

日本カラーヒーリング協会通信

第26号

●カラーヒーリング・アドバイザーの皆さんへ



理事長 関口智恵

こんにちは。関口智恵です。

今日は、仕事における「自己表現」について、考えてみたいと思います。

現在は、簡単に誰でも自己表現できる時代になってきました。どこにいても、誰とでも繋がれる時代に、私たちは生きていますよね。

私が色の仕事で独立したのは、一九九九年終わり〜二〇〇〇年くらいでした。その頃は今のようによく

グや、Facebook、ツイッターなどのSNSはもちろんなく、個人が表現できるメディアは限られていました。

今は、小学生でもYouTubeに投稿でき、Facebookなどで世界中の誰とでもつながれる時代です。また、Zoom、Skypeなどで、どこにいてもセミナーや会議ができます。

こうなると、一般の人たちが自己表現するのが難しかった時代のテレビ、雑誌、新聞などのマスメディアの価値と、現在のそれらの価値は、全く異なってくるでしょう。

たとえば、「カラーヒーリング・アドバイザー」として、テレビ出演したとします。でも、「テレビないです」「テレビみません」といった方々もたくさんいらして、そういった方々にはメッセージは届きません。

私は、今までたくさんのマスメディアに、出演させていただきました。しかし、実際のクライアントは、ブログをみてくださった方や、口コミなどがほとんどです。

但し、企業講演や商品の監修などの際は、マスメディア出演の経歴が、企業からの「信用」という面で、重みがあるようです。

自分がブログなどで発信するのでなく、第三機関であるマスメディアがとりあげているということ、自分のファン以外の方からの信用を、得ることができません。ただ、それによってすぐにクライアントにつながるかどうかは、また別の話になります。

また、以前は、「個人事業主」よりも「株式会社」「一般社団法人」「合同会社」の方が、信用を得られると、考えられた時期もありました。しかし今は、信用を得るために「株式会社」にする時代ではないのかもしれない。

特にカラー業界など、株式会社だから仕事がくるとか、個人事業主だから仕事がないということは、全くないです。

私は、独立してから五年以上、「個人事業主」として活動していましたが、最初から企業から依頼がありました。「株式会社」にしたからといって、爆発的に企業関係の仕事が増えたということはありません。

なので、実は今は、「一般社団法人」も、もはや必要なく、「日本カラーヒーリング協会」だけでいいのではとも思っています。「社団法人」も昔とは異なり、その重みも今は薄らいでいますから。

では、その「信用」は、どこからくるのでしょうか？

それは、日ごろの自分自身の態度、ふるまい、言動、全てからだ、私は思っています。

決して「肩書」ではないですよ。そんな時代は、とつくとおに終わり

ました。

また、信用は一日で成り立つものではありません。自分自身の生きざまのすべてが波長となつて、存在感や言動にでるのでから。

たとえば数十時間、色彩の勉強をしたからといって、信用されるものでもなければ、どこかで誰かがいつているような自己啓発メッセージを発信すれば、得られるというものでもないでしょう。

また、資格取得したからといって、その人自身の信用が得られるわけでもありません。資格は、その分野の知識があるという一つの証明のようなものです。残念ながら、「人となり」とは、全く関係ありません。

色彩関係の赤がどんな効果があるとか、そういうことはちょっと検索すれば、ライターさんやいろいろな人が書いています。それと同じようなことを書いて、自分自身の信用を得られると思いますか？

どこかで誰かが書いているような色の知識を書いても、あなたのセッションを受けたとか、あなたのセミナーを受講したいという気持ちになるでしょうか？

逆の立場で考えてみましょう。あなたが肩こりで、「マツサージを受けた」と思つたとき、何で選びますか？ 整体院や針灸によく書かれているようなありふれたコピーで、そこに行きたいと思うでしょうか？

逆の立場で考えるとわかりやすいですよ。自分がセミナーを受けるとき、あるいは 施術を受けるとき、何で選んでいるか？

もちろんコンテンツ(内容)そのものも大事ですが、コンテンツ自体に、もし大差がないとしたならば、何で選びますか？

これに正解はありません。人それぞれに、選ぶポイントは異なるでしょう。

ちなみに私の場合は、その人のエネルギー、その人自身で全て選択します。

その人のプロフィール写真からのエネルギー、ブログの文章からの波長、言葉の選び方など、全てにその人自身があらわれます。

この会報誌もそうです(笑)

人が望んでいるのは、あたりさわりのない文章や、自己啓発本などでよく見受けられるような文章ではありません。あなたがどういう人なのか、コンテンツの『結論』『そのものだけ』ではなく、その人の『物語』『背景』をききたいのです。

それを発信することで、あなたと波長の合う人だけが、目の前に現れるでしょう。すると、波長の合わない人会うことはなくなります。

クライアントとのミスマッチも避けられますよね。最初から信頼関係が築けているわけですから。

あなたの物語を紡いでください。

もし、ビジネスとして発信するプロ

グであれば、日記ではないので、読者に有益な情報でない限り、信頼をえることは難しいかもしれません。

ブログや Facebook、ツイッターなど、それぞれの媒体の特性があります。また自分がどのようにそのツールを使うかは、自分で決められることです。

たとえば私の場合、Facebook には、大好きなスイカの写真や山、海の写真「スイカおいしい」「山、最高♡」とか、ビジネスとは程遠い内容がほとんどで、ほんとと私のことをあまり知らない人たちからみると、ほんとうにどうでもいいことしか書いています(苦笑)

なぜなら、Facebook をビジネスに近づけようなんてことは、考えてないからです。リアルにつながっている友達に向けて発信しています。都内に住んでいる仲良しの友達は、山と海の写真が癒されるとのことなので、それをアップしています。

また何を表現するかも大事ですが、何を表現しないかも、とても大事です。

なんでもかんでもアップする人のところに、秘密の情報は入ってこないです。

今いる場所(立ち位置)は、過去の積み重ねによつての場所です。どんな場所にいたいのか、どこで花を咲かせたいか、全て自分で選べるのです。

もはや媒体は、あなた自身です。

どんなツールを使っても、どんな肩書にしても、プロフィール写真を撮影しても、全ては自分自身のエネルギーやありようが、かもしだされます。

決して、表面的なテクニックでつくれるものではありません。

自分自身がいかに信用・信頼されるか。それは、「自分自身が、自分のことをどれだけ信頼しているか」と同じなんですよね。

人から信頼されることを目指すのではなく、自分自身が自分のことを120%信頼していれば 人からの信頼

はあとからついてくるでしょう。

いかに自分自身と対話するか。

二〇一七年年後半も、自分自身を内観して 至福の時を過ごしたいですね。

(関口智恵)

● 原盤制作ディレクター

近藤康行氏 インタビュー

近藤康行さんとの出会いは、二五年くらい前でしょうか。私が広告代理店に入社して、最初のクライアントが近藤さんの所属するレコード会社でした。

当時、二人とも新人で、みんなで遊んでいました。その後、それぞれの道を歩み、昨年、二十年近くぶりに再会。

近藤さんは、現在、フリーの音楽制作プロデューサーとして活躍中です。

加藤ミリヤさん、クリス・ハートさんなどへの楽曲コーディネートションの他、ご自身でも多数のCD制作を手がけていらっしやいます。

(聞き手、執筆 関口智恵)

近藤康行氏 プロフィール



ファンハウス、BMGファンハウス、ユニバーサルインターナショナルを経て、

二〇〇六年よりフリーの原盤制作ディレクターとして活動開始。

以降、JPOP、アイドル、KPOP、HIP HOP/R&B、女優、声優、インストグループ、アニメーションキャラクター、果てはご当地キャラなど、数多くのアーティストの原盤制作全般に携わる。

原盤制作業務の他、楽曲のコーディネート、ライブのサウンドプロデュース、インディーズアーティストの制作プロデュース、国内外の作家とのコラボ、マネジメントやレーベルの依頼により、デビュー前の新人のDemorecやボーカルレッスンなども行う。

豊富なリリース経験とネットワークを活かし、ジャンルを厭(いと)わず、多種多様な原盤制作に対応。

的確なコーディングディレクションによる円滑なスタジオ業務進行や、音楽経験の少ない新人へのボーカルディレクションおよび育成には、特に定評がある。

HP: <https://www.grooville.info/>

関口 今のお仕事内容を教えてください。

近藤さん フリーランスの音楽制作プロデューサー、ディレクターで、原盤制作、ライブ制作、作家さんのエージェント、マネジメントなど、音楽の制作にかかわる仕事全般をやっています。

関口 近藤さんは、小さい頃から音楽に興味があつたんですか。

近藤さん 僕が生まれる前の話ですが、父はジャズベーシスト、母はラジオのディスクジョッキーだったこともあり、物心つく前からはずっと音楽が一日中流れている家で、必然的に父親が聞いていたジャズ、ブラックミュージック系、ブラジルの音楽などが

好きになりました。

ただ、明確に「仕事にできるかな？」と思ったのは、就活のときだったかな。と。大学在学中はアルバイトの毎日で、自分の思うように音楽活動ができなかったので、一般企業を受けるのと同時に、「レコード会社も試しに」というか、もうほとんど記念に(笑) 受けておこうと。それでもし音楽の道へ進めたら幸せだなと。そう思っていたら受かってしまったんです。

関口 レコード会社では、どのようなことをされていたんですか？

近藤さん 入社して二年半は雑誌媒体のプロモーションをやっていました。僕が音楽自体に詳しくそうだというので、音楽雑誌全般を担当させてもらって。

その後は小学館、集英社など、大手の女性ファッション誌のようなどころも含めて担当させてもらいました。でも最後まで、音楽専門の雑誌が中心だった気はしますね。

関口 プロモーションをやっていて、特に難しかったのはどんなところ

でしたか？

近藤さん 仕事自体の大変さというよりは人間関係ですね。業界で名物編集者と言われているような、ちよつとクセのある人が何人かいたんですが、中には馬が合わない人もいて、なかなかその方に気に入ってもらえる仕事ができず、うまくいかないことも多かったです。

僕もまだ若くて、自分の性格の小さなさやうまく作用するときもあつたけど、悪い方向へいくこともあつて。「だったらもういいです」みたいに自分で心のシャッターを下ろしちゃうような。

そのたびに、周りの先輩たちが何かとフォローしてくれたんですが、あの時期は非常に勉強になった時期でもありましたね。手にかかる新人だっと思えます。

関口 では、嬉しかったことは？

近藤さん 当時僕のいた会社が有名アーティストを多数抱えていたこともあるんですが、まだ入社して一年くらいの時期に、永井真理子さんで音楽

雑誌の表紙巻頭で十数ページという特集をやれたことです。

それから、洋楽中心の音楽専門誌でも、移籍直後の THE YELLOW MONKEY で、巻頭ぶち抜き数十ページで彼らの楽器の特集を組んでもらって、日本人アーティストでは初めてです、と言っていたいたり。

あと、ライブツアーの同行取材や人の連載ページを作ったりといった、さまざまな経験ができたことですね。海外へ行ったりすることも多かった

ので、とても恵まれていたと思います。そういえば、入社一年目、二年目で、別な部署にいたのですが、二年連続で100万枚を超えるシングル曲の宣伝に関わったんです。当時その会社ではミリオンヒットを多く出していますが、二年連続でミリオンを経験できたのは私だけだったと思います。

一年目でミリオンを売ったアーティストは、明日100万枚超える、という時にはもう移籍が決まっています、なんだかどこか切なさの残る100万枚だったのですが、二年目の時は会社の売り上げが芳しくない中、担当プ

ロデューサーさんが「だったら100万枚売れる曲を作りますから」と宣言して作って、見事にそのとおりになりました。アーティストさんも長い活動歴の中、初めてのミリオンシングルで、事務所のマネージャーさんと僕らのチームみんな抱き合せて喜んだのを覚えています。

もちろん、僕自身がそのヒットに対して何ができたのかというと、たかだか一、二年目の小僧ですから大したこととはできなかったとは思いますが、その時の、一つの曲なりアーティストなりが売れていく感じ、会社や、業界の雰囲気、世の中のザワザワ感、アーティスト、事務所、メーカーというチームのダイナミズムみたいなものを体感できたのは非常に大きな宝物です。

関口 本当に。すごい時代でしたね。私もその時代に担当させていただき、同じ空間にいられたことは幸せでした。なつかしい思い出です。

その後の人事異動で制作のほうへ移ったそうですね。そこでの仕事内容を教えてください。

近藤さん いわゆるアシスタントデ

イレクターです。上司や先輩であるプロデューサー、ディレクター、A&R（今のレコードレーベルの業務では一番メジャーな肩書で、当時はその出始めだった）さんに、アシスタントとしてつきました。僕が最後の世代くらいだったんじゃないかな？ 明快にアシスタントディレクターって肩書で制作のキャリアをスタートしたのは。もう全く人格のない修行時代を、二年間過ごしました（笑）。

関口 それは先輩の言われたとおり動くという。

近藤さん それもそうですし、現場丸ごと一つ任されて、ここを預けるからきちんとやっておけという投げられ方をしたこともありました。

本当にその二年間はきつくて。先輩たちには、音楽業界自体に向いていないからやめろ、やめろって言われ続けて苦しくてしょうがなかった。

でも、一緒に仕事をするエンジニアさん、アレンジャーさん、アーティストさん、みんなすごくかわいがってくれたので、その点では恵まれていたと

思います。今、その時を知ってる方々とお仕事する機会もあるのですが、とても幸せなことですね

関口 プロモーション時代と、何が一番違いましたか？

近藤さん まず単純に体力的な苦しき。本当に寝られない、休みもない（笑）。あとは、制作の人間として求められることの大変さです。

プロモーター時代にも、もちろん事務所やアーティストの方と話しますが、それが音楽制作という作業になると、もつと根幹的な部分で接するところが増えていくし、重要になってくる。自分が何をもってこういうものにしたいかということ、独りよがりではなく、相手にきちんと伝えられないといけない。

そこが最初はとても難しかったですね。伝え方、話すタイミングのことで怒られることは多かったです。

関口 事務所サイドもレコード会社も、共通点としてアーティストを売りたいという部分があると思うんです

が、「両者の方向性が違うな」と感じる部分などはありましたか？

近藤さん アシスタントの時代は、大卒は先輩方がつくり、自分が関わる段ではそこがずれてることはほぼなかったもので、自分がそこまで感じることはなかったですが、一人でやる機会が増えてきてからはありましたね。

うちのレーベルとしてはこういうふうはこの人を売りたい、こういう音楽をやりたいと言うんだけど、事務所側は実はぜんぜん違うところを狙っていたりとか。アーティストは僕らはこういうことをやりたいと主張するんだけど、そんなことやたって売れないから、俺らの言うとおりにさせて言う上司がいたり。

関口 今の音楽の流れから言って、マーケット的にこの路線じゃ絶対に売れないだろうということもあるじゃないですか。でもアーティストはこの路線しかやりたくないと言う。

でも当然のことながら、音楽業界の人たちもボランティアや趣味じゃないんだから、まず売れないと好きなこ

とはできないわけですよ。そこら辺のおちつきどころは、どうされていましたか？

近藤さん 話し合いますが、僕もそもそもアーティストの想いを飛び越えてまで、彼らが持っている資質や音楽性を無視して、それじゃ売れないからこうしろとは言えないですね。

そもそも持っているものをやれと言っても、良いものにはなりません。昔ながらのレコード会社の方の中には売ればみんなハッピーになるんだからという考えの人もいますが、僕自身は、売ればすべてが解決するとはどうしても思えない部分もあつて。

実際、売れたら好きなことができるかと言えば、そうじゃないこともあるので。音楽って自己表現ですから、やっぱり表現者の想いは変えたらだめだと思っっています。

だから、本来は契約の時にその辺徹底的に話し合って、契約の前にも一緒に作業するなりして、音楽の部分、スタッフも含めた人間的な部分、本当に

二人三脚できるのかどうか見極めることが大事だと思うのですが、特に最近、そこまでやらないで契約していることも多いみたいですね。自分が関わったプロジェクトでも、そう思うことがありました。

関口 確かにそうですね。私も広告代理店時代に、たくさんのライブを見せていただきましたが、音楽活動をやっている、花開いていく人とそうでない人がいると思うんですが、近藤さんから見て、売れるとかニーズがあるとかっていう、決め手は何だと思われるますか？

近藤さん 確かに音楽の世界って、才能のある人が集まる世界だと思えます。でも同時に才能のない人が集まる世界でもあり、才能がなくても売れる人もいれば、才能があっても売れない人もたくさんいる世界でもある。

そんな中で長く生き延びている、それはイコール何かしかの結果を出している、その人を求めている人が世の中にいるということだと思んですが、成功している人というのは、やっぱりこうありたい、なりたいと思ったところ

ろに向けて正しい姿勢で向き合い、何があっても楽しんでやり続けている人だと思えます。

やり倒している人。ただそれは、同じスキームでずっとやっていけばいいということではなく、トライ＆エラーを繰り返しながら、自分の可能性を信じてそれを広げていこうとできる人。で、それをずっと続けられる人。そういう人が、残っていくんだと思いますね。

関口 本当にそうですね。どんな世界でも。

近藤さん どうせ無理だろうと思つて、転がっているチャンスを手にとらない人がいるわけですよ。でも、チャンスかどうかを考えるよりも、とにかくやり続けている人のほうが強いですよ。

関口 継続は力なりですよ。近藤さんは、最初の会社にはどのくらい在籍されていたのですか。

近藤さん 宣伝時代が二年半弱、その後二年間のアシスタント時代を経て、

一人でやるようになってトータルで十年いました。その後、フリーを一年経験したあとに、違うレコード会社に就職しました。

関口 音楽ディレクターとして転職されたんですか。

近藤さん そのつもりで入ったんですが、肩書はA&R。最初にいた会社とはA&Rのやる仕事内容がかなり違っていて。おまけに僕の入った部署は洋楽部の中の邦楽セクションで、ふたを開けてみると邦楽の制作宣伝経験者が僕しかないという状況で。

当時、担当アーティストは二〜三人だったんですが、それ以外の、僕が全くかわりのないアーティストの会議にも出てくれと言われて、あつという間に体がつぶれちゃいました。毎日のようにトラブルは起こるし、何カ月も寝る時間がほとんどなかった。

関口 それで休業されたんですよね。

近藤さん もう過労死寸前でした。五〜六年は休業したかな。まあ最後のほうはリハビリも兼ねてバイトとかも

始めてました。で、どこか戻れる会社がないかと探したんですが、休業している間にすっかり世のレコード会社はA&R時代になってしまつていて、僕のようなスタジオディレクターが入れるところはどこもなくて。

ただ、かつて一緒に仕事をしていたエンジニアさんやミュージシャンの方、プロデューサーの方から、「今、メーカーはスタジオ内の仕切りができる人や楽曲のピックアップや音楽的なブラッシュアップ、ボーカルディレクションが、本当の意味でできる人がいなくなつていて、そういう人が必要な時代が必ず来るから、もう少しの間我慢してがんばってほしい」と言われたんです。

それで、細かい音楽の仕事をやりつつ、一般のバイトもしながら食いつなぐ時期というのが一〜二年あり、その後、たまたまかかってきた間違い電話がきっかけで、フリーランスの仕事が舞い込むようになったんです。

関口 それが今からさかのぼること何年前ですか？

近藤さん 十年ちよいくらい前かなあ。

関口 その後も紆余(うよ) 曲折があつて現在に至ると思うんですが、皆さんの音楽ディレクターがいらつしやる中、フリーランスの近藤さんに指名でオファーが来るのはなぜだと思いますか？

近藤さん そうだなあ。誰かからの紹介もあるし、ボーカルディレクションがいいからと言っていただくこともある。あらためて、依頼のされ方を振り返ってみると、「いろいろ大変なんですけど、ちよつとかんてくれませんか？」ということが多かったかな。

アーティストさんやマネジメントとレーベルの間で、意思の疎通が図れてなかったり、いろんな意見がありすぎて、担当さんがまとめきれなかったり。

僕はアーティストに無理強いはいし、もしレーベル側が彼らの意向をアーティストに押し通したいような時でも、命令や押しつけるような言い方ではなく、なぜそうなのか理解し

て納得してもらつて、レーベル側にも「アーティストの資質を活かすならこの方法もありますよ」というような提案もして、プロジェクト全体のやる気を起こしてもらえらるような仕事のやり方をフリーになつてからはしてきたから、アーティストとの距離の取り方、接し方を買われてということかもしれません。

今はすごく限られた予算の中で、かけられる制作費以上のクオリティーが求められる時代なんですけど、そんな中でも目いっぱい、いいスタッフを使つて完成度の高い音に仕上げてくれるからということに依頼がくることも多いですね。

レコーディングの経験のない中、制作を担当しているA&Rさんも非常に多いので、無茶振りも多いのですが(笑)、思いがある人の無茶振りには、なんとか応えたいです。

関口 音楽つて、時代とともに移りゆくものですが、一方、人間の心理って普遍的な部分がありますよね。そういう意味で、いつの時代でも本当に胸に響く音楽というのは、みんなを癒やす

力があることを日々感じています。

近藤さんはこれからどんな想いで音楽をつくりたいと思われれますか。

近藤さん もちろんヒットも出したのですが、誰とどういう仕事をするか、というのが今は一番大きいです。

この年齢なので、どの現場でも最年長なんです。で、圧倒的に経験値のない中、何かに追われるように仕事をしている若いレーベルスタッフさんとか、自分のやりたい音楽をどうしたら具現化できるか悩んでるアーティストさんと組むことが多い。

彼らはたくさん僕にいろんなことを聞いてくるけど、どちらかというと、僕は彼らから学ぶことの方が多い。僕の持つ経験値や方法論なんて、これから新しいものを作る時には邪魔になるんです。そういうものは、アーティストやクライアントさん、担当さんがどうしたいのか、そこを引っ張り出して、具現化するときに、ほんのちよつと必要なだけだと思つてます。

ボーカルレコーディングが終わる

と、あまりに今までと歌の感じが違うんで、僕のことを「先生」つて言つてくるようなアーティストさんもいるんですけど(笑)、とにかく上から視線にならないように、アドラー心理学で言うところの「横から視線」で彼らと接して一緒に作っていくことをまず大事にしたいと思つてます。

それから、今までは、いわゆるJ-POPといわれる歌モノのジャンルの仕事が多かつたんですが、実は僕、ジャズやブラジル音楽、ラテン音楽なんかもそうなんだけど、インストウルのメンタル(歌詞のない音楽)がものすごく好きで。ただ、それがあまりに自分のど真ん中にありすぎるので、仕事としてそこはやってこなかつたんです。

でも、何かここ数年、もちろん歌詞がある音楽もいいんですが、歌詞がない音楽、ボーカルがない音楽、自分の愛してやまないそういった音楽たちに、そろそろ手を出してもいいんじゃないかっていう気はしています。

音楽の聴かれ方は、今、本当に多様化していて、ボーカロイドが歌ってい

るようなものが人の胸を打つこともあるし、一方でインストゥルメンタルでも人の心を打つような曲がどんな生まれ持っている気がしています。クラシック的なものやジャズ的なもの、ダンスミュージック的なジャンルにもそういうものがあると思うので、そのフィールドから、何かしら世の中に投げっていくことはしたいなと思っています。

関口 素晴らしいですね。ところで、色も音も波長という言葉のない世界なんです。色と音の関係性というものを、近藤さんはどんなふうに捉えていますか？

近藤さん そうですね。僕、歌い手さんに歌ってもらうときに「この曲は何色だと思おう？」ってよく聞くんなんです。アイドルを担当していたときなんかは、小学生にディレクションすること多々あったんですが、今はレッスンを受ける子も多いので上手に歌える子がすごく多いんですよ。

ただ、メンバーが四人いて同じ先生に習っていると、全員が同じ歌い方になっちゃう。おそらく、音符的な部分と

歌詞の意味合いを教えてもらったと
おりに一生懸命で考えすぎてるから
なんです。

そんなとき、「この歌詞って、曲って何色？」って投げてあげて、そのイメージに合う色や写真を集めてきてもらって、もう一度歌ってもらうと、歌い手の表情、表現がぜんぜん変わります。

それは別に小学生だけじゃなくて、宝塚のトップスターのような、表現力、理解力が素晴らしい方でも、「主人公である自分だけでなく自分のイメージするこの楽曲の舞台全体を思い描いてから歌ってほしい」とお願いすると、歌の感じが歴然と違ってくる。

それまでトゥーマッチだったものが、もつと余裕があつて表情の起伏が豊かなものになる。

そんなこともあって、音符ヅラ、文字ヅラばかりで練習してきちゃって歌い手さんには、「この曲を例えればプロモーションビデオや映画にするとしたら、どんな照明でどんなシーンでどんな感じの色味かを考えながら

歌ってみて」と言うんです。

もちろん、歌詞の意味をかみしめて歌うことも大事ですし、リズムや音程や口の動かし方などのテクニカルなこともディレクションしますし、それで形にはなりますが、それよりもまずもう少し感覚的なこと、気持ちとか五感で味わう部分の方が大事なので、最初に色味をイメージしてもらって、初期衝動みたいなものを思い出ししてもらいながら歌ってもらうようにしています。

関口 ほんとそうなんですよ。CDのジャケット写真やPV、ライブなどでも、その曲とマッチしない照明や衣装など、全体の色味があまりにもミスマッチだと、残念な気持ちになります。

共感覚とかではなく、その曲の全体的な波長やメッセージであるのになーんでその色あいになっちゃうんだらう・・・みたいな。もちろん、制作者側の意図をねらって、わざとはずしてる場合もあります。

近藤さんのように音と色のハーモニーを、本能的にわかっている音楽制作

の方って、きっと珍しい気がします。

では最後に、カラーヒーリングアドバイザーの方に向けてメッセージをお願いします。

近藤さん 僕は「音」という部分で仕事をしていますが、目で見える「色」や、舌で味わう「味覚」など五感の部分って、まだこれからもっと可能性が広がっていく領域だと思うんです。

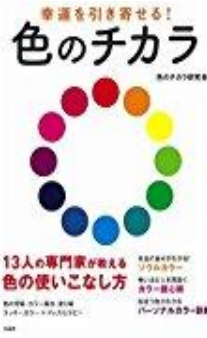
同じドの音や水色という色でも、その人の感じ方によってそれは同じ「ド」や「水色」ではないだろうし、そういう無限の可能性みたいなものを、もつと見ていきたいと思っています。

「売らんがため」の部分って、聴く側には今はすぐバレてしまう時代だし、作務的ではないものを求める人が増えていっていると思うので、色や音に関しても、これから一緒に可能性をもっと広げていきながら、いいものを世界に発信していきたいですね。

関口 ありがとうございます。

●本の紹介

幸運を引き寄せる！ 色のチカラ
色のチカラ研究会



宝島社
定価 1,080 円

〈内容〉

一三人の専門家が教える、色の使いこなし方。本当の自分がわかる！ソウルカラー。怖いほど人を見抜く、カラー読心術。似合う色がわかる、パーソナルカラー診断。色の呼吸、カラー風水、塗り絵、ラッキーカー×ドレスセラピーなど。

私は「色の呼吸」キュアカラー・ブリージング」について、監修させていただきました。

●日本カラーヒーリング協会
活動報告



CONFERENCE 2017 International Light Association

◆二〇一七年四月三〇日～五月三日
フロリダにて開催された『世界の

光と色のカンファレンス』に参加

写真はその時の様子です

●日本カラーヒーリング協会
今後の予定

◆二〇一七年八月二七日
カラーヒーリング・アドバイザー
フォローアップ講座
今後の展開について 報告

●あとがき

実は、「世界の光と色の学会」の日本支部代表は、退きました。
(詳細は次回のフォローアップ講座でお伝えします)

肩書としては素晴らしいということとは百も承知でしたが、私は自分の「自由」を選択したんです。

すると、なんと！その後、めまいがするほど大きなプロジェクトのオフアーを、いただきました。まさに私が思い描いていたこと全てを実現できる規模のオフアーでした。

決して損得ではなく、自分の心の声を120%信頼した結果だと思っっています。手放すことは少しの勇気が必要なことありますが、そのスペース以上のものが、やってくるんですよね。

日本カラーヒーリング協会通信編集部

一般社団法人日本カラーヒーリング協会

編集担当者：相川花実

発行責任者：関口智恵

Mail：ask@color-healing.jp

URL：http://www.color-healing.jp/

ご意見・ご感想はメールにておよせください。

光と色、音を用いた感受性の拡大を、
目にみえるカタチで創造できるよう、
楽しみに活動していきたいと思っ
ています☆

(関口智恵)