

## アパレル産業の展開と下請生産体制の変容 : 繊維産業構造変化の一側面

著者	上田 達三
雑誌名	関西大学経済論集
巻	28
号	1-4
ページ	311-344
発行年	1978-09-25
その他のタイトル	Development of Japanese Apparel Industry and its Subcontracting System
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10112/14748">http://hdl.handle.net/10112/14748</a>

# アパレル産業<sup>1)</sup>の展開と 下請生産体制の変容

——繊維産業構造変化の一側面——

上 田 達 三

## 1. はじめに

昭和51年12月、繊維工業審議会は、「新しい繊維産業のあり方」と題する提言を通産大臣に意見具申した<sup>2)</sup>。これを要約すると——

「わが国の繊維産業は近隣諸国の追上げ等による国際競争力の低下、多様化・個性化しつつある消費者需要への対応の遅れ等の問題に直面している。この

---

1) 中込省三氏によると、「わが国でアパレル産業という言葉が使用されはじめたのは、昭和47年ごろからである。このアパレル (Apparel) は英語で衣服とか衣料品のことであり、同様な英語には、このほか Clothing, Garment などがあるが、アメリカでアパレルがよく使用されていることから、この言葉だけがわが国で使用されるようになった。70年代の答申 (通産省編『70年代の繊維産業』昭和49年7月) をはじめ、二度の提言にも、アパレル産業の名称が使用されたことが普及を決定的なものにした。従来、繊維産業の製品を糸、織物、ニット生地、衣服その他繊維製身のまわり品、インテリア、寝具、工業用資材とすると、アパレル産業とは、衣服その他繊維製身のまわり品、インテリア、寝具など、消費者がすぐ使用できる最終製品、完成品を製品とする産業である。糸、織物、ニット生地、工業資材などは中間製品、未完成品であり、これらを繊維を中心とする原料産業とすれば、アパレル産業はアパレル (衣服) を中心とする加工産業である」。中込省三『アパレル産業への離陸—繊維産業の終焉—』東洋経済新報社、昭和52年10月、179—183ページより要約引用。

2) 繊維工業審議会「新しい繊維産業のあり方」、通商産業調査会『通産省公報』No. 8109、昭和51年12月13日、1—7ページ。

ような困難を克服し、新しい安定と繁栄のためには、消費者需要への即応をめざして繊維企業が生産・流通全般にわたり垂直的連携の強化を図るほか、消費者に最も近い位置にあるアパレル産業の充実強化、付加価値の高い発展可能分野への円滑な転換が必要であり、従来の設備偏重から脱却し、業界組織のあり方を再検討する必要がある<sup>3)</sup>。

「新しい繊維産業のあり方」と題するこの提言が、とくにアパレル産業を構造改善の軸として位置づけ、その充実振興を強調していることは、注目されるところであり、次のようにも述べられている。

「今後の垂直的連携の強化による構造改善のなかで、消費者に最も近く位置しているアパレル産業が新しい発展の基盤を見出せるかどうかは、わが国繊維産業の消長に大きな影響を与える。

しかも、このアパレル産業は、昭和40年代の初めによく産業としての形ができたばかりであり、欧米のアパレル産業と比べても、生産、販売、商品企画などの諸機能はまだ成熟していない。この未成熟さのためアパレル産業が本来的に内包している不確実性を克服することが一段と困難となっている。

消費者需要の質的变化が速いこと、以前のような量的拡大があまり期待できないこと、しかも輸入圧力の増大が予想されることなど、今後の環境を考えると、わが国のアパレル産業の充実強化は焦眉の急務である<sup>4)</sup>。

ではアパレル産業の現実はどのように展開しているのであろうか。構造不況業種の代表にされるほど深刻な苦境に陥った繊維産業のなかにあって、アパレル産業は比較的順調な成長をたどってきた分野といわれてきた。しかし、昭和53年に入って急成長企業、名門企業と呼ばれる企業に倒産の事態がみられ<sup>5)</sup>、

---

3) 同上誌, 1 ページ。

4) 同上誌, 3 ページ。

5) 昭和53年4月、急成長アパレルメーカーの〈ヴァンジャケット〉が500億円の負債を抱えて事実上倒産したのに続き、昭和8年創業の婦人服メーカーの最大手の一角で、老舗中の老舗といわれる〈花咲〉が76億円の負債を抱えて事実上倒産した。東洋経済新報社『週刊東洋経済』昭53.5.13号, 80ページ。

アパレル産業は、今日、転換期にあるということができよう。

すでにわれわれは、昭和40年代以降の日本の繊維産業の構造変化に注目し、アパレル産業を主として産業システム化とファッション産業の展開という視点から、その動向を見守り、分析をかさねてきた<sup>6)</sup>。本稿では、すでになされた分析を基礎として、日本の繊維産業の構造変化を概括し、そのなかで現実に展開しつつあるアパレル産業と下請生産体制の変容の実証究明を、中小企業問題の視角から試みようとしている。

## 2. 繊維産業の構造変化

### (1) 分析の対象——大阪の繊維産業

今日、わが国繊維産業が構造再編を強くせまられていることは多言を要しないであろう。さきにみた「新しい繊維産業のあり方」も、まさに構造的視点からそれが問われているのであるが、その検討のためには、わが国繊維産業が今日までの過程でみられた構造変化の態様を明らかにしておく必要があるだろう

---

6) 上田達三「ファッション産業—衣服縫製を中心として」、大阪市総合計画局『大都市性工業調査研究報告書(Ⅱ)』昭和45年3月、99—138ページ。

大島隆雄、上田達三「繊維産業」、大阪府商工部・桃山学院産業貿易研究所『工業システム化実態調査報告書』昭和46年3月、41—67ページ。

上田達三「ファッション産業」、大阪府商工部・桃山学院大学産業貿易研究所『工業システム化実態調査報告書(Ⅱ)』、昭和47年3月、105—153ページ。

上田達三「産業システム化とファッション産業—日本繊維産業再編成の一側面」、関西大学経済学会『経済論集』第23巻第4・5合併号、昭和48年12月、83—118ページ。

上田達三「わが国繊維産業の構造変化—工業統計・輸出入統計の再編・分析の試み」、大阪経済大学中小企業経営研究所『中小企業季報』1975年第3号、昭和50年10月、11—26ページ。

上田達三「転機に立つ大阪の繊維中小工業」、大阪市経済局『大阪経済』76号、昭和50年12月、20—35ページ。

上田達三「ファッション産業と繊維産業—大阪の繊維産業の変容と中小企業」、大阪市経済局『大阪経済』82号、昭和52年3月、16—35ページ。

上田達三「繊維産業のファッション化と中小工業」大阪商工会議所『大阪における中小工業発展の条件と体質強化策』昭和53年5月、45—80ページ。

う。本稿では、つぎの2つの理由から、分析の対象として大阪府の繊維産業を取りあげることとする。

- ① 資料の速報性と入手容易性による。
- ② 他地域の繊維産業の多くが、ある特定業種に特化した産地を形成しているのに対して、大阪の繊維産業は、原糸・織物・最終製品の段階それぞれに、多岐多彩な業種が複雑な社会的分業組織をとりながら、船場という繊維の一大集散地をとりかこんで立地し、全体として総合的な繊維産業を形成しており、わが国繊維産業の構造を表徴しているといえるからである。

構造変化の分析に先立って、大阪繊維産業の生産・流通構造を要約しておこう。大阪の繊維産業は、地場伝統産業を基盤として、泉州、河内地域を中心に発展してきた綿紡・綿スフ織物、紡毛紡・毛織物・毛布、タオル、ねん糸などが、また、外来移殖産業として大阪市内・同周辺を中心に発展してきたメリヤス、外衣・下着などの縫製品、繊維最終製品が、それぞれ関連工業との社会的分業組織をとる中小工業地域集団を形成し、これら中小工業のすそ野の上に近代的紡績、化合織などの原糸メーカーが大工業として発展し、位置している。このように、大阪の繊維産業は、原糸・織物・最終製品の各段階からなる総合的な繊維産業を形成しているが、それぞれの段階毎に商業資本が介入し、また企業相互間にも外注・下請関係が存するという複雑な生産・流通構造である<sup>7)</sup>。

## (2) 段階別、生産・流通構造の変化

### ——高加工度化、アパレル化の進展

大阪繊維産業の構造変化を、まず生産面の視点からみよう。昭和41年を比較の基準にとり<sup>8)</sup>、段階別<sup>9)</sup>にみた製造品出荷額・粗付加価値額構成の51年対比

7) 前掲、上田達三「転機に立つ大阪の繊維中小工業」25ページ、より補充引用。

8) 以下、生産・流通構造の変化の比較年次を、入手しえた最新資料としての昭和51年と、昭和41年をとる。わが国繊維産業は、昭和40年不況をへて、昭和40年代に入って以降、生産・流通面に大きな変化がみられたが、40年は深刻な不況のさなかにある特異な年であり、この不況から脱出して平常な事態にもどった41年を比較年次とすることが適切であり、また、この年が51年のちょうど10年前にあたり、構造上の変化をみるには適切な時期間比較の年と考えるからである。

〈表・1〉をしてみよう。

製造品出荷額、粗付加価値額とも、段階別シェアは、原糸段階での著しい低下、織物段階での停滞<sup>10)</sup>と対照的に、アパレルを中心とした最終製品段階での上昇が明らかにしめされている。

粗付加価値額の伸び(昭51/41)が、原糸段階では出荷額の伸びを下回っているのに対し、織物、最終製品段階では上回っていることは、段階生産物である繊維製品の高加工度化が進展したことを示唆している。

最終製品段階において、出荷額、粗付加価値額のシェアが高く、しかも伸び率が高いのは、外衣、メリヤスである<sup>11)</sup>。そこで、これらの細分類品目の最終製品にしめる粗付加価値額シェアの変化と増加率・増加寄与率〈表・2〉をみると、増加寄与率が大きい値をしめす業種は、丸編メリヤス、婦人子供服、男子服、横編メリヤスの4業種、このうち増加率が最終製品段階計の値を上回り、したがってシェアを高めているのは、婦人子供服と横編メリヤスである。これら業種は、最終製品段階においてファッション性が高いとみられる品目であり、高加工度化の過程が、アパレルのなかでもファッション性の高い外

- 9) 段階生産物として構成される繊維産業を、原糸段階、織物段階、最終製品段階の3グループに分ける試みを、統計上行った。『工業統計』産業小分類業種を構成する産業細分類業種の性格を検討し、実態に即して3段階に再編した。原糸段階には、化学工業から化学繊維(レーヨン、アセテート、合成繊維)を加えることが、繊維産業をみる場合欠くべからざるものと考えた。中分類・繊維工業に属するメリヤスを最終製品段階に組入れたのは、セーター、靴下、手袋などは最終製品そのものであり、またメリヤス生地同製品は織物段階に入れる方が妥当とも考えられるが、生地のみを生産よりも、メリヤス製品として生産されている場合が多い実態から、メリヤスを一括して最終製品段階に入れた。レース・繊維雑品も、メリヤスと同じ理由から最終製品段階に入れた。前掲、上田達三「わが国繊維産業の構造変化」17—18ページ。
- 10) 織物段階の出荷額計のシェアは、41年の40.2%から51年には41.9%に拡大しているが、これは209・その他繊維工業が7.6%から12.6%へ増大したことが寄与しており、主要な業種である204・織物、206・染色整理は停滞の傾向がみられる。
- 11) 毛皮製衣服、帽子、レース・繊維雑品は伸び率において外衣、メリヤスを上回っているが、絶対額が小さく、全体に占めるシェアはコンマ以下である(全国統計でもほぼ同じ傾向である)。

<表・1> 大阪府纖維産業の段階別、製造品出荷額・粗付加価値額の構成—昭41・51年対比—  
(金額単位・百万円, 構成比・%, 昭51/41・倍)

	製造品出荷額等				粗付加価値額			
	昭41	構成比	昭51	昭51/41	昭41	構成比	昭51	昭51/41
				構成比				構成比
264・化学織	4,357	0.8	15,340	3.52	1,963	1.1	2,239	0.5
201・製米	117	0.0	—	—	61	0.0	—	—
202・紡績	120,816	23.3	188,873	15.2	40,384	22.5	57,402	1.42
203・ねん糸, かさ高加工糸	13,043	2.5	18,239	1.5	4,846	2.7	7,528	1.55
原米段階計	138,333	26.6	222,452	17.9	47,254	26.3	67,169	1.42
204・織物	92,357	17.8	215,096	17.3	28,745	16.0	76,248	16.7
206・整理	72,986	14.1	141,405	11.4	26,371	14.7	60,164	13.2
207・網	3,672	0.7	8,542	0.7	1,134	0.6	3,224	0.7
209・その他繊維工業	39,522	7.6	156,760	12.6	15,215	8.5	60,369	13.2
織物段階計	208,537	40.2	521,803	41.9	71,465	39.8	200,005	43.9
205・メリヤス・繊維製品	71,805	13.8	212,745	17.1	23,335	13.0	71,431	15.7
208・外衣	2,678	0.5	9,400	0.8	1,086	0.6	4,016	0.9
211・外	48,438	9.3	146,184	11.7	18,270	10.2	61,924	13.6
212・帽	21,978	4.2	38,791	3.1	8,067	4.5	15,810	3.5
213・巾着子	1,616	0.3	9,278	0.7	835	0.5	3,812	0.8
214・毛皮製衣服身のまわり品	928	0.2	5,917	0.5	182	0.1	1,321	0.3
215・毛皮製衣服身のまわり品	8,184	1.6	21,027	1.7	3,000	1.7	6,385	1.4
219・その他繊維製品	16,435	3.2	56,569	4.5	6,234	3.5	24,059	3.86
最終製品段階計	172,062	33.2	499,911	40.2	61,009	33.9	188,758	41.4
繊維産業合計	518,931	100	1,244,166	100	179,728	100	455,932	100
製造業の総計	4,169,288	(12.4)	13,735,969	(9.1)	1,536,953	(11.7)	5,442,003	(8.4)

(注) 製造業総計欄の構成比( )内数値は、製造業に占める繊維産業合計のシェア・%をしめす。  
(資料) 大阪府『工業統計調査結果表』より作成。

<表・2> 大阪府繊維最終製品段階の粗付加価値額構成と増加率・増加寄与率—昭41・51年対比—

	粗付加価値額		増加率(倍) (昭51/41)	増加額(百万円) (昭51-41)	増加寄与率 (%)
	昭41(百万円)	昭51(百万円)			
男子服	9,240	27,900	3.02	18,660	14.6
婦人服	6,335	26,716	4.22	20,381	16.0
作業服	2,475	5,700	2.30	3,225	2.5
学校服	220	1,608	7.31	1,388	1.1
外計	18,270	61,924	3.39	43,654	34.2
中衣・下着計	8,067	15,810	1.96	7,743	6.1
丸編メリヤス生地・製品	13,421	38,098	2.84	24,677	19.3
たて編 "	1,646	4,658	2.83	3,012	2.4
横編 "	5,804	23,896	4.12	18,092	14.2
くつ	1,668	4,205	2.52	2,537	2.0
メリヤス手袋	39	574	14.72	535	0.4
メリヤス計	22,578	71,431	3.16	48,853	38.2
その他最終製品	12,094	39,593	3.27	27,499	21.5
最終製品段階合計	61,009	188,758	3.09	127,749	100

(資料) 大阪府『工業統計調査結果表』より作成。



衣を中心に進展したことがしめされている。

つぎに流通構造の変化をみよう。

大阪はわが国繊維流通の中心地といわれているが、大阪の繊維卸売業の業種別販売額構成の昭和41年・51年対比<表・3>をみると、以下のような顕著な変化が見い出される。

昭和41年、繊維原料・糸・織物など中間財を主とする繊維卸売業の販売額シェアが78.2%を占め、最終製品を主とする衣服身のまわり品卸売業は21.8%にすぎなかった。ところが昭和51年には、対41年比、繊維卸売業の販売額が1.15倍と停滞しているのに対し、衣服身のまわり品卸売業は3.16倍となり、その結果、衣服身のまわり品卸売業のシェアは43.5%に上昇し、繊維品卸売業の56.5%に接近するいきおいをしめしている。とりわけ、婦人子供服卸売業の伸びがひときわ高く、昭和51年販売額は41年の15倍に達して1兆円をオーバーし、全体に占めるシェアも1.9%から17.8%に著増している。以上の傾向は、1店あたり販売額についてもほぼ同様である。

周知のように、わが国の全輸出に占める繊維品輸出シェアが傾向的に低下し、かつ、繊維総需要に占める輸出シェアも低下してきたが、こうした過程をつうじて、繊維産業が輸出市場から内需市場への志向をつよめ、かつての輸出向け中心の糸・織物など中間生産財から、内需向け中心の最終製品の流通シェアを高めてきたのである。

同時に、昭和40年代後半以降、繊維製品の輸入が急増したことも、わが国繊維産業の生産・流通構造の変化に大きな影響をあたえたものとして見のがしえない<sup>12)</sup>。

以上の大阪繊維産業の生産・流通構造の変化の分析をつうじて、かつての原糸・織物段階の生産・流通に傾斜のかかった構造から、最終製品段階の生産・

---

12) 昭和46年以降のわが国繊維輸出入構成の急速な変化が、繊維産業の生産・流通構造にあたえた影響については、前掲、上田達三「わが国繊維産業の構造変化」11—26ページ参照。

<表・3> 大阪府繊維卸売業の業種別、年間販売額・1店あたり販売額の構成と伸び率—昭41・51年対比—  
(単位・百万円, 構成比・指数・%, 昭51/41・倍)

	年 間 販 売 額				1店あたり年間販売額				
	昭41	構成比	昭51	昭51/41	昭41	指 数	昭51	指 数	昭51/41
				構成比					
織 維 品 卸 売 業	2,996,858	78.2	3,438,390	56.5	1,583	216	1,701	177	1.07
織 維 原 料 卸 売 業	757,522	19.8	495,014	8.1	3,223	440	1,957	203	0.61
糸 卸 売 業	209,181	5.5	767,215	12.6	1,395	191	4,125	428	2.96
織 物 卸 売 業	2,030,155	53.0	2,176,160	35.8	1,346	184	1,376	143	1.02
衣服身のまわり品卸売業	835,617	21.8	2,644,358	43.5	250	34	615	64	2.46
洋服(除・婦人子供服)	77,529	2.0	272,364	4.5	137	19	454	47	3.31
婦人子供服卸売業	71,812	1.9	1,084,141	17.8	136	19	1,166	121	8.57
下 着 卸 売 業	142,457	3.7	432,880	7.1	217	30	639	66	2.94
寝 具 類 卸 売 業	32,451	0.8	183,803	3.0	156	21	638	66	4.09
その他衣服身のまわり品	511,368	13.3	671,170	11.0	369	50	428	44	1.16
織 維 関 係 合 計	3,832,475	100	6,082,748	100	732	100	963	100	1.32

(注) 『商業統計』衣服身のまわり品卸売業の中には、くつ、はきもの、かばん、袋物卸売業がふくまれているが、本表ではこれらを除外して合計した。繊維原料卸売業には、生糸・まゆ卸売業をふくむ。

(資料) 大阪府『商業統計調査結果表』から作成。

流通に比重を移す方向、すなわち、高付加価値をもとめた高度加工産業への志向、いわゆるアパレル産業が展開してきていることを、われわれは統計的に検証することができるのである。

### (3) 規模別、生産・流通構造の変化

#### ——零細性、下請制の深化とアパレルメーカーの成長

以上にみた段階別生産・流通構造の変化と関連して、規模構造の変化を、まず生産面からみてゆこう。中分類・20・繊維工業、21・衣服その他繊維製品製造業の規模別構成<sup>13)</sup>の変化〈表・4〉をみると、昭和51年は41年にくらべて、事業所、従業員数、出荷額、粗付加価値額のいずれをとっても、上位規模層のシェアが低下し、これと対照的に小零細層のシェアが高まっている。ファッション化をとまなう高加工度化が進展したこの10年間に、企業規模の零細性が強まり、とりわけ、最終製品を主とする衣服その他繊維製品製造業において、このことが著しく進んでいるとみることができる。

ところで、製造加工業種によって事情を異にするが、一般的に、企業規模の零細性と下請制とは密接な関連性をもっているということができよう。この関連の変化をたしかめるには、加工賃収入の出荷額に占める割合が、企業規模との関連でどう変化したかをみるのが、一つの統計的手法であろう。

大阪繊維産業の段階別、加工賃収入の出荷額に占める割合〈表・5〉をみると、この割合の高い業種は、染色整理、ねん糸であり、これらは、業種の性格上、もともと外注・賃加工の形態をとる企業が多いことが広く知られている。われわれにとって注目されるのは、外衣が、昭和41年の21%から51年には32%へ、加工賃収入の割合を大きく高めている事実である。

そこで、外衣を中心とするおもな最終製品段階製造業の、加工賃収入の割合と、企業規模指標としての1事業所あたり従業員数、雇用形態指標としての業

13) 大阪府『工業統計』には、小分類による規模別統計が公表されていないので、前掲〈表・1〉のような段階別規模構成の変化をみることはできず、やむをえず中分類統計によった。

〈表・4〉 大阪府繊維工業、衣服その他繊維製品製造業の規模別構成—昭41・51年対比—  
(単位・%, 出荷額・粗付加価値額の実数・百万円)

	事業所数		従業員数		出荷額		粗付加価値額		
	昭41	昭51	昭41	昭51	昭41	昭51	昭41	昭51	
20 繊維工業	9人以下	65.2	79.0	16.2	30.6	6.4	15.1	8.9	19.4
	10～29人	23.4	15.5	19.9	23.7	15.9	24.1	17.1	27.9
	30～49人	4.7	2.7	9.4	9.8	9.9	14.0	7.9	12.8
	50～99人	3.7	1.5	13.0	9.6	17.1	13.0	21.5	11.4
	100～299人	2.1	1.0	16.4	13.9	16.6	19.4	16.4	18.4
	300人以上 合計	0.8 100	0.3 100	25.1 100	12.4 100	34.1 100	14.4 100	28.2 100	10.1 100
合計の実数	7,381	8,261	143,994	88,729	416,995	951,060	141,178	340,383	
21 衣服その他繊維製品製造業	9人以下	73.1	83.6	26.8	39.8	13.5	27.3	17.5	33.5
	10～29人	19.9	12.5	25.9	24.8	25.0	30.2	24.8	30.8
	30～49人	2.8	2.0	8.8	9.2	12.2	13.8	10.7	12.1
	50～99人	2.9	1.3	15.4	10.9	19.9	13.3	17.0	11.9
	100～299人	1.2	0.5	14.7	9.3	20.4	13.2	19.2	9.8
	300人以上 合計	0.1 100	0.1 100	8.4 100	6.0 100	9.0 100	2.2 100	10.8 100	1.9 100
合計の実数	3,613	5,007	44,707	40,513	97,579	277,764	36,587	113,312	

(資料) 大阪府『工業統計調査結果表』より作成。

主・家族従業者の割合の変化<表・6>の諸関連を検討してみよう。

出荷額に占める加工賃収入の割合、すなわち外注・下請生産の割合を大きく高めている業種は、婦人子供服をはじめとする外衣のすべての業種であり、中衣・下着、たて編メリヤス、横編メリヤスがわずかにその割合を高めている。そしてこれら業種をはじめ、最終製品段階のいずれの業種においても、1事業所あたりの従業員数は減少し、これと対照的に業主・家族従業者の割合は高ま

<表・5> 大阪府繊維産業の段階別、加工賃収入割合—昭41・51対比—

(単位・%)

	出荷額に占める加工賃収入の割合		
	昭 41	昭 51	昭50-41
264・化学繊維	0	1	+ 1
201・製糸	100	—	—
202・紡績	4	10	+ 6
203・ねん糸, かさ高加工糸	24	36	+12
原糸段階計	6	12	+ 6
204・織物	13	13	0
206・染色整理	32	63	+31
207・綱網	4	5	+ 1
209・その他繊維工業	7	11	+ 4
織物段階計	18	26	+ 8
205・メリヤス	11	9	- 2
208・レース・繊維雑品	14	9	- 5
211・外衣	21	32	+11
212・中衣・下着	16	18	+ 2
213・帽子	13	7	- 6
214・毛皮製衣服身のまわり品	0	3	+ 3
215・その他衣服身のまわり品	12	10	- 2
219・その他繊維製品	9	15	+ 6
最終製品段階計	14	17	+ 3
繊維産業合計	14	20	+ 6
製造業の総計	6	6	0

(資料) 大阪府『工業統計調査結果表』より作成。

<表・6> 大阪府繊維最終製品段階の加工賃収入割合、1事業所あたり従業員数、業主・家族従業者の割合—昭41・51対比—

	出荷額に占める加工賃収入の割合 (%)		1事業所あたり従業員数 (人)		業主・家族従業者の占める割合 (%)	
	昭41	昭51	昭41	昭51	昭41	昭51
男子服	26	35	12.8	9.4	11	16
婦人服	19	33	10.5	7.0	14	20
作業服	10	21	10.1	6.3	15	23
学校服	6	17	10.0	9.1	12	13
外 衣 計	21	32	11.6	7.9	12	18
中 衣・下 着 計	16	18	13.5	7.7	12	19
丸編メリヤス生地・製品	10	8	13.9	9.7	11	13
たて編 "	13	17	9.7	6.7	17	21
横編 "	11	12	9.2	5.5	18	27
く つ 下	4	3	27.1	16.1	5	9
メリヤス手袋	7	1	3.6	3.4	55	61
メリヤス 計	11	9	12.2	7.6	13	18
その他最終製品	10	12	13.6	8.7	11	15
最終製品段階合計	14	17	12.4	8.0	12	18

(資料) 大阪府『工業統計調査結果表』より作成。

っている。

以上のことから、最終製品段階の、とりわけファッション性が強い外衣を中心としたアパレル製造業では、企業規模が零細化をたどるなかで、業主・家族従業者の役割が増大し、外注・下請生産の割合を高めてきたことが、統計上あきらかにされうるのである。

つぎに流通面について、この10年間に飛躍的な販売額の伸びをみせた婦人子供服卸売業、婦人子供服をのぞく洋服卸売業（以下、たんに洋服卸売業という）の規模構成の変化〈表・7〉をみよう。

ここでみられる顕著な変化は、婦人子供服卸売業における100人以上層、洋服卸売業における50人以上層の伸長である。とりわけ、年間販売額、1店あたり・1人あたり販売額の伸びは、これら卸売業の上位層において著しく、さきにみた製造業の上位層におけるシェア低下と極めて対照的な動きがみられる。

しかしここで注意を要することは、“製品企画を自社で行い、縫製を下請に委託して生産活動を行う企業”は、統計上、卸売業に属しているということである。

われわれはすでに、“自己のリスクで最終衣料の商品づくりを行い（それが自家工場で直接生産するものであれ、下請利用によって生産するものであれ）、卸売業務を行う（卸機能を有する）企業”を繊維二次メーカー規定した<sup>14)</sup>。最近ではこれをアパレルメーカーと呼ぶことが一般化していることから、われわれもアパレルメーカーと呼ぶようになっている。

ところで、これらアパレルメーカーが、統計上、多くの場合、卸売業に属しているとすれば、〈表・7〉にみられた上位規模の婦人子供服・洋服卸売業の伸長は、実はアパレルメーカーの成長を意味していたのである。このことは、

---

14) 問屋と二次製品メーカーは、従来、業態面から区別されていたが、問屋の生産者化、二次製品メーカーの卸機能拡充、が両面から進展し、これら両者の同質化がすすんでいる実態から、いわゆる“製造卸売業”の概念に入るものを、一括して繊維二次メーカーとした。前掲、上田達三「産業システム化とファッション産業」97ページ。

<表・7> 大阪府婦人子供服、洋服卸売業の規模別構成一昭41・51年対比一

(単位・構成比・%, 昭51/41・倍, 年間販売額の実数・億円)

	商 店 数		従 業 者 数		年 間 販 売 額			1店あたり販売額・51/41	1人あたり販売額・51/41		
	昭41	昭51	昭41	昭51	昭41	昭51	51/41				
1人	18.0	15.7	1.54	2.0	1.3	1.61	1.5	0.6	6.03	3.92	3.75
3人	22.3	23.5	1.86	4.9	4.0	1.93	5.0	2.3	6.90	3.72	3.57
5人	24.2	27.1	1.97	10.2	8.5	1.95	9.5	4.7	7.49	3.81	3.85
10人	18.7	16.7	1.57	16.6	10.7	1.52	16.9	8.0	7.13	4.55	4.70
20人	5.5	5.3	1.69	8.6	5.9	1.61	6.4	3.5	8.40	4.97	5.20
30人	4.3	5.4	2.17	9.7	10.0	2.42	12.4	6.1	7.45	3.43	3.08
50人	4.3	3.2	1.30	19.1	10.2	1.26	13.9	6.1	6.57	5.04	5.23
100人以上	2.6	3.1	2.07	28.9	49.3	4.14	34.3	68.6	30.55	14.59	7.53
合 計	100	100	1.76	100	100	2.34	100	100	15.10	8.59	6.42
合計の実数	529	930	—	8,244	19,331	—	718	10,841	—	—	—
1人	17.3	18.5	1.13	1.5	2.0	1.20	1.9	1.9	3.51	3.09	2.94
3人	21.1	22.2	1.12	3.6	4.7	1.15	5.1	4.0	2.74	2.45	2.39
5人	23.4	26.3	1.20	7.7	10.4	1.20	9.6	12.0	4.40	3.67	3.66
10人	18.4	16.8	0.97	13.0	13.1	0.90	18.0	14.8	2.89	2.97	3.22
20人	8.1	5.2	0.67	9.6	7.3	0.67	12.2	7.8	2.24	3.33	3.33
30人	4.4	5.0	1.20	8.4	11.9	1.26	9.9	12.5	4.45	3.71	3.52
50人	3.4	4.2	1.32	11.6	17.4	1.34	13.3	23.6	6.23	4.74	4.66
100人以上	3.9	1.8	0.50	44.6	33.3	0.67	30.2	23.6	2.75	5.49	4.12
合 計	100	100	1.06	100	100	0.89	100	100	3.51	3.30	3.94
合計の実数	565	600	—	11,307	10,086	—	775	2,725	—	—	—

(資料) 大阪府『商業統計調査結果表』より作成。



アパレルメーカー間において、上位規模層への生産・流通の集中化傾向と、下位規模層での停滞傾向という、いわゆる階層分化が進展してきたとみられるのである。

以上、『工業統計』、『商業統計』の分析をつうじて、一方におけるアパレルメーカーの成長と、その底流で零細縫製企業を中心とする下請生産体制の深化が、大都市大阪の繊維産業のなかで進展してきたことがあきらかにすることができたといえるであろう。

### 3. アパレル産業の展開と下請生産体制の変容

#### (1) アパレル産業の構造

わが国繊維産業は、従前の輸出依存型素材産業から、内需志向型加工産業への方向づけ——素材・糸から最終衣料の生産にいたる均衡のとれた産業構造の実現——にせまられている。そのためには、これまで脆弱な部門とされてきたアパレル産業の育成強化が、重要な施策の一つとされ、このアパレル産業の発展が繊維産業再生をになうものとして期待されている<sup>15)</sup>。

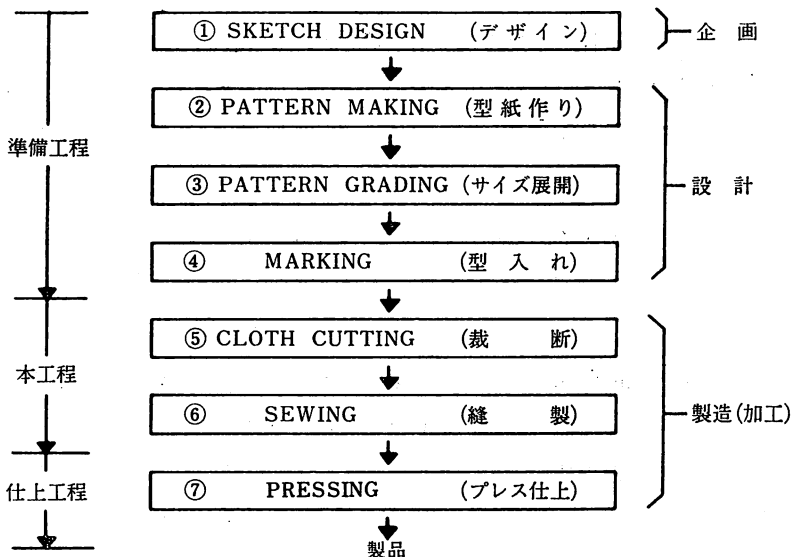
すでにあきらかなように、昭和40年代以降の、外衣を中心とした最終製品段階の発展のなかで、アパレルメーカーの成長と下請生産体制の深化が進展してきたが、このことと関連して留意すべきことは、原糸メーカー、総合商社が、海外のアパレルメーカーやデザイナーとの技術提携をはかりつつ、国内有力アパレルメーカー、小売店などの垂直統合化をはかり、いわゆるダウン・ストリーム戦略（川下作戦とも呼ばれる）を志向してきたこと、また、大型量販店、百貨店も、消費者の欲求にあったアパレル商品の開発をめざし、総合商社とも提携しつつ、いわゆるバックワード・パーティカル・インテグレーション（後方垂直統合）を展開してきたことである。こうした動きは、消費動向のファッション情報を迅速的確に把握し、計画的に各段階の機能を有機的に結合し、タイミン

15) 前掲、繊維工業審議会「新しい繊維産業のあり方」参照。

がよく運営しうるシステム化展開の模索であったといえる<sup>16)</sup>。

アパレル産業の構造をみるさいには、当然、こうした広い視野の中に位置づけた分析が必要であるが、ここでは、その前提として脆弱な部門として問題をにないながら、現実にはアパレル商品の生産に直接たずさわるアパレルメーカーとその下請生産体制に焦点をあて、その構造を概括しておこう。

アパレル商品の製造（縫製）工程は、別掲図のとおりであるが、アパレルメーカーは、従来、①～④の企画・設計段階がアメリカなど先進アパレル産業国とくらべておくれており、したがって、上位規模層を中心にすすめられてきた海外メーカーとの提携は、まず、①のデザイン提携による商品導入に始まり、さらに②～④の設計段階を、⑤以下の製造工程にむすびつけるシステム導入が多く行われてきた。そして②のパターン・メーカーでは、立体裁断にもとず



＜アパレル商品の製造（縫製）工程＞

16) くわしくは、大阪府立商工経済研究所『卸商業をとりまく環境変化と卸商業機能の実態—繊維二次製品卸—』、同所、昭和51年5月、参照。前掲、上田達三「産業システム化とファッション産業」、参照。

く工業用パターン確立の前提として、すでに昭和45年、JISサイズが発表されている<sup>17)</sup>。③のパターン・グレイディングについては、サイズやパターンの規格化が本格化すれば、コンピューターの利用が可能であり、アパレルメーカー独自でコンピューター利用によるシステム確立を行っている企業が、紳士服業界で出現している<sup>18)</sup>。

⑤以下の製造工程については、すでに昭和40年代に入って以降、自家工場の建設・拡充が、上位規模アパレルメーカーを中心にすすめられてきたが、ここで留意せねばならないことは、下請依存から脱却しようとはめざしての自家生産体制の拡充ではなかったことである<sup>19)</sup>。

下請企業の担当工程は、この⑥裁断から⑥縫製および⑦プレス仕上げの工程であるが、その受注形態から下請企業を次の4つの形態に分けることができる。

- (i) ⑥⑦の工程を一貫生産する下請企業
- (ii) ⑥縫製工程を専業とする下請企業
- (iii) ⑥のうち、ボタン付け、穴かがりなど部分工程を専業とする下請企業
- (iv) ⑦プレス仕上を専業とする下請企業

これらのうち、第1次下請は、(i)を中心に、(ii)をふくむ企業である。(ii)の一部、および(iii)、(iv)は、どちらかといえば再下請に属する企業が多くなっている。元方企業たるアパレルメーカーと直接つながる第1次下請は、元方企業と製品販売形式をとる企業が一部にみられるものの、ほとんどの企業は元方企業から無償で原反・附属品の支給をうけ、これを元方企業の製品企画・デザインなどの仕様にもとづいて生産加工した後、元方企業から加工賃の支払いを受ける形式をとっているところに、下請企業たる所以がある。下請

17) 千村典生『図説ファッション・ビジネス』鎌倉書房、昭和46年12月、143ページ。

18) 菅原正博、槻木正次『ファッション・インダストリーへの挑戦』ビジネスリサーチ、昭和48年7月、219ページ。

19) くわしくは、大阪府立商工経済研究所『最近10年間における大阪中小工業の基本動向—その18・紳士既製服製造業(上)』同所、昭和45年6月、97—104ページ。

側が材料面で購入するのはせいぜい縫い糸程度にとどまっている<sup>20)</sup>。

アパレル商品の種類は、スーツ、スカート、コートなどの外衣類、ワイシャツ、スポーツシャツなどの中衣類、アンダーシャツ、パンツなどの肌着・下着類に分けられるが、これを細分化すると、各製品毎に、性別、年齢・世代層別、体形・サイズ別、生地素材・色柄別、季節別、用途（フォーマル、カジュアル）別、品質別、等ぼう大な数に分けられる。したがって、たとえば紳士服といった広義の製品一つに関してさえ、これを細分類のことごとくにわたって1企業が内製でカバーすることは、生産効率を云々する以前におよそ不可能な事情を内蔵している。それにもかかわらず、販売にあたってはこれら種類の製品をできるだけ品揃えすることが競争上有利に働く要因ともなっており、このことが、外注または下請依存を大ならしめる要因となっている<sup>21)</sup>。

日本衣料縫製品協会によると、衣料縫製企業の7割近い企業は下請専業であり<sup>22)</sup>、また、下請生産割合は、紳士服53%、婦人子供服71%、中衣・下着70%となっており<sup>23)</sup>、衣料縫製品の生産における下請依存の役割の大きさがうかがわれよう。

元方企業たるアパレルメーカーと その下請企業との 地位を 決定づける要因は、アパレルメーカーが、販売力、価格形成力、情報収集力を基礎に、製品の企画・開発機能をもっているのに対し、下請企業ではこれらの機能をもたない点である。

アパレル産業の構造的な特徴は、アパレルメーカーが生産の一部または全部を多数の零細な縫製下請企業に賃加工させる形態をとっており、アパレルメーカーの自家工場の建設・拡充をつうじて生産体制の近代化がすすめられてはき

---

20) 大阪府立商工経済研究所『大阪府下縫製下請企業の実態—取扱い製品、取引関係の変化を中心として—』、同所、昭和52年5月、38—39ページ参照。

21) 同上書、34—35ページ参照。

22) 日本衣料縫製品協会『アパレル産業設備状況調査報告書』、同協会、昭和52年。

23) 日本衣料縫製品協会『アパレル産業システム化』、同協会、昭和49年。

たが、依然、問屋制的性格を残しているのである<sup>24)</sup>。

アパレル産業が当面する課題は、量産化、資本集約化による生産の合理化、近代化と、消費者の欲求する製品の多彩化、ファッション化という相矛盾する方向を、下請利用の生産方式を包含した繊維産業全体の生産・流通システムの有機的・機動的コントロールによって解決を求められている、ということができよう。

## (2) 下請生産体制の多層構造

アパレル産業における下請生産の役割の重要性については、すでに明らかにされたが、その下請生産体制なり下請生産諸関係が、これまでのファッション化進展のなかでどう変化してきたかを把握することは、繊維産業の再生をになうアパレル産業の今後の振興を考える場合に重要な前提となるだろう。

大阪府立商工経済研究所では、昭和51年9月を調査時点とする大阪府下の下請縫製企業の実態調査が実施され、52年5月にその成果が公刊されている<sup>25)</sup>。わたくしもこの実態調査研究に参画の機会をうることができたのであり、以下、この調査で明らかにされた資料を援用しつつ、下請生産体制の変容の実証究明を、わたくしなりに試みてみたいとおもう<sup>26)</sup>。

調査対象企業〈表・8〉は、紳士服・32、婦人子供服・27、メリヤス製品・52、ワイシャツ・4、合計115企業であり、その業態の内訳は、下請加工のみ・102企業(89%)、下請加工を主・製造販売を従・13企業(11%)であって、すべて第1次下請を中心とする縫製下請企業からなっている。そして、これら第1

24) 前掲、上田達三「産業システム化とファッション産業」98ページ。

25) 大阪府立商工経済研究所『大阪府下縫製下請企業の実態—取扱い製品、取引関係の変化を中心として—』、同所、昭和52年5月。

26) 同上書は、同所研究員、上野紘、天川康、森靖雄の3氏による実態調査研究の成果であるが、わたくしはこの調査の設計企画段階から参画し、調査進行中に行われた何回かの共同討議に参加させていただく機会をもつことができた。多くの有益・貴重な意見・資料の教示を賜った上記3氏に深く感謝しつつ、以下の叙述構成は、わたくしなりの方法による分析・整理・総合であることをおことわりしておきたい。よりくわしくは同上書を参照されたい。

次縫製下請企業がさらに再下請への発注する企業は、常時・96企業、ときどき・9企業をあわせて105企業（91％）に達し、規模の大小を問わず、縫製下請企業が再下請を広汎に利用している実態がしめされている。

この再下請への発注状況の変化〈表・9〉を、昭和45年とくらべてみると<sup>27)</sup>常時発注する企業が増加するとともに、その利用軒数も増加の傾向がみられる。

〈表・8〉 縫製下請企業 実態調査の対象企業概要

（昭和51年9月調査）

		紳士服	婦人・子供服	メリヤス製品	ワイシャツ	合計
調査対象企業数		32	27	52	4	115
①業態	下請加工のみ	28	22	49	3	102
	下請主・製販従	4	5	3	1	13
②再下請への発注	常時	32	23	37	4	96
	ときどき	—	1	8	—	9
	発注しない	—	3	7	—	10
③従業員規模	1～3人	2	4	7	—	13
	4～9人	6	11	31	—	48
	10～19人	3	6	12	—	21
	20～29人	3	2	1	1	7
	30人以上	18	4	1	3	26

（注） 実態調査は、縫製工程（本工程）のみ、および縫製工程に加えてボタン付、穴かがり、仕上げなどの工程を、自工場内にもつ第1次下請企業を対象とし、紳士服、婦人子供服は「大阪服装縫製工業組合」（約400社）、メリヤス製品は「大阪府メリヤス製造協同組合」と「大阪中央莫大小製造協同組合」（約240社）、ワイシャツは「大阪ワイシャツ商工協同組合」（うち下請企業16社）にそれぞれ加盟する下請企業に調査票を配布、回収しえた計115企業を集計・分析の対象としている。

（資料） 大阪府立商工経済研究所『大阪府下縫製下請企業の実態——取扱い製品、取引関係の変化を中心として——』同所、昭和52年5月、①41ページ、②44ページ、③122ページ、（注）33ページより作成。

27) 前掲同上書による比較の基準年次は昭和45年となっており、以下の本稿において同上書の資料から変化の事情をみる場合は、昭和45年を比較年次としている。

〈表・9〉 縫製下請企業の再下請利用状況の変化

		昭和 45 年		昭和 51 年	
		企業数	構成比	企業数	構成比
①再下請への 発注状況	常時	78	67.8	96	83.4
	ときどき	18	15.7	9	7.8
	出さず	15	13.0	10	8.6
	無記入	4	3.5	—	—
	合計	115	100	115	100
②再下請の利用軒数	1～3軒	27	28.1	21	20.0
	4～5軒	12	12.5	11	10.5
	6～10軒	23	24.0	29	27.6
	11～20軒	16	16.7	18	17.1
	21軒以上	11	11.5	19	18.1
	無記入	7	7.3	7	6.7
	利用企業計	96	100	105	100

(資料) 大阪府立商工経済研究所, 前掲書, ①44ページ, ②46ページより作成。

利用する再下請の工程は, 各業種, 規模をつうじて, 「縫製工程」を主体とし, 「ボタン付」, 「穴かがり」, 「仕上げ」の各部分工程も広汎に利用されている<sup>28)</sup>。

「こうした実態は, 第1次下請を中心とする縫製下請が, 単に生産・加工工程の分化に伴う補完あるいは外部労働力活用のために再下請を利用しているばかりでなく, 第1次下請企業自らが, 元方企業の役割の1部, つまり, 元方からの受注分を再下請にも振り分けるという, “振り屋”的役割を代替している事実をしめして<sup>29)</sup>おり, 今日のアパレル産業における下請制の多層構造が明らかであろう。

28) 全体の8割の企業が「縫製工程」を, 半数前後の企業が「ボタン付」, 「穴かがり」, 「仕上げ」などの部分工程を, 再下請に発注している。同上書, 42ページ。

29) 同上書, 42ページ。

（3）縫製下請の企業規模の変化

調査対象企業の従業員規模構成の変化〈表・10〉をみると、昭和45年とくらべて、30人以上企業のシェアは変わらないが、10～19人規模層のシェア低下と、4～9人規模層のシェア上昇がみられ、10～19人層から9人以下層へ転落している企業が多いことがしめされている。このことは、すでにみた『工業統計』・衣服その他繊維製品製造業における零細化進展（前掲〈表・4〉参照）の事実を裏付けるものといえよう。また、従業員数が減少した企業数は、増加した企業数を大きく上回り、とりわけ、19人以下の各規模層では、従業員数を減少させた企業が多い反面、20人以上層では増加させた企業が多くなっており、縫製下請企業の階層分化が進んだことがしめされている。

以上の従業員規模の変化に対して、縫製下請企業の主たる生産手段であるミシンの台数規模の変化〈表・11〉、〈表・12〉では、逆の傾向がみられる。いずれの業種、規模層とも、ミシン台数の増加企業が減少企業を上回り、全体として半数以上の企業がミシン台数を増加させている。とりわけ、紳士服、婦人子供服など、ファッション化がすすんだ外衣関係に増加企業が多いことが注目される。

〈表・10〉 縫製下請企業の従業員規模構成とその変化

従業員規模	昭和45年		昭和51年		昭和45年にくらべた 昭和51年の従業員数		
	企業数	構成比	企業数	構成比	増加企業	不変企業	減少企業
1～3人	11	9.6	13	11.3	1	3	9
4～9人	35	30.4	48	41.7	9	7	29 (3)
10～19人	34	29.6	21	18.3	5	2	13 (1)
20～29人	10	8.7	7	6.1	4	1	2
30人以上	25	21.7	26	22.6	18	2	4 (2)
合計	115	100	115	100	37	15	57 (6)

（注）かっこ内は無回答企業数

（資料）大阪府立商工経済研究所，前掲書，122ページ，125ページより作成。



設備台数でみた規模構成において拡大化の傾向がみられ〈表・12〉、従業員規模構成では零細化の傾向をたどっている〈表・10〉という事実は、一般的に

〈表・11〉 縫製下請企業のミシン台数の変化（昭45→51年）

		増加企業	不変企業	減少企業	合計
業 種	紳 士 服	26	4	1	32 (1)
	婦 人 子 供 服	15	6	6	27
	メ リ ヤ ス 製 品	17	20	13	52 (2)
	ワ イ シ ャ ッ ツ	2	2	0	4
従 業 員 規 模	1 ～ 3 人	5	5	3	13
	4 ～ 9 人	16	18	13	48 (1)
	10 ～ 19 人	12	4	4	21 (1)
	20 ～ 29 人	5	2	0	7
	30 人 以 上	22	3	0	26 (1)
合 計	実 数	60	32	20	115 (3)
	%	52.3	17.4	27.8	100(2.6)

(注) かつこ内は無回答企業

(資料) 大阪府立商工経済研究所, 前掲書, 78ページより作成。

〈表・12〉 縫製下請企業のミシン台数規模構成の変化

ミシン台数規模	昭 和 45 年		昭 和 51 年	
	企業数	構成比	企業数	構成比
1 ～ 4 台	6	5.2	5	4.3
5 ～ 9 台	27	23.5	21	18.3
10 ～ 19 台	36	31.3	40	34.8
20 ～ 29 台	21	18.3	14	12.2
30 台 以 上	22	19.1	35	30.4
合 計	115 (3)	100(2.6)	115	100

(注) かつこ内は無回答企業

(資料) 大阪府立商工経済研究所, 前掲書, 77ページより作成。

は資本装備率の増大を意味し、合理化・省力化を通じて生産性の向上につながるものと解されるが、しかし縫製下請企業の場合は、この一般論があてはまらないようである。その背後には多くの事情がからみあっているが、ここでは取扱製品の変化、取引関係の変化をみたあとで、こうした実態を設備内容の変化との関連でみることにしたい。

（４） 縫製下請の取扱い製品と受注形態の変化

縫製下請企業の取扱製品の変化<表・13>をみると、広義の範ちゅうでの製品には大幅な変化はみとめられず、だいたいにおいて昭和45年頃と同じ取扱い品となっている。

このことは、異業種間（たとえば紳士服と婦人子供服）はもちろんのこと、同業種間（たとえば紳士服業種内での上衣とズボン）においても、縫製技術、生産ロットなど、種々の面で製品毎の特性が存在していること<sup>30)</sup> から、取扱い製品を

<表・13> 縫製下請企業の取扱い製品の変化

	昭和45年		昭和51年	
	企業数	構成比	企業数	構成比
上下服スーツ	24	20.9	25	21.7
スーツの上衣	15	13.0	15	13.0
カジュアルの上衣	9	7.8	11	9.6
ズボン	15	13.0	15	13.0
ブラウス	8	7.0	9	7.8
コート	16	13.9	17	14.8
ワイシャツ	5	4.3	5	4.3
T・ポロシャツ	20	17.4	24	20.9
下着	40	34.8	37	32.2
その他	3	2.6	4	3.5
合計	115	100	115	100

（注）複数回答あり

（資料）大阪府立商工経済研究所，前掲書，64ページより作成。

容易に変えることができない事情にある。このような業種別特性は、元方企業から下請企業への製品発注形態に業種別差異があることをも意味している。

紳士服では、製品の「下請間分割方式」<sup>31)</sup>の発注形態がおもにとられ、下請、再下請ともに、取扱い製品の専門化した形態が、すでに昭和40年代中頃にみられていたが、これが今日広範囲に浸透してきている<sup>32)</sup>。

これに対して婦人子供服では、紳士服のような「分割発注」は、再下請をふくめて少なく、「一括発注・生産方式」<sup>33)</sup>が多くとられており、製品が高級化するほど、この形態をとる企業が多い。1製品あたりロットが小さい婦人服では、単品のみでの取扱いでは生産が不安定化するために、この「一括発注・生

30) たとえば、紳士服と婦人子供服とでは、素材面では前者が毛などの天然繊維の、後者が天然繊維に加えて合成繊維のウエイトが高く、デザインでは後者がより強調される。生産ロットは前者が大きく、後者が小さい。さらに技術面では、どちらかといえば紳士服の方が高度な技術を要する、等々といった事情がある。また同じ紳士服の業種の中にあっても、上衣、ズボン、コートではそれぞれ生産ロットにおいても、技術面においても差異があり、結局同業種内においても、製品の多種類取扱いが困難な事情がある。同上書、62ページ参照。

31) 紳士服業界にみられる「下請間分割方式」を具体的にみると、スーツの上・下とも一括して下請発注するのではなく、上衣、ズボン、チョッキをそれぞれ別の下請企業に発注する。替上衣、替ズボン、コートなどでも同じ傾向にある。また、元方企業から下請企業への段階で一括発注している場合でも、下請企業が再下請へ発注する段階でほぼ同様の「分割」形態がとられる傾向が強くなっている。この方式、形態をもたしている根拠は、各種製品間の技術レベルに差があることだけでなく、紳士服が他の衣服縫製品に比較して生産ロットがまとまっており、採算、生産性の面でもこの方式がより効果的だからである。ある原糸メーカーを元方とする某下請企業の例をみると、地方に点在する自家工場の各工場別に1つの製品をそで、えり、ボディの各部分のみ担当させ、これをまた別の工場でアッセンブルした後に、仕上げ担当の下請企業にまわすという、完全な「工程間分業」ないし「組立生産」さえ採用している。同上書、63—66ページ参照。

32) 同上書、63ページ。

33) たとえば、婦人服ツーピースは上・下とも同一下請企業に発注され、下請企業もこれを自家工場で生産する場合は、上・下ともに生産する。これは単にロットの問題であるだけでなく、婦人服の場合、素材が同じならば形は異っていても一對の製品という婦人服業界独特の慣習も強く働いているようである。同上書、66ページ。

産」も複数製品をとまなう傾向を強くしている<sup>34)</sup>。

さて、縫製下請企業の取扱い製品の質的变化について、素材面、品質面からみてゆこう。まず素材面についてみると、「現在、主として使用している生地素材は、紳士服が〈毛〉、婦人子供服が〈合織〉と〈毛〉、メリヤス製品が〈綿〉、ワイシャツが〈合織〉と〈綿〉、となっており、この限りでは業種それぞれの従来からの特性がなお続いている状況にあるが、昭和45年との比較では、メリヤス製品をのぞいて、いずれも〈合織が増えた〉とする企業が多くなっている。こうした素材面の変化は、単に合織、天然繊維の各単一素材にとどまらず、混紡素材が増えていること、さらに婦人物にみられるジョーゼットやポイルなど極めて薄い生地のほか、特殊織・変り織生地の割合増加、そして人造皮革繊維といった新素材も出現するなど、一段とバラエティに富んだ状況を呈するにいたっている」<sup>35)</sup>。

このような素材面の変化に加えて、縫製下請企業の主取扱い製品の品質の変化〈表・14〉にみられるように、製品品質の高級化があげられる。全体として高級品を扱う企業が増加しているが、とりわけ紳士服、婦人子供服において高級化の進展が著しいことがしめされている。近年における外衣を中心とした縫製下請企業における高級化の進展は、かなり顕著な現象であるといえよう。

そして、高級化をすすめた動機は、縫製下請企業自らが主体的に情勢への対応を図ったとする事例よりも、取引先の要請によって進めたとする事例が多い<sup>36)</sup>ことからみて、縫製下請企業では、「元方企業のデザイン指示と原反支給のもとに、やはり受動的対応である傾向が強くなっている」<sup>37)</sup>。

ちなみに、縫製下請企業がデザインを決める割合〈表・15〉をみると、依然として元方企業にデザインの決定権をにぎられている企業が圧倒的に多いこと

34) 同上書、66ページ。

35) 同上書、68ページ。

36) 高級化をすすめた59企業の動機は、〈取引先の要請による〉39企業（67%）、〈自社ですすめた〉19企業（33%）となっている。同上書、72ページ。

37) 同上書、72ページ。

がしめされている。このことは、「下請企業側が実質的には〈技術屋〉あるいは〈職人〉として位置づけられていることを意味していると同時に、下請企業

〈表・14〉 縫製下請企業の主取扱製品の品質の変化

		昭和 45 年		昭和 51 年	
		企業数	構成比	企業数	構成比
紳士服	高級品	16	50.0	26	81.3
	普通品	15	46.9	6	18.8
	低級品	1	3.1	0	0
	計	32	100	32	100
婦人子供服	高級品	12	44.4	19	70.4
	普通品	15	55.6	8	29.6
	低級品	0	0	0	0
	計	27	100	27	100
その他共計	高級品	35	30.4	58	50.4
	普通品	76	66.1	56	48.7
	低級品	4	3.1	1	0.9
	合計	115	100	115	100

(資料) 大阪府立商工経済研究所, 前掲書, 71ページより作成。

〈表・15〉 縫製下請企業がデザインを決める割合

	昭和 45 年		昭和 51 年	
	企業数	構成比	企業数	構成比
元方 100%・下請 0%	100	87.0	93	80.9
“ 70~99%・ “ 1~30%	9	6.1	12	10.4
“ 50~69%・ “ 31~50%	2	1.7	6	5.2
“ 50%未満・ “ 50%以上	2	1.7	1	0.9
無記入	2	1.7	3	2.6
合計	115	100	115	100

(資料) 大阪府立商工経済研究所, 前掲書, 58ページより作成。

の地位からなかなか脱し得ない条件下におかれている実情を示している」<sup>38)</sup>。

#### （５）下請取引関係の変化

縫製下請企業と元方企業との間の取引諸関係とその変化を、下請企業の取引先のうちで工賃収入のもっとも多い取引先＝第1位取引先、との取引関係に焦点をあて、その内容をみていこう。

第1位取引先の業態〈表・16・①〉は、昭和45年とくらべて大きな変化はなく、ともに〈製造問屋〉と〈卸売商〉が9割近くを占めており、縫製下請企業の主たる元方企業は、いわゆるアパレルメーカーということができる。

このように第1位取引先の業態にはほとんど変化がみられないが、第1位取引先そのものを変えた下請企業はかなりの数にのぼり、とくに婦人子供服業界において取引先の流動化が激しい事情がみられる<sup>39)</sup>。

第1位取引先からの工賃受取り額が全工賃に占める割合〈表・16・②〉の変化をみると、第1位取引先に対する工賃依存度が全体として低下している傾向がみられ、下請専属性が低下してきている、とみることができる。しかし、第1位取引先との工賃決定の方法については、半数以上の下請企業が、事実上、元方企業に工賃決定権を握られている<sup>40)</sup>。

しかも、第1位取引先からの1回あたりの受注ロット〈表・16・③〉は、あきらかに減少の傾向がみられる。45年にくらべて51年では、〈1カ月以上〉の

---

38) 同上書、57ページ。

39) 115企業のうち第1位取引先が〈変わった〉46企業（40%）、〈同じ〉59企業（51%）、〈不明〉10企業（9%）となっているが、婦人子供服では27企業のうち、〈変わった〉16企業（59%）が、〈同じ〉10企業（37%）を凌駕している。同上書、90ページ。

40) 工賃決定の回答は、115企業のうち〈取引先との話し合い〉が91企業（80%）を占め、〈取引先が決める〉のは23企業（20%）であって、一見、下請企業の自主性があるかにみえるが、〈話し合い〉の結果は、〈取引先の指値近くになる〉38企業、〈両者の中間値〉35企業であり、〈自社の見積り値近くになる〉のは17企業にすぎない。したがって、〈取引先が決める〉23企業と、話し合いの結果〈取引先の指値近くになる〉38企業を合わせた61企業（53%）は、元方企業に工賃決定権をにぎられていることになっている。同上書、112-113ページ参照。

〈表・16〉 縫製下請企業の第1位取引先との取引関係

		昭和45年		昭和51年	
		企業数	構成比	企業数	構成比
① 第1位取引先の業態	紡績・合織	1	0.9	2	1.7
	総合商社	5	4.3	6	5.2
	縫製メーカー	31	27.0	30	26.1
	製造問屋	69	60.0	66	57.4
	卸売商	8	6.9	7	6.1
	百貨店	—	—	1	0.9
	SPA専門店	—	—	1	0.9
	専門店	1	0.9	2	1.7
② 第1位取引先の全工賃に占める割合	100%依存	39	33.9	32	27.8
	80～100%未満	34	29.6	30	26.1
	50～80%	30	26.1	35	30.4
	30～50%	6	5.2	15	13.0
	30%	2	1.7	3	2.7
	無記入	4	3.5	—	—
③ 第1位取引先の一回あたり受注ロット	1～3日分	8	7.0	17	14.8
	4～5日	7	6.1	5	4.3
	6～7日	16	13.9	19	16.5
	8～10日	22	19.1	24	20.9
	11～15日	18	15.6	14	12.2
	16～1ヶ月	26	22.6	23	20.0
	1ヶ月以上	10	8.7	5	4.3
	無記入	8	7.0	8	7.0
合計		115	100	115	100

(資料) 大阪府立商工経済研究所, 前掲書, ①91ページ, ②93ページ, ③86ページより作成。

企業が半減し、〈16日～1カ月〉、〈11～15日〉の企業も減少しているのに対し、10日以内の企業が増加し、とくに〈1～3日〉という小口受注の企業が倍増しているのが注目される。また、「受注ロットが45年にくらべて〈増加〉した企業はわずか10%にすぎないのに対して、〈減少〉した企業は41%をしめており、受注ロットの減少がかなり一般化している現状がうかがえる」<sup>41)</sup>。

このように、第1位取引先からの受注ロットが減少をたどってきた過程で、縫製下請企業は、第1位取引先以外の取引先軒数を増加させ<sup>42)</sup>、受注総額を増加させることによって、第1位取引先からの受取工賃の伸びなやみ傾向を補っている様相がみられる<sup>43)</sup>。

#### （6）縫製下請企業の経営実態の変化

アパレル製品の高級化、ファッション化の進展にともなって、元方企業のアパレルメーカーが縫製下請企業に対して発注ロットを小口化し、納期を短縮化してきた事情が、以上にみた縫製下請企業のサイドから明らかとなっている。

縫製下請企業では、下請専属性の低下のもとで、取引先数を増やして受注総額の増大をはかる一方、再下請を利用しつつ、多品種少量の、しかも高級化要請にこたえうる生産技術体系の整備、充実にせまられたのである。そのためには、従来の汎用ミシンから、高性能な機能別専用ミシンの増設を必要とし、すでに指摘したように、従業員規模が全体として縮小するなかでミシン台数の増加がみられる結果となったのである。それは、「生地素材が複雑化したことに

41) 同上書、84ページ。

42) 昭和45年とくらべた全取引先軒数の変化をみると、〈増加した〉企業・38、〈減少した〉企業・24、〈変化なし〉の企業・53、であり、1～3人の零細層では〈減少〉企業・5が〈増加〉企業・1を上回っているが、4人以上層では〈増加〉企業・37が〈減少〉企業・19を大きく上回っている。同上書、94ページ、96ページ。

43) 全取引先からの年間受取工賃総額は、45年にくらべて〈増加した〉企業・88、〈減少した〉企業・13、〈変化なし〉の企業・6であり、増加企業が8割近くに及んでいるのに対し、第1位取引先からの年間受取工賃額は、〈増加した〉企業・55、〈減少した〉企業・40、〈変化なし〉の企業・18であり、不変・減少企業が51%に及んでいる。同上書、109ページ参照。



伴い生地の厚さや織り方に合わせたマシンが必要になっていることや、ファッション性の強化によって、例えばししゅう、ダブルステッチなど飾り縫い用特殊マシン、あるいは複列縫いマシンなど、必ずしも縫い工程で常時稼働しないマシンも導入しておかなければならないことなど、従業者規模の大小に関わりなく、多様化している製品に対して弾力的に対応が可能なように設備を装備しておかなければならなくなってきたことに深く関わっている<sup>44)</sup>。

縫製下請企業がこのようなマシンなどの設備購入に際して行う資金調達は、下請企業自身の自助努力に負うところが大きくなっており<sup>45)</sup>、多くの下請企業にとって資金負担増、採算悪化の傾向がみられる<sup>46)</sup>。

「この傾向が物語るのは、もちろん人件費の上昇が底流に潜んでいることの実事を等閑視することはできないにしても、やはり近年のファッション化・高級化の深まりへの対応が縫製下請側の費用負担をそれだけ増大させている、ということではなからうか。常時使用しないマシンまでもバラツキの多くなった製品に対して弾力的な対応が可能なように整備しておくことの必要性和伴せて、…受注ロットの減少と納期の短縮化により操業度が不安定化していること、さらに素材の多彩性に応ずるために縫い糸についても多種類に亘って用意しておくことの必要性やデザインの複雑化に伴う縫製作業の煩雑化等々、要するに以前と比較して“手間”と“カネ”がより多くかかるようになってきているにもかかわらず、工賃そのものはこれに見合った分が実現されていない傾向を強くしているわけである<sup>47)</sup>。

44) 同上書、76ページ。

45) 設備資金のおもな調達先は、〈自社調達〉69企業(60%)、〈公的機関〉37企業(32%)、〈金融機関〉21企業(18%)であって(複数回答)、〈取引先〉からの調達例は2企業にしかすぎない。同上書、79ページ、81ページ。

46) 昭和45年と比較した最近の第1位取引先との採算状態は、〈悪くなった〉が46企業にのぼり、〈良くなった〉30企業、〈変化なし〉17企業を上回っている。同上書、115ページ。なお同上書には、工賃総額の推移、変化割合、返品事情などの分析からも、採算悪化の傾向が説明されている。

#### 4. アパレル産業発展の条件と政策的意味

アパレル産業は、膨大な数の中小零細企業・内職群からなる下請生産体制の多層構造が、その土台を形成している。今日、新しい繊維産業のあり方が、ファッション化を軸とするアパレル産業の育成強化に求められているが、そのためにはアパレル産業の下請中小零細企業の体質強化策が重要な課題となることはあきらかであろう。

すでになされた分析をつうじて、「ファッション化・高級化を軸とするアパレル化の進展というわが国繊維産業の新たな展開が、実質的な生産の場としての縫製下請の生産能力を質的に一段と向上させつつも、生産諸関係の面では旧態依然たる関係の下にむしろ状況を悪化させる内容をもって展開されつつある実情」<sup>48)</sup>がみられる。

縫製下請企業としては、「自らが資金、技術力をはじめとする経営的能力に依じて、この新しい時代への対応を迫られているのである。ここに、当然ながら縫製下請企業に今日なりの階層分化が進行せざるを得ない根拠があると同時に、すでにそうした状況の進展があらわれている。ただこの階層分化も、経営規模を基準としているきらいを否定しえないものの、経営規模とは無関係な基準が作用している要素も充分認められうる。その基準が、実は技術力水準にあるということとともに、それ自体がまた元方レベルにおける技術力水準を基準とした縫製下請再編成の進行を反映しているものであると把握されるのである」<sup>49)</sup>。

アパレル産業の展開のもとでみられる下請生産体制の変容の実状を以上のよ

---

47) 上野紘「アパレル化の進展と縫製下請の階層分化」、大阪府立商工経済研究所『商工経済研究』第4号、1977年7月所収、17—18ページ。なお、この論文は、前掲実態調査を担当した上野氏が、表題の視点から同上資料の分析をつうじて別に発表されたものである。

48) 上野紘、同上書、18ページ。

49) 同上書、18ページより要約引用。

うにとらえるとすれば、大都市下請中小企業の発展の条件は、ファッション化の進展にともなう元方企業からの受注ロットの小口化、納期の短縮化、品質高度化に対応しうる技術レベルの不断の引上げを、情報収集力、財務基盤の強化をつうじて図っていきうるか、いなかにかかっている。同時にこの過程をつうじて、これまでむしろ悪化傾向がみられた下請取引諸関係の改善を図る必要があり、それには繊維産業全体の生産・流通に残存する旧態依然たる取引制度・慣習を、新しい時代に対応しうるように改善することが前提となるべきであり、この視点から中小企業をとりまく環境の不利是正策と適応政策が図られなければならない。それは、繊維産業の各段階のもつ機能を有機的に結合し、消費動向の情報を迅速的確に把握して、計画的にタイミングよく運営しうるような産業システム化の方向が、支配・被支配の関係にたたない公正な取引にもとづく社会的分業のもとで行わしめる、という問題視角からの政策の推進が必要ということであろう。

「今後の垂直的連携の強化による構造改善のなかで、アパレル産業の充実強化は焦眉の急務」<sup>50)</sup>、とする提言が、構造不況のもとにある原糸メーカー等大資本を救済するために、アパレル産業の中小零細企業に犠牲を強いつつ推進する政策になってはならないことを強調しなければならないのである(1978.5.30)。

---

50) 前掲、繊維工業審議会「新しい繊維産業のあり方」3ページ。