

「ラベル」から読み解く織物業の歴史 織物名称への着目と繊維横断的分析

竹田 泉 所員／経済経営学部教授

本研究「産業革命期イギリスにおける織物業の再定義」は、和光大学総合文化研究所の2014年度の研究プロジェクト（2年計画）として企画された。これは初年度終了段階での中間成果報告である。以下ではまず、研究代表者である竹田泉が本研究を遂行するに有効と思われる研究枠組みを提示した上で、松坂雅子の研究論文「近代イギリスにおける織物とデザイン——1851年ロンドン万博博覧会を通じた『趣味』の教育をめぐる」を掲載する。

経済史の分野において、織物業研究は、従来「綿」業、「絹」業のように繊維ごとに行われてきた。それは、原料に何が使用されているかといった生産側に着目した分類であると言える。本研究においては、原料すなわち素材からの分類というよりもむしろ、織物の性質からの分類を重視し、「消費者が何を求めたか」といった視点から18～19世紀のヨーロッパの織物業を再解釈することを目的としている。近年グローバル・ヒストリーの領域における研究では、綿製品の「世界商品」としての性格が強調されており、綿製品の「モノ」としての特徴やその世界的な需要／受容過程が詳細に語られてきている。では、こうした織物の需要／受容は、いかに生産側の技術革新や生産方式の改革に結びついたのであろうか。この問いに対して、以下で示す分析枠組みを導入する余地があると考ええる。

本研究は、従来の研究で一般的である繊維別の分類方法では捉えきれない、複数の繊維を用いた混織物に注目することから出発している。産業革命前のイギリスにおいて製造されていた「ファスチアン」という織物は、一般的に亜麻と綿の混織物であったが、従来の研究においてはその製造業はイギリス「綿」業の前身として理解されてきた（日本における代表的な議論として、大河内暁男「イギリスの産業革命」(大塚久雄編著『西洋経済史（経済学論集4）』(第二版) 筑摩書房、1977年)をあげておく)。これは、原料の点から、すなわち生産側に着目してファスチアン製造業を「綿」業に分類するものである。

では、この理解は、消費側の議論においても同じように有効であろうか。ここ

でイギリス綿業の確立がインド製キャリコの国産化を画期としている点に着目した場合、キャリコとは、綿という繊維からつくられた織物というよりもむしろ、イギリスで人気を博した薄くて軽い鮮やかな色柄の布としての意味を強くもつ。この場合、特定の性質を持つ布の国産化としてイギリス綿業の確立を捉えることができるのである（竹田泉『麻と綿が紡ぐイギリス産業革命』ミネルヴァ書房、2013、序章）。すなわち、消費側に着目した場合、原料が何かよりも布の持つ性質の方が重きを増す。

綿業、およびその他の繊維産業で生み出される織物を、繊維ではなくその性質で区別する場合、織物の名称への着目は有効である。織物名の違いは織物の性質の違いを表す「ラベル」としての機能を持つからである。そのラベルは、その織物を使用する者の心性にも影響を与える。「ベルベット」という上質な織物を羽織ることから肌触りの良さといった心地よさを得る、また他者との差別化をはかることができるものとしてその着用が優越感につながるといったことがそれに当たるだろう。よって先に見たファスチアンは、その「ファスチアン」というラベルが示す性質、すなわち、毛羽立った表面を持つ、厚い生地である、暗い色に染められている、外衣に用いられるといった性質は、キャリコがもつ性質とは大きく異なる。すなわち、「消費者が何を求めたか」という視点から見た場合、ファスチアンは産業革命期のイギリス綿業が生産したキャリコの前身には位置づけられないのである。

さらに本研究では、ラベルとしての織物名が時代や場所によって異なる定義を持つことにも着目する。例えば、上記のインド製キャリコがイギリスの関税率表で「リネン」に分類されたことは興味深い。綿からつくられているにもかかわらず、辞書上では異なる繊維である亜麻からつくられる織物を意味する「リネン」として扱われたのである。少なくとも産業革命期までのイギリスにおいては、「リネン」という言葉は、辞書的な定義である亜麻という繊維からのみつくられる織物を意味したのではない。綿が混ぜられたもの、また、亜麻がまったく使われない綿のみを原料とするもの（純綿の織物）をも「リネン」と呼んでいたのである。それは、それらが人の五感や心性に同じように訴えたということを根拠としているといえないだろうか。その織物を買うかどうかや何に使用するかの判断基準はここにあるのである。この消費側の要素は、何をどれだけつくるか、特定の性質をもつ織物を生み出すためにどういう技術が必要かなどの生産側に影響を与えたはずである。よって、繊維間の壁を取り払い、ラベルとしての織物の名称に着目することは、単に消費側を分析するにとどまらない。生産か消費か、供給か需要かといった従来からある経済史研究における二項対立的な議論を乗り越え、両者の総体的な理解へのアプローチとなりうるのである。

以下の松坂論文は、「趣味」をキー概念として、産業革命後のイギリスにおいて

どのような性質を持つ製品を作ることが追求されたかという問題にアプローチする。織物のデザインは上述した人の心性や五感に訴える重要な要素であるが、松坂論文では、織物のデザインには製造業者の「趣味」が具現するととらえられていた点に着目し、1851年ロンドン万博の意味を「趣味」の教育という側面から議論する。さらに、製品の「有用性」の問題について、同じモノも、時代、場所によってその持つ意味は様々であり、それゆえ、そのモノがどのように人を満足させ、喜びを与えるかは、彼らが置かれた経済的社会的環境によって異なる。この点に関して、松坂論文は、19世紀中葉、すなわち産業革命直後のイギリスにおいて製造された織物が、消費者／使用者と関わった時にもつ意味についても重要な論点を提示している。最後に付言しておく、第4節の万博のカタログの検討は、上述した織物業研究における「ラベル」への着目の有効性を示すものとしても位置付けることができるだろう。

[たけだ いずみ]