



|              |   |
|--------------|---|
| Title        | 地場産業のデザイン振興について   |
| Author(s)    | 大原, 雄寛  |
| Citation     | デザイン理論. 2000, 39, p. 100-101  |
| Version Type | VoR   |
| URL          | <a href="https://doi.org/10.18910/53267">https://doi.org/10.18910/53267</a> |
| rights       |   |
| Note         |   |

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

## 地場産業のデザイン振興について

大原雄寛／成安造形大学

94年から97年の4年にわたり滋賀県から委嘱を受け、滋賀県の地場産業の柱でもある繊維産地の振興に関する研究を行った。

成安造形大学が93年に滋賀の地に開学したことも地域から大きく期待され、特に繊維産地の沈滞に関して材料産地から製品産地に移行することでその展開の可能性が見られるのではないかとの思いがあった。

### 1)

94年度は滋賀県繊維工業指導所（現滋賀県工業技術総合センター）の小谷麻里、成安造形短期大学内藤英治、成安造形大学藤本哲夫、大原雄寛があたり、研究テーマは「オールシーズン用寝装・インテリアのシーズデザインの創作」とし、主に湖東の繊維産地を強く意識したデザイン啓蒙活動とデザイン提案活動を中心とした。

多くの企業が永年素材を扱ってきた。或いはデザインを指定され注文に応じてきた。優れた完成品を生産している企業は数少ない。その中で産地の現状を視察し、繊維製品の可能性を探るべく出来るだけ多くのアイデアを提案をすることにした。また学生の研究・提案への参加の形も考察してみた。

### 2)

95年度からは「創造性ある生産活動とデザインの係わりについて」とし、産地のデザイン意識の啓蒙を柱とした取り組みとする。

以下各年度の研究報告書の序文の一部を記す。

人々の生活に関して、精神的にも物質的に

も「もの」を通してより良い生活スタイルを設計する事がデザインの役割と考える。そして、デザイン活動には二つの道がある事に気付く。一つは、生活を営む一人一人がデザイナーであり、日常生活の中から工夫をこらし、手作りの中から生活改善を行う方法であり、創意工夫を自ら自然に行い、言わば自らの生活改善改良が日常的に行われている事である。もう一つは、多くの人に安価で生活の便利さや美しさを提供する、経済活動から生まれる「製品」の提供である。その為に、企業としてのデザイン能力の向上が望まれる。技術や素材の改良或いは変化に対しても敏感に反応し、現生活の維持と改善提案を含む製品の生産が期待される。

今回は後者の問題をテーマとして研究する事が目的となっている。デザイン行為が人々の生活を美しく便利にする為に、またこの行為が企業として成立する為に、デザインがどのような意味を持ち、デザイン意識を企業の中でどのように持つべきかを考察し、実験し、産地に提案出来る研究が望まれている。

今回滋賀県から委嘱された研究は、まさしくこれからの生活にとって必要な、美と経済活動の接点を発見し、デザインと言う切り口から生産者を啓蒙する事にある。成安造形大学にとっても、繊維工業指導所にとっても、生産の問題の原点を考える貴重な物となろう。

### 3) 96年度

昨年に続き同一タイトルの研究テーマ「創造性ある生産活動とデザインの係わりについて」となったのは、二カ年にわたる研究成果

にある程度の期待と関心が繊維産地に生まれた結果である。創造的な生産地を目指すこの研究も三年目になり、この取り組みと産地との関係もようやく親しい関係ができてきた。それは昨年実験的に取り組んだ「繊維製品デザインコンペティション」の結果に対して、産地の方々から多くの意見がよせられた事でも判断できる。

昨年のコンペでは「ニューインテリア」に対する自由なアイデアを一般から募集した。その結果200点を越えるアイデアがよせられ、この種のコンペとしては成功であったと言える。繊維製品に対して多くの消費者やデザイン関係者にとって、期待のもてる方法であったと考えられる。

生産地の創造力をどのようにして高めていくか、きわめて難しい課題である。デザインの創造活動が必ずしも業績の向上につながるわけではないからである。しかし時代の推移とともに人々の生活様式が変化していく中で、その変化を読みとり、新しい繊維製品を積極的に提案する態度が、生産者に求められる。生産者側が、製品開発に積極的になることは当然であるが、消費者の生活に関する繊維製品への期待や要望を知る努力もまた必要である。

デザインコンペに期待できることは、応募提案の内容が生活の中で何か工夫が、あるいは楽しい事柄が、繊維製品を通してうまれなにかという発見にある。また、各地からの応募は、滋賀の繊維製品に何らかの関心を持っていると解釈すれば、産地にとってはこの上ない励みになる。

明瞭な結論を得ることのできにくい研究ではあるが、地道な研究の継続が大切であると認識している。

#### 4) 97年度

三カ年にわたり同一タイトルの研究テーマ「創造性ある生産活動とデザインの係わりについて」となった。初回、一昨年のコンペでは「ニューインテリア」に対する自由なアイデアを一般から募集した。インテリアに関する多様な提案がよせられたが、奇抜なアイデアも多く、産地の方々からはとまどいの声が聞かれた。

しかし、コンペの目的には主要な三つの点がある。一つは、商品開発に具体的に参考になるアイデアをもとめること。一つは、湖東が繊維産地であることを知ってもらうこと。あと一つは、繊維製品のデザイナーの育成にある。

初回の経験から、昨年第二回のコンペは、産地の期待する第一の点を強調した内容として「座布団・クッションへの提案」とした。その結果、コンペに寄せられたアイデアを試作する企業があらわれた。まだ商品化までには至らないが、新商品開発への試行錯誤がうまれたことは重要なこ事柄である。

今年度、第三回のコンペは昨年の主旨をさらに強調し、産地にダイナミックなデザイン運動がひろがることを期待し、第二回と同一テーマでアイデアを募集することにした。結果は以降に報告するが、今回の四年間の研究のあいだ、滋賀県の地場産業全般にわたり、デザインの重要性の認識が高まり、びわこデザイン文化協会、デザインフォーラム滋賀の誕生したことも大きい出来事である。創造的な商品づくりへ向けて滋賀県の産地の方々が大きく動き出している事実を大切にしたいと思う。