

職業紹介シリーズ〈カラーコーディネーター〉 活用してこそいきる色の資格

一般社団法人 日本カラーコーディネーター協会 (J-color)

広報・認定講師 桑野 恵美



■カラーコーディネーターとは

カラーコーディネーターとは、一言でいうと「色の調整役」です。例えば、グリーンサラダの彩りを考えてみましょう。赤いプチトマトをアクセントに添えたとします。プチトマトを少量添えた場合は、サラダのグリーンとプチトマトの赤は、お互いがお互いの色みを引き立て、見た目も華やかになり、おいしそうに感じます。しかし、プチトマトの分量が多すぎると、配色バランスがくずれ、その美しさは半減してしまいます。少量の鮮やかな赤だからこそ良かったのです。

こういったことは、多くの方が日常生活の中で経験し実感されたことがあると思います。カラーコーディネーターとは、このような色の調整を様々な分野の用途や目的に応じて行う仕事です。どのような色をどのようにどのくらいの分量で使うかを考えるのがカラーコーディネーターの仕事です。

カラーコーディネーターという名称は、色を専門に仕事をしている人の総称として使われることが多いのですが、呼び方はいくつかあります。カラーコンサルタントやカラーリスト、カラーアナリストなどがあり、どのような仕事内容を専門とするかにより、呼称は変わるようです。

仕事の内容は、色の知識やその使い方を教える講師としての仕事や、本やカタログの色の監修、企業に向けて商品企画の色彩提案などその幅はとても広いのです。色はあらゆるものについているのでカラーコーディネーターの活躍の場は、多岐にわたるといえます。

■カラーコーディネーターの役割

具体的に、どのような分野でどのような仕事ができるのでしょうか。ファッションの分野では、接客や販売、VMDに関する色彩のアドバイス、商品企画の分野では、モノづくりにおける色彩戦略の提案、建築やインテリアの分野では、外装や内装に関する色彩アドバイスの他、街づくりなどの色彩環境に関するコンサルティングと、カラーコーディネーターは、あらゆるところで求められています。

「色は、感覚だから」といわれることがありますが、公共の建物が、一個人の感性だけで建てられてしまってはどうでしょうか。例えば、極端な例ですが、好きだからという理由で明るく鮮やかなピンクを建物の外観の色に選んだとします。緑あふれる閑静な住宅街に鮮やかなピンクでは、街全体の落ち着いた雰囲気と相いれず、違和感が生じてしまう可能性があります。

意図や目的があつてこのような色を使う場合もあると思いますが、建築物のように対象が大きければ大きいほど鮮やかな色の使用は、慎重に検討されるべきでしょう。先ほどのサラダの場合とは異なり、街全体が色彩計画の対象となります。人の目に触れやすいからこそ客観的な視点に立ち、色を検討することが大切です。新しい街づくりのプロジェクトには、都市デザイナーや建築家など様々な専門家の方と関わることとなります。カラーコーディネーターは、様々な方々と協力しながら、その街に住む人、訪れる人が喜びに溢れるような、適切で効果的な色彩のアドバイスを行うことが大切です。

■カラーコーディネーターになろうと思ったきっかけ

私が色の効果に興味をもったのは、前職がきっかけでした。大学を卒業してから、アパレルメーカーに、最初は営業職で就職しました。仕事の内容は、百貨店や、専門店などの小売店の担当者との折衝や、ショップの売上や商品の管理が中心です。

アパレルメーカーでは、販売職であるファッションアドバイザーや、営業、商品企画を行うマーチャンダイザー、パタンナー、デザイナーとあらゆる職種の人があります。どの職種の場合でも、店頭を知らずには始まらないということで、入社後すぐに店頭での販売研修が始まります。研修が終了しても、繁忙期や時間がある時には、ショップスタッフに交じって積極的に店頭に出て販売を行いました。店頭を経験することで、お客様の生の声を聞くことが出来ますし、それが新しい商品のヒントになります。また店頭で仕事をしているアドバイザーの立場になって考えることができます。

アパレルの仕事は、色に関する情報が非常に大切です。まずは、時代の気分が反映される流行色。昨年売れたからといって、今年もその色が売れるとは限りません。時代が変われば、気分も変わる。微妙な気持ちの変化も洋服の色選びに反映されることもあるのです。売れる色、売れない色にもそれぞれ理由がありますし、雑誌掲載する商品もどの色を載せるかでお問い合わせの数や売れ方が全然違ってきます。このように販売や企画の場面では、色はとても大切な情報になります。そういった仕事の環境にあった私は、色の効果に興味をもち、漠然と色を追求したいと考えるようになりました。

ある日、担当していたブランドのアクセサリーを購入していただいたお客様に、ネイルカラーをプレゼントすることになりました。好き嫌いがわかれやすいような色や商品のブランドイメージに合わない色は選べません。色々考えた結果、ナチュラルカラーの代表色のベージュ系に決め、何種類か微妙に色みが違うベージュをサンプルで購入しました。スタッフとそのネイルを試していると、同じ色を塗っても、手がとてもきれいに見える人と、逆に手が黒ずんで見えたり、指のふしが目立ったりする人とわかれるのです。誰の肌にもなじみやすいと選んだベージュ系でしたが「同じベージュ系でも、イエローベージュよりピンクベージュの方が手がきれいに見える」というように、その人にとってより良い色があることを知りました。

これは、その当時、「パーソナルカラー＝その人に似合う色」として知られていた色の考え方でした。このことをきっかけに色に対する興味はさらに湧き、仕事を続けながら色彩の勉強を始めました。会社の中で、色を扱う仕事は、主に企画職であるマーチャンダイ

ザーやチーフデザイナーが職務としては兼ねていたので、色の専門家という立場で仕事を行うことは、当時全く想像できませんでした。ただ、長いアパレル業界での経験は、私の今の仕事に大いに役立っていると思います。

■カラーコーディネーターになるには

まず、色彩の基本的な知識の習得が大切です。色彩の勉強の成果を自分で確認したい人は、検定にチャレンジしてみると良いでしょう。私は、いくつか色の資格を取得しました。1級に合格したら、すぐにカラーコーディネーターになれると思っていましたがそんなに簡単ではありません。仕事の対象となる、各分野ごとの色の役割を知り、用途や目的に応じて、色の使い方をアレンジできることが大切です。

もしカラーコーディネーターの仕事を目指すのであれば、色の知識プラス、得意な分野、それに関連する知識もあるといいでしょう。ファッションだったら、色の基本的な知識に加え、素材やデザインその他パーソナルカラーや、メイク、ネイルなど、美容関係の知識もあるといいわけです。

社会経験も全く無いより、色々経験を積んでいる方がむしろ仕事につながります。

まずは、色を学んだら、身近なところで活用してみましょ。洋服のアクセントカラーを考えたり、部屋を広くみせるためのインテリアカラー考えてみたり。日常生活の中で、色の効果を楽しみ、実感することで、他の人への効果的な色のアドバイスや提案ができると思います。生活が、一見、色彩と関わりが薄いという人も、色で解決できることはないか探してみてもいいでしょうか。カラーコーディネーターは、色が好きであること、好奇心が旺盛であること、さらに、学生から社会人まで、多くの人と関わる仕事ですのでコミュニケーション能力があるということが大切です。

色を学びたい、興味があるという方、資格取得だけでおわらない、日常生活でも仕事でも是非、色を実践で活用していくことを目標にしていきたいと思います。

最後に私が学んで取得した「色彩」に関する検定の一部をご紹介します。

■社会的認知度が高い色の検定

主催	検定
公益社団法人 色彩検定協会	・色彩検定3・2・1級
東京商工会議所	・カラーコーディネーター検定3・2・1級

■色の知識を実践で活用していくための資格

主催	検定
一般社団法人日本カラーコーディネーター協会 (J-color)	・色彩活用ライフケアカラー検定3・2・1級
一般社団法人日本カラーコーディネーター協会 (J-color)	・色彩活用パーソナルカラー検定3・2・1級