

2013 年度第 5 回物学研究会レポート

「カラーハンティング」ギャラリーツアー

藤原 大氏

(本展ディレクター、DAIFUJIWARA 代表)

2013 年 8 月 23 日

今回は、現在、21\_21 デザインサイトで開催されている企画展「カラーハンティング」のギャラリーツアーを、展覧会ディレクターの藤原大さんに自らさせていただきました。

藤原さんは、ISSEY MIYAKEブランドのクリエイティブディレクターとして活躍後、現在は自らのデザイン事務所を立ち上げ、幅広い活動を展開中です。「色」は、万国共通のランゲージであり、デザインにとっても欠かせない重要なテーマ。今回は、展覧会解説を通してデザインと色について考えました。

## 「カラーハンティング」ギャラリーツアー

### 藤原 大氏

(本展ディレクター、DAIFUJIWARA 代表)



01：藤原 大氏

こんばんは。今日はみなさんにお会いできて嬉しいです。展示品は全部で19プロジェクトあります。私がギャラリーツアーを行うのは今日で3回目です。最初はオープニング日、2回目は一般の方でしたが、今日はデザイナーさんなど専門家の方が対象ということで少し緊張しています。よろしくお願いします。

では、始めましょう。当展のテーマ、「カラーハンティング」は、自分の眼で色を探しに出かける行為のことで。

最初に「色からはじめる一宇宙の色」という展示を見てください。色を語るにはサイエンスが関係してきます。たとえば、昔、天文学者は星の色を見てその質量や年齢といった情報を得ていました。今の技術はもっと進んでいますが、昔から色から情報を得て対象を理解してきたわけです。色は光がないと感じられず、目に見える光が色として知覚されます。色はとても重要な情報を持っていて、色を見るだけで我が家から遠い星のことまで考えられるわけですから、このことは宇宙だけに限らないと言えます。

こちらの「カラーハンティング」と題された映像は、今年3月3日、八ヶ岳で行ったカラーハンティングの様子です。12色セットの絵具と、スケッチブックを手でちぎった幅2cmくらいの細い紙を使って、自然の色を取りました。絵具では作れない色のゾーンもありますが、絵具は一般的に小学生が初めて与えられる基本の道具。つまり、カラーハンティングは小学生でもできる素朴な技法です。こうして誰にでも持っている技術で色とそこに含まれている情報を見ることで、ものづくりの新たな視点が生まれるのだと思っています。

それから、今回は19個のプロジェクトごとに内容などを説明したキャプションパネルを用意しています。企画協力をいただいたカワイイファクトリーさんと考えて、皆さんだけでなく一般の方にも分かりやすいことを目指してできるだけ専門用語を省き、立ったまま数分で読み切れます。説明の下には色相環も入っています。眼球に見立てた真ん丸形で中心を黒、周りを白くした軸をつくり、カラーハントした色を空間座標で示しています。

また、この会場では環境に配慮して段ボールを活用しています。展示用什器だとほぼ廃材になってしまいますが、段ボールなら古紙としてリサイクルできるからです。では、次に進みましょう。

こちらの「ひな人形」は、先ほどの映像にあった八ヶ岳で生まれた作品です。ちょうど3月3日だったのでひな人形を選び、造形作家の内藤三重子さんに人形に仕上げてもらいました。布は内藤さんのコレクションの古布からカラーハントされた色を選んでいただきました。

このひな人形は3月3日に得た情報から作ったわけですが、皆さん、たとえば結婚式当日の空の色はぜひ取っておいてください。その日の空の色はもう2度と見られませんか。色は写し取った人がその時の気持ちを含めて情報をつくるという使い方でもできるのです。

続いては「ライオンシューズ」というプロジェクトです。東大の桐山孝司教授と研究室の学生さんが制作した靴が赤い台の上で動いています。天井にある4台の赤外線がパターンで靴を動かすのですが、ぶつかって止まって1回引いて、人がきたら1回転してなどいろいろ試して……。短期間での製作だったため大変だったようでしたが、すばらしい動きになりました。

このプロジェクトではまず、アフリカのセレンゲティ公園まで行き、ライオンのカラーハンティングをしました。11月に行ったのですが、この時期だと草が生い茂り、そこに群がるヌーを追いかけてライオンが集まってくるからです。

ライオンの現状について簡単に話すと、ライオンは昔、イギリス中部やロシアまで生息していたようでした。でも、人間の生活が豊かになるにつれ、ライオンの数は急速に減り、今はアフリカの一部に約3万頭しかいないそうです。カタール大学の山口誠之教授のお話です。

カラーハンティングは1日50kmほどの距離をジープで移動しながら1週間で約300km、ライオンを一頭見つけるごとに行いました。色は鬣から尻尾まで部位ごとに微妙に違うので、色数はどんどん増え、100色以上になりました。でも、その中からどのライオンにも当てはまる色が見つかりました。それが、「ライオンの色だ」と私は思い、この展示になりました。

ライオンの棲む所には赤い土の上で暮らすマサイ族もいます。この土の色もハントしてきて、ペンキ業者に「この色で」と注文して、この台ができました。まさに、色からはじまるデザインによって、この会場ができています。非常に簡単です。

ものづくりの本質は使う人にとってどれだけ価値があるか、です。そこで、赤い大地をライオンが歩いているイメージから、人間にとって身近なものへこれらのコンセプトをパッケージし直して、靴をライオンに見立てるという考えです。ライオンのファミリーをイメージしているので、靴には子どもから大人用までいろんな表情を持ったライオンシューズです。靴の製作は世界的に有名なカンペールのご協力をいただきました。

さて、セレンゲティにはたくさんの観光客が世界中からやってきます。ガソリン車がバンバン走り、排気ガスで大気が汚染され、咳き込むほどです。「なぜここに電気自動車がないの?」といったことも、この展示で暗に伝えたいメッセージです。では、次に行きましょう。

カラーハンティングというテーマの展覧会にとって、この「スカイダイアリー」は実は最も重要なブースかもしれません。見上げれば、いつもそこにある空の色をハントしました。見上げるといっても、我々が日常的に見る高さの空の色です。365日分の色を取ってインスタレーションにしました。カラーチップの紙の裏にはハントした場所を書いています。出張先でもできるだけハントしたので、スイスやアメリカ、アフリカなどもあります。たとえば、この強烈な青色は、沖縄の空ですね。

そして、竹尾社の協力のもとで、ブックデザインで世界的に有名な、グラフィックデザイナーのイルマ・ボームさんに、1カ月分のダイアリーとして「空のいろ」という1冊の本にまとめてもらいました。NTラシャ紙の全150色ほどの中から1年分の空の色に最も近い色を24色選びました。編集者でキュレーターの太田佳代子さんにもお手伝いいただきました。

次は、「その木に会いに行きたくなる」というコンセプトから始まった「ネーム・ザ・ツリー プロジェクト」という映像プロジェクトです。街路樹は一度植えたら、ずっとそこに存在する不動産になるので、これで価値を作ってみようと考えたのです。

学生が得た情報や想像したアイデアを集約して、そのコンテンツに色づけをするように、最後に一つの色にする。このプロジェクトでは身近な木を選び、その木の情報をもとにそれぞれに名前と色を与えました。そして、世界地図上に位置を示し、クリックするとその木の情報が現れるようになっていて、その情報がオモシロかったらその木に会いに行くという観光プロジェクトでもあります。

続いて「国家珍宝帳」は、1250年前に聖武天皇が使われていた遺愛品のリストから、染織品の色の再現を東京工業大学名誉教授の小見山二郎先生の論文を基に試みたプロジェクトです。木の枕や座布団、服などいろいろなものが残ってしまっていて、正倉院の所蔵品を棚卸したようなものと思ってください。その結果、ハントできた色は全部で26色あり、繊維製品としては約20色でした。

そしてまず、昔の技法で古代の繭から古代布を織られている古典織物研究家の中島洋一先

生に織っていただきました。布の色は素材の基布が光を反射することで出ます。昔の糸は断面がねじれていたりするのですが、その糸で織った布は美しく、そして不思議な光沢になります。でも、現代の糸はフラットなので、昔の染織技法でないと昔の色は出ないのです。

そうして織った布を、天然染料を使う草木染研究家の山崎和樹さんに染めていただきました。今年の春から染め始め、青系の色は夏じゃないと染まらないこともあり、先週ようやく全部が揃いました。1250年前の色を具体的に出したのは、おそらくこれが初めて。これらは1250年前の色にかなり近いようです。

この中でいちばん数が多いのが、「緋」という色です。小見山先生は、聖武天皇が一番使われた色という意味だから、「緋色は天皇の色」と言っていていだろうとおっしゃっています。では、次に行きましょう。

「みずいろハンカチ」は、日本各地の49種の水を採取して作った49枚のハンカチです。水は透明なものですが、成分の違いによって水質が異なります。温度や布など同じ条件でそれぞれの水を染めてみると、このようにさまざまな色に染まります。たとえば、紅茶のティーバックを、北海道と沖縄の水で飲み比べてみると味が違うように、ここで言いたいのは、みずいろハンカチの色は、その土地ごとの情報が溶けたローカルカラーなんだ、ということです。

たとえば、この中で一番茶色に見えるハンカチはどこのものかとリストを見ると、神奈川県の大涌谷とあり、温泉水だと分かる。こちらには少し赤い部分がありますが、長良瀬川です。つまり、このハンカチは水の成分を色で顕在化させることができるのです。今は観光ブームですが、「その土地で取れた色」が立派な価値になるのではと思います。

こちらは、「世界色遺産 01 朱鷺」というプロジェクトです。日本には朱鷺色という色がありますが、朱鷺は一度、絶滅してしまったので、現在、新潟県の佐渡で朱鷺を放鳥して育てようとしています。そこで、現地にある新穂小学校で、朱鷺色をカラーハントするワークショップを行いました。そして、41人の生徒が色を塗った画用紙をそれぞれ初列風切羽（しよれつかぜきりばね）の形に切り抜いて並べたら、41枚の羽の色は全部違っていたのです。一枚の羽からカラーハントしたのに、こんなに違ってしまうのは、たしかに網膜によって見え方が違うという科学的な面もありますが、やはり色には取った人の気持ちが入るからかもしれないですね。そこで私は、この朱鷺色を未来に遺したい色ということで、「世界色遺産」と名付けてみました。

次に、「浜の色音」は、沖縄でビーチの砂や海水をカラーハントしました。色を分光機で調べて出てきた波形を一つひとつ音に置き換えて作ったサウンドスケープです。その土地の色を取って音に変えたので、文字通り、環境音楽になりました。音まではヤマハさんに作ってもらい、その後、作曲家の畑中正人さんに音楽にさせていただきました。この映像は映像作家のToshi Wakitaさんによるものです。

続いては、人の印象を色で表したインスタレーションで、「カラーボキャブラリ（カラボキャ!）」と名付けました。女子美術大の学生約200人に、たとえば、「川越達也は何色？」

「村上春樹は？」などと約200項目を聞き、全12色の中から答えてもらったアンケート結果をまとめました。色として見たことがない対象でも、関連情報などをもとに色で表せるものなんです。 「人の印象をカラーハントした」と言えるでしょう。

12色から選ぶので答えは多少ばらつきます。イード社の協力のもと、その平均値を座標軸で表現しました。また、分かりやすいように立体図も作っています。たとえば、ここに黒があり、その奥に桃色があります。黒には、マツコ・デラックスや壇蜜がいて、桃色にはハゲワシとかトキメキなどが並んでいます。ことばと色の関係性を読み解くということで、このプロジェクトにはさまざまな可能性を感じています。

「肌色メガネ」は、今年成人式を迎えた女性の肌の色を手もとに、JINSさんにたくさんのメガネフレームを作っていただいたプロジェクトです。半透明だったりマットだったり質感を変えてもらったら、一つの肌色から複雑に分化しました。

最近の化粧は、口紅はつけず目をつくるのが主流です。また、視力補正などでメガネをかける時代は終わり、今は、メガネはフェイススタイリングのアイテムです。もしメガネの色が肌に合っていたら、たとえば、アイシャドウと同じようなアクセントのデザインも発想でき、これまでの化粧ではなかった空間がメガネによって生まれますから、非常に豊かなフェイスデザインができるでしょう。

また、資生堂さんの協力で日本人の肌の基本色を提供いただき、その色で作った126色の肌色メガネも用意しました。皆さんも、あとで試着して似合う肌色を見つけてください。肌の色は夏と冬では違います。メガネも一個といわず、季節ごとに変えてみるのもいいのではないのでしょうか。

さて、こちらは「苔ッ婚指輪」というもので、鎌倉宮の銅葺きの屋根の下に生えたホンモンジゴケという特殊な苔から銅を抽出して箔にし、それを指輪に仕上げました。緑色から金色が生まれるイメージですね。銅の抽出は理化学研究所さんに、指輪は鎌倉博古堂の後藤圭子さんをお願いしました。

諸泉茂さんの「動く色」は目盛りのない温度計で、指をあてると温度が上がります。そのときの自分の気持ちを書いてもらうという、参加型のインスタレーションです。

「パーク プロジェクト」は長年やり続けている活動で、不要になった服を使ったプロジェクトです。モノを買ったときの気持ちなどは当時の思い出として、その人にとっては大変価値のあるものです。服にも同じように情報が詰まっているので、その価値をつなげていこうというプロジェクトです。服飾の専門学校の生徒さんに参加してもらい、不要になった数点の服を切ってつなぎ合わせ、新たにデザインし直します。子どもたちが公園で出会って友だちになるように、服同士がくっつくことから始めます。たとえば、北海道のおばあちゃんが買ってくれたTシャツと、イタリアで買ったTシャツをつなぎ合わせ、持ち主に聞いた細かな情報をもとに学生たちはブランドネームまで考えました。元々は捨てられてしまうモノを、人にしか作れない価値を顕在化してコトづくりにつなげた、モノとコトの関係を表したプロジェクトです。

こちらは、「カラーユニバーサルデザイン」についてカラーユニバーサルデザイン機構の伊賀公一さんの協力をいただいた展示です。色を認識する感覚、「色覚」は一人ひとり異なっていて、たとえば、男性の20人にひとり、私が見ているのとは全然違う世界を見ているようです。色覚は5つの型に大別できますが、このシミュレータを使うと、一つの色が各型でどのように見えるかを体験できます。シミュレータはダウンロードして利用できる便利なものです。伊賀さん自身が違う見え方をされる人なので、自身の体験を元にさまざまな面でご尽力されています。このブースは一般社会でとても重要なので、デザイナーはリテラシーとして持っていなければならないと思い、展示しました。

こちらは、セーラー万年筆さんにご協力いただいた「リップインク」という展示です。自分の唇からハントした色をもとにオリジナルのインクをインクブレンダーの石丸治さんに作ってもらいました。唇の中心と端では色が違うので、いくつかの色を取り、その中からご自身が一番ピタッとくる色を選んでもらいました。

そして、完成したインクを使って各自にとって大切な人に宛てて手紙を書いてもらいました。言葉というものは、話している間は本人の言葉ですが、文字になった瞬間、自分のものとは違って見えてくるので、何かアイデンティティがほしいと思ったんです。そして、ラブレターをもらったときに彼女の唇の色のインクで書かれていたら、どれだけ嬉しいだろうというところから発想しました。その人の気持ちを色で顕在化したものであり、まさに肉筆そのものといえるでしょう。

「遊ぼう！カラーシューティング」は、鉢山カンパニの高草木博純さんと舩木展子さんにご協力いただいたゲームプロジェクトです。電子銃で壁に色を撃ち、楽しむ装置ですが、ダイヤルを回すと色が変わり、重なりや発色などを楽しめます。銃などの製作はカイブツの協力です。

「カラーシューティング」と同じく、色を混ぜることであらたな発想につながるプロジェクトが、この「ベジスイ・やさいびぐめんと」です。常磐植物化学研究所さんに、野菜から色を取り出して作った食べられる色を使い、絵を描くように料理をするとどのような料理がうまれるのでしょうか。Soup Stock Tokyo で有名なスマイルズ生活研究所さんの映像はすぐに食べてみたくなりそうです。実際にとり出した色を使って自然由来の香水、ベジスイも作りました。

さて、展示の最後に、「あなたにとって未来の色は？」というコーナーを設けています。ぜひ、思い思いに一色を選んで、壁のスペースに貼ってみてください。ではこれで、ギャラリートアールを終わります。

カラーハンティング展 公式サイト

[http://www.2121designsight.jp/program/color\\_hunting/](http://www.2121designsight.jp/program/color_hunting/)

## Q&A

**Q1:** カラーハンティングの後、その色をモノに落とし込むとき、艶の有無など質感のセレクトには、何か優先順位をお持ちですか？

**A:** 人間は味覚や聴覚など体から情報を得る際、視覚から90%ほどの情報を取っていると言われます。僕も物事を考える発端は見ることだと思っていて、いろいろな情報を集約した結果が色とカタチだと思うんですね。だから、見たときの印象はとても重要だし、マット感や光沢など色と表情の違いを見ることも大切です。見る事が最終的な成果物につながっていきます。だから、ハンティングの段階から光沢があれば光沢のあるものに置き換えるなど素材に工夫されるのもいいと思います。今回のプロジェクトで私が使ったのは安価な画用紙ですが、実は私もそういう置き換えのテクニックを使うこともあります。

**Q2:** 私も趣味で毎日、朝焼けの空の写真を撮っていますが、藤原さんが空のカラーハントをされる場合、撮影する時間帯にこだわりはありますか？

**A:** 「空のいろ」は最終的に朝、昼、そして、(夜明け前と夕焼け後に現れる)ブルーモーメントが入る、夕の3部作になる予定です。今回展示したのは午前中の色です。現在は実験的に夕方の色を撮っていますが、夕焼けは太陽の周りが出るものであり、夕焼けの撮影は逆光になってしまいます。そこで、工夫してカラーハンティングを試みています。

**Q3:** 弊社はカメラやプリンターを通した色の再現という点に命をかけているメーカーですが、藤原さんはあえてカメラで撮らず、自分の目で見て水彩絵具でカラーハントされています。きっとカメラでもプリンターでも再現できない色が藤原さんにはあるのだと思いますが、そういうテクノロジーではとらえられない色を言葉で表すとしたら、どういったものになるのでしょうか？ 僕も写真で撮った色だけが必ずしもその場を再現した色ではないと思っていますが、きっと藤原さんも色というものに対して自分のフィルターを通した空気感や温度、感情などを一緒に盛り込み、表現されているのだらうと感じています。

**A:** カメラはメーカーさんごとに独自の色スペックが設定されていて、色が違います。その色を簡単に残すために僕もカメラで撮りますが、「僕が見ているこの色を残したい。どうしたらよいか」と思ったときに、自分の目で見て体を動かして色を作るこの手法が僕の場合にはフィットしたのです。

また、「とらえられない色」ですが、普通は「青といえば、だいたいこの辺の色」という具合にステレオタイプに頼りがちですが、とらえにくい色を印象として残すにはテクニックがいくつかあります。たとえば、色に音や匂いなど他のものとセットにして色を作ることで、他にはない色として記憶に残りやすくなると思います。



**Q4:** たとえば、「唇のインク」や「肌色メガネ」は先に目的があってカラーハンティングされているように思えますが、「空のいろ」は日記をつくろうと思うより前にカラーハンティングされたように思えました。どういう経緯で色を取っていくことが多いのでしょうか？

**A:** クライアントの要請があれば、それに従います。ただ、「空のいろ」に関しては東日本大震災後、僕はクリエイターとして何か残せないかなと考えていて、ふと空を見上げたときに、世界中の人はみな同じ空の下でつながっているんだと思ったことがきっかけでした。「空の色を取っておけば、その下で暮らす世界中の人の想いを巡らせることができるだろう」と始めたんです。逆に、「唇のインク」や「肌色メガネ」などは最初から成果物のイメージがありました。このように、作品ごとに自分でバランスをとっていますね。色と人がつくる意味は密接に関係しているので、人の気持ちを入れやすい。だから、デザインのツールとして色をもっと使いこなしていくと、なにか豊かなものができるような気がしています。

**Q5:** 藤原さんが選ぶ、「未来の色」は？

**A:** 実は毎日違う色なんです。テンションが毎日違うように、未来も日々、違うのです。

以上

2013 年度第 5 回物学研究会レポート  
「カラーハンティング」ギャラリーツアー

藤原 大氏

(本展ディレクター、DAIFUJIWARA 代表)

---

写真・図版提供

01 ; 物学研究会

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの無断転載を禁じます。

(C)Copyright 1998~2013 BUTSUGAKU Research Institute.