

地場産業産地における構造変化と産地維持 —— 岡山県倉敷市児島地区におけるジーンズ生産を事例に ——

塚 本 僚 平

〔要 旨〕

本稿では近年、産業集積や地場産業に関する研究でとりあげられることの多い岡山県倉敷市児島地区におけるジーンズ産業をとりあげ、主にその生産・流通構造を分析することを通じて、当該産業の維持・存続要因を考察した。

児島地区では、1980年代以降、生産・流通の両面において大幅な変化が生じていた。生産面では、労働力の減少や高齢化、労賃の高騰といった問題に対処するために工場の域外移転が図られ、分業の広域化が進行した。また、流通面では市場の変化に対応して製品の高付加価値化やブランド化が図られ、それとともに製品の主要な流通先が変化していた。加えて、こうした市場の変化や労働力の減少等に対応するため、域内では一部の企業が複数の工程を内部化したり、パートタイマー等の積極的な登用を図ったりしていた。こうした各種の対応策が、今日までの産地維持を可能にした要因であったと判断できるが、同時に、中長期的な労働力確保と技術の伝達に関する課題が顕在化しつつある実態も明らかになった。

1. はじめに

近年、地理学のみならず、経済学や経営学といった隣接諸分野においても、岡山県倉敷市の児島地区における衣服関連産業に関する研究が多数蓄積されている。こうした傾向を生んでいる最大の要因は、当該地区の衣服関連産業が各製品市場で高い競争力や占有率を示していることにある。今日、児島地区はジーンズの一大産地として注目されることが多いが、後述するように、当該地区における衣服関連産業は、江戸時代からの綿花栽培と綿織物産業をその端緒としている。そして、その後の経済・社会状況の変化と、それに伴う度重なる製品転換の結果、今日の児島地区ではジーンズだけでなく、学生服やワーキングユニフォーム、カジュアルウェア等の生産に関わる企業群によって、衣服関連産業の複合的な集積（産地）が形成されている。

こうした状況をふまえ、立見（2004・2006）では「生産の世界」論を援用した分析がな

されている。そこでは、今日の見島地区において、製品群別に「生産の世界」が形成されるとともに、それぞれに適合的なコンヴァンションが構築されており、そのことが当該産業集積の競争力の基盤になっていると指摘されている。同様に、衣服関連産業の複合的産地としての見島地区を扱った研究としては、産業と地域経済との関係性に着目した永田（2011）や、産業としての側面に注目し、その動向や実態を分析した富澤（1997）がある。

また、中島（2007）は、見島地区における繊維関連産業の歴史的展開過程を詳細に分析することを通じて、当該地区における地場産業の実態と地域経済との関係性を明らかにしている。そこでは、主に学生服生産が分析の対象とされているが、その末尾においては、ジーンズ生産の広域化についても言及されている。その点に関しては北川（2006）において、見島地区を中心としたジーンズ生産が、岡山県井原市や広島県福山市といった近隣地域に立地する企業を含む、比較的広域な企業間分業によって支えられていることが指摘されている。

経営学分野においては、例えば藤井ほか（2007 a・2007 b・2008）が見島地区のジーンズメーカーを①大手、②中小、③OEM型の3種類に大別したうえで、「実践コミュニティ」の視座から、経営者らの自律性や相互学習が産地活力の基礎を成していることを明らかにしている。また、猪口・小宮（2007）や北川ほか（2011）では、事例企業の経営戦略を分析することを通じて、生産工程やブランド確立、域内企業との取引関係における独自性の確立が、企業の競争力獲得に繋がることを指摘している。

このように、近年では見島地区の衣服関連産業について、特にジーンズ生産を中心に多数の研究が蓄積されている。しかしながら、その一方で、従来の地場産業研究において行われてきた生産・流通構造の変化や実態に関する分析を試みた研究は、管見の限り見受けられない。中島（2007）等で指摘されているように、当該地区ではこれまで技術転用による製品転換が繰り返し生じてきたほか、近年では一部企業による海外生産を含む生産の広域化も進行している。こうした点をふまえれば、当該地区を中心とした衣服関連産業の生産・流通構造にも大幅な変化が生じていることが予想され、そうした構造転換が産地の競争力維持に少なからず貢献してきたと推察される。

そこで本稿では、見島地区の衣服関連産業のうち、ジーンズ生産に係る生産・流通構造を主な分析対象とし、その変化をみることで、集積（産地）の維持要因、ならびに、その高い競争力や市場占有率を生む要因について検討したい。以下、IIで当該地域における衣服関連産業の概要をみたうえで、IIIにおいてジーンズ産業に関する生産・流通構造の近年における変化や特色を、事例企業における企業戦略と関連付けて分析する。そして、そこ

から得られた知見をもとに、IVにて当該産地の維持要因を検討する。なお、本研究の資料は2016年3月から2016年6月に亘って、岡山県アパレル工業組合、ならびに産地内企業への聞き取り調査を行い、収集したものである。

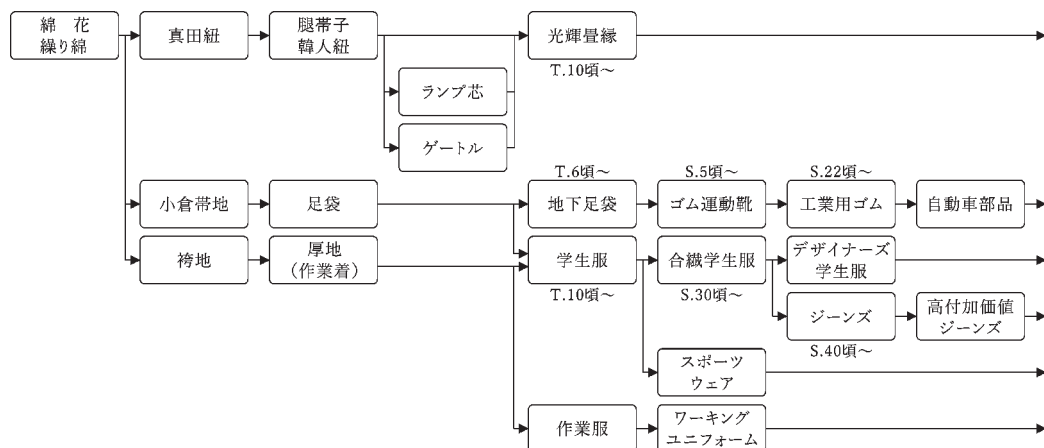
2. 児島アパレル産地の形成過程と全国的な位置づけ

2.1 児島アパレル産地の形成過程

以下では、主に山陽新聞社編集局編（1977）、岡山経済研究所編（1993）、杉山（2009）、および永田（2012）に依拠しながら、児島アパレル産地の形成過程について概観する。

児島地区における衣服関連産業は、江戸時代中期の新田開発に伴う綿花栽培の拡大と、寛政年間（1789～1801年）から農家の副業としてはじめられた真田紐や小倉帯地といった綿織物製品の生産を端緒としている。そして、これらの製品が文化・文政年間（1804～31年）から明治中期にかけて信仰地として栄えた由加山¹⁾への参詣者に広く購買されたことで、当地の衣服関連産業は産業としての地歩を固めていった。

その後、明治維新や西南戦争の終結により、帯刀に用いられてきた真田紐や小倉帯の需要が激減したことを契機に、児島地区では生産品目の分化が進行し、ランプ芯や足袋、厚司（和服の作業着）、袴地、腿帶子、ゲートル、韓人紐などが生産されるようになった（第1図）。なかでも、江戸中期より行われていた足袋²⁾の生産が明治期になって大幅に拡大したことや、同時期に韓人紐・腿帶子³⁾といった製品が朝鮮半島や中国への輸出量を増加させたことは、当地における衣服関連産業の発展に大きく寄与した。



第1図 児島地区における衣服関連製品の分化系統

資料：岡山経済研究所編（1993）p. 157 および、永田（2012）p. 47 を元に作成。

第一次世界大戦後、上述の足袋生産が需要の減退とともに大きく縮小することとなった。それに伴い、児島地区では足袋の裁断技術を活かした学生服生産が拡大していった。当地では1921年頃から先発企業が足踏みミシンを用いた学生服生産を開始していたが、その後、大正末から昭和初期にかけて、岡山県下では主力製品を学生服へと転換する業者が相次いだ。1923年に学生服生産を開始した味吉屋（現・菅公学生服株式会社）をはじめ、今日の学生服産業を牽引する大手企業の多くも、この時期に学生服生産へと乗り出した。当時の販路は、国内では従来の主力製品であった袴地や足袋の卸問屋を通じたもの、満州や朝鮮半島では韓人紐や腿帯子の輸出ルートを通じたものが主であった。こうして、国内外において販売量を拡大させた結果、1937年には岡山県が全国生産量の9割を占める状態となった（山陽新聞社編集局、1977、26頁）。

第二次世界大戦期には、禁綿三法（1938年）や、太平洋戦争突入に伴う軍需工場への指定等により、児島地区の衣服関連産業も大幅に縮小することとなった。ただし、戦後になると統制の解除（1950年）とともに、中小多数の業者が学生服生産を再開した。

しかし、1952年以降、学生服の素材が従来の木綿からナイロン等の合繊へと転換されてゆき、それとともに児島地区の学生服製造業者は大手合繊メーカーの傘下に統合されていった⁴⁾。こうした変化を経るなかで、第一次ベビーブーム世代が学齢期を迎えた1962年に、県内の学生服の生産量は1,073.4万着とピークを記録したが、その後は児童・学生の制服離れ⁵⁾の傾向が顕著となり、徐々に生産量が減少していった（山陽新聞社編集局、1977、32頁）。

こうした変化のなかで、学生服に代わって生産量を飛躍的に増大させたのが、ジーンズであった。1960年、児島地区の学生服メーカーであったマルオ被服（現・株式会社ビッグジョン）が、当地初の本格的なジーンズ生産を開始したことを皮切りに、昭和40年代半ば頃にはボブソンやジョンブルといった企業もジーンズ生産を開始した。各社は当時のジーンズブームに乗って生産量を大幅に増加させ、1975年頃には、三備地区⁶⁾のジーンズ生産量は、全国生産4,000万本のうち約7割にあたる3,000万本近くを占めるようになり、生産額は800億円にまで増加した（山陽新聞社編集局、1977、42頁）。

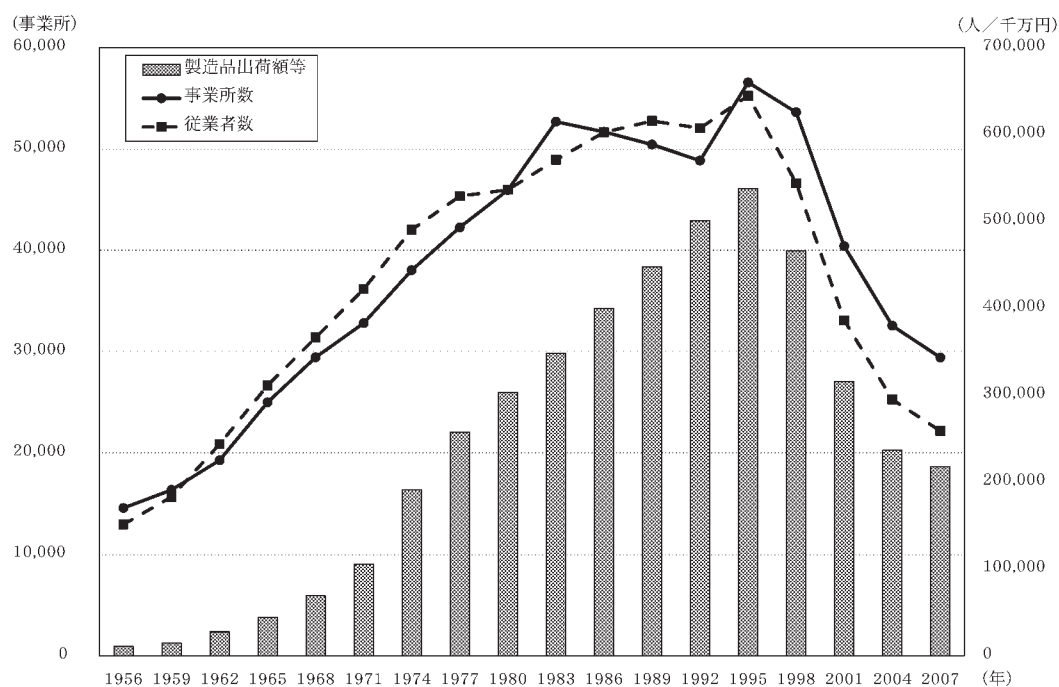
以上のように、児島アパレル産地は江戸時代の綿作にはじまり、以後、時代の経過に伴う社会的・経済的な環境変化に応じて、技術や機器を転用しながら主力製品を転換することで産地を維持してきた。そして、今日では学生服・ワーキングユニフォーム・ジーンズの3品目が産地の主力製品として生産されている。なかでも、1990年代後半以降、ジーンズ製品の高級化・高付加価値化が顕著になると、児島地区に立地するジーンズ関連企業の

存在が注目されるようになった。次項では、そうした近年におけるジーンズ産業の動向と、そこにおける児島地区（児島アパレル産地）の位置について確認する。

2.2 ジーンズ生産における児島地区の全国的な位置づけ

高度経済成長期以後の、わが国における衣服関連産業の動向を示したものが第2図である。これによると、事業所数・従業者数・製造品出荷額等のいずれの項目に関しても1990年代半ばにピークを迎え、それ以降は急激な減少傾向を示していることが分かる。これは、1990年代以降、新興国からの輸出品が国内市場へと大量に流入し、それらの製品との競争が激化したことと、それと同時期に活発化した国内企業による海外進出を反映したものと見える。

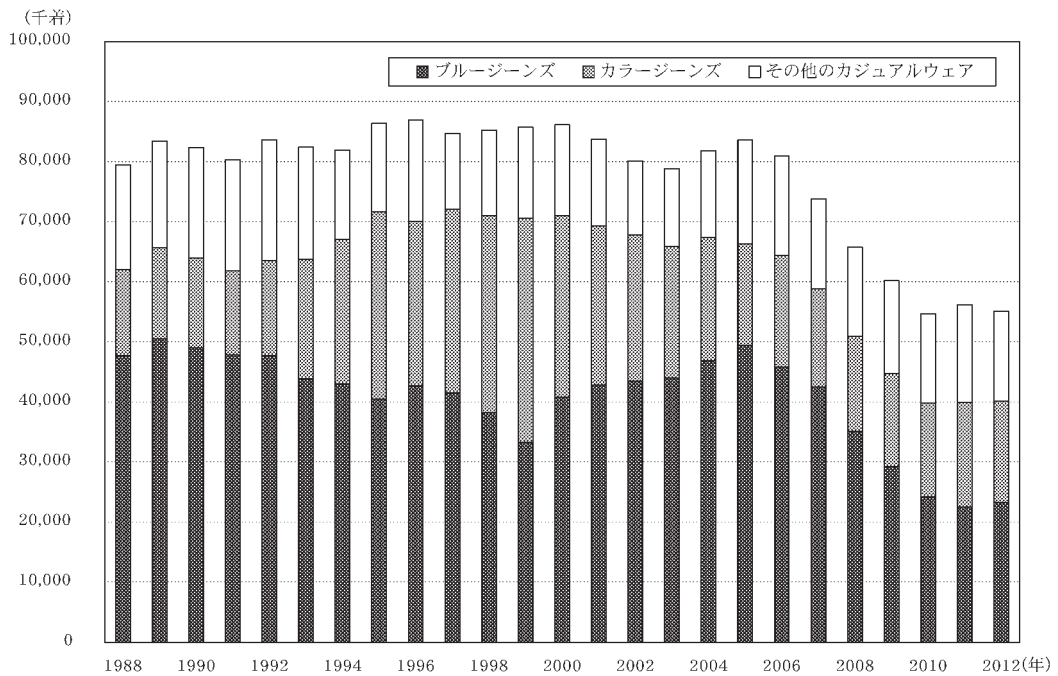
ジーンズ製品に関する統計資料は非常に少なく、また、調査がはじめられたのも比較的最近のことである。そのため、長期的な動向を把握することは難しいが、第3図をみると、上述の衣服関連産業とはやや異なった傾向が看取される。ジーンズ製品も多くの衣服関連



第2図 わが国における衣服関連産業の推移

注：各年とも「衣服・その他の繊維製品製造業」の数値を使用している。なお、2007年における日本標準産業分類の変更により、従来の「繊維工業」・「衣服その他の繊維製品製造業」が「繊維工業」に統合されたため、図内にはそれ以前の数値のみ記している。

資料：「工業統計表（産業編）」各年版より作成。



第3図 ジーンズ関連製品の生産量の推移

注：「その他のカジュアルウェア」は、トップス類（「織物・シャツ」、「ニット製品」、「ジャケット類（布帛地）」）とジーンズ以外のボトムス（「スカート・ショート・パンツ」）の合計値を示している。

資料：甲賀一郎・苫米地香織・田中千賀子・桜井秀実・樋口尚平（2014）pp. 44-45 より作成。

製品と同様に、近年ではその生産量の減少が著しいが、そうした減少傾向がみられるようになったのは2000年代半ば以降である。それ以前は、年によって増減がみられるものの、概ね6,000～7,000万着前後で推移してきたことが分かる。こうした時期のずれが生じた要因の一つは、製品の加工度の高さにあると推察される。

たとえば、デニム生地は他の衣服用生地と比べて厚く、そのため縫製工程においては専用の機器、あるいは機器の改良が必要となるうえ、相応の加工技術が求められる。また、洗い加工⁷⁾のうち、前工程ではヒゲ加工やシェービング、サンドブラスト、ダメージ加工、ピン打ちといった細かで複雑な技術が要求され、洗い工程においても製品の種別によって水洗いやストーンウォッシュ、ケミカルウォッシュ、バイオウォッシュといった加工が施される。こうした加工は、専用の機器が必要となるだけでなく、労働者の高い技術力が伴ってはじめて可能になる。こうした理由から、ジーンズ製品はその他の衣服製品と比べて、海外製品による影響が及ぶまでに時間を要したと推察される⁸⁾。

なお、生産量の減少傾向が顕著になるよりも前の1970年前後から、岡山県内のジーンズ

メーカーのなかには、県外や海外などの域外へと生産機能を移転させる企業が現れはじめた。このような動きは、縫製工程を中心に不足しはじめた労働力を確保すると同時に、高騰する労賃に対処し、コストの低減を図ろうとするものであった。こうした生産機能の域外移転のうち、海外への移転が進行しはじめたことも近年における国内生産量の減少を招く要因の一つとなった。

このほか、近年のジーンズ産業における重要な変化として、国内市場での「プレミアムジーンズ」に対する需要の高まりが指摘できる。この現象は、国内市場の成熟化が指摘されるようになった1990年代後半頃から生じたものである。それ以前のジーンズ市場では、普及品がその中心を占めており、そうした商品の少品種大量生産を実現するために、上述のような域外への工場進出が進行したという経緯があった。しかし、近年になって高価格帯製品への需要が高まったことや消費者ニーズの多様化が進行したことにより、国内企業、とりわけ児島地区に立地する企業群の存在感が再び高まることになった。プレミアムジーンズの多くは、複雑かつ高度な技術が必要なダメージ加工を加えることで付加価値を高めた製品であり、そうした技術の蓄積を有する児島地区の洗い加工メーカーの重要性が以前にも増して高まったのである(北川、2006)。また、多品種少量生産の傾向が強まったことや、製品サイクルの短縮化が進んだことで、リードタイムの観点からも国内生産の重要性が再認識されるようになった(永田、2012、49頁)。先の第3図にある2000年代からの生産量の減少は、こうした需要の変化と、それに伴う少品種大量生産から多品種少量生産への移行も反映しているとみられる。

このように、生産量の減少や消費者需要の変化が進むなかにあつて、児島地区のジーンズ関連企業は依然として重要な位置を占めている。永田(2012)によると、2009年の国産ジーンズ約1,800万本のうち、約1,200万本(66.9%)が岡山県内で生産されている(49頁)。また、製品の高付加価値化とともに重要性が高まっている洗い加工に関しては、岡山県が全国シェアの80~90%を占めるとされる(大崎、2005 a、31頁)。

3. 児島地区におけるジーンズの生産・流通構造

前章でみたように、児島地区におけるジーンズ生産は様々な環境変化を経験しつつも、当該産業における重要な位置を占め続けてきた。そして、それを可能にした背景には、主に1980年代以降における生産・流通の両面における各種の変化があったと推察される。

しかしながら、冒頭で述べたように、児島地区を対象とした近年の研究では、複合産地

第1表 事例企業の概要

調査対象企業	創業/設立(年)	資本金額(万円)	従業員数(人)	主要取扱製品	上段:主要業務 下段:【主な業態】	上段:外注工程 下段:外注先地域	直販店	ネット販売
A社	1962	6,000	70	パンツ(ジーンズ) パンツ(その他) トップス・小物	企画, 製造(縫製; 県外・海外), 販売 【自社ブランド】	洗い加工 市内	○	○
B社	1952/1963	1,500	210	パンツ(ジーンズ) パンツ(その他) トップス	企画, 製造(縫製), 前加工, 販売 【自社ブランド】	裁断・縫製・洗い加工 市内, 県内	○	○
C社	1994/1997	800	43	パンツ(ジーンズ) トップス	企画, 製造(縫製), 卸, 販売 【自社ブランド・OEM】	—	○	○
D社	2001	1,000	13	パンツ(ジーンズ) パンツ(その他) トップス	企画, 生産管理, 販売 【自社ブランド】	裁断・縫製・洗い加工・仕上検品 市内, 広島, 山口, 中国(山東省)	○	○
E社	2003	350	80	ジーンズ	企画, 製造(前加工・縫製), 卸, 販売 【前加工・OEM・自社ブランド】	縫製 市内	○	—
F社	1963	1,000	120	パンツ(ジーンズ) パンツ(その他) トップス	製造, 生産管理, 卸 【ふり屋】	裁断・縫製・洗い加工・仕上検品 市内, 県内, 佐賀, 山口, 愛媛	○	○
G社	1918/1952	NA	70	パンツ(ジーンズ) パンツ(その他)	縫製, 卸 【OEM・一部ふり屋的業務】	裁断・洗い加工・仕上検品	—	—
H社	1941	3,300	30	テキスタイル (デニム)	企画, 製造(染色・製織), 販売	撚糸・加工 市内, 広島, 愛媛, 山形	—	—

資料:聞き取り調査により作成。

としての動向や、特定企業の戦略等を分析対象としたものが多く、企業群が形成する生産・流通構造の変化や、その実態に関する分析が充分に行われているとは言い難い状況にある。そこで本章では、大幅な変化が生じる1980年代以前の生産・流通構造と、今日におけるそれとを比較するとともに、そうした変化を事例企業(第1表)の戦略と関連付けて分析する。

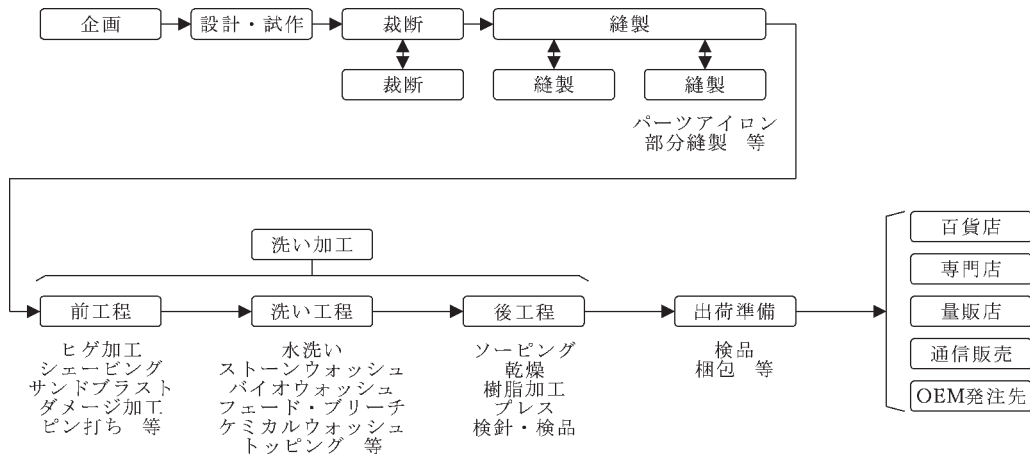
なお、本研究における事例企業は、岡山県アパレル工業組合への聞き取り調査等をもとに、今日の子島地区でみられるジーンズ産業関連企業の多様な業態を可能な限り網羅する観点から選定した。具体的には、A・B・C社はいわゆるアパレルメーカーとして認識される企業であり、そのうちA社は歴史の長いナショナルブランドメーカー、B社は1960年代後半以降に存在感を増したアパレル用品全般を扱うメーカー、C社は1990年代に設立されたジーンズを主力製品とする新興企業である⁹⁾。それに対し、D社は生産機能を持たず、企画・生産管理に特化したアパレル企業であり、B社と同様、アパレル用品全般を展開している。また、F社もながらく社内に生産機能を持たず、「ふり屋」と呼ばれる業態を維持してきた企業である。その他の各社は、これまで特定の工程に特化してきた企業であり、E社は前工程、G社は縫製工程、H社は生地生産をそれぞれ事業の中心に据えてきた。

3.1 従来の子島地区における生産・流通構造

1980年代以前の子島地区におけるジーンズ生産では、工程間での分業関係が比較的明確

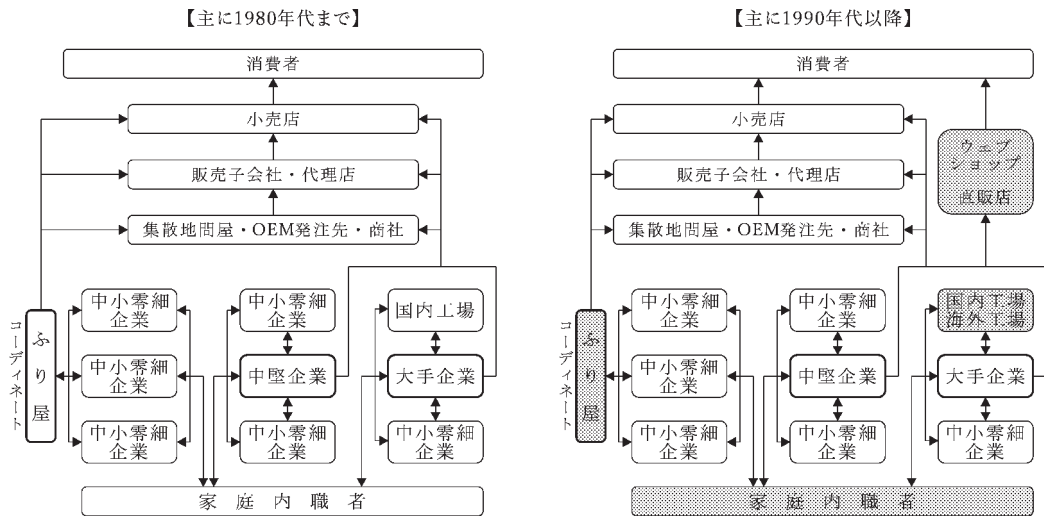
に存在していた。第4図はジーンズの生産・流通までの主要な工程を示したものの、第5図は児島地区における企業の分業構造を模式的に示したものであるが、特に中堅規模以下の企業では、第4図にある縫製、前工程、洗い工程・後工程の3つに関して、それぞれ個別の企業が担うケースが広く見られた。一部の大手企業のなかには、縫製から洗い加工までを自社内で行うものもあったが、第1表の事例企業に限ると、当時から複数の工程を内部化していたという事例は認められなかった。

また、当時の児島地区では、既存ブランド商品のOEM生産や定番品の量産を手掛ける企業が多く、今日のように自社ブランド製品を展開している企業は、A・B社のような大手企業を含む一部の企業に限られていた。そのため、今日に比べて当時の児島地区は“生産地域(産地)”としての色彩がより強かったといえ、それを象徴するようにF社のように「ふり屋」と呼ばれる業態をとる企業が存在感を示していた。「ふり屋」とは、当該地域において産地問屋的な機能を果たす企業であり、社内に生産機能を持たず、受注内容に応じて各工程を専門に担う域内企業に加工業務を依頼し、最終製品が出来上がるまでを統括する企業のことをいう(第5図)¹⁰⁾。なお、かつてはこうした「ふり屋」や、A・B社のように自社ブランドを展開する企業など、域内においてオーガナイザー的位置を占める企業を中心に、「組縫(くにゅう)」と呼ばれる緩やかな企業集団が存在感を有していた。そして、生産活動に関わる企業間関係の大部分が、この「組縫」内で完結していたとされる¹¹⁾。



第4図 ジーンズ産業における生産・流通の基本構造

資料：ジーンズソムリエ プロジェクト事務局（2014）および、聞き取り調査により作成。



第5図 児島地区における生産・流通構造

注：図内の太枠は域内においてオーガナイザーとしての役割を果たす企業を示している。また、網掛け部分は時期によって大幅な変化が生じた部分を示している。

資料：聞き取り調査により作成。

このほか、当時の生産面における特徴として、域内に多数の家庭内職者が存在していたことも指摘できる。上述のOEM生産や普及品の大量生産が主流であった時期には、縫製工程の一部を担う家庭内職者の存在が、産地の生産能力を下支えしていた。なお、こうした家庭内職者の多くは、結婚・出産を経た主婦層であり、結婚以前にはジーンズや学生服等を生産する企業で縫製工として勤めていた経歴をもつ人たちであった。

一方、当時の流通面における特徴としては、販売先としてOEM発注先や量販店が大きな比重を占めていた点があげられる。自社ブランドを展開する一部の企業では、専門店などを通じた商品流通がみられたが、今日と比べてその比重は高くなかった。1970年代からDCブランドの人气が高まり、そうしたブランドのOEM生産が拡大したこともこうした傾向を後押ししたといえる。なお、聞き取り調査によると、そうしたブランドをはじめとするOEM発注先との契約は、商社や生地商による仲介が重要な契機となっていた¹²⁾。

3.2 近年の児島地区における生産・流通構造

3.2.1 生産面における変化とその特色

近年の児島地区におけるジーンズ生産にみられる変化の一つとして、先述した生産機能の域外移転（分業の広域化）があげられる（第1表・第5図）。こうした動きは、早い企業

では1970年前後からみられたが、その背景には自社の従業員を域内で確保することが難しくなったことや、家庭内職者の減少に伴う産地全体としての生産能力の低下があった。事例企業のなかでは、A社が最も早く域外への移転をはじめており、1968年と1972年に相次いで徳島県に縫製工程を担う工場（子会社）を設置した。加えて、2001年には中国・江蘇省にも工場を設置し、労働力確保とコストメリットの追求を図っている。なお、同社の中国工場は主に裁断・縫製の両工程を担っており、原料は現地の日系企業から調達することが多く、洗い加工に関しては現地と日本国内での外注を使い分けている。

このA社の事例にみられるように、今日、児島地区内のジーンズ関連企業の多くが、域外の自社工場や協力企業との地域間分業による生産活動を行っている。事例企業でみると、以前、社内に本格的な生産機能を備えていなかったD社やF社において、分業の広域化が顕著である。ながらく「ふり屋」として事業を展開してきたF社は、第1表にもあるように、現在では児島地区内のほか佐賀県にも縫製工場（子会社）を設置している。加えて、山口県・愛媛県・岡山県内の他地域にも自社専属の協力企業を有しており、依然として社外での生産が大きな比重を占めている。

一方、企画と生産管理が業務の中心であるD社は、児島地区のほか、広島県福山市や山口県に縫製工程を担う協力企業を有している。また、中国・山東省に2社の外注先工場があり、そこでは縫製から洗い加工までの一貫生産が行われている。同社は以前、「ふり屋」に生産業務を依頼していたが、高付加価値製品に対する需要拡大に伴い、自社ブランド製品の品質管理を徹底する必要性が高まったことから、生産工程を担う企業との直接取引に切り替えた。

このように、域外に労働力を求める動きが活発化するなかにあって、域内最大規模の縫製加工企業であるG社は、稀有な存在だといえる。同社はOEM生産を事業の中心に据えており、メーカー等から受け取った生地を協力企業にて裁断し、自社工場で縫製加工を行っている¹³⁾。そして、縫いあがった製品は洗い加工を担う企業へと外注し、製品が戻り次第、検品等を経てメーカーへと出荷している。同社が域内最大規模の縫製能力を有する要因は、フルタイムの社員とパートタイマーの別に担当する工程を分割しつつ、両者を機能的に組み合わせている点にある¹⁴⁾。域内での労働力確保が難しくなったことを受け、現在、G社では子育て時期の主婦層をパートタイマーとして積極的に登用している。ただし、そうしたパートタイマーとして雇用される人のなかには、従来とは違い、縫製業に初めて携わるという人が少なくない。そのため、G社ではそうした人たちが早い段階から業務をこなせるように、独自に改良したミシンを導入したり、職場環境を改善¹⁵⁾したりといった経営努力を

行っている。

このように、今日の兎島地区では、一部に域内の労働力を活用した生産活動を展開する企業が存在するものの、全体としては縫製工程を中心とした労働者（家庭内職者を含む）の減少と高齢化が進行しており、それに伴う生産能力の停滞・縮小が懸念される状況にある。なお、近年の国内市場におけるジーンズブームを受け、ジーンズ生産に携わることを志望する人が当地の企業への就職を望むケースもみられるが、その数は限定的である¹⁶⁾。そのため、兎島地区の企業のなかには、生産機能の域外移転のほかにも、外国人技能実習制度の利活用を図ったり¹⁷⁾、職場環境を改善することで若年労働力の獲得を図ったりする企業がみられる¹⁸⁾。さらに、その他の問題として、加工賃の上昇¹⁹⁾や洗い加工を担う企業が限定²⁰⁾されていることなども産地全体としての対応を迫る課題となっている。

これらの問題に対し、近年、各企業が採用している対応策として、“工程間の越境”あるいは“企業が担う工程の総合化（内部化）”ともいうべき動きがある。これは、たとえばC社のように「ふり屋」からメーカーへと業態を変化させるなかで縫製工程を自社内に抱えるようになった企業や、E社のように前工程を専門としつつも縫製工程を備えるようになった企業の登場を指している²¹⁾。企業がこうした戦略を採るようになった背景には、上述の労働力の減少や高齢化、それに伴って生じる各工程における生産能力の頭打ち、加工賃の上昇といった問題がある。特に生産能力が限定されていることは、企業間のスムーズな受発注に困難を生じさせ、安定した生産活動を阻害する大きな要因となる。加えて、市場が変化する速度は年々早まっており、メーカーにはリードタイムの短縮が強く要請されるようになっている。こうした事情から、従来は外部の企業に依存していた工程を内部化するという戦略を採る企業が増加しているのである。

また、複数の工程を内部化することは、より厳密な品質管理を可能にするという利点も併せ持っている。近年、製品の高付加価値化とともに、仕様書などで伝えきれないような複雑な加工を施した製品を生産する必要性が高まっているが、複数工程を内部化することは、こうした製品の生産を可能にするという側面もある²²⁾。ただし、大半の企業が中小規模であることや市場の変化が激しい——特に、前加工に対する需要の変化が激しい——ことを考えると、複数の工程を内部化し、それぞれの工程に熟練した労働力を雇い入れることは企業経営上、一定のリスクを伴うといえる。そのため、工程の内部化を進めている事例企業は、その度合いを一定程度にとどめつつ、同時に従来通り協力企業への外注も継続し、製品の種別や納期によって両者を使い分けるという方策を採っている。

以上のように、製品市場や域内の労働市場の変化に対して様々な企業戦略が講じられて

きた結果、今日の見島地区では、多様な業態をとる企業が混在する状況が発生している。すなわち、分業の広域化を進めつつ、自社ブランド製品の生産を中心に据える企業（A・B社）や、生産のすべてを海外をはじめとする協力企業で行う企業（D社）がある一方で、依然として域内のみで生産活動を行う企業（G社）もみられる。また、かつて当該産地における特徴的な業態であった「ふり屋」としての形態を一部に維持している企業（F社）や、複数工程の内部化を進める企業（C・E社）などが確認できる。

3.2.2 流通面における変化とその特色

流通面に関しても、先にみた生産面と同様、いくつかの大きな変化が認められる。そのなかで最も大きなものは、自社ブランド製品を展開する企業の増加と、それに伴う販路（流通先）の変化・多様化である。繰り返しになるが、近年の消費者需要の変化に対応するために、各社は製品の高付加価値化を図っており、その過程で事例企業のC・D・E社のような新興の企業を中心に、自社ブランドを構築する動きが散見される。ただし、これらの企業が自社ブランドを構築するまでの過程や、その製品を産出するための生産構造は大きく異なっている。D社は当初から自社ブランド製品を展開しているが、生産に関しては全面的に協力企業に委託しているという特徴がある。また、C社は「ふり屋」から業態を転換するなかで縫製工程を内部化し、同時に自社ブランド製品を扱うようになった。また、E社は前加工を専門とする企業であったが、縫製工程を内部化するとともに自社ブランドを構築していった。

また、これら3社よりも歴史の長い企業においても、類似した変化がみられる。たとえば、「ふり屋」としての業態を維持してきたF社も、近年になって自社ブランド製品を展開しはじめた。また、以前から自社ブランドを有していたA社では、製品種別の増加が確認される。具体的には、同社はこれまで女性向け製品を主に扱ってきたが、2000年代に入ってから男性向けブランドや、オーダーメイド製品も取り扱うようになった。

こうした新たなブランドの展開を受け、各社の販路や流通先にも変化が生じている。先にみたように、以前は量販店やOEM契約先への流通が大きな割合を占めていたが、近年ではジーンズ専門店のほか、各社が設置している直販店やウェブショップでの販売量が増加している（第5図）。第1表にもあるように、事例企業のなかでもA～F社の6社が直販店を設置している。このうちの多くは、見島地区内の「ジーンズストリート」²³⁾に設置されたものであるが、そのほかにも東京をはじめとする大都市圏などに複数の企業が直販店を設置している。加えて、最近では海外に直販店を設置する企業も現れており、C社では2016

年からタイに複数の直販店を開設する計画を立てている²⁴⁾。また、インターネット上での販売に関しても、A～D社、そしてF社で行われている。その売上げが全体に占める割合は、概ね数%程度と決して高くないが、こうした販売形態は、自社ブランドを消費者に認知してもらう役割も果たしていると考えられる。

このように、近年では産地全体として、従来のOEM生産や普及品の量産を主体とした業態からの脱却が進むと同時に、自社ブランド製品を展開する企業が増加傾向にある。その際、重要になるのが各企業のマーケティング能力である。しかしながら、先にみたように、児島地区のジーンズメーカーの多くは、これまで生産面に特化した業態をとってきた。そのため、今日においても流通面で求められる能力やノウハウの蓄積が充分ではないという課題がある²⁵⁾。こうした問題を克服し、新たな取引関係(流通先)を構築するためにも、卸先や販売店との密接な関係の構築が不可欠になる。また、近年のジーンズ市場では、SPA(製造小売)の形態をとる大企業による低価格商品が大きな存在感を示す一方で、児島地区の企業等が扱う高付加価値製品に対しても一定の需要が存在する。こうした市場の階層化ともいべき現象が生じていることをふまえると、中小規模の企業が大半を占める児島地区は、今後も、多品種少量生産を基礎とする高付加価値製品市場において、活路を見出していくことになるかと推察される。

4. おわりに

本稿では、近年の産業集積や地場産業に関する研究において注目されることの多い岡山県倉敷市児島地区の衣服関連産業、なかでもジーンズ産業をとりあげ、主に生産・流通構造の変化を分析することを通じて、産地が維持されてきた要因を検討した。当地のジーンズ産業に関する研究の蓄積は豊富だが、その一方で、生産・流通構造の変化や今日における産地全体の実態に関する分析は手薄であった。しかしながら、域内では1980年代以降、海外生産を含む生産の広域化が進行したほか、自社ブランドを展開する企業が増加するなど、生産・流通構造に大幅な変化が生じていると予想された。

3. でみたように、1980年代以降の児島地区におけるジーンズ産業では、特に生産面における変化が顕著であった。そこでは、労働力の減少や高齢化、労賃の高騰などを背景に、若年労働力を求めるための域外への生産機能の移転が確認された。一方、域内では外国人技能実習制度の利活用や、域内の主婦層を中心としたパートタイマーの積極的な登用、若年労働者の確保を企図した職場環境の改善などの方策も採られていた。これらの対応策は、

現時点では特に労働力の量的な不足を補うという点で効果を示しており、このことが産地維持要因の一つとして作用していると考えられた。

しかしながら、中長期的な視点に立つと、こうした対応策は産地内における技術の継承・維持といった労働力の質的な側面で不安を残すものといえる。特に、技能実習生やパートタイマーといった周縁的な労働者の割合が高まる一方で、中心的役割を果たす熟練労働者の割合が低下することは、生産現場における技術的な対応力の低下や将来的なイノベーションの可能性を減じる要因にもなり得る。そのため、引き続き若年労働者の量的な確保を図ると同時に、そうした人々をジーンズ産業に定着させることが、産地全体の今後に向けた課題といえる。

他方、流通面に関しては、近年における消費者需要の変化に対応するために、製品の高付加価値化と企業のブランド化という変化が生じていた。それとともに、企業戦略の多様化や複数工程の内部化、販路（流通先）の変化・多様化が進行していた。このうち、複数工程の内部化は、仕様書などで伝えきれない複雑な加工を施した製品の生産や、縫製工程における生産能力の確保、加工賃の抑制といった目的から生じたものであった。また、製品の高付加価値化に伴って、前加工をはじめとするソフトな要素がもつ重要性が高まっているため、そうした工程の内部化を考えている企業も存在していた。

こうした複数工程の内部化もまた、企業や産地が存続するうえで重要な意味を有していると判断できる。ただし、産地内企業の大半が中小企業であることや、定期的に市場のトレンドが変化することを考慮すると、企業がそれぞれに複数の工程を内部化することは、企業体力の面からみただけの場合に一定のリスクが伴うといえる。加えて、児島地区ではこれまで個々の企業が特定の工程に専門化することで高い技術水準が維持されてきたと考えられるが、複数の工程が特定の企業に内部化されることによって、そうした専門性や技術水準の高さが失われてしまう可能性も否定できない。

以上のように、児島地区におけるジーンズ産業では、今後も労働力構造の変化——労働者の減少や高齢化——や、変化の激しい市場の動向への対応が課題になる。また、本研究では行政による政策的な支援に関しての分析・考察が不足しているが、地場産業の維持・発展にとって、こうした支援も大きな影響力を有している²⁶⁾。そのため、地域の労働力構造に関する実態分析を重ねるとともに、政策面における動向にも視野を広げ、より総体的に産地全体の発展・維持要因を考察することを今後の課題としたい。

〔付記〕 本稿の作成にあたっては、岡山県アパレル工業組合をはじめ、ジーンズ産業に関

わる企業の皆様方に多大なるご協力をいただきました。末筆ながら、ここに記して厚く御礼申し上げます。なお、本稿は平成 27～28 年度科学研究費助成事業（若手研究 B）「繊維関連産業集積地における構造変化と地域コミュニティに関する地理学的研究」（課題番号 15 K16892、研究代表者 塚本僚平）の一部を使用した。また、本研究の骨子は地域地理科学会第 26 回大会（2016 年 6 月 26 日、於：岡山大学）で報告した。

注

- 1) 瑜伽大権現を祀った寺社で、倉敷市児島地区に位置する。香川県琴平町にある金比羅宮との「両参り」の習俗（主に江戸時代から明治時代にかけて盛んであった）でも知られる。
- 2) この時期に、小倉織を応用した足袋生地の雲斎織が急速に発展・拡大したことや、国内で初めて動力ミシンを用いた大量生産が開始されたことで生産量の増加が実現された。結果、大正期を迎える頃には足袋製造業者が岡山県下で 400 軒以上、児島地区だけでも 110 軒にのぼったとされ、生産量は年間約 1,000 万足で全国一となった（山陽新聞社編集局、1977、26 頁）。
- 3) 韓人紐は朝鮮半島で用いられていた腰帯、腿帯子（たいたいつ）は袴の裾を縛る足帯である。両者とも、品質の高さと価格の安さを強みとして輸出量を増加させたが、現地における服装の変化や国際情勢の悪化によって次第に需要が減退し、1920 年頃を境に生産が縮小していった。
- 4) こうした変化により、それまで当地で形成されていた「紡績→製織→染色→縫製」という地域完結型の生産形態は消滅することとなった。
- 5) 制服の廃止やデザイナーズブランド制服の広がり、少子化等による需要量の減少のことをいう。これを機に、一部の企業は従来の学生服だけでなく、「白もの（シャツ・トレーニングシャツ・タイツ等を指す言葉で、これに対し学生服は「黒もの」と呼ばれた）」の生産拡大を図るようになった。
- 6) 三備地区とは、かつての備前国・備中国・備後国にまたがる衣服関連産業の盛んな地域を指す。児島地区は備前地域に位置し、デニム生地の生産が盛んな岡山県井原市や広島県福山市はそれぞれ備中、備後地域に位置する。
- 7) 洗い加工は、前工程・洗い工程・後工程の 3 つに大別される。本文にもあるように、前工程にはヒゲ加工やシェービング等が、洗い工程には水洗いやストーンウォッシュ等の工程があり、後工程にはソーピングやすすぎ、柔軟処理、脱水、乾燥、プレスといった工程がある（後出の第 4 図も参照されたい）。
- 8) 児島地区にはデニム生地を生産する企業が少ないが、生地生産においても、専用の機器や高度な技術が要求される。そのため、この生地生産の難しさという点も、海外製品による影響が他の衣服関連製品に比べて遅くなった要因として考えられる。なお、国内におけるデニム生産ではカイハラ（福山市）、日清紡（徳島市）、クラブウ（岡山市）の大手 3 社が全生産量の約 8 割を占めており、残りの約 2 割を主に備中（井原地方）・備後地区の中小企業が占めている（大崎、2005 b、4 頁）。
- 9) 紙幅の関係上、詳述はできないが、B 社や C 社が扱うジーンズ以外のアパレル製品の多くは、域外（一部は海外）の協力企業に外注されている。例えば、B 社はジャケットやシャツといったアパレル製品の生産を岩手県・岐阜県・愛媛県にある協力企業に外注している。
- 10) 基本的には生産機能を持たず、相手先ブランドで受注する（OEM 生産を行う）企業が「ふり屋」と呼ばれる。そのため、生産機能を持たない企業であっても、自社ブランドを展開している場合には、「ふり屋」とは見なされない。
- 11) かつては、「組縫」を越えた受発注関係の締結を意図的に避ける傾向があった。しかし、近年では経営者層の世代交代が進んだことなどを受けて、こうした意識は次第に薄れつつある。

- 12) 聞き取り調査によると、OEMなどの契約を結ぶ際には、商社等の紹介による場合が多く、その方が相手からの信頼を得やすいとされる。また、こうした商社等の紹介による企業間関係の構築は、生産面で協力企業との受発注関係を取り結ぶ際にも認められる。
- 13) ジッパーやボタン、リベットといった副資材に関しては、G社をはじめとする多くの企業が域内の専門商社を通じて調達している。なお、生地調達に関しては、域内の生地メーカーからの直接調達や専門商社を介しての調達、大手生地メーカーを含む域外企業からの調達など、企業あるいは製品の種別によって様々な経路が使い分けられている。
- 14) G社では、パーツ部分の縫製を主にパートタイマーが、全体の縫製を主に社員が担当することで全体の生産ラインが形成されている。なお、同社ではライン管理のためのソフトウェアの導入を計画するなど、更なる合理化・効率化が図られている。
- 15) G社のパートタイマーの多くは、子どもをもつ地元の主婦層であるため、子どもの体調不良や学校行事等の際には、勤務時間の面で柔軟な対応を行っている。加えて、職場における各種施設の整備や福利厚生の実施とともに、トータルのコストの低減を図っている。これらのことも、G社における製品の高品質化やコストの抑制につながっている。
- 16) 域内出身者の確保が難しくなったことで、各企業の従業者には県内他地域、もしくは関西以西の県外出身者(中国地方の他県出身者や九州・関西の出身者など)の占める割合が高まっている。
- 17) 事例企業のなかでは現在、F社とG社において、それぞれ9名の外国人技能実習生が働いている。なお、先述したA社の中国工場では、同社がかつて受け入れた中国からの技能実習生(1期生)が現在、当該工場の指導者として勤務している。
- 18) 先述したG社では、パートタイマーをはじめとする主婦層の働きやすさを考慮した職場環境の改善が図られていたが、同種の取り組みとして、E社では若者を対象とした職場環境の整備が進められている。具体的には、社長以外の役職を設定しない組織体制や、会社全体の売上を社員全員が把握できるシステム等が導入されている。E社の社長によると、こうした制度やシステムは、若手従業者にやりがいを感じてもらおうと同時に、会社に貢献していることを自覚してもらい、若くても頑張れば報われるという気持ちを抱いてもらうために導入したとのことである。ほかにも、作業中に音楽を聴いたり、他の従業者との会話も自由にできるなど、E社では若者の感覚に沿った職場環境づくりが意識されている。こうした取り組みが奏功し、同社では9割の従業者が地元出身者(残り1割が市内の他地域や玉島地区など)であり、その平均年齢も30歳ほどと、他社と比べて非常に若い。
- 19) 特に、最近10年ほどで加工賃の上昇が進行していると言われている。具体的には、裁断や縫製は10年前に950~1,100円であったものが、現在では1,300~1,500円と1.3~1.4倍ほどに上昇しており、生地の価格も同期間に600円台から800円台後半~900円台へと、ほぼ同程度の上昇をみせている。
- 20) 現在、域内には洗い工程を担う企業が5~6社程度しかない。一方で、近年は各種の加工を施した高付加価値製品への需要が高いため、メーカーにとっては洗い工程の外注先を確保することが、以前にも増して重要になっている。
- 21) このような工程の内部化は、主に域内の経験豊富な労働者を雇い入れることによって実現されている。
- 22) こうした各種の利点に鑑み、生地生産からの総合化を検討している事例企業もあった。実際、域内の企業のなかには生地生産から手掛けることによって成功をおさめているものもある。
- 23) ジーンズストリートとは、児島地区の味野商店街にある約400メートルの通りのことである。ここに、域内のジーンズメーカーの直販店が軒を連ね、国産ジーンズ発祥の地「児島」のPRを図っている。詳細については、児島ジーンズストリートHP (<http://jeans-street.com/>) を参照されたい。
- 24) タイへの出店は、近年の東南アジア地域における急激な経済発展と、それに伴う現地での富裕層の拡大をふまえたものである。
- 25) このほか、東京などの大都市圏から距離的に離れている点が、児島地区の企業にとって不利な条件であると指摘されることもある。ただし、大都市圏における定期的な市場調査を実施している企業での聞き取り調査では、

「遠隔地に位置し、定期的に（間隔を置いて）大都市を訪れることが、かえって変化に気づききっかけになる」という声も聞かれた。

26) 今回の聞き取り調査のなかでも、行政による支援に言及するインフォーマントが複数いた。彼らによると、従来の政策は、企業の海外進出（生産機能の移転や展示会への出展など）を積極的に支援する一方、海外からパイヤー等を招き、当地の高い技術力をはじめとする産業の実態を知ってもらう機会を提供するものではなかった。しかし、新規の契約を取り結ぶにあたっては、生産の過程やものづくりに対する考え方といった部分を相手に理解してもらうことも重要な要素となる。そのため、今後は「外へ向かう」ことだけでなく、「内に招く」ことを意識した政策的支援を行う必要性もあるといえる。

参考文献

- 猪口純路・小宮一高（2007）「産業集積における事業システムの多様性—児島ジーンズ集積の事例から—」『研究年報（香川大）』第47号、91-116頁。
- 大崎泰正（2005 a）「岡山のジーンズ」『地域開発』vol.488、30-34頁。
- （2005 b）「差別化で存在感を強める三備地区のジーンズ—伝統的繊維産地にみられる「スマイル・カーブ」現象」『岡山経済』Vol.28 No.332、2-8頁。
- 岡山経済研究所編（1993）『図説 岡山経済—21世紀への新たな発展基盤を求めて—』山陽新聞社。
- 北川幸子・長島修・平野由美子・奥村康博（2011）「岡山県児島地区におけるジーンズ企業の経営—有限会社藍布屋を事例として—」『立命館経営学』第50巻第1号、147-163頁。
- 北川博史（2006）「三備地域におけるデニム製造関連産業の集積」『地理学報告』第102号、49-58頁。
- 甲賀一郎・苔米地香織・田中千賀子・桜井秀実・樋口尚平（2014）：『ジーンズカジュアルリーダー 2014年版』繊維流通研究会。
- 山陽新聞社編集局（1977）『せとうち産業風土記』山陽新聞社。
- 杉山慎策（2009）『日本ジーンズ物語』吉備人出版。
- 立見淳哉（2004）「産業集積の動態と関係性資産—児島アパレル産地の「生産の世界」—」『地理学評論』第77巻第4号、159-182頁。
- 立見淳哉（2006）「産業集積地域の発展におけるローカルな慣行」『創造都市研究』第2巻第1号、1-16頁。
- 富澤修身（1997）「倉敷市児島地区アパレル産地の分析—現代日本繊維産業論（IV）—」『経営研究』第48巻第3号、21-41頁。
- 中島茂（2007）「岡山県児島地方の繊維産業と地域経済—学生服生産を中心にして—」『山陽論叢』第14巻、1-18頁。
- 永田瞬（2011）「繊維産業からみる地域経済発展の可能性—岡山県の事例を中心に—」『福岡県立大学人間社会学部紀要』第20巻第1号、43-60頁。
- 永田瞬（2012）「産業集積の変容と産地内ネットワーク—児島地区ジーンズ産業の事例—」『労働総研クォーターリー』No.85、46-53頁。
- 藤井大児・戸前壽夫・山本智之・井上治郎（2007 a）「産地力の持続メカニズムの探求—ジーンズ製販ネットワークのフィールド調査（1）—」『岡山大学経済学会誌』第39巻第2号、113-132頁。
- 藤井大児・戸前壽夫・山本智之・井上治郎（2007 b）「産地力の持続メカニズムの探求—ジーンズ製販ネットワークのフィールド調査（2）—」『岡山大学経済学会誌』第39巻第3号、245-264頁。
- 藤井大児・戸前壽夫・山本智之・井上治郎（2008）「産地力の持続メカニズムの探求—ジーンズ製販ネットワークのフィールド調査（3）—」『岡山大学経済学会誌』第39巻第4号、509-519頁。