多いので不思議でならないのです。

私はいつも顧客のパーソナルカラーを利用して色彩計画をしています。当社の開発したパーソナルカラー配色システム「color+shape®」を使ったインテリアコーディネートで、心地よい空間作りが実現できます。何より、顧客のイメージと室内空間の色調が整うため、効率の良いモノ選びが可能になります。

木部の色や明るさはパーソナルカラーの色相と明度を参考にするとよいです。高明度の方はバーチ、メープル、明るいオーク、明るいグレーの木部に、ナチュラルでシックなイメージでトーンを馴染ませる。中明度の方はオーク、チェリー、チークなどのミディアムトーンの木部に、カジュアルでナチュラルなイメージに中彩度の色相でリズムを付けて。低明度の方はダークオーク、ウォールナットやダークな木部に、モダンでコントラストのあるイメージに明度差や彩度差をポイントにするとよいです。

イメージが決まるとクロス、カーテン、家具、照明、アート等は配色理論でまとめやすくなるのです。長年の経験から、インテリアコーディネートとパーソナルカラーは確実にリンクすると考えています。

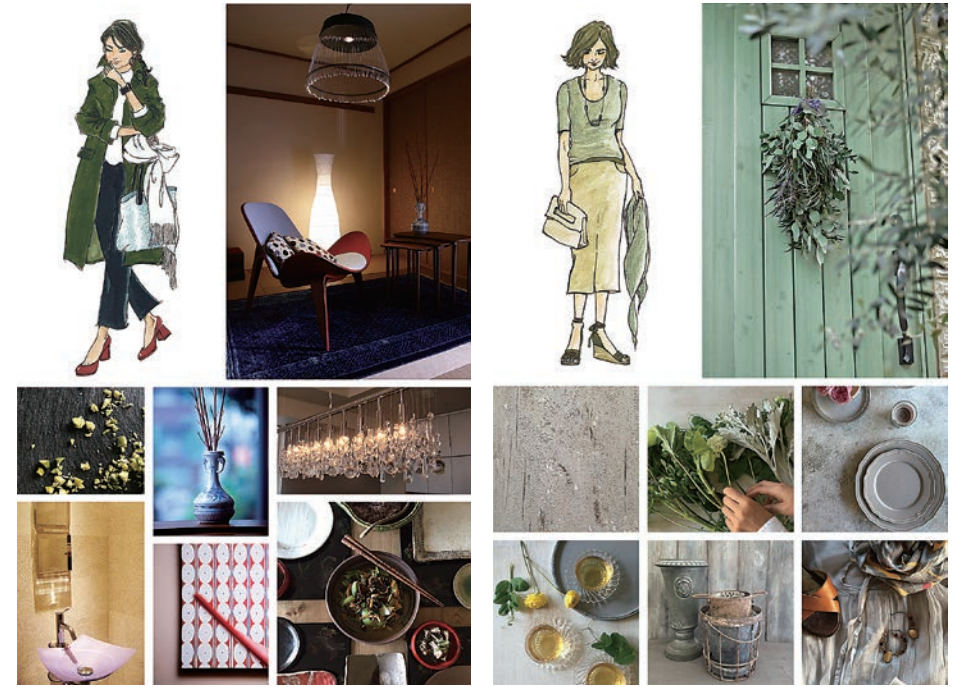


写真4 低明度・高彩度で青系や赤系の色相が似合うパーソナルカラーの人は、モダンなインテリアでコントラスト空間に落ち着く傾向がある

写真5 高明度・低彩度で黄系や緑系の色相が似合うパーソナルカラーの人は、シックでナチュラルなインテリアでトーンがまとまった空間に落ち着く傾向がある

色のルール

カラーコーディネーターは色彩調和の基本理論を知って、感覚でアウトプットする世界です。一見したところセンスに思われがちですが、「7割がルール、3割がセンス」と考えています。ルールとは色彩学です。科学や文化、心理、配色や造形などの様々な知識が必要ですが、体系的に覚えていくものなので、短期間で身に付きます。センスは感性です。暮らしの中にある身近な色の体験や、自然界の色を通して磨いていく感覚とバランスです。こちらは少し身に付けるのに時間がかかります。

美しい配色には必ず理由があります。まずはルールを習得して、身の回りのカラーコーディネーターに挑戦してみてください。そして、センスを磨くために、絵の具で色を作ってみることをおすすめします。3原色(マゼンダ・シアン・イエロー)+白黒の5色の混色で、世の中の色は全て作ることができます。

体感を通じて理解を深め、アナログでしか出せない美しい色の発見があると、今までに感じたことのない感動を覚えるはず。微妙な色の違いを見分けられると、様々なシーンで色を自在に操ることができ、カラーパフォーマンスがあがるはず。四季を繊細に感じて生活している日本人の色彩感覚は、歴史から見ても世界的に優れています。大きな自信を持って、様々な分野で色を活かせる社会になることを期待したいと思います。