



u b u s u n a 

prototype

熊本の古代文化DNAとしての直弧文

"CHOKKOU-MON" pattern of lines and arcs.

1800年、パリ万博で初めて熊本井寺古墳の壁面に線刻された、鏡が割れたような文様「直弧文」が世界に紹介された。意図的に主題として刻まれた交差する直線（九州・熊本ではバツテン）は、男女の交差により生命が生まれ続いていく古代人の生死感と再生を表すなど、古代の鏡に対する畏敬や祈りなどのシャーマニズムの表現として、様々な解釈が今も試みられている。

直弧文の直線・円弧が求め合う造形感性は、熊本産土のデザイン DNA として古墳群壁画、ペトログラフィ、加藤清正の治水土木技術、熊本城の石垣、県内に点在する石橋建築、さらには多くの漫画家を産み出した現代の文化風土、直線的でダイナミックさを好む人の気質へと、イマジネーションの広がりを誘う。産土の服では直弧文をデザインコンセプトとした造形が行われている。

ubusuna

IZA

prototype
2024





iza_o_2301 外套
iza_t_2314 ドルマンシャツ
iza_b_2330 2タックストレート



iza_o_2306 ロープ
iza_t_2314 ドルマンシャツ
iza_b_2327 2タックテーパード



iza_o_2312 ノーカラージャケット
iza_t_2316 ロングシャツ
iza_b_2328 ハーフパンツ



iza_o_2301 外套
iza_o_2306 ロープ



iza_t_2315 ドレスシャツ
iza_b_2329 ノータックテーパード
iza_o_2307 羽織



iza_o_2318JK 月読ジャケット
iza_o_2318VT 月読ベスト
iza_t_2316 ロングシャツ
iza_b_2325 旋風パンツ



iza_o_2318VT 月読ベスト
iza_b_2325 旋風パンツ



iza_o_2307 羽織



iza_o_2307 羽織
iza_b_2328 ハーフパンツ



iza_o_2315 ドレスシャツ



iza_o_2316 ロングシャツ
iza_t_2314 ドルマンシャツ
iza_b_2328 ハーフパンツ

ubusuna 

2024 ubusuna prototype P01-17



ubusuna magazine Vol.1

土地からの 服の産まれ方

CONTENTS KEYWORD

 読み解く keyword
産土=土着で
つらなる国、日本
P28-31

 読み解く keyword
洋服でも和服でもない
日本の服
P13

 読み解く keyword
服の産まれ方、
愛し方を変えること
P22

 読み解く keyword
熊本を産土とした
服づくり | 産土の服
P24 | 産土と熊本・九州

 読み解く keyword
日本人の美意識
間・流・服の名前
P14-17

 読み解く keyword
デザイン DNA
直弧文
表紙裏 | P37

熊本 | 産土の服プロジェクトについて

ファッションのリジェネラティブ（再生性）を考えると、再生素材やアップサイクルの考え方にどうしてもなってしまうが「産土」の言葉に出会ったことで別の見方ができるようになった。ファッションのリジェネラティブ実現を目指すことは「服の産まれ方、愛し方を変えること」だと気付いた。

そこから西南戦争戦禍の古着を原点とする熊本の古荘本店をプラットフォームに「産土の服プロジェクト」が2022年に始まった。私たちの「産土（産まれた場所、土着）」となる熊本から服を産みだし、服を長く愛し着続けることのできる存在に変え、社会に発信することをミッションにした。

「ubusuna」としてあえてモノづくりからのブランド化まで踏み切ったのには理由があり、日本のファッションブランドの世界的品質を支えてきた日本各地の縫製工場や、職人の手仕事、土着素材や服文化が高齢化や継承者不足で途絶えようとしている切実な現状を少しでも打開し、多くの人たちに未来への希望を感じてもらうためでもある。

 読み解く keyword
熊本 | 土着再生
肥後木綿
P18,P38

 読み解く keyword
産土とブリコラージュ
UBUSUNA ON THE ROAD
熊本土着の手仕事と素材をつなぐ
P26-55

 読み解く keyword
shop ubusuna | 熊本
1877年創業 古荘本店
P60-63

 読み解く keyword
熊本 | 土着再生
肥後藍玉
P46

 読み解く keyword
産土のペルソナ
能面 檜垣 higaki
ジェンダー&エイジニュートラル
P56

その手前で服は軽やかに遊ぶ

土着と侘の美意識

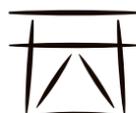
brand symbol



産土の本質となる「土」を、古代から信仰の対象として祭られてきた山「神奈備」の姿として見立てて象徴化した。ブランドの土着的なランドスケープ性を表す。

書は書道家、中塚翠涛氏によるもの。

brand amulet



日本人の根っこになっている自然崇拜精神のピクトグラム。原始信仰である神奈備の山、その手前にある鳥居が一体となった祖先崇拜の神体の姿。魔除け・お守りの意味もある。

CONCEPT

「洋服でも和服でもない、長く愛し、着続けることのできる日本の服」

2022年冬「産土の服」は、私たちの産土となる熊本の素材と技術から服のブランドを産み出すプロジェクトとして始まった。ブランド名を「ubusuna」にして走り出し、色々考え、試作するうちに素朴なテーマが見えてきた。洋服にも和服にも、私たち日本人の素直な美意識を自然に表現できる「日本の服」がない。それに最もリジェネラティブなことは、実は服を長く愛して着続けることじゃないのか？

その議論をそのままブランドコンセプトにした。

「洋服でも和服でもなく、長く愛し、着続けることのできる日本の服」はコンセプトであると同時に、未完を前提とした私たち自身への問いかけでもある。

土着 × 日本人の美意識への再接続

日本人の美意識を自然に表現できる服。しかし日本人の美意識のアーカイブはすごい。古代のアニミズムから派生した「無常」「花鳥風月」「雅」「幽玄」「侘び」「寂び」「粋」へと展開し「陰翳礼讃」「民藝」を経て、現代の「かわいい」「映え」にもつながっていく。海外も好む日本人の美意識といえば「侘び」「寂び」だが「ubusuna」では服づくりに「土着」のニュアンスも加えた。

「侘び」の美意識の本質には縄文から続く土着的なセンスが内包されている。黒織部の手捏と歪んだ器形、大胆な塗りなど、度を越して作画的な表現は作陶した土地の土着性でもあり、日本人は今でもそれも景色として愉しむ。型や技工、世界観に落とし込み過ぎず、その手前で反転したように軽やかに遊ぶ心も、土着 × 日本人の美意識なのだ。

手前で軽やかに遊ぶ服「間 × 流」の服づくり

洋服のように機能的に身体を支えるが、その立ち姿には和服として様式化されてない日本の美へのオマージュがあり、着る人は服にデザインされた非対称さや流れを遊びとしてとらえ、パーティの決め姿や旅の出立として、自分らしさを表現することができる。美意識にはまりすぎることなく「手前で軽やかに遊ぶ服」。そこから服づくりのデザインコンセプト「間 × 流」「古代 × 遊」「名 × 印」「手仕事 × 熱量」にたどり着いた。



黒織部沓茶碗（くろおりべくつちやわん）
熊本県八代市 一般財団法人松井文庫所蔵



間×流

「ubusuna」の独自のスタイルは、ゆるやかな余白「間」と陰影の「流」のデザイン。芯地を入れて和服のように生地をできるだけ大きく使い、ポケットや襟などの要素をミニマルにすることで、着る人を包み込みむような間（あわい）が生まれ、服と人の体型とが自然に交わる。「流」は外套の山水画のような襟「瀧襟」に表現されている。肩から瀧のように下に流れ、優美な陰翳礼讃の景色を産み出す。

日本人、美の造形

襷掛け

瀧流 | ドレープ

古代×游

産土の服「ubusuna IZA prototype」のデザインで考えたのは、機能は大切にするが、詰め込み過ぎない、洋服のスタイルをもちながらも、デザイン自体に古代からの日本の美意識の根底となる流れを宿すように作ること。古代からの日本人が見出してきた美意識の造形を熊本装飾古墳の壁画に見られる「直弧文」をモチーフにデザインし、また美意識の形にハマり過ぎない非対称や襷掛けなどの「遊び」も、様々な場所に施した。

古代と現代に遊ぶ

日本独自の文様

シンメトリでアシンメトリ

名×印

「ubusuna」の服にはそれぞれ IZA などの族名と名前がつけられている。族名は日本神話やアイヌ神話、沖縄神話からインスパイアされたもの。服の個別の名前は万葉集など日本の古典から引用した。単なる製造番号ではなく、服を人間と共に生きる存在にしたいという思いが込められている。また手仕事の証として祖先崇拜の神体の姿を「服守り」として手紡ぎの糸を手縫いで縫い込んである。

敬意と感謝

全ての服には名前がある

手紡ぎ糸のシンボル

手仕事×熱量

「ubusuna」では既存の製造法ではなく、自分たちの産土＝熊本から独自の服を産み出すためには、地元の手仕事を加える必要があった。土地の素材や、手仕事の職人たちを探し回り、対話を続けながら悟った。ビジネスや将来の継承だけでは手仕事の心は動かない。日本のモノづくりの本質は互いの創造する熱量にあった。裏地のパイピングからボタンホール、糸にまで「ubusuna」にはその熱量が細部にまで宿る。

熊本である必然性

着る度に発見のある服

在来生地との共創

因

因



IZO T X / カグヤマ

産土素材の再生と継続

明治維新以降、日本各地の「綿」「絹」「麻」の産土繊維素材は消滅していった。

熊本や九州でもかつては日常着の多くは土地の畑でとれた和綿の繊維から布を織り、土地の藍場（藍染工房）で服を染め、何世代に渡って大事に受け継ぎ、最後にボロボロの繊維だけになると和紙の紙漉きにまぜ、農作業などで最後まで使い切った。服が消費物にならないためには自分たちで繊維まで産み出すことが大切だが、現実は厳しい。それでも消えた土着の産土繊維の再生を目指す人たちもいる。

「ubusuna」を通してその取組みを少しでも支えていきたい。

絶滅の危機から再生してきた
「肥後の和綿」
絹はやがて、麻は遠い先、
それでもいつかは

産土

産土という言葉は日本にしかない。
それは産まれた場所と神様を表す古い言葉。
生誕の地、故郷、出生地、産地と呼ぶより「産土（うぶすな）」と呼ぶほうが、
なぜか新鮮な気持ちになる。
産土の言葉の響きには、縄文の時代から日本人の心に受け継がれてきた、
なにか土地と関わる美しいものが流れていて、
忘れ去られていく土地との絆と日本人の美の感性を
この言葉は歴史を超えて持ち続け、
流れ着いた種のように人の心に根を張る。

黒・白・燻銀

熊本は行政で決められた領域名だが、産土としてとらえると、そこは阿蘇の大噴火による火砕流が産み出した地形、水脈、生態系、気候が風土となり、人の歴史と文化、農業や工芸と密接につながった「共通する物語」を持った独自の土着領域の名だ。白川、黒川など水に纏る色、阿蘇の黒ボク土が産み出す農業、熊本城の壁と漆喰、燻銀瓦や石垣のグレー。そこから「黒・白・燻銀」の産土基調色が生まれた。

熊本

ルーツが同じ風土と物語から 独特の服を産み出す

熊本のプロフィール

- 面積：7,409.48km²
- 総人口：1,707,747人
(推計人口、2023年10月1日)
- 人口密度：230人/km²
- 県の木：クスノキ
- 県の花：リンドウ
- 県の鳥：ヒバリ
- 他のシンボル
- 県の魚：クルマエビ
- 県の歌：熊本県民の歌
- マスコット：くまモン

熊本産土領域

黒・白・燻銀

阿蘇カルデラでは約27万年前から、4度の大規模火砕流噴火があり、中でも約9万年前の「阿蘇-4」と呼ばれる大噴火は、九州の地形を変えるほど巨大だった。

「阿蘇-4」の火砕流が、現在の九州中央部の地形や、地下の火砕流岩盤による水系や地下水を形成。現在、久留米餅の染めにも、熊本水上村の藍染にも、その同じ水系の水が使われている。熊本から山鹿、筑後川水系の久留米、水俣や大分までに及ぶ土着領域には、工藝、農業、ラーメン、焼酎や酒などの独自の土着文化が生き残っている。



土が違えば文化も違う 異なる産土は滲み合う

今、日本の新しいカタチが見えてきた。東京や大都市、有名観光地の日本ではなく、多様な文化と個性を持った土地とその風土の連なりとしての日本。土が違えば文化も違う。その価値と魅力に世界も気づき始めている。私たちはその潮流を「産土」という言葉でとらえた。「産土」はひらたく言えば自分たちの住む「土地」のことだが、それは「県」などの行政名ではなくて、ルーツが同じ風土や物語を持つ土着領域のこと。私たちが言えば9万年前の阿蘇大噴火をルーツとし、そこから独自の農業やモノづくりが生まれている熊本のことだ。しかし熊本産土（厳密には熊本阿蘇産土）の領域には明確な境界はない。福岡などの産土と互いに滲み合っている。産土の服「ubusuna」ではその滲みも大切にしながら、熊本の産土素材と物語から服を産み出している。



阿蘇4大火砕流跡と水系に点在する産土トピック





産土の服を
土地にあるものから産み出したい
足元の熊本の土地、
ひと、手間を巡る

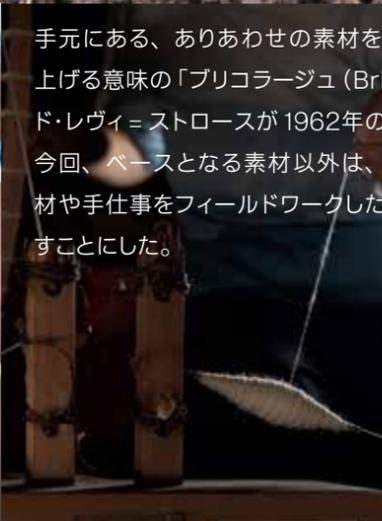


産土とブリコラージュ

手元にある、ありあわせの素材を使って直感的に、新しいモノを作り上げる意味の「ブリコラージュ (Bricolage)」は文化人類学者のクロード・レヴィ＝ストロースが1962年の『野生の思考』で取り上げた思考法。今回、ベースとなる素材以外は、熊本にわずかに点在する土着の素材や手仕事をフィールドワークした上で、対話しながら服づくりに活かすことにした。



UBUSUNA ON THE ROAD



和水町

bricolage Nagomimachi

産土との出会い



産土

産土の服の起点

「産土（うぶすな）」とは、本来、産まれた土地やその土地の神様を意味する言葉。花の香酒造は、産土の本質である「土着＝その地にしかないもの」を酒造りの哲学として位置付け、日本酒「産土 ubusuna」を産み出した。そのものづくりを支えるのは、その土地固有の伝統文化や感性の共有と自然との交歓だ。産土の服にも、この哲学は引き継がれている。

始まりは、
日本酒「産土」との
邂逅

花の香酒造 神田清隆

1902年（明治35年）創業の老舗酒造メーカー、花の香酒造の6代目蔵元。「土地の土着性と生物、風土、祈り」を軸に酒造りを深化させ、その哲学が結実した日本酒「産土 ubusuna」を2022年に発表。高い評価を受け、『九州観光まちづくり AWARD2023』で見事金賞を受賞した。

古荘本店 古荘貴敏

1877年（明治10年創業）の古荘本店は、衣料品販売店として創業。現在は「地域に根差した商社」として多角的に事業を展開している。そんな中、神田社長の産土哲学に感銘を受け、熊本から日本全国へ、そして世界へ発信する「産土の服」を構想。新たな時代へ向けに展望を描き始めている。



産土と哲学を初めて体現したのは、熊本県和水町に蔵を構える花の香酒造が米作りから手掛けた日本酒「産土 ubusuna」である。古荘本店社長・古荘貴敏は、花の香酒造・神田清隆社長との対話から「産土の服」を着想した。今、二人がその時の記憶を呼び起こす。



日本は産土の土地が繋がった国

古荘：産土の哲学について神田さんから聞いて衝撃的だったのは、ビジネスの世界はデジタル化とか効率化に行っているのに、あえて真逆のことをやっている。それが新たな価値になるということ。それまで、そんなことは思ってもみなかった。

神田：周りの企業人でも、こんなに力強く共感してくれたのは、古荘さんだけです。産土って結局何なのかと言うと、自然の恩恵を大切にするという思想なんです。世界は自然の恩恵で満ちているにも関わらず、工業化された技術というフィルターを通すと、全てが標準化されて恩恵が見えなくなってしまう。産土の話を初めてした時、古荘さんは「土に還る服」について話してくれたんですよね。日本古来の着物でも化学染料を使っているものは、土壌を汚染するから山には還せない。

古荘：昔は泥染めだったので、自然に還すことができたんです。泥染めのように失われてしまった技術がたくさんある。かけがえのない価値をもった文化なのに、現代には残っていない。でも、自然に負荷をかけない日本土着の技術を服作りに活かすことは、古荘本店だけではなく、アパレル業界全体を救う思想になるのではないかと思います。

神田：日本酒の世界では、酒造りを支える農業が失われようとしています。特に米農家は担い手不足が深刻です。だから、私は農家に光が当たるような日本酒を造りたい。日本酒を通してお米の価値を感じてもらえる、そんな酒蔵が目標です。

古荘：日本酒にとっての米農家と同じように失われようとしているのが、服作りにおける職人の手仕事ですね。職人が織って染めた生地、手で仕上げている縫製、一つ一つ丹念に作り上げたボタン—— そんな職人の仕事を一つの服にコーディネートしておしゃれに着られる服、それを「産土の服」として実現したいのです。それを着ることによって、熊本の土着の文化を、文字通り肌で感じてほしい。古荘本店が約150年間存続できたのは、それぞれの世代ごとにイノベーションを実現してきたからです。私の世代では、この「産土の服」がそのイノベーションにあたると思っています。そして、この試みは古荘本店の長い歴史においても最大のイノベーションになるはずですよ。

神田：産土は、決して熊本に限られたものではなく、全国のあらゆる土地に共通するもの。今後、日本は産土が繋がった国であるという新しい視座が広がるはずですよ。



産土の対話

神田清隆

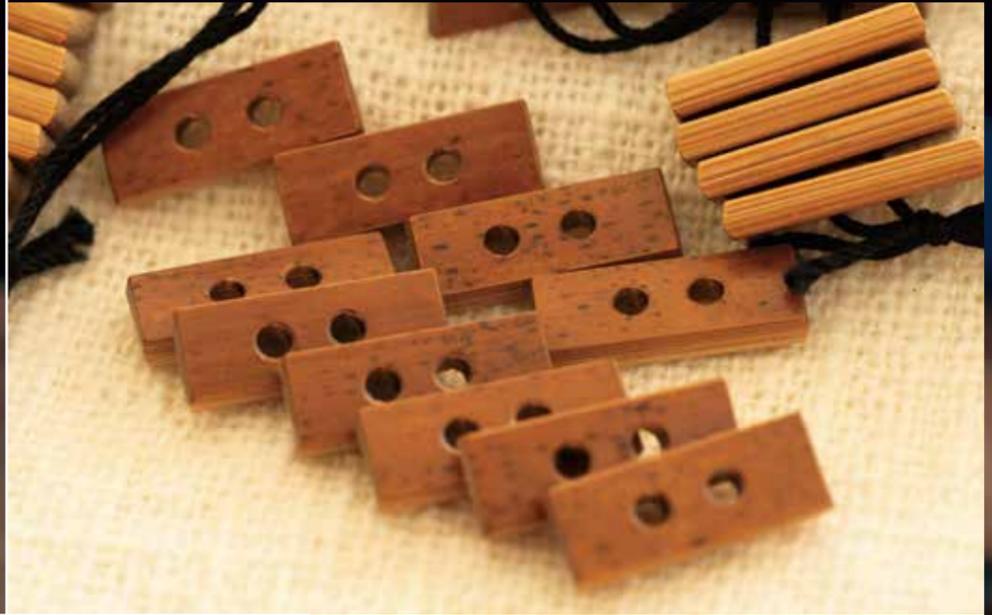
古荘貴敏



山鹿

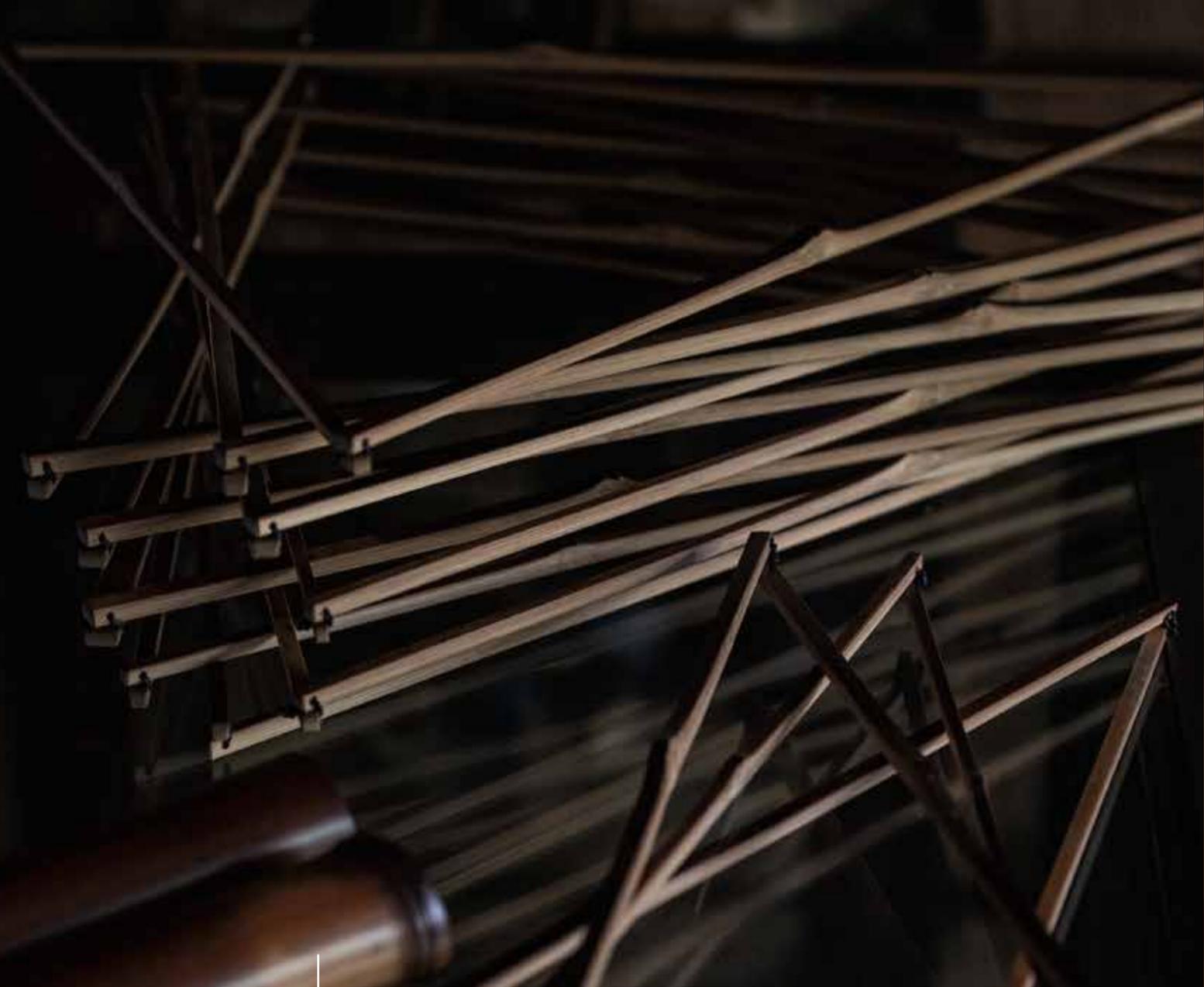
bricolage Yamagashi

煤竹のボタン



かつて祖父が畳屋を営んでいた古民家で、木部大資が日々向き合っているのは、50年から100年もの間、囲炉裏や竈の煙で燻されてきた煤竹だ。元は茅葺き屋根の骨組みとして使われてきたもの。「普通の竹とは違い、鉛色に染まった表面には、独特の艶があります。見た目が美しいのはもちろん、丈夫でカビが生えにくいのも特長です」と木部は煤竹の魅力を語る。

今回制作しているボタンは、かなり小さいものなので、竹そのものの個性は省かれてしまう。それでも、それぞれの竹の特性を見極め、ゆっくりと小刀で削っていく。やがて現れる繊細な表情は、機械では決して再現できない。



木部 大資 (きべ だいすけ)

17歳から竹細工を始める。自分が気に入る箸や耳かきがなかったので、自作するようになったのがきっかけだ。祖父が、趣味で竹を使って鳥籠などを作っていたので、竹細工自体は身近だった。本格的に竹細工の道に進んでからも師匠は持たず、工芸家や美術関係者との交流のなかで、自分のものづくりを模索してきた。

作るものは徐々に広がり、現在ではお茶道具も手がけている。制作の際にもっともこだわっているのは、道具の切れ味だ。しっかり切れる道具を使うと、出来上がった作品の美しさが格別だと木部は言う。



200年以上前の古民家で見つかった煤竹

煤竹のボタンは、ubusuna IZA prototype のシャツの襟元と両手首のカフスに使われている。木部大資氏が、煤竹を一つ一つ手作業で四角に切り出し削って、ボタンに仕立て上げた。使われている煤竹は、200年以上前、江戸時代に建てられた古民家で見つかったもの。その古民家は、2023年に国宝に指定された通潤橋から車で30分ほどの場所にあり、2022年からカフェとして営業している。



熊本県立装飾古墳館 提供

熊本井寺古墳の直弧文を再現

熊本県嘉島町にある井寺古墳に描かれている直弧文は、直線と帯状の弧線を複雑に組み合わせた文様だ。この意匠は、他の国には類型がなく、また、日本国内でも、6世紀後半以降は見られない。複雑な円弧の組み合わせに交差する直線、まるで男女の交わりのようなのではないか。産土の服では、それを「再生」と解釈した。産土の服には、他にも新たに解釈された直弧文の意匠が顔を出すのでご注目を。

ロールアップの愉しみ

シャツの袖口には、肥後木綿で作ったタブとリボンが取り付けられていて、袖を好きな長さに調整可能。

水俣

bricolage Minamata

浮浪雲工房



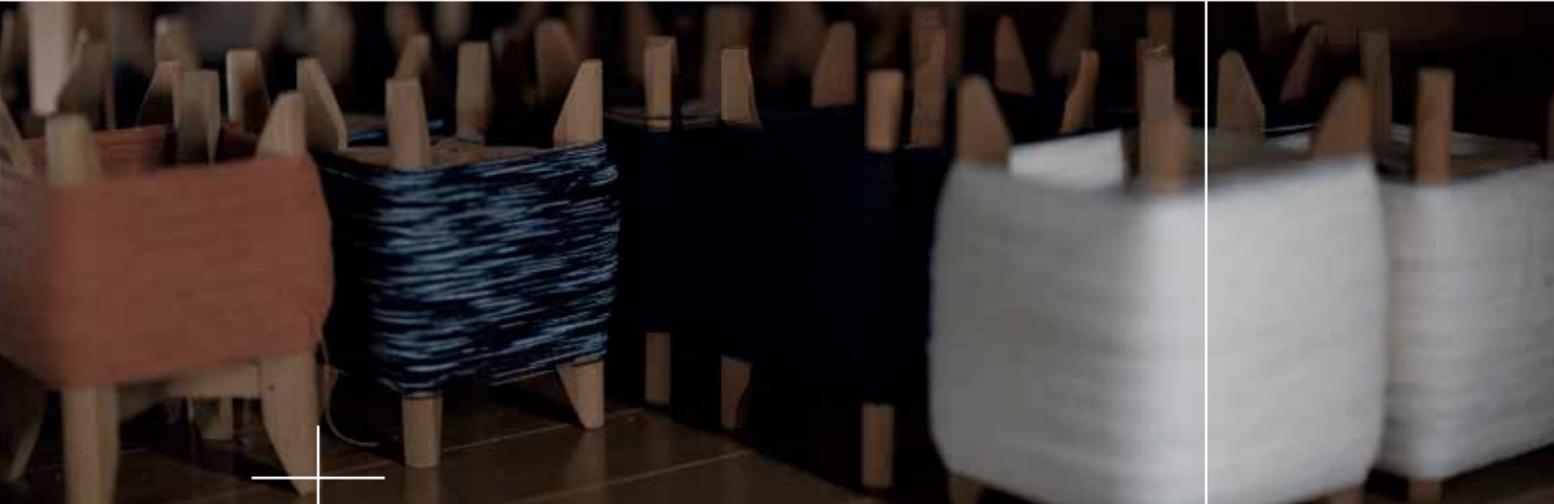
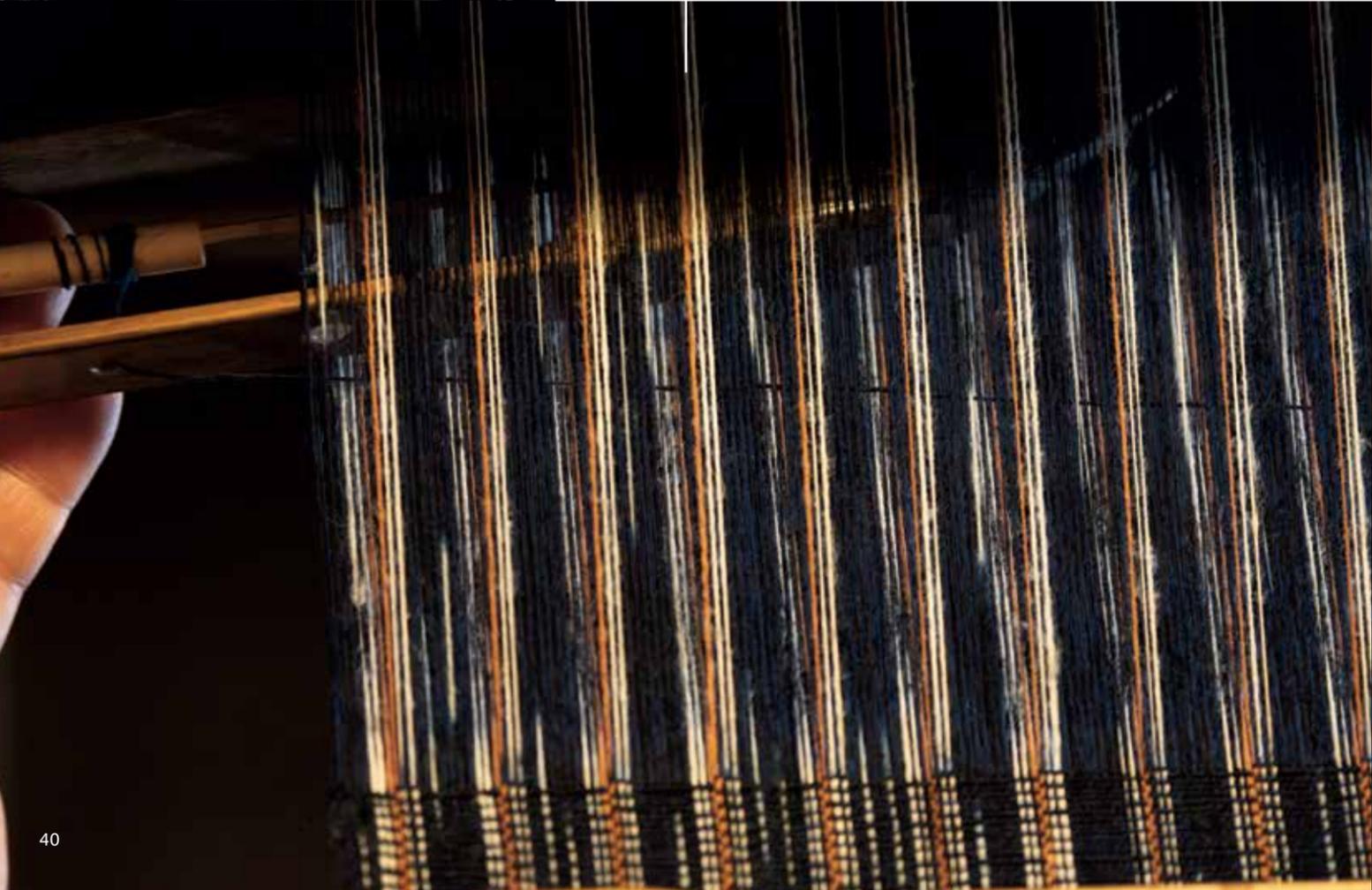
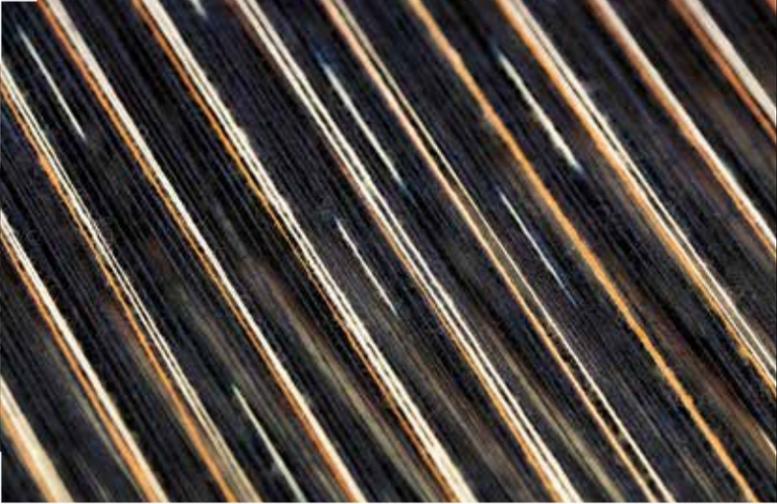
草木染めの手織り布と手漉き和紙を主に製造している水俣浮浪雲工房は、九州新幹線新水俣駅からクルマで10分ほどの、小高い丘の上に位置する。胎児性、幼児性水俣病患者に生きる糧を与えることを目的に、1982年に創設された自給自足型のフリースクール、水俣生活学校が原型だ。

「水俣病の子供達でもできる仕事を作るという一念で紙漉きを始めた」と話すのは代表の金刺潤平。かつて作家の水上勉氏に「良い材料から良い紙ができるのは当たり前。足元に転がっている雑草やゴミに魂を吹き込む仕事をしろ」と言われ、それを目指し試行錯誤を繰り返してきた。

潤平のパートナー、金刺宏子が機織りに出会ったのは、1992年に水俣生活学校が幕を下ろした直後だった。機織り機を譲り受けたのがきっかけだ。最初は機織りにピンと来ていなかったと言う。

「機織りは、美術大学に行ったような人がやるものだと思っていたけど、そうではなくて、昔は普通の人々が自分たちの着る物を織っていた。それなら私にもできると思ったんです」

貴重な和綿「伯州綿」の種を手に入れた宏子は、元来、畑の作業が好きだったこともあり、早速畑に種を蒔き綿を育てることに。その綿は、「肥後木綿」として産土の服で活かされることになる。



金刺 宏子 (かなざしひろと)

岡山県で生まれ、大阪府で育つ。庭の草取りが大好きな子供だった。

24歳のとき、自然の中で昔の人のように衣食住を賄うという水俣生活学校のコンセプトに共鳴し、水俣を訪れる。米や野菜を育て牛を飼うという自給自足の生活の中で、水俣の農家とも交流し、「生きる哲学」を学ぶ。機織りもその延長線上にあった。木綿、紙布に加え、現在は葛の手織りも始める。



肥後木綿織見本帖（熊本県立図書館所蔵）

ドレープを入れたり、アシンメトリーにしたり

産土の服は、標準的な服よりも袖や裾が長めになっている。だから、ドレープを入れて袖の長さを調整したり、襷掛けにして袖の位置を上げてみたり、好みに応じて色々な着こなしが可能だ。ベルトの締め方でも服の印象が変わるはず。

長く寄り添う工夫



肥後木綿 再生

全ての服のどこかに使われている、再生した肥後木綿

ubusuna IZA prototype の全ての服の一部には、再生した肥後木綿が使われている。それは、産土の服の「魂」。肥後木綿は2025年のコレクションでも使用予定だが、2024年とは異なる柄で再生されるので、今回の柄は最初で最後。





金刺 潤平 (かなざし じゅんぺい)

静岡県で生まれ、東京の大学を卒業すると同時に水俣へ。熊本で宮地和紙、福岡の八女和紙を学び、自らも紙漉きを始める。紙漉き以外にも、イグサの製紙原料繊維化技術に成功、立体紙の考案、無廃棄物イグサパルプの開発など、イノバイティブな才能を発揮。現在は、地面から生えてきたものから紙を作るスタイルを確立することを目標とし、更なる研鑽を積んでいる。



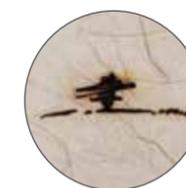
縄文時代に九州で食べられていたであろうドングリイチイガシで草木染め

イチイガシは、九州各地の山中でよく目にするブナ科の樹木だ。縄文時代の住居跡では、編み籠に入ったイチイガシが数千から数万個見つかる。アク抜きせずに食べられることも重宝された要因だろう。産土の服では、手紡ぎの服をイチイガシでチャコールに染め、刺繍やステッチに使用する。

イチイガシの草木染め



宮地手漉き和紙 技術伝承



道具を譲り受け、宮地手漉き和紙の技術を伝承

商品の下げ札に使っている和紙は、八代市で400年以上にわたって受け継がれてきた宮地手漉き和紙の道具を使って手漉きしたものだ。記されているメッセージにも、ぜひお目通しを。



水上村

bricolage Mizukamimura

熊本藍染 | nagomiya



花の香酒造のお酒「産土 ubusuna」が、藍甕にトクトクと注がれていく。日本酒は藍の栄養源となり、還元酵素を活性化させ発色を促す。ここは、熊本県水上村の山中にある藍染工房、organic 藍 farm nagomiya。運営しているのは、瓦川陽大、佳奈夫妻である。

使用しているタデ藍は、すべて陽大が無農薬無肥料で育てたもの。収穫された藍は、染作り、藍建という過程を経て染料となる。佳奈はそれを使って、洋服や小物などを顧客の注文に沿って染めていく。夫妻がこの村に移り住んだのは、子育てがしやすい環境を求めてのことだった。

自然に囲まれ水が綺麗な水上村は、子育てに理想的な場所に思えた。佳奈が当時を振り返る。

「引っ越した後にどうやって生きていくかを相談しました。ここから働きに出るのは難しい。この場所で暮らすには、自分達で仕事を作らなければならない。そう考えて藍を生業にしたんです」

その色合いや効能、発酵の仕組みなど、日本の藍の素晴らしさを学び、仕事にしようと決めたのはいいが、なにぶんわからないことばかり。藍の産地の徳島や藍染めが盛んな栃木に足を運んで教えを請うた。その甲斐があって、藍の収穫も安定し、染めもコンスタントに色が出るようになった。



水の質や天候、気温などに左右される藍染めは、風土に根差した仕事だ。

「うちは本当に発酵の力だけで染料を作っています。染（すくも）を液体にするのも発酵の力。だから、発酵の状態を日々見て感じていないと、今でも失敗してしまうことがある。突然色が出なくなったり、発酵が止まってしまうこともあるんです」と陽大は言う。

産土の服作りで、水俣浮浪雲工房の手紡ぎの糸を染めたことは彼らにとって大きな刺激になったようだ。「あれほどこだわって作られた糸を染めるのは光栄なこと」と二人は語ってくれた。





瓦川 佳奈（かわらがわ かな）

生まれ育ちは山形県。一時、タイのチェンマイで暮らす。アパレルブランドで働き、その際に草木染めを学んだ。

瓦川 陽大（かわらがわ あきひろ）

神奈川県生まれだが、両親は九州出身。藍の生産が盛んな徳島県にも8年住んでいたの、藍は身近なものだった。



明治の文献が教えてくれた肥後藍の存在

功あり

〔六十山藍やまゐり〕

夏時生葉を摘み白にて搗き搾り其液汁を瓶に入れ密封し貯ふ又肥後國にては葉を乾燥し籠に入れ流水に浸し黒色なる液汁の現出せざるを度とし之れを取り出し白にて搗き球形となし日に乾し貯へ置き其用に臨んで再び之れを搗碎き桶に入れ木灰汁を加て後濾過す又沖繩縣下諸島にては三月或は九月中に莖葉を刈取り桶に入れ雨水に浸し藍葛方登云ふを製す其方法は百益樽四斗に雨水七八分許り入れ其内に藍葉拾斤ほど浸し兩三日を経て粕を取り出し石灰四合五勺ほど入れ一時間程を経て其上汁を流し其の沈みたるを取るべし但し其は藍葉拾斤にて生葛一斤貳合五勺ほど生出するを通常とせり

〔効用〕沖繩諸島及び薩州大島等にては上布芭蕉布綿布等の染料とし頗る光澤あり

附言左に記する製法は即ちインゴの製造法にして未だ多く世に行はれざるものなり然れども若し能く此製法に倣ひ精製せば果して真き藍靛を得べし此頃藍靛建方の専賣特許を得たる竹内万次郎氏の説を據れば山藍に限らず總て藍草は此法を以て採集し製造するを便益あり

熊本にしかない藍はないものかと、色々調べていくと、一冊の文献に出会った。それが上の写真の『日本山林副産物製造編』だ。ここには、乾燥させた葉から藍玉を作って保存、それを使って染色していると記されている。これを復活できないかと瓦川夫妻に相談し、水上村の nagomiya で研究実験が開始された。

当時のままの道具を用いて再生に着手

『日本山林副産物製造編』の肥後藍についての記述には、「葉を乾燥させて籠に入れ水に浸す／藍から黒い水が出るのを目安に取り出す／臼でひいて球体にし天日干し／保存、染色に使用」とある。これらの作業を再現するために当時の道具を用意した。再生への研究実験は、瓦川夫妻によって、現在も続けられている。



あさぎり町

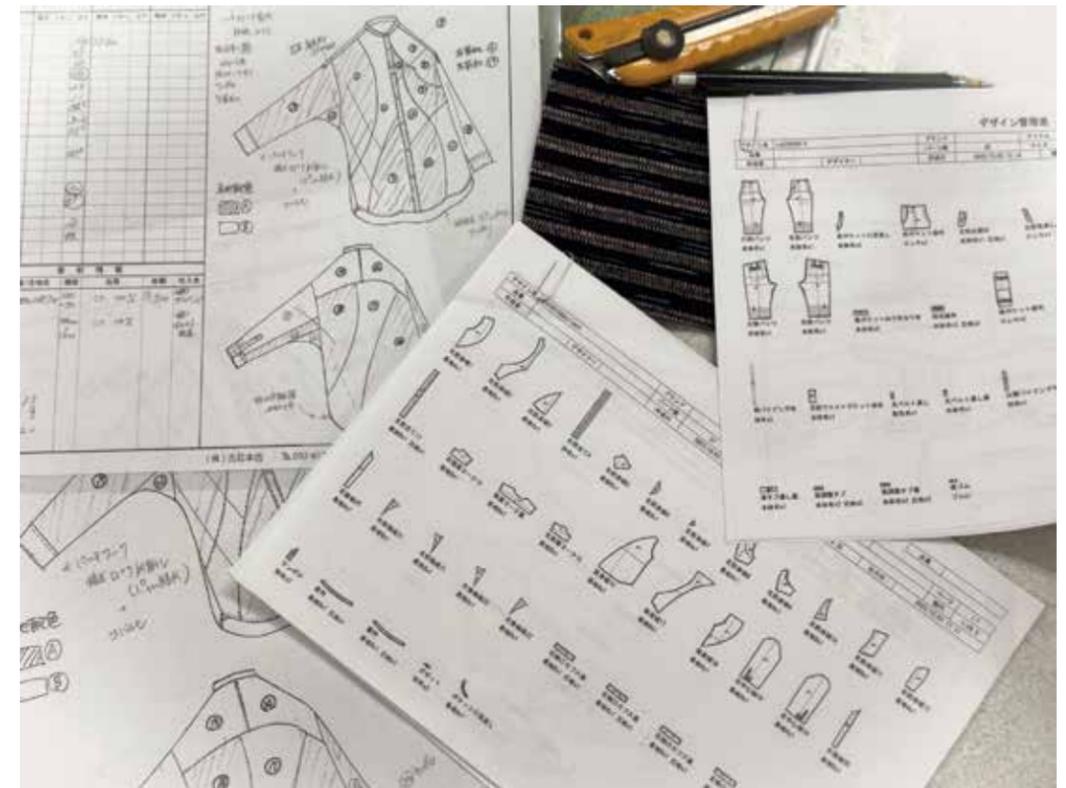
bricolage Asagiricho

田圃の中の縫製工場



熊本県あさぎり町は、宮崎県との県境に位置する長閑な町だ。町の南側には九州山地が連なっており、新緑や紅葉など、季節ごとに様々な表情を見せる。

実は、産土の服の縫製は、この町の田園地域に建つ工場が担っている。一般には知られていないが、その縫製技術は、国内でも指折りのクオリティを誇り、顧客には誰もが知るハイブランドも名を連ねている。産土の服においても、その高い技術力は遺憾なく発揮され、「着る人に長く愛してもらえる服」という産土の服の思想を形にすることに貢献してくれた。



熊本及び九州、日本の縫製職人の仕事です



丁寧な縫製



縫製職人の卓越した技術が産土素材をさらに輝かせる

産土の服は、熊本で生まれ、育まれた素材を今後も採用する。天草檜や小国杉の木糸、養蚕から手掛ける山鹿のシルクなど。そんな、個性豊かな素材に合わせ、縫製職人はどのような技を見せてくれるのだろうか。



お直しも工場で行うのでハイクオリティを維持

デザインは気に入ったが、サイズを調整したいという場合に備え、産土の服は、お直しのサービスも用意する。作業は卓越した縫製技術をもつ専用工場で行うため、仕上がりのクオリティの高さは保証付きだ。



縫製にこだわったからこそ実現した、長く着られる服

産土の服の縫製は、糸や針の素材の選定からパイピングの処理まで、細部に心を配っている。たとえば、ボタンホールはデルコップ・アドラー社のミシンを使用して縫うので、仕上がりが美しく、形が長持ちする。

ペルソナ higaki

このマガジンでモデルが付けている面は、福岡市在住の能面師、藤村都寿が手掛けた。ジェンダーも年齢も超越した能面は、産土の服のコンセプトにも通ずる。

通常能面は、室町時代、安土桃山時代から伝承されてきた銘品の型紙に合わせて造形される。そのため、能面師の個性が求められることはない。しかし、今回、藤村は型に囚われず面を掘り出していった。自由な創作を楽しんだ反面、「産土の服に合う能面は、果たしてこれでいいのか」という迷いも浮かんだという。

そして、出来上がった面は、200種以上あるという能面の伝統的な型では表現できない、穏やかで安らかな表情を浮かべている。藤村が作る能面は、この仕事を経たことによって、これからどのように変わっていくのだろうか。

藤村 都寿（ふじむらくにとし）

福岡県浮羽生まれ。絵を描く傍ら、額縁を作る仕事に就く。ヨーロッパに長期滞在した際、美術館を巡りイタリアの彫刻に衝撃を受け、立体の造形に目覚める。帰国後、働いていた額縁店の隣に、後に師匠となる能面師がアトリエを構えたことをきっかけに、能面師の道へ。

熊本産土の巡りから見てきたもの

失われていく過程にあったのは

土地の手仕事に関わる人や技術だけでなく

私たち自身の手仕事への価値観や感性そのもの

混沌とした現代の時代を原木に

土地でつながる日本の新しいモノづくりの姿を

日本の美と共に彫り起としていきたい

その願いを込めて、巡りの終わりに面を打った

肥後を舞台に描かれた幽玄な世界

モデル写真に能面を採用したのは、能の「三老女」の一つに数えられる「檜垣」が、熊本を舞台にしていることに由来する。この演目は、肥後国岩戸の僧侶が出会った老婆は、『後撰和歌集』にも歌が載った遊女の亡霊だったという物語だ。かつての華やかな姿が、見る影もなく老い衰えてしまった悲しみが迫ってくる、世阿弥の傑作だ。

ubusuna magazine 発刊に寄せて

2022年冬、産土の服は、私たちの産土となる熊本の素材と技術から服のブランドを産み出すプロジェクトとして始まった。ブランド名を「ubusuna」にして走り出したが、すぐにそれが簡単ではない現実にはぶつかった。深い山に分け入るように数少ない土地の産土素材や、手仕事の職人たちを探し回り、古資料のあるライブラリを訪ね歩いた。

色々考え、試作するうちに素朴なテーマが見えてきた。日本人の素直な美意識を体現した「日本の服」がない。洋服でも和服でもなく、長く愛し着続けることのできる日本の服。

産土と日本人の美意識へのオマージュをテーマに、熊本の伝統織物や産土素材をブリコラージュ（手元の素材を感覚的に組み合わせる）して従来の工程で製造していけば、服と同時に手仕事の継承サイクルも産みだせるかもしれない。しかし製造工程発想では何も解決しなかった。

農家の主婦のミシンが日本のファッションの品質を縫い、水俣病支援で他県から訪れた若者は40年後、夫婦で和綿を育て機織りをしている。藍染に青く染まった若い母の手は野菜を育て、山奥で子供たちを育てている。生き方とつながった手仕事と気持ちを合わせるために大切なのは、ビジネスや管理ではなく、互いの熱量だった。土地と服への愛情がもたらす創造の熱量。

2023年春、私たちは服のデザインを自分たちで始めた。

「ubusuna」のオープニングコレクションとなる「ubusuna IZA prototype 2024」は「産土の服」プロジェクトの“未完の始まり”です。

この本を通して私たちが感じている産土の世界観と、服への愛情から産まれたスタイルと着心地、工夫とこだわりを、終わることのない探求を少しでも感じていただければ幸いです。

もし服のことや、私たちの取り組みが気に入ったら、オフィシャルサイト ubusuna-fuku.jp、熊本のubusuna ショップへ、ぜひお立ち寄りください。

Furushohonten | UBUSUNA LaB スタッフ一同 2024年1月1日

u b u s u n a

IZ A

prototype
2024





shop ubusuna | 熊本



FURUSHO
HONTEN
BRAND
GALLERY

ubusuna オフィシャルショップへお立ち寄りください

「ubusuna」オフィシャルショップ「shop ubusuna | 熊本」が 2024年1月に熊本市にオープンいたしました。オープニングコレクションではファーストラインとなる「ubusuna IZA prototype 2024」を展開。「不易流行」をコンセプトとし、産土の本質となる不変の熊本の文化に、新しい変化を重ねていくギャラリー型のショップとして、浮遊性と土着性を心地よく感じながらショッピングができる「日本の服」に似合うミニマルな空間となっています。

ショップが位置する場所は熊本城の城下町エリア古川町。珈琲回廊や古い町家が点在する唐人町通り沿いにあり、すぐ近くを市電が通っています。通り側のロゴ、古荘本店の旧社屋に使われていた家紋瓦、伝統的な左官による手仕事「版築（はんちく）」仕上げの壁が目印となります。

今後はマイペースに発表するラインコレクションの展開、オンラインショップ開設をはじめ、産土をコンセプトとした様々な新商品の開発と販売を行う古荘本店ブランドギャラリーともリンクした多彩な「産土＝熊本」の愉しさを提供していきます。近くを探訪される機会があれば、ぜひ、お立ち寄りください。

shop ubusuna | 熊本

熊本市中央区古川町 27-2 UBUSUNA ビル 2F（古荘本店向かい）

TEL 096 288 4954

営業時間：オフィシャルサイトでご確認ください

（詳しくはお問い合わせください）

来店予約：Contact ページからご予約ください

*来店ご希望の方は事前にご予約ください

オンラインショップ サイト内からアクセス（2024年5月公開予定）



車：熊本インターから熊本城方面 30分 電停：河原町



1940年代 フィリピンにて

古荘本店

Furushohonten Inc.



1877年創業、歴史にとどまらず原点を深化する

古荘本店は1877年（明治10年）創業。創業者の古荘健二が、西南戦争で荒廃した熊本で衣服に困窮する市民に古着を供給したことを創業の原点とする会社です。今回、私たち古荘本店がデザインだけでなくモノづくりからの服のブランド化に踏み切ったのは「長く愛せる日本の服」づくりに、日本のファッション品質を支えてきた地方の縫製工場や、手仕事の職人技術が欠かせないにも関わらず、熊本や九州でもその多くが高齢化などで途絶えようとしている現状があるからです。「ubusuna」事業化を通して、手仕事や素材の生産に関わる多くの人たちに未来への希望を感じていただくことも大切なミッションとしてとらえています。

「ubusuna」はデザインも含め社内リソースを中心に、新設したラボ、土地素材・技術連携によるプロジェクトベースで行っています。著名なデザイナーに頼らず、自分たちの力だけで服づくりを行うことは無鉄砲な挑戦です。素材も100%を熊本産にすることは現状ではできません。その代わり、丁寧な手仕事と服への愛情が詰まった魅力あふれる「日本の服」を誕生させることができました。

私たちはこのプロジェクトを機会に、歴史にとどまらない原点深化を今後も進めてまいります。

株式会社 古荘本店

本 社 〒860-8608 熊本市中央区古川町13 TEL 096 355 3311

福岡支店 〒813-0034 福岡市東区多の津1-7-4 TEL 092 612 6010

ubusuna 〒860-8608 熊本市中央区古川町27-2 UBUSUNAビル2F TEL 096 288 4954



u b u s u n a

SUSA

prototype
2024

SUSAは日本の美意識を纏ったエレガントなフォーマルラインであるIZAのニュアンスを継承した、気軽さのあるカジュアルなライン。
個性的な普段着としての着こなしをベースに、日本の文様アレンジ、土着のジビエレザーやシルクなども素材としてコレクションを展開。2024年春以降に発表予定。

unari

「unari」は熊本と全国の産土素材、カルチャーとのコラボから発想した、生活を楽しむライフウェアコレクション。再生繊維を使ったワンマイルウェアや普段着、Tシャツ、雑貨、プレミアムな土産品などを発売予定。「unari」の名称は阿蘇地方の祭りで見ることができる、神秘的な女性たちへのオマージュとして名付けたもの。

ubusuna magazine Vol.1 credit

出版元 株式会社古荘本店

エグゼクティブプロデューサー 古荘貴敏

プロデューサー 松岡友輝 プロダクションマネージャー 河北守 デザイナー 縄田和信

有限会社マーズ

ブランド&クリエイティブディレクター/フォトグラファー 重藤賢一

コンセプト 森田幹彦 ライター 長谷川和芳/森田幹彦 デザイン 新田みのる/西政文/土井貴一郎/新田てつろう

モデル

石井美帆 瑠璃 財津風菜 西政文 古荘貴敏

協力

浮浪雲工房 木部大資 nagomiya 木の葉猿蓑元 住岡郷土玩具製作所
花の香酒造株式会社 肥後の里山ギャラリー 江口誠 木崎康弘 藤村都寿
株式会社オカモト商店 株式会社ケイ・エム・クロージング 有限会社共立衣料 株式会社リゲル

ショップスタッフ、販売パートナーに興味のある方へ
サイト内の問い合わせからご連絡ください

