

ホームスピンの服地生産の可能性を探る

～新規マーケットの開拓へ向けて～

令和4年度地域政策研究センター 地域協働研究【ステージⅠ】採択課題

課題名：服地としてのホームスピンの素材価値に関する調査

研究代表者：盛岡短期大学部 准教授 佐藤恭子

課題提案者：(株)クラシカウンシル

研究メンバー：齋藤愛（盛岡短期大学部）、
鈴木宏子（(株)クラシカウンシル）、木村敦子（(株)クラシカウンシル）

技術キーワード：ホームスパン、服地、販路開拓

▼研究の概要（背景・目標）

過去には服地素材として県の地場産業にまで発達した岩手県のホームスパンだが、現代衣生活の変化とともにない、服地としての需要は大きく減少し、さらには“手紡ぎ手織り”のホームスパンは後継者不足も課題となっている。本研究は、(株)クラシカウンシルの提案により、服地の需要および素材価値について聞き取りを行い、新規マーケットの開拓を見据えて、特性や課題を一元化すること目的とした。

▼研究の内容（方法・経過）

県内外のホームスパンおよび服地関係者にヒアリング調査を行った。またホームスパン職人に服地サンプルを織ってもらい、聞き取りの際に利用した。

- (1) 手紡ぎ手織りのホームスピンの服地を織る職人4件に実施し、うち1件は若手職人に服地の制作前後に調査を行い、若手が抱える服地制作に関する課題を抽出した。またアパレル生産に対応している機械によるホームスパン生産を行う工場1件に調査した。
- (2) ホームスパンを扱う婦人服仕立て職人2件に、衣服に加工を行う上での性質と、ホームスパン服地の商品としての可能性について調査した。
- (3) ホームスピンの服地による紳士服のオーダーを取り扱う服飾プロデューサー1件に、生地を選定や取り扱い方、客層や需要およびホームスピンの可能性について調査した。
- (4) ウールのテキスタイルデザインに携わるテキスタイルデザイナー1件に、(1)の調査対象のホームスパン職人が制作した服地サンプルを提示し、ホームスピンの魅力および今後の需要の可能性について調査した。



図1. 調査に利用した服地サンプル

▼研究の成果（結論・考察）

表1.(1)～(3)の聞き取りによって明らかになった伝統的なホームスピンの服地の性質

項目	伝統的なホームスピンの服地の性質
服地の幅	78～80cm前後、職人が機で織れる幅が最大。（一般の生地幅は、主に90cm、110cm、140cmなど）
価格	4.5～10万円/mが相場。参考要尺としては、ジャケット約4m、コート約5m。
糸	羊毛の選定（羊の種類、風合い他）から行う必要がある。洗毛から糸紡ぎまでで最低でも1カ月。
制作時間	最短でも2か月程度。
受注方法	工房が直接行う展示会、県内の工芸品店、個人客から直接受けるオーダー。
服地サンプル	各工房で見本帳を用意、個展ごとに新作を発表。（量産向けの織物企業の場合は、服地サンプルを多方面に配布することが多い。） 見本帳どおりのものだけでなく、客の要望に応じて色や織組織、風合いの変更も可能。
仕立て・縫製	手紡ぎ手織りのため織手によって異なる性質を理解する必要がある。紳士服用に作られた服地の場合、手紡ぎ手織りの服地のほうがむしろ糸密度がしっかりしている。 芯地が必要な場合もホームスパンの特徴である風合いを損なわない様な注意が必要。仕立ては、経験を要する仕立て技術が必要で難易度は高い。 シルエットやディテールのデザインは、客の要望に合わせて仕立て職人が提案しながら決定する。（通常の衣服を仕立てる場合と同様。）
購入客	県内のホームスパンを知る人、ハイブランドに提供している生地だから興味を持った人、ホームスピンのイメージ（民藝、手仕事、宮沢賢治…）から興味を持った人など。

なお、(2)～(4)におけるホームスパン服地の可能性についての聞き取りの結果は、染色や織りに個性や工夫があるという特徴をもっと買い手に伝えていく、「原毛の良さ・羊の質感」を出したものの（「牧歌的」なもの）がホームスパン服地に相性がよいのではないかと、新しい生地研究をしていけば可能性がある、リメイクなどによる若い潜在的顧客層へのアプローチをする、機械では作れない表現を活かしたものを作る、などが挙げられた。

▼おわりに（まとめ・今後の展開）

1. 調査結果より、価格、性質を踏まえ、改めてホームスピンの服地は、量産型のアパレルに用いられる服地とは一線を画した工芸品であることがいえる。服地として新規開拓をしていく上では、高級既製品やアパレルのような量産型衣服のPR方法とは異なり、ターゲット分析はじめ、異なるアプローチが必要になると考えられる。
2. 一方で調査過程で、ホームスパン服地のリフォーム仕立てなども見てきたが、近年の持続可能なものづくりの手法のひとつとして、古布のアップサイクル商品などがある。残された課題として、ファッション業界における日本製回帰の傾向を背景に、ホームスパンに関心を持つデザイナーへ商品化の可能性について調査をしたい。
3. ヒアリング調査の実施にあたり、ご協力いただいたホームスパン職人、仕立職人、服飾プロデューサー、テキスタイルデザイナーのみなさまに感謝申し上げます。（謝辞）