

「生活者」の視点から考える  
持続可能性とウェルビーイング：  
山梨の織物産地が育んだ人・技術・地域の未来

Sustainability and Well-Being from the Viewpoint of “Seikatsu-sha”:

Challenges and Possibilities of Textile Entrepreneurs in Yamanashi

【研究代表者】

額 田 春 華 NUKADA Haruka  
(日本女子大学家政学部家政経済学科准教授)

【理論チーム】

天 野 晴 子 AMANO Haruko  
(日本女子大学家政学部家政経済学科教授)

小野寺 研 太 ONODERA Kenta  
(日本女子大学家政学部家政経済学科准教授)

倉 田 あゆ子 KURATA Ayuko  
(日本女子大学家政学部家政経済学科准教授)

【実態調査チーム】

大 田 康 博 OTA Yasuhiro  
(駒澤大学経営学部教授)

宮 晶 子 MIYA Akiko  
(日本女子大学家政学部住居学科教授)

【被服チーム】

武 本 歩 未 TAKEMOTO Ayumi  
(日本女子大学家政学部被服学科講師)

鯨 岡 詩 織 KUJIRAOKA Shiori  
(日本女子大学家政学部被服学科助手)

奥 脇 菜那子 OKUWAKI Nanako  
(湘北短期大学講師)

松 梨 久仁子 MATSUNASHI Kuniko  
(日本女子大学家政学部被服学科教授)

大 塚 美智子 OTSUKA Michiko  
(日本女子大学名誉教授)

## 目 次

序章	額田 春華
第1章 家政学と生活者の視点	天野 晴子
第2章 科学研究における「視点」導入の意義： フェミニスト認識論に基づく考察	小野寺研太
第3章 生活者の視点をどうとらえるか： 持続可能性とウェルビーイング	額田 春華
第4章 衣生活の歴史的変化と持続可能性 ——イギリス・フランス・アメリカ・日本の事例——	大田 康博
第5章 山梨ハタオリ産地の再生を生活者の視点から考える	額田 春華
第6章 山梨ハタオリ産地現地調査と 山梨テキスタイル風合い計測プロジェクト	武本 歩未・鯨岡 詩織 奥脇菜那子・松梨久仁子
終章	額田 春華・松梨久仁子

## 序章

額田 春華  
NUKADA Haruka

1901年の日本女子大学創立当初から設置された家政学部は現在、再編の途上にあり、学部教育・研究の重要なキーワードであった「生活者」概念を改めてとらえなおし、位置づけなおすべき時期を迎えている。

本学創立者成瀬仁蔵は、政府が主導する国家体制を家庭生活の側から支えるものとして構築されつつあった当時の家政学を批判し、本学の「家政学部構想」を打ち立てた。そこでは国家と家庭の関係や経済と生活の関係を、生活する側からその位置づけを新しくとらえなおす研究と教育が目指された。

本プロジェクトの原点は、2019年度に組織された家政学部の未来を検討した勉強会にある。その場の参加メンバーであった家政経済学科、被服学科、住居学科の教員が中心となって2020年度家政学部学術交流事業の助成を得、我々の活動はスタートした。その後2021年度から3年間、日本女子大学総合研究所の助成を得ることができ、学内外の新しいメンバーにさらに加わっていただき、山梨ハタオリ産地と交流しながらの研究・教育活動に取り組んできた。

本稿では4年間のプロジェクトの成果を、次の章構成で示していく。第1章では、成瀬が家政学部構想を育んだ歴史を振り返りながら、持続可能で幸せな社会の実現のために家政学がどのように関わってきたのかを整理する。第2章では、家政学のように特定の視点を取り込んだ社会科学研究というのは、そもそも科学たりえるのかという根源的な問題を、それ以降に展開される議論の準備として考察する。第3章では、家政学における「生活者」の視点を整理した上で、この視点と関係するキーワードである「持続可能性」と「ウェルビーイング」を整理し、「生活者」の視点を経営学や経済学の関連する研究の潮流に位置づける。以上が、「生活者」の視点に関する理論的な議論を検討する前半部分となる。

これに続く後半部分では衣生活領域に焦点をあて、より具体的・実践的に本プロジェクトの成果が述べられる。第4章では、欧米と日本の衣生活の変遷を振り返り、衣生活に関わる持続可能性の問題を検討する。第5章では、山梨ハタオリ産地の再生はなぜ可能になったのかについて、「生活者」の視点から考える。第6章では、学生たちと訪問した山梨ハタオリ産地での現地調査の様子を報告し、それがきっかけとなって始まった山梨テキスタイル計測プロジェクトの活動と成果を示す。そして終章で本研究をまとめる。

なお、本プロジェクトでは山梨ハタオリ産地の域内企業、支援機関の方々、さらには当産地を応援する域外の多様な関係者の方々に、プロジェクト遂行のためのご協力を賜った。特に山梨県産業技術支援センターの五十嵐哲也様には常に親身にそして真剣に関わり続けていただいた。山梨ハタオリ産地の関係者みなさまにこの場を借りて心からの御礼を申し上げる。産地との交流の中で家政学の本質を検討してきたその成果を、以下の章で述べていきたい。

## 第1章 家政学と生活者の視点

天野 晴子  
AMANO Haruko

### 1-1. はじめに

本章では、日本の家政学を遡り、日本女子大学校創設者成瀬仁蔵の家政学部構想をとりあげ、その位置づけを提示する。さらに、家政学が今日のウェルビーイングや持続可能性にどのように関わってきたのか、家政学と生活者の視点の源流を探ることで、第3章の展開につなげたい。

### 1-2. 日本における家政学と成瀬仁蔵の家政学部構想

日本における家政学の源流は常見（1971）等によって整理されているが、ここでは近代学校教育制度の導入以降からみていきたい。家政学は日本の場合、「欧米と異なり、基礎をおく諸科学の未発達と資本主義の後進性、封建制の残滓と特異な家族制度の影響から、衣服や食物に関する技術面の工夫に終始し、現実の家庭生活が提起する諸課題に応えるという点では力不足」（伊藤1985：9）であったと評される。明治初期は欧米の家政学を取り入れた翻訳の家政学（常見1971）がみられたが、その後家政学には、伝統的な家族制度の維持強化の下、良妻賢母養成が組み込まれていく。茂木（1985：252）は、こうした中で、日本女子大学校を創設した成瀬仁蔵が、女子の大学教育として家政学部を設立したことを「家政学部を単に家庭を上手にやりくりする女性を創造するのではなく、社会の一単位としての家庭から社会変革に立ち向かう婦人を育てることを目的とした」ことは注目に値する」と述べている。

成瀬の家政学部構想については、宮崎（1995）が整理しまとめている。その全文を掲載することはできないが、主な内容を記しておきたい。

宮崎は、成瀬が「家庭生活を総合的に科学することによって、女性の人間性の開発を成し遂げようと、一般教育の高度性を要求し、広い基礎学科と専門研究の段階を配したところの大学教育の構造をもって、家政学部構想とした」と位置付けている。一般教育の高度性については、関野（1961）が、明治末期までの創設の女子専門学校の教育方針の特質を、4つの目的—①教員養成教育、②女子としての高度の一般教育、③女子の専門的職業教育、④女子的技芸と教養の教育—に分類し、日本女子大学校は②に分類されていることを示している。

宮崎は、成瀬の家政学部の実現に向けた4段階（4時期）に分け詳述しているが、第1期では、アンドヴァー神学校入学で社会改良事業の基礎的知識を得るために師事したタッカー教授から非常に強い影響を受けたこと、成瀬が日記に「渡米の目的は、婦人を中心とし、家庭を基礎として、社会を改善し、国家民衆の生活と思想とを向上させ、以て理想的道德の世界を作るため、さらに究極的には、天国をこの世に來らせるために宗教の基礎の上に立って、科学的方法を捕捉することであった」と記していたことを挙げている。また、米国より帰国後の第2期の著作『女子教育』の5章から、「女子が社会全体の半分を占めるから、男子の「寄生動物」であってはならぬ。自活の道と労働の意義を理解させる必要性を説いて、婦人の主体形成につらなる家政学の必要性を示している」と述べている。日本女子大学校設立から欧米視察前までの第3期では、家政学の成瀬の定義づ

けとカリキュラムから、家政学の総合性と実践的側面を指摘している。さらに、学生への講義から、家政学部の使命を、成瀬が「婦人に自由を与えるもの」と位置づけ、婦人の「心の自由」＝精神的自立、「経済的自由」＝経済的自立につらなるものとしての家政学部であるべきこと、家庭の孤立状態が、家庭生活や人間の進歩を妨げるから、家庭の社会的連帯の意義と必要性を指摘し、それを実現しうる婦人を育てることであるとした使命観に注目している。

宮崎は、成瀬の女子教育原理と家政学を次のように整理している。

通常、成瀬のことを女子教育家、自由主義的教育家、教育事業家といわれることに対して、『自分の天職は教員や教師で無く、社会改良者で女子教導者であり…』の言葉でもうかがえるように、女子教育を通じて社会の改良・進歩に寄与することを抱負としている。成瀬の女子教育理論を貫く主旋律は「人格的生命」（成瀬1914）を志向した人間形成、人々はそれぞれこの普遍的価値志向を、現実化しようとする過程へのかかわりにおける役割をもつ。この役割を成瀬は「天職」と呼んだ。この視点で婦人の「主要な天職」とは「家庭経営子女教育」（成瀬1896）の事業とみなす。しかしここで成瀬は、「眼前直に家政上に実用を奏するが如き、極めて浅薄なる、極めて手近き、実利教育に限る」（成瀬1896）従来の良妻賢母主義教育を厳しく排除した教育内容を明確にした。何故なら男女両性の活動範囲は、本来「互に孤立せる別世界の如くに、判然区別すべき者に非らず」（成瀬1896）相互に人格的な関係に立ちながら緊密に協力してはじめて協同の事業であるイデーとしての「人格的生命」の実現も可能になる。成瀬は家政学を総合的学問として組み立て、婦人が家庭文化において、家庭経営・子供の教育などについてリーダーシップをとり、従前とは異なった生活様式・教育様式を社会的状況との対決を通じ、積極的に展開していくことを可能ならしめることをめざして、家政学部を設立したのであった。

また、成瀬の家政学部構想の延長線上に大学のエクステンションの一環として、桜楓会を位置づけ、家庭部、教育部、社会部の3研究組織で家政研究の成果を社会的に展開し、社会改善に結実される理論研究と実践の両面の内包を指摘している。その活動についても、家政学部構想の視点から次の6点—①実業部の設置、②機関紙『家庭週報』の発刊、③「女子大学講義」の発行、④共励夜学会開設、⑤桜楓会託児所開設、⑥格安実用品バザー開催を分析しており、「成瀬の家政学部構想の特徴は、生涯教育によって家庭を土台に社会改善に立ち向かう婦人を育成することであったのである。」と結んでいる。

### 1-3. 家政学と生活者の視点

前項で述べた成瀬の家政学部構想の一方で、日本全体では、国家政策ともかわり家政学は家庭内に限定された家政観を引きずり、「第二次世界大戦後に大学の一学問分野と認められるまでに多大な困難を伴った」（尾島2018：10）側面をもつ。戦後の新制大学において、家政学系学部が設置・制度化され、日本家政学会も創設された。家政学の研究領域は、大きく分けると家政学原論、生活経営、家族、児童、食物、被服、住居、家政教育、その他の9領域<sup>1)</sup>から成り、領域の範囲がきわめて広い。自然・社会・人文の諸科学を基盤としつつ、総合科学としての特徴も有している。このため、家政学とは何かについて、さまざまな研究者が説明・定義づけを行ってきたものの、その対象・目的・方法がどこまで統一的に認識され個々の研究に反映されているかは不明な部分も多い。



こうした中で、日本家政学会が公式見解としてまとめた最初の家政学の定義は1970年とされ（尾島2018：11）、同学会の創立30周年記念事業として4年の歳月をかけ1984年に『家政学将来構想1984』が示された。『家政学将来構想』は、日本家政学会と家政学のこれまでの成果と今後の課題を明らかにしているが、そのなかで、将来への提言として、家政学の方法論、独自性をめぐって「家政学のパラダイム」追及の必要性が説かれた（佐藤・宮崎、1986）。家政学が対象とする現実の生活自体の困難化、複雑化を背景に、たとえば「衣生活における衣料の既製品化＝商品化に伴う消費者被害の多発、環境問題の発生は、被服学に生活全般、人間生活を取りまく環境とのかかわりで衣生活をとらえる視点を求めている」「食生活における外食・加工商品の増大による食生活の様式の混乱、食糧供給の海外依存の深まり、食品汚染・海洋・河川・土壌の汚染、さらに世界における飽食と飢餓の併存という深刻な事態は、地球的規模の観点も含めて、生活を総合的に捉える視点なしには、食物学の課題を果たしえない状況」（佐藤・宮崎1986）との認識があった。そこで、『家政学将来構想』にかかわった生活経営学の研究者の一部を中心に、既成の学問思想への批判と既存の理論的枠組みへの「危機」の自覚を媒介とした「パラダイム転換の構造」が、家政学の課題を検討するうえで重要な視点であるとの認識が共有され、20余名の研究者が集まった。メンバーには、先に成瀬の家政学部構想をまとめた宮崎を中心に、日本女子大学の関係者が多く参加し<sup>2)</sup>、研究会を重ね、『ホーム・エコノミックス——新家政学概論』を上梓した。同書は理論的な蓄積を示しながら、『家政学将来構想』で提起された問題に答えようとしており、そこに家政学と生活者の視点を見出すことができる。家政学については、次のように示されている。

家政学は、家庭生活を中心とした人間生活における、人と人及び人と環境との相互作用、及びそこに生起する諸問題・諸矛盾を把握し、人間の尊厳にあたい（ママ）する生活を創造する複合領域の応用科学である。家政学は、家庭生活と生活環境との調和的向上とともに、家族員個々人の全面発達をはかり、地域社会の福祉・安全の増進と人類史の平和的発展に貢献するものである（家政学方法論研究会1986：72）。

そこでは、家政学の教育において、次の4点が強調されている。①現実の生活を客観的に把握し、問題を分析する、②生活を部分的にではなく全面的に見て、生活というもののもつ総合性を深く理解する、③単に自然科学的なものの見方、知識だけでなく、社会科学的視点や理論（社会科学的な生活理解のうえに、衣食住の問題と総合的に取り組む）を身につける、④家族員が、男性も女性も、能力と人間性を全面的に開花させることができるような、生活様式の創造をめざす。

また、家政学の独自性として、①生活を中心として、生活を営む生活者サイドに立つ、②生活を構成する多様な側面と、生活をとりまく環境とを個々バラバラに切り離すのではなく、トータルなものとしてとらえる、③生活の現実が提起する問題に応えるという問題解決的・実践的立場に立つ、④これら3つを統一的視点でとらえる、が挙げられている。筆者もメンバーの一人として参加したが、後述するように現在の家政学の動向は、ここで示された方向性にシフトしてきているように思われる。

なお、ここで想定されている生活概念に関し、家政学の一領域である生活経営学の生活時間研究において、筆者らは、生活（時間）を、生理的生活時間、収入労働（勤務＋通勤）時間、家事労働時間、社会的文化的生活時間に分類し、1日24時間が人間の生活であり、時間軸でみると、四大時間分類にみられる生活行動によって生活は構成されると考えてきた。したがって、「生活（ライフ）

の中にペイドワークもアンペイドワークも配置される。ペイドワークとアンペイドワークの関係で見れば、職場での時間（ペイドワーク）、家庭での時間（アンペイドワークの中の家事労働はこの中に含まれる）、地域とかかわる時間（アンペイドワークの中のボランティア活動などが含まれる）等が配分され、そのバランスを追究することになる」（天野2015:119）。この点で、いわゆる「ワーク・ライフ・バランス」という際のワークが、お金が支払われるペイドワークをさし、ライフはペイドワーク以外をさしていることに疑義を呈してきた。家政学的視点でみると、ワークとライフは対立するものではなく、ライフの中にワークを位置づけることになる。

#### 1-4. 家政学の well-being へのアプローチ

well-being 及び持続可能性については、第3章で詳細が示されるが、ここでは国内外の家政学で以前から扱われてきた well-being 及び持続可能性へのアプローチをいくつかとりあげる。

well-being は、1989年国連こどもの権利に関する条約及び1994年国連国際家族年のキーワードの一つであった（上坂・中森 2020）。国際家族年は、国連の認証 NGO である国際家政学会（IFHE<sup>3)</sup>）が国連に最初に呼びかけたもので、1982年の IFHE 評議員会においてアピールされて以来、IFHE が国際家族年実施にあたり指導的な役割を担った（マリア・ティーレ＝ヴィツェヒ1992: iv）。国際家族年は、世界人権宣言、国際人権規約、社会進歩と開発に関する宣言、女性差別撤廃条約をベースにしており、そのシンボルマークのスローガン（Building the Smallest Democracy at the Heart of Society）は、「社会の中心に最小単位としての民主主義を築くこと」とされた<sup>4)</sup>。国際家族年宣言の原則には、「政策のねらいは、家族内の男女間の平等を進め、家庭内責任と雇用機会のより完全な配分を実現すること」等が示されている。IFHE 創立100周年を迎えて発表した行動宣言「21世紀の家政学」（IFHE 2008）では、個人・家族・コミュニティのウェルビーイングを促進し擁護するための、批判的、変革的、開放的な行動が重視され、貧困緩和・男女平等・社会正義が家政学の主たる関心事であること（日本家政学会家政学原論部2013）と示されている。

また、アメリカ家政学会は、近代家政学の成立とみなされるレイクブラシッド会議（1899～1908）で、家政学を生活技術と区別し人と環境との相互作用からとらえて Home Economics の名称を採用したが、その約百年後の1993年に再度名称変更を行ったスコッツデイル会議における文書では、「個人・家族・地域の Well-being の改善」「個人・家族・地域の well-being の強化」など well-being が多く用いられている<sup>5)</sup>。

一方、日本の家政学では、well-being を福祉と訳すことが多かった。このため、先に述べた『1984 家政学将来構想』においても、家政学は「家庭生活を中心とした人間生活における人と環境との相互作用について、人的・物的両面から、自然・社会・人文の諸科学を基盤として研究し、生活の向上とともに人類の福祉に貢献する実践的総合科学である」とされ、ここでは「人類の福祉」が用いられているが、将来構想の内容をみると、well-being と置き換えた方が意図が伝わるようにも思われる。その後、2000年代に入ってから、ウェルビーイングとカタカナ表記されるものが複数みられるようになった。たとえば、家政学を構成する9領域の一つである家政学原論領域では、日本家政学会家政学原論部会が作成した「Position Statement 2008: 21世紀の家政学」において、副題を「個人・家族・コミュニティのエンパワーメントとウェルビーイング」と前面にだしている。

#### 1-5. 家政学の持続可能性へのアプローチ

持続可能性については、先に述べたように、国際家政学会（IFHE）が国連の認証 NGO であり、



国連の持続可能性への言及に連動する形で IFHE のテーマや課題・関心に組み込まれてきた経緯がある。2000年の MDGs, 2016年の SDGs に関しても、それぞれポジションペーパーを公表しており、日本家政学会でもこれらを取りあげ、最近では「日本の家政学の SDGs ポジション・ステートメント」(2023)を公表した。

持続可能性にかかわる家政学のアプローチは、日本家政学会及び家政学の各領域においても長くとりあげてきており、第3章でその一部を検討しているため、ここでは誌面の制約上割愛する。家政学的研究という点でひとつ提示するとすれば、日本家政学会原論部会の「家政学的研究ガイドライン (2009-2018)」(2013)では、家政学的研究の現代的課題として、「個人及び家族の公正と人権が尊重され、安全で豊かな文化的・社会的生活を享受できているか、それらの重要性を、地域、社会、グローバルレベルでとらえるところに家政学的研究の現代的課題の発見が求められる。貧困緩和、ジェンダー平等、社会正義等からのアプローチとともに、その解決には、持続可能な将来を作り出す方向で取り組むことも重要となる」と記されている。

また、家政学の9領域の一つである日本家政学会生活経営学部会は、部会設立50周年に『持続可能な社会をつくる生活経営学』(2020)を公刊した。その最終章で、持続可能な社会の生活設計に向けて、生活経営の視点として、生活の外部的条件と内部的条件を有機的に結びつける視点、持続可能性のある生活像の視点、多様性の尊重の視点をあげ、個々の多様な生き方を支えるための社会的基盤が十分とはいえない中で、新たな生活のしくみをつくっていくことも生活設計の要素であること(天野2020:178-181)を指摘している。

最後に、本章では、家政学における生活者の視点の源流を遡るとともに、家政学がウェルビーイングや持続可能性にどのようにかかわってきたのかの一端を示した。各用語や概念については、第3章で詳しく述べられているので、参照いただきたい。

#### 【参考文献】

- 天野晴子、2015、「生活時間とアンペイドワーク、伊藤純・斎藤悦子『ジェンダーで学ぶ生活経済論〔第2版〕』ミネルヴァ書房。
- 天野晴子、2020、「持続可能社会の生活設計に向けて」日本家政学会生活経営学部会『持続可能な社会をつくる生活経営学』朝倉書店。
- IFHE, 2008, IFHE Position Statement-Home Economics in the 21<sup>st</sup> Century.
- 伊藤セツ、1986、「家政学への誘い」、家政学方法論研究会に所収。
- 家政学方法論研究会、1986、『ホーム・エコノミックス—新家政学概論』ドメス出版。
- 小林陽子、石渡仁子、井元りえ、小野瀬裕子、澤井セイ子、野崎有以、宮田安彦、中間美砂子、2017、「家庭生活の営み行動への関与とウェルビーイングのかかわり」『日本家政学会誌』68(7):317-325。
- 上坂美紀・中森千佳子、2020、「子どもの主観的 well-being における「生活評価」指標の枠組みと指標の提案」『日本家政学会誌』71(10):631-647。
- マリア・ティーレ=ヴィッテヒ、1995、「日本語版への序文」N.B.ライデンフロスト編、松島千代野監修・家庭経営学部会訳『転換期の家族—ジェンダー・家族・開発』産業統計研究社。
- 宮崎礼子、1995、「Ⅱ 日本女子大学創立者 成瀬仁蔵先生の家政学部構想」宮崎礼子・天野晴子『家政学概論—学習の手引—』日本女子大学通信教育事務部。
- 茂木信明、1986、「家政学の社会的展開—2. 社会的展開の方向」家政学方法論研究会に所収。
- 日本家政学会、2023、「日本の家政学の SDGs ポジション・ステートメント」。
- 日本家政学会家政学原論部会、2013、「家政学的研究ガイドライン (2009-2018)」。
- 尾島恭子、2018、「家政学とは何か」、日本家政学会家政学原論部会、2018、『やさしい家政学原論』建帛社。

佐藤美千子・川島美保・宮崎礼子、1986「付論 家政学のパラダイムをめざして」家政学方法論研究会に所収。

関野豊三、1961、「女子の高等教育の特質と形態」『お茶の水女子大学人文科学紀要』14：237-290。

常見育男、1971、『家政学成立史』光生館。

注

- 1) 日本家政学会で示されている研究領域による。
- 2) 宮崎礼子氏とともに、昭和女子大学の伊藤セツ氏、天野寛子氏らが参画している。尚、筆者もメンバーの一人であった。
- 3) IFHE (International Federation for Home Economics) は、1908年に設立された世界の国・地域の家政学をつなぐ国際学会であり、ECOSOC (国連経済社会理事会)、FAO (国連食糧農業機関)、UNESCO (国連教育科学文化機関)、UNICEF (国連児童基金)、CE (欧州評議会) の諮問資格をもつ国際 NGO でもある。
- 4) 国際家族年宣言の原則には、「政策のねらいは、家族内の男女間の平等を進め、家庭内責任と雇用機会のより完全な配分を実現すること」等が示されている。
- 5) これらをもとに、小林ら (2017) は、「家政学の目的は、「個人」家族・地域社会のウェルビーイングの向上を目指すこと」であり、『家政学将来構想1984』における家政学の定義として示された人類の福祉は、well-being が適切であると指摘している。

## 第2章 科学研究における「視点」導入の意義： フェミニスト認識論に基づく考察

小野寺研太  
ONODERA Kenta

### 2-1. 視点の問題：パースペクティブとスタンドポイント

この章では、プロジェクトが掲げる「生活者の視点」のうち、「視点」の問題を扱う。具体的には、特定の「視点」を掲げることは科学研究に何をもたらすのか、という問いを、フェミニスト認識論の議論を使って理論的に考察する<sup>1)</sup>。なお本章が検討するのは、あくまでも科学研究における「視点」の意義に関する理論的考察であり、「生活者の視点」自体がどのようなものかを論じるものではない。

英語で「視点」をどういふかと考えた場合、一般的にはパースペクティブ (perspective) が思い浮かぶだろう。しかし、スタンドポイント (standpoint) という言葉も存在する。どちらも「視点」と訳し得るが、ニュアンスは微妙に異なる。両方とも、物事を見たり経験したりする際に各人が取る見方を指すが、前者が個々人の文脈に基づいて生じ（そのため、誰もが何らかのパースペクティブから物事を見ている）、しかしあまり意識には上らない見方を指すのに対して、後者はより意識的に哲学的あるいはイデオロギー的立場を取った物事の見方を意味するという違いがある。スタンドポイントの方が、より意識的な選択に基づく視点だと言えるだろう。

問題は、「客観的であること」に価値を置く科学研究にとって、何らかのスタンドポイントに立つて研究を進めることは、是認されるか否かである。もちろん全ての科学研究が、特定のスタンドポイントを持つ必要はない。しかし、何らかの政治的倫理的前提や目標の実現を重視しながら科学研究を進めようとする者にとって、スタンドポイントと客観性が両立するかどうかは、きわめて重要な問題である。容易に想像されるように、科学研究に特定の価値判断を持ち込むことは、その客観性と中立性を損なうと考えられるのが一般的だからである。

科学における科学性と政治性をめぐるこの問題に取り組んできた分野の一つが、フェミニスト認識論（あるいはフェミニスト科学哲学）である。ジェンダーがもたらす差別や抑圧、社会的不正義をなくすためのフェミニズムに貢献するような科学的探究は、はたして「科学」と呼べるのか。フェミニズムというスタンドポイントに立つことは、その科学研究の客観性を歪め、変質させてしまうのではないか。そもそも研究者は、そんなものを持つべきではないのではないか。こうした批判に対し、フェミニズムの理論家や哲学者は、概して二つの議論で応答してきた。

第一の議論は、科学的中立性や客観性そのものの見直しを図ったフェミニスト経験論である。先述したように、特定のスタンドポイントに立つ研究は、科学たりえないと批判されるのが一般的である。しかし、そこで前提とされている科学的中立性や客観性とは、本当に特定の視点と相容れないものなのか。科学的客観性と呼ばれるものもまた、何らかの時代性や文脈性と無関係ではないのではないか。フェミニスト経験論者は、科学が経験的探究である以上、特定の視点から完全に自由であることはあり得ない点を強調し、価値や視点と科学が結びつくことの認識論的意義を明確にしようとした。

第二の議論は、スタンドポイントの政治的・倫理的正当化を試みたフェミニスト・スタンドポイント理論である。フェミニズムというスタンドポイントに立つことは、科学研究者にとってのみ意味があるわけではない。従来であれば見過ごされてきた当事者の声を聞き、集め、形にすることは、社会の多様性を人々に教え、社会関係がもたらす権力性を可視化することにつながる。スタンドポイントに立つ研究は、そのような批判的社会認識を可能にする点で、研究者にとどまらず多くの人々にとって意義があるものであると、フェミニスト・スタンドポイント理論は強調する。科学的中立性や客観性というヴェールで覆われ、人間（men）にとって普遍的だとされてきたことが、実際には男（men）の優位性を確立し補強するものだというフェミニズムの数々の指摘は、非典型的・非伝統的な視点を尊重し、彼／彼女のエンパワメントを実現しようとするスタンドポイントの議論と重なっている。

以下では、こうしたフェミニスト認識論をたどりながら、科学研究における「視点」の存在意義を考察してみたい。

## 2-2. フェミニスト経験論（Feminist Empiricism）における科学性の再検討

### （1）科学の価値非中立性

「科学とはどんな営みか」という疑問に対して、一般的には次のように考えられている。科学は非党派的、価値中立的である。そして科学は、仮説と経験的証拠の論理的関係を問う認知的側面だけにに関わり、社会や歴史の文脈といった非認知的側面には関わりを持たない。だからこそその知見は、普遍性を有する……。こうした科学観に依拠する者からすれば、フェミニスト科学は思想性を想起させ、「ジェンダー平等」といった特定のイデオロギーに加担する「胡散臭い」ものに見えるかもしれない。

科学の価値中立性を重視する研究者が思想性を恐れるのは、特定の価値判断が科学的探究に持ち込まれることで生じる「独断主義」の可能性を感じ取るからである。それが科学的にまずいとされるのは、希望的観測、または自説にとって都合な証拠の排除といった事態が生じ、証拠に基づく仮説の妥当性を検証するという科学の基本的な経験論のプロセスが不可能になるためである。

だが、エリザベス・アンダーソン（Elizabeth Anderson）によれば、独断主義が科学に入り込んでしまうことと、特定の価値判断が科学的探究に影響を及ぼすことは、分けて考えられる（Anderson 2004）。というのも、自説にとって有利な証拠ばかりでなく、不都合な事実を含めた検討が行われるかどうかは、調査設計や議論の構成、研究の仕方に関わる問題である以上、やり方次第で独断主義を回避することが可能だからだ。

さらにアンダーソンによれば、価値判断を修正可能な規範的仮説として機能させることで、認識論的にも実りある科学研究につながる可能性もある。アビゲイル・スチュワートらのフェミニスト離婚研究を例に引きながら、「フェミニズムから見た離婚」というフレームが、従来の伝統的離婚観に基づくのでは見えてこない知見をもたらすとアンダーソンは述べる。離婚を単なるイベントとしてではなく、長期にわたる家族形成プロセスの一つと見ることや、離婚後における当事者の質的变化や幸福感の増進を調べることといったアプローチは、「離婚を人生の失敗」と見なししてきた従来の見方を批判するフェミニスト研究だからこそもたらされたものである。また、離婚がもたらす否定的側面（例えば、養育権のない父親の定期的面会に不安を感じる子ども）についても慎重な検討を重ねることで、アビゲイルらの取り組みが学術研究としてのバランスを欠いた議論にならないよう構成されている点にも、アンダーソンは注意を払っている。



このように、研究者の価値判断が作用したとしても、生産性のある科学的探究が進むことは十分にあり得る。科学と価値は無縁なのではなく、経験的仮説と位置づけられる限り、特定の価値を志向することは、その研究の科学性を損なうわけではない。

## (2) 科学的客観性の社会的性質

特定の価値判断が入り込んでいるとしても、それが即座に科学性を放棄することにはならず、むしろ実りある成果につながる可能性は十分にあるとすれば、価値観や社会的制約（例えば、その時代に当然とされている規範）が入り込んだ科学研究が客観的であると言えるのはなぜだろうか。ヘレン・ロンジーノ（Helen Longino）のフェミニスト経験論は、科学的客観性の成立条件を問い直しながら、その客観性が社会性を有するものである点を明らかにする（Longino 1990）。

仮説と経験的証拠の支持関係を論証する場合、そこには特有の「背景仮定」が存在する。なぜ昼と夜があるのか、という問いに対して、天動説論者と地動説論者で答えがまったく異なるのは、両者それぞれの背景仮定が異なるからである。ロンジーノによれば、この背景仮定は、推論や論理的思考だけでなく、個人の嗜好や政治的信念、社会的圧力なども含まれる。その意味で背景仮定は、社会や文化に関わる文脈的なものである。科学的推論の前提となる背景仮定が文脈的なものである以上、そこから生まれる知識も社会や文化の制約を受けざるを得ない。

さらに、科学的客観性を担保するプロセスそのものにも、社会性は入り込んでいる。通常、ある知見が科学的に正当なもので客観性を有するという地位を獲得するには、学界という研究者コミュニティの中での相互検討プロセスを経る必要がある（例えば投稿論文のピア・レビュー）。このプロセスを通して、当初提示された知見に含まれるミスやバイアスは修正されていき、その客観性が高まると想定されている。しかし、この相互検討プロセスで重視されているのは、個人バイアスの完全な除去ではなく、あくまでもその科学者集団において合意可能な範囲内で、「これは妥当である」と見なされるか否かである。つまり科学的客観性は、研究者コミュニティという部分的社会の相互行為と合意形成によって成立している。この意味で、科学的客観性は社会や歴史上の制約から自由とは言えないことになる。

ロンダ・シービングー（Londa Schiebinger）のフェミニスト科学史研究が示すように、男性科学者集団では男性こそが人間の典型とされ、それ以外の存在は注目すらされず、さらにそのことを取り上げようとした研究も排除されるか無視されるという歴史を辿ってきた（シービングー 1992）。つまり、ある知見に男性中心的な偏向があったとしても、それが男性研究者集団内での合意を得られる限りにおいて、それは「客観的」だと評価されてきたのである。こうした指摘を踏まえれば、科学的中立性や客観性が時代と場所を超越した「普遍的」なものであるという想定には、多くの留保をつける必要があるだろう。それらは多分に文脈依存的なのだ。

科学的客観性を担保するのは、研究者同士のコミュニケーションである点で、科学知識は人間同士の相互作用によって構築される社会的知識の一つであると言える。逆に言えば、社会的制約や文脈性が研究に反映されたとしても、それだけで客観的でないことを意味するわけではない。そのため先ほどのアンダーソンの議論に当てはめれば、フェミニズムの視点に立った経験科学も、研究者コミュニティでの検討プロセスをクリアすれば十分科学的であることになる。また仮に、その研究成果が学術的に客観性を欠くという評価を受けたとしても、その当該研究（の調査設計や論証）に問題がある場合もあるだろうが、同時に研究者コミュニティの側に認識論的な問題がある場合（例えばフェミニズム的潮流に対する差別や嫌悪）も考えられる。いずれにしてもフェミニスト経験論は、

フェミニズムのような特定の視点に立つ科学研究が、それだけで科学性を毀損していると評価される必然性はないことを示している。

## 2-3. フェミニスト・スタンドポイント理論 (Feminist Standpoint Theory) における批判的認識作用

### (1) 初期フェミニスト・スタンドポイント理論

上記のフェミニスト経験論は、フェミニズムと科学的探究がつながり得るものであることを理論的に検討するが、その範囲はあくまでも研究者集団に限定される傾向がある。これに対して、フェミニズムというスタンドポイントに立つことが、研究者に限定されない、より多くの人々にとってどのような意味を持つかを議論したのが、フェミニスト・スタンドポイント理論である。

スタンドポイント理論は、マルクス主義の階級意識論に起源を有し、社会的に劣位にある者の立場（マルクス主義で言えば労働者）を重視することが、歴史や社会の本質的理解につながるという考え方を指す。フェミニスト・スタンドポイント理論はそのフェミニズム版である。

フェミニスト・スタンドポイント理論の嚆矢は、ナンシー・ハートソック (Nancy Hartsock) とサンドラ・ハーディング (Sandra Harding) である。ハートソックは、家事やケアを含む広義の再生産労働が、なぜ社会的に「女性がすること」になっているのか（＝ジェンダー分業がなぜ広範囲にわたって制度化されているのか）を、精神分析の一つである対象関係論を使って検討した (Hartsock 1998)。それによれば、幼少期の親子関係が男女では異なるため、そこから認識フレームの違いが生まれ、男性は抽象的、女性は具体的で関係的な捉え方をようになる。男女は認識のレベルで異なる世界を生きており、この差異がジェンダー分業を正当化している。男性による世界の捉え方は女性と異なっている以上、その違いに無自覚である場合、その認識は歪んでいると言わざるを得ない。そのため、女性の立場に立つ認識を重視することが社会批判として有効なツールになると、ハートソックは指摘する。

ハーディングも同様に、男性的な視点からのみ導かれる一元的な客観性を批判し、多様な視点からなる多元的客観性を提唱した (Harding 1986)。ハーディングによれば、周縁化された女性の立場から生まれる知識は、男性中心のそれと比べて、より誤りが少ない。女性を含め、あらゆる視点は不完全で歪んでいるが、より誤りの少ない視点を組み合わせることで、相対的に「強い」客観性を志向することができるとハーディングは述べる。

両者の議論は、従来ならば省みられることがなかった女性の立場や女性からの視点を科学研究に取り入れる必要性を、政治的配慮などではなく、その方が科学的真理により到達し得るという認識論的見地から議論したところにその特徴がある。他方でこれらに対しては当初から、本質主義的傾向や、一見相対主義に立ちながらも実際には「より強い」「より弱い」という客観性の弁別基準を別に設定しているのではないか、という論理的矛盾などの問題点が指摘されてきた。そのため、これ以降のフェミニスト・スタンドポイント理論は、スタンドポイントの科学的存在理由を、社会学や人類学、哲学を援用しながら論じていくことになる。

### (2) スタンドポイント導入の正当性

現代であれば、労働者や女性（他にも、性的マイノリティや子ども、高齢者、障害者、移民など、いくらかでも増えるだろう）のような社会的劣位にある者たちの視点、立場を取り入れることの必要性を訴えることは、そこまで不思議なものでも突飛なものでもない。しかし、なぜそれが必要なの



か、どういう理由でそれが正当化されるのかを真正面から問うていくと、明確な答えを即座に述べるのは難しいだろう。劣位にある者や脆弱な者の声を聞くことが必要な理由は「彼／女らが弱者だからだ」と答えたとしても、それは同語反復に過ぎないからである。

ウマ・ナーラーヤン (Uma Narayan) が指摘するように、被抑圧者の視点を重視したとしても、その立場が抑圧の原因について優れた知識や見方を自動的にもたらすわけではない。なぜなら、被抑圧者は社会的に抑圧されているからこそ、その抑圧に関する理論や知識を知る機会を構造的に奪われていることが多いからだ (Narayan 1989)。もちろんだからといって、被抑圧者の視点や立場を重視することには意味がない、ということではない。重要なのは、「被抑圧者の立場や視点を重視すること」と「彼／女らの視点や立場は、被抑圧者だからこそ正しいとすること」の間には、大きな溝があるということである。被抑圧者の視点を組み込むことが、その研究の科学的正当性を高めることに資するかどうかは、アンダーソンが示したのと同様に「場合による」。

むしろ被抑圧者の視点や立場の重視は、アリソン・ワイリー (Alison Wylie) が述べるように、ある種の倫理的要請だと言える (Wylie 2003)。被抑圧者の視点や立場を重視することから、即座に科学的客観性や正しい知識が生まれるわけではないが、被抑圧者は外部の人間よりもはるかに自分たちの置かれた状況に対する詳細な情報を持ち、それを語ることができる。科学的客観性は社会的で多元的なものである、というフェミニスト経験論の指摘を踏まえば、被抑圧者の立場を取り入れることは、認識の多元性を確保する手段の一つであり、客観性向上の可能性を高めることにもなり得る。同時に、そのように語るための権利や場を保証されることは、彼／女らの自律心や自尊心の獲得につながるものでもある。つまり、被抑圧者の立場を重視することは、それが科学的客観性向上に資するという論理的必然性だけで是認されるわけではなく、被抑圧者のエンパワーメントにも資するという倫理的要請によっても是認される。

こうした説明から分かるように、フェミニスト・スタンドポイント理論は、客観性をめぐる認識に楔を打ち込むことで、フェミニスト経験論以上に、知識生産を支える権力構造の変更を目指すという政治的性格を持つ議論である。

### (3) 集団的社会認識としての意味

このフェミニスト・スタンドポイント理論の政治性を批判したのが、スーザン・ヘクマン (Susan Hekman) である。ヘクマンは、フェミニスト・スタンドポイント理論が、一方では言説による現実の構築といった相対主義を取るのに、他方では女性や被抑圧者の方が現実を正しく捉えられるとする立場を堅持している点で矛盾していると述べる (Hekman 1997)。ヘクマンによれば、社会分析の方法論としてフェミニスト・スタンドポイント理論を見た場合、それは二重の問題に取り巻かれている。第一に、それぞれの視点や立場はユニークである以上、「女性」のようなカテゴライズはそもそも不可能である。第二に、複数の立場の間で認識論上の優劣を決める (=階層化する) ことなど先験的にはできない。ヘクマンは、ウェーバーの価値自由論を引きつつ、立場の多様性という認識論的問題と、特定の価値にコミットするという政治的問題を、別物として切り分けようとする。

こうしたヘクマンのポストモダン批判に対し、後にインターセクショナリティ (intersectionality) の理論家として著名になるパトリシア・ヒル・コリンズ (Patricia Hill Collins) は、認識論が政治性と不可分である点を強調し、ヘクマンに反批判を加えている (Collins 1997)。白人／黒人、男性／女性のように、ある立場はそうでない立場に比べて、社会的に、ひいては認識論的に特権的な位

置を占める。そうである以上、価値自由論を援用してあらゆる立場をフラットに扱おうとするヘクマンの立論は、結果的に有利な者の特権性を強化することになってしまう。「知識の客観性はいかに担保されるか」という認識論的問題は、「客観的であるとはこういうことである」と客観性を規定している既存の権力構造の問い直しと切り離して考えることはできない。それらを切り離せば、結局そこにある権力構造を容認することにつながる。被抑圧者の視点が重視されるのは、認識を支える権力構造の批判的把握を可能にするからであり、フェミニスト・スタンドポイント理論の意義はそこにあるとコリンズは述べる。彼女からすれば、ヘクマンの批判はスタンドポイント理論の最も重要な特徴を捉え損なっている点で、的外れなのである。

では、ヘクマンのもう一つの批判である、スタンドポイントの集合的性格についてはどうだろうか。確かにそれぞれのスタンドポイントはユニークなものであり、それらを単一の表象にまとめるのは乱暴だと言えるかもしれない。だが、個人レベルのスタンドポイントの差異性を強調することは、必ずしもそれらの間に重なる部分がまったくないことを意味するわけではない。コリンズは黒人を例に挙げながら、スタンドポイント理論が重視するのは、ある権力関係の中で共有された歴史を持つ集団的経験であることを示す。黒人が被ってきた人種差別は、確かに各人でそれぞれ違う経験である。しかしそこには、白人優位社会という共通した権力構造がある。だからこそ、それぞれの差別の異なる様態の間に、共通性や類似性を見出すことは可能である。反対に、同じ「女性」という括りであっても、経済状況や人種といった階層構造に着目することで、女性間の差異が浮き彫りになることもある。ヘクマンのように、差異をミクロに分解し、その共約不可能性を強調するだけでは、そこに否応なく働く権力関係の分析につながらず、社会理論としては不十分なものにとどまらざるを得ないのである。

#### （４）「状況に置かれた知」の政治性と倫理性

ダナ・ハラウェイ（Donna Haraway）は、ナーラーヤンやコリンズとも重なる理解に立ちながら、フェミニズムの立場に立つ客観性を「状況に置かれた知」（situated knowledges）と名づける。この言葉には、単に文脈化された知識という以上の含意がある。ハラウェイは、同時代のスタンドポイント理論を念頭に置きながら、フェミニズムの多くの潮流が被隷属者という視点に大きな信頼を寄せ、周縁や深みから見る能力を身につけることが重要視される傾向には、「権力弱者の位置から見るのだと主張しつつ、権力弱者の見た眺めをロマンとして解釈し、領有してしまうという重大な危険性がある」と指摘する（ハラウェイ 2017：365）。ここで問題となるのは、「どこから見るか」ということではない。あらゆる位置を等しく評価してしまう相対主義（コリンズによるヘクマン批判を参照）か、普遍性を標榜する全体化指向か、あるいは被隷属者を好む立場が陥りがちな単一視点か、といった視点の選択の議論ではなく、「いかにして下から見るか」が重要であるとハラウェイは述べる。

相対主義に代わりうるのは、可能性としての関係性の網の目——政治では連帯と称され、認識論では共有された会話と称されるような関係性——を持続させるような、部分的で、位置を確定することができ、批判的な知である。（中略）探求作業を持続的、合理的、客観的に行っていく可能性があるのは、まさに、ポリティクス、そして認識論としての部分的視角の方である。（同上：367）

同書の別の箇所でハラウェイが述べるように、例えば何を「女性の経験」と見なすかをめぐっても、フェミニズムの中で単一ではあり得ず、それはフェミニズム理論、植民地言説批判、反人種差別理論が共同する構築作業を通して再構成されていく。こうした錯綜したカテゴリーを扱うからこそ、フェミニズムに立った分析では、「互いに矛盾する複数のモメントを必要とし（中略）その結果に対するじれったさをも必然的に含み込んでいる」（同上：213）。ハラウェイにとってフェミニズムに立つ科学は、絶えず部分的であり、絶えず解釈と翻訳を要し、錯綜し矛盾をはらみ、対象を捉え損なうリスクをも伴いながら、それでも固定化や単純化に抗する、個別のかつ集合的な実践に他ならない。

いくつもの要素が錯綜する網の目で位置を確定しようとする実践だからこそ、フェミニズムの科学にはアカウントビリティ（説明責任）が織り込まれていることを、ハラウェイは示す。すなわちフェミニズムの科学は、「どう見ようとするのか」、そして同時に「どう見ようとししないのか」、「何を見ているか」「何を見落としているかもしれないのか」を絶えず自他に向けて批判的に省察し続ける契機を内在させている。錯綜も矛盾もはらんだ網の目の中で「わたし（たち）」の視角を定め、「さまざまなかたちで、世界をよりよく記述すること」（同上：376）を目指すという意味で、フェミニズムの科学は政治的かつ倫理的な実践なのである。

## 2-4. 結論

フェミニスト認識論を踏まえることで、科学研究における視点＝スタンドポイントについて、以下の点を指摘することができる。

第一に、倫理的ないし政治的価値判断を伴う視点が自覚的に研究に持ち込まれても、それだけでその科学性が損なわれるわけではない。その者が立つスタンドポイントがある種の経験的仮説として絶えず内省の対象となり、かつ独断主義を避けるための研究手法や推論が用いられれば、視点の導入は従来の見方を打ち破る新しい知見をもたらす可能性を有する。科学研究に何らかの思想性を持ち込むことは、その客観性や中立性を損なうからするべきではない、と忌避する必要は必ずしもないのである（科学は常に客観的中立的で、価値判断とは無縁だなどと主張し続ける方が、科学研究の社会性や歴史性に対して無自覚である点で、「偏っている」とすら言えるかもしれない）。要は、研究者の使い方次第である。

第二に、視点の重視は、既存の見方では問題にすらされてこなかった権力構造に対する批判と、その導入の説明責任を伴う。そもそも視点が強調されるのは、それが従来の研究の枠組みには存在しなかったか、あったとしてもほとんど無視されてきたからである。そのため、科学研究にスタンドポイントが持ち込まれる場合、「なぜこれが重要なのか」「どうして今まで見過ごされてきたのか」「なぜこのスタンドポイントを欠く現在の状況は不当だと言えるのか」などを、スタンドポイントを導入する側が示していく必要がある<sup>2)</sup>。こうした存在意義の弁証プロセスの中で、あるスタンドポイントに立つ者は、「なぜこの視点は受け入れられない／受け入れられてこなかったのか」という問いに立ち向かい、そのスタンドポイント導入を阻んでいる権力構造に出会わざるを得なくなる。20世紀後半、フェミニズムに立つ様々な領域の科学研究者が、自身の分野に存在する男性優位性を批判し、ジェンダー視点を阻む壁を少しずつこじ開けてきたように、スタンドポイントの重視は、既存の認識論的権力関係を大きく変えようとする政治的対抗性を伴うのである。

このように、視点＝スタンドポイントの導入は、研究の科学性と矛盾するものではなく、かつ既存の権力構造に批判的な眼差しを向け、世界に対するより良い理解を拓くという政治性・倫理性

を有していると言える。とりわけフェミニズムとの関連で言えば、スタンドポイントの問題は男性優位（家父長制）社会で排除され抑圧されてきた価値観の意義を再考する、という重要な実践に連なっていると考ええる。

#### 【参考文献】

- Anderson, Elizabeth, “Uses of Value Judgments in Science: A General Argument, with Lessons from a Case Study of Feminist Research on Divorce”, *Hypatia*, 19(1), 2004, pp. 1-24. <https://www.jstor.org/stable/3810929> (accessed 2022-08-08).
- Collins, Patricia Hill, “Comment on Hekman’s “Truth and Method: Feminist Standpoint Theory Revisited”: Where’s the Power?” *Signs*, 22(2), 1997, pp. 375-81. <https://www.jstor.org/stable/3175278> (accessed 2022-12-21).
- ハラウエイ, ダナ, 2017、高橋さき訳『猿と女とサイボーグ：自然の再発明』青土社。
- Harding, Sandra, *The Science Question in Feminism*, Ithaca, (Cornell University Press, 1986).
- Hartsock, Nancy, “The Feminist Standpoint: Developing the Ground for a Specifically Feminist Historical Materialism”, in *The Feminist Standpoint Revisited and Other Essays* (Westview Press, 1998).
- Hekman, Susan, “Truth and Method: Feminist Standpoint Theory Revisited” *Signs*, 22(2), 1997, pp. 341-65. <https://www.jstor.org/stable/3175275> (accessed 2022-12-21).
- シービングー, ロンダ, 1992、小川眞里子他訳『科学史からされた女性たち：アカデミー下の知と創造性』工作舎。
- Longino, Helen E., 1990, *Science as Social Knowledge: Values and Objectivity in Scientific Inquiry*, (Princeton University Press, 1990).
- Narayan, Uma, “The Project of Feminist Epistemology: Perspectives from a Nonwestern Feminist”, Sandra Harding ed., *The Feminist Standpoint Theory Reader* (Routledge, 1989).
- 小野寺研太, 2023、「フェミニスト社会科学の科学性と政治性：フェミニスト認識論の統合的理解に即して」『ジェンダー研究』26。
- Wylie, Alison, 2003, “Why Standpoint Matters”, Robert Figueroa and Sandra Harding eds., *Science and other cultures/issues in philosophies of science and technology*, (Routledge, 2003).

#### 注

- 1) この章の多くの部分は、小野寺（2023）に基づいている。
- 2) ここでの「必要」とは、スタンドポイント導入側の立証責任に由来するものではない。あらゆる差別や抑圧の当事者がそうであるように、差別・抑圧が容認されている状況では、そこで権力的に優位に立つ側が自ら差別や抑圧の存在を認め、状況改善を志向することは、まずない。そのため、状況を打開するには、差別や抑圧を被っている側が声を上げ、置かれている状況を認知させる「必要」が、現実には生じてしまう。ここでの「必要」とは、こうした現実的必要性である。



### 第3章 生活者の視点をどうとらえるか： 持続可能性とウェルビーイング

額田 春華  
NUKADA Haruka

#### 3-1. はじめに

本章では、家政学研究のキーワードとなってきた「生活者」の視点を振り返った上で、この視点と関係するキーワードとして経済学や経営学で用いられる「持続可能性」と「ウェルビーイング」を整理し、「生活者」の視点を経営学や経済学の関連する研究の潮流と関係づけることに取り組みたい。

第2節で、まず日本女子大学家政学部教育・研究の特徴について説明する。その後、天野正子による「生活者」概念の変遷を振り返り、家政学における「総合性」の意味を改めて考えた上で「生活者」の視点をここではどのように定義するかを述べる。第3節ではオーソドックスな経済学が重視してきた「市場経済の原理」とそれと対峙する位置づけをされることが多い「共同体の原理」と、「生活者」の視点での研究がどのような関係にあるかを述べる。その上で、第4節で「持続可能性」をめぐる動向について考え、第5節で「ウェルビーイング」について検討した上で、「持続可能性」と「ウェルビーイング」をどう関係づけるかを考える。

#### 3-2. 家政学と「生活者」の視点

日本女子大学家政学部では、120年の学部の創設以来の伝統を踏まえ、家政学とは「家族やコミュニティを場として、人と人、人と環境との相互作用、及びそこに生起する諸問題・諸矛盾を把握し、よりよい生活や社会を創造する複合領域の科学である」ととらえてきた。私たちの生活は、衣食住をはじめ育児・介護や就労所得など多面的な要素から成り立ち、総合的に営まれている。そのような生活を部分的ではなく全体的にとらえる視野を持つことを大切にしたい教育と研究がおこなわれてきた（日本女子大学 2024：146）。教育・研究の目的として生活の質の向上と人類の健康、安全、福祉に資することが置かれ、生活者の視座に立ち人間生活とその環境について科学的に追究されてきた<sup>1)</sup>。なお、ここでの科学には自然科学的なものの見方や知識だけでなく、社会科学的な視点や知識も含まれる。

本学だけでなく、家政学の学問領域でのキーワードの一つとして使われてきた「生活者」は、日本で生まれた独自の言葉であり、ぴったりと対応する英語が存在しないと言われている。日常用語でも使われ、学術的にもさまざまな定義がある。このような混乱しがちな状況下で東京家政学院大学の学長を務めた社会学者天野正子は、大正時代以降の代表的論者や実践者による13の「生活者」をとりあげ整理しながら独自の「生活者」論を展開し、家政学の生活主体研究に重要な影響を与えた。この天野による「生活者」論を弱い個人の「エンパワーメント」に着目して整理しなおした上村（2018：85-86）は、「生活者」とは生きる意味がゆらぐときに意味を担って登場するものであり、自己への配慮を優先しがちな普通の個人が、他者への配慮・関心を持ち小さな共同性へ参加し自律的な能力を得ることによって「生活者」となるとする。

天野正子自身は、「生活者」概念を人々の行動の形態や属性（消費者や労働者、主婦や国民）を指すものとしてではなく、特定の行動原理に立つ人、または立つことを目指す人を指す言葉として用いる。ここでは天野（1996、2011）が整理した多数の「生活者」論の中から、1948年秋に創設された『暮らしの手帖』の編集長、花森安治によるものと、経済学者大熊信行によるものを紹介した上で、天野正子自身による定義を示す。

花森による「生活者」とは、暮らしを意識化し「私」の暮らし方を消費する側の視点から変えていこうとする主体を指す。戦後の混乱期に、暮らしの手帖社は中立的な立場にある組織として自ら商品テストを実施し、その結果を企業名と共に公表した。彼らの活動は、消費する側の視点から商品の質を変えていこうとするものであった。（天野 2012：15-18）

花森らによる活動が戦後の日本社会でおこなわれながらも、高度経済成長期を迎えた日本の大勢の姿は、大量生産と大量消費によって経済的には豊かになりながらも、消費の面でも労働の面でも人々はさまざまな生活問題に直面していくことになる。

このような時代の中で大熊は、生産と消費の循環を分断してとらえる従来の経済学を批判し、企業による生産活動を生命の維持・持続というトータルな生活過程の中に位置づけ把握しなおそうとした。労働はモノの生産であると同時に生命の消費であり、食べることはモノの消費であると同時に生命の生産であると見る。このような大熊による「生活者」とは、生命の維持・持続というトータルな生活過程の中で生産と消費の循環をとらえ、生活の必要と欲望を識別し自律性を持って選択をおこなう主体である。（天野 1996：124-131）

天野正子自身は、1965年に創設された生活クラブ生協の事例に見られる行動原理を踏まえ、「生活者」とは①生産と消費の両方を含む生活の全体性を把握し、②個に根差しながら他の個との協同によりオルタナティブな生き方をつくりだす日常実践に取り組む主体であると定義する（天野 1996：12-14）。天野は「生活者」研究の中で専門家支配や中央管理システム、市場経済に従属するのではなく、自律的な新しい暮らしのスタイルと共生のしくみをいかに創造していくかを探求してきた（天野 2012：297）。

家政学の特徴として、生活を部分的にではなく全面的に見て、生活というものの持つ総合性を深く理解しようとする点が挙げられるが、そこでの「総合性」とは、以上の天野による「生活者」論の整理を参考にすると、図3-1に示すように分野横断の縦軸での広がりとともに、生産・流通・消費・再生の一連の流れの循環でとらえる横軸の広がりも含むものとしてとらえるべきであることが読み取れる<sup>2)</sup>。すなわち、衣食住や育児・介護などさまざまな領域を横断してとらえる視野の広さだけを意味せず、生産と消費をつなぐ一連の流れを、経済的循環だけでなく人が幸せに生きる生命的・社会的循環も含み、その全体性をとらえようとする広い視野を持つことが、生活をとらえる「総合性」であると考えられる。家政経済学科、被服学科、住居学科の3つの異なる専門知識領域の協働として進められてきた本プロジェクトは、生活を領域横断的にとらえる「総合性」の縦軸を生かしたものであるが、それだけでなく生産と消費をつなぐ一連の流れを経済的循環と生命的・社会的循環の双方からとらえる「総合性」の横軸をとらえる視野を持って進められた。

日本家政学会は、学会としてこの「総合性」をとらえる研究の枠組みを、Bubolz 他が1978年に発表したヒューマン・エコシステムの図をもとに図3-2として示している。個人は環境全体の一部として生きており、家族、人間がつくった環境、自然環境の上で生かされ、また影響を与える相互作用の関係にある。全ての円が左側で連結しているのは、意思決定の主体である個人の行動が自らを取り巻く環境に影響を与え、その行動に責任を持ち持続可能な社会の形成に貢献していきたい



図 3-1 家政学の「総合性」をどうとらえるか

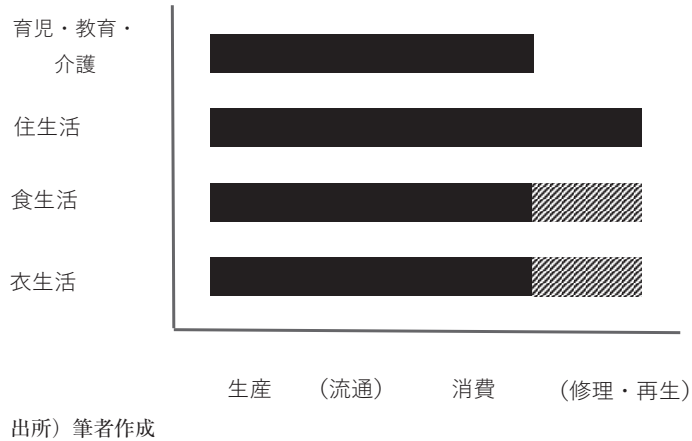
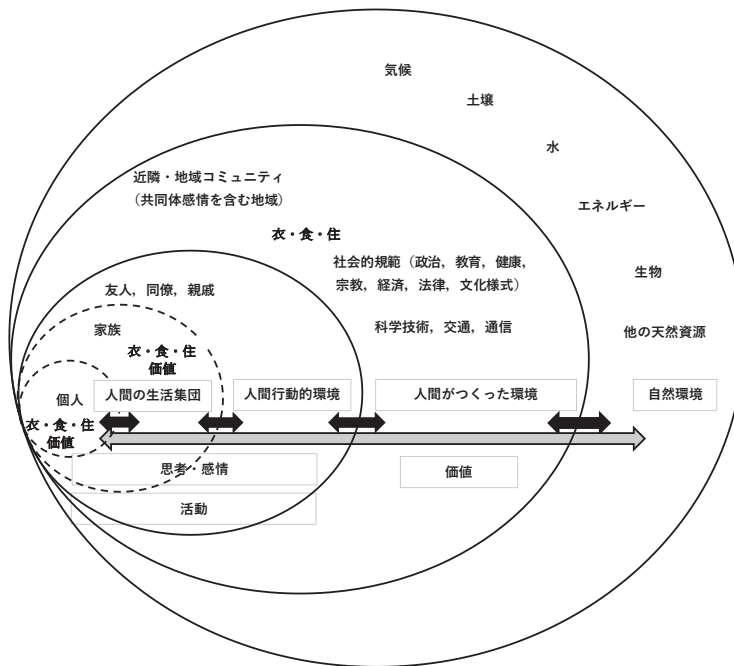


図 3-2 家政学における人間と環境のとらえかた



出所：Bubois 他（1979）の図を改変し作成された日本家政学会（2023）図 1 からの引用

という考えが反映されている。なお、この図の中で経済は、政治や法律、教育などと共に「人間がつくった環境」の中の「社会的に構成された規範」の1つとして描かれている。

筆者が所属する家政経済学科は、1964年に日本女子大学家政学部の中に社会科学系の学科として設立された。設立にあたっては本学家政学部長や日本家政学会会長を務めた家庭管理学の氏家寿子<sup>3)</sup>と、当時の文学部社会福祉学科所属であった経済学の松尾均の二人が中心となり、高度経済成長の

傍らで複雑化する生活問題に対して、家政学と経済学の知見を接合してアプローチする学問体系をつくることが志された。図3-2の「人間がつくった環境」の一要素である「経済」が私たちの生活に与える影響が拡大し、家族やコミュニティの在り様を変えていった時代に、「消費」と「労働」の側面から、経済学の考え方を取り入れつつ、人間が本当の豊かさを実感できる経済社会のあり方を説明する理論の構築が模索され、学科の教育カリキュラムが作成された。（日本女子大学家政学部家政経済学科 2014：3-10）

本プロジェクトにて衣生活や産地の持続可能性を検討するにあたって「生活者」の視点を、「消費」と「労働」の面から次のように定義し、生活の総合性をとらえようとしてきた。本プロジェクトにおける「生活者」の視点とは、生活する側から経済と生活のつながりをとらえようとする視点であり、次の2つの側面からとらえられる。第1に、生産と消費の循環を視野に入れ、自然環境や地域・社会への影響を考えて主体的に消費行動に関わろうとする。第2に、働く人を生活ないし人生全体を基盤にして生産活動に関わる主体としてとらえ、健康や安心、幸せを重視する労働のあり方をつくりだそうとする。人が生きる意味を、労働によって所得を得、経済的基盤をつくる経済的循環だけでなく、健康、安心、生きがいなどを得る生命的・社会的循環の中でもとらえる。

このような視点は現在世界的に注目されているSDGs推進と深い関わりを持つと考えられる。SDGsに関係することは、家政学や社会学だけでなく近年、経済学や経営学などの他の社会科学領域でも、「持続可能性」「ウェルビーイング」のキーワードとともに議論されるようになっている。第4節と第5節でこれらのキーワードについての近年の研究の動向を整理しながら検討する準備として、次の第3節でまず、「市場経済の原理」と「共同体の原理」を大きな人類の歴史の変遷の中でとらえ、これらの原理を「生活者」の視点と関係づけることに取り組む。

### 3-3. 市場経済の原理と共同体の原理との関係づけ

さまざまな学問を一步引いて俯瞰して眺め、どう位置付けるかを考えるスタートは、人類の歴史を大きな視野でとられた歴史学者の言葉の紹介から始めたい。イスラエル人の歴史学者ユヴァル・ノア・ハラリは、『サピエンス全史』の中で「家族とコミュニティに個人が囲まれて守られてきた長い歴史の中で、国家と市場が個人の経済生活を律する時代への移行が世界の歴史の基本的流れである」という命題を述べている。このような大きな変化は世界史的には産業革命以降進んできたものだが、日本には明治維新以降、社会の中に徐々に入ってきたと考えられる。（伊丹 2022：228-232）

この大きな変化は、「共同体の原理」が中心だった社会に、「市場経済の原理」が入り込んできたものと表現することが可能だろう。「共同体の原理」とは、共同体で共有された価値観の枠組みのもとで、互惠性に配慮しながら行われる社会的相互調整や制度による調整のことを指す。一方、「市場経済の原理」とは、生産する側、消費する側の双方が自己利益の最大化を目的として行動し、価格を主なシグナルとして利益の交換をすることを指す。前者が人のネットワークの原理がベースになっているのに対し、後者はカネのネットワークの原理がベースとなっている。

産業革命以前の「共同体の原理」が中心となって人々の経済生活が支えられていた時代には、人々は家族で営む農場や工房といった家業に従事し、衣食住等にわたる生活に必要なモノやサービスは、家族またはコミュニティの中の顔見知りによって生産されていた。自給できないものは必要に応じて交換によって取得され、人々は感謝の気持ちをもってそれらを消費した。困ったことがあれば地元の伝統と互惠制度に基づいて救済の手が差し伸べられ、まちの治安も自分たちで組織をつくり守ることが基本であった。

産業革命以後、資本主義のしくみが整っていく中で、社会的分業が進み「生産と消費の分断」が進む。私たちが生活の中で消費するものの大半は、顔を知らない誰かが生産するものへ変わってきて、「生活の社会化」が進んだ。需給の調整は価格にゆだねられ、アダム・スミスはこれを「神の見えざる手」による調整と呼び、「市場経済の原理」を説明する経済理論が発展した。

「市場経済の原理」が強く働く社会への移行の中で、大量生産による「規模の経済」が人々の生活の物質的な豊かさを増大させることを可能にし、経済発展は人々の生活の質向上の基盤を提供した。しかし同時に人々は、経済発展は必ずしも自らの生活の幸せに直結しないことも学んでいくことになる。前節で取り上げた天野正子は、「生活者」という言葉が日常生活を取り巻く経済と政治の両面で頻繁に用いられるようになった背景を次のように説明する。

この言葉が多用されはじめた背景には、明らかに日本社会の仕組みが「生産者」優位に偏りすぎてきたことへの反省がある。生産面でみれば欧米諸国に追いつき、追い越すほどの力をつけた日本の私たちの生活に、なぜ、ゆとりが感じられないのかという疑問、ゆとりどころか「豊かな社会」のなかに、都市問題、環境・安全・資源問題など課題が山積していることへの俯瞰、さらには効率や生産性を中心に組み立てられた経済社会の構造のきしみがあちこちで聞こえはじめた実感もある。(天野 1996 : 11)

人類が豊かさを求めて生み出した「市場経済の原理」を人類が道具として用いるのではなく、「市場経済の原理」に人類が踊らされる社会は、「生産者」優位に偏りすぎ、結局は人類と地球の持続の障害となるさまざまな社会的課題を生み出してきたと考えられる。

天野正子が実践事例として参考にした生活クラブ生協は、地域に根差した市民活動家の青年活動家たちが主婦たちに「牛乳を安く飲むために生活クラブに入りましょう」と呼びかけることから始まった。しかし、皮肉なことに主婦たちは「良いものは本来安くないこと」に、農家との顔の見える交流の中で気づき、オルタナティブな流通と消費のあり方としての共同購入活動のしくみを創り上げていく。それにとどまらず、地方議会に代表を送り政治に働かせる代理人運動、自らも生産活動に関わる生活者として新しい働き方をつくろうとするワーカーズ・コレクティブへと活動の幅を広げ、他者との関係の上に「三人称の私」を置き、自分たちのことを自分たちで決め、自分たちの行動に責任を持つ自律的な生活者としての生き方を創造しようとした。(天野 1996 : 187-200)

このような生活クラブ生協の活動は、市場と国家による他律が主たる調整原理となるよう変容した社会において、従来とは違う新しい「共同体の原理」の創造に取り組もうとした事例であると考えられる。「イエ制度」や「村の掟」のような従来の共同体の慣習や制度に従属するのではなく、国家や市場に従属するのではなく、より自律的な新しい消費と労働のあり方、生き方としての新しい制度の創造に、生活クラブ生協の主婦たちは挑戦していった。

本プロジェクトでは「生活者」の視点から、生活の中でも特に衣生活と繊維産地の持続可能性について、具体的には研究テーマとして扱ったが、持続可能なファッションに取り組む一連の新しい動きでも、山梨ハタオリ産地における取り組みでも、生活クラブ生協とはタイプが異なるが、従来の共同体の慣習や制度に従属するのではなく、国家や市場に従属するのではない、より自律的な新しい消費と労働のあり方、生き方としての新しい制度の創造に関する動きが観察された。そのような実態を分析する上で、まずは持続可能な社会の構築に関わるさまざまな研究の動向を、さまざまな学問領域を横断して整理する。

### 3-4. 持続可能性をめぐる動向の整理

家政学における持続可能性への関心は、「家政学の母」と呼ばれるエレン・ヘンリエッタ・スワロー・リチャーズ（Ellen H. Swallow Richards 1842～1911）がアメリカで家政学の学会を立ち上げた時代にまで遡る130年の歴史を持つ<sup>4)</sup>が、経済学や経営学など他の学問領域でもこのキーワードが多用されるようになった背景には、SDGs への世界的関心の高さがある。

持続可能性との関わりについて長い歴史を持つ日本家政学会が2024年に発表した「日本家政学会のSDGs ポジション・ステートメント」で、家政学と持続可能な社会の構築との関係を次のように説明する。

家政学は個人・家族（日常生活を営む様々な形態の集団やネットワーク）・コミュニティが最適かつ持続可能な生活を達成するための学際的な学問である。家政学は経験・分析科学（実証科学）、解釈科学、批判科学などのアプローチにより、自然科学、社会科学、人文科学の成果を、持続可能な社会の実現に向けた科学的知見として創出し、実践を牽引してきた。…

日本家政学会には、家政学原論、家庭経営、家族、児童、食物、被服、住居、家政教育等の専門分野がある。家政学ではそれぞれの専門分野において生活を基軸とした研究・教育・実践が行われているが、これらの分野を横断するかたちで、時代に応じた研究テーマが掲げられ、課題への総合的なアプローチに独自性がある。現在の横断的テーマには、福祉、健康、防災、環境、国際が掲げられており、生活の質の向上及び生活創造という目標に向けた多様な取り組みがみられる。

市場の限界と政府の限界のはざまで生じるさまざまな社会的課題に対して、解決のために主たる担い手として当初注目されたのは非営利組織（NPO）や非政府組織（NGO）であった。多元的経済の中で、「政府」「市場」に加え「サードセクター」として非営利セクターや市民セクターが社会的課題の解決に対して重要な役割を果たすことが期待され、「新しい公共」の議論が展開された。家政学が主に扱ってきたのは、このような非営利セクターや市民セクターが行政と協働する連携であり、「生活者」の視点もこのような協働の文脈で語られることが多かったと考えられる<sup>5)</sup>。

一方で、近年、社会的課題は構成要素へ分解し単独でアプローチ可能な単純なものから、多様な構成要因が複雑に交錯し相互に影響を与え合う複雑なものへと変化してきている<sup>6)</sup>。また、人々を「男性と女性」「富めるものと貧困者」「健常者と障がい者」など二項対立的にとらえ、社会的排除にあるグループを何かの基準で切り分け、弱い立場にある人を最低限の生活の質が保障されるよう支援するという枠組みでは扱えない社会的課題も増えてきた。このような中で、さまざまな軸において連続性を持って分布する異なる特性にある人々を「多様性や包摂性」のものの見方からとらえ、社会的課題にアプローチするように変わってきている<sup>7)</sup>。さらには「サードセクター」の団体・組織は賃金や人材などで潤沢な資源に恵まれないことも多く、提供されるサービスを求めるニーズが強まると、それに十分に應えるための資金と人材の準備が追いつかず、高品質のサービスを提供し続けたいという思いの実現とコスト負担の増大<sup>8)</sup>との間に生じる矛盾に悩む課題も生じている。

また近年、営利組織と非営利組織の境界がますます曖昧になってきている。日本でも社会的課題に対する関心は一部の特別な「意識の高い人」たちだけのものではなく、起業するとき社会的課題の解決への貢献への関心を持って起業された企業の割合は、非営利組織だけでなく営利組織でもかなり大きな割合を占めている<sup>9)</sup>。

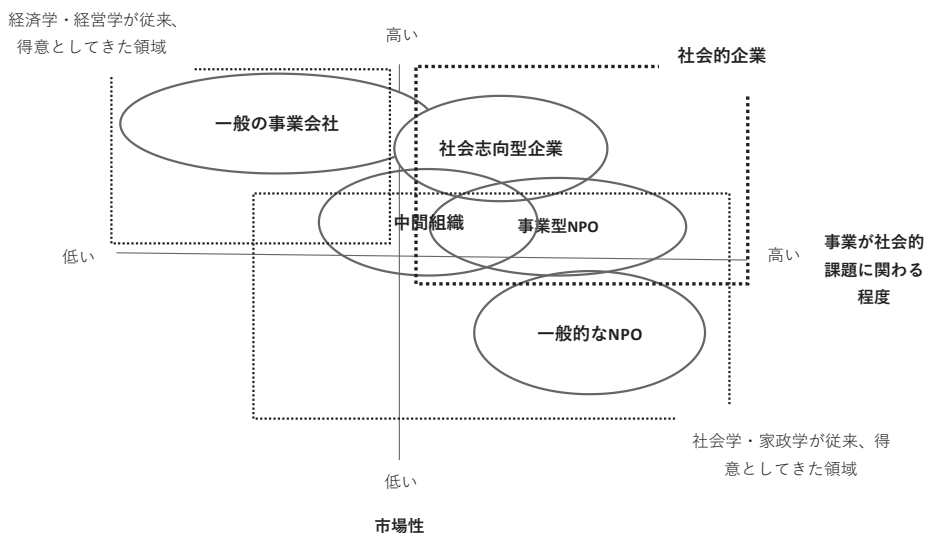


図3-3は縦軸に市場経済原理が重要視される程度、すなわち市場性が高いか低いかで、横軸に事業が社会的課題に関わる程度が高いか、低いかで、さまざまな組織形態が一般的にどのようなポジションに位置するかを示したものである。従来の経済学や経営学が得意としてきたのは左上の象限であり、従来の家政学や社会学が得意としてきたのは右下の象限であると考えられるが、右上の象限に位置する営利・非営利の社会的企業が社会的課題の担い手の重要な担い手となる組織形態としての注目が高まっている。なおここでは社会的企業には、①非営利組織形態をとる事業型NPO、②営利企業形態をとる社会志向型企业、③協同組合などの中間組織の3つを含んでとらえている。

経済性と社会性という異なる要素を同時追求する社会的企業の位置づけについては、社会政策学派と新自由主義学派の間で論争が繰り広げられている（e.g. 藤井他 2013：20-52；高橋他 2018：4-17）が、現実社会の変化の中でSDGsの17番目の目標としては、営利企業の形態をとる大企業や中小企業、社会的企業にも、持続可能な社会のために国際機関、行政や非営利組織、市民と共にパートナーシップを組み協働し、責任を分かち合うことが期待されている。この協働ための組織や制度については、実践の中で多様なバリエーションが生まれていて、「官民パートナーシップ」「マルチステークホルダー・プロセス」「社会セクター・ネットワーク」「コレクティブ・インパクト」<sup>10)</sup> などがある。

その1つである「マルチステークホルダー・プロセス」とは、背景の異なるステークホルダーがテーブルを囲み、課題解決のための行動計画や目標についての合意形成を行っていく枠組みやその過程のことである。そこでは協働して課題解決にあたるだけでなく、参画する多様なステークホルダーが合意形成された結果に共に責任を持つことが求められる。例えば、愛知県豊田市では、外国人住民の割合が高いにも関わらず日本語学習の公的な場がなく生じていた生活問題について、自治体、大学、非営利組織に加え、企業や商工会議所が連携し、2008年に地域の「とよた日本語学習支援システム」が構築された。（社会的責任向上のためのNPO/NGOネットワーク 2010：38-41）

図3-3 市場性と社会性の組み合わせでとらえたさまざまな組織の位置づけ



出所）谷本編（2006）p15の図をベースに筆者が加筆・修正

持続可能性に貢献する営利企業というと、大企業や社会的企業がイメージされることが多いが、中小企業論と地域経済学の掛け算の視点で執筆された長山ほか（2024）において、遠山恭司は「身近な中小企業」による持続可能性への貢献にも着目する。「身近な中小企業」は、大企業のようにCSR 専門部署を設ける余裕がないところが大多数であるが、CSR などの概念が普及する以前から「三方よし」<sup>11)</sup> の考え方で身の丈経営をおこない、地域コミュニティとの関係形成に尽力してきたところも実は多い。そのような中から本業として持続可能性に貢献する「身近な中小企業」へと育つところが出ているのである<sup>12)</sup>。（遠山 2022：204-206）

普通の個人が自然や社会に配慮した善なる行動をとりたいと思いつつ、ときに自己への配慮を優先する弱さを持ち合わせ、天野が定義するような意味での「生活者」としては行動をとりたいと志してもときにできないときもあるように、企業の経営者も多様なステークホルダーに配慮した善なる行動をとりたいと願いつつも、ときに自己への配慮を優先してしまう弱さを持ち合わせる。しかし営利組織の経営者であっても、他者との関係で学び地域コミュニティとのつながりに感謝の気持ちを持ち、社会責任を果たそうとする企業もあり、持続可能な社会の実現のために、本業で蓄積された知識や技術、ノウハウ等を活かした貢献を果たすことができる存在でもある。

### 3-5. ウェルビーイングと持続可能性の関係を考える

前節で、持続可能な社会の構築のために主に「共同体の原理」で動く非営利組織や市民だけでなく、「市場原理」に「共同体の原理」をミックスさせて動く営利企業の中に持続可能な社会の構築へ関わろうとする変化が起きていることを述べた。今でも量的には、社会的課題の多くは、行政やサードセクターによって担われていると考えられる。しかし一方で、例えば本研究が対象とした衣生活の持続可能性の問題や、地域活性化の問題では営利企業、非営利組織、市民、自治体、政府がそれぞれの得意とすることを持ち寄り協働することが必要となっている。

営利企業が行政やサードセクターなどと共に社会的課題に取り組む協働は、営利企業が本業で蓄積してきた技術や知識、ノウハウなどの情動的資源の活用を生かし、活動の有効性や効率化を高めるメリットをもたらしうるが、一方で異なる行動原理で日常の業務活動をおこなってきた主体同士が共通目的を目指して連携するので、活動メンバー間の調整の複雑さが増すデメリットも生じる<sup>13)</sup>。

また、持続可能な社会の実現をピュアな気持ちで求める人の目からすると首をかしげるような現象も起きてきた。例えば上場企業は、株主や債権者から財務情報だけでなく、環境、社会、ガバナンスに関する非財務情報の面からも評価されるようになったが、「グリーンウォッシュ」や「SDGs ウォッシュ」の問題が生じている。「市場経済の原理」が働く経済社会でコンプライアンスの強化によってこの問題を克服しようとする、見かけだけとりあえず基準を達成しようとするすり抜け行為が起こり、さらに監視を強化するとまた新しいすり抜け行為が起きるという「追いかけてこ」現象が起こっている。本来、持続可能性は、自然環境や社会の中で生きている人間が、その関係性の中で自らの立ち位置をとらえなおし、将来世代の幸せと現在を生きる人の幸せの両立を目指す目的のものだったはずだが、それを規制と監視という他律だけに頼ってそれを目指すことには限界があることがうかがわれる。

このような状況を議論する準備として、幸せをめぐる「ウェルビーイング」という概念に着目した最近の研究を整理する。「ウェルビーイング」とは、身体的・精神的・社会的に安定して満たされた状態にあることを意味する<sup>14)</sup>。

「ウェルビーイング」には、貨幣的な価値に換算できる「地位財」による幸せとそれが難しい「非



地位財」の両方が含まれる。「地位財」には金銭やモノ、社会的地位などが含まれ、これらを獲得するとそのときに気分は高揚するが長続きしない特徴を持つ。一方の「非地位財」は、健康や安心、愛情や感謝の気持ちを受けることにより感じられるもので、貨幣的価値に換算が難しいが幸せな気持ちが持続する特徴を持つ。「ウェルビーイング」であるためには、個々人が自分にあった地位財と非地位財の間のバランスをとることが大事になっている。（前野 2013：第1章第5節）

日本の家政学で重要なキーワードとして用いられてきた人類の「福祉」や個人・家族・地域の「福利」を「ウェルフェア」ではなく、「ウェルビーイング」の英語をあてて用いるようになったのは最近のことであるが、第1章で説明されたように家政学は長い歴史の中で、個人・家族・地域において、身体的・精神的・社会的に安定して満たされた状態の達成を目指してきた<sup>15)</sup>。

図3-4-1 家政学での持続可能性とウェルビーイングの関係

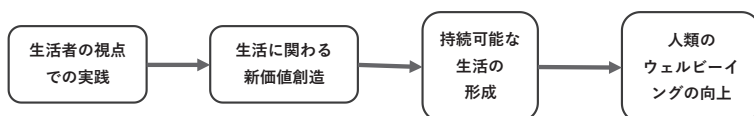
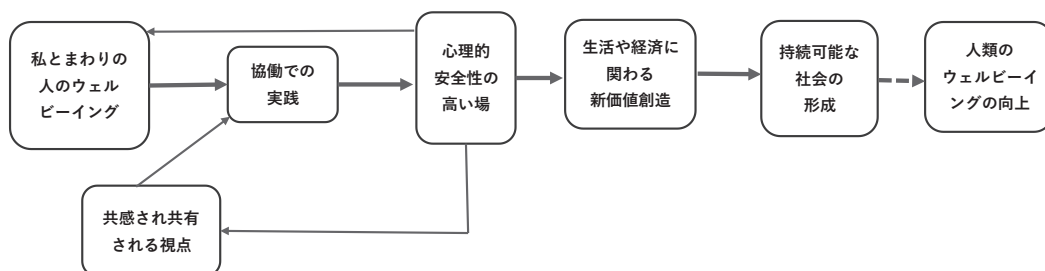


図3-4-2 新しく提示する持続可能性とウェルビーイングの関係



出所：筆者作成

2024年の「日本家政学会のSDGs ポジション・ステートメント」でも、個人・家族・コミュニティが持続可能な生活を達成することを目指す家政学は、「生活の質の向上、人間の開発、ひいては人類のウェルビーイングの向上に貢献する」ことが明記され、学会としてどのような実践プロジェクトがおこなわれてきたかが紹介された。このポジション・ステートメントから読み取れる持続可能性とウェルビーイングの関係性を単純化して示すと、図3-4-1となると考えられる。「生活者」の視点で環境の中で生きる個をとらえ、人類のウェルビーイングの向上を目指し、生活問題を解決する実践による新価値創造によって持続可能な社会を目指そうとすることに対して、総論として反対する人は少ないと考えられる。

課題77の本プロジェクトについて、筆者も当初は図3-4-1のようなものの見方で、衣生活をとらえなおすプロジェクトに関わり、教育と研究にあたった。しかし、具体的にプロジェクトを動かしていくミクロな立場に立つと、生産、流通、消費のそれぞれの立場で、持続可能性に関して具体的に何について関心があるのか、また自分のウェルビーイング実現のために何に対して優先順位を

置きたいのか等に違いがあり、この図式のままで持続可能な衣生活の創造や地域活性化に関わるプロジェクトに多くの人を継続的に巻き込むのは困難であった。図3-4-1について総論では賛成でも、各論ではものごとが簡単には動かない。こうした現象を理解するためにも、ウェルビーイングについてミクロな立場からアプローチした研究について見てみることにする。

幸福学の研究者、前野隆司はアンケート調査結果を因子分析し、幸せな状態に影響した因子を次の4つのグループに整理した。(前野 2022: 42-74)

- ①「やってみよう」因子：やりがいや強みを持ち、主体性の高いことは幸せである。
- ②「ありがとう」因子：つながりや感謝、あるいは利他性や思いやりを持つことが幸せである。
- ③「なんとかなる」因子：前向きかつ楽観的で、何事もなんとかなると思えることが幸せである。
- ④「ありのままに」因子：自分を他者と比較しすぎず、しっかりとした自分らしさを持っている人は幸せである。

このようにとらえられる幸せは、よい環境とよい成果に恵まれ満足している状態として行動のアウトプットとしてのみとらえるべきではなく、人が行動することを促すインプットとしても重要な意味を持つ幸せである。そこでは初期状態としては恵まれない環境でも未来を描いて行動してまわりを引き込み、幸せの循環をつくりだしていくことを可能にする幸せの因子が抽出されている。

このような意味でのウェルビーイングは、生活面だけでなく企業経営の現場でも最近、非常に注目されている。その背景の一つには、心理学や経営学でのアカデミックな研究成果として、幸せな人は「創造性が3倍高く、生産性が1.3倍高く、寿命が7年から10年長くしかも健康である」ことなどの成果が社会に示されたことがある(前野・前野 2022: 25-26)。自分らしい軸を他者とのつながりに感謝しながら発揮できる心理的安全性の高い場を家庭やコミュニティ、職場で持てることが、個人の健康面にプラスになるだけでなく、経済的価値や社会的価値の創造にもプラスに働くということに大きな関心が持たれている。

このようなウェルビーイングの高い優良企業を前野らは「ホワイト企業」と呼び、その特徴として、「押し付けない経営」、すなわち個人の自律性や主体性の発揮を促す経営を紹介している点が興味深い(前野・前野 2022: 122-152)。経営理念や戦略を組織の中にすばやく浸透させるために、共有されるべき価値観とよい行動の基準をつくり、その基準を個人が満たしているかを測定し、評価し、それに見合った報酬や地位を与える外発的報酬のしくみを、経営者はつい整えたいが、それとはまったく発想の異なる経営がおこなわれている。社員が主体的にまわりを思いやって行動できる心理的安全性の高い場を準備し、社員の自発的な創意工夫により高い経済価値を実現し、社員全体に結果として高い報酬を還元する経営を実現している<sup>16)</sup>。

持続可能性を促すためにコンプライアンスを厳しくし、他律に大きく頼ってコントロールしようとする、他律の抜け穴を見つけようとする行動を誘発することがあるだけでなく、携わる人の「やらされ感」が強くなり、ウェルビーイングを下げる可能性があることを上記の指摘は推測させる。心理学で報酬と人のやる気の間関係について「アンダーマインニング効果」<sup>17)</sup>があることも指摘されている。

他者の行動をある方向に促そうとするときに、自律と他律をどう組み合わせるかは、たいへん難しいマネジメントである。しかし難しいからと持続可能性な社会を、市場や政府からの規律などに

よる他律だけで頼って実現しようとする、それに関わる人のウェルビーイングに逆にマイナスの効果を与えかねない。社会課題への関心と善意に基づく自律と、市場や政府からの規律の他律が組み合わさることが重要なのではない。

この自律の力を身につける人間の力を信じ、働きかけてきたのが家政学の「生活者」の視点であると考えられる。しかし、図3-4-1の考え方では、ファッションや繊維産地の持続可能性につながる自発的な行動は簡単には起きないことを、今回、このプロジェクトを進める中で実感してきた。一方で「生活者」の視点という言葉を知らない人々の行動の連鎖が、山梨ハタオリ産地において、分断された生産と消費の関係をつむぎなおし、持続可能な社会の創造を前に進める現象が起きていることをわれわれはどう理解するべきだろうか。

このような葛藤の中で、改めて天野（1996）で描かれている生活クラブ生協の事例を読み直し、持続可能性とウェルビーイングの関係を、図3-4-2として提示したい。図3-4-1でウェルビーイングは最終目的の位置のみにおかれているが、図3-4-2は出発の起点が「私とまわりの人のウェルビーイング」に置かれている。生活クラブ生協が発足した当初は、地域に根差した何か市民運動的な試みを起こしたいという青年活動家たちと、「おいしい牛乳を安く飲みたい」という主婦は、異なる自分のウェルビーイングを求めていた。しかし、青年活動家と主婦が農家と協働を積み重ねる中で、主婦たちは社会の中で自分たちが行動を起こし、責任を果たす力を持つことに気づきを得、自己効力感を高めエンパワーメントされていく。また活動の副産物として、関係者の間に心理的安全性の高い場が形成されていった。このような活動の中で青年活動家と主婦と農家の間に互いに共感し共有される視点が形成されていき、それが協働での実践をさらに促した。

善意の連鎖で場に参加する仲間も増え、心理的安全性の高い場でのコミュニケーションとチャレンジが、生活や経済に関わる新価値を創造し、それが持続可能な社会への貢献を生み出す。その結果として、この場に関わるさまざまなステークホルダーに幸せの連鎖を広げていくことを可能にする。このような循環の中で、生活クラブ生協に関わる人々が持つようになったのが、天野正子が定義する「生活者」の視点であった。このように読み直すことが可能なのではないか。

第5章では「生活者」の視点を図3-4-1ではなく、図3-4-2のように位置づけて、衣生活の持続可能性や山梨ハタオリ産地の活性化について検討していきたい。

#### 【参考文献】

- 天野正子、1996、『生活者とは誰か：自律的市民像の系譜』中公新書。  
天野正子、2011、『現在「生活者」論：つながりを育てる社会へ』有志舎。  
伊丹敬之、2022、『中二階の論理：日本を支える社会システム』日経 BP。  
加護野忠男・吉村典久、2021、『1からの経営学』（第3版）中央経済社。  
上村協子、2018、「天野正子『生活者論』と家政学—家政学のエンパワーメント・アプローチ」『家政学原論研究』52、58-89。  
小林陽子、石渡仁子、井元りえ、小野瀬裕子、澤井セイ子、野崎有以、宮田安彦、中間美砂子、2017、「家庭生活の営み行動への関与とウェルビーイングのかかわり」『日本家政学会』68（7）：317-325。  
佐々木利廣・横山恵子・後藤祐一、2022、『日本のコレクティブ・インパクト』中央経済社。  
高橋勅徳・木村隆之・石黒督朗、2018、『ソーシャル・イノベーションを理論化する：切り拓かれる社会企業家の新たな実践』文眞堂。  
谷本寛治編、2006、『ソーシャル・エンタプライズ：社会的企業の台頭』中央経済社。  
遠山恭司、2024、「持続的発展と中小企業：SDGsの先を見据えて」長山・遠山・山本・許、2024に所収。

中小企業庁、2017、『中小企業白書』。

中村剛治郎、2004、『地域政治経済学』有斐閣。

長山宗広・遠山恭司・山本篤民・許伸江、2024、『地域とつながる中小企業』有斐閣。

日本女子大学、2024、『履修の手引き』。

日本家政学会、2024,「日本家政学会のSDGs ポジション・ステートメント」[https://www.jshe.jp/oshirase/20230623\\_SDGs.pdf](https://www.jshe.jp/oshirase/20230623_SDGs.pdf) 2024年5月10日閲覧。

日本女子大学家政学部100年研究会、2002、『日本女子大学家政学部100年の歩み』。

日本女子大学家政学部家政経済学科、2004、『家政経済学科の40年1964-2014』。

日本女子大学家政学部家政経済学科、2014、『家政経済学科の50年1964-2014』。

藤井敦史、原田晃樹、大高研道、2013、『闘う社会的企業』勁草書房。

藤井敦史、2022、『社会的連帯経済：地域で社会のつながりをつくりなおす』彩流社。

前野隆司、2013、『幸せのメカニズム 実践・幸福学入門』講談社。

前野隆司・前野マドカ、2022、『ウェルビーイング』日本経済新聞出版。

ユヴァル・ノア・ハラリ＝柴田裕之訳、2011=2016、『サビエンス全史（下）』河出書房新社。

## 注

- 1) 日本女子大学HP [https://www.jwu.ac.jp/unv/academics/human\\_sciences\\_and\\_design/index.html](https://www.jwu.ac.jp/unv/academics/human_sciences_and_design/index.html)  
2024年5月15日参照 [https://www.jwu.ac.jp/unv/academics/human\\_sciences\\_and\\_design/index.html](https://www.jwu.ac.jp/unv/academics/human_sciences_and_design/index.html)
- 2) 衣食住や育児・許育・介護などさまざまな面で「生活の社会化」が進んできた。サービスであれば、生産と消費が該当し、モノであればその間に流通が介在する。さらに近年は持続可能性についての関心の高まりの中で、消費の後が単純に廃棄となるのではなく、モノの修理や再生へと視野が広がられている。
- 3) 読み方はうじいえ・ひさこである。
- 4) スワロー・リチャーズはこのような問題を扱うためには、人間と環境の相互作用をとられる「ヒューマン・エコロジー」の発想を持って、社会問題・生活問題をとらえるべきであることを次の言葉とともに主張している（住田、1993；三俣、2014、第3章）。「神学が宗教生活の科学であり、生物学が物質生命の科学であるように、……これからはエコロジーを私たちの日常生活の科学にしましょう、……それをすべての応用科学のうち、健康で幸福な生活がその上に打ち立てられるべき諸原理を教える、もっとも価値ある科学にしようではありませんか。」
- 5) 日本女子大学家政経済学科でも、従来、中心的にとりあげてきたのは、行政と非営利セクターや市民セクターの間の協働であった。例えば名誉教授住澤博紀は、これらの間の協働による市民社会の新しいガバナンスのあり方を提示し「公共・生活ガバナンス論」を展開した。（日本女子大学家政学部家政経済学科、2004：3-15）
- 6) ある社会的課題の解決にとってよいと思って始められた新しい取り組みが、意図せざる効果として別の社会的課題を生んだり、意図した効果を生むには別の課題にも同時に取り組まないと根本的な解決にならないことに気づいたりすることが起きている。
- 7) 「社会的排除」にある人々を支援する福祉の重要性は変わっていない。しかし個々が何を幸せと感じるかの多様性を認め、幸せを感じるためのハードルとなっていることを解決するための財やサービスの選択肢をさまざまに準備し、個人が主体的に選択する能力獲得を支援する時代へ変化してきていると考えられる。
- 8) コストにはスタッフの量・質を高めるための人件費の問題だけでなく、時間不足によるスタッフのワーク・ライフ・バランスの問題の両方が含まれる。
- 9) 2016年の三菱UFJ リサーチ・コンサルティングの調査結果によると、日本の起業家のうち社会的課題の解決を目的に事業を起こす起業家の比率は46.1%を占める。（中小企業庁、2017：158-159）
- 10) 多様な主体間における協働の制度のバリエーションについては、佐々木ほか（2022：21-23）を参照さ

りたい。

- 11) 三方よしとは、「売り手よし」「買い手よし」「世間よし」という近江商人に由来する言葉である。
- 12) 例えばパン・アキモト（栃木県那須塩原市、創業1947年）は、阪神淡路大震災の被災者支援でパンを届けた際、配布までに時間がかかり多くのパンを腐らせた苦い経験から賞味期限37か月のパンの缶詰を開発し、当初は全く売れなかったものも、新潟県中越地震、東日本大震災の支援物資として役割を果たし認知と販路を広げた。さらには備蓄用に販売したパンの缶詰を2年で回収し、飢餓で苦しむ国や地域の支援物資として支援する仕組みを大手運輸会社と協力して構築した。（遠山、2022：205-206）
- 13) 異なる行動原理と価値観を持つステークホルダー間の協働は、市場経済原理では調整困難である。日常の事業活動とは異なる調整の担い手として、共通の目的のために市場経済原理に頼らずに、しかしビジネスの感覚は理解しつつもピュアな気持ちで人々の協働をマネジメントする力を持ったコーディネーターの役割を果たせる人を、社会の中でいかに育てていくかが重要であると考えられる。
- 14) 1946年、世界保健機構（WHO）が創設されたときの憲章の中で用いられたウェルビーイングの使われ方を参考に定義している。
- 15) スティグリッツ委員会の報告書が2019年に経済社会の実態をとらえるためには経済的生産額の計測から人々のウェルビーイングの計測に移すべきであると述べ、OECDの統計でも「よりよい暮らし指標」が作成された時代の流れを反映し、家政学の小林ほか（2017：318）は「ウェルビーイング」の言葉を用いて生活研究をすることを提言している。
- 16) 前野により紹介されている企業のほとんどが中小企業であり、株主の声と規模の経済からの要請が強く、組織全体の社員が互いの顔がわからなくなる大企業でも、この本で紹介されているほどの自律性を尊重したマネジメントが機能するのかについては慎重な検討が必要だと考えられる。
- 17) アンダーマイニング効果とは、内発的に動機付けられて仕事に取り組んでいるときに、外発的報酬を与えると、仕事が「他者から与えられた義務」と感じられるようになり、仕事そのものに感じていたおもしろさや達成感が失われることを指す。



## 第4章 衣生活の歴史的変化と持続可能性 ——イギリス・フランス・アメリカ・日本の事例——

大田 康博  
OTA Yasuhiro

### 4-1. はじめに

衣生活とは、人が衣服と関わりながら生きていく過程であり、そこには衣服を生産、使用、修理、再利用、廃棄する一連の活動が含まれている。それらの活動に各人が関わる範囲や内容は、衣服への理解や愛着、生産・使用・修理などの技能と表裏一体の関係にあり、その関係の全体は、人間同士の相互作用や、人間と非人間（人工物、自然など）との相互作用を通じて形成される。

現代社会では、衣生活を構成する活動の大部分が営利事業の一環として行われ、市場によって媒介されている。不要な衣服の回収や処分などは、政府や非営利組織が行うことがある。これらの結果、一人一人は、商品としての衣服を購入し、一連の過程の大部分を他者に依存することになる。社会的分業が進展しているため、衣服の生産・流通・廃棄に関わる職業に就いている者でも、自分が関与しない他の領域について理解する機会には恵まれないことが多い。こうした「分断」は、生産・流通・廃棄のグローバル化によりさらに顕著となっている。

近年、私達の衣生活が持続可能でないことが広く認識され、その対策について国境を越えた議論が行われるようになった。環境・健康面では、衣料廃棄物、マイクロプラスチック、温室効果ガス、その他の水質・土壌汚染物質の排出や、化学物質過敏症などの問題が深刻化している。また、後発工業国における綿作やテキスタイル・衣服工業における労働条件の劣悪さや、特定の美意識の一般化（例：若い白人モデルの多用）といった社会的な問題もある。さらに、先発・後発工業国の少なからぬテキスタイル・衣服産業従事者において、経済的な持続可能性の向上が喫緊の課題の一つとなっている。

これらの問題解決には、現在の衣生活がなぜ、どのようにして形成され、何がもたらされたのかを理解する必要があるが、その過程を解明する試みはほとんど行われていない。そこで、本稿では、日本、ヨーロッパ（イギリス、フランス）、アメリカを対象に、持続可能性の観点から衣生活の歴史的変化を明らかにしたい。その際、テキスタイル・衣服産業における近代化と在来・中小企業の盛衰が衣生活の持続可能性に与えた影響に注目する。検討に際しては、①イギリスの工業化以前、②工業化から第一次大戦まで、③戦間期、④戦時・戦後（1989年まで）、⑤1990年代以降、の5つに時期区分をする。なお、この区分は、すべての国について厳格に適用することはできないし、各時期はその前後の時期と断絶されてはいないと考えている。

### 4-2. 工業化以前の衣生活

#### 4-2-1. 欧米

身分制下の社会では、着用できる衣服の色、素材、形状などは身分によって決まっており、職業や地域によっても服装が異なっていた。時の権力者は、お抱え職人を従え、ファッションを政治の道具の一つとして利用していた。富裕層以外の人々が着る衣服でも、均一で、大量の、量的に安定



した市場は形成されていなかった。

衣服の大量生産が必要なかった時代の衣服は、頻繁に購入できるほど安くなかった。多くの人々にとって、衣服の新調は非日常的な行為であり、人生の特別なタイミングで行われるのがしばしばであった。特に低所得者は、生産技能を身につけ衣服を自給するか、古着で間に合わせるが多かった（濱田 2009：188；ペロー 1981=1985；友松 2001）。

大規模な商業生産が行われる以前、例えば18世紀のイギリスでは、職人（テーラーやドレスメーカー）、零細な受託生産者（家内内職など）、あるいは着用者およびその家族によって衣服が生産されることが多かった（Breward et al. 2004：16）。これらの在来的生産では、工程間の分業は細かくなく、分業したとしても、協業する他の工程の担い手が同じ家や工房、あるいは近隣にすることが多かった。そのような環境では、生産に従事する人々は、広範な生産工程に携わっているか、自分が担当する前後の工程を目にする機会があった。また、衣服の原材料が身近な動植物（自生植物、農畜産物など）から得られることもあった。そして、衣服の生産者と着用者は同一であるか、お互いを認識できる関係にあることが珍しくなかった。

このような社会関係の中の衣服生産者は、広範な工程に通じていた。また、特定の着用者を想定し、衣服の色柄、形状などに自分なりの工夫を加えたり、着用者の要望を取り入れたりすることができた。衣服の着用者は、衣服に用いられる材料、衣服の生産方法、生産従事者の境遇などを理解する機会があり、熟練の職人や年長の家族から教わりながら、一通りの生産技能を身につけることもできた。得られた衣服には、着用者や作り手の感性や想い、作り手の技能、地域の自然・歴史・文化などが投影されており、作り手や着用者の人格や地域性があった。だからこそ着用者は衣服を大切にし、不要になった衣服は、近親者に継承されるか、古着商に引き取られ商品として広く流通した（ペロー 1981=1985）。

#### 4-2-2. 日本

日本でも、衣服は近隣の職人や零細な受託生産者が生産したものを購入するか、自家生産する形で新調されることが多く、古着も庶民にとって身近だった点では、欧米と類似していた。しかし、日本的な衣服には、テキスタイルを無駄なく使って衣服を作り、着古したものを利用し尽くす技術が採用されていた。和服や仕事着（例：野良着）は、直線的に裁断したテキスタイルを、縫い代を裁ち落とさず、解きやすい方法で縫合して組み立てられていたため、衣服の生産・分解や部品の入れ替えが容易で、分解されたテキスタイルは再利用しやすい形状をしていた（田中 2015；朝岡 2003：94-96）。

テキスタイル生産が近代化するまで、機織りは、庶民が衣服材料を入手し、女性が現金収入を得る手段として重要であった。機織りをする女性は色柄などの工夫に余念がなかったし、熟練した女性は男性以上の稼ぎを得ることさえあった。麻、綿など繊維原料の採集・栽培、糸紡ぎ、さらには染色も家内副業として行われることが珍しくなかった（松岡編 1976）。

江戸時代に織物業が徐々に拡大すると、反物だけでなく、端切れや古着も広く流通するようになり、庶民の衣生活が物質的に豊かになった。反物を購入できない百姓は、裂織（裂いた古手木綿を緯糸代わりに用い製織する）や刺し子（織物を重ねて刺し縫いする）など、衣服の保温性や耐久性を向上させる技術を発達させた。その意匠には、作り手の個性が表現され、地域性もみられた（田中 2009：13；永原 2004：323）。

#### 4-3. 衣生活の近代化—第一次大戦まで—

##### 4-3-1. 欧米

18世紀後半になるとイギリスで工業化が進展し、衣生活のあり方が大きく変化した。その背景として重要なのは、同国の服装がヨーロッパやアメリカで受容され、国境を越えた大量のテキスタイル需要が形成されたことであった（チャップマン 1987=1990）。その需要が、集中作業場で輸入原料（例：綿花）を機械紡織したテキスタイルにより満たされたのである。工業化に伴い女性も家の内外で労働するようになると、衣服の自家生産をやめ古着で間に合わせる家庭が増えた（友松 2001：134）。

イギリスは、衣服産業の発展でも先行した。同国では、早くから市民社会が形成され、比較的自由的な服装が認められた結果、同様の衣服が大量に需要されるようになった。また、取扱商品などに関する小売商への規制が弱かったので、既存の小売商による既製服業への参入が容易だった（Chapman 1993：5；Godley 1997：4；ランデス 1969=1987：60）。19世紀の前半になると、食料品価格が下落し、リージェント・ストリートなどの開発が進み、広い社会階層でショッピングがレジャー化した（Breward et al. 2004：D5-7）。有力な既製服商は、店舗や広告に大規模投資を行い、幅広い種類の衣服を提供して人々のファッションへの関心を煽り、薄利多売により大きく成長した。また、主要都市には衣料品のチェーンストアも現れた（Chapman 1993：6；17-20；2004：49）。こうして、19世紀後半のイギリスでは、工場労働者のような所得が安定している庶民に既製服が普及し、教師、郵便局員、看護婦など家庭の外で働く女性も既製のブラウスやスカートを着用するようになった（友松 2005：34、36、46-47）。

既製服が普及した要因の一つは、衣服の開発・生産効率と製品品質の向上であった。欧米では、かつては仕立職人の秘密だった製図法が公開され（北山 1991：136）、19世紀なかばにミシンの使用が広がり、ドレスなどの型紙が市販されるようになった（濱田 2009：192、200-201）。また、ミシンの開発・改良が進み、1890年代末にはアメリカの工場で細分化された工程間分業が採用された（鍛島 1988：61-62）<sup>1)</sup>。失業を恐れる労働者が導入に強く抵抗したイギリスでさえ、1860年代には、作業負担を軽減するものとしてミシンが歓迎されるようになった（Chapman 2004：56）。

テキスタイル産業では、生産手段の人工化がさらに進んだ。例えば、蒸気機関の導入に加えて、19世紀後半には合成染料の使用により鮮やかな色を安価に得ることができるようになり、20世紀に入ると人造絹糸の開発が進んだ。こうしてテキスタイルの品質や生産性は、自然環境（水力）や動植物（天然染料など）に影響されにくくなった。

一方、衣服の製造は依然として労働集約的であり、しかも需要は多様で、移ろいやすかった。コスト削減と生産調整のため、衣服産業では零細経営や内職者への外注が広くみられた。生産従事者の境遇は恵まれないことが多く、労働組合の結成やストライキが活発化したが、膨大な未組織労働力が存在し、移民が次々と流入する状況では、経営側にとって大きな脅威とはならなかった（Green 1997；Honeyman 2000）。

テキスタイルや衣服の大量生産が発展し、衣服が人格や地域性を失い、安価になると、衣服新調の儀式的な意味は失われた。階層を問わず誰もが同様のスタイルの衣服を着るようになった結果、衣服は、着用者の社会的立場から分離した「記号」となっていった。（ペロー 1981=1985：80-81、112-113）。他方で、古着需要は減退したため、古着業者は植民地向け輸出への依存を深めた（友松 2001：124）。欧米からの輸入衣服は、輸出先のテキスタイル・衣服産業の脅威となることがあった。

既製服業の勃興は、ラグジュアリー分野にも影響を与えた。1864年にウージェニー皇后の公認

ドレスメーカーになったシャルル・フレデリック・ウォルトは、クチュリエ、つまり時の権力者から独立した芸術家としてファッションを提案し始めた。彼が創始したオートクチュールでは、衣服の原型（モデル）を発表し、同じモデルを複数の顧客に販売した点で既製服業と共通していた。やがてクチュリエたちは、協調してプロモーションや人材育成を行うようになり、女性ファッションへの組織的な影響力を強めていった（ペロー 1981=1983；グランバック 2008=2013：17）。

男性ファッションをリードしていたのは、エドワード七世（1901年にイギリス国王に即位）などの王室関係者であり、彼らは、ロンドンのサヴィル・ロウ（ピカデリーの北側に位置する通りの狭い一画）およびその周辺に最良のテーラーをもっていた。各国の富裕層も、こぞってこの地区に足を運び、スーツなどを仕立てた（キャリー 2009=2010：12-13）。

自家生産を除けば、男性服は、着用者の階層を問わず、テーラーで新調されることが多かった。テーラーで服を仕立てることは、旅行や冠婚葬祭など、人生の重要な出来事や活動と関わっていた。また、当時の男性にとって「自分のテーラー」をもち、そこでスーツを仕立てることは、母親からの自立を象徴する行為でもあった。さらに、ファッションなどについて学び、議論できるテーラーは、男性の社交場であった（Ugolini 2003：203）<sup>2)</sup>。

小売業の近代化もイギリスが先陣を切った。1870-80年代には、フランスやアメリカで百貨店が台頭し、より広い所得階層の人々の消費や既製服化を刺激した（辰馬 1980；Milbank 1996：29）。近代的な工場や小売商が発展すると、小規模な注文服店や既製服商の存続が危ぶまれるようになり、アメリカでは、1880-90年代に中小規模の商業者や製造業者が反百貨店運動を展開した。いくつかの州で百貨店への規制が導入されたものの、1900年頃には通信販売業者が新たな脅威となった（Howard 2015：32-34）。その後も、中小商工業者の存立は、次々と現れる新小売業態に脅かされることになる。

#### 4-3-2. 日本

日本では、欧米の社会制度や技術の導入が始まった幕末に、軍服など一部のアイテムが徐々に洋服化し、明治になると、政府の式典などでの洋服着用が制度化された。礼服やドレスの仕立てを主に担ったのは、来日した西洋人から指導を受けた日本人や移民が開業したテーラーおよびドレスメーカーであった（中山 1987：188-203）。呉服屋や古着屋を主な出自とする百貨店も、1886年に洋服部を新設した白木屋を嚆矢として、洋服の製造・販売をはじめた（白木屋 1953：253-255）。

しかし、既製服業がほとんどなかった当時、高価な洋服を購入できる者は少なかった。既製服商は明治初期からコート類、ワイシャツ、メリヤス下着などの分野に存在したが、サイズや着心地などに問題があることが珍しくなく、洋服は日本家屋での暮らしに適していなかった。そのため、洋服を着て働いていた男性でさえ、家ではたいてい和服を着ていた。女性においては、ドレスやコルセットの着用は身体的負荷が大きく、当時入手できた洋服は和服に比べると種類が乏しい上、日本人女性には似合わないと考えられていた。そのため、女学校の制服など、特定の場所や活動のための服装を除けば、女性による洋服の普及は限定的であった（刑部 2022：118-121；197-200）。

和服は、高級品であれば専門業者に仕立てを依頼していたが、日常着やちょっとした外出着は着用者またはその家族が自宅で裁断して縫っていた（矢木 1978：222-223）。大正期以降、制服に洋服を採用する女学校や洋裁学校が増加すると、学生時代に洋服を着用し、洋裁教育を受けた卒業生が、洋裁店や洋裁学校を開いたり、主婦として家族に洋服を作ったりするようになった（吉本 2004：23、29-30）。

日本におけるテキスタイル産業の近代化は、輸入品への依存を増大させた。それまで広く栽培されていた和綿は、繊維長が短く、イギリスの紡績機に適合しなかった。近代紡績工場が原料を外国綿に転換した結果、国内の綿作は急激に衰退した。やや遅れて毛紡織業も勃興したが、原毛の輸入代替化は難航し、輸入原毛の利用が支配的となった（阿部・平野 2013：49-51、87-88）。染色業では、幕末開港後に輸入が始まった合成染料が急速に普及し、藍などの天然染料の生産や天然染色業が大きく縮小した（田村 2004：133；渡辺 1968）。

テキスタイルや衣服の生産・消費が拡大すると、衣料廃棄物のみならず、工場での屑糸や端切れ（裁ち落とし）も大量に発生した。その多くは、1870年に生産が始まった洋紙（木材パルプを機械で加工して作られる）の原料とされ、明治30年代から大正期には反毛（ボロをほぐして綿状に戻す）やガラ紡（短い繊維の紡績に適した機械）により足袋底、帆布、絨毯の緯糸になった（朝岡 2003：212-216）。

#### 4-4. ファッション・ビジネスの大規模化―戦間期―

##### 4-4-1. 欧米

戦間期は、新たな経済大国アメリカで高級ファッション衣料への需要が急増し、パリのオートクチュール・メゾンが国際的な成長の機会を得た。成長志向のメゾンは、百貨店経営者や銀行家から資金、販路、経営知識などの提供を受けるようになった。ファッション・ビジネスの成功には多額の資金や様々な専門知識が必要になり、帽子やドレスの製作技術を習得した女性が個人的な資金等の援助を受けて店を開くことは、より難しくなった（グランバック 2008=2013；Gamber 1997）。

アメリカの百貨店は、オートクチュールよりも安価だが、当時台頭していたチェーンストアのものよりはファッション性の高い衣服を販売し、さらなる成長をめざした。そこで積極的に取り組まれたのが、パリのオートクチュールから着想を得たプライベート・ブランドの既製服であった（Howard 2015：73；Milbank 1996：64）。第一次大戦後の不況により需要が減退した際には、割賦販売が導入された。さらに、百貨店は、ショー、セミナー、PR誌などにより大都市の「スタイル・リーダー」になろうとし（Howard 2015：75）、アメニティ（例：豪華な喫茶室）などへの投資も行い、店員には、定番であること、丈夫さ、着心地の良さなどよりもスタイルを顧客にアピールするよう指導し、消費意欲を喚起しようとした。こうした努力にもかかわらず、1920年代後半にはアメリカの百貨店の利益率は低下した（Howard 2015：52-53, 57, 67, 74, 75, 77）。

第一次大戦下の欧米では、女性も、家庭を離れて軍事関連活動に従事したり、工場作業、車掌、郵便配達などの分野で働いたりした。この経験をきっかけに社会進出する女性が増え、1920年代の後半には、職業を持ち、経済的に自立した女性が珍しくなくなった。また、社交ダンスやスポーツ（テニス、自転車など）楽しむ女性が増えた。こうしたなか、ガブリエル・シャネルなど新世代のデザイナーは、刺繍や羽根飾りといった装飾を抑制し、より男性的かつスポーティなスタイルを提案した（Milbank 1996：79）。そうしたファッションは、大人のスタイルを若年化させ、若いことが魅力的という価値観を形成する要因の一つとなった。その結果、より多くの女性がコルセットで体を矯正し、ダイエットに励むようになった（鍛島 1988：116）。また、衣服のシルエットが直線的になったことで、女性服への量産技術の適用、換言すれば既製服業者によるパリのクチュールの模倣が容易になった（Green 1997：27）。

テキスタイルの分野では、人造絹糸（後に「レーヨン」と呼ばれる）の登場により、繊維そのものの大規模な工業生産が可能になった。レーヨン生産は第一次大戦後に急拡大し、1920年代のイギ



リスやアメリカでは絹の生産を凌駕した。1930年代末になるとナイロンが工業化され、ストッキングの素材として絹を代替した（阿部・平野 2013）。こうして衣服はさらに人工化し、その価格は下落した。

1929年に世界恐慌が発生すると、各国で高級品への需要が激減し、アメリカによる高級ファッション衣料への関税引き上げなど、保護主義が強まった。同国の高級衣料品店や百貨店は、オートクチュールの輸入を減らし、輸入型紙からの複製品生産や模倣的な既製服への移行をさらに進めた。これを踏まえ、一部のオートクチュール・メゾンは、アメリカの顧客に既製服専用のコレクションを提供しはじめた（南 1990：122）。一方、フランスの百貨店は、メゾンから同様の協力が得られなかったため、1930年代にセルフサービスの均一価格店を独自にチェーン展開した（グランバック 2008=2013：176、221）。セルフサービスの導入は、顧客が商品を自由に手に取り、安く購入できる反面、店員からの商品説明や助言を受ける機会が得にくくなることを意味していた。

#### 4-4-2. 日本

第一次大戦期の日本は、好況に沸き、家計支出が増加した。1913年から1919年の間に被服費は支出費目中最高の伸び（2.22倍）を記録した（矢木 1978：263）。テキスタイル産業では、大戦勃発に伴いヨーロッパから高級毛織物・綿織物を輸入することが困難になり、国産化への努力や支援がなされた。その結果、尾州産地が拡大し、既製服業者による学生服やスーツの製造も活発化した（木下 2004：138-145；矢木 1978：264-265）。

当時の既製服業者の多くは、男性向けシャツ、コート、メリヤス肌着など、特定のアイテムに事業領域を限定しており、販路も地域的に限られていたため、一通りのアイテムを揃え、ブランドを確立できたものは少なかった（木下 2004：165）。一般的に商業者は仕入先の詳細を明かすことに消極的であるし、当時は既製服の生産者が小売を兼業することは少なかったため、消費者がその生産背景を理解する機会は乏しかったといえる。

日本でも1916年から人造絹糸（人絹）製造が始まった。人絹は、帯地などの製造コスト削減に利用できたため、第一次大戦後の不況下に京都、桐生、福井などの産地で広く使用された（日本化学繊維協会 1974：51-52；矢木 1978：100）。このとき成長した人絹メーカーは、戦後に日本の合繊維産業の発展を牽引する存在となる。

大正期には、都市のホワイトカラーによる洋服の着用が一般化した。洋服需要の拡大を受け、大手百貨店（大丸など）が既製洋服（シャツなど）を本格的に扱うようになった（富澤 2013：127）。一方、都市部の工場労働者は、小倉地のオーバーオールやズボン、あるいは洋服の古着を作業服として着ていた。女性服に関しては、和服に合わせて着用されたコート類を除けば、1923年頃に日常着としての洋服（的なもの）が大阪で発売され、全国的に普及した程度であった。これは、直線断ちで、半袖のついたワンピースの形をしており、和裁技術があれば家庭でも生産できるものだった（後に「アップパッパ」と呼ばれた）。しかし、街で洋服を着ている女性は、職業婦人、学生、あるいは「モダンガール」などに限られ、多くは和服を着用していた（鍛島 2006：22-23、26；田辺 2010；刑部 2022）。

戦前の日本では、安価な衣服や子供服を除けば、洋服のほとんどは注文生産されており、洋服の普及に伴い注文洋服店が増加した。1934年7月末、東京市の洋服屋は3897軒を記録し、呉服・太物（綿・麻織物）店の軒数（2959軒）を上回った。1930年代前半、女性は、自宅で1時間前後を裁縫に充て、衣服を仕立てたり、修理をしたり、解いた服から他のものを作ったりしていた（矢木



1978：101-102) ことを踏まえると、当時は和服のみならず、洋服も大切に着用されていたと考えられる。

#### 4-5. ファッションの大衆化と多極化—戦時・戦後期（1989年まで）—

##### 4-5-1. 戦時（欧米・日本）

第二次大戦期の欧米諸国は、軍需生産を優先するため、民需向けの衣服について物資の統制と仕様の標準化を実施した。1940年6月にドイツがパリを占領して以降は、他の連合国がフランスからのファッション情報を得ることができなくなったため、各国はファッションの「自立化」を余儀なくされた。イギリスでは、自国の著名デザイナーのプロジェクト・チームを編成し、標準的な衣服を考案させた。一方、アメリカの百貨店や新聞・雑誌社は、自国デザイナーを積極的に紹介するようになった（Milbank 1996；Breward et al. 2004：109-112）。

日本は、天然資源に乏しく、兵器などの軍需品生産技術で欧米に遅れをとっていた。日中戦争期の日本政府は、テキスタイルの輸出を促進し、原燃料や機械の輸入に必要な外貨を獲得しようとした。他方で、外貨を節約するためウール、綿、パルプを用いた民需品の生産を禁止または制限し、スフなどの代替品を使用させた。統制効率化のため、専業の織物生産者は主要な紡績企業に専属し、受託加工のみを行うこととなり、自由な商業活動は大きく制限された<sup>3)</sup>（阿部・平野 2013：75-76、119-121；日本繊維協議会編 1958：293-301）。

貿易相手国との政治的関係が悪化すると、日本のテキスタイル輸出は急減した。物資不足が深刻化するなか、男性には準軍服としての国民服（1940年に発表）が、女性には非常時の活動にふさわしい服として標準服（1942年に決定）が政府から推奨された。1942年には、衣服の配給制が導入され、衣服の入手が大きく制限された。男性の国民服着用は徐々に広がったが、標準服を着る女性はいくつも増えず、和服を解いて作った「もんぺ」が広く着用された。これは、女性が上下に分かれた服装をし、ズボンははいた点で戦後の洋装化に繋がる経験となった（田辺 2010：350-356；刑部 2022：217-248）。

##### 4-5-2. 戦後（欧米）

第二次大戦後は、世界各国でファッション消費欲が再び高まった。パリのオートクチュールは、ドイツが降伏すると直ちに合同ショーを開催し、1947年に発表されたクリスチャン・ディオールの「ニュールック」は世界中で熱狂的に受け入れられた。こうしてパリのメゾンは、ラグジュアリー・ファッションでの中心的地位を取り戻した。

しかし、戦後には、ベビーブーマーズが人口構成上大きな割合を占めるようになり、彼ら、彼女らは、パリのオートクチュールやイギリス王室ファッションとは大きく異なるファッション文化を形成した。世界各国で、ジーンズやジャズなどのアメリカ文化が若者の関心を集めた。また、ロンドンでは、1955年にキングス・ロードで開店したBazaar（マリー・クワントらによる）をはじめ、芸術大学卒業生などが独自の感性を表現した既製服をブティックで販売した。こうした店がある地区には価値を共有する同世代の人々が集まり、街は大いに賑わった（南 1990：122-126；Breward ほか2006）。

パリの有力メゾンでさえ、高額で、現代的な生活感覚から乖離したオートクチュールのみで大きく成長することは、もはや困難となっていた。フランス大手繊維企業の支援を受けていたクリスチャン・ディオール社は、1947年にニューヨーク子会社を設立し、高級既製服（プレタポルテ）の

販売を開始した。1950年代の終わりには、オートクチュールの凋落は明らかとなり（グランバック 2008=2013：225）、1959年にはピエール・カルダン、1966年にはイヴ・サンローランもプレタポルテ事業を本格的に開始した。それまで、メゾンは生産者が誰かを公開することでブランドの信頼を得ていたが、1960年代にプレタポルテの販売業者が製造者名の表示をメゾンに禁じて以降（グランバック 2008=2013：234）、ハイ・ファッション・ブランドでさえ顧客に生産背景を知らせなくなった。

戦後に広く普及した石油由来の合繊繊維は、一部のクチュリエにより未来をイメージさせる新技術として活用される一方、衣服のコスト削減と機能性向上を実現した。例えば、ポリエステルは、混紡によってテキスタイルの耐久性・機能性（防しわ性など）を高めることができ、シャツ地などに広く利用された（阿部・平野 2013：143）。しかし、それは自然界での分解に長期間を要し、洗濯などで損耗すると微粒子化して拡散するため、後に衣料廃棄物処理、マイクロプラスチックなどの問題を深刻化させた。

プレタポルテは、クチュリエとしての技能を持たない既製服デザイナー（スティリスト）に活躍の場を提供した。パリでは、1970年に「ジャングル・ジャップ」をオープンしたケンズーがスターデザイナーとなり（グランバック 2008=2013：270-278、287）、フランス以外の国にも、国際的に事業を展開するデザイナーが現れ、「ファッション都市」が形成された。例えば、1978年にミラノ・コレクションを開催したイタリアは、80年代にジョルジオ・アルマーニらのファッションで世界を席巻した（堀江 2011：574-575）。また、1970年代から1990年代にかけ、アメリカでは、カルヴァン・クライン、ダナ・キャラン、ポロ・ラルフローレンなどがシンプルで、機能的なファッションの流行を作った。ロンドンでも、1980年代以降、ヴィヴィアン・ウェストウッドらが世界的な注目を集めるようになった（Breward 2003：182-215）。

1970年代に入ると、ニクソン・ショック、オイル・ショックなどに伴う世界的な不況と物価上昇が生じ、ファッション産業における低価格志向が強まった。こうしたなか、百貨店のプレタポルテとチェーンストアの既製服の間の価格帯のマス・ファッションを扱う、イタリアの「ベネトン」やアメリカの「リミテッド」のような製造小売チェーンが成長した。特にベネトンは、国際的な店舗網を築いた点で先駆的であった（桜井 1989；ベネトン 1990=1992）。

アメリカでは、都市人口の郊外化とモータリゼーションが進み、これを受けて郊外への百貨店進出やショッピングセンターの建設が活発化した。しかし、1970年代以降悪化した景気は回復せず、1980年代後半以降、経営危機に陥る百貨店が続出したため、各地から歴史ある店が失われたり、名目だけのものとなったりした。企業再編・統合の結果としての大規模小売チェーン網の拡大は、購買経験の地域的な均一化をもたらした（Howard 2015：3）。

衣服業者は、コストを引き下げようと輸入品の仕入を増やしていった。これに対し、アメリカでは、国内生産を維持するため、標準化された情報技術を用い、小売店頭での販売情報に基づき、衣服の供給を微調整できる生産・販売・物流体制づくり（Quick Response：QR）が考案され、ディスカウントストアなどで一定の普及をみた（通商産業省生活産業局編 1994：42-45）。これは、多品種生産における不良在庫の削減という点では環境の持続可能性向上に貢献するものだが、大量生産・消費を前提としている点で限界があった。

#### 4-5-3. 戦後（日本）

戦後日本のファッション消費は、女性による洋装化を一つの特徴とした。少なからぬ日本の女性

は、アメリカのファッションを紹介し、型紙が付いたスタイルブックなどを参考に、洋服を入手しようとした（ゴードン 2012=2013：287-290）。洋裁店の開業、洋裁学校経営・教育、家庭内職での縫製など、就業のための技能習得への関心もあって、1946年以降に洋裁学校が再開されると入学希望者が殺到した（鍛島 2006：27；吉本 2004：29-31）。1956年には都市部でのミシン普及率が75%となり、1957年の洋裁学校数は7000校を数えた（田辺 2010：364）。1950-60年代の日本人女性にとって、裁縫は、自由時間の主要な過ごし方の一つであった（ゴードン 2012=2013：283-284）。

ラグジュアリー・ファッションの分野では、百貨店が、パリのオートクチュール・メゾンなど海外企業と連携して流行情報の入手や洋服製造技術などの習得を進めた。例えば、大丸は、1953年にクリスチャン・ディオールのファッション・ショーを開催し、1956年にはクリスチャン・ディオール社から型紙を購入し、技術などの指導を受け、クチュールの複製品を日本で独占販売する権利を得た（大川 2015：21）。より安価なファッション衣料を提供するため、有力百貨店によるヨーロッパからの輸入プレタポルテ事業（富澤 2013：168）や日本の有力企業（百貨店、合繊メーカーなど）と欧米企業との契約に基づくライセンス・ブランド事業（新居 2007）も始まった。

檜山、三陽商会などの既製服メーカーは、有力百貨店などが主導するライセンス事業への参加（新居 2007）や、単独での欧米企業との提携を通じて、既製洋服ビジネスに必要なノウハウを獲得した。1960年代には、品揃えを総合化し、自社ブランドを開発し、マスメディアによる広告を打ち、販売網を全国に広げた（木下 2004：168-169）。衣服の製造を担うメーカーの自家工場や受託縫製業者は、1950年代の対米輸出や欧米工場の視察を通じ、製品設計、生産管理（例：科学的管理法）などについて学習した（大内・田島 1996：249-250；中込 1975：191-192）。

より広い所得階層で洋服への需要が増加すると、百貨店よりもコスト切り下げ志向の強い小売業態が発展した。例えば、1955年、大阪のハトヤは衣料品のセルフサービスを導入した（矢作 2004：233）。1960年代になると、専門店チェーン（鈴屋など）が台頭し、洋服を日常的に着るようになった若い女性を重要なターゲットとした（矢作 2004：240）<sup>4)</sup>。また、日本では合繊の開発と応用が特に活発であり、多様な意匠性や高度な機能性をもつ合繊素材の衣服が安価に提供された。流行をある程度取り入れ、一定の物的品質を満たした多様な洋服が安く手に入るようになると、洋裁に対する女性の関心は薄れていった（ゴードン 2012=2013：322）<sup>5)</sup>。

紡績企業は、高度成長期前半に隆盛を誇ったが、1970年代にニクソン・ショックなどの国際環境変化に直面すると、国内繊維事業を縮小し、賃金が安い他国に生産拠点を移しはじめた。ダイエーなどの量販店は、1972年以降、商社と連携して輸入品の取り扱いを急増させた（富澤 2013：138）。ファッション以外の様々な欲望が刺激され、衣服の低価格化が進むと、日本人の衣服への支払い意欲は減退し、1973年以降、消費支出に占める「被服及び履物」の割合は長期的に低下し続けた（総務庁統計局編 2010）。

それでも、後の時代に比べると、国内衣服需要は安定していた。百貨店は、大都市だけでなく地方でも店舗網を広げ、若年層を狙った廉価なプライベート・ブランドの展開を進めた。有力な既製服メーカーは、品揃えの総合化や多ブランド化を進め、拡張する百貨店の売り場を我がものとしつつ（木下 2004：153-159、161-62）、大きく成長する量販店や郊外ショッピングセンター向けの販売や出店も増やした（富澤 2013：167-173）。1970年代後半から郊外での単独出店を積極化した紳士服チェーン（青山商事など）も成長した（矢作 2004：241）。

欧米と同様に日本でも、若者が独自の文化に基づくファッション市場を形成した。都心部では、1969年の池袋パルコ開店を皮切りに、ファッションビルが相次いで建設され、多くの若者で賑わう

ようになった（木下 2004：160、162-163）。また、都心志向の専門店チェーンやセレクトショップも発展した（矢作 2004：241；山口 2006：50-77）。

洋服のファッションでは、日本企業のほとんどは欧米に追随してきたが、戦後には、森英恵、三宅一生、山本耀司、川久保玲などのクチュリエやデザイナーが、国際的に高い評価を受けるようになった。パリで活動を始めた高田賢三も含め、彼ら・彼女らの独創性の源泉の一つは日本の文化であり、素材・衣服の企画・開発においては、様々な規模の国内のテキスタイル・衣服企業が重要な役割を果たした（富澤 2013：236）。

1970年代以降、日本のテキスタイル・縫製工場の多くは、高度成長期から続く賃金上昇、1971年以降の対米輸出自主規制や円高により、輸出向け生産の大幅な減少を経験した（大田 2005）。しかし、国内の中高級品需要を対象に、生産技術の高度化に適応し、顧客からの厳しい品質基準を満たしつつ、小ロット・短納期の注文に対応することで、多くが存続・発展できた。繊維（テキスタイル）工業の場合、従業者数は1960年代には減少に転じていたものの、付加価値生産性は1980年代半ばまたは1990年まで上昇し続けた（大田 2007：17）。また、衣服その他の繊維製品製造業の従業者数は、1990年まで増加傾向を維持した（大田 2005：142）。一方、着物の小売市場は、1980年代以降、急激に縮小した（奥山 2020：128-130）。

安価な衣服が大量に供給されるようになると、衣服は使い捨てられるようになった。1977年には、1年に購入される衣料品の74.2%が不要とされ、その66%がゴミとして焼却されとの調査結果が発表された（田辺 2010：374）。焼却処分される背景の一つには、1950年代に入り合成繊維が天然繊維と混用されるようになって以降、ボロが製紙原料として利用されなくなった（朝岡 2003：212-216）ことがある。

#### 4-6. 衣生活の持続可能性の危機—1990年代以降—

1990年代以降は、ファッション産業における企業再編やグローバルな事業活動が大きく進展し、衣生活の持続可能性の危機が世界的に議論されるようになった。ラグジュアリーの分野では、国境を超えてブランドを統括するコングロマリットが誕生した。例えば、1980年代半ばから各分野の有力ブランドを買収してきたベルナール・アルノーは、1989年以降、次々とファッション・ブランドを傘下におさめていった（ドンゼ 2022：106）。今や衣服に限らず、酒類、化粧品などのラグジュアリー市場で中心的な位置を占めるのは、彼が率いるLVMHをはじめ、リシュモン、ケリングといったグループを構成する企業群である。しかも、それらの傘下ブランドは、1990年代半ばから戦略的に重要な国に販売子会社を設立し、大型の路面店を構え、製品を直接輸出・販売するようになった。その結果、ライセンス事業は大幅に縮小ないし廃止されることとなり、日本のライセンシー（例：バーバリーの場合、三陽商会）は大きな打撃を受けた。

ヨーロッパでは、H&MやZARAのような、安価で、流行を取り入れた衣服を次々と発売し、購買意欲を刺激する「ファスト・ファッション」型SPA（Specialty store retailer of Private label Apparel）が台頭し、グローバルな店舗展開を進めた。日本では、青山商事などの紳士服量販店チェーン、「ユニクロ」や「GU」を展開するファーストリテイリング、しまむらなどが急成長し、中でもファーストリテイリングは、世界の主要都市に旗艦店を構え、今やグローバルなSPAと同等の規模になった。大手のセレクトショップも、PB商品を品揃えの中心に据え、低価格かつ収益性の高い商品で核ブランドをオリジナル化した点では、これらの企業と同様の事業を展開している（小島 1999：157-170）。



様々な小売業態が店舗網を広げ、競合が激化すると、リミテッド社のような、かつて隆盛を誇った企業でさえ経営破綻するものが現れ、百貨店、量販店、ショッピングセンターなどの再編・統合もさらに進んだ。人口の郊外化とモータリゼーションが進んだ結果、中心市街地で百貨店や中小専門店が衰退し、郊外のロードサイドに並ぶ大型店が主な買い物場所となった。それらは、特に郊外や地方における小売サービスの均一化をもたらした。アメリカでは、インターネット、携帯端末、そしてオンライン決済の普及に伴い、衣服産業でも EC（電子商取引）の拡大が本格化し、郊外型ショッピングセンターなど大型店舗の大量閉鎖が発生している。

日本では、バブル崩壊後の長期不況、安価な輸入品との競合、大手企業の経営悪化や企業再編、ライセンス生産の縮小が進むなか、アメリカの QR 運動を参考に、小売店頭での販売動向を反映した、ロスの少ない短納期の生産・販売体制の構築が推進された（富澤 2003：148-149）。しかし、これは製品単価引き上げに直接寄与するものではなく、収益性向上策としては限界を持っていた。多くの企業は、中国、ベトナム、バングラディシュなどへの大量発注や工場進出を行い、国内工場では非正規労働力や外国人技能実習生への依存を高めることで、収益の維持・増加や労働力の確保を図った（柴田 2022：74-75）。

日本においても、衣服市場は慢性的な供給過剰になっていた。1990年から2010年頃までの間に衣服購入点数が多く、品目で減少傾向にあったにもかかわらず、日本の衣服供給量は増え続けた（経済産業省製造産業局生活製品課 2021：23-24）。競合が強まるなかで、衣服の平均単価は、1990年から2019年の間に6848円から3202円に下落した<sup>6)</sup>。中高級品需要が縮減し、多様な顧客からの開発依頼に応じてきた日本の産地は、急激に縮小した（大田 2007）。

インターネット、ウェブサイト、SNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）が発達すると、誰もがテキスト、写真、動画で情報発信できるようになった。やがてインターネット上に情報があふれ、著名人、YouTuber などが「インフルエンサー」として台頭した。こうした変化は、知名度が低く資金力が乏しい者でもプロモーションや販売が可能になった点で画期的だった。他方で、雑誌など、従来のファッション情報媒体の利用は大きく減少した。

ファッション産業の大規模化、コスト削減の重視、商品の計画的陳腐化は、膨大な衣料廃棄物の排出、後発工業国労働者の人権侵害などを深刻化させており、パタゴニアなど一部のブランドでは早くから問題解決に取り組んできた。2011年以降は、ケリング、LVMH などのコングロマリットが自社の環境負荷を把握する体制を整備しはじめた（福田 2023：82-83）。ファッション産業の問題への関心は、2013年の「ラナプラザ」（グローバル・ブランドの下請縫製工場が入居していたバングラデシュのビル）崩落事故で世界的に高まり<sup>7)</sup>、日本では、2015年に国連で採択された「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」の SDGs（Sustainable Development Goals）が注目されて以降、持続可能性の問題が人口に膾炙するようになった（柴田 2022：68）。

政府機関では、EU の取り組みが先駆的である。2019年に EU が発表した「欧州グリーンディール」は、2050年までにカーボンニュートラルを達成するとの目標を設定しており、翌2020年に示された「新循環経済アクションプラン」では、テキスタイル・アパレル産業が環境負荷の高い産業の1つとして選ばれた。2022年に策定された「持続可能な循環社会に向けた EU テキスタイル戦略」においては、製品に対する生産者の責任を製品のライフサイクルの使用済み段階まで拡大する「拡大生産者責任」アプローチが採用され、グリーン・ウォッシングに対する規制など多面的な対策が検討されている（福田 2023：83-102）<sup>8)</sup>。

いくつかのグローバル・ブランドは、環境会計報告書を作成するとともに、ライフサイクルアセ



スメントに基づき、リサイクル可能な素材・製品の開発・生産や販売後の製品回収・修理を開始している。また、自社の取り組みについて第三者機関による認証（GOTS：Global Organic Textile Standard など）を取得するテキスタイル・アパレル企業も増えつつある。これらは、製品開発の方針転換、サプライチェーンのトレーサビリティや透明性の確保、販売後の顧客や製品へのサービス拡張を通じ、社会的分業による情報分断を克服しつつ環境負荷を低減しようとするものである。このほか、リユース市場の世界的な拡大も注目される（福田 2023：43-48）。

製品・生産技術<sup>9)</sup>に関しては、生分解性プラスチックの開発・導入など、人工物の利用継続を前提に、石油由来の素材への依存軽減の取り組みが活発化する一方で、植物繊維原料の有機栽培、天然染料の使用、綿作や養蚕、直線裁断の採用など、在来的な技術への関心も高まっている（Fletcher・Grose 2011=2014：12-48）。こうした在来技術に小規模工業生産や手仕事を組み合わせ、新たな市場機会を得る中小企業が現れつつある。このアプローチには、環境や身体への悪影響を小さくするだけでなく、人工化によって希薄になっていた自然や動植物と人間との繋がりを取り戻すという意味もある。その実践は、自国や産地の自然・文化を見直すきっかけをも提供し、新たな地域づくりとして結実しつつある<sup>10)</sup>。

衣服に愛着を感じ、大切に着続け、不要になったものでも安易に廃棄しない衣生活者の育成を通じ、過剰な衣料消費の減少および衣生活の幸福度の向上をめざす取り組みもある。中小企業や産地がなお多数存在する日本では、「オープンファクトリー」やワークショップを通じた工房・工場訪問や生産体験の提供が各地で行われるようになった<sup>11)</sup>。また、衣服を生産するための型紙・素材、設備、知識などを提供するソーイング教室も登場した<sup>12)</sup>。このほか、海外では、手編みなど、多くの人に関わられた衣服づくりの再評価に加え、オンライン上のDIY（Do It Yourself）コミュニティの誕生やオープンソースのデジタル小型製造装置の開発が生産へのアクセスを向上させていることが注目される（Fletcher・Grose 2011-2014：149；メニキネッリ・マッシモ、2017=2020：202-207）。

中小企業は、旧技術の使用、少ない需要への対応、利害関係者との近接性、地域の文化・自然・コミュニティとのつながりの深さなどの点で、衣生活の持続可能性向上に独自の貢献ができる存在である。既存の取引先からの受注が減少した結果、中小企業は、比較的自由に産地外で販売活動ができるようになり（そうせざるを得なかった面もある）、インターネットによるコミュニケーションや取引の容易化はそれを後押しした。国内の顧客の低価格志向が強まるなか、国際展示会の対外開放が進んだ結果、海外のラグジュアリー・ブランドなど高級ゾーンへの販路開拓を試みる日本の中小テキスタイル企業も増え、一定の成果を上げつつある（大田 2015）。

こうした企業単独あるいは協働での取り組みは、業種・業態・地域を超えた活動を必要としている<sup>13)</sup>。その実践は容易ではないため、環境・社会・経済の全ての面で持続可能とはいえない状況にある中小企業は少なくない。こうした制約を克服する上で、来訪者や移住者の協力を得たり、実践者のコミュニティ（例：テキスタイル産地ネットワーク）を作ったりすることが、時には現況打開の重要なきっかけを提供している（大田 2016；2019；2023）。

#### 4-7. おわりに

以上の衣生活の歴史的変化を整理したものが、表4-1である。工業化以前、衣服は庶民にとって高価で、簡単には購入できないものだった。しかし、衣服の生産者と着用者の社会的な距離は近く、近隣から原料などを入手することさえあったので、着用者が衣服の生産背景を理解し、衣服に愛着を感じたり、衣服を大切に着用・活用するための技能を形成したりする機会があった。自ら生

表4-1 衣生活の歴史的変化

	服装とその社会的背景	社会的分業による衣服の生産・流通	衣服の価値・価格、着用者による生産・修理・再利用
工業化以前	【欧米・日本】封建制、服装・営業の不自由 【日本】在来の服装文化	【欧米・日本】権力者によるファッションの政治的利用、特権を持つ職人・商人による生産・流通、庶民による自家生産、自家生産または近隣で採集できる原料の使用、身体・道具による生産、社会的分業の未発達、特定の着用者を想定した生産・販売、古着の広範な流通	【欧米・日本】高い衣服価格、衣服新調の儀式的性、生産・修理の知識・技能獲得の機会や自然・文化との関係を感じる機会の存在、衣服への強い愛着、長期の着用・再利用 【日本】生産・修理・再利用の容易な衣服の着用
第一次大戦まで	【欧米・日本】近代国家の誕生、服装・営業の自由化、労働者の増加、機械の発明・発達、貿易の発展 【欧米】国際的な衣服需要の均一化、大規模な都市開発、消費のレジャー化 【日本】開港、欧米文化の導入、礼服の洋装化	【欧米・日本】テキスタイル産業の近代化（社会的分業の発達と生産手段の人工化）、繊維原料や染料の輸入化 【欧米】衣服生産の近代化（社会的分業の発達と機械化）、衣服の設計標準化・既製品化、クチユリエの台頭、バリの国際ファッション都市化、劣悪な条件での労働（労使対立へ）、小売商の近代化 【日本】近代技術（合成染料など）の和服への応用、洋服生産技術の移植（洋服国産化の始まり）、呉服商・古着商の百貨店化と洋服事業の開始	【欧米・日本】手仕事の重要性の低下、繊維原料や染料の生産背景からの隔絶 【欧米】衣服の記号化、衣服価格の低下、既製服化、自家生産の衰退、テキスタイル・衣服生産者との社会的距離の増大、衣生活と自然・文化との関連の希薄化（紡織編・縫製）、古着の国内需要減退と輸出増加 【日本】和服の着用と自家生産の継続、女子学生などによる洋服生産技能の習得、古着再利用の近代化（洋紙原料）
戦前期	【欧米・日本】第一次大戦勃発、世界恐慌 【欧米】アメリカの発展、女性の社会進出、ファッション消費の大衆化、若さの重視 【日本】都市化、男性の仕事・外出着の洋服化、女学生や職業婦人による洋装化、女性の簡易な洋服的日常着の普及	【欧米・日本】繊維原料の人工化（レーヨン）、大規模小売商と中小小売商の対立 【欧米】バリ有力メゾンの市場国際化（特に対米輸出の増加）、近代商業・金融によるファッション産業への関与、小売サービスの簡素化（セルフサービス、通信販売など）、百貨店のファッション化 【日本】衣服市場の拡大、テキスタイルの輸入代替化、アイテム特化型既製服メーカーの発展、百貨店における洋服業の本格化、注文服店の増加	【欧米・日本】衣生活と自然・文化との関連の希薄化（繊維原料の人工化による） 【欧米】高級品と既製服の消費増加、衣服購買における学習機会の減少（特にファッション以外の内容）、高級品需要の減少（世界恐慌後） 【日本】男性洋服の既製品化、衣服購入の増加、女性の洋裁学習者の増加、簡単な洋服的日常着の自作、自宅での裁縫の継続
戦時	【欧米・日本】戦争勃発、物資統制、軍需優先と民需抑制、ドイツによるパリ占領 【日本】輸入原料への依存、低い軍需工業技術	【欧米・日本】各国ファッションの自立化（フランスを除く）、衣服の標準化と配給化 【日本】原料の自給化、輸入原料を用いるテキスタイルの輸出奨励と民需消費の制限、中小製造業の系列化、商業者の存立困難	【欧米・日本】衣生活と衣服生産・購入の制限、衣服の修理・改造の活発化 【日本】輸入原料を用いた衣服の入手困難（代用品の着用）、国民服の導入、女性による洋服的衣服（例：もんぺ）の着用
戦後	【欧米・日本】経済の復興・成長、ベビーブーム、ファッションのカジュアル化・大衆化、石油化学工業の発展、オイル・ショック、郊外化とモータリゼーション 【欧米】ファッション都市化への協働 【日本】アメリカ主導の経済復興、「経済大国」化、女性の洋装化	【欧米・日本】若者市場の拡大、ブティックの発展、プレタポルテの拡大と市場細分化、石油由来の繊維原料の普及、小売業のサービス簡略化・均一化と郊外出店、生産・流通の情報化 【欧米】オートクチュールの復活・衰退、プレタポルテにおける生産者情報の秘匿、自国デザイナーの台頭とファッション都市化（イギリス、アメリカ）、近代小売業における企業再編 【日本】欧米ブランドの導入、欧米企業からの技術学習、総合既製服メーカーの発展、地方・海外への工場移転、小売業態の多様化・チェーン化、自国デザイナーの国際的活躍	【欧米・日本】高級品需要の復活、既製服のファッション化、衣生活と自然・文化との関連の希薄化、ファッション消費の短サイクル化（使い捨て）、購買経験の均一化、リサイクルや生分解の困難化 【欧米】自国デザイナーズ・ブランドへの関心の高まり（フランスを除く）、低価格志向の消費者の増加 【日本】ミシンの普及、洋裁人口の増加・急減、女性による既製洋服の購入増加、和服生産・着用技能の衰退、総支出に占める衣服支出の比重低下
一九九〇年代以降	【欧米・日本】経済統合（EUの誕生など）、新興国の台頭、情報技術の発達、地球環境問題や人権問題への関心の高まり、リーマン・ショック、COVID-19の流行、ロシア・ウクライナ戦争 【日本】長期不況、災害（東日本大震災など）、ライセンス・ブランド事業の継続困難	【欧米・日本①】輸入増加と国内生産の縮小、製造小売チェーンのグローバル化、大規模小売商の再編・統合、SNSとECの活用 【欧米・日本②】環境・社会関連企業情報の開示、環境負荷の低い原料やリサイクル・リユース技術の開発、衣服修理サービスの提供、生産現場の見学者受け入れやワークショップの実施、在来技術の採用 【欧米①】ラグジュアリー企業のコングロマリット化 【欧米②】環境・社会問題解決のための政府規制の導入と企業間連携の形成、国際的な環境認証機関の発足 【日本①】国内ライセンスの存立の危機、非正規労働力への依存増大 【日本②】中小企業の自販化と連携	【欧米・日本①】生産背景が不明な、最新の流行に沿った安価な衣服の氾濫、購買経験の均一化・バーチャル化、不特定多数の人々による流行形成 【欧米・日本②】衣服の生産背景や生産・修理・再利用の技能習得への関心の高まり、DIY 公共スペースや衣服修理サービスの利用、ファッション・アイテムとしての古着の購入

注)「1990年代以降」の時期の項目のうち、「①」は近代化の延長線上の内容であり、「②」は近代化から生じる諸問題の克服に関わる内容である。

出所) 筆者作成。

産する衣服には、作り手の感性・技能や地域の自然・歴史・文化が表現されていた。

服装や営業が自由になり、衣服の生産・流通が近代化したことで、こうした衣生活は大きく変化した。企業は、繊維原料などの人工化、社会的分業の細分化・グローバル化、小売サービスの簡素化により、ファッションの大衆化、市場の細分化、商品の計画的陳腐化を伴った大量生産・販売体制の構築を進めた。衣服は一定の機能を安価に発揮するようになり、多くの人々がファッションや消費を楽しむことができるようになった。しかし、自分の衣服の生産・流通・再利用・廃棄の各関係者の様子を見たり、そうした人々と対話したりする機会や、衣服の生産、修理などの技能を身につけたり、自然や動植物の現況に関心を持ったりする機会が失われた。その結果、衣服着用者の多くは、与えられるファッションを消費し、衣服を使い捨てるようになった。

日本では、日常着の洋装化と和服関連業者による製品高級化により、多くの人々の日常生活から和装が消え、持続可能性の高い独自の服装文化が衰退の危機に瀕している。一方、未経験だった洋服業に関しては、基本的に欧米企業に追随せざるを得なかった。国内の中小企業からの協力を受け、日本の服装文化を活かし国際的な名声を得た日本人クチュリエ・デザイナーは現れたものの、バブル崩壊後は国内市場での競争激化と単価低落により中小企業や産地の存立が脅かされ、地域の小売商が衰退して丁寧な小売サービスを受ける機会が失われようとしている。日本の中小企業関係者が自己搾取的に働いたり、非正規労働力や技能実習生を活用したりするだけでは、こうした問題を解決することは難しい。

以上のような変化が、衣生活の持続可能性を乏しいものにしている。問題解決に向けた近年の取り組みは、こうした近代化の限界を克服したり、在来的な方法の利点を活かしたりする面を持っている。在来的なものを活かそうとする場合でも、それは古の技法や衣生活に立ち返るだけでなく、デジタル新技術の活用、新たなタイプの顧客の開拓、小売・消費者サービスへの進出など、従来と異なる活動を伴っていることが多い。そこでの困難を乗り越えるには、自己革新だけでなく、新たな事業パートナーや顧客を獲得することも必要となる。

日本には小さな生産者・商業者が比較的多く存在し、その中には日本特有の服装文化・技術を継承しているものが含まれている。クラフト、生産・修理、古着、地方の自然や文化への関心の高まりなど、衣生活に関する人々の意識・行動の変化は、日本の中小企業や産地に新たな選択肢を提供している。近年の実践事例は、全ての利害関係者の衣生活の豊かさ向上を目指し、そうした価値や目標を共有できる人々のコミュニティを醸成することが持続可能なアントレプレナーシップの発揮において重要であることを示唆しているように思われる。

#### 付記

本研究の一部は、JSPS 科研費19K01826、23K01577の助成を受けたものです。

#### 【参考文献】

- 阿部武司・平野恭平、2013、『繊維産業』日本経営史研究所。  
Adamson, G., 2014, Tailoring and Craft. In Stanfill, S. (ed.) *The Glamour of Italian Fashion since 1945*. Victoria and Albert Museum, 217-220.  
新居理絵、2007、「1960年代の日本製ブレタポルテ：日本におけるパリ・ファッション受容に関する一考察」『Dresstudy：服飾研究』52号、25-32。  
朝岡康二、2003、『古着』法政大学出版局。  
ベネトン、ルチアーノ、1990=1992、『ベネトン物語：革新的企業哲学はなぜ生まれたか』金子宣子訳、ダ

- イヤモンド社。
- Breward, C., 2003, *Fashion*. Oxford University Press.
- Breward, C.・Gilbert, D.・Lister, J., 2006=2006、『スウィング・シックステイズ：ファッション・イン・ロンドン1955-1970』古谷直子訳、ブルース・インターアクションズ。
- Breward, C., Ehrman, E. & Evans, C., 2004, *The London Look: Fashion from Street to Catwalk*. Yale University Press.
- キャリー, ブラックマン、2009=2020、『メンズウェア100年史』桜井真砂美訳、トゥーヴァージンズ。
- チャップマン, スタンリィ・D., 1987=1990、『産業革命のなかの綿工業』佐村明知識、晃洋書房。
- Chapman, S., 1993, The Innovating Entrepreneurs in the British Ready-made Clothing Industry. *Textile History*, 24(1), 5-25.
- Chapman, S., 2004, The “Revolution” in the Manufacture of Ready-made Clothing 1840-60. *The London Journal*, 29(1), 44-61.
- ドンゼ, ビエール＝イヴ、2022、『ラグジュアリー産業：急成長の秘密』有斐閣。
- Fletcher, K.・Grose, L., 2011=2014、『循環するファッション：新しいデザインへの挑戦』文化学園大学服装学部USR推進室訳、文化学園文化出版局。
- 福田稔、2023、『2040年アパレルの未来：「成長なき世界」で創る、持続可能な循環型・再生型ビジネス』東洋経済新報社。
- Gamber, W., 1997, *The Female Economy: The Millinery and Dressmaking Trades, 1860-1930*. University of Illinois Press.
- Godley, A., 1997, The Development of the Clothing Industry: Technology and Fashion. *Textile History*, 28(1), 3-10.
- ゴードン, アンドルー、2012=2013、『ミシンと日本の近代：消費者の創出』大島かおり訳、みすず書房。
- Green, N. L., 1997, *Ready-to-wear and Ready-to-work: A Century of Industry and Immigrants in Paris and New York*. Duke University Press.
- グランバック, デイディエ、2008=2013、『モードの物語：パリ・ブランドはいかにして創られたか』井伊あかり訳、文化学園文化出版局。
- 濱田雅子、2009、『アメリカ服飾社会史』東京堂出版。
- Honeyman, K., 2000, *Well Suited: A History of the Leeds Clothing Industry, 1850-1990*. New York: Oxford University Press.
- 堀江瑠璃子、2011、『イタリア・ファッションの旗揚げ』イタリア文化事典編集委員会編『イタリア文化事典』丸善、574-575。
- Howard, V., 2015, *From Main Street to Mall: The Rise and Fall of the American Department Store*. University of Pennsylvania Press.
- 鍛島康子、1988、『既製服の時代：アメリカ衣服産業の発展』家政教育社。
- 鍛島康子、2006、『アパレル産業の成立：その要因と企業経営の分析』東京図書出版会。
- 経済産業省製造産業局生活製品課、2021、『繊維産業のサステナビリティに関する検討会報告書：新しい時代への設計図』。
- 木下明浩、2004、『衣料品流通：コモデティからブランドへの転換』石原武政・矢作敏行編『日本の流通100年』有斐閣、133-172。
- 北山晴一、1991、『おしゃれの社会史』朝日新聞社。
- 小島健輔、1999、『SPA の成功戦略』商業界。
- ランダス, D. S., 1969=1980、『西ヨーロッパ工業史 1：産業革命とその後 1750～1968』石坂昭雄・富岡庄一訳、みすず書房。
- 松岡利夫編、1976、『周防長門の生活誌』山口県教育会。
- メニキネッリ, マッシモ、2017=2020、『ファブラボのすべて：イノベーションが生まれる場所』高崎拓哉・田中浩也訳、ビー・エヌ・エヌ新社。



Milbank, C. R., 1996, *New York Fashion: The Evolution of American Style*. Abrams.

南静、1990、『パリ・モードの200年 2』文化出版局。

永原慶二、2004、『苧麻・絹・木綿の社会史』吉川弘文館。

中込省三、1975、『日本の衣服産業』東洋経済新報社。

中山千代、1987、『日本婦人洋装史』吉川弘文館。

日本化学繊維協会編、1974、『日本化学繊維産業史』日本化学繊維協会。

日本繊維協議会編、1958、『日本繊維産業史 各論篇』繊維年鑑刊行会。

大川知子、2015、「仏国クチュール・メゾンの産業貢献」『日仏経営学会誌』32号、18-30。

奥山雅之、2020、「需要縮小と構造変化：和装産地：西陣・丹後・桐生・十日町・米沢」加藤秀雄・奥山雅之『繊維・アパレルの構造変化と地域産業：海外生産と国内産地の行方』文眞堂、128-166。

刑部芳則、2022、『洋装の日本史』集英社。

大田康博、2005、「アパレル製造企業の事業再構築と生産システム」坂本清編『日本企業の生産システム革新』ミネルヴァ書房、135-166。

大田康博、2007、『繊維産業の盛衰と産地中小企業：播州先染織物業における競争・協調』日本経済評論社。

大田康博、2015、「繊維産業における市場創造志向の水平的協働：フランス・イタリア・日本の展示会と中小企業」『徳山大学論叢』第81号、43-70。

大田康博、2016、「地方繊維産地のコミュニティを変革する制度的『外部者』：『よそ者』の動機、資源、ネットワーク」『中小企業季報』2016、No. 3、1-14。

大田康博、2019、「来訪型マーケティングによるクラフト的中小企業の『自立化』：久留米絨織元『下川織物』の事例」『福岡大学商学論叢』第63巻第3・4号、301-335。

大田康博、2023、「地域を越えた実践者のコミュニティを創る：メンバーの学習と協働を刺激する『テキスタイル産地ネットワーク』」『公益財団法人中小企業研究センター年報 2023』16-26。

大内順子・田島由利子、1996、『20世紀日本のファッション：トップ68人の証言でつづる』源流社。

ペロー、フィリップ、1981=1985、『衣服のアルケオロジー：服装からみた19世紀フランス社会の差異構造』大矢タカヤス訳、文化出版局。

桜井多恵子、1989、『マス・ファッション・アパレルチェーンのモデル リミテッド社はなぜ世界最大になったか：専門店のチェーンシステムづくり』商業界。

柴田仁夫、2022、「新たな協奏曲面としてのSDGsへの対応：サステナビリティと競争戦略」奥山雅之・加藤秀雄・柴田仁夫・丹下英明編著『繊維・アパレルの集団間・地域間競争と産地の競争力再生』文眞堂、68-87。

白木屋、1953、『白木屋三百年史』。

総務庁統計局編、2010、『家計調査通信』435号。

田辺真弓、2010、「近代の衣服：洋風化の時代」増田美子編『日本衣服史』吉川弘文館、285-358。

田村均、2004、『ファッションの社会経済史：在来織物業の技術革新と流行市場』日本経済評論社。

田中忠三郎、2009、『みちのくの古布の世界』河出書房新社。

田中淑恵、2015、「平面構成の衣服」日本家政学会編『衣服の百科事典』丸善、48-53。

辰馬信男、1980、「ボン・マルシェ」原輝史編『フランス経営史』有斐閣、101-121。

富澤修身、2003、『ファッション産業論：衣服ファッションの消費文化と産業システム』創風社。

富澤修身、2013、『模倣と創造のファッション産業史：大都市におけるイノベーションとクリエイティビティ』ミネルヴァ書房。

友松憲彦、2001、「衣の社会経済史（Ⅰ）：19世紀ロンドンの古着流通」『駒沢大学経済学論集』、第32巻第2号、103-139。

友松憲彦、2005、「衣の社会経済史（Ⅲ）：19世紀イギリス都市労働大衆の衣料消費」『駒沢大学経済学論集』第36巻第4号、23-52。

通商産業省生活産業局、1994、『世界繊維産業事情：日本の繊維産業の生き残り戦略』通商産業調査会。

Ugolini, L., 2003, Ready-to-wear or Made-to-measure?: Consumer Choice in the British Menswear Trade,



1900-1939. *Textile History*, 34(2), 192-213.

渡辺徳二、1968、「製藍業の近代化と化学製品取扱商の誕生」渡辺徳二編『現代日本産業発達史 13 化学工業 上』現代日本産業発達史研究会、32-39。

矢木明夫、1978、『生活経済史：大正・昭和篇』評論社。

矢作敏行、2004、「チェーンストア：経営革新の連続的展開」石原武政・矢作敏行編『日本の流通100年』有斐閣、217-261。

山口淳、2006、『ビームスの奇跡』世界文化社。

吉本洋子、2004、「花開く洋裁学校」小泉和子編著『洋裁の時代：日本人の衣服革命』農文協、21-46。

#### 注

- 1) 分業が細分化されている場合、未経験者でも早く即戦力になることができるが、生産工程全体を理解する能力が身につかないため、受け取る賃金は安く、伸び悩むことになる（富澤 2013）。
- 2) イタリアでは、第二次大戦後も、地元のテーラーが男性の社交場として機能し続けた（Adamson 2014：218）。
- 3) 絹は自給できたものの、食料確保のため桑畑がサツマイモや大豆の生産に転用された（矢木 1978：167）。
- 4) 洋装化の背景には、住宅の洋風化、生活家電の普及による女性の時間的自由化、レジャー活動の活発化、マスメディアによる欧米の文化やファッション情報の伝播などがあった（田辺 2010：366-368）。
- 5) 和服は女性により主に晴れ着や礼服として着用され続けたが、和服を一人で着ることができない若者が増え、着付け教室が生まれた（矢木 1978：22-23）。
- 6) 環境省ウェブサイト（2023年7月7日取得、[https://www.env.go.jp/policy/sustainable\\_fashion/](https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/)）。原資料は、総務省「家計調査」。
- 7) このビルにはグローバル・ブランドの生産を受託する縫製工場が入居していた。建物の老朽化が指摘されていたにもかかわらず対策が取られなかったため、従業者など1130人以上が事故で命を失った。
- 8) 国連は、2019年に「持続可能なファッションのための国連アライアンス」を立ち上げた。日本では、Japan Sustainable Fashion Alliance が2021年に設立された。
- 9) 本稿では取り上げられなかったが、インクルーシブ・デザインも重要なアプローチの一つである。
- 10) 一例として、福岡県筑後地域を中心とした UNA ラボラトリーズの取り組みがある（『TRAVEL UNA』No.1、2020年1月）。
- 11) テキスタイル・衣服に特化したものとして、例えば「ハタオリマチのハタ印」がある（2024年4月3日取得、「OPEN FACTORY REPORT 2.0」（2023年度）<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/openfactory/webOPENFACTORYREPORT2.pdf>）。
- 12) 例えば、fab-fabric がある（2024年4月3日取得、<https://fab-fabric.com/>）。
- 13) 多くの中小工業は、企画・開発機能をもたず、大部分の生産工程を外注したり、他社（問屋など）に手配してもらったりしてきた。しかし、高付加価値化の必要性の高まりと倒産・廃業による外注先の減少から、企画・開発や生産工程を統合しようとする中小企業が現れている（大田 2005：154）。

## 第5章 山梨ハタオリ産地の再生を生活者の視点からとらえる

額田 春華

NUKADA Haruka

### 5-1. はじめに

本章では、山梨ハタオリ産地の再生はなぜ可能になったのかについて、「生活者」の視点から考えていきたい。事例としてとりあげる山梨ハタオリ産地とは、富士山の山梨県側の麓に立地する繊維産業関係の企業の集積地である。現在の富士吉田市・西桂町・都留市・大月市・上野原市がある周辺地域は「郡内地域」と呼ばれ、またそこで織られる生地は従来、「郡内織物」と呼ばれたりしてきた。近年、地域ブランド化を進める中で「山梨ハタオリ産地」と呼ばれる機会が増えており、本稿もそれに倣っている。

山梨ハタオリ産地は織物の1000年の長い歴史<sup>1)</sup>を持つが、この地域の伝統的織物として取り上げられる「甲斐絹（カイキ）」そのものの起源は、戦国時代から江戸時代初期にかけての南蛮貿易の時代に輸入された「海気」と呼ばれた織物にあると言われている。この渡来した織物をもとにして同様の生地が織られるようになったのは江戸中期のころであったと考えられている。その後明治時代に入り甲斐絹は質・量ともに最盛期を迎える。明治、大正時代はこの地域の織物は甲斐絹がほとんどだった<sup>2)</sup>が、昭和に入るとそれ以外の品目が急激に増加し、甲斐絹以外のもの、例えば服・袖の裏地や洋傘などが多数を占めるように変化していく。そして太平洋戦争中、産地の織物生産全体が激減する中で甲斐絹の生産は完全に途絶える<sup>3)</sup>。

太平洋戦争中、織物の生産量はいったん激減する。戦後、甲斐絹は復活しなかったが、復興の勢いや朝鮮特需を機に、それ以外の用途向けの布が飛ぶように売れ、「ガチャマン時代」、すなわち、「ガチャッとひと織りすれば1万円儲かる」と言われるほどの隆盛を経験する。しかし昭和の終盤を迎えると、海外産の安い織物が大量に市場に出回るようになり、繊維業に携わってきた多くの人々がこの業界を離れ、地域の産業構造転換が進んでいくことになる。（高須賀 2024：15、40）

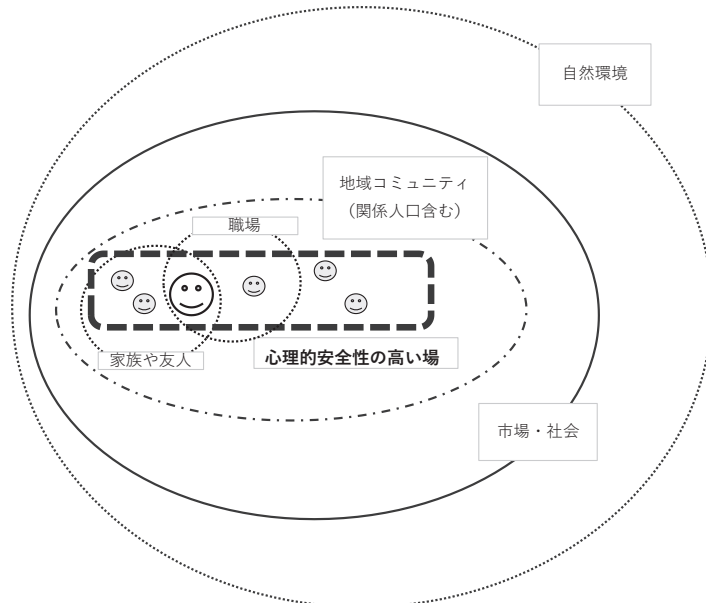
その産地が2000年代後半から織布企業の後継者たちが自律性を取り戻すことに挑戦し、コアなファンをつくりながら再生を進め、小さな工場からユニークな自社ブランドの製品が生まれるようになった。各種メディアで「今最も盛り上がっている織物産地」と紹介されるまでに地域が元気を取り戻した<sup>4)</sup>。

このような産地の再生がなぜ可能になったのか。中小企業研究では、産地の再生について主に地場産業論、産業集積論としての研究がおこなわれてきた。そこでは地域の生産・流通構造の変化や技能の伝承、新市場開拓、地域ブランド化などが議論されてきた。

このような主に経済の面から既存の研究蓄積との関連性を持たせた産地分析は今後の課題とし、本章では家政学の伝統を引き継いだ「生活者」の視点から地域の人々の生活と経済の相互循環をとらえ、地域の再生を検討する。ここでの「生活者」の視点とは、生活する側から経済と生活のつながりをとらえようとする視点であり、次の2つの側面からとらえられる。第1に、生産と消費の循環を視野に入れ、自然環境や地域・社会への影響を考えて主体的に消費行動に関わろうとする。第2に、働く人を生活ないし人生全体を基盤にして生産活動に関わる主体としてとらえ、健康や安心、

幸せを重視する労働のあり方をつくりだそうとする。人が生きる意味を、労働により所得を得、経済的基盤をつくる経済的循環だけでなく、健康、安心、生きがいなどを得る生命的・社会的循環の中でもとらえる。

図 5-1 個人を取り巻く環境



出所) 筆者作成

このような視点で生活と経済の相互循環をとらえるにあたり、本章では個人をとりまく環境を図 5-1 でとらえる。個人は環境全体の一部として生きている。家族や友人、職場、地域コミュニティ、市場や社会、そして自然環境の一部として生きていて、それらに支えられ、また逆に影響を与える。環境の中で生きていくにあたって、個人は裸で市場や社会、また自然と対峙しているのではなく、家庭やプライベートな活動の場や職場で「場」を形成し、その「場」の関係性の上で経済的循環と生命的・社会的循環に関わっている。関係性の上で生きる「場」が「心理的安全性の高い場」であると、「場」に関わる私もまわりの人もウェルビーイングが高まると考えられ、そのような「場」の形成が生み出す新しい経済的価値や社会的価値に注目する。

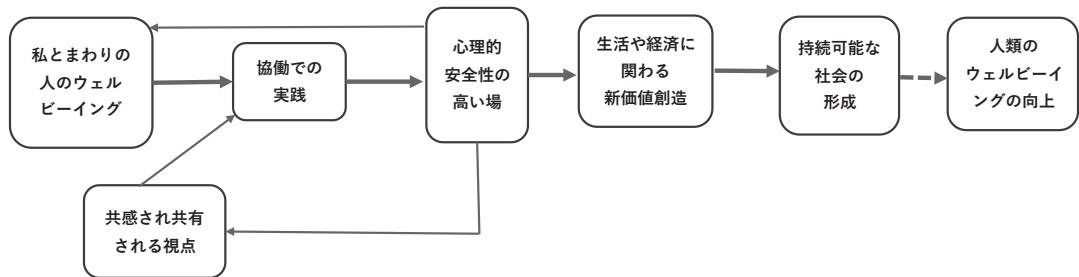
なお、ここでの「場」とは人々が参加し、意識・無意識のうちに相互に観察し、コミュニケーションをとり、共通体験をする中で相互に影響を与え合う状況の枠組み（伊丹・野中・西口 2000：5）のことである<sup>5)</sup>。「生活者」の視点に経営学の「場」の理論を参考に修正を加えた分析の視点は、第3章で説明した図 3-4-2 である。この視点で産地の変化をうまくとらえられるのではないかとこの仮説のもとに、仮にこの視点を設定し、山梨ハタオリ産地の再生のなぜを考えていく。

注意すべき点は、ここでは産地＝「場」という扱いはせず、露木（2019）に倣って「場」と「場所」という概念を区別して用いる。産地というその土地の自然環境や文化の上で人が生きる生活圏は「場所」と呼び、その「場所」の制約を受け、人が環境の中で他の人と関わり、また自然や人工

物としてのモノと関わる中で生じる各個を取り巻く状況の枠組みを「場」と呼んでいる。一つの「場所」の中に生きる各人を取り巻く「場」は共鳴しあい、重なり合う方向へ変化するときもあれば、対立や競争しあい、むしろ互いに差異を生み出していく方向に変化するときもある。

まず第2節で山梨ハタオリ産地の概要を説明する。第3節から第5節で、産地が「場所」のアイデンティティや主体性を失った時代を経て、その後の再生への挑戦がいかに起こり、生産と消費の分断の回復への取り組みがおこなわれたかを順に説明する。第6節でこのような産地の変化を背景に、域内企業がいかに自律性をとりもとし、エンパワーメントされてきたかの事例を示し、第7節で本研究をまとめる。

図3-4-2 新しく提示する持続可能性とウェルビーイングの関係



出所）筆者作成

## 5-2. 山梨ハタオリ産地の概要

まず、山梨県郡内地域の工業の中での繊維工業の位置づけを確認しよう。郡内地域の工業の中心はかつて繊維産業であったが、現在は機械工業の方に移っている<sup>6)</sup>。しかしながら郡内地域の産業構造転換は、地域全体で一様に進んだわけではない。東京都へより近い上野原市・大月市・都留市では繊維業から機械工業への代替が急速に進んだが、その一方で富士吉田市・西桂町では繊維業は縮小しつつも、再編成・活性化の動きが起きた（青野ほか 2008：41-55）。このような変化を反映し、現在の山梨ハタオリ産地の中心は、郡内地域の中でも富士吉田市・西桂町に移っている<sup>7)</sup>。

緋やほぐし織などの難しい技術を用い、先染めの大変細い糸をデザインの凝った織られた甲斐絹が江戸時代にこの地域で生み出された背景を、高須賀・五十嵐（2019）は地政学的に次のように説明する。

郡内は山間部であるため、近代以前は交通事情が悪く、生産者は運搬上のメリットなどから、重量当たりの付加価値の高い織物を作らざるをえなかったと思われる。（高須賀・五十嵐 2019：546）

太平洋戦争後、衣生活の洋装化が進み羽織が使われなくなると、その裏地への需要も途絶え甲斐絹の生産は止まる。西陣織や大島紬のように伝統製品としては持続しなかったが、地政学的には不利なはずの条件が産地の技術を鍛え、地域の織物の「DNA」のようなものとして技術が引き継がれている。現在の郡内地域の布の生産状況を生産品目別に整理したものが表5-1である。2022年

のデータで生産数量が645万1千m<sup>2</sup>、生産金額が49億9200万円である。生産数量ベースでシェアが高いのはインテリア地（59.1%）、袖裏地（18.25%）である。一方、金額ベースでシェアが高いのはインテリア地（49.82%）、ネクタイ地（18.81%）、婦人服地（12.44%）であり、これらに比べ平均単価が低い袖裏地は8.25%を占める程度である。現在はインテリア地を中心に、ネクタイ地、婦人服地、スーツやジャケットの袖裏地など多用途にわたる布を山梨ハタオリ産地は生産していることがわかる。このような布が、今でも主に先染め<sup>8)</sup>で生産されている。

表5-1 令和4年（2022）郡内地域産地織物生産概況

	数量（千㎡）	数量ベース シェア（%）	金額（百万円）	金額ベース シェア（%）
<b>ネクタイ地</b>	374	5.80	<b>939</b>	<b>18.81</b>
座布団地	41	0.64	24	0.48
マフラー類	39	0.60	86	1.72
<b>インテリア地</b>	<b>3826</b>	<b>59.31</b>	<b>2487</b>	<b>49.82</b>
<b>婦人服地</b>	373	5.78	<b>621</b>	<b>12.44</b>
夜具地	136	2.11	122	2.44
服裏地	214	3.32	107	2.14
<b>袖裏地</b>	<b>1177</b>	<b>18.25</b>	412	8.25
洋傘地	216	3.35	166	3.33
和装地	2	0.03	1	0.02
その他	53	0.82	27	0.54
合計	6451	100.00	4992	100.00

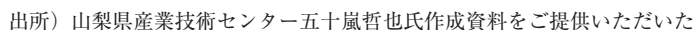
出所）山梨県絹人繊維工業組合調査結果をまとめた「令和4年産地織物生産概況」より  
山梨県 HP <https://www.pref.yamanashi.jp/yitc/fit/gaikyou/r4gaikyou.html>  
（2024年6月1日取得）

山梨ハタオリ産地を含む日本の繊維産地の社会的分業の特徴は、分業が非常に細かく分かれていることにある。図5-2は、先染めの織物を用いた製品のサプライチェーン、すなわち衣服や雑貨などの製品が消費者の手に届くまでの一連の事業活動の川の流れを示したものである。この図の「整理屋さん」より左までの川の流れの領域が、産地で担われている。中段の川の流れが布の織られる中核となるサプライチェーンを示している<sup>9)</sup>が、さらに上段にデザイン関係のサプライチェーンと下段に設備関係の工程のサプライチェーンが描かれている。社会的分業の間のコーディネーションの中心的役割を担っているのは、図で「機屋さん」と書かれている企業の中で「親機（おやばた）」と呼ばれる織布企業である。

### 5-3. 名前を失っていった産地の情景

図5-3-1は、山梨ハタオリ産地の変容の歴史を生産品目ごとの生産数量の推移とともにまとめたものである。山梨ハタオリ産地の変容の歴史は、①第2次世界大戦中までの「甲斐絹の時代」、②戦後から1960年代までの「ガチャマン時代」、③1969年をピークに生産数量が減少していった「縮





もう1つ、ものが売れて景気のよかったAの時代に起きた大事なことがあります。それは、

図5-3-1 山梨ハタオリ産地の変容

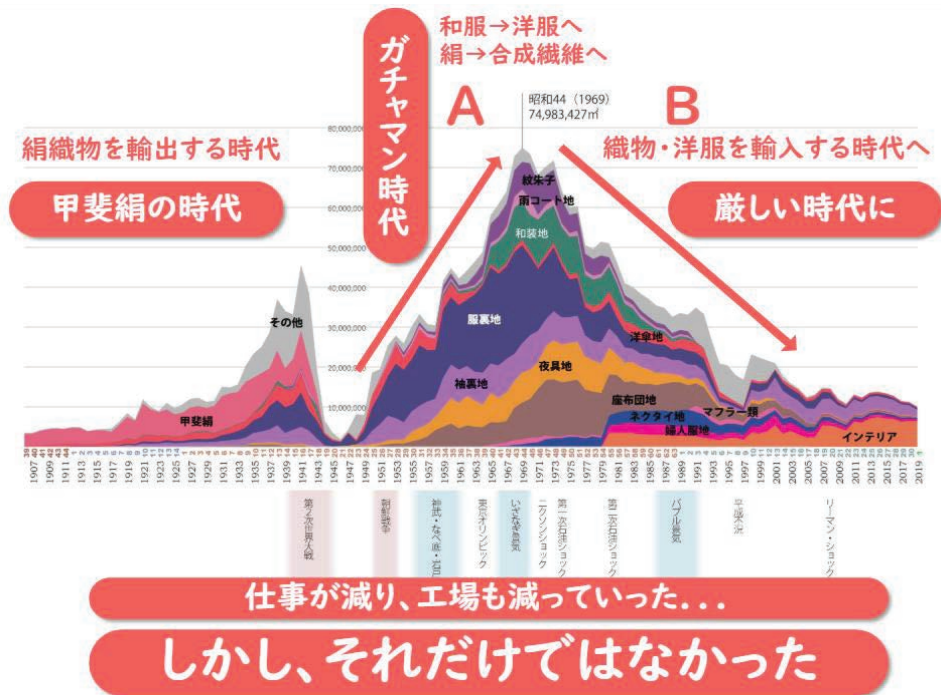
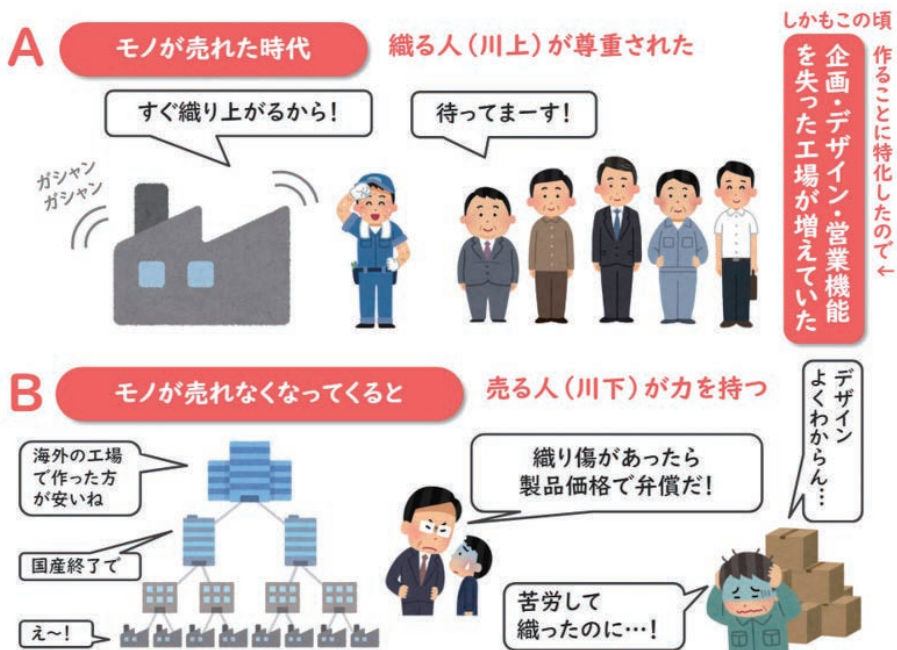


図5-3-2 産地が名前を失っていった背景



出所) 2つの図とも、2021年11月20日実施の日本女子大学総合研究所コンファレンス「ファッションと持続可能性」での山梨県産業技術センター五十嵐哲也氏講演資料の一部

作ることに集中すればみんなが満足したので、作ることしかしなくなった工場が非常に多くなった。企画、営業、デザインの機能を失った。甲斐絹の時代にあんなにやっていたデザインもしなくなったわけです。…

みんなが山梨の布のことを知っていた時代がずっとあったのに、2000年ごろには全然知られなくなっていた。それは名前を言う機会を奪われた。というよりは、うちの名前を出さないで有名ブランドをやっているという状態を選んでいったわけです。これは産地が「名前をなくしていった情景」と言えると思います。

#### 5-4. 産地の再生への挑戦

名前とともに「場所」の固有性や主体性を失いかけた産地の再生がなぜ、可能になったのだろうか。この問いについて、図3-4-2の分析の視点を意識して考えていきたい。

この産地の再生には、地域の多様なステークホルダーが関わっているが、再生への行動を起こす中心となったのは、新しい感覚のある域内企業の後継者や経営者たちの連携活動である。例えば、富士吉田市ではかつての下請け産地からの脱却を目指し、商工会議所が音頭をとって1994年から生産のグループ化が実験的におこなわれ始めた。2001年からはさらに、共同での最終製品の開発のための意識の共有や体制の整備が商工会議所の支援を受けながら進められた（富士吉田商工会議所編 2006：295）。

東京や大阪など大都市に立地する商社や問屋が強いパワーを持つ下請けの仕事では、理不尽な要求をのまなければならないことも多発し、利益も小さい。何のために仕事をしているのかがわからなくなるウェルビーイングの低い状況にあったという。社長である親からそのような状況を耳にしてきた後継者たちは、布という中間製品でないもので勝負できるよう、B to Cの最終製品の共同開発に挑戦する<sup>11)</sup>。山梨ハタオリ産地の中小企業が失っていた機能の中の「企画」機能と「デザイン」機能の取り戻しへの試みと言える。

共同開発の第1ステップは、富士吉田市、西桂町それぞれの地区の枠組みの中での「地縁による結合」によっておこなわれた。例えば富士吉田市の方で形成されたグループの1つ、異業種交流グループの「バーチャル」<sup>12)</sup>は1994年<sup>13)</sup>、富士吉田商工会議所からの打診に基づき結成され、新製品開発に取り組んだ。しかしこのような生産側の課題解決の目的からはじまった共同開発は、製品の市場開拓の壁にぶつかりやすい。この壁を乗り越えるために取り組まれたのは、海外の市場開拓である。2004年に経済産業省中小企業庁の「JAPAN ブランド育成事業」の指定を受け、海外向け産地ブランド育成の試みとして「FUJI façonné」（フジファソネ）の活動がおこなわれた。海外ブランドメーカーや海外のデザイナーをターゲットとし、富士吉田市から5グループ、西桂町から1グループが参加し、フランスのリアルでの TISSU PREMIER テキスタイル見本市やイタリアのミラノでのジェトロミラノ展などにも出展した。（小俣 2013：104-106）

欧州の展示会への出展にあたっての事前調査で、1990年代以降のファッションの自然環境や人権などの面での危機的状況への反省から「人間の生活と自然環境」の間のバランスを重視した価値観への変化を察知する。そこでFUJI façonné クラブは「自然回帰」をテーマとし、最新技術から開発したエコロジー新素材群、とうもろこしや竹、大豆などの自然素材からなる生地群、オーガニックコットン、和紙から加工してつくられた素材群、染料や顔料を不要とする光発色繊維などを、自然環境へ配慮するニーズに向けて提案した。そこでは「自然と人と物」をテーマに、ファッション性と自然回帰の両方を兼ね備えたものづくりが目指された。（富士吉田商工会議所編、2006：

以上の共同開発の第1ステップと並行して起きた別次元の第2ステップは、富士吉田市や西桂町という行政地区の枠組みを超え、有志が横断的につながった「歴史性・伝統性による結合」による取り組みである。経済産業省の地域資源活動プログラムの補助を受け、2002年に富士吉田市と西桂町の企業4社で設立された「甲斐絹座」のチャレンジをここでは指している。甲斐絹は、機械化された現代においては高コスト、高付加価値の織物である。甲斐絹の伝統性は引き継ぎながらも、新しい時代に適応する最終製品の共同製品開発に4社は挑戦した。(小俣 2013: 104-106)

この第2ステップの特徴として注目されるのは、第1ステップにも共通する「企画」機能と「デザイン」機能の取り戻しに加え、B to C ビジネスでも通用する「マーケティング・営業」機能獲得への挑戦もなされたことである。甲斐絹の復活を願い、傘、座布団、ストール、ネクタイのプロフェッショナルである4社が連携し、稀少な山梨県産の絹糸のみを用いながらも現代にも通じるデザイン性を持って開発された新商品は、「甲斐絹座」ブランドで消費者に直接販売することが試みられた<sup>14)</sup>。地区の境界を超えて同様の課題に直面している企業どうしが図3-4-2の「共感され共有される視点」を育て、協働での実践を積み重ねていった事例ととらえられる。

#### 5-5. ステークホルダーの広がりと生産と消費の新しいつながり

第1ステップの取り組みである「FUJI façonné」としての海外展示会での参加で、海外ブランドや海外デザイナーから確かな手ごたえがあっただけでなく、それがきっかけとなり国内展示会でも選抜された産地のみが出展できるブースに出展を許可される成果をあげた<sup>15)</sup>。しかし、地域内の企業や支援機関の努力だけでは越えられない壁があった。この地域の伝統を引き継いだ高い技術力とデザイン力を持つ布を使った最終製品の消費者の大きなパイは、郡内地域内よりも国内他地域や海外にある。

高付加価値の潜在性を持つ布や最終製品を開発・生産しても、地域内の生産と地域外の消費がつながらなければ付加価値は現実化しない。域内の生産と域外の消費をつなげるために、域内企業の人々が持っている常識をさらに変えていく必要があった。次のトレンドだということで顧客から持ち込まれたデザインを「より早く、より安く、より正確に」反映したモノをつくる従来の域内企業の仕事の進め方の常識を、マーケットインでデザインを発想し、従来の作り方ではすぐに生産できなくてもそこで仕事を断らず、対応方法を工夫し生産できるしくみや方法を考え、顧客にそのよさをストーリーとして伝える仕事の進め方へ変えていかなければ、顧客と対等な関係に立つビジネスは実現しない。

この壁を克服する第3ステップでは、域内企業と支援機関がつくっていた「場」へ、地域外の人々を引き込んでいったことが重要な意味を持った。域内企業の人々が持っていた常識を変えていくのに特に重要なトリガーとしての役割を果たした外来者として、高須賀・五十嵐 (2019: 547) は次の3名を挙げ、その活動を紹介している<sup>16)</sup>。

##### ① テキスタイルデザイナー 鈴木マサル氏

2007年、JAPANTEX 展のコーディネーターとして産地に関わり始める。真摯で誠実な仕事ぶりによって、織布企業が主体的な提案者として展示会に臨むために必要な意識改革を成し遂げる。

挑戦意欲が高まった織布企業たちはさらに、2009年に鈴木氏に監修依頼し、東京造形大学の



学生とのコラボ事業「フジヤマテキスタイルプロジェクト」が発足する。このプロジェクトはその後、若手デザイナーが産地に頻繁に出入りし、関係人口が拡大していく大きな契機にもなった。

② 台東デザイナーズビレッジ村長 鈴木淳氏

2011年、山梨県の織物と宝飾の異業種が集まる継続的な勉強会「若手デザインゼミ」のコーディネーターを務めた。ブランドづくりのために必要な知識と実践的ノウハウを織物業者に指導した。

③ トレンドユニオン日本支社代表 家安香氏

2011年、産地のネクタイ生地を東京でアピールする展示会「NO TIE, YOU DIE.」のコーディネーターを務めた。ファッションのトレンド情報を提供しただけでなく、織布企業に自身の価値や個性を自覚させ、クリエイターとしての覚醒を導いた。

域内企業の人々の意識変革という意味では、特に①の鈴木マサル氏が与えた影響が非常に大きい。共同開発の協働活動はおこなっていても、新市場開拓の壁にぶつかっていた織布企業の人々がもっていた意識が大きく切り替わった瞬間について、先述の本学のコンファレンスで、山梨県産業技術センターの五十嵐氏は次のように語っている。鈴木氏は、山梨県絹人絹織物工業組合からJAPANTEX 展のコーディネーターの依頼を受けたが、テキスタイルデザイナーとして域内企業とのミーティングに参加したときの場面についての話である。

展示会の生地を持ってくると言っていた機屋さんたちに「あれ、全部出しません」とまさかのダメ出し。みなさん、本当にびっくりして。「何を言ってるの、この人は？」みたいな感じだったのを覚えています。展示会まであと何か月しかなのにだいじょうぶかなと思ったら、(その後、鈴木さんはみんなといっしょに) 本当に一生懸命開発してくれて。非常にかっこいいブースができた。2007年の話です。

それまで機屋さんは自分への評価が低かった。ファッションの素材を作っているけれども、自分はファッションブルではないと思っていた。でも、ちゃんとやれば、自分たちはこんなにかっこいいことができるんだと思えた瞬間!!…

鈴木さんは自発的に全力を尽くして頼まれたこと以上のことをして、自分も相手も満足させるという道を選んだ。こなすとお金がもらえる(カタカナの)オシゴトではなく、新しい定義の意味での「遊び」の素晴らしい事例だと思うんです。機屋さんもこうしたことに感銘を受けて、自発的に何かしてみたいと言い出すようになった。

五十嵐氏は、「遊び」の反意語として「仕事」ではなくて「非遊び」を置く。「非遊び」とは義理とか義務などにもとづいて、他律的にやらなければならないもののことを指している。一方、「遊び」は、調べてみたいや極めたいなど主体的に、自律的にやってみたくてやるもののことを指している。他律でやる仕事をここでは「オシゴト」として表現している。

もちろん、その後の経営の現場の日常の業務活動がすべてここでの「遊び」のような仕事ばかりではなかっただろうと考えられる。経営を持続するための資金の循環をつくるために、対価との交換で義務としておこなう業務にも意味がある。しかし、JAPANTEX 展での鈴木マサル氏との協働の経験が契機となり、自己効力感を高め、壁があっても前向きにチャレンジしてみようという意欲

を持つようになった織布企業の人々は、鈴木氏に学生とのコラボ事業をさせてほしいというお願いに出かける。安易な産学連携を好まない鈴木氏にいったんは断られるが、彼らは真剣に鈴木氏を説得し、「フジヤマテキスタイルプロジェクト」で自社オリジナルの最終製品開発に学生たちとチャレンジし、成果を上げていった。

これを契機に誕生した代表的なブランドとして光織物の雑貨ブランド「kichijitsu」や榎田商店の野菜をモチーフとした日傘「葉-sai」がある。このような新しい最終製品開発の成果にとどまらず、さらにオリジナル企画デザイン商品など新価値を創造することを支えるための協働を支える経営体制や土壌ができた（高須賀・五十嵐 2019：547）ことに重要な意味がある。自発的に全力を尽くして、域外のデザイナーや学生たちと共にものごとを成し遂げた感動が、彼らがつながる「場」をわくわくする熱量の高いものへと変化させていった。

市場経済原理のもとで下請け仕事に甘んじていた人々が、自己効力感を高めながら前向きな気持ちとしてのウェルビーイングを高め、「場」が熱量の高いものになっていった。その後は「場」のわくわくして自然体でいられる雰囲気や産地の中で広がり、来訪する外来者を「場」に引き込んでいく現象が起きる。こうして産地に参加するステークホルダーの多様性を高めながら、新しいプロジェクトやチャレンジがいくつも連鎖的に立ち上がっていった<sup>17)</sup>。

このような活動の連鎖によって、名前を一度失った産地は「山梨ハタオリ産地」としての地域ブランディングに成功し、国内外に産地のファンとなってくれるデザイナーやメーカー、消費者を増やし、地域の関係人口を増やしてきた。関係人口として来訪するだけでなく、都会とは違う自分らしい生き方を求めてUターンやIターンで移住する人たちも増えた。このような人たちの中から自由で多様なスモールビジネスの起業が起ころ、地域の中にウェルビーイングの連鎖が起きてきた<sup>18)</sup>。移住してきた人、二拠点の居住地を持つ人、しばしば来訪する人、年に1度くらいのペースで訪れる人など、人それぞれのペースで地域と関わり、その中には地域の課題の1つ、「生産と消費の分断の回復」に関わる人たちも含まれた。

その一人、Mergen Design Office（メルゲンデザインオフィス 東京都三鷹市）の林賢志氏は、自身の山梨ハタオリ産地との関わりについて次のように語っている<sup>19)</sup>。林氏は、富士吉田市で開催されたMEET WEAVERS SHOW 2023で、産地の厳選された布を製造元の織布企業の顔がわかるように展示し、それらの布を使った洋服の縫製を個人が直接セミオーダーできる企画に協力されていた。衣服を消費する側が布の背後にある生産の情景を感じ取りながら布を選び、縫製する側もどんな人がどんな衣服を欲しいかを直接に聞き取ってその人好みで細部をつくりこんでいく、本物志向のものづくりがおこなえる良さがある。

額田：「生産と消費の分断の回復」への挑戦という意味で、こういった企画、とても意義がありますね。でも機屋さんの顔はわかるようになるけれど、それを支えるサプライヤーの顔まではわかるようにならないですね。

林：僕はトレーサビリティをきちんと明示化するというのではなく、地域でコミュニティをつくっていくことをまずは大事にしたいと考えています。

額田：富士吉田のおもしろいところは、このコミュニティに林さんのように地域外の方がたくさん入っているところですね。

林：そう。織物産業は産業としては壊滅状態にある。そこに「一から産業をつくる」新たなやり方を僕は提案したいんです。コミュニティに関わる人々の信頼や親密な関係が産業をつむぎ

なおす道を探りたい。このコミュニティの外では、人と人の関係は利益目的でつながっています。しかしここのつながりはそれとは違う。

壊滅状態にある産業を勃興させるのは難しいです。しかし、光が見えるのはどこだろうという模索の中で、富士吉田とのつながりを得ました。ここには技術の高さと共鳴できる人たちがいる。産業に純粋に向き合っている人たち。20年くらい前に学生たちが入り込み、ハタオリ産地の再興のために取り組んだ活動がベースになって、それに行政が柔軟に対応してきた。この地域の行政の方たちは、地域に寄り添った本物の取り組みをしてくれる人たちです。

みんなで産業をつむいでいこうという「いい波」がここにはあります。その波長に呼応した人たちがここに集まり、集合体をつくっています。

林氏が表現する山梨ハタオリ産地にある前向きな「いい波」に、われわれ日本女子大学の教員も学生もコンファレンスや現地調査で触れさせていただき、学生たちはこの「いい波」を次章で紹介するように「生産者の熱量」と表現した。「生活者」の視点から山梨ハタオリ産地をとらえると、「生産と消費の分断の回復」へのチャレンジが連鎖的に起き、下請け企業のエンパワーメントと前向きな熱い思いを持っての働き方が多数観察されることが印象的である。それは「持続可能な社会」の実現のために達成すべきことがコンプライアンスとして示され、その項目の1つであるトレーサビリティの明示化にも社会責任として取り組むというのとは発想が全く異なる方法による「生産と消費の分断の回復」への貢献である。

図3-4-2で示すように、私と身近なまわりの人が幸せでないと感じる目の前の課題（外部環境の変化に経営が振り回される、織物産業の伝統や技術が壊滅してしまうなど）を解決したいという気持ちが動機となり、他者と協働し活動する中で自由に意見をぶつけあえる関係が育ち、それが基盤となって「生産と消費の分断の回復」につながるさまざまな活動の連鎖が起きている。この活動の副産物として、いい波を共有する心理的安全性の高い場が行政区域を超えて形成され、さらには域外の人たちを関係人口として引き込む。それが地域の中に善意とウェルビーイングの連鎖と循環を起こし、地域コミュニティの活性化を可能にしている。なお、この活動が、実際に域内企業の売上となり経済的循環を生む新価値創造までつながっているかは、次節で具体的な企業の変化について確認した後に議論することにする。

## 5-6. 域内企業の自律性の回復

第4節や第5節で述べてきたような人々のチャレンジの積み重ねの中で、山梨ハタオリ産地は名前を取り戻してきたが、このような変化を背景にして域内企業はそれぞれどう自律性を取り戻しつつあるのか。域内企業の中から織布企業の事例を1社、とりあげて、この節では考えていきたい。

西桂町の織布企業の一つ、榎田商店は1866年創業の150年近くの歴史のある老舗企業である。戦後は甲斐絹の伝統を引き継ぎ洋服の裏地も手掛けたが、1954年に主力商品を傘生地へ移した。1978年からは服地も手掛け始め、現在は傘生地と服地のOEMでの製造とオリジナルブランドの傘の製造・販売をおこなっている。賃機も含め多数のサプライヤーを持つが、自社内でも織機を持ち、布を生産している。山梨ハタオリ産地では家族中心で営んでいる非常に小さな規模の企業が多いが、当社は役員・家族も含めて従業員数28名である。

榎田商店の一番の強みは、先染めの糸を使って繊細な模様でも大胆な絵柄でもジャカード織機で実現できるデザインと生産の技術にある。オリジナルブランドの最終製品への取り組みのスタート

は、先述の甲斐絹座のプロジェクトに現会長の槇田則夫氏が参加したことにあるが、こうしたことへの本格的な取り組みは2007年に次男の哲也氏（現在の専務）が、2009年に長男の洋一氏（現在の社長）が前の仕事を退職して家業に戻ってきてからとなる。

当社は高級アパレルブランドI社から、大柄の絵柄をジャカードで表現できる生産技術を持っていることを見込まれ、図5-4に示すようにI社との取引を1999年に始めた。I社とのさらなる取引拡大を見込んで2008年に12000口の非常に大きなジャカード織機（JQ）を導入する。しかしそれがちょうどリーマンショックのタイミングと重なり、I社からの分も含め、OEMの受注量が激減し、大きな困難を経験する。

家業に戻ってきたばかりのタイミングでこの経験をした洋一氏は、外部環境の変化次第で自社の経営が振り回されるデメリットの大きさを改めて実感した。洋一氏はこの状況を打開したいと考えようになり、社内の幹部たちと話し合い、2010年に自社オリジナルブランドの傘の開発に着手する。向日葵や紫陽花の大柄な絵をあしらった「絵おり」シリーズが、自社ブランドの第1号となり、2012年にギフトショーに初出展し、さらに自社Webサイトにオンラインショップを立ち上げる。このような取り組みを継続する中で、現在では、自社ブランドの傘の事業は売上全体の30%を占めるまでに成長している。

域内企業の自律性の回復という関心で図5-4を見て気づかされることは、次の3点である。

第1に、ヤマナシハタオリトラベルやフジヤマテキスタイルプロジェクトなど、地域でのさまざまな連携活動への参加と併せて、社内でオリジナルな最終製品事業を支える人材と設備への投資が継続的におこなわれることの重要性である。社内でオリジナルな製品を開発し、販売するための技術やノウハウなどの蓄積が着実におこなわれていることにより、地域での連携活動が楽しい思い出というだけでなく、実際のビジネスの成果に結びつくことが可能になる。

第2に、合同出展で山梨ハタオリ産地ブランドの知名度が上がり、マスコミの注目も産地として集められるようになったときに、槇田商店のオリジナルな傘の取り組みも紹介され、敷居が従来高かった国内百貨店から、百貨店オリジナルとしての当社の生地を利用した傘のOEMの受注を受けられるようになるという波及効果が出たことである。自社ブランド事業への取り組みが、OEM事業でも自社の裁量と交渉力がより高い新しい取引関係の構築を可能にしている。

第3に、自律性の回復には、デザイン機能の回復だけでなくマーケティング・営業機能の回復が必要で、これらが人材や設備への投資とうまくからみながら進むのには、長い時間軸での活動の継続が必要であった。また図3-4-2の「心理的安全性の高い場」は、域内企業の人々の従来の常識から違う新しいものの考え方やビジネスのやり方を仲間と共に創造する役割を果たすが、それだけでは経済的な価値の持続的な創出にはつながらず、したたかな市場経済原理で動く顧客等との関係構築と組み合わせることが必要になるということである。

すなわち、図3-4-2はウェルビーイングの循環は説明できるけれども、経済的な価値の循環を説明するには、「心理的安全性の高い場」と「生活や経済に関わる新価値創造」の間の関係づけには修正が必要であるということになる。地域での連携活動と社内での独自の取り組みの両方が持続することを可能にする経済的循環と生命的・社会的循環の両方をつくりだしていく経営体制と土壌がつくりだせないと、時間軸の長い活動は続けていけない。図3-4-2の修正を具体的にどうするかについては、次稿の課題とさせていただきます。



## 5-7. まとめとして

以上本章では、「生活者」の視点から山梨ハタオリ産地の再生はなぜ可能になったのかについて考えてきた。その問いに対して、「地縁による結合」によって取り組まれた第1ステップ、「歴史性・伝統性による結合」によって取り組まれた第2ステップ、外来者が加わり、多様な人々が関係人口として加わり、地域の中にウェルビーイングの連鎖が起きていく第3ステップに分けて説明してきた。

第1ステップでは、商工会議所が音頭をとり補助金も準備されることにより、これまで関わりが薄かった企業同士が連携するためのハードルを下げ、需要が縮小し続ける困難からの脱却につながる手がかりを採る異業種連携が生まれ、グループ内のメンバー間の共通体験が蓄積する。しかしそこで開発された最終製品の販路開拓には苦労した。

第2ステップでは、別の補助金を活用しながらであるが行政区域の枠組みを超え、「場所」のアイデンティティとしての甲斐絹の伝統を引き継ぎつつも伝統工芸の枠組みから解き放とうとする有志間の協働が起きた。経済性も視野にはあるが、地域の伝統と技術の継承と革新という目的に共鳴する人々を引き込んでいける連携となっている。活動の中で、新製品開発だけでなく、生産と消費の分断を克服しようとする直接販売の仕組みづくりへの挑戦も起きた。

第3ステップは、第1と第2のステップで形成されてきていた「場」に外来者を引き込み、域内企業の人々の仕事との関わり方、仕事の進め方の常識が変化し、さらに域外の人々の共感を得るような「場」への変容が起きていく。一度、変化の域値を超えると、次々に地域課題を解決する新しい活動が起こり、新しいメンバーが加わる好循環が起きた。今回の原稿では、これがウェルビーイングの連鎖を生み出していったプロセスはある程度、説明できているが、経済的循環の連鎖を生み出していくことにまでこれがどうつながっていくかの議論へ踏み込みは次稿への課題として残された。

これらの山梨で起きたさまざまな活動の成果について、最後に「生活者」の視点から振り返る。第1に、「自然環境との共生」という面では、FUJI façonnéとしての2000年代後半の活動が目される。富士山という地域資源を生かして自然回帰のイメージを大事にしたデザイン性の高いものづくりという面では、そのような面への関心が高い北欧のデザイナーとのコラボレーションなどに引き継がれていると考えられる。その一方で、欧州の厳しい基準に通用するような染色業者の育成については、課題があるという声を産地をめぐっている中で耳にした。第2に、「地域・社会への影響を考えて行動する」という面では、関係人口の拡大と地域コミュニティの活性化という面でよい成果を生んできた。その一方で、図3-4-2の好循環の場に参加している主体は、域内企業の中で「機屋さん」と呼ばれる織布企業中心であり、細かな分業を担う多数のサプライヤーにもこの好循環にいかに関わってもらうかについては課題が残されている。第3に、「健康や安心、幸せを重視する労働のあり方」という面では、主体性、自律性の高い仕事への取り組みによって自己効力感を高め、新価値を創造する喜びを享受する生き方への転換も進んだが、事業が成長するプロセスで家族でない従業員を雇用したときに、従業員にとっても健康や安心、幸せを感じてもらえる労働環境と給与を提供するために必要なマネジメントの実現には課題を持っている企業もまだ多いようである。

以上のような課題もまだ残されているが、山梨ハタオリ産地は地域のコミュニティと産業の再生という面でたいへん興味深い活動が起き続けている地域である。一度、名前を失っても、産地が伝統として引き継いできた「DNA」のようなものを残しつつそれを革新し、未来への道を切り開く

図 5-4 榎田商店の事業の変遷

	人・体制	設備	OEM/ODM 事業
1950			
1960	企画専任者の 必要性が高まる		1954 主力事業を裏地から傘生地に切り替える ポリエステル傘生地の製造を始める <b>主力が裏地から傘地へ</b>
1970	5代目 1978 現会長 榎田剛夫入社 1979 榎田洋一誕生		1978 服生地の製造を開始
1980	図案の外注時代		<b>服地スタート</b>
		ヨーロッパの歴史的生地見本を獲得	<b>バブル景気</b>
	1986 図案企画担当として T 氏入社 自社で図案作成スタート <b>デザイン機能の獲得</b>	1989 先染め図案作成専用のコンピューターを導入	
1990		<b>自社デザイン、自社生産へ</b>	
	紋意匠専任	1994 紋作製専用コンピューターを導入 試験工場を設立、4000 口電子ジャカードを導入 1995 図案作成 PC システム (ジャカード柄も対応) 導入 1996 第一工場設立、6000 口の大口ジャカードを導入	<b>バブル崩壊</b> 高級ブランド傘生地の要望が多く入る
	紋意匠専任の誕生		<b>大口 JQ 時代スタート 高級アパレルブランド I 社</b>
2000			1999 高級アパレルブランド I 社との取引スタート

	人・体制	設備	OEM/ODM 事業	自社ブランド事業
2000			1999 高級アパレルブランド I 社との取引スタート	
	6代目 2007 榎田哲也入社 2009 榎田洋一入社		<b>リーマンショック</b> リーマンショック ↓ 服地の受注の減少 傘生地の受注の減少 <b>OEM 受注減</b>	<b>自社ブランド開始</b> オリジナル傘の製作に着手 自社ウェブサイト立ち上げ <b>製品系展示会</b>
2010				ギフトショー (初) でオリジナル傘初披露 絵織リシリーズ、1866 試作品、展示用 moZaiQue オンラインショップを立ち上げ
2011		<b>大口 JQ</b>	大口 OEM 取引先のデザイナーが現デザイナーに変わり、 受注量が増えてくる。それと共に 増産体制の要望が強くなる。	
2012		<b>増設</b>		ギフトショー (2) 1866、moZaiQue を発表 ヤマナシハタオリトラベルに初参加 伊勢丹新宿店 monova+ ヲリにて初単独展示 フジヤマテキスタイルプロジェクト初参加 朝日新聞全国版に掲載 ギフトショー (3)、rooms (3)
2013	テキスタイル コラボから採用		《高級アパレルブランド》 <b>ライセンスブランド 契約終了へ</b>	<b>合同出店</b> ギフトショー (4) stripe シリーズ NHK イッピン! あさいチ monova+ ヲリ (2)、rooms (2) <b>マスコミの注目</b>
2014	コラボ事業 OB の I 氏入社 企画デザイン部門に テキスタイルデザイン 専攻卒・コラボ OG		得意先の主力ライセンスブランドの契約終了が続く <b>海外生地展示会へ</b> オリジナル製品をきっかけに、 得意先へ百貨店側から、百貨店オリジナルとして 榎田の生地を使用した傘の依頼が入るようになる <b>生地メーカー ブランドへ</b> 腕時計ブランド・knot のベルトに傘生地が採用 大手百貨店のレインフェアの折込広告に 生地メーカーとして掲載	ギフトショー (5) 葉・sai- シリーズ初登場 NHK 小さな旅 rooms(3) ヤマナシハタオリトラベル 青山 SPIRAL (初) 台湾 PRO1. TRADESHOW TAIPEI (初の海外) やまなし産業大賞、優秀賞受賞 (葉・sai-) ギフトショー (6) frankygrow とコラボ fusionシリーズ BS ジャパン・にっぽん真発見 rooms(4) <b>異業種コラボ</b>
2015		第三工場設立 12000 口 JQ を増設		
2016				

出所) 五十嵐哲也・榎田洋一「産地とデザイン会議2016・繊維」講演資料の一部を山梨県産業技術センター五十嵐氏により加筆修正後ご提供いただいた

ことがいかにして可能になるのかについて、たくさんのヒントを我々に与えてくれている。

#### 【参考文献】

- 青野壽彦・和田明子・内藤博夫・小金澤孝昭、2008、『地域産業構造の転換と地域経済——首都周辺山梨県郡内地域の織物業・機械工業』古今書房。
- 伊丹敬之・西口敏弘・野中郁次郎編、2000、『場のダイナミズムと企業』東洋経済新報社。
- 伊丹敬之、2005、『場の論理とマネジメント』東洋経済新報社。
- 奥山陸、2022、「工場密集地域の再活性化プロジェクトとその波及効果——工場主の連携・幸福度の向上及びイノベーションの促進」慶応技術大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科博士学位論文。
- 小俣秀雄、2013、「山梨県富士吉田織物産地における機屋の経営革新と企業間ネットワークの形成」『経済地理学年報』経済地理学会。
- 甲斐絹ミュージアム HP <https://www.pref.yamanashi.jp/kaiki/> 2024年6月29日参照。
- 高須賀活良、2024、『学びと実践の学問ハタオリ学』富士吉田織物協同組合。
- 高須賀文子・五十嵐哲也、2019、「山梨ハタオリ産地のブランド誕生と情報発信」『繊維製品消費科学』日本繊維消費科学学会60（7）：546-549。
- 露木恵美子（2019）「『場』と知識創造：現象学的アプローチによる集团的創造性を促す『場』の理論に構築に向けて」『研究 技術 計画』Vol. 34、No. 1。
- 日本女子大学家政学部 家政経済学科・被服学科、2021「2020年度家政学部学術交流事業オンラインコンファレンス報告書」。
- ハタオリマチのハタ印 <https://hatajirushi.jp/home> 2024年5月10日取得。
- ハタオリマチフェスティバル <https://hatafes.jp/hatafes01/> 2024年6月10日取得。
- 富士吉田商工会議所編、2006、『富士北麓・東部地域の産業史——富士吉田商工会議所創立55周年を記念して』富士吉田商工会議所。
- 高須賀活良、2024、『学びと実践の学問ハタオリ学』富士吉田織物協同組合。
- 百瀬恵夫・吉原元子、2018、「産地における中小企業の連携活動——富士吉田地域における織物産地の事例から」『経営経理研究』112：7-20、拓殖大学。
- 山崎充、1977、『日本の地場産業』ダイヤモンド社。
- 山梨県産業技術支援センター富士技術支援センター「産地織物生産概況（推定値）」山梨県ホームページ <https://www.pref.yamanashi.jp/yitc/fit/gaikyou/r4gaikyou.html> 2024年6月1日取得。

#### 注

- 1) 2023年9月7日株式会社エルトップによるこの地域の織物産業の視察調査のときの資料によると、山梨ハタオリ産地のある地域は、火山灰、溶岩、寒冷高地という農業にとっての悪条件の中で江戸時代に副業として繊維産業が発展した。農民の副業としての絹織が記録として残っているのは江戸時代初期であるが、さらに昔の2200年以上前に遡り、紀元前219年、秦の始皇帝の家来の徐福がこの地域に織物の技術を伝えたという説が伝えられている。
- 2) 明治時代、甲斐絹は高価な羽織の裏地として人気だったという。
- 3) 以上この段落の記述は甲斐絹ミュージアム HP（2024年6月29日取得）を参考にしている。[https://www.pref.yamanashi.jp/kaiki/kaiki\\_museum/kaiki-museum/kaiki-guide4.htm](https://www.pref.yamanashi.jp/kaiki/kaiki_museum/kaiki-museum/kaiki-guide4.htm)
- 4) この段落の記載は、2020年9月26日に実施された家政学部学術交流事業コンファレンス「ファッションと持続可能性」でお話しいただいた株式会社トリッキー代表取締役高須賀文子氏のご講演内容を参考にしている。
- 5) 現象学において、人間は能動的総合（能動的志向性）と受動的総合（受動的志向性）という二重性において存在している。「場」は言語的コミュニケーションによる形式知の能動的総合と身体的・情動的なコミュニケーションによる暗黙知の受動的総合の二重性として成立する。（露木 2019）

産地でも、形式知の言語的コミュニケーションとともに暗黙知の身体的・情動的なコミュニケーションが非常に重要な役割を果たしている。身体的・情動的コミュニケーションを含む人々の間の共通体験が「場」で起きることにより、共感や感動が生まれ、「心理的安全性の高い場」が形成される。その「場」の上で新しい知識や意味が創造され、自分自身と環境を変える協働が起きている。このようなプロセスを、経営学における「場」の理論のアプローチを参考にとらえていきたい。

- 6) 山梨県工業統計調査結果報告によると、繊維工業のピーク時には繊維工業は、地域の全製造業の事業所数の84.2% (1970年)、従業者数の67.0% (1966年) を占めた (青野ほか 2008 : 59-60)。しかし、その後の厳しい環境変化の中で地域の繊維工業の規模縮小が続き、2005年の工業統計調査によると地域の全製造業の事業所数の28%、従業者数の8%にまで減少している (青野ほか 2008 : 29)。
- 7) 山梨県絹人絹織物工業組合が発表している「令和4年(2022) 繊維生産概況」によると、郡内地域全体の織物生産高は712万1千m<sup>2</sup>、生産金額は52億5300万円であるが、富士吉田市と西桂町の地区は、郡内地域全体の織物生産高の98.7%、生産金額の98.2%を占める。
- 8) 先染めとは、糸の段階で色を染めた糸を使って織物に仕上げる製法である。
- 9) 中段のサプライチェーンの主な内容を説明すると、まず織る前に撚糸屋で糸によりをかける。その後、繰(かせ)またはボビンに巻き直された糸を染色屋が指定の色に染める。染め上がった経糸(たていと)は、整経屋で柄の通りに並べて巻き取られ、「おまき」となり、「機屋さん」と呼ばれる織布企業に納品される。織布企業では経糸を間違いのないように織機に載せ、さらによこ糸をセットし織っていく。織りあがった布は、整理屋で洗浄、シワ伸ばし、幅の調整などがなされ、さらに必要に応じて機能的加工や風合い加工も施されて布として完成品となる。
- 10) 2021年11月20日、日本女子大学目白キャンパスで日本女子大学総合研究所コンファレンス「ファッションと持続可能性」を開催し、山梨県産業技術センターの五十嵐哲也氏と、当時吉田市繊維産業活性化地域おこし協力隊であった森口理緒氏にご登壇いただいた。
- 11) 以上のこの段落での記述内容は、2021年11月20日のコンファレンスでの五十嵐氏によるご講演内容を参考にしている。
- 12) 「バーチャル」では、織布企業、糸商、整理屋、染色屋、縫製屋が新製品の共同開発に連携して取り組んだ。
- 13) 小俣(2013 : 104) では1996年と表記されていたがバーチャルに参加されていた前田源商店に確認させていただき、1994年に立ち上げられた当時の資料が残っていたため、ここでは1994年に修正して記載する。
- 14) 詳しくはハタオリマチ商店街 Web サイト <https://yamanashi-tex.jp/shop/kaikiza> (2024年6月3日閲覧) を参照されたい。
- 15) 「平成19年度 JAPAN ブランド採択プロジェクト月次報告 案件 : 2007年12月分」には、担当者の次のようなコメントが残されている。

本プロジェクトにおいては、海外展開を主たる目的としているが、今回国内での反応を伺うべく国内展「JFW ジャパンクリエーション」へ独自財源により出品した。本プロジェクト参画事業者がバイヤーに選ばれた出展者だけが出展できる『バイヤーズセレクト』にセレクトされ、他の出展者とは一線を画すコーナーへの出展は来場するメーカー等への印象も強くバイヤーのみに入場が制限されているため、確実に国内での反応を見ることが出来たといえる。また、30周年をむかえる TISSU PREMIER の記念イベントであるファッションショーへの製品提供は、平成16年度以来継続して出展し、Fuji Façonné の製品についても一定の評価を受けていることから、主催者から特別に依頼されたもので、このファッションショーにおいて製品が紹介されることでFuji Façonné への注目が高まることに期待したい。(2024年6月3日取得、中小企業庁 [https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/japan\\_brand/2008/download/0712/080130\\_getsuzi3.pdf](https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/japan_brand/2008/download/0712/080130_getsuzi3.pdf))

- 16) なお、①と②の記載の年が高須賀・五十嵐(2019)と違うところがあるが、五十嵐氏より修正依頼があったことを反映しているためである。
- 17) 2011年から2021年まで続いた「ヤマナシハタオリ産地バスツアー」(= B to B 向け工場見学ツアー)、



2011年から今に続く「シケンジョテキ」（＝山梨県産業技術センターによる産地の情報発信）、2012年の「郡内直送織物展」（＝地元で実施された産地の展示販売会）、2012年から今に続く「ヤマナシハタオリトラベル」（＝自社ブランドを持つ企業による都市の期間限定ショップへの合同出店と富士山駅での常設ショップ販売）、2016年から今に続く「ハタオリマチフェスティバル」（＝市民も巻き込んで実施される織物産地を観光資源として活用する地元の祭り）、2016年から今に続く「ハタオリマチのハタ印」（＝「イトとヒトが行き交うまちづくり」をテーマに工場とマチを一体化させた情報発信）、2018年から今に続く「MEET WEAVERS」（＝B to B ビジネスを主眼におき、Web サイトも活用しながら織物を探すデザイナーと織物業者をつなげる事業）がおこなわれてきた（百瀬・吉原 2018：15-17、高須賀・五十嵐 2019、547-549）。

なお百瀬・吉原（2018）では、「2017年から」と「ハタオリマチのハタ印」プロジェクトの開始年の記載があるが、ホームページ作成のための課題共有プロセス・手法の模索などは2016年にスタートしている。また、百瀬・吉原（2018）では、「ヤマナシハタオリ産地バスツアー」と「シケンジョテキ」は2010年からと記載されているが、山梨県産業技術センターで確認したところ2011年からであるということで修正して記載している。「ヤマナシハタオリ産地バスツアー」は、2022年からは山梨県から山梨県絹人織物工業組合への補助事業となり、バスを使わない少人数のマッチングツアーとして引き継がれている。

- 18) 例えば、ハタオリマチフェスティバルは、フリーマガジン BEEK の編集長土屋誠氏、富士吉田の移住定住センターとかえる舎という教育 NPO に所属する赤松智志氏、元手紙舎でイベント運営をこなし、テキスタイルにも造詣の深い、装いの庭の藤枝大裕氏が全体の企画運営の中心となり、地域の支援機関や市民も巻き込みながら実施されている。（2024年6月10日取得、ハタオリマチフェスティバル <https://hatafes.jp/hatafes01/>）
- 19) 2023年12月9日の筆者による富士吉田市現地調査の際のフィールドノートから引用している。

## 第6章 山梨ハタオリ産地現地調査と 山梨テキスタイル風合い計測プロジェクト

武本 歩未・鯨岡 詩織・奥脇菜那子・松梨久仁子  
TAKEMOTO Ayumi, KUJIRAOKA Shiori,  
OKUWAKI Nanako, MATSUNASHI Kuniko

### 6-1. 山梨ハタオリ産地現地調査

研究を遂行するにあたり、まずはプロジェクトメンバーである教員と学生がテキスタイル生産「現場」を知る必要があった。そこで、織物の産地として1000年以上の長い歴史を持つ山梨県富士吉田市を中心とした郡内地域の工場を見学し、生産者の方々から直接、話を伺うことで、現地の状況を理解し、各自の関心を広げることが目的に現地調査を行った。郡内地域は、オープンファクトリーと称した工場の一般公開や、ハタオリマチフェスティバルといった大規模なイベントを開催し、生産者が一般消費者との距離を縮めるための取り組みを積極的に行っているということも特筆すべき地域である。

現地調査は、2022年9月5日（月）～6日（火）の一泊二日で行った。引率教員は家政経済学科の額田春華、被服学科の松梨久仁子・武本歩未・奥脇菜那子・鯨岡詩織の計5名である。学生の参加人数は被服学科8名、家政経済学科5名の計13名であった。

1日目は、二手に分かれ、第一グループは渡明織物と向原染色株式会社を見学、第二グループは有限会社テンジンと宮下織物株式会社を見学した。その後、学生は宿泊先の会議室にて見学グループごとに工場見学および生産者の方々へのインタビューで得られた情報を整理し「これからのハタオリ産地」について考え、発表資料としてまとめた。

2日目は、午前中に株式会社榎田商店、株式会社川栄、武藤株式会社の3社を見学した。午後は、工場見学先から株式会社榎田商店 榎田哲也氏と渡明織物 渡辺明彦氏、富士技術支援センター 五十嵐哲也氏、ハタオリマチフェスティバルのディレクターである株式会社装いの庭 藤枝大裕氏と共に、『山梨ハタオリ産地の新しい可能性を考える会』と題したディスカッションの場を設けた。学生は、1日目にまとめた資料を基に発表し、現地の方々からフィードバックをもらい、「これからのハタオリ産地」について参加者全員で討論した。

#### 6-1-1. 見学先工場の概要

##### 6-1-1-1. 渡明織物

キュプラを使った高級な裏地を製造している。郡内地域の織物は、染色した繊維を紡績したのち使うか、あるいは糸にしたものを染色してから織り成し、織物に仕上げたものをいう「先染め」が主流である。渡明織物もその特徴を活かしたストライプやチェックなどの繊細な柄表現の裏地を多く製造している。また、たて糸にキュプラ、よこ糸にリネンを用いたストライプ織物による接触冷温感を謳ったこだわりのパジャマを自社ブランド「MEHOME WEAR（メホメ ウェア）」から販売している。

#### 6-1-1-2. 向原染色株式会社

かせ染めを専門とする染色工場で、赤・青・黄の化学染料を組み合わせることで様々な色を表現し、綿・キュプラ・レーヨン・アセテート・ナイロン・ポリエステル等の様々な繊維を染色している（図6-1、図6-2）。染色には大量の水を使用するが、地中で40年かけて濾過されたと言われる、不純物のない富士山の伏流水を使用することにより、質の良い染色が行われていることも郡内地域における特色といえる。



図6-1 かせの染め上がり



図6-2 高压染色機

#### 6-1-1-3. 有限会社テンジン

元々は絹のネクタイ織物を製造していたが、服装のカジュアル化やクールビズによってネクタイの需要が減退したため、20年ほど前にシャトル織機を用いたリネンの織物生産に移行した（図6-3）。現在では自社ブランドを立ち上げ、リネン製品の直接販売に注力している（図6-4）。また、顧客からは織物の注文も受けている。



図6-3 ジャカード仕様のシャトル織機



図6-4 自社ブランドのリネン製品

#### 6-1-1-4. 宮下織物株式会社

ジャカード織機を利用し、郡内地域特有の細番手で高密度な織物を製造している（図6-5）。60年ほど前にウェディングドレス用の織物の生産を始め、お色直し用の色物・柄物も生産するようになった。また、社長兼デザイナーである宮下珠樹氏からは、テレビやインターネット画像を見て、自社の製品が芸能人の衣装に採用されていることに気付くことがあるものの、実際に自社で生産した織物が最終的にどのように使用されたかを知る機会は少ないという説明があり、多くの学生が驚いていた。また、図6-6は検反作業を説明する様子である。この産地は分業制で生産が行われているため、商品に不良が見つかった場合、責任の所在が不明になりやすい。そのため、入念に検反作業が行われていた。



図 6-5 織柄データの入力作業



図 6-6 検反の様子

#### 6-1-1-5. 株式会社植田商店

先染めジャカード専門の自社工場を持ち（図 6-7）、傘地、服地の 2 本柱で様々な柄の織物を生み出している。織りの段階でパターン化するという優れた技術も持っている（図 6-8）。このような織物の無駄を出さない技術は、サステナブル社会において重要な意味を持つと考えられる。

また、創業当時の織物をアーカイブとして保存している。加えて、世界中の織物に関する様々な蔵書も専門業者から取り寄せて保管することによって織物デザインの伝承が意識されており、新しい織物のデザイン参考資料として活用されている。



図 6-7 工場内の様子



図 6-8 自社ブランドの傘

#### 6-1-1-6. 株式会社川栄

ネクタイ織物の製造工場である。自社専属のデザイナーが常駐してデザインを担当し、デザインデータをそのまま織機に落とし込み、織物を製造できるシステムを整えている。見学当日は、大規模な整経機が稼働する様子を見ることができた（図 6-9、図 6-10）。50年以上前から、自社のデザイン資料等をアーカイブとして保管している。

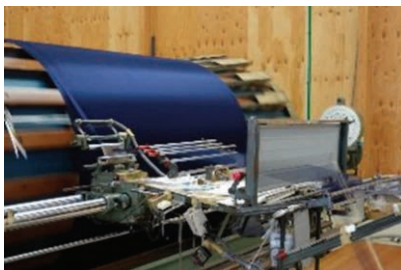


図 6-9 整経機（一部分）

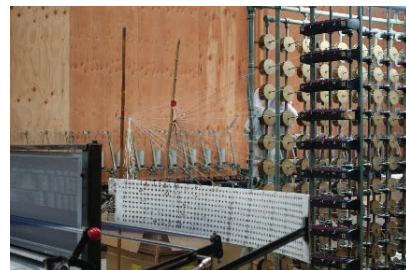


図 6-10 整経機（一部分）



#### 6-1-1-7. 武藤株式会社

取り扱う素材はコットン、ウール、シルク、カシミア、リネン、ラミーなどで、昔ながらのシャトル織機を使い高級感のある細番手の独特な風合いの織物を生産している。また、郡内地域に多い「分業」による一部工程に特化した工場ではなく、撚糸、整経、製織、整理加工、検反・検針の一連の工程を自社で行っている。これは、安定した品質確保、自由な独自開発、コスト削減につながるメリットがある。

また、SDGsに関する取り組みとして「楽しくスカーフ Link」というプロジェクトを行っている。キズのある織物やストールの残布などを使用し、簡単に着脱できるスカーフを製造、販売している。生産の一部を障がい者就労支援事業者等福祉事業所に委託しており、一般縫製工場と同等の工賃を支払い、利用者のやりがいや自立を支援している。

#### 6-1-2. 『山梨ハタオリ産地の新しい可能性を考える会』について

現地調査2日目の午後に実施した『山梨ハタオリ産地の新しい可能性を考える会』では、学生からの発表および現地の参加者とのディスカッションが行われた（図6-11、図6-12）。

被服学科の学生からなる第一グループは、富士吉田というハタオリ産地の特徴的な生産工程や富士山の伏流水によりきれいな染色がなされていることに注目し、技術力の高さや製品の品質の高さをより多くの人に発信していくために自分たちができることを検討し、発表した（図6-13）。その内容について、一部を抜粋して紹介する。

- ・こだわりを追求した結果、製品の値段が高くなる。製品の価値や生産者の思いがあることを知らずに値段だけで判断して購入してしまう消費者にも問題があると思った。
- ・職人の方々がこれまでに培ってきた素晴らしい技術を次世代につなげる必要がある。そのために若者が産地に興味を持ち、若者の視点から発展させるべきである。
- ・製品やブランド名だけでアパレルの価値を判断するのではなく、生産者の顔が見えることで、愛着度が全く違う。スワッチブックに会社のHPのURLやQRコードを載せることで、生産者と消費者の距離が縮まる第一歩になると考える。

また、被服学科と家政経済学科の学生からなる第二グループは、現地調査を通して、これからのハタオリ産地について考えたことを被服学科の学生の視点と家政経済学科の学生の視点、2つの視点に分けて発表した（図6-14）。内容について、一部を抜粋して紹介する。

##### <被服学科の学生の視点>

- ・富士吉田は山に囲まれた立地であり、いくつもの山を超えて江戸から来てくださるお客さんに対して「軽い・薄い・高く売れる織物」を作る必要があった。富士山の湧き水は山梨の土地でしか再現できない固有の技術である。
- ・織物生産者は問屋さんを仲介するため、自社の織物がどのように製品化されているのかを把握できないという問題がある。業績として売り込みや活動を広める事ができれば、富士吉田の織物・企業の製品として広める事ができる。
- ・手間をかけている部分や熱量を知ってもらう事ができていない。製品だけでなく生産者の思いを伝える機会が必要である。

### ＜家政経済学科の学生の視点＞

- ・工場見学を通して、各社とも非常に高い技術を持っているが、生産にかかっている手間や「生産者の熱量」を外部に広める機会がないことが認識できた。そこで、「商品に物語をのせて売る」事が解決になると考えた。
- ・リネンを生産するテンジンにおいては、新しくて、消費者に直接商品の良さや想いが届くような販売方法が必要だと考えた。その例として、道の駅での販売、人口が多い東京などでのワークショップ開催、生産者の声やビフォーアフターなどパッケージの工夫があげられる。
- ・宮下織物にはウェディングにまつわる先代のエピソードがある。まだウェディングドレスが周知されておらず、和装婚のみ行われていた時代に、先代が偶然神戸でウェディングドレスに出会い、富士吉田の繊細な織物との可能性を見出した。そこで、「ものがたりごと販売してくれる加工会社との提携」を提案したい。その例として、てるこの雑貨屋を紹介する。この企業はオーナーが直接世界各国を周り、セレクトした布で手作りしたノートを販売している。ロフトなどで実演販売をすることもあり、織物一つ一つの出会い方や織物にまつわる物語を消費者に伝えている。また、このノートには産地と柄の成り立ちが書かれた紙も同封してある。

これらの学生の発表に対し、富士技術支援センター 五十嵐哲也氏は、「短時間でまとめたとは思えないクオリティで驚いた。どんな製品になるか生産者が把握していないという逆のトレーサビリティについて新しい考えだと思った。織物語という新しい視点を作り出し、山梨ハタオリ産地の私たちと同じベクトルで考える事ができてとても感動している」と評された。

また、被服学科からは、現地調査以前から構想していたハタオリ産地の織物の魅力をより多くの人にわかりやすく伝えるための試みとして、産地の織物の物性値計測を行い、織物の特徴を定量評価によって表し、その特徴を活かすデザイン・アイテム化の提案情報をまとめた「スワッチブック」製作に関する提案を行った。現地の参加者からは、「山梨の職人たちは、耐ビリング性、堅牢度、いかにきれいにいいものを作るかを目標としているため、数値化された結果がわかるのと面白い」という意見があった。一方で、「自分たちが伝えたい情報の押し売りになってしまうのではないか。洋服の立体的なイメージはマイナスの面もあり、デザイナーやお客さんに対してイメージを狭めてしまうことにつながるのではないか」、「ハタオリ産地としてはスワッチブックよりデータベースとしての方に価値がある」という意見もあった。

現地の参加者から、ディスカッションの最後に頂いたコメントについても紹介する。

- ・何よりも大切なのは「知ること」。「若者」は合理的であり、パソコンも使えるので、経験者がルーティンになってしまっていることを改革している若者も多くいる。昔とは違う、今の生産形態を皆さんと作り上げていきたい。一度概念を壊してもう一度組み直すだけでも業界に新しい風を吹き込める。新しく興味を持つ人を増やしていきたい。
- ・皆さんの思いや真剣に取り組んでいる態度に対して、気持ちが引き締まった。
- ・最近顔色がよく見える傘がよく売れた。改めて販売利益が増加した理由を考えたらと傘とコスメエピソードを伝える宣伝をしていた。エピソードは大切なだと認識した。

- ・最初はこの会の趣旨がよく理解できていなかったが、ディスカッションの内容や発表の内容も充実していて参加して本当によかったと思った。
- ・今回のディスカッションの内容が濃く、学生の意見という新しい見方も勉強できたのでとても良かった。



図 6-11 学生プレゼンテーションの様子



図 6-12 ディスカッションの様子

### ハタオリまちの現状

- 社会情勢による価格高騰
- 持続可能性との折り合い
- 分業制

### 私たちができること

- 産地への興味関心を
- 生産者の顔が見えるモノづくり




図 6-13 第一グループ発表資料（一部抜粋）

### 1 富士吉田の織物について

特徴①山に囲まれた立地

軽い、薄い、高く売れる織物  
(細番手、高密度の生地＝山梨の土地固有の織物)

特徴②富士山の湧き水

山梨の土地でしか再現することのできない固有の技術

### 3. これからの考える～被服学科の視点から～

2社の企業に共通して感じたこと

手間をかけてる部分や熱量を知ってもらうことができない

➡製品だけでなく、生産者の思いを伝える機会が必要

現在ある活動例：ハタ印、山梨県の行政補助

### 3 これからの考える～家政経済学科の視点から～

## 織物語ーオリモノガタリー

ハタオリの産物 × 物語

### IV 希望的観測

物語を届け、共感を味方にする事で  
富士吉田のハタオリ産業活性を！




図 6-14 第二グループ発表資料（一部抜粋）

以上のことから、ディスカッションでは科学的な視点で向き合う被服学科の学生と、経済活動やマーケティングの視点で社会的課題に向き合う家政経済の学科の学生が合同で見学を行ったことにより、同じものを見ても注目するポイントや解釈の仕方が異なることなどに気づき、お互いの研究分野への興味・関心を深めることが出来た。また、提案に対して現地の参加者から質疑応答やフィードバックをもらい、見学後の熱が冷めないうちに、より深く思考を巡らせる、充実した機会となった。

## 6-2. 山梨テキスタイル風合い計測プロジェクト

### 6-2-1. プロジェクトの背景と目的

山梨ハタオリ産地の現地調査を通し、その産地の織物の特徴や生産における技術力の高さを知ることができた。山梨ハタオリ産地のみならず、日本国内には高度な技術を持った繊維産地が多く存在し、その伝統的な技術を蓄積している。しかし、このことについて、多くの消費者は知る機会が少なく、2020年度、2021年度に開催されたコンファレンス『ファッションと持続可能性』においても、参加者から、繊維製品の生産に関わる作り手への意識が乏しかったとの感想が多数あった。

このような状況は、服飾・被服学を学ぶ学生においても同様である。大学教育において、衣服の材料学は重要な位置付けにあり、布地の物理特性に関わる実験を通し、素材（繊維、糸、布）の違いによる布地の特徴を学んでいる。しかし、そこで扱われる布地は市販布が中心であり、国内の布地の産地やそこで生産された布地の特徴と関連付けて衣服素材について学ぶ機会は極めて少ない。前述した『山梨ハタオリ産地の新しい可能性を考える会』において、「若者が産地を知ること」の重要性が指摘された通り、未来のアパレル業界を担う学生が、国内の良質な布地の特徴、つまり風合いや性質について、客観的なデータに基づき理解を深めることは、今後の国内アパレル製品の生産において重要な意味を持つと考えられる。

そこで本計測プロジェクトでは、山梨ハタオリ産地の織物の特徴を客観的に捉えることを目的とし、被服学科学生と共に物理特性の計測を行った。本計測プロジェクトで得られた結果をもとに、山梨ハタオリ産地織物の特徴をデータで捉え、可視化することで、服飾・被服学を学ぶ学生だけでなく、一般消費者が国内の布地の産地へ意識を向ける契機となることを目指す。

### 6-2-2. プロジェクトメンバー

本プロジェクトのメンバーは、被服学科教員5名（松梨、武本、奥脇、鯨岡、大塚（名誉教授））、被服学科2年次10名、3年次4名であった。学生を含めた活動は、2022年7月より開始し、月1～2回、定期的にミーティングを行った。

### 6-2-3. 試料（山梨富士吉田市郡内地域の織物の収集）

本プロジェクトの始動にあたり、専門家の助言を基に、郡内地域の様々な布地の収集を行った。収集した布地は、郡内地域のテキスタイルメーカー4社（宮下織物25点、前田源商店31点、榎田商店25点、渡明織物13点）より、計94点であった。本計測プロジェクトにおいては、上記のうち宮下織物8点、前田源商店13点、榎田商店15点、渡明織物6点の計42点を試料とした。

### 6-2-4. 方法（物理特性の計測方法）

布地にはさまざまな種類があり、それぞれ異なる特性をもつ。それぞれの特性は布地を構成する



基本的な要素である、組織<sup>1)</sup>、目付（単位面積あたりの質量）、厚さ、織糸密度<sup>2)</sup>などと密接に関わり合っている。布地の外観や、触れたとき手触りや着用時の肌触りに関連する特性を「風合い」とよぶ。この「風合い」は布地を手で触り、眺めることによって主観的に評価されてきた。一方、近代繊維産業の成長に伴い、多くの繊維関係の研究者、繊維メーカーによって、風合いの客観的評価法に関する研究が行われ、それらの研究から、布地の風合いを布地の力学特性や表面特性により評価する KES 風合い計測システムが構築された。

本プロジェクトでは、我々が入手した織物の特性を把握するために、布の厚さや目付に加え、JIS 法（JIS L 1096）による剛軟性、KES 風合い計測システムによる力学特性、接触冷温感の計 5 項目の特性値を計測することとした。それぞれの、計測項目の計測法や定義を下記に示す。

#### 1) 厚さ

試料の 5 か所について厚さ測定器を用い、23.5kPa の一定圧力荷重下で厚さが落ち着くまでの時間（10秒）後に厚さ（mm）に測り、その平均値を小数点第 2 位まで求める。

#### 2) 質量（単位面積あたりの質量）

200mm × 200mm の試験片を採取し、それぞれの標準状態における質量を量り、1 m<sup>2</sup>あたりの質量（g/m<sup>2</sup>）に換算し、小数点 1 桁まで求める。

#### 3) 剛軟性

##### ①45°カンチレバー法

20mm × 150mm の試験片をたて方向及びよこ方向に採取し、一端が45°の斜面を持つ表面の滑らかな水平台の上に試験片の短辺をスケール基準に合わせて置く。次に試験片を斜面の方向に緩やかに滑らせて、試験片の一端の中央点が斜面と接した時の試験片を移動させた長さ（mm）を測定する。

##### ②ハートループ法

20mm × 250mm の試験片をたて方向及びよこ方向に採取し、試験片の有効長を200mmとする。水平棒のつかみに試験片をハートループ状に取り付け、1分経過してから水平棒の頂部とループの最下点との距離（mm）を測定する。

##### ③ドレープ係数法

試料は直径254mm（10inch）の円形状に採取する。直径127mm（5 inch）の試料台の上に試料の中心を一致させて置き、試料台と同寸法の試料押さえによって固定し、試料をなじませたからドレープ計上面積を測定する。

次の式によりドレープ係数を算出し、小数点以下 3 桁に丸める。

$$D_r = (A_s - S_1) / (S_2 - S_1)$$

ここで、 $D_r$  = : ドレープ係数

$A_s$  : 試験片の垂直投影面積（ドレープ形状面積）（mm<sup>2</sup>）

$S_1$  : 試料台の面積（mm<sup>2</sup>）

$S_2$  : 試料の面積（mm<sup>2</sup>）

#### 4) KES-FB 風合い計測システムによる力学的特性

試料は200mm × 200mm に採取し、KES-FB 装置（カトーテック株）により、表 6-1 に示す引張、

せん断、曲げ、圧縮、表面特性に関する各特性値を測定した。

表 6-1 布の力学的特性値

特性	記号	特性値	単位
引張り	<i>LT</i>	引張り荷重－伸びひずみ曲線の線形性	—
	<i>WT</i>	単位面積当たりの引張りエネルギー	gf・cm/cm <sup>2</sup>
	<i>RT</i>	引っ張りレジリエンス	%
曲 げ	<i>B</i>	単位長さ当たりの曲げ剛性	gf・cm <sup>2</sup> /cm
	<i>2HB</i>	ヒステリシス	gf・cm/cm
表 面	<i>MIU</i>	平均摩擦係数	—
	<i>MMD</i>	摩擦係数 $\mu$ の平均偏差	—
	<i>SMD</i>	表面粗さの平均偏差	$\mu\text{m}$
せん断	<i>G</i>	せん断剛性	gf/cm・degree
	<i>2HG</i>	せん断角 $\phi = 0.5^\circ$ におけるヒステリシス	gf/cm
	<i>2HG5</i>	せん断角 $\phi = 5^\circ$ におけるヒステリシス	gf/cm
圧 縮	<i>LC</i>	圧縮荷重－圧縮ひずみ曲線の線形性	—
	<i>WC</i>	圧縮仕事量	gf・cm/cm <sup>2</sup>
	<i>RC</i>	圧縮レジリエンス	%

## 5) 接触冷温感

30℃に保った銅板 (T-box) を 20℃に調温した試料に接触させ、熱流量を測定する。熱流量のピーク値を  $q_{\max}$  とする。 $q_{\max}$  (W/cm<sup>2</sup>) の値が大きいほど触った時にひんやり感があり、小さいとあたたく感じる。

以上、計測した山梨郡内地域の織物の特性値について、市販布と比較しながら、山梨郡内地域の織物の特徴を抽出した。

## 6-2-5. 結果 (物理特性値から見える山梨ハタオリ産地織物の特徴)

本稿では、一部の特性値の結果について示す。図 6-15 にドレープ係数と目付の散布図を示す。図 6-15 より、本プロジェクトで使用した布地は、市販布に比べ、目付は様々であるが、全体的にドレープ係数が高いことが分かる。すなわち、布地の質量に対して、比較的はりある風合いを持つ布地が多いことが分かった。布地のドレープ性には、様々な布地の要素 (原料繊維、糸や織物の構造、加工、仕上げ等) が複合的に関係するが、前述の特徴が示された要因として、山梨ハタオリ産地織物の特徴の一つである「高密度な織物」という点が挙げられる。織糸密度が高い布地は、交錯点<sup>3)</sup>が多くなり、丈夫で曲げがたいという性質を持つことがあり、この特徴が表れたと考えられる。

試料 No.11、12、13 は山梨県郡内地域の代表的な織物「甲斐絹」を復刻した織物<sup>4)</sup>である。図 6-15 より、これらの試料は、シフォン<sup>5)</sup>のように軽いが、ドレープ係数は高いことが分かった。一般的に軽い布地は、糸が細い、織糸の密度が小さいなどの特徴を持つことが多いため、ドレープ係数が小さく、しなやかな風合いを持つことが多い。しかしながら、甲斐絹は非常に軽い布地でありながら、薄手のデニム<sup>6)</sup>や 40 番ブロード<sup>7)</sup>よりもはりがある風合いを持つことが示された。これは甲斐絹が高密度に織り上げられた布地であるためと考えられる。甲斐絹の特徴は、「非常に軽

く、平滑な薄手の織物でありながらこしがあり、また独特の光沢とサラッとした風合いを持っている」と言われているが、この特徴と一致する数値的データを得られたことは注目される。

試料 No.29、30はジャカード織物<sup>8)</sup>であり、ウェディングドレスや舞台衣装用に製造されているものである。これらの試料は、トロピカル<sup>9)</sup>やオックスフォード<sup>10)</sup>と同程度の重量、ドレープ係数は非常に高く、はりがある風合いを持つことが分かった。ドレープ性は、製品設計の中でも特に衣服のシルエットに大きく影響し、素材がもつ保形性の程度により、布地を立体化したときの印象が変化する。これまで述べたように、市販布に比べ、特異なドレープ性を持つことは、布地を立体化するときの外観効果、造形効果に大きな影響を与えられと考える。

試料 No.14、28は傘地である。市販布と比べ、タフタ<sup>11)</sup>や60番ローン<sup>12)</sup>のように比較的軽い布地でありながら、ドレープ係数が非常に高く、はりがある風合いであることがわかった。傘地が持つドレープ性は、前述したNo.29、30のそれと同程度であった。現在は、傘地として用いられているが、軽量ではりがある特徴を活かし、服地（レインコート、舞台衣装など）としても用いることができると考えられる。

図6-16は、 $q_{\max}$  値とかさ高さの散布図を示したものである。試料 No.38、40、41はキュプラ<sup>13)</sup>が用いられた布地であり、同一のテキスタイルメーカーが製造している。No.38はたて糸・よこ糸ともにキュプラ、No.41はたて糸にキュプラ、よこ糸にリネン<sup>14)</sup>、No.40はたて糸にキュプラ、よこ糸にウール<sup>15)</sup>を使用している。いずれの布地においても、かさ高さは小さいが、 $q_{\max}$  値に相違がみられる。No.38と41は $q_{\max}$  値が0.100以上<sup>16)</sup>であることから冷涼感が高いことが分かった。No.40は、 $q_{\max}$  値が0.100以下であり冷涼感がないことが分かった。これは、よこ糸に保温性があるウールを使用しているためと考えられる。

試料 No.2～10はオーガニックコットン<sup>17)</sup>素材であり、同一のテキスタイルメーカーが製造している。その中でも、No.2、4、5、7、8はかさ高く、 $q_{\max}$  値が低いことから、ふっくらとしてあたたかみのある風合いを持つと言える。No.6とNo.7は斜子織であり、同じ組織であるが、No.7に比べ、No.6はかさ高さが小さく、 $q_{\max}$  は高い。これは、No.7が和紙を含む素材であるためと考えられる。

以上のように、山梨県郡内地域は、絹織物の産地として発展したことが有名であるが、その代表的な織物である「甲斐絹」を中心に、多様な物理特性を持つ布地が製造されていることが分かった。この多様性は、絹に限らず、種々の繊維素材を取り入れながら、産業を発展させていったことによるものと考えられる。山梨ハタオリ産地は「多種多様な織物が生まれる産地」とも言われており、物理特性値からも、これらの特徴が示された。

#### 6-2-6. まとめと今後の展望（物理特性値の伝え方、風合いの見える化）

本プロジェクトでは、布地の特徴を理解するための基本的要素である物理特性値を用いて、山梨ハタオリ産地織物の特徴を抽出した。布地の物理特性値は、服飾を学ぶ学生にとって、身近なツールであり、布地の特徴や造形性を理解する上で、重要なものである。そのため、本プロジェクトにより得られた結果は、繊維製品の開発、設計を目指す服飾学生にとっては、即効性があり有用な情報であると言える。一方で、一般消費者や布地の製造者においても、馴染みのない専門用語も含まれることから、繊維産地の特徴が見える化した情報としては不十分であり、その伝え方を工夫する必要があると言える。布地の風合いを物理特性値から客観的に評価する手法の研究、開発は、伝統的に培われてきた良質な布地の製造技術を理論化し、後世に残すために行われたものである。各織



図 6-15 ドレープ係数と目付の散布図

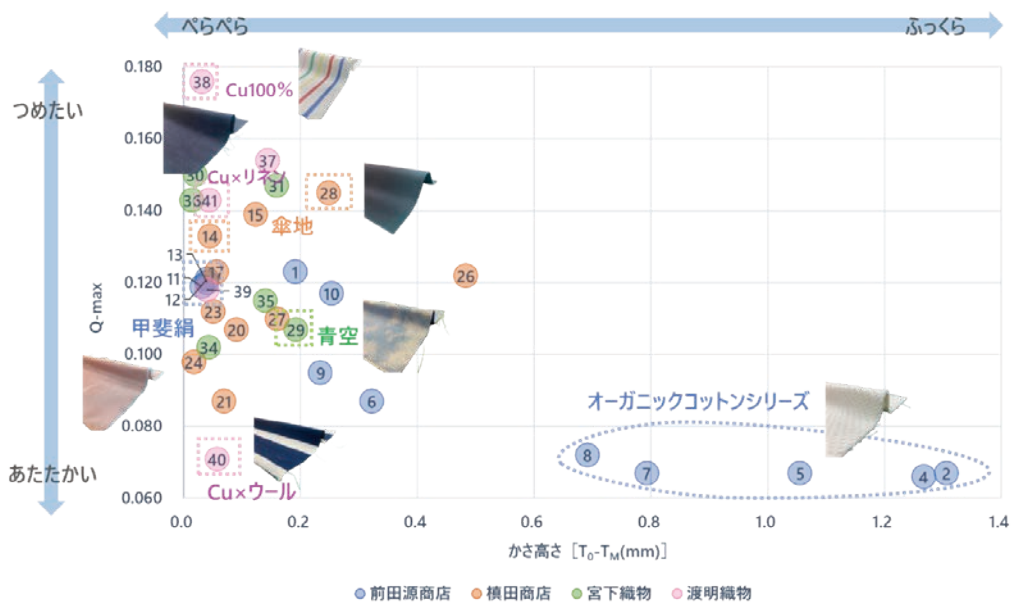


図 6-16  $q_{\max}$  値とかさ高さの散布図

繊維産地では、技術センター等によって、これらの取り組みが行われているものの、大学等の高等教育機関において取り組まれた例は少ない。本計測プロジェクトを、山梨県郡内地域へ向けた取り組みだけに限らず、他の繊維産地へも展開することで、国内の繊維産地の布地の包括的なデータベースが構築できる。これらのデータは、繊維産業の維持、発展に活かされるだけでなく、国際的な競争力を高め、さらにはその産業を目指す学生の教育にも寄与できるものと考えられる。



【参考文献】

- ・日本女子大学家政学部家政経済学科・被服学科、2021、「ファッションと持続可能性」2020年度家政学部学術交流事業オンラインコンファレンス報告書。
- ・松梨久仁子ほか、2022、『衣服材料学実験』朝倉書店。
- ・島崎恒蔵ほか、2009、『衣服材料の科学』建帛社。
- ・関間正雄、2014、『服地の基本がわかるテキスタイル事典』ナツメ社。
- ・甲斐絹座 HP、<https://www.kaikiza.com/#3rdPage>、2024.6.30閲覧。

注

- 1) 織物の構造のこと。代表的なものとして、平織、斜文織、朱子織がある。これら3つの組織を三原組織という。
- 2) 織物の単位長さ（1 inch = 2.54cm）あたりのたて糸・よこ糸の本数。
- 3) 織物のたて糸とよこ糸が交差し、上下が入れ替わる箇所。
- 4) 山梨県郡内地域で生産される絹織物。本来の甲斐絹は先染めした細い糸で高密度に織りあげることが特徴である。甲斐絹は400年以上前にオランダ南蛮船で更紗などと共にも輸入され、最高級品として郡内地域で生産されていたが、第二次世界大戦後にその姿を消す。しかし、最近になって地元の職人らにより甲斐絹を復活させた。本研究で用いた甲斐絹はこの現代の甲斐絹である。
- 5) 薄く柔らかい織物。本来は片弱撚りの生糸を使用した密度の荒いごく薄い平織りの絹織物のことであったが、現在はレーヨン、ポリエステル、ナイロンなど化学繊維のものや、編地のものなどさまざまである。
- 6) たて糸に染色した色糸、よこ糸にたて糸より細い晒し糸（染色をしていない糸）を用いた厚地の斜文織物。ジーンズに用いられる生地のこと。綿素材が主であったが、近年では合成繊維のものやポリウレタン混のストレッチデニムなどさまざまなデニム生地が生産されている。
- 7) 高密度で光沢のある平織物。現在は綿100%や、綿とポリエステルの混紡素材のものが中心である。
- 8) ジャカード織機により模様が織り込まれた紋織物。
- 9) 梳毛糸を用いた夏服用の薄地の平織の毛織物。
- 10) シャツ地などに用いられる比較的厚地の斜子織（平織の変化組織）の生地。ざっくりとした風合いがあり、表面に畝（うね）が現れるのが特徴。
- 11) 無撚または甘撚りの化学繊維フィラメント糸を用いた高密度な平織物。本来はたて糸に本練糸、よこ糸に片撚り本練糸を使用した緻密な平織の絹織物。
- 12) 細番手の綿糸で織られた薄い平織物。ブラウスやハンカチなどに用いられる。
- 13) コットンリントーを原料としてつくられる再生繊維の一種。銅アンモニアレーヨンともいう。絹に似た光沢と風合いを持ち、吸放湿性や生分解性に優れるという特徴がある。一般的なレーヨンに比べ強度が高い。
- 14) 亜麻。植物繊維の一種であり、植物の茎の中の靱皮が利用される。硬くはりがあり光沢感のある布ができるため、高級なテーブルクロスやナプキン、シーツなどの寝具の素材として好まれてきた。吸湿性に優れ、清涼感があるため夏物衣料の素材としてもよく用いられている。
- 15) 羊毛のこと。羊毛製品は保温性、吸湿性に優れており、表面には撥水性がある。
- 16) JIS L 1927繊維製品の接触冷感性評価方法にて、0.100 (W/cm<sup>2</sup>) 以上を「性能をもつ」と評価することができることが定義されている。
- 17) 有機農業により栽培された綿花からとれた綿繊維や、それを使った製品のこと。

## 終章

額田 春華・松梨久仁子

本プロジェクトでは、家政学の重要なキーワードの1つ「生活者」概念について、理論的・実践的に検討してきた。

前半の第1章から第3章では、「生活者」の視点に関わる理論的検討の成果が述べられた。第1章では、成瀬仁蔵の家政学部構想を日本の家政学の発展の歴史の中で位置づけた上で、ウェルビーイングや持続可能性と家政学の関わりを整理した。成瀬は伝統的な家族制度の下、良妻賢母養成を組み込んだ当時の家政学のあり方を批判し、社会の一単位としての家庭から社会変革に立ち向かう女性を育成する目的を持って本学の家政学部構想をとりまとめた。その後の家政学は学問のパラダイムを時代の要請に合わせて変化・発展させながら、個人・家族・コミュニティのエンパワーメントを進め、持続可能な生活を実現することを目的とする理論的、実践的取り組みを蓄積してきた。

第2章では家政学のように特定の「視点」に立った研究はそもそも科学研究たりえるのかという根源的な問いを理論的に考察した。ここではいったん「生活者」の視点から離れ、ジェンダー平等に関わるフェミニスト認識論の論争の事例から論考を進めた。そこでの結論は、特定の価値や哲学の立場に立つ視点を持った研究は、研究の科学性と矛盾するものではなく、むしろ独善性を避けるための研究の方法の確立と説明責任を果たすことが重要であるというものである。

第3章では、家政学における「生活者」概念の変遷を振り返った上で、本稿での「生活者」の視点の定義を示した。ここでは「生活者」の視点を、生活する側から経済と生活のつながりをとらえようとする視点であり、次の2つの側面からとらえるものとして定義した。第1に、生産と消費の循環を視野に入れ、自然環境や地域・社会への影響を考慮して主体的に消費行動に関わろうとする。第2に、働く人を生活ないし人生全体を基盤にして生産活動に関わる主体としてとらえ、健康や安心、幸せを重視する労働のあり方をつくりだそうとする。人が生きる意味を、労働によって所得を得、経済的基盤をつくる経済的循環だけでなく、健康、安心、生きがいなどを得る生命的・社会的循環の中でもとらえた。その上で、学問領域横断的に、「持続可能性」と「ウェルビーイング」に関わる議論を整理し、2つの概念の間の関係が複雑化している実態が説明された。

後半の第4章から第6章では、「生活者」の視点を持ちながら衣生活領域に焦点を当て、より具体的・実践的に本プロジェクトの成果を示した。第4章では、衣服産業の近代化と在来・中小企業の盛衰が衣生活の持続可能性に与えた影響に注目しながら、日本、ヨーロッパ、アメリカにおける衣生活の歴史的变化を、①イギリスの工業化以前、②工業化から第一次大戦まで、③戦間期、④戦時・戦後（1989年まで）、⑤1990年代以降の5つの時代区分に分けて整理した。近代化以降、一定の機能を持った服を安価に手に入れることができるようになった一方で、生産と消費の分断が進み、環境・社会・経済の面での持続可能性に関するさまざまな問題が生じた。日本では、欧米と共通する問題に加え、持続可能性の高い特性を持った和装文化が衰退する問題も加わった。1990年代以降、衣生活の持続可能性の問題はさらに深刻化したが、この状況に対する危機的意識が共有される中で、最近では新しい取り組みも起きている。

第5章では、山梨ハタオリ産地の再生はなぜ可能になったのかについて、「生活者」の視点を持

ちつつ、第3章で提示した図3-4-2の分析の視点に立って検討した。その問いに対して、「地縁による結合」によって取り組まれた第1ステップ、「歴史性・伝統性による結合」によって取り組まれた第2ステップ、外来者が加わり多様な人々が関係人口として加わり、地域の中にウェルビーイングの連鎖が起きていく第3ステップに分けて説明された。

当初は商工会議所が音頭をとり補助金の支援があるからこそ起きた連携活動であったが、共通体験が積み重なる中で次第に地域課題が互いに共感できる内容へと明確になり、心理的安全性の高い場が形成され、域内企業の人々の仕事との関わり方や進め方のものの考え方を変えていき、地域の中にウェルビーイングの連鎖と循環が起きた。さらに域内外の新しい人を「場」に引き込むという現象が起き、地域の中から経済的成果をきちんとあげられる企業も育ってきた。

第6章の前半では、学生たちと訪問した2022年の山梨ハタオリ産地での現地調査及び現地で開催された「山梨ハタオリ産地の新しい可能性を考える会」でのディスカッションの様子を報告した。現地の方々と学生との交流で、「持続可能性」に関して何を具体的に着目するべきかについての新鮮な発見があっただけでなく、衣生活に関する現象に自然科学的にアプローチする被服学科の学生と、社会科学的にアプローチする家政経済学科の学生では注目するポイントや解釈が異なることの気づきを得る機会ともなった。またこの章の後半では、それがきっかけとなって始まった「山梨テキスタイル計測プロジェクト」の活動と成果をまとめた。未来のアパレル業界を担う学生たちをターゲットとし、山梨のさまざまな個性的な布の特徴をデータでとらえ可視化して図6-15と図6-16としてまとめ、布地の物理的特性の分析結果を示した。

このプロジェクトは、「家政学の『生活者』の視点＝『持続可能性』を重視する視点」という程度の単純な図式で研究の視点を設定し、この視点を生かした日本女子大らしい社会貢献を模索して活動をスタートした。家政経済学科、被服学科、住居学科の学内の先生方や卒業生の先生からのご協力に加え、学外の大田康博先生（駒澤大学）からもご協力も得ることができ、2020年、2021年、2023年の3回のコンファレンスや山梨の澄んだ空気の中での現地訪問等の機会に、専門分野や関心の異なる方々との交流と議論を積み重ねてきた。

4年間の活動の中で学んだ最重要のことの1つは、「持続可能性」と一言で言っても、その言葉に対して具体的に何をイメージし、何を大切だと考え、また相手にどう関わってほしいと思うかは、生産者と消費者、地方での生活者と都会での生活者の間でも、また自然科学と社会科学の多様な専門領域を持った先生方や学生たちの間でも異なり、その間をすり合わせ、共通の活動の土台となる「場」を育てていくことの難しさとおもしろさである。活動の種をまいてもなかなか育たない場面もあり、どうプロジェクトを進めるか悩んだ時期もあったが、振り返ると「持続可能性」と「ウェルビーイング」をどう関係づけ、私たちが自らの専門性を超えてどう多様なステークホルダーと連携し、研究や教育を前に進めていくとよいのかについて、たくさんの学びを得ることができた。異なる専門や置かれた立場を超えて新しい価値を育てるために、同じ情景を共有しながらの共通体験とディスカッションがどれだけ大切なのか、改めて認識する機会となった。

ここで得たたくさんの種を、活動にご許力いただいた方々への感謝の気持ちとともに今後の教育や研究に生かしていきたいと考える。

