

伝統工芸品等のデザイン・商品化に関する研究

—現代生活空間における漆の配色に関する研究—

(第3報)

Study of the traditional crafts for creating new products which adopted design awareness
-Analysis of color scheme suitable for the modern living space- (Part 3)

小野 大輔、小松 勇、鳴海 藍

前年度は、県内住宅の調査結果をもとに配色についての視覚資料化を行った。これにより室内のメインカラーには、木肌を活かすなどした暖色系の柔らかい色が多く用いられていること、アクセントカラーには、モダン家屋では『際立ち・映え』、スタンダード家屋では『対比・強弱』、オーセンティック家屋では『まとまり・馴染み』の配色が用いられている傾向が明らかになった。

第3報では、空間を象徴する物品の形状を整理・分析したデータを加え、前述の配色視覚化資料、調査時のアンケート結果なども参考に、製品化提案シートを作成した取り組みについて報告する。

配色調査の際に、それぞれの空間の中で象徴的と判断して抽出した物品の形状について、整理し(下図左)分析を行った。家屋スタイル別に見ると、モダン、スタンダード家屋では比較的シンプルでリニアな造形による物品が多く、スタンダード家屋でやや装飾的要素が増える。オーセンティック家屋では有機的な曲線や装飾を持つ複雑な造形の物品が多く見られる。対象となった物品は置き家具や小物、照明器具などが多い。これらの物品は住人の嗜好で如何様にも改変できる部分でもあるため、WC-SH平面へのイメージ配置では配色の配置よりも幅広く分布する。しかし、モダン家屋ではシンプルで繊細、スタンダード家屋では軽快でクリアあるいはダイナミック、オーセンティック家屋では重厚なイメージへの発現が目立つなど、一定の傾向が見出された。

これらの分析の結果と調査時のアンケートの結果などを参考に、試作製品案を構想した。その上で、構想した製品がどんなものなのか分かり易く伝えるための製品化提案シートとしてまとめた(下図右)。この提案シートは、試作製品の提案根拠となった分析結果、提案の意図や使用されるイメージに加え製品案を図面やCGなどで示し、視覚的にまとめたものである。

今後はこの製品化提案シートをもとに、V-Cup(製品価値評価法)による評価、専門家や対象ユーザーに意見を貰うなどの検討を経て、提案製品の試作を行う予定である。

