［論文］

ドレッサーデザインの展望
—姿見型ドレッサーの可能性—

ANALYSIS OF DRESSER DESIGN:
Potential for a large mirror dresser

岩松　里紗[*1]　伊藤　真市[*2]
Lisa IWAMATSU and Shinichi ITO

*1　宮城大学事業構想学部デザイン情報学科
*2　宮城大学事業構想学部デザイン情報学科

Abstract

The furniture is a dressing table, DRESSER that was spreading of the wedding in JAPAN. But a recent trend in it of selling and importance is falling. The relation between DRESSER and make-up is deep. There is big market in make-up category. So, DRESSERT should have market of make-up spaces. This study investigate into history about DRESSER and state of make-up for probe into the business chance of it design for the sake of answer women and living today.

The results of it there is the new style that woman stand up while make-up and they are found of total coordinate on fashion and make-up in living. Generally speaking, there is some possibility of designing DRESSER that have large mirror.

キーワード：姿見型ドレッサー，立ち化粧，現代女性
Key words ： *large mirror dresser, make-up standing，women today*

1　はじめに

ドレッサー（鏡台）とは、収納機能を持つ台の上に鏡が取り付けられた化粧用の家具である。日本では、婚礼家具の一つとして市場に出回り、発展してきた。しかし、現在では鏡台を持って嫁入りする女性は減少しており、事実鏡台の販売数は低下傾向にある。その原因として、ライフスタイルの変化に伴う家具としての重要度の低下、といった点が挙げられる。さらに、家具店で一般的に売られているドレッサーを見ると、デザイン・機能面において、ここ最近新しいアイディアのものは登場していなく、一昔前のデザインが目立つ。

周知のようにドレッサーは「化粧」と関連深い家具である。女性たちは古くから「化粧」により“若さ・美”への欲求を満たしてきた。現在も「化粧」は世代を問わず広まり、大きなマーケットを形成、発展し続けている。必然的に鏡台には、化粧をする場所としての十分なマーケットが存在しているはずである。

本考察は、現代女性のニーズを満たし、より生活を豊かにする化粧用家具“ドレッサー”　のデザインを

行うべく、歴史的変遷や化粧の現状等を調査し、ドレッサーにおけるビジネスチャンスを探るものである。

2　化粧のはじまり

まず、ドレッサーと非常に関わり合いの深い行為、「化粧」について述べたい。化粧は古代エジプトに起源を発しており、呪術的要素や地位・権力の象徴の手段として存在していた。後に、顔を彩るという行為になり、美しさ・若さへの心理的欲求を満たすものとして広く普及していく。自分を魅力的に変身させてくれる化粧は、女性達にとって（時には男性にも）なくてはならないものとなった。

ヨーロッパにおいて、14 世紀になると、男女とも多くの化粧品を使うようになった。しかし、当時化粧は一般の人々の間において、自由にできるものではなかった。社会的制圧が強く、目立たぬように化粧することが常となっていた。このように、社会の風潮が化粧を許さなかった時代が続いた。それに反し、化粧への欲求、憧れは人々の中で着々と育っていた。19 世紀に入ると、長い抑圧に対する抵抗が顕著に現れる。流行を求める女性たちの間で、隠れて化粧することが日常化していく。次第に化粧に反感を抱く人にも受け入れられ始め、化粧は自由に行える行為へと変化した。

技術の進歩により、日々化粧品の質・量は向上しており、現在でもその需要は高く、市場では次々と新商品が登場している。最近の化粧傾向を見てみると、様々な色彩展開や見え方の工夫等、バリエーションが豊富であり、その人の気分次第で多彩なニュアンスが楽しめるようになっている。化粧はもはや、顔だけで完結するものではなく、全体のトータルコーディネートの一部として機能していると思われる。

3　鏡台・ドレッサーの歴史的変遷

では、ドレッサーのデザインは今日までどのような変遷を辿ってきたのだろうか。ドレッサーの歴史的変遷を、西洋と日本に分けて辿ってみる。これまで、ドレッサーの通史を扱った文献は無い。従って、この変遷は様々な資料を参照し、まとめたものである。端末の参考文献に記載。

3.1 西洋のドレッサー【 Dresser 】

(1) ドレッサーの語源

ドレッサーの語源となったものは、12 世紀（1100 年～）ゴシック時代に登場した新しい種目、中世マナーハウスに設置された展示用食器棚である。これらは城館の大広間に設置され、鉄器、陶器、貴重品を来客の観賞用に展示した。自分の地位・権力を誇示する為の家具であった。初期のものは簡素な台の上に開放の棚が設けられたものだったが、ドレッサーの棚数が社会的地位を表わしたこともあり、地位誇示の目的で装飾やその形態が徐々に豪華なものへと変化したようだ。

15 世紀末（1490～）教会の祭器台の形式が取り入れられ、下部は引き出しのスタンド、上部は展示用の棚という構成に変化した。そして、17 世紀後期（1650 年～）に衣装を収納する化粧ダンスと、その甲板に鏡を取り付けたものも「ドレッサー」と呼ばれ、バロック時代の寝室に設置する化粧用の重要な家具となる。これが今日のドレッサーの起源といえる。(図-1)

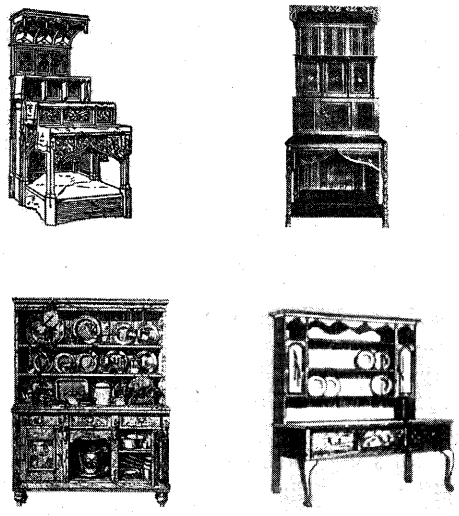


図-1　12 世紀～15 世紀末　展示用ドレッサー

(2) 化粧の流行

前述した通り、化粧は14世紀にはすでに行われていたが、社会的抑圧の背景からか、文献で最初に化粧テーブルが確認できるのは、17世紀後期（1650年～）、それまでに化粧用に特別な家具が作られたかどうかは定かではない。

(3) 小型タイプのドレッサー

18世紀前半（1700年～）小型のドレッサーが流行する。このドレッサーは、鏡が二つのネジで固定され、前後に回転する鏡を持つ。鏡の下部には一列の抽斗、または一つの抽斗が設けられた。タンスの上や机の上に設置して使用される。このように、それ自体が独立した家具としてではなく、他の家具と組み合わせて使用されるのがこの時代のドレッサーの特徴だといえる。（図-2）

(4) 二つの機能

18世紀後期（1750年～）に入ると、婦人の化粧テーブルは、「机・化粧」二つの機能を兼ねた形式のものが流行した。この時期活躍した家具デザイナー、ジョージ・ヘップルホワイトは、“ボーブランメル”というメカニックなドレッサーを制作している。これは、化粧テーブルから自動的に鏡が飛び出すというもの。

この時代、ドレッサーが機能的なデザインとなってきたことが伺えるが、まだ収納の面では十分とはいえない。また、いくつかのドレッサーには洗面機能が付加されていたことが見受けられる。鏡の下部に洗面ボウルが設置できるようになっている。今日の洗面所の形式は、この頃から始まったようだ。（図-3）

(5) 化粧専用ドレッサー

19世紀（1800年～）化粧が一般に広く受け入れられた時代、ドレッサーにもやはり変化が見られる。これまでは、他の機能の付加や、他の家具とセットで機能したものがほとんどだった。しかし、この時期から化粧専用のドレッサーが登場する。しっかりと台に固定された、大きな鏡が取り付けられており、照明の要素が取り入れられたものもある。照明として、鏡の両端に蝋燭台がつけられたが、顔を照らすという機能よりも装飾的要素が強い。さらに、男性用の化粧鏡台も作られた。

これらのようなドレッサーが登場した背景には、ガラス鏡の普及という点も考えられる。すでに16世紀、ガラス鏡が製造されていたが、当時ガラス鏡は非常に高価なもので、王侯貴族の占有物であった。それが19世紀、技術の発展に伴い、ガラス鏡が量産可能となる。この時期から、鏡は一般家庭に広く普及、さらには化粧用に家具限らず、ホールや舞台、室内装飾にも用いられるものとなった。（図-4）

(6) 収納の充実

19世紀中期（1830年頃）になると、抽斗が充実したドレッサーが登場した。上部は鏡と小抽斗で構成され、下部は抽斗付きの甲板を一本の貫で連結した脚で支えている。この形式のドレッサーは、19世紀を通じて完成される。さらに、この時期は時代復古調のヴィクトリアン様式が流行したため、各時代復古調のドレッサーデザインも見られる。（図-5）

(7) 20世紀のドレッサー

20世紀（1900年～）、各時代のスタイルに合わせ、様々な形態のドレッサーが登場する。モダンデザインの頃には、これまでと対極的なシンプルな直線で構成されたものも見られる。バウハウスではブロイヤーにより女性寝室用の化粧台が製作されるなど、ドレッサーにおける機能が重視されてきた時代だといえる。このことからも、全体的に機能的な面が強くなっていることが分かる。

また、この時期、電気照明つきドレッサーを確認することができる。化粧時に顔を美しくみせようとする試みが始まってきているようだ。（図-6）

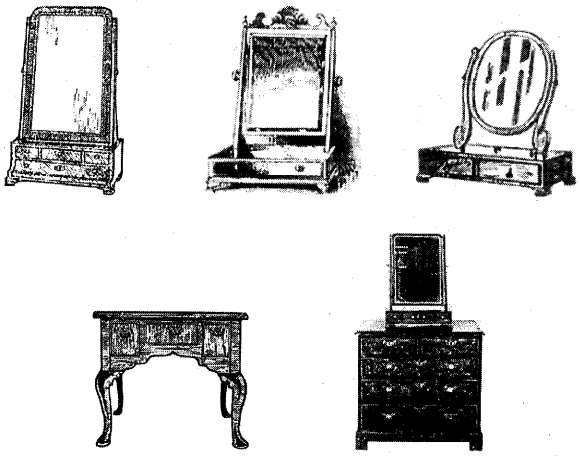


図-2　18 世紀前期　小型ドレッサー

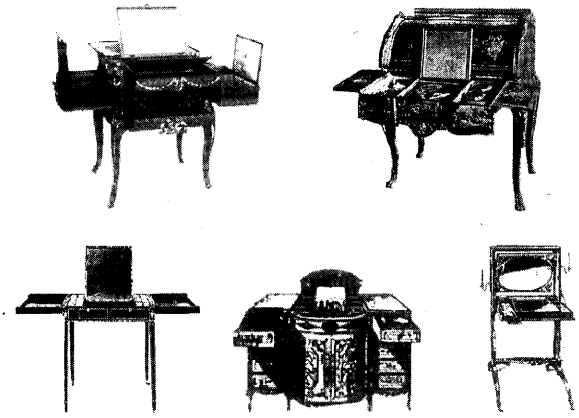


図-3　18 世紀後期　複合機能ドレッサー

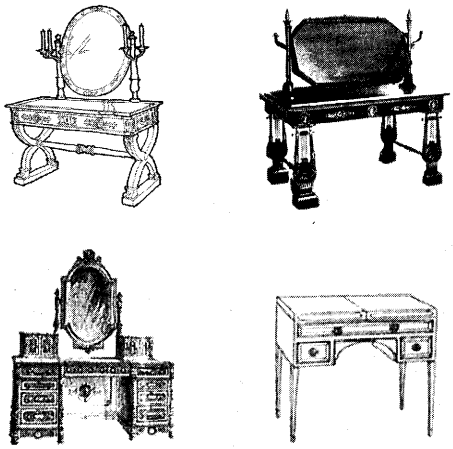


図-4　19 世紀　ガラス鏡ドレッサー

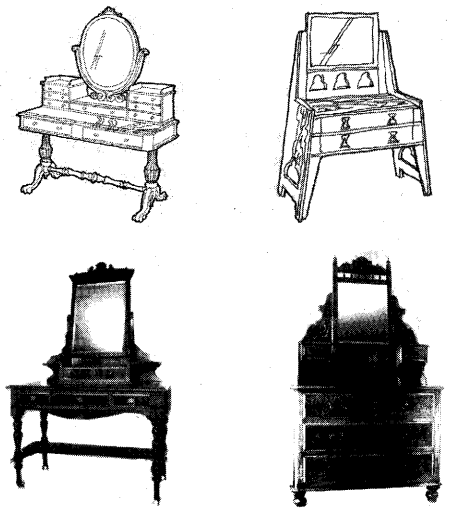


図-5　19 世紀中期　収納充実ドレッサー

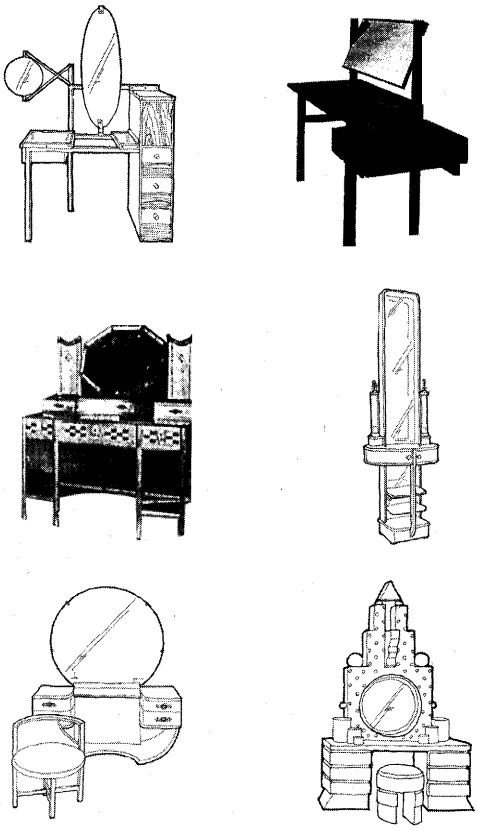


図-6　20 世紀　機能的ドレッサー

3.2 日本の鏡台【 Mirror-stand 】

鏡台：鏡を架ける台、または鏡立てのこと。鏡台という言葉は中国語で、大和言葉では「かがみかけ」「かがみたて」である。[1].

和風と洋風との違いは脚の有無。和風鏡台の場合は脚はなく床に鏡台が接するようになっている。鏡を乗せるし時代の形状により３つのタイプに分類される。平山：台が水平なもの、片山：左右どちらかの台が高くなっているもの、両山：左右の台が真ん中の台よりも高くなっているもの。材料はクワ・トチ・ケヤキ・キハダ・クロガキなどが用いられ、洋風ではウォールナット・チーク・ローズウッドなどが主流である。[7].

(1) 鏡台の起源

鏡が日本で使用されたのは弥生時代中頃、朝鮮半島や中国で作られた金属鏡が日本に伝来したことにはじまる。古代の鏡はやはり呪術的な道具、もしくは権力の象徴であり、身だしなみや化粧用となったのは平安時代、貴族の生活からであった。

最古の鏡台は平安時代（794 年～）に確認されている。根古志形と呼ばれるもので、立ち木を根元から引き抜いた形態を模した脚を持つ。上代の祭祀・呪術における鏡の使用が原型となったものである。一本柱の上部に八稜鏡を架けて使用する簡単な構造のもの。南北朝時代頃まで使用されていたという。(図-7)

(2) 収納機能の付加

室町時代（1338 年～）化粧鏡と鏡架けが一体化した鏡台が登場する。根古志形の脚に変わり、下部が抽斗箱に変化した。また、鏡の形態も円形へと変化している。

すでに鎌倉時代に和歌鏡は質の良い白銅を用いて作られるようになっており、その頃から鏡の形も円形になった。直径 90mm ほどの小さなものでやや厚みがある。このタイプの鏡台は、後の抽斗付き鏡台への過渡的なものだとみられる。(図-8)

(3) 鏡架け・抽斗の変化

安土・桃山時代（1582 年～）この時期に入ると、これまでに比べ台箱が一段と大きくなり、上下二段の抽斗が主流になる。また、鏡架けは比較的短い二本柱で構成され、上部が鳥居のような形態に変化した。この鏡台は江戸時代に入ると、大名をはじめ、武家の間で婚礼調度として用いられるようになる。(図-9)

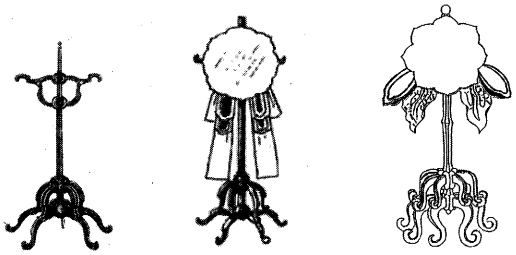


図-7　平安時代　日本最古の鏡台

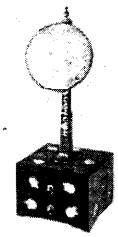


図-8　室町時代　一本柱鏡台

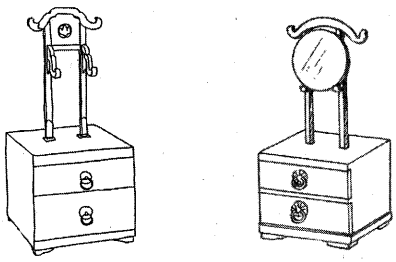


図-9　安土・桃山時代　二本柱鏡台

(4) 柄鏡の流行

江戸時代（1603年～）になると、女性たちの化粧が一段と華やかになった。鏡は生活に欠かせないものとなり、柄鏡が広く普及した。この柄鏡を架けるための鏡架が登場し、大名から庶民に至まで広く利用された。(図-10)

さらに、江戸後期に大型の柄鏡が流行すると、庶民の間で新しいタイプの鏡台が用いられるようになった。庶民の鏡台は、長方形の抽斗箱の上に鏡架を立てるものである。武家の婚礼調度と異なり、鏡架の横木が折りたため、鏡架が収納可能となっている。また、抽斗が側面に付き、開けたときに足にぶつからないように配慮されている。省スペースにおける機能を付加し、生活スペースにゆとりをもたらす配慮がなされている。これら庶民用の鏡台は、黒漆を塗っただけの簡素なつくりのものが多い。(図-11)

(5) ガラスの普及

明治時代(1868 年～)海外からガラスが輸入される。ガラス鏡の鏡台が市場に出回り始めたのは、明治 10 年代末期。普及するや否や、このガラス鏡の鏡台は化粧用具・婚礼調度として欠かせないものになる。

明治の鏡台は、鏡を支える脚と台箱が直結せず、単に箱の上に鏡を乗せているだけであった。鏡に関しては、ガラス鏡に変化したことで、より大きな鏡が作られるようになり、方形の鏡が見られるようになった。大型の姿見も登場する。(図-12)

(6) 鏡台の普及

大正・昭和時代(1912 年～)明治の鏡台が発展し、上部の鏡が縦長となったものや小型の姫鏡台が登場する。台箱はその形態別に「平山・片山・両山」の 3 つに分けられた。また、大正中期には三面鏡も作られる。しかし、当時は普及せず、時を経て昭和 30～40 年頃に流行する。

昭和に入り、洋風化が進んだ為、西洋のドレッサーも普及し始めた。鏡台は婚礼セットの重要な家具として世間に広まっていった。

婚礼セットは和ダンス、洋服ダンス、整理ダンスを一組とした三点セットが標準である。これに鏡台を加えた四点セット、さらに下駄箱を加えると五点セットとなる。婚礼用の重要な風習として全国的に流行した婚礼セットだが、平成に入った頃からその慣例も見られなくなってきている。今日では、関西地域で婚礼家具の風習が残っている程度で、その他の地域では特別嫁入り時に家具を持って嫁ぐというスタイルはなくなる傾向にあるようだ。(図-13)

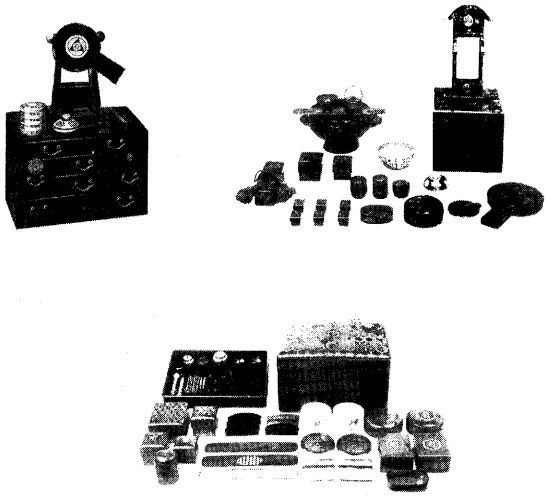


図-10　江戸時代　柄鏡の鏡台

図-11　江戸時代　庶民の鏡台

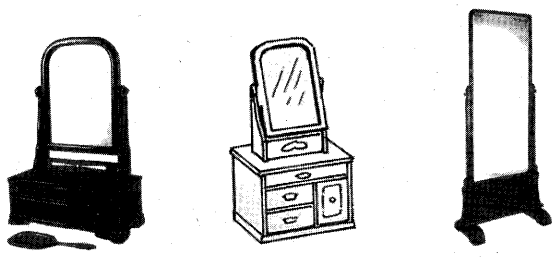


図-12　明治時代　ガラス鏡の鏡台・姿見

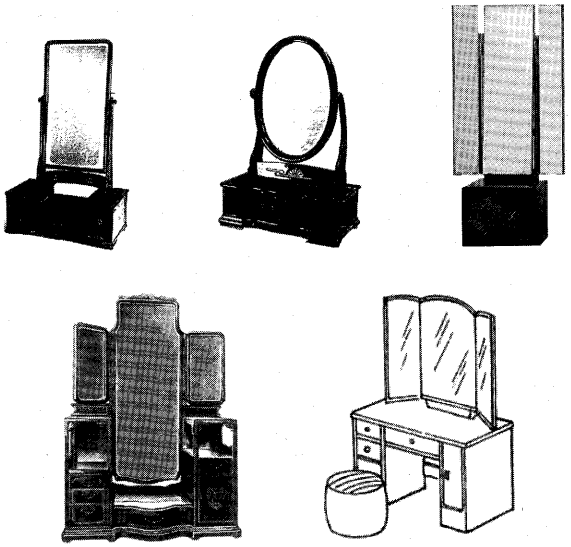


図-13　大正・昭和時代　一般鏡台・洋風ドレッサー

3.3 まとめ

現在、日本で販売される主なドレッサーは、半身を映す鏡、収納付きの台、スツールというセットが一般的なものだ。元来、化粧は畳の上に座って行われてきた。しかし、日本人の生活スタイルが洋風化するにつれて、いつしかドレッサーにスツールがセットになることがあたりまえになった。畳の上で化粧、というスタイルの名残が現在でもすり足式スツール等のデザインにみうけられる。

今では化粧は自分自身でするものとして定着しているが、ヨーロッパの貴族の間では化粧は小間使いなどにやらせるものだった。椅子生活の西洋だから当然椅子がドレッサーとセットになっていると想定されるが、そうではない。ドレッサーと椅子は別物の家具として成立していた。化粧される人物はドレッサーの近くに椅子を移動して座り、後は化粧される様子を眺めているだけ、というスタイルだった。つまり、ドレッサーに椅子、スツールが付いている必要はなかった為、当時の西洋で作られたドレッサーは椅子なしのものがほとんどである。

また、ドレッサー普及と形態変化に大きく関わっているのが19世紀のガラス鏡の一般化である。以前は一般の鏡は金属だった為、質は低いものが一般的で、質の高いガラス鏡は高級品として扱われていた。人々の間ではガラス鏡に憧れを抱く者もいただろう。だからこそ、ガラス鏡の付いた化粧用の家具”ドレッサー“が世の女性たちに欲しがられ、広く普及したのではないだろうか。さらに、ガラス鏡はドレッサーの形態にも変化をもたらした。小型の鏡から大型の鏡へ変化し、それに伴い全体のデザインも今日考えられるような抽斗台のついたどっしりしたドレッサーへと移行している。これらの変化がドレッサーを化粧用の家具として確立した要因だと思われる。(図-14)

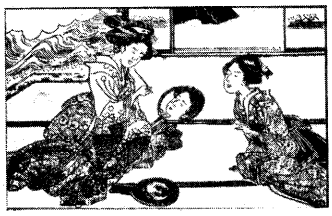


図-14　化粧の様子（日本：江戸時代、西洋：18世紀）

4　マッピング

これまでドレッサーの歴史的変遷を辿ってきた。ここで、ドレッサーデザインを比較する為にマッピングを行う。縦軸に化粧時の姿勢、横軸に鏡に映る範囲をとり代表的な各タイプを配置した。(図-15)

こうしてマッピングしてみると、日本のほとんどの鏡台が下部に集まり、西洋のドレッサーは上部に集まった。畳生活と椅子生活の違いがここにも如実に表われている。また、ドレッサーの形態は大きく変化していることが明らかに見て取れる。その時代の生活、化粧、技術などが要因となり、ドレッサーは現在まで多彩な変化を遂げてきた。しかし現在販売されるドレッサーをみると、どれも婚礼家具として流行した時代の形態をひきずったデザインになりがちである。つまり、新しいドレッサーデザインがここ最近なされていないと言えるのではないだろうか。

では、ドレッサーデザインにおいて、新しいドレッサーになりうる機能はどのようなものだろうか。可能性を感じる分野をマッピングの中から抽出してみた。今回、4タイプに新しいドレッサーの可能性を感じた。以下にそれらを示す。各タイプの数字は、マッピングの図に配置される番号と対応している。

❶ 姿見型ドレッサー

姿見をメインの鏡としたドレッサー。現在でもデザインされているが、その数は少なく、まだそのデザインには改善の余地あり。

❷ カスタムドレッサー

ドレッサーの各部（鏡・収納・スツール等）を自分の好みで組み合わせられるよう、ひとつのコンセプトでデザインするもの。

❸ ライティングドレッサー

ライティングデスク機能付きのドレッサー、現在のスタイルに合わせてパソコンに対応できると良い。

❹ 化粧ボックス付ドレッサー

化粧ボックスをうまく収納、さらにそれが機能するようなドレッサー。但し、鏡の大きさに制限がつくと予測される。

5　聞き込み調査

では実際、現在の鏡台・ドレッサーの販売の現状はどのようなものなのだろうか。それを知るべく家具店へ聞き込み調査を行った。大型店舗から小型店舗まで計7店舗を対象にしている。以下の6項目を重点的に調査した。

(1) 鏡台・ドレッサーの年間販売台数

近年の年間売り上げは、どの店舗も平均10台程度。販売数が多いところで30台前後であった。ここ10～20年の間で販売台数は減少の傾向にある。

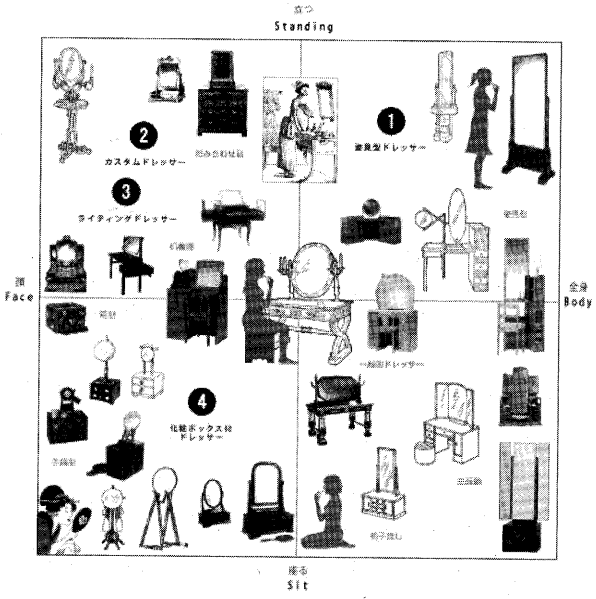


図-15　マッピング

（縦軸：化粧時の姿勢、横軸：鏡に映る範囲）

(2) 購入者の客層・シチュエーション

購入者は、20代前後から年配の方まで幅広い。1人暮らしや、結婚前後の新生活をスタートする若い女性が購入、前から欲しかった人がこだわりを持って購入する等のケースが見られる。アンティーク調の鏡台は、後者の割合が多く、値段も高価なので、生活に余裕のある人が購入している。

関西では、現在でも鏡台が婚礼家具として重要な家具となっている。しかし、その他の地域ではそのような概念は消えつつある。

(3) デザイン

鏡台・ドレッサーのデザインとしては、基本的に従来から変化していない。ドレッサーの方が和鏡台よりも出回っている傾向にある。また、机やタンス、姿見など、他の家具の機能を付加したものが近年登場している。

関西では、どっしりした感じの抽斗、鏡、花型ランプの付いたオーソドックスな鏡台が主流。関東では少しモダンな形が、東北ではシンプルなものが人気である。

オリジナルの鏡台・ドレッサーを作っている店舗もある。現在は、省スペースでコンパクトなタイプや収納が多いものに人気であるということだ。

照明が付加されたものもあるが、顔を照らす機能というよりはやはり装飾目的。化粧時の機能性を意識した照明が工夫されている鏡台・ドレッサーは今のところ見あたらない。(図-16)

(4) 価格

価格としてはだいたい10万円前後から30万円が主流。安いものだと2～3万円から。

(5) 鏡関係の商品の販売

鏡製品では、鏡台・ドレッサーよりも姿見や壁掛け鏡の方が売れている。居住空間のスペース的な問題が大きな原因と思われる。姿見や壁掛け鏡と収納ラック等を組み合わせて使用する人が多い。

また最近、「スーパーピュアミラー」という超透明ガラスを使用した鏡が登場。通常の鏡よりも顔色がより鮮やかに、自然に見える効果がある。美容院や服飾販売店で使用されているという。

(6) ドレッサーの販売体系

ドレッサーの販売は店頭販売、もしくはカタログ注文、Web 注文という方法がある。大型家具店では店頭にサンプルを飾り販売する体制だ。しかし、だいたいの店舗においては、ドレッサーの販売低下により、あまり店頭にサンプルを置いていない。その場合は、店舗用ドレッサー専用カタログの写真を見せながら説明し、気に入れば発注するというスタイルだった。この販売体系ならば、Web 販売で詳しい説明をつけての販売でも十分対応、対抗できると考える。

6　アンケート調査

ドレッサーの実情はつかめたが、消費者が持つドレッサーに対するイメージや欲求はどうなのだろうか。また、現在の化粧は生活の中でどんなスタイルで行われているのか。これらを知る為、独自のアンケートを実施し調査した。

※サンプル数は192名（女性：113名、男性：79名）である。被験者の年齢は20代前半～30代の若者が主な対象である。

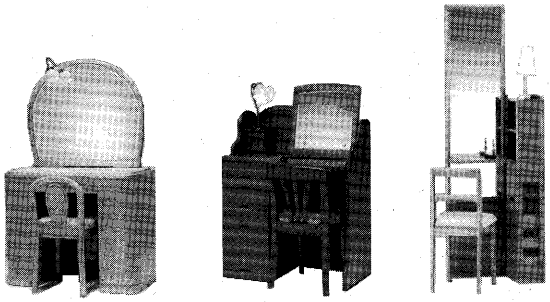


図-16　現在の一般的なドレッサー

6.1　鏡台・ドレッサーの現状

まず鏡台の所有についての質問である。それによると、鏡台を持つ(自分もしくは家族)と答えたのは67%さらにその所有者は40代～50代の母親という回答が86%、婚礼家具時代の背景が顕著に伺える結果となっている。(表-1)(表-2)

所有するドレッサータイプは、ドレッサー、三面ドレッサー、和鏡台の順となっている。やはり西洋風ドレッサーの所有率が高い。(表-3)

しかし現在、ドレッサーは過半数は本来の機能である化粧用に使用されているものの、一方では姿見や物置として使用、もしくは不使用の場合が大多数、という状況だった。このことから、現代ドレッサーは現代生活に対応できていないと予測される。

6.2　化粧の現状

(以下は女性の結果のみで集計したデータである。)

次に化粧の現状について、化粧時に使用する鏡のタイプについて質問した。結果、小型鏡が過半数を占め、ついで洗面所の鏡ということになる。小型鏡は携帯に便利であり、いつでもどこでも化粧できる点と、顔を鏡に接近させて化粧する点で便利である。また、洗面所の鏡は、洗顔の後やドライヤーなど髪のセット等も一貫して行えるという点に魅力がある。(表-4)

この結果から現代女性の多くはひとところに留まって化粧をしない、もしくは他の行為と共に化粧を行っていることが伺える。つまり、現代女性は忙しい生活を行っているために手早く済ませる化粧スタイルをとっていると考えられる。

だが、ドレッサーが欲しくないかといえば、そうではないことがアンケートで明らかになった。「ドレッサーが欲しい、あれば良い」とする女性は全体の64%を占めている。ドレッサーを望む声がこんなにありながら、ドレッサーが売れない。ここから、現状のドレッサーには何かしらの不満があり、買う行為に発展していないと推測される。(表-5)

さて、ここで注目したいのが、化粧時の姿勢のデータである。なんと、33.6%が立って化粧すると回答している。また、化粧時間は8割の女性が15分以内で済ませている。やはり、朝の忙しい中で化粧をする場合、このように立って素早く済ませるというスタイルになってしまうようだ。立ち化粧という新しいスタイルがあるという事実が判明した。(表-6)

また、もうひとつ注目したいデータがある。ドレッサー購入時に重視するポイントで鏡のデータに彼女たちの希望が現れていた。鏡(半身～全身)が映るものが良いとする女性が74.3%である。やはり、化粧をする際、服装まで全身をトータルコーディネートしたいという欲求が高いと思われる。(表-7)

表-1　ドレッサーの所有割合

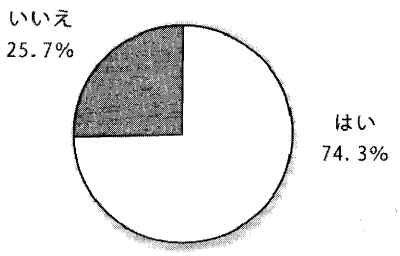


表-2　ドレッサー所有者の年齢

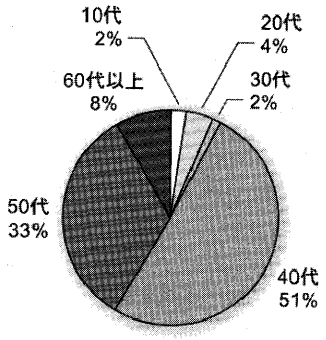


表-3　ドレッサーの所有タイプ

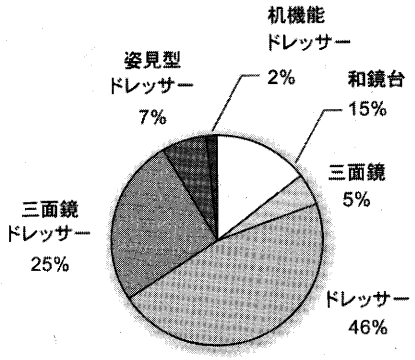


表-4　使用する化粧鏡

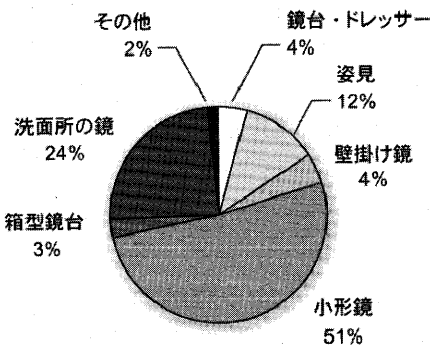


表-5　ドレッサー需要度

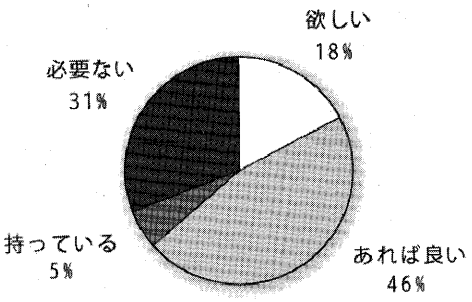


表-6　化粧時の姿勢

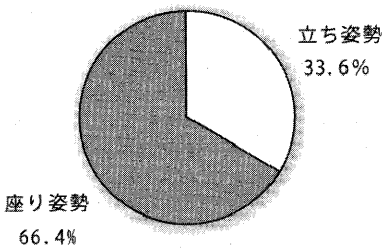
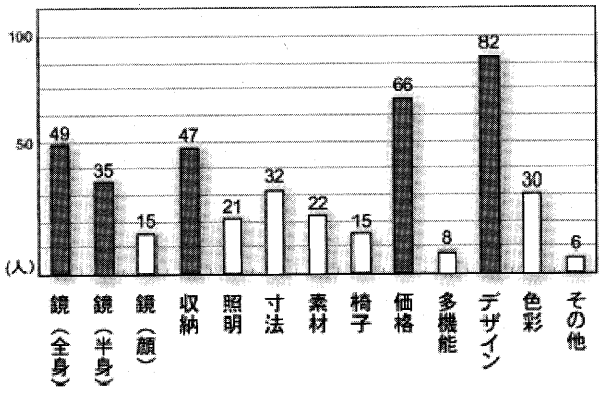


表-7　ドレッサー購入時のポイント（複数回等可）



7　考察

今回の調査を通じて、どうやら鏡台・ドレッサーは今、十分にその機能・役割を果たしていないようだ。現代生活にとってより良い化粧用家具が求められている。

7.1 姿見の需要

マッピングや調査などを通じて、全身をチェック可能な姿見が現代女性たちの生活スタイルに重要となっていることが分かった。また現在では、立ち化粧のスタイルが忙しい女性の間で浸透してきている。姿見は立ち化粧にも十分対応できる。このような点から、姿見型ドレッサーが現代女性たちに有効なドレッサーだと考えられる。

7.2 姿見ドレッサーの実情

現在、姿見ドレッサーは実際に販売されている。しかし、若い女性はこの姿見ドレッサーを買わず、姿見を単体で買い、収納ラックなどを隣に設置することでドレッサーの代用として化粧することも今回分かっている。なぜ既存の姿見ドレッサーが売れないのか。価格の問題も考えられるが、やはり大きなところはそのデザインだろう。現在の姿見ドレッサーには魅力的なものが無いのが実情だ。姿見とラックを別に買っても代用できてしまう程度のものと言っても過言ではない。多少質は劣っても、低予算で実現できる代用ドレッサーで満足してしまう女性の気持ちも理解できる。

7.3 現代家具への要望

今日、省スペースを実現する家具が人気となっている。これは生活場所を有効に使おうという意識の表われで、もちろんその考えはドレッサーにもあてはまる。昔ながらの権力や財力を表わすどっしりとした大きなドレッサーは、もう需要が少ない。それよりも、何か別の機能が付加される、使用後は小さくまとまる、あるいは収納の一部にドレッサーが組み込んである等の工夫を施したものに需要がある。

また、収納という要素は女性に提案する際の重要なポイントとなる。デザイン、価格、鏡についでこの収納要素が購入のポイントとして注目されている。使い勝手の良さはもちろん、収納容量の大きさが機能面で女性にとって魅力的なものとなる。

8　企画

以下に今後のドレッサーに求められるキーワードを示す。

- 姿見（全身のトータルコーディネートに対応）
- 立ち化粧（現代の新しい化粧スタイルに対応）
- 収納（利便性）
- コンパクト（省スペース）
- 他の機能の付加（多機能なドレッサー）

この中で特に注目したいのが、立ち化粧だ。立ち化粧はまさに現代の生活が生んだ新しいスタイルと言える。この新しい価値観を満たすドレッサーに大きな市場が見込める。

また、ドレッサーは女性へ向けた家具である。機能だけを満たしたものでは女性にとって魅力的なものにはなりえない。女性が魅力的に感じるデザイン、欲しい感をだすにはデザインのテイストや雰囲気を工夫する必要がある。その意味でデザイン上の装飾・デコレーション要素、質感などが重要になってくるだろう。

しかし、今日、様々な嗜好の女性たちがいるのは事実である。万人に受け入れられるようなデザインの実現は難しい。そこで、機能を同じくして、見た目のデザインを選択できるよう何通りかのデザインテイストをつくることで対応したい。このデザインの幅を広げれば、男性にも対応できる可能性を持っている。

そして女性の場合、購入時に最後の決断のポイントとなるのは、全体ではなくある一部分のデザインが決め手となることもあるかもしれない。例えば、引き出しのノブのデザインなど。全体的なデザインの良さはもちろんのことながら、女性はそういった細かい点をよく観察する傾向がある。女性に対する提案では、そのような欲求に応えるべく細かいところまで戦略的に配慮したデザインが必要と考える。

マッピングで4タイプのドレッサーの可能性を示したが、今回の調査から姿見型ドレッサーが今後のドレッサータイプとして有効だと考える。ただし、姿見に収納を加えただけでは現状は変わらない。何か他の機能を付加するなどの工夫が必要だろう。姿見での化粧が求められながら、それを実現し、尚且つ魅力的な家具が未だない。そこに今後のドレッサーにおけるビジネスチャンスの可能性があるはずだ。これまで抽出してきたポイントを考慮しつつ、姿見ドレッサーの新たなスタイルを提案していきたい。

参考文献・図版資料

1) 秋庭隆:日本大百科事典４・6,小学館,1995.
2) 鍵和田務：家具の歴史〈西洋〉,近畿出版.
3) Kazuko Koizumi:TRADITIONAL JAPANESE FURNITURE.
4) 小宮容一:世界のテーブル絵典,彰国社,2001.
5) 下中弘:世界大百科事典５・20,平凡社.
6) 下中弘:都風俗化粧伝,平凡社,1982.
7) 所荘吉:インテリア大辞典,彰国社,1994
8) 鈴木信夫:インテリア家具辞典,丸善株式会社,1994.
9) ジョン・ブライ:イギリスの家具,西村書店.
10) ペニー・スパーク:20 世紀のデザイン,トーソー出版.
11) リチャード・コーソン:メークアップの歴史,ポーラ文化研究所,1982.
12) 山本裕弘:インテリアと家具の歴史〈西洋篇〉,相模書房
13) 鏡と鏡台,財団法人家具の博物館,1991.
14) A New Zealand Guide to Antique & Modern Furniture
15) Britanica4
16) 生活雑貨［URL］http://www.seikatsuzacca.com/

※今回使用した図版は上記に記した資料から引用したものである。