

【特集】

コメント（1）

国立民族学博物館
上羽陽子

国立民族学博物館の上羽陽子です。私はインドを中心に染織の現場を調査しています。これまで、染め、織り、刺繍、製糸などを現地の人びとと一緒に行ってきました。本日の発表のネパール、グジャラート州、ラック生産の現場を知っているため、そのような観点からお話ししたいと思います。

このシンポジウムの目的はファッションを素材という観点から考えることでした。消費者には見えてこなかった素材とその生産にかかわる人びと、およびその素材が生じる地域、環境の関係を検討しようというのが狙いだっただけだと思います。

ところで、皆さんは「消費」していますね？さらに、皆さんのなかには、未来の生産者や、発信する側になる人が多くいると思います。では、皆さんの髪の毛から足先までの装いは、何の素材でできているかを考えたことがありますか？髪の毛を染める染料が何でできているのか。一体誰が作っていて、どういう地域、どういう環境でできたものなのか、と。衣服ではその点あまり注目されず、ブランドがその担保になっているという面があると思います。

最初に金谷先生より3つの趣旨説明がありました。インドには多様な素材があること。素材の特性がファッションを動かすということ。今でも手仕事により素材が作られているということ。今日のご報告を聞いていて、皆さんには昔の話であるかのように聞こえたかもしれませんが、先生方は現在の話をされてきました。それでは、今なお天然素材でものを作る必要性とはいったい何でしょうか。なぜ今その必要性があるのでしょうか。代替物ではまかなえないのでしょうか、ということ

を発表者の先生方には議論していただきたいと思います。

市場の観点でみると、国際市場、国内市場、自家消費とあります。生業と人類学の研究でも、「経済的な交換の多様性と広域化が、調査地を大きく変えている」[松井 2011: 2]とされています。つまり、調査地というのは生産の現場ですが、工業製品の流入が一番大きい変化になります。大量生産、大量消費という状況のなかで、皆さんの着ているもの、身の回りのものに、工業製品以外のものがどれほどあるのかということも考えてみたらいいのではないかと思います。

誰が生産するのかという問題もあります。担い手不足・後継者不足・高齢化問題は共通して言われていました。また、遠藤先生は徹底した分業の話もされていました。伝統的な技術や社会組織を維持しているからこそ手仕事が残っているのだと。

つぎに、インドの繊維アパレル産業について短く述べておきます。インドは現在、衣料品用の天然繊維・化学繊維生産ともに世界第2位の繊維大国です。繊維アパレル産業は、約10%を占める基幹産業の1つといわれています。雇用者数は直接雇用で約4,500万人、間接雇用者を含めると約1億人という人たちが、インドではアパレル産業に関係しているといわれています。素材でみると、綿花生産は世界第2位です。つぎに注目すべきは化学繊維です。インドには、高度な先進技術が導入された大型合成繊維工場が各所にあり、ナイロン、ポリエステル、アクリルなどの合成繊維の製造量が世界第2位になっています。

では、インドアパレル産業の強みとはいったい何でしょうか。それはまず、幅広い種類の繊維原料が国内で入手可能という点です。もう1つは、多くの熟練工がいる一方で、熟練や経験を必要としない単純労働人口も豊

富である点です。すなわち、インドは製造の全工程を国内で生産管理できる点が強みにつながっています。たとえば、布の製品化では、原料生産から製糸、製織、染色、縫製といった工程がありますが、生地のカット・縫製・仕上げの工程は機械化が難しく手作業に依存しています。そのため、相対的に低賃金国—中国、バングラデシュ、インドなどで展開しているわけです。

産業革命では木綿織物の工業化をもとに、製糸、製織、化学染料の革命が起きて大量生産が可能になりました。しかし大量生産に伴って他の工程が増えるという面もあります。たとえば、衣服に文様を表現するもので皆さんにとって一番身近なものはプリントだと思います。プリントをするとしたら、私たちは捺染やプリントの工程に注目しますが、実際には、プリントをするためには糊抜き・精練・漂白・下染め・下幅出し・染料の調液・スクリーン紗張りなどを行い、その後、乾燥・発色固着・洗浄・仕上げ加工・光沢出し・プレスなどをすべて行う必要があります。このように、今日の報告にあったすべての手仕事にも前と後の作業が必ずあり、そこはあまり注目されないわけです。YouTube、テレビ、映画などで一般によく見る手仕事の作業風景は、すべての工程において一部分だけということが多いです。その前処理と後処理という点が実は手仕事にとって非常に大事な点です。

佐倉 [2013] は、「ある作業に使用する道具が機械化・自動化されることによって性能が高くなると、その作業全体の効率は高くなりうる。しかし、作業工程のすべてが等しく機械化されるわけではないので、機械化されなかった部分の労働量は、高くなった全体の効率を維持するために、以前より増加する」と指摘します。そのため、手仕事をみると、皆さんは道具を産み出せば良いのではないかと考えるかもしれませんが、大量生産を目指した機械化によって大量の人力を必要とする

作業が生み出され、その結果、過酷な肉体労働が続いているという現状もあるわけです。機械化できない細かい手仕事というのがあるため、大量生産をしていると逆に児童労働も増えるというような現状もあります。

また、素材の特性がファッションを動かすという観点では、アイデンティティの話があがっていました。「グルンの家にはやはりラリでしょ」（渡辺）、「ナガは自己アイデンティティの確保、象徴としての需要がある」（遠藤）と。また、エキゾチックな魅力を活用して新たな価値の創造をする必要があるということも遠藤先生が指摘していました。竹田先生のラックの事例では「赤く染める」ということが興味深い点です。皆さんの目の前に赤い色というのは当たり前のようにあります。しかし、赤い色を染めるというのは染色技術のなかでも特殊な技術です。綺麗な赤い色を出すことができる天然染料や天然顔料は限られています。ですから、たとえばコチニールも、大航海時代には金と同じ価値を持ち皆が求めていたということもありました。色を染めるということ、それが世界のファッションを動かすということにつながるわけです。加えて、ラックの樹脂原料という点も、色に限らない多様な用途として衣食住すべてへの関わりがあります。衣食住とファッションの関わりも議論できたらと思います。

環境との関係でみれば、「宿主木がなくなればラックカイガラムシもなくなる」（竹田）という話がありましたが、資源の生産は担保されるのか？ということを生方の方に質問したいと思います。彼らはなぜ羊を飼い、そして飼いつけているのだろうか、準貴石は昔から産出しているのか、どういう環境で貴石が出るのか、伺いたいと思います。

天然素材という皆さんにとっては何か美しい話のように思われるかもしれませんが、天然素材を使うことで、工程がいくつも増えて労働に負担がかかるということもあります。必ずしも天然素材が無条件に良いのでは

なくて、それに伴うさまざまな負荷というのがかかる可能性もあるのではないかと思います。みなさんの発表から、インドというのは、この天然素材の特性をうまくコントロールしつつ、技術の保持をすることが現在まで続いているということがわかりました。

最後に、総合討論で、ファッションとの接合点はどこにあったのか、ファッションにできることはいったい何か、も議論できればと思います。実際に私たちの消費の中心に衣食住があると思いますが、現代において手仕事への関心、注目が非常にあると思います。手仕事への関心は、消費中心のライフスタイルに対する違和感のあらわれではないかと思えます。今このまま進んでゆくと、私たちの生活は一体どうなってしまうのだろうかということを感じますが—たとえば天然素材の利用には、そういった我々が今感じている違和感へのブレイクスルーの手がかりがあるのではないかと思います。

<参考文献>

- 上羽陽子 2018「繊維・衣料品」『インド文化事典』丸善出版、pp. 684-685。
 佐倉統 2013『「便利」は人を不幸にする』新潮社。
 松井健 2011「フィールドワーク、「生きる世界」、グローバル化」松井健・名和克郎・野林厚志編『グローバル化と「生きる世界」——生業からみた人類学的現在』昭和堂、pp. 1-17。

コメント (2)

国際ファッション専門職大学
富澤修身

3 報告を拝聴しました。国際ファッション専門職大学の富澤です。経済学、広くは社会科学をベースに約 40 年ファッション産業史を研究してきた立ち位置から 3 報告に対して質問を兼ねたコメントをします。

まず、3 報告ともに大変興味深い事例報告

であったと思います。現実の記述という点で興味関心を引き出す報告であったと思います。経済学、社会科学では個別事例研究であっても絶えずその社会的意義の説明が求められます。また、先行研究に対して何を付け加えたのかの説明が求められます。限られた時間、おもに学生・市民を対象にしている今回のシンポジウムでは、学会報告で求められるような厳密な内容は求められないでしょうが、学生に分かりやすく、各報告の社会的意義、なぜこうした事例研究を行っているのかを説明することは必要だと思います。この点いかがでしょうか。面白いで終わってはいけないと思います。これが 1 点目のコメントです。

つぎに、小規模生産の場合、あるいは起業する場合、マイクロファイナンス（クレジット）というか、こうした金融面での支援や組織はあるのでしょうか。また、支援の前提となる、今回報告された個々の事例はいずれ時間の経過の中で消えていく存在なのか、そうではなく時間を経てもなお地域社会で大きな役割を果たす重要な存在なのか、この点いかがでしょうか。後者であれば、支援に値することになります。これが 2 点目の質問であり、コメントです。

最後に、産品（商品）を市場まで運び、顧客である消費者に販売する仕組みはどうなっているのでしょうか。本日の 3 事例で生産の状況はわかりましたが、それから先の流通についての説明はなかったように思います。昨年出版しました私の本（『都市型中小アパレル企業の過去・現在・未来』創風社）を先輩にあたるインド経済の研究者（石上悦朗福岡大学教授）にお送りしたところ、この本のなかで強調しました「新問屋」に賛同していただき、「インドでも問屋の役割は大きいと感じているが、証明が難しい」とのコメントを寄せていただきました。こうした点を踏まえると、小生産者から買いたたく問屋やブローカーとは異なる、公正な取引を前提とした「新問屋」の存在を想定できるのか、に

コメント

ついて大変興味を持った次第です。これが3点目です。

以上、報告者とはまったく異なる立場、領域からの質問ないしコメントですが、3報告の意義を確認し論点を深めるためにご回答を宜しくお願いします。

コメント（3）

公益財団法人一宮地場産業
ファッションデザインセンター
野田隆弘

ただいまご紹介賜りました一宮地場産業ファッションデザインセンターの野田であります。よろしく申し上げます。さて、本日、与えられましたテーマは「インド・ファッションの世界——素材から考える装い」であります。

このテーマは、毛織物の聖地、尾州産地を説明するのにもっともふさわしいテーマであります。たとえば、皆さんが卒業研究や学園祭等で作品を作成する場合、手順として「設計図（型紙）があって、作品のイメージをもっとも表現してくれる生地を求める、探す」という作業を行います。この手順では誰もが同じ道筋であるため、作品の生地にユニーク性を求めることは困難であると思います。つまり、完成した作品においても、他の方の作品とそれほど差異はないように思われます。しかしながら、本日のテーマのサブタイトル「素材から考える装い」の考え方を踏まえて作品制作を進めていくなれば、とてもユニークな作品ができあがるものと推察されます。すなわち、従来からの市販の生地ではなく、その生地を構成しているたて糸・よこ糸から出発し、付加価値を考えた生地を使用することにより、ユニークな作品制作に直結するものと考えます。このように「素材(糸)」からファッションを考えることができるため、作品の生地として最適な毛織物の産地で業務をする私

にとっては最良のテーマをいただいたものと感謝申し上げます。

さて、本日はつぎの3つの事項（1. 尾州産地とは、2. 尾州産地のいま、3. 尾州産地のこれから）について小職が投稿した報告（2019「毛織物の産地、尾州産地の過去、現在、未来」『繊維製品消費科学』60(1): 12-20）をもとに解説いたします。

1 尾州産地とは

私ども（公財）一宮地場産業ファッションデザインセンターは通称FDCと称されており、名古屋市からJRでわずか10分ほどのところに位置しています。「尾州産地」という言葉は業界用語であり、尾州産地とは愛知県の名古屋市以西の尾張地区および県境の木曾川を渡って岐阜県の東南部の地域を指します。これらの地域は、明治時代以前より繊維産業が盛んであるので、業界関係者はこれらの地域一帯を尾州産地と呼んでいます（尾州とは日本地理では江戸時代まで使われていた「尾張国」の別称であり、知多半島も含めた尾張地域を指します）。

2 尾州産地のいま

2.1 尾州産地の特徴

尾州産地の特徴には以下の5つの事項をあげることができます。①紡績から縫製まで繊維工業の全業種が存在しています。②その産地の規模は、わが国の他のどの産地よりも大きく、わが国有数の大きさであります。③生産される品種は毛織物に特化しており、④その生産高は全国の生産高の80%を占めています。⑤このようなことから尾州産地は世界の毛織物の3大産地と呼称されています。

①紡績から縫製まで繊維工業の全業種が存在しています。

繊維産業は紡績、撚糸および染色業（この

分野は業界では川の流れにたとえて「川上」と称される)、織物、ニットおよび染色整理仕上業（同様に「川中」と称される）、そしてアパレル・縫製（「川下」と称される）から成り立っており、尾州には全行程の産業が立地していることが大きな特徴であります。

②産地の規模はわが国の他のどの産地よりも大きく、わが国有数の織物産地であります。

「産業細分類別統計表 平成 26 年」（経済産業調査会、2016.9）より、繊維工業の産地を有する府県の製造品出荷額を調査しました。この結果より、愛知県と岐阜県の繊維工業の製造品出荷額等の和を 100 とした場合における、繊維工業の産地を有するおもな府県の製造品出荷額の比率を示します（図 1）。

③生産される品種は毛織物に特化していません。

④その生産高は全国の生産高の 80% を占めています。

我が国における毛織物の生産は明治時代に始まりました。当時としては、それまでの麻、絹、綿などの天然繊維と比較すると、非常に新しい繊維素材であり新しい産業でありました。

尾州産地は他の産地と同様に、明治時代初期に毛織物生産に着手し、さまざまな要因が積み重なって今日では尾州産地のみが毛織物の生産に特化した結果となっています。織物を生産する「織機」は「四幅織機」であり、また生産される織物が多品種に及んでいるため、織物準備工程の一工程である「整経」は「部分整経」が行われています。染色整理仕上工程では、毛織物の特性を生かしたさまざまな設備が設置されており、生産設備全体、一連の設備が毛織物用に整備されています。この背景から、大正末期から昭和初期にかけて、尾州産地は「毛織の本場」「毛織物王国」と称されるようになり、全国屈指の毛織物の産地となりました。

第二次世界大戦後の状況を検証するために「工業統計表（品目編）」で 1951 年から 2014 年までおよそ 63 年間の全国の毛織物を生産する都府県の生産額と生産量を調査しました。分母に全国の合計を、分子に尾州産地（愛知県と岐阜県の和）とし、その割合を求めました（図 2）。この結果より、生産額および生産量の双方とも、この 63 年間、全国に対して 80% 前後を占めており、尾州産地は全国の 80% を生産する産地と称しても差し支えないことが明らかになりました。

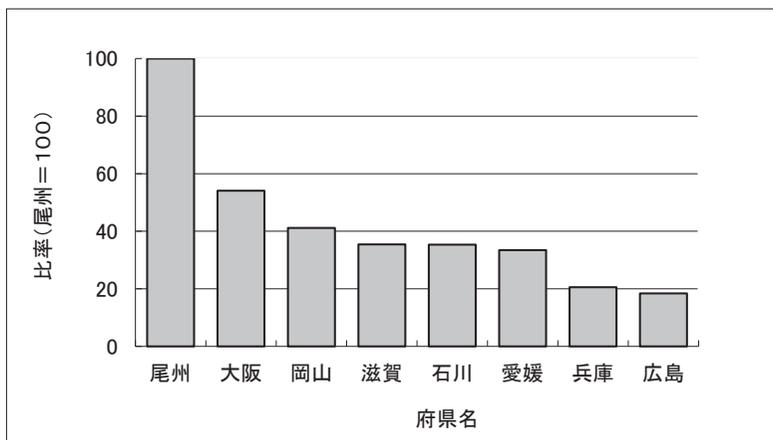


図 1 府県ごとの繊維工業製造品出荷額の比較（筆者作成）

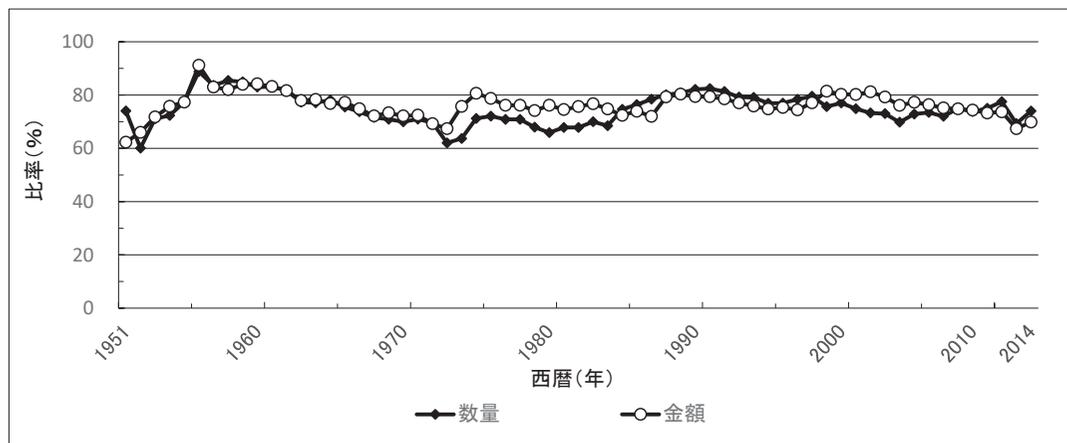


図2 尾州産地の全国に対する比率（筆者作成）

⑤尾州産地は世界の毛織物の3大産地と呼称されています。

4年ほど前の日刊新聞で、ある著名な繊維企業の重鎮の方が、尾州産地はイギリスのハダースフィールド（ホルム川、コルネ川）、イタリアのピエツラ（エルヴォ川、チェルヴォ川）と並んで毛織物の世界3大産地であると述べておられました。そこでこの言葉の源を明らかにするために、私は可能な範囲でそれぞれの国、地域の生産量などの調査に努めました。しかしながら、このことを説明する定量的データを得ることができなかったため、直接ご本人にお目にかかりその状況を尋ねました。すると、その方が業務として3か所の産地を含め各地を頻繁に訪問した結果、生産される生地 の 重厚感、手触り感、風合い、地域の街の環境などを肌の感覚で体得し、その感覚からこの3地域が毛織物の3大産地であるとのご意見を述べられたということでした。それ以来、私はこの3つの地域を毛織物の3大産地と呼称しています。

なお、ここで述べた尾州産地の特徴、概要については2019年7月発行の「繊維産業の課題と経済産業省の取組」（経済産業省）においても述べられています。

2.2 素材から考える装い

毛織物の母体である羊毛繊維は「太陽と水

と牧草が作る繊維」といわれ、羊毛繊維の需要量は繊維全体のわずか1.3%を占めるにすぎません。いわば貴重な繊維材料との位置づけであります。なお、世界の主要繊維の需要量（衣料用と産業用、2016年）は9,500万トンで化学繊維が73.9%、木綿が24.2%であります（日本化学繊維協会2019『繊維ハンドブック2019』）。

羊毛は貴重な繊維材料であり、以下の7項目—①弾力性がある、②染色性がよい、③暖かい繊維である、④難燃性である、⑤撥水性に優れている、⑥水分をすばやく吸収して、すばやく発散する、⑦フェルト性がある、という優れた特徴を有しています。

3 尾州産地のこれから

尾州産地は毛織物をはじめ、地域産業などが盛んな地域であります。このような産地を背景として地域が一層盛んとなるためにFDCではさまざまな事業の企画・実施を行い、側面から支援しています。おもな2つの事業を紹介します。

3.1 展示会と人材育成

行っているおもな事業に展示会と人材育成があり、以下のようにまとめられます。

《展示会》

- ①総合展「THE 尾州」（例年2月下旬）
- ②ジャパン・ヤーン・フェア（「THE 尾州」と同日併催）
- ③尾州マテリアル・エキシビション（例年4月・10月）
- ④ミラノ・ユニカ（イタリア）（例年2月・7月。ただし、FDCの参加は7月）

《人材育成》

- ・一般企業人向け
 - ①尾州インパナ塾&ものづくりリレー（1年間）
 - ②新規採用者向けセミナー（例年6月、1日のみ）
 - ③マーケットセミナー（年4回）
- ・ファッション系大学、短大および専門学校向け
 - ④翔工房（1年間）
 - ⑤学生産地研修会（例年8月上旬）
- ・市民向け
 - ⑥親子クラフト教室

3.2 尾州マーク

これまで述べてきたように、「尾州の生地」は業界ではそれなりの評価をいただいでいま



図3 尾州マーク

すが、一般消費者においては、購入しようとするアパレル製品に尾州の生地が使用されているかどうかを知る方法がほとんどありませんでした。そこで、尾州マークの有無でアパレル製品の差別化を図ろうと、平成28年度より尾州マークの認証制度を始めました（図3、図4）。

3.2.1 尾州マーク誕生の経緯

尾州マークは以下の経緯を経て誕生いたしました。

2012年度にFDCが実施した産地プロモーション事業では、『「カワイイ」を尾州から』をコンセプトに、尾州産地の企業がアパレルブランド「M.deux」とコラボして生み出した衣装を、TOKYO GIRLS COLLECTION in NAGOYAのステージで発表しました。その際、尾州産地を表現するマークとして誕生したのが尾州マークであります。尾州産地の「尾」の文字を、毛織物の毛をモチーフにしてデザインしました。この尾州マークは商標登録されており、登録者であるFDCによって管理されています。



図4 吊り下げ札、織ネーム

（図3、図4ともFDC所有の資料を筆者編集）

3.2.2 どのような生地が尾州マークの認証を得られるか

尾州マークの認証が得られるのは、①織布、編立および整理加工の二工程が尾州産地で行われた製品等であること、②尾州産地で培われた技術的優位性や意匠性を活かして製造されたもので、モノづくりを消費者に訴求することができる製品等であること、を満たすものであります。

制度が開始して以降 500 件を超える製品が認証されており、認証件数は年々増加しています。2019 年 3 月末現在で、「織ネーム」累計 141,285 枚、「吊り下げタグ」累計 359,982 枚の、計 501,267 枚が発行されています。

おかげさまで、尾州マークの有無で尾州生地を使用したアパレル製品であるかを容易に見分けることができ、製品の差別化を図ることができます。尾州マークは尾州生地を使用した製品であることの証明に欠かせない存在となり、これを使用して一般消費者に尾州生地の素晴らしさを訴求することができます。その一例として尾州マークの消費者へのア

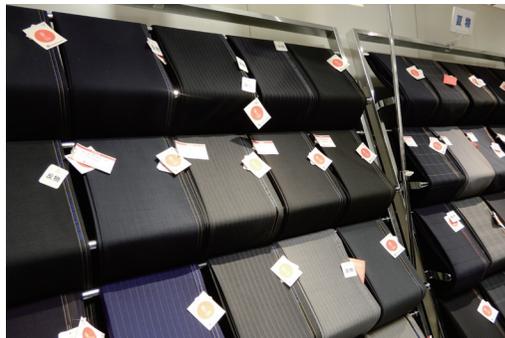


写真1 オーダー会での様子
(2018 年 11 月 23 日筆者撮影)

プローチを写真 1 に示します。これは 2018 年秋に東京の某百貨店で開催された紳士服のオーダー会での会場の様子であります。ベースを赤色とした「尾州マーク」が大半の生地に添付されています。

このような活動を通じて、FDC は地元の産業を中心に地域発展のために支援活動を行っております。これにて、野田の説明を閉じさせていただきます。最後まで耳を傾けていただきありがとうございました。皆様のご活躍をお祈りいたしております。