

古きよきものを新しい価値観に

～天然染料の持つ自然な色相の調和を通して～

Creation of a New sense of Value in Traditional Techniques ～ In Harmony of Beautiful Natural Hue that Natural Dye has ～

Bunka Fashion Graduate University
Mizue Takashima

文化ファッション大学院大学
助教 高嶋 瑞枝

要旨：近年、自分のライフスタイルにエコロジーの要素を取り込む人が増えている。例えば、車や家電、食品など“エコ”という概念が盛り込まれている商品はもはや定番として存在している。それと同時に、古くからある日本の道具、湯たんぽや風呂敷はエコロジーであるとして、価値が見直されてきている。そして、衣服においては天然繊維、天然染料を使用したモノにこだわる生活者が増え、私自身、化学染料を使用したテキスタイルデザインを研究する中、その過程で出たたくさんの染色排水や化学物質に触れる経験を通して、より環境に負荷の少ない形でテキスタイルデザインが出来ないかと感じ、今回の天然染料についての研究を進めてきた。

1. はじめに

本研究の目的は、天然染料の持つ自然の色合いを通し、未だ確立されていない永続的かつ時代性のあるデザインを提案することにある。天然染料を用いたシルクスクリーンプリント技法の研究により、古き良き伝統技術の新しい価値観を創出し、現代ファッションの深化にともなう二重の発見と提案が生まれるものと確信している。延いては、この研究が新しいデザイン提案の幅を広げ、デザイン教育の現場へと波及し、次世代のクリエイター育成の一助となることを信じて疑わない。

2. 本研究の目的

近年、自分のライフスタイルにエコロジーの要素を取り込む人が増えていると感じる。例え

ば、車や家電、食品など“エコ”という概念が盛り込まれている商品はもはや定番として存在している。それと同時に、古くからある日本の道具、湯たんぽや風呂敷はエコロジーであるとして価値が見直されてきている。特に風呂敷は女性の間で非常に人気のあるアイテムである。風呂敷というと唐草模様のイメージがあるが、今や柄の種類や包み方によって様々なアレンジができるおしゃれな布という価値観に変わってきている。

また、衣服においては、天然繊維・天然染料を使用したモノにこだわる生活者が増えてきている。私自身、化学染料を使用したテキスタイルデザインを研究する中、その過程で出たたくさんの染色排水や化学物質に触れる経験を通して、より環境に負荷の少ない形でテキスタイルデザインが出来ないかという思いがあ

提出年月日：2015年1月26日
受理年月日：2015年2月26日

ったことから、今回の天然染料についての研究を進めてきた。

3. 天然染料の価値とは

では、なぜ今、天然染料に価値があるのか、そこに焦点を当てて論じてみたい。それは、作り手（生産者）側から見た価値、使い手（生活者）側から見た価値の二つの視点から分析を試みることができる。

3-1. 作り手（生産者）側から見た価値

「自然環境と共存した物づくりと伝統・文化の継承」

作り手（生産者）側から見た価値は、自然界にある花や草、木々を利用して先人が生み出した天然染料であり、環境への負荷が少なく自然環境と共存した物づくりが可能である。そこには、植物を色素にする技術をはじめ、天然染料でよくみられる、しぼり染めや型染など職人が脈々と受け継いできた技術や知恵を継承していくという価値がある。

3-2. 使い手（生活者）側から見た価値

「ロハススタイルの浸透」

一方、使い手（生活者）側から見た価値としては、ロハススタイルの浸透があげられる。ロハスは、Lifestyle of Health and Sustainability の略で、健康と環境に配慮したライフスタイル、人間と自然が共存するための持続可能な社会を創造するモノや考え方・行動を指し、このような生活者が増えてきている。

それに伴って、ロハススタイルの生活者を対象として新しい書籍も出版されている。アメリカのポートランドで創刊された「KINFORK」というライフスタイルマガジンがそれである。今では日本の需要が多いことから日本語版が発

売され、バックナンバーはプレミアが付くほど人気を博している。このことから、ロハススタイルへの関心の深さを窺い知ることができる。

3-3. 消費スタイルの変化

「ものありき消費」から“ものがたり”消費へ」

そして、天然染料の価値を支えるであろうもうひとつの補足的な視点がある。それは、消費スタイルの変化である。

モノが良ければ売れる時代があったが、今はモノ自体のストーリー、例えば、だれが、どのような思想で制作しているのか、という商品背景までも考慮に入れてモノを買うという人が増えている。さらに買う動機として、自分のライフスタイルに合っているかということも非常に重要なポイントの一つになっている。つまり、“モノ自体の持つストーリーや背景を消費する、自分のライフスタイルの文脈＝コンテキストの中で消費する ”といえる。

ここまでをまとめてみると、天然染料はロハスのライフスタイル、つまり自然志向の生活者の信条にマッチしているといえる。さらに、天然染料の生産ストーリー、商品背景を語ることによって、使い手である生活者に対して天然染料の価値をアピールすることができるという可能性がある。以上のことから、使い手である生活者からの視点においても、天然染料は価値のあるものだということが導かれる。

4. 天然染料でプリントした実物作品説明

では、具体的に天然染料を用いた実物制作の展開をしていく。まず、今回は天然染料の新しい価値観を探るということで、従来の技法で生み出される柄や色彩のイメージを払拭することに焦点をしばった。そこで、これまで研究を

続けてきた手捺染・シルクスクリーンプリントの技法と天然染料を組み合わせることで、全体の構図に占める柄のデザインを強調し、天然染料の持つ可能性の幅を広げようと考え実物制作に臨んだ。

4-1. 作業工程

手捺染・シルクスクリーンプリントの作業工程としては、イメージをもとに図案を製作し、絵型をおこし、製版、生地にプリントをしていく。

天然染料は、鉄や銅などからできる媒染剤と呼ばれる液体で色素を固着させる。この媒染剤には、色素を抜く効果と黒化させる効果がありそれをデザインに応用した。

生地表面の上から順番に染料を重ねていく(図1)。今回媒染剤は変化が明快にできるよう、色素を抜く効果がある錫と黒くさせる鉄の2種類に絞り使用した。それぞれの染料に媒染剤を加えることで変化した生地に、さらに違う色素が重なることで新たな発色をするため、それによって構成する色数が増え、柄が複雑に見えるという面白い効果を生んだ(図2)。今回は、これを応用して5種類の生地バリエーションを





	天然色素	媒染剤	構成色
①	インド茜	錫	
②	エンジュ	錫	
③	エンジュ	鉄	
④	インド茜	錫	

図1：構成色

製作、その中から2つの生地を選びサンプル製作を行った。



図2：完成生地

4-2. 実物作品説明

実際に天然染料を用いたシルクスクリーンプリント技法を用い具体的にデザイン提案してゆく。今回は衣服デザインの面からアプローチ・考察を行う。

レディースの作品は、色・柄を生かすため、フレアの多いシンプルなデザインに仕上げ、天然染料の中でも色彩の美しいインド茜をメインカラーに使用した。メンズの作品は、ハーフパンツと蝶ネクタイにテキスタイルを使用し、合わせたコートとシャツのベストは※刷毛染技法で仕上げた(図3)。この作品を通して、従来の天然染料のイメージを、モダンな印象に変えることが出来たと考える。また、イメージをヴィジュアルでいかに美しく見せていくかも非常に大切だと感じた。



図3：実物作品

※刷毛染技法...
染色液を筆に含ませて、布の表面に模様を描く手法。

5. 天然染料でデザインした実物製作における考察

続いて、実物製作をする中で見えたデメリットを考察する。天然染料のデメリットと考えられる項目として、

- ・色彩が地味である
- ・伝統的・古いイメージがある
- ・デザイン性が乏しい
- ・表現技法に限りがある

ということが挙げられる。

しかし、今回は実物製作をするにあたり、意識的に柄をモダンに、幾何学的にし、発色性にこだわり、少し強い色調に仕上げることで天然染料のデメリットと捉えられていた従来のイメージを払拭することができたのではないかと考える。

また、色落ち、色ムラというデメリットは化学染料では不良品とみなされますが、天然染料の場合、色落ちは使い込むことで味が出る、色ムラ＝同じ色柄でも差別化になる オリジナルを探す楽しみ、オンリーワンの価値があるというように、唯一無二、他とは代え難い価値観を見いだすことができる。つまり、天然染料のデメリットはメリットになるということがいえる。

6. ロハススタイルの生活者に向けた天然染料商品の可能性

最後にロハススタイルの生活者に向けた天然染料商品の可能性として、今人気のメーカーを例に話を進める。

6-1. 人気のメーカー 中川政七商店

この項では、研究テーマである「古き良きものを残そう」という思想をコンセプトに商品を作り続けるあるメーカーを紹介しよう。

中川政七商店は奈良で享保元年（1716）に奈良晒の商いをきっかけに創業され、創業以来手織み

手織りの麻織物をメインとして扱っている。工芸をベースにした SPA 業態を確立し、そのノウハウをベースに日本の工芸を元気にする取り組みをしている。ブランドマネジメント力を強化した生活雑貨を主体とし、全国に直営店を展開している。

ではなぜ中川政七商店が売れているのか。それは、マーケティングではなくブランディングを徹底しているからだと考える。中川政七商店が有するブランドの中でも、メインである麻を扱うブランドをはじめ、各ブランドの商品ストーリーが非常に明確で、人気のある商品を発信し続けている。そして、特徴ともいえる麻についてであるが、機械織機が発明されても、人間の手でしか作れない温かみや味を出すために、現在でも手織み手織りの麻織物にこだわっている。そして、その生地を生かしたオリジナルデザインの商品がたくさん生み出されている。

6-2. 人気のメーカー・ブランド

例えばモッタというブランドは、その麻を使用して、使い易さと可愛さを兼ね備えた様々な生地感のハンカチを発信している。このハンカチはセレクトショップなどで非常によく見かける。柄と色の発色が明快で、あきのこないシンプルなデザイン。そして、麻のデメリットであるしわ感をメリットに変えハンカチとして売り出している。

この柄と色の発色が明快という点は天然染料で応用したい重要なポイントであり、私の研究テーマと合い通ずる部分でもある。

6-3. ブランド構想

今回研究した内容で、ブランド化を考えた場合に、デザインの視点、商品化の視点を、どのようにブランディングしていくかを考えてみた。デザインの視点としては、天然染料の色彩や柄のデザインを強みとし、女性がほしい、かわいいと思う

要素・デザインを重視。商品化、アイテムの視点として、衣服はもちろんであるが、それ以外のライフスタイルにおいて身近に必要なアイテムを展開していきたいと考える。そして、この二つの視点を踏まえて、実際にサンプル製作を行った。

□ デザインの視点

天然染料を生かしたデザインの面

色彩の美しさ、色の良さ、柄のモダンさ、若々しさ、大胆な柄のデザイン

女性が買うための要素

かわいい、きれい、肌ざわりの良さ

配色の組み合わせを変えて4種類のバリエーションに仕上げ、肌ざわりの良いシルクを使用し、柄のモダンさ、若々しさ、女性が手に取りたくなるようなデザインをした。

□ 商品化の視点

衣服

シャツ、スカート、ワンピース、ボタン

ファブリック

テーブルウェア、ランチョンマット、コースター、ハンカチーフ

図4は商品化の視点として、この生地を使用し実際にアイテム製作をしたものである。ライフスタイルにおいて身近に必要なアイテムとして、ランチョンマットやコースター、ボタンを製作。



図4：アイテム製作作品

7. まとめ・今後の展開

以上を踏まえて、天然染料の従来のイメージをモダンな印象に変える、つまり日本古来の良きモノを新しいカタチや価値観に変えていくことは、まだまだ研究の余地と可能性があると感じた。今後もオリジナルのテキスタイルをデザインし、ブランド化を目指して研究を続けていきたいと考える。日本古来の良きモノを新しいカタチ・価値観に変えて残してゆき、伝統に新たな息吹を注ぐような研究を続けていきたい。

参考文献

- 1) 高橋 誠一郎 岸本 和典著『染色の基礎知識』株式会社 染織と生活社、1997年
- 2) 株式会社田中直染料店『染色材料カタログ2012』株式会社 染織と生活社、2012年

図版出典

LINK

<http://thelinkcollective.com/>

KINFOLK

<http://www.kinfolk.com/>

中川政七商店

<http://www.yu-nakagawa.co.jp/>

技術指導

株式会社 奥田染工場 奥田 博伸氏

撮影協力

図3、図4

Photographer : Takeshi Tsuchihashi