

## Club Palette Vol.52

カラーの最前線を歩く Vol.25

### 色で世界を旅する 色で世界を体験する 『配色アイデア手帖 世界を彩る色と文化』 誕生秘話

Club Paletteの連載「カラーデザインのアンテナ」でお馴染みの桜井輝子さん、7月初旬に配色に関するとても興味深い本を出版された。大ベストセラーとなった『配色アイデア手帖』、2冊目の『日本の美しい色と言葉』に続くシリーズ3冊目の『世界を彩る色と文化』だ。発売1週間ですでに重版が決定するという人気ぶりだが、この本には世界の色がいっぱい詰まっている。

今回は、桜井さんに本の誕生秘話と制作過程でのこぼれ話について伺った。

カラフルな写真や色コマとともにご紹介したい。



桜井 輝子さん

東京カラース株式会社代表取締役。日本色彩学会正会員、国際カラーデザイン協会カラーデザインマスター、色彩検定協会認定色彩講師、東京商工会議所カラーコーディネーター検定試験認定講師、インテリアコーディネーター。

人に役立つ色彩の提案、企業の商品をより魅力的に演出するためのカラーコンサルティングや研修、大学・専門学校での色彩学講師、色彩教材の企画制作など、色にまつわるさまざまな分野で活躍。2014年に日本人としてはじめてスウェーデン国家規格ナチュラルカラーシステム(NCS)の認定講師資格を取得し、その普及に努めている。

### 世界の色と文化を 本からヴァーチャルに体験

—最近出された『配色アイデア手帖 世界を彩る色と文化』という本がとても素敵で興味深いので、今日はこの本の制作過程を中心に、本にまつわるいろいろなエピソードを伺っていきたいと思います。

「空飛ぶ絨毯に乗って、世界一周するように」と冒頭に桜井さんが書いていらっしゃいますが、本当に1冊の中に世界の色がいっぱい詰まっていて、ページをめくるだけでも旅行した気分になれますね。

ありがとうございます。実は5年ぐらい前から、世界をテーマに面白い色や美しい色を紹介するコラムや記事を書きたいと思っていました。配色アイデア手帖のシリーズはこれで3冊目になるのですが、今回は「世界を彩る色と文化」がテーマです。コロナ禍で、現在は海外旅行もできないようなご時世ですが、“めくって旅する新しいデザインの本”とサブタイトルにもあるように、この本を読むことで世界の国々を感じていただき、ヴァーチャルに海外旅行を楽しんだ気分になってもらえれば、と思いついた本です。



『世界を彩る色と文化』  
発行:SBクリエイティブ

—“世界の色”という切り口で書かれた本はほかにもありますが、今までにない新鮮さを感じました。コンセプトや内容について、あらかじめ出版社側からのオーダーみたいなものがあったんですか？

はい。まずは「フランス、北欧を中心にする」「単なる旅行ガイド的な内容はNG」「コアターゲットは知的好奇心が旺盛な30代、40代の女性である」というオーダーがありました。

そのうえで、「絶景ばかりだと、売れないからやめましょう」とか、「フランスだけで全体の3分の1以上使ってもかまいませんよ」、とか、「アジアは少なめでもよいのでは？」などというフィードバックもあって、それについては、「世界の絶景は入れたほうがよいものもありますね、ウユニ塩湖とかモロッコのシャウエンとか」「フランスだけ多いのもどうでしょう？ 世界はフランスだけじゃないですよ」「アジアは、コアターゲットである30代、40代の女性も繰り返し旅行しているので好きだと思います」とか、一つずつ話し合っって検討を重ね、内容を深めていきました。制作に関わる全員が真剣勝負だったので、結構シビアな本音のやり取りもありましたよ(笑)。



書籍を広げ制作過程のお話をしてくださる桜井さん

## まずは100個のタイトルとイメージ写真を考え そこから色を抽出しカラーパレットをつくる

—それで最終的に「永遠の憧れ、フランス」とか「温もりと洗練の北欧」とか「太陽が輝くヨーロッパの国々」「懐かしくてかわいいアジアの国々」etc…と12のPARTが生まれたんですね。さらに各パートの中に、いくつかのキャッチーなタイトルがついていて、読む人のイメージを喚起し、楽しい気持ちが膨らみます。

最初の段階でまず私が行った作業は、各パートを埋めるタイトルを100個以上考えて、それに合ったイメージの写真を探すことでした。ある程度まとった段階で、出版社さんのほうからいろいろと意見を出してもらって、ボツになるテーマもあったし、「ここのところ、もっと厚みを出したいのももっと頑張ってください」とか、「テーマはいいけど写真がイマイチだね」とか、細かなフィードバックがありました。

写真も含めたテーマ出し自体は、1カ月もあればできたのですが、そのあとの出版社さんとのやり取りや内容の調整が2~3カ月かかっています。1年ぐらい前から準備を始めていたのですが、執筆期間は実は結構タイトでした。

# CONTENTS

本書の目次

France / France, United Kingdom / Denmark / Spain, Italy, Greece / United Kingdom, Netherlands, Belgium, Germany / Switzerland / Ukraine, Russia, Poland / United States of America, Canada / Latin America, Oceania / Africa / Asia / Central and South America / Thailand / Singapore / Hong Kong / Taiwan / Singapore / Japan



カラフルな多岐にわたるコンテンツイメージ

「なるほど、コンテンツを決める段階で、すでにものすごくきめ細かく検討されていたんですね。本自体、見開き対応になっていて簡潔でわかりやすい。タイトルがとてもキャッチーで、それに関するエピソードも魅力的、さらにその下に「イメージ、配色の仕方、ポイント」が必ずついていて、写真と連動した色コマ9色のパレットがついている。右ページでは左の9つの色コマを使った2色配色と3色配色のサンプルがあり、さらにデザインサンプルもついていますね。」

先ほどお話しした写真とタイトルが決まったら、ほぼ同時進行でその下にあるエピソード部分の面白いネタが拾えるかどうかを探りました。「コアターゲットは知的好奇心が旺盛な30代、40代の女性である」が命題でしたので、知的で面白い、ちょっとひねりの効いた「トリビア的ネタ」が拾えて、テーマの写真とドッキングさせられるかがカギで、私にとっては難題でした。もし面白ネタが見つけれなかったら、そのタイトルと写真自体をボツにしてもよいというぐらいの覚悟で進めました。ネタの見込みが立ったら、9つの色コマ(配色パレット)と配色例をつくるという段取りです。

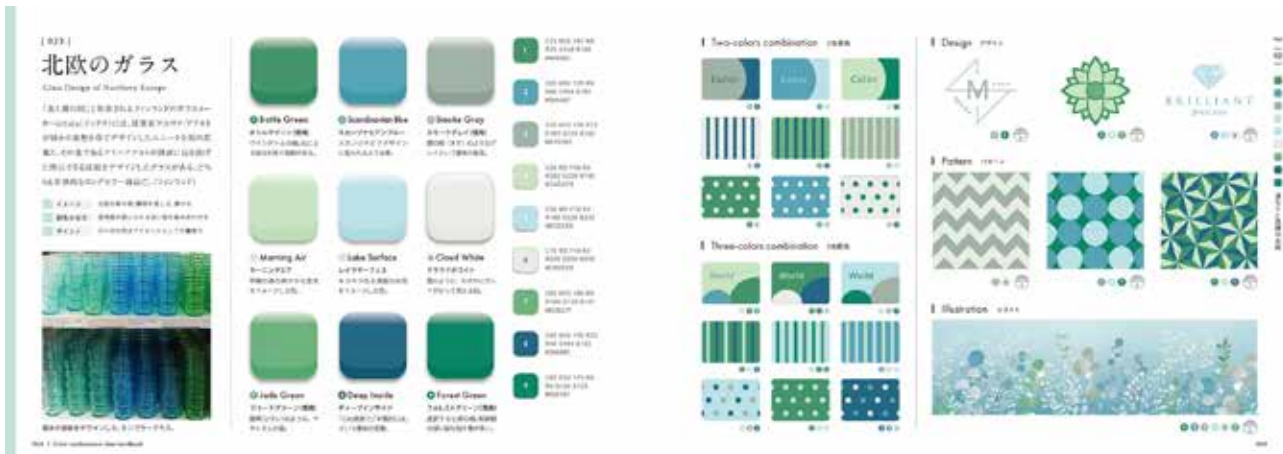


ひとつの見開きにテーマにそった色の情報がぎっしり詰まっている「008北欧のテキスタイル」

# 色コマはどれ1つ同じ色はない カラーパレットのヴァリエーションの 豊かさが魅力に

—9つの色コマでつくるカラーパレットはどのようにつくられたんでしょうか。

テーマに付随する、心地よくてぱっと見て「いいな」と思う写真からできるだけ忠実に色をピックアップして、配色として成立するように調整をかけました。ここがちょっと腕の見せ所で、アナログ作業なんです。実はPhotoshopを使って写真からスポイトを使って色を抽出することもできるのですが、それでカラーパレットをつくとあまりうまくいかない。色の調整作業も、100数十個のテーマがあるなかで、5分ぐらいで直観的に調整が終わるページと、ああでもないこうでもない、と複数の人間で繰り返し調整することもありました。



ヴァリエーションの豊かなカラーパレットと見ているだけでも楽しい配色のパターン、イラスト例「023北欧のガラス」

—色コマは本書の中ではそれぞれが単独のものですか？  
かぶったりしていないのですか？

色名はかぶらないように、エクセルで管理しながら進めました。

—すごいですね、9コマ×テーマ数分あるということですね。

はい。今回は最終的に9コマ×116テーマで、約1000色ですので、なかなか大変でした。ですから、PART1のフランスの色を例にご説明すると、「DIC」と書かれているものは、DIC株式会社さんから許諾をいただき、『フランスの伝統色』の色見本帳から使わせていただきました。それ以外の「慣用」と入っているものは、ヨーロッパの慣用色名事典を2～3冊参照しながら入れていき、無印はそれにあてはまらないもの。これらは、ヨーロッパで流通している商業的な色見本帳2種類を参考にしました。

—一番右側に、デザインのパターンやイラストなどがあるのも、色の世界観が見えて興味深いですね。

このデザインやパターン、イラストの配色例は、編集者さんが全面的にプロデュースして、多くのデザイナーさんやイラストレーターさんに依頼してつくっています。タイトルやミニコラム、色コマや配色例を見て、あとは自由に制作していただいたのですが、とてもステキなものができあがりました。どんなものができあがってくるのか、私としてはとても楽しみでした。

—ひとつの見開きにあらゆる要素が詰まっていて、その相乗効果がいいですね。

私がイメージする、つくりたいものをつくらせていただいたという反面、この本には非常に多くの方々関わってくださっていて、それぞれの得意領域が反映されたお陰です。弊社でも、私以外に3人のアシスタントが制作に関わりました。コラムのネタを集める担当、9つの色コマの下ごしらえをする担当、絵画や図版の許諾関係を管理する担当など、チームで取り組みました。

## スウェーデンの色は弁柄の ファールンレッド メキシコとインドは同じ派手派手でも テイストが違う

—著者として、読者にお薦めしたいのは例えばどんなページでしょうか？

私自身が実際現地に行って色を確認したことのあるページですと、たとえば、[008マリーアントワネット]。これは実際にベルサイユ宮殿のお土産コーナーで見たものです。マリーアントワネットの肖像画はたくさんあるのですが、これがいちばんポピュラーなものですので、親近感を感じていただけるのではないかと思います、紹介しました。

また、北欧の写真が載っているページ。たとえばスウェーデンのイメージというみなさん[024スウェーデン国旗]の青と黄色が思い浮かぶと思うのですが、実際に現地の人に聞いてみると違って、自分たちの国の色は赤と緑だと言うんです。特に赤は、[026窓辺のダーラナホース]にある深い赤。ファールンレッドというのですが、これが自分たちの赤だと言う。スウェーデンでは昔、銅が産出されたんですが、そこから採れる顔料(弁柄)の色で、茶色に近い赤です。これぞ「ザ・スウェーデッシュ」だと。そういう日本人の思うスウェーデンの色と、現地の人が思うスウェーデンの色の違いって面白いですね。



最もポピュラーなマリー・アントワネットの肖像  
「008マリー・アントワネット」より



スウェーデンの方が大切に思うダーラナホースの赤  
「026窓辺のダーラナホース」より

あとメキシコの鮮やかさとインドの鮮やかさ・・これは同じ派手派手でも全然違うので比べてみるととても興味深いです。メキシコは[067カラフルなスカル]で、ウォルト・ディズニー・スタジオの映画で「リメンバー・ミー」というのがありますが、その画面を彷彿とさせる色合いです。対照的にインドは[082ホーリー祭りの色粉]で、同じ派手といってもイエローベースで黄みに寄った、ちょっと土っぽい感じでテイストが違います。

—ほかにありますか？

はい。私自身は、全然行ったことのない場所なんですけど、[072早朝のオペラハウス]と[073ミルフォードサンド]の写真の比較も面白いと思います。実は写真自体の色はそっくりなんですけど、抽出した色が違う。オペラハウスは空の色を主役にして、ミルフォードサンドは光と影を主役に明暗のコントラストで選んでいったので、カラーパレットの表情は非常に違ってきます。これはちょっと作為的に作り上げました。



メキシコ:「死者の日」に祭壇などを飾るカラフルなスカル「067 カラフルなスカル」



インド:ヒンドゥー教のお祭り「ホーリー」を彩る鮮やかな色彩「082 ホーリー祭りの色粉」



異なる色を抽出した [072早朝のオペラハウス]と [073ミルフォードサンド]

## カラーの仕事は企業のCIカラーの策定や コンペティションの審査員など多岐にわたる

—この本をつくるにあたっては、人知れぬいろいろなご苦勞と工夫があったのですね。桜井さんが今までカラーの専門家として携わっていらした豊富な経験と知識、たくさんの引き出しがあってこそ生まれた集大成であるとお話を伺っていて感じました。本を出版されて、ほっとされているところかと思いますが、カラーに興味のある読者の方たちのために、色彩のプロとしてずっと続けてらっしゃるお仕事についても、一部をご紹介ください。

現在進行しているものですが、企業のCIカラーの策定というお仕事があります。

大きな企業さんで、20年ぐらい前に株式を上場するタイミングで、コーポレートカラーを決められたのですが、それが時代とともに合わなくなってきたということでリニューアルのお仕事を依頼されました。今2つの新規事業部のCIカラーの提案を行っていますが、新型コロナウイルス感染症の問題があるので、オンラインでの提案になっています。初めての経験ですが、これも新しい仕事の仕方ですね。IT系事業部のメインカラーはブルーグリーンで検討しているのですが、「これに対するアクセントカラーは、メインカラーから120度左右に離れた範囲内で」などと説明しながら行っています。こういうお仕事はB to Bで成立しやすく、年に数社うけたまわっています。

また、日本塗料工業会さんが主催されている「環境色彩コンペティショングッド・ペインティング・カラー」が年に1回あるのですが、審査委員を務めさせていただいています。こちらは色彩学の視点から、作品のカラーリングについて審査を行っています。今回で23回目になるのですが、私は12年間審査に関わっていて、色については、ファッションとは違ったゆるやかな変遷があったのを感じます。12年前は無彩色系の建物が主流でしたが、その後YR系(マンセル表色系の黄赤)が中心となり、2、3年前にはG(グリーン)系をアクセントとして使う秀逸な事例も登場しています。

さまざまな切り口から「色」をテーマにお仕事をさせていただいていますが、色の世界は間口が広く奥深いので、色の事だけしか知らないというのは、なかなかお仕事として成立しません。いつもアンテナを張り巡らせ、学び続けたいと思っています。



企業とのお仕事で使用する資料を広げ説明して下さる桜井さん