論　説

ソビエト・ジーンズの誕生

藤　原　克　美

目次

1．はじめに
2．ジーンズの登場
3．準備期
4．ソビエト・ジーンズの誕生
5．「オルビッタ」の誕生
6．ジーンズ普及の意味
7．おわりに

僕は今日は勝ち誇った気分
幸せが僕に微笑んでいる
新しいジーンズで歩く
上から目線でみんなを見る
僕は流行の格好をしてるんだ
ちょっと穴のあいたベルベット！
外国の「レーベル」
それがすべてを物語る
（セルゲイ・ミハルコフ）

1．はじめに

1960～1970年代はジーンズ・ファッションとそれに象徴されるアメリカの若者文化が世界中に伝播し，大きな注目を集めた時期である。ファッションの大衆化とも重なるこのジーンズの普及は，社会学的・経済学的なテーマの一つとして広く論じられてきた。しかし，ソ連においてはジーンズの入手は困難で，着用にも社会的に大きな制約があったとの言説が広く流布している[1)]。そこで本稿では，ソ連におけるジーンズ・ファッションの普及の実態を，ジーンズの国産化，すなわち「ソビエト・ジーンズ」の誕生を軸に検討する。

通常ジーンズとは，「インディゴ・ブルー染めの丈夫な綿織物（デニムともよばれる）」，あるいはそのような「布でできたパンツのこと」を指す[2)]。ただし，本稿で扱う「ジーンズ」には様々な素材が用いられ，ズボン以外のアイテムも登場する。また，マニアにとって「ジーンズ」の必須条件となる，リベット（銅製の鋲），ステッチ，革パッチなどのパーツの無いズボンもジーンズに

含まれる。このような商品を「ジーンズ」と見做すか否かの議論はひとまず脇に置き，ソ連で「ジーンズ」と呼ばれていた商品をめぐる生産・流通・消費の動向を見ていこう。

2．ジーンズの登場

ジーンズは19世紀後半のアメリカにおいて誕生し，当初は労働者の作業服として普及した。戦後さらに第二の波として，アメリカの学生の間に広まり，1960年代の学生運動の高まりとともに，このファッションは反体制のアイコンとなった。さらに，ヒッピーのマスト・アイテムとなったことで，頽廃したイメージが付与された。このようなジーンズ・ファッションと若者文化は世界中に輸出され，各国で文化摩擦や世代間対立を引き起こしながら浸透した。ジーンズ・ファッションに対する年配層の否定的反応は，長髪やミニスカートと同様，必ずしも体制依存的な現象ではない。

上述のようにソ連ではジーンズ・ファッションは社会的に受容されなかったというイメージが強い。そのようなイメージの背景には，「アメリカの民族衣装」とまで言われたジーンズの持つ社会的記号がある。ただし，ソ連政府が懸念したのは，そのイデオロギー的，反体制的メッセージではなく，むしろ頽廃的な特徴であった。戦後直後より新聞や雑誌では，奇抜な格好でヴギウギを踊る若者を「スチリャーガ」[3]として批判してきた。その後この言葉は，いわゆる「不良」を指す言葉として定着するが，その典型的なイメージが長髪・ジーンズ姿でレコードを聴きながら怠惰に過ごす若者であった[4]。

しかしそのことは逆に，政府の警戒にもかかわらず，ジーンズ・ファッションがソ連に入ってきたことを示すものでもある。図1のように，ラトヴィアの街中にはすでに1968年にヒッピーの姿があり，中央のギターを持った男性のジーンズ姿が確認できる。

ソ連で真っ先にジーンズを手に入れたのは，ヒッピーだけではなかった。常に流行の服を着ることができたのは，実際には，社会的地位が高く裕福な家庭の子供である。冒頭の詩のように，学校で外国製のジーンズをはくことは一つのステータスであった[5]。

では次に，ジーンズはいつ頃，どのようしにて入ってきたのであろうか。

ジーンズがソ連に入った時期については，1957年にモスクワで開催された第6回国際青年・学生フェスティバルが最初であるという言説がかなり流布している[6]。確かに，このイベントには世界各地の若者が参加しており，多くの国民，特にモスクワっ子にとって，海外の流行を知るまたとない機会であった。さらに，ソビエト内務省の調査によると，この時にはあらゆるものが取引され，モスクワ全体が「一大バザール」になったという[7]。

実際には，ジーンズに関する情報は，異なる時期に異なるルートで入っている。

ソビエト時代の辞書には，最も権威のあるダーリの辞書を含め「ジーンズ」という項目は存在しない。ファッション雑誌の一つである『モード誌』に「ジーンズ」という言葉が登場するのは1975年頃である。一方で，ソ連共産党機関紙『プラウダ』では「ジーンズ」という用語が1950年代から散見される。初期には欧米の事件や事情を紹介する記事に見られたが，1960年代半ばには，ソ連国内のレポルタージュの中にも登場するようになる[8]。小説に見られる初期の例としては，若

図1　リガ（ラトヴィア共和国）のドゥアマ広場に集まったヒッピー（1968年6月30日）



（出所）　Mark Allen Svede(2001), p. 199. Phot credit: Māra Brašmane.

者を題材にした作品で知られるB. アクショーノフの1965年の作品，「さよなら，友よ，さよなら」などがあり，このなかでは主人公を襲う3人組の不良がジーンズを身に着けている。[9)]

このような状況から，次の二つのことが言えるだろう。第一に，1960年代の半ばには，すでにソ連邦の空間にジーンズというアイテムが存在していたことである。多くの人の回想によれば，当時はモスクワでもめったにジーンズを目にすることはなかったが，新聞や雑誌などを通じて情報は拡散されていた。[10)]

第二に，最も権威ある党機関紙で使われているものの，「ジーンズ」という用語の使用に対して何らかの制約が存在していた可能性がある。その際，「ジーンズ」を代替する言葉として用いられたのが「テハス（またはテハシ）」[11)]である。もともと，家庭や保養地で着用する「質の低い」ラフなズボンを「テハス」と呼んでいた。そのため，テハスをジーンズの意味で用いる人や，ジーンズをテハスの一種類と見做す人，ジーンズはテハスとは全く異なると考える人など様々であるが，後に見るように公文書の中でもテハスをジーンズと同義に扱うものがある。

1960年代半ばよりソ連にジーンズが出現したとすれば，国民はそれをどのようにして手に入れたのであろうか。

まず，限られた事例ではあるが，外国人やソ連の外交官，あるいは海外出張の機会を得た特別な人々が直接，海外から持ち込んだものがある。特に1960年代にはこのルートが中心であったと思われる。それらは，お土産として親戚や知人に贈られたほか，委託店舗（コミッション）で売られた。

次に，外貨証明書を持つ者のみが入店できる「ベリョースカ」でも販売されるようになる。ただし，ベリョースカは政府の監視の行き届く空間であったため，品ぞろえは保守的で，Levi's, Lee, Wrangler の三大ブランドはなく，1970年代に売られていたのは，Super Rifle, Ball, Fiorucci などのイタリア製であった。[12)] また，A. イヴァノヴァによると，特権的な人々を顧客とする「ベリョースカ」でさえ，商品の在庫が常にあるわけではなく，種類と量の双方で完全に顧客の要求を満たすものではなかったという。[13)]

一般市民にも公式ルートでジーンズは販売された。1970年代にはモスクワの国営百貨店の「グム」や「ツム」で東欧やインドのジーンズが手に入った。すでに1970年の資料のなかに，（コメコン諸国の商品にも粗悪品が多い中で）ブルガリアの「テハス」のズボンが安定して売れているとう記述がある[14]。後述のようにソビエト製のジーンズが登場した後も，東欧諸国の商品のほうが質が高く，ベオグラード，プラハ，ソフィア，ブダペスト，ライプニッツなどのコメコン諸国のジーンズの人気は高かったという。

ブラックマーケットは，モスクワ，ペテルブルク，タリン，リガ，オデッサ，ソチなどの観光地および外国との窓口となる港湾都市で特に発達した。1970年の労働者・従業員の平均月給が122ルーブルであったのに対し[15]，当時のブラックマーケットではアメリカのブランド・ジーンズが100～200ドル（90～180ルーブル）で取引されていた。そのために，ジーンズ・ファッションそのものが投機や犯罪と結びついて理解されることも多く，ジーンズ・ファッションに対する当局の警戒をさらに強める作用を持っていた。

なお，社会的な許容という意味ではソ連は，ヨーロッパの中では歴史的に保守的な傾向があり，ドレスコードは西欧よりも厳格であった。劇場やレストランには，男性はスーツ，女性はドレスの着用がマナーとされていた。しかし，ファッションハウスのデザイナーによれば，1970年代にジーンズが流行すると，良いジーンズで劇場や，大学のパーティー，結婚式に出かけるものもあったと言う[16]。

3．準備期

前稿で論じたように[17]，ソ連においてファッションは，イデオロギー的にも，計画経済との親和性の点からも，長い間容認しがたい現象であった。美しくあろうとすることはスターリン時代から肯定されていたが，「個性」の発揮は社会からの逸脱として見られる傾向にあった。服装や美容についても扱っていた女性向け総合雑誌『ラボートニッツア（女性労働者）』では「ファッショナブルでありすぎることは，今ではファッショナブルではない。それは悪い趣味の証拠で，自分で考えて決断できないことを示すものである[18]。」と諭し，国民がファッションに対して過剰な関心を抱くことを警戒していた。

このようなファッションに対する保守的な見解が1970年頃まで根強く残っていたことは，1969～70年にかけて持ち上がった『モード誌』の事件にも見ることができる[19]。

ソ連邦軽工業省から出版されていたファッション雑誌『モード誌』に，ソ連人民芸術家 N. アキモフの「優れたやり方について[20]」という論文が1968年第３号から1969年の第３号の４回にわたり掲載され，1969年第３号には N. アルシャフスカヤの「デザイナーのメモ[21]」いう論文が掲載された。しかし，これらの論文に多くの誤りが含まれていたとして，1969年10月28日のソ連邦軽工業省会議で編集長 A. ドンスカヤは「雑誌のイデオロギー的，芸術的水準を引き上げる」ために掲載内容を十分監督するよう指導を受けた。ところが，1970年にも，A. メルツァロヴァの「10年後[22]」，B. クリュチュコヴァの「消費の形態としてのファッション[23]」，K. カナエヴァの「モードの賞賛の言葉[24]」などの一連の論文に問題が発見された[25]。

例えば，B. クリュチュコヴァは，「もし社会が人間の個性を評価できるなら，個性に対して報いることもできる。」[26]という。彼女は人々を，ファッションを作り出す「アヴァンギャルド」とその追従者という二つのカテゴリーに分け，前者は，「好感を呼び，人を引き付ける。」彼らは「友人が多く，流行りの芝居のチケットが手に入りやすく，面白いパーティーにも招待される。これらのメリットは大多数にとって無関心な事柄ではなく，こうしたものを手に入れるために人々はオリジナルになるか，「成功者」の流儀やスタイルを横取りしようとするのである。」「こうして流行が生まれる。」と，流行の根源に潜む物質主義を暴いた。

K. カナエヴァは，モードについて「私は法律，私は単独の主意主義者で，多くの人が考えているような，文法カテゴリーでもなければ，一人称単数の前置格でもない。私はあらゆるものに関わりながら，世界を支配し，カオスに秩序をもたらす。」[27]と述べた。流行が国家によってコントロールできない「気まぐれ」であり，さらには，他の領域をも「支配する」という思想は，あらゆる領域をコントロールしようとするソ連政府にとっては，イデオロギー的に受け入れがたいものであった。

また，この過程で，編集長のドンスカヤが複数の社会学者とともに，『ソビエト・モード：はいといいえ』という論文集の出版を企画していたことも発覚した。この時には，その出版は見送られたが，1973年，『ソビエト・モード：賛成と反対』[28]という酷似したタイトルの書物が出版された。結論にあたる章を担当したV. スカチェルシコフによれば，「ファッションは，社会生活において重要な役割を果たす社会現象であり，社会主義社会に住む我々には，その本質，その規則性と「気まぐれ」を研究し，経済的，哲学的，倫理的利益のためにより積極的，合目的的にそれを利用する意義がある」[29]。このようにモードを多面的にとらえようとする本書では，各章の論者の主張は統一されておらず，むしろ相反する見解も見られる。中でも注目されるのは，1970年に批判されたB. クリュチュコヴァの「消費の形態としてのファッション」とK. カナエヴァの「モードの賞賛の言葉」の二本が，問題とされた箇所の削除または修正を経て同じタイトルで掲載されていることである。その点においてこの本の出版は，ファッションに関わる政府関係者の見解にいくらかの変化が生じたことを示す出来事である。

実際，それより少し前の1971年に，『プラウダ』が「ファッショナブルに，美しくあろうとすることは普通のことであり肯定される」との論文を発表し[30]，国民生活の一部としてファッションに居場所を与えた。ソビエト・ジーンズの誕生の背景には，このような1970年前半のファッションに対する政府の見解の変化があったと考えられる。

次に，ソビエト・ジーンズ誕生前夜の産業界の状況を見てみよう。

よく知られるように，ソ連ではスターリン死後，重工業優先策を修正し，国民生活に目を向けるようになった。計画経済の下で政府は，国内の消費需要に（量的・質的に）応えるという課題に対して，輸入と国内生産によって対応していた。

輸入品目の中では衣類はそれほど重要ではないため連邦省の資料に細かな数字はないが，ロシア連邦共和国の資料の中にモスクワ市に入荷した商品の詳細があった。表1は時期的にはやや遅い1978年の資料ではあるが，モスクワ市内のデニム製品の調達計画と実績である。それによると，コメコン諸国からの輸入が最も多いが，ブルガリア，ハンガリー，ポーランドではほとんどの品目で実績が計画を下回っている。隣国フィンランドからは，少数ではあるが多様な製品を輸入し

表 1　1978年のモスクワ市の輸入衣類の調達計画と実績[31)]

上段―数量（単位：1000点），下段―金額（単位：1000ルーブル）

	ブルガリア		ハンガリー		ポーランド		チェコスロバキア		フィンランド	
	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績
ジーンズ生地スカート			7.1	4					0.4	0.4
			125	71					14	14
男性用ジージャン			20	11.4	86	89.9			7.5	8.2
			1052	666	3900	3775			475	908
女性用ジージャン			25	26.1	18	8				
			1355	1253	630	280				
男性用ジーンズ			16	11.2	206	150.3		2.5	0.6	0.6
			336	300	3568	2571		43	23	23
女性用ジーンズ	3	3							0.3	0.3
	57	36							10	10

	ベトナム		インド		中　国		エジプト		計	
	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績	計画	実績
ジーンズ生地スカート									7.5	4.4
									139	85
男性用ジージャン	9	3.7	20	41.3					142.5	154.5
	135	58	800	1652					6362	7059
女性用ジージャン	5	9.3		14.3				0.7	48	58.4
	75	141		1075				21	2060	2770
男性用ジーンズ	68	88.8	35	46.8	25	25			350.6	325.2
	798	1053	595	836	300	300			5620	5126
女性用ジーンズ			10	10.1	10	10			23.3	23.4
			170	172	120	120			357	338

ている。アジアでは，社会主義国のベトナム，中国と，インドから輸入している。粗い数字ではあるが，男性用ジーンズの平均的な価格を計算すると，安い順に，ベトナムと中国製が約12ルーブル，ポーランド，チェコスロバキア製が約17ルーブル，インド製が約18ルーブル，ハンガリー製が約27ルーブル，フィンランド製が約38ルーブルであった。

このように，社会主義諸国を中心に海外からジーンズを輸入していたが，コメコン加盟国では，ファッション分野で共通のトレンドを形成する試みも行われていた。資本主義の流行決定プロセスを強く意識したうえで，1960年代には，コメコン内に服飾文化に関する常設作業部会を設置し，そこで社会主義諸国の流行を決定していた。1970年 2 月にポーランドで開催された第12回会合では，スポーツと休暇用のデニム（テハス）を次年度の一般的な流行の一つに定めている[32)]。

次に，ソ連国内では，1960年代後半にはジーンズの製造を明示的に目指してはいないが，消費者に人気のある厚手のズボンの生産が重視されるようになっていた。例えば，1967年，モスクワ縫製生産合同「ラボーチャヤ・アジェージュダ」に，男性の綿ズボン用コンベアが導入されたが[33)]，この設備はその後のジーンズ生産に利用される。また，1970年には「漂白，洗浄，懸濁方法でブルーに染色する過程の強化のために」，イタリアの機械を購入し，それと「同じような国産

機械を作るよう」イヴァノヴォの科学調査実験設計技術研究所（イヴニット）と軽工業・食品用機械工業省に指示した[34]。その後イヴニットは，1971年に「硫化染料とインディゴ・コロイド溶液で懸濁法によるブルーの綿衣類の製造に関する提案について[35]」という報告書を出しており，デニムの染色技術の向上を目指していたことが分かる。

4．ソビエト・ジーンズの誕生

ソ連邦軽工業省の文書に「ジーンズ」という言葉が登場するのは1972年である。

1972年10月9日にソ連邦軽工業省指令『平織ズボン・ジーンズの新しい品目の生産導入に関する諸方策について[36]』が出された（資料1）。

それによると，1972年のうちに試作品を完成させ，翌1973年には440万メートルの生地，250万点のジーンズを生産する。生地の製造にあたるのはクロフスク混紡生産合同とフロロフ記念イヴァノヴォ混紡コンビナートの二つで，その生地を用いて，ロシア特別服管理総局（ロスグラヴスペツアジェージュダ）の技術試験縫製工場でサンプルをつくり，モスクワ縫製工場「ラボーチャヤ・アジェージュダ」がズボンの製造にあたる。同様に，ロシア共和国，ウクライナ共和国，ウズベク共和国，グルジア共和国，アルメニア共和国で，縫製工業中央学術調査研究所の仕様に基づいた生産を開始することも計画された。

この指令は即座に実行に移される。1973年，「ソビエト・ジーンズ」の誕生である。

フロロフ記念イヴァノヴォ混紡コンビナートは，企業新聞で次のように伝えた。「1972年秋に，わが社は若者のスポーツ用ズボンのために「テハス」を作成した。試験場で試作した生地のうち4点が製造許可を受けている。」「また，企業内のもう一つ別の場所でも男女のズボン用の，ビスコース・ラフサン（lavsan）[37]の「ジーンズ」生地を試作中である。新年からこれを大量生産する予定で，企業と契約を結んだ[38]。」

しかし，この生地（品番82074）の製造は予定通りには進まず，8月7日に行われた検査では，糸の飛びが多く，糸の太さが安定しないことなどが原因で，不良品発生率は31.7％にも上っていた[39]。10月には不良品発生率は36％と上昇している[40]。8月の時点で生産量は計画よりも86000メートル下回っていたが[41]，年間では当初予定の100万メートルを上回る137万6900メートルを達成した[42]。

クロフスク混紡生産合同でも，ジーンズの生産が開始された。

「1973年初からデニム「テハス」の生産が始まった。それはノビンスク紡糸企業で行われている。わが社では，これほど高い密度の生地の製造経験はなかったが，3人の紡績工が監督して1月10日から15台の機械で1台当たり一時間4.8メートルを生産している。本年の生産計画は，200万メートルである[43]。」

クロフスク混紡生産合同の生地（品番3308）は，「ソ連邦軽工業省付属全ソ工業製品品目および服飾文化研究所」（ВИНИКС）の芸術会議で，「優秀」と評価された[44]。

ソビエト全体でのジーンズ生産量をみると，初年度の1973年には375万点が生産されている。当初の計画が250万点であるから，1.5倍の計画達成率である（表2）。1973年6月8日にはソ連

資料１：РГАЭФ. 467, Оп.1, Д. 2262, Л. 261-263.
1972年10月９日ソ連邦軽工業省指令 No. 509
『平織ズボン・ジーンズの新しい品目の生産導入に関する諸方策について』

高い需要のある平織ズボン・ジーンズの新しい品目の生産を実施するために以下のことを指令する。

1．ロシア共和国軽工業省は，ａ）1972年11月に，クロフスク混紡生産合同（品番 No. 1），フロロフ記念イヴァノヴォ混紡コンビナート（品番 No. 3, 378, 379, ビスコース・ラフサン糸の６）で，試験的な生産を行う。1972年12月に上述のサンプルに基づき定められた方法で技術的条件と価格を決定する。ｂ）1973年にはジーンズ生産のために400万メートルの生地を生産する。そのうち，クロフスク生産合同は綿糸から200万メートルを，フロロフ記念イヴァノヴォ混紡コンビナートはビスコース・ラフサン糸から100万メートルを生産する。ｃ）ロシア特別服管理総局（ロスグラヴスペツアジェジュダ）の技術試験縫製工場において，ジーンズのモデルと技術文書を一カ月で作成する。ｄ）1972年12月に，モスクワ縫製工場「ラボーチャヤ・アジェージュダ」においてジーンズの試作品を作成する。

2．ロシア共和国，ウクライナ共和国，ウズベク共和国，グルジア共和国，アルメニア共和国の軽工業省は，1973年に，縫製工業中央学術調査研究所で作成した一貫技術を用いて，附録の数量の新しいタイプの平織ズボン・ジーンズを生産する。

3．計画経済管理局は，1973年に，ロシア共和国軽工業省にビスコー・ラフサン生地を製造するための3000番ラフサン糸を150トンを上限に配分する。

4．縫製工業中央学術調査研究所は一か月の期間で，平織ズボン・ジーンズの生産に関する一貫技術を作成し，副大臣，マクシムの承認を受ける。

5．本指令の実施・管理は縫製工業部に委任する。

ソ連邦軽工業省大臣　N. タラソフ

附録：新しいタイプの平織ズボン・ジーンズの1973年生産課題（1000着）

ソビエト軽工業省	
計	2500
うち	
ロシア共和国	1000
ウクライナ共和国	500
ウズベク共和国	500
グルジア共和国	300
アルメニア共和国	200

邦軽工業省指令 No. 309『スポーツ用ズボン・ジーンズの生産増と品質改善のための追加措置』[45]が発布され，さらなる品質改善と量的拡大が計画された。1974年には，生地が1178万メートル[46]，ジーンズが1500万点（前年比４倍）と大幅に増え，新たにデニム・ジャケット（いわゆるジージャン）の製造も開始された。

しかし，このように高い生産増大のテンポにもかかわらず，生産量は需要を十分満たしてはいなかった。表３によると，1975年のジーンズの需要充足率（生産計画／商業省からの要望）は，レインコートの次に低い[47]。

ここで，初期の「ソビエト・ジーンズ」がどのようなものであったのかを検討しよう。主な資料は，雑誌『新商品』と，1974年の『男性用，女性用，子供用の，様々な生地のジーンズ用ズボンおよびジーンズ生地を使った服の検討に関するソ連邦軽工業製品品目および服飾文化研究所の芸術・技術会議決定』[48]（以下，芸術会議決定），1975年５月11日のソ連邦軽工業省指令 No. 212『ジーンズ生地のジャケットとズボンの生産量の増大，質と品目の改善の諸方策について』[49]（以下，省

表2　1973～74年の主要衣類の生産量[50)]

（単位：100万点）

品　　目	1973年	1974年	
	実　績	実　績	対前年比％
レインコート	3.87	3.89	100.5
メリヤス「クリムプレン」製品	2.00	5.74	287.0
スポーツ用防寒ジャケット	19.26	20.0	103.9
絹のワンピース	28.69	32.08	111.9
綿のワンピース	91.98	99.66	108.3
綿シャツ	100.66	113.63	112.8
綿のズボン	50.60	55.17	109.1
うち，ジーンズタイプ	3.75	15.00	400.0
子供用コート	19.86	21.05	106.0
子供用ワンピース	87.57	93.65	106.8
子供用綿シャツ	65.01	73.02	112.3
幼児用肌着	61.17	65.20	106.6

表3　1975年の追加生産要求量[51)]

	単　位	1975年の商業省の要望	1975年の生産計画	需要充足率（%）	追加生産量
綿製品	100万点				
上　着		27.0	20.9	77.4	6.1
うち，子供用		13.0	9.3	71.5	3.7
ズボン		95.0	74.2	78.1	0.8
うち，ジーンズタイプ		20.0	10.0	50.0	10.0
ワンピース		170.0	132.5	77.9	37.5
シャツ		170.0	138.5	81.4	31.5
レインコート		14.0	4.1	29.3	9.3
新生児用肌着	一式	4.0	2.9	72.5	1.1

表4　1976年のジーンズ生地のズボンとジャケット生産課題[52)]

（単位：100万点）

	ズボン	ジャケット
ソ連邦軽工業省	21.0	5.0
うち		
ロシア共和国	9.5	2.0
ウクライナ共和国	4.5	0.98
ベラルーシ共和国	0.65	0.1
ウズベク共和国	1.2	0.5
カザフ共和国	0.9	0.3
グルジア共和国	1.3	0.4
アゼルバイジャン共和国	0.44	0.04
リトアニア共和国	0.1	0.05
モルダヴィア共和国	0.5	0.25
ラトヴィア共和国	0.5	0.15
キルギス共和国	0.1	0.05
タジク共和国	0.08	0.06
アルメニア共和国	1.0	0.1
トルクメン共和国	0.08	0.02
エストニア共和国	0.15	

図2　ジーンズの広告



（出所）«Новые товары» 1974, No. 1, c. 24.

資料２（図２の翻訳）:「モスクワの会社のジーンズ」『新商品』1974年

ロシア共和国軽工業省のモスクワ縫製工場「ラボーチャヤ・アジェージュダ」はフロロフ記念イヴァノヴォ混紡コンビナートの綿トリコット（品番3429）とグルホフ綿コンビナートの耐熱浸透剤を用いた綾織「フォルニズ」（品番3200）を使ったズボンの製造を開始する。

男性用の綿のジーンズ（ЭВ-2-2614）は膝のところで半分にカットされ，フレアがあり，幅広のベルトを止めるために５つのベルト通しがある。フライはボタン・フライで３つのボタンがある。ベルト部分は２つのボタンで留められる。前に二つのカーブしたポケットがあり，左にかぶせのあるポケットがある。バックの腰の部分にはかぶせのあるポケットが一つある。ズボンの折り返しはない。ポケット，両脇，裾やポケットの口は色の違う糸でステッチされている。ポケットの上部にはリベットがつけられている。サイズは44-50。

男性用の綿のズボン（ЭВ-2-2612）はフレアのシルエットで，前も後ろも膝の部分でカットされている。バックの腰の部分に２つのかぶせのあるポケットがある。２つのフロントボタンと５つのベルト通しがあり，フライはボタン・フライで３つのボタンがある。バックのベルト部分と裾は色の違う糸で縫われている。かぶせのあるポケットが２つ，違う色のダブルステッチで縫いつけられている。ポケットの口とポケットの合わせ目も同じように縫われている。ポケットの角にはリベットがある。サイズは44-50。

表5　1976年縫製企業へのパーツの配分課題[53)]

	リベット（100万点）	はと目（100万点）	ボタン（100万点）	ジッパー「稲妻」（100万メートル）
ソ連邦軽工業省	333	20	38	12
うち				
ロシア共和国	180	14	28	7.4
ウクライナ共和国	50	3.5	5	1.5
ベラルーシ共和国	15	0.2	2.5	0.7
ウズベク共和国	16	0.5	0.5	0.15
カザフ共和国	10	0.5	0.3	0.5
グルジア共和国	19	0.8	0.7	0.2
アゼルバイジャン共和国	5	—	0.2	0.15
リトアニア共和国	4	—	0.2	0.2
モルダヴィア共和国	8	0.2	0.2	0.2
ラトヴィア共和国	7	0.2	0.2	0.1
キルギス共和国	1.5	—	—	0.1
タジク共和国	3.5	—	—	0.1
アルメニア共和国	10	0.1	0.2	0.2
トルクメン共和国	2	—	—	0.1
エストニア共和国	2	—	—	0.4

指令）である。

図2は，雑誌『新商品』1974年第1号に掲載されたジーンズの広告である[54)]。

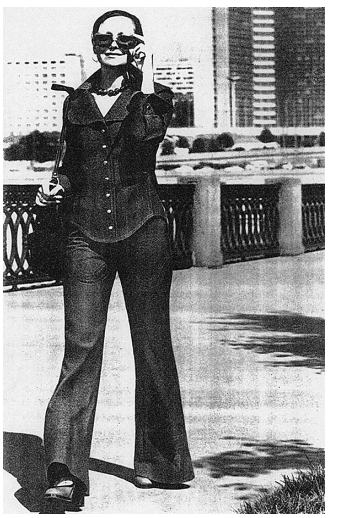
この商品はフロロフ・コンビナートとグルホフ・コンビナートの生地を利用して，モスクワ縫製工場「ラボーチャヤ・アジェージュダ」で縫製されたもので，一つはベルトが付属しており，もう一つはベルトなしのデザインである。この写真でまず目を引くのは，膝の部分で上下2枚が縫い合わされていることである。ここから，この生地が一枚では膝が抜けやすいという欠点を持っていたことが容易に想像される。また，中央のクリース（折り目）がはっきりと確認される。説明によれば，フライ（比翼）はボタン・フライで，ポケットには色付きの糸でステッチが施され，リベットもあるが，これらは写真では確認できない。レーベルやパッチについての説明もないため，多くの人がジーンズのマスト・アイテムにあげるパーツについてはここでは判断できない。

次に，生地の特徴として，省指令で指定されている素材には，綿ではなくビスコース・ラフサン糸が多いことに注目しよう（ただし統計上は，表2のように全て綿に含まれている）。省指令にリストアップされている生産企業も，混紡コンビナート，絹布コンビナート，混紡ラシャコンビナートなどで，羊毛30%，ニトロン50%，カプロン10%，再生繊維10%といった比率や，羊毛とその他の天然繊維で25%，青色ラフサンと未漂白繊維で60%，再生繊維で15%といった配合比率が指令書にある。これは，ジーンズ＝コットンという一般的なイメージとは合致せず，そのために，

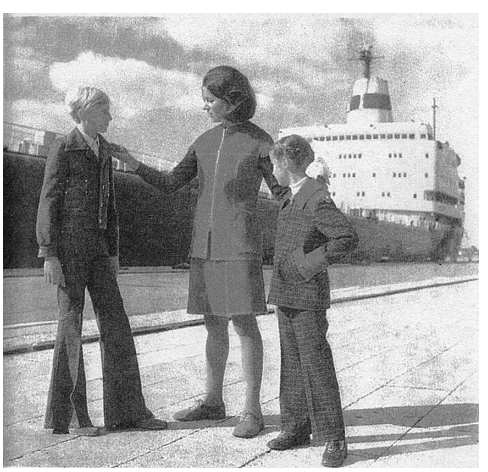
図3　「ソビエト・ジーンズ」(1970年代)

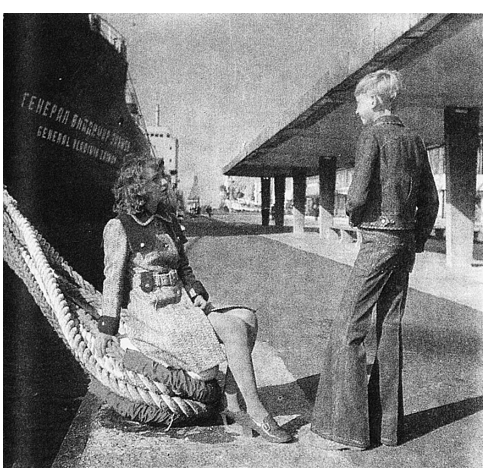


«Новые товары» 1975 No. 10, c. 14.
カザフ共和国のファッションハウス



«Журнал мод» 1975 No. 2(120), c. 19.
モスクワのファッションハウス





«Новые товары» 1973 No. 12, c. 9.　ラトヴィアのファッションハウス
男児のジーンズは膝で二枚を縫い合わせている。ジャケットとズボンで25ルーブル。

ソビエト・ジーンズを真のジーンズとは認めない人々もいた。[55)]

生地の欠陥としては，強度が劣り，膝がすぐに抜けるという問題があった。芸術会議決定によると，「フロロフ記念イヴァノヴォ混紡コンビナートの品番82074は十分な強度を持たず，この生地を利用した製品は形がすぐに崩れる。1973年にベレイスク縫製工場は，このコンビナートの品番82074の25900メートルを不合格とし，フロロフ記念コンビナートには21900ルーブルの罰金が科された。同年には，モスクワ縫製工場「ラボーチャヤ・アジェージュダ」も，この生地10200メートルを返品し，28900メートルの別の二級品に変更した」という。省指令ではその後，一般的な課題として縒りや密度を高め，強度を高めることを指令している。

次に，染色の問題としては，青からグレーがかった暗い色しか出せない，さらには色落ちが激

表6　1974～1975年のソ連邦軽工業省企業の生産予定[56)]

監督機関	企業数	検討されたデザイン数	推薦数			2　級	却　下
			合　計	最高級	1　級		
ロシア共和国軽工業省							
うち							
モスクワ縫製管理総局	1	4	1	—	1	—	3
レニングラード衣服工業	5	14	9	—	9	—	5
ロシア特別服管理総局	5	26	22	1	21	—	4
ロシア第一縫製工業管理総局	10	35	22	5	17	—	13
ロシア第二縫製工業管理総局	3	17	17	—	17	—	—
ウクライナ共和国軽工業省	5	20	17	1	16	—	3
ベラルーシ共和国軽工業省	1	6	4	—	4	—	2
ウズベク共和国軽工業省	4	34	34	15	19	—	—
カザフ共和国軽工業省	1	1	1	—	1	—	—
グルジア共和国軽工業省	1	3	3	—	3	—	—
アルメニア共和国軽工業省	4	16	7	—	7	—	9
リトアニア共和国軽工業省	2	8	8	5	3	—	—
エストニア共和国軽工業省	1	18	17	3	14	—	1*
計	43	202	162	30	132	—	40

＊（—）となっているが，おそらく1の間違い

しいという欠陥があった。芸術会議では「テキスタイル企業は技術的な欠陥の多い，限られた色でジーンズ生地を生産している」として，「ジーンズ生地の明度を拡大する問題を解決すること」を提案した。省指令は，色落ちの少ない加工・染色技術の研究を命じている。

縫製企業については，芸術会議で次のような課題が指摘された。ロシア特別服管理総局の監督下にあるベレイスク縫製工場とモスクワ縫製工場「ラボーチャヤ・アジェージュダ」では，横縫いのただれ，フライの粗い加工，ポケットの取り付けの甘さ，裾の始末の悪さ，などがあった。

もう一つの欠点は，パッチ，リベットなどのパーツの不足である。もともとパッチ，リベット，ステッチなどは，Levi's，Lee，Wrangler にあったため，本物のジーンズには不可欠の要素だと考えられており，ソ連でも「あらゆる場所に金具を縫い付け」，「はっきりした色のステッチ」を施す努力はなされていたが，それでも不十分であった。省指令では，1976年にはジーンズ生地のジャケットとズボンの75％にパッチ，80％にリベット，20％にはと目，40％にボタン，30％にチャック「稲妻」，30％に刺繍とアップリケを付けることを指示し，そのために，各パーツ企業をデザイン組織の監督下に置いた。1976年にはジーンズを2100万点，デニム・ジャケットを500万点製造する計画であったから（表4），表5の計画通りのリベット（3億3300万点）やボタン（3800万点）が生産されたとすれば，パーツの不足はそれほど発生しないはずである。

ところが，ほとんどの広告写真では腰回りが隠れており（意図的に隠されているようにも思われる），ジーンズの最も重要な部分がどのようになっていたのかが判断できない（図3）。パーツが

計画通り取り付けられていないとすれば，それは計画の未達成（不良品の製造を含む）か，商品の「横流し」の可能性がある。企業で「闇生産」が広く行われていたことは，周知の事実であった[57]。

最後に，ジーンズのデザインは，各共和国のファッションハウスが作成していた。前述の芸術会議は，各共和国の企業・ファッションハウスから提出されたサンプルを検討し，デザイン・型などの芸術的観点と技術的観点から，「国家品質保証」に推薦する最高級品，「一級品」の認定を与えるモデル，許容できる二級品，および製造を取り消すモデルを選別していた（表6）。この報告書では9つの連邦共和国の43の縫製企業が提出した202のモデルを検討し，そのうち30モデル（18%）を最高級品，132モデル（82%）を一級品として推薦している。残りの40モデルは「古臭いデザインの限られたアソートメント」として生産を許可されなかった。「タシケント，スベルドロフスク，ビリニュス，ウファのファッションハウスは積極的だが，ラトヴィア，キルギス，アゼルバイジャン，トルクメン，タジク，モルドヴァ共和国の軽工業省の企業とファッションハウスは，…ジーンズのサンプルを作らず，連邦の仕事に参加していない。」とあり，共和国により取り組みに差があることが読み取れる。この地域格差は，ジーンズの入手可能性の地域差に直接反映されたであろう。

「ソビエト・ジーンズ」は，ジーンズに飢えていたソ連国民に当初は熱烈に受け入れられた。入荷するとすぐに売り切れ，供給は需要に追い付かなかった。モスクワの国営百貨店「グム」の報告書によれば，デニム・ジャケットは1975年には年間5万ルーブル（1点を25ルーブルで換算すると約2000点）ほどしか入っておらず，在庫日数はわずか数日であった[58]。

一方で，上に見たように，「ソビエト・ジーンズ」は公式のジーンズではあったものの，強度，色，デザインにおいて西側の商品とは明らかに異なっていた。すでに1976年になると，「灰色がかった青色だけのフロロフ記念イヴァノヴォ混紡コンビナート製のジーンズ生地への関心の低下」が観察され[59]，1977年にも，イヴァノヴォ混紡コンビナートとチャイコフスキー混紡コンビナートのジーンズは灰色か青色の単色のみで，品ぞろえが悪いと報告されている。

5．「オルビッタ」の誕生

このような流通企業（百貨店）の報告から，ジーンズへの需要は常に高いが，消費者の中には色彩やデザインに不満があったことが分かる[60]。そのため，ソ連邦軽工業省は，テキスタイル産業のデニム生地，パーツの生産を含む縫製部門，デザイナーによるデザインの3つの分野で開発・改良を進めるが，その際に目標としたのは「西側の最高のジーンズ」で，それらを研究し，同水準の製品を作ることを企業に求めた。

1975年には，表7のように，外国製を中心とする具体的なモデルを指定して，その模倣を指示している。そして，1978年3月には，縫製企業のモスクワ生産合同「ラボーチャヤ・アジェージュダ」に，1978年上半期中に外国の最高の商品と同等の「ジーンズ」タイプのジャケットとズボンのための設計と技術を導入することを決定した[61]。また，実現には至らなかったが，同じ1978年にはトルコの企業 Jesus Jeans とライセンス生産の契約を結ぶ交渉を行っていたという[62]。

ジーンズ生地の重要なポイントとなるのは，綿素材とインディゴ・ブルーである。テキスタイ

表7　1975～1976年の国内および輸入サンプルに基づくデニム・ジャケットとジーンズの製造課題[63]

	商品名	モデル番号	数量（1000点）	
			1975年	1976年
ロシア共和国軽工業省	ティーンエイジャーのズボン	ИЕ2-24888（アメリカ）	3	10
	同上	ИЕ2-26777（ベルギー）	3	10
	男性用ズボン	ИЕ2-26589（フランス）	3	10
	女性用ジャケット	ИЕ2-26858（フィンランド）	2	5
	子供用ジャケット	ИЕ2-26846（フィンランド）	2	5
グルジア共和国軽工業省	若者用ズボン	M211（インド）	3	10
	男性用ズボン	MM6259（日本）	3	10
	若者用ジャケット	M140「ルイ」（インド）	3	10
ウクライナ共和国軽工業省	若者用ジャケット	ЭС-612ロシア共和国軽工業省試験・技縫製工場	3	15
	同上	ЭС-688同上	3	15

ルで「真のジーンズ」に近付くために改良されたのが，ロドニキ混紡コンビナート「ボリシェビキ」の「オルビッタ」であった。

1977年第Ⅳ四半期に，ロドニキ混紡コンビナートは「オルビッタ」という新しいジーンズ生地の生産を開始した。この生地は「綿100％」の画期的なものとして[64]，同年の国民経済達成博覧会で大きな注目を浴び，翌1978年に220万メートルの生産をすることで契約を交わした。

しかし，生産を始めるとすぐに染色に問題があることが判明した。ロープ染色後，ロットの切り替えのたびに機械を止める必要があり，染ムラができたのである。そこで，イヴニットや，機械工場の専門家と研究を重ね，新しい染色・糊付け機械を急遽開発した[65]。こうして，1978年5月には問題を克服し，「国家品質保証」の認定を受けた。

さらに，ロドニキ混紡コンビナートと「ラボーチャヤ・アジェージュダ」，ファッションハウス，百貨店「ツム」の4者で契約が結ばれ，製造から販売までのネットワークが形成された[66]。

しかし，1979年の雑誌『アガニョーク』によると[67]，この「オルビッタ」を利用した「ラボーチャヤ・アジェージュダ」のジーンズも，「グム」で最初に販売されたときには即座に完売したが，その人気はすぐに冷めた。

その理由は第一に，すぐに膝が伸び，強度が足りないことである。イヴニットによると，Live's は1 m^2 あたり465グラムで，10 cm^2 に経糸289本，緯糸189本であるのに対し，オルビッタはそれぞれ，420グラム，260本，140本であった。特に緯糸が20～30％少ないことが，膝が抜ける原因である。しかしながら，現在の機械では緯糸を増やすことはできないため，新たな機械の導入が必要である。別の方法，つまりポリビニールアルコールで強度，可塑性を強化する方法も考えられるが，薬品が手に入らないと弁明した。

第二に，ソ連の染色技術では，インディゴ・ブルーがきれいに出せない。これに対して専門家は，技術的にはソ連でも染色できないわけではないが，国家統一規格がそれを許可していないという。

縫製企業の問題としては，「ラボーチャヤ・アジェージュダ」以外の工場では二本針のミシンが少ないため，これ以上増産できないということであった。また，デザイナーから見た問題点は，熱で縮むこと，パッチやポケットがないことなどであった。

6．ジーンズ普及の意味

1960年代末～1970年代初頭には，多くの若者がジーンズにあこがれていたが，1970年代を通じてジーンズは徐々に人々のワードローブに浸透していった。この普及は，「アンチモード」が「モード」となり，「当たり前」になるという，新しいファッションアイテムの浸透過程そのものであった。

このジーンズの普及において「ソビエト・ジーンズ」が果たした役割は大きい。1976年のロシア共和国の生産計画が950万点（表4），1978年時点での海外からモスクワへの正式の輸入量が35万点（表1）であったことを考えると，そのほかに多様な入手経路があったとはいえ，ロシアでのジーンズの普及における，国産化の意義は大きかったと考えられる。価格も比較的手ごろになり，オルビッタの小売価格は23～25ルーブルであった[68]。

次に，1980年代半ばには「ソ連の最も奥地にもジーンズがあった」と言われるほど普及したとしても，それは直接的には不足と行列の解消を意味しない。実際に1970年代のモスクワの百貨店でも，ある商品の人気の低下や滞貨と，別の商品の不足は同時に見られる。質に対する国民の要求水準の向上や，不定期な供給リズムによって，「不足」と「滞貨」は共存したのである。この際，輸入品の増大は，需要充足という肯定的側面と，国産品の品質の相対的な低さの露呈による需要減という負の側面を合わせ持っていた。したがって1970年代には品揃えや品質の改善に向けて多くの努力が払われ，消費財の入手可能性は拡大したが，それをもって「大衆消費社会の発達」を過大に評価するべきではないだろう[69]。

ジーンズについても実際には，どのようなジーンズを手に入れるかでヒエラルキーが存在した。1970年代の末になっても，国産品と外国製ではデザインや品質で明らかに差があるために，国民は資金的に許す限り，より本物に近いジーンズを追い求めた。最も人気があったのは，アメリカの三大ブランドで，このトップブランドに対する特に強い信奉（100～200ドルを払う！）は，ソ連のジーンズ・ファッションの階層化を象徴するものであった。その次に，他の資本主義国の商品，インド，トルコ，その他東欧諸国の商品と続いた。80年代に入って生産されるようになったソビエト製の「トヴェリ」（図4）は，品質的には改善され，パッチやアーキュエット・ステッチも確認されるが，それでも最下層にランクされていた[70]。

さらに補完的な入手ルートとして，（古着などの）生地を手に入れ，自分で縫うという手段もあった。公的な組織のモスクワ・ファッションハウス自身が，個人に対してジーンズの縫製講座を開いていた[71]。

このような序列は，他のファッションと同様，（親または本人の）職業や社会的地位によって，さらには居住地域によって生まれた[72]。ファッションはソ連社会の現実の格差を可視化させるものであり，ジーンズは「老若男女貧しいものも豊かなものも平等にした。ジーンズはモード界で最

図4 ソビエト製ジーンズ「トヴェリ」



（出所） http://ufasofia.ru/photos/magazin-tehas-tver-djinsy-jenskie-61842-large.jpg

初のユニバーサルなアイテムとなった[73]」という観察は，ソ連では当てはまらないだろう。

ジーンズの普及が他国と同様にソ連にもたらしたもう一つの変化は，「若者文化」への関心の高まりである。1971年にモスクワの街角で行われた観察では，すでに若者のほうが年配者よりもはるかに良い恰好をしていた[74]。戦後直後までの貧しい時代を知らない若者は，ファッションにかける関心と費用において，それまでの世代をはるかに上回っていた。そのため，社会的にも経済的にも，彼らへの特別の配慮が必要となった。衣類の分野では，それまではソ連の学齢にあわせて，17歳以下を「子供」服としていた。しかし，80年代に入るとファッションハウスでは，15〜17歳と18〜25歳を合わせて「若者」というカテゴリーにまとめ，彼らに向けた特別のデザインを提案するようになる[75]。

7．おわりに

もともとソ連においてジーンズ・ファッションが禁止されたことはなかったが，ジーンズに対する当局のイデオロギー的警戒も徐々に弱まり，1973年，ついに国産の「ソビエト・ジーンズ」が誕生した。

これは，様々なところで言われてきたように，それほど「遅すぎた」選択ではない。歴史的・文化的背景が異なるとはいえ，1960年代にはイギリスでも Live's などの輸入物が席巻していた[76]し，日本で代表的な国産ジーンズ・メーカーが出揃うのは1970年代前半のことである[77]。

しかし，ジーンズの生産開始以降の改良プロセスは，計画経済の持つ基本的な欠陥を如実に表

していた。閉鎖的な経済体制の中で，国内企業が模倣やキャッチアップに失敗したこと，さらに輸入品へのアクセスが限定されていたことで，ソ連では西欧とは異なる消費のヒエラルキーが生まれたのである。

二十世紀に出現した大衆消費社会では[78]，国民の所得水準の上昇が消費需要の構造を変化させ，財やサービスへの需要が爆発的に増加した。アメリカを先頭に欧米や日本が辿った大衆消費社会への道は，多数の消費者が豊かになり，画一的・均一的な財が大量に消費され，文化の平準化が進む過程であった。ファッションの領域でその大衆化・平準化の契機となったのが，「ジーンズ」に他ならない。すなわち，西側においてジーンズ・ファッションは，「ファッションの民主化」を推し進め，経済的格差をある程度覆い隠す役割を果たしたのである。

ところが，ソ連ではジーンズ・ファッションは，格差を隠すのではなく，むしろ格差を炙り出すアイテムであった。ソビエト・ジーンズは，マスマーケットを支えることでソ連のファッション市場の大衆消費社会化に寄与したが，ヒエラルキーの底辺の座にとどまることで，西側の大衆消費社会とは異なるソビエト独自の消費社会を生み出したと言えよう。

＊本稿は日本学術振興会科学研究費補助金（基盤研究（C）課題番号：24530398および15K03577）による研究成果の一部である。

注

1） 例えば，「ジーンズで街を歩くと，警官に裾を切られた」といったエピソードが伝えられている。
2） 大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修（2011），47頁。
3） Кимерлинг А.（2007）. 初期の意味での「スチリャーガ」は，1960年代半ばまでには「普通」になり，消滅した。
4） この意味での「スチリャーガ」批判は地方の学校では80年代に入っても見られた。パンタエヴァ（1999）上146頁。
5） この詩の後半では，教師が主人公のジーンズに気づき「それは一体なんだ？」と目をむく。Михалков С.（1999）. 発表年は未確認。
6） 例えば，以下の URL を参照。http://projeans.ru/jeans-ussr/
7） Захарова Л.（2007）, с. 71.
8） 例えば以下を参照。«Правда» 20 сентября 1965. そのほか早い時期のものとしては，次の新聞記事がある。«Комсомольская правда» 14 июля 1965, No. 163（12322）, с. 2.
9） Аксенов В.（1965）, с. 58. 以下の文献より示唆を得た。Котеловой Н. З. и Ю. С. Сорокина（1971）.
10） Козлова Н. Н.（1999）.
11） テハス（техас）の語も，一説ではカウボーイで名高いテキサス州に由来する。
12） Bartlett D.（2010）p. 299.（p. 267の注47）
13） Иванова А.（2012）, с. 155.
14） ЦИГА Москвы, Ф 297, Оп. 1, Д. 804, Л. 15. ただし，ここでもテハス＝ジーンズか否かという問題があるため，ジーンズの輸入が始まった時期は特定できない。
15） ЦСУ СССР（1972）, с. 350.
16） Щипакина А.（2009）, с. 331. 世界的に有名なデザイナーの V. ザイツェフも，「残念ながら」このような状況にあると述べている。Зайцев А.（1980）, с. 94.
17） 藤原（2013），54頁。
18） «Работница» 1969, No. 1, с. 31.
19） РГАЭ Ф. 467 Оп. 1, Д. 1318, Л. 58–65.

20） Акимов Н. О хороших манерах, «Журнал Мод», 1968 No. 3(93) приложение с. 1-4, 1968/69 No. 4 (94) приложение с. 1-3, 1969 No. 2(96) приложение с. 1-3, 1969 No. 3(97) приложение с. 1-3.

21） Аршавская Н. Заметки художника-модельера, «Журнал Мод», 1969 No. 3(97) приложение с. 4-.（２頁以降は切り取られており確認できない）

22） Мерцалова М. Прошли десятилетия …, «Журнал Мод», 1970 No. 1(99) приложение с. 4.

23） Крючкова В. Мода как форма потребления, «Журнал Мод», 1970 No. 1(99) приложение с. 1-5.

24） Канаева К. «Похвальное слово» моды, «Журнал Мод», 1969/70 No. 4(98) приложение с. 1-4.

25） 一部刷り直しが行われ，そのために発行が遅れ，余分な出費があったという。ただし，上のN. アルシャフスカヤ論文の一部以外は，ロシア国立図書館において確認できた。

26） Крючкова В.（1970）, с. 4.

27） Канаева К.（1970）, с. 1.

28） Мариупольская Л.（1973）.

29） Мариупольская Л. Указ. Соч. с. 266.

30） «Правда» 9 мая 1971.

31） ЦИГА Москвы Ф. 297, Оп. 1, Д. 1323, Л. 17.

32） РГАЭ Ф. 561, Оп. 23, Д. 79, Л. 224.

33） Министерство легкой промышленности СССР（1973）.

34） РГАЭ Ф. 467, Оп. 1, Д. 1490, 25 ноября 1970.

35） ИВНИТИ（1971）.

36） РГАЭ Ф. 467, Оп. 1, Д. 2262, Л. 261-262.

37） ラフサン＝ポリエステル繊維ダクロン

38） «Меланжист, Орган парткома, фабкома и дирекции Ивановского Меланжевого комбината» 18 ноября 1972, No. 134(6701), с. 1.

39） «Меланжист …», 11 августа 1973, No. 92(6810), с. 1.

40） «Меланжист …» 18 октября 1973, No. 121(6839), с. 1. 以下の記事もある。«Меланжист …», 16 января 1973, No. 6(6724) с. 1, 14 августа 1973, No. 93(6811), с 1.

41） «Меланжист …» 21 августа 1973, No. 96(6814), с. 1., 18 октября 1973, No. 121(6839), с. 1.

42） Изосимова Л.（ред.）, 1974, с. 48.

43） «Вперед: газета парткома, профкома и управления Куровского производственного меланжевого объединения» 19 января 1973, No. 5(2127), с. 1.

44） Вперед …, 8 июня 1973, No. 45(2167), с. 2.

45） Приказ Минлегпрома СССР от 8 июня 1973, No. 309 «О дополнительных мерах по увеличению выпуска и улучшению качества брюк спортивных типа джинсов».

46） РГАЭ Ф. 467, Оп. 1, Д. 3739, Л. 298.

47） ついでながら，表３では1975年のジーンズの総生産量は合計2000万点となるが，実績は1700万点であった。РГАЭ Ф. 467, Оп. 1, Д. 3739, Л. 3.

48） РГАЭ Ф. 400, Оп. 1, Д. 504 «Решение Художественно-технического совета при ВИАлегпроме по просмотру мужских, женских и детских брюк типа джинсов из различных тканей и костюмов из джинсовых тканей»

49） РГАЭ Ф. 467, Оп. 1, Д. 3764, Л. 120-122. この文書で，ジーンズ用の生地を製造する企業や縫製企業の名前を確認できる。テキスタイル企業の数は，ロシア共和国14，ウクライナ共和国３，カザフ共和国２，ラトヴィア共和国２であった。

50） РГАЭ Ф. 467, Оп. 1, Д. 3739, Л. 352.

51） РГАЭ Ф. 467, Оп. 1, Д. 3739, Л. 34.

52） РГАЭ Ф. 467, Оп. 1, Д. 3764, Л. 125.

53） РГАЭ Ф. 467, Оп. 1, Д. 3764, Л. 137.

54） ソ連で発売された新商品を主に流通業・小売業向けに知らせる雑誌である。

55） 例えば，有名な服飾史家の A. ヴァシリエフは，2009年 4 月に筆者が行ったインタヴューに対しこのような見解を表明した。ついでながら，日本でも1962年に日本レイヨンが，ナイロンやレーヨンを利用したニチレ・ハイデニムのキャンペーンを展開したが，これは一企業での動きである。

56） РГАЭ Ф. 400, Оп. 1, Д. 504, Л. 8-9.

57） Bartlett D.（2010）, p. 299.

58） ЦИГА Москвы Ф. 474, Оп. 1. Д 487, Л. 13.

59） ЦИГА Москвы Ф. 474, Оп. 1. Д 502, Л. 8.

60） ЦИГА Москвы Ф. 474, Оп. 1. Д 511, Л. 9.

61） РГАЭ Ф. 523, Оп. 1, Д. 375, Л. 282.

62） Bartlett D.（2010）, p. 300.（p. 270の注61）それによると，アフガニスタン戦争の勃発によってこの計画は頓挫した。同様に Levi's, Wrangler, Lee との交渉も不首尾に終わったという。

63） РГАЭ Ф. 400, Оп. 1, Д. 3764, Л. 127.

64） ただし，技術仕様を見ると，実際には綿90％である。Ивановский научно-исследовательский институт хлопчатобумажной промышленности（Ивнити）（1978）, с. 5.

65） «Родниковский рабочий», 28 июля 1978, No. 30（3158）с. 2.

66） «Родниковский рабочий», 26 июля 1978, No. 28（3156）с. 2.

67） «Огонёк» 6 июня 1979, No. 23. 以下，本節は「アガニョーク」の記事による。

68） すでに述べたように1970年の労働者・職員の平均月給は122ルーブルであった（注15）。

69） チェルニショヴァはブレジネフ時代には西側のような大衆消費社会が出現したと論じている。Chernyshova N.（2013）.

70） Chernyshova N.（2013）, p. 105. 以下では，「このパッチを Live's に縫いかえるよう，おばあちゃんに頼んだ」というエピソードも紹介されている。Бастрыкин А. И., Ширяев Э. Б.（1988）, с. 13-14.

71） Щипакина А.（2009）, с. 331.

72） 衣類の入手に関する地域格差については，次のような研究がある。Тихомирова А. В.（2004）.

73） Щипакина А.（2009）, с. 330-331.

74） Журавлев С., Кронов Ю.（2013）, с. 392-393.

75） Щипакина А.（2009）, с. 335.

76） グラハム・マーシュ，ポール・トリンカ，ジューン・マーシュ（2006），122頁。

77） 日本では，戦後の中古ジーンズ輸入時代から，1959年に新品の輸入が始まり，1963年，生地の輸入許可を経て，段階的に国産化が進み，1970年頃に国産化が完成したと考えられている（1975年までにメーカーがそろう）。日本繊維新聞社（2006），29頁。

78） 大衆消費社会とは「大量生産と大量消費のメカニズムが大衆消費によって支えられている社会」のことである。森岡清美，塩原勉，本間康平編集代表（2006年），944頁。

参考文献

Аксенов В., Пора, мой друг, пора, 1965.

Бастрыкин А. И., Ширяев Э. Б., Мода, кумиры и собственное Я, Ленздат, 1988.

Зайцев В., Такая изменчивая мода, литературная запись Андрея Васильева, Максима Кранса, Рисунки Вячеслава Зайцева, Молодая гвардия, 1980.

Захарова Л. В., Советская мода 1950-1960-х гг.: политика экономика, повседневность, Теория моды: одежда, тело, культура, 2007 No. 3, с. 55-80.

Журавлев С., Кронов Ю., Мода по плану: История моды и моделирования одежды в СССР 1917-1991, Институт российской истории РАН, 2013.

Гурова О. Ю. Идеология потребления в Советском обществе, Социологический журнал, 2005, No. 4.

Кимерлинг А. Платформа против калош, или Стиляги на улицах советского города, Теория Моды, 2007, весна, с. 81–99.

Козлова Н. Н., Моя жизнь с Алешей Паустовским, Социологическое переписывание, Социологическое Исследование, No. 5, 1999.

Котеловой Н. З. и Ю. С. Сорокина（ред.）, Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 60-х годов, Советская энциклопедия М. 1971.

Мариупольская Л., Советская Мода: за или против, Искусство, 1973.

Министерство легкой промышленности СССР, Новое в Технике и Технологии Швейной Промышленности СССР М. 1973.

Михалков С., Джинсы, Избранное. Всемирная библиотека поэзии, Ростов-на-Дону, Феникс, 1999.

Иванова А. С., Государственная торговля на иностранную валюту в иерархии и культуре потребления Советского Общества. 1958–1991 гг.,（диссертация）М. 2012.

Ивановский научно-исследовательский институт хлопчатобумажной промышленности（Ивнити）, Исследование и разработка технологических режимов совмещения крашения с другими видами обработок ткани и волокнистых материалов. Выработать хлопчатобумажные джинсовые ткани на основе совмещения процессов шлихтования и крашения, а также химической стабилизации линейных размеров этой ткани（отчет заключительный）, Иваново, 1978.

Ивнити, Разработать рекомендации по подготовке одежных хб тканей под крашению кубовыми красителями по суспезионному способу сернистыми красителями и индигозолями. Ч. 1, 1971.

Изосимова Л. Г.（ред.）Опыт работы Ивановского меланжевого комбината имени К. И. Фролова, ЦНИИТЭИлегпрома, 1974.

Щипакина А., Мода в СССР, советский кузнецкий, 14, Слово, 2009.

Тихомирова А. В., 280 километрах от Москвы: особенности моды и практик потребления одежды в советской провинции（Ярославль, 1960–1080-е годы）, Неприкосновенный Запас, 2004 No. 5（37）, 101–109.

ЦСУ СССР, Народное Хозяйство в СССР 1922–1972, Статистика, 1972.

Bartlett D., *Fashion East: the spectre that haunted socialism,* The MIT press Cambridge, 2010.

Chernyshova N., *Soviet consumer culture in the Brezhnev era,* New York, Routledge, 2013.

Mark Allen Svede, 'All You Need is Lovebeads: Latvia's Hippies Undress for Success', *Style and Socialism: Modernity and Marterial Culture in Post-War Eastern Europe,* ed. By Susan E. Reid and David Crowley, 2001, pp. 189–208.

大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修『ファッション辞典』文化出版局，第8版，2011年。

グラハム・マーシュ，ポール・トリンカ，ジューン・マーシュ『デニム・バイブル』田中敦子訳，ブルース・インターアクションズ，2006年。

日本繊維新聞社『ヒストリー：日本のジーンズ』日本繊維新聞社，2006年。

パンタエヴァ・イリーナ『シベリアン・ドリーム（上）（下）』河野万里子訳，講談社，1999年。

藤原克美「1950～1960年代のソビエト・ファッション」『経済学雑誌』第114巻第3号，大阪市立大学経済学会，2013年，54-75頁。

森岡清美，塩原勉，本間康平編集代表『新社会学辞典』有斐閣，2006年，第四版。

吉川和志『新しい繊維の知識』改訂版，鎌倉書房，1979年。

Abstract

The Birth of the “Soviet Jeans”

Katsumi FUJIWARA

Originally, jeans fashion, while not prohibited in the Soviet Union, came with an ideological caution that the authorities did not approve of them. Over time, however, this resistance to the style gradually weakened; by 1973, “Soviet jeans” had finally come into existence.

This date is not “too late,” as some scholars have argued. Although historical and cultural backgrounds differ from one country to the next, imports of brands such as Levi’s swept the UK market in the 1960s, and domestic jeans manufacturers in Japan had emerged by the early 1970s.

However, efforts to improve the quality and quantity of Soviet-made jeans clearly showed the fundamental flaws of the planned Soviet economy. Under its closed economic system, domestic enterprises failed to imitate or catch up with “true” jeans, and access to imported goods was limited; therefore, in the Soviet Union, a hierarchy of consumption different from that of Western Europe was born.

In the mass consumer society that appeared in the twentieth century, the increasing income levels of consumers changed the consumption structure, and the demand for goods and services increased explosively. The way that mass consumer society in the US, Europe, and Japan unfolded was also a process wherein a large number of consumers were enriched and uniform goods were consumed in large quantities, leading to the leveling of culture. Nothing served as momentum for cultural popularization and leveling in the fashion arena more than jeans. In other words, jeans fashion played a role in promoting the “democratization of fashion” and obscuring economic disparities to some extent.

However, in the Soviet Union, jeans fashion was not an item that hid economic disparities, rather they were an item that exposed them. It could be said that, while Soviet jeans contributed to the socialization of mass consumption in the Soviet fashion market by supporting the mass market, it also produced a different consumer society, one that was unique to the Soviet Union and entirely different from the mass consumer society of the West.