

韓国伝統色から現代のカラーマーケティングへ

From the Korean Traditional Color to Modern Color Marketing

孫 禎延 (DIC COLOR & DESIGN, INC)

1. はじめに

最近、弊社は大手企業から Global Marketing に関して、Color 提案の依頼を多く受けている。その内容は現状の調査、分析による今後の Marketing Color の提案即ちカラー戦略の提案が欲しいというものである。

人が物に接して、一番初めに感じるのは五感の中では視覚であって、その視覚の中でも、最初に認識されるのは形より色である。だから**色は物の最初の印象を作るという観点からモノ造り第一の基本である**。この観点から、最近の企業は色や表面処理が重要との認識を従来にも増して益々強くしている。だが、嗜好性、価値観、生活などが異なる人が集まっている多様な市場の要求を如何に取り入れて、色の戦略を立てれば、市場で成功出来るモノが作れるのか？ 近来、Global 市場を中心とした Color Marketing の対応を意識しすぎるあまり従来に見かけなかった色や表面処理を目にする機会も多くなってきたが、息切れの様子を見せているカラー展開も見られるようになってきた。それは、時代性にかなった新しさを意識しすぎて自国の色、自分の originality を失ってしまっているからである。各国 originality それも色の文化こそ、**転じて一番 Global なモノといえるのではなからうか？ 21 世紀の Global Color Marketing はそれぞれの国の originality を生かした色の戦略が重要である**。ここでは、韓国伝統色の哲学観を生かした Color Marketing の事例を紹介し、いくつかの考察をすることとする。

2. 韓国伝統色の哲学観

韓国の伝統色の基本哲学は方向説である。東、西、南、北と中央の各方向は、陰陽五行説においては、自然と人体の整合、病理との関連、そしてすべての事象は宇宙に根拠を発しているという哲学であり、それは色としても表現出来るとし、色と各方向との関連性を説明している。こういう説をかつての韓国では、「**五方正色**」と呼び、それを守ることによって不幸と幸福が決まると考えていた。即ち、「五方正色」の哲学は昔から韓国では無病長寿を祈願する価値観として、衣、食、住という生活のあらゆる場面で良く生きる為の指針となっていた。

3. 伝統哲学から展開した現代の色

韓国人の嗜好性と最近の社会背景を整理すると価値志

向、文化的な中心、精神のリラックスなどの言葉で説明が出来る。即ち、自分を満足させる購買行動、贅沢な消費性、文化や趣味などを通じて感じる所属感、精神的な余裕、幸せの追求等がその内容として挙げられる。最近それらの条件を充足し成功した韓国の Marketing Color 戦略 の一例を紹介したいと思う。それは **World Cup の Red Marketing** である。韓国人にとっての Red Color は特別な意味を持っている。Red Color は伝統色の哲学観である「五方正色」の一角で、特に雑鬼を防ぐ色であった。そういう色である一方、革命で国を興した北朝鮮の色でもあった。こういった背反的な背景で現代化された Red Color はワールドカップの Color 戦略として生まれ変わった。つまり 伝統の哲学観と現代の Trend を融合させて成功した事例である。World Cup の時期に韓国では赤を base にした様々な商品が消費者に愛されていたが今回のドイツ World Cup では外国人にも韓国サポーターのユニフォームが売れたそうだ。

4. 今後の課題

日本と韓国は似ているようで異なるところも多くある。生活習慣や食文化、意識などもそれぞれ異なる。日本人は幸いに、韓国の文化に触れ、自国民と異なる韓国人の良いところを評価してくれた。その違いが **韓流ブーム** を起こした。弊社の社内で韓国人は私一人だ。もし、私が日本人と全く同じ感覚や意識を持っていたら、弊社に採用されなかったかも知れない。弊社は韓国人の感覚で活躍する私を求めている。それに日本人の特徴である繊細な感覚を生かして、より韓国の市場に近づく事が、弊社唯一の韓国人である私の役目だと思う。

Color Design を含め、Product Design で、時代の変化に即応出来る事はデザイナーの大切な能力である。Trend の情報、市場の変化を良く予測し、自分の感覚を研ぎ澄ましてデザインをするという事はとても重要な事だと思うが、その中でも韓国の Originality をもっと海外に appeal することが、これからの Global 市場に対応するための私の役目だと思う。そうするためにはまず、我が国のことをもっと知らねばならない。他人のことを知る為にも、まず自分の文化を良く知って、他人の文化を取り入れるのが Global Designer として大切な事である。