

13章 街の色

竹中 晴美

1節 街づくりとC Iについて

何の仕事もそうですが、1人ではその仕事を仕上げることは出来ません。広告の仕事にしても、私のようなコピーライターのほかには、カメラマンやデザイナー、ディレクターなど、多くの人たちとチームを組み合わせながら、ひとつのテーマに添って創っていきます。「街づくり」もこれと同じで、決して1人のチカラでは出来ないのです。特に、「街づくり」に関しては、色々な意味で、チームワーク、つまり「人の意識の調和」が大切だと思います。

「街づくり」は、ひとつの場所だけでなく全体との調和、例えば、全体的にみて、色合はどうか、カタチはどうか、そのバランスはとれているか。自然や街並景観との調和がとれているか。など様々な分野とのコーディネートが問題になってきます。

最近では、その街並景観にも結構関心をもたれていて、長崎市にも「街並み景観賞」というのがあります。私も一度、その会議に出席し選考した経験がありますが、その時、感じたことは賞が建築物に対して与えられたということ。確かに、その建物だけ見れば、素晴らしいかもしれません。しかし、「景観」という意味では、果たしてその街並や自然などと色やカタチが美しくコーディネートしていたか。という私にはそうは思えませんでした。

つまり「街づくり」というのは、部分的ではなくあくまでも全体的なもの。全体的な調和こそが大きな課題になります。

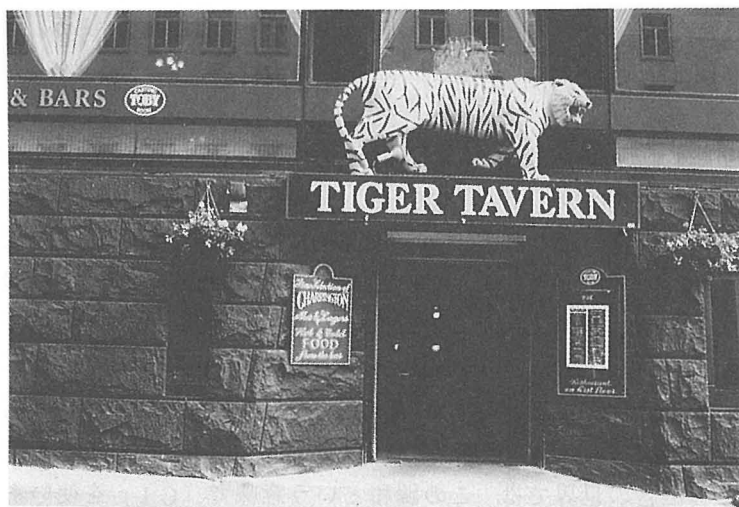
私たち広告の世界では、この調和という意味で「C I」を使います。「C I」とは、コーポレート・アイデンティティの略。直訳すると、組織全体の統一といった感じ。実は長崎県でも、昨年C Iを導入。私も参加させてもらいました。そこで感じたことは、C Iのことを余りにも簡単に考えすぎている。C Iはマークやロゴ（書体）の統一だけでなく、「人の意識」の統一が伴

わなければ本来の姿にはならない、ということをおぼれているようです。

そこに関わる人の意識改革までして、初めてC Iは完成するわけで、そうすると本当の意味でのC Iを行うには、最低でも5、6年はかかるのです。それをマークやロゴを統一したら、それでヤッタ！ っていうのが大半です。これは「V I」つまりビジュアル・アイデンティティ。視覚的な、目に見えるものだけの統一でありC Iではないのです。

C Iにおいて、いちばん肝心な、そこに関わる人の意識改革。それが何よりも重要な鍵になる。ということに気がつかないようです。例えば、長崎県の新しいマークやテーマカラー（ブルー）など決定された後、県営バスが真っ赤なバスを購入。「赤いバスにブルーのマークをどうやってコーディネートするの？」と新聞に書かれたりしました。こんな風に、意識の統一をちゃんとやらないと、折角の「C I」導入もバラバラになってしまいます。

まあ、この部分は、どうしてもすぐには結果は出ないし、キチンとした形に



★写真1（スコットランドの町並・看板の良い例）

はっきり言って、かなり派手な看板です。でもそれが決して嫌味ではない。それは、建物の色と看板の色をちゃんとコーディネートさせているからです。さらに、出来るだけシンプルにしている。また、石壁というのもいいですね。



★写真2（屋根のうえのネコ）

屋根のてっぺんで鳩を狙うネコの決定的瞬間!?.と私も騙されたのですが、そんなわけはありません。これは、その昔スコットランドにペストが大流行した時、ネコが鼠を退治して助かった。そのことを忘れないようにと、みんなが屋根の上に、こんなユーモラスなモニュメントを創ったとか。街づくりの楽しいアイデアのひとつに取り入れてもいいと思いませんか？

なるには時間がかかるわけです。だからこそ長い目で見る。その姿勢が大事だと思うのですが。

こんな話をするのは、街づくりのポイントになるのは人だから。色やカタチの話よりもまず、そこに住む人、そこに関わる人たちの意識を統一することが先決だと思うからです。それと「自分たちの都市を創るんだ」というくらいの意識を持つこと。それにはもっと自分たちの街を知ること大切なのですね。

2 節 ヨーロッパの街並

最近ヨーロッパに旅行した友人が2人いて、今回のテーマにぴったりの街並のスライドを撮ってきてくれました。最初は、スコットランドの街並です。

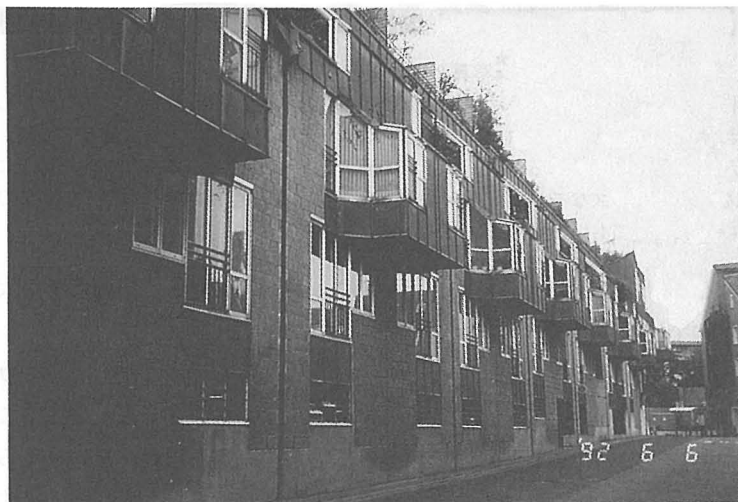
全体的に見て街並の色が、やはり極端に少ない。看板類がカタチも色も実にシックで調和がとれている。特に日本と違う点は、ネオン看板がまるで少ない

ことなどです。結論から言うと、カラーコーデュネイトに関して、かなり感性が高いと思います。派手に目立たせるのではなく、調和させることで、その存在感を高めている。そんな気がしました。

3節 ドイツの街並

ここは街並みの美しさで私も一度は行きたいと憧れている所です。とにかく伝統をかたくなに守っている、そんな感じがします。聞くところによると、建物の高さや色などに関して、ある程度の規制はあるけれど、ほとんどの場合、各人の自覚。つまり建てる人たち自身の自覚によるそうです。

これでもわかるように、街並づくりにはそこに住む人の意識が如何に関わっていかで、大きな違いが出てくるのですね。



★写真3 (ドイツ・オスナビルクの街の近代的マンション)

近代的なマンションにしても、日本じゃ必ず「ただ今好評分譲中！」などという、大きな垂れ幕が下がる。屋上にも「〇〇マンション」の看板がデーン。この汚さの責任の半分は、私たち広告業界にもあるのですが、必ずどこかに自分の存在をアピールする看板を100%と言っていいほど付ける。何というか、飾り立てないと落ち着かない。ドイツには何もナイ！ これは調和以前の問題かもしれませんね。



★写真4（クラインキャンプ通り）真ん中が16世紀。両側は新しい建物
真ん中の建物は、16世紀の自由ハンザ都市同盟の時のもの。商人組合が、組合員の未亡人を援助するために造ったそうです。それがそのまま残されています。で、両脇の建物は新しいもの。新旧の建物が一緒に並んでいても全く違和感がない。うーんさすが。という感じです。

ドイツの街並みの中で、例えばオスナビルクという普通の住宅街。長崎と違うのは、完璧に屋根の色が統一されている。道路の敷き石も、長崎では色数が必ず2-3色。ところがドイツではほとんど単色。街並構成を考えて、色数は出来るだけ減らしている。お互いに決して邪魔をしない。色に対する心使いが、ニクイほど生きています。

調和の美しさが特に際立ったクラインキャンプ通りの街並みは、真ん中が16世紀の建物で、その両側が近代的な建物。新旧2種類の建築物が並んでいても、全く違和感がない。近代風も年代ものも、その歴史の違いを感じさせないように調和させる。マイッタナ！ というばかりです。

街並みの中に自分の家なりお店なりがあった時、自分の店だけを目立たせようという気持ちが全くない。そして街並みを、ひとつの都市として捉える。都市全体のことを考えた時、自分だけが目立つなんて恥べきことだ。街を愛する者として、そんな行為は許されない。だから自分だけ飾りたてるなんて思ってもみ

ない。と、まあそういうことなのですが。それだけに街を美しくすることについては、誰に言われなくても昔から確固たる信念を持っているのです。

4節 美しさの違いについて

スコットランドやドイツの街並の美しさは、建物のカタチも、全体的に統一されているも、勿論ですが、まず看板類が、極端に少ない。あるとしても実にアートの建物のバランスを考えてある。かなり景観を意識して作られてい



★写真5（浜町アーケード）

ちょうどお中元のシーズンで、いつもよりさらにゴチャゴチャと飾り立てられています。でも、この垂れ幕やポップがない時でもこの通りは様々な看板類であふれています。色も洪水のように普段から雑多な感じなので、急に大きな垂れ幕が下がっても、あまり気が付かない。もし普段がシンプルだったら、たまの飾り付けは、逆にグーンと目立つかもしれません。

13章街の色

る。それから、何よりも色に対する意識が高いということ。景観と馴染む色調のコーディネートが工夫されている。これはドイツにしてもスコットランドにしても同じで、ほとんど2色か3色しか使われていない。とにかく色数が少ないのが、その大きな特徴です。それに比べ長崎の街には、色が氾濫というか、色の洪水です。。

そのいい例というか、例えば銅座川の橋。これは18BK本店のそばにある



★写真6 (ドイツ・ハンブルグのアーケード)

長崎の浜町アーケードと対比してみてください。浜町と比べて、両脇に並ぶ店舗の看板類が何も見えない。では、お客さんはどうやっでは見分けるのか。簡単です。そのお店の前に行けば店先には、ちゃんと名前がかいてあるから。おまけにここにはシャッターもない。泥棒は絶対に入らないという自信(?)を持っているとか。だから夜もウインドウショッピングが楽しめます。それにしても、何も飾らないことの美しさ。長崎でも一度やってみたいなあ。

橋。この橋が真緑に塗りかえられ初めて見た時、私は本当に絶句しました。どうして「真緑」なのでしょう。私自身、緑は好きな色です。緑にしても周囲の景観とマッチしているのなら良いのですが、この場合はハッキリ言って街並から完全に浮き上がっています。周囲の景観とマッチするどころか、下品さ(!)でしっかり目立っています。この辺りは、ただでさえ色々なカタチのビルが並び、それぞれの色が氾濫しています。そういう場所に、原色に近い色をもってくる。これは、もうコーデュネイト以前の問題で、この橋をこんな色に塗った人の色彩感覚を、思わず疑ってしまうのは、私ひとりでしょうか。

同じ緑色系統で、この色合は浜町の電車通りの欄干へと続きます。銅座川の橋の緑と比べると、ここは少しだけ色が地味。でも折角地味なところを、今度は紫陽花やオランダ船の飾りを色に加えて、色調を増加させ混乱させています。先ほどの銅座川周辺に比べ、この周囲は更に様々な店舗が並び、それだけでも色の洪水という場所です。

そこへ色を調和させる場合は、周囲の色に馴染む色が基本で、目立つ色などはまさに言語道断だと思います。

同じく浜町から思案橋の通りの両側の屋根の下につけられた、赤と茶色のボード。どうしてこの2色が、この場所にコーデュネイトすると考えたのでしょうか。折角お金をかけて作っても、結局は街並の色をさらに混乱させているだけで、何のプラスにもなっていない。と思うのですが。

ヨーロッパの街並を見ると、その建物が、例えば昨日、建てられたものであっても、昔からそこにあったかのように見せてしまう。つまり部分的に目立たせるのではなく、馴染ませることによって、街並を長い目で見守る。そんな姿勢がいつも感じられます。

長崎の場合は、いかにも、たった今、確かに新しく建てました。ということアピールする。その存在を目立たせることで何かをしましたということを強調する。そこには、全体的な統一などはなく、部分的な捉え方しかしていない。そんな感じがアリアリ。

そこだけが目立っても、それが良いものであればいいのですが、良くないものであれば無視されてしまい、何の役にも立たないこと。本当は、周囲の景観に、さり気なくとけこんでいる方が、見る側にとって如何にアピールするもの



★写真7（雲仙）

雲仙に群生している赤松の幹の色に合わせて、屋根の色は赤系統、外壁が白とクリーム色と決められてる通り、その色をきちんと守っています。大きな看板もなく、アプローチもすっきり。だからこそ建物の良さが際立つのです。

であるかを、解かっていないようです。目立たせないようにして、目立たせる。これはもう、感性の問題になるのですが、こうなると、そこに住む人はもちろん、行政関係の人たちの感性も、問題になってきますよね。

長崎でも色やカタチを重視したところがあります。雲仙がそうですが、ここは、国立公園なので管理計画があり、色調が規制されています。

例えば、雲仙、新湯・古湯、寺の馬場、別所の4地区では、色調が、雲仙に群生している赤松の幹の色にあわせて、赤系統、外壁は、白かクリームと決められています。

これが、その雲仙の街並ですが、確かに、周囲の自然とマッチしていて、色もカタチも、すんなり馴染んでいます。

ただ、最近、ある新しい旅館が、この規制を破って別の色を使用した、というので新聞でも、問題にされていました。

5 節 美しい街をつくるには

まあ、こんな風に、ちゃんと規制がされている区域でも、守らないことがあるので、まして規制が何もないところでは、色の氾濫になるのは、あたりまえかもしれません。それでは、美しい街並をつくるには、どうしたらいいか。

まず第一には、私たち自身ももっと色に対する意識を深めること。つまり関心をもつこと。それから、今現在ある、先ほどの浜町の電車通りに関していえばまず、色々な飾りをなくしていく。看板などは、すべて同じデザインで統一し、最小限度の数にする。ネオン看板・置き型のあんどん看板もしない。など手始めに、まずはスッキリさせる。それから、色調を最大限度、3色か4色までにやんわり(?)規制すること。

こういうことをすると、店舗からは、目立たないといって、クレームがでるかもしれませんが、美しい色調で統一された街並は、ひとつの観光名所にもなる。ということを、私たちは忘れているのです。1軒のお店の繁栄を考えるよりも、もっと全体的な視点で考える。そこから生まれてくる、もっと大きな繁栄について長い目で見ること、私たちは、ほとんどと言っていいほど考えていないのかもしれませんが。目先のことだけ考えていては、決して本当の意味での美しい街並は作れない。私は、そう思います。