

日本における繊維・アパレル産業再生の道

(The reform of Japanese Textile & Apparel Industries)

本稿は 1998 年発表した「国内産業としての繊維アパレル産業を守り発展させるために」
—通産省の新繊維ビジョンの対案として—の改定第 2 版として執筆・提案するものです

2008年2月

全繊維産業労働組合・繊維産業労働組合協議会
センイ労働運動研究会・繊維産業政策懇談会
提案・砂山 七郎

「日本における繊維・アパレル産業再生の道」(要旨)

本稿の課題は、グローバリゼーションと新自由主義市場経済の進展のもとで、繊維・アパレル産業、とりわけ川中・繊維製造企業の再生可能性について研究することである。

繊維・アパレル産業の市場規模は、雇用者数 183 万人、出荷額 47.2 兆円を擁している。全国に 117 もの産地があり、1 万 4800 企業、従業員 12 万 8200 人が働き、2 兆 300 億円の生産額を持ち、地域経済を支える大きな役割を果たしている。産業の持つ高度な技術力は衣生活のみならず環境、医療福祉、情報基盤材料など非衣料分野にも展開され、他産業と関連し国民生活を支える重要産業のひとつとなっている。しかし、生産規模が 1994 年と比べほぼ半減し、産地崩壊の危険すら危惧される状況にある。産地を支える技術の創造や継承、生産・流通の体制は広い底辺、裾野が必要であり、一度崩壊すれば再生も困難となる。グローバル化、新自由主義的競争がすすむなか、繊維・アパレル大企業は生産優位が得られる海外に生産活動を分散させてきた。本稿では、衰退する国内の繊維産業構造と、伸張する産業のグローバル展開、この両面からの分析を通じて、産業の活性化をめざす政策を提案した。

第 1 章及び第 2 章で、1956 年から 43 年間にわたり、国の産業構造高度化政策として施行された繊維産業構造改善措置法と、その具体策を示した「繊維ビジョン」を批判的に検討した後、繊維・アパレル大企業のグローバル展開の歴史を追い、衰退した要因と今後の展望について分析した。国際競争力強化を第一として、その間に発生し、繊維産業に重大な影響を及ぼした日米繊維交渉、繊維セーフガード発動要請問題、国内産業の空洞化問題などに対する国策は、その時々々の主要な政治・経済政策に従属したものであった。繊維・アパレル産業内部で、矛盾が拡大した場合、産業全体の生産性向上、競争優位を支える条件の改善に努力することを放棄し、投入された国家資金は、企業が困難に耐えられる体質となるような対症療法的な振興策として使用されたり、転産業の事案などに対するソフトランディングへの緩衝策として活用されてきた。その結果、国内繊維産業の空洞化、繊維中小零細企業の衰退に歯止めをかけ、繊維産地の振興、活性化を図ることができなかったのである。

他方、繊維・アパレル産業のグローバル化は東アジア諸国の経済発展、消費市場としての興隆をもたらした。日本繊維製品をアジアからトルコを経てヨーロッパ諸国に販売する機会、特に中国やインドなどで高い購買力を持つ人々に供給する機会が拡大している。

第 3 章では、繊維・アパレル産業のこれ以上の規模縮小を回避し、国民の生活文化に立脚した、高付加価値商品群の生産が可能な産業基盤を構築するための再生プランを提案した。

「繊維産地ミュージアム創設プラン」では、産地と企業の質的改革と産業集積のあり方を考察し、地域資源を活用した異業種間水平連携を促進し、地域内での生産・経済循環をつくることによって、産地振興をはかるプランを示した。「繊維新市場・販路開拓プラン」は国内外の市場が求める非価格競争力のある創造性豊かな商品、国民の生活文化を支える商品を生産し、供給する方向を提案した。結びとして、以上の提案を実現させるための国の役割、制度的改革の課題について考察した。

目 次

はじめに	1
研究視角と構成	1
繊維・アパレル産業の範囲と規模	2
第1章 繊維・アパレル産業政策の変遷と産業構造の変化	6
1. 半世紀におよぶ「繊維産業構造改善法」と繊維ビジョン	6
2. 繊維製品による貿易摩擦と日米繊維交渉	8
3. すべての繊維工業業種を対象に異業種垂直連携を提唱した「新繊維法」	8
4. 先進国型繊維産業への標榜と繊維セーフガード	10
5. 「構造改善」の先にある新自由主義的な市場競争	11
第2章 繊維・アパレル産業のグローバル化	15
1. 産業のグローバル化と産地「空洞化」	15
(1) 東アジアに拡大した日本向け衣料・縫製品の生産拠点	15
(2) 中国における東レ繊維事業での異業種連携	17
(3) 10年で生産規模が半減した北陸長繊維産地	18
2. 日本の繊維・アパレル産業の国際的な位置と役割	19
(1) 輸出の54%、輸入の82%を中国、ASEANに依存する日本	19
(2) 世界生産量の35%、世界一の規模に成長する中国	21
(3) 「アジアハイウェイ構想」がもたらす流通革新	21
第3章 グローバル化のもとでの繊維・アパレル産業再生の条件	25
1. 「ローカル」から「グローバル」市場へ、質的変革の可能性	25
(1) トренд情報の創造を基礎に商品化する繊維・アパレル産業	25
(2) 素材からストーリーを創造し、販路を広げる企業・産地	25
2. 繊維・アパレル産業の再生めざす2件の提案	27
(1) 産地、中小零細企業を視野に入れた振興事業	27
(2) 産地内生産循環めざす「繊維産地ミュージアム創設プラン」	29
(3) 海外で高品質商品を販売する「繊維新市場・販路開拓プラン」	30
むすびにかえて	32
繊維・アパレル産業再生への制度的改革の課題	32

はじめに

研究視角と構成

本稿の課題は、グローバリゼーションと新自由主義市場経済の進展のもとで、繊維・アパレル産業、とりわけ川中・繊維製造企業の再生可能性について研究することである。

繊維・アパレル産業は、1986年以降、日本の繊維品貿易が輸入超過となり、今日、グローバル化、新自由主義的競争がすすむなか、生産規模の縮小が続いている。全国に117もの産地があり、1万4800企業、従業員12万8200人が働き、2兆300億円の生産額を持ち、地域経済を支える大きな役割を果たしている⁽¹⁾。産業の持つ高度な技術力は衣生活のみならず環境、医療福祉、インテリア・建築資材、情報基盤材料など非衣料分野にも展開され、他産業と関連し国民生活を支える重要産業のひとつとなっている。しかし、生産規模において1994年と比べほぼ半減し、産地崩壊の危険すら危惧される状況にある。産地を支える技術の創造や継承、生産・流通の体制は広い底辺、裾野が必要である。裾野の縮小は頂点そのものの低下を招き、一度崩壊すれば再生も困難となる。だが、産業全体が衰退傾向にあるのではない。国際競争力強化、競争優位を求めて、川上にあたる大手企業は海外への生産工場移転・増設をすすめ、グローバル・多国籍展開を推進している。合繊企業は総合化学企業に転進し、大手紡績企業の紡績糸海外生産比は50%を超えている。川下の衣料製品を扱うアパレル、流通企業は商社、問屋を介在させた製品輸入を促進し、今日、衣類の数量ベースでの輸入浸透率が90%を超えた。生産優位が得られる国に生産活動を分散させ、海外からの製品調達を行ってきた結果、川中・繊維製造企業がこの10年で半減したのである⁽²⁾。

本稿では、衰退する国内の繊維産業構造と、伸張する産業のグローバル展開、この両面からの分析を通して、産業の活性化をめざす政策を提案する。

第1章では、1956年から43年間にわたり、国の産業構造高度化政策として施行された繊維産業構造改善措置法と、その具体策を示した「繊維ビジョン」、および繊維大企業の国際展開の歴史の変遷を分析した。その間に発生し、繊維産業に重大な影響を及ぼした日米繊維交渉(1971年)、繊維セーフガード発動要請問題(1995年)、企業戦略のグローバル化が招いた国内産業の空洞化問題などに対する国策が、その時々々の主要な政治・経済政策に従属したものであったことを検証した。繊維・アパレル産業内部で、矛盾が拡大した場合、産業全体の生産性向上、競争優位を支える条件の改善に努力することを放棄し、企業が困難に耐えられる体質となるよう、対症的に国家資金が振興策として投入され、転廃業の事案などに対するソフトランディングへの緩衝策として活用されてきたことの解明を試みた。

<キーワード> 繊維ビジョン The Textile Vision, 構造改善 structural improvement,

国際競争力 international competitiveness, 繊維産地ミュージアム the museum of textile industrial district, 繊維新市場開拓 a new market for textile & apparel,

第2章では、1986年以降、東アジアを中心とした繊維・アパレル産業のグローバル化がもたらせた影響と今後の展望について論述した。第一は、東アジアでの日本向け繊維製品の生産拠点拡大が国内繊維産地の空洞化を進行させた点についてである。第二が、消費市場としての東アジアの興隆、この流れに沿った「アジアハイウェイ推進構想」の将来像から、日本繊維製品の中国からインド、トルコを経てヨーロッパ諸国への輸出の可能性と展望についてである。

第3章では、繊維・アパレル産業のこれ以上の規模縮小を回避し、国民の生活文化に立脚した、高付加価値商品群の生産が可能な産業基盤を構築するための再生プランを提案した。まず、高付加価値商品を、「ローカル」から「グローバル」市場へと販路を拡大し、成果を上げている企業、産地協同組合の取組みを紹介し、川中繊維産業、産地が取り組むべき方向性について考察した。次に「繊維産地ミュージアム創設プラン」では、全国117の繊維・アパレル産地と企業の質的改革と産業集積のあり方を考察し、そこでの再生可能なプランを例示した。「繊維新市場・販路開拓プラン」は高品質製品を国内外で販売する方向を提案した。

結びとして、以上の提案を実現させるための国の役割、制度的改革の課題について考察した。繊維・アパレル産業のグローバル化が進展するなかで、互恵の立場に立った貿易を推進し、低価格競争のみを追求することなく、国内外の市場が求める創造性豊かな商品、国民の生活文化を支える商品を生産し、供給することの必要性を論じた。

繊維・アパレル産業の範囲と規模

以下、第1章の考察に入る前に、本稿で考察の対象とする繊維・アパレル産業の範囲と規模を確定しておきたい。当該産業は時代における生活文化の変化や、産業政策の変遷を反映して、「繊維工業」「アパレル産業」「ファッション産業」等と表わされてきた。繊維・アパレル産業の振興政策は1956年、繊維工業設備臨時措置法施行から、1999年繊維産業構造改善臨時措置法が廃止されるまで、一貫して国際競争力強化を目的とした設備の近代化、および生産または経営の規模の適正化の促進、過剰設備の計画的な処理等のための措置を講じてきた。その過程のなか、1994年の法改正では呼び方が繊維工業から繊維産業に改められ、新たな対象業種に繊維製品のデザインや販売等の事業が追加された。

経済産業省産業構造審議会繊維産業分科会が答申してきた「繊維ビジョン」では、1989年に繊維産業を生活文化産業と表現した。1993年にはビジョンのテーマを「市場創造とフロンティアの拡大」とし、プロダクトアウトからマーケットインへの産業の構造転換・改革を政策の柱にした。

2007年5月に発表された「繊維産業の展望と課題」（中間とりまとめ）では天然繊維、化学繊維の原糸生産から衣料製品、インテリア製品、和装製品のほか、医療、情報通信、環境保全、水資源など産業資材用途に広く展開する産業領域をさし、高分子化学から生まれる合成繊維の先端素材製造から、消費者の求めるファッショントレンドの創造、商品流通までを産業の範囲と位置づけている。この領域のなかの衣服製造業および流通に関する業種として「アパレル産業」という概念がある。繊維素材や皮革素材を含めた衣料品のほか、服飾雑貨、化粧品、宝飾品などの商

品やサービスを提供する産業システムを纏めて「ファッション産業」と表現する見解もある⁽⁹⁾。

繊維産業の生産・流通の分業体制を生産者から消費者に向かった川の流れにたとえ「川上・川中・川下」と表現される。川上は化学繊維製造、紡績、撚糸などの糸生産工程を指し、川中には織物、ニットなどの生地生産や染色整理業、縫製業などの二次製品製造工程、川下はアパレル、卸・小売業や流通、デザイン関連業務までを表し、裾野の広さを反映している。

表 1. 繊維・アパレル産業の範囲

生産部門	F17 化学工業	1740 レーヨン・アセテート製造業, 1741 化学繊維製造業
	F11 繊維工業	111 製糸業, 112 紡績業, 113 撚糸製造業, 114 織物業, 115 ニット生地製造業, 116 染色整理業, 117 網・網製造業, 118 レース・繊維雑品製造業, 119 その他の繊維工業,
	F12 衣服・その他の繊維製品製造業	121 織物製（不織布製及びレース製を含む）外衣・シャツ製造業（和式を除く）, 122 ニット製外衣・シャツ製造業, 123 下着類製造業, 124 和装製品・足袋製造業, 125 その他の衣服・繊維製身の回り品製造業（ネクタイ、スカーフ・マフラー、ハンカチーフ、靴下、手袋、帽子、毛皮製衣服・身の回り品、他に分類されない衣服等）, 129 その他の繊維製品製造業（寝具、毛布、帆布製品、繊維製袋、刺繍、タオル、他に分類されない繊維製品製造）
商業部門	J50 繊維・衣服等卸売業	501 繊維品卸売業（衣服・身の回り品を除く）, 502 衣服身の回り品卸売業
	J56 織物・衣服・身の回り品小売業	561 呉服・服地・寝具小売業, 562 男子服小売業, 563 婦人・子供服小売業, 569 その他の織物・衣服・身の回り品小売業
	J55 各種商品小売業	551 百貨店・総合スーパー

出所 総務省 日本標準産業分類 2002年3月改訂版⁽¹⁰⁾より作成

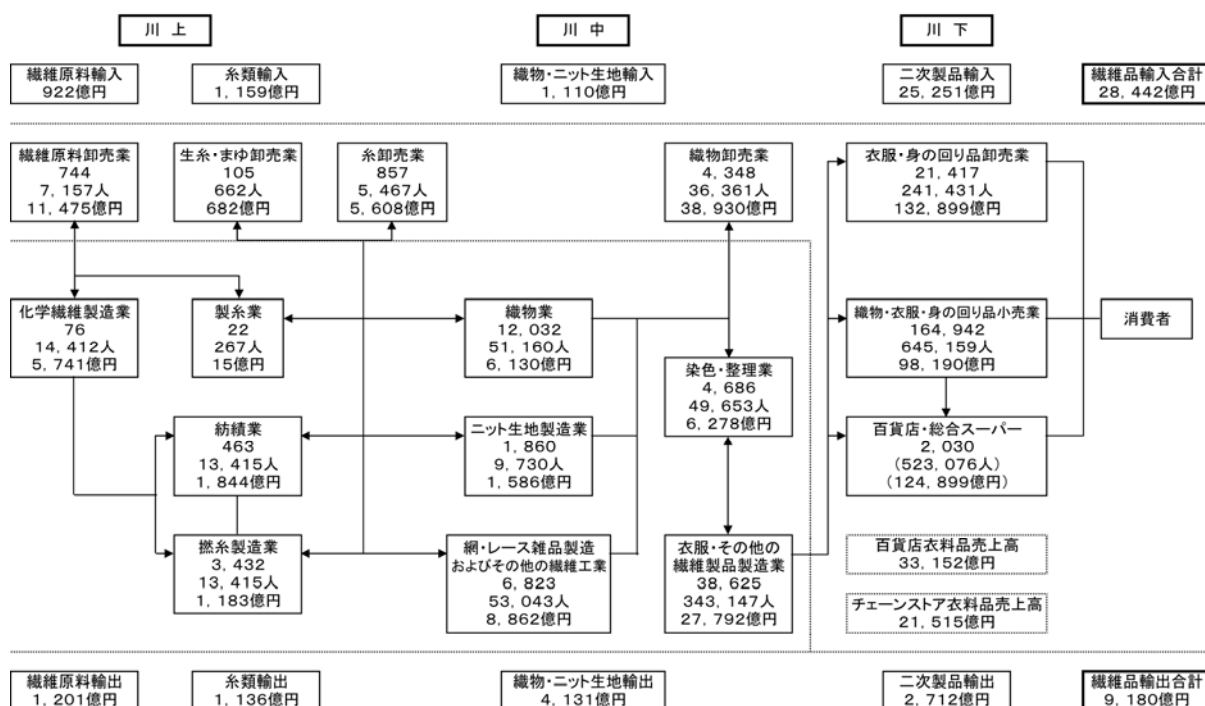
多岐にわたる産業概念が存在するが、本稿では表1に示す通り「繊維・アパレル産業」の領域として、総務省が管理する「日本標準産業分類」に従う。ライフスタイルを創造する消費者の視点も取り入れるために、繊維工業分野のみならず、商業・サービス分野および海外市場開拓の推進に伴い重要性を増す通商・国際分野なども対象分野とし分析、研究を試みる。

「繊維工業」には、産業分類では化学工業（F17）に属する化学繊維製造業と、繊維工業（F11）に属する紡績・撚糸・織編物・網レース等雑品・染色整理業の2グループを位置づけた。「アパレル産業」には衣服・その他の繊維製品製造業（F12）に属する織物やニット製品（外衣・下着類）、ネクタイ等身の回り品、インテリア・小物製品から和装製品などの製造業と、衣服・身の回り品卸売業（J50）、同小売業（J56）のうち衣服などのアパレル製品の卸売り、小売販売にかかわる部分を範囲とした。このなかのアパレル企業とりわけSPA型企業（Speciality store retailer of Private label Apparel）は生産部門と流通部門を持っており、その位置付けは製品の内製化比率

の違いによって、生産額もしくは販売額のいずれか額の多い方に格付し「自らは製造を行わないで、自己の所有に属する原材料を下請工場などに支給して製品を作らせ、これを自己の名称で販売する製造問屋は製造業とせず、卸・小売業に分類」⁽⁴⁾している。さらに各種商品小売業（J55）に属する百貨店・総合スーパー（551）の衣料品販売もアパレル産業の対象とした⁽⁵⁾。

繊維・アパレル産業の原料生産から、衣服等二次製品の流通までのフローチャートは図1の通りであるが、産業の工業統計表⁽⁶⁾に見る規模は、化学繊維製造業を加えた「繊維工業」に17万6000人が働き、2兆7800億円を出荷し、アパレルに属する「衣服・その他の繊維製品製造業」は従業者数27万3800人、出荷額2兆2200億円である。商業統計表⁽⁷⁾による卸・小売業の規模は「繊維・衣服等卸売業」で30万6500人が働き、年間18兆8900億円を販売し、「織物・衣服・身の回り品小売業」に69万7000人が従事し、10兆9800億円を販売している。さらに百貨店・総合スーパーで衣料品を5兆2000億円販売している⁽⁸⁾。「繊維・アパレル産業」の製造から小売までを概観した繊維貿易等を含めた市場規模は雇用者数約183万人、出荷額47.2兆円を擁している⁽⁹⁾。

図1. 繊維・アパレル産業の生産・流通フローチャート（2002年）



(注) 各業種の数字は 上段:事業所数 中段:従業員数 下段:出荷額を示す。

出所 経済産業省「工業統計表」産業編1)、経済産業省「商業統計表」2)、日本百貨店協会「商品別売上高表」、日本チェーンストア協会「販売統計集計表」3)、財務省「通関統計」各2002年版より筆者作成

注1：中小企業庁平成17年度『産地概況調査』 生産額は平成16年の金額把握が可能な111産地の合計額。

注2：佐藤彰彦(2005)は「繊維・アパレル産業の生産連鎖とアジア立地行動」で、「大手繊維・アパレル企業が、生産コスト削減のため廉価な労働力を求め、発展途上国、特にアジア諸国に進出している。進出企業が最大の市場である日本への「持ち帰り輸入」を目的とする場合が多く、輸入品の増加が国内生産力の弱体化、衰退化を招いた」と指摘している。

注3：鍛島康子(2006)は著書『アパレル産業の成立—その要因と企業経営の分析』でアパレル産業を「衣服の製造業および流通に関する社会的総体をさすもの」と定義した。成美弘至(2003)はファッション産業を著書『ファッションシステム—文化と流行の構造』で「流行の身体化にかかわる商品やサービスを提供する産業システム」と定義し、産業構造審議会繊維産業分科会が答申した2007年繊維ビジョン(中間とりまとめ)でもファッション産業を「衣料品(主として繊維製品であるが他の素材を用いたものを含む)や服飾雑貨の生産、流通、販売に関わる産業を指すもの」と表現している。

注4：日本標準分類 大分類F項製造業総説—製造業と他産業との関係(3)項 卸売業・小売業との関係(ウ)項。

注5：各業種の末尾()内コードは総務省日本標準産業分類(2002年改訂版)による。

注6：数値は2005年工業統計表(概要版)による。図1. 生産・流通フローチャート図の数値は概数調査で、従業員4人以上の事業所を対象としているため推計を含んだものである。

注7：数字は2004年商業統計表。「衣服・身の回り品卸売業」および「織物・衣服・身の回り品小売業」から靴・はきもの・かばん・袋物卸売業、同小売業を除く。

注8：日本百貨店協会および日本チェーンストア協会が発表した『2004年売上高暦年実績表』のなかの衣料品売上高を合算したものである。図1. チャート図の「百貨店・総合スーパー」の()に示す従業員数、売上高は業態総数の数値である。

注9：経済産業省製造産業局編(2004)『繊維ビジョン』P26

注10：本稿では繊維・アパレル産業の範囲を明確にするため日本標準産業分類のなかからつぎの業種を除外した。同分類に基づく商業統計表の実績等の数値からも除外した。

(業種の後の()内コードの2桁は大分類、3桁は中分類、4桁は小分類を表す)

- ・「衣服身の回り品卸売業」(502)の集計から「靴卸売業」(5025)、「履物卸売業」(5026)、「かばん・袋物卸売業」(5027)
- ・「織物・衣服・身の回り品小売業」(56)の集計から「靴・履物小売業」(564)
- ・「その他の織物・衣服・身の回り品小売業」(569)の集計から「かばん・袋物小売業」(5691)をそれぞれ除外した。

また、本稿では、繊維アパレル(衣料品)部門による製品の総称を「繊維品」とし、これを「繊維原料」「紡績糸」「織物」「二次製品」「衣類」「衣料品」等に分割している。

「二次製品」=衣料品、インテリア・ホームテキスタイル用品、産業資材品の総称をいう。

第1章 繊維・アパレル産業政策の変遷と産業構造の変化

1. 半世紀におよぶ「繊維産業構造改善法」と繊維ビジョン

繊維工業は、明治初期の官営工場の設立、中期における殖産工業化政策、輸出振興策など国の保護育成政策のもと、わが国産業の発展、近代化の先導役としてその基盤を確立し、太平洋戦争後も、国の主導による「近代化」「構造改善」政策がすすめられた。

1956年、戦後初めての繊維産業政策「繊維工業設備臨時措置法」（繊維旧法）が成立している。これは、合成繊維産業育成、「朝鮮戦争特需」による生産力の増大と、1954年以降の繊維不況が作り出した需給ギャップの調整を図ろうとしたものである。同法は紡績および織布設備の増設の禁止、織機設備の買い上げ、廃棄、紡績設備の格納、操業短縮等を定めた^①。

1964年には、これまでの設備調整政策に構造改善対策がプラスされた「繊維工業設備等臨時措置法」（繊維新法）が成立した。自由競争体制への移行に耐えられる企業体質づくりをめざすとし、合成繊維の育成と、紡績機300万錘のスクラップ・アンド・ビルド、一部織物加工業の設備廃棄が実施された。大手紡績や合繊企業は、原料から紡績および織布事業まで、天然繊維部門から合繊部門まで統合した中核企業をめざした。

繊維旧法および新法は、産業構造の高度化をめざしたが、繊維・アパレル産業は多数の中小零細企業が産業の基盤を構成する存在であり、資本集約型産業への改善は自ずと限界があった。このため通商産業省は1965年、業界団体の役員、学者らで構成した繊維工業審議会および産業構造審議会に対し、繊維工業の構造改善対策について諮問し、1966年に通産大臣への答申「特定紡績業および特定織布業の構造改善に係る織構審・産構審の答申」が行われた。政府はこの答申に予算措置をつけ、1967年に事業実施を具体化した「特定繊維工業改善構造改善臨時措置法」（特織法）を制定した。この答申が初回の「繊維ビジョン」である。以降、繊維関連法の改正・延長ごと、ほぼ5年おきに制定され、2007年に答申されたビジョンまで10回提言されてきた。特織法は、1974年に新たな「繊維工業構造改善臨時措置法」（新繊維法）となり、その後3度の改正・延長を経て、1994年に対象業種を「繊維工業」から流通サービス業にまでひろげた「繊維産業構造改善臨時措置法」に移行した。1999年に同法が廃止されるまでの間、6次、43年にわたり繊維関連法が継続・施行されたのである。

1966年「ビジョン」は、発展途上国の加工技術の向上、製品輸入の増加などの追い上げに対処するため、繊維産業の高効率・高技術産業への脱皮、生産性の向上、国際競争力強化をはかる設備近代化、企業の集約化でのスケールメリット追求を提言した。「特織法」では「特定」の名が示すとおり、綿スフ紡績業、綿スフ織物業を対象とし、1969年からはメリヤス製造業、特定染色業を追加した4業種の構造改善策が制定された。具体的には4業種に1420億円が融資され、紡績設備112万錘の一括廃棄などが実行された。同時に設立された繊維工業構造改善事業協会は、成長性、国際競争力が見込めない企業の撤退、余剰とされた労働者の整理解雇をすすめ、一方で、成長性が見込める企業には深夜業の復活、三交替24時間労働制採用などを手段に保護育成を図

るといふ二面的な政策を推進した。この結果、紡績糸1梱生産に必要な人員が、4.2人から2.6人へ約40%省力化された²⁾。合織の生産量も1955年の1万6000トンから1974年102万トンへと飛躍し、繊維生産に占める比重も2%から51%へと増大した。

表2. これまでの繊維産業構造改善等の産業政策の推移

繊維関連法	目的	対象業種	内容・助成手段等
繊維旧法 1956～1964年	正常な輸出の発展に寄与するため設備規制による繊維工業の合理化	紡績 織布 染色加工	1. 特定設備の区分登録制。未登録機の使用禁止 2. 過剰紡機の格納、織機の買上廃棄、廃棄補助金15億8200万円
繊維新法 1964～1970年	自由競争に耐えられる企業体質づくりと輸出正常化	紡績 染色整理	1. 精紡機、幅出機の設備規制 2. スクラップ化に伴う融資9億6100万円、廃棄補助金1億3400万円
特織法 1967～1974年	国際競争力強化の為のスケールメリットをめざした近代化、企業の集約化	綿スフ・合織紡績業 綿スフ織物業 絹人絹織物業 メリヤス製造業 織物機械染色整理業	1. 過剰織機廃棄補助金19億円 2. 過剰精紡機処理融資20億円 3. 債務保証金27億円、振興事業への出資金10億円など 4. 設備近代化融資1420億円
(臨時繊維産業特別対策等) 1971～1973年	対米繊維輸出自主規制および政府間協定による規制実施に伴う繊維業者の救済	規制による影響を受ける流通を含む繊維事業者	1. 過剰設備廃棄補助金548億円 2. 長期低利緊急融資1,350億円、金利負担43億円 3. その他債務保証、返済繰延、出資金等108億
(無籍織機対策) 1973～1978年	無籍織機の解消と織物製造業者の経営の安定	織物製造業者(綿スフ・絹人絹・毛麻・タオルの各業者)	1. 無籍織機の登録を認める(織物登録特例法に基づき登録の25%部分、台あたり20万円徴収) 2. 無籍織機の買取・廃棄を実施
新繊維法 1974～1994年	発展途上国の追い上げ、国民需要の増大への対処、国際競争力強化を図る為の知識集約化	すべての繊維産業	1. 異業種間グループ形成への助成 2. 中小企業振興事業団融資、所要資金の70%以内、金利2.6% 3. 日本開発銀行、中小企業金融公庫等の融資

(注) 新繊維法は1995年11月、1996年5月の改正を経て1999年3月廃止された。その間の対象業種、施策は同一だが、投入された資金は年度予算によって違っている。

出所：通商産業省生活産業局編(1977)『新しい繊維産業のあり方』p44～49より筆者作成

2. 繊維製品による貿易摩擦と日米繊維交渉

繊維産業の外貨獲得産業としての輸出振興策と、輸出志向の販売体制、国際的な価格競争強化の政策が相乗し、繊維産業の輸出は1965年には全産業輸出額84億5200万ドルの18.7%、15億8200万ドルを繊維製品が占めた。素材別には合成繊維31%、アセテート、レーヨン17%、綿29%、毛12%、絹3%と、化学繊維が繊維輸出の約半分を占めていた。1971年、世界の合繊総輸出に占める日本のシェアは28.9%になり西ドイツ22%、イタリア10%、アメリカ5.9%を抜き、合繊織物では60%近くのシェアで、世界第一位の合繊輸出国として成長していった⁽³⁾。この急成長が他方では、相手国の輸入制限措置を引き出すこととなった。アメリカは重化学工業の発展の影響で国内紡織工業が停滞し始めると同時に、繊維製品輸入規制政策を採り入れた。1956年に日本に対し綿製品の対米輸出自主規制の要求に始まり、1962年にはGATTによる綿製品の国際貿易に関する長期取極(LTA=Long-Term Arrangement)締結へと進展した。1967年には米国繊維製品製造業者協会(ATMI)が「毛および人造繊維製品の輸入制限要求」を決議し、綿製品から毛、合繊製品へと輸入制限措置拡大を要求してきた。これに対して日本紡績協会、日本化学繊維協会、羊毛紡績会の3団体は「米国の輸入制限運動に反対し日本政府の善処を要求する決議」を採択し対抗した。

1968年、アメリカ大統領選挙においてニクソンは、輸出国側に自主規制を求めようとLTAをすべての繊維製品に拡大することを公約、アメリカ議会下院に提出されていた輸入規制法案を拒否しつつ、これを輸出国側への交渉手段として利用し、日本への自主的な輸出規制を迫ってきた。以降、沖縄返還問題とからんだ日米繊維交渉が展開された。この問題は国会でも取り上げられ、1969年、衆参両院の商工委員会で「アメリカ政府に繊維輸入制限を断念するよう求める決議」を採択、1970年には紡績協会や化学繊維協会など繊維19団体が日本繊維産業連盟を結成し、日米二国間交渉をGATTの多国間交渉に委ねることを要求し、日米政府間交渉への関与を強化していった。交渉では、アメリカによる5年間の輸出規制要求に対し、繊維産業連盟は期間3年、輸出規制水準を初年度5%増、次年度以降前年の6%増を内容とした「対米繊維輸出自主規制に関する宣言」を決議した。しかしアメリカが拒否し、繊維輸出自主規制問題が日米間の重大な政治課題となり、沖縄返還問題や、電機、自動車などの他産業の輸出にも影響を与えていった。1971年、政府は業界の反対にも拘らず、アメリカ案を基礎とした政府間協定に仮調印、業界への総額751億円の緊急救済措置を準備した上で、日本側の綿、毛、化合繊などすべての繊維製品の輸出規制を認めた政府間協定に正式に調印した。

3. すべての繊維工業業種を対象に異業種垂直連携を提唱した「新繊維法」

1970年代における繊維産業は、国際的には発展途上国では繊維産業が急成長し、アメリカなど先進国では保護主義的貿易政策が顕著となっていた。この時期は国内的にも需要構造が変化し、生活様式の多様化に伴い繊維製品の輸入が急増し、海外ブランド商品を扱う専門店やアパレル企業が成長を始めた。1973年発表された繊維ビジョン「70年代の繊維産業のあり方について」は、

産業の果たすべき課題として、国際協調と適切な国際分業体制を前提として、多様化する国民の需要に応じることのできる体制の構築を提唱した。具体的には産業の高付加価値化を推進する知識集約化グループの育成、中小企業への取引条件の適正化、零細企業に対する技術指導の抜本的強化を示し、それに必要な財政、金融上の助成を求めた。1974年に制定された繊維工業改善臨時措置法（新繊維法）では、すべての繊維工業業種（化合繊製造、紡績業、織布業からメリヤス製造、染色整理、輸出縫製、撚糸業など）を対象として、従来の横型の水平分業から、縦型の異業種垂直連携が提案された。消費者需要を的確にとらえ、付加価値を向上させるとして、川上に位置する化合繊、紡績大企業や、川中での大手商社、アパレル企業が主導するボトムアップ型生産プロダクトチームの組織づくりが始められた。

1975年には稲葉秀三ら業界5氏からなる繊維問題懇話会が「当面する繊維対策についての提言」を公表し、これを繊維工業審議会が追認している。提言では国際競争力強化とアパレル産業充実強化の必要性が強調され、こうした政策の実施が「わが国での産業転換の模範」となるべき成果を挙げることが要求された⁴⁾。アパレル企業の集約化、専門化、経営効率の向上のための国の助成措置が今日の大手アパレル企業の基礎を開いたのである。川上素材の生産部門や、流通部門との連携がすすめられ、消費者需要の多様化、高級化、個性化に対応できる加工技術の向上や品質管理技術の標準化の充実、これを担いうる人材の育成などあらゆるアパレル産業の振興策が順次追加され、一部大手アパレル企業の成長を促進させることとなった。他方、産地機能の強化策として、実需対応補完連携＝LPU（Linkage Production Unit）⁵⁾が提案され、産地でのネットワーク型連携組織が呼びかけられ、その支援の中心となるリソースセンターが大阪、石川、今治などの繊維産地に設置された。

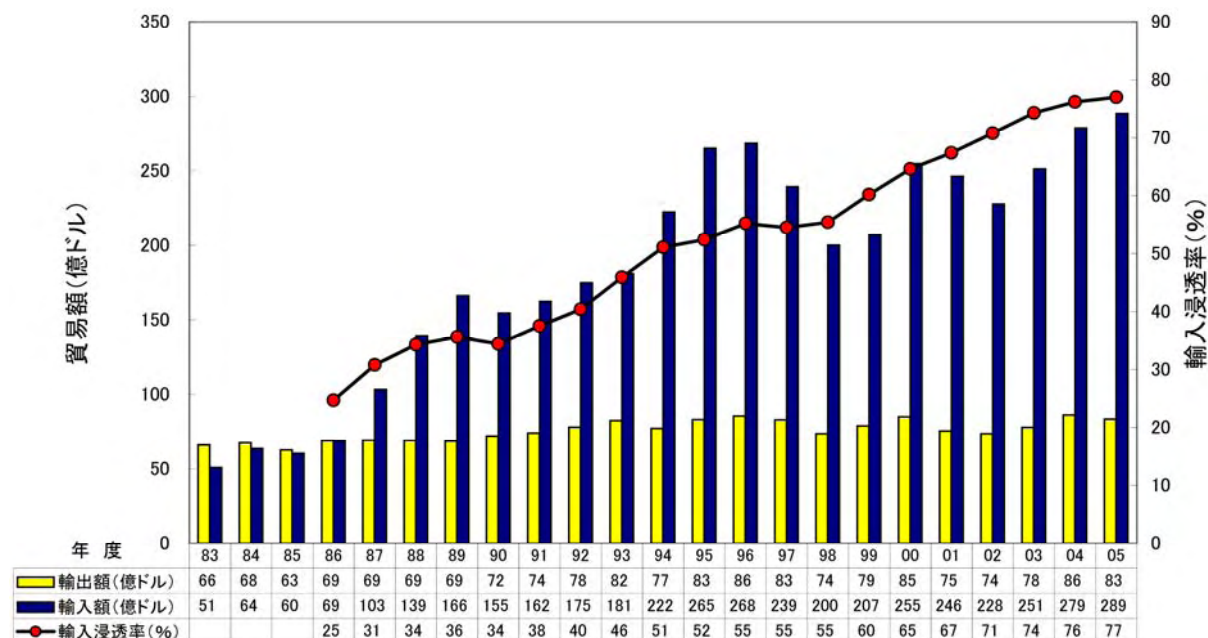
だがこの異業種垂直連携政策は、高度経済成長の終焉、長期不況の継続のなかで矛盾を拡大させ、困難を増した。合繊、紡績の川上大企業は、商社、アパレル製造企業と提携して海外進出をすすめ、繊維製品の逆輸入を促進する一方、同時に、本来の中小企業分野である二次製品製造や流通分野へも進出を開始したのである。その帰結が過剰生産と過剰在庫の拡大である。合成繊維の設備投資拡大による生産増や、韓国、台湾、香港などへの資本、技術、原料輸出と製品逆輸入の増加が、原糸から最終製品に至るまで過剰生産を促進した。化合繊の繊維生産に占める比重も66%へと増大した。繊維製品輸入は、1970年に314万ドルだったのが1976年には1686万ドルと5倍に増加している。長く続いた高度成長による需要増が百貨店、量販店の売り場面積を急速に拡大させ、売り場の品揃えをするための仮需要を肥大化させたが、長期不況による国民の消費購買力の減退によって過剰在庫が顕著になった。繊維製品の国内需要が糸量換算で年間130万トンに対し、仮需要となる百貨店など繊維小売業の売り場面積は210万トンと6割ものオーバースペースがあると指摘され⁶⁾、こうした余剰在庫は小売店から生産者への消化仕入、値引き、返品等の不公正取引に支えられた末、店頭から生産業者の各段階に蓄積、在庫されたのである。

繊維・アパレル産業は、1985年、プラザ合意に基づき誘導された円高のもと、生産拠点の海外移転と輸入奨励の国策に従った結果、1986年を境に大きな変化を遂げた。日米構造協議の結果に

よる大規模店舗法の規制緩和により売り場面積が拡大され、そこへの品揃えのための商品確保が、輸入品の増加をもたらした。繊維製品等の輸入額が輸出額を上回る入超国となった。

以降、輸入が年毎に輸出を大きく上回り、図2に見る通り、日本は繊維輸入大国に移行したのである。川上に属する企業は、自身が海外に生産拠点を設け、企業の従来の工業的性格とともに、商業的性格も持つ企業となった。大手アパレル企業は、流通段階での海外からの供給と同時に、海外でも販売拠点をもち、一時的なコスト割れも辞さずシェアを拡大する企業となった。過剰生産、供給過剰の行き着く先は繊維中小零細企業など弱者を淘汰し、国内繊維産業の空洞化を促進したのである。こうした輸入急増、供給過剰が計画的な構造改善を阻害し、通産省は「生産基盤の崩壊を招きかねない事態」とかつてない危機感を表明している⁹⁾。

図2. 繊維品貿易及び輸入浸透率の推移



出所:財務省「日本貿易統計」および経済産業省「繊維・生活用品統計年報」
注:数値は全繊維製品から繊維原料を除いたものである。

4. 先進国型繊維産業への標榜と繊維セーフガード

政府は、輸入急増による供給過剰、国内での中小零細企業の倒産、転廃業等の多発という構造問題の解決を迫られ、その解決策として1994年、繊維法を改正した。欧米の先進国型繊維産業を模索し、実需対応型生産システムの構築、情報インフラの標準化を柱に、対象業種を繊維工業からすべての繊維および関連産業、流通業界に広げた。プロダクトアウトからマーケットインへ販売チャネルをつなげようと、繊維製品のデザインに関するクリエイション支援事業や、情報基盤整備事業が導入された。これは当時、産業の空洞化に直面したアメリカ繊維産業がQRS=クイッ

クレスポンスの導入によって、生産から小売までの仕掛期間を大幅に短縮し、在庫も圧縮した結果、業界が再生されたというビジネスモデルを参考にして日本に持ち込んだものであった。

しかし、ここには輸入規制、国内産業の空洞化への対策が欠落していた。通産省が作成した繊維セーフガード発動基準にもとづいた業界からの発動要請も、実施されることはなかった。1994年12月、通産省は「繊維製品等の輸入の数量の増加に際しての緊急の措置に関する規定」⁽⁸⁾、「措置の実施についてのガイドライン」を策定した。このルールに基づき1995年2月、日本紡績協会と日本綿スフ織物工業組合は、中国からの輸入綿糸40番手と綿織物ポプリンブロードの輸入制限措置の発動要請を行ったが、通産省は11月、発動見送りを決定した。理由は、中国からの過去3年間の輸入は急増しているが、直近の1年間では中国側の自主規制の効果、内需の減退から綿糸で前年比7%減、綿布で35%減少しており、セーフガードを発動することは実態に合わないとした。3年間の被害実態に基づいての申請であり、直近の1年間だけの減少で発動見送りの理由には本来なりえないのであるが、こうした判断を可能にしたものは、先に政府が作成した国内ルールそのものに起因している。ガイドラインでは、「輸入増加及び重大な損害等の技術的判断基準」とともに「国民生活上の緊急の必要性に関する政策的判断」をあげ「その時点でわが国のおかれている国際情勢を慎重に勘案するものとし、輸入促進、アジア諸国の経済発展への協力といったわが国の通商政策上の立場への逆行等のデメリットを十分に検討する」と述べている。発動見送りはこの政策上の判断を優先させた結果である。また、ガイドラインは「輸入数量の伸び率が他国からの輸入を含めた総輸入量の伸び率を相当程度上回っていること」とされているが、この表現がきわめて抽象的である。さらには、発動要請の調査開始前には、当該業種の国内総生産の過半数を占める生産者の要請を必要とし、要請書には過去5年間にさかのぼった26項目の資料提出、構造改善計画の効果について3年後と、中期的見通しの記載を求めている。このように発動のためのルールであるはずのものが、発動できないように幾層もの障壁を設けたのである。ここにも国策としての政府の姿勢が示されている。

5. 「構造改善」の先にある新自由主義的な市場競争

1999年、繊維産業構造改善臨時措置法が廃止された。経済産業省は43年間、繊維関連法やビジョンにおいてわが国繊維産業の将来像を描き、生産、流通体制の抜本的な構造改善を提案してきたと主張している。

「第一次ビジョン」答申をもとに制定された特織法（1967）による構造改善事業を、明野進（1968）は、「独占禁止法の適用さえも除外した国家的カルテルの強制力と、国家資金の略奪によって強行し、そのために生ずるすべてのしわ寄せを繊維労働者と繊維業者、中小の繊維企業家に押しつけながら、独占の危機をきりぬけようとするもの」⁽⁹⁾と批判した。

他方、最近の既存研究の多くは繊維・アパレル産業は基幹産業ではなく、成熟・衰退産業であるとの立場から産業の構造改善の必要性を論じている。

富澤修身（1998）は、構造改善事業に相矛盾した政策が混在していたと分析している。事業内

容に、国の設備競争制限政策、国際競争力育成政策、輸出割当・自主規制と輸入自由化、という3点の政策を組み合わせた変則的なオープンマーケット政策が並存していた。このため、業界の設備競争制限という生産性向上へのブレーキ要因と、輸出競争力、輸入防遏力というアクセル要因、この相反した要因と産業内部の利害が結びついた状態が25年以上続いたこと、国の貿易黒字の存在も輸入規制発動を大きく妨げたことなどをあげ、評価の再検討を求めている⁽¹⁰⁾。

「2003年ビジョン」を答申した産業構造審議会繊維産業分科会基本政策委員長を務めた伊丹敬之の主張(2001)は次の通りである。戦後復興事業としての合成繊維企業育成に始まる保護政策が1990年代まで続き、その間の政策も「産業政策」か「社会政策」かで揺れ続けた。合繊育成策が、天然繊維の国際競争力を凋落させ、合繊企業のPT(Production Team)支配⁽¹¹⁾が川中企業の系列化を進めた結果、市場から最も遠い川上企業が業界を主導するゆがんだ産業構造を作り上げた。70年代の経済の高度成長が繊維消費需要を喚起させ、これが海外進出、海外輸入の動機となり、その後も輸入品の急増、国内生産の減少、空洞化が続いた。この時期に川中・アパレル企業を軸とした知識集約化の機会があったが、川上主導の産業の硬直化が妨げとなり実行困難になった。こうした経緯が業界の政府への依存体質を本格化させ、政府の介入が保護政策となり、90年代には政府が輸入規制、繊維セーフガードを検討したことも「産業を弱体化」させたと分析する。伊丹は、繊維産業の国際競争力が衰えるのは、産業が高い技術力が不要な労働集約型産業であるからであり、衰退するのは歴史の必然で、業界の大規模な経営統合、国際分業ネットワークの構築など徹底した産業構造改善が必要であると主張する⁽¹²⁾。業界自身の「血を流す努力」と、これを指導する政府の責任を求めている。

「2003年繊維ビジョン」は、繊維・アパレル産業の保護育成行政からの訣別と、産業の自助努力、自己責任重視の姿勢を明確にした。現在実施されている川中・中小繊維製造事業者自立事業を通じて、産地自体の意識改革を図り、国際競争に勝ち残ることを呼びかけている。2007年5月に発表された「新繊維ビジョンとりまとめ案」では、独立行政法人中小企業基盤整備機構によって講じられてきた繊維特別対策を2007年度末で終了することを宣言し、今後は、各産業横断的施策による政策資源を活用することになっている。その上で、差別化素材を供給できる川上企業、それをクリエーションできる川中製造企業や流通業など、素材製造から小売に至る垂直連携、「強者連合」が出来れば、競争力を持ち、産業を活性化させると指摘している。

1956年から半世紀に及んだ政府の繊維産業政策は、国際競争力強化を第一にして、日米繊維交渉や、繊維セーフガード問題など国の政策に従属しつつ、繊維産業の自由貿易体制の一層の推進を図るものであった。それはまた、国の重要政策によって被害を受けた企業へのソフトランディングのための国家資金の投入策であり、それに耐えられる体質づくりという対症的政策的政策の域を出ないものであった。その結果、繊維大企業の国際競争力を維持できても、国内の繊維産業の空洞化、繊維中小零細企業の衰退に歯止めをかけ、繊維産地の振興、活性化を図ることが出来なかった。

注1：1955年、日本紡績協会から政府に、綿紡績の過剰設備処理への要望が出され、紡績協会委員長原吉平は設備処理に関する私案を発表した。「我が国の綿紡績設備は、1955年末で801万4800錘に達し、1950年の400万錘の制限枠が撤廃されて以降、413万錘に及ぶ急激な増設となり、企業数も10大紡績のほか191社が新設され、著しい脆弱性をもたらした。その一方で世界綿製品貿易が急速に縮小をたどり、戦前の主要市場であった満・韓・支を一挙に喪失することになった。(中略)かかる無計画な設備の復元との矛盾、需要に対する供給の過剰という事態が業界の当面する慢性的不況の根幹を成すに至ったことを認めざるを得ない」と述べているが、日本紡績協会による朝鮮戦争特需への無秩序な増産対応への自己検討がまったくなされていない内容のものである。

注2：特織法による合理化では、紡績糸1梱生産に必要な人員が、1967年4.2人から1973年2.6人へと約40%省力化された。綿スフ織物1人あたりの年産高も2万8000㎡から4万㎡、絹人絹織物が8000㎡から1万3000㎡へと労働生産性が向上し、メリヤス生地1人あたりの年産高でも1970年の1.47トンから1972年1.75トンに引き上げられた。通商産業省生活産業局、繊維工業構造改善事業協会編(1977)『新しい繊維産業のあり方』第1章「日本の繊維産業」p39を参照。

注3：日本化学繊維協会編(1974)『日本化学繊維産業史』p987からp989を参照。

注4：通商産業省生活産業局編(1977)『新しい繊維産業のあり方』p49を参照。

注5：LPUは、化合織企業などが展開したPT=プロダクションチームにおける効率的な生産形態と新合織開発の成功例を参考に、従来の産地組合主体の構造改善事業を発展させたもので、「実需対応型供給体制の構築に必要な情報収集、商品企画、多品種・少量対応型の諸機能を相互に補完する複数の企業連携」(1988年繊維ビジョン)とされている。「PTに見られた系列型ネットワークでなく、各企業が対等な立場に立つ独立性の高い中小企業を中心に構成された」と評価されている(平成6年度『中小企業白書』)が、異業種にまたがる資本力のある企業グループの保護、育成が目的であり、従業員数10人未満の企業が半数を占める繊維産地では企業の整理・淘汰の役割を果たすものであった。

注6：『繊維研新聞』1977年4月8日号を参照。

注7：1993年6月、WTOの新繊維協定にもとづく繊維セーフガード発動基準編成に際し実施された業界ヒヤリングに基づいてまとめた「わが国繊維産業の現状と今後の見通し」のなかで次のように表明している。「1987年からわが国繊維貿易は入超に転じ、1993年には輸入が輸出の倍を超え、輸入浸透率も1983年に20%を下回っていたものが、10年間で50%を超えるところまできている。わが国繊維業界においては、関税が諸外国よりも低く、欧米諸国と異なり、国際ルールに基づく輸入制限を行っていない環境のなかで、急激な円高や長期にわたる国内需要の低迷もあって産業調整が進み、攪乱的輸入により計画的な構造改善、事業転換等の努力を無にしかねない、従来には考えられなかった生産基盤の崩壊を

招きかねない事態が生じうる状況にいたっている。(中略)ここ数年産地は低迷し、地域経済への打撃はきわめて深刻化している。」

注8：平成6年度通産省告示第667号『1994年12月5日付官報』

注9：明野進「繊維産業の『構造改善』の背景と独占資本の再編成」新日本出版社『経済1968年7月号』p74参照

注10『構造調整下の産業分析—大競争下の日本産業・企業の構造調整』（創風社）p299～304参照。

注11：PTシステムは開発が困難だった1960年代前半の合繊産業の生成段階に採用され、合繊企業の原糸生産の差別化戦略と織物事業拡大における合繊企業と産地中小企業が技能集積集団として有機的な連携をめざしたシステム。李享五(2002)『企業間システムの選択—日本化学繊維産業の分析』信山社

注12：伊丹敬之＋伊丹研究室『繊維産業なぜ弱くなってしまったか』NTT出版p17～22を参照。

第2章 繊維・アパレル産業のグローバル化

1. 産業のグローバル化と産地「空洞化」

(1) 東アジアに拡大した日本向け衣料・縫製品の生産拠点

繊維産業のグローバル化は、1955年、東洋紡が関税障壁の克服、原料調達の確保をめざし、ブラジルに Toyobo do Brasil（綿紡績5万8800錘、織機200台）を設立したのが最初である。表3に見るように、1960年代には合成繊維企業も進出を始めた。1980年代後半からは、アパレル製造業、縫製業が円高の定着、国内の労働力不足、中国の市場開放政策などを背景に、中国、東南アジアに日本向けの生産基地を急速に拡大させた。

表3. 繊維企業の海外進出概観

年代	企業	合併等企業	事業内容	地域
1955年	東洋紡	Toyobo do Brasil	紡機 58,800 錘 織機 200 台	ブラジル
		Industrias Unidas	同 54,856 錘	エルサルバドル
1956年	鐘紡	Kanebo do Brasil	同 102,000 錘	ブラジル
1957年	倉紡	Lanificio Kurasiki do Brasil	同 12,400 錘	ブラジル
1960年	ユニチカ	Unitika do Brasil	同 31,056 錘	ブラジル
1961年	都築紡	Industria Textile Tsuzuki	同 45,000 錘	ブラジル
1963年	紡績協会加盟 10社出資	Arewa Textile	同 55,000 錘 織機 1,598 台	ナイジェリア
1962年	帝人	Kundanmal Industries Ltd	長繊維織布、染色	セイロン
1963年	東レ	Thai Toray Textile Mills	紡機 12,860 錘 織機 274 台	タイ
		Toray Nylon Thai	ナイロン長繊維 3 トン	
1967年	帝人	華隆股份公司	ポリエステル紡糸 11 トン	台湾
1969年		鮮京合成繊維	ポリエステル長繊維 7 トン	韓国
1976年	三菱レイヨン	P. T. Vonex Indonesia	アクリル 紡績 2.5 トン	インドネシア
1985年	小杉産業	現地法人・駐在員事務所開設		香港・韓国・台湾
	三陽商会	アパレル工場・サンヨーソーイングアメリカ設立		アメリカ
	樫山	資本参加・ルチアーノソプラーニ社		イタリア
	日本毛織	縫製企業復興社に縫製委託		韓国
1987年	ワールド	上海市服装会社と合併縫製工場設立、ワールド 51%出資		中国
	鐘紡	合併ストッキング工場設立		中国

出所：『続・戦後日本紡績史』P621～623 および『日本繊維産業経営史』P372～374 を参考に筆者作成。

アパレル、ファッション衣料分野への進出を活発化させていた問屋・製造卸(アパレル)企業、商社は、1985年のプラザ合意以降の円高の定着により、縫製加工部門を中国、東南アジアに移設させ、そこを日本向け生産基地とした。同時に川上企業、川中のテキスタイル分野企業では第2期の海外拠点の拡大が進められた。進出分野も原綿・糸生産から、紡績、織物染色一貫生産工程へと拡大し、川上企業と川中、アパレル企業が連携したシステムが構築された。アパレル企業は当初は日本で企画し、韓国、台湾で縫製し、製品輸入をおこなっていたが、その後、人件費や為替の高騰から中国、ASEANに進出した。何を国内で生産し、何を海外で生産するかは、川上の原糸企業の場合は販売市場により区分され、アパレル企業の場合は価格帯や生産期間対応で区分された。

アパレル企業の進出形態としては合弁企業を設立し、国内企業と同様の生産管理方式で経営する場合のほか、糸、生地を持ち込み製品化して日本に持ち帰る委託加工、日本から企画を提供して生産は現地に任せる企画輸入、生産ラインを借り上げ、立ち上げ時に技術移転を行い、生産管理を相手国企業に委任する方式などを組み合わせた形態が採用された。いずれも日本国内への逆輸入を目的とした進出であった。

中国への進出は、繊維設備輸出と委託加工貿易から始まる。東洋綿花(トーマン)、豊田自動織機と中国機械進出公司との間で空気精紡機1万錘の輸出契約を行ったのをはじめ、三菱レイヨンが閉鎖した岐阜工場のアクリル梳毛紡績設備1万8000錘を輸出、東レのポリエステル綿混紡織物・染色一貫設備等の輸出が行われた。中国にとって、外貨獲得の有効な手段となったのが委託加工貿易である。1978年、神栄、ニチイ(現マイカル)がインナー製品150万枚の生産委託を開始した。豊富な労働力、安価な人件費などのコスト削減を目的としたものであり、商社と量販店、アパレル企業の提携を特長としていた。

製造と流通・小売業が連携した繊維企業の生産拠点の海外配置は、製品輸入の拡大を促進させた。さらに、欧米からのブランド商品の輸入拡大も加わり、日本は繊維輸出国から、繊維輸入国へと変化し、繊維品の輸入浸透率^①は1986年24.7%だったものが2000年には64.6%、2005年には77.0%へと増加している。衣類製品の輸入数量では2000年99万トンが2005年には109万トンと10万トン増加している^②。一方、家計年間総消費支出に占める被服費支出は2000年の5.4%から2005年には4.7%に低下、金額では20万7000円から17万円に減少している。消費購買力が減少する一方で、輸入品が増加したことは、国内生産に影響を与えた。経済産業省工業統計調査によると1995年に10万4000ヵ所あった繊維事業所数が2005年には5万3600ヵ所、従業員数でも99万4000人から44万700人に半減している。出荷額は9兆円から5兆72億円へと44%も減少した。繊維・アパレル産業の多くが産地を形成しており、構造的な競合輸入品の増加による採算の悪化や、需要の低迷などの競争環境の変化が、事業所数、従業員数の減少を招き、中小零細企業の大規模な整理、淘汰をすすめたことを意味している^③。

今日、衣料製品の輸入数量は37億枚を超え、輸入浸透率は90%を超えており、国内の織物生産や衣服縫製の産地では技術の継承、生産の継続さえ困難な産地がある。全国117の繊維産地の

抱える問題として、縫製業を中心とした「衣服・その他の繊維製品製造産地」の71.4%で「構造的な競合輸入品の増加」が挙げられている。産地内企業間分業も10年前と比較し「繊維産地」の41.2%、「被服等製造産地」の31.6%で分業が困難となり、製造に支障が出ていると回答し、両産地の55%で「産地が衰退する」と回答している⁽⁴⁾。

(2) 中国における東レ繊維事業での異業種連携

東レの中期経営計画「Innovation TORAY 2010」における国際経営戦略は、国内外での最適立地、最適生産の視点からWTO、FTAなど海外経済環境を見定め、異なる有力企業との水平、垂直連携を推進する戦略的アライアンスの展開をめざしている。東アジアでの繊維事業は、中国、香港、韓国、マレーシア、タイ、インドネシアの5カ国1地域に16企業・事業所を構築している。「TOREX」を繊維事業におけるグローバル統合ブランドとして位置づけ、従来のテキスタイルや糸などのプロダクト型ブランドの位置づけとは異なる、消費市場での東レグループの統一基幹製品ブランドとしての浸透を図っている。

東レは上海に中国の事業を統括する東麗中国投資公司を置き、1994年には南通に東麗合成繊維南通公司与東麗酒伊織染公司—サカイオーベックス（本社・福井市）と共同出資—の2法人を設立した。ポリエステルチップおよび長繊維糸の製造と、合繊維物の製造ならびに染色整理加工、生地販売をおこなっている。この間、中国でのポリエステル市場規模が年率15%を超える成長をとげ、市場構造が変化し、品質ニーズも高度化したことに対応し、2004年に生産設備を年産5万5000トンに増強した。2005年1月からは織編物の衣料用ナイロン長繊維糸の製造を月産500トンで開始している。

一方で「東レ・北陸産地企業集団」を南通に招いて、異業種垂直連携を構築し、相互に生産技術、商品企画、販売能力の機能補完を行っている。丸井織物（本社・石川県鹿島町）は南通に合繊維物を生産する丸井織物南通公司を設立した。産元商社・一村産業（本社・金沢市）も上海に全額出資の一村上海貿易を設立、中国への内需用および日本への製品持帰り用の生地輸出と、中国国内での現地生産組み立て、現地販売をするテキスタイルコンバータ事業を開始した。マツオカコーポレーション（本社・岡山市）と東レインターナショナルは衣料品の縫製品を製造する南通天睦製衣公司を設立し、スポーツウェア、スラックスなど年間170万枚の生産を開始した。このほか、ポリプロピレン長繊維不織布の生産販売を行う東麗高新聚化南通公司を新設している。こうして、東レは、南通地区で原料の重合から原糸製造および織物の生産、染色加工、縫製品生産、流通ルートの開拓まで、東レグループの総合競争力をフルに発揮した体制を確立している。東レは青島では、青島即発集団股份公司との合弁によるポリエステル綿混および綿100%の織物製造販売会社を設立し、月産200万㎡の規模で生産を開始した。東レのポリエステル綿混事業はタイ、マレーシア、インドネシアでも、欧米向けドレスシャツ用途を中心に展開しており、今後東レは、中国はじめベトナムやインドなど南西アジアへの拡販も展望している。

最近ではユニクロと中長期的、包括的な調達及び供給に関する「戦略的パートナーシップ」の合意を締結し、素材企業と SPA 企業との提携による国内外での商品開発体制を築こうとしている。

東レの研究開発部門では、2002 年、南通に外資企業でははじめての繊維研究所「東麗繊維研究所公司」を設立し、2004 年 10 月にはその領域を高分子研究分野全般に広げるため上海に分公司を開設した。2007 年に東レは約 1.2 億元の研究開発費を投入し基盤材料研究の大幅増強と、先端材料研究領域、機能を拡充している。現在の 210 人体制を、将来は 350 人規模まで拡大する予定で、中国の優秀な人材の確保と育成をはかり、中国第一の高分子研究のセンター的機能を果たすことを視野に、政府、大学、研究機関ならびに中国企業との連携を推進している。こうした研究所の集中化で、規模の経済性の追求とともに、研究情報、知的財産の管理と保護、現地国の他職能とのシナジー効果、製造・販売との連絡調整を果たそうとしている。

(3) 10 年で生産規模が半減した北陸長繊維産地

東レの中国での合繊長繊維事業展開における「影」の部分として、国内関連企業、産地の空洞化の問題がある。中国は、合繊設備能力を 1812 万トン所有し、長繊維織物を 136 億㎡生産している。うちポリエステル長繊維は生産設備 1002 万トン、織物生産 102 億㎡である。日本のポリエステル長繊維生産量は 28 万 2000 トン、前年比 5.4%減の水準で、合繊企業は国内のポリエステル事業の縮小を加速させている⁵⁾。

福井、石川、富山 3 県にまたがる北陸産地の合繊長繊維織物生産は、1992 年のピーク時には 14 億 4580 万㎡を生産し、ジョーゼット織物やピーチスキン織物などの新合繊開発による非価格競争力を維持してきた。しかし、バブルの崩壊、円高等による競争力低下、合繊企業の海外への生産拠点の移転、韓国、台湾、中国における品質の向上などの要因から空洞化が急速に進行し、2004 年には生産量が 7 億 3117 万㎡へと半減した。産地の織物工場数は 1993 年の 2762 工場から 2000 年には 1489 工場へと半減し、2004 年には 1091 工場になった。製造業の 38%を繊維事業所で構成する福井県では、2000 年 1161 社あった繊維事業所が 2005 年には 872 社に、従業者数は 2 万 5440 人から 1 万 8351 人に減少、製造品出荷額も 3323 億円から 2515 億円と約 25%の減少となっている。石川県でも製造業の 22%を構成する繊維事業所は 2006 年、前年比マイナス 11%、819 社、従業者数 1 万 3374 人、製造品出荷額 1871 億円の規模となっている⁶⁾。北陸 3 県は、繊維企業の海外への生産移転等の結果、かつてない産業政策の変更、改善を迫られている。

こうした情勢のなかにあり、東レは 2004 年 10 月、北陸産地の川中分野（織編物、染色、縫製など）との異業種協議体「東レ合繊クラスター」を、産地企業約 70 社の参加で発足させた。これは東レと産地企業とが「PT (Production Team) 技能集積集団」として連携し、東レの国内系列生産拠点での素材開発力、商品企画力強化を目的としたものである。1960 年代前半に合繊産業の生成段階で PT システムが採用され、合繊企業が自社内で企画した織物を産地企業が賃加工システムで受注するという形態で下請化、系列化が進められてきた。これによって産地の活性化

が期待された。しかし生産拠点の海外移転等が急速に進み、産地の衰退をくい止めるまでには機能しなかった。「東レ合繊クラスター」も東レPTの再編、東レと東レ系列企業の合繊長繊維織物生産体制維持、収益力向上を主な目的としたものであり、北陸産地の再構築、地域経済の活性化を促進させるには限界がある。

2. 日本の繊維・アパレル産業の国際的な位置と役割

(1) 輸出の54%、輸入の82%を中国、ASEANに依存する日本

戦後の国際貿易体制はGATTのもとで整備されたが、繊維貿易については、先進国と後発国の利害が対立したため、1974年以降は、多国間繊維協定(MFA=Multi-Fiber Arrangement)のルールが定められた。アメリカ、EUなど欧米諸国は、特定の国に対する繊維品輸入制限枠、数量制限を設けるなどの措置で自国の産業の保護をはかった。1995年WTOが発足して以降、MFA協定が10年間かけて段階的に廃止されることになり、その経過期間はATC繊維協定(Agreement on Textile and Clothing)によって繊維貿易が管理された。この協定も2005年に失効し、貿易の完全自由化への道が開かれた。日本の繊維・アパレル産業は各国の市場での競争力が問われるなか、新たな貿易通商交渉、生産コストの削減や、高付加価値化、ブランド化などの戦略構築、新販路開拓への取り組みが始まったのである。世界の主な衣類輸出国は、急成長した中国と、インド、トルコなど伝統的な繊維輸出国、縫製業が輸出産業として発達したASEAN諸国やバングラデシュなどの途上国である。輸入国はアメリカ、日本、EUで世界輸入総額の90%以上を占めている。

日本の繊維貿易は、表4の通り、中国に一極集中した構造になり、輸出の41.2%、輸入の75%を中国に依存している。これは、日本市場が要求する高い品質、多品種小ロット、短納期に、中国が充分こたえうる能力を備えており、日本から原糸や織物類を輸出、中国で縫製ののち二次製品として日本に持ち帰る加工再輸入が急速に増加した結果である。

日本の中国に次ぐ委託加工貿易先がASEAN諸国であり、輸出の12.9%、輸入の7.3%の貿易シェアを持ち、なかでもベトナムが最大の貿易相手国となっている。ベトナムは中国より労務費が安価なこともあり、アジア域内とりわけ中国から原材料となる糸、織物などの輸向け紡織品を輸入し、二次製品として主に日本や欧米向に輸出している。インドネシア、タイ、マレーシアのASEAN先進地域は、日本の合繊、紡績企業等も進出し、川上から川下までの垂直型産業構造を確立させ、日本向け製品生産や、欧米ブランドとの長期契約等で、付加価値の高い製品を産出している。インドネシアでは三菱レイヨン、ユニチカなど13社37工場が、タイでも東レ、クラボウなど7社19工場が操業している。タイは、日本とASEANとのEPA締結で、ASEANにおける素材、製品の供給センター的役割を果たそうとしている。

表 4. 2006 年 日本の繊維品貿易 (単位: 100 万ドル、%)

	輸 出		輸 入	
	金 額	シェア	金 額	シェア
全世界	8,405	100.0	30,460	100.0
アジア	6,629	78.9	26,801	88.0
中国	3,462	41.2	22,857	75.0
韓国	421	5.0	661	2.2
台湾	303	3.6	395	1.3
香港	826	9.8	82	0.3
ASEAN 10 カ国	1,081	12.9	2,221	7.3
タイ	285	3.4	470	1.5
マレーシア	110	1.3	233	0.8
フィリピン	97	1.2	117	0.4
インドネシア	137	1.6	528	1.7
シンガポール	84	1.0	4	0.0
ベトナム	348	4.1	781	2.6
EU	759	9.0	2,349	7.7
アメリカ	686	8.2	699	2.3

出所: 財務省「2006年貿易統計(確定)」 2007年3月15日付報道発表資料

財務省HP <http://www.customs.go.jp/toukei/shinbun/happyou.htm> より作成

日本は、カンボジア、ミャンマー、バングラデシュなど、一人当たりの GDP が 500 ドル程度の後発途上国に対し、衣類輸入関税の無税措置待遇で繊維産業振興を支援している。しかし、インフラや物流の未整備から、原材料となる糸、織物をアジア域内から輸入し、廉価な縫製品を生産し、欧米向けに OEM 輸出が行われているが、日本向けは少ない。このように、日本から東アジア地域を見た場合、中国は世界最大の供給能力を持つ国に成長し、ASEAN 諸国は原材料をアジア域内から供給を受け、欧米諸国に製品を供給する諸国となっている。

一方、ATC 協定が廃止されて以降、中国からの廉価な繊維製品の輸入急増に対し、EU は対抗策として、中国にたいし特惠関税適用国の対象からの除外、ポリエステル長繊維への反ダンピング税を賦課した。アメリカも対中繊維特別セーフガード措置をニット生地、靴下類等に発動している。これに対し中国は相手国との貿易摩擦を回避する目的で、輸出関税制度や、繊維製品輸出自動許可制度を導入した。EU とは 2007 年末まで衣類、家庭用品類など 10 品目、アメリカとは 2008 年末まで 21 品目を対象に輸出の伸び率を対前年比 8~17% 以内に抑える輸出自主規制を実施している。

(2) 世界生産量の35%、世界一の規模に成長する中国

中国の繊維・アパレル産業は、2001年に始まる「第10次5カ年計画」が実施される過程で、工業立地の適正化、生産経営の効率化が促進され、典型的な労働集約型産業として発達している⁹⁾。アメリカ国際貿易委員会(ITC=International Trade Commission)は「アメリカ市場への主要供給国の競争力分析(2004)」で「世界最大のいかなる品質、価格帯に於いても最良」と評価している。

中国の成長を支えてきたのが日本や、アメリカなど、先進国の繊維多国籍企業や流通資本で、企画・デザイン能力と生産・流通の組織能力を中国に導入し、OEM・下請け生産を展開してきた。中国の繊維産業の代表的な産業集積は、広東、浙江、江蘇、福建の沿岸地域4省で、全国の9割を超える産地を形成し、その労働力の大半を内陸部の域外労働者に依存している。産地の広さは鎮を範囲とする産地が多く、江蘇・常熟、福建・普江、石獅、広東・開平などでは県(市)が産地となり、その内部の鎮を範囲とした集積で業種間分業による異なった衣料品を生産している。産地は国内市場推進型、輸出指向型、大企業主導型に分類される。

中国国内市場への供給構造は、高所得者層を対象とした市場を海外有名ブランド商品が占有しており、国内アパレル企業は、中・低所得者層に向けた実用衣料商品を大量に供給している。自己ブランド力は低いが、世界最大の繊維・アパレル製品の市場が形成されている。アパレル工業、民族衣料品ブランドの発祥地である上海市、華東地域の生産額は国内生産の48.4%を占め、地方政府の支援のもとで、国内市場向けの「専門市場」が開設されている。これは市場本来の機能とともに、企業間分業のネットワーク、流通のオルガナイザーとしての機能を持つ市場である。産地の担い手は中小零細企業で、専門市場がその経営を支援する社会的基盤として機能し、地場産品取引のほか、域外製品も市場に流入、販売されており、市場が、中小企業に市場動向・情報を提供する場、市場を通じて国内市場開拓がおこなわれる場になっている。

市場管理者が主催する見本市の開催によって、中小企業は中級ブランド商品生産から、国家レベルの高級ブランド商品生産への意欲を高めている。ブランド品へのニーズが内需の伸びを引き上げ、中国の都市住民一人当たりの年間衣料消費額が、年平均12%で伸長している。内需の伸びが、中国繊維産業発展の要因の一つとなり⁽⁸⁾、同時に、日本の高付加価値繊維製品を中国に輸出する機会の増加をもたらす要因となっている。

(3) 「アジアハイウェイ構想」がもたらす流通革新

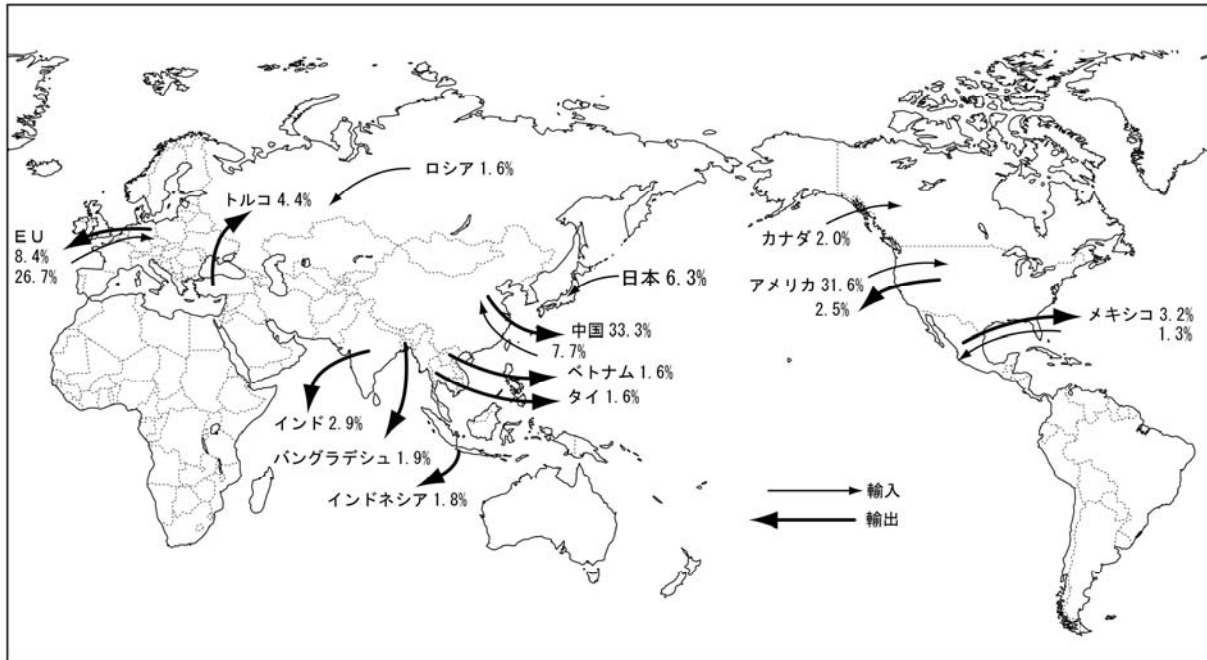
2004年、上海で開催された国連アジア太平洋経済社会委員会で、アジアハイウェイ計画の政府間協定が日本、中国など23カ国の参加で調印された。1号線は東京を起点に朝鮮半島を経て中国、ASEAN諸国、インドを経由してトルコのイスタンブールに至る延長2万700km、2号線はインドネシアのテンバザールからシンガポール、マレー半島を北上、ダッカからテヘランに伸びる。ロシア・ウランウデからウランバートル、北京、上海、昆明、タイ・チェンライへの3号線など8ルート32カ国を結ぶ総延長14万kmの計画である。ユーラシアランドブリッジ構想は中国・江

蘇省を起点に西安、ウルムチ、中央アジアを経てオランダ・アムステルダムまで結ぶ。これらの計画は日本が最大の資金援助拠出国となり、中国を中心とした経済圏、アジアにおける経済、文化の交流促進ルートとなる。交通、物流などの対外開放は、内陸国家の輸送路を、隣国の港湾と直結させることができ、自然、地理、人種、人文などさまざまな多様性をもつ国家間のグローバルな交流、経済発展を促進させることができる。

図3「世界の衣料主要国間の貿易の流れ」に見る通り、この地域はまた繊維産業を主要な輸出産業とする国が集中しており、商品の高付加価値化と輸出主導型差別化商品生産が拡大されることにより、都市機能の創造的な発展、生活文化の向上が期待される。WTO資料(2003年)によると、世界の繊維貿易の44%がアジア域内で取引されている。衣類貿易では、中国が世界の4分の1を占める520億ドルを輸出する成長を遂げ、EUは高いブランド力、高品質を背景に190億ドルをロシア、アメリカ、日本に向け輸出している。伝統的繊維産業国であるトルコも、通商協定を締結するEUを中心に輸出額が100億ドルに達している。縫製品の原材料となる糸・織物類の貿易では、中国が世界の4分の1をアジア域内に供給するほか、EUはトルコ、チュニジア、ルーマニアなどに、アメリカもメキシコ、CBI諸国に設けた製品再輸入用の縫製拠点への原材料供給を主とした海外オペレーションを組んでいる。

以上、アジア諸国と、日本の繊維・アパレル産業の位置と役割について概観した。WTO繊維協定が終了したことで通商上の制約が緩和され、日本繊維製品をアジア諸国に販売する機会が拡大し、特に中国やインドなどで高い購買力を持つ人々に供給する機会が拡大している。アジアハイウェイ、ユーラシアランドブリッジ構想に見る輸送網の拡充は、東、南西、中央アジア全域に及ぶ縦横な経済協力、相互援助を拡大する要因となる。

図3. 世界の衣料輸出主要国間の貿易の流れ
2003年貿易額 2259億ドルの内訳



(金額：億ドル)

輸出国	金額	輸入国	金額
EU15 カ国	599.5	EU15 カ国	1012.9
域外輸出	190.4	域外輸入	603.9
中国	520.6	アメリカ	712.8
香港	231.5	日本	194.9
再輸出	149.5	香港	159.5
トルコ	99.4	カナダ	45.0
メキシコ	73.4	スイス	39.3
インド	64.6	ロシア	37.1
アメリカ	55.4	メキシコ	30.3
バングラデシュ	43.6	韓国	25.0
タイ	36.2	オーストラリア	21.9
韓国	36.1	シンガポール	19.4
ベトナム	35.6	中国	14.2

出所：日本繊維産業連盟（2005）『繊維産業主要国の通商に関する調査報告書』

P47～48「世界の衣料貿易」およびWTO ホームページ

http://www.wto.org/english/tratop_e/texti_e/texti_e.htm 等に掲載された表から作成

注：地図上の数値(%) は EU の域内貿易取引を除き、中国には香港を含んでいる。

注1：繊維品とは全繊維製品から繊維原料の数値を除いたもの。

輸入浸透率＝輸入量÷(生産量＋輸入量－輸出货量＋期首在庫－期末在庫量)×100 (ただし二次製品の在庫を含まない)

注2：2007年5月策定された『新繊維ビジョン（中間とりまとめ）』付属の参考資料『繊維産業の現状と環境の変化』参照。

注3：中小企業庁『2005年産地概況調査』では「衣服その他の繊維製品産地」の抱かえる問題として「構造的な競合輸入品の増加」を71.4%の産地があげ、ついで「受注単価の低下」を57.1%の産地があげていることについて「産地における最も重要な問題は、業種によって程度の差があるが、需要不足と輸入競合品の増加である。その要因は一過性の景気変動ではなく、消費者の生活スタイルの変化による産地製品への需要の減少や、産地製品と競合する低価格品の輸入の増加など構造的なものがある」と指摘している。

注4：中小企業庁2006年3月発表『平成17年度産地概況調査結果について』を参照。

注5：中国と日本の合織の設備能力は2005年、織物生産量は2004年の実績である。また、北陸産地の数量等は『繊維トレンド』2006.9・10月号p42~43を引用した。

注6：2005年福井県工業統計調査、2006年石川県工業統計結果による（4人以上の事業所）。

注7：中国は、2005年、雇用者約1960万人、製造業総雇用者の14%を占め、繊維製品生産量では2690万トンと2000年の2倍の水準に達し、世界の生産量の35%を占める世界一の規模に成長した。特に化学繊維生産量は1629万トンと世界生産の5割となり、中国が世界の合織需要を左右する存在となっている。

注8：2006年開催された第2回日中繊維産業発展・協力会議で、中国紡織工業協会孫准濱は、「中国の社会商品小売り額のうち、衣料品の消費額が、2000年3375億元から2005年6826億元に、都市住民一人当たりの年間衣料消費額も、年平均12%成長し500元から790元へと約60%増加している。一人当たりの繊維消費量も、年平均13.3%伸び7kgが14kgと倍加した。」と述べている。（『日本紡績月報』2006年7・8号P54参照）

第3章 グローバル化のもとでの繊維・アパレル産業再生の条件

1. 「ローカル」から「グローバル」市場へ、質的変革の可能性

(1) トレンド情報の創造を基礎に商品化する繊維・アパレル産業

「2007年ビジョン(案)」では繊維・アパレル産業が「生活創造産業」として位置づけられている。それが真に意味あるものとなるために、政府による消費者ニーズの多様化、高級化に対応した商品製作の支援が要請される。しかしその場合、重要な点は、産地における個々の企業の資本力や技術力を超えた集団化と協働、機能高度化を活かすことによって、競争優位性のある新商品開発を支援し、産地の維持、成長を図ることを優先しなければならない。垂直統合・連携等による「強者連合」「国際競争力強化」一辺倒から、産地の水平的異業種連携による「非価格競争力ある商品づくり」「国内外での安定した市場の確保」へと今、舵を大きく切り換える時期にある。グローバル化による新自由主義的な市場競争が展開されている今日、この方法によって、初めて価値連鎖とイノベーションを創出し、産地の再生の可能性が切り開かれると考えられる。

繊維・アパレル企業は「情報の創造」を産業の基盤に据えている業界である⁽¹⁾。トレンドや市場ニーズと技術シーズが一体となった需要創造が、衣料消費購買力を押し上げる。天然素材は、主として感性を追求した素材として、化学繊維は感性プラス高機能素材としての開発が進められている。ポリエステル、アクリル、アセテート等は、異形断面糸、極細繊維、中空糸、複合紡糸など、ミクロの工夫を施した多様な風合い、感性が消費者のニーズをとらえ、「新合繊時代」と呼ばれる技術の揺籃期を経て、今日では、蝶の羽の美しさを再現したモルフォテックス、バイオメティクスなどの生体模倣技術が開発されている。もともと、絹、木綿、毛の天然繊維を目標として開発された化学繊維だが、「自然界の持つ能力、機能そのものを化学の力で真似・再現できないか」というより一層高度な課題を追求している。他方消費者の例では、衣料市場において、環境や資源問題への関心から生活スタイルを見直し、安全、安心の社会、持続可能な社会を支える商品を選択しようとする層が増加傾向にある。こうした条件を活用し、異業種連携で新商品を開発し、産業再生に努力している2件の例を紹介する。

(2) 素材からストーリーを創造し、販路を拓げる企業・産地

ケーススタディ① オーガニック素材で「環境」・「地域連携」を訴求する阪南市A紡績
撤退続く紡績業のなかにあり、中小企業の持つ独自の商品開発力、「匠の技」で、極度の経営困難から立ち直った企業が、大阪府泉南市にあるA紡績（資本金2億円、設備1万6000錘、従業員100人）である⁽²⁾。

1990年代前半まで、親会社・倉敷紡績を主体に、他の紡績企業からの賃紡、下請操業を繰り返し、赤字が継続していた。転機になったのが、下請け形態からの脱却、多品種少量型綿紡績企業としての独自商品開発への転換であった。アパレル企業の商品企画に、原料となる素材、糸規格

選定の段階から参画し、ストーリー性のあるブランド商品製作を行っている。紡績企業、川中、川下企業の三社が一体となった商品開発、適時、適量生産することで在庫ロスを解消し、応分の利益を確保している。

同社は、「夢を紡ぐ、夢を織る」をキーワードに、素材、機能、ストーリーを「ものづくりの3要素」とした、他に例を見ない付加価値商品を生産している。原料となる綿花の購入から差別化をはかり、栽培地の文化、気候風土のロケーションを糸のブランドに活用、綿花栽培者、契約農場のトレーサビリティの明確化を図っている。「新疆ウイグル自治区で枯葉剤を使用せず手摘みされたトルファン綿」「シーアイランド種をアメリカ・エルバソの契約農場で栽培したアルティメイトオーガニックコットン」や、ギザ、ペルーピマなどの超長繊維綿花、カシミヤなど高級獣毛を世界各地に求め、供給を受けている。紡績の混紡相手素材も、吉野の葛、嵯峨野の竹、土佐の三桎、沖縄のさとうきびなど、国内から仕入れている。こうした原料を紡績工程で特殊技術を駆使し、糸に仕上げている。糸染めや、生地染めの染色工程でも、草木染め、彩土染めなどの天然原料を使用するなど工夫している。

紡績から、織布、染色加工、製品まで一貫したストーリーのもとで商品管理され、製作された商品の販売も、企画を共にしたアパレル企業に限定販売し、定番商品に成長させている。1品種ロット50kgの小ロットでも受注し、月間、140～150品種を生産、売り先は50社を超え、欧米の有名ブランド企業にも10社程度輸出している。

A社は、企画から製造加工まで、自らのリスクで生産するコンバータとしての役割を果たす一方で、地域協同組合や、商工会とのコラボレーションを重視した取り組みを展開している。2007年5月開催された、国内最大規模の繊維産業展「ジャパン・クリエーション2008」には、A社と協働する37社、2産地団体で構成したブースを設営した。アパレル企業やニット、タオル、布帛、染色の川中企業との開発品を出展し、大阪・阪南市商工会との協働で「阪南ブランド」を紹介している。ほかにも、岸和田市が組織する地域活性化をめざす組織「きしわたの会」が栽培した綿花を紡績糸にして提供するなど、地域、産地との多角的、多面的な取り組みを展開している。A社はイタリア繊維産業に見るインパナトーレ（*impanatore*）の役割を果たし、付加価値商品（糸）製作によってテキスタイル業界の活性化と振興を図っている。

ケーススタディ② 海外で産地製品販売事業を立ち上げた奈良県繊維工業協同組合連合会

奈良県繊維連合会（靴下、織物、ニット、布帛縫製、染色の5協同組合、370企業で構成）は、産地内企業が連携し、地域資源を活用した製品の開発や、産地と市場を直結した流通戦略を構築し輸出事業で成果を上げている。1999年には「吉野葛根繊維」の開発を開始している。吉野国栖地方の人々が生薬、菓子の原料として用いた葛澱粉や、法隆寺に現存する葛の蔓を繊維状に編み上げた国宝・「赤漆葛箱」にヒントを得たものである。葛の抗菌・防虫効果に注目するとともに、澱粉を採取した後の葛根の再利用は循環型環境調和社会、リサイクルの推進に貢献する素材として、製品化に取り組んだ。この事業には、公募した19企業が参加し、県工業技術センター、信

州大学、京都衣笠会繊維研究所、紡績検査協会などと産官学協働で製品化がすすめられた。商品化の過程では、県内で生産が循環、完結できる仕組みをめざした。食品 2 企業から葛根の提供を受け、生産工程では、襖地を製織していた企業に衣料用織物を依頼し、染色も製墨業、柿渋染料業者と開発するなど、県内 8 異業種の参加で地域内循環をすすめている。参加企業協働で、デザイン、カラー、製品構成が企画され、「吉野葛」「葛根繊維」、万葉文化を生かしたカラーデザイン「彩りの宴」のブランドを商標登録して、「奈良発ブランド」として販売を開始している。衣料品、服飾・雑貨、インテリア用品として、奈良県内や京都市内の百貨店での販売会のほか、専門店、「Made in Japan」商品を販売する一部量販店に販売している。

繊維連合会は 2003 年から産地製品を中国で販売する事業を立ち上げている。北京、天津、上海など華東、華北地区にある中核都市を対象に、日本製靴下や、インナー製品の輸出市場としての可能性を検討するための市場調査を実施し、百貨店、貿易商など 13 社と面談を行い、「奈良県統一ブランド」「アウター商品を含めシリーズ展開のできる商品」の輸出を決定した。企画に応募した 9 社が共通ブランド「NARA-SAKURA」でコンセプトを立案し、2004 年、北京で開催された「国際內衣博覧会」に初の日本企業として奈良県ブースを構成、販促を開始したのである。2005 年には、上海での「时装周展示会（ファッションウイーク）」にインナー製品、靴下、サポーター類の健康関連製品を出展した。取り組みは、中国中央電視台（テレビ）、ファッション雑誌などの中国メディアに取り上げられた。参加企業によるブランド戦略、パッケージデザイン等の統一で知名度の向上に努力した結果、北京市の 4 百貨店での販売開始から、今日では、北京市内 10 の百貨店のほか、中国側代理商 3 社によって、哈爾濱、南寧などの地方都市に販売を拡大している。

産地企業連携による海外での共同販売化は、今後、有名百貨店でのアウター製品を含めたトータルブランド「NARA-SAKURA」コーナーの設置、上海市を中心とした華東地域への進出、参加企業の経済ロットに対応した輸出量を獲得するための杭州市内での展示場開設を計画し、販路拡大をめざしている。さらには、欧州市場での奈良産地製品の販売可能性の調査を開始している。

こうした発展が、2006 年、国の「地域結集型研究開発プログラム」に奈良県の「古都奈良の新世紀植物機能活用技術の開発」が採択され、「吉野葛・吉野マナの機能性評価及び活用技術の開発」などのテーマで研究が開始されている。繊維連合会が着手した葛根の商品開発が、新たな奈良県下の地域経済活性化のテーマへと発展している。

2. 繊維・アパレル産業の再生めざす 2 件の提案

(1) 産地、中小零細企業を視野に入れた振興事業

2007 年 5 月公表された「新繊維ビジョン(案)」は斜陽産業というイメージからの脱却をめざし、繊維・アパレル産業の活用すべき強みと、克服すべき弱点を分析し、強みを生かし「技術と感性で世界へ飛躍する」展望を示しているとされる。直面する課題として、国際競争の激化と産地の疲弊、人材や開発投資離れをあげている。「繊維強国」中国や、高級服飾雑貨市場への欧州ブラン

ドの参入による競争が激しさを増し、市場での消費者ニーズに対応したコーディネート品揃え提案が必要にもかかわらず、国内生産体制は依然として各生産段階、工程間の情報が分断され、生産設備も大量生産システムから、多品種、小ロット、短納期対応への転換が遅れていると指摘している。この改善策として、産地企業と最終製品販売企業の直接交流の促進、素材製造から小売業にいたる工程間の垂直連携、統合による情報の共有化、産地における工程別、素材別、地域別に細分化された業界団体の統合等による運営の効率化等を列挙し、こうした構造改善が実現すれば、十分な売り上げと高い利益率を確保することが可能であると主張している。だが、斜陽産業と呼ばれる原因についての自己分析が不十分である。なぜ分断しているのか、国の構造改善に名を借りた、高度成長期における紡績や合繊企業の産地企業の囲い込み、系列化による集中と選別が行われた結果、産地が分断されたのである。川中製造業と川下流通業の情報共有化が遅れたのも、インターネットや購買時点情報 POS システムの活用の遅れだけでなく、新自由主義的な市場競争によるアパレルや流通企業、商社等の国内産地の実情を無視したコスト競争力を優先させた海外展開と、その結果持ち込まれた輸入品の急増などに主要な原因がある。その教訓の上に立った改善策が必要である。

2003年から始まった国の中小繊維事業者自立化事業に、2007年まで延べ1534社が応募、うち555社が採用され145億円が投入された⁽³⁾。これは消費者の求める商品を自社のリスクで企画、提案し自販力向上につなげようとする試みである。だが繊維企業1社では商品生産から販売までの完結は不可能である。産地における繊維製品生産が分業、協業体制によって成り立っていることを熟知している経済産業省の意図は、「自立化」補助金の交付を受けた企業が、産地の中核企業として、産地のグループ化、協働の中心的役割を果たすこと期待したが、交付企業は、個々の収益力の獲得と向上を目的としている。交付企業の中には選考に受かるため、有利な計らいを求めて産地組合に加入した企業が存在したことや、支援方法も一企業に偏重した支援であったため、産地全体への貢献や影響力の行使をほとんど見ることができない。

産地を活性化させ、中核をなす企業の発展は、国や行政が産地再生の視点からの支援事業を強化し、産地中核企業と中小零細企業との共同事業を推進させることによってはじめて可能となる⁽⁴⁾。原料を供給する川上企業と、産地を形成する糸商、機料店、機業場、染工場、縫製工場、副資材供給企業、川下のアパレル、卸・小売業者の異業種間水平連携を促進し、地域内での経済循環を作ることによって、産地振興を図ることが必要である。日本の繊維産業には世界的にも注目される新素材、新商品開発力があり、産地には有能な技をもつ技術労働者が存在している。こうした条件を生かすことによって、国内繊維・アパレル産業の再生が可能となる。

一企業で自己完結が困難な課題でも、独自の強みを生かしながら他産地の地域資源や大学、公設技術試験場等との共同で、資本力の制限を超えた能力を発揮し、課題を克服することができる。多様な業種団体、ベンチャー企業、個人などで「空間を共有する」コラボレーション機能を発揮すれば、他産地との同質性を排除し、特定の目的で日常的な取引ができる範囲のネットワーク、地域密着型ビジネスを創出できる。こうした地域内循環で、産地再生をはかろうとする提案が以

下に示すような「繊維産地ミュージアム創設プラン」であり、産地や繊維中小企業やベンチャー企業が、グローバル化されたもとの競争条件の変化を、事業革新の機会ととらえ、世界をパートナーとした貿易等で自立化の機会を得ようとするのが「新市場・販路開拓プラン」である。

（２）産地内生産循環めざす「繊維産地ミュージアム創設プラン」

１）多彩な異業種が存在する泉州地域における「泉州ミュージアムプラン」

大阪・泉州地域は綿スフ織物、横編ニット、毛布、カーペット、タオルなどの複合した産地で、紡績、撚糸、織編物、染色、縫製等の業種、工程にかかわる事業所が広範囲に分布している。1600年頃には日本有数の和泉木綿に代表される綿作地帯となり、農民は収穫量の増産を図るため肥料となる干鰯を大量消費し、漁業者はそれを大型商品として地域漁業を振興させた。1860年頃、綿布織物生産が200万反に達し、大坂に三所（和泉・摂津・河内）綿問屋が開設され商品輸送が活発化し、紀州街道が整備され廻船海運業も発達した。泉州地域は農業、漁業、木綿製造業、運輸、商業をつなぐ地域内循環が成立していた。

だが近年の泉州地域は素材生産型地域となり、商品企画機能、販路開拓等を大阪市内の商社、アパレル企業等に依存した縦型の系列関係による受注生産が多い。そのため下請け的生産関係から脱却し、地域内相互の連携を強化することが課題となっている。繊維団体、企業が各地域で歴史的に培ってきた個性、特性、環境条件を生かし、泉州地域の諸都市と連携し、広域的な地域サプライチェーンを構築すれば、都市は「多角型産業連携都市」へ再生できる。同時に繊維産業のイメージを問い直す地域からの運動や、「泉州の伝統産業である繊維産業の再生」への共感を創り出す努力も必要となろう。岸和田市商工観光課は現在、市民と共同で「きしわたの会」を構成し、休耕田を活用し栽培した綿花を紡績糸にし、織布からニット製品まで製作、試販している。つげ櫛など繊維以外の伝統産業の復活も試み、観光産業振興まで展望した「地域循環型産業」への可能性を追求している。

こうした地域住民の支持をもとに、地域ブランド化推進事業、インターネットを活用した「ものづくり見本市」事業、商業振興事業を展開すれば、異業種との提携による多様な事業展開、あらたな地域内経済循環の創出が可能である。ローカルな都市のなかの文化とビジネスが相互に支えあう機会が増加し、付加価値ある文化型商品生産を増加させることによって、地域間分業と協業の在り方を変えた「泉州ミュージアム」の実現の可能性が高められる。

２）伝統和装産地、西陣地域の再生めざす「西陣ミュージアムプラン」

西陣織や京友禅で知られる京都の伝統地場産業は千年を超える「都」としての歴史を背景にして、文化を京焼などの「京もの」ブランドとともに発展してきた。なかでも西陣は職住一体の織物産地として職人の技に支えられた技術と感性が息づき、産地は商店街や地域金融機関と地域循環型の経済構造を形成してきた。だが、洋装化、着装機会の減少など生活様式の変化や構造不況、無秩序な海外生産によって産地の空洞化が進み、地域経済と生活を守る歴史的に形成されてきた

環境、仕組みが崩壊しつつある⁽⁵⁾。和装品に代表される民族衣装を他国の生産に依存しているのは日本だけである。地域の運動として海外生産、逆輸入への規制、原産国表示の義務付けの法制化を国や行政に求めてきたが、海外商品の「西陣仕立て」「証・手織り、西陣織元〇〇会社」等の不当表示が後を絶たない。業界の健全な発展のために、企業倫理の確立が要請される。生産流通履歴を明確にした証票等の交付、貼付などで知的財産権を保護し、デザインや意匠等の所有権を守ることで「京もの」ブランドの文化的商品価値を高めることが必要である。

2006年、西陣帯の出荷本数は60万本に減少し、最高時の7.2%にすぎない現状である⁽⁶⁾。長年ものづくりに携わってきた職人や伝統工芸士が仕事を失い、高齢化の進行や関連業種を含めた道具類の散逸が技術と意匠の蓄積、継承さえ困難な状態にしている。こうした状況を克服するため、西陣地域が職住一体となった街として住み続けられ、和装文化を創造する総合的な産業集積のある「西陣ミュージアム」に再生させることを提案する。

西陣の地域資源を活用した織物の循環型生産、販売機能の構築、伝統産業と観光産業を結合した京もの工房エリアの創出、町屋の再生事業を行政と企業、住民が一体となってすすめるのである。2005年、京都府が制定した「伝統と文化、ものづくり産業振興条例」と京都市の「伝統産業活性化推進条例」を実効あるものにし、京都特有の悉皆屋（コーディネイター）やクリエイターの持つ「感性」、産地で機能している染織試験場の「技術」と、職人の「文化」「技」が融合した商品開発がすすめば新しい需要の創造が可能となる。

京都には世界歴史・文化遺産、仏教寺院等の宗教施設、茶道・花道家元、芸術家集団、大学等研究機関などの文化資本、知能、知識層が多数存在している。こうした「社会資本」を活用した「京もの」を発信、創出することが重要である。これを実現するには原材料から商品製作までの工程が京都域内で循環、完結できる施策が必要となる。すでに京都伝統工芸士会などが生産の後継者問題に取り組み、散逸し生産が困難となっている希少道具類の調査、収集を開始している。京都で入手できなくなった織機の道具「竹箴」の材料となる真竹を京都市内で造林できれば、京扇子や京うちわの材料にも転用できる。学校教育のなかに伝統産業の教育を取り入れ、地域の公共施設、空き町屋を活用した研修機関ができれば、都市の文化資本の質を向上させ、産業の持続的発展を支える後継者の育成、新産業の創造も一助となろう。西陣が、糸屋、金銀箔屋、織屋、染屋などの技術屋集団が集い交錯する街になれば、「和の文化」が見直され、共感する消費者も増加する。文化的商品生産の販売増加につながり、産業技術と文化、芸術が混在、集積した「西陣ミュージアム」が実現できる。

（3）海外で高品質商品を販売する「繊維新市場・販路開拓プラン」

2005年、衣料国内市場約14兆円の45%、6.3兆円が国産品であるが、数量ベースでは衣類輸入浸透率が93%に達している。勤労者所得の増加の停滞、社会保障制度の後退、少子化などの要因による国内需要が停滞傾向を示すなか、川中織物企業等へのアパレルや流通企業からの生産発注量も減少している。この対応策として「繊維新市場・販路開拓プラン」を提案したい。これは

高品質商品を自主生産し、輸出できる体制をめざすものである。

川中企業等が輸出事業を展開する場合、海外市場でのトレンド、品質、価格、他国との競合関係、流通チャネルなど多岐にわたる調査にはじまり商品開発、見本作製を経た海外展への出展、貿易実務強化などが要求される。一社での能力には限界があり、産地協同組合や複数の企業との共同した取り組み、産元や専門商社の輸出機能の活用と、国、自治体、JETRO等の政策支援が必要となる。輸出形態としては、一つは高品質・高機能を重視した富裕層向け商品を東アジアや欧米に製品輸出する場合と、二つは第三国向け輸出・海外縫製用テキスタイル生地地の輸出が考えられる。たとえば雅戈爾（ヤンガー）など中国有力アパレル企業は、高級な日本製生地に注目している。これらの有力企業は価格競争からの離脱を鮮明にした差別化政策をとり、製品を中国国内から第三国市場に販売を拡大している。

輸出振興を主な目的とした国内展示会では「ジャパンファッションウィーク」「ジャパングリエーション展」「インターナショナルファッションフェア」などがあり、海外では上海、北京での「インターテキスタイル展」、パリで開催される「プルミエールビジョン (Premiere Vision Pluriel)」「メゾンオブジェ (Maison et Objet)」、イタリアでの「ミラノウニカ (Milano Unica)」などがあり、JETROが支援窓口となっている。海外展は展示会を情報発信力、商品企画力を誇示したバイイング展として、商談を使命の第一としている。プルミエールビジョンは質量ともに最新のクリエイションに秀でた服地素材展である。展示会の質を維持するため参加資格は、厳格な出展商品審査に合格した企業にのみ与えられ、合格基準は企業規模より、製品の技術、伝統性、創造性が重視、評価される。メゾンオブジェはトータルなライフスタイルを提案する「家の中に関する商品の総合展」と位置づけられたパリの重要展示会のひとつである⁽⁷⁾。JETRO経由で出展の申込をした企業でも両展とも、主催団体のフランス見本市協会から出展を断られるケースがある。JETROは出展希望企業に対し、出展内容や商品の選定を指導できる能力を持つことが望まれる。

欧州と日本との間は情報ネット上の距離は皆無だが、地理上は1万kmの距離があり、ものづくりはその国の歴史、風土、宗教、社会構造や、そこに住む人々の感性、趣向等の要因で違ってくる。日本から繊維産業の先進地域である欧州に商品を発信、輸出するには、定番品から高付加価値商品への転換、消費者のトレンドを的確に把握し、カスタマイゼーションされた高感度商品の製作、新用途の開発という基軸を順守したものづくりに徹することである。技術と信頼を得ることができる商品、ローテクの積み重ね、匠の技が創るハイテクな商品を提案することも重要である。

むすびにかえて

繊維・アパレル産業再生への制度的改革の課題

以上本稿では繊維・アパレル産業が、グローバルな新自由主義的市場競争のなかにあつて、産業の再生と持続的成長を実現するための方策について論じてきた。日本の繊維・アパレル産業は国際的にも頂点に立ち、その技術と感性は高く評価されてきた。それは、先進的技術を持つ川上企業と、産地の集積機能を活用する川中繊維中小企業、販売能力を持つ川下流通企業との対等な連携の追求により完成、習熟されてきた。とりわけ産地を構成する中小零細企業の存在、協働がその底辺を支えてきたのである。しかしこのような日本の繊維・アパレル産業は生産の縮小・空洞化、産地の衰退に見舞われている。本稿では、繊維・アパレル産業のいま以上の縮小に歯止めをかけ、国内での産業再生を可能にする上で必要とされる、国や地方自治体の支援制度や業界の取引改善について考察し、いくつかの提案をおこない、本稿の結びとする。

(1) 特定企業への支援偏重を改め、対等・公正な国の支援制度を

経済産業省が実施してきた川中繊維製造事業者自立支援事業は、「エクセレント企業」「やる気のある企業」に的を絞った支援事業を繰り返し、繊維・アパレル産地の再生、活性化に寄与し、産地全体すべてがメリットを受ける事業は非現実的としてきた⁽⁸⁾。しかし、地域活性化に必要なのは、特定企業への支援ではなく、産地の過半数を構成する従業員 10 人未満の中小零細企業も参加できる支援事業である。当該事業の終了予定 2007 年で、業界の一部が要求する「事業継続」を中止し、新たに業界と国、産地の存在する地方自治体が協議、決定した振興策を実行することを提案したい。地方自治体は地域再生の視点から、産地動向の定期的な実態調査と、それに基づいた産地工業組合等との協議を経た事業決定を行い、産地組合が事業主体となり、希望する企業すべてが事業に参加できる制度、公正な支援策を確立すべきである。

振興事業推進にあたっては、繊維リソースセンター、繊維技術試験場や大学等研究機関は、世界のファッション、消費者動向など、情報の定期的な提供に努め、産地企業と共同した製造技術の高度化やその普及、市場開拓支援をおこなう。行政が財政・構造改革の必要から行おうとしている研究機関の無理な統廃合は以上のような多様な協力形態を困難にする。

(2) 国際ルールに従った企業の海外進出を

海外進出企業は企業の社会的責任を自覚し、国際労働機関 (ILO) が採択した「多国籍企業および社会政策の原則に関する三者宣言」(1977 年 11 月採択) を尊重し、政府もその立場に立ち、国連の多国籍企業行動規範に法的拘束力を持たせるよう国連に働きかける。宣言は、多国籍企業がその自発的意志に基づいて遵守することが求められる雇用、訓練、労働条件・生活条件および労使関係の分野における原則を規定しており、進出国の経済的、社会的進歩に寄与できる企業の行動要請している。

繊維製品の輸入急増で国内産業に被害が発生したときは、WTO で認められているセーフガード措置、アンチダンピング課税制度などが、国際ルールにより適切に活用できるよう国内ルールを整備する。国の伝統的産品である和装産業については、洋装繊維品と区別して原産国表示、商品の生産履歴（トレーサビリティ）の明示を義務付ける必要がある。

（３）産業に従事する労働者の生活改善による産地の再生を

繊維・アパレル産業に働く労働者の賃金、労働条件の向上で人材の確保を図ることが、産地、地域の再生をはかるひとつの保障となる。製造業に従事する常勤労働者の平均現金給与月額が 33 万 5774 円に対し、繊維工業労働者の賃金が 29 万 2067 円、被服その他の繊維製品製造労働者が 19 万 8413 円、パート等不安定雇用労働者が多いミシン縫製工の賃金は 14 万 3400 円と格差が拡大している⁽⁹⁾。産地全体としての賃金引き上げを図るために全国一律最低賃金制度の確立が必要である。プランナー、デザイナーなどの個人事業者が発注元企業の倒産などで、工賃、委託料などの不払いが発生したときは、「賃金の支払い確保に関する法律」にもとづく「未払い賃金の立替払い制度」を準用する。賃機や賃加工労働者に見られる「家内労働者」⁽¹⁰⁾への労働条件や社会保障などを、賃金労働者と同様の権利を認めた ILO「在宅形態の労働に関する条約」（第 177 号条約＝2000 年 4 月 22 日発効）を政府が批准し、生活の安定をめざす。

（４）業界の取引ルールの確立を

経済産業省は 2007 年 6 月「繊維産業における下請け適正取引等の推進のためのガイドライン」を策定し、IT を活用したサプライチェーン構築をすすめる SCM 推進協議会の取り組みへの支援と、同協議会が設定した取引ガイドラインの遵守と実行への期待を表明している⁽¹¹⁾。ガイドラインは業界の不透明な取引慣行を是正するため、書面取引の実行と、IT を活用した業界のネットワーク化を内容としているが、次の点を補強したい。商品生産から納入に至る職種への価値評価とリスク分担の基準を設定し、商品の再生産が可能な原価率にもとづく工賃、小売店取引の際の仕入れ方法、納入掛け率、値引き等契約条件の明文化を行い、生産、販売に従事した企業の収益性の維持、改善を図ることを提案する。

繊維労働者である筆者は、かつて日本資本主義の萌芽期を支え、戦後経済復興の基礎を拓いた繊維・アパレル産業の再生に関心を持ち続けてきた。本稿の研究と 2 件の提案「繊維産地ミュージアム創設プラン」「繊維新市場・販路開拓プラン」が、産業に従事する人々、研究者の討議を経て、より実現可能な政策に改められ、産地、中小企業の質的変革に寄与できることを願っている。だが、残された課題も多い。国の繊維・アパレル産業政策の変遷が与えた産業内各業種の業態変化と、労働者への影響に対する歴史的分析が不十分である。産業のグローバル化、新自由主義的な市場競争がすすむなかでの繊維産業先進国・産地の実証と、日本との比較研究なども未解明である。社会の進歩をめざし、次年度以降も引き続き研究を継続し、社会貢献を果たしたい。

注1：たとえば、欧州発の世界的なファッショントレンド企画は実需2年前から開始され、パリに本部を置く企画会社ネリーロディー、トレンドユニオン等が発表するトレンド、カラー情報を基に、欧州の紡績・撚糸業やテキスタイル会社が自社技術を駆使し製作した糸や織編物を、プルミエールビジョン展などの素材発表会で提案している。この提案生地を使って著名ブランド会社やアパレル会社が実需1年前にパリ、ニューヨーク、東京などでコレクションとして商品発表会が行われる。日本の大手アパレル企業は、こうした情報をもとに消費者、顧客の持つ欲求やニーズを商品企画に反映させ、約6ヶ月かけ素材選定からデザイン、パターンメイキング、縫製等の分業各段階を経て、自社ブランド展示会を開催し、そこでの流通・小売企業との商談、取引を通じて百貨店等の店頭で販売されてきた。供給側の提案と消費者の共感のマッチングを追求することで、製品化へのイノベーションを育み発展してきた。

注2：1985年、紡績協会会員企業の設備は、783万錘（150工場）、綿糸生産量が33万7千トンあったものが、2006年では、96万錘（32工場）、生産量6万トンに減少している。これは繊維貿易が輸入超過に転じた1985年対比18%の水準である。また、非会員を含む全国ベースでは、909万錘、43万7千トンの設備が、152万錘、9万2千トンに減少した。また、供給面から見た綿糸の国内生産比率は58.8%から9.1%になっている。（2007年5月、産業構造審議会繊維産業分科会政策委員会に提出された日本紡績協会資料『紡績業界における事業環境の変化とグローバル展開について』参照）

注3：産業構造審議会繊維産業分科会第一回基本政策委員会（2007. 2. 9）に提出された経済産業省繊維課資料NO. 5『平成15年度策定の繊維ビジョンを踏まえた施策の評価』参照。

注4：川中自立事業を決定した『2003年繊維ビジョン』をまとめた伊丹敬之（産構審繊維産業分科会基本政策委員会委員長=当時）は「初期のころは織物業者がアパレルまで始めるといふ論議すらあった。しかしそれでは誤解を招くので“川中の川下化”という表現を最終報告書では削除した。一方、それが本当に出来れば構造改革が一気に進むわけで政策の目指す方向だが、ビジョンには布を自分の責任で売ると書いてある」との感想を述べている。

（『2003年繊維ビジョン』P83～84）繊維産地の1社当たりの平均従業員数が9.6人（中小企業庁『平成17年度産地概況調査』）にすぎない中小企業群で形成される産地が「自立化事業」を柱に再生することは困難である。

注5：京都銀行の調査（2005年）では京都府に本社を置く企業で中国に進出している企業が247社あり、企業での海外生産比率は34%である。業種別では伝統産業に属する業種の進出比率が59%、うち和装産業が15%を占めている。

注6：2006年、西陣織物産地全体の生産総額は432億円で、最盛期の1990年、2795億円との対比では15.6%にまで落ち込み、主力商品である帯の出荷本数は60万本に減少し、最高時828万本（1976年）の7.2%にすぎない現状である。第18次西陣機業調査委員会編（2007）『西陣機業調査の概要：平成17年度調査報告書』参照。

注7：プルミエールビジョン展は、2006年2月から Expofil 展（糸）、Le Cuir a Paris 展（皮革）、Indigo 展（プリント）、Mod`Amont 展（服飾付属品）との合同展示会となり、2007年2月展には27カ国、702社が、日本から25社が出展、約4万8000人が参加した。メゾンオブジェはトータルなライフスタイルを提案する「家の中に関する商品の総合展」と位置づけられ、約3300社、日本からJETRO 日本ブースのほか、川島セルコン社など20数社が出展、8万4000人が来場した（2007年1月展）パリの重要展示会のひとつである。

出展社数等の数値はパリ・サンタンセルム社資料『欧州展示会レポート2007』参照

注8：山本健介経済産業省製造産業局繊維課長（当時）は『「天は自ら助ける者を助ける」の例えは役所でも同じ。意志と志が重要で、残念だが、それがない（企業）は淘汰されるしかない」「ハードルは下げることにはあり得ない。下げなければ通らないような案件は補助する意味が薄い」と発言し、支援企業を選別してきた。

経済産業省製造産業局編（2004）『繊維ビジョン』p86～88の「ビジョンをまとめて」

注9：2006年、厚生労働省「毎月勤労統計調査」による「5人以上の企業に働く労働者」の現金給与総額。ミシン縫製工の賃金は厚労省「2004年賃金構造基本統計調査」による。

注10：ILOは家内労働者の定義を「独立した労働者とみなされる程度の経済的独立性と自律性を備えておらず、自宅等で使用者側から依頼された有償の作業を使用者のためにおこなう在宅労働者」としている。

注11：SCM 推進協議会とは1999年に設立された繊維産業流通構造改革推進協議会の通称で、民間主導でITを活用したサプライチェーンを構築して、下請け取引等の関係を生産性の高いビジネスモデルの一環として確立させることをめざした組織である。同協議会が策定した「TAプロジェクト取引ガイドライン」は、「テキスタイル、染色加工業、商社・生地卸商、アパレル間における生地取引に関するビジネスプロセスと取引形態の基準」を示したものである。

.....

参考文献一覧

はじめに

伊丹敬之＋伊丹研究室編（2001）『繊維産業—なぜ弱くなってしまったか』NTT出版

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

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

佐藤彰彦（2003）「日本繊維メーカーのアジア地域における立地行動分析」大阪市立大学経営学会『経営研究 No. 53』

- 佐藤彰彦（2005）「繊維アパレル産業の生産連鎖とアジア立地行動」鈴木洋太郎、桜井靖彦、佐藤彰彦著『多国籍企業の立地論』原書房
- 社団法人繊維学会編（2004）『第3版繊維便覧』丸善
- 立見淳哉、川口夏希（2007）「ファッション産業—経済と都市文化をつなぐ」塩沢由典、小長谷一之編『創造都市への戦略』晃洋書房
- 立見淳哉（2006）「ファッション産業—経済、文化、社会の接点」創造都市研究科都市経済政策研究分野編『都市経済政策 2006 年第3号』大阪市立大学大学院
- 成美弘至（2003）「ファッションシステム—文化と流行の構造」京都造形芸術大学編『モードと身体』角川書店

第1章

- 明野進（1968）「繊維産業の『構造改善』の背景と独占支配の再編成」新日本出版社『経済』1968年7月号
- 稲葉秀三、生田豊明（1970）『日米繊維交渉』（社）金融財政事情研究会
- 岩田勝男（1984）『日本繊維産業と国際関係』法律文化社
- 関西経済研究センター編（1974）『わが国繊維産業の問題点』関西経済研究センター
- 関西経済研究センター編（1975）『アジアの繊維産業とわが国繊維産業の立場』関西経済研究センター
- 佐藤洋輔（1970）「日米繊維交渉をめぐる繊維産業と繊維労働運動の動向」労働旬報社『旬刊賃金と社会保障—第550号』
- 佐藤洋輔（1995）「繊維セーフガード措置をどう見るか」中小商工業研究所『中小商工業研究第43号』繊維産業政策懇談会、佐藤洋輔（1999）「国内産業としての繊維アパレル産業を守り発展させるために—通産省の新繊維ビジョンの対案として—」中小商工業研究所『中小商工業研究第60号』
- 富澤修身（2000）「グローバル競争化の構造再編—日本繊維産業の事例」森澤恵子、植田浩史編『グローバル競争とローカライゼーション』東京大学出版会
- 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
- 織研新聞編集局編（2006）『よくわかるアパレル業界』日本実業出版社
- 通商産業省編（1968）『商工政策史—第15巻—繊維産業（上）』商工政策史刊行会
- 通商産業省編（1972）『商工政策史—第16巻—繊維産業（下）』商工政策史刊行会
- 通商産業省生活産業局監修（1974）『70年代の繊維産業』コンピュータエージ社
- 通商産業省生活産業局、繊維工業構造改善事業協会編（1977）『新しい繊維産業のあり方』通商産業調査会
- 通商産業省通商産業政策史編纂委員会編（1989）『通商産業政策史第9巻—第Ⅲ期高度成長期（2）』通商産業調査会

- 通商産業省生活産業局編（1994）『世界繊維事情』通商産業調査会
- 通商産業省生活産業局編（1995）『新繊維ビジョンー市場創造とフロンティア拡大へ向けて』ぎょうせい
- 通商産業省生活産業局編（1999）『繊維ビジョン』通商産業調査会出版部
- 経済産業省製造産業局編（2004）『繊維ビジョンー日本の繊維産業の進むべき方向ととるべき政策』日本繊維新聞社
- 産業構造審議会繊維産業分科会(2007)『繊維産業の展望と課題ー技術と感性で世界に飛躍するためにー先端素材からファッションまで（中間とりまとめ）』
- 李享五（2002）『企業間システムの選択ー日本化学繊維産業の分析』信山社

第2章

- 明石芳彦、山田幸三編著（1999）『日本のベンチャー企業：アーリーステージの課題と支援』日本経済評論社
- アジア経済研究所編(2007)『シンポジウム：岐路に立つアジアのアパレル産業ー国際競争激化の中でー開催報告書』日本貿易振興機構アジア経済研究所
- 岩崎一郎（2004）『中央アジア体制移行経済の制度分析』東京大学出版会
- 門倉貴史（2006）『インド経済の実力』日本経済新聞社
- 佐々木雅幸（1997）『創造都市の経済学』勁草書房
- 斎藤日出治編著（2007）『グローバル化するアジア』晃洋書房
- 高田裕憲（2004）「米国繊維・衣料産業とメキシコ、中米、カリブ地域ー米国通商政策の展開とリジョナリズムの形成」福島大学国際経済研究会編『21世紀世界経済の展望』
- 田坂敏雄編（2005）『東アジア都市間の競争：東アジア都市間競争とシビル・ソサエティ構想』お茶の水書房
- 丁可（2007）「アパレル産業の発展方向」今井健一、丁可編『中国高度化の潮流』アジア経済研究所
- 東レ広報 IR 室編（2004）『TORAY MANEGEMENT 2004. June-July』東レ
- 富澤修身（1998）『構造調整下の産業分析ー大競争下の日本産業・企業の構造調整』創風社
- 中島敏博（2006）『トルコの繊維産業の現状と将来展望』日本貿易振興機構
- 中本悟編（1999）『現代アメリカの通商政策ー戦後における通商法の変遷と多国籍企業』有斐閣
- 中本悟編（2007）『アメリカングローバリズムー水平な競争と拡大する格差』日本評論経済社
- 日中経済協会編（2005）『中国華東地域のアパレル産業』日中経済協会
- 日中経済協会編（2006）『中国経済データハンドブック 2006年版』日中経済協会
- 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
- 日本化学繊維協会編（2007）『繊維主要国との国際分業体制のあり方に関する調査』化学繊維協会
- 日本経営史研究所編（1999年）『時代を拓く東レ70年の歩み』東レ

日本政策投資銀行メコン経済研究会編著（2005）『メコン川流域国の経済発展戦略－市場経済化の可能性』日本評論社

日本繊維産業連盟編（2005）『繊維産業主要国の通商戦略に関する調査報告書』日本繊維産業連盟

日本紡績協会編（1979）『続・戦後日本紡績史』日本紡績協会

日本輸出繊維組合編（2007）『2007年繊維貿易情報ファイル（総括編）』日本輸出繊維組合

橋田担編（2000）『中央アジア諸国の開発戦略』勁草書房

藤井光男（1971）『日本繊維産業経営史』日本評論社

第3章

奈良県繊維工業協同組合連合会『奈良県繊維工業協同組合連合会通常総会議案書』2000年第40期総会から2007年5月29日開催、第47期通常総会までの各年次議案書

福田泰久（2000）『地域経済と中小零細企業－くらしの過疎都市・大阪』清風堂書店

安井國雄、富澤修身、遠藤宏一編著（2003）『産業の再生と大都市：大阪産業の過去、現在、未来』ミネルヴァ書房