

Hybrids of Color: The Colors of Kyoto in Fragments

MITSUBOSHI Muneo

Keywords: Kyoto, color, harmony, vending machines, Kyoto Tower,
hybrid

Abstract

The colors found in certain areas in Kyoto, including those of Kyoto Tower, Toji Temple, Ginkakuji Temple, convenience stores, taxies, and vending machines are discussed in terms of color harmony. Surprisingly many vending machines were found in Kyoto, the old city.

Kyoto has a mixture of new and old things, which seems to be a source of dynamics in Kyoto. But the colors of vending machines should be arranged to harmonize with the environment.

色彩のハイブリッド：京都の色彩断片

三 星 宗 雄

キーワード：京都、色、色彩、調和、自動販売機、京都タワー、ハイブリッド

はじめに

環境色彩を考える上で、京都の色彩は最初に取り上げられるべきかも知れない。我が国における景観問題および景観論争は京都が発祥の地とされている（三星、2011b; 2014a）。景観論争のターゲットとなった京都タワーは1964年の建立であるから、今年50周年を迎える（図1）。したがって景観論争もまた50周年を迎える。

「景観問題」は「環境色彩」を構成する1つの要素と考えることができる。しかし同じではない。環境色彩の中には非景観的なものもあるし、逆に景観問題の中には非色彩的なものもある。

京都タワーをターゲットとした京都景観論争は後者の例であり、色彩ではなく「高さ」が争点であった。当時京都には東寺の五重の塔（54.8m）（図2）より高い建築物は建てないという不文律があり、京都タワー（塔の部分を含めて131m）がそれを破ることになるからであった。解決策として、京都タワーを「建築物」としてではなく、「工作物」

として建築が許可されたという。

京都の色彩についてはどうだろうか。京都で集めた色彩については、これまで何度か異なったテーマの下に報告した（三星、2009; 2011a; 2014a）。しかしいずれも京都という空間の色彩ではなかった。今回は京都の街中で見た色彩への取り組みについて考えてみたい。と言ってもデータ収集に与えられた時間は非常に限られており、京都の街中全体をカバーすることはできなかった。したがって題目を「色彩断片」とした。

1. 京都タワー

東京タワーは、スカイツリーでさえも、やや無骨な印象があるが、造形物としての京都タワーは素晴らしい。真下から見上げると、台座の部分が驚くほど巨大に感じられる。設計主によると、台座の縁の波線は、文字通り波を表し、海に面しない京都で灯台をイメージさせたという。



図1 京都タワー

塔の部分の白も京都にふさわしい。「わたしの心に鐘が鳴る。白い京都に雨が降る。・・・」という歌詞の歌謡曲があるが（作詞・作曲ザ・ベンチャーズ、訳詞林春生、歌渚ゆう子）、「鐘」は京都であろうが、

白もまた京都のイメージなのだろうか。

那覇のイメージは白である（那覇市都市計画部都市計画課、2003; 三星、2008; 2014a）。古都鎌倉も白で統一しようという意図が感じられる。札幌も白を選択している。おそらく札幌は雪のイメージを借りているのであろう。那覇は琉球石灰岩、鎌倉は海（波）のイメージと思われる。京都の白はどこからくるのであろうか¹⁾。

京都で目立つ色は白以外にもある。明るい黄土色である（図2、3、4）。これはおそらく黄色または金色から来ているのであろう。歴代の中国皇帝の色が黄色であったことが思い出される。

ではなぜ白か。1つは舞妓さんの白粉ではないだろうか。今回は時間帯の問題もあり、舞妓さんにお会いすることはできなかったが、京都を紹介する雑誌などには必ず白い顔の舞妓さんが登場する。その印象は強烈である。

さきほどの歌謡曲の作詞は外国人であり、中立的な外国人にとって京都のイメージは舞妓さんを通した白である可能性はある。ちなみに、日本での英語題は“Kyoto Doll”である（ただし米国での題名は“EXPO70”）。



図2 京都の色（東山区）



図3 京都の色（南禅寺）



図4 京都の色（東寺）

1) この文章を書いた後で、大学のゼミ生に京都のイメージを色で表すと何色か、と聞いてみた。赤が一番多く、次いで緑であった。赤は鳥居の朱色のイメージから来ていた。緑は八橋と抹茶のイメージである。その中に白と答えた学生が1人おり、その根拠は舞妓さんの白粉であった。それ以外には茶色のイメージもあり、それは寺院の色から来ていた。後述するように、京都のタクシーの色は赤（胭脂）と緑色である。

もう1つのヒントは先ほどの曲の続きにあるかも知れない。「白い京都に雨が降る」に続く歌詞は「このまま死んでしまいたい。白い京都につつまれて。……白い京都の片隅に思い出をすてるの」である。京都は時に人々に死の願望を抱かせる。少なくとも過去の自分（思い出）を捨て去り、生れ変わる場である。死の一般的なイメージは黒と思われるかも知れないが、わが国で黒が喪の色となったのは明治になってからで、それまでは白であった。今でも行事の一部で白を用いている地域も少なくない。韓国や日本の「白装束」はその表れであろう。京都には寺院が多く、死とのつながりは十分である。

いや、やはり波のイメージであろう。図5は今回銀閣寺で見た石庭である。その砂の白さには驚かされる。まさに「白砂青松」である。それでは京都にとって海（波）とは何か。これ以上は筆者の力の及ぶところではないので触れないでおく。ちなみに銀閣寺の壁の色は白である（図6）



図5 石庭（銀閣寺）



図6 観音殿（銀閣寺）

2. 東寺

今でこそ京都タワーに首位の座を譲ったが、千年にわたって京都最高の高さを誇った五重の塔を持つ（図7）。国宝および重文が所狭しと並ぶ金堂および講堂の壁面は白色である（図8、9）。一方堀の色は黄土色である（図4）。トイレの壁の色は明るい黄土色に近い（図10）。図11は嵐山の公衆トイレである。こうしてみると白色と明るい黄土色の両方が京都を代表している印象を受ける。



図7 五重の塔（東寺）



図8 金堂（東寺）



図9 講堂（東寺）



図10 公衆トイレ（東寺）



図11 同（嵐山）

3. コンビニエンスストア

図12は良く知られたコンビニである。看板が小さい。筆者が環境の色彩のデータを収集し始めた時、京都の街中で見たこの同じコンビニ（同じ店舗ではない）の看板の小ささに目を奪われた（2004年頃）。京都の人々が持つ繊細な感性を感じざるを得なかった。そのような小さな看板は筆者が知る範囲で、今でも他のどの地域でも遭遇していない。その写真は筆者の小著で紹介した（三星、2006）。



図12 小さい看板のコンビニ(京都御所近く)



図13 無彩色に近い看板のコンビニ(草津)



図14 同（伊豆）

ただ観光地においては、看板の面積ではなく、その色を特徴的な鮮やかな4色から無彩色に近い色に調整した例は見られる（図13、14）。

また看板を高く掲げず、高さを制限した取り組みも見られる（図15、16）。海外においては、ヨーロッパで小さな看板の同じコンビニがあるようである（図17、コペンハーゲン、桐石忠雄氏提供）。この看板は小さ過ぎて、ここがコンビニであるとは分からないほどである。

こうしてみると、海外ではたとえばコンビニの看板の色自体は変えず、その大きさや高さ等を縮小するという取り組みが多いような印象を受ける。しかし看板の色自体を変えた例もあるので、一般化はできない（図18）。



図 15 高さを制限した例（伊豆）



図 16 同（米国ミシガン州）



図 17 海外のコンビニ（コペンハーゲン、桐石忠雄氏提供）



図 18 ファストフード店（米国ミシガン州）

4. 公共輸送機関

京都のタクシーの色は主に臙脂色（あずき色）と緑色である（図 19）。他に明るいオレンジ色のタクシーや黒のタクシーもあるようだ。後者はハイヤーかも知れない。筆者はどちらかと言うと臙脂色の方が、落ち着きがあり、古都京都のイメージのように思われるが、一方緑色は若々し

く、新生京都のイメージを醸し出す。上で述べたように、京都には赤とともに緑のイメージがあるようだ。現在の京都のタクシーの色がどのような経過で決められたのか今手元に確かな資料はないが、意外と多くの人が持っている京都のイメージに沿っているのかも知れない。

概して京都には古い面と新しい面とが共存している感がある。まさにハイブリットである。東寺の五重の塔と京都タワー、多くの寺院に対する玄関口としての京都駅、黄土色と白、タクシーの臙脂色と緑色、後述する自販機の多さなどにそれが垣間見える。それが意図的なデザインなのか、偶然なのかは分からないが、いずれにしても京都のダイナミズムを感じざるを得ない。同じ古都でも鎌倉にはない雰囲気である。

ギリシャ神話によると、調和の女神ハルモニアは美の女神アフロデイトと軍神アレスとの間に生まれたとされる（福田、1996）。すなわちその意味をすくい取るなら、調和には「美的な要素」と「破壊的要素」の2つの要素が必要ということになる²⁾。何が「美的」で、何が「破壊的」か、はさておくとして、美や調和には何か「対立するもの」や「矛盾するもの」を内部に孕んでいるのかも知れない。京都のハイブリッド性はいわばそうした「対立するもの」や「矛盾するもの」に相当するように感じられる。

ニューヨークやデトロイト（米国）ではタクシーの色は黄色である。ブエノスアイレス（アルゼンチン）では上部が黄色、下部が黒のツートンカラーである。クアラルンプール（マレーシア）ではあずき色（と白色）（図 20）マラッカ（同）では上部が白、下部が黒のツートンである（わが国のパトカーと同じ）（三星、2014b）。台北（台湾）は黄色で統一されている（図 21）。

2) 三星（2014）は、調和は美を構成する一要素なので（美の方が概念として大きいので）、上の関係で美と調和を入れ換えた方が理解しやすいのではないとした。



図 19 京都のタクシー(京都御所近く)



図 20 クアラルンプール



図 21 台北市(台湾)

移動体であっても、ある範疇に入る物体の色が統一されているのは案外いいイメージを醸し出す。

Moon & Spencer (1944) はその色彩調和論の中で、アメリカの哲学者 Birkoff にならい、調和の美度 (M) を

$$M=O/C \quad (1)$$

(ここで O：秩序、統一、単純性 C：複雑性、変化、多様性)

として定義した。Moon & Spencer (1944) は C (複雑性) を構成する要素として、配色に用いられた色の数を含めているので、タクシーの数の多いと調和の美度が低下する一因となる。タクシーの色が会社の数ほどある東京や横浜はその典型的な例であろう。

この公式にしたがうと、タクシーの色は少ない方が調和の美度が高いことになる。統一された色のタクシーが街中を行ったり来たりするも悪くないイメージである。

5. 自動販売機

今回の調査で少し驚いたことが京都の自販機である。京都には自販機が多い(という印象を受けた)。次回の調査では何らかの形でこれを実



図 22 自販機（南区）



図 23 自販機(南禅寺近く)



図 24 自販機（南区）



図 25 自販機（銀閣寺）



図 26 自販機（哲学の道）



図 27 自販機（東山区）



図 28 自販機（哲学の道）

証する必要がある。各店舗ごとに必ず1台が設置されているような光景もあった（図22～28）。単体で設置されている場合も少なくない（図22、26、27）。また京都の伝統的なお店や家屋にも、あたかも設置が義務であるかのように置いてある（図24、26、28）。

図29と図30は地下鉄駅内の自販機である（地下鉄烏丸線）。地下鉄駅ホームの柱1本につき1台設置されている感じさえある。まさか柱の

補強の役割を持たせているわけではないと思うが、その多さは目につく。

京都の地下鉄では、全駅ではないと思うが、少なくとも1駅（烏丸御池駅、烏丸線と東西線の乗換駅）では、視覚障害者のためにホームの端までの距離を伝えるアナウンスが始終流れている。また駅員さんは必ず改札口を通る乗客に「有難うございました」と声をかける。まさに文字通りのおもてなしの心である。レストラン然り。京都にはおもてなしの気持ちがあふれている。筆者は東京、横浜の地下鉄で改札を出る時に駅員に感謝の言葉をかけられた記憶はない。



図 29 地下鉄ホームの自販機（地下鉄烏丸線）



図 30 地下鉄駅内の自販機（同）

このように考えると、自販機は京都の人々のサービス精神の表れとも受け取ることができる。

わが国における自動販売機の数是全国で550万台に上る（鷲巢、2003）。いたるところ自販機の嵐であり、自販機が視界に入らない空間を探すのが難しいほどである。自販機にはもちろん設置の価値がある。何と言ってもほぼどこでも、いつでも、ただし多少のお金が必要であるが、飲料水等を求めることができる。その極端なケースであるが、2011 東日本大震災時には無料飲料水供給源として役立ったという（読売新聞、2013 年 8 月 21 日夕）。

図 31 はいわゆる災害対応型の自販機である。電力消費量が抑えられ、停電時にも内蔵バッテリーで稼働するなどの機能を備えている。ついでに記すと、現在は各メーカーの主力商品を 1 つの自販機に並べる「ブランドミックス」方式をとり、天気や気温などの観光情報も表示する次世代自販機の導入も進んでいるようである（読売新聞、2014 年 6 月 7 日夕）。これらは自販機が持つさまざまな問題の解決につながる可能性がある。

自販機のもう 1 つの役割は犯罪防止であろう。夜中点灯されているのである種の照明の役割を果たすと考えられる（電力消費の原因でもあるが）。



図 31 災害対応型の自販機」(地下鉄東西線蹴上駅)

とは言え、今やわが国では自販機は環境を構成する重要な 1 要素である。むしろ都市の風景、および農村風景においてさえ、自販機はなくてはならない存在である。ただ無秩序に設置するのではなく、もう少し配慮が必要ではないかと思うのである。

三星（2011a；Mitsuboshi, 2014）はその解決策として以下のことを提案した。いずれそれらを考慮したある種の「スタンダード」ができることを期待している。

（1）単体ではなく、複数を並べて設置する。鮮やかな色の自販機が風景の中にポツンと建っている光景は、風景の文脈に合わない。並ぶことによって、自販機自体が風景にある種の文脈を創造する（図 32）。

（2）さらに積極的に屋根や箱に入れ、「家」風とする。家は風景の重要な文脈である。この解決策は飽和度の高い表面の面積を減らす効果もある。

（3）表面に飽和度（彩度）の高い暖色（赤や黄色）を用いない。原色であっても寒色（青など）はたとえ住宅街であっても「騒色」にはならない。

（4）表面の色の飽和度（彩度）を落とす。

（5）周囲の環境のデザインに似せる（図 32）。

（6）ユーモアのセンスを活かす。



図 32 並んだ自販機（同志社大学内）

図 32 は同志社大学内で見た自販機である。「並んでいる」、「落ち着いた飽和度（彩度）」、「周囲のデザイン（タイル模様）に似せる」点が配

慮されている。家風でないのは、屋内機であることから当然と言えよう。

都市の風景には色彩が大きく関わっている。しかしその色彩は、街中の建築物すべてが同じ色彩である必要はないのである。首里城の城壁から那覇の街を見ると、白が点在しているのが目に入る。それで十分なのである。釜山（韓国）の街もホテルから眺めると青色が点在して目に入る。それだけで釜山の青のイメージは形成されるのである（読売新聞、2014年6月18日に画像あり）。さらに釜山ではもっと積極的に、隣の家と何か1つ同じ（共通の）の色を使うことと決めている（佐藤、2010; 三星、2010b ; 2014a）。

街中の自販機も今やその役割を果たす時代になった。そうした観点から見ると、京都の自販機はどうであろうか。京都の街のイメージ作りにもっと積極的に自販機を活用できないものかと思うのである。

最後に京都のイメージを1枚の画像で表すなら図33のようになるであろうか。古いものと新しいものの共存。それがわが国を代表する古都京都の色彩のハイブリッドとなることを祈りたい。



図 33 京都のイメージ？（東寺）

6. 結論

古都京都には古い面と新しい面とが共存している感がある。東寺の五重の塔と京都タワー、多くの寺院に対する玄関口としての京都駅、黄土色と白、タクシーの臙脂色と緑色、自販機などにそれが垣間見える。それらは「対立するもの」や「矛盾するもの」を内にはらんだ京都のダイナミズムである。

京都の自販機は予想以上に数が多い。伝統的な家屋やお店にも否応なく見られる。自販機は今や都市景観を構成する重要な要素なので、今後何らかの形で色彩やデザインを調整する必要があるだろう。それが古都京都の真の意味での色彩のハイブリット化への1つの道である。

引用文献

- 福田邦夫 (1996) 『色彩調和論』, 朝倉書店.
- 三星宗雄 (2006) 『環境色彩学の基礎』, マックローリン出版.
- 三星宗雄 (2008) 沖縄の色, 神奈川大学人文学研究所報 41, 123-132.
- 三星宗雄 (2009) 公衆トイレのアンソロロジー, 神奈川大学人文学研究所報 42, 13-31.
- 三星宗雄 (2010a) 調和と美の間: Moon & Spencer の色彩調和論における 2, 3 の問題, 神奈川大学人文研究 172, 29-54.
- 三星宗雄 (2010b) 韓国色彩事情, 神奈川大学人文研究 171, 1-22.
- 三星宗雄 (2011a) 風景の中の自販機, 神奈川大学人文研究 174, 95-113.
- 三星宗雄 (2011b) 日本における騒色公害の系譜と景観問題, 神奈川大学人文学研究所報 46, 35-51.
- 三星宗雄 (2014a) 『色彩の快: その心理と倫理』, 御茶の水書房.
- 三星宗雄 (2014b) 多民族国家マレーシアの色彩, 神奈川大学人文学研究所報 52, 59-76.
- Mitsuboshi M. (2014) Vending machines in a landscape: A potential public color pollution in Japan. The Proceedings of the 2nd Conference of Asia Color Association (Taipei), 22-25.

Moon P. & Spencer D. E. (1944) Aesthetic measure applied to color harmony. J. Opt. Soc.

Am. 34, 4, 234-242.

那覇市都市計画部都市計画課編 (2003)『那覇市タウンカースタンド』.

佐藤 優 (2010) 景観を魅力的に見せる色彩誘導, 日本色彩学会誌 34, 3, 280-285.

鷺巣 力 (2003)『自動販売機文化史』, 集英社新書.

読売新聞 (2013) 8月21日(夕)記事.

読売新聞 (2014) 6月7日(夕)記事.

読売新聞 (2014) 6月18日記事.