

■色彩の感情効果

色の感情効果として、暖かみを感じる色、または冷たく感じる色、みなさんそれぞれ思い当たるものがあると思います。だいたいこの感情効果というのは似たり寄ったりになるものです。進出色・後退色というものがありますが、同じように走って来る車でも、赤い車というのは自分に突進して来るように見えるようです。それに比べて無彩色の黒とか青い車というのはそれだけ事故率も高いと言われていました。赤はみなさん注意をしますから避けますよね。ですので、事故率が高いのは、視野にも飛び込みにくく、またそんなにスピード出して自分めがけて来るとは思われない後退色の方だと言われていました。また、女性の方はとても気にするところかもしれませんが、膨張色・収縮色というものもあります。今の進出・後退と同じようなもので近い・遠いもありますし、また地味な色・派手な色も思い当たることがあるかもしれません。興奮・沈静、柔らかい・硬いなどもあります。それから実際に宅配会社が使っているのですが、同じ荷物でも明度の低いパッケージだと重く感じて作業員から苦情が出たそうですが、そのパッケージを白にした途端に苦情が減った、疲れ感が減ったというようなお話もあります。また、甘く感じる・辛く感じる、こってり感・あっさり感など、この辺りはお料理にも大いに関係してくる部分だと思えますけれども、それぞれ思い当たる色を考えてみたりすると楽しいかなと思います。もちろん個人的な感想、思いというのがあるものですから、色の感情というのは本当に十人十色で、何が正解とまでは言えないんですけれども、多くの方がそう感じるという色は出てくるはずなんです。多分そういうものを利用してケーキ屋さんですとか和菓子屋さんですとか、ちょっと重厚なお料理を出すお店などでは捉えていると思います。そこを失敗してしまうと、「お店の雰囲気がチラシと違うわね。」ということにもなっていくと思います。やはり色の感情効果というのは大きいと思います。昨年は大変な震災があって、私達の仕事というのはすぐに役立つことはなかったんですね。そのためもどかしい思いをしました。ですが、食べる物がなんとか落ち着き、住まうところがなんとか寒さをしのげるようになった後には、生活の余裕という部分で、色を選ぶとか色を楽しむということはとても必要なことだと思いますので、身近なところから、またこれから再建するにあたって、色づかいというのはとても望まれているところなんです。そうしたお料理から街の中まで、ちょっと色のことを見直すきっかけになっていただければと思います。