

ミラノのクチュールメゾンの設計過程と後工程の関係について  
プレタポルテの製造工程が製品設計に及ぼす影響

On the Relation Between the Designing Process and the Post-Processing of Couture Maison  
in Milan Influence That Manufacturing Process of Pret-A-Porter Exerts on Product Design

大谷毅\*1<sup>+</sup>,池田和子\*2<sup>+</sup>,伊崎晴子\*3<sup>+</sup>,正田康博\*2<sup>+</sup>,森川英明\*1<sup>+</sup>

Tsuyoshi Otani\*1<sup>+</sup>,Kazuko Ikeda\*2<sup>+</sup>,Haruko Isaki\*3<sup>+</sup>,Yasuhiro Syoda\*2<sup>+</sup>,Hideaki Morikawa\*1<sup>+</sup>

\*1 信州大学繊維学部 386-8567 上田市常田 3-15-1

Faculty of Textile Science & Technology, Shinshu University,

3-15-1 Tokida Ueda-city, Japan

\*2 文化女子大学服装学部

Faculty of Clothing Science, Bunka Women's University,

\*3 レナウン(株)

RENOWN Incorporated

<sup>+</sup>服飾文化共同研究拠点、文化ファッション研究機構、文化女子大学

Joint Research Center for Fashion and Clothing Culture

Bunka Fashion Research Institute, Bunka Women's University

Abstract : Fashion business of Japan has low international presence. It kept being skillful in import and license business. However, these businesses don't have the scheme that sells fashion goods by the entrepreneur's positive creation in the global market. Then, one of the research themes is set to clarify the feature of the design and manufacturing process in Milan maison (Couture) based on a high creation. The following matters turned out. A chief designer does a creative first design (initiation). Workers of the post-processing positively support the chief's design. Moreover, friendly interpretation to specifications is performed by them. The manufacturing process is executed under these situations.

Next, reverse engineering was executed as for the denim suit of famous maison. Chief Designer will dares to use a special cloth (material) to achieve the targeted silhouette. This decision restricts Chief's first design. Chief is restricted by the manufacturing process. The sewn product is supplied to the washing processing. An unanticipated result often occurs in this process. The silhouette depends on this result. Chief can't control the post-processing after the section of studio directly. In fact, this experiment result presumes that Chief will design within the range where the post-processing can be followed. In addition,

Additionally, Process Experiment is executed in Milan and Tokyo. In this experiment, Fashion Designer plays the role of the chief designer in maison. She designs the product (fashion) to sold for buyers at exhibition (runway at fashion week). Pattern-Maker makes specifications and a prototype by the Designer's instruction like a chief modelist of atelier section in maison. The production prototype is

---

\*1) [otani@shinshu-u.ac.jp](mailto:otani@shinshu-u.ac.jp) 森川 [morikaw@shinshu-u.ac.jp](mailto:morikaw@shinshu-u.ac.jp) \*2) 池田 [ikeda@bunka.ac.jp](mailto:ikeda@bunka.ac.jp)  
正田 [shoda@bunka.ac.jp](mailto:shoda@bunka.ac.jp)

produced by each examinee (manufacturing process company) in Milan and Tokyo based on the specifications and prototypes. Designer and Pattern-maker compare to estimate each production prototypes. It can be judged that this examinee in Japan understands the demand of maison (design specification) from the result of this experiment. In a word, the mass production along the intention of maison is possible.

As a result, if the fashion business of Japan achieves the globalization as well as the pret-a-porter business of Maison of the luxury brand, a true obstruction factor can be presumed to be in the lack of the first design.

要旨：日本のファッションビジネスの国際プレゼンスは低い。インポートやライセンスは得意だったが、事業者の積極的創造によるファッションを世界市場において販売するスキームを持たない。そこでリサーチテーマのひとつに高い創造意欲をもつミラノのメゾン（couture-maison）の設計製造工程の特徴を解明を掲げた。そして、以下のことが判明した。設計主務者（*stilista, couturier, creative-director*）の創造的な第1次設計（イニシエーション）、後工程の作業者らによる設計主務者の設計に対する積極的支持、仕様書類（*specifications*）に対する好意的解釈が存在し、そのうえで製造工程が稼動する。

ついで、著名メゾンのデニムスーツをリバースエンジニアリング（解体・再現）した。設計主務者は狙ったシルエットを実現するために、あえて特殊な生地（材料）を用いた。この決定は設計主務者の一次設計を制約する。設計主務者は一次設計の後に続く製造工程に制約される。このデニムの場合、縫製された製品は洗い加工に供される。この工程では予期しない結果が起きることが多い。設計主務者が実現しようとするシルエットはこの結果に依存する。しかしながら、設計主務者は *studio* 部門以後の後工程を直接に制御できない。この実験結果は、設計主務者が事実上後工程がフォローできる範囲で設計せざるを得ないであろうことを推定させる。

さらに、工程実験をミラノと東京で実施した。あるファッション設計者にメゾンの設計主務者のように設計する役割を依頼した。彼女は、展示会（ファッションウィークのランウェイ）でバイヤーに販売する製品（ファッション）を設計する。パタンナーはデザイナーの指示によりメゾンのアトリエ部門の上席モデリスタのように仕様書類と試作品（*prototype*）を作成する。その仕様書類と試作品にもとづき、ミラノと東京の各被験者（製造工程を有する会社）は量産見本（*mass production prototype*）を制作する。デザイナーとパタンナーは両被験者の量産見本を比較する。東京の被験者はミラノの被験者のようにメゾンの要求を理解できるであろうか。

この実験によれば、日本の被験者（製造工程会社）はその要求（仕様書類）を理解できた。つまり被験者はメゾンの期待に応じた製造が可能である。また、ミラノ市場向けにメゾンレベルのプレタポルテを量産できる可能性がある。

以上から、メゾンの設計主務者のプレタポルテ設計は *studio* 部門の後に続く製造工程の影響を受容しており（その意味ではきわめて合理的）、また、仮に日本のファッションビジネスがラグジュアリーブランドのメゾンのプレタポルテ事業と同様に国際化を達成するならば、真の阻害要因は1次設計の欠如にあると推定できる。

## 配当決定額

平成 20 年度	560,000 円
平成 21 年度	1,400,000 円
平成 22 年度	1,150,000 円
合計	3,110,000 円

## 研究の目的

本研究の背景は「日本のファッションビジネスの国際化へのプログラム」の模索にあった。日本のファッションビジネスの国際プレゼンスは、同じくデザインを問われる自動車や電機事業に比べ著しく低いと言わざるを得ない。素朴経験レベルで指摘するなら、電機・自動車に比べ、パリ・ミラノ（以下 and/or は省略）あるいはニューヨークで本邦ブランドのショップを探すのはかなり困難である。その原因と対応策を、とりあえず、ラグジュアリーブランドのメゾンが設計製造そして販売するプレタポルテ（ready-to-wear for high end）事業に注目し、日本の事業法人がパリ・ミラノのメゾンのようにプレタポルテ事業を展開できない事情を説明しようと試みた。この説明は意外に根の深い問題を扱うことになるが、本研究では、パリ・ミラノメゾンの設計製造過程において、実験的に想定した工程が作業対象に設計者が設計図に描いたとおりに製造可能かどうか確認し（以下この確認のための作業を工程実験という場合がある）、プレタポルテの製造工程が製品設計に及ぼす影響を検討する。これによって、「製品設計に全裁量を持つ設計主務者が後工程によって制約される情報」を収集し、プレタポルテの設計製造過程の特徴を明らかにする。

## 研究の方法

### 1：対象（プレタポルテの設計製造過程）の特定

メゾン事業（≡ファッションビジネス）をプラットフォームとして展開する。その事業領域はファッション（haute couture and/or pret-a-porter）をコアとし、その関連用品等（bag・perfume・fragrance・jewelry・watch）を含めた製造小売 or 製造卸をイメージできる。

### 2：プレタポルテ設計製造過程の観察

パリ・ミラノメゾンのプレタポルテ設計現場ならびに外注先アパレルメーカーのプレタポルテ製造工程の観察ならびにヒアリングによる資料収集が有効である。その機会を得る努力は必須であるが、容易に得がたいことはあらかじめ承知しておかなければならない。

### 3：製品からの推定

パリ・ミラノメゾンの典型的プレタポルテ製品をリバースエンジニアリングして得た情報から、プレタポルテの製造工程が製品設計に及ぼす影響を推定することは可能である。ただし、試料とするメゾンと製品の特定、つまりは仮説の設定が重要である。

### 4：展示会の観察

Premiere Vision Paris や MilanoUNICA のような国際規模の素材展示会と、プレタポルテの設計製造過程と密接な関係があるので、可能な範囲で資料収集が必要である。

### 5：擬似的設計過程・製造工程による製品設計とサンプル試作の実験

メゾン studio 部門にながいが勤務経験をもつデザイナーに例題的な設計を依頼し、東京およびパ

リ・ミラノにおいてプロトタイプ（量産のための見本）を試作し、設題者の評価を経て、東京およびパリ・ミラノの生産工程の差異を推定する。この方法を工程実験と呼称する。

#### 6：メゾン事業固有の経営問題抽出

このビジネスそのなかの fashion は一過性（流行性）・属人性（設計主務者に依存）・強制サイクル（年2回）という点で、電機や自動車などの量産型製品（それはら必ずしも定番を意味しないが）の製造販売事業とおなじ枠組みをもってしては説明しがたい問題がある。その問題の定式化と解決の糸口の探索という作業が必要になる。

#### 7：文献収集

邦語ベースでのパリ・ミラノメゾン・プレタポルテ事業の設計製造過程にかかる文献は繊維工学・ビジネスともにあまり見当たらない。仏伊では研究テーマになりにくいこと、成果に需要がないことから関心がないため、文献作業からの成果はあまり期待できない。

#### 8：総合的検討

たとえば工程の背後に潜むものを見抜く知識経験が必要であるというように、収集されるさまざまな資料は、衣服工学や繊維工学、あるいは生産管理やマーケティング・経営学を活用した予備的考察が必要となると同時に、現場の技術者技能者のコメントのチェックを要する。

### 研究の実施計画

#### [20年度]

前掲方法を前提に、a) 設計製造過程の資料収集、b) 工程実験実施の計画策定・準備を行う。a) では、事前準備としてパリ・ミラノ（不可能であればニューヨークマンハッタンに代替）及び東京での設計製造過程の関する文献および実地による資料収集をすすめる。また、b) では、メゾンの studio または atelier にながい勤務経験のある設計関係者（アシスタントデザイナー）を探索するとともに、実験計画をリファインする。また、この時点で可能であればヒアリング、東京およびパリ・ミラノの設計製造過程の観察を進める。

#### [21年度]

当年度は a) 工程実験の準備を進めるとともに、b) 設計過程に大きな影響を及ぼす試料に注目しリバースエンジニアリングを進める。a) 工程実験の計画は、ミラノのラグジュアリーブランドの“プレタポルテ”設計経験者に1次設計を模擬的に実施させ、これを、東京の“プレタポルテ”プロトタイプ業者に試作させる実験を行い、また、2次設計はプロトタイプ試作者またはプロトタイプ試作者の指定するパタンナー（モデリスタ）を使用すること、東京で同じ課題を進めること、ミラノ・東京で制作した試作品について設計主務者の評価を得ること、本研究に必要なデータが収集できるかどうかの可能性を追求する。また、b) では、1次設計者が特注したであろう材料（本件ではデニム地）を用いた製品を取り上げる。この生地は、材料の仕上りが1次設計者の期待通りになるとは限らない、また製品の仕上がりも1次設計者の期待と異なる可能性を織り込まざるをえない。このような試料を選びリバースエンジニアリングを計画した。

#### [22年度]

20-21年度で計画し、予備的に収集した情報をもとに、工程実験（Milan D.Y.Jeong 工程実験）を実施する。ミラノの Studio-D (<http://www.duyan.it/>) をメゾン studio 部門に、その主宰者 D.Y.Jeong (Gianni Versace の studio 部門に9年勤務) をスティリスタに、また、D と提携するモデリスタ（パ

ターンメーカー) を atelier 部門に想定し、メゾンプレタポルテの設計製造過程を再現する。

テーマは毎期コレクションでは売れ筋の定番に近いジャケット。D の作業は、材料は協議のうえ①表地 (12m+ $\alpha$ ) ②副資材 (チュール・テープ・ボタン) を決定し、ドキュメントとして、①コンセプト、②デザイン画、③仕様書 (仕上がりサイズ)、実物成果品として、①パターン (実物サイズ)、②試作品実物 1 着、③仕掛品 1 着を作成する。試作品は実際のプレタポルテの量産試作とし、メゾンのプレタポルテを量産するアパレルメーカーで行う。21 年度で本計画策定時点ではミラノ東京とも試作品製作者は未定あったが、慎重に審議の結果、ミラノでは多くのメゾンプレタポルテを製造する San Lorenzo Srl. (Sicily 所在) に、また、東京では、著名デザイナーのプレタポルテを製造する(株)辻洋装店に依頼した。両試作品は研究会で比較検討する。補遺の意味で、ニューヨークマンハッタンのファストファッション系の設計製造過程も調査の範囲に加え、比較検討することとした。以下に手順をまとめる。

実験内容模索 (20 年度) →精緻化と準備 (21 年度) →課題設定→Studio-D 打合→生地指定→生地手当→スティリスタの 1 次設計→…モデリスタの n 次設計→スティリスタの承認 (パターン確定) →アパレルメーカー確定→試作→スティリスタの評価→ミラノ東京比較→ニューヨーク事情→まとめ

なお、各アクティビティをつなぐ、→または…には、適宜に商社的な調整機能を果たすプレーヤーが介在する。実務では、この分野についての豊富な経験と、その経験から自在に問題形成する能力が問われる。おそらくは認知化過程的にいえば「熟達」「メンタルモデルの形成」に係ることである。日本のファッションビジネスの国際化にとって非常に興味深いのが割愛する。

## 研究の成果

[20 年度]

パリ・ミラノのメゾンの“プレタポルテ”の設計製造過程の実態を整理した。a) 設計は分業により段階を経て製造可能な情報に集約される。デザイナー 1 次設計 (概念設計) →パタンナー (モデリスト) n 次設計 (ここまでがメゾンの直轄) →ここからアパレルメーカー側 n+1 次設計 (量産設計) →…と進む。b) n 次設計が完了しても、アパレルメーカーがたんに n 次設計に従っていたのでは 1 次設計者の意図どおりに製品が製造できるは限らないので、アパレルメーカー側が 1 次設計者の意図に添うように n+1 次設計以降で調整することが判明した。

本研究開始時点で仮説としてあげた、①設計そもそも不完全、②設計者の意図が設計図に表現できない、③設計者と生産工程のあいだに暗黙の了解事項がある、④製品のみを設計し生産工程は設計していない、⑤生産工程が結果として不完全 (工程不完全)、⑥生産工程で作業しにくい設計がされていた、⑦素材の指示自体に無理があった (素材不適合)、⑧熟練者がいなかった、⑨ QC が不完全であった、⑩基本的に技術がなかった (工程不適合) などを推定の各点については、調査の結果、アパレルメーカー側のメゾン設計に対する主体性の過大解釈は不可なるも、「⑤製造工程が結果として不完全 (工程不完全)」となる受注は回避、「⑥製造工程で作業しにくい設計」および「⑦素材の指示自体に無理 (素材不適合)」は受注しないまたはメゾンに逆提案する、結果として「⑧熟練者の存在、⑨ QC の不完全である、⑩基本的に技術がない (工程不適合)」となる受注はあえて回避すると改める。ことに印象的なのは、メゾンとは独立した空間の製造工程に、きわめて卓越した技術者が存在し、メゾンプレタポルテ 1 次設計者、つまりはスティリスタの創

造具現化に寄与することを見出した。一例に過ぎないので過大解釈もまた禁ずべきだが、その後の類似研究から、かなり広範囲で指摘できるであろうとの心証を得た。

[21 年度]

繊維工学をもってしても再現の難しいこの試料は、1 次設計者が裁量で描いても確実に入手できる材料ではないし、まして 1 次設計でイメージした製品が確実に製造できる保証ない。生地生産が完了してからではリードタイムが長すぎる。その場合でも追加は困難である。それでもコレクションに加えるのは、そのリスクを負ってもなおビジネスは可能という 1 次設計者の判断がある。この場合の「設計図書」は、こういう衣装を作ってほしいという基準を示すもので、生地製造・CMT の各工程の作業内容のいわばガイドラインである。

日本にくらべて、①あらかじめ設計図書に叙述されない事項が多く、②工場とメゾンの関係は必ずしも服従関係が基本ではなく、③付加価値は意図的にクリエイションに傾斜配分され、④クリエイションで発生した原価(開発原価)は相対的少数顧客の負担を見込み高額の上位を設定し、⑤この顧客負担を見込んで 1 次設計者は自信を持ってクリエイション活動を行い、2 次設計以下の設計製造過程は 1 次設計者に対する好意的態度をもってアライアンスに参加するという特徴を指摘できる。オリジナリティへの執念を推定できるとともに、1 次設計者は後工程によって制約され、製品の仕上がりにある程度の幅を認めることになる。また、その結果として、追従困難な流行が生まれる可能性を入手したことになる。

本実験の経過から、後工程のダメージを計算し、設計図書に CMT 工程を明確に指示してあるとは推定しがたい。後工程のプレーヤーの 1 次設計者への好意的態度が基本にある。その現場担当者の主観的な判断がクリエイションコストの発生を抑制する。設計過程のパーツ寸法でさえも 1 次設計者の意図を汲んだ n 次設計者の解釈である。後続の工程もこれに従ったほうが 1 次設計者の意図に沿うと判断したから従うのであって、そうでないと判断したら必ずしも従うとは限らず、所定の手続きなり取引慣行によって修正する。まして多様な選択肢や工程によって熟練も要するデニム製品となれば、製造工程側の裁量にゆだねざるを得ない。1 次設計者は全幅の裁量権を有するも、こうした制約の範囲内で創造性を発揮していると推定する。

以上 20-21 年度は既提出の報告をご参照いただきたい。

[22 年度]

## 1 : 工程実験の解題とアイテムおよびプレーヤー

### a) 解題

工程実験とは 1 次設計者がイメージしたとおりの製品が、実験的に想定した工程によって製造可能かどうかを試す作業である。メゾンのプレタポルテの設計製造過程は直接観察できない。この作業はその代替で仮設の実験である。既述の調査結果や想定した手順を反映させながら作業を進めた。

### b) 想定したアイテム

衣服構成の基本的情報量の多いという点を考慮して、アイテムはジャケットとする。サイズは婦人服の標準的サイズとして量産される 40 サイズとする(表 1)。量産といってもミラノメゾンのプレタポルテのロットである。メディア向けランウエイ用の見せ筋と、展示会でバイヤーが買いやすい(小売店で売る見込みが立つ)売れ筋があるが、本実験では後者の商品に属するデザインである。

### c) デザイナー・パタンナーの選定

ここでデザイナーはメゾンの Studio 部を主宰するスティリスタ役、パタンナーはメゾンの atelier 部門で上席のモデリスタ役である。そこでデザイナーはメゾンの studio 部門にアシスタントデザイナーとして 10 年勤務経験があり、著名スティリスタから直接に命令を受けて作業に従事した者 (D.Y.Jeoung) を選んだ。また、パタンナー (B.R.Gabbana) はそのデザイナーの意図を汲み取れる者として、デザイナーの推薦により選んだ。

## 2: 実験の経過

### a) デザイナーによるコンセプトの確定

ジャケット、サイズ 40、ミラノメゾンのプレタポルテとして売れ筋を狙う。自分に自身を持っているキャリアウーマンのためのジャケットスタイル、マスキュリンなシルエットをベースにチュールやリボンといった女性らしいディテールをトリミングに用いてミニマムなスタイルながらロマンチックさを加味したデザイン、役員会でのプレゼンやミーティングでもパーフェクトにフィットするスタイルで、仕事場で女性らしさを損なわずに存在をアピールできるジャケットを意識したデザイン・・・をコンセプトとした。

### b) デザイナーとパタンナーの作業

確定しデザイン画を作成し、デザイナーの主導のもとで、パタンナーが仕様書類を作成する。仕様書類は事実上の設計図書である。これに沿ってパタンナーは実際に見本を作成しながら、デザイナーがチェックして仕様書類をリファインする。

仕様書類のうち、コンセプトとデザイン画 (図 1)、ジャケットの寸法 (表 2)、表素材・副資材 (チュール・釦・ブレード等) (図 2)、縫製 (図 3)、そして、パタンナーが制作しデザイナーが補正指示した試作品 (図 4) を後掲した。表素材はすでにデザイナーのほうで決定していたので、結果的に図 1 と同時に用意された。図 4 はデザイナーが右のダーツの位置を直し、左右の脇をピンでつまみシルエットを修正している。

## 3: 縫製工場の量産見本作成

仕様書類に試作品を縫製工場に提示して、量産見本を作成させる。量産見本は同じ仕様書類からミラノと東京経由で制作した。図 5 は San Lorenzo Srl. (Sicily 所在) 製、図 6 は 株式会社洋装店 (都内中野区) 製である。

デザイナーがデザイン画を提示しても、パタンナーや製造工程の作業に反映されなければ、デザイナーの期待通りの量産見本はでき。デザイナーとパタンナーの相互修正作用が 2 回から 5 回くらいは必要になり、この過程を経て仕様書類と試作品が完成する。

仕様書類と試作品が製造工程の作業内容を指示するのだが、作業内容を細部まで厳格に指示するかというと、製造工程側の解釈に任される部分が残る。こうした過程そのものには日本とイタリアの間に差異はないと推定できる。ただし、設計過程・製造工程の内部に入って細かく観察すれば、あるいは何らかの違いが見いだせるかもしれない。たとえば、日本のアパレルメーカーがサブコントラクターに指示する内容と、イタリアのメゾンがアパレルメーカーに指示する内容には差異が生じる可能性がある。

その差異が実務で必要になる場合は明快にしておかなければならない。われわれの実験は量産見本までなので、さらなる明快な認識を得るとなると、おそらく距離と言語の問題が生じることになり、開発費用の負担は避けえない。

#### 4：結果の評価

コンペの意味ではなく、ミラノメゾンの実務的な仕様で、スティリスタ役のデザイナーと atelier 部門モデリスト役のパタンナーが日本製ジャケットに対する評価を行う。

##### a) デザイナーによる日本製ジャケットの評価 (図7)

テイストの表現が良く、日本製を伊製と間違えるほど日本製に対する評価は高い。特に手作業による技術差が出やすい部位である肩と袖付けに対し高い評価が与えられた。一方、ウエスト寸法が1周で1cm位大きいのが不思議。ほんの少々ソフト感がほしいと要望があった。

##### b) パタンナーによる日本製ジャケットの評価

①パターンの理解度は、非常によくわかっており、まったく問題ない。副資材(芯・裏地・テープ・肩パット)の使い方は、前芯が固いのか、ウエスト～下側が脇に逃げるといった難はある(図9-b)。しかしフォルムを形成することに役立っている、山布の補強は要らない、肩パット・伸び止めのテープは良い。裁断に関して、芯を貼る前に荒立ちし、芯貼後加湿一昼夜放置、その後本裁断かを知りたい。総じてよくできている。

②縫製は大変良くきちんと縫っているが、端を1-2mmを合わせることに気を使ったため縫い目が脇にひずみが出ている(図9-a)。しかしほんの微差で消費者には分からないだろう。布に自然に合わせる事が大切、ジャケットを手にかけてチェックすることは自然の布の流れが見える。(図8)

③仕上げ(プレス)は、抑え込まずに、フレッシュに上がっている点で良好である。

④総合的にみて製品のイメージは良好である。欲をいえば、もう少し柔らかくできると好ましい。

#### 5：評価者に対する実験者の感想

工程実験では、日本の技術力で欧州に売れる商品の製造が可能かどうかを見たところ、プレタポルテの事業分野での可能性が高いことが判明してきた。しかしこれには前提があり、スティリスタの設計内容、ことにコンセプトから展開される指示内容を、どこまで理解できるかが問われる。この実験の被験者になった(株)辻洋装店の対応力が評価されたのであって、にわかにならざるを得ない。

また、スティリスタの意図を工場側がどの程度理解するかは、かならずしも明示的な要因だけで決まるとはかぎらず、非公式的な、implicitな要因がある。すなわち取引履歴、いわゆる付き合いの長さである。言語が異なる日本と欧州がそう簡単に阿吽の呼吸ができるとは思えないが、仮にも国際化というのであれば、どこかで越えなければならない。メゾン側と縫製工程側は、量産見本をめぐる、2-5往復程度の修正が行われるが、今回の、ミラノ-東京ではこの修正は行われていない。試作品の提示でこれに代えた。基本的な縫製能力はもとよりであるが、仕様書類、あえて設計図書というべきであろうが、その読解力、読図力、コンセプトの理解力が生かされたことになる。短絡すれば、感性+縫製力ということである。

もうひとつ重要なことだが、東京では品質評価として問題になる<縫い代のあたり>や、表地と裏地をとめる<中綴じ>についてはミラノでの評価では話題にすらならなかった。評価に関するイタリアと日本での違いを認識し、欧州攻略では市場の要求を考慮する必要があるようだ。

#### 6：22年度の結論

a) メゾンのプレタポルテの製造工程は、メゾンの studio 部門を主宰する設計主務者の製品設計に対し、何らかの程度に制約し、影響を及ぼす。



b) 設計主務者は、プレタポルテの後工程（atelier 部門ならびにサブコントラクターであるアパレルメーカーの設計製造過程）の対応力を考慮しながら、1 次設計を行っている。ただし、それは無自覚であり、習慣化している可能性が高い。

c) メゾンの設計主務者は、すくなくもファーストラインのプレタポルテにおいては、1 次設計における創造性・独自性を重視する。

d) メゾンの studio 部門・atelier 部門を経た設計図書に従って、東京で製造することは、不可能ではなさそうだ。また、相応の学習過程を経れば、メゾンの設計主務者の要求をかなりの程度に充足できる。

5：日本のファッションビジネスの国際化へのプログラムを阻害する要因は、少なくとも製造工程の問題ではない。むしろ、掲記の c) の問題の可能性が大きい。

#### 〔全体の結論〕

以上を総括すると、メゾンのプレタポルテ設計は製造工程の影響を受容しており、また、日本の衣服製造工程には、イタリア市場向けにプレタポルテを量産する可能性があるかと推定できた。

#### 〔付記〕

ラグジュアリーブランドメゾンのプレタポルテ事業を以って、日本のファッションビジネスの国際化へのプログラムを描くならば、その制約要因はクリエイションにある。したがって、①メゾンの studio 部門を主宰すべきスティリスタなどの設計主務者の存在と、②studio 部門への投資、③既存の商慣習が日本という市場にしか通用しない現実を受け入れ、④あらためて国際市場を再検討するための枠組みの検討を要する。マーケティング的にはプロダクトアウトとしての特徴をもつ事業である。戦後日本の高度成長以降のきわめて恵まれた衣料市場で培ったノウハウでは、いまのグローバルなファッション市場を認識しにくい領域もある。それをブレイクスルーして規模を狙うなら、円貨で「trillion」単位のビジネスが可能である。したがって学術的には、それに耐えうる概念装置を構築し、実務的問題解決に寄与しうる、しかるべきファッションビジネス論を提案することではなかろうか。

#### 〔謝辞〕

本研究には多くの方のご協力をいただいた。ことに 21 年度の作業では、高寺政行（信州大学繊維学部教授）、柳田佳子（文化女子大学服装学部准教授）、また、イタリアのフィールドワークでは Fillippo Miracula（San Lorenzo Srl.）、Ryoko Shibata（Lagente Japan）、D.Y.Jeoung（DUYAN）、大島悦子（Japan Italy）、Jetro ミラノ事務所、日本では辻庸介（辻洋装店）、貝原良治（カイハラ）、吉田憲司（四川）、ディメンジョンの各氏各機関はじめ多数の方々にご尽力いただいた。深謝する次第である。

#### 主な発表論文等

##### 〔国際会議発表〕

BABAZONO Shoji, MORIKAWA Hideaki and OTANI Tsuyoshi:The Possibility Of Predicting Luxury Brand--Lanvin, balenciaga As Examples, International Conference on Kansei Engineering and Emotion Research 2010(KEER2010), Abstract + Program and proceedings-USB flash drive, No.503, pp.1908-1916, 2-5 Mar.2010, Paris, 査読有.

KAKUTA Maki, TAKATERA Masayuki, YANAGIDA Yoshiko, IKEDA Kazuko, OTANI Tsuyoshi:

Reproducibility of KANSEI Property of Textile Fabric. A case study of high-end silk fabric, International Conference on Kansei Engineering and Emotion Research 2010(KEER2010), Abstract + Program and proceedings-USB flash drive, No.98,pp.1380-1389, 2-5 Mar.2010, Paris, 査読有.

〔学会発表〕

池田和子, 柳田佳子, 鄭永娥, 高寺政行, 森川英明, 大谷毅: パリでの販売を想定したプレタポルテ・ジャケットの日本における設計生産実験, 第12回日本感性工学会年次大会予稿集, 於東京工業大学CD-ROM,2D1-2-1,2010, 査読無.

池田和子, 柳田佳子, 鄭永娥, 大谷毅, 高寺政行: 日本アパレルメーカーの縫製技術力を問う—国内外メーカー別縫製比較—展示, ファッションビジネス学会 2008年全国大会, 予稿集, 於杉野学園, ファッションビジネス学会, 展示, 2008年9月. 査読無.

〔雑誌論文〕

池田和子・大谷毅: パリ・ミラノで販売可能な“プレタポルテ”の設計生産実験…日仏量産見本の制作と評価, 繊維トレンド, 東レ経営研究所, 査読有, Vol.85, pp.36-42, 2010年11月.

〔拠点報告〕

大谷毅, 池田和子, 伊崎晴子, 正田康博, 森川英明: シャネルのデニム製品と設計過程…プレタポルテの製造(素材と製品)工程が製品設計に及ぼす影響について, “服飾文化共同研究報告 2009年 課題番号 20014, 文化ファッション研究機構・服飾文化共同研究拠点”, 査読有, PP.60-71, 2010年5月.

大谷毅, 池田和子, 伊崎晴子, 正田康博, 森川英明: プレタポルテの製造工程が製品設計に及ぼす影響について, “服飾文化共同研究報告 2009年 課題番号 20014, 文化ファッション研究機構・服飾文化共同研究拠点, 査読有, pp.60-71, 2009年5月.

(1行空け)

## 参考文献

- 1 : Stefania Saviolo=Salvo Testa, Strategic Management in the Fashion Companies, ETAS,2002
- 2 : Carmen Lopez and Ying Fan : CASE STUDY Internationalization of the Spanish fashion brand Zara, Journal of Fashion Marketing and Management, Vol.13 No. 2.2009, pp. 279-296.© Emerald GrollP Publishing Ltd.,1361-2026,DOI 10.1108/113612020910957770279-295.
- 3 : 大谷毅,梶原莞爾,池田和子,高寺政行,森川英明:ラグジュアリーブランドビジネスの経営感性,感性工学, Vol.7-1, 2006, pp3-35.
- 4 : .中屋典子・三吉満智子監修:文化女子大学講座 「服装造形学 技術編 I～III」 文化女子大学教科書出版部 (2000)