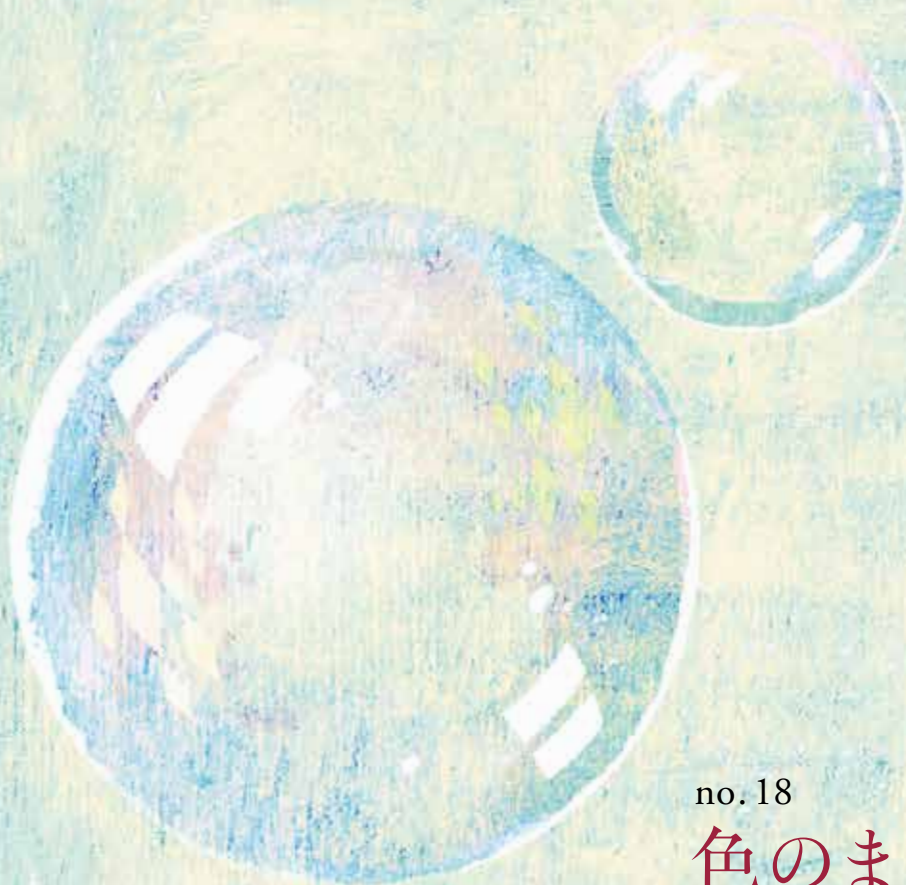


くらし中心



no. 18

色のまんま



無印良品

色のまんま

- 10 木の色いろいろ
赤い木、白い木、黄色い木。
樹皮に包まれた木は
実はとてもカラフル
- 8 五色の食べもの
白、黒、赤、黄、緑。
季節ごとにせつせと摂りたい
彩りがあるんですよ
- 6 子どもの服って楽しいな
気候風土や街並みと
子どもたちが着ている服は
なんであんなに合うのでしょうか
- 4 ことばで探る、
日本の「色」
豊かな自然に育まれた
日本の色のことばには、
独自の美しさがあります
- 2 色のまんま。まんまの色。
素材の良さをそのまま生かすと、
色は私たちに
しっくりなじむのです
- 12 ねえ、なんで
そんな色をしているの？
カラフルだったり、
シマシマだったり、
不思議に満ちた生きものの色
- 16 自然に無印の色がある
森の色、海の色、
そして大地の色。
それはそのまま、無印良品の色
- 18 光があるから色が見える
ものにはなぜ色があるの？
素材で深いこの問いに
わかりやすくこたえます
- 20 カラーユニバーサルデザインの
取り組み
色の見え方は個人差があります。
みんなに見えやすくするために
できること
- 22 無印良品の色のはじまり
シンプルかつ豊かな
広がりのあるモノクロームの
世界へようこそ



色のまんま。まんまの色。

自然が備えてくれている色は、花にしても葉にしても、ちようちようにしても土にしても、ほんとうに生まれながらの色で美しい。そしてヒトにとってその色を表現する言葉は、自然の後にやってきたのでしょうか。何色、何々色という共通の言葉が認識されるようになっていくのは歴史が進んでからのこと。初めのヒトたちはモノを指さして色への意思表示をしていたのかもしれない。ヒトに暖かさを与えてくれる動物の毛も、色で呼ばれることなどなく身をおおう単なる素材としてヒトを暖めてきたのでしょうか。

無印良品が初めてウールの製品をつくり始めたころ、素材として手に入れることのできる原毛をすべてそのまま集めてみました。すると羊の種類によって白さにもいろいろあり、茶色の色合いも微妙に異なっているのです。メリノ、モヘア、カシミア、アルパカ、ジャコブ、羊毛や獣毛にはいろいろありますが、毛色の違いは明らかです。自然に教わることはまさにこのこと。無印良品は素材の良さをそのまま生かすことを、ものづくりの基本の一つとしているので、このとき羊毛に教わったことは、その後の製品と広告作りの核の一つとなっていました。

「素材」という言葉に合わせて考えると、本号の『くらし中心』のテーマ、色については「色材」という言葉もあります。地域や国によって異なる色材があり、それは固有の文化のアイデンティティをつくりだしているはずなんです。では日本の場合はどうでしょうか。

民族のつくりあげてきたアートやクラフトが手引きとなるので、日本画の色材に目を向けてみますと、象徴的な例はごふん（胡粉）にありました。古くは中国から伝えられましたが鎌倉時代の絵画に現れ、やがて定着していきます。貝胡粉の呼び名もあると聞きますが、日本画の白は貝の白に発するのです。それにしても牡蠣、はまぐりの殻など身近な食材が色材とは昔の生活への思いがそそられます。

色についてさまざまな視点から探索するこの誌面には、それぞれの専門分野の方々の自由な発想があふれています。

●ポスター「色のまんま。」1984年
クリエイティブディレクター…田中一光
コピーライター…小池二子
フォトグラファー…広川泰士
グラフィックデザイナー…廣村正彰

ことばで探る、日本の「いろ」

「祖国とは国語」といわれるように、人は自分のことばで語れる範囲で世界を理解します。それなら、日本語をたぐりよせることで、日本人の色の世界が見えてくるかもしれない。そんな気がして、万葉研究の大家、中西進さんにお話をうかがいました。

万葉時代の日本では、色の名前を表わすことばは「しろ・くろ・あか・あお」の四つだけだったといわれます。「あか」は「あかるい」、「くろ」は「くらい」から付いた名前。光のあるなしで明と暗を対比させた、わかりやすい名前ですね。「くろ」の反対色には「しろ」もあります。すべてを吸収して無限の多色を秘めた「くろ」に対し、「しろ」はすべてをはね返す力のある色。素であり、無垢であり、すべての代わりをし、何ものにもなり得る万能の色です。木肌が黒くても赤くても、無塗装の木を「しらき」と呼ぶのは、「しろ」のそんな性質を映し出すことでしょう。

あおは、うそ色、あそび色

一方、明（赤）でも暗（黒）でもなく、白でも黒でもない漠然とした淡い色をまとめて、万葉時代の人びとは「あお」と呼びました。

「あお」は「あわいろ」で、「あわあわしい（ぼんやりした）」色。そしてそれは、「あそび」にもうそにも通じる色」だといえます。「あそぶ」を分

解すると「あそ」＋「ぶ」で、「あそ」とは「ぼんやりとした状態」。当時の人たちは母音を変化させることでことばを増やしていききましたから、「あそ」と「うそ」は仲間語。「うそ」とは「ぼんやりとした中身の無い話」で、「いつわり（虚偽）」とは明確に違うことばなのです。

こうした「ぼんやり」した状態は、神さまのお告げが入ってくるために必要な空間装置でした。平安時代、神前で音楽を演奏することを「あそぶ」といったのも、音楽を聴いてトランス状態になったところに神さまが降りてくると信じられていたから。「あお」が好まれたのも、「中間色にはあそび（＝余裕、ゆとり）があるから」と言われると、なんだかうれしくなりますね。

自然が育てた日本人の色彩感覚

「しろ・くろ・あか・あお」という四つの名前から始まった日本の色は、その後、自然界のさまざまなものに見立てられ、ゆかしい名前を増やしていきます。

「あお」とも呼ぶのは、この時期の鮎の体が錆色をおびているからです。「さび」の動詞形「さぶ」は、「そのまま無修飾」の意味で、何事にも「それらしく」なること。「さび色」といえば「そのままの色」で、酸化に弱い鉄は錆びるのが自然であり、人が切れるほどに研がれた太刀は不自然なのです。

生涯をまっとうして川下りする鮎の姿に自然な美しさを見出す心は、そのまま、日本人の美意識、「わび」「さび」につながるもの。「花は盛りに、月は隈なきをのみ見るものかは」という『徒然草』の一節も、こうした考えに基づいているといえるでしょう。

一方で、日本語には「いろ好み」といったこと

ばもあります。現代ではあまりいい意味では使われませんが、そもそも「いろとは、無色透明なものに対してアクセントをつけるものを表わすことば」。古代の人たちは、「他人に対して抱く親しみや敬いの気持ちを心の華やぎととらえ」、「そうした内面の感情が顕著になることを、あたかも色彩がきわだつて見えるように認識」して「いろ」と表現したのだとか。日本語の「いろ」には、リズムを通して見える色彩とはまた違った深い意味合いが隠されているようです。

豊かな自然に育まれた日本人の色彩感覚は、平安時代の十二単の「襲の色目」によって磨きあげられました。幾重にも重ねた衣の配色や透けて見

「萌黄色」の草木が萌え出て「若草色」の草がいつせいに芽吹き、みずみずしい「若竹色」の竹が生長して「青竹色」になる。日ごとゆるやかに色を変えていく自然のなかで、人びとはその色彩の変容をとらえながら色名を冠していききました。「生活をしている環境が最大の辞書」であり、四季それぞれ細やかに移りゆく自然が日本人の情感とそれに伴う色彩感覚を育てていったのです。

自然現象の見え方は、地域によって差があります。中西さんが忘れられないのは、かつて中国に住んでいたときに見た月夜の光景。降り注いだ月光が庭園の土の上で真つ白に光るさまは、土の黒い日本では想像できなかったことでした。まさに霜が降りたようで、李白の漢詩「静夜思」にある「疑うらくは是地上の霜かと」とはこういうことだったのかと実感したといえます。

色の受け止め方も国や地域によって違ってきました。「あお」は日本や中国では生命の色といった意味で使われますが、英語のブルーは「憂うつ」を表わす色。ジャズやロックンロールのルーツのひとつとされるブルースも、かつて米南部で奴隷として働いていた人たちがブルーな気分であつていたことに由来しているのです。

それらしくあることが美しい

「錆色」という色があります。鉄錆のような色のことで、産卵のために川を下る落鮎を「錆鮎（寂

える色合いに美を見出すそれは、他に類を見ない美学。「日本人は色の識別ができる世界に冠たる民族」であり、「昔のことばを大事にすることで、それに伴う情感もキープしている」と中西さん。目には見えないこうした宝物を、私たちは、いつまで持ち続けていけるのでしょうか？



中西 進（なかにし・すすむ）

『万葉集』などを中心に、日本文化の研究・評論活動を行う国文学者。現在は高志の国文学館館長。日本学士院賞など受賞、瑞宝重光章、文化勲章受章。『中西進 日本文化をよむ』『ことばのころろ』など著書多数。1929年、東京都生まれ。

ブータン



バスク



ネパール



インド



ザンビア



ネパール



アゼルバイジャン



フィリピン

ウズベキスタン



中国



日本



子どもの服って楽しいな

毎日着る服、たまのよそゆき、ハレの行事のための特別な服。その土地の気候風土や街並みに合った色とりどりの服があり、民族衣装でなくとも地域性を感じられ、そして大人顔負けに着こなしています。旅して出会った現地の子どもの装いは、彼らの豊かな表情と合わせて、飽きることなく思わず見入ってしまいます。

タジキスタン



キルギス



モンゴル



日本



インド



アメリカ



タンザニア



グアテマラ



ミャンマー



五色の食べもの

白、黒、赤、黄、緑…医食同源の国、中国では、食材の色によって、そのはたらきを見分けるといいます。食べものの色には、いったいどんな意味があるのでしょうか？

もっといういろいろ知りたくて、食養生研究家、パン・ウェイさんの薬膳料理教室を訪ねました。

中国北京生まれのパンさんは、二十歳で日本に来るまで、薬膳の達人であるおばあちゃんの食事です。

「一日にきちんと五つの色を食べなさい」という教えを今でも守っているという、そのお肌はツヤツヤ。興味と期待が高まります。

食の世界では、古くから「五味五色」ということが言われてきました。毎日の食事のなかで五色（白、黒、赤、黄、緑）の食材を五つの味（酸、苦、甘、辛、咸「塩辛」）で摂れば、自然と元気になるというものです。古代中国に始まった自然哲学、「五行思想」に基づくものだそうです。

五色の白は、白米や麺類、芋類（里芋、長芋など白い芋）、白身魚、鶏肉など。赤はトマトやスイカなどの赤い野菜や果物、肉や魚の赤身。緑はほうれん草、小松菜などの緑野菜。黒は黒ゴマ、きのこ類（一部を除く）、海藻類。黄はにんじん、かぼちゃ、みかん、菊の花など。そして、五色は五臓に対応していて、「緑は肝臓、赤は心臓、黄色は消化器官、白は肺、黒は腎臓」のはたらきを整えるとされています。

五色の食べものは毎日摂るのが基本ですが、



今回のお料理に使われた五色の野菜。上から時計回りに【黒＝黒ゴマ、ナス】【赤＝パプリカ、クコの実】【黄＝菊の花、ショウガ】【緑＝ネギ、小ネギ、香菜（シャンサイ。パクチーとも）】と中央は【白＝大根、カブ、長芋、ニンニク】。ナスは皮が黒、中身は白で、ふたつの色の特徴を持つ野菜です。ネギも白と緑、両方の特徴を持ち、品種や使う部位によってどちらが多いかわ変わってきます。

「季節によって、特に多く摂ったほうが良い色がある」とパンさん。季節ごとのメインになる色は、「春は緑、夏は赤、秋は白と黄色、冬は黒」で、その色の食材が、それぞれの季節に弱りがちな内臓のはたらきをサポートするのだそうです。

例えば、秋の初め。暑さもやわらいでホッとする季節ですが、この時期の体内にはまだ夏の余熱のようなものがこもっていて、肺にそれがこもる

と、咳が出たり口内炎になったりすること。肺という臓器は憂うつな感情とも関連していて、「秋になるとメランコリックになるのは、枯葉が舞い落ちるせいではなく、肺の機能が弱まってくるから」とパンさんは笑います。

こうした時期に大切なのは、体内の熱を取ることに。「秋には、肺にはたらきかける『白』をメインに」と言うパンさんがすすめる食材は、カブ、大根、山芋、れんこん、ナスなど。大根は本来、冬に旬を迎える根菜ですが、殺菌作用にすぐれ、咳やのどの炎症を抑えるはたらきがあるので、秋から食べ始める方がよいとのこと。

食べものの色と私たちの身体が、こんなふうにつながっているなんて！そして、季節の身体にふさわしい食材が、それぞれの旬と密接につながっているなんて！自然は、私たちに必要なものを、必要な時期に与えてくれ、しかも、そのことを色の移り変わりで教えてくれたんですね。

と、そんな会話を交わしているうちに、秋をテーマにしたお料理ができました。基本の五色に、白と黄色の食材を増やした、この時期の身体にやさしい三品。美しい色と一緒に、さ、どうぞ。



パン・ウェイ

料理研究家、食養生研究家。中国北京生まれ。季節と身体をテーマに、四季に合わせた食生活を提唱。東京都内で、薬膳料理や中国家庭料理の教室を主宰。

五味五色を使った料理

菊の花ソースの揚げナス

黒と白、両方の特徴をもつナスの素揚げに小菊の甘酸っぱいソースを添えて。上に香菜と小菊のをせ、黒ゴマとクコの実を散らして、五色すべてを取り入れています。黄色い食べものは、この時期に食べておくと冬に風邪をひきにくくなるとか。パンさんが特に勧めるのは、体内に溜まった余分な熱を取ってくれる菊の花。殺菌作用も強く、粘膜の炎症を抑えてくれるそうです。



豚肉の黒酢炒め 焼きパプリカのせ

赤身の「赤」と脂身の「白」を併せ持つ豚バラ肉を炒め、疲労回復効果のある黒酢と黒砂糖で甘酸っぱく仕立てた一品。真っ赤なパプリカをお皿に見立てていますが、もちろん、これも一緒にいただきます。赤い色を持つ食材は、血の循環を整えてくれるとか。上にのせた白髪ネギと小ネギで、白と緑をプラス。写真では見えませんが、黄色のショウガと白のニンニクも入っています。



白野菜と鶏の唐揚げスープ

大根、カブ、長芋…秋に特に摂りたい白い野菜をたっぷり使い、同じく「白」グループの鶏肉の旨みで仕立てたスープ。根菜類は皮をむかずに乱切りし、軽く素揚げすることで、旨みを閉じ込め、栄養を逃がさず、調理時間も短縮しています。黄色いショウガ、長ネギの葉の緑、クコの実の赤を添えてバランスよく。身体に沁みわたるようなやさしい味は、秋の初めにぴったりです。

木の色いろいろ

木の色は茶色。そう思っていないませんか？でもほら、色白だったり赤っぽかったり、ときにはおいしそうな模様があったり、なんとも表情豊かなのです。知って楽しい、比べて面白い、色彩豊かな木の世界へようこそ。

桜、梅、松、杉……。私たち日本人にとって身近な木はいろいろあるはずなのに、樹皮をむいたらどんな色をしているのか、なかなか見る機会がありません。

「最近では、家具職人でも木目や色について知らない人が増えているんですよ」と言うのは、宮本茂紀さん。椅子張り職人として、また、デザイナーやメーカーがデザインする椅子の試作を手がける家具モデラーとして、永年にわたって数多くの木に触れてきた方です。

「それぞれの木が持っている木目の個性と美しさを表現する椅子をつくってみよう」。宮本さんはそう考え、同じデザインでさまざまな樹種の椅子をつくりはじめました。椅子の名

はやはり熱帯・温帯地方のもの。また、同じ山で育っても、北側南側といった方角や、斜面なのか平地なのかといった違いが、色にも反映されるといいます。それこそ自然の面白さであり、不思議なところですよ。

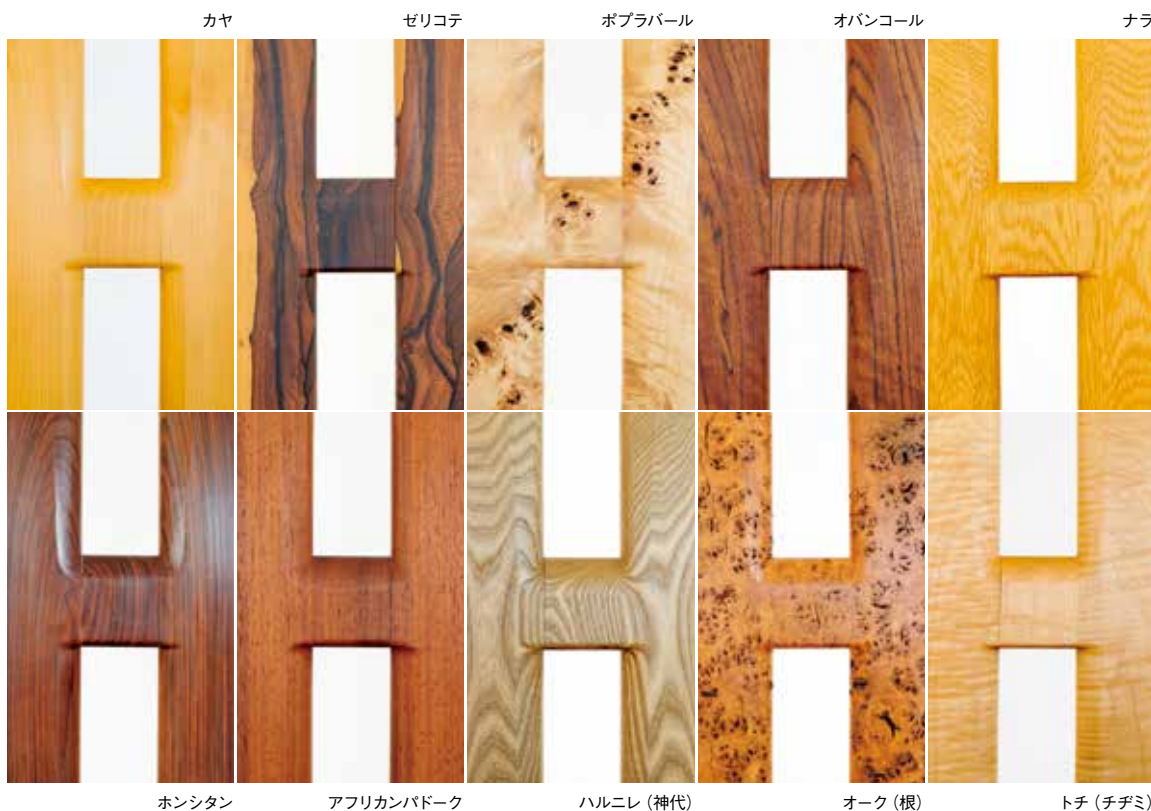
その土地に育った木はその土地によくなじむ

木は、伐つて製材して初めてどんな色をしているかわかります。加えて、大胆な縞やマール、空と呼ばれる玉状の模様を持っている木もあります。そして同じ一本の木からで

座面に36種類もの木が使われている、パズルのような椅子もつくっています。緑を帯びたりグナムバクタ、漆黒のブラジリアンローズなど希少なもののや、パリのシャゼリゼ通りにあったプラタナスといったユニークなものも。



ヒノキ、ミズナラ、チーク、ケヤキ、マホガニーなど、10種の木でつくられた「樹木鉛筆」。



前は、ボスコ。イタリア語で「森」を意味します。最初の1脚をつくってからかれこれ50年。これまでになんと200以上の樹種で、ボスコはつくられています。

家具をつくるときには、木を漂白したり染色したりして色を均一にすることも多く行われるなか、ボスコはそういう加工を一切していません。持ち上げてみると軽いのもあればうんと重いのもあって、同じデザインだからこそそれぞれの木の特徴を感じることが出来ます。

木に詳しい宮本さんにとっても、ボスコをつくることで初めて出会う木があり、木の色がありました。同じ樹種でも、生育する土地によつて色や木目が異なることも。たとえばアッシュという木は北米のものより日本のものが、日本のものより北欧のものが、より白っぽいそうです。

これは日照時間などの差から生じるように、寒い地方に育つ木の色は薄く、熱帯地方に育つ木の色は全体的に濃いのだとか。ご覧いただいているなかでも、パオロッサは赤道アフリカ、ゼリコテはタイ、ホンシタンはタイやベトナムなど、色の濃い木

も、どう伐るかで見え方は大きく変化します。

私たち日本人は古来身近にある材料として、その土地に育った木を生活に取り入れてきました。クセのある木でも、そのクセを活かすことを考えてきました。

「でも最近、手に入れやすさや加工のしやすさが優先されて、際立った個性を持つ木は避けられてしまう残念だよねえ」

まったく使われなくなると、それはないことになってしまふ。だからこそ宮本さんは、何十年もかけて、さまざまな木を用いて、同じ椅子をつくってきました。そう、ボスコは、世界中の木が集まって生まれた「椅子の森」なのです。



宮本茂紀 (みやもと・しげき)

1937年東京生まれ、静岡育ち。椅子張り職人、家具モデラーの第一人者。迎賓館や明治村家具の修復や新幹線、自動車のシート開発など、椅子を通して幅広く活動。

	1	2
3	4	5
6		7

1. ルリカケス（日本・奄美大島）
2. アカマツカサ（珊瑚礁）
3. カンムリバト（インドネシアなど）
4. アイゾメヤドクガエル（ガイアナなど）
5. ヒインコ（東南アジア、オーストラリアなど）
6. モウドクフキヤガエル（コロンビア）
7. ミドリニシキヘビ（インドネシア、オーストラリアなど）



マンドリル（生息地／アフリカ中央部）

ねえ、なんでそんな色をしているの？

不思議ですよね、生きものの色って。なんでそんな色なのって思わず聞いてみたくなります。で、聞いてみました、元上野動物園園長の小宮輝之さんに。するとこんな答えが返ってきました。「そんなもの、人間が見て不思議なだけで、動物にとってはなんの不思議もないんですよ」

話をうかがって、なるほどと思ったのは、色の見え方について。このように世界が色彩豊かに見えているのは人間やサル仲間だけで、ほとんどの哺乳類にはモノトーンに近い色で見えているとか。逆に、鳥類などは人に見えない光まで感じているそうで、鳥たちはもつとカラフルな世界を見ているのかもしれない。生きもののことを知るには、まず人間中心の考えを捨てるのが大切なのですね。そのうえで、なぜ動物に色がついているのかを小宮さんにおうかがいしました。

「たとえば、これはモウドクフキヤガエルっていうんだけど」と、まっ黄色なカエルの写真を見せてくれて、「これを一度舐めて痛い目にあつたやつは、二度と近寄らないでしょう。この黄色は危険信号でもあるわけですね」。

たしかに見るからに毒々しい色をしています。鳥などから身を守るために「オレは猛毒だ」とアピールしているのでしょうか。ハチの黄色と黒の縞模様も、同じような意味合いがあるとか。カミキリムシの仲間には、ハチに擬態して身を守っているものもあるそうです。そういえば人間の世界でも黄と黒の組み合わせは危険信号ですね。自然界から学んだものでしょうか。

パンダの白黒も警戒色？

意外なところでは、パンダの白黒、あれも一種の警戒色なのだそうです。ジャイアントパンダは

もともと熊の仲間、一見かわいらしく見えますが凶暴な一面も持っているとか。哺乳類の多くはモノトーンで物を見ているので、色を見分けるのは苦手。だから白黒ハッキリ付けた柄で「痛い目にあいにくなかつたらオレに近寄るな」と威嚇しているらしいのです。スカンクの白黒も同じような意味の警戒色だとか。「臭い目にあいにくなかつたらこつちに来るな」と相手を脅しているのです。自然から遠ざかって久しい人間の目には、ひたすら愛嬌のあるようにしか見えませんがね。地味な色の哺乳類が多い中、ひととき異彩を放っているのが、ヒヒの仲間のマンドリルです。鼻と目のまわりが赤く、鼻の両側が明るいブルー、黄色いあごひげが生えています。まるで歌舞伎役者の隈取り（かゐとり）のよう。メスよりオスの方が鮮やかだそうで、相手に「オレの方が立派だ」とアピールして、喧嘩せずに諦めさせる意味合いがあるとかそれがメスへの求愛にもなっているそうです。「でも、ほんとのことはわからないよ」と小宮さん。「人間が勝手に思っているだけで、なぜかなんで、動物には余計なお世話なんです」

生き残るためのカモフラージュ

人間の世界と違って、自然界は究極の弱肉強食社会です。弱いものは食べられて死に、強いものもエサを捕れなければ死にます。そんな必死の毎日を生きている結果、体得したのが「カモフラージュ」



冬



秋



夏

ホッキョクギツネ（北極圏）

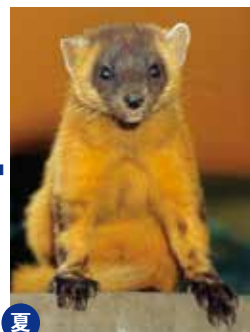
季節に合わせて体の色を着がえます



冬



秋



夏



春

ホンダテン（日本）



小宮輝之（こみや・てるゆき）

明治大学農学部卒業。上野動物園、井の頭自然文化園の飼育係長から、多摩、上野の飼育課長を経て、恩賜上野動物園15代園長を務める。『Zooっとたのしー！動物園』ほか監修書籍や著書多数。

ジャイアントパンダ（中国中西部）



白黒模様も警戒色的一种なのです

シマスカンク（カナダ中部からメキシコ北部など）



トラ（インド、東南アジア、中国東部など）



ウンピョウ（インド、東南アジア、中国南部など）

派手な柄でも木漏れ日の中だと目立たない？

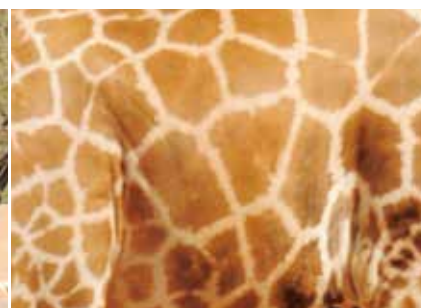
キリンの色は大地に溶け込む保護色でした



アミメキリン（エチオピア南部からケニア北東部など）



マサイキリン（ケニアからキリマンジャロなど）



ヌビアキリン（スーダン東部からエチオピアなど）

ジュ」の技のようです。

たとえば、キリン。砂漠っぽい乾燥地帯に住んでいるキリンは薄い色をしています。森のあるところに住んでいるキリンはもう少し濃い色をしています。周囲の環境に溶け込みやすい色になることで、生き残ってきたのでしょう。

おもしろいのは白い動物たち。もともと白は目立つ色なので、自然界には少ないのですが、冬の間に一面が銀世界になる地方ではむしろ保護色になります。ホッキョクギツネなどは、夏は黒く、秋になるとグレーになり、冬にはふかふかの白い毛で覆われます。テンの仲間も冬は白い顔をしています。夏になると黒い顔に変身します。

不思議なのは、毛の色が変わるタイミング。どうやら日長（一日の日の長さ）に合わせて生え変わるらしいのです。まるで「このくらいの日の長さになると雪が降る」ということを知っているかのように。たとえば、青森は鹿兒島より早く日が短くなります。だから、青森のテンは鹿兒島のテンよりも早い時期に白毛に変わるとか。逆に南にいるテンは、冬に日が短くなっても雪が降らないので、白毛にならないこともあるそうです。

捕食者のカモフラージュ

トラやヒョウなどの捕食動物は、獲物を狩って生きています。ハンティングする方も目立ちやすいと逃げられてしまうので、カモフラージュの術

を身につけました。トラ柄やヒョウ柄は一見すると目立ちそうですが、自然の木漏れ日の中にいると実によくまぎれるのです。森や藪の中に身を潜め、獲物を仕留めるのに都合良かったのでしょうか。このように、自然界に生きるものたちは、さまざまな理由によって色や柄を身につけてきました。猛毒をアピールして相手を威嚇したり、メスの気を引いて子孫を残しやすくなり、自然の風景に溶け込んで襲われにくくしたり、不意打ちを食らわせるために目立ちにくくしたり。ただ、最後に小宮さんはこう付け加えました。「結論をいうと、ほんとのことはわからないんですよ。動物たちは、その色で何万年も生きてきていまがある。わかるのはそれだけ。生き残ってきた結果が、その色になったということ」最初の哺乳動物が現れたのは、いまから2億年以上も前のことといわれています。それに対して私たち人類、ホモサピエンスが生まれたのは、わずかに数十年前。比べようもない長い時間の中で、生きものたちは生死をかけた戦いを繰り返して、自らの姿を変え、色や柄を身に付けてきました。いま、彼らがそこにいるということは、生き残ってきた証であり、「その色」「その柄」である必然があったということです。「なんでそんな色なの？」という問いの答えは、悠久の自然の中にあり、新米哺乳類である人類の「サル智恵」の及ばないところにあるのかもしれない。

自然に無印の色がある

「地球はそもそもどんな色をしているのか」。とっても素朴な、でも大切な問いかけ。無印良品のテーマ・ヴィジュアルをつくるために原研哉さんが向かったのは、世界一多様な海洋生物が生息するといわれるインドネシアのラジャアンパット諸島でした。その目で、見て、感じたことを、語ってもらいます。

色というのは、人間の生理を通過する、とても心理的なものだと思います。僕たちが住んでいる

環境のなかで蓄えられてきた色に対する知恵を丁寧に眺め直してみたい。多くを語らずともさりげなく差し出すだけで共感できるのが、無印良品にとつての色なのではないかと考えながら、企業広告などをつくっています。

無印良品は生活に密着しています。いわば精密な「寄りの眼」を持っている。しかし逆に思い切り引いて、地球規模の視点でものを考えてみたい。ですからこれまでにも、アンデス山中のウユニ塩原や、モンゴルの平原のような極地に赴いてきました。

「自然、当然、無印。」は、「海」「陸」「空」を同時に視野におさめられる場所ではないかと探していて、ラジャアンパットにたどり着きました。海の透明度がこわいほど高い。テレビのドキュメンタリー番組で海中つてよく出てきますよね？ 極彩色が拡がっているイメージですが、あれは海中に照明を持ち込んで、ものすごく明るくして撮っているんです。だから、ここでは目の前に拡がる自然をそのままの色で撮ってみようと考えたのです。

実際に潜って肉眼で見る海中は、まるで森のようでした。水中だけど、森のなかを歩いているような感覚なんですよ。海のなかには、海の森がある。水面から上の陸地には、陸上の森がある。海中の光景をダヴィンチが目の当たりにしたら、絶対に精密に描こうとしたと思います。ラジャアンパット諸島は世界のサンゴの75%を見られると言われるほど。生物の多様性が豊かな場所です。サンゴは植物かキノコと同様、その造化の妙にうなされます。海の下と海の上で、アースカラーが織りなす綾のめくるめく様相。それをそのまま写真におさめて、無印良品のメッセージとして、世界に届けたいと強く思いました。

2012年につくった「人類は温暖か。」のロケ地は南米のペルーです。繊維の色は、もともとは原料となる動物や植物に由来します。獣毛なら、どんな動物がどんな色でどんな土地に生息しているのかを知ることがまずは大切で、無印良品のテキスタイルの色の原点だと考えました。後々染めやすいからと人工的に白が選別されてきた羊毛の白ではなく、獣毛そのものの色に向き合おうとするなら、行くべき場所のひとつはペルー、見るべきはアルパカだったんです。

白いアルパカつてあまりいなくて、茶色や黒、ベージュやグレーというモノトーン。もちろんアルパカだけが存在するのではなくて、大地や山や植物と一緒に、アルパカは暮らしている。これも地球の色そのものだと感じましたし、まさに田中

（一光）さん、小池（一子）さんが80年代につくったことば「まんまの色。」だと思いました。

最近、中国・上海にオープンした「MUJI Diner」のポスターをつくったときに、唐辛子をリサーチしたんです。原産は中南米で、大航海の時代、わずか百年の間に世界中に伝播した。世界中の人が瞬時に唐辛子に熱狂したのです。パプリカくらい大きいのもあれば、小指の先くらいのもあつて、かたちもいろいろです。それを集めてみると…そう、無印良品のロゴと同じ「えんじ色」（笑）。一方で、世界の主要穀物の「麦」と「米」と「トウモロコシ」を集めると、ベージュになる。まるで無印良品なんです。田中一光さんはそんなことまでは考えないで直感的にクラフト紙のベージュとえんじを選んだのだと思います

が、さすがに天才ですね。さらにはアルパカのような自然そのものの色が無印良品の色のベースになっている。すごいことです。

撮影：筒井義昭



原 研哉（はら・けんや）

デザイナー。デザインを社会に蓄えられた普遍的な知恵とらえて活動中。2003年より無印良品アートディレクター。蔦屋書店、松屋銀座、GSIX、ミキモトVIほか。展覧会「HOUSE VISION」、外務省「JAPAN HOUSE」総合プロデューサー。主著『Designing Design』。

照明などの人工的な光を一切用いず撮影しているから、自然の色そのまま。肉眼では熱帯魚なども落ち着いた色をしているのだとか。



衣服に使われる獣毛のなかでも、原さんはアルパカに注目。人工的に白いものが残された羊と違い、アルパカはさまざまなアースカラーを身にまとっていて、それは地球の色であり、無印良品の色なのだ実感したそう。ペルーの大地の色と相まって、そこにアルパカがいること、アルパカがこういう色をしていることがほんとうに自然なことなのだと、直感的に伝えてくれる。



唐辛子のルーツは中南米。それが世界各地に瞬く間に伝播した。インドや中国などでは今日、その地を代表するスパイスになり、人類の食文化に大きな変化をもたらした。このヴィジュアルには、世界の食がギュッとつまっている。

光があるから色が見える

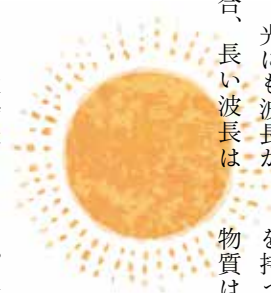
ここまで、いろいろな角度から色についての話題を取りあげてきました。でも、不思議なのは、そもそもなぜこの世の物には色があるのかということ。この素朴な疑問を、東京大学准教授の鳥井寿夫さんにぶつけてみました。

「なぜ色が見えるかというと、それはこの世に光があるからなんです」と、理学博士という肩書きを前にやや緊張気味の私たちに向かって、鳥井さんは穏やかに話しはじめました。「光源から出た光が物にぶつかり、反射や乱反射をします。そこから返ってきた光が私たちの目に入り、網膜の錐体細胞を刺激して電気信号に変え、その信号が脳に送られて私たちは色を認識しているのです。光がなければ、そもそも色は見えません」

なるほど、光のない暗い部屋では、たしかに色は見えません。でも、それはただ見えないだけで、たとえばテーブルの上に置いた赤いりんごは、暗がりの中でも赤いのではないのでしょうか。いまひとつ飲み込めない私たちに、鳥井さんはそもそもの根本から説明してくださいました。

そもそも色とは、光とは

光は音と似たような「波」としての性質を持っています。音に波長があるように、光にも波長があるのです。たとえば、音の場合、長い波長は



す。太陽が真上にある昼間、地上に届く太陽光のうち波長の短い「青い」光の成分がこういった気体の分子により多く散乱されます。「専門的には『レイリー散乱』というのですが、空が青く見えるのは、大気分子にぶつかって散乱している青い光を私たちが目しているからなのです」ただし、上空にある大気の層は薄いので、太陽光はほとんど邪魔されずに白のまま地表に届きます。

「低い音」に、短い波長は「高い音」に聞こえますが、光の場合は、長い波長は「赤っぽく」、短い波長は「青っぽく」見えるのです。そう、光の色の違いは、音でいうドレミの違いに似ているのですね。

「ここで不思議なのは、私たちが見ている太陽の光です」と鳥井さん。「日の光は白っぽく見えますよね。白というと純白、混じりけのないイメージですが、実はまったく逆で、すべての色が混ざり合ったものが白い光になるのです」

太陽の光にはいろんな「色」が含まれていて、それが混じって「白色」に見えているとのこと。それが証拠に、プリズムを通すと太陽光は虹のようなさざまざまな色に分解されます。

でも、ここで疑問がひとつ。太陽から出た光が反射して物が見えているのなら、なぜ目に見えるすべての物は「白色」に見えないのでしょうか。

物に色がついて見えるのはなぜなのでしょう。「それは、物質が特定の波長の光を吸収する性質を持っているからです。たとえば、みかんという物質は青い光を吸収します。白い太陽光のうち、

す。昼間の日の光が白く見えるのはこのためです。

ところが、夕方になって太陽が低く傾くと、日光は地平に沿って長い大気の層をくぐり抜けて来るようになります。そうなると波長の短い「青」や「紫」の光は、途中で散乱・吸収されて届かなくなり、波長の長い「赤」や「オレンジ」の光だけが届くようになります。それで私たちの目に夕日は赤っぽく映るのです。

青い光を吸収して、残りの光を反射するので、みかんは黄色に見えるのです」

たとえを使って説明しましょう。今、ここに白い箱に入った色鉛筆のセットがあります。全色揃って「白」に見えているその箱を、友だちのみかんぐんに手渡すと、「青い」色鉛筆だけを抜き取って（吸収して）、残りの全色を返して（反射して）くれました。その返してくれた残りの色が、私たちの目には「黄色」に見えるのです。

こういった「青」と「黄」の関係は「補色」と呼ばれています。補色には他にも「緑」と「マゼンタ」、「赤」と「シアン」などがあります。

風にそよぐ樹木の葉が「緑」に見えるのは、それが「マゼンタ」色の光を吸収するから。熟したりんごが「赤」に見えるのは、それが「シアン」色の光を吸収するからです。つまり、太陽光の「白」からある色を引き算すると、補色関係にある色が見えてくるのです。このような色の原理を「減法混合」と呼ぶのだとか。色が見える仕組みは、思っていたよりもはるかに不思議なものでした。

空の青は？ 夕日の赤は？

ご存知のように、地球は大气に覆われています。大気の層は意外に薄く、地球をりんごにたとえると、なんと皮ぐらいの厚みしかないそうです。

その大気は窒素や酸素などの気体でできていま

「物には初めから色があるわけではありません。物体に反射されたり、吸収されたりした結果、最終的に残った光が目につき、それで私たちはその色を認識しています。ですから、光源が変われば色も変わります。蛍光灯やLEDの下では、同じ赤でも違う色味に見えることがあるのです」

「光があるから、色が見える」。そもそもの根本原理を、鳥井さんはわかりやすく説明してくれました。ごく当たり前のことですが、当たり前すぎるがゆえに、なんとも不思議に聞こえる話でした。

人の脳が見ている色

でも、ただ光が目に入ってくるだけでは、まだ色は見えません。その光を脳が認識して、初めて色は私たちの視野に現れるのです。ところで、私たちは同じ光を同じ色として見ているのでしょうか。それとも入ってくる光は同じでも、一人ひとりの色の見え方は異なるのでしょうか。次のページでは、一般の人とは少し違う「色弱者」と呼ばれる人たちの色の見え方についてご紹介します。



鳥井寿夫（とりい・よしお）
東京大学 大学院総合文化研究科 広域科学専攻 相関基礎科学系 准教授。理学博士。レーザー光を用いた原子の冷却や超精密分光などに関する研究を行っている。

カラーユニバーサルデザインの取り組み

色はみんなに同じように見えているわけではありません。色の見え方（色覚）には個人差があり、一部の人間にとっては見分けにくい色もあります。みんなに見やすい色とは何かを知りたくて、「カラーユニバーサルデザイン（CUD）」の取り組みを取材しました。

人の網膜には「錐体」という細胞があり、目に入ってきた光を電気信号に変え、脳に伝えて色を識別しています。この錐体の働きが人と違うと、色の見え方が違ってきます。このような人を、色の配慮の不十分な社会における弱者という意味で「色弱者」と呼ぶそうです。

取材に訪れた「カラーユニバーサルデザイン機構（CUDO）」は、世界に先駆けて社会の「色覚バリアフリー化」に取り組むNPO法人。理事の伊藤啓さんは、東京大学分子細胞生物学研究所の准教授で、この分野の研究者であり、またご自身も色弱者の一人です。

「ひと昔前の日本では、色弱者への配慮がなく、見えないのは自分のせいだから、自分でなんとかしてねといった風潮がありました」と伊藤さん。たとえば金融の世界では、出金の伝票用紙は水色で、入金ピンクという慣習がありました。このふたつの色が見分けられないから色弱者は雇わない、という金融機関が多かったとか。「用紙の色を少し変えれば、色弱者でも何の支障もないのに」。色覚タイプを問わず、みんなが生きやすい

社会を実現することが、「カラーユニバーサルデザイン」の目指すところです。

みんなが見やすい色使いとは

「CUDは一部の色弱者だけのものではなく、一般の人にとっても見やすいものでなくてはなりません」と伊藤さん。例として地下鉄のトイレマークを挙げ、説明してくださいました。

東京の地下鉄が「営団地下鉄」だった頃、トイレマークは男性が水色に近く、女性がピンクに近い色でした。この色の組み合わせは金融の伝票同様、一部の色弱者には見分けづらいもの。「東京メトロ」になるときに、路線図やサインとともにトイレマークの色の見直しも行われたのです。

「難しかったのは、単に色を変えれば済むという



人の色覚は「錐体」の働きによつて大きく3つのタイプに分けられます。赤を比較的暗く感じる「P型」、緑を比較的暗く感じる「D型」、そして一般的な色覚の「C型」。望ましいのはすべての色覚者にとつて見やすい色です。伊藤さんたちは紫に近い赤からオレンジに近い赤まで、30種類以上の色見本シートを並べ、P型、D型、C型、それぞれの人に意見を聞き、一般の人と色弱者の両方がぎりぎり「赤」に見える色を探っていました。その結果行きたいのが、いま使われている青と赤なのです。



上は「営団地下鉄」時代のトイレマーク。「東京メトロ」になるときに見直され、さまざまな色覚者の意見を取り入れた結果、みんなに見やすい色に改善されました。

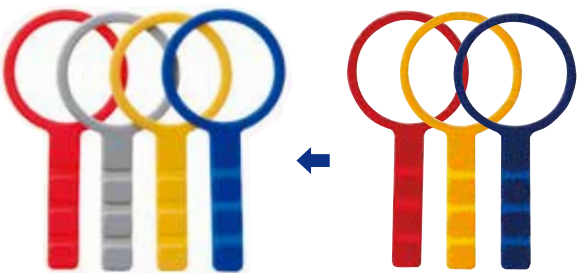
「日本人の男性の約5%、女性の1%未満が色弱者で、その数は300万人ともいわれています。また、色の感じ方は、加齢や白内障などの病気でも変わることが知られています。カラーユニバーサルデザイン化は、色弱者だけでなく、誰もが生きやすい社会の実現につながっているのです」

無印良品の取り組み

「ふだん自分たちの作っているものが、本当にみんなにとって使いやすいのか」。こんな疑問から、無印良品はユニバーサルデザインに取り組み、色についての見直しも始めました。最初に手がけた



CUDの視点を取り入れて色使いを見直した歯ブラシ。不透明な柄（右の4本）は「普通毛タイプ」、クリアな柄（左の4本）は「極細毛タイプ」です。



PET詰替ボトル用・識別リング。赤と青の彩度を少し上げることで一般の色覚者と色弱者の両方にとって識別しやすくなりました。

のは、目覚まし時計のアラームの針の色。「これまでとくに理由もなく赤い色の針を使っていました」というのは、プロダクトデザイナーの白鳥裕之。「でも、ユニバーサルデザインの中で色について学ぶうちに、赤が黒に見える人がいることを知り、これでは分針や秒針との見分けがつかないと思つて、針の色を黄色に変えました」さらに、弱視の人は白い文字盤が見づらいことを知り、黒い文字盤が目覚まし時計を開発。その後も、お風呂場でのシャンプーやリンスを区別するための「識別リング」や、家族で使い分ける「歯ブラシ」の色の見直しなどを行いました。特に歯ブラシは個人で使うもの。家族といえども間違われては大問題です。取材の日、CUDOの方に見ていただきましたが、「大丈夫、この色なら見分けがつくね」とお墨付きをいただきました。「これまでCUDOさんなどのアドバイスをいただきながら、カラーユニバーサルデザインを学び、色使いを考えてきました。今後、さらなるレベルアップを図っていきたいと思っています」

誰にとつても「感じ良いくらし」を目指して、無印良品はこれからもユニバーサルデザインの取り組みを続けていきます。

NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構

2004年に設立されたNPO法人。博物館の展示、地下鉄の路線図やサイン計画をはじめ、ボールペン、リモコン、天気図から街の標識まで、色使いに関する評価・改善活動を行い、誰にでも色が見やすく生きやすい「社会のカラーユニバーサルデザイン化」に取り組んでいる。

無印良品の色の始まり

「モノクローム」。それは静かで端正で、ほんの少し素っ気ない印象かもしれません。でも、無印良品のモノクロームには、あたたかみが感じられませんか？色があふれていた時代に登場した、新たな視点でした。

「マッシュルームの缶詰にはなぜ端の部分が省かれているのか」。その疑問は、いわば食材の10パーセント部分を捨てていたという認識と、消費者の意識に学ぶことの再認識ともいえる契機を商品開発者たちにもたらすことになったのだった。

一方、西武セゾングループは代表の堤清二が文化事業を重視し、広報広告デザインの領域にも日本を代表するデザイン・ディレクターたちを擁していた。その中心がアートディレクターの田中一光である。プライベート・ブランドについて堤から相談を受けた田中は、「モノクロームのパッケージがあってもいいのではないか」と答えている。これは初期の無印良品のアイデンティティをすべて見すえた、示唆に富む発言である。

西友商品開発部の中に、前述したような新企画への胎動があり、アートディレクターの構想があり、それが合致したところに無印良品は生まれた。日本の市場経済が上昇気流に乗り、バブル時代といわれる好況を謳歌した80年代。その時流に逆らうかのように、無印良品は冷静にメッセージを

送り続けていた。

田中一光A Dのもとに集まったクリエイティブ・チームは、グラフィックデザイナーの麴谷宏、コピーライターの小池一子、無印良品というネーミングを主導した日暮真三、インテリアデザイナーの杉本貴志などである。

田中が言った「モノクローム」という言葉の示唆する世界観をチームが共有したことが初期の迅速で強いアイデンティティ形成に役立った。日本のパッケージ・デザインは過剰になっていると田中は指摘しており、商品開発を行うなら、装飾過剰のこのような時代には強い主張を出すモノクロームで行くと初めから決めていたとも言える。70年代のオイルショック以降、現在とは比較にならないがエコロジイ思想も議論を巻き起こっていて、田中はクラフト再生紙を地色に一色の指定色でロゴとメッセージを配するという決断を即刻実行した。商品企画が常識的な新商品思考ではなく、忘れられていたもの、無視されてきたものなどに立脚点を持つなら、包装は再生紙の色で質実な生活



誕生してすぐの頃につくられたポスター。使われているのは、クラフトのペーージュとえんじの2色のみ。これぞ無印良品の礎です。

缶詰やまとめ買い用の歯ブラシ、洗濯用の棒石けんなど、たった40品目でスタートしました。えんじ色は、素材の色そのものとしなやかになじみます。



できたとか。

ですが食品に比べると、衣服はいささか戸惑いを覚えました。「色がないなんて」というわけです。ですが染色工程を省いて素材そのものの色こそ「素の色」なんだと考えれば、それこそ無印良品らしい衣服のあり方で、そうして生まれたのが「生成りシリーズ」です。田中さんのモノクロームと同じ発想で、自然の色をまとうという提案になりました。

1983年には、東京・青山に直営一号店がオープン。溶鉱炉で使われていた古いレンガが外壁に、そして古材がフローリングに使われ、ディスプレイにも古い味噌樽や茶摘みかなどが用いられました。杉本貴志さんによる店舗デザインが、見事に「無印良品らしさ」をあらわしていました。素材の色そのままで、それらが使われてきた時間



中心に大きく漢字四文字。潔く、シンプルで、力強い。マイナーチェンジはありましたか、スタートからほとんど変わっていません。

40品目から始まった無印良品には、いま7000を超える商品があります。パッケージの素材も、紙もあればプラスチックもあります。クラフトのペーージュと、ロゴなどに使われる赤茶色Ⅱえんじ色を、さまざまな素材に対して同じように発色させるのは、実はとても大変です。パッケージやタグを印刷するときにも細心の注意が必要で、そういう些細と思える点にまで気を配ることで、無印良品らしさは育まれてきたとも言えます。

この2色に加えて、グレーも大事な色です。よく使われるようになったのは、アルミや樹脂系の素材の商品を発売し始めた86年頃。クラフトのペーージュと、えんじと、グレーの3色は、きちんと

感を訴求する。田中はその地色に配する一色を赤茶色とし、強い効果を上げている。

これが無印良品のアイデンティティとなった。

右の文章は、『くらし中心』の代表メンバーであり、その創成期から無印良品に携わり続けている小池一子が、『MUJI 無印良品』（2010年）に寄せたものの一部です。無印良品が誕生した背景に始まり、田中一光さんがそのアイデンティティとなる「モノクローム」を直感的に見いだし、力強い骨格がある種の瞬発力を持って形成された、「無印良品がうまれたとき」です。

モノクロームという引き算の魅力

好景気を背景に時代が活発になり、どこを向いても色が氾濫していることに、田中さんは気を留めていました。手放しで歓迎していませんでした。だからこそ、「モノクロームでやりましょう」という言葉が出てきたのです。それも迷うことなく、すぐに。付加することで価値を高めるのではなく、引き算で魅力を生むのです。そういうクリエイティブ・チームの考えに、商品を企画する側も即時に呼応しました。頭やしっぽの近くも入ったシャケの缶詰、割れたものも入った干し椎茸、端も入ったマッシュルーム缶などなど。広告やラベルに使われるクラフト紙のイメージから、「ペーージュショック」「ペーージュ商品」という言葉も聞こえ



杉本貴志さんは青山店を皮切りに、次々と無印良品の店舗を手がけました。ブティックのような佇まい、なにに売っているのは生活に必要なものというのも、大きな話題に。

クラフト+えんじ色+グレーが配されたノートはロングセラー商品のひとつです。



すべてに寄り添うえんじ色

も感じさせる店の誕生です。商品と情報と空間が一丸となり、モノクロームの魅力を伝え、それに多くの人が敏感に反応しました。

数値化されていて、ぶれることがないようにしてあります。

7000品目という膨大な商品数になっても、クラフトのペーージュとえんじを見ると、それだけで私たちは無印良品だと認識します。もはやそれは無意識と言っているほど。日本はもちろん、海外でも同様です。誕生して、もうすぐ40年。それだけの長きにわたって、無印良品が無印良品であり続けたのは、「モノクローム」というアイデンティティがあつてこそ。オリジナルの存在感が、「素の色」から生まれているのです。



衣料品、生活雑貨、食品。田中さんたちがつくったモノトーンがタグやパッケージに加わることで、無印良品になるという面白さ。

くらしの良品研究所から

MUJIBOOKS文庫「人と物」が生まれました



いい言葉は、色あせることはありません。あの人のあの言葉を手元において、繰り返し味わうことができれば、きっと毎日の暮らしに良いことがあるはず。過去といまと未来を言葉でつなぎたいという思いから、「人と物」シリーズは生まれました。

創刊第一弾は、柳宗悦、花森安治、小津安二郎の3冊です。「民藝」に美を見いだした柳、『暮らしの手帖』を創刊し、日々をていねいに暮らすことの大切さを問うた花森、日本映画界の巨匠である小津。活躍の場は違えども、彼らは暮らしを見つめ続けました。その言葉の数々に、ぜひ触れてください。MUJIBOOKSを展開する店舗やネットストアで販売しています。今後も、さまざまな人たちの言葉をお届けしていきます。

産地直送の野菜と果物を、有楽町で販売します



有楽町1階が、増床してリニューアルオープンしました。ここに生まれたのが青果売場。無印良品初の試みです。無印良品が野菜や果物を売るならば、畑や産地と手に取る人がつながるようにしたいと考え、特に野菜は生産者や生産団体から直接仕入れています。化学合成農薬や化学肥料を使用しない、あるいは減農薬で栽培した旬の野菜は、きれいでぴかぴかではなくても、いい顔つきです。あまり見る機会がなくなってしまった、東京の伝統野菜も並んでいます。もちろん、旬の果物も。そのほか、野菜のおいしさを引き立てる調味料や、野菜からつくったお菓子、産直野菜でつくったスープなども販売します。

東京の真ん中の有楽町で、自然そのものの野菜や果物がお待ちしています。

くらしの良品研究所とは

「くりかえし原点、くりかえし未来。」を合言葉に、これからの時代に求められる良品像を、みなさんと一緒に探っていく“ラボラトリー”です。店舗とインターネットを介して、生活者であるお客さまと対話しながら、既存商品を点検し、新しい商品を育て、世界のより多くの人々に「これでいい」と共感していただける、感じ良いくらしのかたちを考えていきます。

www.muji.net/lab

◇この小冊子は、背表紙に付いた2つのリングをファイルの穴に通して、ストックすることができます。

くらしの良品研究所 編集発行 2017. 08

ATELIER MUJIに遊びに来てください

有楽町2階のATELIER MUJIは、くらしの原点に立ちかえり、未来へ進むヒントを見つける工房です。9月1日からスタートする「Handscape展」は、まさにこの工房ならではの展覧会。スウェーデンのユニット、カタリーナ・ブリーディティスとカタリーナ・エヴァンス（写真右下）がアトリエに滞在して、参加者のみなさんと協働して大きなラグをつくります。素材は、無印良品の商品の生産工程で出る端材。みんなの手で、作品を紡ぐのです。実際に手を動かすことで、「ものづくり」に目を向け、これからの私たちの生活にも思いがおよぶきっかけになればと願っています。

ラグのデザインのテーマは「雲」。日々かたちを変える雲のように、ラグも毎日その姿に変化が生まれます。ですから何度も足を運んでいただきたい。最終的にどんなかたちになるのか、それは参加するみなさん次第です。会期は10月29日までです。人の手が生み出す風景を、一緒につくりましょう。



11月3日からは、「え、ほん？展」が始まります。絵本は子どものためのもの？ いえいえ大人にとっても魅力的な絵本がたくさんあることはご存じの通り。でもこの展覧会では、「本」とも「絵本」とも呼べない、「え、ほん？」をみなさんにお見せします。紙に描かれるともかぎりません。自然そのものが会場にやってくるかもしれません。デジタル技術でつくられるものかもしれません。なにが描いてあるのか、見てもわからないかもしれません。頭のなかが「？」でいっぱいになるかもしれませんが、疑問から生まれる面白さを楽しんでいただきたいのです。会期は12月17日までです。

会場：無印良品 有楽町2階 ATELIER MUJI
(東京都千代田区丸の内3-8-3)

<https://www.muji.com/jp/events/ateliermuji>