

繊維産地の直面している課題と、新しい動き

スピーカー

宮浦 晋哉（株式会社糸編）



1987年生まれ。杉野服飾大学卒業後、渡英。

London College of Fashionでファッションコミュニケーションを学ぶ。

2012年より「日本のものづくりの発展と創出を目指す」キュレーション事業を開始。

産地の学校

- 繊維・テキスタイルに関する体系的なインプット。
- 関わるきっかけづくり。
- 熱量が集まる場。

メディア事業

- 情報発信
- 各種媒体と連携

株式会社糸編

キュレーション事業

日本のものづくりの発展と 創出をサポートする

TEXTILE JAPAN

- デザイナーと素材をマッチング
- 海外販路開拓

各自治体との取り組み

- 産地ごとに必要な次の一手を考える
- 情報発信
(販路開拓、求人関係)

デザイナー ものづくりサポート

- イメージと素材を引き合わせる
- OEM

お話しするトピック

【1】産地を維持するための課題
産地の新しい動きのご紹介

【2】産地の魅力とは

【3】イタリアのビエラマスター（事例紹介）

【1】産地を維持するための課題

- ・産地全体の経営を見たときの経営難
- ・産地内の仕事が成り立っていない
- ・担い手不足

【1】産地を維持するための課題

- ・産地全体の経営を見たときの経営難

└市場の縮小、繁閑差、原材料費高騰、輸出

- ・産地内の仕事が成り立っていない

- ・担い手不足

産地内の仕事が成り立っていない

産業は細かい分業で成り立っているけど
準備工程の外注費が低い（改善されにくい）



産地内の仕事が成り立っていない

産業は細かい分業で成り立っているけど
準備工程の外注費が低い（改善されにくい）



工賃を上げる or 垂直統合

産地内の仕事が成り立っていない

産業は細かい分業で成り立っているけど
準備工程の外注費が低い（改善されにくい）



工賃を上げる or 垂直統合



業界構造的に難しい

工賃を上げるには

- ・値段交渉を極力しない
- ・適正価格を見直す
- ・流通金額を上げて循環する



産地発のプロダクトで出し値を上げる試み

工賃を上げるには

- ・値段交渉を極力しない
- ・適正価格を見直す
- ・流通金額を上げて循環する



新しい商流で工賃を適正化していく

産地発のプロジェクトで出し値を上げる試み

事例

産地発の新しい事例（一部）をご紹介します

- HUIS（遠州産地）
- hatsutoki（播州産地）
- うなぎの寝床（久留米）

事例

- HUIS（遠州産地）
- hatsutoki（播州産地）
- うなぎの寝床（久留米）

- 値段決定権が産地の中にある
- 支払いサイクルを改善
- 閑散期を埋める
- 工賃の見直し

新しい働き手が入りづらいという課題について

新しい働き手が入りづら
興味のある人はたくさんいるけど
情報が届いていない、マッチングができていない



新しい働き手が入りづらい

繊維業界だけの課題じゃないからこそ・・・

やらねばならないこと

- ・繊維産業を形成する職種を広く伝える
- ・ものづくりの楽しさ = 手触り感 を伝える
- ・工場や技術に対してのタッチポイントを増やす

新しい働き手が入りづらい

繊維業界だけの課題じゃないからこそ・・・

やらねばならないこと

業界全体でアピールしていく

- ・繊維産業を形成する職種を広く伝える
- ・ものづくりの楽しさ = 手触り感 を伝える
- ・工場や技術に対してのタッチポイントを増やす

ものづくりの仕事の楽しさは
文面じゃ伝わらない

産地の学校 (2017年開校)



座学 + 工場見学

繊維産地のことやテキスタイルについて体系的に学ぶ場所

産地の学校

2016年 構想

2017年 東京校（事業開始）

2018年 遠州産地の学校

2018年 ベンベルグラボ

2018年 ひろかわ産地の学校

2019年 特別プログラム「服ができるまで」

2020年 オンラインプログラム



二軸のプログラム

東京校：春と秋に開講

産地の職人さんたちが先生

産地校：遠州産地、広川産地、ベンベルグラボ

産地の工場が教室になる

受講生には高校生がいたり、世代も職種もさまざま。異業種からの受講、アパレル、デザイナーズブランド、パタンナー、テキスタイルデザイナー、OEM関係者、工場経営者、職人まで。

二軸のプログラム

東京校：春と秋に開講

産地の職人さんたちが先生

産地校：遠州産地、広川産地、ベンベルグラボ

産地の工場が教室になる

**自分で受講料を払って集まるので
熱量のある人が集まっている**

受講生には高校生がいたり、世代も職種もさまざま。異業種からの受講、アパレル、デザイナーズブランド、パタンナー、テキスタイルデザイナー、OEM関係者、工場経営者、職人まで。



徹底して生産工程を学ぶ



産地ごとの特徴を理解する



産地のポテンシャルを知る



生産背景への理解 = 解像度があがる

デザイナーや生産管理者だけでなく
プロデューサー、経営者、パタンナーも
繊維産地やテキスタイル、必要知識や
生産背景を知っておく必要がある



浮かぶアイデアの質も変わっていく

工場留学 という動き



若い世代が産地に入って
技術や開発や営業や経営に横断して触れていく



生産背景のある日本ならではの
テキスタイルデザインが広がる

後継者問題にも間接的に影響が出ることも

若い世代が産地に入って

技術や開発や営業や経営に横断して触れていく



生産背景のある日本ならではの
テキスタイルデザインが広がる

本気の0から1を生み出すうえで
欠かすことのできない、デザイナーと職人のクリエイ
ティブな関係

**必要な共通言語や生産背景への理解
そして「産地に足を運ぶこと」**

デザイナーと工場の健全な関係

【事例紹介】

POSTELEGANT（ポステレガント）

2017年ブランドスタート

産地のトップオフトップの素材を使えるブランドでありたい。
一流のシェフが生産地に行くように、自分も産地に行って職人さんたちと対話をしてものづくりをしたい。

服というのは、関係者の気持ちに乗ると上がりが全然変わってくる。
そこが服作りの楽しさでもある。

素材として活用される場所がないなら
技術や素材を軸としたファクトリーブランドを立ち上げる流れ。

デザイナーと工場の健全な関係

【事例紹介】

POSTELEGANT（ポステレガント）

2017年ブランドスタート

産地のトップオフトップの素材を使えるブランドでありたい。
一流のシェフが生産地に行くように、自分も産地に行って職人さんたちと対話をしてものづくりをしたい。

服というのは、関係者の気持ちに乗ると上がりが全然変わってくる。
そこが服作りの楽しさでもある。

素材として活用される場所がないなら
技術や素材を軸としたファクトリーブランドを立ち上げる流れ。

本当に素晴らしい仕事をされているので
もっと評価されるべきで、自信を持って欲しい

デザイナーと工場の健全な関係

【事例紹介】

doublet (ダブルレット)

2012年ブランドスタート

世界で戦うクリエイションを作るには
日本の産地の力が不可欠

デザイナーと産地の健全な関係

顔の見えるものづくりは、産地の工場（現場）にとってもやりがいになっている。

10年、20年後にもこれまで通り日本でもものづくり（開発）をしたい。ファッションデザインに国内産地が必要。

大切なこと

- ・産地での当たり前前の仕事のひとつひとつが世界をうならすことに産地の人誇りを持つ
- ・国内産地の素材のポテンシャルを
1人でも多くの人に届ける
- ・その産地のポテンシャルに触れる人を増やす
産地はモノを仕入れるだけの場所じゃない

(事例紹介) ビエツラマスター



ウール産地で有名なイタリアのピエモンテ州・ビエツラにあるチッタスタディ大学のマスターコースで、生産現場を中心に学ぶカリキュラム。選抜された学生がイタリア国内だけでなく世界の産地(オーストラリア、ニュージーランド、中国等)を訪問。旭化成の現地法人である旭化成繊維イタリアのほか、地元のゼニア、ロロピアーナ等もスポンサーに名を連ねる。現地企業でのインターンシップなども行っている。