

Textile Column

001.「もの思い-1」

ファストファッションの対極にスローファッション、ラグジュアリーブランドの対極にSPA(SPAファストファッション)…。二頂対立で物事を見るつもりはないが、どうもこの10年余りの間は廉価良品や高感度低価格という価値基準が主流を占めているようだ。他にも関心を引くファッションやビジネススタイルもあるのだが、大きなムーブメントには至っていない。

パ Ricciola やミラノコレクションのデザイナーによるモードもファッションや消費の主流に与える影響力が低下してしまっている。また大手アパレルのナショナルブランドも健闘はしているようだが、ターゲットが年令的に高目であることもあって話題に昇ることも少なくなってしまう。

日本のファッションは若者中心に動いているという、欧米とは異なる特徴を持っていることからガールズコレクション系のファッションが多くを占めるようになって久しく感じてしまう。

ファッションビジネスの主流が、SPAに象徴される生産・販売の拡大と市場ニーズにマッチしたものの作り開発・流通開発という「効率化」にあるということは、マーケット全体のファッション成熟度をボトムアップさせて行くには重要なことであるが、その先にあるモードの育成・発信にはつながらない。多くの人に支持されてこそファッション(流行)として認知されるのだが、このような現状からは次の「個のアイデンティティ」の軸は生まれて来難い。

少しマーケットが変わるがソニーやシャープ、パナソニックの家電が世界市場で韓国メーカーなどに圧倒されてきている。性能的には同等もしくは日本以上で価格は安い、何よりデザインのかっこ良さで日本商品は負かされているとの事。今の日本のもの作り、技術力は負けていないのに発想の面で何か足りないと感じざるを得ない。

二頂対立のポジニングから第3極、第4極の立ち位置の模索と確立を目指した発想の切り替えと、ジャパンビジネスの新たな目標モデルの構築が急がれる。

文責：寺井洋介

002.「獺の祭」

環境省が絶滅の恐れのある野生生物を調べた「レッドリスト」を見直し、これまでは「絶滅危惧種」に指定されていた日本カワウソを「絶滅種」に指定すると発表したのは8月の終わりだった。1979年高知県で目撃されたのを最後に生息の情報が無いことから、絶滅したものと判断された。開発による生息地の喪失や環境の変化が大きな原因と考えられている。

獺に心痛めるのも、日本の繊維産業の根幹にかかわる懸念を最近聞く機会があったからだ。西陣で西陣織を支えてきた用具が次々と姿を消しつつあるそうだ。1997年に唯一人となっていた竹製「箆」の製作者が亡くなり、京都における「箆」の供給が出来なくなった。手織りの織機に欠かせない「杵」の作り手も最後の一人になったそうである。京友禅では糊や染料を塗る「刷毛」の補充が困難になってきているらしい。今道具の調達に産業の存続を脅かしかねない。

国内産業の不振から、海外進出が最後の手段とばかり、企業の海外進出熱はいまだ衰えていない。このたびばかりはさすがに中国への進出は躊躇せざるを得ないが、ベトナムを始め東アジア人気は高い。最近ではマンマーへの進出が目目されている。このままでは国内の繊維産地はますます縮小に拍車がかかってしまう。ここはなんとしても繊維産業の再興を図らねばならない。それは関係者が一丸となって智慧を絞らなければならない。

獺は魚を取っても産ぐには食わず、草むらに陣列しておく習性があるそうで、ご馳走が辺りにいっぱいあることから「獺の祭」といわれている。中国の大詩人李商隠は自らを「獺祭魚」と称し、獺のように様々な書物を自分の周辺に広げながら作詩に動んだと伝えられている。日本では正岡子規が「獺祭書屋主人」を俳号として用い、乱雑に散らかした本や書類の中で俳句を作り続けた。繊維産業が絶滅危惧種にならぬためには、周りにありったけの僅れた智恵と、様々なところから集めた情報を並べて熟考した後、強い意志で未来志向の施策に挑戦していくしかない。

文責：鈴木洋行

003.「もの思い」

前赤りに関わるお仕事を始め、あっと言う間に10数年が経ってしまった。この頃、消費すると言う事に関して、今までは感じた事のない大きな変化の波が来ていると痛感している。

価値のあるショップになるには、お店の雰囲気・接客・展示・商品・広報・価格など多くの要素のバランスが取れてこそ具現化すると見えるが、今はもはやそれだけでは、なかなか購入して貰えないのが現実であると思う。

今、話題に上るショップは、環境、社会貢献・ライブ感・クリエイション・自然との関わり・参加型…など、「自分と物との間に何かしらの関係性が生まれる事」がポイントになっている様に感じる。自分と物の2次元の関係から、自分と物+αの3次元的で、もっと立体的な関係性を求められている様に思う。

消費成熟社会に於いては、単に消費するだけでは、満たされない何かがあるのだろう。その+αを何に求めるのか？が、個人の感性によって異なるのだと思う。テキスタイル分野では、「デザイン」と、「物」と「テクノロジー」の3次元的な関係性を、今らしくクリエイション出来たら、面白くなるのではないかと思う。

日本のテキスタイルの力を改めて見直し、今までの視点を変える事で、世界に発信して行けるオペレーションを、構築出来る余力がある事を信じたい。

文責：大場麻美

004.「素材の色」

この頃、日本人のユニークさについて考えさせられることが多い。どうやら日本人は、世界で一番ユニークであり、世界の人權を二つに分けるとすれば、日本人とそれ以外に分けられるほどの存在であるらしい。日本人は、世界的に孤立した遺伝子の持ち主と言われる。近親者はチベットの、中近東あたりの人種で、中国、韓国、DNAとは大きく隔たっている。そして、世界で一番うつ病になりやすい遺伝子タイプでもある。ただ、この遺伝子タイプは、ネガティブな感情に気が付きやすいため、相手が感情を書いたことが察知できるそうだ。そのため、世界で一番KY(空気が読める)な人種になっている。これは、稲作と言う高度な集約農業を2000年以上続けたおかげで、この手のタイプに淘汰・集約されたらしい。困ったもの？である。

近代化を実現した国家の中で、2000年も固有の文化を維持し続けているのも日本だけだろう。2000年の歴史を持つ日本語に比べて、フランス人の大多数が統一されたフランス語をしゃべるようになったのはフランス革命の後だと言われる。近代化の波は、唯一神の宗教と狩猟・牧畜文化によってもたらされるのが世界の歴史である。ただ日本だけが、アニミズム的な八百万の神々と自然宗教(自然観?)を持ち続けたまま近代国家を構築してしまった。今や、世界を席巻するCOOL-JAPANのコンテツは、世界で希有的なものである———ということとは「ガラパゴス」でもある。

このような文化の下では、日本に色彩学が生まれなかったことにも納得がゆく。欧州文化の土台であるギリシア、キリスト教文化の本質追求の姿勢は、モノから色を取りだして、研究し、体系化することを可能にしたが、自然をそのまま受け入れ、有る色に精神を投影し、色の声を聞こうとする日本では、素材の色をそのまま受け入れるしかなかった。かくして、日本では素材の色としての良し悪しを聞き、自然そのままの配色を取り入れることで、季節感を重んじ、うつろいを肯定する繊細な色彩感覚を育てたが、その一方で、色を体系でとらえ、配色を科学的、合理的に組み立てる思想も手段も持たなかった。欧米の色彩計画にのっとった都市景観や、イタリア人の、それも地方の小さな村に暮らす老人たちの装いや暮らしに反映される見事な色使いを見ると思わずすが、一方で、素材感にこだわりの、繊細で微妙な色使いの三味境に没れる楽しさ思いものではないように思う。

文責：山内誠

005.「優しいアジテーション」

布の意味は解字では、平らに伸ばしてびたりと表面に付くぬのことである。

単に布と言えば本来は麻や葛で織ったもので後世には綿布も入る。絹は区別して布帛(しるぎぬ)と言っていた。布を使用した字をみると、調布(地名にもある)とは、調として官に納める手織りの布のことである。希望の希はメニツで(まじわる)十巾(ぬの)で、隙間なく細かく交差して織った布で、隙間を通して何かを求めるの意である。

原点に戻ると新たな発見がある。布はファッションやインテリアの素材である。あらゆる暮らしの場に使われている。例えば世界中の国旗、プーテンやパリ屋でみられる長い甲に吊り下げられた宗教的な布、相撲や歌舞伎興行の幟、大漁の漁船が立てる大漁旗など、それぞれに密着していて固有の意味と象徴が託されている。繊維(テキスタイル)の分類で捕らえると、それが半軍服の開発であったり、ピロード素材が液晶パネルに不可欠な素材であったり、と思いきやらない所で繊維が活躍している。長引く不況これからの日本や世界の動向が予見できない状況だがこの大きな転機をチャンスとして充分良い方向にもっていこう。専門家やマスコミや世間など喋しいが程々に聞いて、いま大事なことは自分自身で考えることだと私は思う。

職人やデザイン界で働く人に実際に会ってみると、その感動にリアリティがある。これは何を意味するのだろうか。それは取り組む志(こころじ)の姿勢にあると思う。保守的のことを言っているつもりはないが伝統と変革は世の常である。もっと自分の周りを見よう。人と装してみよう。人はどう暮らしていったらよいのだろうか。人の悲しみ喜びとはなんなのか。評論家にならずに、まちを見よう、路地裏を歩こう。自然の力を感じよう。日頃の生活を楽しくしよう、おもしろくしよう。

1999年に三宅一生が発案した、一枚の布。布が暮らしを変え、まちを変え、そして世界を変えた。

喜び感動とはなにかを考えよう。布を使ったファッションがアートになる。日本人の培った素晴らしい考え、素晴らしいものはわたしたちの財産である。日本人には優れたデザイン能力もある。様々な視点を覚えて世の中のありさまをくっと掴んでみてみよう。面白いけれどそれを伝える楽しさを見つけ報酬して栄養にしてみよう！やることはまだまだ沢山ある。私は今あの元気色の大漁旗を見に行く計画をたてている。

文責：成島 喬