

# 令和の若者に届ける丹後の新しいテキスタイルデザイン

西尾綾香\*

デザインの視点から丹後ちりめんの新たなユーザーを開拓するため、若者が好むデザインの傾向や丹後ちりめんの意識の調査を行った。また、製品デザインの思考方法を提示するため、分析結果から製品の試作を行ったところ、若者に好まれるデザインが完成した。

## 1 はじめに

丹後地域は着物などに使用される和装用白生地の主要な産地であるが、需要は低迷している。2023年の丹後ちりめんの生産数量は14.7万反であり、ピーク時の1973年の919.6万反と比べると約98%減少している。<sup>1)</sup>

今後も丹後ちりめんを継承し振興するためには新たなユーザー層を拡大する必要があり、その解決策として今までニーズが少なかった若年層に需要を拡大する方法がある。また、生地の製造を行う丹後産地からも最終製品を提案するため、企画デザイン力の底上げを行う方法もある。

そこで、若年層が好むデザインの傾向や丹後ちりめんに対する意識を調査して分析した。また、製品をデザインする際の思考の例を示すため、分析結果を踏まえて衣服及び雑貨を試作した。

## 2 調査

### 2.1 調査の対象者の決定

調査の対象者は、自分の好きなものに対する感度が高く、かつ自己表現が得意である美術を学ぶ学生とした。年代はZ世代<sup>2)</sup>と言われる1998年から2010年の間に生まれた世代とし、184名に調査した。

### 2.2 設問の設計

#### 2.2.1 好きなデザインの調査

好きなデザインの分布を調査するために作成したアンケートを、図1に示す。

丹後の織物を利用した現在の製品デザインの傾向をお土産ショップやECサイト、展示会で調べた。その結果、伝統的な和柄や高級感のあるものが多く、ポップやカジュアルなものは少なかった。そのため、座標軸として縦軸は文化の尺度の「ハイカルチャー」「サブカルチャー」、横軸は文化の歴史的尺度の「フューチャー(未来)」「トラディショナル(伝統的)」を設定した。座標軸上に13種類のデザイン群をマッピングし、作成した35個のデザインを選択肢として配置した。なお、「ハイカルチャー」とは高級とみなされるような文化、「サブカルチャー」とは主流とは異なる独自の文化で、若者文化も含むものと定義した。

このアンケートに、衣服や雑貨を買うときに好きなデザインとして上記の学生へ複数回答を求めた。

#### 2.2.2 丹後ちりめんの意識調査

ちりめんと丹後ちりめんについて(1)知っているか、(2)どんなイメージを持っているか質問した。また、添付した6種類の生地について(3)持ち帰りたい生地はあるか、複数ある場合はその順位を質問し、(4)「凸凹」、「光沢」、「触り心地」についてどのくらい好きかそれぞれ5段階で評価を求めた。添付した生地は縦10cm×横10cmの大きさで、特徴を表1に示す。

表1 調査に添付した丹後ちりめんの特徴

A	無地(小さいシボ)	D	紋(ふくれ織、桜柄)
B	無地(大きいシボ)	E	紋(紋意匠、雲柄)
C	紋(平織、青海波)	F	紋(紋古代、紗綾型)

\* 技術支援課 技師



### 3 調査結果

#### 3.1 好きなデザインの調査結果

好きなデザインを調査した結果を図2に示す。最も得票数が多いのは88人が回答した「レトロ」であり、次に「大正ロマン」が69人、「東洋ノスタルジー」が65人であった。これらはトラディショナルかつサブカルチャーに位置し、デザイン群としてノスタルジーに分類したものである。レトロブーム<sup>3)</sup>は今も衰えず若者に好まれる結果となった。この後に「ラフ」、「シンプル」や「アヴァンギャルド」、「VaporWave」などが続き、ブームに左右されない素朴なデザインやニッチなデザインも好まれることが分かった。

#### 3.2 丹後ちりめんの意識調査の結果

ちりめんを知っている人の割合は65%であり、丹後ちりめんを知っている人17%であった。ちりめんのイメージは着物、京都みやげ、おばあちゃんなど和に関する回答が半数であり、丹後ちりめんへは高級品、歴史のある生地などの回答が多数であった。図2の右上に示されるトラディショナルかつハイカルチャーな回答に偏った結果となった。

また、持ち帰りたい生地として最も多く選ばれたのはシボの大きい無地の織物(表1のB)であった。こ

の生地の好きなところは「凸凹」が最も多く5段階評価で平均は4.1で、「触り心地」は4.0であった。持ち帰りたい生地があると答えた人は171人で、そのうち6枚全てを持ち帰りたい答えた人は107人であった。若者の丹後ちりめんの認知度は低いものの、実際の生地を触れると、ちりめんの大きいシボ(凸凹)が好まれる傾向にあった。

#### 4 製品の試作

製品を試作する際のデザインの要素として、素材、品目、柄がある。まず、素材は今回最も得票数が多かった表1のBを選定した。品目はBの生地の「触り心地」の得票数が多かったため肌に直接触れるもので若者が普段使用するようなポーチとスマートフォンケースとした。プリント柄は、フューチャーかつサブカルチャーなデザイン群の中で票が多い「VaporWave」に決定した。新しい需要層に届ける製品を作るには今までにないデザインを選択する方法があるため、現在の製品に多く丹後ちりめんの主なイメージであるトラディショナルかつハイカルチャーではなく、若者からの得票数が多かったトラディショナルかサブカルチャーでないものを選んだ。試作したポーチとスマートフォンケースを図3に示す。

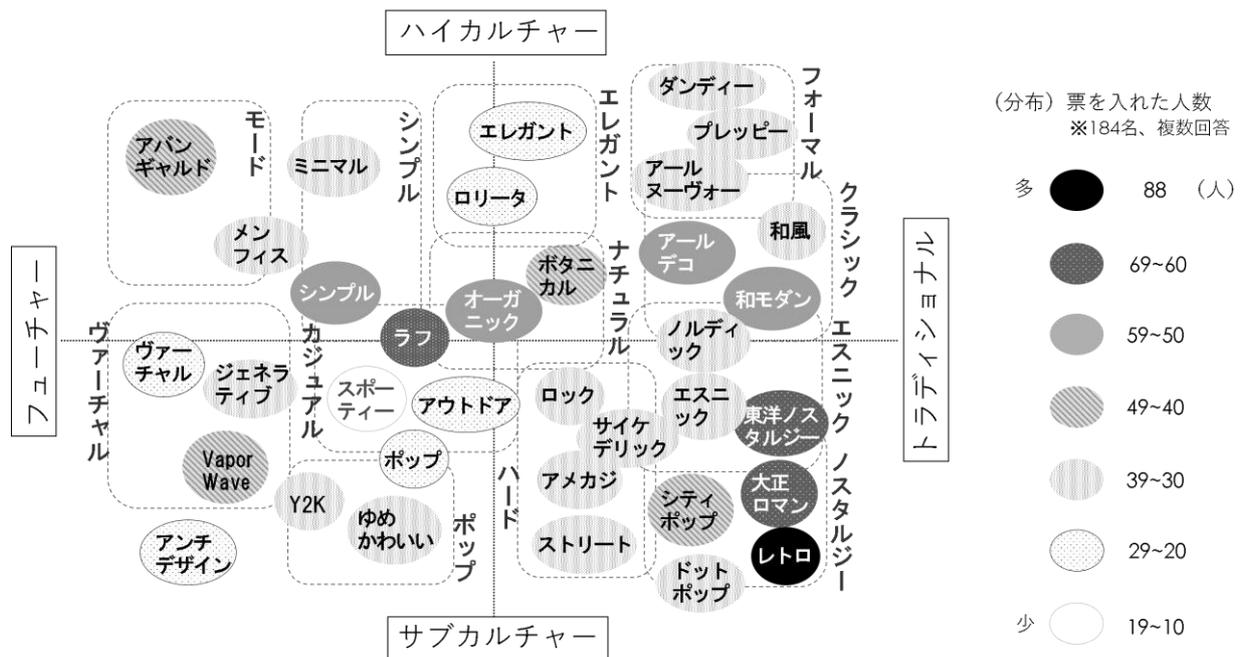


図2 好きなデザイン調査の分布図

完成した製品はトラディショナルかつハイカルチャーなイメージに固定されていた丹後ちりめんの意外性が見られるデザインとなった。また、ちりめんの凸凹と VaporWave の PC の液晶画面的な質感がマッチし、B の生地で高評価であった「凸凹」についても活かされたものとなった。しかし、この試作品が若者に受け入れられるかの調査はまだできていないため、今後実施する。

#### 謝辞

本研究を行うにあたり、若者の好きなデザイン及び丹後ちりめんの意識調査への回答にご協力いただきました。関西圏の芸術系大学の計 184 名の学生様に心より感謝いたします。

#### 参考文献

- 1) 丹後織物工業組合,令和 5 年 1 月～12 月分生産数量,<<https://tanko.or.jp/wp/wp-content/uploads/2023/12/R5.12.pdf>>
- 2) パイ インターナショナル;ミレニアル+Z 世代の心に響くデザイン,第 3 刷,株式会社パイ インターナショナル(2021), p.1
- 3) JTB 法人サービス; Z 世代を感じるノスタルジア…「レトロブーム」の深層を探る WEB マガジン「#Think Trunk」,<<https://www.jtbbwt.com/business/trend/detail/id=288>>



図 3 試作したポーチとスマートフォンケース