

# 万人が満足できる 色の法則を採用しませんか

大塚産業インテリア株式会社



代表取締役社長 大塚道夫さん

滋賀県長浜にグループ本社を置く大塚産業。江戸時代から麻の生産地である同地で、優れた麻蚊帳の生産を手掛けていた。昭和30年、麻を利用した布壁紙の生産を開始、欧米に輸出。国内でも販売、施工体制も整えたが、市場は塩ビ素材の壁紙が主流となる。その後、壁紙の施工だけでなく「住空間の演出家」としてインテリアの提案業務を開始。インテリアプランをユーザーに押し付けるのではなく、ユーザーの個性を引き出し、カラーコーディネートによってくつろげる住まいづくりを手掛ける。

企業プロフィール

■設立	昭和32年3月28日
■資本金	3,000万円
■事業内容	リフォーム、インテリアコーディネート
■売上高	17億円 (平成10年3月期)
■本社	大阪市淀川区木川西4-3-5

人の色の好みは千差万別ではなく2つの体系に分けることができる

□コミで、このインテリアコーディネーターは、優れたセンスを持っていると薦められても、施主の好みに合わない提案ばかり...ということをよく聞きます。施主によってインテリアコーディネーターの評価に差が出ることに、私達、住宅に携わる者は色の好みは千差万別、個人の好みにぴったりに合わせ提案など不可能、妥協点を見つけない、などと考えていらつしやいませんか。これは、施主の好みに合わせようと努力していても、コーディネーターは無意識のうちに自分の好みを取り入れた提案をしているからだと思います。

色の理論を知らずに、この色が好みと聞いたからと、その系統の色を使った提案をしても色の理論を知らなければ、ちくはくなものになってしまいます。さらに、そんなカラーコーディネート部屋の部屋で過ごしているとイライラしたり、落ち着かなくなつた

り、居心地が悪く、なんとなくその部屋に居たくないといった気分になることがあると、科学的に証明されています。

これは日本色彩学会でも認められている実験結果で明らかになったことですが、人工的に自然界にない色の組み合わせによって、人間の脳波が乱れる事が確認されています。この実験はある理論に基づいて配色されたものと満開の桜、秋の夕焼け、大阪・心斎橋筋のスライドを交互に見せて行われたものです。自然を映したスライドには誰もが心落ち着くものがあるでしょう。このように、自然には誰もが落ち着くことのできる配色があるのではないかと考え、アメリカで生まれた理論が、「カラーフット・プログラム」です。色の配色を科学的配置(コーディネート)により、「人がもって生まれた色素」と「人の色に対する好み」の関連性を明らかにしたものの、原色から発生する無数の色相をブルー系、

滋賀環境ビジネスメッセに出展。住む人にやさしく、やすらげ、癒しのカラーコーディネートプランを来場者に提案。



イエロー系の2つのはつきりと異なる色群に分析した結果、これまでセンスで表現していた色合わせを簡単・的確に組み合わせる事ができました。現在、アメリカではこの色の理論を多くの大学やハイスクールで教えられ、専門家の教育のみならず、一般人を対象にし

たコミュニケーションスクールなどでも教えられています。当然、アメリカの産業界でも製品開発やマーケティングの色彩戦略に取り入れられ、一般の人でも自分に合う色は何か、どのような配色によって自分が落ち着くことができるのか、的確に把握している人が多いのです。

違う系統の色が混ざっていないか、好みと違う色を提案していないか

日本人の多くは、自分の好みの色を曖昧にしか把握していない人が多いと思います。実は違う色の方が似合っているのに、それを受け入れない人もいます。冒頭の施主とインテリアコーディネーターの話は、それぞれが曖昧な形で色のコーディネートに取り組んだために起こったことではないかと思えます。自分の好みの色も的確でなく、施主の好みを的確に拾いあげられなくては、優れた技術を持ったコーディネーターでも満足してもらえない仕事はできないでしょう。

ところが、この理論が日本に浸透する前は、インテリアコーディネーターが、壁紙やカーペットなどを選ぶようにも、ちくはくな配色をした商品が多いために苦労をするといった事もありました。今では数社のインテリア関係メーカーに採用され、こうしたことも少なくなりましたが、現場ではこれ以外にもさまざまな問題があります。コーディネーターが、施主との間に入って施主が満足できる住まいをつくりあげるとい

うのは、まだ好みを聞くことができるのでましなケースと言えるでしょう。営業マンが聞いてきた好みを基に、見たこともない施主が住む家のコーディネートをするハウスメーカーもあります。これはコーディネートとは言えません。先ず見直さなければならぬことではないでしょうか。

カラーコーディネートでやすらぎ、癒しが味わえる住まいの提案

これまで、住宅には「快適性」が第一に求められ、設備への注目度が高く、数値で快適があらわされる住宅が求められてきました。最近では、これに「健康」というニーズも加わりました。どちらも、長く過ごす住まいには欠かせない要素だと思えます。しかし、このふたつのニーズだけでは、病院が最適な住まいとなつてしまいます。これは住まいとは言えません。住まいに大切な要素「くつろぎ」や「癒し」といったものが抜け落ちていきます。そこで、私達が提案する「カラーフット・プログラム」で、もっとやすらげる家づくりを提案しなければならぬと考えています。これを知られば、予算を抑えなければならぬ住宅でも、施主を知る工務店なり設計事務所でも、カラーコーディネートが可能になります。センスに頼ることなく、ふたつの色群の中で、気に入った色、大きく占める建材の色を見つければ、他の配色も同グループの色で行えば、施主のインテリアに対するクレームも大幅に減ることでしょう。