

カラーコーディネーションの実際

環境色彩

目次

第1章 環境色彩とカラーコーディネーション	7
第1節 環境色彩分野のカラーコーディネーター像	8
第2節 環境色彩計画のこれまで	13
1. カラーコンディショニングからスーパーグラフィックへ	13
2. フランスにおけるスーパーグラフィックの展開	16
3. 地方色の調査・研究	18
4. 色彩の地理学	20
5. 日本の環境色彩計画	21
6. 景観法と環境色彩計画	26
第3節 環境色彩分野のカラーコーディネーションの配慮事項	32
1. 地域性に配慮し、個性ある景観をつくる	32
2. 関係性に配慮し、秩序ある景観をつくる	36
3. 公共性に配慮し、多くの人に親しまれる景観をつくる	40
第2章 カラーコーディネーションの方法とそのプロセス	47
第1節 環境色彩コーディネーションの基点	48
1. カラーコーディネーションとプランニング	48
2. 環境計画の総合的視点	50
3. 景観デザインの視点	52
第2節 環境色彩計画の方法	54
1. 環境色彩計画の概念	54
2. カラーセグメンテーション(人・生活・社会と色の関わり)	56
3. カラーコンストラクション(モノ・形態・空間・機能と色の関わり)	60
4. カラーシチュエーション(環境・景観・地域・時間と色の関わり)	64
第3節 プランニングプロセス	66
1. 企画(Thinking Phase)	66
2. 計画(Planning Phase)	66
3. 設計(Design Phase)	66
第4節 計画(Planning Phase) コンセプトメイキング	68
1. 調査(読み・探る・集める)	68
2. 分析・展開	74
3. 総合評価	82
第5節 設計(Design Phase)	84
1. デザイン展開 - I (候補色)	84
2. デザイン展開 - II (候補色→決定色)	86
3. 管理	90

第3章 建築計画	99
第1節 建築とカラーコーディネーター	100
1. カラーコーディネーターの役割	100
2. 建築と計画	101
3. 計画と設計	102
第2節 建築空間の意味	104
1. 空間とは	104
2. 寸法・モジュール	106
3. 視覚・知覚と空間スケール	108
4. 空間の計画	110
5. ゾーニングと接点	112
第3節 建築空間の構成	114
1. 架構と構造計画	114
2. 建築空間に求められる性能	116
3. 材料・部品・規格と建物の維持管理	118
4. 法的規制	120
第4節 建築空間の展開	122
1. 建築と色彩	122
2. 世界の町と建築色彩例	124
3. 日本の風土と建築色彩例	126
4. 外部空間・歩行者と車	128
5. 群と複合の計画	130
6. 地域・まちづくり	132
第5節 インテリアの視点	134
1. インテリアにおける色彩の意味	134
2. インテリアの色彩の視点	134
3. 公共空間の色彩演出	136
4. 商空間及び作業空間の色彩演出	138
第4章 環境計画	141
第1節 環境計画と色彩計画	142
1. 環境デザインと色彩計画の考え方	142
2. 環境デザインの領域と対象	143
3. 環境の計画と構築	145
4. 環境の設計と表現	147
5. 環境デザイン監理と管理	150
第2節 環境形成の意味	154
1. 場所・景観・様相の形成 — 環境や地域との関わり —	154
2. 街並みの形成 — 街や道との関わり —	156
3. 広場の形成 — 交通や交流との関わり —	158
4. 園地の形成 — 自然や人工との関わり —	160
5. 小空間の形成 — 人間と行為との関わり —	162
第3節 環境のデザイン	166
1. 場所とデザイン	166

2. 事物とデザイン	168
3. 生活とデザイン	170
4. 時間とデザイン	172
5. 制度とデザイン	174
第4節 環境計画の課題	178
1. 自然との関わり	178
2. 人間との関わり	180
3. 街づくりとの関わり	182
4. 技術との関わり	184
5. 情報との関わり	186
6. 文化との関わり	188
第5章 カラーコーディネーションのための材料知識	193
第1節 景観材料とは	194
1. 景観材料の種類	194
2. 景観材料に求められる性能	195
3. 景観材料と色彩	196
4. 景観材料選択の視点	197
5. 景観材料とカラーコーディネーション	197
第2節 塗料・塗装	200
1. 塗料	200
2. 塗装	210
3. 素材別塗装システム	214
4. 塗料の色票（色見本）	224
第3節 各種の景観材料	228
1. 木材（エクステリアウッド）	229
2. 石材	232
3. 鉄鋼系素材	237
4. 非鉄金属素材	239
5. コンクリート	242
6. セメント系外装材	244
7. セラミック	246
8. ガラス	248
9. プラスチック	250
第6章 資料編 環境色彩の基礎知識	253
第1節 図面	254
第2節 色彩に関わる法律、基準類	267
1. 景観関係	267
2. 道路関係	271
3. 都市計画関係	274
4. 建築関係	276
5. その他	277

第3節 基本用語	280
索引	304
カラーコーディネーター検定試験	310

第2章

カラーコーディネーションの方法と そのプロセス

色彩は、宇宙的広がりを想像させる体系をもち、その作用は誰でも理解できる重要な知覚要素として応用される。そして人間を含めて自然界にある色彩は、おおむね環境の内に“情報”として仕組まれる。ただ、近来の高度情報化社会において、色彩は、多様な状況に対応可能な変幻自在の要素として過度に利用され、結果、環境から遊離した表層化粧色として濫造される場合が多い。

環境に関わるカラーコーディネーションは、これらの情報の消化不良や混乱を環境や景観などの総合的な視点でとらえ、これに参加するさまざまな人間やその集団との関係性を想像しながら、対象となるものや空間のありようを色彩を用いて調整することにほかならない。いうなればコーディネーターには、地域性や公共性に根ざす色彩の処方箋をさまざまな状況に照らして作るのみならず(計画)、具体的な色彩を用いて展開する(デザイン)能力も問われるのである。

“計画”と“デザイン”は、論理性と感性、あるいは客観性と主観性という相対の連関によって枠組みされるといってよい。計画とはデザインの意味づけであり、その方法とは、ストックした知識の活かし方、組み合わせ方によって構築される。

本章で紹介する方法と実践のプロセスは、あくまでも環境色彩計画のための一手法、参考である。基本的にコーディネーションの方法やプロセスは、具体化する対象や計画の条件等によって千差万別で同一はあり得ない。読者においては、独自の方法論やこだわりをもち、常に魅力的な環境色彩の創出に向けて挑戦していただきたい。



景観主調色の視感測色調査

第1節

環境色彩コーディネーションの基点

1. カラーコーディネーションとプランニング

カラープランナー、カラリスト、カラーデザイナー…。色彩に関わるさまざまな職業のどこがどう違うのか。本題に入る前に今一度“カラーコーディネーション”とは何かを考えてみよう。

(1) 状態操作と状況操作

カラーコーディネーションとは…不合理な点を直し、過不足をならして、正しい状態（形や性質のあり方）をつくること、ほど良く調整、調節すること、釣り合わせることを意味する。これに対してプランニングとは…あることを行うために、状況を把握し、あらかじめその方法と手順を考えることであり、用意周到な計画能力が求められる。

つまり、調整が現時的、部分的な状態の操作であるのに対して、計画は変化予測的、全体的な状況の操作といえる。

状況とは真に環境的である。状況とは…時間的経過のうちに変化していく場や地域の様子を示し、広義には、人が現に置かれている自然的・社会的・精神的情勢のすべてをさす。環境色彩に関わるコーディネーションは、表面的、部分的な問題解決の対症療法で一時的なバランスを得られたとしても、真に調整したことにはならない。コーディネーターは必然的に計画対象の全体像を把握し、変化要因を見越し、状況を操作できる能力が問われてしまうのである。つまり、プランナーであろうがコーディネーターであろうが、対象とするモノとコトへの対処の仕方が単に状態操作なのか、または状況操作なのかによって、プロフェッショナルとしての資質が判断されるといってよい。

(2) 協働作業の中での専門性

いうまでもなく、カラーコーディネーションの最終的操作は、具体的な色彩を用いて建築・環境の景観調和や魅力の創出を目的とするため、多分に色彩的知識とこれに応用する能力が必要となる。すなわち、環境に関わるコーディネーションは、色彩に関わる能力を中軸としながらも、これが展開される建築や土木、あるいは都市工学、景観工学など、異領域との連携上に成立するものであり、合意形成のプロセスを経るということである。いいかえるなら、コーディネーターには色彩を基点としてコミュニケーションし、さらにプレゼンテーションする能力を、協働作業の中で行える応用力のある専門性が問われる。

(3) 求められる客観的説得力

カラーコーディネーターは、自分自身が納得するだけでなく、連携する他の専門領域の人をも説得させる必要がある。そしてさらにコーディネーションは、計画対象となる施設や環境の行動主体である生活者や住民にも共感される、多面的な配慮がなければ成立しない。色彩は誰にでも理解できる要素であるが、コーディネーターは、個人の資質を土台としながらも、問題や条件に対して柔軟に対応できる展開力と、客観的説得力、及び意志伝達能力を兼備する必要がある。

(4) 環境創造への寄与

景観法制定以来、色彩が環境へ及ぼす影響力から、建築、景観などのさまざまな分野で、横断的に全体調整できるカラーコーディネーターを必要とする社会的要請は大きい。この要請に応えるためにも、単なる調整役だからという消極的スタンスは取るべきでなく、環境や景観の本質に一步踏み込む積極性をもっていただきたい。

そこで本章では、カラーコーディネーションという調整役ではなく、あえて「色彩計画」という立場から環境色彩を俯瞰し、その方法とプロセスを紹介したい。

■カラープランニングの諸相



図2-1 埼玉サッカースタジアム2002



図2-2 スタジアム誘導サイン



図2-3 横浜ビジネスパーク



図2-4 横浜ビジネスパーク エレベーターホール

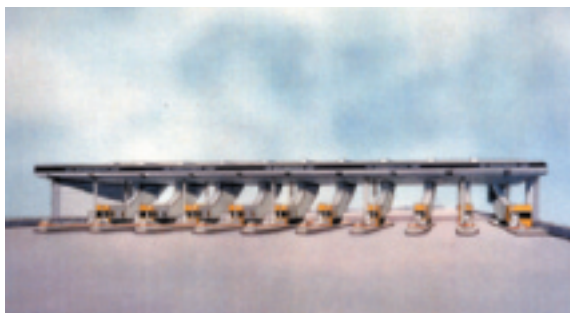


図2-5 阪神高速道路 湾岸線料金所



図2-6 料金所モデル



図2-7 福島相馬共同火力新地発電所モデル



図2-8 電源開発新磯子火力発電所CG

2. 環境計画の総合的視点

環境とは、モノや生物個体や個人という存在を取り巻き、これらに何らかの意味をもち、相互作用をし合う外界すべての状況を示している。

ここでいう状況とは、時間経過のうちに変化していく場や地域、空間の様子を意味し、空間的（三次元的広がり）、時間的（過去－現在－未来という四次元的広がり）な総合性の上に設定されるものであり、これを環境としてとらえた（図2-9）。

(1) 環（括り方）と境（つなげ方）

環境は、環と境の合成されたものである。環とは輪の形、サークル、つまり連続的、総合的に括る意味を内在する。

環境の括り方は、空間的条件によって自然環境、都市環境、地域環境、外部環境、内部環境とさまざまである。またそれら各々の環境状態には、具体的な条件、形態、スケール、性質などがある。環境計画とはこれらを背景にモノや生活像や空間を組み込む作業であり、総合的視点の上にさまざまな関係性をデザインする必要がある。

一方、境は土地そのものをさし、区切りや仕切りを表すと同時に、こころもち（心境）という心理的意味も合わせもつ。環境という総合的な括りの概念は、状況によって適度につなげられるとき、そこに快適な心理状態が形成されるものと解釈できよう。

(2) 関係性のデザイン

人間のデザイン行為は、道具・装置・建築・都市などを対象とし、そのレベルやスケールに関わらず、結果としてこれらの人工物を自然環境の中に組み込んでいることに気づく。そして計画には、環境ということばに内在する括り、つなぐ概念によって、自然と人工物という相関

関係を把握し、それらのバランスをとることが求められる。

また、環境の物理的な括り方によって、人間は過酷な自然変化から生命を守るために家を設け、内部（インテリア）と外部（エクステリア）という空間意識を粹組みし、さらにこれらは内一私（プライベート）と外一公（パブリック）という概念を生成していく。

我々は、このように環境という言葉に実にさまざまな関係性を重ね合わせる。日常生活においても、労働と余暇、生活と地域、あるいは教育環境、情報環境など、対概念や拡大概念で環境を括っているのである。

(3) 時間軸の付与

ところで、我々が一般的に設定する環境の概念は、人間の五感を通して感じる物事を、一時点で切り取ってとらえた、形や性質のあり方である状態をさす場合が多い。いうまでもなく環境には具体的なスケール（規模）があり、これを支える構成要素の量と質の条件があり、また機能面や精神面という関わり方や、さらには時系列的側面がある。たとえば、人工と自然という対概念は、激変する環境と変化のゆるやかな環境という時間軸が付与されたサイクルの差異を明示し、さらに開発か保存かという対立要素のバランス軸や、計画の方向性と提案のありようを考えさせる。

環境に関わる計画やデザインは、現状の問題解決のみならず、将来の変化要因を状況としてとらえ考慮する、先見性や仮説の上に成立するものでもある。

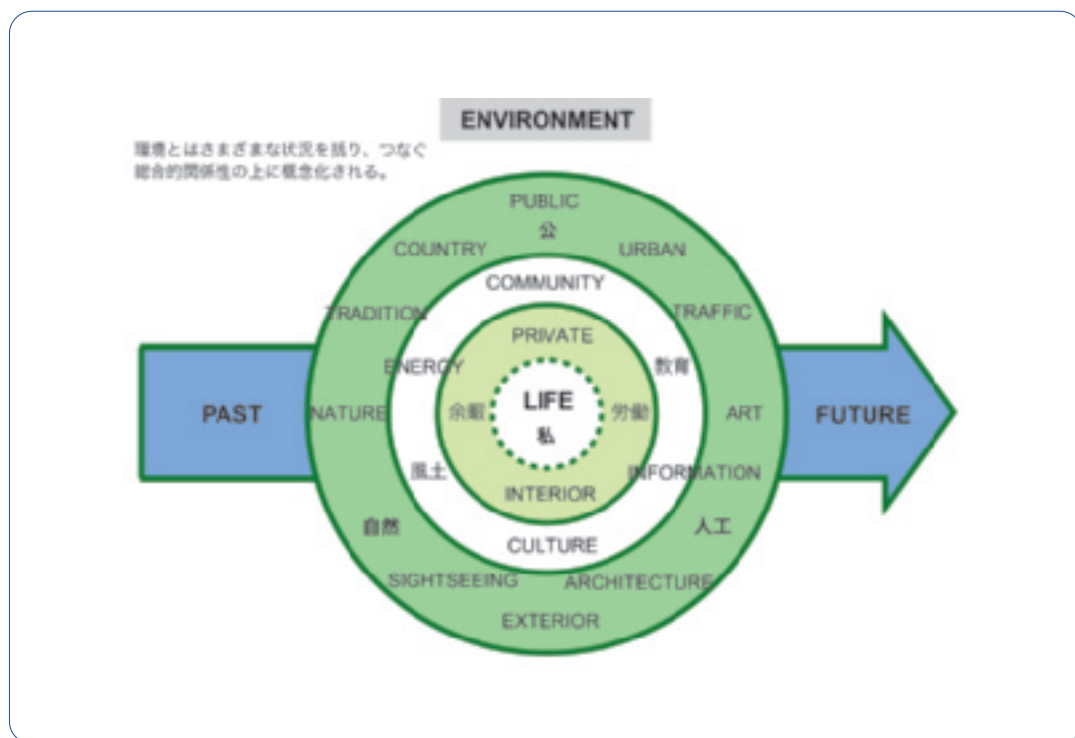


図2-9 環境概念図



図2-10 イタリア チンクエテッラ 漁村



図2-11 アメリカ シカゴの都市景観



図2-12 長野県 木曾奈良井宿の伝統的なまち並み



図2-13 隅田川の新たな都市景観

3. 景観デザインの視点

環境を背景として施設などの主対象を観るとき、主対象だけでなく周辺の対象場も含めて景観という。また“景観とは、対象（群）の全体の眺めであり、それを契機にして形成される人間（集団）の心理現象”と『景観の構造』（樋口忠彦著）の中では、定義されている。言い換えれば、総合概念としての環境の視覚的側面が景観であり、また、これによって人が心理的に描く感情、情緒をも含めて景観という（図2-14）。つまり、景観は人間によって意図的に造られると同時に、人間（集団）へさまざまな影響を及ぼすものでもある。また、カラーデザインの視点で解釈すれば、景観は空間や時間などの物理的条件下にある対象色（施設色、及び環境色）と、眺望主体である人間及び集団の心理的イメージや、価値観の表れである心象色との相関によって描かれるものであり、色彩計画に景観デザインの視点は不可欠の条件といえる。

(1) 景観形成の6つの視点

以下に示す6つの要因は、国土交通省が示した景観形成の基本的視点であり、環境のカラーコーディネーションに深く関わる条件として認識したい。

- ①**地域性**…地域の風土、歴史、個性を活かす視点であり、それぞれの地域の態様により、求められる具体の美しさは異なってくる。
- ②**公共性**…景観は共有の財産であるという視点であり、公共空間のみならず私的空間も集合体として景観を形成する。
- ③**全体性（総合性）**…対象群を全体としてとらえる視点であり、各施設の集合体としての総合的調和及び、施設群と周辺環境との調和への着目である。
- ④**生活性**…美術品のように静的に鑑賞されるものではなく、日常生活に息づく景観であるこ

とが重要である。

- ⑤**多様性**…“美しさ”に対する評価は人間の価値観によって分かれるものであり、一義的に定めがたい。
- ⑥**参加性**…各主体にとって、景観形成に参加し、成果を分かち共同作品であるという実感が得られることが重要である。

(2) 3つのケイ(景)と3つのカン(観)

ここでは、これらの基本的な6つの視点に眺望対象と眺望主体の関係で再解釈を加え、6つの視座と3つの条件を設定していく（図2-15）。図中の型とは、気候、風土に根ざした地域性そのものであり、この中で住民は地域固有の習慣によって生活を営んでいく。これを筆者は景観の空間的条件としている。また、個々の感じ方の多様性とこれが集団化し形成される公共性との間には、契約という社会的条件が設定できる。さらに環境の全体という系と、さまざまな人間の介入、つまり永続的参加・関係の対概念は、景観が長い時間的条件によって醸成されることを再認識させる。いうなれば景観は、眺望対象に盛り込まれる3つの景(ケー型・契・系)と、眺望主体に関わる3つの観(カン型・慣・感)によって再概念化されると考えられる。

(3) あり方と見せ方

色彩計画とは、眺望対象(施設-環境)である「景」のあり方・見られ方や状況と、眺望主体(人間-生活)からの見え方、感じ方である「観」の概念とのバランスを、色彩を用いてその見せ方をデザインすることである。この考え方は、まさに景観デザインに大きく寄与するものである。

いずれにせよ環境や景観に関わるカラーコーディネーションは、空間的条件、社会的条件、時間的条件の3つを満足し、人間性や生活性や地域コミュニティ創出に向けた総合的な立場から組み上げられなければならない。

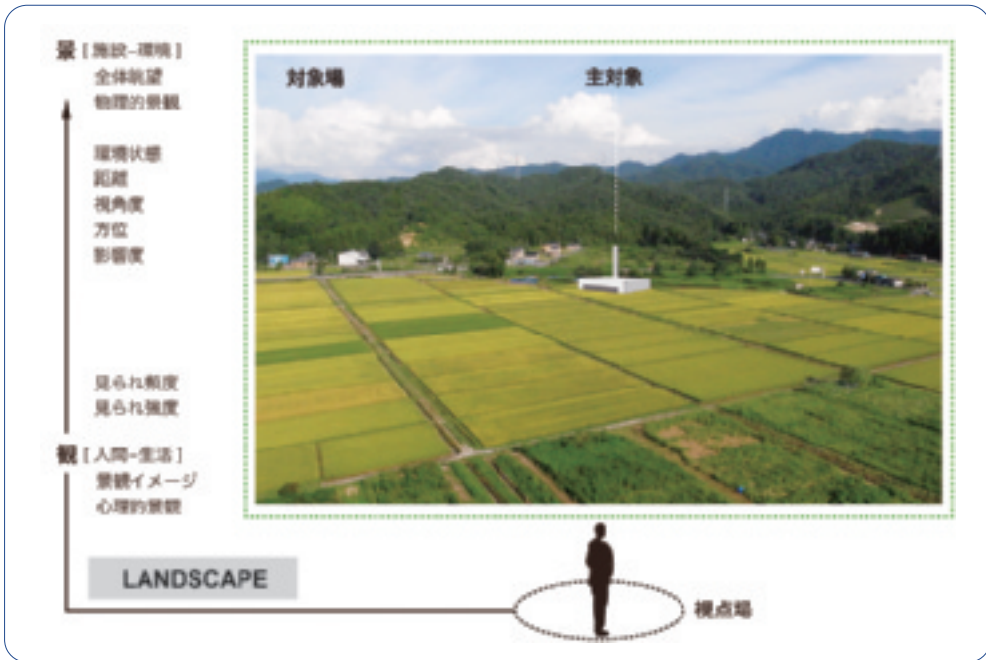


図2-14 景観概念図

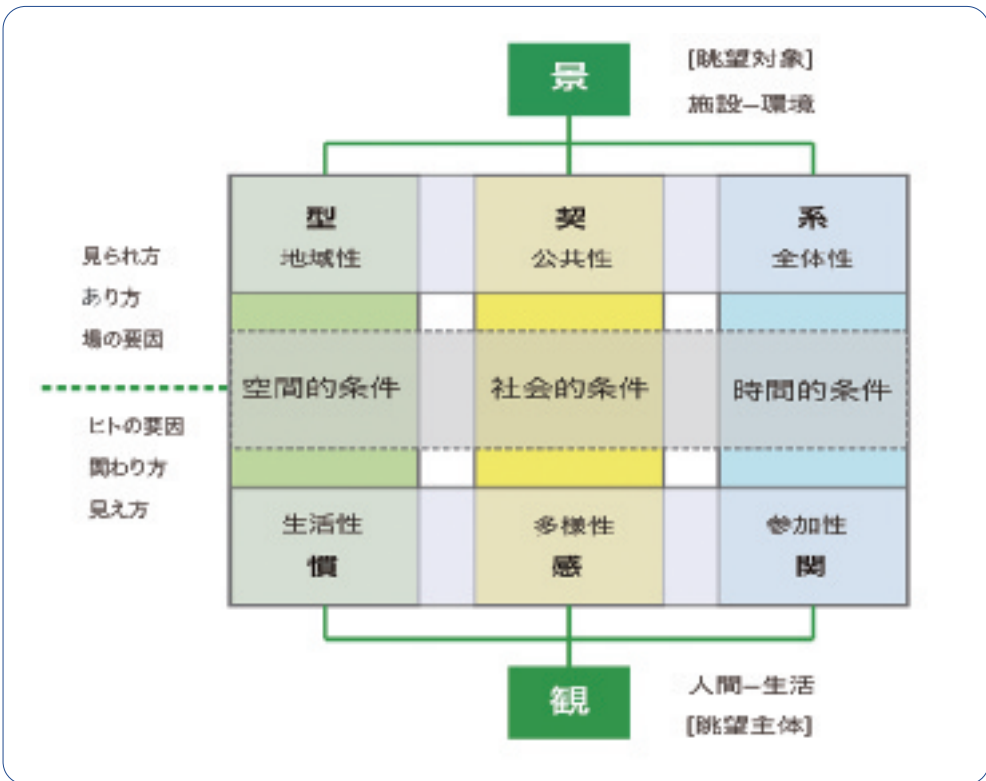


図2-15 6つの視座と3つの条件による景観の概念図