

論文

衣料デザインのグローバルな研究開発拠点としての都市細街路 ——東京都渋谷区神宮前における住宅街からの変容過程——

From Residential Close Alleys into the Global Science Park for Design of Clothing:
A Case Study of Jingu-mae District, Shibuya Ward, Tokyo

三田知実
Tomomi MITA

The purpose of this paper is to describe the process in which residential close alleys developed into the global hub for clothing design by using the case study of Jingu-mae, in Shibuya, Tokyo, and to discuss this transformation from a standpoint of Urban Sociology.

Since the 1990s, self-employed clothing designers have established the offices on the close alleys in Jingu-mae. Originally, these close alleys were for local residents. However, in the early 1990s, after the asset-inflated bubble burst, these close alleys began to be transformed into the global hub for self-employed clothing designers.

The reason of this transformation is as follows. During the 1980s, when land prices went sky-high, many local residents who could not pay the rising fixed property tax moved out to other areas. On the other hand, some residents scrapped their house and rebuilt the low-rise and low-rents commercial buildings owned by them. So these buildings attracted some clothing designers, and they have gathered in these alleys and made a base for clothing design.

They have a global network specialized for clothing design. And they have created advanced style with high knowledge and skills. So some large clothing companies, attracted by self-employed designers, made business alliance with them. Thus, these large companies could buy new design and sell it as a latest fad clothing. As a result, the close alleys in Jingu-mae have become as a *global science park for design of clothing*.

The academic significance of this research is as follows. The first significance is to focus on the global network of self-employed designers, and focus on the new role as a global science park for clothing design of the close alleys in Jingu-mae. The second significance is to discuss these findings from a standpoint of income gap among Producer Services in the Global City.

1. 研究の背景と本研究の目的

本研究は、これまで日本の都市社会学で積極的に調査・分析がなされてこなかった、都心部細街路が、衣料デザインのグローバルな研究開発拠点へと変容した過程とその要因を

明らかにし、それを現代都市社会学の文脈で考察することを、目的とするものである。

近年の都市社会学において、なにが都市の成長を促すのかという問いを追求する研究が蓄積されてきている。パークやワースが都市研究に取り組んでいた時代においては、産業化を背景に、都市が急成長していた。それゆえ、都市の成長がなにをもたらすかという問いを追求する研究が支配的であった（Park, 1925; Wirth, 1928）。しかし、1960年代以降の先進国諸都市では、郊外化の影響により、都心部の人口は減少する傾向にあった。さらに、1970年代以降の脱工業化とグローバル化は、先進国諸都市の経済を衰退に向かわせた。こうして、なにが都市の成長を促すのかという現実的な問いが都市社会学にたいし求められたのである（Florida, 2002 = 2008; Clark, 2003）。とくに先進国においては、1970年代のオイルショックをきっかけとし、大量生産体制の危機を迎えた。それまで先進諸国の経済成長を支えてきた工場は閉鎖されはじめ、海外生産に転じた。こうしてグローバル経済が発達していったのである。

この社会変動を都市社会学の文脈で論じたサスキア・サッセンは、グローバル経済のコントロール機能が、ニューヨーク・ロンドン・東京に集中し、これらの都市がグローバル都市として発達していると主張した（Sassen, 2001 = 2008）。サッセンによれば、グローバル都市では、「生産者サービス」（金融・保険・不動産業や対事業所サービス）が集積する。それにより専門職層が都市に集中する。一方で、ビル管理企業やレストランに勤務する移民労働者が増加すると彼女は述べた。サッセンはその結果、グローバル都市における所得格差が発生すると説明した（Sassen, 2001 = 2008）。

このグローバル都市論においてサッセンは、先進国諸都市において、専門職層向けのライフスタイル産業が発達したことを強調した（Sassen, 2001 = 2008）。彼／彼女らは、みずからのライフスタイルを構成する分野のひとつである、衣料分野にたいし、大きな需要をうみだした。こうした背景のもと、高級衣料産業を牽引する、先進国諸都市の大資本は、世界的なビジネス展開をおこなってきた。その代表例として、『Gruppo Gucci』（グッチ・グループ）、『LVMH』（モエ・ヘネシー・ルイ・ヴィトン・グループ）や、『Hermès International』（エルメス・インターナショナル）が挙げられる。こうした高級ファッションブランドを運営する大資本は、都心のメインストリートに路面店を開店し、大きな経済的利益を獲得してきたのである。

このように先進国諸都市における都心部のメインストリートでは、グローバル経済の発達により、オフィスビルやライフスタイル関連施設の需要が高まった。これが不動産市場における土地資産価値を著しく上昇させた。この需要の高まりが、経済的波及効果が見込まれる、メインストリートに隣接する細街路の土地資産価値をも上昇させた。民間開発業者は、細街路の再開発計画をたちあげ、衣料産業に従事する個人事業主を集中させた。とりわけ1980年代から今日にかけて、ニューヨーク、パリ、ロンドン、ミラノ、東京といった大都市の細街路では、ブティック、セレクトショップ、雑貨店、ヘア・サロン、ナ

イトクラブ、カフェなどの店舗や、衣料デザイン事務所を運営する、個人事業主が増加したのである。彼／彼女らは、たんなるビジネスとして事業所や店舗をたちあげたのではない。大資本がプロデュースするようなスタイルとは異なった、斬新で希少価値のあるスタイル生産を第一の目的としてきたのである。

1980年代以降の都市社会学では、芸術や衣料分野に着目した、文化生産研究が登場している。それらは、ニューヨーク、シカゴやミラノといった、大都市都心部の細街路を事例として調査・分析がなされてきた。芸術生産の代表的研究者として、シャロン・ズーキン、リチャード・ロイドが挙げられる (Zukin, 1982; Lloyd, 2006)。ズーキンは、ニューヨークの中心市街地SoHoを事例として、脱工業化を背景とした都市空間の再編過程について調査分析をおこない、芸術家たちによるアーティスト・コロニーの形成が、インナーエリアの審美化を促し、不動産価値を押し上げ、富裕層向け住宅街へと変容させた過程を明らかにした (Zukin, 1982)。シカゴのウィッカー・パークを事例として都市空間の変容過程を論じたロイドは、ネオ・ボヘミアが醸し出す文化的創造力を、現代大都市のあたらしい成長マシンとして位置づけた (Lloyd, 2004)。

そして2000年代にはいり、ブティックや衣料デザイン事務所が集積する街区を、調査分析した研究も登場しはじめた。たとえば、ロウワー・マンハッタンのイーストビレッジを事例とした研究 (Zukin and Kosta, 2004)、ウィリアムスバーグとハーレムを事例とした研究 (Zukin et al. 2009) や、ミラノのティチネーゼ地区の研究 (Bovone, 2005) である。ティチネーゼを事例としたローラ・ボヴォーネは、この地区が、イタリアに特徴的な、古くからの職人零細企業と、あたらしい衣服分野の中小企業によって、新旧混合の魅力的な空間が形成されてきたことを明らかにした (Bovone, 2005)。彼女はこの事例をとおし、脱工業化を経験した現代大都市が、スタイル生産というあたらしい生産的要素を持ちはじめたことを主張したのである。

このようにズーキン、ロイドやボヴォーネたちは、文化生産が現代都市の成長において必要不可欠であるという認識を明確に保有している。この認識のもと、アーティスト、ミュージシャン、デザイナーや、ブティック経営者たちが、都市細街路に集中し、文化生産活動をおこなうというローカルな過程に焦点をあててきた。このように、特定の関心を保有したひとびとが集まる地域を、ロバート・E・パークは「道徳地域」と呼んだ (Park, 1925 = 1978)。道徳地域の例として、競馬、グランドオペラや、「悪徳地域」が挙げられる。ズーキン、ロイドやボヴォーネも、パークと同様に、ある一定の区域における社会関係を前提とした。そのうえで、文化生産者の集中と、都市細街路のローカルな変容過程を明らかにしたのである (Zukin and Kosta, 2004; Bovone, 2005)。

しかしグローバリゼーションは、先進国諸都市の社会・経済・文化に大きな影響を与えた。とくに交通網・通信システムの革新は、ひとびとの活動範囲と社会的ネットワークをグローバルに拡大させたのである。このことを考慮すれば細街路を、文化生産のグローバ

ルな拠点としても捉えることができるのだ。

とくに1990年代以降の大都市においては、個人事業主が経営する衣料デザイン企業が、世界諸都市における小規模衣料デザイン企業と、デザイン活動に特化したグローバルなネットワークを形成してきた。こうした企業を運営する衣料デザイナーたちは、グローバルなネットワークを駆使し、斬新で希少価値の高い衣料デザインをおこなってきたのである。先述のサッセンは、グローバルに拡散した経済活動の司令塔としての役割を担う生産者サービスが、とりわけニューヨーク、ロンドンや東京に集中し、グローバル経済が成立していることを主張した。そのうえで彼女は、グローバル都市において、移民労働者が、ビル清掃や皿洗いといった職業に、低賃金で勤務している。サッセンはこの現象を、グローバル都市における所得格差を象徴する現象として主張した（Sassen, 2001 = 2008）。

ただサッセンのグローバル都市論では、衣料産業のグローバルな再編のなかで現代大都市が保有しはじめた機能と、そこに潜む新たな都市問題について言及がなされていない。じつはグローバル都市特有の知識生産機能は、サッセンが深く言及した金融部門のみならず、衣料デザイン部門でも発達しており、都市細街路がそのグローバルな拠点としての役割を果たしている。ただ衣料デザイン従事者は、金融部門従事者のように高所得ではない。それゆえ高級衣料のデザイン、製造から、流通、消費されるまでのグローバルな過程のなかで、先進国諸都市の細街路が保有しはじめた新しい機能と問題をみだし、それを現代都市社会学の文脈で考察を深めることは、現代都市社会学研究としての学術的意義があるといえよう。

そこで本研究は、グローバルな衣料デザインが、都市細街路をどのように変容させてきたのか。この問いを、東京都渋谷区神宮前の細街路を事例として具体的に明らかにし、都市社会学の文脈で考察を深めることを目的とする。

2. 衣料デザインのグローバルな研究開発拠点としての都市細街路

まず本節では、本研究の論点を説明する。社会学における文化生産者の当該社会における位置づけは、純粹生産（商業性よりも表現を目的とした文化生産。顧客を仲間の文化生産者と想定）をつうじた象徴的資源と、大量生産（商業目的の文化生産。大衆を顧客と想定）をつうじた経済的資源の獲得により、決定されるものと捉えられてきた（Bourdieu, 1993 = 1996）。都市文化生産研究でもこの認識が共有されており、純粹生産を志向する文化生産者の集中による衰退傾向にあった都市空間の変容過程が明らかにされてきた（Zukin, 1982; Bovone, 2005; Lloyd, 2006）。本研究が焦点をあてる衣料デザインは、現代文化生産の主要構成要素である。とりわけズーキンやロイドが扱った芸術生産よりも、商業性を帯びた文化生産として位置づけることができる。

とくに現代大都市を拠点とする衣料デザイン企業は、世界諸都市のデザイン企業とグ

ローバルなネットワークを形成し、デザイン活動をおこなっている。このことをも考慮すれば、現代大都市の衣料デザイン産業は、衣料デザイナーのグローバルなネットワークのなかで象徴的資源（作品にたいする高い評価）を獲得することを目的とした、純粋生産志向の衣料デザイン企業と、グローバルなビジネス展開をおこない、大きな経済的資源を獲得することを目的とする、大量生産志向の大資本衣料企業により構成されているといえる。より簡潔に言えば、現代大都市の衣料デザイン産業は、グローバルな純粋生産志向の衣料デザイン企業と、グローバルな大量生産志向の大資本衣料企業により構成されている。

ここで注意したいことは、グローバルな純粋生産のみに特化したデザイン企業は存在しないということである。なぜなら、一定の経済的資源を保有していなければ、生産活動を継続できないからである。逆にグローバルな大量生産だけに特化し、経済的利益のみを追求した大資本も存在しない。なぜなら純粋生産的要素をも重視しなくては、新規流行をうみだすことができないからである。それゆえ、グローバルな純粋生産志向のデザイン企業と、グローバルな大量生産志向の大資本デザイン企業のあいだで、新規流行のもととなるデザインと、経済的資源の相互交換をおこなわれている。ここに現代大都市の衣料デザイン部門の特性をみいだすことができるのだ。

それではなぜ、グローバルな純粋生産志向の衣料デザイン企業が、都心高級街区近隣の細街路に立地するのか。先述のとおり大資本は、グローバルなビジネス展開をおこないながら、大きな経済的資源を獲得している。だから土地資産価値の高い都心部メインストリートに拠点を構えることができる。それにたいし、グローバルな純粋生産志向の衣料デザイン企業は、大きな経済的資源を保有していない。そのため、都心部メインストリートに立地することができない。ただしグローバルな純粋生産志向の衣料デザイン企業は、作品デザインを継続的にこなうために、経済的資源を得る必要がある。その手段として、小企業は、大資本を顧客とした、衣料デザイン研究開発業務を専門とする、生産者サービスの役割を果たしているのだ。

衣料分野における、生産者サービスとしての小規模衣料デザイン企業は、グローバルな純粋生産志向である。そのために、豊かな経済的資源を保有していない。それにもかかわらず、都心のメインストリートに拠点を構える、顧客である大資本と頻繁に接触する必要がある。またデザイン企業は、消費者との直接的接触を必要としない。だから、小規模衣料デザイン企業が、都心高級街区近隣の、安価な家賃の物件が多い衰退傾向にある細街路に集積してきた。こうして都市細街路が、純粋生産を原動力とした、衣料デザインのグローバルな研究開発拠点として変容してきたのである。ただこの背景には、高度な専門的知識とスキルを必要とする衣料デザイナーの低所得問題が内在することに注意したい。

さらに本研究が事例とする東京都渋谷区神宮前のばあい、この細街路が保有しはじめたグローバルな機能を、住宅を複合ビル化した地元住民が下支えしている。それにより街区

が、衣料デザインのグローバルな研究開発拠点と、住民の生活拠点という重層的機能を保有しはじめてきたのである。

3. 調査方法

上述の論点を具体的に明らかにするために本研究は、事例として以下の3つに焦点をあててゆく。まずひとつめは、東京渋谷・青山・原宿の細街路を拠点としている、東京のアヴァンギャルド系の衣料デザイン企業である。アヴァンギャルド系とは、1980年代にベルギー・アントワープで興隆した、商業主義に傾倒したファッション業界にたいする批判的価値観を持つデザイナーたちがうみだした、衣服デザイン系統である（高木・東京オペラシティアートギャラリー編, 2008）。1980年代以降、このアヴァンギャルド系をうみだしたデザイナーたちは、パリ、ロンドン、東京やニューヨークといった先進国諸都市に、デザイン事務所を構えた。とりわけかれらの事務所は、大資本高級ブランド企業が立地する、街区近隣の細街路に所在している。こうした世界諸都市のデザイン事務所のあいだで、グローバルなネットワークが形成され、作品としての衣料デザインを国際的に発信しつづけてきた。それによりこれまでになかった芸術性や、衣料業界で非通念的であった衣料デザインが、グローバルに普及しはじめてきたのである。

2つめは、東京都渋谷区神宮前に立地する小規模デザイン企業の関係者たちが日常的に集う、南青山3丁目のカフェ「Favela」である。このカフェにあつまる衣料デザイナーの多くは、アヴァンギャルド系の衣料デザインを専門としている。3つめは、神宮前5丁目と6丁目に拠点をおく、穂田町会の前会長であるS氏と、元会長のT氏である。

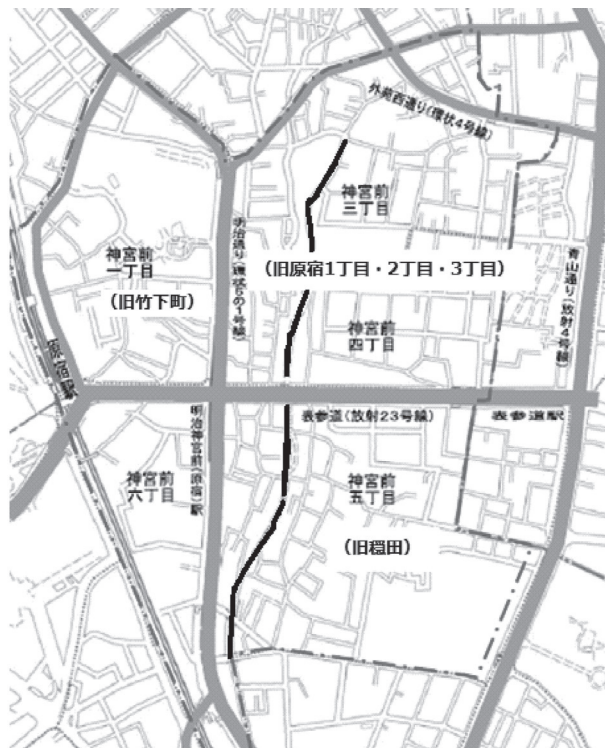
調査方法は以下のとおりである。東京都渋谷区神宮前の細街路調査にさいし、筆者は、2002年3月から2003年3月まで、南青山3丁目4のカフェ「Favela」の立ち上げスタッフ・料理人として参与した。このさい、当店のオープンに関わったひとびと、店舗の常連客である衣料デザイナーにインタビューを行ってきた。また料理人を辞めたあとも、当店の常連客として通い、客であるデザイナーたちに、インタビューを行った。調査における標本抽出の方法は、この店にあつまる、友人・知人や、彼／彼女らの伝手をたどるスノーボール・サンプリングによるものである。筆者は、120名ほどのファッション・デザイナー、ブティック経営者、カフェ経営者、ジャズミュージシャンやクラブDJと接触した。筆者は、Favelaのスタッフとして、この店に来店する、アヴァンギャルド系のデザイナーたちと話をする機会を得てきた。

筆者は、研究のために店で働いている旨を、客や客の友人に伝え、彼／彼女らと友人関係を形成した。そして半構造化面接と非構造化面接によるヒアリングをつうじ、彼／彼女らの活動内容を記録してきた。ヒアリングの大半は、Favela店内や、Favelaオーナーのヒロキ（仮称：35歳）の外出時に同伴したときに行われたものである。

さらに筆者は、神宮前地区の細街路に長い間住んできた地域住民にたいしても調査をおこなった。調査回数は、4回である。まず2005年1月26日に、神宮前6丁目に住む元穂田町会長のT氏と、穂田住民会館にあつまる地域住民に半構造化インタビューをおこなった。この日、会館に集まったT氏と住民たちは、青山学院大学経営学部教授の井口典夫教授の知人であった。そこで筆者は井口教授にメールで問い合わせ、彼/彼女らを紹介してもらった。つぎに、2011年3月7日、10月8日と2012年9月13日に、神宮前6丁目に住む、前穂田町会長のS氏を対象とした、半構造化面接によるヒアリングを実施した。実施場所は、神宮前6丁目に所在する、かれの経営する不動産屋兼婦人服店である。

4. 渋谷区神宮前地区の概要

以下では調査対象地の概要記述をおこなう。東京都渋谷区神宮前は、渋谷区の北東部に位置するエリアである。夜間人口は11,188人である（2012年12月11日現在：総務省「住民基本台帳に基づく人口」）。この地区は、商業施設と住宅街により構成されている。現



出典：渋谷区役所まちづくり指針図 2012年12月26日閲覧。※筆者が加筆。

地図1：神宮前をしめす地図。太線の部分が、通称「裏原宿」「キャットストリート」(補助164号線)。

在原宿とよばれる地域は、1960年の新住居表示により「神宮前」と改正されるまで、「原宿」「隠田」という地名で呼ばれていた。本研究の調査対象地は、渋谷区神宮前2丁目から6丁目の元来住宅街であった細街路である。この細街路とその周辺は、通称「裏原宿」「キャットストリート」とよばれる地区で、1990年代以降、小規模セレクトショップとデザイン事務所の集積地区へと変容しつつある。

そもそも「裏原宿」ないし「キャットストリート」と呼ばれる細街路は、東京オリンピック開催時における、明治通りの補助道路（補助164号線）として機能させるために整備された（稲田表参道町会，1983）。しかしこの細街路は、道幅が補助道路の要件を満たす8メートルに未だなかった。沿道には住宅や商店が密集している。そのため細街路に車を走らせると、危険であるという問題が浮上した。それにより細街路は補助道路として機能させることが断念された（2011.3.7 S氏）。そのかわりこの補助164号線は、遊歩道としての機能と、住宅街・商店街としての機能を果たしてきた。そして後述のとおり、1980年代の土地資産バブル期を契機として、補助164号線が「裏原宿」「キャットストリート」として若者向けのファッション・ストリートに変容したのである。

5. なぜ住宅街がファッション・ストリートに変容したのか？

それではなぜ、細街路が、住宅街からファッション・ストリートに変容したのか。東京都では、1980年代以降、従来の製造業の衰退によって、ブルーカラー職が減少した。そして情報サービス経済化が、専門技術職層のひとびとを増加させた（とりわけ渋谷区および港区）。オフィスビルのみならず、高所得者層向けの商業施設も増加した。

いっぽうで1980年代におけるバブル経済期の到来は、東京都心部の地価の急激な上昇を促した。それを見込み土地の買い占めや底地買いが拍車をかけるかたちで進行した。それにより固定資産税と相続税の高騰に耐えられなくなった旧来からの住民が、土地を手放して地域外に流出した。

渋谷区神宮前とそこに隣接するエリアには、1980年代以降、金融・保険・不動産企業、IT企業、広告代理店やコンサルタント企業が集積しはじめた。このエリアに高所得者層が多くあつまることに着目した有名高級ブランド衣料企業は、神宮前の表参道界隈に直営路面店を出店した。先述の『Gruppo Gucci』、『LVMH』や、『Hermès International』などの大資本高級ブランド企業直営店が、その代表例である。こうした店舗の直上には高級ブランド衣料企業の日本支社が入居している。そのなかに衣料デザイン統括部門の東京支社が設置されている企業も多い（上記ブランド企業社員からの聞き取りに基づく）。

いっぽう表参道近隣の細街路では、共通して以下のような状況を経験した。①バブル経済期に極端な地価の高騰により、固定資産税、相続税が上がり、住民が離れていった。②高齢者のいる世帯が多く、死亡による人口の自然減が多かった。③住民である高齢者が親

族のもとに転出していくことが多かった。以上3つの要因が重なり、空き家が増え商店街は寂れ、コミュニティ崩壊の危機にあった(和田, 1988)。

神宮前の細街路のほとんどは、第一種住宅用途地域と第一種中高層住居専用地域として指定されている。そのため、低層でなおかつ住宅を兼ねた複合ビルの建設のみが許可されている。この用途地域指定に着目したデベロッパーは、住民に、住宅を衣服産業向けのビルに建て替える提案を積極的におこなった。家賃収入により利益を獲得できると期待した住民は、この提案に同意した。いっぽうで高騰した固定資産税の支払いに耐えられなくなった住民によって手放された土地は、不動産業者により買い占められ、複合ビルに建てかえられた。こうして夜間人口の著しい減少が認められた(和田, 1988)。

しかし1990年代前半にはいると、バブル経済が崩壊し、細街路の不動産価値も急落した。国土交通省の公示地価価格によれば、渋谷区神宮前4丁目14番地の公示地価価格は調査が始まった1993年7月1日においては、1平方メートルあたり、約250万円であった。その後バブル崩壊の影響を受けて2000年まで地価は低下した。2000年における当地点の公示地価価格は、1平方メートルあたり、約82万2,000円であった¹⁾。

バブル経済期においてすでに低層の複合ビルを建設していた住民や業者は、少しでも利益を回収したいという思惑があった。それゆえ家賃の値下げをおこなった。その後、安価な家賃の物件を求めていたファッション・デザイナーやブティック経営者たちが、この街区の物件を借りることができた。この過程を経て、1990年代前半以降に、暗渠化された渋谷川上の遊歩道一带に、革新的デザインの衣服をうみだすデザイナーの事務所や、セレクトショップが増加したのである。

店舗で販売される商品や、デザインされる衣服の主要系統は、ストリート系、ゴシック・ロリータ系、サーファー系や、アヴァンギャルド系である。このなかでも、高級衣料デザインに大きな影響を与えたデザイナーが、アヴァンギャルド系のデザイナーであった(石山編, 1996)。現在では、コムデギャルソンのデザイナーチームが、東京のアヴァンギャルド系の代表的存在となっている(南谷・井伊, 2004)。こうして渋谷区神宮前の細街路には、衣料の付加価値を決めるデザイン事務所も集積してきたのである。

6. 神宮前におけるアヴァンギャルド系デザイン

6.1 神宮前におけるアヴァンギャルド系デザインの普及過程

それでは、アヴァンギャルド系のデザインがどのような経緯で、神宮前の細街路に普及しはじめたのか。その起源は、1980年代のベルギー・アントワープ王立芸術学院ファッション学部の学生デザイナーによる創作活動に求められる。この学生デザイナーたちは、商業主義を追求した高級ブランド企業にたいする批判的価値観をあらわすデザイナーとして、ヨーロッパのファッション業界のなかで位置づけられてきた。とりわけかれらは、上

述の価値観を表現するために、前衛的なデザインをうみだしてきた。それゆえファッション業界において、アヴァンギャルド系として位置づけられてきた。代表的デザイナーとして、アン・ドゥムルメステール、ドリス・ヴァン・ノッテンや、マルタン・マルジェラが挙げられる（高木・東京オペラシティアートギャラリー編, 2008）。かれらは、独自の衣料デザインをグローバルに普及させるために、パリ、アムステルダム、大阪、東京、ニューヨークやロンドンなどの諸都市で展示会を開催してきた。

東京にアントワープ出身のデザイナーが普及しはじめた時期は、1990年代前半である。1994年頃に、渋谷区神宮前3丁目の細街路に立地するセレクトショップ『UNITED ARROWS』（UA）のバイヤーが、上記のデザイナーたちとライセンス契約を締結し、輸入し、販売を開始した。それと同時にかれば、1990年代半ば頃から、UA本店の近隣のショールームで、アントワープ出身のデザイナーが制作した衣服を定期的に紹介してきた（靴デザイナーへの聞き取り調査から）。その後、徐々に神宮前の細街路を拠点とする衣料デザイナーたちに、アントワープ出身のデザイナーによる作品が注目されはじめた。なかには、アヴァンギャルド系のデザインを応用し、独自のデザインを開発しはじめたデザイン事務所も存在しはじめた（長期間にわたる複数の調査対象者への聞き取り調査から）。

さらに、アントワープ王立芸術学院ファッション学部には、F氏という日本人が1998年から2004年まで在籍していた。出張で東京に立ち寄るさいにかれば、アントワープのアヴァンギャルド系デザインにかんする情報を、神宮前を拠点とする仲間のデザイナーに伝えた。それと同時に、アントワープ王立芸術学院出身のデザイナーが東京に来訪したさい、F氏は仲間の日本人デザイナーを紹介した。東京のデザイナーとアントワープ出身のデザイナーのあいだで、友人関係が形成・強化され、共同でデザインをおこなうケースも見受けられた（筆者の観察にもとづく）。こうして、神宮前の細街路を拠点とするデザイナーたちに、アヴァンギャルド系のデザインが、普及してきた（2002.2.2セレクトショップ社長・O氏への聞き取り調査）。また、神宮前の細街路を拠点とする衣料デザイナーにも、自らをアヴァンギャルド系の衣料デザイナーであると認識する者が増えたということである（2008.8衣料デザイナー・M氏）。

神宮前の細街路を拠点とする衣料デザイナーたちは、アントワープ出身のデザイナーたちと同じように、自分たちが開発したデザインの国際的評価を高めることを目的としてきた。それゆえ、商品よりも作品デザインに重点を置いてきたといえることができる（パターンニングは、おもにアパレルCADでおこなわれている。型紙を用いた作業はかなり減少している）。作品は主に、パリ、ニューヨーク、ロンドン、ミラノと東京で定期的に開催される「コレクション」（衣服作品のショー）で、発表されてきた。ただコレクションで発表される作品は、奇抜なデザインが多い。それゆえ商品化されにくい。また作品デザインにかかる費用は、自費となるケースも多い。それゆえ、国際的評価の高い作品だけでなく、作品デザインを応用し、積極的な商品デザインをもおこなうデザイナーが、継続的な

デザイン活動を可能にしてきたという（2002.2.2セレクトショップ社長への聞き取り調査）。

6.2 小企業と大資本との関係

さらに1990年代半ば以降、世界諸都市に増殖しつつあったアヴァンギャルド系のデザイナーたちは、大資本高級ブランド企業からも注目を集めた。大資本は、商品デザインに積極的な、アヴァンギャルド系のデザイナーと業務提携をむすび、デザイン発注をおこないはじめた²⁾。それにより、かつては希少価値の高かった斬新なスタイルの衣服を、大量生産できるようになった。

代表的な例として、ニューヨーク、ロンドン、パリや東京においてブランド事業を展開している有名オートクチュール企業が、渋谷区神宮前を活動拠点としていた、デザイナーであるT氏を、1999年にクリエイティブ・デザイナーとして招聘した例を挙げることができる（2008.11.3ファッションブランドAのデザイナー）。その後同社が展開するブランドの衣服装飾品は、それまでのクラシックなデザインから、斬新なスタイルが融合されたデザインへシフトされていった（同上）。またシューズデザイナーのミハラヤスヒロ氏が、1998年に神宮前地区に事務所をおき、同氏名義のブランドの靴のデザインをおこなってきた。2003年に、世界的にビジネス展開をおこなうシューズブランド大手のプーマ社と業務提携をおこない、招聘デザイナーとして今日まで所属している（2010.12 同上）。

なお近年では、高級ブランド企業だけではなく、大衆向けの新興ファストファッション企業と、アヴァンギャルド系デザイナーが業務提携を締結する事例が見受けられる。代表例として、新興大手ファストファッション企業のファースト・リテイリング（本社・山口県山口市）による、「ユニクロ」のブランド化戦略が挙げられる。同社は2000年春、神宮前6丁目に拠点を構えるファッション・ブランド「S」のデザイナーM氏にデザインの業務委託をおこなった（2002. 1.16 O氏）。M氏による、大衆向けのデザインの衣服が、「ユニクロ」の商品として採用された。それによって、ユニクロの衣服スタイルは、かつての標準的スタイルから、幅広い顧客層が好むような、斬新なスタイルへと変化していった（2002.2.16「S」のバイヤー向けの展示会における筆者の観察と、複数のデザイナーへのヒアリングにもとづく）。ファースト・リテイリング社は、その後M氏のみならず、ほかのアヴァンギャルド系のデザイナーたちにも業務を委託した（2009.12.24ファースト・リテイリング社・社員）。こうして、ユニクロの大衆向けスタイリッシュ化戦略が成功したのであった（同上）。上記のように、近年のアヴァンギャルド系デザイナーたちは、大資本オートクチュール系企業だけでなく、幅広い顧客層を想定した、新興ファストファッション企業のニーズにも対応した衣料デザインを受注している。

このような小規模デザイン企業と、大資本との業務提携は現在まで、多数おこなわれていることが認められている。この業務提携においてアヴァンギャルド系のデザイナーたち

は、大資本から大きな経済的利益を獲得してきた。彼／彼女らは、この利益を資金とし、作品のデザイン活動を、継続することができた。大資本も、小規模デザイン企業とライセンス契約を締結することにより、斬新なデザインの商品を継続的にうみだすことができ、大きな経済的利益を獲得できたのである。

このさい、アヴァンギャルド系のデザイナーたちは、みずからが生産した衣服のスタイルが、大資本により模倣されることを明確に認識している。つまりアヴァンギャルド系のデザイナーたちは、みずからが研究開発したデザインが、近いうちに消費者に普及すると予測している。この過程で、デザイナーはみずからを、グローバルに受容されるデザイン開発をおこなう研究者のように認識していると解釈することができる。こうした研究者としての衣料デザイナーが経営する小企業が集積する渋谷区神宮前の細街路を、衣料デザインのグローバルな研究開発拠点として捉えることができる。ただアヴァンギャルド系デザイナーたちは、利益よりも作品デザインをつうじた国際的評価を高めることを追求してきた。それゆえ経済的資源に乏しいという問題も生じていることにも注意したい。

6.3 アヴァンギャルド系デザイナーの立地選択動機

それではなぜ、アヴァンギャルド系の小規模衣料デザイン企業は、神宮前の細街路に拠点を構えたのか。筆者が接触したデザイナー、プレスやバイヤーへのヒアリングから、この問いにたいする答えが概ね明らかになった。神宮前地区の小規模デザイン企業は、業務提携をむすぶ大資本と、デザイン業務にかんする密接なコミュニケーションをおこなうために、距離的近接性を必要としている。だからこのエリアに拠点を構える必要があったのだ。衣服ブランド『GDC』の代表デザイナーであるK氏によれば、この地区の細街路に拠点を置くデザイン事務所は、自分たちがうみだしたデザインを、大資本に直接売り込みにゆくことが容易な場所であるから、この細街路を拠点として選んだと述べている(2002.5.3)。

神宮前2丁目の千駄ヶ谷側に衣服デザイン事務所を構えるO氏は、細街路に拠点を置くことのメリットとして、つぎの3つを挙げた。ひとつめは、まず表通りの物件と比べて、家賃が安いということである。2つめは、近隣の主要ターミナル駅付近のメインストリートに立地する大資本のオフィスに、あたらしいスタイルを提供しやすい環境であるということである。3つめは、プレスリリースをおこなうさい、メディア企業が迅速に集結するというメリットである。

たしかに神宮前や隣接する港区青山エリアのメインストリートには、大資本ファッションブランド企業の支社や本社デザイン部門が拠点を置き、細街路に小規模デザイン企業が拠点を構える傾向がある。いわば大資本デザイン部門の下請け機能（コンサルティング機能）をはたす小規模デザイン企業は、顧客である大資本の支社・本社と頻繁に接触する必要がある。また、メディア企業と密接な関係をむすび、商品デザインにかんする情報を、迅速に発信してもらう必要がある。だから、神宮前の細街路に、小規模デザイン企業が集

積してきたのである。

6.4 新興工業国への衣料製造委託—神宮前におけるデザイン部門の発達—

ここで注意したいことは、デザインされた衣服そのものが製造される場所は、主にインドネシア、中国やタイにある、アパレル専門の生産工場であるということだ³⁾ (川島蓉子, 2008)。2009年当時Favelaの常連客であった「アニエス・ベー」のプレス担当社員によれば、デザイナーのアシスタントは、上記のアジア諸都市に立地する工場に出向き、担当者と直接交渉をおこない、製造を依頼するケースが多いという (2009.8)。

それではなぜ、衣料商品の製造を、アジア諸国の工場に依頼するのか。岡山県倉敷市児島に本社をもつ、セレクトショップの社員 (筆者の知人) によれば、低コストで、高い品質の商品が製造されるからであるという (2007.8)。アジア新興工業国の工場では、デザインのさいに使用されるアパレルCADに対応できる生産ラインが導入されており、流行の更新にたいすばやく対応できる。それゆえ、デザイン企業との業務提携を可能にしてきたのである。このように衣料産業のなかでは、デザイン、製造、流通、販売部門がグローバルに分散している。そのなかで神宮前の細街路は、デザイン部門の国際的拠点として機能しているといえる。

7. 考察と結論

このように本研究は、東京都渋谷区神宮前の細街路が、住宅街から衣料デザインのグローバルな研究開発拠点へと変容してきた過程を、事例記述をつうじて明らかにしてきた。それでは本研究がみいだした現象を、都市社会学の文脈でどのように考察することができるのか。本論文の冒頭で述べたとおり、サスキア・サッセンは、グローバル都市論において、金融・保険・不動産部門を中核とした生産者サービスの集積現象に注目した。そのうえで、この生産者サービスに従事する高所得者層のライフスタイルを、低賃金で雇用される移民労働者の集中と関連づけながら論じ、所得格差問題をみいだした。しかし彼女は、高所得者層のライフスタイルを構成する一分野である、衣服分野への需要の高まりと、その背後にある衣料産業のグローバルな再編を見定めながら、グローバル都市が保有しはじめた新しい機能と、新たな所得格差問題に言及していない。

いっぽう、ズーキンを代表とした、ロウワー・マンハッタンの研究 (Zukin, 1982; Zukin and Kosta, 2004; Zukin et, al.2009)、ロイドによるウィッカー・パークの研究 (Lloyd, 2006) や、ボヴォーネのティチネーゼの研究 (Bovone, 2005) といった都市文化生産研究から、芸術や衣料デザインといった文化生産が、衰退傾向にある街区再生の原動力となったことが明らかにされた。ただこれらの研究も、文化生産と都市細街路の変容を、ローカルな観点から調査するに留まっている。

先進国では1970年代のオイルショックをきっかけとし、大量生産体制の危機を迎えた。それまで先進諸国の経済成長を支えてきた工場は閉鎖されはじめ、海外生産に転じた。この現象は、衣料産業にも大きな影響を与えた。1980年代以降の衣料産業では、グローバルな分業体制が発達してきた。衣料そのものの製造が、新興工業諸国の都市でおこなわれる傾向にある。そして衣料の付加価値を決めるデザインが、とりわけ先進国諸都市でおこなわれるようになった。

とくに1980年代以降、国際的ビジネス展開を図った、パリやミラノに本社を構える大資本衣料ブランド企業は、莫大な経済的利益を計上した。近年では、新興ファストファッション企業も、大衆向けの斬新なデザインの衣料を製造・販売し、急成長している。しかし大資本は、グローバルに拡大したデザイン、製造、流通、販売過程を、自社内部で一括管理することが困難になった。その結果、従来自社内部で対応してきた部門の外部委託が活発化した。そこで、純粋生産志向であるがために、経済的基盤の安定しない、先進国諸都市のデザイナーにたいし、大資本からのデザイン委託の頻度が高まった。こうした背景のもと、アヴァンギャルド系の衣料デザイナーたちは、純粋生産活動を維持するのに必要な経済的資源を得るために、大資本向けのデザインを研究開発してきた。こうして衰退傾向にあった細街路が、衣料デザインのグローバルな研究開発拠点へと変容した。しかしこうした衣料デザイナーたちは、純粋生産を追求している。だから専門職であるにもかかわらず、低所得なのである。

とりわけ神宮前地区の細街路変容過程は、ロウワーマンハッタン、ウィッカー・パーク、そしてティチネーゼの変容過程とは大きく異なる。ロウワーマンハッタンのばあい、もともと繊維工場や印刷工場の集積地区がアーティスト・コロニーへと一時的に変容した(Zukin, 1982)。ウィッカー・パークは、製造業やエスニックな労働者世帯の集積地区がデジタルスキルを駆使するネオ・ボヘミアンが集まる街区へと変容した(Lloyd, 2002; 2004; 2006)。ティチネーゼは、イタリアに特徴的な、職人工場の集積地区がファッションナブルな商業地区へと変容し、観光客にとっても魅力的な街区として認識されるようになった(Bovone, 2005)。先行研究が事例とした街区変容の要因は、脱工業化にあるといえる。それにたいし、神宮前の細街路は、住宅街であった。それが土地資産バブルの盛衰という要因のもと、衣料デザインのグローバルな研究開発拠点へと変容した。この過程で小規模衣料デザイン企業は、大資本を顧客とした生産者サービスとして機能してきたのだ。

ただし、先行研究の事例と本研究の事例との共通点も存在する。それは、衰退傾向にあった街区が、芸術生産や衣料デザインといった、専門的知識やスキルを駆使する知識生産従事者の拠点へと変容してきたところにある。また、サッセンが焦点をあてた金融関連の生産者サービス従事者と大きく異なる点として、芸術生産や衣料デザインに従事するひとびとは、低所得であることが挙げられる。だからグローバルな純粋生産志向の衣料デザイナーたちは、世界的にビジネス展開をおこなう大資本を顧客としたデザインの研究開発

という副業を営んできたものと考察できる。

このように本研究では、グローバル都市・東京においては、サッセンが焦点をあてた金融部門だけではなく、衣料デザイン部門の生産者サービスも発達していることが明らかにされた。ただ本研究が焦点をあてた衣料デザイナーの多くは、グローバルな純粋生産志向の個人事業主である。そのため、低所得であることが多い。つまりグローバル都市では、知識生産に従事するひとびとのなかでも、低所得問題が発生しているといえる。これまで衣料デザインのグローバルな研究開発拠点へと変容してきた渋谷区神宮前の細街路は、ファッションな雰囲気にも満たされた街区として、認識されてきた。しかしそれと同時に、この都市細街路には、グローバル都市特有の新たな所得格差問題が内在しているのである。

さいごに、本研究の都市社会学研究としての学術的意義と今後の研究課題について述べる。本研究はまず、衣料産業のグローバルな再編のなかで、衣料デザインの研究開発に従事する小企業を、衣料デザイン部門における、大資本向けの生産者サービスとして捉えた。つぎに事例記述と考察をつうじて、衣料デザイナーという知識生産に従事するひとびとのなかで、低所得問題が発生していることを見出した。この問題を背景として、衰退傾向にあった都市細街路が、住宅街から衣料デザインのグローバルな研究開発拠点へと変容したことを明らかにした。そこに、本研究の都市社会学研究としての学術的意義がある。

ただ、渋谷区神宮前の細街路に衣服デザイン企業が増加した背景には、衣料産業のグローバルな再編が存在する。このさい、デザイン、製造、流通、販売に従事する事業所どうしが、グローバルな業務提携を締結してきた。それゆえ、大都市都心部に集積する衣料デザイン企業と、国内外に所在する製造工場や流通・販売部門のあいだの交渉過程を明らかにすることが、今後の大きな研究課題として挙げられる。このさい国内地方都市や新興工業国都市を、衣料製造の世界的拠点として捉えることにより、衣料産業のグローバルな都市間分業の利点と問題を明らかにできるであろう。

さらに、事例記述から明らかになったとおり、1980年代の土地資産バブル期以降、神宮前に住み続けることを選択した住民は、この地区の用途地域指定に着眼し、住宅を、住居機能を備えた商業用低層ビルに建てかえた。それにより細街路をローカルな日常生活の拠点としても維持してきた。こうして住民は、細街路をグローバル／ローカルな重層的機能を保有する細街路へと成長させた。これは、ほかの都市では見いだされない特殊事例である。今後、住民と新規事業主たちは、グローバル／ローカルな重層的機能をもつ街区として、神宮前の細街路を維持することができるのか。またそれを可能／不可能にしたばあい、その要因とはなにか。この点に注目しながら、都市成長の原動力と同時に、都市の成長がうみだす新たな問題を見定めてゆくことも、当面の大きな研究課題として挙げられる。

注

- 1) 国土交通省『国土交通省地価公示』<http://www.land.mlit.go.jp/landPrice/>（2012年1月20日現在）を閲覧。
- 2) 衣料品業界ではこのビジネス戦略を「SPA」（Special retailer of Private label Apparel）戦略と、呼ぶことが多い（川島蓉子, 2008）。
- 3) もちろん日本国内にも、衣料品製造の拠点がある。代表例として倉敷市児島地区や群馬県東毛地域を挙げることができる。

文献

- Bourdieu, P., 1992, *Les regles de l'art : genese et structure du champ litteraire*, Paris : Editions du Seuil.
（= 1995 石井洋二郎訳『芸術の規則 1・2』藤原書店。）
- Bovone, L., 2005, "Fashionable Quarters in the Postindustrial City: The Ticinese of Milan," *City and Community*, 4-4:359-380.
- Clark, Terry N. (ed.) 2003, *The City as an Entertainment Machine*, JAI: Elsevier Press.
- Florida, R., 2002, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books. (= 2008, 井口典夫訳『クリエイティブ 資本論——新たな経済階級の台頭——』ダイヤモンド社.)
- 川島蓉子, 2008, 『ビームス戦略』日本経済新聞出版社.
- Lloyd, R., 2002, "Neo-Bohemia: Art and Neighborhood Redevelopment in Chicago," *Journal of Urban Affairs* 24:517-532.
- , 2004, "The Neighborhood in Cultural Production: Material and Symbolic Resources in the New Bohemia," *City and Community* 3-4:343-372.
- , 2006, *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*, New York: Routledge.
- 南谷えり子・井伊あかり, 2004, 『ファッション都市論：東京・パリ・ニューヨーク』平凡社.
- 穂田表参道町会編, 1983, 『原宿』穂田表参道町会.
- Park, R. E., 1925, *The City: Suggestions for Investigation of Human Behavior in the Urban Environment*, Chicago: The University of Chicago Press. (= 1978, 笹森秀雄訳「都市」, 鈴木広編訳『都市化の社会学』（増補）誠信書房.）
- Sassen, S., 2001, *The Global City: New York, London, Tokyo* (New Updated Edition), Princeton, New Jersey: Princeton University Press. (= 2008, 伊豫谷登土翁・大井由紀・高橋華生子訳『グローバル・シティ』筑摩書房.)
- 高木陽子・東京オペラシティアートギャラリー編, 2008, 『6+——アントワープファッション』リュディオン.
- 和田清美, 1988, 「大都市都心周辺住宅地域の地域変貌——「原宿」の地域社会研究——」『日本社会事業大学社会事業研究所年報』24:287-310.
- Zukin, S., 1982, *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, New Jersey: Rutgers University Press.
- and E. Kosta, 2004, "Bourdieu Off-Broadway: Managing Distinction on a Shopping Block in the East Village," *City and Community*, 3-2:101-114.
- et al. 2009, "New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City," *City and Community* 8 (1) :47-65.