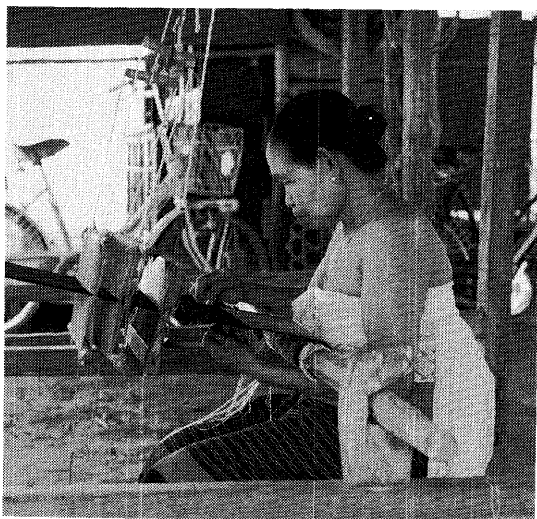


Ⅱ 東南 アジア



天然染めの糸を織る老婆（タイ・シーサーチャナーライ地方）
（撮影：末廣 昭）

アパレル変遷

末廣 昭

タイ風ヤッピー
の 登 場

一九九二年五月、陸軍司令官から首相に就任したスタンダー陸軍大将に抗議する大規模な集会がバンクックで開かれた。この集会は、軍・警察の無差別発砲により、六〇名近い死者と一〇〇名を超える行方不明者をだす大惨事に発展したが、この時日本のマスコミは、集会に集まった群集を「都市中間層」と「ヤッピー」のふたつの言葉で特徴づけた。

五月の集会・民主化運動の本質がはたしてマスコミが報道したように「都市中間層の反乱」であったかどうかは、再考の余地がある。しかし、ここではその問題はさておき、ヤッピーという新しい階層の出現を取り上げてみたい。

もともとヤッピー (yuppie) というのは、一九八四年のアメリカ大統領選挙の時に生まれた新語で、若い (young)、都市部 (urban)、専門職 (professional) を合成した言葉である。アメリカ

では、高い教育を受け、年収も相当高い三十代から四十代の都市中間層を指すが、同時に、体制や社会には背を向け、気ままで自分の世界に閉じ籠もる連中といった意味合いも込められている。この点はタイも同じで、具体的には、大卒で平均以上の収入があり、政治には普段はあまり関心を示さず、乗用車や携帯電話・AV機器をもっている若い世代をヤッピーと呼んでいる。ただし、タイではこうした意味に加えて、「ヤップ」(しわくちやにする、粉々にする)というタイ語との語呂合わせもあるようだ。つまり、オフィス以外では洗いざらしのしわくちやの服を無造作に着用するような裕福な層を指すわけだ。

こうした新しい階層が、五月の集会には多数参加した。タイのマスコミが、集会参加者をヤッピーとほぼ同義で、「乗用車に乗った群集」とか「携帯電話をもった群集」と呼んだのは、そのためである。

一九七三年十月に、二十六年間続いた軍事政権を倒壊させた「学生革命」の主角を、当時、タイのマスコミは、「長ズボンと短ズボンをはいた群集」(長ズボンは大学生、短ズボンは職業学校生を指す)と呼んだ。そうだとすれば、この二十年の間にタイの政治集会や民主化運動は、長ズボンをはいた大学生から、しわくちやの服を着たヤッピー族やスーツにネクタイを締めたサラリーマン層が参加するものへと変化してきたことになる。服装は、まさしく世相を映し出すといえよう。

タイの ガーメント革命

タイのアパレル産業史から見ると、一九七三年十月の「学生革命」はひとつの大きな転機になった。というのも、タンマサート大学の学生活動家たちが、大学の規則に逆らってジーンズを着用し、このジーンズの流行が、その後のタイのアパレル産業の生産・流通形態を大きく変えてしまったからである。

従来の大学生は、さきに紹介したように、男子は黒の長ズボンに白のワイシャツ、女子は丈の長いスカートに白のブラウスが規則であった。それが、学生運動の高揚と、「学生革命」以後の民主化の嵐（一九七四―七六年）のなかで、ジーンズは大学生だけでなく、若者の間にまたたくまに普及していく。そして、このジーンズの普及は、タイのアパレル業界に「既製服」（二次製品）と「ブランド製品」というまったく新しいコンセプトを持ち込んだ。

それ以前のタイでは、服といえば制服を除いた場合、生地を買って仕立てるのが普通であり、つるしの既製服を買う習慣はほとんどなかった。タイで十年間以上繊維を担当してきた日本の大手商社員の回想によると、一九七〇年代初め頃には、タイで既製服が売れるなどとは思ってもしなかつたそうである。ところが、ジーンズは厚地のデニム生地できているため、既存の仕立屋ではうま



シーサーチャナーライ地方の特産礼服の縁飾り（パー・ティンチョック）を織る少女

く裁断できなかつた。そのため、ジーンズの販売製造会社は、最初から豊富な種類とサイズを揃え、アメリカや国産のブランド名をつけて売つたのである。筆者の調査では、七〇年代末にはブランドの数は名の通つただけで（ハーラーなど）、一五〇近くに達したほどである。

ブランド付きの既製服として売るといふこのジーンズ方式は、まずペアであるカラーTシャツに採用され、次いで、少しおしゃれっぽい女性のブラウス（とくにニット地）やワンピースに波及していった。そして、一九八〇年代初め頃には、紳士服（ズボン、スーツ、カジュアルウェア）の領域にまでこの方式は及んだのである。これが、筆者のいう「タイのガーメント革命」の第一の局面であつた。

「母馬」から百貨店

ジーンズから始まつた既製服の普及は、じつはアパレル産業の流通形態にも大きな変化をもたらした。これが、「タイのガーメント革命」の第二の局面である。

生地・衣服の流通形態に注目すると、バンコクでは伝統的にふたつの織維問屋街が重要な役割を果たしてきたことが分かる。ひとつは、サムペン（三聘）街と呼ばれる生地集散地で、チャイナタウンの近くにある。北西端のパフラット通りから東南端の米尾街に至る約一キロメートルのあいだには、織維輸入商（出入口商、頭盤商）をはじめ、第一次卸売商（二盤商）、第二次卸売商、小売商など約一二〇〇軒が集中しており、輸入したり国内で生産した生地の大半は、ここを通してバンコクの小売店・市場や地方の商人・市場へと配送されていく。そして、消費者は、生地を

買つてこれを仕立屋にもつて行くか自分で裁断し、パーサロンやパーシンと呼ばれる腰巻やブラウス、ズボンを作るのである。

一方、衣服のほうの間屋街は、ボーベ（母馬）と呼ばれる地区に集中している。ボーベは、タイ経済社会開発庁（NESDB）や、かつてアジア経済研究所がバンコク事務所をかまえていたラーチャスパミット（RS）ホテルから歩いて五分、パドゥンクルンカセーム運河に面している。外からみると一見分らないが、運河をわたって一歩中に入ると、そこには約四五〇軒の間屋・小売店が所狭しと並んでおり、そうした店の中には、二・三階で数台のミシンを使って縫製作業を行っている所も多い。定番のワイシャツやブラウス、学生服や役人服などは、ここが全国の集散地であった。

ところが、ブランド付き二次製品の普及と、一九八〇年代初めに生じた百貨店・スーパーの第一次建設ブームは、こうした繊維工場↓集散間屋↓小売店・市場↓仕立屋↓消費者（もしくは母馬↓市場・消費者）という従来のルートにかわる新しい流通体制を生み出した。例えば、タイ大丸（ラーチャダムリー通り）と同じ並びに開店した百貨店ザ・モール（八一年）やロビンソン（八三年）などは、売場面積の半分以上をアパレル製品にあて、国産二次製品の販売を積極的に開始したのである。同じく、タイ最大の百貨店グループであるセントラルデパートのチットロム店やラートプラオ店でも、輸入・国産の既製服が大きな売場面積を占領するに至った。

こうした百貨店・スーパーでは、多くの場合、近代設備を整えた縫製工場から直接、製品を仕



サンパン街の生地卸問屋

入れる。セントラルデパートの場合には、グループ関連会社の中にスポーツウェアやブランド製品専門の製造工場ももっているほどである。しかも、百貨店・スーパリーの既製服の多くは、国際的なブランド製品（タイ国内での委託生産）か、名の通った国産ブランド製品であった。その結果、タイの Apparel 産業は、ノーブランドの定番品や「にせブランド」を中心に売るボーバー街

や公営市場（タラート）・青空市と、ブランド製品中心の百貨店・スーパリーのふたつの販売ルートに分かれることになった。なお、両者の違いは、廉価販売・値引き交渉が可能な世界と正札・定価販売の世界の違いにも対応している。

最近では、アメリカや日本の影響を受けて、カタログ販売、いわゆるシアーズ方式も出現している。例えば、プラトゥーナーム市場・インドラホテルの近くにあるブランド製品の専門商店街は、カラー印刷のカタログを定期的に発行し、若い世代の人気を博している。ファッション製品は急速に増加しているブティックでも売られており、こうした販売形式の導入は、バンコクだけでなく地方都市にも波及しつつある。一九九一年に訪れた、カンボジア国境に近いスリン県スリン市の百貨店（地方資本）でも、ファッション製品の品揃えはほ

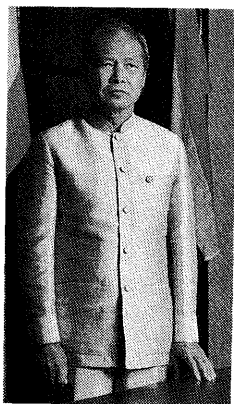
とんどバンコクと遜色がなかった。

もつともだからといって、従来の販売ルートが消滅したわけでは決してない。もともとタイ人は大変なおしゃれで、百貨店の専門家の話によると、タイ人の服に関するセンスと関心は、シンガポールを上回るという。筆者がかつて滞在していたチュラーロンコンン大学社会科学研究所でも、女の先生はもちろんのことタイピスト・事務員にいたるまで、同じ服を二日続けて着たのを見たことがない。オフィスでも工場でも、状況は同じであるという。

そのため、一人が保有する衣服の数はきわめて多い。その結果、用途や値段に応じて、買物先も公営市場、百貨店・スーパー、ブティックと多様化していくわけである。そば屋の屋台とマクドナルドが共存共栄しているのと同じように、公営市場・青空市と百貨店・商業センターの服売り場は共存しているのである。これは、バンコクだけでなく地方都市でも共通する現象である。

礼服・スーツ・農民服

一九八〇年から八八年まで、長期にわたって首相を務めたプレーム元陸軍司令官（現枢密院議員、国王顧問）が、公式の場でつねに着用していたのが、「スア・プララーチャターン」(sua parachathan)と呼ばれる礼服であった。丸くて丈の低い「立て襟」のついた上衣服がそれである（写真参照）。生地は絹か合繊が多く、日本と違い、礼服だからといって無地の白・黒でなければならないといった指定はない。カラフルな柄物でもいいわけだ。プレーム首相は、公務員にこの礼服の着用を奨励したために、彼の在任中は、パーティーや会議に出席すると、この礼服の姿がよく目についた。スア・プララーチャターンの歴史は意外



礼服に身を包んだ
ブレーム首相

と浅く、現プーミポン国王が一九七七年にデザインを決めて着用を勧奨したのが、その始まりであるといわれる。国王の信頼が厚かったブレーム首相が、好んでこの礼服を着用したのもそのためであろう。

一方、ブレーム首相のあとを継いだチャートチャーイ首相（一九八八～一九九一年）は、スーツにネクタイの服装を好んだ。その結果、閣議の席でも、大半の閣僚が礼服からスーツに文字どおり衣替（ころもがえ）したといわれる。汚職政治により、「金権内閣」とか「ビュッフエ内閣」とか酷評されたチャートチャーイ政権は、「スーツを着た閣僚の政権」でもあったわけだ。これは、ビジネス界出身者を多数閣僚に登用した反映だったとも言える。

スーツやサファリ服をタイに持ち込んだのは、外遊先のシンガポールやイギリスで「ヨーロッパ近代」に強い衝撃を受けたチュラーロンコン大王（治世一八六八～一九一〇年）である。その後、歴代の国王は、様式にのっとった式典以外では、スーツを着ることが多くなった。とりわけ、現国王はアメリカ生まれのスイス育ちということもあって、地方巡幸もスーツやカジュアルジャケットを通してゐる。また、ピブーン政権時代（一九三九～四四年、四七～五七年）には、一方でナシヨナリズムや国産品愛用が推奨されつつ、他方では、西洋の生活様式の模倣が称

揚された。ピブーン首相が国民に向かって、ズボンやスカートの着用を奨励したのは、そのひとつの現れである。

しかし、この政策はあまり成果を挙げなかったようである。国民の関心は薄くまた、ピブーン政権を一九五七年に軍事クーデタで倒したサリット陸軍大将（のち首相）は、そうしたうわべだけの西欧化には、きわめて批判的な立場をとった。スーツとネクタイの姿がタイ人のあいだで本当に普及するのは、やはりここ十年間の現象とみるべきであろう。この現象を促した背後には、オフィスに全館冷房やエアコンが導入され、自家用車出勤族の数が増えたことが関係している。さらに、さきに紹介した既製服としての紳士服の販売普及も、この傾向に拍車をかけた。

一九八〇年代初めに、激しいスコールの中、スーツを着たタイ人がビジネス鞆と雨傘を手に急ぎ足でオフィスに向かうのを見て、「急速に変わるバンコク」をつくづく実感したことがある。それまでは、スコールに襲われれば軒先でのんびりと待つのが普通だったし、筆者もそうしていた。しかし、現在のバンコクでは、こうした風景もしだいに消えつつある。

もうひとつ、ごく普通にタイ人が着用する服に、パーシモンやパーサロン（腰巻）がある。バンコクでも、自宅でくつろいでいる時には、腰巻を着用することが多い。これは、水浴びのあとにはバスタオルに、寝るときには布団の代わりにもなるという、すこぶる便利な服である。もともとは絹糸や綿糸を使っていたが、一九六〇年代に日本企業がポリエステル製品の国内生産を開始したことにより、合繊製品が主流を占めることになった。その結果、北タイや東北タイでは、

「トーレ」(東レ)や「テーチン」(帝人)といった企業名が、そのまま合織生地全般を指す一般名詞に変わった。

さて、パーシン、パーサロンとともに、地方でよく着用するのが、藍色に染めた綿糸で平織りにした「農民服」である。一九九二年の「五月流血事件」の報道で、日本人にもすっかり顔なじみになったチャムロン元バンコク都知事(元パラタム党党首)が愛用している服がそうである。厳しい戒律の遵守をモットーとする新興仏教、サンティアソーク派の熱心な信者でもあるチャムロンのトレードマークが、この農民服だ。彼は、物質主義・工業主義に走るタイを厳しく批判し、自然本来に帰ることを主張するが、それを体現しているのが手織の農民服であった。

こうしてみると、服装の違いは、歴代のタイ指導者それぞれの生活信条と政治姿勢を見事に示していることに気づく。陸軍制服を愛用したサリット首相、礼服のプレミアム首相、スーツとネクタイのチャートチャーイ首相やアーナン首相、農民服のチャムロンといったように、服装は世相だけではなく各人の個性も映し出しているようだ。水玉模様のネクタイあたりでしか個性を打ち出せない日本の政治家とは大違い、というべきであろう。

(すえひろ あきら／東京大学社会科学研究所助教授)