

着る生活を提案し、業界をリード



米沢織物

株式会社安部吉

安部 行雄

現在、日本国内の繊維産地の中で、最北の産地である当米沢産地は、皆様に存じの通り、米沢藩の十代藩主であった上杉治憲(鷹山公)が疲弊した藩財政を立て直し、民間の利殖をはかるために養蚕を奨励し、武家の内職に機織をさせたのが、その発祥といわれる。

新潟県小千谷からその技術者を招いたのが時に安永(西暦一七七七年)である。

当時長井地方にあった養蚕業を基礎とし絹織物に移行し、出羽の米沢織物として絹織物の名声をあげるが、麻織物から絹織物産地としての形態を成すまでにほぼ二十年の歳月を要したと伝えられる。寛政四年の頃である。産地の形成は現在の米沢織物を母体としてその評価は大きい。藩政時に於けるその性格は、封建経済を基礎とした保護産業であり、その起因するところも封建経済に於ける富国策としても見る事ができる。したがって発祥の経緯は、その背景と経済的要件を見ながら正當な評価が下されるべきであろうが、以来、米沢は絹織物の産地として全国に名声を

はせることとなり、明治以後も市の基幹産業として雇用機会の提供、地域コミュニティの担い手等、地域中小企業全体、ひいては地域社会全体の中核としての機能を有し、地域発展の基盤ともなり現在に至っている。

米沢織物産地の特徴は、先染絹織物の製造販売を行ってきた歴史的背景があり、産地内において、その関連業種である撚糸・染色・織物仕上・意匠・紋彫部門を包含しているとともに、流通段階である原糸商、織物買継商とも密接な連携を保ちながら総合的な織物産地を形成してきた点にある。また、昭和初期にレーヨン発祥の地として、現在のテイジン(株)の前身が米沢に創設され、レーヨンなど化学繊維の生産技術を全国に先がけて取り組む等、合化繊維物の土台形成もなされてきた経緯もある。

戦後の洋装化に伴い、昭和三十年頃より合化繊維を使用した先染婦人服地が隆盛となり、米沢産地は呉服部門と服地部門の両面産地として、その時々の変化に伴い呉服

と服地の生産シフトを行える器用な産地としての評価を得た。

このように、米沢の織物業は、伝統的な絹織物から発展し、現在は、天然繊維と化学繊維による服地、呉服の総合的なテキスタイル産地を形成している。

しかしながら、バブル経済崩壊後の長期不況、相次ぐ企業倒産、大規模なリストラ、株価の暴落、中国やアジアNIEs諸国の追い上げに伴う国際競争の一層の激化、急激な技術革新等により日本経済も混迷を深め、それに伴い、我々繊維産業を取り巻く状況も、一層厳しさを増している。

また、今般インターネット等の国際的情報化によって、大きな社会変動が促進されつつあり、豊かさ、余暇の増大、価値観の変化を背景とする生活行動様式が多様化、環境問題と関連したエコロジー重視の傾向等、これらの変化は、あまりにも複雑かつ大規模で進行し、その方向は見定めがたい。ただ、確かなのは、サービスと情報に基礎を置き、知識と

技術が成長発展の軸となる脱工業化社会の形式という方向で、国際的に産業構造の高度化と組織や市場の再編成が急テンポで進展しており、しかもこの再編成が発展途上国の追い上げ、先進国からの輸入の増大等国際的規模での産業調整という形でさらに加速されていくと言つことである。

我が国の繊維産業は、こうした国際間の産業調整の打撃を最も厳しく受けている産業であり、いまその消長をかけて問われている課題は、繊維産業全体として、すぐれて加工度の高い構造をつくりあげること、ファッション産業として我が国の産業構造の高度化に適応して行くことである。消費者の衣服に対する欲求は、生活必需的なミニマムレベルから生活享乐的な文化的レベルに至るまで幅広いが、現在では、ミニマムレベルを脱し、かなり高度な文化的レベルで一般化している。価値観の変化が進展し、こころとか美とかセンスというような精神的表現が重視されていくにつれ、「着ること」「おしゃれ」が男女を問わず、ますます生活上の重要な要素となつて行く。そして、高度化社会では消費者のそうした欲求を満たすものが、具体的に何なのかは、消費者自身も分からない。こうしたニーズを先取りして具体的に商品開発をすることはもちろん、消費者を啓発し、説得する事、つまり、良い商品を作るにとどまらず、「着る生活」そのものを提案しリードして行くという挑戦的課題が常につきまといっている。

ところで、産地にとって重要なことは、こうした時代のすう勢を産地の規模に比例して受容することではなく、市場における産地のシェアそのものをいかに拡大して行くかであり、その可能性を徹底的に追究して行く事

である。

例えば、呉服分野では、着物のフォーマル市場に対してカジュアル市場は、着物が日常の衣服として回復しない限り、洋装との競合に勝てないとされるが、二十一世紀になれば、経済価値よりも文化価値がさらに強く求められ、またその中で、着物の美と役割が再認識されて来るであろうし、さらに、余暇時間の増大による生活全体の自由化、個性化が原動力となつて、フォーマル性と日常性の同質化、儀式着のカジュアル化、日常着のフォーマル着化といった両方向での変化が起こってくるであろう。近年来見られる「ゆかたブーム」を見ても、若い年代層において、カジュアル着としての「ゆかた」は、すでに若者文化の中にも定着している事がわかる。今後、それぞれの年代層、個々のニーズを的確にとらえ、新商品の創造開発に、より一層傾注して行く事が、存続のカギになつていくと考えられる。

また、テキスタイル分野においては、流通機構の再編成が今後ますます加速する事が予想される。そして、そうした動きの中、メーカー、産地サイドからの新しい生産システムづくりを、我々も積極的に推し進めて行かなければならない。今後予想される新しい流通形態のイメージとしては、企画開発から生産販売までの一連のプロダクトサイクルが、コントロールされるような流通形態であり、従来からの生産、卸、小売という明確な区別が出来ない形態になつていくであろう。いずれにしても、産地サイドとしては、こうした再編成の動きの中から、中長期的に最も確かなものを選別し、流通経路を再編成していく事、あるいは流通経路からの逆選別に対応できる体制、体制を築き上げていく必要がある。

最後に、米織を米織たらしめ、産地を支えているものは、米織の歴史であり、この歴史が形造つた有形無形の基盤である。歴史を離れて米織の発展はないし、また米沢という地域を離れて米織はない。「米織」を売る前に、「米沢」を売っていく事の重要性もそこにあるし、地域としての個性や、生活環境の豊かさ、後継者を含む、人材や頭脳資源の定着と交流を促進し、我々に必要なノウハウの活用や蓄積を拡大するであろう。そして、その地域の中、歴史的伝統の中から米織でなければできないものを追求して行くことが、産地の発展を確保して行くための原点であると考えられる。米沢に産地が誕生してから二百年以上が経過しても、米沢という気候風土に恵まれた「地の利」、そして創始以来、常に新しい技術と新しい商品の開発に積極性と根気強さを見せた「米沢人の気質」という「人の利」は、現在でも脈々と受け継がれていると感じる。地域に根ざした米沢産地が、今後も一層の発展を続けることのできるよう、これからも力を注いで行く所存である。

安部 行雄

株式会社安部吉代表取締役社長
昭和13年2月5日生まれ

山形県立米沢工業高校繊維工学科卒業。平成2年8月、代表取締役社長就任。平成6年5月、米沢繊維協同組合連合会理事長就任。現在上記役職の他、米沢織物工業組合理事長、米沢織物工業協同組合理事長、米沢商工会議所常議員、山形県工業会理事、山形県中小企業団体中央会副会長、山形県企業振興公社理事、(社)日本絹人織織物工業会副会長、日本絹人織織物工業組合連合会副理事長等、多くの役職を兼任。