

Bangladesh・ファッション どこへゆく？

山形 辰史

Bangladeshでは、たとえ所得の高い家族でも、その成人女性が洋装して街に出ることはありません。男性はスーツもネクタイもジーンズも着ているのですが、女性の場合、(女児用、部屋着はともかく)外出用洋装など彼女らの頭になく、町でも売っていません。

成人女性がおしゃれをするとしたら、さらびやかなサリーか、気の利いたサルワール・カミーズを着ることになります。サルワール・カミーズは、ズボンの上にワンピース様の「チュニック」を着て、胸部にはおしゃれな布をかけます。子どもにも外国人にも着やすい衣装です。一方サリーは、短いブラウス的な上衣とスカート的な下衣の上からゴージャスな横布をグルグル巻きにすることで完成します。上衣が胸までしかなく、横布の巻き方によっては脇腹が垣間見えたりするので、注意が必要です。サリーとサルワール・カ

ミーズは、南アジアで広く用いられている伝統衣装です(写真1)。

●伝統衣装のビジネス・モデル

さて、サリーもサルワール・カミーズも、伝統的には仕立て屋さんが、機はたやミシンなどの機械や道具を用いつつ、一着一着手作りするのがビジネス・モデルでした。サリーの場合は特に横布に贅が尽くされ、和服の帯のように、横布だけでも生産・販売されています。

既に多くの読者をご存知のように、 Bangladeshは衣類に関しては「世界の工場」と呼ばれるほど大規模に、既製服を輸出しています。ユニクロに代表される日本のブランド・バイヤーは後発かつ少数にとどまり、H&M、Zara、GapやWalmartといった世界のブランド・大規模小売店が、 Bangladeshに衣料品を大規模発注しています。彼らが扱うのはいわゆる洋服であり、サリーやサルワール・カミーズは輸出向けではありません。

●豊かになりつつある Bangladesh

Bangladeshは大きく変貌を遂げています。元々、教養が高く、イギリスやインド、中東とつながりが強い高所得者がいましたし、衣料品輸出の伸長や、IT産業、電気機械産業などの発展により、経済は活気づいています。それに1億6000万人もの人口を有する



写真1 サリーを着て脱穀する村の女性と、サルワール・カミーズを着た縫製工場労働者(2000年、筆者撮影)

大市場は、多くの海外投資を惹きつけつつあります。となると、所得が上昇している都市部の中間層の女性たちはこれからどんな衣装を身に付けることになるのでしょうか。彼女らは徐々に洋服を着ていくのでしょうか。

実際インドの大都市では、Tシャツにジーンズ姿の若い女性を目にします。しかしバングラデシュでは、成人女性が近い将来、洋装をするようになるとは思えません。

無論、誰も自分をきれいに見せたいものです。バングラデシュ人もそう思っていますが、大学生のファッションなどを見る限り、「おしゃれな洋装」ではなく、「南アジア衣装をおしゃれに着る」という方向に行くのではないかと思います。具体的には、サルワール・カミーズの下に、タイト目のズボン（またはチュリダール）をはいて足を細く見せるとか、それに加えてチュニックの丈を短くして足を長く見せる、といった方法があります。

●バングラデシュ・ブランド

ここで注目したいのは、「おしゃれなバングラデシュ・ファッションブランド」が登場した、ということです。南アジアの人たちの衣装はカラフルです。しかしカラフルなと、おしゃれなとは異なります。

バングラデシュにおける「おしゃれな南アジア衣装生産・販売」のパイオニアはAarongです。Aarongはバングラデシュ最大のNGOであるBRACのハンディクラフト部門として1978年に創業し、当初はみやげ物屋的な雰囲気がありました。今ではバングラデシュ人向け衣類も広く扱うデパートと見なされています。

これに対して、10の小さなローカル・ブランドが協力して、2009年に立ち上げた共同ブランドがDeshi Dosh（「10の国産ブランド」の意）です（写真2）。これは10の

ブランドが、個々でマーケティングを行うのみならず、共同で出店、広報することにより知名度を上げていこうという試みです。そのうちの一つ



写真2 ダッカ市内のショッピングモール「ボシュンドラ・シティ」に共同出店したDeshi Doshの10ブランド（2011年、筆者撮影）

のブランドであるSadakalo（「白黒」の意）は、文字通り白黒を基調としたファッションで、色鮮やかな華やかさを特徴とする南アジアファッションの中で、異彩を放っています。

さらにビジネス・グループ大手のBeximcoもYellowというブランドを立ち上げました（写真3）。Aarong、Deshi Dosh、Yellow共に、ダッカの新しいショッピングモールであるJamuna Future Parkにも出店しています。



写真3 Jamuna Future Parkに出店したYellow（2017年、筆者撮影）

これらのブランド衣料が日本に輸出されることはないかもしれませんが、広く南アジアには普及する可能性があります。

（やまがた たつふみ／立命館アジア太平洋大学）