

日本の伝統色を外国人に伝えるための冊子

Booklet for Foreigners on Japanese Traditional Colors

AD19 佐々木 なな子
指導教員 佐久間 善典

1. 研究目的

日本人の色の感覚は、風流や侘び・寂びの世界に見られる彩りである。その独特の色彩感覚は、外国の人にはなかなか伝わりにくい。そこで伝統色を研究し、外国の人に紹介することにより日本古来の文化に触れ、興味を持ってもらう架け橋になるようなものを研究及び提案する。

2. 調査と分析

■日本の伝統色の調査

伝統色は、古来の人々の知恵と工夫から生まれ、多くの絵画や工芸、染織物、また、文学や芸能作品として生活や文化の中に深く息づいている。伝統色の一番の魅力は実に豊かな色名表現であり、身近な動物や植物から採った名前や、染め材料をそのまま色の名前にした、500の固有名と100のトーンの組み合わせでつくられている。同一の材料でも浸す時間や媒染材、温度で変化するので、同じ色であっても全く色みが違う。そのような、些細な条件やニュアンスから生まれる僅かに異なる色み、色そのものから伝わるメッセージ性は日本の文化を反映している。伝統色及び色には、絶対値がなく、あるときは明確に、またあるときは自由に翻訳され、古代から現代へと変幻自在に変化し続ける。どんな表現方法であっても受け継いでいきたい日本人の美のここらともいえる。

■訪日の現状

日本政府観光局の調査によると、我が国は、日本人の海外旅行者数（1,753万人）と比べて日本を訪れる外国人訪日者数（835万人）が少ないという状況が続いている。その主要な対策として政府が2003年から展開している「ビジット・ジャパン・キャンペーン」では、「2010年までに訪日外国人旅行者数を1000万人にする」との目標のもと、国内外でイベント開催やガイドブック制作など様々な誘致活動を行っている。

3. コンセプトの立案

身近に手に取るとこのでき、情報収集に最適で宣伝の可能な雑誌にターゲットを絞り、特定の雑誌ではなく、様々な雑誌の中に織り込まれている

付録的冊子と想定する。したがって以下のポイントを考えた。

- 1) 「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の1アイテムとして制作する。
- 2) 代表的な伝統色に絞って紹介し、日本に来て実際に色に触れたいくなるよう、興味を抱かせるものとする。

4. デザイン展開

冊子本体は全ページフォーマットで見開きとし、左上には統一的に日本を意識してもらうべくあえて漢字をいれる。内容は、その名前の由来、使われ方、僅かに異なる色たちのルーツなど、それらに焦点を絞る。色調はマンセルカラーシステムに基づいて色相順に配列をして制作する。

5. 完成図



6. 結論

イギリス人の方からとてもビジュアルが良いとの好評を得た。日本の言葉のニュアンスを英語やビジュアルで表現するのはとても難しく、苦勞をした。500×100のトーンが果たして代表色だけの数枚で伝わりきれただろうか、是非とももう少し枚数を増やして改善を試みたい。

7. 参考文献

日本政府観光局 <http://www.jnto.go.jp>
『和の色辞典』株式会社視覚デザイン研究所
『日本の伝統色』ピエ・ブックス
『編集デザインの発想法』グラフィック社
『レイアウトデザインのルール』ワークスコーポレーション