

【基盤研究(S)】

総合・新領域系（総合領域）



研究課題名 国際市場を前提とする服飾造形とテキスタイルの 設計提案に関する技術的経営的研究

信州大学・繊維学部・教授

たかてらまさゆき
高寺 政行

研究分野：繊維工学、被服学、服飾デザイン学、感性情報学、経営学

キーワード：ファッション、服飾造形、テキスタイル、国際市場

【研究の背景・目的】

我が国ファッションの国際化は長年の課題で国策でもあるが、国際プレゼンスは低く電機や自動車に比しアジア市場でも実績に乏しい。米国に次ぐ豊穡な日本国内市場と製造原価低減要求は超空洞化（衣料消費輸入比率は95%強）を招き、国際化に堪える製造技術や設計・販売ノウハウを喪失させた。この空洞化を踏まえ、我が国ファッション事業国際化に寄与する知見を得るため、技術に偏重しがちな繊維工学に感性認知情報・被服・商経営の諸学見解を導入、国際市場を前提とした技術的かつ経営的研究を推進する。

分野1：国際ファッション市場に対応する、テキスタイルと服飾の設計・製造・販売に関する技術的経営的研究を進める。ファッションテキスタイルの設計過程・製造工程の知見を得、標準化を模索、服飾設計の特徴を整理する。テキスタイル提示に関する服飾設計者の認知的限界を明示する。ファッション製品の製造工程における裁量とその効果を解明する。

分野2：国際ファッション市場に通用する「テキスタイル提案システム(TPS: Textile Proposal System)」構築を目指す。製品の質感とドレープを的確に表現するべく、力学特性の視点から考案し、電子取引を想定し、TPSの要件を解明する。さらに、テキスタイルの動きの表現を工夫し、触覚特性の予測に及ぶ。

【研究の方法】

分野1：国際市場前提の服飾業態にかんする先行研究でのクチュールメゾン(Cm)、ファストファッション(Ff)の知見を基に、両者の服飾デザインにおける国際化手法についてデザイン、パターンと体形の事業者別、市場別調査を実施する。また両業者が選択対象とするテキスタイルについて、繊維工学・服飾設計製造・感性認知情報学・商学経営学の視点からカテゴリ、規格、色彩、視覚テクスチャ、触感、物性、表現言語、設計生産技術、取引・流通等を調査しテキスタイル事業の国際化要件の知見を得る。

テキスタイルの国際分類調査、テキスタイルの属性と言語表現の関係の研究、世界市場に通用するファッション製品の実在試料の収集および分解再生、海外消費者に係るパターン研究（体形・ボディと設計、造形、裁断縫製工程、パターンとテキスタイルの相互作用、着心地の国際比較実験、服飾テキスタイルの採否決定者の認知限界調査を行う。ブランド評価、海外出店のための都市研究を、欧州特定街区を対象に実施する。

分野2：服飾設計者のテキスタイル認知と、テキスタイルに関わる情報の標準化調査を実施する。認知に関しテキスタイル単体・衣服設計の素材・新規取引への影響という多面的視点から調査する。また、TPSでのテキスタイル情報表現決定の参考や既存の設計・生産システムとの互換性維持のために、テキスタイル取引情報の表現実態を調査する。テクスチャ・色、静的なドレープやしわ、動的な揺れ、標準試料・尺度の定式化を検討する（設計、触感、色彩）。言語表現の認知科学的調査、触感デバイスの要件整理と可能性検討を行う。2D・3D・ファブリックシミュレータによる伝達、クロスシミュレータによる伝達能力の技術的調査。遠隔地取引業者の提案経験の増加可能性、テキスタイルの製造工程への影響、服飾設計者の創造意欲向上、服飾製造工程への影響を調査し、遠隔多媒体通信取引にかんする展望を示す。

【期待される成果と意義】

繊維工学に異分野知見を交差させ、また、異分野に繊維工学を知っていただき、国際ファッション市場進出を意識し、その解決策と実行可能性を常に念頭に置き、あわせて繊維工学を国際ファッション市場に対応可能な内容に再構築し学問的付加価値を高めていく点に学術的特色と独創性を強調する。本研究は論文を重要とするも、Premiere Vision Parisのような国際大規模展示会に集う実務家から、なんらかの程度にプラス評価を得ることも重要であると考える。

【当該研究課題と関連の深い論文・著書】

- ・ Youngsook Cho, Masayuki Takatera, Keiichi Tsuchiya, Shigeru Inui, Hyejun Park, Yoshio Shimizu, Computerized pattern making focus on fitting to 3D human body shapes, International Journal of Clothing Science and Technology, Vol.22 No.1, pp.16-24,2010
- ・ 大谷毅, 梶原莞爾, 池田和子, 高寺政行, 森川英明, ラグジュアリーブランドビジネスの経営感性, 感性工学, Vol.7,1,5-30(2007)

【研究期間と研究経費】

平成24年度～28年度

147,600千円

【ホームページ等】

<http://gtmb.shinshu-u.ac.jp>