

カラーの知識が 活かせるお仕事

最新
事情

「カラー」の知識ってどんな仕事で使えるの?と
思っている人も多はず。でも実は、あらゆる業界で
活用できる、とても可能性のあるスキルなのです。
先輩5人の活躍ぶりから最新事情を探ってみましょう。

取材・文/伊藤睦美 撮影/刑部友康 D/山岸彩(PLANETS)



PROFILE

塗料製品を扱う会社でHP作成なども担当したことで、色に興味をもつ。DICカラーデザインスクールのデザイン、インテリア各コースで色を本格的に学び、卒業後、2004年2月に現在の会社に転職。色彩能力検定1級、カラーコーディネーター検定2級を所持

CASE
01

環境や利用者の 心理面に配慮した 空間をコーディネート

目黒裕子さん (28歳)

インテリアの提案

ドアや家具などイタリア製のインテリア資材を、日本の建設業者やショップに紹介するのが目黒さんの仕事。

「自ら営業に出かけ、先方の手がけているマンションやショップのイメージに合う商品と、そのコーディネート提案をしています」

インテリア業界の経験はまだ浅い目黒さんだが、プレゼンテーションまでこなすというのはなかなかのもの。「インテリアのパーツは素材も色もかなりの種類があり、感性だけでお薦めしてもお客様に納得していただけないので、理由をきちんと説明します。たとえば、同じ色でも使う面積によって効果が違うんですね。3cm四方ではグレーに見えても3m四方になれば白っぽく見えてしまう。光の当たる位置や量も関係しますし、オフィスなら仕事をしやすい環境をつくる色を使うなど、心理的な影響も考慮していることを伝えます」

様々な観点から選んだ色だからこそ、クライアントも納得してくれるのだ。「建築や各パーツの素材についてはも

3月に東京ビッグサイトで開催された展示会では、自社ブースのカラーコーディネートを目黒さんが担当。床の薄いグレーがチープな印象を与えがちなため、濃い色を部分的に重ねて高級感を出した



カタログだけでなく、実際に素材や色の見本を先方に見てもらいながらプレゼンテーションをする



棚など部分ごとの設計図を用意し、必要なパーツと素材を詳しく書き込む。これで見積もりを出す

もちろん、カラーの知識をもつと磨いて、家への提案をしたり、ショップのコンセプトに合うインテリアメーカーを探し、エージェントとして活躍すること、今後の目標です」

目黒さんの会社はイタリアのインテリアメーカー数社の輸入元。目黒さんは建設会社やショップに商品を使ってもらえるよう営業をかけ、場合によっては社長と2人で説明に行く。受注決定後、現地メーカーへ発注

目黒さんの仕事の流れ

