

張子の新しい提案

A2201206 菊田あき、A2201212 近藤薫、A2210225 深作花純

研究の概要(背景)

現在、日本の経済状況は右肩下がりの傾向であり、ここ会津に古くから伝わる張子についても例外ではなく、状況は芳しくありません。

そこで今回私たちは、歴史、現状、今後の展望という3つの観点を軸にアプローチを行い、なぜ張子が親しまれてきたのか、これからの時代にどのようなものが受容されるのか、などを調査し、伝統や固定観念に縛られることなく、新たな張子のデザインを提案することを目的とします。

研究の目的

- ・会津の伝統工芸である張子に新しさを導入することで、若者や女性をターゲットに伝統工芸への認知度を向上させ、興味をもってもらおう。
- ・置物としてのインテリア商品だけではなく、実用性のある張子を制作することで販売の売れ行きを伸ばす。
- ・会津の伝統工芸を後世まで繋げていくことで、会津の活性化が期待できる。

研究のプロセス

野沢民芸品製作企業組合、会津若松観光物産協会、仙台のグリーンプラザで一時的に開催された「赤べこプロジェクト展」へ訪問し、さまざまな方からのお話をお聞きして新しい張子の提案・制作に生かし、歴史や概念にとられない張子のデザイン案を提出し、実際に試作品として制作したりと、イメージを膨らませました。

そして、野沢民芸品製作企業組合と打ち合わせを重ねた結果、平成 27 年の干支張子である、羊の張子の制作に焦点を当て、「ふわもこ羊」の制作を進めました。

また、この「ふわもこ羊」のプロモーションとして、ポスターやパンフレット、さらにリーフレットや、POP、包装紙等を製作し、商品の販売促進・向上を図りました。

考察

制作を進めていくうちに、どの郷土玩具も製作者の強い想いが込められていて、長く続いた伝統工芸を次の世代に引き継いでいくため、新しい時代の要素も取り入れ、色あせることのないよう繋げていくことが大切であることが分かりました。

そういうことを踏まえた上で「ふわもこ羊」の張子を作成し、今まであまり張子に馴染みのなかった若者へとターゲットを絞り、さらにその中でも女性を中心に考案しました。

また、商品のプロモーション展開を充実させることで、多くの人に「ふわもこ羊」を認知してもらい、ふと商品を手にとりたくなるような、女性好みのデザインで制作しました。

成果物(完成作品)



「ふわもこ羊」(全6種)



野沢民芸品製作企業組合との打ち合わせの様子



「ふわもこ羊」絵付けの様子