

現代日本テキスタイル創造の特質

イテック指向を両立させるその幅広いクリエイションは、国際的にも高く評価されている。これに対し、同門から出て独自の体質を身につけた須藤玲子氏は、彼女が教鞭を取る武蔵野美大の若手をも起用し、産地クリエイションの刻々の動向を敏感に摂取しながらも、より現実のマーケットに適合する体質を身につけてつづける。

90年代に新井氏を先頭に推進されたコンピュータージャガードの大胆不敵な表現は、陳腐化した染め表現に対峙する織物の優位性を高らかに歌い上げるものだった。そしてそれは、コム・デ・ギャルソンなどによってアパレルに表現され、日本のテキスタイルクリエイションの国際的デビューになったのだが、その後も他の諸国には見られないわが国の前衛と伝統を融合するテキスタイル表現は、世界の注目的であり続け、その国際的な調査と研究は、ニューヨーク近代美術館における日本テキスタイルデザイン展に結実するに至った。それはわれわれが誇りにしていることなのであるが、その半面、テキスタイルビジネスの観点から見る時、その高度な表現と現実のマーケットへの適応性の間には、まだ大きな落差があることもまた冷静に認識されなければならないであろう。

そのような問題意識に立つ時、尾州に登場した古田成史氏の企画体質は示唆に富んでいると思われる。彼はもともとメンズアパレルデザインを指向したが、様々な事情からそれを貫徹することができず、故郷の一宮に帰ってテキスタイル企業に就職した。このような過程から、テキスタイル企画に当たっても、まず彼にはあらかじめイメージするアパレルデザインがあり、そこからその素材を構想するという思考回路をもっている。また彼は就職先の木玉毛織の配慮でイタリアの現場で修行したところから、国際的な視野とコネクションももっている。このようなアパレルデザイン主導の国際的体質の登場は、新世紀わが国のテキスタイルクリエイションの在り方に、大きな示唆を与えているのではあるまいか。

3. 産地型と一貫生産型

産地企業のテキスタイルクリエイションを見極めるために、福井県今立産地の山崎ピロード工業、山崎昌二氏のケースを観察してみよう。この企業が織物研究舎の依頼によって製造したシャンブレ・ベルベットは、コム・デ・ギャルソンのパリコレを飾ることによって一躍ハイライトを浴び、さらにその後同社が相継いで打ち出した新開発の数々は、従来のベルベットの観念を一変させるほどに目覚ましいものだった。

山崎氏は今立産地に生まれ、26歳で独立して以来、一貫してベルベットを追求してきたのだが、同産地のバイオニア企業の一つである長谷川ベルベットの傘下に入って一貫して高級路線を歩み、さらにベルベット発祥の地である京都西陣で、今なお一人ベルベットを織り続けている山崎氏の傘下に入って、ベルベットで最も難しいといわれるバフ用ベルベットを織ってきた。90年代に入ってから山崎氏の仕事は、これもまたベルベットかというような前衛的な表現が少なくないが、その基礎に、高級路線を支える鍛え抜かれた工場体制とそれを使い回す力量があればこそだったことを、見落としてはなるまい。

こういふベルベット三昧のなかで彼が目指したのは、カジュアルニーズにも対応できるベルベットの開発だった。ベルベットはわが国には安土桃山の時代に入り、やがて西陣の特産にもなった古典素材の一つなのだが、その用途は専らロマンの香り高いフォーマル、あるいは高級タウンに絞られていた。それをヤングファッションにも対応できるカジュアル素材として、より広いマーケットを開拓できないかというねらいが、山崎氏の根幹をなす戦略路線だった。そこから彼は薄く軽い素材を指向したのだが、薄さは実現しても表面が荒れて思うような仕上がりにならずにいた。しかし織研は、その若干の荒れもまた面白い表現になり得ると考え、コム・デ・ギャルソンはそれを大胆に採用した。程なく山崎は、そのような励ましのなかでより完成度の高いものに到達するのだが、パイルが短くなることによって、その色と基布の色が反応してシャンブレに発色し、もともとロマンティックな味わいを持つこの織物は、さらにロマンの香りを高め、かつカジュアルにも対応し得るものに前進した。この薄いベルベットにフリッツを掛けることができることを、皆川魔鬼子氏は発想した。そしてその延長線上に開発されたハイカウントレーヨン短繊維・キスカの利用は、ベルベットフリッツの定番として、売上げに大きく貢献した。このようなロマンが、一貫して高級化をめざす技術努力と、野心的な戦略路線と、かつ新しい価値意識の出合いのなかに結晶したことは注目に値する。

波に乗った山崎氏は、強撚糸使いの縮縮風合い、ステンレス糸織り込み、袋織など、次々に新機軸を打ち出す。さらに彼は、同じ志をもつものが自由に連携する江戸時代の「連」の在り方に共鳴して、隣町、鯖江の整理工場ウラセ、滋賀の顔料、木村染工、京都の手染め、染コモリ、有松の絞り、スズサン、さらには郷土の産、越前和紙糸利用に至るまでの多面的な取り組みを推進する。そしてそのような彼の活動を陰に陽にバックアップしてきたのが、テキスタイル開発販売の須藤玲子氏や、創造的コンバーターの鬼澤辰夫氏だった。

山崎のクリエイションを支えたのはこれらにとどまらない。もともとベルベットは二浴染めで染色されるのだが、この複雑な構成の織物を高い完成度で仕上げるには、産地出色の染色能力を欠くことはできなかった。わが国の産地は、繊維産業の量的停滞によって、その企業数は減退しているが、そのバラエティについては、原糸、紡績、撚糸、織物、染色整理から真空蒸着、ニードルパンチ、フェルト、塩縮、さらにはしぼり、柿渋、その他の草木染め、手染め、手描きなど、先端技術から古典工芸まで、熾烈なサバイバル競争に耐えて生き残っており、これらを広域で使い回す能力が、多彩なクリエイションの鍵になっていることを、繰り返し強調しなければならないであろう。

その半面、このような産地使い回し型クリエイションの他に、優れた一貫生産クリエイションが健闘していることを忘れてはなるまい。その代表例の一つが新潟県裾野の鈴倉インダストリーである。わが国のテキスタイルクリエイションに占める合織、紡績大企業のリーダーシップについては、余りにも多岐にわたるのでここでは割愛せざるを得ないが、鈴倉にその一端を見るなら、それはわが国合織織物生産工場のベスト5にランクされる合織メーカーであり、アパレル換算で上代1千億円のマーケットをカバーしている。その寄与は国内にとどまらず、ニューヨーク一流アパレルにとっても無くてはならない素材供給源になっている。テイジン、三養レーヨンなどより糸の供給を受けてはいるが、いずれのその系列には属さない誇り高い独立企業である。昭和初頭からレーヨン織物を手掛けてきた合織の草分けで、わけてもそのアセテート・ポリエステル複合織物は、世界屈指の質量を備えている。

この企業は、繊維構造改善事業の推進力だった田中角栄氏の膝元にありながら、断固とした自由主義の立場からその債務連帯政策に反対し、政府のバックアップ無しに、撚糸に始まる一貫生産工場として独自の技術革新を遂行した。その生産体系の構築は合目的な合理主義に買われている。そこからこの企業は、効率生産を指向しながらも、いやそれであればこそ、超高速のウォータージェット誘惑を退けてレピアを採用し、その撚糸についても、優しい膨らみのある強撚糸を作る目的から、あえて生産性に低い旧式のイタリアンツイスターを採用している。合目的に考え抜かれたこの工程からは、たとえば3色1浴染といった信じ難い芸当まで生まれてくる。そこにはベテラン、新進を含めて10名内外のプランナーが企画を担当しているが、感性とマーケット認識が優れていれば、新進でも優れたベストセラーを生み出すことができているのは、考え抜かれ、鍛え抜かれた一貫生産工程の設備とそれを支える生産メンバーがあればこそなのである。この鈴倉のケースは、考え抜かれて構築された生産工程そのものこそ、テキスタイルクリエイションの根幹であり、いや、その工程の構築そのものが最高のクリエイションであることを教えている。そのような見方からすれば、この考え方をさらに広げて、鍛えられた産地生産体系の、絶えざるリフレッシュを伴う構築こそが、テキスタイルクリエイションそのものであるといえるのではあるまいか。

4. 結語 21世紀の道は

このように90年代わが国のテキスタイルクリエイションは、無数のエピソードによって飾られた輝かしいものであったが、それがより輝かしい21世紀日本の朝焼けであるのか、20世紀をもって日本の輝かしいテキスタイル伝統を終焉する夕映であるのかは、必ずしも予断を許さない。もしわが国のテキスタイルとアパレルに従事する人たちが、ただその折々の瞬間的利益のみを追求して、いたずらな海外生産と安値の追求走り、また、欧米の権威に対する必ずしもいじめられない幻影に惑わされ続けているなら、世界に対するわが国の貴重な寄与は、永遠に失われるであろう。

このなかで、高級リボン、テープの分野で、世界に冠たる地歩を築いている堀留の卸、馬木の姿勢は、一服の清涼剤である。馬木は、福井今立周辺の細幅織物生産を結集することによって、リボン、テープと言う、優れてヨーロッパ的なテキスタイル領域で、ヨーロッパ伝統を継承し、世界に展開し、世界を代表する地歩を占めている。その国産細幅によるパリの店が、オートクチュールによって自分たちの店として珍重されていることなど、ほとんど信じがたいことである。この京都出身の経営者、渡辺正一氏は、京都を離れた東京で、京の伝統的ビジネスの優れた体質を顕現しているともいえるであろう。彼は、生産コスト追求の観点からアジアに生産拠点を移したメーカーとは取引を断絶し、日本発世界へという姿勢を死守している。

世界に企画と生産と販売の舞台を広げていくことは、21世紀日本の大きな課題である。しかしそのなかでわが国のテキスタイルクリエイションが衰えていくなら、それはわが国が根無し草として、世界の漂流する存在になり果てることを意味する。世界と結びながら、ますますわが国のクリエイションを強化していく道を、われわれは注意深く選択していかなければならないのである。21世紀日本のテキスタイルクリエイションの行方は、その場限りの利害に翻弄されることなく、また単なる言葉遊びに惑わされることなく、国際化に冷静に賢明に対処していく、わが関係業界のバックボーンの所在にかかっている。