

記念講演 演題 「まちなみ形成における色彩の役割」

講師 加藤 幸枝



プロフィール

かとう ゆきえ
加藤 幸枝 色彩計画家

1968 年生まれ。色彩計画家・カラープランニングコーポレーションクリマ・代表取締役。武蔵野美術大学造形学部基礎デザイン学科卒業後、日本における環境色彩計画の第一人者、吉田愼悟氏に師事。トータルな色彩調和の取れた空間・環境づくりを目標に、建築の内外装を始め、ランドスケープ・土木・照明デザインをつなぐ環境色彩デザインを専門としている。

東京都景観審議会及び景観審議会計画部会委員、品川区／豊島区／八王子市／町田市景観審議会委員、静岡県／山梨県景観アドバイザー。

皆様、こんにちは。ただいまご紹介に預かりました、加藤幸枝と申します。どうぞよろしく願いいたします。

表彰式が終わって、ガラッと客席にいる人がいなくなったらどうしようと思っておりましたがたくさんの方に残っていただきましてありがとうございます。

改めまして本日、姫路市都市景観賞を受賞された皆様、関係者の皆様、誠におめでとうございます。内容を拝見いたしまして、非常に素晴らしい内容で、建造物だけでなく、活動にも焦点が当てられている。皆様の言葉にもありましたが、とにかく人の居場所というものが作られているという内容に非常に感銘を受けました。

このような会の記念にということでお声掛けをいただいて、テーマもいただいて、どういう話ができるかと思いますが、私の色彩計画という仕事を通してのまちづくりについて、何か皆様と共有できればということで、今日は資料を作って参りました。

それでは40分少々の短い時間になりますがどうぞよろしく願いいたします。

色彩 計 画 家

彩りや色合い 物事を行うために、その方法・手順などを筋道を立てて企てること。また、その企ての内容。



結果はもとより、プロセスや方法論も大切。結果や成果の汎用性、持続性、発展性。専門性が周知・理解され、環境が『より良く』なることを目指しています。

本日は「まちなみ形成における色彩の役割」というテーマになっております。

改めて、色彩計画家という肩書きで仕事をしておりますけれども、色彩計画というのは耳慣れない言葉かと思います。

色彩というのはまさに彩りや色合いのことを指しますが、色単体ということではなく、組み合わせる組み合わせさせて、どういうハーモニーを奏でるか、それを企画して企てていく、計画を立てるとというのが本職になります。ですので、結果はもとより、

やはりそのプロセスや方法論、その成果が
 どういうふうに持続していくかということ
 に、私自身も非常に興味がありまして、私
 の専門性が広く周知、理解され、環境がよ
 り良くなることを目指して仕事をしており
 ます。

具体的には、改修の計画が今は非常に多
 くあります。色彩ですので、色の塗り替え
 になります。

日本一の大家さんと言われてますUR
 都市機構のお仕事が多く、関西です
 と、大阪府住宅供給公社のお仕事などもし
 ております。

色彩計画の仕事=改修（色の塗り替え）が多くあります



UR都市機構・コンフォール小松ヶ丘（横浜市）

今見ていただいているのは、団地の塗り
 替えのビフォーアフターです。色彩です
 ので、どういうふうな、どんな色を使って、
 その地域の特徴、或いは建物の個性を活か
 していくかということがテーマになってき
 ます。

単体のお仕事というのは少なく、この事
 例の横浜市のコンフォール小松ヶ丘という
 URの団地のように、大体10棟前後ぐら
 いが中心になってきます。もっと規模の大
 きいものもありまして、今手がけているも
 ので一番大きいのは全83棟、4200戸とい
 う大きな団地です。そうすると1つの町
 のような規模を持っていますので、ゾー
 ニングをしたり、建物の形に合わせて色
 を変えたり、そういうことを地域をよく
 見ながら、或いは形を見ながら考えて
 いく、そういう仕事を中心になっていま
 す。

今見ていただいている調布市にありま
 す神代団地というところも、全59棟、
 2022戸の大規模団地です。

色彩計画の仕事=改修（色の塗り替え）が多くあります



UR都市機構・神代団地（東京都調布市）

エリアの特性に合わせ、少し色味を変
 えたり、後からエレベーターが増設され
 た住棟があります。そういうところを、
 建物と一体に見せていく、そんなこと
 を日々仕事にしております。

一方、色を扱う仕事をしておりますけ
 れども、特に日本においては、やはり
 素材が大事なと感じることが多くあり
 ます。

素材と色 …それぞれ画像をひとこと表すと？



素材（色）に対する認知が先行する

例えばこの左と右の写真を見ていただ
 いて、皆さんこれをどう表しますか。

左側は、わんこそばを食べるようなお
 椀ですけれども、多くの方がこれは漆
 塗りの器ということ認識されるのでは
 ないかと思えます。

それから右側は、木製の看板です。こ
 れを木の看板というふうにおっしゃる
 方が多いのではないかと思えます。特
 に木の看板については、茶色の看板
 ということが最初に出てくる方は少
 ないのではないのでしょうか。

やはり最初に素材を認知していて、そ
 の次に色がついてくるというのが、特
 に日本は自然素材で、これは世界中
 そうですけれども古くは、その土地
 で取れる自然素材で建築や構造物を
 作ってきたという歴史があります
 ので、色は使ってはいますが、それ
 がどういう素材と結びついているか
 という

ことが非常に大事だと思っています。

色彩の役割ということで、今日は3つのキーワードを用意しました。いつもこういうことを意識して仕事をしていますというご紹介が、きっかけになればというふうに思います。「整理」「調整」「共有」という3つのキーワードです。

「整理」というのは、もちろんいろいろ調査をしたり調べたりということもありますが、大きな規模の色彩計画を扱うことができますので、いかに整理をしていくかということがまず基本になっています。

その中で、都市空間にどういう余白を生み出していけるかというのが、近年さらにテーマとしているところです。

先ほどご紹介いただきました、私の師匠であります吉田慎悟という、色彩計画家の第一人者は、今から40数年前にフランスのジャン・フィリップ・ランクロさんというカラリストのところに研究留学に行きました。そこから環境色彩デザインの歴史は始まっています。



ランクロさんは美術学校の先生をしており、同時にデザイナーでもあったのですが、ある時フランス各地を旅している中で、**地**

域には地域の色があるという発見をするようになりました。

先ほどお話したように古くから、建築物というのはその土地でとれた土、木、石、といったものを加工して町並みをつくってきたという歴史があります。ですので、そこから「色彩の地理学」という、**地域には地域の色がある**という方法論を導き出して、世界中を旅してこういうリサーチをするようになりました。

私も先ほどご紹介いただきました美術大学時代に、このランクロさんの研究手法「色彩の地理学」というものに出会い、このリサーチ手法がすごく面白いな、綺麗だなというふうに思いました。

当時はデジカメもスマホもない時代ですので、ランクロさんはひたすらスケッチをし、その土地の素材というのを採集してきて、そこからカラーパレットを作る、そういうことを繰り返されていました。

私たちが今そうなんですけれども、町を見る、調査をするというと、やはり本当に見るんですね。素材とか、部分にフォーカスして単に町並みを眺めるだけではなく、虫の目になって素材にフォーカスしていく、そうすると本当にいろんなテクスチャーがあり、色にもツヤがあったりムラがあったり、ということがよく目に入ってきます。

ランクロさんは近年になり、その「色彩の地理学」というのを応用して、地域のカラーパレットを作るということを、たくさんやってこられました。

新しい計画や、古い町並みの整備をする際も、古くからその町に長くある素材や色を継承していけば、おのずと調和が図れるだろうという方法論です。

学生時代、こういうことを見聞きして、すごく納得感があるなど、そこにあるものに従う方法論を見いだしていく、整理してもう一度組み立てるということにすごく魅力を感じました。

そこからはや30数年、時間が大分経ってしまったなというふうに感じるところです。仕事をするようになって、世界中のいろいろなまちを旅する機会に恵まれました。

地域には地域の色がある
『色彩の地理学』
その土地の気候風土が風景をつくっている

整理（発見）



Firenze 2007.07.28

これは2007年にイタリアに行ったときの写真です。

「色彩の地理学」という方法論を念頭に置いてまちを見てみると、特に景観という領域においては、「遠景」「中景」「近景」ということの仕組みがよくわかるようになります。

少し高いところに登って町並みを全体的に眺めてみたときの、町の全体像や印象はやはり遠景として、町の特徴を作っています。

広く眺めてみると、ああなるほど、こういうまとまりがあって、こういう素材が使われていてということをもまず認知します。

そこからまちを歩いていくと、建物個々の表情であるとか、ディテールが目に入ってくる中景と言われるものです。

遠景に比べて、ずっと表情が豊かになり、この建物に、本当に豊かな表情があることが見えてきます。

もっと目線を近づけて、建物の1階部分、或いは通りの反対側を眺める近景という近い景色ですが、そこで人の活動とかにぎわいが見えてきます。

この「遠景」「中景」「近景」という、全体の関係性が整っているまちというのは本当に魅力的で、今日本でも盛んににぎわいにぎわいということが言われますけれども、それは必ずしも建物自体が、にぎわいのある色を持っている必要はなくて、やは

り1階部分の人の活動とかが、表出してくることが非常に大事だなということを改めて発見に至っています。

色による「そのまらしさ」について/地域になかった色(要素)の出現=騒色問題

整理 (の必要性)



今まで地域になかった色の出現は目新しきがあり、魅力的に見える。一方、目立つこと・個性を生み出すことに重きを置いた外観(単地域一帯の計画的な取組でない場合)は、突出した印象を与えやすく、それまで地域が形成してきた「雰囲気=らしさ」を損ねる要因になりやすい。

一方、私が会社に入ってすぐくらいですが、今から30年前というのは、色彩業界は、なかなか辛い時代がありまして、騒がしい色と書いて騒色という、騒色問題が日本各地で勃発している時期でした。まだ景観法ができる前ですね。

今まで地域になかった色、素材というのが突然出現してきたときに、地域の方々は驚くわけですよ。建物の用途とか、規模にふさわしくない似つかわしくないものというのはやはり違和感を感じやすい。

これも単体の色が良い悪いということではなくて、やはり関係性だと思うんですよ。

その町や環境には、らしさというものがあり、それは言葉にはなかなかしづらいのですが、それを損ねる要因になる。

色彩とはそういうものだというのが、入社してすぐのつらい出来事です。

不遇の時代が、10年ぐらい続くのですが、なかなか、色というのは理解されづらく、色彩計画をやっているという、何か華やかな色を使うんでしようと言われた時期もあったのですが、今こうして「整理」という話をしていく中で、関係性で物事をとらえることが大事だというのが、伝わる、伝えられるようになってきたかなというふうに思います。

「整理」をしていくということは計画をする上で、何を整えなければいけないか、その必要性の発見にも繋がっていきます。

最近では屋外広告物の審査や、協議をする機会も多いので、こういうまちを歩くと、特に公共空間で何が情報として一番入ってくるのか、どこをどう整理すればいいのかということを考えてながら歩いています。

整理 (の必要性)



Tsukishima 2023.07.28

Shibuya 2023.09.1

これはどちらも都内ですが、地下鉄と渋谷駅の風景です。

渋谷駅は今、再開発でどんどん新しくなっていますが、新しいところでも、こういうふうに、どんどん広告物案内で埋め尽くされてしまうという状況があります。

整理 (余白)



Copenhagen 2023.07.19

昨年、北欧に行く機会に恵まれました。

久々の海外に出る機会でした。そのせいもあって、見るもの、聞くものすべて非常に印象的ではあったんですけども、これはコペンハーゲンの地下鉄の駅構内です。

ここから、地下のホームに向かっていくんですけども、案内のサイン以外一切何もないんですね、工事中かと思うぐらいこざっぱりとした景色が続いています。

移動するごとに駅が何もない景色が続いていくんですが、公共サインが非常に見やすいんですね。

4つの地下鉄が入り組んでる状況ですが、英語ではない表記も、番号と色を頼りにしていくとわかるという、初めて訪れる場所でしたが、スムーズに移動ができる、そん

な体験をしました。

やはり帰ってきてすごく思ったのは、都市空間には、是非とも「余白」が必要なんだなということをしみじみ感じました。



整理 (余白)

Islands Brygge Station
Copenhagen 2023.07.19

これも、アイランドブリュッゲ駅というコペンハーゲンから三、四駅ぐらいしか離れていない都市部の駅ですが、トップライトがあって、器具照明が控え目にされています。

素材はもう本当に金属とコンクリートと石だけというシンプルな構成です。けれども、何かここにたらずんで、天窗から、降り注ぐ光を浴びていたくなるような、すごく貴重な体験をしました。

いろいろ町の色を「整理」することを考えながら、実践では「調整」ということを心がけています。

色には「調整」という役割があって、もしかすると役割としてはこの「調整」機能というのが一番向いているんじゃないかと考えることがすごく多くあります。色の居場所を整えるということです。

何年前かに実践した、わかりやすい例だなあというふうにお見せするものなんですけれども、「目立つ目立たない、馴染む馴染み立ち立つの関係性」ということを、色について考えています。



調整



これはよくある花見の風景ですね。土手の向こうに菜の花畑が広がり、真ん中には桜がいただいています。土手の上にシートをひいて、お花見を楽しむという、本当に一般的な景色です。

これにちょっといたずらをしてみました。何が違うかわかりでしょうか。ブルーシートの色がブルーでなくなってるんですね。

実はこれ実際に製品化もされて、「ブラウンシート」というものがあるんですけども、レジャーシートという、工事現場でもよく使われますブルーシート。ホームセンターに行くところでも一番安く売ってるものなんですけれども、こういう花見に使うことを目的としたわけではないんですが、鮮やかな青が使われています。

何もその色でなくてもいいものというのが、世の中にはたくさんあるなと思っていて、私たちはそれを色の引き算と言ってるんですけれども、引き算をしてみると見えてくるものがあるのではないかと。

この場合は、手前のシートの色が控え目になることで、奥の花畑や桜の色、景観自体が印象的に見えるのではないかと、そんなことを調整として考えています。

町の中で、共通で良いものとか、何もこの色でなくてもいいものというのが、気になり出すと、たくさんあります。

景観法ができたのと同時に、国土交通省の方で、景観に配慮した道路附属物等ガイドラインというものが作られてきて、今皆さんの身近でも、ちょっと気にしていただくとそういうものが増えてると思うんですが、環境の中で背景で良いもの、例えば、

地上の防護柵や照明柱、電線を地中化したときの分電盤などは、特別な色である必要がなければ、この共通のガイドラインを使いましょうというものが発行されました。

施行されて10数年経ちますが、非常に浸透していて、各メーカーさんが、標準色でこの景観配慮色というものを製品で用意していたり、土木工事の発注の際に、仕様書にこういった工作物、景観配慮色を使うようにということが書かれていたり、広まるようになりました。



特にガードレール防護柵を、目立たないようにすると危ないだろう、そういう議論も当初たくさんありましたが、例えば、反射シートもこの景観配慮色と同じものがあったり、私も山梨で景観アドバイザーをしていて、交通事故の発生件数と要因など調べているのですが、ガードレールが目立たなかったことによる交通事故というのは、もともとないんですね。

死亡事故自体も減少傾向にあるということで、そうした数字的な裏付けももとより、白か黒かという議論ではなくて、やはりその環境にどういうものがふさわしいかということ、調整しながら考えていく必要があると思っています。

山梨県では、それをみんなで実践してみようということで、市民参加によるガードレール塗装というのが、ワークショップで続いています。

2015年から始まり、市民参加を募ってという企画です。私はそんな公共のペンキ塗りにお休みの日に誰が参加するんだろうというふうに、最初すごく懐疑的だったので

すが、蓋を開けてみれば、下は2歳半、上は80歳代のおじいちゃんおばあちゃんから、総勢百数十人が参加する一大イベントになりました。



このペンキ塗りの面白いところは、2時間ぐらいで結果が出ることなんですね。

何人かで何メートルかずつやっていくと、もう数百メートルが塗り終わってしまう。

それを離れたところから見て、ビフォーアフターを比較してみると、こんなに景色が変わるのかというのを実感できる、そういう今まで当たり前だと思っていた、これでいいと思っていたものを、調整してみる。そういう機能が、色には役割として大きいのではないかというふうに思っています。

そして3つ目、「整理」して「調整」したことをいかにいろいろな方と「共有」していくか、ここにも多く力を注いでいるところです。どちらが或いは何がよりよいかという観点です。

私はデザインを学んできたということもあり、デザイン教育では、とにかくいいものをつくれれば世の中は変わるという教育を受けてきました。今はもう少し変わっているかもしれません。

ですけれども当時、周りにもデザインが上手い人たちがたくさんいて、学生時代、ここだけの話、かなり劣等生だったんですね。

学校の課題では全くいい点数を取ることができず、でも町を見回してみると、世の中デザインの課題はたくさんあるなというふうに思っていました。

なので、やはりデザインする人、物を作

る人たちが良いと思ったことをちゃんと、多くの人に理解してもらうこと、それが必要なだろうなということ、つらつらとこう考えておりました。



今、環境色彩デザインという仕事をしていて、これを1つ共通のツールとして使っているんですけども、「有目性のヒエラルキー」と呼んでいる図です。

左右に動く、動かない。それから上下に面積の大きい小さいを位置付けています。この軸に、環境の中にあるいろいろな要素を置いています。

例えば、右下の面積が大きくて動かないものというのは、建築の基調色や舗装や屋根など、町のベースになる基調を作っている物の色です。

反対に左上の方、面積が小さくて動くものというのは、小さなものでいくと昆虫や草花、それからイベントのバナーやポスターなどになります。

町を歩いていると、先ほどの「遠景」「中景」「近景」にも当てはまりますが、本当にいろいろな要素があります。

そういうものを1つ1つ、これは動くのか動かないのか。或いは面積が大きいのか小さいのか、ということ意識することで、まちの基調となっているものは何なのか。それから、一時的な華やかさにぎわいを演出するものは何なのか。その中に、まちの個性というものがどう作られていくのかということ俯瞰してみる、俯瞰して調整する。こういうことを意識してします。

これをよく、一言であらわすと、「図と地の関係」といいます。

図と地の関係について皆さんもルビンの壺という図を思い浮かべてみてください。

ある時は横顔が向き合ってるような図に見えて、ある時は真ん中に壺があるように見えるという、有名な図地反転の図です。

この「図と地の関係」というのは、どちらかを見ているときは、どちらか一方しか意識されないというのが特徴です。

地を見ているときは、町の基調色を見ていて、その中に何かサイン的な要素が、図的要素があるなということを確認すると、その時にはもう、地となる要素というのは目に入ってこない、脳が認識していないんですね。

これも後になってから知ったことなんですけど、まず都市の環境を整えるということはそういうことなんだなと。

地がちゃんとあるからこそ、図が印象的に見える。逆もしかりなんですね。

ずっとそういうふうに、いろんな文献を読んだりしてなるほどと思っていたんですが、一昨年ぐらいに、まれに図と地を同時に認識し、できる人がいるということがわかりました。

でも、ものすごくまれなんだそうです。

ただ、やはりそういう研究っていうのはずっと続いていて、いかにこの関係性を整えていくか、それが共有の1つきっかけになっています。

去年訪問しましたコペンハーゲンの話に戻りますが、ずっと私もその「図と地」ということを意識していて、いろいろな計画などを推進してきたんですが、どうしても単体、建物単体、或いはせいぜい数件のレベルでした。

コペンハーゲンで駅からの風景を見たときに、風景レベルで図と地の関係っていうのを、すごく意識しました。こういうことなのかと。

動くもの、この中でいくと、交通広場にバスが見えて非常に鮮やかな色です。ホー

ムに広告も見えます。それも鮮やかな色です。



広告もずっとそこにあり続けるわけではなく、おそらく数ヶ月、年単位で変わっていくものだと思います。

動く動かない、面積の大きい小さいという関係が、整っている。なるほどというふうに実感をしました。そういうことを、いかに共感につなげていくかということが、今、自分のテーマになっています。



余談になりますけれども、駅が1863年開業とありますので、160年ぐらいの歴史があるんですね。

2018年当時の写真と比べてみますと、この駅の駅舎のホームのれんが造の建物がなくなって、そこが交通広場になっている。

そういう周辺の交通事情が変わってきたことによる整備が行われているということも後で調べてわかりました。

ヨーロッパに行って感じるのは、すごく色使いが明快で、抑えるところは抑える、使うところは使うというメリハリがすごくはっきりしています。

先ほどの動く交通、公共交通に徹底的に鮮やかな色が使われていて、それとサインカラーが連動している。それがよく見える、「地」が非常に整っているという関係性が

やはり重要なんだなというふうに思います。

なので、どちらか一方の計画ではやはり駄目なんですよね。

公共交通もいろいろ今、海外から取り入れられていますけれども、その色使いに対して、やはりその町にどう溶け込むか、馴染むということをよく考えていかなければいけないと思います。

公共交通にそういう、何か新しいシンボリックな色を使う場合は、頑張って「地」の方も整えていかなければいけない。その相互の関係性というのがやはり、非常に重要だなというふうに思っています。



この駅に近づいていったときに、古くからの構造は、ほとんど変化してなくて、ベンチが足されたり、そういう程度だということわかります。

コペンハーゲンの鉄道はすごく面白くて、改札口がありません。全部ICカードでタッチして、入場、退場することになっています。なので、ホームに幾つかタッチする機械が置いてあるだけで、最初それがわからなかったのが、1回だけタダ乗りしてしまったことがあるんですけど、観光客もそのパスを買って、降りるとき乗るときにタッチをするという、そういうシステムです。

なので、柵や壁が全くなく、駅の出入りが自由なんです。自転車でホームのそばまで乗りつけてスタスタ入っていくという、そのシームレスな関係がすごく面白かったです。

さて、共感の「共有」の話に戻ります。

私は自分が色彩計画をするだけでなく、いろいろなところで、アドバイザー審

議等に関わっています。

アドバイザーなどの仕事の面白くもあり難しいところは、自分が最後まで決めて責任を持てるわけではないので、どうやって地域の人達に共感して、実践につなげてもらうかということが大切です。



これも山梨の富士山が世界文化遺産に登録される時に、動きがあった景観重点地区の事例です。

富士山が、世界文化遺産登録される際に、イコモスからいろいろ注文がきました。

富士山は素晴らしいけれども、周辺の構成要素、特に屋外広告物景観はなかなか問題があり、改善をしなければ認定できませんという通達がありました。

もちろんすぐに改善はできないので、計画を立てて実施していくのですが、その計画をいかに地域の方々を巻き込んで賛同してやっていただくかというときに、色彩はお呼びがかかった次第です。

ここも、オーナーさんと、1つ1つ、どうあるべきか、ここの地域の基調色は何かということ話し合い、勉強会をしながら、私としては、この色にしてくださいということは言えないので、あくまでオーナーさん主導、地域主導で色のあり方というのを考えて実践してもらいました。



どう実践されたか実は知らなかったのですが、数年たって行ってみると改修されていました。

最初の2012年で調査して、翌年には改修が終えられていました。この時、最終決定、どんな色になったかっていうのは、実は私は知らなくて、経過は聞いていたんですけども、結果はあくまでオーナー、地域の方がしていただいたというものです。

こういう役割も、色彩ですごく大事だなと、先ほど調整というお話をしましたけれども、もちろんいろんな回答があると思うんですね。

或いはもっとよりよい、カッコいいデザインもあるかもしれないですけども、持ち主の方、地域の方が納得して、このぐらいだったら、馴染むのではないかとということを考えながらやっていく。そういうことが非常に、意義のあることなのではないかなというふうに思っています。

屋外広告物・サイズと量のコントロール（山梨県 2015→2022）

共有（展開）



山梨ではかれこれ13年くらい、アドバイザーに関わっているのですが、いろいろな地域で屋外広告物、建物外装についての調整、修景というのに関わっています。

これも、私がこうしなさい、こうした方がいいってということをお勧めはするんですが、決定はあくまで地域の人達で、これが波及していかないと、長続きしないので、やはりいかに持続可能性のある助言ができるか。

それはやはり共有してもらわないと始まらないなと思っています。

これは、サイズと量のコントロールができた例なんですけど、従前の景観もすごく阻

害要因ということではなかったのですが、やはりその大型の広告物や一部に突出するような鮮やかな色使いが見られたものを、地域の方が1つ1つ考えて、実践していった結果です。

実はこの山中湖畔というのも、最初に勉強会ということで、地域の方に集まっていたら景観のお話をしたときは、全く反応がなくて、そんなこと急に言われても、みたいなことで、2年ぐらいはなかなか足踏みをしている状況でした。

でも、ある時から1件改修を終えると、やはり先ほどのガードレールと同じように、がらっと景色が変わるんですね。

そうすると、うちもやらなきゃというふうな感じで、どんどん繋がっていく、良い効果が広まっていく。そういう経験もしました。

デザインを多分やられてる方だと、特にその建築の方は、作品を作るという意識でいくと、本当に計画から施工、竣工まで見届けてというのが、ベストであるということはわかりますし、それも大事だと思います。

でも、地色ということに関しては、その地域にとっての、いわゆるストライクゾーンというんですかね。

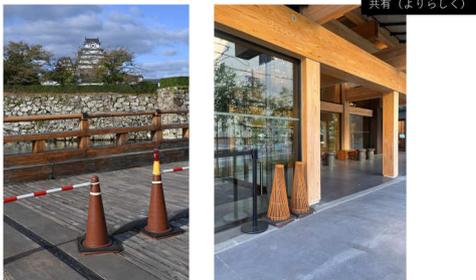
この範囲に収まっていれば、何かみんないい感じで、隣を見ながら考えましようという、おおらかさというか、緩やかさがあると思っています。景観計画というのは本来、そういうものであると思いますけれども、おおらかさの中で、でも一定の通奏低音というんですか、通じるもの、共通の要素、共有できる要素というのを探り出していく、共有していく、これがすごく大事ななというふうに思っています。

冒頭に素材のお話をさせていただきましたが、見れば見るほどやはりそういう細かいところが気になってきます。

実は先月、今回こういう話をさせていた

だくにあたり、姫路にお邪魔させていただきました。

1日いろんなところを歩いておいしいものも食べて、という久々にとても楽しい休日を過ごしました。



左側は姫路城です。入口の周りは今とても外国の観光客の方も多く、私が訪れた日は日曜日だったのですが、お天気が良くて、本当にたくさんの方が並んでいらっしゃいました。

こういう並びを制御する物も色に非常に気を使っているということが、ぱっと見てわかります。

あとで、後半のパネルディスカッションでも話題が出ると思うのですが、やはり姫路の魅力は、駅を降りた途端に、本当に町に対する気づかいが感じられるなどというふうに、ファーストインプレッションは思いました。

こういう細かなところにも気を使っていることが見えるという例です。

右側は、ご覧になったことがある方もいらっしゃると思いますが、京都です。

最近京都で、街中でも見かけるようになったんですけども、同じ樹脂製のカラーコーンに竹製のカバーをかけているというひと工夫した例です。

おそらく、京都の庭師さんがこういうことを考えられたのではないかと思うんですけど、最初はお寺などでしか見かけなかったものが、最近は街中でも非常にこれが増えていて、デパートの前や、駐輪場にもこういう表示があったりします。

私たちは色より先に素材感を認知してい

るという話をしましたが、色に気を使い出せば出すほど、より本物らしく、より馴染むためには、その先があるんだなというふうに感じた例になります。

「共有」、らしさはやはりすごく難しいですよ。

私は、ずっと東京ですし、いろいろよそ者としていろんな地域に行って、これが面白いとか、これがこのまちのらしさなんじゃないかなというふうに思いますけれども、必ずしもそれがまちの方々の、長く住んでいる方々のご意見と一致するとは限らないです。何か、より「らしく」とか、「らしさ」みたいなことは、やはりいろんなことを見たり話したり、いやこうなんじゃないかというふうに話し合いながら、やりとりの中で見えてくるものだと思います。らしさとは雰囲気なので、別に、定義する必要はないです。

これが〇〇らしさだというふうに決めつける必要は全然ないんですけども、何かその言葉にこう決めきれないからこそ、いろいろな英知を積み重ねていく必要があるのではないかなというふうに思っています。



一方、色の魅力は、こういうことかなというふうに思うこともたくさんあり、こういう景色になるとうれしくなり、何枚も写真を撮ってしまいます。

これも昨年訪れたコペンハーゲンの写真です。調和してる状況ですよ。いろんなものがまとまりを持って、テーマを持った雰囲気が醸し出されています。

よく見ると、コーヒーを買っているお客さんも、ネイビーブルーのトレーナーを来

ていて、何か撮影のためにコーディネートされたような景色でした。

調和には法則があり、多くの人が心地よいとか、まとまりがあるとか、気持ち良いというふうを感じる要因が必ずあります。

それは「色彩学」という学問で、何々調和、というふうに定義することができて、裏付けがちゃんとあるんですね。

もちろん印象でこういう感じいいですよとか、なんか気持ちいいですよねということを、ビジュアルで共有していくことも、とても大事だと思いますけれども、あそこには、きちんと裏付けがある、科学的根拠がある。そういうことも意識して検討しているところです。



さて、皆さんが見慣れている姫路の景色です。駅を降りたところの先にお城があって周辺の建物も、伺ったところによると、広告物の規制や建物の色の規制をして、随分変わってきたというお話を聞いております。

私は東京から来た部外者ですので、ちょっとそれに手を加えてみました。何が違うかわかりでしょうか。



2階以上の文字を消して、建物の色のトーンを少し押さえてみました。

ビスタという非常に特徴的なこの通りの

景観のお城が印象的に見えるかというシミュレーションしてみたものなんですけれども、やはり段階的に、色々な方法を考えて共有していくこと。これが、色彩の役割かなというふうに思っているところです。



最近、訪れた場所で、非常に印象的だったところなんです、大阪うめきたのグラングリーン大阪という、駅前に大きな公園ができました。

連日多くの人でにぎわっていて、私がたまたま仕事で立ち寄った9月のまだすごく暑い日の夕暮れときだったんですけれども、水場では、子供さんが水浴びをし、芝生ではたくさんの若い人たちやおじいちゃんおばあちゃんも芝生にゴロンと、くつろいでいる景色が印象的でした。

歩いていて、周りは高層ビルばかりなんですよ。

でも、何でここがゆったりする穏やかで落ち着く印象があるのかなというふうに思って、いろいろ後で考えてみたのですが、建物のビル名すらサインがない。広告物が一切ないことに、後から気が付きました。

駅前の、まだ開発が全部済んでいないところだからとかいろいろあるとは思いますが、先ほどもお話がありました、公園にやたら多い注意書きがないとか、そういうことは、こんなに人の各行動に効果をもたらすのかなというふうに思った一例です。

やればできるんだなという、これも計画に関わった方にも今いろいろお話を聞いたりしているんですが、やはり大変なことだと思います。特に再開発ということで、多くの関係者がいらして、1等地でこれだけの

整理をして、できているという好事例が、令和の時代において、指針になるのではないかと考えています。

姫路に来たからには、ぜひ姫路城に上って、大天守の最上階に神社がありますのでお参りしてくださいねと言われて、上っていきました。振り返って見た景色です。奥が姫路駅になるんですが、なるほど、反対側は全然広告物がなかったんですね。

もちろんそれは鉄道を中心とした開発で、駅からの視認性ということを意識されているのだろうなというふうに思います。

なので、お城からの景色が、こういうふうに確保されているという点も、やはり緑が非常に印象的に見えて、素晴らしい景色だなというふうに思いました。

2020・美観・共有

まちなみ形成における色彩の役割

- ・色は掘り所 …見出すおもしろさ（まちを楽しみたい）
- ・余白を生み出す …余白は虚ではない（密々感じる）
- ・図と地 …全体・環境として考えたい（認識）
- ・素材と色彩 …色は素材によって引き立つ（相性）

本日、町並み形成における色彩の役割ということをお話しさせていただきました。

「整理」「調整」「共有」というのがキーワードになっています。

私にとって、色彩というのはやはり「掘り所」であり、それから役割としては「余白」を生み出す、何か機能とか、そういうことを担っているのではないかと。

そこには「図と地」という意識がすごく働いていて、でも最終的には、素材が大事、色は素材によって引き立つということを、いつも考えています。相性がとても大事だと思います。

まとまりのない話となりましたけれども、先月伺ったときに、ふと目について人力車に乗りました。

車夫の方が、姫路生まれ姫路育ちの大学生だったのですが、ものすごく熱くお城の

ことを語り、おいしい食べ物、姫路に来たらこれを食べていけというお勧めを教えてくださいました。

私にとってはこういうふらっと現地調査に来たのに地域の人との出会いも、すごく面白い青年と出会って、姫路の魅力を語っていただいたってということが、何より記憶に残る出会いとなりました。

こういう若者がいるということも、姫路の大きな魅力なんだなということを最後に、お話しを終わりたいと思います。ご清聴ありがとうございました。