

<食と美学>

『“かたちという” のコーディネート』

講師：花見保次（聖徳大学講師）

山川やえ子（カラー&イメージコーディネーター）

トピック

- “美” とは . . . 2
- 美的にみえる“かたち”について . . . 3
- 色彩の基礎一色の三属性について . . . 5
- 色彩の感情効果 . . . 7
- 五色（ごしき）から探る中国色彩文化 . . . 7
- 美的な表現を体感するー中国風色彩料理をつくる . . . 9
- 美は心の響き！美はかたちというの調べ！ . . . 11

最初にご挨拶させていただきます。山川やえ子です。よろしくお願い致します。SOA（聖徳大学オープンアカデミー）で色彩関係の講座、色彩検定であるとか、おしゃれレッスンというようなことを長いことやらせていただいております。このクリナップの講座、毎回とても楽しみにしておりますが、お手伝い出来ることを幸いに思っております。

花見です。今日はどうぞよろしくお願い致します。私は、大学で長らくお世話になっていましたが、今は非常勤としてデザイン科目を担当しています。今日はみなさんと私の専門領域でありますデザインの要素である“かたちといろ”について、みなさんのご協力を得て講座の締めくくりができればいいなと思っております。よろしくお願い致します。

■ “美” とは？

この講義では、後半に演習として、実際に紙皿を用意して色彩の盛りつけを表現していただきます。その演習から、『美的にみえる“かたち”と“いろ”』の関係を意識していただこうと思います。でも実際には、色彩は“百聞は一見に如かず”ということで、作ったお料理を口に入れた方が味わい深いと思います。目の前の色彩だけでは実感が出ないかわかりません。日頃、私達は生活の中で見ることを通して、“心地よい”とか“美しい”とか“可愛い”などと感じますが、そのようにいろいろな状況について「どんなものかな。」と気分的に思うことが、美しいかどうかという美の問題と繋がっています。また、人間は視覚を頼りに行動をしています。その視覚の現象である“見る・見える・見せる”という行為を毎回繰り返して生活をしているわけですが、これは主として“かたち”の現象になりますので、そのあたりをこれからご説明したいと思っております。

“美”というのは、ご存知の通りというか当たり前ですが、美しい行為、話とか、一般的には芸術作品などを見る際に主として使用します。実は“生活の中の美”というのが、今、時代的には一番大事だろうと思っています。芸術作品などを見たり聞いたりして充足感を得ること、個人の好みも関係すると思っております。“美しい”に関係する言葉はたくさんあります。美しい・麗しい・よいこと・優れていること・優れたこと・旨いこと、上手という字も書きますが、味が良いことももちろん入ります。ほめること・華やかなこと・立派なこと。哲学では“知覚・感覚・情感を刺激して内的快感を引き起こすもの”とされています。内的快感ですから個人差があるということは当然ですよね。“見立ての心”という言葉もあるかと思っております。例えば盆栽などは、特にそういう感情がすごいのだと思っております。誰でも“見立ての心”を持っておりませんが、それに通じることかなと思っております。

美というのは哲学用語です。“美”というときには抽象的で、一般的に美しいとか、今の説明のように、客観的で普遍的で社会的、あとは必然的な美意識というものに通じます。もう一つ、“快”という漢字があります。“快”は、どちらかと言えば“美”に対しては直接的な意味を持つということで、主観的・個人的・生理的・偶然的ということが言えると思っております。

美は視覚現象によって、主に“かたち”と“いろ”で感じる感覚です。美学という学問があるわけですが、フランス語で *esthetique* と書きます。エステティックというと日常では違う意味で使われていますが、明治の思想家で中江兆民さんが訳語で“審美学”と訳さ

れ、今は“美学”になりました。自然・芸術における種々の美を通じて美の本質・構造を研究する学問であり、根はそういう深いものではありませんけれども、日常的には冒頭で申し上げたような言葉で私達は感じています。

■美的に見える“かたち”について

では、具体的に『美的に見える“かたち”と“いろ”』とはどういうことなのか。特にかたちを感じる感覚というのは五感に通じてまして、姿・格好、うわべの形、の“かたち”ですね。それからもうひとつは色彩も入ってきます。色彩現象によってかたちを認識するんですね。それから材質・材料ですね。ガラスとか繊維、鋳物とかによって見る側の捉える感覚が違います。それから肌理（キメ）、テクスチャー（texture）のことですね。人間の皮膚の表面の網膜状のパターンをテクスチャーと言いますが、その感覚でものをいろいろと感じているということになります。そして光の現象。これは舞台演劇やテレビのショーなどで一番効果的に見せているものです。今は上方から光が入っていますから、みなさんの目にも私の顔がきれいに映っているわけですが、この光が下方から入りますと、ちょっと異様な感じになったりするわけで、お化粧屋敷やその他で表現されているテクニックになります。そういう光の現象で、同じかたちのものであったとしても全然違う感じに見えるということです。また物体が動いている状況では、どんなに固い物も、四角い物も、刺々しい物も、あるスピードで移動しますと、それが丸状に見えたりするというようなことがあります。以上のように、かたちを認識するには6つの条件があるということです。これを私達は意識することなく感じているわけです。かたちは、意味づけとしては形、容姿の容という字も書きますし、それから五感で感じる感覚、テクスチャーもそうですが、視覚、触覚で捉えるものがあるということです。外見に現れた姿格好、中身はともかくというような但し書きがついてよく皮肉っぽく言いますが、中身や働きに対して、今申し上げた外形、形式、それから様子ですね。顔立ち・容貌・容姿とか、これはいっぱい表現がありますが、こういうことで私達はかたちを捉えています。

今朝、みなさんですと家庭で家族のために食事を調べてこられた方もいらっしゃるかと思いますが、食べるとか、おいしいということを除いて、美的に見えるものを古代から研究している中でよく使われる言葉に“形式原理（principles of form）”という言葉があります。これは対象が目に見えている状態で、そのものが美しいかどうかの基準のことで、内容とか目的は除外しています。例えば“大根の煮付け”などという意味ではなくて、大根が丸ければ“円形の”という、そういうことです。“美についてのみの形式的条件のこと”ということですから、幾何学的な図形の組み合わせで美的に感じる感覚とっていただければいいと思います。

“美”は統一(unity)と変化(variety)の適当なバランスを条件として、両者の多様性と秩序性が美的かどうかの基準になり、統一しているものを“美”に感じ、不統一は“醜”というふうに私達は判断しています。対象が統一され、統一は多様性を含む必要がある。例えば、入学式などの式典であれば整然としています。整然とした中で一人がちよっと違う格好をしているとすごく目立ちます。そのバランスで判断をしています。一方、整然としたものだけ見せられていると人間は満足しませんので、飽きてきて違うものを求めること

もあります。そのバランスがそのときの条件によっていろいろ織りなすことが美的状況の難しさでもあるし、また変化の面白さにもなるかと思えます。対象は矛盾があってはならない、矛盾があると快適に結びつかない。式典で整列するということが最も良い例だと思います。また、対象は明確でなければならない。これは、食で表現するなら、盛り付けやテーブルコーディネートで、ひとつのスタイルにまとまって表現していることをいいます。この形式原理で生まれた言葉はたくさんあり、その中で総称した意味（大分類）になるのは“統一(unity)”です。統一感があればまとまって見えて、それが整えられて美しく感じるということですね。

それからもう少し具体的（中分類）になると、“調和(harmony)”と対比(contrast)です。調和のかたちって言われてもすぐに答えは出ないと思えます。調和がある感覚というのは、実は“対比(contrast)”の組み合わせのバランスの感じでもあります。それぞれには言葉の意味がありますが、いろいろな形式を研究することで、こういう言葉が美を整えるときのひとつの方法として使われています。ファッションではよく使われております。

個別（小分類）では主に、“反復(repetition)”と“交替(alternation)”です。これは洋服の柄とか、男性であればネクタイなどの柄が繰り返しの柄になっていたりを見ることができます。昼と夜、潮の満ち引きとか、それから映画や演劇などは幕間などがあります。そういう繰り返しが反復と交替です。次は“律動(rhythm)”。形式原理の中で唯一時間感覚が入った言葉です。これはさっきの反復とか交替と似ていて、そのような現象をリズムと言います。時間の変化を入れて説明できるものです。それから“漸移(gradation)”。グラデーションというとおわかりだと思いますが、だんだんと変化することです。これは最もよく知られている言葉だと思います。それから“対称・均斉(symmetry)”という言葉があります。ヨーロッパのゴシック様式は左右対称の美ということで、ヨーロッパの造形を象徴するひとつの形でもあります。もうひとつは“非対称(asymmetry)”。これは日本人が最も好む美のかたちと言われています。生け花ですとか床の間飾り、それから服飾、女性の襟合わせのスタイルとかをよく見ると、実は全く左右対称ではないけれど左右対称形に感じる造形になっています。それから“均衡(balance)”。これは見た目のバランスですので、もちろん個人差があると思えます。あとはファッションで使われますが、“比例・比率(proportion)”。8等身とか7等身が美人だと、それは人間がつけたひとつの理屈でありますけれど、そういうことよりもバランスがとれていることの見方としてプロポーションがあります。以上のような言葉がありますが、これを決めつけて使うことが決して良いことではないと私は思っています。吟味するときこの条件を使うと、迷っていたもののある程度整えることができるという効果があるかと思えます。

それから“図形(figure)と地(ground)”というものがあります。略して“図と地”と言います。これは都市計画などでもよく使われている専門用語でありますけれど、どんなものかということのをこれから説明したいと思えます。かたちには浮き上がって見える“図形”と、それを強調して引き立てる背景となり、周囲の空間となる“地”があります。“地”は形を持ちません。みなさんポートレートを撮ったときに顔立ちとかを一生懸命見たりしますが、実は背景とのバランスでものを見ているんですね。背景の効果をあまり意識するこ

とはないと思いますが、図形はシンボリックなものと考えたら良いと思います。これらは刺激条件、観察者の経験、それからじーっと見ているか、単に見過ごしているかということもありますけど、個人によってものすごく変わります。有名なものにルビンの壺というものがあります。コマーシャルにも使われたりしておりますが、壺や人の顔に見える反転する図形です。壺と見えた人は、左右の形の顔を意識して見ると壺が消えていくと思います。パッと見て2つの顔が向き合っているように見えると壺が意識されませんね。その見る条件によって壺に見えたり、顔が向き合っているように見えたりするのがルビンの壺です。このような研究を専門にしている人がいっぱいいるわけです。美は決めつけるものではないということだけは、これで理解していただけたのではないのでしょうか。ただ、それを感じたとき、人に伝えたいときには、よく伝えるためにはどうするかというときに吟味するものとして言葉があります。

以上、見えるものの状況から、人間は主観的に誘導されて見える形があるということを言いましたが、例えば、図1は真ん中の線が切れている部分に曲線が見えると思います。図2はどうですか？3つの点を結ぶような逆三角形が見えたのではないかと思います。このように線はないのですが、見る人の視覚が形を主観的に誘導しているといえます。したがって、かたちは見方によって一様ではないということです。実際にこういうものをプロとして表現したり、それから実際の生活の中では、みなさんであればお子さんとコミュニケーションするとき、かたちの状況で印象が変わったりもするという意識をもてを整えていくということが大事な条件になります。

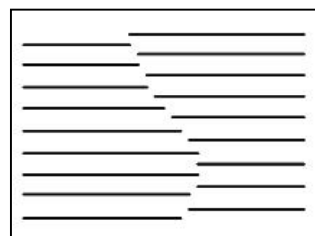


図1

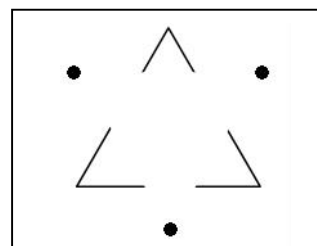


図2

■色彩の基礎—色の三属性について

それでは、色彩の基礎ということで色の見方についてのご説明をします。それから五色の色のお話ですね。これは風水などでお馴染みの方も多いかと思うのですが、食にも大変繋がってきますので楽しみながら聞いていただければと思います。その後は、みなさんに演習をしていただきます。中華料理の盛り付けを意識して、模擬的にカラーカードを使っていろいろ盛り付けしていただきます。「デザイン的な要素なんか全然持ってないわ。」と思われる方もいらっしゃるかと思うのですが、とても簡単で楽しい作業です。自由な発想で、立体的なものをつくれる方などもいらっしゃいます。あまり食材ということ意識しないで取り扱っていただければ、より楽しめると思います。

それでは『美的に見える“いろ”』についてですが、こういったもの（PCCSの色相環）をご覧になったことがある方はどのくらいいらっしゃいますか？こちらを色相環、色の環と呼んでいます。この色の環は、こちらのPCCSのトーン分類にも同じものが載っているのですが、様々に変化していろいろな色が変わっていくわけです。昨今、色彩検定などがとても盛んなので、もしかしたらこの中にもそういった資格にチャレンジした方がいらっ

しゃるかと思いますがどうですか？または学校のときの授業で見たことがあるという方もいらっしゃるかもしれませんね。色を見るには三要素を知っていただくと、その後の配色方法などにも大変役に立ちますし、この色相環とトーン表は配色に便利なツールですので、把握できますと配色の達人に近づけると思います。

色の三要素ということで“色の三属性”と呼んでいます。まず赤だの黄色だのという色味のことを“色相”といいます。これは色彩用語です。色を表すのに「ピンクのセーター買ったのよ。」って電話でお話しても、実際に買ったピンクのセーターの色と、聞いているお友達を感じるピンクのセーターの色は同じはずがないんですよ。それをなるべく「桃みたいなピンクなのよ。」とか「サーモンピンクなのよ。」などという説明をして色の様子を伝えるかと思えます。では、色はどういうふうに伝えるのが一番正確かということ、面白くも何ともなくなるんですけども、数値で示すのが一番正確ではあります。こちらにいろいろなカラーの色見本を持ってきていますが、それもやはり退色したりします。また面積効果と言って、カラーチップで見ても、壁とか床とかになってしまったらだいぶ印象が違いますので大失敗したなんていう方もいらっしゃるかもしれませんね。「こんなはずじゃなかった。」と、手でカラーチップを見て決めただけでも大面積にしたらすごく派手だったということがあるかと思えます。

そして2つ目に“明度”というものがあります。明るい・暗いということですね。例えば、この色相環も上が黄色で下が青紫の配置になっています。これを反転してしまうと安定感がなくなるのです。やはり黄色は明るいから上の方に持ってきていますね。それと同じようにお部屋のインテリアにしても、もしこの部屋の天井が低めで黒い天井だったりしたらすごい圧迫感があるということです。やはり床・壁・天井の色を選ぶときにも明度というのはとても重要になってきます。

3つ目が色の力強さで“彩度”といいます。このあたりを整理したのがトーン表（PCCS トーン分類）になります。色相環には24の色がありますが、もちろんこの色と色の間にたくさん間の色というのもあるわけです。トーン表の右側をビビットトーンと言いますが、ビビットトーンにどんどん白を足していくことによって、白というのは一番明るい色ですから、明るく変化している様子がわかります。色相環で同じ位置にあるものは同じ色相なのですが、白を足すことによって黄色はクリーム色に変化しています。その代わりビビットトーンの彩度は白を入れることによって落ちていきます。トーン表の一番上の列は、左に移動するにつれより明るくなるけれども、鮮やかさ・力強さは減ってきているということで、ビビットトーン・ブライトトーン・ライトトーン・パールトーンと変化します。よく陶器などでパールピンクなんていう色名があると思うんですけども、ちょっとだけ色が付いてるものになります。また黒を足していくと、（トーン表の一番下の列にあるように）どんどんどんどん明るさは落ち、色の強さ（彩度）も落ちていきディープトーン・暗めのダークトーンと変化し、ほとんど黒のダークグレイッシュを過ぎると黒になってきます。黒が一番明度が低いです。間の色も中間色としてありますが、トーン表の一番左の白から黒に至る列を無彩色、それより右側を有彩色と呼ぶこともあります。明度と彩度の複合概念としてトーン表があり、これは日本で開発されたPCCSというシステムですけれども、とても配色調和がしやすく、ものさしのようなものになっています。ですから「ちょ

っと可愛らしい色でまとめたいな。」というときにはライトトーンの色になるだろうし、ちょっとダンディーに渋くしてみたいというときはダークトーンの色を使えばいいということで、トーン表にある各色相環の中での調和は同じ要素があるものですから、とても合わせやすいということになってきますね。

■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す。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す。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いますけれども、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、「お店の雰囲気はチラシと違うわね。」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。

■五色（ごしき）から探る中国色彩文化

今日の調理実習が中華料理ということですので、五色のお話もしてみようと思います。みなさん風水はちょっと占いっぽく感じているかもしれませんが、なんとか少しでも心地よく生きていくための中国人の知恵でもあるんですね。風水は環境地理学ということで陰陽五行説の5元素ともとても関わっています。世の中のことは、木は熱して火を生み、火

は燃えて土に戻って、土は金を、金は水を生み、水は木を育てていくという循環型になっているんですね。そこに方角や季節や時間、生き物とか体の部位も含めてまとめたものが図3、4（9ページ参照）になります。

“木は熱して火を生み”という、木の座というのは青になるんですね。そして方位は東です。東の方向は青の座で季節は春、そして動物は龍です。龍というのは春の座ですから1年の内でも一番暖かく、物事がスタートする。青春という言葉とか、若造のことを青臭いなんていうのもここに関係しているのです。緑と青は一緒に捉えています。今でも青信号と言いますが実際は緑ですよ。青物を一杯食べなきゃ。」と言っても、実際に青い食材というのはほとんどないです。ですから青と緑は一緒の座になっています。そうした座は食材にも関係します。今はなんでも1年中ありますが、食材には必ず旬があります。

そして季節が変わり夏になると暖かい、暑いということもあり、色は赤になります。朱雀門というのも聞きますよね。これは、平安京はいろいろな災いが多かった平城京の後、風水に則って都をつくったわけですが、南の方位にあるのが朱雀ということ。火の座です。

季節は変わりまして、秋の色は白です。そして動物は白虎ですね。大根やカブなどは秋が旬のお野菜と言えます。よく「赤ちゃんの喉がぜいぜいしたら大根に水飴を浸して舂めさせなさい。」なんて言いますが、これは秋の座を見ていただくと喘息とか、そういう病気も書かれていますから、大根・ハスといったものが喉に効くということにもなるかと思えます。

最後に冬の座は黒ですね。これはお相撲などで四方に五色がのってたりして黒に代わって紫を使った旗などもありますが、正式には黒なんですね。紫は赤でもない青でもないということで、中国では忌み嫌われていた時代もあつたりします。世界的にパープルというのは高貴な色とされているんですけども、中国だけはちょっと事情が違ってきます。他の国で何故パープルがロイヤルかというと、その染料がとても高価だったからですね。そしてその紫の濃度によっても違いがあり、日本でも冠位十二階などで最高位になっているのが濃い紫ですが、中国では紫が使われず五色では黒となっています。つまり、陽が昇り太陽がさんと輝き、だんだん沈んでいき闇になるという1日の循環、太陽は1日で生まれたり死んだりするとも考えられていたようですので、そういった循環にもなるかと思えます。

そして最後が中心のエンペラー、黄色なんです。中国では黄色が最高位です。皇帝の黄、黄河の黄、なにかと黄色が大地の色といって中心に置かれておりました。例えば黄色の食材カボチャなどは、ウナギと共にカボチャを土用に食べる習慣のある地方もあるらしいです。土用というのは季節の変わり目ですね。四季があつてその変わり目が黄色になってくるわけです。

明るい、暗い、はっきり、漠然、そして大地という言葉からもイメージされる色があるかと思えます。“明るい”を表すのは太陽の赤ですし、“闇（暗い）”を表すのは夜の黒です。そして“はっきり”というのは雲とか雪をあてていますので白ということになり、“漠然”というので青をあてています。青は、空の色とか海の色、これは手にとってみるのができないですよ。だから青は憧れの色であり、どの国でも好きな色ベスト3に入っている

ほどの嗜好色になります。そして大地の色として黄色が入るわけです。

風水カラーについては足早に説明しましたが、お料理を見たときにあまり茶色ばかりだと、「お醤油ばかり使ったお料理かしら？」という感じで栄養バランスも偏るというものですから、色を意識してこの五色を網羅すると栄養バランスも良く出来上がるということになるんですね。“医食同源”という言葉聞いたことがあると思いますけれども、医食の“食”は“色”にも置き換えられると思っています。ですからみなさんも食卓作りでこの五色を意識なさると、いろんな意味でうまくいくと思います。

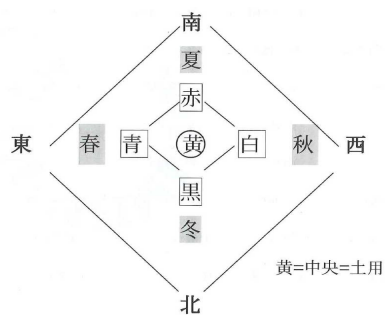


図3

春	夏	土用	秋	冬
青 青物(野菜) 野草	赤 にんじん 紅花 トマト すいか とうがらし	黄 卵 カボチャ	白 ダイコン ハス ご飯	黒 ゴマ トロロ芋 小豆 のり 椎茸 ひじき 昆布
門脈循環障害 筋肉痛 右肩こり 眼病(眼精疲労) 蕁麻疹 つわり	血液循環障害 心臓衰弱 息切れ	出血性疾患 糖尿病 胃下垂 左肩こり 低血圧 貧血 食欲不振 めまい	蓄膿 喘息 リンパ系 肺病 気管支炎 扁桃腺 脱腸 皮膚病	腎臓病 神経痛 婦人病 膀胱炎 泌尿器 生殖器 腰痛 神経衰弱 両肩こり インボ 冷え性 難聴
筋肉系	心臓・血管系	消化器系	呼吸器系	内分泌系
青龍	朱雀	天子(皇帝) 《黄河 黄帝》	白虎	玄武 《想像上の動物》

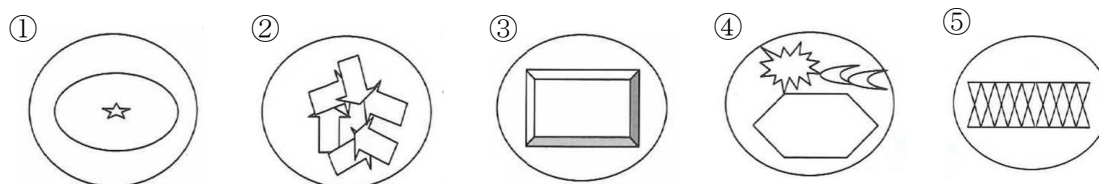
図4

■美的な表現を体感する—中国風色彩料理をつくる

それでは演習についての説明をします。

“美的な表現を体感する”ということで5つの配色例をあげています。この5つの配色例は全般的なことですので知っておいていただきたいと思います。(下図参照)

- ① トッピング：これは、例えばオムライスなどをイメージしたらいいですかね。
- ② 混ぜ合わせる：これは一番楽な方法で、私はもしかしたらこればかりやっているかもしれないですけども、例えば野菜炒めを盛るといようなことでしょうかね。
- ③ 額縁を作る：こうなってくると少し高級感が出てきたりしますけれども、例えば中華などでは、ほうれん草の額縁などがありますね。あと卵とかそういったものでも額縁効果を出すこともあるかと思っています。
- ④ 添える：これは洋食の定食の一番の例ですかね。メインがあって付け合わせがあるということですね。
- ⑤ 繰り返し並べる：代表的な例は餃子になります。



演習ではワンプレートを作っていたくださりですけども、実は配色を考えると必ず意識するのが地と図ということですね。地の色、図の色つまり背景色と図形の色です。こういうことはいつも考えていかなければなりませんので、みなさんテーブルクロスとか工夫されていると思いますが、今日はランチョンマットのつもりで大きい色紙を選んでいただくと思います。まず背景色から考える方がいてもよろしいと思いますし、つくったものにどんなランチョンマットが似合うかなという風に選んでいただいてもいいかと思います。

《講評》

ひとつのイメージとしてストレートに印象づけられるものというのはまとまりがいいですね。まとまりがいいと、イメージが伝わりやすいということです。それから形の組み合わせでは、盛りだくさんの盛り花のようにまとめたのせる方もいるでしょうし、形を1つずつ綺麗に整えて並べますと、それが非常によく見えるということになるかと思います。

背景色でだいぶ印象が違いますよね。際立ちを求めたいときにはランチョンマットの色が食材の色を引き立てるように、例えば（料理が）明るめであれば、逆に渋い・落ち着いた色にしますと料理が引き立つということがあります。やっぱりランチョンマットは彩度が強いほど主張してしまいますね。

色の対比効果というのがありまして、例えば、色相環の黄色をじっと見たあとに白い壁を見ると反対色の青紫が出てくるんです。赤いハートをじっと見ていると、白い壁に目を移したときに青緑が出てくるという現象があるんですね。ある肉屋さんがリフォームをして黄色い壁にしたんだそうです。そうした途端に、リフォームをしたから売り上げが伸びるかと思いきや逆になってしまったんですね。それは、黄色を見ていると青紫のフィルターで新鮮なお肉を見るようなことになります。そういうこともちょっと注意しなければいけないということもあります。たまたま黄色のランチョンマットを見てその効果が出てしまうと、お皿の上のハンバーグがちょっと青紫っぽく見えてしまう心配があります。それをなんとかするためには、黄色の彩度をクリーム色くらいに落としてしまえば、また違いかもしれないですね。

私達がスーパーマーケットに行きますと、生鮮製品の食品売り場はほとんどそういう意識で設えられています。特に大手のお店では、照明の色からすべてかなり吟味して徹底してやっています。おいしそうに感じるのは、実際はそういう舞台装置を上手にを使って、消費者の人においしそうに見せる工夫をしているからということになります。だから、家へ帰って来て見たらそうでもないということもありますよね。お刺身でも、発砲スチロールの黒いトレイの方が50円100円高くても「高級そう。」と思って買ってしまうかもしれないですけど、これもそういう効果だということです。

ミカンは赤いネットに入っていますね。そうすると甘味を感じるから、お客さんの手が伸びるんです。オクラはグリーン色の袋に入っているとか、そういうことも同様の効果ですね。私達の頃はそこまで考えられていない食材売り場でしたが、今は徹底されていて、実際に人間の目がそういう効果を感じて買っているということになっています。

一般的に食欲を増すという意味では、ランチョンマットは暖色系がいいと言われていますが、マットの色が強すぎますとお料理を引き立たせるという効果が弱くなりますから、あまり強い色じゃない方がいいと思います。紺なんかですと高級感は出ますが、一般的には暖色系が食欲をそそると言われています。

テーブルコーディネートの観点でいうと、実際には器との関係で、もう少しマットを地味な色、穏やかな色の配色にしますと食材の色を引き立てる効果があります。それから、今回は白い器を使用しましたが器が額縁の役割を果たすので、これが白じゃない器だとまた違うわけですね。

■美は心の響き！美はかたちといろの調べ！

何か困ったときは必ず「基本事項ってなんだったかな。」と立ち帰られると、意外と自分が求める答えがみえてくると思います。“美は心の響き”ということで、今日みなさんが演習でつくったものは心の響きといえます。今回は音がなかったことは残念ですが、“美はかたちといろの調べ”という言い方もできるかと思います。基本的に美的なかたちといろとは、生活の“よそおい・もてなし・しつらい”のことです。美は博物館だけで使われるものではなく、実は毎日の生活の中の美の方がものすごく大事だということです。“こころはかたちをもとめ、かたちはこころをすすめる”。“こころ”のところに美を入れてもいいし、“かたち”のところに美を入れた文章にしてもいいです。それについては医色同源と色のバランスについてお話があったと思います。今日1日、調理実習ではさらに匂いとか五感全てで体験するわけですけども、講義では、色彩とかたちの組み合わせの妙とはどういうものなのかということをお話させていただきました。ご清聴ありがとうございました。