

# 色彩と衣生活

“服飾に取扱われる色の流れ”

山本登美子

## 序

いろいろという言葉は、複雑なこと、あるいは曖昧で一寸説明しにくい場合に使われますが、それ程色の世界は錯綜しているといえます。そこには非常に複雑な色彩にとんでおり、無意識に過せば、どんな色が一番多いかという事にも気づかず、又どんな色の種別があったかということすら気にもとめないでいるものです。つまり自然現象の色はあまりにも私達の生活に馴れ過ぎているために、空気の存在の様な気持ちになっているわけです。

華華しい春夏の花園、秋の美しい樹々の色、菊の花の色にふれ、一層色の持つ感覚に陶醉します。やがて冬になれば、悄然とした景色にうら淋しい色となり、初めて色の美しさを想い出します。つまり色が、時の移りゆく変化に伴うことは自然の法則であり、自然の景観はいつも「色彩」の対照でもあります。そして、それを科学的に検討し、生活の中に取り入れていかなければなりません。

戦後、私達の生活は、俄然その様相を新たにしております。殊に色彩の取扱いかたについては、暗闇から日向に出た様に明度の差を大きく感じさせるものがあります。建築の外装は勿論、室の装飾、工場内の色彩調節、道路の標識の点からみても、たしかに明るく近代調をおびる様になりました。その中で私達の目に強くアピールするものに服装の色調があげられます。時代を反映し、生活環境に支配され、そして流行という魔術師に左右され、とにかくその色調は、識らずしらずのうちに明色調になり、私達の色彩感覚はたしかに向上したといえます。ところで、服装への関心が服装史というまとまった形をととのえる様になったのは、19世紀中頃のことで、わづか一世紀の間にそれ迄の歴史に登場した大半のシルエットが殆んど網羅的に、しかも順を追って規則的な変転をみせております。この事は、人々の関心を、独立した個々の服装から時代毎に関連性を持つ「たて」のつながりというものに興味に注がせる結果となり、はなばなしい流行論の展開をともなってあらわれました。色の流行も同じ経路を辿っている様です。人間には、新奇なものに興味が引かれるという傾向があります、これまで、服装史はそうした人間の欲望のために手を変え、品を変えて新しいものを提供して来たものですが、しかし、こうした流行合戦にも、何時迄つづくかという不安があり、市場にない色を見付け出して売り出せばよいなどと安易に考えられた時代も、とうに過ぎ去ってしまったとい

えます。何故なら、服装はやはり或る個人が着るものであり、その人が作り出さなければならぬものであるため、その配色も当然各自独特の色を基調にして考えられるべきだという思潮が、高まって来ているからです。したがって、モードとか流行とかいわれるものは、それが現代を代表しているという意味でセンスとして受け入れるべきであって、無思慮にまねるべきでないものと思います。特に私達日本人は、配色のバランスからいうと、外人と違って、皮膚の色も明度が低いという理由から、比較的ウェットカラーが多く、自分の基調になる色をよく考え直してみる時機にあると思います。しかし、流行とは軽俳浮簿なもの、と、軽べつするデザイナーも今日の色彩攻勢の前には一歩たじろかざるを得ないのが実情であり、一般消費者も素直で積極的な採り入れ方をしております。素直で積極的であるという言葉は耳ざわりがよろしいが、それは、根本的な理念の欠如という事を原因とする浅簿な観察におちいつているという事です。今一度、色彩の意味を知り、一つの流れに添いながらも、個性を持った色というものを素直な眼で見直す必要があると思います。

## I 一 般 論

### 1. 色 の 誕 生

私達の文化に見られる一番古い色彩といえば、洞穴種族の生活記録の中から発見せられたものがあります。洞窟内の壁や天井にあたる部分に描いたもので、黒・黄土等の色材でたくみに描かれたものは驚異すべきものです。当時使用せられた色材は鉄の酸化物によるもの等でありました。即ち、色の発見は太古は鉱物性の顔料が多く用いられ、織布の技術が発達するに従って染料の必要性から、布を染めることが考え出されました。紫・黄・赤を初めとして、青・藍・緑なども漸次作り出すことが出来た様です。こうした色数の少い天然染料の使用について化学の進歩に従い漸次色相・彩度が増加されるに至ったのです。勿論、服飾の中に見られ、又、今日私達が問題視する色彩は、この後に具体化されていったのはいうまでもありません。

### 2. 時 代 色

ところで、歴史的に過去の事情や風俗等を顧みる事によって時代色というのを考え出す事が出来ます。平安時代の色調とか江戸時代の色調とか夫々時代文化を現わす色をさします。つまり、時代色とは、過去の歴代服装に現われた色の集成されたものであります。その中には古い時代のものであるといわれ乍ら比較的新しい感覚を持った色調も見られます。更紗調・御所解調チヨラなどといった模様と色彩が、染色、服飾などに用いられております。私達の生活の中で使用している色名、特に日本の色名には文学名が最も多く用いられ、平安時代の遺風がそのまま存続せられております。万葉集に現われた呼び名として、

アカネ 茜さす紫野ゆき シメノ 標野ゆき

ノモリ 野守は見ずや 君が袖振る

<sup>アカキレ</sup>  
赤帛の緋裏の衣 長くほり

あかもふ君が 見えぬころかも

<sup>アカネ</sup> <sup>ヒ</sup> <sup>ムラサキ</sup> <sup>ヤマヅキ</sup> <sup>アオクチバ</sup> <sup>ウコン</sup>  
茜色・緋色・紫木・山吹・青朽葉・鬱金等、その色調は今日もなお美しい表情を示しております。

### 3. 色 の 表 情

心理学者は、色彩が私達の感情生活にあたえる反応を研究して色の性格を分類しています。例えば、冷たい反応をあたえる色として、青と青に近い一群の色は人の気持ちを沈静せしめ、暖い色としての赤及び赤に近い一群の色は人の気持ちを興奮させます。美しい色、汚い色、高貴の色、卑俗な色、平和の色、歡喜の色、神秘の色、幽玄の色、純潔の色、等等、色彩のもたらす心理的反應はその色の固有の性格と考えられるのですが、そうした色彩の持つ力は人間の生活環境や歴史、あるいは、習慣等に裏づけされた連想から来る因子も大きく、色彩の表現する感情は地域により、民族により、又時代によって異なりのある事は当然であります。例えば、ロシア人にとっては、赤と美は同義語であると同時に、赤旗は彼等の社会秩序でもあります。しかも、ロシア人が赤の色彩によせる愛情は彼等が現在の社会機構をつくり出す以前から、すでに心の中に存在していたといわれています。ところが、英国人やアメリカ人の間には、赤はあまりにも濃厚であり、又、卑俗であると考えられています。東洋では、赤色は最上に好まれ、印度人や中国人には赤は生命と歡喜とを意味します。青は英国人に好まれる色で、彼等にとっては、保守的な感じと信頼感を示すものとされています。中国においては、ある色度の青を、黒を不幸（死）の象徴として感ずるのと同じ意味に扱っています。黄は、快活な、陽気な色であって、中国では色の王と称せられています。同じ黄色でも、キリスト教国では、キリストを売ったユダの着物の色として嫌われています。ピンク、これは一般的には健康と結びつき、「ピンクの中にある」という事は非常に健康であるという意味に使われている様です。白は、純粹、繊細、内気をあらわし、又、僧侶、神官の服の白は平和と神的性格を暗示させ、黒と反対の象徴である事は非常に広範囲に共通していますが、中国では、白は哀悼の意を現わす色ともされています。

### 4. 社会と色彩

色彩は、時には歴史的背景に助けられて、一つの力を持つものであります。政治も経済も、軍事、宗教、思想、も自然とか風土条件と同じ様に、どれ一つとして色彩に力をあたえる要因から見逃がすわけにはいきません。その昔、宗教に関連して色彩が重要な役割を演じた事実もあり、今日では想像もつかない事ですが、当時の人々にとって色彩は神の境域にまで崇められ

ていたものである事がわかります。東洋では、黄は、帝王の色として一般庶民に対しては禁制の色であり、古ローマでも同じく帝王の色として尊重されていました。然し、キリスト教の発展によって旧宗教で尊重されていた黄は、最下等のもとのされ、中世期では、黄に代って青が最高のものである色と考え、天国へのシンボルとして取扱われました。つまり、神々のいます蒼天を連想するというわけです。日本では、古くから色彩による連想から位階を服制によって決めました。大宝律令がそれで、日本書紀によると、推古天皇の御代に、臣民階級の品位を分つため、「冠位」が設けられ、この時に定められた位階に応じて、冠を被ったとあります。冠と上半身を同種色相とし、位に従って衣服の色目を違えたという訳です。位階の順位は、徳・仁・礼・信・義・智の六位で、これを更に大小に分け六位十二階と定め、異った色をもって区別しております。

即ち、

- |                |                |                |
|----------------|----------------|----------------|
| 1. 大<br>小 徳——紫 | 2. 大<br>小 仁——青 | 3. 大<br>小 礼——赤 |
| 4. 大<br>小 信——黄 | 5. 大<br>小 義——白 | 6. 大<br>小 智——黒 |

その後、唐土文化の模倣により改良され、孝徳天皇の御代に七色十三階の冠位が行われました。天智天皇の冠位二十六階の新制式にも紫は最高のもとのされております。

色彩と経済事情の関聯性については、種々の統計、記録が物語っておりますが、景気的好況時代には明度の高い色調が生まれ、不況時代には暗色調の渋味のもものが流行しました。黄・緑・淡青の様な明るい色調の出現は、経済的好況時代を示し、茶・青紫・赤紫などの暗色調の出現は、経済的に不況か、不況に傾きつつあるときのものです。手近なところでは、神武景気とさわがれた好景気の後に訪れた不況の60年には、紫系が流行色にのし上っております。この色は、高貴な色として一部のクラシック愛好者にのみ人気があり、一般には売れないとされて来た色でありました。人間心理の常として自分より、よりセンスの高い人が着ていると、自分も着てみたくなるものですが、紫色はこうした心理の中で浮び上って来たものです。

もう一つ面白い現象に、リバイバルブームというのがありますが、好況時代の復活、思い出をなつかしく思うという事は、一般大衆の精神が現在を不幸としている事の現れです。こういった現象を色彩的に分析すると、ブルーという事になりますが、実際に、61年には、ブルー一辺倒の時代ムードが現われ、市場では、ブルーの色をつけた生地、ドレスならどんなものでも売れるという時代になったものです。

色彩というものは、こうして私達の生活にとって大変重要なものであるのですが、現在私達は、それを更に最も身近な服飾に表現する道を開こうとしております。着るために選ぶということであり、又選んだものを自分の服装の上に組合せるという事でもあります。選ぶ、配色する、着こなす、という一連の過程は、私達にとって最も大切な生活感覚であり、デザインにとってもこの感覚を最大限に必要とします。そこで色彩のデザインである配色という事が問題と

なりますが、服装における配色はその人の個性や環境、服の機能、経済の事を考え合せ、色を選ぶという事から始まります。そして自己に似合う色を一つでも発見し、それを基調として配色を考えて行くことは賢明な方法といえましょう。次に、個性を生かす事が大切といわれますが、個性は見かけ上の顔型・姿・肌の色・髪の色その他に、内面的な性格が外見に現われてくるもの、即ち、顔の表情や身のこなし方、動作等の総合的な印象から、うかがう事の出来る性格の表情といえます。これに配色やスタイルの表情をマッチさせる時、はじめて個性が、より生かされて美しい服飾になり得るのです。

## II 最近の色彩ムードの傾向

### 1. 戦後の色彩

さて、こうした色彩の一般論を背景にしなが、如何に色彩が服飾造型と結びついて来たかという事を考えて行き度いと思います。色彩と服飾の関係は、人間が衣服を身につけ出したその時から続けられて来たわけで、人間と衣服は不可分の関係にあります。唯、服飾における色彩というものの考え方は、その様に人間を主体としたものでなく、社会という機構的な背景にみちびかれて、変転して来た場合が多くありました。過去に見られる権力、地位、身分等によって区分された様な衣服と色彩もそうですが、こうした事は、個人主義的な現代の社会では通用するものではありません。現在は、人間一人一人が色彩の支配者であり、選択者でもあります。即ち、色彩に対して自由な立場にある現代人は、当然そこに個々の或る程度洗練された色彩感を持っているわけです。ここまで来るのには、色彩を一つのシンボルとして衣服に結びつけた古い時代は別として、ごく、最近の時代を考えて見ると、如何に時の推移と共に重ねられた曲折と、変遷が、少なくなかったかと想い出されます。20年ばかり前迄は流行色というものは考えてもみられなかったことなのです。一口に20年といっても、それは、あらゆる意味で、多難をきわめた永い年月でしたが、更に長い歴史をさかのぼって考えてみますと、この20年間ほど色彩と服飾の結びつきに大きな変化を見せた時は、かつてありません。そういった意味で、戦争中からやがて戦後を経て現在に至る時代に焦点を合わせ、その間、人々の生活の中において現われた色彩の流れを、最も具体的に反映した服飾を対比することによって色彩そのものを反省し、再考して行き度いと思います。

戦争というものは、何時の時代でも人間の享受すべきあらゆる権利を犠牲にする事は明白です。着たいものを着てはならない。身につけ度い色は、身につけてはいけないうのです。服飾生活の上においても、それは、犠牲の強制といえます。男子はカーキ色の国民服、女子においては、黒っぽい木綿カスリのモンペ姿が戦争中の風俗として現われました。個人そのものよりも、集団に重点をおく事によって、服飾の上においては制服、つまりユニホームといった形があらわれます。

それは、警察官とか、又、スポーツのチーム等に用いられます。要するに全体の統一、チーム

ワークを保持する上に、大きな意味と役割を果すわけですが、そうした場合は、決して個人の自由を束縛しているのではありません。ユニホームそれ自体がそれを身につける人にむしろ権利をあたえたとさえ考える事が出来ます。しかし、カーキ色の国民服、白と黒のカスリのモンペに現われた精神は、愛国的戦時体制のかけにかくれた人間の生活享受の犠牲の上になつた以外の何物でもなかった様です。人間の美に対する本能的な欲求を抹殺してしまったその事実を私達は決して許容する事が出来ません。そして、私達を待ちうけていたのは、痛ましい敗戦、戦後の荒廃です。「モードは世相の反映である」といったバルザックの言葉を待つ迄もなく、戦いにやぶれた日本に訪れたものは、モード等というものでなく文字通り、着のみ着のまま以外の何ものでもありません。モンペにズック靴、男子は戦闘帽にカーキ色の復員スタイルで、戦争中の風俗をそのまま続けました。やがて、モンペも漸くスカートに、とって代わりましたが、それに大きな影響をもたらしたのが、アメリカよりの輸入品であり、進駐軍将校夫人達の持ちこんだアメリカの風俗でした。大きなパッドの入った怒り肩のスーツにタイトのシヨートスカート、そしてそれらは、いずれもピリアードグリーンや赤に代表される原色であつて所謂、終戦後数年にわたる原色時代を招く結果を生んだ原因となつたものです。

当時の、アメリカ本国に於いては決して原色が全盛を誇っていたわけではありません。戦勝国の風俗の中から敗戦国の日本人が求めたものがつまり、原色に他ならなかつたといえます。精神的に不安定な時、色感的に洗練されていない時、あるいは、不健康な環境にあるとき、人間は原色を好むものと心理学的に立証されております。幼児の原色を好むのもこうした意味から分析されます。街頭にはらんした原色のネッカチーフ、原色のスカート、原色のオーバコートは、日本人の精神的状態を余すところなく露呈していたといえます。そうした風俗を単的に代表していたアメリカン・スタイルは若い女性たちのやはり羨望の的であつたことは否定出来ないものでした。こうした原色の流れは、男子の場合、アロハシャツの流行となつて現われました。

この頃、パリーでは、クリスチヤン・デイオールが、始めてその声価を世界に問うた所謂、ロングスカートをひっさげて登場していたのです。このロングスカートは、戦後のモードに大石を投じた将に革命的なものであつて、女性らしさを回復させようというデイオールの思想が見事に開花しました。こうして、パリーモードが全世界を風靡する基盤を確立し、日本にもその余波が押しよせて来ました。それは、戦後服飾史の転換期として考えることが出来ます。同時に、原色一辺倒のモードカラーに、漸く人々の色彩感覚がついて行けなくなつたのです。それ迄は、色彩は服飾との関係にあって附随的なものとしての位置を占めていたに過ぎません。何故なら、モードそのものに一般の人達が強い関心を持ち出して日も浅く、繊維メーカーも、今日程の強力な発展をみるに至つていなかったからです。

服飾の第一義がその造型面、つまり、シルエットにおかれ、人々が唯それだけに注目していたということは極めて当然のこととして考えられます。流行色という言葉の意味がモードに何

より大きな比重を占める様になった今日に至るには、シルエットの時代を必要とし、そして、それを経なければならなかったのです。デイオールは自ら先鞭をつけたロングスカートの流行を今度はショートスカートでもって変えてしまい、続いて、Hライン・Yライン・Aライン・といった所謂、アルファベットラインの全盛が実現しました。勿論、それは、ある限られた階層に実際に身につけられたわけですが、如何に、モードに対する関心が高まったとはいえ、次々に発表されるラインやシルエットを一般の女性が自分のものとするには到底出来ないことで、多くの女性にとっては現実性のない女性の本能と慾を満足させる興味ある一つの風景として眺められたに過ぎません。つまり、モードが完全に生活の中に溶けこんでいなかったといえます。

しかし、それもデイオールの死によって、又、繊維メーカーの力が徐々に、そして、やがては急速に、次の新しい時期を作り出して行きました。即ち、化学繊維の巨大な膨張によってメーカーはそのありあまる生産のはけ口を何に求めようとしたのでしょうか。それが、色彩、カラーであった事は決して偶然とはいえません。消費者の一人一人の趣味にたよっていは、はじまらないという事から消費者全体の最大公約数を色として算出しました。あらゆる職業、あらゆる階層、あらゆる年令をふくんだその上で、シルエットなどにかかわりなく生まれてくるものが「色」といえます。

戦後の服飾史がここに至って再びこれ迄と一線を画し、遂に、新しい時代へと突入します。即ち、色彩を主軸として服飾界は動いてまいりました。57年に日本流行色協会が打ち出した「ジュエリー・トーン」なる宝石調のクールカラーを皮切りに日本で流行色としての傾向が大きくもり上って来ました。59年春の慶祝カラー、秋はチャコールグレーが、男子、女子を問わず大流行し、その翌年、つまり、60年春には反動として、ベージュ系が大々的にもてはやされました。そして、61年のブルーをへて例のシャーベット・トーンに引きつがれたという事になります。この様にメーカーは、春夏・秋冬の二つに分けたシーズン毎にテーマカラーを発表する習性を身につけました。ここで、メーカーは勢い色の流行に注目し調査をして次期の色を知ることにつとめています。それは、常に理論的に整然といかないまでも、一つの秩序と関聯性を保ち乍ら調整されております。統計によりますと、淡い色と、濃い色の流行周期は約五年、ブルーと赤を代表とするグループと、黄緑と茶を代表とする寒暖二つのグループは二年半位の周期で交替し、その交替期には、グレーが大きくのびております。私達の記憶に新しい61年を例にとってみますと、過去二年つづいたウオームカラーからクールカラーへの移行する時期にあたっていました。即ち、ベージュ・ブラウン系が春頃迄人気を保ち続けていながら、夏季に入ってその首位をはっきりとブルー系にゆづりはじめました。グリーンもオリーブ系からクールなエメラルド系へ移行しはじめ、秋冬にはきわだった進展をみせ、フロスティトーンが支配的になっています。又配色の上では全体として、トーン・オン・トーン（同調色）であったものが、コントラストの強調が次第に目立つ様になり、1962年の流行色への胎動を示しまし

た、そこで、一年をすっかり塗りつぶしたシャーベットトーンの出現となったわけです。クールな色調は全面的に発展し、春夏のさわやかな澄んだ色、秋冬は陶器の肌を感じさせる様な冷たい中にも気品のある色が流行を特徴づけています。やがてクールカラーの全盛期もすぎてウォームカラー進出の兆をみせる時期となり、63年春、夏のテーマカラーの発表が注目されたわけです。それは原色に近い強烈なものでなく、柔かな春の陽射しを思わせる様な輝きブリアンな調子が加わりウォームカラーの進出を示しました。

冷たい色相から暖かい色相へと。併しいきなりクールな色調がウォームな色調え突然に変るというのではなく、徐々に暖かい色調が加わっていく。そこに両系統の色がうまく調和しつつ、スムーズな推移があるのです。こういう時は、全体を調和に導く要素として明度と彩度に関するトーンが大切になるのです。その意味でシャーベットトーンからブリリアントトーンへの移行は関連を持ったスムーズな移行といえます。これを更にさかのぼり、1953年のウォームカラーにはじまる日本の流行色の動きを掲げてみますと、トーンの変化に原則的な動きのある事が一層明確に証明される様です。

1953年	ウォームカラー	シェードトーン
1954年	ウォームカラー	渋い色調, ミックス調
1955年	ライトトーン	ピンクとピースブルー
1956年	パウダートーン・ クールカラー	ライトな色調
1957年	ジュエリートーン・ クールカラー	宝石調, ヴィヴィッドな色調
1958年 春夏 // 秋冬	メタリックトーン ミネラルトーン	金属調の中間色調 中間色調, ダークな色調
1959年 春夏 // 秋冬	ナチュラルトーン ウォームカラー ウォームカラー	自然界に見られる陽気な色調慶祝カラー 色相が豊富になる
1960年 春夏 // 秋冬	ブリリアントトーン ウォームカラー パストラルトーン	ブライトな色調色調が豊富になる 田園的なウォームな中間色調
1961年 春夏 // 秋冬	サニートーン フロスティトーン	ブライトな色調 ライトブライトな色調
1962年 春夏 // 秋冬	シャーベットトーン クールトーン クールアンドシック	ライトブライトな色調 クールでディープな色調
1963年 春夏	ブリリアントトーン ウォームカラー	ライトな色調

(註 '62 ファッション年鑑参照)



## 2. 今日の流行色

ここにおいて、現在こうした流行色を打出す權威ある団体として日本流行色協会（JAFCA）というものが設立されたことは、勿論必要が生んだものでしょうが、当節の流行色ブームに大きな貢献をしているものとして特筆しておきます。

日本流行色協会は、1951年（昭和26年）の秋に発足し、流行色に関する啓蒙運動を始めました。日本で流行色としての傾向が大きくなり上ったのは1957年（昭和32年）春からで、日本流行色協会が打ち出した、ジュエリートーンに集約されて出たのがはじめてでした。この時は繊維の色も、アクセサリ-の色も統一のあるものとして打ち出されたために、消費者にもはっきりした一つの傾向として受け取られました。しかし、それが刺戟となって急に色がふえ、流行色の傾向が複雑化し、一種の混乱状態におちいる危険さえ示してきたので、その頃、流行色調整の必要性が特に強く出て来ました。その調整とは、まず、外国の流行色機関（英国では英国色彩協議会、アメリカには、ラ・アソシエーション La Association）から出されている毎年のカラーサンプルを継続的に調べ、その動きの原則を捉えます。そして、業界側と色彩専門家の選定会議で選ばれ、そこでえられた候補色は何回かの試験染に出されます。全体のカラーコンディションの上から最終的な選定色とその配列がきめられ、サンプルとして発表されたのです。現在、各業界はすべて日本流行色協会の調整した線に沿ってその選定が行われ、各社夫々の基調色を打ち出しております。一昨年のフロステイ・トーンから、例のシャーベット・トーンに引きつがれ、そして、このシャーベット・トーンもやがて63年春・夏のブリリアント・トーンによってぬり変えられて来ております。併し流行色ブームとは恐ろしいもので、昨夏のようにシャーベット・カラーを身につけるだけで最新の流行の線にのれるのですから、女性にとっても、メーカーにとっても、余計な手間がはぶけ、こんな有難い事はありません。無論、色を選択するのは、個人の自由なのですが、その個人の自由をさえ、ついには麻痺させてしまうのです。一つには、マスプロによるマス消費が経済の鉄則になって来たからではあります。それだけに、メーカーにとっては、この流行をつくり出す事にすべての運命がかかっているといわねばなりません。今や、流行を創るのは、一人のデザイナーではなくメーカーだといえます。デザイナーはメーカーの数ある中のアシスタントの一人であれば良いという事になります。いずれにせよ、これ程までに色彩がモードに先行した事はかつてなかった事で、その良否にもかわりなく日本人の服飾に対する色彩感覚を養う上でこうした事実は、今後大いにプラスする事と思われれます。戦後まもなく訪れたあの原色時代を思うにつけても高度に精撰され、複雑な色相をもったシャーベット・トーンを生むまでには、一口でいいつくせない研鑽が重ねられて来たのです。

しかし、現在の服飾と色彩の関係にはまだまだ多くの問題が残されていると思われれます。服飾造型、そのもののためにも色彩というものを更に吟味する必要があるのではないでしょう

か。新しい色を生む事でもなければ、モードに色彩を先行させることでもありません。もっと、本質的な色と服飾の核心に迫る様なことが成されてこそ始めて色彩そのものも服飾において、最も最美のものとなるのです。それに至る過程として今後の服飾界に見られる色彩のあらわれ方に大いに興味を覚えさせられます。

## 結 び

文学や他の芸術と同じ様に、流行は、社会の鏡といえます。時代によって流行は異なり、政治、経済の動きによってモードは変わります。こうした服飾に限らず、社会が安定し、科学を背景とした近代生活の下にあって、人間はより合理的な生活を営む様になります。デザインされるすべての物体についていえる事は、それらがすべて、単純化され、機能化され、一切の無駄を省いたシンプルな方向に向っているという事です。色彩がそうした流れに沿うことは当然なことであって、単純、かつ、機能性を美とする最も新しい美的感覚にマッチするのは、やはり、洗練された色彩でなければなりません。色自体、それは、太陽の使者であり、私達の前に際限なくちりばめられております。しかも、私達はそれを自由に選択することが出来ます。それ故、選択するものの洗練度によって、色そのものはどの様にもなります。無数の色彩の中から、優れた色彩を抽出することは、考えてみますと大変なことです。それは、人間の智慧というべきでしょう。そして、その智慧は、社会状態が極めて正常であり、人間の思考、情操がそこにおいて極めて高度に展開された時に、はじめて得られるものです。それでなければ、ともすれば人間は色彩に対しかたくなであり、偏見をもち、自由に色彩の中を泳ごうとせず、性急に判断を下してしまう傾向になります。

戦後より今日に至るまでの私達の色彩体験は貴重です。しかし、流行色ブームの頂点にたっている今日、私達が色彩に対してどの様に対処しなければならないかという、或る過渡期を意味しているものといえます。それをどの様な形で次の段階に移るかが、今後私達に課せられた問題なのではないでしょうか。真に、服飾と色彩が社会をデザインし、色づけするものであれば、それは、実に重大なことであるといわねばなりません。