

TDAテキスタイルスクール東京  
第3期 パネルディスカッション

■日 時:2月21日(土)

■パネラー:森山 亨(中小企業診断士/TDA副理事長) 古屋 興一(株)古屋興一デザイン事務所  
近沢 晴雄(PLANNINGI.C3/TDA副理事長) 山内 誠(社)東京ファッション協会  
西田 弘子(有)ファイバーアートスタジオ

■コーディネーター:わたなべひろこ(TDA理事長)

テーマ/J.C. テキスタイルの未来と国際化への対応

今回のテーマについて、5名のパネリストにそれぞれ下記のような意見が出されました。

┆ 古屋 興一 氏

時代が進むにつれて職業の領域が変化して行くのは世の常かと思えます。「テキスタイルデザイナー」という職業も、40年位前に新しい時代の担い手として生まれたようです。それは、簡単にいえば、昔から京都などを中心存在した着物などの柄を描く「図案家」という職人芸とは少し違って、新しい繊維産業(服地やインテリアファブリック)が必要とした「テキスタイル」の「デザイン」という職種だったわけです。

そして、産業の発展、経済成長と共に多くの「テキスタイルデザイナー」が活躍されました。しかし、高度経済成長のあと、特にバブル崩壊以後の景気の低迷、それに伴う産業や流通経済の構造の変化により、「従来通りの」テキスタイルデザイナーの仕事は少なくなりました。しかし、逆に言えば繊維産業に於いて、生産から消費までの流通のいろいろな場面でテキスタイルデザイナーの仕事が姿を変えてむしろ必要とされています。つまりそれだけテキスタイルデザイナーの仕事内容が複雑になり、広範囲になっているということになります。

ですから、私達も今までのカラを破ってもっと新しい時代にあつたことを学んで従来の能力にプラスしていけばやれる仕事はいろいろあると思います。また、大量生産ばかりではなく、手造り感、クラフト的職人芸のデザインも再び注目されてきています。つまり、テキスタイルデザイナー職もひとつではなく、個々の能力でいろいろな活躍の仕方が有るのだと思います。

これからますます楽しいですよ。世界的なことといえば、グローバルな経済発展に伴い、アジア特に中国の経済の急成長が目まぐるしくなっていますので、中国でのデザインの需要にも関心がありますが、もっと前からデザインの内容も世界的な広がりが進んでいますので、それは逆に今までのように欧米のデザインの物まねではなく、日本の繊細な感性を大事にして、オリジナリティに自信を持って発信していく時代になっていると思います。

┆ 近沢 晴雄 氏

1) マーケティングからクリエイションは生まれません。  
マーケティング主導の時代が長く続いたが、結果的には「コピー」と「価格競争」に陥った。マーケットから得られる売れ筋データ・消費者動



古屋興一氏



近沢晴雄氏



西田弘子氏

向等は、均質的情報となりマーケット信仰に捉われた企業及びデザイナーにクリエイションの重要性を失わせた。

\*マーケット情報は参考程度にし、デザイナーとしてのオリジナリティを基本にするべき。

2) 生産現場を体験しないテキスタイルデザイナーは本物でない。テキスタイルは最も人間に身近な素材である。入り口は広く奥が深い。素材・生産などの知識を持たないデザイナーは単なるサーフェスデザインである。日本には本当の意味でのテキスタイルデザイナーは少ない。プロダクトからの発想も大切にして、この仕事にもっと誇りを持つべきだと思う。

日本経済の低迷のなか、インテリア業界は、消費者の「モノ離れ」「価格競争による不信感」「欲しい商品がない」などから脱却できないでいる。今、モノの時代が終わりライフスタイルの多様性・テイストへのこだわり・文化的な香りが求められている。企業内でデザイナーの新人養成から終身雇用までの時代は終焉を迎えている。多様なニーズを背景に企業は個性的で生きの良いデザイナーをグローバルな視点で求める。更に、海外戦略をもとにデザイナーの国際性も要求する。今後、テキスタイル業界ではインハウスデザイナーは更に減少する。欧米のシステムにならって、企業とフリーランスが対等の関係でビジネスライクなパートナーとなってゆく。デザイナーは個性的でオンリーワンのクリエイション活動が重要である。「MYブランド」「他と違う」が基本コンセプトとなる。

余談だが、わが国の細分化されたデザイン団体は今こそ大同団結して日本デザイン協会のもとに集結し、強力団体として政・官に影響力を持ち、デザインの社会的重要性を認識させるべきだと個人的に考えている。

┆ 西田 弘子 氏

1/ 幅広いデザイン領域があるのでやりがいを見つけやすい。

2/ 今こそ(テキスタイル)デザイナーの時代と考えている。

1) 生活文化に貢献できるもっとも身近な可能性の広いデザイン領域である。ライフスタイル(生活空間)を表現する上で大変やりがいを感じる仕事であると実感し、取り組んでいる。

\* 体験で学んだ話として / 1 アパレル約7年、2フリーの企画約7年、3オリジナルホームコレクション(ブランド化)の追求約7年を通し、様々なテキスタイルデザインの関わりに触れ、取り組み方で、かなり幅広い仕事の領域がある事を実感した。どこかに特化した道も良いし、また、私の場合生活に活かされる。テキスタイル製品の可能性を探究し続け、常に希望を胸にデザインに取り組めると感じている。

2) 日本産地の空洞化に伴う策は国がらみで様々に打たれている?! 企業や産地の生き残りはオリジナリティにほかならないと思っているが、この物作りの原点であるオリジナリティある発想こそが、デザイナーの役目であり、使命と感じ前向きに取り組むべきである。そんなテキスタイルデザイナーが今こそ必要とされ、生活文化に貢献できるのだと思う。  
\* 体験の補足として話した内容 / アパレルのDCブームに乗り服飾デザインに興味を抱きレディース、メンズ、子供服、服飾雑貨等のテキスタイルデザインを行う。そしてライフスタイルショップやCafe、家や環境などの空間に関わるテキスタイル製品の業界の垣根を自ら低くしオリジナルデザイン製品を通し拡がりを追求している。