

寒色と暖色

暖かさ、冷たさといった寒暖の感覚は、色による影響を強く受けます

色を与えるイメージや心理効果は、対象が誰であっても同じ結果が出るとは限りません。例えば日本人は、緑という色に木々の自然や優しさといったイメージを抱きますが、イスラム圏では聖なる色として休日マークに使用されたり、古代エジプトでは希望と幸福の象徴であるエメラルドの色として捉えられたと言います。またシェークスピアの戯曲には「嫉妬に狂った緑色の目」という恐ろしい表現もあります。

このように色のイメージは、国や文化の影響を強く受けます。しかしそういった影響を受けず、万国共通で同じ捉えられ方をするのが、暖色・寒色の与える寒暖の印象です (図1)。

寒色とは、青を中心とした色相の色を、暖色とは赤から黄にかけての色相をそれぞれ示します (図2)。寒

色系の配色の部屋と、暖色系の配色の部屋では体感温度が3度ほど違うとの実験結果もあります。これは暖色系の色が炎や灼熱の太陽を、寒色系の色が氷や氷をイメージさせるからだと言われていますが、色の電磁波の波長の違いが無意識のうちに人に影響を与えているせいかもしれません。

暖色系の色は血圧や心拍数を高め、自律神経系を刺激し、性欲や食欲を増大させると言われています。寒色系の色はその逆に作用します。そのため飲食店や料理の本など、料理をおいしく見せ、食べたいという欲求をかき立てるためには暖色系の配色が適しています (図3)。食品や飲食店で寒色系の色を使用すると、売上げが落ちるといのは有名な話です (図4)。

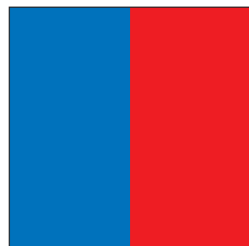


図1 配色のイメージは千差万別ですが、この2色でどちらが暖かく、どちらが冷たい印象かを尋ねた場合、万国共通で同じ答えが返ってきます。

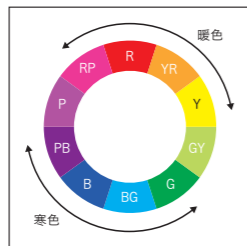


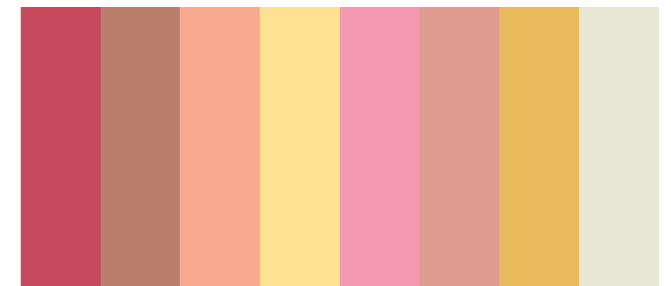
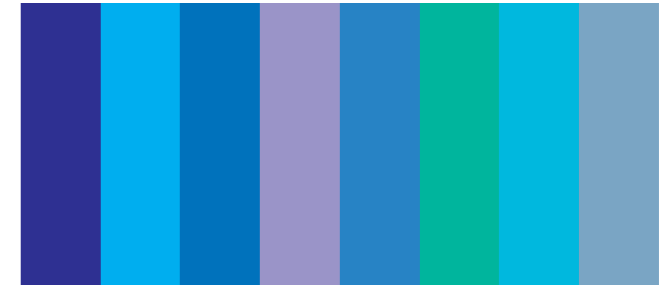
図2 赤・黄を中心とした色相が「暖色」。青を中心とした色相が「寒色」です。それぞれの周囲の色を合わせて「暖色系の色」「寒色系の色」と表現します。



図3 暖色系の色には、食欲を増進させる作用があります。料理や肉などの食材は、暖色系の色に囲まれているとおいしそうに見えます。



図4 寒色系の色には、食欲を減退させる作用があります。料理はあまりおいしそうに見えませんが、寒色には野菜や魚などを新鮮に見せる効果があります。



寒色・暖色と言っても、その配色バリエーションは無限にあります。色の組み合わせ方によって「とても冷たい」「極寒」といった印象から、少し冷たさが和らいだ「涼しい」「さわやか」、さらに温度が上がって「暖かい」「ほかほか」、最高に温度が上昇した「暑い」「灼熱の」といったイメージまで表現することが可能なのです。