

高度技能に基づいた伝統工芸サブブランドに関する試験・研究報告(第7報)

ー 津軽塗加飾工程を活用した試作品の提案ー

Study on sub-brand development based on the traditional craftsmanship (7 report)

ー Proposal for a prototype utilizing the Tsugaru-nuri decorative processー

鳴海 藍、小松 勇、工藤 洋司、濱田 圭

第7報では、第6報で上げた津軽塗サブブランドの定義「塗り重ねた漆の層を研ぎ出すことをせず、仕掛けの凹凸や色の重なりを見せることでカジュアルなデザイン及びコストを下げた商品」を目指し、V-Cupを活用してターゲットを設定し、主に二つの群に分けて試作品を制作した。

▷ A群：ターゲット／30代～40代の小さいこどものいる働く女性

試作品／凹凸や色の重なりを意識したカジュアルなデザイン

節句にまつわるオーナメントやビジネスシーンを想定したアイテムを選定し制作した。主に唐塗の「仕掛け」工程・「妻塗」工程を活用した表現方法を用い、コストダウンを図った。

▷ B群：ターゲット／30代～40代のアクセサリなどの嗜好品を好む女性

試作品／古津軽塗模様を活用したオーセンティックなデザイン

弘前市立博物館所蔵の「津軽漆塗手板」の模様を活用し、試作した。主に透き漆を使った「上塗」工程を活用した高度技能に裏付けされた透明感のあるデザインを目指した。

今後は、本研究で運営している「工芸サブブランド研究会」において事業化提案する予定。

A



①ひな人形



②こいのぼり

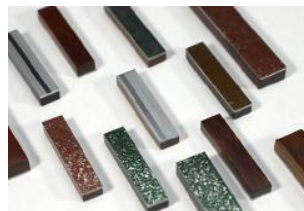


③名刺入れ

B



④アクセサリ



⑤箸置き



⑥椀

図 試作品