

# ファッションのファスト化 と 県内企業のサバイバル

2014 年度

高知大学人文学部 国際社会コミュニケーション学科

岩佐和幸ゼミナール

## 発刊にあたって

本書は、高知大学人文学部国際社会コミュニケーション学科・岩佐和幸ゼミナールの2014年度調査・研究報告である。本ゼミナールでは、グローバル化の問題を、机上の学習にとどまらず、身近なモノや地域に焦点を当てたフィールドワークを通じて考えることを、毎年の課題にしている。本年度は、「ファストファッション」を切り口に、県内各地で実態調査を行った。

今、アパレル業界では、「ファストフード」になぞらえた「ファストファッション」が、世界各地を席卷している。「ファストファッション」といえば、ZARA、H&M、GAP、ユニクロ等のブランドがすぐに想起されるが、その特徴は、衣服の生産から販売に至るリードタイムを大幅に短縮し、商品の大量生産と短いサイクルを通じて低価格商品を自社店舗で販売するところにある。消費者にとっては、新しいモノが格安で手軽に入手できるというメリットから、不況・格差が進行する1990年代後半以降とりわけ人気を博すようになり、2009年には新語・流行語大賞のトップテンにも選ばれるくらい、メジャーな存在になった。だが、留意しなければならないのは、こうした衣料の低価格化と大量消費の裏側で、ファストファッションはどのような方法でスピーディに衣服を作り出しているかということである。

一般に、各ブランド企業は、SPA（製造小売業）とも称されるように、自前では工場は保有せず、比較的高付加価値のデザインやマーケティングに経営を特化する一方、低付加価値の製造過程を別会社アウトソーシングし、在庫等のリスク回避を図る事業戦略を採用している。これにより、アパレルの製造拠点は先進国を離れ、中国、バングラデシュ、さらにはカンボジアやミャンマーへと、低コストの生産現場が次々開拓されるようになるとともに、「安く、早く」といったプレッシャーの下で「搾取工場」と称される人権侵害や度重なる労働災害が続発し、今では世界的な批判が巻き起こる事態に至っている。他方、先進国でも、「搾取工場」で生産された安価な商品の流入に伴い、国内アパレル製造業者は価格競争やリストラの影響を被り、廃業ならびに生産の空洞化が急激に進行するとともに、これまで培ってきた技能が急速に失われる状況を迎えている。身の回りの衣服のタグを見れば分かるように、今では大半がアジア製で占められているが、その背後には、グローバルな「底辺へ向かう競争」ともいうべき、アパレル産業の地殻変動が生じているのである。では、ファストファッションが産業を支配する今日、日本国内のアパレル製造業者はどのような対応を迫られ、どのように切り抜けようとしているのだろうか。そこで、今年度は、アパレル産業の「ファスト化」をキーワードに、国内アパレル企業の生き残り策を高知県の事例に即して具体的に探ってみることにしたのである。

本書の特徴は、第1に、高知県内のアパレル製造業の中でも、実際に工場閉鎖に直面した企業・地域に焦点を当て、「ファスト化」の影響や適応の具体像に迫っている点である。県内では、かつて大手スポーツ用品メーカー・ミズノや、三大ジーンズメーカーの一角・ビッグジョンの分工場がそれぞれ進出していたが、「ファスト化」の波の中で生産拠点のアジアシフトと国内合理化が進められた結果、2000年代にはいずれの工場も閉鎖に追い込まれた経緯がある。進出企業にとってみれば、県内の工場は数多くある事業所の1つにすぎ

ない存在であるが、取り残された従業員や協力企業、地域住民にとっては、工場閉鎖は死活問題であり、たちまち路頭に迷う事態に直面することになる。そこで、本書では、工場閉鎖後から現在に至る状況に焦点を当て、工場跡を引き受けた現地協力企業ならびに工場を自力で再建した企業を対象にヒアリング調査を実施し、その結果を基にファスト化の影響と適応を模索する姿を具体的に明らかにしている。

第2に、県内企業の「ファスト化」への適応策として、多角的なグローバル戦略に焦点を当てている点である。グローバル化といえば、貿易や投資の海外展開が想起されるが、それに加えて、国内事業者の間で外国人技能実習生の受け入れが相当程度浸透している。県内企業も、こうしたいわゆる二重の意味でのグローバル化展開を図ってきたわけであるが、実は、こうした展開も、最近では主要送出国である中国の経済発展に伴い、曲がり角を迎えるようになってきている。そこで、本論では、こうした「ファスト化」に対する県内企業の適応策と、持続可能性という点での課題についても浮き彫りにしている。

なお、本書の調査・執筆については、岩佐ゼミナール2・3年生10名が分担して行ったものである。従来の調査とは異なり、「ファストファッション」は初の試みであったことから、ゼミ生自身が手探りで調査を進め、様々な発見を積み重ねながら報告書の完成まで無事こぎ着けることができた。その意味で、ここまでの彼／彼女たちの地道な取り組みに対しては、大きな拍手を送りたいと思う。もっとも、本書の出来映えについては、私の指導力不足により、分析・叙述の面でより深めるべき点が多々残されているかもしれない。いずれにせよ、大小にかかわらず、読者の皆さんからの忌憚のないご意見・ご感想をお寄せいただければ幸いである。また、

最後になったが、今回の調査に際しては、オートヨ、じいんず工房大方、スカイ電子の3社の方々より、貴重な時間を割いて私たちのヒアリングに応じていただくとともに、工場内部の見学等の貴重な機会までも与えていただいた。あわせて、高知県アパレル協同組合、高知県貿易協会、高知県中小企業団体中央会、高知労働局、JETRO 高知等の方々にも、私たちの突然の調査に対して快く応じていただいた。さらに、本書を纏める前段として、昨年12月に、高知大学霜田ゼミ、愛媛大学丹下ゼミ・宇都宮ゼミ、高知県立大学田中ゼミ・山村ゼミ、下関市立大学水谷ゼミとの合同研究交流会に参加させていただき、先生方ならびに学生の皆さんより数多くの貴重なコメントをいただいた。以上、この場を借りて、御礼申し上げたい。

2015年2月

椰子の樹を仰ぐキャンパスにて

高知大学人文学部  
国際社会コミュニケーション学科  
教授 岩佐和幸

## 目 次

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 発刊にあたって／ i                               |    |
| はじめに……………                                | 1  |
| 第Ⅰ章 ファッションのファスト化と日本のアパレル産業……………          | 3  |
| 1. ファッションのファスト化と日系企業：ユニクロと中国の下請工場を事例に／ 3 |    |
| 2. ファッションのファスト化と日本の衣類製造業／ 4              |    |
| 第Ⅱ章 ファスト化と県内アパレル製造業の変容……………              | 6  |
| 1. 高知県のアパレル製造業の現状：外来企業の撤退と産業の縮小／ 6       |    |
| 〔1〕 高知県のアパレル製造業／ 6                       |    |
| 〔2〕 県内における大手外来資本の工場閉鎖／ 6                 |    |
| 2. ファスト化と県内企業の国際化／ 8                     |    |
| 〔1〕 高知県内企業の貿易動向／ 8                       |    |
| 〔2〕 県内企業の海外進出／ 9                         |    |
| 3. 外国人技能実習生と「労働力」の輸入／ 10                 |    |
| 〔1〕 外国人技能実習生の概要／ 10                      |    |
| 〔2〕 外国人技能実習生とアパレル製造業／ 11                 |    |
| 第Ⅲ章 ファスト化のインパクトと県内企業の模索……………             | 14 |
| 1. 株式会社オートヨ：国内生産と海外生産の同時展開／ 14           |    |
| 〔1〕 会社の概要／ 14                            |    |
| 〔2〕 ミズノの工場閉鎖を受けて／ 15                     |    |
| 〔3〕 オートヨの海外進出／ 16                        |    |
| 〔4〕 岐路に立つ中国人実習生への依存／ 16                  |    |
| 〔5〕 オートヨの企業戦略とこれから／ 17                   |    |
| 2. じいんず工房大方：工場閉鎖からの再起を経て、独自ブランドの確立へ／ 18  |    |
| 〔1〕 じいんず工房大方の概要／ 18                      |    |
| 〔2〕 工場再建から独自ブランドの展開へ／ 19                 |    |
| 補論 スカイ電子／ 21                             |    |
| 第Ⅳ章 おわりに……………                            | 23 |
| 1. 調査から見てきたこと／ 23                        |    |
| 2. ファスト化がもたらす持続不可能な世界／ 24                |    |
| 3. 「エシカルファッション」という視点／ 25                 |    |
| 編集後記と執筆分担……………                           | 26 |
| 岩佐ゼミナール既刊報告書一覧……………                      | 30 |



## はじめに

多くの人が聞いたことがあるであろう“ファストファッション”は、今や世界に多大なる影響を及ぼしている。ファストファッションとは、ユニクロ、H&M、ZARA など、低価格の衣料品を大量生産し、短いサイクルで販売する多国籍ブランドやその業態のことである<sup>1</sup>。安く、早く、大量に生産・販売するアパレル業界の新たなビジネスモデルであるこのファストファッションは、消費者にとっては最先端のものが安く手に入れることができることから、人気を博している。例えば、ファストファッション業界における売上高 1 位の ZARA を傘下に持っているインディテックスの場合、全世界に約 5,000 以上の店舗を持ち、リードタイムが最短 2 週間のサプライチェーン管理と巨大物流倉庫からの全商品発送を通じて市場を席卷し、年々売り上げを伸ばしている<sup>2</sup>。

実は、このような華やかなファストファッションを生産面で支えているのが、アジアをはじめとする発展途上国の労働者である。特に、1990 年代以降、ファストファッション・ビジネスは、歴大な労働力を抱える中国に狙いを定め、中国国内の協力工場を通じて大量生産するようになった。さらに、近年では中国において急激な経済発展が進むことによって物価が上昇し、労働者の賃上げ要求も高まってきたため、多くの企業がバングラデシュやカンボジアといった中国よりも安い労働力を求めて委託工場を移すようになっていく。特に、バングラデシュの首都ダッカでは、5,000~6,000 もの縫製工場がひしめき合うようになり、工場内では 700~800 万もの人が働いている。そこでは、私たち大学生よりも若い女の子が 12 時間シフト・週 7 日のペースで働くケースが日常的な光景になっている。さらに、2013 年には建て増しを繰り返したビルに工場が密集したラナブラザというビルにおいて倒壊事故が発生し、工場で働く労働者が多数の被害を受けたのは記憶に新しい<sup>3</sup>。

このように、ファストファッションは、その成長とともに途上国での労働者の搾取を繰り返している。と同時に、留意しなければならないのは、日本の生産現場にも多大な影響をもたらしているという点である。1990 年代以降、日本では、最新の服を大量生産・大量消費しているファストファッションとの競争激化を背景に、アパレル企業は低賃金を求めて国内の工場閉鎖や協力工場との契約打ち切りといった様々なリストラ策を進めていった。その結果、国内市場における輸入品の急激な浸透や厳しい低コスト競争、工場労働者の雇用の減少など、日本の衣類製造業が急激に衰退していったのである。今日、ファストファッションが世界中にもたらしたインパクトによって、アパレル業界は、国の内外を問わず、様々な問題を抱えるようになっていく。

今回、私たちはこの“ファストファッション”に象徴される経済構造の変化に着目し、日本国内のアパレル企業や産地がこの間どのように変動し、どのように適応してきたかを

---

<sup>1</sup> Elizabeth L. Cline, *Overdressed: The Shockingly High Cost of Cheap Fashion*, Portfolio/Penguin, 2012 (鈴木素子訳『ファストファッション——クローゼットの中の憂鬱——』春秋社、2014 年)。

<sup>2</sup> 「ファストファッション」『日経ビジネス』2012 年 11 月号、30 ページ。

<sup>3</sup> 『高知新聞』2013 年 5 月 2 日付。

明らかにすることにした。キーワードは、「ファスト化」である。「ファスト化」とは、早く、安く、大量に生産を行うアパレル産業の生産・流通体制や消費様式を指す言葉と定義したい。そして、こうした変化の具体的な検討対象として、私たちが住む高知県に焦点を当てて検討したい。意外かもしれないが、実は高知県には、有力アパレルメーカーの工場がかつて進出していた経緯がある。その代表例が、スポーツウェアのミズノと、ジーンズメーカーのビッグジョンである。ところが、両者とも 2000 年代以降、相次いで工場を撤退させ、国内生産の合理化と中国への進出を図っていったのである。企業はそれでいいかもしれない。だが、残された地域はどうなるのだろうか。本書では、大手メーカーの工場閉鎖のその後に注目し、ファッションのファスト化の影響とその後の適応策について明らかにしたい。

ここで全体の構成を紹介しよう。第 1 章では、ファッションのファスト化が日本のアパレル産業にもたらした影響について概観する。第 2 章では、こうしたファスト化が高知県内の衣類製造業とどのような関係があるのかについて検討する。あわせて企業の海外展開と外国人労働力の導入にも焦点を当てて論じる。第 3 章では、ファスト化のインパクトとその後の状況について、高知県内の 2 つの企業に焦点を絞って検討する。あわせて、同じく工場閉鎖後に新たな展開を見せる電子関連企業についても紹介する。最後に、全体で明らかとなった内容を総括し、これから消費者としてよりよい社会にするためにはどのような考え方を持ち、選択をしていくべきか、私たちが考える解決策を提案し、締めくくりたい。

## 第Ⅰ章 ファッションのファスト化と日本のアパレル産業

### 1. ファッションのファスト化と日系企業：ユニクロと中国の下請工場を事例に

本章では、日本におけるファッションのファスト化の動きについて確認しよう。「はじめに」で述べたように、ファストファッションは国内外で様々な影響を及ぼしている。まず、海外への影響について、日本を代表する多国籍ブランド・ユニクロを例に紹介しよう。

ユニクロは、ファーストリテイリング社が展開する日本のファッション・ブランドであり、めまぐるしい速度と規模で拡大し、世界各国に店舗を持つ巨大企業である。その特徴は、自社では製造工場を持たずに海外の協力工場へ製造を委託し、自らはデザインとマーケティングに特化しながら、自社店舗で格安商品を販売するところにある。まさに、他のSPA（製造小売業）と同様に、「ものづくりの世界からの脱却」<sup>4</sup>を図りながら高収益を確保している典型例である。その結果、今では同社会長兼社長の柳井正が、米国経済誌『フォーブズ』の世界長者番付で、世界 40 位（資産規模 202 億ドル）にランクインするほどの成果を挙げている<sup>5</sup>。

では、生産現場はどのようなになっているのだろうか。ユニクロの協力工場は日本以外のアジア各地にあるが、そのうち中国にある 2 つの工場の調査結果が最近明らかになった。ここでは、その結果を紹介しよう<sup>6</sup>。今回の調査は、香港に拠点を置く NGO・Students & Scholars Against Corporate Misbehaviour (SACOM) が、Labour Action China ならびにヒューマン・ライツ・ナウと共同で行ったものである。対象は、中国・広東市南沙区の Pacific Textiles Holding Ltd と東莞市の Dongguang Luenthai Garment Co. Ltd の 2 つの工場、いずれもユニクロの委託工場である。ちなみに、SACOM は、中国における多国籍企業の活動を調査する目的で設立された労働 NGO であり、今回は中国におけるアパレル産業とユニクロの製品供給の実態調査を 2014 年初旬より行ってきた。

調査結果からは、主に 4 つの違法行為を行っていることが明らかとなった。まず第 1 に、過度な長時間労働と低い基本給の問題である。両工場は法定最低賃金をそれぞれ支払っているが、それは地域の労働者が稼ぐ平均的な月給レベルの 3 分の 1 にすぎない。また、労働時間においても問題があり、時間外労働時間はそれぞれ 134 時間と 112 時間と、過労死水準以上であった。第 2 に、危険な労働環境である。具体的には、排水が作業現場にあふれ、感電しやすいことや、転倒して身体不調になるような労働災害を引き起こす可能性がある。第 3 に、厳しく懲罰的な経営管理である。労働者がノルマを達成しなかったり品質を満たさない製品を生産した場合に課せられる罰金制度等が典型例である。第 4 に、労働

<sup>4</sup> Naomi Klein, *No Logo*, Klein Lewis Productions, 1999 (松島聖子訳『新版 ブランドなんか、いらない——搾取で巨大化する大企業の非情——』大月書店、2009 年)、9 章。

<sup>5</sup> “The World's Billionaire: Today's Winners & Losers,” Forbes ウェブサイト (<http://www.forbes.com/billionaires/list/#tab:overall>、2015 年 2 月 5 日閲覧)。

<sup>6</sup> Alexandra Chan, *Investigative Report on the Working Conditions in UNIQLO's China Suppliers*, Students & Scholars Against Corporate Misbehaviour, Human Rights Now, and Labour Action China, January 2015 (『中国国内ユニクロ下請け工場における労働環境報告書』2015 年 1 月)。



者の苦情処理メカニズムや労働組合の不在である。労働者が現状に不満でストライキを起こそうとしても、企業側は暴力団を雇って鎮圧したり、ストライキに参加していた労働者を解雇したりしている。また、労働環境について労働者自身が声をあげて伝えるようなシステムもなく、工場側と対等な関係ではないのが実情であった。したがって、今回調査を行った NGO は、下請企業とファーストリテイリングに対して、人権に配慮し、労働環境を改善するよう、勧告を行っている。

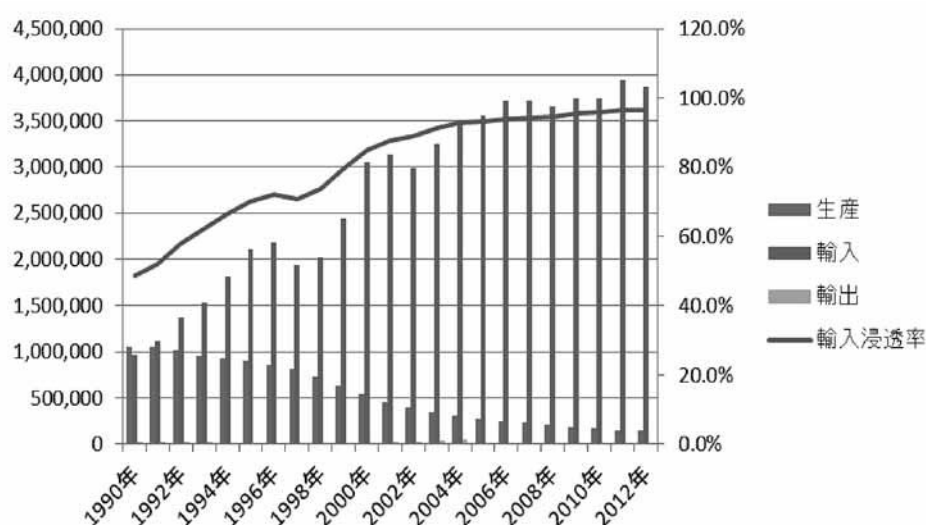
このように、ファッションのファスト化は、日本の消費者にとって、安くてすばやく衣服を手にとることが出来る反面、見えない海外の製造現場では、労働者の人権が大きく侵害されていることが、最大手アパレルのユニクロのケースからうかがえる。

## 2. ファッションのファスト化と日本の衣類製造業

一方、ファッションのファスト化によって大手アパレル企業が製造拠点を海外にシフトする中、日本のアパレル製造業はどのように変化したのだろうか。ここでは、日本国内の衣類市場と衣類製造業についてみていくこととする。

まず、日本の衣類市場の変化から見てみよう。図 I - 1 は、1990～2012 年の日本における衣類市場の動向を示したものである。日本の衣類生産量は、1990 年の約 10 億 5000 万点から 2012 年には約 1 億 5000 万点に減少しており、この間マイナス 86% と激減していることが分かる。一方、衣類輸入量は、1990 年の約 9 億 7000 万点から 2012 年には約 38 億 7000 万点まで増加しており、この間 75% 増を記録している。その結果、1991 年には海外からの衣類輸入量が日本の生産量を上回り、1990 年には約 50% であった輸入浸透率も、2012 年には約 96% へと飛躍的に上昇している。つまり、日本の衣類市場は、1990 年代より国内生産が衰退し、国内衣類市場の大半が海外産によって占められる状況になったのである。

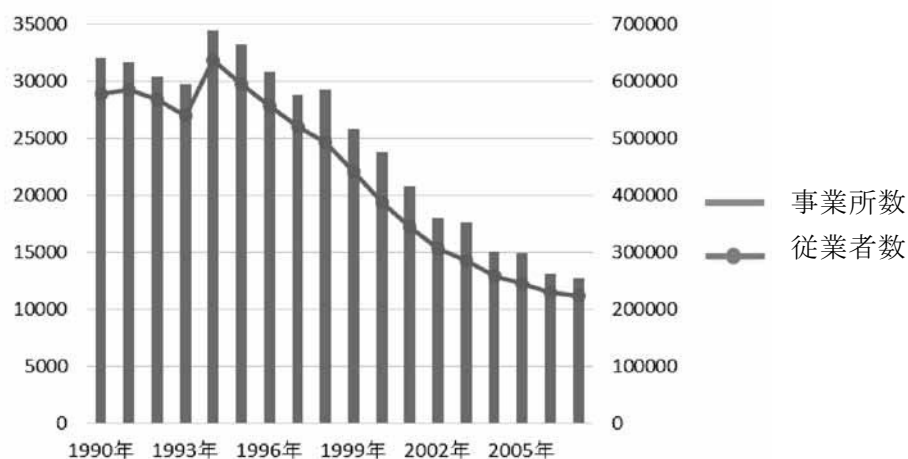
図 I - 1 日本の輸入浸透率の動向



注：ここでの衣類は、布帛外衣、布帛下着、ニット外衣、ニット下着の合計である。

出所：日本化学繊維協会『繊維ハンドブック 2014』同会、2013 年より作成。

図 I－2 衣服・その他の繊維製品製造業の推移  
(全国、従業員 4 人以上の事業所)



出所：日本化学繊維協会『繊維ハンドブック 2014』同会、2013 年より作成。

では、アパレル製造業者はどのように変化してきたのだろうか。図 I－2 は、従業者数 4 人以上の事業所数と従業者数の推移を表したものである。1994 年に、事業所数は約 3 万 4000 所、従業者数は約 63 万 7000 人とピークを迎えたものの、それ以降は年々低下し、2007 年はそれぞれ約 1 万 3000 所、約 22 万 4000 人まで下がっている。その結果、1994～2007 年にかけて、事業所数はマイナス 63%、従業者数はマイナス 65%と大幅に下落している。ピーク時と比較すると、事業所、従業者が半減するという激変ぶりが読み取れる。

つまり、1990 年代以降、「ファスト化」に伴う生産のアジアシフトと輸入品の増加によって、国内の衣類製造業は激しい国際競争に直面するようになった。その結果、日本の衣類製造業は、今では存続の危機にあることが分かる。では、こうした状況は、工場が立地する地域に一体どのような影響をもたらしているのだろうか。次章では、高知県の状況に絞って検討することとする。

## 第Ⅱ章 ファスト化と県内アパレル製造業の変容

### 1. 高知県のアパレル製造業の現状：外来企業の撤退と産業の縮小

#### 〔1〕高知県のアパレル製造業

まずはじめに、図Ⅱ－1 を基に、高知県内の「衣服・その他の繊維製品製造業」の事業所数の推移（従業者数4人以上の事業所）から紹介しておこう<sup>7</sup>。同図によると、県内では1994年が252事業所で最も多くなっているが、それ以降は一貫して低下傾向にあり、直近の2007年には70事業所まで激減している。これは、前章で述べた全国動向と同じ傾向であるとともに、ピークに比べて今では約63%も減少していることが明らかである。

次に、図Ⅱ－2より、従業者数の推移についても見てみよう。ここでも、事業所数と同様に1994年が6,087人で最も多いものの、その後は減少し続けており、2007年には1,328人と、1994年比で約65%もの大幅減を記録していることが分かる。

このように、高知県内でも、アパレル製造業界は近年では縮小傾向にあり、年々厳しい状況に置かれている。それに関連して、県内の業界団体である高知県アパレル協同組合でのヒアリングによると、高知県内の製造業の中で繊維業界が占める割合も、「13年前の12.3%から今や2.3%まで減少した」という。減少の理由としては、担い手の高齢化や生産の海外シフト、ファストファッションと比較しての営業方法の問題等とがあるとのことであった<sup>8</sup>。

#### 〔2〕県内における大手外来資本の工場閉鎖

また、グローバルな市場競争の影響とともに、衰退状況に大きなインパクトをもたらした要因として欠かせないのが、県外から進出してきた大手企業の工場の撤退である。具体例として、次の2つの外来企業に焦点を当ててみよう。

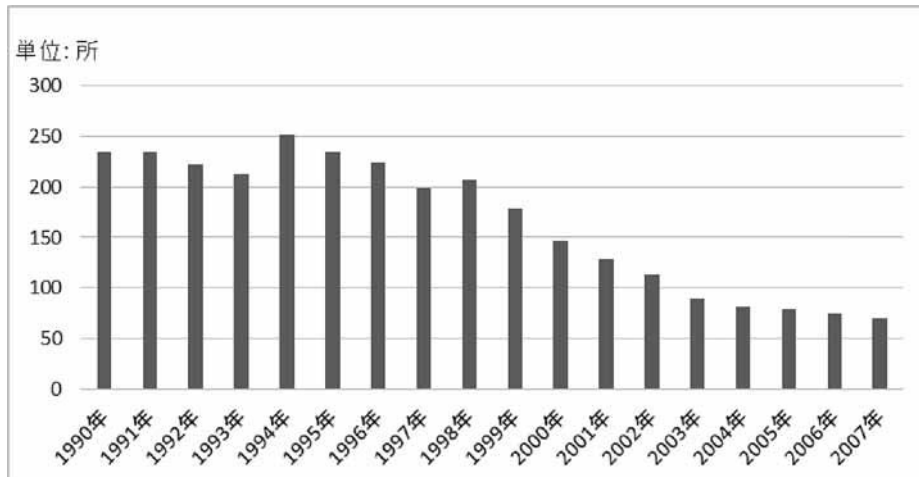
1つ目は、ビッグジョンである。ビッグジョンは、国内3大ジーンズメーカーの1つであり、本社のある岡山県を拠点に国内各地で工場を展開していたが、ジーンズ業界内部にとどまらず、近年ではユニクロの1000円ジーンズに象徴されるように、国産ジーンズの需要がカジュアル衣類に奪われるようになり、国内生産の合理化や海外シフトを強化していった。それでも、収益状況は改善されず、ついに2013年には官民ファンドの支援を受ける形で経営再建を図る状況にまで追い込まれることになった。現在では、海外進出の一環として中国や香港のアパレル企業とライセンス契約を結ぶ一方、国内では岡山県倉敷市内の本社工場を閉鎖し、協力工場に生産を移管すると同時に、希望退職を募る形で人員削減を進めている<sup>9</sup>。

<sup>7</sup> 経済産業省『繊維・生活用品統計』1994～2007年に基づく。

<sup>8</sup> 高知県アパレル協同組合でのヒアリング調査に基づく（2014年12月8日付）。

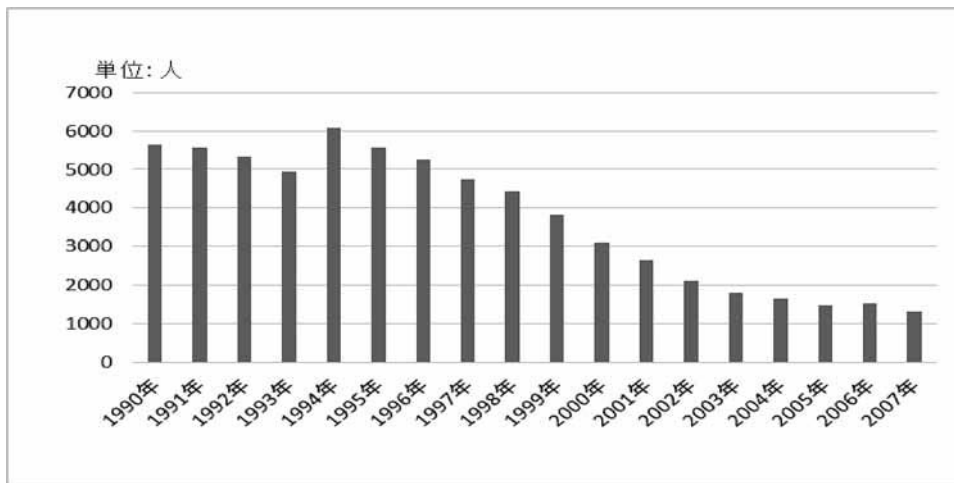
<sup>9</sup> 「官民資本で再建へ」『日経産業新聞』2012年4月12日付、「ビッグジョン、中国進出」『日経MJ』2012年5月25日付、「振るわぬジーンズ」『日本経済新聞』2011年5月18日付。

図 II－1 高知県内における衣類製造業の事業所数の推移



出所：経済産業省『繊維・生活用品統計』1994年～2007年より作成。

図 II－2 高知県における衣類製造業の従業者数の推移（従業者数4人以上）



出所：経済産業省『繊維・生活用品統計』1994～2007年より作成。

実は、上記の海外シフトの中で、高知県も大きな影響を受けていた。かつてビッグジョンは、旧吾北村(現いの町)と旧大方町（現黒潮町）に大規模工場を構えていたが、1990年代以降の国際競争の中で、ビッグジョンは国内工場閉鎖を次々と進めていったからである。例えば、旧吾北村にあったビッグジョン東新は、操業が始まった30年前には、過疎化が進む村内での雇用創出の観点から有望視され、地域にとって大きな期待を得ていた。ところが、上で述べたように、業界全体の売上げ不振の余波による経営悪化と、海外での生産拡大の影響を背景に、2001年末に工場閉鎖が行われ、従業員約50人が職を失うことになった<sup>10</sup>。同様に、旧大方町にあったビッグジョン大方の工場閉鎖の理由も、本社の業績悪化

<sup>10</sup> 『支局からの報告』吾北村の縫製工場 昨年末閉鎖で大量失職『高知新聞』2001年1月16日付。

であった。2001年の売上高は約100億円だったが、2004年に至る3年間で約60億円も落ち込んだため、ビッグジョンの国内3工場（高知県旧大方町・香川県善通寺市・山口県平生町）のうち、大方工場を閉鎖すると決定し、ついに2002年に閉鎖されたのである<sup>11</sup>。

一方、野球のユニフォームなどスポーツ用品製造企業の大手企業であるミズノも、高知県東部の大豊町に、子会社のミズノインダストリー四国を構えていた。ところが、同社も生産拠点の海外移転や国内拠点の統廃合を通じて生産体制の効率化を進めるため、2010年9月末に兵庫県のグループ工場への統合と大豊町のミズノインダストリー四国の工場閉鎖を決定した。この撤退に伴い、町内で働く従業員約60人が職を失うことになったが、そのうち19人を、ミズノの地元協力企業であるオートヨが受け入れることになった<sup>12</sup>。

## 2. ファスト化と県内企業の国際化

では、このような厳しい状況にある県内のアパレル企業は、一体どのような対応をとっているのだろうか。本節では、ファスト化の流れの中で高知県の繊維関連企業自身が国際化を進めようとしている様子を、貿易（モノ）や投資（カネ）の側面から考察していく。

### 〔1〕高知県内企業の貿易動向

まず、県内企業の貿易（輸入）の動向について紹介する。図Ⅱ－3は、2003～2013年の県内繊維関連企業の輸入額の推移を表したものである。グラフからわかるように、繊維製品の輸入額はこの10年間で約3倍まで増加しており、県内輸入総額の約5%を占めている。ちなみに、輸入品の中身であるが、2009年は、新型インフルエンザの影響により、アジア諸国からマスクの大量輸入がなされたため、飛び抜けて数値が高くなっている<sup>13</sup>。ただし、この年は例外であり、主な輸入品は、衣類や繊維原料である。

次に、どの国から輸入しているのかを見てみよう。図Ⅱ－4は、2013年の繊維原料・同製品の国別輸入実績を表したものである。グラフを見てみると、最大の輸入相手国はイギリスで全体の58%を占め、続いて中国、インドネシア、マレーシアとなっている。しかし、イギリスから輸入されているのは、工業製品用の繊維であるため、アパレルとは全く関係がない。そこで、アパレル関連に絞ると、輸入実績のトップは中国であると予想される。また、インドネシア、マレーシア、韓国、タイ、台湾など、アジア諸国からの輸入が全体の4割強を占めていることからわかるように、アジア諸国からの輸入が多いことも見て取れる。

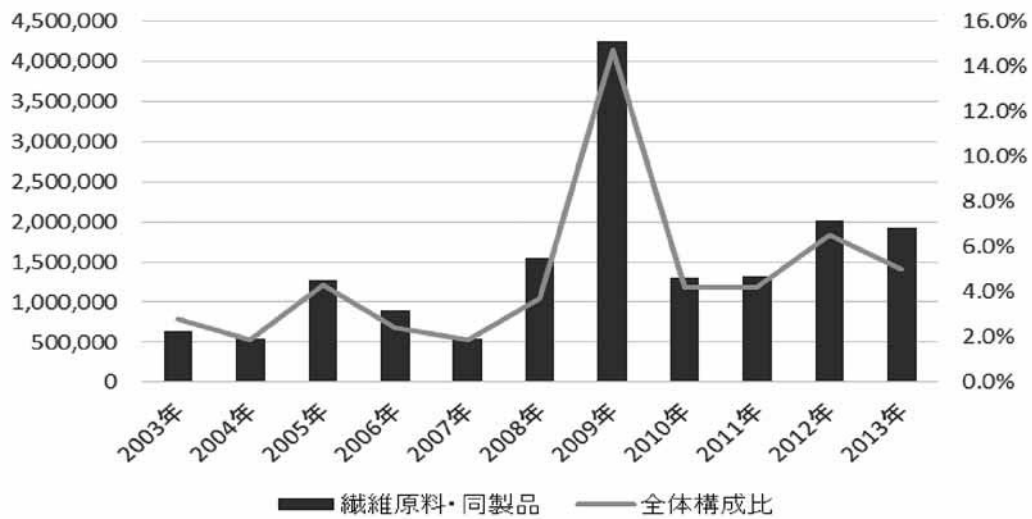
---

<sup>11</sup> 「ビッグジョン大方 来月閉鎖 衣料不況が直撃 100人の雇用危機」『高知新聞』2002年2月14日付。

<sup>12</sup> 「ミズノ子会社 大豊町撤退」『高知新聞』2010年6月10日付。「高知県議会 ミズノ子会社 半数の30人雇用持続か」『高知新聞』2010年6月18日付、「ミズノ子会社 撤退で謝意」『高知新聞』2010年9月30日付。

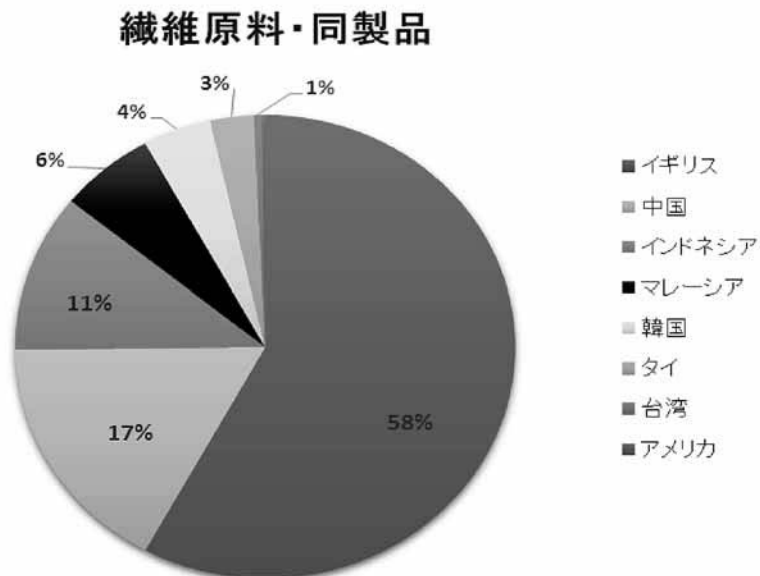
<sup>13</sup> 高知県貿易協会ヒアリング（2014年12月16日）に基づく。

図Ⅱ－3 県内企業の貿易(輸入)動向



出所：高知県産業振興推進部地産地消・外商課『高知県の貿易』2013 年版より作成。

図Ⅱ－4 高知県内企業の繊維原料・同製品の国別輸入実績(2013 年)



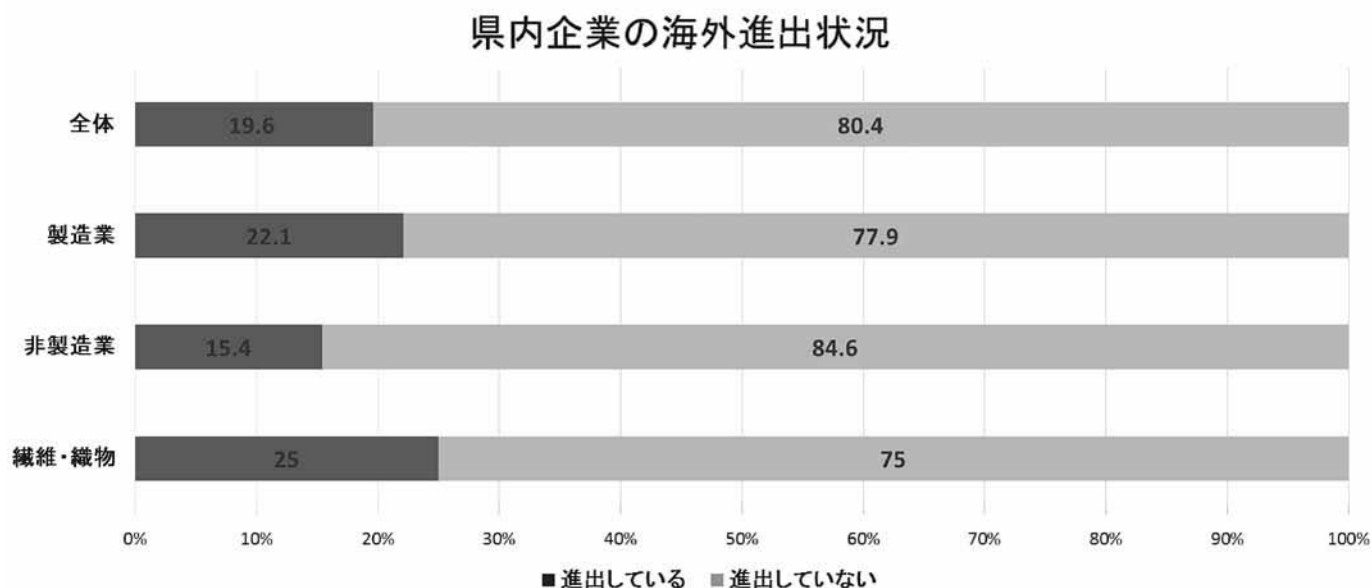
出所：高知県産業振興推進部地産地消・外商課『高知県の貿易』2013 年より作成。

## 〔2〕県内企業の海外進出

続いて、県内の繊維関連企業の海外進出の動向を、四銀地域経済研究所が実施した県内企業の海外進出動向調査を用いて見ていこう。

図Ⅱ－5 は、2014 年 11 月時点での高知県内企業の海外進出状況を表している。グラフから、全体の海外進出率は 19.6%である一方、繊維・織物に関わる企業の海外進出比率は 25%

図Ⅱ－5 高知県内企業の海外進出状況



出所：竹内公人「高知県内企業の海外進出状況調査」『経営情報』第 141 号、2014 年 11 月号より作成。

であり、繊維関連企業は海外進出度が比較的大きいことがうかがえる。具体的な進出先は、1 位が中国、2 位が韓国、3 位がベトナムであり、やはりアジア諸国へ進出している企業がほとんどである<sup>14</sup>。

加えて、進出先での機能として重視されているのは、割合の高い順から、生産・加工、販売、情報収集という結果であった<sup>15</sup>。このデータはアパレル以外も含んでいるが、繊維関連企業はアジアを中心に海外進出を図る企業が他の業種に比べて高いことが読み取れる。

### 3. 外国人技能実習生と「労働力」の輸入

#### 〔1〕外国人技能実習生の概要

2 節では、アパレル業界のファスト化への対応策として、県内企業が海外貿易や海外進出に着手していることが明らかになった。だが、対応策は、モノやカネだけでなく、ヒトの面でも展開されている。本節では、ヒト＝外国人労働力への依存について、特に外国人技能実習生を中心に見ていきたい。

日本の繊維産業が厳しくなる中、コスト削減などを図るために、安い労働力を国外から得ようとする動きがある。その一つとして、外国人技能実習生といわれる人たちの雇用が挙げられる。そもそも日本で滞在する外国人は、いくつかの在留資格に基づいて日本で暮らしている。技能実習生というのはそれらの在留資格のうちの一つである。

外国人技能実習生とは、開発途上国から人材を受け入れることで当事国の開発支援を目

<sup>14</sup>竹内公人「高知県内企業の海外進出状況調査」『四銀経営情報』第 141 号、2014 年 11 月号、40 頁。

<sup>15</sup>同上論文、41 頁。

的としている外国人研修・技能実習制度の下で、受け入れを行っている人々のことである。まず、開発途上国の青壮年労働者が最長 3 年間、同じグループ企業や監理団体経由で日本の職場で働き、そこで専門的な技能や知識を習得する。そして、身に付けた技能や知識を母国に持ち帰り、その国の経済発展や産業振興に役立ててもらおうというものである。つまり、外国人技能実習生は、このような過程で技術・技能を身につけ、それによって開発途上国の発展に役立つ人材になることを目指したものである<sup>16</sup>。

このように、本来、この制度の目的は国際貢献であるが、実際の企業の現場では、コスト削減や人手不足の問題に対処するための即戦力として雇用される場合が多く見られ、ひどいケースでは人権侵害に及ぶケースも各地で発生している。そうした背景から、現在の外国人技能実習生は、来日 1 年目から労働法で保護される形へと 2010 年に改正された。それでも、根本的な問題が解消されたとは言いがたく、日本人と比べて働かせやすいため、実習生への依存度は年々高まっていった。一方、実習生側も、日本で学んだ技術や知識を、母国の発展に生かしているというケースはほとんどないといわれている。賃金水準の高い日本に出稼ぎに行くという考えのもとで来日しているのが現状であるという<sup>17</sup>。

したがって、この制度は、日本の企業側と海外の技能実習生との利害が、本来の目的とは違う形で成り立っている複雑な制度だということが見えてくる。特に、ファスト化によって厳しい状況に立たされている日本のアパレル製造業では、その救いの手を海外からの実習生の受け入れに見出しているといえる。

## 〔2〕外国人技能実習生とアパレル製造業

では、外国人技能実習生は、どれくらい受け入れられているのであろうか。図Ⅱ－6 は、在留資格別でみた外国人労働者の構成を示したものである。この図を見ると、日本全国の外国人労働者 71 万 7,540 人のうち、技能実習生は 13 万 6,608 人で、全体の 19.0% を占めていることが分かる。一方、高知県内の構成を示したのが、図Ⅱ－7 である。同図から分かるように、外国人労働者 1528 人のうち、技能実習生は 749 人で、49% にのぼる。このように、技能実習生は外国人労働者の中で一定割合を占めており、特に高知県では半数近くと、外国人労働者の中で最も多い存在であることが分かる。

次に、実習生の内訳を職種別に見ていこう。図Ⅱ－8 は職種別のグラフである。技能実習生には 1 号と 2 号に分けられていて、1 号は日本に来て 1 年目、2 号は日本に来て 2 年目以降の実習生を指している。同図は技能実習生 1 号のデータであるが、全国では一番多いのが衣服であり、2013 年で 8467 人と、全体の 20.6% を占めている。同様に、高知県でも、2007 年は 81 人と全体の 34.1% を占め、2013 年は農業について 2 番目に多い職種（46 人、19.5%）であることが明らかである。

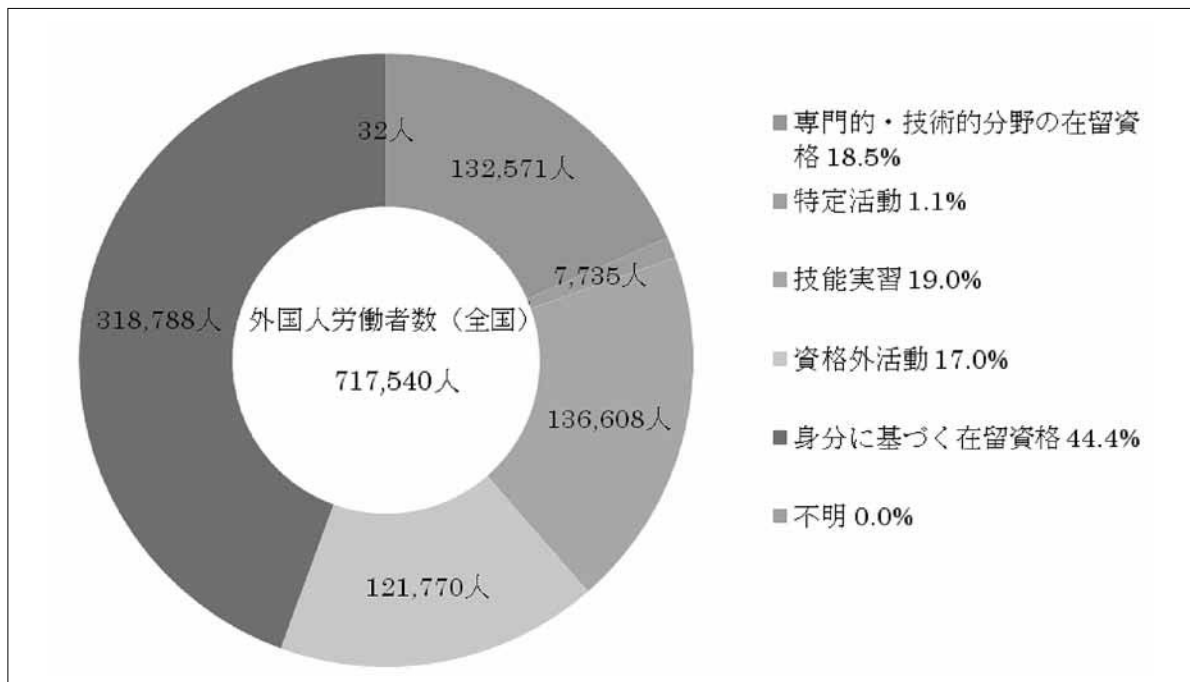
次に技能実習生 2 号のグラフを示したのが、図Ⅱ－9 である。こちらも 1 号と同様、全国では衣服が 2007 年には 14,871 人と、全体の 24.7% を占めており、2013 年には 10,385 人と 20.0% を占めている。同じく高知県も、衣服は 2013 年には 72 人と、全体の 27.4% を占め、最も多いことが分かる。

<sup>16</sup> JITCO ウェブサイト([http://www.jitco.or.jp/system/seido\\_enkakuhaikai.html](http://www.jitco.or.jp/system/seido_enkakuhaikai.html))、ならびに高知県中小企業団体中央会ヒアリング（2014 年 9 月 26 日）による。

<sup>17</sup> 高知県中小企業団体中央会ヒアリング（2014 年 9 月 26 日）による。

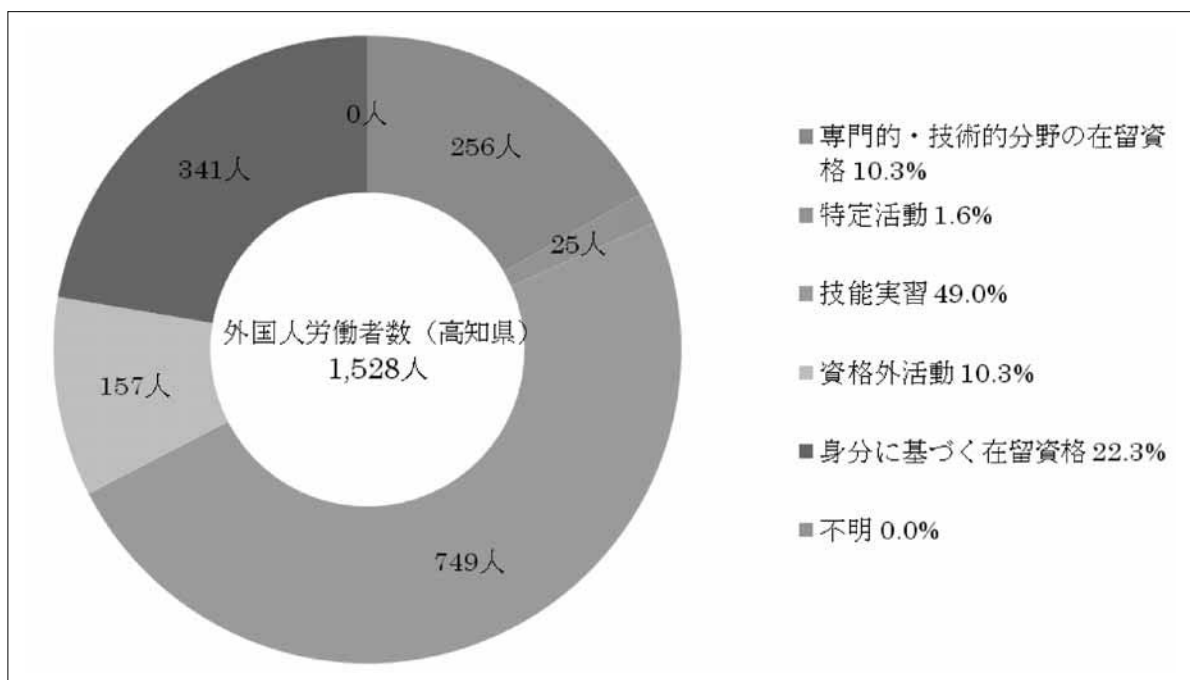


図Ⅱ－6 在留資格別外国人労働者の割合（全国）



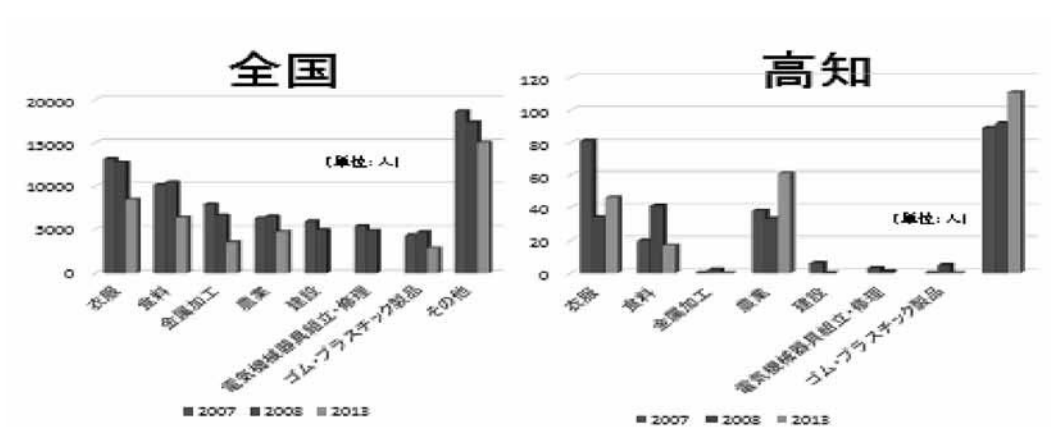
出所：厚生労働省『「外国人雇用状況」の届け出状況まとめ（本文）（平成 25 年 10 月現在）』より作成。

図Ⅱ－7 在留資格別外国人労働者の割合（高知県）



出所：厚生労働省『「外国人雇用状況」の届け出状況まとめ（本文）（平成 25 年 10 月現在）』より作成。

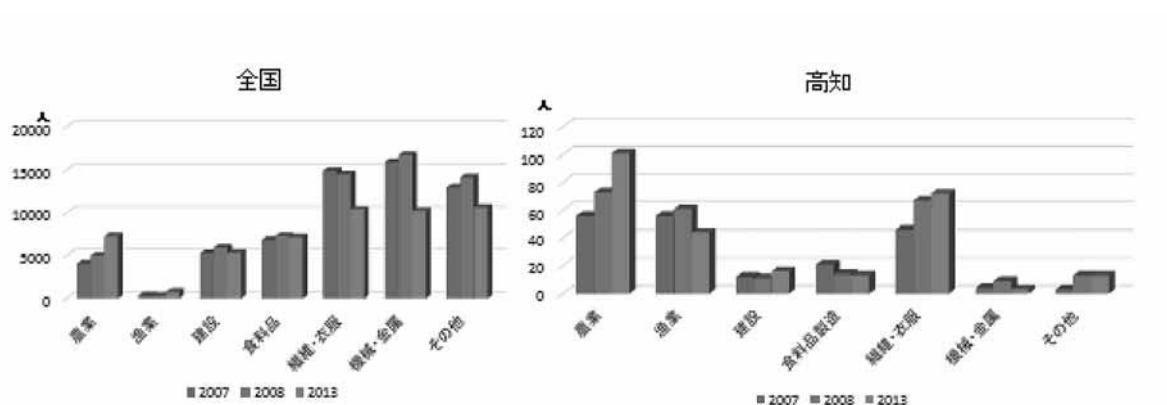
図Ⅱ－8 JITCO 支援技能実習生（１号）・研修生の職種別状況



注：１号とは１年目の実習生を指す

出所：『外国人研修・技能実習事業実施状況報告JITCO白書』（2004、2009、2014年度版）より作成

図Ⅱ－9 技能実習（２号）移行申請者の職種分野別状況



注：２号＝２年目、３年目の実習生を指す

出所：「外国人研修・技能実習事業実施状況報告 JITCO白書」（2004年、2009年、2013年度版）より作成

以上のように、日本のアパレル製造業は、外国人実習生への依存度が他の職種に比べてきわめて高く、高知県でも全国と同様の傾向が読み取れる。こうして、衣服製造業が全体的に衰退する中、海外からの「労働力」の受け入れを通じて、国際競争の中で生き残りを図ろうとしていることが分かる。では、実際の企業の現場では、どのような形で対応策を講じているのだろうか。次章では産業レベルから企業レベルに下りて検討することにする。

## 第Ⅲ章 ファスト化のインパクトと県内企業の模索

本章では、ファスト化が国内のアパレル産業や地域経済に及ぼす影響を、高知県内の2つの企業に焦点を絞って検討する。対象企業は、高知県東部・大豊町にあるスポーツウェア製造会社のオートヨと、県西部・黒潮町に位置する県内唯一のジーンズ製造企業・じいんず工房大方である。Ⅱ章でも述べたように、両者はいずれも、ミズノとビッグジョンという大手企業の工場閉鎖の影響を受けるとともに、その後様々な取り組みを通じてファスト化への適応を模索してきた企業である。グローバル化やファスト化の影響を受ける中、一体どのような対応をしてきたのか、そしてこれからの展望はどのようなのかについて、両社へのヒアリング調査に基づいて分析していく。

### 1. 株式会社オートヨ:国内生産と海外生産の同時展開<sup>18</sup>

#### 〔1〕会社の概要

株式会社オートヨは、本社を高知県長岡郡大豊町に置くユニフォーム製造企業である。1968年10月に大豊縫製として創業したのが出発点であるが、当時は、肌着などを製造しており、米国へ輸出していた。その後、巨人の星ブームで野球ユニフォームの需要が高まったところから、ミズノの四国にある分工場と契約を開始し、野球のユニフォームの生産に力を入れ始めた。こうしてミズノの協力工場として次第に規模を広げ、高知県内に工場を分散配置する一方で、本社の隣接地に流通センターを備える等、大量発送体制を整えるようになった<sup>19</sup>。



こうした経緯から、現在も、ミズノとのつながりは強く、野球のユニフォームを中心に、スポーツウェア製品の製造と販売をしている。野球のユニフォームは、年間25万着、ベースボール・シャツ<sup>20</sup>は年間約12万着を生産している。取引先は、ミズノが大半を占めているが、一部NIKE ジャパンとレワードとも行っている。今後もミズノとの取引を主軸として事業を進めていく一方、NIKE ジャパンとの取引は、現在では終了したとのことである。売上高は23億5300万円（2014年10月末）であり、ここ数年増加傾向にある。

次に従業員構成について見ていこう。従業員数は263名（平均年齢53歳程度）であり、大豊町内の工場以外に100人は香美市内の工場で働いている。従業員はほとんど地元住民であり、地域に密着した雇用を行っている。ただし、大豊町はいわゆる限界集落<sup>21</sup>が多く、

<sup>18</sup> 本節では、オートヨへのヒアリング調査（2014年11月29日）の内容に基づく。

<sup>19</sup> 「オートヨ 裁断・縫製の自動化に力（ウォッチング四国の企業）」『日本経済新聞』1994年1月15日付。

<sup>20</sup> 野球の練習着のことで、ユニフォームとは異なるものである。

<sup>21</sup> 限界集落とは、社会学者の大野晃が提唱した概念であり、65歳以上の高齢者が集落人口の

高齢化が進んでいるため、オートヨの従業員の平均年齢も高くなる傾向にあるという。このような中、前章でも触れた外国人技能実習生を導入しており、現在は 31 名を受け入れているという。実習生は、全員中国出身である。

## 〔2〕ミズノの工場閉鎖を受けて

前章で述べたように、2010 年にミズノの子会社が太田町から撤退し、町内では波紋をもたらした。これに対して、オートヨはどのように対応してきたのだろうか。

まず、それまでの過程を把握するため、ミズノの子会社のおおまかな動きを紹介しよう。

- ・ 1989 年 ミズノインダストリー高知が太田町大砂子に移転
- ・ 1989 年 インフラの整備に伴い、太田町小川に移転
- ・ 2010 年 ミズノインダストリー氷上（兵庫県のミズノグループ）との統合のため高知から撤退<sup>22</sup>

そもそもミズノが四国に目を向けた理由は、四国は最低賃金が他の地域よりも低かったためであるという。しかし、1990 年代に入ると、安いモノを大量に作るファスト化の傾向が、アパレル業界で表れるようになった。とりわけ、NIKE やユニクロ、GAP などの SPA に象徴されるように、大量生産によってコストを削減し、早くより安い服を売るというファストなタイプの多国籍ブランド企業の出現に伴って、市場の競争が激化したのである。これにより、多くの日本企業が人件費の安い東南アジアや中国に進出する反面、国内の多くの工場が閉鎖されるようになった。



ミズノも同様に、この時期から海外に拠点を移し始め、海外工場への生産シフトと国内工場の集約化を背景に、2010 年に太田から撤退することになったのである。これに伴って、同工場で働いていた離職者は、統合された新会社に移籍するか、県の求人情報の提供などを通じて別会社へ再就職せざるをえなくなったのである。

これに対して、オートヨは、閉鎖したミズノの工場（太田町小川）の施設をそのまま引き継いで操業を継続し、そこで働いていた 19 名をオートヨは受け入れることを決めた。

このようにオートヨは、ミズノとの関係を基盤に、現在も国内生産が縮小するアパレル業界の中で、地域の生産基盤を維持しているのである。

---

半数を超え、冠婚葬祭をはじめ田役、道役などの社会的共同生活の維持が困難な状態に置かれている集落のことを指す。詳しくは大野晃『限界集落と地域再生』高知新聞社、2008 年を参照。

<sup>22</sup> 「ミズノ子会社 太田町撤退 9 月末 地元雇用や税収影響」『高知新聞』2010 年 6 月 10 日付。

### 〔3〕オートヨの海外進出

もっともオートヨは、大豊町内だけで生産を行っているわけではない。今では県内だけでなく、海外生産にも乗り出すようになったのが注目される。そこで、オートヨの海外での生産事業について述べよう。

そもそもオートヨは、ミズノの海外シフトに合わせる形で、1994 年頃から海外進出の検討を始めていたという。当時の計画は、まず中国で合弁生産に乗り出し、将来はベトナムでの生産にも乗り出す予定であったそうである。中国では野球のユニフォームや練習ウェアなど低価格な定番品が中心になる見込みで、合弁先の選定や原料仕入れ方法などを進めていたという<sup>23</sup>。そして、こうした準備段階を経て、ついにオートヨは 2001 年から中国で生産を開始するようになった。進出形態は、現地子会社の設立ではなく、現地の工場の「ライン借り」<sup>24</sup>という形で展開していった。

しかし、2000 年代に入ると、中国でも経済発展の影響で人件費の高騰が進み、経営が難しくなっていた。また、中国では、日本への輸出の際に特別関税がかかり、例えばニット 1 枚につき 100 円の関税がかかるため、輸出コストが上乗せされるというデメリットもあった。この 2 つの影響ゆえに、ついにオートヨは、2014 年で中国事業の撤退を決断した。

とはいえ、これは、海外生産からの撤退ではなかった。中国の代わりに、2012 年からは生産拠点をインドネシアのジャカルタに移すことにしたのである。オートヨは、マツオカコーポレーションという商社を仲介とし、インドネシア国内の GISTEX とライン借り契約を交わし、新たに生産をスタートさせたのである。ライン借りの場合、地代や建設費がかからないため、直接投資と比べてコストがかからず、進出・撤退も容易であるという利点がある。加えて、インドネシアには中国のような特別関税がかからず、人件費も安いというメリットがあった。こうして、オートヨの現在の生産体制は、国内生産 7 割に対して、海外生産が 3 割を占めるようになっている。

しかし、インドネシアでの生産も安泰というわけではない。中国同様、インドネシアでも経済発展が急速に進んでおり、インフラ整備に伴い、首都などの都市部では人件費や物価が高騰しているからである。このため、オートヨは、ジャカルタで行っている現在の生産拠点を同じジャワ島内のより人件費の安い地域へ移転する可能性も考えているという。

このように、オートヨは大豊町内での生産を中心に事業展開を進めている一方、ファスト化の影響を受けつつ、量産品についてはコストの安い海外生産を拡充することで効率化を図っていることがわかる。

### 〔4〕岐路に立つ中国人実習生への依存

加えて、オートヨでは、ファスト化への適応手段として、県内工場で外国人実習生の受け入れも行ってきた。まず、オートヨが外国人実習生の受け入れ始めた背景とプロセスについて見てみよう。

オートヨが実習生の受け入れを開始したのは、2000 年度からである。高知県は、中国の

<sup>23</sup> 「オートヨ、野球用衣料品など中国で合弁生産、年内にも計画詰め」『日本経済新聞』1994 年 1 月 29 日付。

<sup>24</sup> ライン借りとは、工場を所有している会社から、工場内の生産ラインだけを借りて生産を行う方式のことである。

安徽省と姉妹都市の関係にあったことから、同省蕪湖市にある蕪湖市外経服務有限公司から、高知県アパレル協同組合を通して受け入れを始めたのである。その後、毎年受け入れを行い、累計で 330 人に上るとのことである<sup>25</sup>。

実習生の選定は、まずアパレル組合と受け入れ企業の代表が安徽省を訪れ、候補生に対して技能テストや面接を基に行う。そして、選ばれた中国人候補生は、中国の上記企業で日本文化と言語をある程度学んで来日する。来日後は、各企業に割り当てられ、最大 3 年間、現場で仕事に従事する。なお、手当は、高知県の最低賃金＋残業代が支払われるという。また、滞在中の住居については、会社の近くの社員寮を改築したアパートで集団生活を行うとともに、休日には高知市へ買い物に連れて行き、パソコンや家電製品を購入するとのことである。ちなみに、寮費は手当から 5,000 円程度控除するとのことであった。

関係者によると、受け入れ当時の実習生はよく働き、お金を稼ぐために必死になってくれたため、非常に助かっていたという。特に、大豊町では過疎高齢化が進み、日本人の平均年齢が上昇し、人を集めるのが難しくなっていたため、実習生は日本人の補完的役割を果たしていた。また、日本人よりも、若干給料が低く、コスト削減ができるという点でも、企業にとっての利点はあったといえる<sup>26</sup>。

ところが、外国人実習生の受け入れにも、最近では重大な問題が生じている。第 1 に、実習生は最長 3 年間の滞在であるため、期間終了後には帰国しなければならないという点である。仕事に慣れてきた時点で帰国するため、継続的な雇用が難しいのである。第 2 に、来日する実習生の応募が少なくなり、若い実習生が来なくなっているという点である。受け入れ当初は、30 歳未満を対象にしていたため、20 歳代の実習生が多かったものの、その後は中国国内の経済発展を背景に、わざわざ日本に来なくても十分に稼げる場所が生まれてきているため、若い実習生を集めるのが難しくなっているのである。実際、実習生の平均年齢は 40 歳を上回るとともに、労働意欲にも変化が見られ、近年では途中で帰国する人もいるという。このように人員不足を補っていた外国人実習生は、現在では送出側の状況変化によって岐路を迎えており、ピーク時には 45 名いた実習生も、年々減少しているとのことであった。

この問題の解決策として、中国以外からの実習生の受け入れも考えられるが、国籍が違う実習生を同じ職場に置くとトラブルが発生しやすくなると考え、オートヨではむしろ外国人実習生の受け入れ自体を年々減少させているという。それに代わる方法が、1 つは上記の海外生産であり、もう 1 つが地元の若者の採用である。最近、オートヨでは、地元高校生の採用を開始しており、現在 4 人が働いている。高齢化が進む地域での労働力確保は厳しい状況にあるものの、地元の若者の積極採用を通じて雇用の確保を模索しているのである。

#### 〔5〕オートヨの企業戦略とこれから

最後に、オートヨの今後の戦略と展望について述べよう。

<sup>25</sup> 高知県アパレル協同組合でのヒアリング調査（2014 年 12 月 8 日）に基づく。

<sup>26</sup> 高知県アパレル協同組合でのヒアリング調査（2014 年 12 月 8 日）に基づく。

第1の戦略は、特殊なオーダーにも柔軟に対応することによって、消費者の満足度を獲得することである。例えば、プロ野球のユニフォームの生産は、個人個人によってサイズやこだわりがあるため、1人1人違うユニフォームを作らなければならない。このような特殊なオーダーでも対応できる設備や技術力を持ち続けるのがオートヨの強みである。特に、野球ユニフォーム用に改良を加えた特殊ミシンやアタッチメントの開発、コンピューターを利用した型紙設計（CAD）・裁断（CAM）などの設備を整えることで効率を上げ、最適な生産体制をとっている<sup>27</sup>。



第2に、フレキシブルな生産システムを通じて、臨時オーダーにも迅速に対応することである。例えば、高校野球では、甲子園への進出が決まると、新しいユニフォームを作るのが一般的であるが、県予選と全国大会の日程が詰まっている場合、超短期（2～3日）で生産を行わなければならない。このようなオーダーに対しても、オートヨは納期に間に合わせる事ができるため、消費者やミズノなどの会社からの信頼度は高いという。

第3に、付加価値の高いモノは国内で生産し、量産品は海外で生産するという形で、コスト削減と効率化を図ることである。オートヨでは、プロ野球選手の特注ユニフォームやWB日本代表のユニフォームを製造しているが、これらは高い技術を要するため、国内で生産を続けるものの、大量生産できるモノは海外にシフトすることによって、企業の生き残りや国内生産を維持を図ろうとしている。

最後に、今後の展望について述べよう。オートヨが生産している野球のユニフォーム事業は、需要の急激な変動はないといわれる。したがって、ミズノとの契約が続く限り、今後もユニフォームを主軸にしながら安定的に事業を進めていくことが考えられる。しかし、県内の高齢化と外国人実習生という二重の労働力問題を考慮すると、今後は国内＝県内での事業拡大は難しく、海外を次第に重視していくことが予想される。ファスト化の流れの中でのオートヨ自身の多国籍化は、大豊町をはじめとする地域に一体どのような影響をもたらすのだろうか。今後も注目して見ていく必要があるだろう。

## 2. じいんず工房大方：工場閉鎖からの再起を経て、独自ブランドの確立へ<sup>28</sup>

### 〔1〕じいんず工房大方の概要

黒潮町大方にあるじいんず工房大方（以下、じいんず工房と略す）は、県内唯一のジーンズ専門工場であり、自社ブランドである「isa」製品の製造・販売と、他社メーカー製品の委託生産を行っている。「isa」ブランド製品は、すべて自社工場で企画・製造され、そこで使われる生地や縫製糸などの資材は全て日本製のものという、純国産にこだわりを持

<sup>27</sup> 「おらんく Biz『四国の技 ものづくりの現場から』（27） 野球ユニホームオートヨ（大豊町） 品質とスピード強み」『高知新聞』2012年5月3日付。

<sup>28</sup> 本節は、じいんず工房大方でのヒアリング（2014年10月27日）に基づいている。

つメーカーである。そのようなじいんず工房大方の誕生当初の苦悩や現在の挑戦について、ここでは論じてみたい。

まず、歴史をさかのぼって紹介しよう。じいんず工房の前身は、1965年に設立された「マルオ被服大方工場」である。当時は、大手ジーンズメーカー・ビッグジョンの系列で、1974年にビッグジョンの現地法人へと転換した。その後、現在の場所に工場を移し、1985年には「大方縫製工場」に名称を変更し、ビッグジョンの100%子会社となった。



このように、ビッグジョンの専業委託工場として長年稼働してきたが、2002年に、本社の業績悪化の理由から、本社で年頭会議があった同年1月15日に「大方工場を閉鎖し、海外に生産を移す」と、突然切り出されたという。本社側によると、「これまで大方工場に他工場の仕事を回すなどしてきたが、このままだと本社の維持さえ厳しい。ぎりぎりまで存続を模索した上での苦渋の選択」と説明している。こうして、大方工場は、当時黒字であったにもかかわらず閉鎖され、地元雇用の約100名が職を失う一方、ビッグジョンはさらなる低コストを求めて生産拠点を海外にシフトしていった<sup>29</sup>。

これに対して、現在の社長が、「地元でのジーンズ生産と雇用を維持し、工場を続けたい」という強い思いから、工場の再起に向けて奔走し、2002年に現在のじいんず工房大方を設立したのである。社長によると、再建当時、工場には機械や設備がそのまま残っていたため、新しく工場を建設する必要もなく、雇用の面でも十分集められるだろうと考えていたそうである。ところが、実際には容易な作業ではなかった。例えば、従業員は募集してもなかなか集まらず、わずか15名という人数で再スタートを切らざるを得なかったのである。そのため、工場の維持費に見合うような生産ができず、再建当初は赤字が続き、最初の年は補助金を獲得するために駆け廻ったという。「もう少し慎重にスタートするべきだった」という感想を社長は述べていたが、その後は企画会社との契約を取りながら、2009年からは独自ブランド製品の販売を、さらに2010年からは楽天でのネット販売を開始したことによって、徐々に経営を軌道に乗せることができるようになった。

## 〔2〕工場再建から独自ブランドの展開へ

では、このようなスタートを切ったじいんず工房は、どのようにして安定していったのであろうか。次の3つのポイントに着目しながら検討してみよう。

<sup>29</sup> 「ビッグジョン大方 来月閉鎖 衣料不況が直撃 100人の雇用危機」『高知新聞』2002年2月14日付。



まず第1のポイントが、外国人実習生の受け入れである。上で述べたように、再び工場を稼働し始めたものの、当初は従業員が集まらないという大きな問題を抱えていた。そこで、2007年より四国アパレル協同組合を通して、外国人実習生の受け入れを開始したのである。現在も、全従業員38名のうち実習生は14名と、約4割を占めている。彼女たちは、全員中国人女性であり、平均年齢は41歳と、日本人従業員の平均年齢55歳に比べて10歳以上若い。



賃金は、高知県の最低賃金ほどである一方、日本人は最低賃金よりも少し高めであるため、労働力・コスト面において実習生の役割は欠かせないといえる。

第2のポイントは、自社独自のブランド構築と販路拡大を積極的に行っていることである。じいんず工房は、ジーンズの企画会社との契約に加えて、委託生産の立場の弱さを克服すべく、自社ブランドを開拓してきた。自社ブランド製品は、一時期高知市で直営店舗を構えていたものの、店舗の立て替えとともに現在は行っておらず、今では自社にある直販ショップ「Shallot Farm」と、インターネット販売の2種類の方法で販売している。工場が再稼働した初めの年は、製品がほとんど売れなかったそうだが、その後TVでのCMやラジオ放送、地元イベントであるTシャツアート展への出展、地元の高校生とのコラボなどで徐々に認知を上げていく。さらに、4年前から楽天と契約店舗を結び、以前よりネット販売に力を入れることで、売り上げは徐々に伸び、その額は月に約200万円にまで上がったそうである。現在でもそういった販路拡大に向けて広報活動を行っており、取引先の企画会社も徐々に増えてきている。

その結果、独自ブランドの比率がこの間増えてきた。じいんず工房は、企画会社の他に、かつての取引先であるビッグジョンとも再び取引を行う等、委託生産を続けている。これは、中国の人件費高騰に伴う国内生産回帰の一環であり、かつてのように年々取引価格の引き下げを要請されることもなくなり、見積もりに基づく契約になってきているそうである。だが、以前と比べて受注量は50%と、量的には限られており、依然厳しい状態にある。その分、自社ブランド「isa」製品の比重が高まっており、今では委託生産が8割に対して、自社ブランドが2割まで上がってきている。

第3に、ものづくりへのこだわりである。「isa」製品は、全て日本製の生地と糸を使用しており、また製造に関わる従業員は、非常に高い技術を持っている。そのため、製品の質も、技術面においても、いつでも安定した安心の製品を作ることができるという強みもっている。「isa」ブランドのメインターゲットは40～50代の男性であるが、海外の安いメーカーとの競争は考えず、本当の意味でのMade in Japanに強いこだわりを持っているからこそ、その品質や信頼性がメインターゲット以外の消費者をもひきつけている。

以上の3つのポイントが、じいんず工房大方の製品の売り上げを伸ばし、経営を安定させることができるようになった理由である。その一方で、課題も存在する。最大の問題点

は、実習生の受け入れである。これまで継続して中国人実習生の受け入れを行ってきたが、中国では経済発展の影響で人件費が高騰するとともに、日本へ来るよりも国内で仕事に就く傾向がみられるようになったという。それと並行して、実習生の労働意欲も変化し、途中で中国に帰ってしまう人もいそうである。その結果、上で述べたように、実習生の平均年齢も 40 歳を超えるようになり、十分な人材を確保できなくなってきた。そのため、2015 年からは中国からの受け入れをストップし、新たにミャンマーから実習生を受け入れる予定にしたとのことである。このように、従業員を確保するための外国人技能実習生の導入は、現地の経済事情の変化に左右されることが多く、それを続けるためには調達先をさらに遠方にまで延ばす必要が出ているのである。

このような中、じいんず工房では、自社ブランド製品の割合をさらに大きくすることや、こだわりを持つ人のオーダーメイド商品を作ることなどの取り組みが、今後の展望として挙げられた。また、こうした取り組みの一環として、ジーンズを利用した多角化にも取り組み始めている。その一例が、吾川郡いの町の畳屋「畳いけうえ」とのコラボレーションである。2014 年 2 月から「畳いけうえ」のオリジナルの“土佐柄縁”を活用したバッグの生産を試み、同年 11 月下旬に高知市で開かれた「ものづくり総合技術展」では約 30 点の注文を受ける等、バッグは好評だという<sup>30</sup>。

以上のように、工場閉鎖から厳しい再建を経て、自社ブランドを確立するために様々な手法を凝らして事業展開を図るじいんず工房は、ファッションのファスト化の中で、グローバルな労働とローカルなものづくりを組み合わせながら独自の適応をしているといえるだろう。

## 補論 スカイ電子<sup>31</sup>

本章では、ファスト化の中で工場閉鎖に直面した 2 つの会社の新展開に注目してきた。ただし、工場閉鎖の影響は、アパレル産業だけにとどまらない。高知県では、他の業種でも、工場閉鎖や契約打ち切り等の影響を被ったケースがいくつか存在する。そこで、今回の調査テーマの補論として、先に述べたオートヨとじいんず工房に加えて、電気・電子関連業界の株式会社スカイ電子のケースを取り上げたい。同社も、取引先の県外企業の工場問題への対応という点が他の 2 社と共通しているからである。

スカイ電子は、1987 年に設立した、精密コイルや空芯コイルの専門メーカーである。また、こうした中核事業を土台に、最近では環境問題に対応したマイクロ発電機や小型風力発電機、自転車発電機、防災用小型発電機のアウターローター発電機等の開発・販売も展



<sup>30</sup> 「“土佐柄へり” バッグ好評」『高知新聞』2015 年 1 月 11 日付。

<sup>31</sup> ここでは、スカイ電子の代表取締役である廣林孝一氏へのヒアリング(2014 年 10 月 27 日)に基づく

開し、全国的に注目を集めている。会社の所在地は、四万十町窪川にあり、資本金が 3700 万円、年商が 1 億 1600 万円である。従業員数は 17 人、そのうち 13 人が窪川の工場、他の 4 人は鳥取県にある米子研究所で働いており、従業員は地元住民が中心である。

なぜ窪川のような大都市市場から離れた土地に設立したのかについて質問したところ、代表取締役の廣林氏が元々勤めていた松下寿電子から高知県に派遣された経緯があり、その後スピンオフして独立するとともに、自宅を会社の近くに建て、ゆっくりやろうと決断したことにある。立ち上げた会社の事業内容については、前に勤めていた会社で巻き線型抵抗器の開発や内外の新工場立ち上げに携わった経験を持っていたため、抵抗器の知識を生かせるコイルをスカイ電子の事業分野に選んだという。また、当時はコイルの会社は少なく、需要があったというのも、選択の理由であったという。

立ち上げ当初はコイル事業は順調で、1986 年に生産量がピークとなり、およそ月 600 万個のコイルを製造していた。コイルを小さくして輸送コスト削減と大量生産を可能にしたり、鋳物業者やメッキ業者など外部の業者に委託して分業を図りながら、大量生産を展開していった。ところが、取引先のパナソニック等がその後相次いで海外進出したため、国内での仕事量が急減し、約 60 人いた従業員も 2001～2002 年にかけて削減する等、会社の立て直しには様々な困難があったという。このような中で同社が注目したのが、風力や水力といった発電機であった。補助金を用いながら、人員と専門的な知識・技術の獲得に時間を要しながらも、小型発電機の性能が注目され、着々と業績を伸ばしていった。1996 年からはホームページを活用しながら業界内の口コミが広まっていった。

発電機は、年間およそ 300～350 台程度を販売しており、主な販売先はコイル（関東が大半）と同様、ほぼ県外である。他に、風車のブレーキ、垂柱型風力発電機の開発・試作・販売、20kw の発電機等の販売も行っている。実は、このようなコイルから風力発電などの様々な分野に進出できたポイントは、スカイ電子の持っている巻き線という技術であった。人の髪の毛よりも細く、人の目では見えない 10 ミクロンの銅線を正確に巻くという高い技術があったからこそ、事業の幅を広げることが出来たのである。なお、遠隔地での販売は窪川からでは困難であるのではないかとという質問に対しては、宅急便や FAX などのサービスの充実によって助けられているという。

スカイ電子の現在の課題は、販売市場が育っていないため、市場の拡大をいかに進めるかである。例えば、風力で発電した電力を買い取る制度の確立・拡大を目指しているという。また技術面では、風力発電から売電するときに逆流を防ぐトランスの開発も必要だとのことである。こうして、窪川を拠点に開発・販売を続けることが、現在の課題であるとのことであった。他方で、取引先であった大手電機メーカーの海外進出にあわせて、一時期タイで合弁製造をしていた時期もあったが、現在は撤退しており、海外進出の必要性は今のところないとのことであった。それよりも、もっと国内での需要を高めることが重要であると語っていた。

社長の廣林氏によると、「モノづくりでは負けたくないという強い意志が会社の誇りであり、対応力にも自信がある」と話しており、大きな注文が急に入っても、すぐに取り組み納期に間に合うことができるとのことであった。このように、スカイ電子からは、技術力を基盤に国内で事業を継続することが重要なカギであることが浮かび上がってきたといえる。

## 第Ⅳ章 おわりに

### 1. 調査から見てきたこと

本書では、アパレル業界のファスト化の影響と適応について、県内企業の動向を中心に分析してきた。最後に、これまでに明らかになった内容をまとめよう。

第Ⅰ章で述べたように、日本のアパレル産業は、1990年代以降海外シフトが進み、今では市場の大半が輸入品で占められるようになっている。そして、国内のアパレル製造業は、多国籍ブランド企業が主導する安価な製品輸入と工場閉鎖・契約打ち切りを背景に、工場や雇用の激減に見舞われている。高知県の企業も例外ではなく、アパレル産業ではミズノとビッグジョンという大手企業の事業所閉鎖に直面し、関係者や地域の人に大きな影響をもたらした。では、こうしたファスト化に対して、県内企業はどのように適応しようとしてきたのだろうか。

表Ⅳ－1は、今回調査を行ったオートヨとじいんず工房の特徴をまとめたものである。ここからいえることは、次のとおりである。まず第1に、今回の調査対象企業は、いずれも大手企業の撤退後、その工場を引き継ぐことによって工場を再建したという点である。多国籍ブランド企業は、採算重視で生産拠点をアジアへ移すことができるが、地元の関係者はその土地を離れることができない。その意味で、工場閉鎖の危機から再稼動への展開は、地域経済や住民にとっていかに重要な役割を果たしてきたのかがうかがえる。

第2に、ファスト化への適応方法として、地元生産を維持しつつも、独自にグローバル化にも着手している点である。例えば、生産の展開方法としては、オートヨが契約先のミズノにあわせる形で、短納期・高度熟練品を県内で維持する一方、練習着等の量産品は海外へシフトさせている。また、労働力では、両社とも中国から技能実習生を受け入れ、労働力不足やコスト面での対応を図ってきた点で共通している。

表Ⅳ－1 ヒアリング調査結果

|          | オートヨ                     | じいんず工房大方                  |
|----------|--------------------------|---------------------------|
| 工場閉鎖後の対応 | ミズノの閉鎖した工場の継承            | ビッグジョンの工場閉鎖後に工場を再建        |
| 生産展開     | 国内＋海外                    | 国内                        |
| 労働力      | 外国人実習生の減少（中国人）、高卒人材の積極採用 | 外国人実習生（供給地を中国からミャンマーへシフト） |
| 販売方法     | ミズノに依存                   | 委託生産＋オリジナルブランド商品の生産       |

出所：オートヨヒアリング（2014年11月29日）、じいんず工房ヒアリング（2014年10月28日）より作成。

ただし、こうしたグローバル化戦略も、海外の経済事情の影響を受けるため、一定の限界があるというのが第3のポイントである。例えば、オートヨは、当初は中国へライン借りの形で進出していたが、現地での人件費上昇によって中国からインドネシアへシフトをせざるを得なくなっている。また、労働力についても、中国の経済発展に伴い、労働力として期待してきた実習生の確保が年々難しくなっている。このような中、オートヨは実習生の受け入れコストを考慮して年々依存度を下げ、代わりに高卒の人材の採用を行うと同時に海外生産の比重を高めている。一方、じいんず工房は、引き続き実習生に依存しているものの、その供給源を中国からさらにミャンマーへと移す形で対応しているのである。

最後に、生産面だけでなく、販売面でも新たな特徴が表れるようになった点も無視できない。特に、じいんず工房は、独自ブランドをインターネット販売によって開拓し、ファスト化に晒されやすい委託生産の不安定性を抑えようとしている。その際のカギは、原料や生産において Made in Kochi や Made in Japan にこだわり、国内の高い技術を維持しようとする戦略である。

## 2. ファスト化がもたらす持続不可能な世界

以上より、各社のファスト化に対する適応状況が明らかになった。だが、海外生産の拡大や外国人実習生の導入を通じて適応を図る方法は、どこまで続けることが出来るのだろうか。

例えば、海外生産の比重が拡大すると、県内での生産・雇用・税収面に負の影響が出る事が予想される。また、外国人実習生の受け入れについても、供給源を変えながら今後何十年間も続くとは考えにくい。そもそも、こうした流れを作り出している多国籍ブランド企業の行動様式に、もっと目を光らせる必要があるのではないだろうか。

現在、多国籍ブランド企業は、安価な労働力を求めて、日本から中国、さらにはインドネシアやバングラデシュへと委託拠点を移してきている。しかし、生産拠点では、第1章で紹介したように過酷な労働を強いられている。また、経済成長が進んで賃金水準が上昇すると、新たな拠点工場も閉鎖され、工場労働に従事していた人々は職を失うことになる。つまりファスト化によって工場の閉鎖は国境を越えて繰り返され、それとともに残された地域は衰退する。たとえ残された地域では、外国人労働力を導入しても、このような変化によって供給源も変化し、労働力供給が続かなくなる。つまり、現在のファスト化するファッション業界は、間違いなく持続可能ではないと考えられる。

また、ファスト化の影響は、国内外の生産現場の翻弄をもたらすだけではない。ファスト化は、大量生産・大量消費をもたらす結果、モノの飽和化、急速な陳腐化、使い捨て文化の普及など、様々な悪影響をもたらしている。つまり、ファスト化による大量生産・大量消費はいつまでも可能なわけではない<sup>32</sup>。衣料品の生産に欠かせない労働力や資源も無限にあるわけではないことに目を向けなければならない。

---

<sup>32</sup> この点は、Elizabeth L. Cline, *Overdressed: The Shockingly High Cost of Cheap Fashion*, Portfolio/Penguin, 2012（鈴木素子訳『ファストファッション―クローゼットの中の憂鬱―』春秋社、2014年）を参照。

### 3. 「エシカルファッション」という視点

このような現状に対するオルタナティブとして、「エシカルファッション」という考え方が、最近注目されている。「エシカルファッション」とは、単に安価で便利なモノの追求ではなく、エシカル（ethical）な視点を重視したファッションのことである。例えば、製造過程では環境に配慮したオーガニックな素材が用いられているか、労働者が適切な労働環境で製造に携わっているか等にスポットを当てることで、消費者はそうした製造過程を知ることができ、自分が身につけている衣服の社会的背景についての認識の向上と消費行動の変革をもたらすようになる<sup>33</sup>。このような考え方は、フェアトレード・ファッションを牽引するピープルツリーや<sup>34</sup>、エシカルファッション・ジャパンの設立等を通して、日本でも徐々に広まりつつある。最近では、ユナイテッド・アローズが、アフリカで手作業により作られた織物のバッグやコットン・ジャケットを販売し、社会貢献やエシカルな消費の推進を目指すといったケースも出てきている<sup>35</sup>。

これまで私たちは、「ファッションのファスト化」をキーワードに、高知県で工場閉鎖に直面した企業とその後の適応について見てきた。そこからファスト化という厳しい状況の中、工場を再建・継承し、地域でのものづくりに苦闘している状況が明らかになった。確かに、ファスト化の流れにあわせて、企業自体のグローバル化が進んでいる。それでも、“made in japan” “made in kochi” にこだわり、蓄積した技術を維持しながら地域に根づいた事業を展開している。こうした状況を認識すれば、服に対する考え方も変わるのではないだろうか。

皆さんは服を買うとき、どんなお店で買いますか？

お気に入りのブランドやお店はありますか？

皆さんが着ている服は、どこで、誰が、どのようにして作ったものですか？

ぜひ、消費者として服を買うときも、このような問いかけをもちながら、私たちは行動する必要があるのではないだろうか。

---

<sup>33</sup> 詳しくは、エシカルファッション・ジャパン（EFJ）ウェブサイト参照（<http://www.ethicalfashionjapan.com>、2015年1月29日閲覧）。

<sup>34</sup> ピープルツリー・ウェブサイト（<http://www.peopletree.co.jp/index.html>）。

<sup>35</sup> 「日本でも機運高まる『エシカルファッション』」『朝日新聞』2014年5月26日付。

## 編集後記と執筆分担

### 大西 英理子（序章・第Ⅰ章1）

この一年間ファストファッションについて調査できて、とっても楽しかった。本や資料を読んだり、現地調査をすることで、ファストファッションが様々な影響を日本に及ぼしていることが分かった。また、その影響により日本の繊維業界が外国人労働者を雇って、今日の経済を切り抜けているということには驚いた。この調査から学んだことを生かして、よりよい世界を築き上げるために消費者の一人としてベストな選択をしていきたいと思う。

最後にこの調査にご協力してくださった皆様、岩佐先生、ゼミのメンバーありがとうございました。

### 射場 裕子（第Ⅰ章2）

今回、ファストファッションをテーマに、調査していくうちに、ファストファッションの良さは何なのか疑問に思いました。安い商品が気軽に手に入り、たくさん買えることは嬉しいことですが、わたしは、そんな生活の中で服への愛着を失ってしまっていることに気付きました。毎日、わたしたちは服を着るのだから、そのひとつひとつをやはり大事にしなければならないと思いました。また、海外の輸入によるものが大半である中で、高知の地元企業の活躍がとても素敵だと思いました。しかし、その裏には労働者問題など、解決しなければならないこともあるという実態があることも分かりました。

最後に、この活動を通して協力してくださった方々、岩佐和幸先生、ゼミのメンバーには感謝しています。ありがとうございました。



### 遠藤 綾乃（第Ⅱ章1）

このゼミはフィールドワークが多いとは聞いていました。今回はじめてファストファッションについて調査する事になりヒアリング調査をはじめ様々な場所に行つての調査でははじめ緊張していました。しかしゼミの皆さんや先生が様々な面でフォローをしていただきとても助かりました。初めてファストファッションの現状と衣類の国内の輸入浸透をみることとなり、私たちが今身につけているものがどのように作られているのか、国内生産なのか、国内生産ならばどういった背景の下に作られているのか考えながら衣服を買うことが大事なのではないかと思うきっかけになりました。本当に必要なのか、買わなくてもいいものではないかと吟味しながら買っていくことが大切だと感じました。ファストファッション以外にもほかの場面でも様々な事に興味を持って生活を送っていければと思います。今回ファストファッションの調査にご協力いただいた方々また、岩佐先生またゼミの皆さんに感謝します。

### 館林 史佳（第Ⅱ章2）

今回のこの岩佐ゼミで、高知のアパレルについて調査してみて、普段普通に暮らしているだけじゃ決して気づかなかつたようなことを知ることができました。また、この調査で1番印象に残っているのは、高知の奥地で、様々な思いを抱えながら頑張っている従業員のみなさんの熱意を感じられたことです。ファストファッションの影響により、高知のアパレルが衰退しているのは顕著ですが、私たちが出会つたような熱い思いを持っている人たちがいる限り、回復の余地があるのではないかと思います。

今回が大学生にはじめてのフィールドワークということで、最初はとまどうこともたくさんありましたが、先生や先輩、また同学年のみなで協力して調査できたことは、これからもつながる良い経験になったと思います。今回の調査で、学んだ事、感じた事、疑問に思つたことなどを次のフィールドワークにつなげていきたいです。

最後に、調査する上でお世話になりました調査先のみなさん、岩佐先生、ゼミのメンバー、ほんとうにありがとうございました。

### 池原 健（第Ⅱ章3）

私の調査活動が始まったのは、労働局のヒアリングからでした。外国人労働者の方の高知県における実態についての調査です。そこから浮かび上がってきたのが技能実習制度でした。そして技能実習生に焦点を当てて調査を進めるにつれ、高知県の、あるいは全国のアパレル産業の厳しい状況を知ることになりました。実際に企業などに訪問して、当事者の方から生の事情を聞かせてもらうことは、本などから得られる情報とは少し違う現実味がありました。今まで、グローバル化だとか労働などの問題についてレポートを書いたりすることがありましたが、その時の私は、それらの問題についてどこか俯瞰するような姿勢で自分の意見を整理していたように思います。表面的な問題点を指摘して整理するだけでした。しかし、今回のヒアリング調査をしてみて、本当に目を向けないといけないのはもっと細かな部分であり、当事者の声などではないかと思うようになりました。来年は、そのような姿勢で臨みたいと思っています。



### 桑野 航気（第Ⅱ章3）

百聞は一見に如かず、と言う通り、実際に企業に伺い話を聞くことにより、本や資料を見ていたより関心を持つようになった。また、じいんず工房やオートヨでは、技能実習生が働いている姿を見学させていただき、とても貴重な経験になった。

今まで何気なく着ていた衣服に関心を持つようになったことが、私自身の中での一番の変化であると思う。今までは、服は安ければお得、ブランド品が良い、等としか考えていなかった。しかし、今回の調査からファストファッションの裏側といったものを知ることができ、その結果、年末に地元のアウトレットに行った際、衣服の製造国に注目し、作っている工場や作者のことを意識するようになった。

### 高野 秀駿（第Ⅲ章1）

ゼミ活動を通して、衰退する国内の服飾産業とグローバル化の関連性から、私たち消費者が服への価値観を改めて行く必要があるのではないかと思います。またこのテーマで取り組んだことで、実習生の問題、地域問題、グローバル化の問題など様々な視点から物事を考察でき、視野を広げられたのではないかと思います。そして、身の回りにある当たり前のことは果たして本当に正しいことなのか、問題意識を持つことの必要性もこのゼミ活動を通して学べたのではないかと思います。

また今年度は、ゼミ生の人数が多かったため、企業訪問など様々なフィールドワークを行うことができました。そのため、普段できないようなことを体験することができ、より充実したゼミ活動を行うことができたのではないかと思います。休学していたため、学年が異なるにも関わらず、受け入れてくれたゼミ生の皆さん、先生に感謝したいと思います。3 回生は来年から卒論ですが、2 回生はもう 1 年あります。1 つ下の学年を引っ張り、今年度よりもさらに良い研究ができるように頑張りたいと思います。皆さん、ありがとうございました。

### 三宮 結衣（第Ⅲ章2）

今回、高知県内の様々な繊維関連業者にヒアリング調査を行うことにより、県内でのファッションのファスト化の影響について生産者側のリアルな声と現状を知ることができました。ファッションのファスト化の影響のみならず、地元の高齢化による労働力不足などのような問題を抱えながらも、様々な対応策を考え、取り組んでいる地元の企業に、これからも注目していきたいと思います。そして、普段から自分も着用している、ファストファッションについても、もっと知識を深めていきたいです。

最後に、この報告書の作成に協力してくださった関係各所の方々、岩佐和幸先生、ゼミのメンバーには本当に感謝しています。ありがとうございました。

### 小野 大（第Ⅲ章補論）

今回ゼミでファストファッションを調査し、様々なことを学んだ。人件費の安さを求めて海外に進出したり、外国人労働者を雇ったりしている企業がある。そしてさらなるコスト削減を求めてどんどん他の国から国へと進出していくこのやり方は果たしてサステイナブルなのかと問われるとそうではないだろう。企業の利益の追求によって小さい企業はどんどん倒産していく。今回はファストファッションの調査だったが、今起きているグローバルな問題全ての根

源にこのことは共通していると感じた。

#### 浦城 明人（第四章）

実際に企業を訪問して、ヒアリング調査、工場の見学をしたことによって、現状をより深く知ることができた。例えば、じいんず工房では工場を立て直す苦勞といった話を聞く機会が持てた。さらに中国人研修生が工場内で縫製作業をする様子を見て、日本人労働者の確保が難しいといった現状を目の当たりにする機会も得ることができた。また、じいんず工房のような中小企業が独自の生産技術やブランドの確立をおこない、衣料品が安価に手に入る時代であっても自らの信念を持ってものづくりをおこなっていることも知れた。これらを知ることにより、私たちはエシカルな消費の重要性を認識する必要があるのではないかと考えた。私の家の収納ケースには、ファストファッションチェーンで買った大量の安い服が眠っているが、このような消費のしかたが本当に正しいものであるのかを問い直す必要があるのではないかと考えるきっかけとなった。



## 岩佐ゼミナール既刊報告書一覧

- 2000 年度 岐路に立つ土佐マグロ漁業 ― グローバル化の荒波の中で ―
- 2001 年度 国境を越えるショウガと国内産地の選択 ― 高知県窪川町のショウガ農家を中心に ―
- 2002 年度 自然体験型観光とまちづくりへの課題 ― 「くじらのみえる町」 大方町からの報告 ―
- 2003 年度 高知直販所物語 ― グローバからローカルへ 地産地消の取り組み ―
- 2004 年度 高知の農業の新たな主役 ― 外国人研修生と女性リーダーを中心に ―
- 2005 年度 外国人研修生と地場産業 ― 愛媛県今治市のタオル・縫製業を中心に ―
- 2006 年度 国際化する地域と外国人労働者 ― 広島県西部地域を中心に ―
- 2007 年度 国境を越える労働力と地域産業 ― 広島県江田島市のカキ養殖業と中国人研修生 ―
- 2008 年度 グローバル化する食/ローカル化する食 ― カツオ一本釣りが高知オーガニックマーケットを事例に ―
- 2009 年度 「村の直売所」 さんさん市の発展に向けて ― 日高村さんさん市活性化委員会最終報告書 ―
- ジェンダー格差をこえて ― 高知の女性の労働実態 ―
- 2010 年度 ローカリティの表現体として喫茶店と龍馬ブーム
- 2011 年度 回転寿司のグローバル化と地域 ― 高知市内の寿司業界を中心に ―
- 2012 年度 ユズ産地・高知県における加工業の発展と農家
- 2013 年度 ブレンド産地からブランド産地へ ― 隠れた名品・土佐茶の再生を求めて ―
- 越裏門&寺川魅力発掘2013 ― 越裏門・寺川プロジェクト2013年度成果報告集 ―

### ファッションのファスト化と県内企業のサバイバル

---

2015 年 3 月 20 日 発行

編集・発行 高知大学人文学部国際社会コミュニケーション学科 岩佐和幸ゼミナール  
〒780-8520 高知市曙町 2-5-1 高知大学人文学部 岩佐和幸研究室  
Tel : 088-844-8244 (研究室直通)  
Fax : 088-844-8425 (学科事務室)  
e-mail : kiwasa@cc.kochi-u.ac.jp  
<http://souls.cc.kochi-u.ac.jp/?&rf=59>

印刷 株式会社リーブル  
〒780-8040 高知市神田 2126-1 Tel : 088-837-1250

---