

## 2 「衣」分科会

### コーディネーター



静岡文化芸術大学  
デザイン学部教授  
伊坂 正人氏

遠州地域の繊維ファッション産業が地域文化の中で必要な役割を担うことを明確にしなが、産地に蓄積された技術を生かした産業振興を考える。

### 「衣文化」を彩る遠州織物の魅力

#### 遠州織物の肌触りや 風合いの良さを、いかに伝えるか

繊維産業は19～20世紀にかけ、日本の殖産産業として勃興し、他の多くの地産産業と同様、問屋を仲介して発展しました。昨今、問屋を軸とした業界の構造が変化中、個々の企業はいかに付加価値を付けて生き残るかを必死に模索しています。業界の課題として、しばしば輸入品との価格差や高齢化、後継者不足が挙げられますが、はたしてそれが問題でしょうか。伝統の技を蓄積した職人が現場にいるということは大きな強みで、それが生かされていないだけです。今回はメーカー側から古橋さんと二橋さんに、小売側から磯部さんに意見を伺い、遠州織物のブランド力を高める方法、繊維における地産地消の在り方を探ってみました。今後は、遠州織物をより一層発信すること、地元へ素材として提供すること、使う人から売る人、作る人までのネットワークを作ることが大切だと考えます。



PHOTO/1・2分科会会場

### パネリスト

#### (有)古橋織布

代表取締役  
古橋 敏明氏



#### パリ、ミラノ…ファッションの本場で評価 質の高さと希少性で勝負

円高を契機に15年ほど前から問屋に頼らない直販体制に転換。国内外の展示会等に積極的に参加し、顧客の獲得に努める。4年前、全国の綿織物産地の同志6社とともにイタリアミラノの展示会に出展、品質の高さが認められ、以来、年に3回ミラノへ商談に赴き、デザイナーやメーカーから直接オーダーを獲得。パリにルートを持つ日本の商社とも取引が始まる。

「ヨーロッパでの日本の綿織物に対する評価は極めて高く、日本では1,000円を超えるて売れないものも、イタリアのメーカーは2,000円で買う。量産量販の時代からオリジナルの時代になり、少量でも質の良い、他にないものをいかに作り出せるかが勝負」と語る。



PHOTO/1古橋織布工場 2工場内 3古橋ブランド

#### 私の製品を使ってくれる人の声に耳を澄ませる

自分で売っていくと、東京の展示会等に積極的に参加し、バイヤーやデザイナーの方からアイデアやヒントをいただき、受注確率の高い繊維を作れるようになりました。徐々に自信が付き、今では3～5%ほどの委託加工を除けば、ほぼ全製品、自社企画で直販しています。他にはない製品を作るなら、一般的な紡績糸で満足しては駄目。自分は糸屋さんに、麻20%にウール80%と特注で作ってもらうなど徹底してこだわります。そういうこだわりの外れにならないよう、とにかく、バイヤーなりデザイナーなり私の製品を使ってくれる人の声をよく聞く。これが生き残りの必須条件だと思っています。

#### PROFILE

昭和3年に初代が創業し、古橋氏が3代目を継いで25年。昔ながらのシャトル織機(坂本式織機)を中心に、100～150種ほどの生地を仕上げる。「古い織機でも、職人が修繕を怠らず工夫して使う。その熱量が仕上がり差につながっていると思う」と自信をのぞかせる。



#### (株)二橋染工場

専務取締役  
二橋 教正氏



#### この地に残る日本の伝統染めの価値を伝えたい

プリント染めが主流になったのは、バブル期のお洒落浴衣ブームで中小の染工場が大量注文に応えられず、市場で認知され始めたオートスクリーン技法にドッと流れたため。ただこのプリント浴衣のおかげで浴衣の良さが多くの消費者に再認識され、伝統技法に関心を持つ若い消費者も現れた。「展示会の参加や学生への実演解説等の機会を増やし、この地に残る日本の伝統染めの価値を伝えたい」と意欲的。インディゴ系の染料や糸染め等にも積極的に挑戦する。



#### 「注染」のにじみや重色を人の手でコントロールする醍醐味

プリント染めが主流になっている今、私はあえて、注染という日本独自の伝統染色技法にこだわっています。生地の色を注入するときの自然のにじみや重色感をいかに人の手でコントロールするか、染物職人にとっては非常に挑戦しがいがある。長い反物を折り返しながら染めることでコンパクトな場所でも加工できる、日本人の技と知恵が結集した技法です。ここ数年は、浴衣や手ぬぐい等のほか、ウール素材など綿以外の生地にも挑戦しています。ただ我々職人は、外のお客様へのプレゼンテーションに慣れていません。その意味では早く「化粧上手」(商売上手)にならねばと思っています。



#### PROFILE

二橋染工場は、昭和2年に創業。伝統的な「注染」技法で浴衣や手ぬぐいを染色する。現在、浴衣地を注染するのは国内では浜松、東京、名古屋の3か所のみ。浜松市内では重油の度重なる値上げ等の影響で廃業が相次ぎ、現在は8軒の染工場が稼働中。二橋氏はこれまで分担保業だった生地をのさし、染、仕上げをワンストップで受注する体制を確立した。

PHOTO/1二橋染工場 2二橋染工場 3二橋染工場下し場

#### (有)チェントコーゼ

代表取締役  
磯部 由裕氏



#### デザインパターンは出尽くした 着心地、風合い…つまり生地の魅力で勝負したい

チェントコーゼでは、国内でも取扱店が数軒しかないというイタリアの先進ブランド「キャロル・クリスチャン・ボエル」等、磯部氏独自の人脈を生かした気鋭のデザイナーズブランドをそろえる。彼らトップデザイナーから遠州織物の素晴らしさを知らされ、生産者のもとを訪ね、その気骨あふれる職人魂に感動し、改めて「衣」における地産地消をテーマに据えた。

「デザイナー曰く、デザインのパターンは世に出尽くされている。これからは着心地や風合い、つまり生地で勝負する時代」になるといい、若いデザイナーは見た目のデザインばかりでなく、生地や染色などの仕事に興味を持ってほしいと語る。



#### 世界に通用する遠州織物を扱う、「地産地消」の強み

長年アパレルの世界にいますが、ここで店を持つまで遠州地方が繊維産地であることを知らず、海外のデザイナーから「浜松の生地は素晴らしい」と言われて気がついた次第です。今の日本の若いデザイナーでもほとんど知らないでしょう。この会に参加するにあたり、国内外のメーカーに遠州織物についてアンケートをとったところ「小ロットで安く、生地が美しい」「浜松は機屋さんによって個性があるところが凄いい」「自然素材、伝統、古い織機を大切にしている産地は世界的にも貴重。ぜひ継続してほしい」という声をいただきました。遠州織物は間違いなく世界的に高い評価を得ており、こういう素材を扱う「地産地消の店」としての強みもあります。

#### PROFILE

磯部氏は東京都出身であるが、アパレルメーカーの営業として国内外を飛び回り、浜松で織物繊維セミナー講師を務めたことから遠州織物との縁が生まれた。結婚後、妻の実家のある掛川市で念願のアパレルショップ「チェントコーゼ」を開業。その後浜松にメンズ専門の2号店を開く。



PHOTO/1・2・3チェントコーゼ店内