

結城紬・右下紬応用創作図案の試作

繊維工業指導所

図案部 掘井 暉栄 渡辺 豊

1. 緒言

繊維製品に対する消費者趣向は、色、柄、素材など感性的な面を重要視するようになってきた。

当産地としても、これら消費者趣向に対応した製品作りを進めるため、本年度も昨年同様東京、京都、大阪地区の消費市場におけるデザイン動向調査を行い、その結果を分析し、調査に基づいた新しい感覚のデザインを試作研究した。また、調査結果については、結城紬・石下紬織物業界に対し、デザイン情報として集界へ配布、次季向き製品作りの指導を行った。

2. 内容

2.1 市場におけるデザイン動向

結城紬を着る年令層は、相変わらず40～50才代が中心となっているが、需要層拡大のためターゲットを若い層と年配層の2つにわけたデザイン作りが要望されている。

柄行きは、古典調が中心ということであるが、柄のアレンジにより個性的特徴を出したものが望まれている。

構図的には、全体に模様が詰った複雑なものより息抜きをもたせた伸びのあるシンプルな感じを与える模様。目新しいデザインとして、部に加工(染・刺繍)を取り入れた複合加工のもの。小づけの柔らかい感じの伸びのある柄で、色使いによって年令層を区別したもの等が望まれている。色彩面では、地色は紺系統(若い人から年配向きの明るい感じの紺)が主力であるが、多種多彩な変り色の研究も望まれている。配色は、同系色の濃淡で奥行き感を表現したものが、単彩でポイントに変り色を取り入れしゃれ感を出したもの。多色使いのものはオソドックスな色ですっきりあげたもの等が好まれている。

2.2 デザイン試作

デザイン動向調査の結果に基づき、古典文様(平安時代から江戸時代の意匠)を主体に、結城紬及び石下紬向けにアレンジし、若年層と年配層に絞ったデザイン54点を試作した。

2.3 結果

市場動向調査に基づいた古典文様及び配色を主体にデザインの試作研究を行った結果、デザインの構成については、コンピュータを利用しデジタル上でパターンの拡大、縮小、反転、移動等による展開構成とグラフィックディスプレイ上での縦コピー、縦展開によるパターンの構成を行うことにより、従来に代る新しい感覚のデザインを作成することができた。

色彩面では、ナチュラルカラー(自然色)やアダルトカラー(成人向けの色)を使って若年層にも好まれるよう配慮した色使いを行ったため、変化に富んだ配色を得ることができた。

3. 結 言

生産者に対する新製品開発要求は強いものがあるが、結城紬・石下紬織物業界はデザイナー不足等の理由から、消費者ニーズに対応しきれない面が多い。このため当所としては、市場動向調査を実施し、情報の提供並びに消費者ニーズに対応した産地の個性あるデザイン54点を試作した。

これらの試作デザインは、昭和61年8月29日(金)本場結城紬卸商協同組合員を対象に、また、昭和61年9月27日(土)茨城県結城郡織物協同組合員を対象に作品の展示発表会を実施し、業界へ希望配布し、結城紬、石下紬デザイン向上に役立てた。

なお、デザイン展示会を行うに際しては、即利用可能なコンピュータを使って試作したデザインの要望が多いため、今後も引き続き実施してゆく考えである。