

「食と色の関係」 ⑤

(一社)日本カラーコーディネーター協会(J-color)

認定講師 丹治 香利



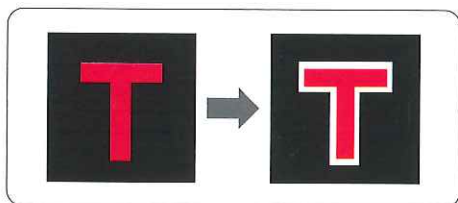
配色の効果／パッケージへの活用③

今回は、配色による色の効果を中心にお話します。配色とは色の組み合わせのことで、色相とトーンを手掛かりとして色の「まとまり」と「変化」のバランスを取ります。

配色は、隣り合う色同士や、背景となる色との組み合わせにより様々な見え方をします。例えば、食品パッケージで商品名を際立たせたい場合、背景色と商品名の文字の2色間にコントラストを出します。コントラストとは「差がある」ことを言い、配色に変化をつけることができます。

明度のコントラストの出し方

文字を見やすくするためには、背景と文字の色の明度差を大きくし、明度のコントラストを出します。例えば下のように、黒と赤の間に白を入れることでさらに明度差が出て読みやすくなります(セパレーション効果)。



彩度のコントラストの出し方

無彩色である白や黒のお皿に盛り付ければ、どのような色みでもより鮮やかな色に見えますね。これは彩度のコントラストの効果です。

色相のコントラストの出し方

色相に差がある色同士を組み合わせます。身近なところでは、マグロの刺身(赤)に添えられた青シソ(緑)。マグロの赤が引っさう引き立ち、新鮮

に見えますね。色相環上で真反対の色(補色)はお互いを引き立てます。器の色の選択でも食品の色を引き立たせ、おいしそうに見せることができます。

「まとまり」と「変化」

目立たせることばかりを考えると、色がごちゃごちゃしてしまいがちですが、商品コンセプトとして「明るく楽しい食卓」のイメージを大切にしたい場合は、これらをイメージさせる色相やトーンでまとめることも必要です。

例えば、テーブルコーディネートの色選びを考えてみましょう。まずどんなシーンなのか、どのようなイメージにしたいのかを決め、当てはまる色相やトーンを考えます。言葉のイメージから色のイメージへの変換をしていくのです。メインとなる色を決め、さらに、色相でまとめていくのであればトーンに変化をつける、トーンでまとめていくのであれば色相で変化をつけるというように考えます。ここでは面積の大きな色が全体の印象を決めやすいことにも注意します。

たんじ かおり氏

上記協会のほか、東京商工会議所 カラーコーディネーター検定認定講師、日本色彩学会会員。

専門学校や大学、企業、商工会議所などを中心に、数多くの色彩講座を担当。様々な分野での色彩の活用を広めるべく、テキストや検定の問題集などの執筆にも力を注ぐ。



※イラスト：色彩活用ライフケアカラー検定2級公式テキストより

目的に合わせて、色をどのようにまとめ、コントラストをつけて変化を出すか、このバランスを考えることが、実は「配色」の極意になります。