

和の伝統色 濃淡に癒やし

若竹、黄朽葉（きくちば）、藍（あい）、萱草（かんぞう）、浅紫（あさむらさき）——。9月下旬、高島屋横浜店（横浜市）の特設会場の一角が、美しい透明な色彩のスカーフで彩られた。制作したのは京都出身の染織家・吉岡幸雄氏。素材や染料だけでなく、染色の媒介をする媒染剤まですべてが自然の物。古式にのっとった植物染めの技法で、いにしえの色を蘇らせた作品に、入場者からは「鮮やかなのに優しい」という声が漏れた。

■男性客多く常連も

吉岡氏は東京・銀座の小松アネックスに直営店「染司 よしおか」を構える。今夏、麻布から移転したのを機に、「今のファッションやインテリアに加えてほしい」と、スカーフだけでなく、プレスレットや携帯ストラップ、タペストリーやミニクッションなど30品目近くをそろえた。「意外にも男性客が多く、常連も増えた」（渋谷智子店長）。吉岡氏は「小銭入れやポーチなど買い



やすい安価なものでも、これからの人が使ってくれることがうれしい」と若い世代への浸透を喜ぶ。

江戸時代から続く奈良晒（さら）しの技法をもとに、日本の色を表現する中川政七商店（奈良市）は、2003年に立ち上げたブランド「粋更 K i s a r a」の直営店を今春、表参道ヒルズ（東京・渋谷）に開いた。墨、古代紫（こだいむらさき）、朽葉（くちば）など18色の伝統色を用いたアルバムL（15.5×23.5×2.7㌘、2100円）やアルバムS（15.5×12×2.7㌘、1260円）は、結婚や出産のお祝いに最適と買っていく人が多い。

定番商品の布巾（ふきん）では桜色や菜の花などの淡い蚊帳（かや）生地使いや、生成（きなり）の麻のものが人気だ。ペンケースやブックカバーには青墨（あおずみ）の濃淡と渋木（しぶき）の伝統色を施した。「来店客の多くは母娘やカップルだが、男性客が増えてきた」と副店長の石田香代氏は語る。

西川産業（東京・中央）の寝装品ブランド「KASANE」は、井上企画・幡（奈良市）のアートディレクター、井上千鶴氏の色彩感覚を生かした作品だ。奈良に生まれ育った井上氏は、室町時代から桃山時代にかけて生み出さ

ファッション・文具染め上げ

日本の伝統色を現代に蘇（よみがえ）らせる動きが広がってきた。平安から江戸時代にわたる色の技術がさまざまな商品に活用されている。スカーフからバッグ、ポーチ、ベレー帽に至るファッションアイテム、アルバムやペンケースなどの文具、ベッドリネンやクッションといったインテリア用品まで用途は多彩だ。中高年だけでなく、浴衣や文具などで日本の伝統に触れる機会を得た若い層からも支持を得ている。



には癒やしの効果もあるという。

「日本の美しい伝統色を世界に発信したい」と、国境や世代を超えて普及させようという動きもある。

■ネットで海外発信

金沢市に本社を置くクオーレ・アモレーは加賀友禅や九谷焼、輪島塗などに表れる金沢の伝統色を基に、日本の感性を世界と次世代に伝えるプロジェクト「日本・金沢の伝統色 100」を立ち上げた。第1弾として発表したのがベビー服とタオル。ニットメーカーとして創業した同社は、皮膚科専門医や紡績メーカーの協力を得て、子供の肌

に優しい繊維を開発した。カラーの選出やデザインの方向性の決定には、金沢美術工芸大学出身で三菱自動車の初代パジェロや北海道民芸家具など、多岐にわたるデザインを手掛けてきた國本桂史氏がかかわった。昨年には、発表した作品がグッドデザイン中小企業庁長官特別賞を受賞している。洗朱（あらいしゅ）、橘（たちばな）、水浅葱（みずあさぎ）など、幼児の目に優しい100色の伝統色を施したベビー服は、素材や色にこだわる若い主婦に支持されそうだ。

海外への発信ではインターネット上で音声や画像を定期配信するポッドキャストを活用。「今秋からの配信で今後のビジネスにつながる」（國本氏）と期待する。

財団法人のファッション協会・流行色情報センター（東京・中央）のゼネラルマネージャー、大澤かほる氏は「消費者は1990年代前半までは欧米のカラーに傾倒してきた。1996年以降の浴衣ブームや着物地のファッションなどを機に、若者は日本の伝統色を新鮮に捉（とら）えた」と分析する。

団塊の世代に属する染織家の吉岡氏は「伝統は継承するもの」と京都の工房で積極的に若者を採用している。現代の感性が伝統色に新たな息吹をふき込もうとしている。

（ホームファッション
コーディネーター 堀和子）

若者世代に浸透

れたあこがれの色彩を現代の感性に近づけた。

薄香色（うすこういろ）や桜色、牡丹鼠（ぼたんねず）といった色を生かした、椿（つばき）や菊などの植物の柄をタオルに配した。柿渋の灰色がかった色合いのグラデーション（濃淡）

