

衣料産業の世界的再編による高級衣料製造業都市の変容 —倉敷市児島の都市社会学的研究—

The Global Restructuring of the Industry of Upscale Clothing Squeeze the Production Area: The Urban Sociology of the Kojima Okayama West Japan

三田 知実

1. 本研究の目的

1970年代のオイルショックをきっかけとし、先進諸国の経済成長を支えてきた工場は閉鎖されはじめ、海外に移転した。通信技術の革新や、旅客機路線網の拡充により、グローバル経済が発達した。グローバル経済の発達は、先進国諸都市経済を衰退に向かわせた。こうした状況のもと、それまでの都市社会学が追求してきた、都市成長が何を生み出すのかという問いが、都市成長の原動力とは何かという問いにシフトした¹。

衣料文化生産の観点から考えると、経済のグローバリゼーションの進行は、製造部門移転の海外進出²を促すこととなった。現在では衣料デザイン、製造に関わるグローバルな都市間分業体制が形成されている。とりわけ量産品にかんしては、アジア、北アフリカや東欧などの新興工業都市への製造委託が進んでいる³。いっぽう、先進国諸都市を拠点とする高級衣料デザイン部門は、日本国内の地方都市に未だ存在している小さな高級衣料製造部門に、高級衣料品の製造業務委託をおこなっている(三田, 2014; 2015)。とりわけ、世界五大コレクションの出展において、デザインの国際的評価を第一の目的としたデザイン企業は、高度な技術やスキルを保有した、日本の高級衣料製造部門に製造を委託してきた(三田, 2012; 2013)。

しかし現在、国内衣料品製造部門が得る経済的利益が、良いとはいえない状況となりつつ

¹ 詳しくは、松本康編著(2014)の前半を参照。

² 主に上海の浦東空港近くやその周辺の工場を稼働させている企業と業務提携をおこなっている。

³ 現地工場における製造過程や製造状況をチェックするため、大手セレクトショップ企業の社員は、新興工業国諸都市の工場に出張している。アジア近隣諸国都市へのビジネスパーソンによって旅客機需要が高まっている。

ある。その理由のひとつとして、近年における世界（とくに日本）の衣料産業の動向として、大手セレクトショップ企業が、高級ブランド衣料品の輸入ではなく、海外高級ブランドのデザインを応用して安い価格で販売される、いわゆる自社ブランドの大量販売をおこないはじめたことが挙げられる。

そして2000年代にはいと、ファストファッションが登場した。大手セレクトショップ企業はやファストファッション企業は、コストを抑制し、自社ブランドの販売をおこない、若者消費者の購入頻度を高めてきた。それにより、製造は新興工業国諸都市への委託がメインとなった。製造委託費を抑制した。しかし国内の高級衣料製造部門への製造委託が減少した。

さらに自社ブランド企業やファストファッション企業は、アルバイト衣料デザイナーと、製造工場のアルバイトを、安価な給与で雇用し、製品を生産している。店舗スタッフにも非正規社員を雇用するなどの人件費の削減が、結果的に手ごろな価格で良質なデザインの衣料を購入することができるようになった。こうして安価で良質なデザインの製品にたいする若者やヤングアダルト層の消費者からの需要が高まった。駅ビルや大規模ショッピングセンターに、フランチャイズ店舗⁴が増加した。

そればかりでなく、大手セレクトショップ企業やファストファッション企業は、自社ブランドの製品を、さらに安価に販売するために、ローコストブランド企業を、関連子会社としてたちあげた。ローコストブランド製品を販売する店舗は、デザインや製造、流通にさらなるコスト削減をおこない、駅ビルや、大規模ショッピングセンターで多く販売されはじめている。たとえば、coen（コーエン（ユナイテッドアローズ系列））、BMING（ビーミング（BEAMS系列））や、GU（ジーユー（ユニクロ系列））を挙げることができる⁵。

こうした衣料産業におけるあたらしいビジネスモデルが、大手衣料ブランド企業間の過剰な競争激化を促した。衣料品全般における衣料製品の値崩れを発生させた。安価な自社ブランド導入と、競争激化による衣料品の値崩れが、国内高級衣料製造部門への経済的圧迫を招いた。

しかもこのことが、高級衣料製造拠点としての機能を保有する国内地方都市における高級衣料製造部門への需要を減少させた。少しでも収益を回復させたい国内の高級衣料製造部門までもが、小売事業に進出した。高級衣料製造業都市のなかで、従来の法人取引にもとづく製造ではなく、法人取引よりも経済的利益の低い自社ブランドの製造と小売に専念し、それを地場産業としてアピールするケースが発生している。つまり衣料産業のグローバルな再編による高級衣料製造部門の法人取引の減少が、高級衣料製造部門の小売事業への進出と、商店会主導の地域振興事業を進行させたのである。

このように、近年、セレクトショップ企業における自社ブランドや、ファストファッションなどの量産品の普及が、衣料産業のグローバルな再編をもたらした。アジアや北アフリカの新興工業国都市では、需要の大きい量産品が製造されている。それにたいし、高級衣料製

⁴ 直営店のように、本社社員が店長・スタッフではなく、駅ビル管理会社の社員が店長で、スタッフが、駅ビル管理会社が雇用したアルバイトにより経営されている店舗。

⁵ ファストファッションに関しては流行のサイクルに沿った商品提供をおこなう必要がない。そのため、旅客機による空輸ではなく、海運を使用し、製品の輸入をおこなっている。

造業都市では、小ロットの高級衣料製造受注を、可能な限りおこなう。しかし高級衣料製造事業所が、たくさんの案件を受託できない。結果的に、高級衣料製造部門を衰退させ、小売事業に進出し、地域振興事業が盛んにおこなわれているという矛盾を生み出している。

都市社会学は長年、都市の成長が何を生み出すのかという問いを追求してきた。しかし現在では、グローバル経済の発達や脱工業化を要因とした都市の衰退現象が多数発生し、何が都市の成長を促すのかという現実的な問いを追求している。とくに都市文化生産に関わる研究では、芸術や衣料デザインという文化生産が、衰退した都市再成長の原動力として考えられるようになった。たとえばニューヨーク、シカゴ、ミラノや東京を事例とし、衰退した街区へのアーティストや衣料デザイナーの集中による、都市の再成長過程を明らかにした研究も登場している (Zukin, 1988; Bovone, 2005; Lloyd, 2006; 三田, 2013)。

何が都市の成長を促すのかという問いは、古典的都市社会学が追求してきた問いとは対照的なものである。とくに、都市文化生産研究は、知識生産が都市の成長を促すという考えに基づくがゆえに、現代アートや衣料デザインといった、知識生産に焦点をあてる傾向が強い。しかし財の製造⁶を捉える視点が弱い。それゆえ、デザインと製造という都市間分業の観点から衣料文化生産を捉え、それが都市成長に貢献するのかどうかを把握することの学術的意義は深いものと思われる。

そこで本研究は、国内地方都市における、高級衣料製造業部門の小売事業への進出と、地域振興事業の進行という矛盾が生み出された過程と要因を、衣料産業のグローバルな再編に求め、それを都市社会学の観点から考察を深めることを目的とする。

本研究の構成は以下のとおりである。まず 2. では、本研究の調査対象地である岡山県倉敷

⁶ たしかに、1980年代の日本の社会学においても、衣料製造業都市の研究が、学生服製造として有名な、倉敷市児島を事例としておこなわれてきた (布施, 1985; 西尾, 1985; 浅野, 1985)。

日本の地理学や経営学でも、1980年代に学生服への需要が落ち込み、カジュアル高級衣料製造にシフトしてきた児島の再成長を、産業集積論の観点から明らかにされてきた (猪口・小宮, 2007; 立見, 2004; 藤井・戸前・山本・井上, 2007; 坂倉・河口・宮崎・原田, 2008)。

また、布施、西尾や浅野による先行研究は、幕藩体制期の干拓事業を契機とした綿花栽培から軍服・学生服・制服の生産拠点へと変化してきた過程が詳細に記述されている。日本の地理学や経営学でも、マイケル・ポーターの「産業クラスター」(Porter, 1990=1992)の枠組みで児島を捉え、児島の衣料品製造産業の集積にかんする説明がなされている (坂倉・河口・宮崎・原田, 2008)。また、ピオレとセーブルの『第二の産業分水嶺』(Piore and Sable, 1984=1993)に代表されるポスト・フォーディズム論の観点からも、児島の高級デニム製造拠点を、産業集積の成功事例として捉えた研究もある (立見, 2004; 藤井・戸前・山本・井上, 2007)。

しかし先述のとおり、衣料産業のグローバルな再編は、セレクトショップ企業の自社ブランドの開発や、ファストファッションの登場により、生み出されたものである。アジアや北アフリカの新興工業国における製造機能の発達により、量産品の世界的普及を可能にした。しかし衣料産業のグローバルな再編を背景とした、高級衣料製造業都市への需要の減少と、小売事業への進出、そして地域振興事業の進行という矛盾を生み出した。この矛盾をみいだすという視点が、先述の都市社会学、地理学、経営学における先行研究には、不十分である (三田, 2015)。

市児島の概要的説明と調査方法について論じる。3.では、児島が高級衣料製造業都市へと発展した経緯と近年の衰退について説明をする。4.では児島における高級衣料製造部門の衰退の危機について説明をおこなう。5.では、4.の記述にもとづき、児島への製造委託が減少する過程について記述をおこなう。6.では、児島の高級衣料製造部門の小売進出と、児島商工会議所をつうじた地域振興事業として誕生した「児島ジーンズストリート」について記述をおこなう。7.では、JR 西日本、日本郵政や、地元交通機関が児島の地域振興事業へのサポートについて記述をおこなう。8.では、瀬戸内海観光事業への制約が促した児島の地域振興事業の状況について記述をおこなう。9.では本研究の考察と結論をおこなう。

2. 本研究の調査対象地と調査方法

2.1 本研究の調査対象地

本研究の調査対象地は、岡山県倉敷市児島である。国内外の高級衣料デザイン部門からのデニム製衣料製造受注率は、トップシェアを誇るエリアである。元来児島は、明石被服興業や日本被服などの学生服製造企業の委託部門が集中していた。しかし、1970年代以降1980年までの学生服需要の落ち込みにより、下請け事業所のなかで、倒産する案件が多発した。ただ、学生服製造からデニム製造へのシフトを成功させた事業所も登場した。こうした事業所が東京、ニューヨーク、パリやアムステルダムなどの衣料デザイン部門との取引を活発化させた。高級カジュアル衣料の製造のグローバルな拠点へと、現在の児島を位置づけることができる。

児島は岡山県倉敷市のなかでも最南端にある地区⁷である。1988年に瀬戸大橋⁸が開通した。JR西日本とJR四国により、JR瀬戸大橋線⁹の運行が開始された。それにより、現在のJR児島駅が開業した。JR瀬戸大橋線が開通する前までは、児島ジーンズストリート(旧味野商店街)付近に、下津井電鉄線(茶屋町から下津井まで)の児島町駅が存在していた。

なおJR瀬戸大橋線を利用し、児島から岡山までの所要時間は快速電車で30分、児島から高松までの所要時間が同じく快速電車で、約35分となった。児島は、岡山や坂出、高松からの利便性の良い地区となった。こうして、児島は岡山市・倉敷市に勤務するひとびと、そして高松市、坂出市や宇多津市、多度津市に勤務するひとびとのベッドタウンとしても機能しはじめた。

そのため、児島駅から徒歩10分のロードサイドには、大型スーパー(天満屋ハピータウン)、瀬戸内海側のロードサイドには、大型電器店(エディオン)が立地している。また倉敷市内には、ロードサイドに、ゆめタウン倉敷や、山陽マルナカ(児島店、茶屋町店、倉敷駅前店、中庄店、マスカット店¹⁰や、新倉敷店など)が立地している。自家用車を所有している住民にとっては、非常に暮らしやすい地区となっている¹¹。

高級衣料製造の工場は、児島の中心市街地である旧味野商店街近くや、瀬戸内海側の道路

⁷ JR瀬戸大橋線が開通するまでは、後述の下津井電鉄が、さらに南端の下津井地区まで運行していた。

⁸本名称は、本州四国連絡橋。

⁹ 瀬戸大橋線の児島駅が開業し、下津井電鉄の茶屋町から下津井の全区間が廃止され、下電は、バス事業に専念することとなった。下津井から児島までのアクセスが極めて不便となった。

¹⁰ マスカット店の名称のとおり、近くに倉敷マスカットスタジアムがある。

¹¹ ただし、文化圏は倉敷地区とは大きく異なる。四国の文化も少しではあるが普及している。

沿線にある。とくに児島ジーンズストリートとして整備された味野は、JR 児島駅西口から 1.5km ほど離れた場所にある¹²。旧下津井電鉄の児島町駅が所在していた。それゆえ中心市街地として位置づけられていた。幹線道路からは、かなり離れており、商業的には条件の良くない位置にある。2015 年時点で、ここに 22 件の高級デニム製造工場兼店舗が立地している。

地図 1 岡山県倉敷市児島の地理的位置（広域地図）Google Maps 2017 年 10 月 28 日参照。



地図 2 岡山県倉敷市児島の地理的位置（児島観光港周辺）Google Maps 2017 年 10 月 28 日参照。



旧味野商店街（現在の児島ジーンズストリート）は、2010 年頃まで、衰退が著しく進行していた。老朽化したアーケードも撤去できないほどの資金難に追い込まれていた。これは、学生服製造の衰退と企業倒産がもたらした地域経済の悪化、1970 年代における下電の児島---茶屋町間の廃止、そして瀬戸大橋開通後の下電全線（児島---下津井）廃止に要因を求めることができる。

岡山県の工業統計調査によると、1956 年における児島地区の繊維工業事業所数は 289 件で、従業者数は 5,000 であった。その後 1960 年においては事業所数が 529 件で、従業者数は 6,949 であった。しかし 1980 年になると事業所数は 461 件に減少し、従業者数も 3,390 に減少した。

¹² JR 児島駅の周辺には、ロードサイドショップが多く設置されている。自家用車に依存している児島における倉敷市民は、岡山や、高松（四国島内）に向かう以外、自家用車に依存している。そのため JR 児島駅を利用しない。

表 1: 倉敷市児島の工業統計
(製造品事業所数・従業者数・製造品出荷額)

西暦	事業所数	従業者数	製造品出荷額等 の合計(千円)	製造品出荷額 (千円)	一事業所あたりの 製造品出荷額(千円)
1956年	1,125	16,497	17,827,859	16,617,743	15,846
1958年	1,469	20,192	20,540,975	18,919,413	13,983
1960年	1,615	23,637	29,522,667	27,099,193	18,280
1963年	1,808	25,117	43,843,910	40,278,570	24,250
1964年	1,753	24,864	48,893,590	44,992,280	27,891

出典) 岡山県工業統計より抜粋。

表 2: 倉敷市児島の工業統計
(繊維工業事業所数・繊維工業従業者数・繊維工業製造品出荷額)

西暦	繊維工業 事業所数	繊維工業 従業者数	繊維工業 出荷額等の合計(千円)	繊維工業 一事業所あたりの製造品出荷額(千円)
1956年	289	5,000	5,973,010	20,668
1958年	394	7,011	8,326,051	21,132
1960年	529	6,949	11,234,140	21,237
1980年	461	3,390	31,760,480	68,890

出典) 岡山県工業統計より抜粋。

表 3: 倉敷市児島の工業統計
(製造品のうち、繊維工業事業所・衣服その他の事業所・従業者が占める割合)

	繊維工業		衣服その他		合計	
	事業所	従業員数	事業所	従業員数	事業所	従業員数
1956年	26.80%	30.30%	62.80%	58.60%	88.50%	88.90%
1960年	26.80%	29.70%	63.20%	61.40%	90.00%	91.10%
1964年	30.20%	27.90%	56.50%	60.20%	86.60%	88.10%
1980年	29.10%	22.20%	53.20%	52.90%	83.00%	75.10%

出典) 岡山県工業統計より抜粋。

近年の岡山県の織物製成人男子制服・学生服の出荷金額をみても、1999年では約2,100(単位:百万円)であったが、その後2008年まで徐々に減少し、約1,230(単位:百万円)となっている(倉敷ファッションセンター, 2011)。

こうした状況のもと、学生服製造技術をジーンズ製造に応用し、児島がデニムパンツを中

心とした高級衣料のグローバルな製造拠点としても機能し始めた（三田, 2015）。現在では、児島が高級デニム製衣料の産地として、世界のファッション業界において認識されている。

写真1 児島ジーンズストリート（塩田開発で地元のキーパーソンとなった野崎家旧宅前）
2014年4月14日 筆者による撮影。



2.2 調査方法

本研究の調査対象者は、児島に事業所をおく製造職人の M 氏、および M 氏のもとで勤務しているデザイナー（東京出身）、D の社長である製造職人、K の製造職人、そして児島商工会議所の総務課長である。調査対象者の選定方法は、筆者の知人のデザイナーの伝手をたどるスノーボールサンプリングによるものである。2014年9月現在、上記調査対象者への半構造化面接にもとづくインタビューをおこなった。聞き取りの場所は、事業所のほか、調査対象者の居住地／勤務地である児島、高松、坂出や、岡山である。また追跡調査においては、東京やパリを拠点とするセレクトショップ企業社員や、高級衣料ブランド大資本の社員への聞き取りも行った。

調査にあたっては、調査倫理の遵守、および調査対象者の個人情報管理を徹底した。さらに、調査対象者の経済活動に支障をきたさないように、情報管理を徹底した。調査結果の公表にかんしては、調査対象者からの承認を得ているものに限定している。なお本研究の本格的な調査開始時期は、2014年4月から現在までである。

3. 児島の地理的位置・高級衣料製造部門が発達した経緯と問題

3.1 児島における変化の歴史

児島は、幕藩体制における綿花栽培から一貫して繊維業に特化しつづけてきた。それが要因となり、戦前は軍服、戦後は学生服、そして1990年代以降は、デニム製の高級衣料製造のグローバルな拠点へと転換してきた。近年では、国内外の高級衣料デザイン部門と活発な取引をおこなってきた。また国内外のデザイナーとの相互作用が頻繁に行われてきた。こうして児島の事業所は、グローバルな純粋生産志向（三田, 2013）のニーズにこたえられる、最先端のデザインにも対応できるカジュアル高級衣料製造を可能にした。

児島が、高級衣料製造のグローバルな拠点として変容してきた歴史的経緯は以下の通りである。まず幕藩体制の時期において、高梁川の土砂と交易船が捨てたニシンのくずが生み出した、肥沃な海域を埋め立てたことにある（三田, 2014）。この肥沃な土壌が、良質な塩田開

拓を促した。塩田のあと、厚手で高級な綿花栽培を促した。その後児島では足袋製造が発達したものの、第一次世界大戦後、朝鮮半島や中国などアジア近隣諸国による足袋製造業の発達により衰退した。戦後は、戦時中の軍服製造技術を応用し、学生服の製造拠点へと変容した（児島商工会議所, 2014）。

児島が所属する倉敷市は、1962年に初めて策定された「全国総合開発計画」にもとづき、「臨海工業地帯開発」という手法を採用し、総合的な地域開発をおこなった。このとき隣接地域の水島にコンビナートが登場した。水島での重化学工業の発達により、合成化学繊維が開発された。児島は、合繊メーカーの系列企業集積地帯となり、学生服の国内製造拠点となった。主に九州山口からの出稼ぎ労働者が多くなり、工場の稼働も活発化した（三田, 2015）。

学生服製造部門において児島は、臨海工業地帯として発達した水島の影響も多いに受けた（富澤, 1997）。その後生産過剰と学生服需要の落ち込みにより、児島の地域衰退を招いた。しかし過去の縫製技術を応用したデニム素材のカジュアル高級衣料製造を成功させた小規模事業所が、現在の JR 児島駅前に店舗を構えていた。この事業所はマルオ被服店というデニム製衣料の自社製造の小売店であり、現在 BIG JOHN というブランドの高級デニム製衣料を製造している。東京、大阪やロンドンに直営店を構えるほど有名になった。他の学生服製造に特化していた工場も、デニム製高級衣料の製造に特化しはじめた。国内外の高級衣料デザイン部門との取引を活発化させた。こうして児島が高級デニム製衣料のグローバルな製造拠点として機能しはじめた（三田, 2015）。

このさいヨーロッパ諸都市や東京のデザイナーが長期滞在・移住し、製造スキルの向上を試みてきた。この過程で、児島の職人も、現代のデザインスキルを保有しはじめた。それにより、国内外の高級衣料デザイン部門からの製造委託を活発化させたのである。とくに東京都心の不動産価値が高い青山・原宿地区に、純粋生産を志向する衣料デザイン事務所を構えることの限界が、東京のデザイナーが児島に自発的に移住する要因となっている。

児島に移住した衣料デザイナーは、児島の工場においてデザイン、縫製、染色や、色と質感の調整を目的としたウォッシュ（小石、ブリーチと水を入れた大型洗濯機で、染色した衣料の色を落とす）の研究をおこなっている。こうした若手デザイナーは、児島に 20 名程度居住しているという（2015 年 11 月。児島ジーンズストリーの店舗での聞き取り）。またアムステルダムやデュッセルドルフから長期滞在し、児島でデニム製衣料製造の研究をおこなっているデザイナーもいる（三田, 2015）。

児島が世界の衣料産業に注目された要因は、綿花栽培農家、製糸工場、紡績工場、染色工場、ウォッシュ工場と若手デザイナーが参加する、素材展示会の定期的開催にある（三田, 2015）。この素材展示会をつうじ、児島における高級衣料の製造職人たちは、衣料素材を扱う事業者とグローバルなネットワークが形成している（三田, 2015）。

またアムステルダムのハウスオブデニムという財団や、本財団関連のカレッジが主導となり、デニム素材の新開発製品の展示会”Kingpins Show”が、アムステルダム、パリ、ミラノ、香港、上海、ニューヨークやロサンゼルスという先進国諸都市で開催されはじめている（2016 年 11 月。ニューヨークでの聞き取り）。こうした国際展示会に参加する児島の高級衣料製造事業所も登場しはじめている（三田, 2015）。

この国際展示会に児島の事業所が、高い品質の高級デニム製衣料を披露し、児島のデニム素材が注目を集めた。このことが契機となり、パリやニューヨークの高級衣料ブランド大資本が、児島の零細工場に衣料製造委託を開始しはじめたという（2016年11月。ニューヨークでの聞き取り）。

さらに、綿紡績の観点から記述すると、2011年におけるパキスタン大洪水が、下流のインドを含めた綿栽培地に壊滅的被害を引き起こした。先物取引における綿花の価格が高騰し、高まった状況となっていた。良質の綿花を栽培するためには、沿岸部や塩分の強い土壤に依存するのではなく、持続的な綿栽培部門を形成することが望ましいと、紡績部門は考えていた。そこで、良質な綿栽培をどのようにして、継続的に安定的に供給することができるかという問いを、国際展示会への参加者は共有した。

その答えを見出すためには、良質な綿栽培の研究開発を求める必要がある。そこで、良質な綿栽培研究をおこなう研究機関が現れた。それが、バイエル（本社：レーヴァークーゼン（ドイツ）／日本本社：大阪梅田）である。バイエルは、土壤にたいし農薬散布を通じて強い負担をかけることなく、品質のよい綿栽培を持続的に可能にすることを目的とした研究開発をおこないはじめた。

3.2 児島における高級衣料製造部門との強い関係をもつ地域

児島は、高級衣料製造（特に高級デニムパンツ製造）にさいし、非常に利便性の高い場所である。現在では、合成化学繊維を素材とした衣料品とは別に、綿糸を原材料とした高級衣料製造（とりわけデニム素材衣料）とデザイン部門が徐々に発達している。綿紡績は、広島県福山市、岡山県井原などの備後地域で盛んに行われている。児島の事業所はこの備後地域の事業所から綿糸を取り寄せることが多い。また染料のインディゴ（藍）は、主に徳島県板野郡藍住町の阿波藍生産の事業所から購入している。

備前として位置づけられる児島の高級衣料製造は、綿紡績部門が発達している備中（岡山県の西部で井原市、笠岡市、倉敷市の中心部）および備後（広島県の東部の福山、神辺）、そして染料生産部門の徳島県板野郡藍住町により支えられている。



地図3 三備地域の位置

Google Maps 2017年10月28日参照。

地図3にもとづき、地理的位置の説明をおこなう。南東部に倉敷市の中心部が位置する。井原は総社（岡山県）と神辺（広島県）の中間に位置する。井原に、シャープ傘下のタカヤ商事という紡績企業が所在し、綿紡績事業を行っている。井原の西側に神辺高原があり、福

山市北部を含めて綿紡績が盛んである。児島から自動車井原までの距離は 65km で、所要時間は、60 分である。児島 IC から瀬戸中央自動車道、山陽自動車道を経由し、笠岡 IC から北に上ると、井原に到着する。神辺までは、山陽自動車道を利用し、約 60 分で到着する。

児島の衣料製造事業所が、三備地域に拠点を置く紡績企業に向かうための利便性が高い。児島から倉敷まで公共交通機関を利用すると、児島から瀬戸大橋線を使い、岡山から山陽線を利用し、45 分で到着する。福山まで電車を利用するばあい、児島から瀬戸大橋線を使い、岡山から山陽新幹線を利用し、45 分で到着する。このように児島における高級衣料製造部門は、綿紡績工場や染料生産工場へのアクセシビリティが良い位置にある。児島の衣料製造事業所が、紡績企業に向かうための利便性が高い。それが産業の発達を促す要因の一部となっている。なお織機は、豊田自動織機を用いる事業所が多く、リースよりも購入するほうが多いということである（D への聞き取り。2015 年 2 月）。

地図 4 板野郡藍住町の位置 Google Maps



さらに、地図 4 のとおり、阿波藍の生産拠点として有名な板野郡藍住町は、徳島市の北西に位置する。児島の高級衣料製造部門と藍住町の阿波藍製造部門との関係は、近い距離にあるため、非常に強い。しかも南海フェリーを利用すれば、関西国際空港へのアクセシビリティが非常に良いため、製品製作と国際的取引に際し、児島・瀬戸内地区の衣料産業は、立地をうまく利用している。

それゆえ児島のデニムパンツ製造事業所との法人取引が活発である。このように山陽・四国エリアにおける高級衣料製造部門は、紡績企業、染色企業やウォッシュ企業（ヴィンテージ感を出すために、水、小石とブリーチを入れ洗う企業）などにおける活発な法人取引を可能にした。

3.3 児島が抱える問題——小売事業への進出と地域振興事業としてのジーンズストリート

先述のとおり、高級衣料製造の受託件数を極端に高めることはできない。なぜなら、高級衣料デザインを製品として製造するには、非常に時間がかかるからである。一件あたりの工程価格が高ければあいいでも、製造受託件数を高めることができない。そのため、高級衣料製造部門は、高い経済的利益を生み出すことが難しい。

児島の長所は、製造発注をおこなう衣料デザイン部門は、外資系高級ブランド大資本や、国内有名セレクトショップ企業であるところにあった。つまり、衣料製造のグローバルな拠点として機能してきた要因は、外資系大資本から、コレクションの前の時期や春夏や秋冬のシーズン前に、高級衣料製造の受注を受け、シーズンオフに、国内大手セレクトショップから、比較的製造の容易な、高級自社レーベルの衣料の製造受注があった。国内セレクトショップの自社レーベル製品製造から大きな経済的利益を得て、経済的利益の少ない、外資系大資本から受注する、コレクション向け製品や、高級衣料製品を製造できた。それにより児島は、高級衣料のグローバルな製造拠点として機能してきた。

それゆえ、外資系大資本から受注した高級衣料製造と、比較的製造が容易な、大手セレクトショップからの自社レーベル製造受注のバランスを調整することにより、児島の持続的再成長の原動力となるものと考えられてきた。しかし、日本国内のセレクトショップ企業による自社レーベル製品も、コストカットのため、アジア新興工業国都市に製造委託を行いはじめた。児島への大手セレクトショップからの製造委託件数は減少し、経済的危機をうみだした。

児島の高級衣料製造部門は、製造受託件数を高める努力を行うと同時に、旧味野商店街に店舗を開設し、高品質のデニム製品の小売事業にも力をいれはじめた。児島商工会議所は、児島への観光客増加を試みるために、旧味野商店街の再生に本格的に取り組み始めた。児島商工会議所が主導し、2010年に、味野商店街を「児島ジーンズストリート」として再編させた（児島商工会議所, 2014.9）。とくに、瀬戸大橋を通過する観光客や岡山県内・香川県内からの若年層顧客を呼び込むために、2005年以降、法人間取引量の減少した、高級デニム衣料製造事業所が店舗をジーンズストリートに出店しはじめた。



写真2 児島味野商店街（昭和30年ころの写真）©倉敷市
出典：倉敷市WEB「倉敷市観光公式サイト『倉敷観光WEB』」

<https://www.kurashiki-tabi.jp/blog/13534/>

2017年12月10日参照。



写真3 児島ジーンズストリート（旧・児島味野商店街）©倉敷市

出典：倉敷市WEB「倉敷市観光公式サイト『倉敷観光WEB』」

<https://www.kurashiki-tabi.jp/blog/13534/>

2017年12月10日参照。

味野商店街がジーンズストリートに再編するという地域振興事業が行われてきた要因は、衣料産業のグローバルな再編を引き金とした、高級衣料製造取引の減少という問題によるものである。よって、単なる観光アピールのために、衰退した商店街の新興事業として児島ジーンズストリートを生み出したのではない。高級衣料製造への需要が低下し、少しでも経済的利益を計上することを目的としたものである。岡山県と倉敷市から補助金を受けた児島商工会議所による地域振興事業の一環として、児島ジーンズストリートが生まれた。

次節では、グローバルな衣料産業再編を促した、セレクトショップの自社レーベル開発と、大手スーパーマーケット企業による衣料品の自社ブランド開発についての仕組みと、アジアやアフリカ諸国の工場に製造委託が極端にシフトした理由を記述する。それにより、児島の事業所への高級衣料製造委託の件数が減少した近年の動向と、児島ジーンズストリートが誕生した要因が明らかにされる。

4. 大資本による衣料品自社レーベル（ブランド導入）と製造部門のアジア進出

4.1 大資本による衣料品自社レーベル導入（自社ブランド導入）

2000年前後からはじまった、国内外の大資本セレクトショップ（ブティック）における、安価な自社ブランドの本格的導入や、ファストファッション企業の急成長が、安価で良質なデザインの衣料を急速に普及させた（川島, 2008）。

自社レーベルとは、世界五都市のコレクションのショーで出展された衣料デザインを、自

社で雇用したデザイナーがアレンジし、安価な量産品として製造・販売する製品のシリーズである。衣料産業では、「SPA」(Specialty store retailer of Private label Apparel)と呼称される。大手小売部門における衣料品の自社レーベルと自社ブランドの導入こそが、SPA に該当する。

この自社ブランドの導入により、安くて良質なデザインの衣料を生産・購入できるようになった。消費者による自社レーベル商品への需要が極端に増加した。高級ブランドへの需要が落ち込む大きな要因となった。

自社ブランド導入の代表的企業として、セレクトショップ「ユナイテッドアローズ」(UA)のビジネス戦略を取りあげることができる。UA は、1970 年代に神宮前の細街路に本店を開店し、現在では全国の空港、主要ターミナル駅に店舗を構える、日本を代表する大手セレクトショップとして若者に認識されている。

1970 年代から 1990 年代のユナイテッドアローズは、マルタン・マルジェラやステファン・シュナイダーなどといったデザイナーの衣服をあつかうブティックとしての位置づけがなされていた(三田, 2013)。しかしこうしたブランドの衣服はかなり高額である。そのため、顧客層がかなり限定されていた。顧客層拡大と利益拡大利益のため、自社レーベルを導入した(川島, 2008; 2011)。

筆者は 2010 年 12 月に、セレクトショップ社員(女性)にインタビューをおこなった。彼女によれば、こうした衣服は、高級ブランドのデザイナーが製作した衣服の約半分程度の金額で販売されているという(2010.12.12)。現在、彼女が勤務する大手セレクトショップ企業は、自社レーベルの販売促進を重点的に行っている(川島, 2008; 2011)。それにより、諸デザイナーが制作した衣服の売上げが全体の 2 割であるのにたいし、自社レーベルの売上げが、全体の 8 割となっているという(2010. 12.12 大手セレクトショップ企業社員による)。

若者の消費者にとってみれば、そもそも本家本元のデザイナーの衣服を購入したいが、あまりにも金額が高すぎて購入できない。または価値を理解できない。そのために彼/彼女らは、自社レーベル商品を購入することが多いということである(2010. 12.12 大手セレクトショップ企業の社員)。UA や BEAMS の店舗名がブランド名であると誤解しているひとびとが多いため、高価なインポートブランドを購入するひとびとが非常に少ない。

さらに 1990 年代後半なると、大手アパレル企業のファースト・リテイリング社(本社・山口県)が、「ユニクロ」のブランド化戦略に伴い、東京青山に拠点を構えるデザイナーなどが運営する、小規模企業にデザイン業務を委託した(2002.1.16 デザイナーの発言)。彼/彼女らのデザインした衣服のスタイルが、ユニクロブランドに採用されたことによって、ユニクロの衣服スタイルにはそれまでのオートクチュール系に、高級感を漂わせる斬新なスタイルが融合されることになった。ファースト・リテイリング社は、その後東京の若手デザイナー数名に業務を委託した。それによりユニクロブランドのスタイリッシュ化戦略に成功し、事業拡大を可能にした。ちなみにデザインされた衣服そのものが製造される場所は、主にインドネシア、中国やアフリカにある、アパレル専門の製造工場である(川島蓉子, 2008)。ユニクロと GU という日本のファストファッション店舗は、岡山・高松地区のばあい、ゆめタウンやイオンモールに入居している。また岡山では、2017 年春、「さんすて岡山」(JR 岡山駅ビル)に GU が開店した。関西では、ユニクロと GU が、2017 年 9 月に「ルクア 110

0」の地下1階（JR大阪ステーションシティ）に開店した。安価で良質な衣料品を求める消費者が多数来店している。

東京都心や大阪都心でインポートブランドのセレクトショップ直営店を運営しているユナイテッドアローズは、地方都市に多数店舗展開をしている。たとえば山陽・四国地区では、岡山一番街（JR岡山駅地下街）に、「Beauty and youth United Arrows」という、自社レーベルをメインとした店舗が出店している。同じく地方都市に店舗を展開している BEAMS は、高松中心市街地の「ことでん瓦町駅ビル」（旧天満屋）の1階に、自社レーベル中心の店舗を営業している。

駅ビルに入居している大手セレクトショップブランド店舗は、フランチャイズ店舗である。岡山駅の地下街「岡山一番街」では、「Beauty and youth United Arrows」が営業をおこなっている。この店舗は、JR西日本の子会社である「山陽SC開発」がフランチャイズ店舗として経営している。高松瓦町に所在する「BEAMS 高松瓦町駅ビル店」は、「ことでん（琴平電鉄）」がフランチャイズ店舗として経営している。

とくに駅ビルに入居する大手セレクトショップ系店舗のスタッフは、駅ビルを経営する企業の社員とアルバイトにより構成されている。そのため、インポートブランドのみを買い付け、それを販売するセレクトショップとは大きく異なる性格を持っている。たとえば、フランチャイズ店舗のスタッフは、直営店のスタッフよりも、デザイナーや製造職人に関する専門的知識を保有する必要性が低い。だからフランチャイズ店舗では、安価な自社レーベル商品を販売している。それにより、集客能力を強化している。

4.2 自社レーベル製品の生産過程

自社レーベル製品の生産過程は、以下のとおりである。世界五都市のコレクションの動向をもとに、諸デザイナーのデザインしたスタイルを、ユナイテッドアローズに雇用された社員デザイナーがアレンジする。こうしてアレンジしたデザインの衣服製造を、中国、インド、マレーシアやインドネシアなどといったアジア諸国の生産工場に依頼する。それにより低価格で、斬新な衣服スタイルの衣料品を大量生産できる（2005.2 B 社員の発言にもとづく）。自社レーベルの国内製造は、高級自社レーベル製品のばあいは、児島などの国内高級衣料製造業都市への委託が多かった。しかし高コストのため、安価な自社レーベル製品は、アジア新興工業国都市に拠点を構える工場への委託が多くを占めている。

5. 新興工業国都市に製造委託が集中し、児島への製造委託が減少する理由

5.1 新興工業国に製造委託が集中する理由

それではなぜ衣料品小売部門は、衣料商品の製造を、アジアやアフリカ諸国の工場に依頼するのか。それは、アジア新興工業国の工場では、デザインのさいに使用されるアパレル CAD に対応できる生産ラインが導入されており、流行の更新にたいしすばやく対応できるからである。このように衣料産業のなかでは、デザイン、製造、流通、販売部門がグローバルに分散するようになった。とりわけ自社レーベルを導入することにより、安価で良質なデザイン

の衣料量産販売が可能になったのである。

5.2 高級衣料品への需要減少による児島における製造委託の減少

近年まで大手セレクトショップ企業は、自社レーベル商品でも、職人の作業を必要とする高級な商品をも設定していた。その多くを、児島に本社をおく **D** や **M** が製造委託をおこなっており、一定の収益を計上していた。

しかし先述の通り、大手セレクトショップ企業は、店舗のフランチャイズ化も促進させた。それにより比較的安価な自社レーベル商品の販売に特化した店舗も増加した。それが高級衣料を製造する事業所への需要減少をもたらす要因となった。こうして高級衣料の製造拠点である児島の工場は、衣料産業における自社レーベル導入とその普及により、大きな需要減少を経験したのである。

5.3 高級衣料製造委託件数の減少

また日本国内においては、巨大ショッピングセンターやモールの事業拡大も進行している。ショッピングセンターやモールを経営する小売大資本までも、自社ブランド開発、製造、販売に参画している。この自社ブランド開発、製造、販売を用いた過剰な販売競争が発生し、カジュアル衣料の値崩れが発生している。製造委託先が、委託契約額が安価な、アジア新興国都市の工場に大きくシフトしている。これも児島への高級ブランド衣料品の製造委託への需要を、大幅に減少した要因となった。

こうした経緯のもと、そもそも法人間取引に基盤をおいていた児島の事業所は、高級衣料品製造の受注が減少し、味野商店街を利用した小売部門の推進へとシフトしてきた (**D** の社長による説明, 2014.9)。

6. 「児島ジーンズストリート」の誕生

学生服製造業が衰退した味野商店街は、2000年頃まで、衰退が著しく進行していた状況が続いていた。老朽化したアーケードも撤去できないほどの資金難に追い込まれていた。しかし高級デニムカジュアル衣料製造へのシフトに成功した工場があった。児島が高級デニム衣料製造のグローバルな拠点として機能しはじめたのである。

ところが先述のとおり、2000年代の自社レーベル導入の普及を契機とした、衣料産業のグローバルな再編が、児島への高級カジュアル衣料製造受注量を減少させた。受注量減少による経営への影響を受けた事業所は、法人間取引量を回復させる努力を行うと同時に、製造事業者自らが小売店舗を開設し、小売事業にも力をいれはじめた。児島商工会議所は、児島への観光客増加を試みるために、旧味野商店街の再生に取り組み始めた。「児島ジーンズストリート」は、この経緯で生み出された。

とくに、瀬戸大橋を通過する観光客や岡山県内・香川県内からの若年層顧客を呼び込むために、とくに2005年以降、高級デニム衣料製造事業所が店舗を味野商店街に出店しはじめた。また児島商工会議所主導で、2010年に味野商店街を「児島ジーンズストリート」として再編

した。2013年6月で店舗は14件となった。現在では22件の事業所が空き物件を間借りし、店舗を運営している。

商店街における空き物件は、元店舗の老朽化した建物である。建物の内装を更新し、入居する店舗は、近隣で工場を運営する事業所の社長により経営されているケースが多い。近年では、京阪神エリアや関東から移住してきた若年層の衣料デザイナーが経営するケースも見受けられる。またデニム製品中心の高級衣料品店舗には、過去に繁栄していたときの味野商店街で営業していた中国銀行の建物や、繊維の倉庫をリノベートした建物もある。味野商店街という狭い地区に22件もの店舗があるため、雰囲気は原宿の裏通りのような雰囲気になっている。

とくに、瀬戸大橋を通過する観光客や岡山県内・香川県内からの若年層顧客を呼び込むために、児島商工会議所主導で、「児島ジーンズストリート」を地域振興事業の中心事業が推進された。ただし、味野商店街が「児島ジーンズストリート」として地域振興事業の対象となった本質的要因は、大手セレクトショップ企業による自社レーベル製品製造委託先が、児島からアジア新興工業国への変更によるものである。ヨーロッパの高級ブランド大資本からの高級衣料製造受注と、国内セレクトショップからの高級自社レーベルの製造受注のバランス調整により、児島における衣料品製造工場の経営の安定化を可能にしてきた。しかし、大手セレクトショップ企業による自社レーベルの発注先がアジア新興工業国都市にシフトすることにより、児島の高級衣料製造工場の経営の不安定化を生み出した。児島の高級衣料品製造工場が、自社レーベル製品を製造し、児島ジーンズストリートで販売することとなったのである。

7. 他の事業所によるジーンズストリートへのサポート

児島商工会議所は、児島警察署および岡山県公安委員会に請願し、ジーンズストリートの道路舗装を、今夏、デニムのステッチの色に更新した。また JR 児島駅から味野までの距離が 1.5 km のため、観光客にとって徒歩で向かうばあい、約 30 分かかかる。降雨時の場合、徒歩で向かうことに躊躇する顧客が多くなる。そのため下電バスは、ジーンズデザインのラッピングバス「ジーンズバス」の運行を開始した。このバスのラッピングは、JR 西日本の広告として扱われている。

岡山県は、観光事業の成功や地元住民のための利便性向上を目的とし、JR 西日本と包括協定を締結した。この一環として、JR 西日本が下電バスのラッピングを自社の広告として掲載し、下電バスへの資金補助をおこなっている。

児島エリアを運行する下電バスは、自家用車に依存する生活様式の浸透を要因とし、資金難に陥った。そのため、両備ホールディングス傘下の企業となった。児島エリアのバス運行は、倉敷市や岡山県による補助金と、JR 西日本の広告掲載料により可能となっている。また、両備ホールディングス傘下の企業となったことにより、電子マネー対応端末の導入が可能になった。それが、国内外の観光乗客増加の契機となるかもしれない。

先述の通り、2014年に岡山県と JR 西日本により、地域活性化を目的とした包括協定が締

結された。主に瀬戸内国際芸術祭の顧客の注目を集めるために、瀬戸内国際芸術祭の玄関口である宇野港に向かう「宇野線」を「宇野みなと線」に名称変更した。駅名称にかんしては、「児島」から、新しい愛称「JR ジーンズステーション児島」へと変更された。ICOCA 専用レーンの改札機ドアがデニム製となっている。さらに児島商工会議所と JR が提携し、児島駅 JR 社員のユニホームを、期間限定でデニム製にするなどのキャンペーンを行っている。

児島のデニム製品の販売事業促進として、株式会社ジェイアール西日本フードサービスネット（本社：大阪市淀川区）は、日用雑貨小売のブランディングを手がける、中川政七商店（本社：奈良市東九条町）と連携し、2015 年から 2016 年にかけて、新幹線のワゴンサービスで、児島で製造されたデニム製品（小物）を販売した。

また児島ジーンズストリートのメンバーが日本郵政に請願し、現在、デニム製のポスト設置準備をおこなっている。児島商店街会長の発案と制作による、マスコットキャラクターの G パンダ（DANIA JAPAN 代表取締役兼光治氏による発案・デザイン・制作）のショーをおこなうなど、来街者増加のための事業を推進している。

さらに、岡山県および倉敷市も、児島および岡山県がデニム製造の県であることをアピールするために、岡山県および倉敷市の広報をつうじて、ジーンズおよびデニム製品の販売促進事業を展開している。岡山駅構内や県外のアンテナショップ（東京都港区新橋など）で、デニム製品を販売し、「ジーンズの産地・岡山」「ジーンズの聖地・倉敷」などというキャッチコピーのもと、岡山が良質なデニム製品の産地であることを積極的に宣伝している。

8. 瀬戸内海観光事業への制約が促した児島の地域振興事業

8.1 行政区画区分による制約

児島に近接しており、児島観光港から旅客船定期便が運行されている直島や豊島などの島々では、香川県、福武財団およびベネッセ（本社：岡山市）による「瀬戸内国際芸術祭」が開催されている。とくに 2014 年は、瀬戸内国立公園 70 周年を迎え、瀬戸内国際芸術祭には、多数の旅行客が、国内外から来訪した。現在では、西日本を代表する観光芸術祭として捉えられる。瀬戸内国際芸術祭は香川県と、福武財団を設置したベネッセが主導となりおこなわれている。近接する岡山県や倉敷市は瀬戸内国際芸術祭には関与していない。その理由は、近隣のアートの島として有名な直島や犬島、豊島などの離島が、行政区画区分上、香川県に属しているからである。香川県側が主導となっているアートプロジェクトである。

倉敷市児島地区は、瀬戸大橋至近の岡山県内本州最南端に位置する。それゆえ、瀬戸内海の離島との結びつきが強く、文化圏も四国の要素が強い。しかし行政区画区分上、岡山県に所属する児島は、2014 年における国立公園制定 80 周年記念事業や、毎年開催される瀬戸内国際芸術祭のなかで、ジーンズストリートを実践できない状態にあった。このことが、瀬戸内国際芸術祭に来訪する観光客が、児島に立ち寄る機会を減少させた。

こうした問題は、2014 年以前から発生しており、デニム製製品の製造拠点であるという、児島のアピールに限界を感じていた児島商工会議所は、2010 年の岡山県下水道基盤整備事業の資金をもとに、味野商店街をジーンズストリートとして再編し、リニューアルした（児島

商工会議所による説明, 2014.9)。また瀬戸大橋利用者推進事業（国土交通省）の資金で、ジーンズストリートの広報事業を運営している（Dの社長へのヒアリング, 2014.8）このように岡山県に属する倉敷市児島は、瀬戸内国際芸術祭にかかわる補助金を獲得できない。そのため、下水道基盤整備事業補助金や、瀬戸大橋利用者推進事業の補助金を獲得し、味野商店街を、児島ジーンズストリートとして整備したのである。

児島は直島、豊島や、塩飽諸島との関係が強い地区である。しかし児島が倉敷市に属するという行政区画区分により、瀬戸内国際芸術祭の事業に参加する機会がほとんど無かった。それにより、児島ジーンズストリートに集まる客の賑わいに限界が生じていた。こうした状況を把握した岡山県と包括協定を結んだ JR 西日本が、児島地区に位置する鷲羽山の CM 放映を全国でおこなった。先述のとおり、駅スタッフのユニホームを、時期限定でデニム製にするなど、児島における観光事業のバックアップをおこなってきた。京阪神では、旅行パック商品に児島ジーンズストリートの紹介と、児島地区における飲食店で使用できるランチチケットを同封している。関西エリアと、中国・四国エリアからの瀬戸内国際芸術祭の観光客が、児島ジーンズストリートに立ち寄るケースも徐々に増えてきた（JR 西日本・児島駅エリア統括マネージャーによる説明, 2014.9）。

8.2 小売部門への進出と、児島ジーンズストリートの地域振興

児島ジーンズストリートにおける店舗における売り上げの多くは、土曜日・祝日や瀬戸内国際芸術祭が開催されている時期に限定される。平日は閉店している店舗も多い。インターネット通信販売による売り上げが上昇してはいるものの、法人取引が活発な時期に比べて収益が減少し、2011年から5年ほど赤字を計上している事業所が多い。

たしかに繁忙期は、観光客や京阪神や中四国からの来街者が多くなる。購買件数も多くなる。しかし製造をめぐる法人取引の金額に及ばない（複数の事業所への聞き取り結果, 2014.5-9）。法人からの受注が少ないために、小売部門に進出したものの予測以上の収益を計上できない状況にある。こうした状況のもと、小売と製造のバランスを調整するために、児島の事業所および商工会議所は、今後の対策について模索している。

調査からうかがい知れたことは、児島の事業所や商工会議所は、高級衣料製造のグローバルな拠点として、児島を再成長するのではなく、自社工場で製造した製品を、児島ジーンズストリートでおこなうという、小売業の発達のための地域振興事業を強化してゆくことである（児島商工会議所からの説明, 2014.9.08）。児島商工会議所は、倉敷市や岡山県の協力を得ながら、児島の製造技術と小売業の発達をアピールし、顧客が来訪する契機をつくっている。

たとえば、東京新橋駅至近のビルに、鳥取県と共同で、「鳥取・岡山アンテナショップ」を設置し、地元事業の紹介をおこなっていることが挙げられる。また、児島ジーンズストリートへの顧客来訪の機会を得ようと、児島における製造事業所が製造した高級衣料を、東京都内のセレクトショップでの販売促進活動を挙げることができる。こうした販売促進活動により、東京都渋谷区恵比寿（代官山エリア）のセレクトショップで、児島ジーンズストリートに出店している店舗の製品が販売されるようになった。また桃太郎ジーンズという、児島のなかで盤石な経営を行っている事業所の代官山エリアへの直営店出店や、JR 岡山駅「さん

すて岡山」やイオンモール岡山への出店を果たした。

このように倉敷市児島における高級衣料製造部門は、衣料産業のグローバルな再編による、東京に本社を構えるセレクトショップ企業の自社ブランド開発や、外資系高級ブランド企業からの製造受注量の減少により、経済的利益を得ることが難しくなっている。それにより児島の衣料製造企業が自社ブランドを開発し、それを児島ジーンズストリートにおいて販売している。ただ、販売事業における経済的利益は、外資系高級ブランド資本からの製造受注による経済的利益よりも、かなり少ない。

これまで、児島のような国内地方都市における高級衣料製造企業は、東京、パリ、ロンドン、ミラノやニューヨークを拠点とする外資系高級ブランド企業のデザイン部門や、国内大手セレクトショップ企業のデザイン部門と、グローバルな分業体制を形成してきた。しかし小ロット製造の受注に留まることが多い。自社ブランド製品の通信販売事業による経済的利益は、高級ブランド衣料デザイン部門からの製造受注による利益よりも少ない。

ただ、バレンシアガのようなヨーロッパの高級ブランド大資本から、高級衣料の製造委託の機会を得ることができるなど、児島の知名度が上昇するにつれ、新たな法人取引の機会にも恵まれつつあるという事実もある（2015.3 児島商工会議所への聞き取り）。高級衣料製造は、小ロット製造に留まることが多い。しかし高い経済的利益を生み出すことのできる、長期的製造契約を締結し、安定的に衣料製造をおこなうことができる。外資系高級ブランドからの製造受注と、国内セレクトショップからの製造受注のバランス調整が、児島の再成長を促す原動力となることが可能となり得るものと筆者は考える。

9. 考察と結論

本研究は、国内地方都市における、高級衣料製造業部門の小売事業への進出と、地域振興事業の進行が、衣料産業のグローバルな再編による高級衣料製造への需要の減少に求め、事例記述を展開してきた。以下では、事例記述の要約と考察を深めてゆく。

児島の事例記述から、衣料産業におけるグローバルな再編により、高級衣料デザイン部門からの高級衣料品製造の受注件数が減少したことが明らかにされた。その理由は、高級衣料製品を製造受注により得ることができる一件あたりの経済的利益は高いものの、受注件数が少ないところにある。高級衣料製造のみに特化した事業では、経済的利益を得ることができない。それゆえ、児島商工会議所と商店街会員は、児島味野商店街を、児島ジーンズストリートとして再編しながら小売部門を強化する地域振興事業を展開してきた。

しかし児島の長所は、製造発注をおこなう衣料デザイン部門は、外資系高級ブランド大資本や、国内有名セレクトショップ企業であるところにある。つまり、衣料製造のグローバルな拠点として機能してきた要因は、外資系大資本から、コレクションの前の時期や春夏や秋冬のシーズン前に、高級衣料製造の受注を受け、シーズンオフに、国内大手セレクトショップから、自社レベルの高価格帯衣料の製造受注があったところにある。国内セレクトショップの自社レベル製品製造から大きな経済的利益を得て、外資系大資本から受注する、経済的利益の少ないコレクション向け製品製造や、販売用高級衣料製品を製造できた。それにより児島は、高級衣料のグローバ

ルな製造拠点として機能してきた。それゆえ高級衣料製造と小売のバランス調整が、児島の再成長を促す原動力となりつつあった。

ところが、国内セレクトショップ企業による高級自社レーベルの製造委託先がアジア新興工業国都市に変更されることにより、児島の製造工場にたいする受注が減少した。高級衣料製造業都市である児島の経済的危機が生まれた。この危機が、児島の高級衣料製造企業が自社ブランドを打ちあげることとなった。味野商店街を、児島ジーンズストリートとして整備し、地域振興事業が倉敷市によって開始された。岡山県は JR 西日本と包括協定を結び、京阪神の CM や広告に、児島の宣伝をおこない、駅係員のユニホームへのデニム製シャツやパンツの導入や、改札機ドアにデニム製ドアを導入した。JR 西日本は、児島駅の愛称を「JR ジーンズステーション児島」とし、駅名称掲示板の更新や、車内放送の更新までも行われた。しかし児島ジーンズストリートそれ自体が、立地が最寄り駅から遠い距離にある。来街客を増加させることは、現実的に難しい状態であることには変わらない。

本研究の事例記述は、高級衣料のグローバルな分業体制が、高級衣料デザインと製造をめぐるグローバルな都市間経済格差をも生み出すことを意味している。衣料デザインの拠点であるグローバル都市では、デザインそのものが知識生産のひとつとして扱われている。それゆえ高級衣料デザイナーは、デザイン活動をつうじて、大きな経済的利益を得ることができる。しかも、彼／彼女らは、自らの知識やスキルをもとに、多様なクライアントを保有し、分野とジャンルを横断しながらデザイン業を営むことができる。それにより、さらなる経済的利益を得ることができる。

それにたいし、高級衣料製造業都市における製造工場営むひとつとは、高級衣料デザイン企業から受注した衣料製造を完了させるためには、高度な衣料製造技術を駆使する必要がある。それは時間がかかる作業である。そのため、高級衣料品の製造受注が多い繁忙期においては、高級衣料製造工場は、多くの製造委託を受け入れ、大手セレクトショップ企業からシーズンオフに自社レーベル製品の製造受注をおこなう。それにより外資系大資本からの受注と国内セレクトショップ企業からの受注のバランスを調整することにより、経営が成立していた。しかし、大手セレクトショップ企業の高級自社レーベル製品の製造が、コストカットのため、アジア新興工業国都市にシフトした。こうして高級衣料デザインの拠点であるグローバル都市と、高級衣料のグローバルな製造拠点として機能してきた都市のあいだで、グローバルな経済格差が生じる。後者が独自で自社ブランド製品を製造と販売をおこない、商店会会員として地域振興事業をおこない、少しでも経済的利益を増やすことにいそしんでいるという矛盾を生み出している。

現代の都市社会学は、都市成長の原動力を知識生産と文化生産に求めてきた。しかし、児島のような高級衣料製造業都市における成長の原動力は、言うまでもなく、学生服製造や高級衣料製造にある。しかし、安価な量産品がアジアや北アフリカの新興工業国で大量に製造され、高級衣料製造都市の危機を招いている。高級衣料製造都市では、この危機を回避する試みとして、地域振興事業の一環として、小売事業の強化をおこなうという矛盾を生み出している。ただ、小売事業は、法人取引よりも経済的利益の規模が小さい。だから地域振興の一環として小売業を強化することが地域振興それじたいを成功させるわけではない。

本論文の冒頭で述べたとおり、「何が都市の成長を促すのか」という問いは、古典的都市社会学が追求してきた研究の問い、すなわち「都市の成長が何を生み出すのか」という問い

とは対照的なものである。近年の都市文化生産研究は、知識生産が都市の成長を促すという考えに基づくがゆえに、現代アートや衣料デザインといった、知識生産に焦点をあてる傾向が強い。しかし、財の製造を捉える視点が弱い。それゆえ、製造の観点から文化生産を捉えることの意義は大きい。

本研究は、衣料産業のグローバルな再編を、セレクトショップ企業の自社ブランドの開発や、ファストファッションの登場、そして製造のアジア新興工業国都市へとシフトすることとして捉えた。この衣料産業のグローバルな再編が、高級衣料製造業都市への需要の減少、そして、小売事業と地域振興事業への進出という社会過程をうみだすという、矛盾をみいだした。そこに本研究の、都市文化生産研究、グローバル都市研究と、隣接領域の事例研究を結びつけた、現代都市社会学研究としての学術的意義がある。

今後の研究課題は、衣料産業のグローバルな再編が、高級衣料製造部門が集積する播磨（西脇）や遠州（浜松）などの国内地方都市や、ミラノやボローニャなどのヨーロッパの地方都市に、どのような影響を与えているのかという問いを明らかにしてゆくことである。そのさい、児島が保有しているような矛盾があるかどうかについて検証し、衣料文化生産で生じている都市問題を、明確に整理することが求められる。

文献

- 浅野慎一, 1985, 「繊維都市における賃労働者層の変質と生産・労働—生活過程: 紡績業 S 社/染色業 H 社/縫製業 O 社・A 社を事例とした実証研究」布施鉄治編著『調査と社会理論』研究報告書 (倉敷市/倉敷 児島 玉島 水島 地域産業変動と住民諸階層の生産・労働——生活様式の変質 分析シリーズ 4 児島地区 第 2 編) 8, 1-54, 北海道大学教育学部教育社会学研究室.
- Bourdieu, P., 1992, *Les regles de l'art: genese et structure du champ litteraire*, Paris : Editions du Seuil (=1995 石井洋二郎訳『芸術の規則 1・2』藤原書店.)
- Bovone, L., 2005, “Fashionable Quarters in the Postindustrial City: The Ticinese of Milan.” *City and Community*, 4-4: 359-380.
- Flew, T., 2013, *Global Creative Industries*, Polity Press.
- 藤井大児・戸前壽夫・山本智之・井上治郎, 2007, 「産地力の持続メカニズムの探求——ジーンズ製販ネットワークのフィールド調査 (2)」『岡山大学経済学会雑誌』 39(3), 245-264, 岡山大学経済学会
- Fukunishi, T. and Yamagata (eds.), *The Garment Industry in Low-Income Countries: An Entry Point of Industrialization*, England: IDE-JETRO.
- 布施鉄治, 1985, 「構造不況下における繊維都市の社会構造と零細事業体」布施鉄治編著『調査と社会理論』研究報告書 (倉敷市/倉敷 児島 玉島 水島 地域産業変動と住民諸階層の生産・労働——生活様式の変質 分析シリーズ 3 児島地区 第 1 編) 7, 1-40, 北海道大学教育学部教育社会学研究室.
- 猪口純路・小宮一高, 2007, 「産業システムにおける事業システムの多様性——児島ジーンズ集積

- の事例から」『香川大学経済学部研究年報』47: 91-116.
- 川島蓉子, 2008, 『ビームス戦略』日本経済新聞出版社.
- 倉敷ファッションセンター株式会社, 2011, 『岡山の繊維産業』岡山県.
- Lloyd, R., 2006, *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*, New York: Routledge.
- 松本康, 1992, 「都市はなにを生み出すか—アーバンイズム理論の革新」森岡清志・松本康編『都市社会学のフロンティア 2 生活・関係・文化』日本評論社.
- , 2014, 『都市社会学入門』有斐閣.
- 三田知実, 2012, 『グローバルな消費下位文化生産と都市細街路の変容過程』博士学位論文, 立教大学大学院社会学研究科.
- , 2013, 「衣料デザインのグローバルな研究開発拠点としての都市細街路—東京都渋谷区神宮前における住宅街からの変容過程—」『日本都市社会学学会年報』31, 61-76, 日本都市社会学学会.
- , 2014, 「高級衣料のグローバルな製造拠点——倉敷市児島における高級カジュアル衣料製造部門の事例研究——」『日本都市社会学学会年報』33, 71-87, 日本都市社会学学会.
- 日本繊維新聞社編, 2006, 『ヒストリー 日本のジーンズ』日本繊維新聞社.
- 西尾純子, 1985, 「繊維都市企業体の経営とその構造的変質過程」布施鉄治編著『調査と社会理論』研究報告書(倉敷市/倉敷 児島 玉島 水島 地域産業変動と住民諸階層の生産・労働——生活様式の変質 分析シリーズ3 児島地区—第1編) 7, 41-92, 北海道大学教育学部教育社会学研究室.
- 大谷壽文, 1985, 『ふるさとの歴史(田の口、唐琴、児島)』倉敷市立琴浦東小学校.
- , 1997, 『田の口の歴史と伝承』田の口の歴史と伝承編集委員会.
- , 2001, 『児島の歴史散歩』大谷壽文.
- Piore, M.J. and Sabel, C.F., 1984, *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, Basic Books (=1993, 山之内靖・永易浩一・石田あつみ訳 『第二の産業分水嶺』筑摩書房.)
- Porter, M. E. 1990, *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press. (=1992, 土岐坤・中辻萬治・小野寺武夫・戸成富美子訳『国の競争優位(上)(下)』ダイヤモンド社.)
- 坂倉孝雄・河口充勇・宮崎悟・原田禎夫, 2008, 「倉敷市児島地区ジーンズ産業の発展」『同志社大学ビジネスケース』08-01: 1-16.
- 山陽新聞社編, 1977, 『せとうち産業風土記』山陽新聞社編集局.
- Sassen, S., 2001, *The Global City: New York, London, Tokyo (New Updated Edition)*. Princeton, N.J.: Princeton University Press. (=2008, 伊豫谷登士翁・大井由紀・高橋華生子訳『グローバル・シティ』筑摩書房.)
- 立見淳哉, 2004, 「産業集積の動態と関係性資産——児島アパレル産地の『生産の世界』——」『地理学評論』第77巻第4号: 159-182.
- 角田直一, 1975, 『児島機業と児島商人』児島青年会議所.
- 富澤修身, 1997, 「倉敷市児島地区アパレル産地の分析—現代日本繊維産業論(IV)—」『経営研究』48(3): 21-41.

本論文は、JSPS 科研費 若手研究 (B) 衣料産業におけるグローバルな都市間分業—持続的都市成長の原動力—— (研究課題/領域番号: 16K17242・研究期間 2016-04-01-2020-03-31) における研究成果の一部である。