

アパレル産業の海外展開

—岐阜アパレル産業を中心として—

上 田 和 宏

1. はじめに

繊維産業は、一国の工業化の過程のなかで初期にはリーディング産業としての地位を占めるが、次第にそれを重工業部門に委譲するといわれる。日本の場合も例外ではなく、現在、繊維産業が日本経済に占める位置は決して大きなものとは言えない⁽¹⁾。原糸・原綿メーカーといった川上部門、紡績、織物、撚糸、染色・整理などの川中部門⁽²⁾はこのような状況のもとで構造改善を求められている⁽³⁾。一方、そのような川上部門、川中部門と小売店の間にあるアパレル産業は、ライフスタイルが日本の経済成長とともに変化するなかで、その地位を確立し急成長した。近年の消費者の高級化・差別化志向や専門店、百貨店、量販店等の小売形態の多様化にも、アパレル企業は自社ブランドの確立、海外生産の拡大などで対応し、日本においてアパレル産業は、NIES、ASEAN、中国などとの競争にしのぎを削りながらも、売上げを拡大してきた⁽⁴⁾。

いわゆるアパレル企業は、一般に衣類などの繊維製品を企画、生産あるいは委託生産、そして小売店あるいは卸売業者に販売する企業である。そのなかには、衣類の製造（縫製）まで行なう企業もあれば、企画、販売（卸売）のみを行なう企業もある。そこでそれらは総称して「製造卸」と呼ばれ、「工業」としての側面と「商業」としての側面をアパレル企業は持ち合わせることになる⁽⁵⁾。

他の先進国のアパレル産業に目を向けると、二つの典型的な例が目される。一つは、アメリカにおけるアパレル産業であり、もう一つはイタリアにおけるアパレル産業である。前者は、製造業一般について述べられるように、アメリカ国内では空洞化が進んでいる。MIT生産性調査委員会〔2〕によれば、アメリカはMFA（Multifibre Arrangement; 多国間繊維協定）や高関税によって国内繊維市場を保護しようとしたが⁽⁶⁾、アパレル市場では輸入品が半分以上を占め、関連産業（繊維機械、紡織）も停滞している。そして、『紡績業とアパレル産業が強い競争力を維持できている工業国の多くは、有効な保護手段がほとんど存在しない国』⁽⁷⁾であり、日本やヨーロッパがこの部門で競争力を持っているのは、低コストメーカーとの競争がないニッチ市場で事業を展開し、高付加価値を実現し、賃金のみが決定的競争条件である競争から脱したためであると指摘する。特に日本の紡織・アパレル産業が製造業の6%の付加価値を生産できる理由を、多品種少量生産、クイックレスポンスといった市場に即応できるフレキシブルな生産システムを作り上げた点に求めている。そして、それは、

① 企業間・産業間の連携ネットワークの構築

例えば、中小企業が組合を作り、大企業・商社と関係を深め情報・金融面での支援を受ける。また、政府からの援助を受ける。繊維試験所や産業協同組合とのネットワークにより技術情報・支援を受ける。

② 投資回収期間が長期の積極的資本投資

③ 製品の差別化と専門化を追求する経営戦略の追求

などによって達成されているといわれる。

他方、イタリアのアパレル産業は、地域の職人層を軸とした中小企業のネットワークをもとに活気を帯びており、近年、そのあり方について研究者たちの注目を浴びるところとなっている⁽⁸⁾。プラートに代表される産地では、一方で個々の中小企業は専門化が進み、他方で地域あるいはグループとして多様な市場の需要に対応するいわゆる「フレキシブル・スペシャライゼーション」という生産システムのもと⁽⁹⁾、製品の高級品化・差別化を行ない、輸出も好調で業績を上げている。

我々は日本のアパレル産地の一つである岐阜地域のアパレル産業に注目し、同地域のアパレル企業及び関連する企業⁽¹⁰⁾に対して、それらの行動、アパレル産地としての特徴、地域における同業種あるいは異業種間のネットワーク等についての聞き取り調査を行なった⁽¹¹⁾。本稿は、この調査から得た知見をもとに、アメリカに比べ競争力を維持していると言われる一方、厳しい国際競争にさらされながら生き残りを図る日本のアパレル企業の行動や課題を、国際化という視点から若干の考察を加える。但し、我々が「国際化」で意味するものは、特に生産及び流通面での国際分業の広がりということである。

以下において、まず岐阜アパレル産業のおかれている状況について、①衣類に対する家計の需要という側面、②繊維製品及びアパレル製品の海外取引という側面、③岐阜アパレル産業の日本における製造、流通面での位置という側面から展望する。次に、国際分業の展開という視点から、岐阜アパレル産業が行なっている海外進出（海外生産、及びその利用）について、我々の調査の結果を紹介する。最後に、アパレル産業の国際化の課題について考察する。

2. アパレル産業をとりまく環境

(1) 家計による衣類の消費

今日、人々の消費は個性化、差別化が進み成熟した消費社会を向かえつつあり、衣類の消費もその質は多様化しているといわれる。実際、斎藤 [15] の推計によれば、衣服履物に対する消費の総消費弾力性は1を越えていて (1.11)、衣料消費は必需的な要素から、奢侈的な要素が強くなったことが示されている⁽¹²⁾。

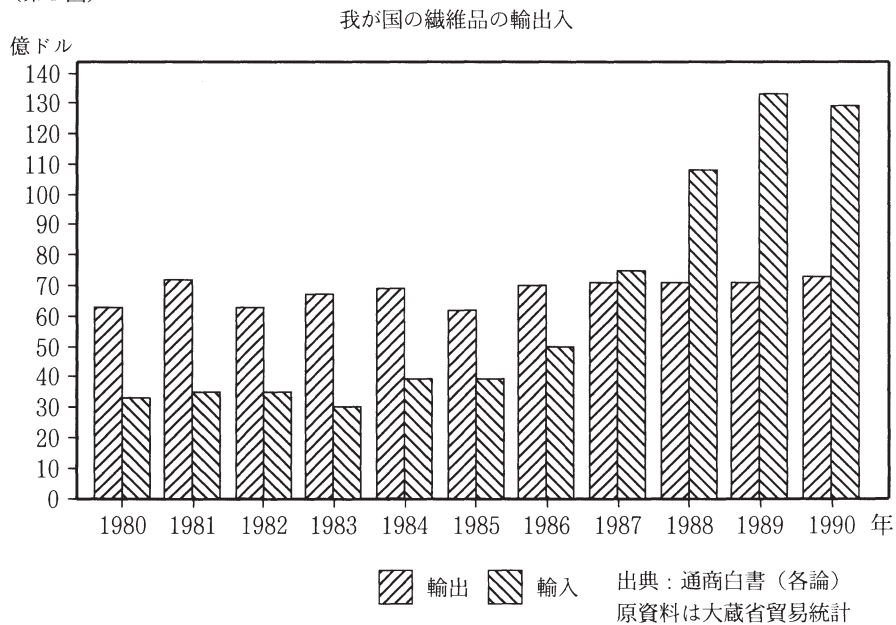
家計調査年報から、80年代を通して「全世帯の平均1ヶ月間の家計支出の推移」を見ると、「被服及び履物」への支出が消費支出に占める割合は、70年代に比べると低下しているが、80年代半

ばを機に上昇に転じ、ほぼ7%台前半で推移している。また、岐阜アパレル産業において取り扱いが多いと考えられる「洋服」及び「シャツ・セーター」に対する支出の消費支出に占める割合は80年代前半に上昇に転じ、89年には約4.2%である。一方、「洋服」及び「シャツ・セーター」への支出の「被服及び履物」への支出に対する割合は、70年代から上昇傾向にある。

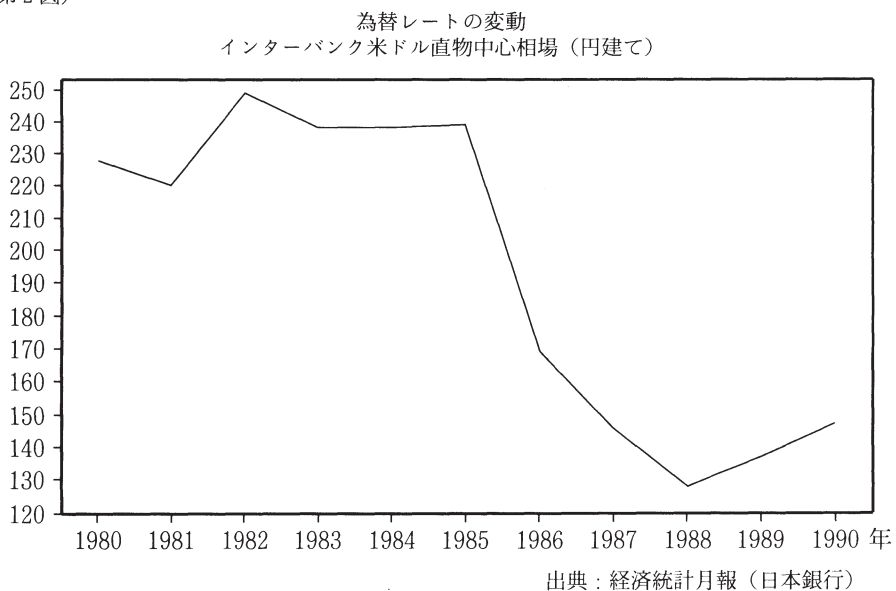
(2) 海外取引の現状

1980年以後のわが国の繊維品の貿易状況は、(第1図)の通りである。繊維品貿易は輸出の低

(第1図)



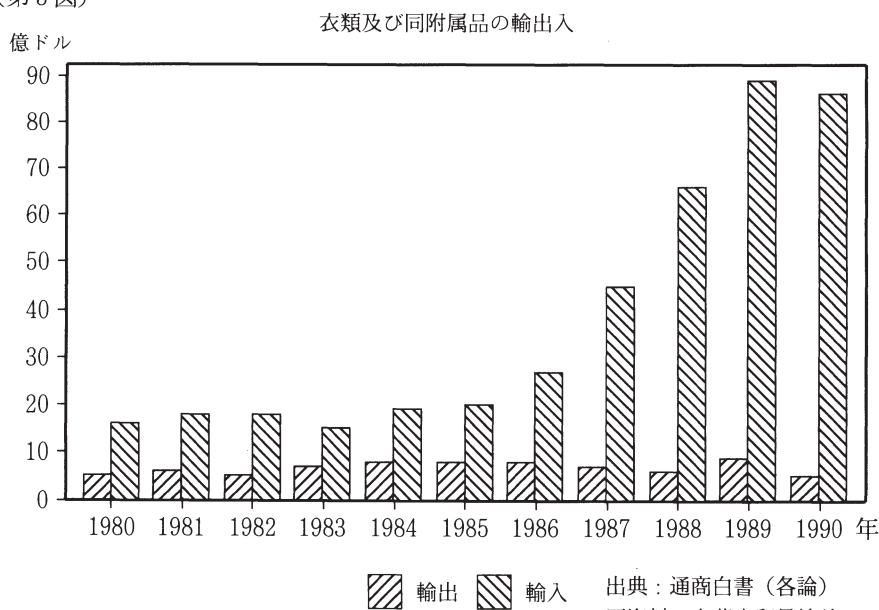
(第2図)



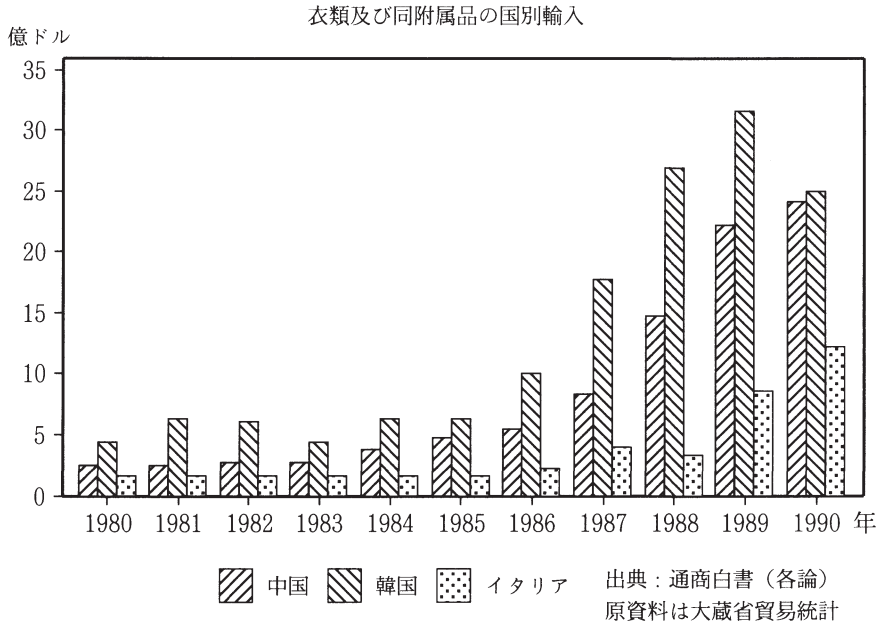
迷, 輸入の急増のため1987年以来入超状態にある。1990年にはその入超額は、56億ドルに達し、輸入総額に占める繊維品の輸入額の割合は、約5.5%である。周知のごとく日本は、円高、人件費の高騰などのため繊維品の価格競争力は一般に弱く、NIES、ASEAN、中国などの国々からの輸入が増加している。対ドル為替レートの推移(第2図)を考慮すると、1985年プラザ合意以後の急速な円高に繊維品の輸入はすばやく反応しているといえよう。もっとも、アジア諸国の間でも、NIES諸国では自国通貨高、人件費の高騰、原料高(三高現象)が影響する一方、タイ、インドネシアといったASEAN諸国では繊維品輸出が好調である⁽¹³⁾。しかし日本も、新合繊などの付加価値の高い製品、産業資材や自動車関連などの分野が輸出に貢献している。特に新合繊に関しては、製造技術の高さからこの分野でNIES諸国からの輸入の可能性は少ないといわれている⁽¹⁴⁾。

一方、「衣類及び同付属品」の輸出入を見てみると1980年代を通して一貫して入超であり、やはり1985年以降の円高下において輸入がいっそう加速している(第3図)。次に、輸出入の相手国を見ると、最大の輸出先はアメリカであり1984年には「衣類及び同付属品」の輸出額の64%を占めたが、円高とともに輸出額は急減し、1990年には28%まで低下している。西ドイツ、香港への輸出は、1980年代を通して上昇傾向にあり、1990年にはそれぞれ「衣類及び同付属品」輸出額の約14%、11%である。他方、輸入については、韓国からの輸入が最も大きく、繊維品輸入に占める割合も高かったが、80年代を通してその割合は徐々に低下した。他方、中国そしてイタリアからの輸入が増えてきた(第4図)。特に、韓国、中国の2カ国の「衣類及び同付属品」の繊維品輸入総額に占める割合は、合計すると約56%に達する。更に、これらの国の製品の1着あたりの輸入金額を比べると⁽¹⁵⁾、高価格の製品をイタリアから、低価格の製品を中国・韓国から購入している。

(第3図)



(第4図)



(3) 岐阜アパレル産業の位置

アパレル産業は、「製造卸」といわれるように製造業（工業）の側面と卸売（商業）の側面を打ち合わせているため、また製造工場を東北・九州地域に設置している企業も多いため、その活動を統計的にとらえることに困難が伴う。そこで、以下では、こうした側面があることを前提にしながらも工業統計表及び商業統計表を用い、岐阜のアパレル産地としての姿を概観する。

平成元年工業統計表によれば、「衣服、その他の繊維製品」の岐阜県の製造品出荷額等⁽¹⁶⁾は、275,304百万円で大阪府、岡山県に次ぐ日本第3位で、全国総出荷額の約6.4%、また粗付加価値額は、118,849百万円で大阪府、岡山県に次ぐ日本第3位で、全国総粗付加価値額の約5.6%を占める。更に、平成2年岐阜県工業統計調査の結果を、通商産業省「平成2年工業統計速報」と比較すると、「衣服、その他の繊維製品」の製造品出荷額等の業種別構成比は、全国の3.79倍、また付加価値生産性は全国を100万円ほど上回り、付加価値率は全国を数ポイント下回っている⁽¹⁷⁾。これらのことから「衣服、その他の繊維製品」は、製造業の中では比較的生産性が低い部門ではあるが、製造品出荷額等、粗付加価値額、付加価値生産性等の面で全国と比較すると、岐阜県がこの部門の一つの産地であるとともに、生産性を高めるための努力が行なわれていることがわかる。

更に平成元年工業統計表（品目編）で製品別の出荷額をみると（第1表）、「男子、少年用」、「婦人、少女用」のいずれにおいても、全国の上位を占め、特に「婦人、少女用スカート、スラックス」、「婦人、少女用オーバー、レインコート」については、全国一の出荷額である。また、事業所数も「婦人、少女用」を中心に他県より多く、数の上からも日本で有数のアパレル産地である。

(第1表) 岐阜県の衣服製造品出荷額の全国順位(平成元年)

製 造 品	全国順位	全国比(%)	上位都道府県
男子, 少年用背広服上衣	2	1.6	1.大阪
男子, 少年用背広服ズボン	3	1.4	1.岡山 2.広島
男子, 少年用オーバーコート類	3	7.7	1.広島 2.岡山
婦人, 少女用ワンピース, スーツ上衣	2	1.7	1.大阪
婦人, 少女用スカート, スラックス	1	22.1	
婦人, 少女用ブラウス	3	8.7	1.大阪 2.愛知
婦人, 少女用オーバー, レインコート	1	20.3	

出典:平成元年工業統計表(品目編)

(第2表)「衣服・身の回り品卸売業」の仕入れ先別構成比(昭和63年)
(%)

	本支店間 移動	自店内 製造	生 産 業 者		卸売業者 その他	国 外 (直接輸入)
			親会社	その他の生産業者		
全国	15.4	1.2	3.2	39.2	37.3	3.7
岐阜	14.0	4.1	1.3	30.0	47.3	3.3

出典:昭和63年商業統計表産業編(都道府県表)

但し,商業統計調査では,仕入れ額を調査していないので,仕入れ先別割合の金額は,「年間商品販売額」の合計に,「年間商品仕入れ額」の仕入れ先別割合(%)を乗じたもの。商業統計表[20]参照。

更に,「衣類その他の繊維製品製造業」について地区別にみると,岐阜地区⁽¹⁸⁾は,従業者の人口比率が県内他地区に比べ最も高く(1.826%),産業別特化係数⁽¹⁹⁾も8.494と全国においても衣類関連の製造比率の高い地域であることがわかる。

次に,商業統計表[20]で,岐阜県の「衣服・身の回り品卸売業」の年間販売額をみると,497,846百万円で全国の約2.6%である。そして,仕入れ先別の構成比をみると(第2表),全国に比べ,自店内製造,卸売業者・その他が占める比率が大きく,親会社,その他の製造業者の構成比が小さい。これは,人件費の高騰などで自社の縫製工場を持たないアパレル企業が増えている中で,岐阜県のアパレル企業には生産技術などを改善しながら工場の操業を続けている企業があること,原糸メーカーや紡績工場の系列化に入っている企業が少なく,「仲間卸」といわれる問屋間での製品売が多いことなどが反映されているであろう。また,後者の「仲間卸」の比重については,「衣服・身の回り品卸売業」の販売先別の構成比でみても,卸売業の比率が44.9%と全国の23.8%に比べ非常に高い一方,本支店間移動は全国13.8%に対し岐阜県1.7%,小売業者は全国55.8%に対し岐阜県49.4%と低いことから,これが岐阜アパレル企業の卸売機能をみたときのひとつの特徴となっていることが反映されているであろう。

3. 岐阜アパレル企業の海外展開

(1) 海外展開の概況

アパレル企業が海外と取り引きする場合、海外からの製品買い、あるいは海外における委託加工の形態をとることが多い。こうしたアパレル企業の海外進出は、他のアパレル産地に比べ、岐阜においては比較的早く進出したといわれている。昭和40年代に既に、将来の労働力不足への対応といった視点から先進国ならびに東南アジア諸国の調査を開始した。そして、昭和40年代後半から、韓国・台湾をかわきりに海外取引が拡大され、その後、香港、中国、インドネシア、タイ、ベトナムと東南アジア諸国を中心にアパレル企業の海外進出が拡大した。平成元年に行われた岐阜市の調査によれば⁽²⁰⁾、岐阜のアパレル企業のうち海外生産を行ったり、海外から製品を買っている企業が、全体の3.43%、年商50億円以上の企業では、約38%を占める。我々が調査を行なったアパレル企業の多くは、年商50億円以上の企業であるが⁽²¹⁾、それらの企業の海外進出の経緯は、以下の通りである。

昭和40年代後半の日本は、高度成長期を経て、いわゆる重厚長大部門に重きをおく経済構造が確立されたところに、第一次オイルショックが襲いかかるという時代である。このようななかで、岐阜のアパレル企業は海外からの製品買いを開始した。当初、その相手国は、韓国、台湾であった。その後、急速な円高のもと、アジア諸国における生産がコスト的にますます割安なものとなり、海外進出を行なう企業が増えてきた。しかし、他方で近年のNIES諸国の経済発展は、それらの国における物価上昇、人件費の高騰をもたらした。特に、韓国においては、ソウルオリンピックの頃からその傾向は顕著となった。そのため、海外生産は、韓国、台湾から中国⁽²²⁾やインドネシア、タイなどのASEAN諸国へその拠点が移されていった。そして、一部は、ベトナム、バンラデシュ、スリランカ等における生産を行なっている。

岐阜市の調査では、主な貿易相手国として、韓国、42%、中国、27%となっている⁽²³⁾が、我々の調査から判断すると、売上げに占める中国の比率はかなり高くなり、韓国に並ぶ、あるいはそれ以上になっていると思われる。

(2) 取引相手国別の進出状況

岐阜アパレル企業は、既に記したようにアジア諸国で生産を行ない、製品を輸入している。以下において、代表的取引相手国とその国における生産方法などについて、我々の調査の結果を簡単にまとめる。

①韓国

海外生産は、韓国から始めた企業が多い。多くは製品買いから始めている。製品買いとは、文字どおり海外において生産された製品を輸入することである。昭和40年代後半で韓国の人件費は、日本の六分の一程度であった。ただ、単に安い人件費に依存しただけの製品は出来上りの質

が安定せず、日本の市場向け商品としては問題が多かった。

しかし、韓国は、アジア諸国の中では工業化が急速に進んだ国の一つであり、合繊に関しては、生産工場、プリント工場の設備投資も進み、規模も大きい⁽²⁴⁾。また、水利などの面で日本より制約が緩いため、原糸、原反の大量生産が可能である。他方、近年の新合繊をはじめとする高級な合繊の生産に関しては、日本の方が技術水準が高い。そこで、この原糸、原反は日本から輸入するが、それ以外の合繊製品に関しては、韓国製品の質が良くなっているため、韓国において原糸、原反を調達できるという。このように素材基地が近く、人件費が安い韓国における生産には魅力があった。そこで、製品の質を高めるために、技術指導を行ないながら、素材、付属品、指図書すべてを送り現地で生産する、あるいは指図書と付属品は日本から送り、原反のみ現地で調達して生産する方法で韓国における生産を増やした。

しかし、韓国においても1980年代後半から物価の上昇、人件費の高騰、労働争議の増加、また、朝鮮半島の政治情勢といった点で韓国における生産に障害が出てきた。そこで多くの企業がその頃から、海外における生産拠点を中国へと移し始めた。

②中国

中国では、早い企業で昭和50年代前半から生産を始めている。中国で生産を行なう場合、①100%現地資本で経営されている工場、②日本資本と合弁で経営されている工場における委託加工がほとんどである⁽²⁵⁾。中国での生産には原反や付属品、指図書は、ほぼすべてを日本から送る。また、日本資本と合弁で工場を作る場合には、ミシンなどの製造設備もすべて日本から送られている。中国における生産では、製品の質を高めることと、中国国内における物流をスムーズに行なうことが必要であった。中国へ比較的早く進出した企業によれば、それらの諸問題を解決するために、技術指導などの投資を行ない時間をかけてきた成果が、ようやくこの2、3年現われてきたという。

岐阜アパレル企業の中国における生産のうち、合弁企業によるものは、アパレル企業自体が資金を提供し合弁を行なう場合もあるが、むしろ、岐阜地域の縫製工場が中国に合弁で縫製工場を設立し、そこで委託生産を行なうケースが多い。そして、アパレル企業、縫製企業、商社などが組むことによって、企画、製造、素材の手当を潤滑に行ない、海外生産のリスクを回避するといった行動が、岐阜アパレル企業の中国進出において近年見られる。

③その他の諸国

岐阜アパレル企業は、インドネシア、タイ、ベトナムなどのアジア諸国において生産を行なっている。その場合、韓国系の企業を通してそれらの地域で生産を行なうケースがみられる⁽²⁶⁾。すなわち、韓国企業は、国内ではASEAN諸国に比べて価格競争力が落ちてきたため、よりコストのかからない地域へ進出するようになった。そして、日本のアパレル企業は、そのような国際展開を行なった韓国企業の工場で生産を行なうのである。それには、既に韓国で生産を行なってきた過程で養成した技術を生かすことができる、また韓国の合繊素材を利用できるというメリットがある。

タイについては、近年 ASEAN 諸国でも工業化が進み、インフラストラクチャが比較的整っているということから、同国における生産を行なう企業が現われている。また、タイには、日本企業と合併で素材、紡織一貫の合織工場もあり、素材の手当も可能である。

ベトナムは、インドネシアや中国に比べても人件費が最も安く⁽²⁷⁾、縫製技術なども指導によって高くなってきた。そのため、生産量も増えつつある。ベトナムに進出する場合、多くの企業は南で生産を行なうが、我々の調査では、北で生産を行なう企業もあった。北でも技術指導により生産性が高くなるとのことであった。

(3) 商社との関係と品質向上

岐阜アパレル企業にとって商社との関係と製品の検品力が、海外で生産を拡大する上で重要な位置を占める。そこで、簡単に海外展開における商社の役割について、また検品力をいかに高めるかといった点について調査の結果を示す。

① 商社の介在

海外において生産を開始する場合、それぞれの国についての情報を得ることが必要となる。そのため、多くの場合、商社や先行して海外に進出しているアパレル企業や縫製企業から情報を得、委託生産などを行う相手先企業（工場）を探す。なかでもいわゆる総合商社は、韓国や中国など主たる取引相手国に情報網を持っているため、海外で生産を行う場合にはそれを介するところが多い。また、商社が果たす金融機能もアパレル企業にとって魅力である。しかしながら、アパレル企業にとって、直接 LC を開設し貿易を行った方が、コストが下がるだけでなく、海外生産に関わるノウハウを得ることができるため、企業によっては直接 LC を組んで取引を行っている。このように、岐阜アパレル企業のなかでも商社との関係については、異なった評価がみられる。

② 製品の質の向上

海外生産における問題点として第一に挙げられるのは、製品の質の問題である。日本市場で通用する商品を生産するためには、原反、裁断・縫製、プレスといった製造過程の技術水準とともに、高い検品能力が要求される。現在、検品は、アパレル企業の現地駐在員や商社員によって行われている。アパレル企業の話では、縫製などの製造技術に関しては、技術指導などでかなり高度なものとなる、あるいはなり得るが、検品だけは日本人によって行わざるを得ないと言われる。その理由として、検品では、生産された衣類が仕様書通りにできているかどうかといったことに加え、出来上りの風合いなどの感性に依存するところまでをチェックする必要がある。したがって、日本人の目が必要になるということである。しかし、岐阜アパレル企業のなかには、検品だけを別組織にしてこれも現地企業において行うことも考えられている。

4. アパレル産業の国際化の課題

岐阜アパレル産業は先に記したような状況下で海外との取引を拡大してきた。しかし、アパレ

ル産業として克服しなければならない課題もまた増えている。以下ではそれらのいくつかを挙げ、若干のコメントを加える。

(1) 日本におけるアパレル産業の空洞化の可能性

現在、アメリカにおいてアパレル産業および関連する繊維産業の空洞化が進んでいる。しかしながら、1970年代半ばにおいては、『アメリカのファッション産業こそは、ファッション・ビジネスの可能性をいち早く、しかも最も熱心に追求した先駆者であり、. (中略). 労働集約性や不確実性を克服する見通しを得た革新者であった』⁽²⁸⁾と高く評価されていた。それが、コストの上昇にともなう国際競争力の低下、大量生産のために市場に対する柔軟な対応力が欠如したことから、短期間の内に空洞化することとなった。他方、日本においても人件費に代表されるコストの上昇が国際競争力を低下させ、小売業による開発輸入、アパレル企業の海外での委託生産を増加させている。そのため、日本においてもアパレル産業の空洞化が危惧されている。ひとたび空洞化が進むと国内のアパレル生産機能が失われ、実際に製造を行うことのできる技術者がいなくなる。そして国内の生産機能は、アメリカでみられるように移民など外国からの人的資源に依存することになる。また、アパレル企業の価格交渉力の弱体化、技術指導・製品検査能力の低下という問題が生じる可能性がある。

コスト競争から付加価値競争へと競争の内容を転換してきた日本には、あるいは既にみたように岐阜のアパレル企業のなかには、自家工場を維持し設備投資を行うことにより競争力を高め、国内の生産機能を維持することを志向している企業がある。また、岐阜地域の縫製企業にも、高価格商品の安定的な受注生産ができるよう生産体制を整備し⁽²⁹⁾、技術水準も高めることにより人件費の高騰などの影響をやわらげ、国内で生産を続けている⁽³⁰⁾。このように①流行の激しい製品分野で小ロット生産を行う場合、品質管理、人材養成などの総合的コストを考えると海外で生産しても国内における生産と大きな差がなくなる、②海外で生産された商品との間で「棲み分け」が成り立つ、といった状況が一般的になれば、日本におけるアパレル産業の空洞化を回避することができるだろう。

(2) アパレル製品の過剰供給体質

岐阜のアパレル企業が海外との取引を拡大したのは、賃金コストを下げ、競争力を高めるためであった。しかし、岐阜アパレル産業の取り扱いが多い必需品としての衣類は、小売面では量販店や百貨店での販売量が多い領域に属する。また、アパレル産業は資本の面などで比較的参入障壁が低く従業員数、年商ともに小さい企業が多い。そして量販店や百貨店による自社製品の開発輸入、また、商社による製品輸入も行われ、製品自体は差別化されても総量としての国内市場への供給は、過剰となりやすく、経営基盤を安定させない。そのため、現在の状況は、一方で国内市場への過剰供給をもたらしながら、他方で競争によって供給主体の整理ができるという見方もある。

(3) 海外の生産地における人件費上昇

海外に生産拠点を求める主たる理由は、人件費の安さであるが、生産を行っている国の経済発展の過程のなかで人件費の上昇は避けることができない。そのため、韓国、台湾での生産がインドネシア、タイなどのASEAN諸国や中国における生産へと変わってきた。しかし、例えば中国においても経済改革の進展に伴い、特に沿岸部の人件費は、近年上昇を続けているといわれる。そのため中国内陸に生産工場が増え始めている。このような動きを極論すると、技術水準が一定水準に達しさえすれば⁽³¹⁾、コストの低いところであれば生産する地を選ばないということになる。これは経済摩擦の要因ともなり得る。すなわち、当該国における生産を、摩擦を生じさせないで撤退できるかどうかという問題に直面するからである。技術移転などの面で十分な貢献を行うほか、日本への輸入ではなく近年増えつつあるといわれる現地の市場への販売を行い、収益を再投資し当該地域の発展に寄与するなど摩擦回避の方策が必要とされるであろう⁽³²⁾。

(4) アパレル産業のネットワークの構築

日本のアパレル産業は、中小企業間のネットワーク、商社や繊維試験場、産業組合などとの協力・交流によりフレキシブルな生産システムを作り上げていると指摘されている。しかし、海外生産を拡大し、国際分業が深まる中でもそのようなシステムがなお十分機能し得るかどうかという点は、課題となるであろう。

構造改善事業の中では、指摘されるような中小企業間のネットワークというよりも、むしろ川上から川下までの垂直的統合化が唱えられ、系列化・グループ作りが奨励されてきた。例えば、福井や尾西といった合繊織物・毛織物産地では、原糸メーカーあるいは産元商社などによる紡績、織布、染色業等の系列化が行なわれている⁽³³⁾。そして福井ではこのような経営基盤の強化を新製品の企画開発や自販体制の整備に結びつけようとしていることが報告されている⁽³⁴⁾。しかし、他方で原糸メーカー、縫製企業などの海外進出、海外からの各段階での繊維製品輸入が進むなか、そのような垂直的統合が国内の関連産業の競争力強化に貢献するためには、絶えず海外で生産される製品と国内製品の差別化が行なわれ続けられねばならない。海外のアパレル関連産業の技術水準が今後高まることを予想すれば、垂直的連携を維持する一方で、同業主あるいは生産工程が近接している異業種間の交流がますます必要となるであろう。我々が調査をした岐阜地域も、分業が早くから確立していた。主たる製品分野が異なる、あるいは織物は尾西地域から運ばれるが直接の取引先は名古屋、大阪等の生地問屋であるから等の理由で、近隣諸地域も含めたその中に、織物産地、繊維機器（縫製、織機等）メーカーがあるにも関わらず、同業種内また異業種間の技術、情報交流などは密には行なわれていないようであった。そのような交流を今後強めるとすれば、消費者に関する情報や海外の生産などにも関わる情報を持つアパレル企業が、中小企業としてオルガナイザー役を果たすことができるかという点が課題となるであろう。

(5) 外国人労働者問題

海外における生産が拡大する一方、国内における生産機能の維持が問題となる。特にアパレルの製造及びその関連産業は、コスト競争から賃加工費の低迷が続き、必要な人材を確保する事が困難な状況にある。また、海外における生産の拡大は、当該国工場の技術の向上が要求され、技術指導が重視される。そのため、海外生産を利用するアパレル企業あるいは合弁で縫製工場を作る縫製企業は、中国などから研修生を受け入れ、技術指導を行っている。他方、近年、南米からの日系労働者も岐阜地域の縫製工場などで雇用が増えている。これらのいわゆる外国人労働者に対し、岐阜地域では日本語の指導、居住面などの対応を行っている。しかし、周知のごとく外国人労働者の雇用は、景気状況のバッファとして利用されることが多く、国際的トラブルを生み出す側面もまたある。岐阜アパレル産業が、他地域に先駆け海外での生産を展開し、今後も海外生産を続けてゆく限り、海外からの労働者の受け入れ環境の整備などの問題に積極的に取り組む必要がある。

5. おわりに

本稿では岐阜アパレル企業を中心に、海外生産の拡大といった意味での国際化について概観した。しかし、先に記したようにアパレル企業は、製造業と卸売業の両面を持ち、また、海外との取引では商社機能を果たしているため、このような企業そしてそれらからなる産業を包括的に捉えることは、困難な点も多い。しかし、情報化⁽³⁵⁾、国際化、あるいはネットワークといった言葉が、キーワードとなる現代においてアパレル企業は、繊維産業のなかで重要な役割を果たし得ると思われる。より詳しい調査と統計資料によりアパレル産業の国際展開、延いては日本の繊維産業そして産業構造の方向性などを検討することは今後の課題である。

*本稿は、平成3-4年度文部省科研費総合研究(A)「東海地域における産業組織(企業内・企業間分業体制)に関する総合研究」(代表: 島崎美代子教授)による分担研究の一部である。

*岐阜アパレル協会および調査に協力いただいた加盟企業、岐阜県既成服縫製工業組合および協力いただいた加盟企業の皆様、また(株)ブラザー工業に感謝の意を表したい。

[注]

(1) 山澤 [26] 第4章参照。

(2) 繊維産業の構造については、吉岡 [28] p.16 参照。

(3) 山澤 [27], 国民金融公庫調査部編 [14] 参照。

(4) 吉岡 [28] p.116。

(5) このことが、アパレル企業の活動を統計的に捉えることを困難にしている。われわれは「工業統計表」、「商業統計表」の両面からその活動を推測しなければならない。また、このような形態は欧米におけるアパレル企業の形態と異なる。福永、境野 [23] pp.59-60, 江尻 [8] 参照。

(6) MFAの消費者に及ぼす影響及び経済発展に及ぼす影響について Goto [1] 参照。

- (7) MIT 産業生産性調査会 [2] 邦訳 p. 398。
- (8) これを扱う文献が最近増えている。例えば、岡本 [11], 杉岡 [17] 参照。
- (9) フレキシブル・スペシャライゼーションについては、Piore & Sable [3] 参照。
- (10) 産元商社, 紡績工場, 織布工場, 染色・整理工場等。
- (11) 時期は, 1991 年 12 月から 1992 年 4 月。
- (12) 斎藤 [15] pp. 136 - 145。総消費弾力性は, 消費支出が 1% 増加したときに, 当該品目に対する消費が何% 増えるかを示す。
- (13) 天谷編 [4] pp. 250 - 251 参照。
- (14) 天谷編 [4] p. 249 参照。
- (15) 天谷 [4] によれば, 1989 年の男子用スーツ・女子用スーツの 1 着あたり輸入金額は以下の通りである。日本の同製品輸出 1 着あたり輸出額は, それぞれ 18,231 円, 5,577 円である

	中 国	韓 国	イタリア
男子用スーツ	2036	7041	43724
女子用スーツ	1048	2732	31281

単位は, 円。参考資料は, 日本貿易月表。

男子用衣類は, 女子用衣類ほど流行に左右されることは少ないので, 物流などの面で企画から納品まで国内生産に比べ時間のかかる海外生産に適しているといわれる。しかし, 女子用衣類も海外における生産が進んでいる。

- (16) 「製造品出荷額等」は, 製造品出荷額, 加工賃収入額, 修理料収入額, 製造工程から出たくず及び廃物の出荷額並びにその他の収入額の合計である。平成元年工業統計表 (市町村編) [19] p. 4 参照。
- (17) 野呂 [21] 参照。
- (18) 工業統計表 (工業地区編) [19]。岐阜地区は, 岐阜市, 羽島市, 各務原市, 川島町, 岐南町, 笠松町, 柳津町, 北方町, 本巣町, 穂積町, 巣南町, 真正町, 糸貫町, 根尾村, 高富町, 伊自良村, 美山町を指す。
- (19) 産業別特化係数は,

$$\frac{A地区B産業製造品出荷額等}{A地区製造品出荷額等の計} \div \frac{B産業製造品出荷額等}{全国製造品出荷額等の計}$$
- (20) 岐阜市 [13] pp. 35 - 38 参照。
- (21) 岐阜市の調査 [13] の対象となったアパレル関連企業の総数は, 1387 件にのぼるが, 回答のあった 1045 件のうち年商 50 億円以上は, 17 件に過ぎない。このような点では, 我々の調査の対象は分布のなかで偏った位置にある企業である。しかし, 海外進出の内容等について回答をえるには, それらを対象とせざるを得ない。但し, 岐阜市の調査は平成元年に行なわれたものであるため, この数年の間に, 製品買いや委託生産などの海外進出を行なった企業が増えていることは考えられる。
- (22) 我々が調査をした企業の中では, 1977 年に早くも中国に進出した企業が存在する。
- (23) 岐阜市 [13] p. 38 参照。
- (24) 韓国・台湾における繊維産業の発展については, 井上他 [7], 池田 [5] 参照。ある企業が, 台湾で素材の調達しらべると, 合織の半分近くが韓国製であったという。
- (25) 最近になって, 100% 日本資本の工場が現われたようである。
- (26) 我々が調査した中では, インドネシアへの進出でこのようなケースがあった。
- (27) 我々が調査した企業の話では, 1 ヶ月の人件費はおおよそ以下のようである。

ベトナム	約 2000 円
インドネシア	約 5000 ～ 6000 円
中国	約 7000 ～ 10000 円

- (28) 江尻 [8] p. 2 参照。
- (29) TSS (トヨタ・ソーイング・システム), ハンガーシステムの利用など, 多品種小ロット生産, クイック・レスポンスに対応する体制をとっている。
- (30) 工賃が高く, 安定的な受注を行うことができるのは, 発注元が大都市圏の大手アパレル企業であることが多く, その意味では, 岐阜のアパレル企業と縫製企業の間では利害の対立があり得る。
- (31) 一定の技術水準といっても, これを達成するには技術指導などの面でかなりの時間, コストがかかり, どこの国でもすぐに達成できるものではないことも事実であろう。
- (32) 日本企業の国際化にともなう摩擦の問題については, 伊丹 [6] 参照。また, 岐阜アパレル企業の一部では, 既にアジア市場を対象として海外で生産を行なっているといわれる。
- (33) 福井県経済調査協会 [22], 杉岡 [17] 参照。
- (34) 福井県経済調査協会 [22] 参照。
- (35) 情報化については, 三輪 [25] 参照。

参考文献

- [1] Junichi Goto, "The Multifibre Arrangement and Its Effects on Developing Country", Research Observer, vol. 4 No. 2, July 1989, pp. 203-227
- [2] Dertouzos, M. et al., Made in America, 1989 MIT Pr. (MIT 産業生産性調査委員会, 『Made in America』, 草思社, 1990 年)
- [3] Piore, M. J. & C. F. Sable, The Second Industrial Divide, 1984, Basic Books Inc.
- [4] 天谷直弘監修, 『発想鉅脈 輸出入図鑑』, ダイアモンド社, 1990 年
- [5] 池田勝彦, 『東南アジアの繊維産業組織と貿易』, 三嶺書房, 1986 年
- [6] 伊丹敬之, 『グローバル・マネジメント』, 日本放送出版会, 1991 年
- [7] 井上隆一郎, 浦田秀次郎, 小浜裕久編著, 『東アジアの産業政策』, 日本貿易振興会, 1990 年
- [8] 江尻弘, 『ファッション産業のゆくえーアメリカ企業の行動と日本の展望』, 日本実業出版社, 1974 年
- [9] 遠入昇, 『アパレル』, 日本経済新聞社, 1987 年
- [10] 大阪府立産業開発研究所, 「大都市圏地場産業の国際化の進化と対応ー大阪の地場産業のケースを中心として」, 調査時報 (中小企業金融公庫調査部), 第 31 巻, 第 1 号, 1989 年
- [11] 岡本義行, 「イタリアの中小企業」, 社会労働研究 (法政大学), 第 37 巻, 第 4 号, 1991 年, 3 月, pp. 177-195
- [12] 木下明浩, 「1980 年代日本におけるアパレル産業のマーケティング (1) (2)」, 経済論叢 (京都大学), 第 146 巻, 第 2 号, 第 5. 6 号, 1990 年
- [13] 岐阜市, 『岐阜アパレル産業・縫製加工業実態調査報告書』, 1990 年, 3 月
- [14] 国民金融公庫調査部, 『日本の中小繊維工業』, 中小企業リサーチセンター, 1990 年
- [15] 斎藤光雄, 『国民経済計算』, 創文社, 1991 年
- [16] 佐藤義信, 「アパレル企業の戦略行動についてー岐阜産地を中心にしてー」, 紀要 (名古屋大学教養部), 第 35 輯, 1991 年
- [17] 杉岡碩夫, 「“第三のイタリア” に学ぶ市民社会革命」, 東洋経済, 1992 年, 2 月 1 日号, pp. 116-122
- [18] 通商産業省編, 『通商白書各論』, 1981～1991 年
- [19] 通商産業大臣官房調査統計部編, 『平成元年工業統計表』, 1991 年
- [20] 通商産業大臣官房調査統計部編, 『昭和 63 年商業統計表』, 1989 年

- [21] 野呂孝美, 「平成2年工業統計調査結果」, 統苑, No. 495, 1992年, 2月, pp. 3-11
- [22] 福井県経済調査協会, 「福井県合繊維物工業の現状と課題」, 調査時報 (中小企業金融公庫調査部), 第32巻, 第6号, 1991年, 3月
- [23] 福永成明, 境野美津子, 『アパレル産業』, 1991年, 教育社
- [24] 宮川弘和, 「繊維」, 興銀調査, No. 251, No. 1, 1991年, pp. 19-35
- [25] 三輪憲次, 「アパレル産業の情報化ー岐阜アパレル業界を中心に」, 中小企業研究 (中京大学), 13号, 1991年
- [26] 山澤逸平, 『日本の経済発展と国際分業』, 東洋経済新報社, 1984年
- [27] 山澤逸平, 「繊維産業」 (小宮・奥野・鈴木編, 『日本の産業政策』, 東京大学出版会, 第14章), 1984年, pp. 345-367
- [28] 吉岡政幸, 『繊維』, 日本経済新聞社, 1986年
- [29] 流通問題研究協会, 「わが国流通業の国際化と中小卸売業の生き残り戦略」, 調査時報 (中小企業金融公庫), 第31巻, 第4号, 1990年, 1月