

# 緋模様とくずし柄を併用した新デザイン織物の開発

石川 章弘\* 花田 毅\*\* 岩田 一男\*\*\*

## 1. はじめに

結城紬の反物検査反数はS55年度31,288反をピークに、H19年度5,966反、H20年度5,362反、H21年度3,737反と減少している。

この打開策として、産地では小物の新商品開発としてショール、マフラー類、財布、名刺入れ、手提げなどが模索されているが、主たる生産品は帯や着尺といった従来品であるのが現状である。

このため、これら従来からの反物製品においても新デザインの創出は継続して必要とされる。

結城紬には、「縞」「緋」のほか「亀甲緋」「蚊緋」を使った緻密な緋の集合による表現がある。

これらのほか「くずし」と呼ばれるものがある。縞や格子に近いものではあるが、経糸（たていと）と緯糸（よこいと）それぞれを色の異なる糸を配して平織することにより模様ができる特徴があり、現在でも結城紬の男物として生産されている。主に生産されるのは図1のような模様で四くずしと呼ばれる。

このくずしの技法は配糸を変えることで多様な表現が可能であるが、生産工程で経糸を繋ぎ変える手間が生じるため、デザイン技法として積極的に用いられることは少ない。また、全体的には一見すると無地のようにも見える。

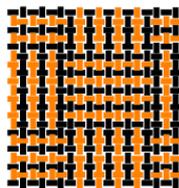


図1 くずし

## 2. 目的

今回目的とするのは、結城紬の新たなデザインとして「くずし」と「緋」を融合することで着尺としての新たな価値を付加することである。

また、共同研究企業ではコストダウンを図るために、これまでに産地規格（63羽/寸間）とは異なる独自ブランド（40羽/寸間）も手がけているが、密度についてもこのほか数パターン検討することとした。

その他、柄については、緋作製の手間、製織の手間についても省力できるものを目指した。

## 3. 研究内容

研究の内容は以下の通りである。

- ・くずし柄の密度やバリエーションのシミュレーション（紬技術部門）
- ・くずし柄と緋を融合したデザイン（藤貫株式会社）
- ・反物試作（岩田織物）

## 3.1 くずし柄による織り密度のシミュレーション

今回織り密度のシミュレーションとして以下を行った。その結果は図2である。

- ・45羽/寸間
- ・50羽/寸間
- ・55羽/寸間

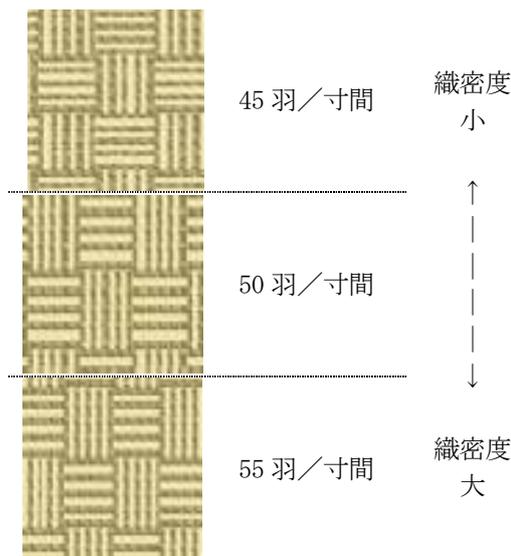


図2 織り密度のシミュレーション

企業にてこれらの密度のいずれにするかを検討した結果、1) これまでに40羽/寸間を手がけたことがある、2) 産地規格品が63羽/寸間である、ということから、その中間の50羽/寸間の試作をすすめることとした。

## 3.2 くずし柄のバリエーション

先述のとおりくずし柄は配糸により多様な表現が可能である。

今回、大別して5通りの配糸をシミュレーションした。結果は図3である。

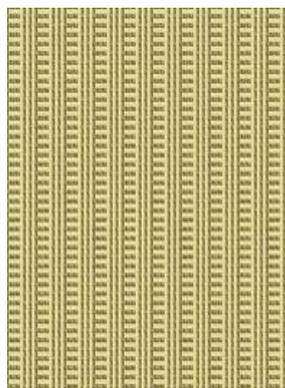


図3-1

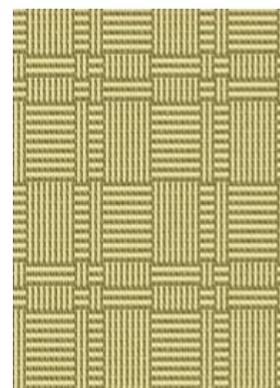


図3-2

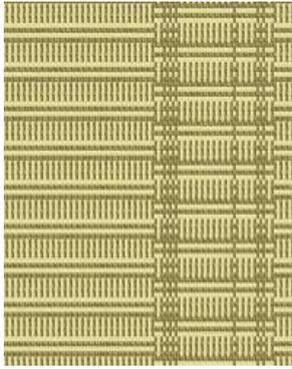


図 3-3

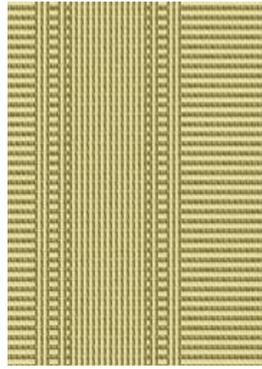


図 3-4

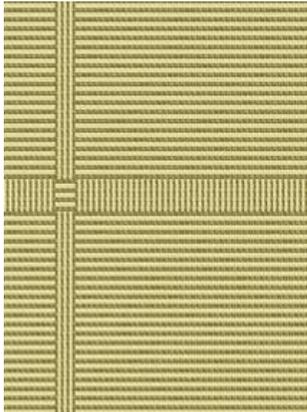


図 3-5

図 3 くずしのバリエーション展開

### 3.3 くずし柄と縞を融合したデザインのシミュレーション

今回の目的としてコストダウンを図ることや、初めての試みでもあるため複雑にならないことなどを考慮し、当所のデザインアイデアを以下の通りとした。

- ・くずし柄の緯糸のみに縞を入れくずしの一部が強調されて見えるようにする
- ・これを反物全体に散らすことで、くずし柄の単調さの中にアクセントをつける

つまり、この条件は、「あまり難しくない緯糸の縞を全体に散らせられるデザイン」ということになる。

また冒頭のとおりくずし柄は一見すると無地のようにも見えるため、この点においても工夫を加え「格子」も取り入れることとした。

よって、デザインアイデアとしては表 1 のようになる。

表 1 デザインアイデア

条件 1	格子も入れる
条件 2	緯糸による縞（複雑ではないもの）を全体に散らす

表 1 のデザインアイデアについて図 3 を検討した結果は表 2 である。

表 2 結果

	条件 1 について	条件 2 について
図 3-1	格子をやや入れづらい	全体的によこ縞を散らしづらい
図 3-2	格子を入れられる	全体的によこ縞をやや散らしづらい
図 3-3	格子をやや入れづらい	全体的によこ縞を散らしづらい
図 3-4	格子を入れづらい	全体的によこ縞を散らしづらい
図 3-5	格子を入れられる	全体的によこ縞を散らしやすい

表 2 の結果、図 3-5 が格子を入れやすく、また、くずしパターンが大きいため全体的に柄を散らせるものと考えられ、これをベースとして、くずしと縞、格子を融合したデザインシミュレーションを行った(図 4)。

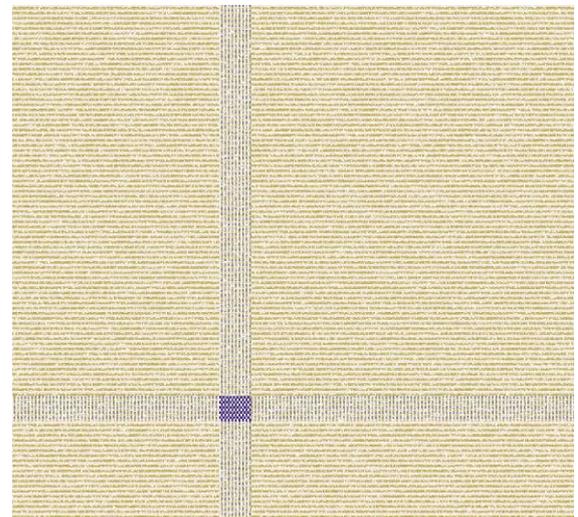


図 4 くずしと縞によるデザインシミュレーション

### 3.4 試作

図 4 のシミュレーションをもとにした試作織は図 6-1、図 6-2 の 2 種である。

図 6-1 については色味とくずしの配糸についてはやや変更を加えたものとなっている。



図 6-1 試作織 1



図 6-2 試作織 2

#### 4. 研究結果と考察

くずし柄は配色を工夫することで反物全体に様々な模様を得ることができるが、反面、無地風に見えるため単調なものとなりがちである。

今回縞を入れることで、全体に模様が有り、かつ、縞がアクセントとなりリズムのある反物としてデザイン的に付加価値が高いものとなった。これにより、男性向けのくずし柄を女性向けの着尺柄にアレンジすることができた。

また、縞作製の手間や織る手間を省力するために、縞部分はよこ糸のみで非常に少量で済ませることができた。

#### 5. まとめ

くずし柄の配色を変えたシミュレーションを通じてくずし模様の可能性の広がりが見え、今後のデザイン展開の一助とできる。

くずし柄は男物着尺に多く用いられるが今回くずしパターンを変えたことやよこ縞を入れたことで女性向けの柄として発展させることができたため、今後の可能性として、くずし柄をベースにした男女ペアの着尺という販売展開も考えられる。

#### 6. 今後の課題

冒頭のとおり、結城紬の反物検査反数は減少しており、また社会的にも「既製和服・帯、その他の和装製品、足袋類」の2007年の出荷額は1998年に対して65%、事業所数は72%と減少している（経済産業省工業統計を参考）。

そのような社会環境に産地がいかに対応していくかが大きな課題である。

他の業種の例としては、たとえばエルメス社は馬具工房として創業し、自動車時代の到来にあわせ鞆や財布といった皮革製品に転換し<sup>1)</sup>、また、株式会社虎屋は「伝統とは革新の連続である」<sup>2)</sup>という信念のもと、デパートへの出店、海外展開、カフェ、ISO14001取得、HACCP承認といった革新<sup>3)</sup>を続けてきた。それらの企業が転換や革新を続けてきたとはいえ、エルメスでは今でも馬具の鞍を社の中心で生産し、虎屋も和菓子と

いう軸を外れていない。

一方、ハーレーダビッドソンは年間1000回におよぶイベントでの「ハーレーのある生活というコトを売るマーケティングスタイル」により、ピーク時の6分の1に縮小した凋落産業のオートバイ市場にて国産車の2倍という高額なオートバイを売り24年間成長を続けている<sup>4)</sup>。

これらの例から、社会環境にあわせ変革した点として見えるのが「製品の工夫」と「売り方の工夫」となる。

結城紬の着尺は産地の主要生産品であり、歴史の深さや特徴、憧れの着物という存在であることからアイデンティティともなっており、着尺の維持イコール産地の維持につながるが、その方法が今後の課題ともなる。これに対し、解決の一つの方策として冒頭のとおりショールなどの小物製品展開が模索されている。

産地の現状と今後の課題を先の例にあてると、「製品の工夫」として小物製品展開などを模索しつつ、主要生産品の着尺を維持するために「売り方の工夫」としてどのような新たな価値やサービスを提供できるかが具体的な課題として見えてくる。

その一つの策として、今回のくずしと縞を融合したデザインの展開、それをういた男女ペアの着尺という販売展開は可能性の一つと考えられ、それを為すための課題は、ハーレーダビッドソンの例のとおりコトを売るマーケティングスタイルを熟慮することだと言える。

#### 参考文献

- 1) 竹宮恵子/エルメスの道
- 2) 虎屋ホームページ
- 3) 黒川光博/虎屋 和菓子と歩んだ五百年
- 4) 奥井俊史/日本発ハーレーダビッドソンがめざした顧客との「絆」づくり