





服装産業のデザイン・システム

耿 星河

1. はじめに

いまの服装産業の領域の中で、ファッションというものは現代の政治、経済、科学技術、文化芸術と直接関係があります。近代の二十年以来経済は絶えず発展し、消費水準も日ましに向上するにしたがって、服装商品は人類の日常生活の中で非常に重要な位置を占めている。ファッションとは流行の服飾という意味である。言い換えれば服飾の流行性を一番大切にすることである。人類は出現した時から、生存のためになくてはならない要素が四つあります。これは衣、食、住、行であります。中でも一番大切なのは衣服であります。原始時代では衣裳の概念はただ寒さを防ぎ、体を守ることだけであったが、長い歴史の流れにしたがって、服飾は衣裳というものを意味するだけではなくなって、より多くの分野の発展状況を象徴するものとなったのである。だから、現代のファッションは今の社会経済の発展水準を代表しているであります。

いわゆる流行というのは、創出者、伝播者、追従者という三つの要素あら成り立つのであります。新しい様式に対する人間の願望も歴史の発展、国家の体制と深いつながりを持っています。例えば、封建社会の中国では、統治者層は庶民を支配するため、閉鎖、禁令などを実行に移したので民衆の思想はずっと圧制される状態

にあったのである。こういうことが昔の日本にもあったであろう、今、民衆の思想は十分に自由になりました。国家経済の体系の追求を目的とする大量生産、大量販売、大量消費の形態が現代人の新しい商品を選択する欲望をもっと強くさせたのである。これは現代の服装産業の発展してきた原因なのである。

服装の流行基盤は原料マーケット、林業、漁業、農業と直接関係するのである。しかも政治、経済（産業、工業）、装置環境、情報環境、技術環境などは服装産業の発展にも影響を与えるのである。その他、人間の生活構造の背景、伝統的な風俗習慣、文化レベルなども衣服に対する選択の力を決めているのである。

科学技術革新と未来への探求は人類の共同の理想であると同じように、世の文明進化、情報の高速発展によって、ファッションの流行趣向もますます国際化的な統一風格になっているのである。

2. 衣服・アパレルの概念

衣料既製服を指して和・洋いづれも多く呼称がある「アパレル」という用語に統一されてきたのは古いことではなく、これからも多種の国語が混用されると思われるため、概念規定から始めたい。

従来用いられた衣服の関連用語としては次の

ようなものがあげられる。

- ①衣服——体に直接着るものとしての服・付属品を除く。
- ②被服——体をおおうものであるが下着や付属品を含むため衣服よりやや広い意思をもつ。「衣類」という言葉とほとんど同義である。
- ③衣裳——衣は上半身をおおう、裳は下半身をおおう、の意味があり、「婚礼衣裳」といった使い方をするように、一揃いとなった衣服を意味する。
- ④服飾——被服概念よりさらに広く、アクセサリ、装飾品を加えた総称として用いられる。
- ⑤服装——着るものと着る人と一体になった状態を指す。したがって人と社会のあり方ともかわる概念である。

英語では clothes (衣服), clothing (衣類), costume (服装・衣類・身なり) が対応する。

衣料既製服に関しては次のような用語がある。

- ①既製服——不特定多数の人を対象に量産され、すぐに着用できる衣服で、注文服に対応する英語のレディ・トゥ・ウェア (ready to wear) にあたり、略して日本では、レディメード、アメリカでは Rtw とされる。
- ②プレタポルテ (prêt à porter) —— 「すぐに着られるよう準備された」の意味で既製服ではあるが、発生がオートクチュール (Haute-couture) であったため主に婦人服における高級既製服を指す。
- ③繊維二次製品——糸・織物の一次製品に対して加工仕上げされた製品の総称として用いられる。したがって、和装製品、寝具寝装、手袋などのアクセサリまで広範な領域を含む。

アパレル産業の概念

同報告書ではアパレル産業の概念規定を、「アパレル産業とは、衣服という商品が生産されて流通し、消費されるにいたる社会的な仕組みを指す」としており衣服製造業と衣服流通業に大別し、企業分類として、①アパレル製造者、②アパレル卸売業者、③アパレル小売者、④アパレル関連補完業者 (商品検査、広告宣伝、輸

送、保管、市場調査などを担当する企業) の四種をあげている。

3. デザインのプロセス

デザインのプロセスは、大別して次の段階に分けることが出来、解析段階—創造段階—伝達段階。解析段階は、問題点の認識や必要な資料の収集およびその分析を行ないデザインの方針を決定する。創造段階では、方針に基づき問題解決のためのアイデアの創出を行なう・できるだけ多くの解決を導き出し、その中から選択または決定の評価を行なう。伝達段階では、実行に移すための諸検討を行ない関係部門に提示する。

アパレルの領域の中で、大量の服装生産、材料の提供、流通販売などのポイントを除いては重要な部分は服装産業の中心となっているデザイン、システムである。服装を設計することはファッション業の発展の要素のひとつである。物質の消費水準が引き上がることによって、人類の美感に対する追求も絶えず引き上がってくる。そこで、衣という概念も根本的な変化があって寒さを防ぐ、体を守るだけではなく、さらに大切なのは人体が美しく装飾されることである。服装の材料、質感、造型、色彩などをいろいろと組み合わせることによって、自身の形体を美しくするようになったのである。だからデザイナーは現代人の美感によって服装産業全体の発展方向、しかも流行趣向、消費などを指図しなければならぬのである。だからこそ、ファッションデザイナーはいわばファッション業界のリーダーであると言えるであろう。

ファッションデザインという仕事ではデザイナーは全体過程を二つの部分に分けて考えなければならないのである。つまりオートクチュールとプレタポルテである。この二つの分野のデザイン活動はアパレル産業全体の中で相互に作用しているのであり、そういう共存が服装産業の発展をおしすすめているのである。

プレタポルテの生産と販売はオートクチュールの発展に大きな経済的基盤を提供している。オートクチュールが発展することはアパレルの進展と発展趣向を導くこと、推しすすめることができるのである。この二つの企画は分けることができないのである。

まず最初に、オートクチュールのデザインと生産について述べましょう。オートクチュールとは高級的な、特殊な流行性のある服装という意味である。服装の領域の中では高級な芸術的効果を持っているのである。この中には高級既製服も含まれる。つまり買ってきてすぐ着られる服飾である。しかし、素材の選択や仕上げることで、造形などが厳格な特殊な製作を通過しなければならないのである。時には服装の特殊な高級的な効果を表すために、手工芸の製作も用いられます。

だから、オートクチュールは少量生産に限られるのが普通である。時によっては一枚だけ製作することもあります。しかもこういう服装は定番することにも特殊な格式を必要とするのである。完全に美しい効果を得るために、服装の色調と風格にもとづいて、靴、帽子、手袋、ストッキング、バッグなどのセットで販売することがあります。それは大抵ハイクラスと芸能界向きであって、値段の方は高いので販売量も少ないのでありますから定量生産の方式を採用わけである。ファッション（FB）の中でこういう商品から経済的利益をもらえないが、こういうことを通してその商品の生産集団の信用と人気を宣伝することになるわけである。

毎年の様々なファッションショーの中で発表している作品はファッションデザイナーたちの優秀な創造アイデアを表しているのである。こういうショーでは新しいファッションを展示するとともに立派な人体を利用してファッションのいろいろな芸術性と流行趣向を表現させ、誇張と刺激などの手段を用いて、未来のファッションの発展方向と生産趣向を導くのである。時にはデザインの専門家たちは新しくデザイン

したものを抽象的な彫刻にすることによって自分の芸術的アイディアを表現しファッション業界にデザイン・イメージを啓発するわけである。それと同時に、ファッションのメーカーは数十年以来の有名なデザイナーたちの作品も展示しているのはファッションの歴史を反省して、優れている点が現代のファッションデザインに用いられるためである。

国と国の間に、また国際的交流性のライセンス契約というのがあります。日本のクチュール（高級衣装店）では世界の有名なデザイナーのデザインしたものを多く売っているのはこの例です。それは外国からデザインを買って来て、日本人の型体に適した定番に生産して、高く売っているわけである。ある高級服装が少量にマーケットに出回る方式をとっているのは消費者にそのニーズと販売量の探りをいれるわけである。そうすることによって、情報を取り、新しい生産計画を定めるのである。

次にカジュアルの企画と生産は服装業のうちひとつの重要な部分である。この部分のデザインと販売状態がオートクチュールの発展と服装商業の経済状況を直接決めているのである。しかし、カジュアルのデザインと流行性がファッションと根本的な区別があります。それは流行性とあまり関係がないと言えるであろう。だが、こういう大量に生産する服装はファッションビジネスの経済の基礎となっている立場から言うと売れることが一番大事です。だから売れるためにデザイナーは大いに市場調査活動をしていなければならないのである。消費者の購売状況とニーズを知ってからパターンと定番を決めて広く、いろいろな販売機構を通して大量に販売するわけである。シャツ、Tシャツ、セーター、ジャケット、ジーンズなどはみんなカジュアルであり、消費者にとってはなくてはならないものであるから、いつでも売れるのである。つまり流行性に限られない既製服である上に、価値のほうも消費者のレベルと融合するので、こういう服装の大量に販売することによってファッ

ション産業の経済利益が保たれているのである。

服装産業全体の中では、オートクチュールとプレタポルテのデザイン企画の間に相互に作用している。この二つの関連をどのようにもっとうまく処理することができるかということがデザイナーの重要な使命である。

4. 反省とお礼

私は東京家政大学生生活研究所の特別な研修生になって、二年間の勉強の間に成田助教授の親切な指導を受けたことによって、ファッションデザインの基本的勉強をたくさんならいました。そして理解することもできました。現代のデザインのやり方、考え方などの能力も引き上げました。住田先生とのゆかたの演習をしたりすることで、日本の民間の手工芸にも初歩の感じを得ることができました。時の経つのがはやくて、この卒業するにあたって本当にもう一度大学生のように必死でがんばって、納得できるような勉強ができたらと願っております。ファッションの領域ではまだ、いろんな知識が知らないでいます。二年間の留学生活が甘くないことです。たくさん時間をよく利用することができなかったのも、いま心の中では少し反省の念を持っています。これからも研究と勉強と仕事を一生懸命にがんばりたいと思います。

最後に、心から、担当の成田先生に本当にありがとうございました。私に親切にしてくださった諸先生方にもありがとうございました。