

岐阜における衣服産業の構造と変化

釘 宮 由佳理

1. 研究の目的

日本の地理学において繊維産業の研究は非常に豊富であるが、衣服産業¹⁾に限っていえばそれ自体戦後に急速に発達した産業であるため必ずしも多いとはいえない。従来の衣服産業の研究は、縫製加工業を中心に分析を行っているものが多く、日本の衣服の生産構造においてプロモーターとしての役割を担うアパレル卸商²⁾の実証的な分析はあまりなされていない。本研究では地場産業の研究視点を継承しつつ、縫製加工業とアパレル卸売業の両者を広義の「衣服製造群」と捉え、衣服産地の構造を明らかにしたい。殊に、衣服産業は日本経済の低成長期において消費構造の変化や国際的な衣服生産の変化に伴い激しく変貌しており、そのような衣服産業の動向を踏まえて、衣服産地の近年の変化について地理学の立場から考察する。

本研究では「岐阜産地」を研究対象とする。現在の日本の衣服生産と卸売は東京・大阪を中心とした都市地域へ集中している。生産においては、卸売はどの偏在ではなく、むしろ近年は地方での増加が顕著であるが、依然として都市地域のシェアは高い。岐阜産地は衣服、その他の繊維製品出荷額では全国比6.3%、卸売販売額では2.8%を占め、生産と卸売の両部門ともに上位に位置する。

表1 衣服製造業事業所数上位10都府県の比較

都府県名	衣服製造業		衣服卸売業	
	事業所数	出荷額(千万円)	事業所数	販売額(10億円)
大 阪	2,742	34,256	8,241	4,455
東 京	2,277	18,384	11,995	5,308
岐 阜	2,186	21,418	2,095	461
愛 知	1,986	23,802	3,572	1,290
岡 山	1,651	28,187	637	115
埼 玉	1,580	18,384	828	136
広 島	1,278	19,541	1,520	315
兵 庫	985	9,147	1,530	361
橋 本	859	9,637	753	79
愛 媛	807	7,146	486	43
全 国	29,667	339,958	52,789	16,210

1) 工業統計表(昭和59年)従業員4人以上・商業統計表(昭和57年)より作成
2) 衣服以外の繊維製品又は、身のまわり品が含まれている。

多品日にわたり生産しているが、ファッション性や多様性の要求される婦人服が中心である。岐阜産地は東京・大阪・愛知に次ぐ産地であるが、大都市産地とは異なり、衣服産業への特化の著しい単一の衣服産業地域である。

岐阜産地は第二次世界大戦後、満州からの引揚者が駅前に開いた古着のマーケットが始まりで、その後現在の駅前問屋街に次々とアパレル卸商(以下卸商と略す)が集積し、岐阜市内及び周辺には卸商からの外注で生産(縫製)する人が増え、戦後の混乱期に基礎が確立し、高度成長期に急成長をとげた新興産地である。

従って、岐阜産地は構造の分析や低成長期に入ってから産地変化の考察に適した産地の一つと思われる。

本研究は、既存の統計資料や文献、聞取調査結果を利用した。聞取は縫製工場10社、アパレル卸商20社及び関連企業について面接調査方式で行った。以下に研究結果を述べる。

2. 岐阜産地の現況

岐阜産地では、生産においても卸売においても婦人服が主体であるが、商品の傾向としてはカジュアルが44%、ドレシーが35%であり、年齢別では中年向けが約6割を占めている。商品の販売先は卸商や一般小売店が主体である。商品の最終販路は量販店、一般小売店となっている。岐阜の商品は人衆向け衣料であると考えられる。

岐阜産地のアパレル卸商の製品仕入率は約15%で、多くの卸商は生地を買い、自社工場あるいは外注を利用し衣服に加工して販売する。卸商のうち自家工場を所有するのは12%であり、その自家工場の生産比率は卸商の全生産高の40%未満である場合が圧倒的に多い。つまり卸商は、生産を外注に依存しているのである。卸商の外注先は岐阜県内の工場が73%である。岐阜県内の縫製工場の多くが素材を全て支給されて取引先の指示に従っ

て受注生産を行っているが、受注先は県内の卸商が70%を占めている。岐阜産地の衣服生産は、卸商が企画し、卸商の発注によって縫製工場が賃加工するのが一般的であり、企画、生産、流通段階までの産地内での完結性は高い。

岐阜産地の縫製工場で全工程を一貫生産できる企業は少なく、内職を含める分業によって生産が行われる。縫製工場において、縫製以外の工程の内製化率は5割に満たない。卸商が裁断等の一部の生産工程を担当する場合を除いて、通常は各工程ごとに専門の工場（例えば裁断工場や縮絨工場）が卸商の発注に基づいて担当している。ときには、縫製工場からの発注によることもある。縫製工程も細分化しており、裏地縫い、袖縫い、襟

縫いなどを担当する部分縫い専門の生業的工場もある。ボタン付け、穴かがり、裾まつり、ネーム付け、刺しゅう等の作業も分業化している。部分縫いやボタン付け等の細々とした工程は内職に出されることもある。縫製工場の再下請利用率は約7割であるが、再下請に出される工程も縫製工程の一部又はボタン付け等のまとめ工程が中心であり、再下請先は9割が県内の零細工場や内職者である。このような生産の分業に加え、マネキン商やミシン商等の関連企業が多数集まって岐阜産地を構成している（図1）。

岐阜産地では、国鉄岐阜駅前の問屋街に全卸商の7割近くが集中し、その周縁に卸商と各工場の混在する地域があり、さらに外側に縫製工場等の

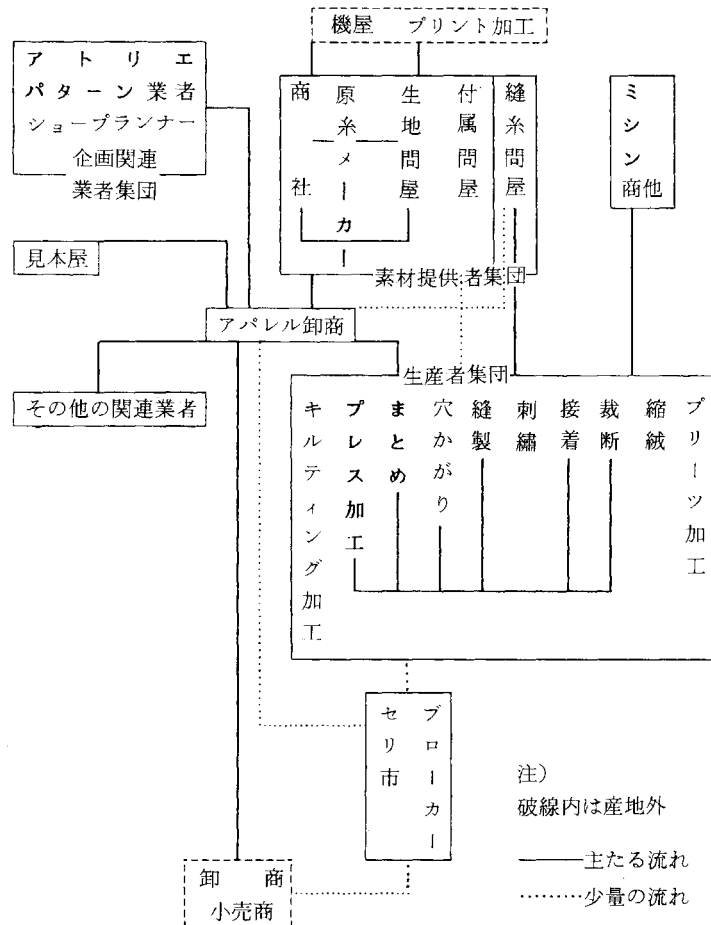


図1 岐阜産地集団

生産者が広く分布する。生産者は昭和30年代後半及び40年代後半に分布範囲が著しく拡大し、農村部を含め県全域に広がっている。卸商は、駅前地区への集中が極めて高いが、昭和40年代後半の卸商団地建設による集団移転と昭和50年代以降に顕著になった個別の移転によって、岐阜市内（殊に駅前地区以南）及び隣接市町村への立地が増加している。その結果、駅前地区の産地内での地位は、業者数以上に販売高において大きく低下してきている。

3. 新しい状況に対する産地の変化

市場の成熟期に入った衣服産業の最近の変化は岐阜産地の企業に多様な対応を迫り、産地全体を変貌させている。

まず、産地内の卸商は、高ファッション化や多様化等の消費構造の変化に対応して、情報収集や企画開発に本格的に取り組む、これらの機能を社内に確立させている。産地集団の中にも、情報収集や企画開発を専門に行う企業が増えている。一方で情報収集・企画開発機能を大都市産地に依存する場合もある。企画室を東京に置いたり、東京支店等に企画機能を分担させたり、東京の卸商との共同企画を行ったり、東京のアトリエに委託するのはその例である。

卸商は商品の販路を従来の問屋・小売店、あるいは上位企業では量販店主流から量販店インショップや専門店等へと転換を図っている。直営小売店を経営する例もある。商品の高感度化に対応し、またそれを促進するために、商品を差別化し、差別化しえる売場を確保することが必要だからである。商品は従来に比べよりファッション性が高くなっているが、大都市産地と比較すると一般に大衆的で、販路もある程度の量をこなす分野に限られている。このようにして大都市産地との直接的競合を避け、市場において独自のポジションを確立している。大都市産地の商品と岐阜産地の商品の市場での関係については、高度成長期の産地発展時のそれと類似している。

岐阜産地では縫製に従事する労働力の不足や賃金の高騰を補うために、縫製工場は県外や海外に進出したり、産地内に留まって自動化を進めている。工場の進出先は、青森県、秋田県北部を中心

に東北や九州等遠隔地が最近は特に多い。これは、日本の縫製業の地方分散化の傾向の一端であり、またいちはやく地方へ分工場を進出させた大都市産地によって、十分には開拓のなされなかったより遠隔の地に岐阜が進出先を求めた結果でもある。岐阜産地は、このような形で実質的な生産機能を産地外へ分散させ、白らは生産管理機能を持つに至っている。

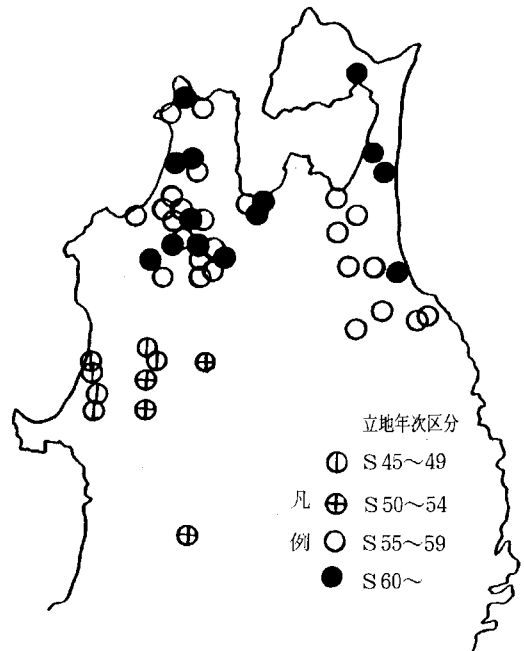


図2 進出工場の分布

注) 聞き取りにより作成。岐阜産地から青森県、秋田県へ進出した工場についてのみ示した。

以上のような積極的対応がとれる企業は高度成長期に急成長した上位規模企業³⁾、或いは進歩的考えを持った経営者が率いる企業である。中位企業では積極的設備投資や従業員確保が困難なため、零細企業を下請化することで生産力等を確保する例もある。零細企業の多くは、従来のままの経営を続け、積極的企業を主軸とする産地の再編成に巻き込まれ、全体として衰退化傾向にある。

産地内の縫製工場と卸商は、階層化し、取引関係も大きく変わってきている。上位卸商は上位工場はもちろん生産の質にあわせて中小零細工場まで広く利用している。中位卸商は中位以下の工場と取引し、下位卸商は、上位・中位卸商と取

引のない下位工場と取引をすることになる。

上位工場は産地内の上位卸商のみでなく、産地外の大手卸商とも取引し、受注量の拡大と安定化を図り、自らも取引相手を選定する等より有利な取引が可能である。中位工場で技術力の高い企業では、東京のDC商品⁹⁾を、下請工場を利用して生産し、工賃単価の引き上げに成功している。DC商品を受注生産する工場は、産地内の卸商とは取引をせず、産地内卸商の影響を受けない集団となっている。

産地企業の階層性は高度経済成長期に著しくなった企業間格差を基盤とし、低成長期に入り拡大化・複雑化している。産地をこえた生産の受発注関係の増大と、高感度で多様な商品を生産するために設備・技術の点から、卸商と工場が互いに企業戦略や体質において調和する相手を選別するようになったことが、階層性を強化し取引構造の再編を促していると考えられる。

4. 総括

岐阜産地は最近の衣服産業の動向に対応して、従来の機能に加え、企画機能・生産管理機能をもつようになった。日本の衣服産業構造の中で他地域との関係をみると、東北や九州などに対してはより上位の立場にあり、東京や大阪などに対してはより下位に位置づけられる。産地としての完結性を弱めつつも、産地全体としてより付加価値の

高いものを指向する先進国的都市型衣服産地への転換を図っていると考えられる。

注

- 1) 本論文では、便宜上、メリヤス製品以外の中衣・外衣の生産から卸売段階までを指す。
- 2) アパレルを扱う卸商のこと。いわゆるアパレルメーカーや製造卸、あるいは集散地卸商がアパレルを扱っている場合等を含む。
- 3) 上位、中位、下位の区分基準について
卸商では年商10億円以上、3億～10億円、3億円未満の3つに区分し、縫製工場では従業員数30人以上、10人～30人、10人未満と分け、夫々上位、中位、下位に対応する。
- 4) デザイナーズ&キャラクターズブランド商品の略。

参考文献

- 1) 合田昭二(1983)：岐阜縫製加工業の生産構造、「高度成長期の地域変容」, 古今書院, 337～360
- 2) 東海繊維経済新聞社編(1975)：「岐阜既製服産業発展史」岐阜既製服産業連合会, 602ページ
- 3) 内藤英雄(1986)：国際化を迎えたアパレル業界—“情報産地”東京の現状と将来, 労働と経済, 61, 12
- 4) 中込省三(1975)：「日本の衣服産業—衣料品の生産と流通—」東洋経済新報社, 458ページ

Structural Changes of the Apparel
Industry in the Gifu Area
Yukari KUGIMIYA