

尾州ブランド構築のための織編物の開発研究

鹿野 剛^{*1}、都筑秀典^{*1}、河村博司^{*2}、早田常夫^{*2}

Development of The Textiles for BISHU BLAND

Tsuyoshi SHIKANO, Hidenori TSUDUKI, Hiroshi KAWAMURA and Tsuneo HAYATA

Owari Textile Research Center, AITEC^{*1}, Ichinomiya Fashion Design Center Foundation^{*2}

尾州産地の織物・ニット生地（以下、テキスタイル）が、海外市場を視野に入れた戦略的プロモーション活動を進めるためには、尾州産地ならではのものづくり、すなわち「尾州ブランド」を構築し、アパレルなどの直接の客先、さらには、消費者に尾州アイデンティティを訴求する必要がある。そこで、今回、尾州ブランドを「JB（ジョイント・尾州）ブランド」と命名し、意匠面ではデザイナーのクリエイティビティを刺激するテキスタイルを提供することを約束する「触発保証」というコンセプトをつくりあげ、本研究による技術面では、「環境」「尾州」「伝統」「新素材・新加工」の4つのキーワードを要素とした技術的コンセプトを明確化し、これに基づくテキスタイルの開発を行った。そして、世界デビューの場としてパリ展示会を行い、多くの来場者に「JBブランド」の高い技術力を認めさせた。

1. はじめに

昭和40年代中頃まで、尾州産地の毛織物は、全生産の約3割が北米輸出されていたものの、昭和47年の日米繊維政府間協定以後は、その市場を国内へとシフトしていった。しかしながら、国内市場もアジア近隣諸国、とりわけ中国にその市場を奪われ、尾州産地が供給すべき市場は不透明化を増してきた。そこで、改めて尾州産地が供給すべき市場を世界中に求め、地域が一体となった尾州ブランドを構築し、戦略的プロモーション活動をする必要があるようになってきた。

尾州ブランド構築には、意匠面と技術面、双方の視点から、何を訴求するかを検討した。そして、ブランドコンセプトを確立しつつ、投入すべき技術を明確化できた。

2. 結果及び考察

2.1 尾州ブランドのコンセプト作成

2.1.1 市場調査

2.1.1.1 欧州調査結果

ジェットロに委託した「フランスにおける毛織物市場調査報告書」やパリのトレンド情報会社であるネリーロディ社の情報では、日本のテキスタイルを欧州市場に投入するにあたり期待される点は次のとおりであることが判明した。

- ・ 日本独自の伝統に裏打ちされた高品質と技
- ・ 欧州と異なる発想による商品企画
- ・ 地球環境に配慮した商品企画
- ・ 毛織物の新たな進化形

2.1.1.2 尾州産地の技術調査結果

尾州産地のテキスタイル開発は次のとおり技術分類さ

れることが判明した。

- A. 環境追求商品群
 - …環境負荷の少ない素材や加工を用いた商品群
- B. 尾州技術追求商品群
 - …ウールの進化や複合化で新風合を追及した商品群
- C. 伝統技術付与商品群
 - …伝統技術を現代風にアレンジした商品群
- D. 新技術商品群
 - …日本発の新たな素材、新たな加工を行った商品群

2.1.2 コンセプト作成

2.1.2.1 技術的コンセプト

尾州産地の技術分類を活用した「先進国テキスタイルの新たな進化形」とした。

2.1.2.2 意匠的コンセプト

デザイナーのクリエイティビティを刺激するテキスタイルを提供することを約束する「触発保証」というコンセプトのもと、図1のJB（ジョイント・尾州）を立ち上げた。



図1

2.2 尾州ブランドのコンセプトに基づくアイテム抽出

2.2.1 技術的アイテム抽出

技術分類ごとに次の通りアイテムを抽出した。

- A. 環境追求商品群…エコ素材、天然染め
- B. 尾州技術追求商品群
 - …複合化、スペシャル糸、特殊織、後加工
- C. 伝統技術付与商品群…紡績技術、染色技術
- D. 新技術商品群…新素材、新染色技術、新後加工技術

*1 尾張繊維技術センター 開発技術室

*2 財団法人一宮地場産業ファッションデザインセンター

2.2.2 意匠的アイテム抽出

ネリーロディ社から情報提供された3つのトレンド情報（エコロジカル&ラフラグジュアリー、エアリィ、カントリー）に基づき企画した。

2.3 織編物の製品開発

尾州産地の17の企業及びグループにおいて、164点のテキスタイル開発を行った。

2.3.1 技術分類の内訳

技術分類	環境追求商品群	尾州技術追求商品群	伝統技術付与商品群	新技術商品群
割合	16.6%	44.4%	4%	35%

2.3.2 各技術分類ごとの特徴

2.3.2.1 環境追求商品群

エコ素材	竹(乾式紡糸タイプ・開織タイプ)、和紙、大豆、ポリ乳酸、ヒノキ、オーガニック綿、いら草
天然染め	インディゴ染め、柿渋染め、草木染め

竹を原料とした糸は、地元企業が特許取得をした乾式紡糸タイプと直接開織タイプに分かれる。前者は100%品によるボイルなどの新風合から、綿混やPETとのエアークロスなど複合化へと応用展開を図った。後者は孟宗竹で1/30までの糸を技術的に可能とし、麻のこしはりとしなやかさを確保した。和紙は、1/72の細番手が可能となりソフト感を確保し、ポスト綿素材へと一段と近づいた。

2.3.2.2 尾州技術追求商品群

複合化	混紡、交擦、交織
スペシャル糸	超細番手、超強撚糸
特殊織	カラミ織、部分カラミ織
後加工	塩縮、ボイル、シワ加工、オパール加工(ウール抜き)

尾州技術はウール100%からウールの新たな進化形である複合化へシフトしている。今回、複合化は半数を占め、内ウールとの複合化が45%になる。ウールとの複合化の狙いは、超細番手の物性確保のためのPET混、新風合のためのシルクやトリアセテートとの交織とふたつの方向性がある。また、綿の高級化に向け麻やシルクとの複合化も、尾州ノウハウが活かされている。

2.3.2.3 伝統技術付与商品群

素材	ガラ紡
染色・加工	絞り、友禅、注染、

ガラ紡技術によるワグムな太さ表現は意匠コンセプトとマッチし、さらに、原料の複合化が新たな糸を作り上げている。有松絞り、江戸友禅及び注染は、尾州産地を代表する竹素材で現代風にアレンジした。

2.3.2.4 新技術商品群

素材	高収縮糸、モルフォテックス、ステンレス
新染色技術	インクジェット、グラデーション染、ムラ染
新後加工技術	箔加工、特殊起毛、ビーズ加工

表面凹凸のためのPET高収縮糸、新光沢表現のモルフォテックスやステンレスと新素材の特色を活かした新意匠性を確保した。光沢素材は、既存のレーヨンなど光沢性のある素材との複合化はマイナスであることが判明した。後加工では、アルミ箔加工やシワ加工にバリエーションが豊富で容易な新意匠性向上が図れる。

2.4 製品評価

こうして開発したテキスタイルの評価を得るために、次のとおりパリで展示会を行い、高い評価を得た。

2.4.1 パリ展示会の概要

展示会名称	JB(ジョイント・尾州)パリ展示会	
目的	尾州産の織物及びニットをJBブランドとして世界にアピールする。	
開催場所	パリ「裝飾芸術美術館/モードと織物美術館」内ギャラリースペース ルーブル美術館の1画	
日時	平成17年3月6日(日)~8日(火)	
主な行事	2日目(夕)レセプション	
展示内容	テーマ	「日本におけるテキスタイル文化の開花」 尾州ブランドの発信
	内容	・尾州産の最新テキスタイル(約215点) 2005秋冬素材約50点 2006春夏素材約165点 ・上記テキスタイルの洋服4点 デザイナー菱沼良樹による製品化 ・日本のテキスタイル文化収蔵品 陣羽織・火事羽織(江戸時代) 明治天皇のフロックコート・男爵用爵位服(明治時代) ニッケコート&スーツ(昭和初期)
企業	尾州産地内の16企業+FDC匠ネットワークの17社	
来場者	フランスの著名ブランド、アパレル企業、テキスタイル団体等 368名	

3. 結び

- ・テキスタイルにおける国際ブランドとして「JBブランド」を構築するにあたり、JBブランドに投入すべき4つの技術分類(環境追求商品群・尾州技術追求商品群・伝統技術付与商品群・新技術商品群)を明確することができた。
- ・4つの技術分類を元に、具体的なアイテムを抽出し、17の企業及びグループにおいて、165点の製品開発を行い、パリ展示会を開催し、来場者から高い評価を得た。



謝辞

名古屋工業大学 産業戦略工学 加藤雄一郎助教授、ネリーロディ社、日本貿易振興機構(ジェトロ)、尾州産地の17の企業及びグループに心からお礼を申し上げます。