

(一社) 日本色彩学会東海支部 2018 年度見学会報告

色彩トーク～モビリティカラー@トヨタ博物館

日時：2018 年 9 月 15 日（土）

参加者数：25 名

東海支部では毎年度見学会を行っております。また、昨年度からの新しい企画として“色彩トーク”を始めました（昨年度はワインの色がテーマ）。本年度はさらに新しい試みとして、見学会と色彩トークを組み合わせ、「色彩トーク～モビリティカラー@トヨタ博物館」と題しまして、愛知県長久手市にあるトヨタ博物館の見学と、その体験を受けて、自動車の色彩に関するディスカッションを行いました。

第 1 部 トヨタ博物館見学

トヨタ博物館はトヨタ自動車創立 50 周年を記念して 1989 年に長久手町（現長久手市）に創立されました。トヨタの自動車はもちろん、世界の古今の名車約 140 台が展示されています（<http://www.toyota.co.jp/Museum/>）。自動車の歴史、文化、デザインを一望できる貴重な博物館で、この日も多くの来館者で賑わっていました。

当館館長の布垣直昭氏による解説を伺いながら、館内をご案内いただきました。布垣館長はトヨタ自動車でカーデザイナーとして活躍され、レクサスほか数多くの車種のデザインに関わってこられた方です。一見自転車のような初期の自動車から、それぞれの時代や有名メーカーを代表する名車の数々。クラシックカー、超高級車、スーパーカー等の歴代の名車を見て、そのデザインの現代性や美しさに驚いたり（美術品というべきでしょう）、自分が子どもの頃によく見かけた国産車を見て懐かしがりながら当時の回想をしたりしていますと、自動車というのが単なる移動手段の道具ではなく、各時代の文化、経済、人々の欲求、美的傾向といった様々なものの反映であるということがよくわかります。

布垣館長のご説明は、専門的でありながらもたいへんわかりやすく、第一線でカーデザインに関わって来られた経験が期待以上に反映された非常に刺激的なものでした。色彩を含めたデザインの特徴や様々な裏話など、貴重なお話しをたくさん伺うことができました。元よりトヨタ博物館は有名な施設ですので、今回の参加者の中にも何回か当館を見学した方はいらっしゃいます。しかし、布垣館長の解説を聴きながら展示品をつぶさに見ることは、今までとはまったく違う経験だったとのことでした。

予定の 2 時間はあっという間でした。お昼ご飯の後は、館内の見学を踏まえての色彩トークです。この色彩トークのはじめにも布垣館長にご参加いただき、活発な質疑が行われました。

第2部 色彩トーク「自動車の色彩について」フリーディスカッション

今回の色彩トークは、自動車関連業界からの話題提供とグループ・ディスカッションの二部構成で行われました。

話題提供は、自動車部品メーカーである豊田合成(株)デザイン開発部、先行デザイン室の渡邊千穂室長にお願いし、世界のモーターショー、ミラノサローネ、CES（米コンシューマー・エレクトロニクス・ショー）などに見られる最近の自動車のカラートレンドについての考察、部品メーカーのデザイン部門の活動内容とそこで色彩をどのように表現していくのかなどについて説明していただきました。また、近い将来、自動車の外装の樹脂化やラッピングの活用によって今までにない色彩表現が可能になること、さらにコネクテッドカーや電子技術の発展によって外装のディスプレイ化がなされるようになるなど、現在起こりつつある様々な変化にかんする話題も提供されました。

続いてのグループ・ディスカッションでは、6〜7名で1グループを作り、自動車をめぐる将来の問題（自動運転、シェアカーが一般化したような社会では自動車はどうあるべきか等々）について自由に意見交換し、各グループで出された意見を発表してもらいました。主な内容を紹介します。

グループ1：「塗装レス」「自動運転」「安心安全」のキーワードで議論を行った。鉄の塊から樹脂への変化などについて話した。自動車の外装をディスプレイ化することで（例えば桜並木では自動車の外装を桜色に染める）、自動車自体が風景の一部になりえるのではないだろうか。

グループ2：自動車の外装のディスプレイ化は、景観を壊さないようにすることにも利用できる。透明樹脂による透明な自動車、ワンポイントで自分の車がぱっとわかるようなデザインなど、外装によってユーザーが主張できるようになるとよい。使い込んで愛着がわくような良さもあるし、新しいものとこれまでの変わらない良さが共存するような表現があるといい。AIの進歩によって、自動車が運転者のその時々感情を感知してそれを色で教えたりするようなこともできるようになるだろう。一方、自動車は安全が第一であるので、面白いものばかりを追求するのは危険だ。

グループ3：自動運転化が進むだろうが、自分自身で運転する人と自動運転が共存する交通社会になるだろう。シェアカーが増えると、（その外装が）広告だらけになりそうで恐ろしい。外装に景色を映し出したり、乗っている人のステータスを表現するといった使い方もできるのではないだろうか。

グループ4：現在街中を走っているシルバー・白・黒といった無難な色にも、多少色彩を加えたりすることで魅力を表現できるのではないだろうか。外装を自分好みに変えるより、周囲の人々

が見てどう感じるかを意識することが望ましい。公共の色や地域のアイデンティティを取り入れた外装にするのもいい方法であろう。シェアカーの場合は、その外装を街並みの景観づくりに活かせるのではないか。

(作成：事務局、協力：渡邊千穂)



