布を創る ⑫

自社技術開発でデニムの一貫生産に成功するカイハラ(株)

平井 東 幸

ジーンズというとりーバイス、エドウィン、ラングラー、ボブソン、ビッグジョン、リーなどのメーカーが人口に膾炙(かいしゃ)している。ところが、ジーンズの生地デニムのメーカーを知っている人は業界の専門家以外は少ないのではないだろうか。

今回、紹介するカイハラ株式会社は知る人ぞ知るデニムの一貫メーカーである。わが国のデニムの生産の実に約45%は同社で占めている。本社は広島県東部の新市町にあり、明治に創業した機屋であった。備後産地は、江戸時代から絹木綿や緋など伝統的な綿織物産地として全国にその名を知られていたが、ここ数十年はわが国屈指のデニムの染色と生産の一大産地として著名である。その中心にあるのが同社である。

カイハラの製品は、品質や納期を初めその非価格競争力は国の内外から高く評価されている。円高下でも(最近は大分円安に転じているが)欧米・アジア向けに輸出が安定的に継続している事実が、その何よりの証左である。

世界的なデニムの一貫生産企業

この企業・カイハラ(株)の前身は明治26年創業の貝原織布であり、そのユニークさは「ロープ染色機」(右の写真)を独自で開発したことに象徴されている。また、歴史を有する紡績企業がその事業を縮小するなかで、同社は平成3年には自家紡績をもつまでに至り、現在、デニム生地生産では冒頭に触れたようにわが国の45%、とくに、デニム用の染色ではこれを超えるシェアを有する世界でも上位10社にランクされるデニム生地一貫メーカーであり、世界の有力ジーンズメーカーに納入している。

昭和47年にはデニムの輸出も開始、かつては70%であ

自社開発のロープ染色機

った輸出比率は現在35%に低下しているものの、この輸出競争力こそは同社製品のクオリティを立証している。「1ドル100円でも採算のとれる体制になっている」(貝原会長)。

ところで、同社は昭和45年に米国などの事例を参考に藍染連続染色機を独自に開発したが、これがロープ染色機の原型である。ロープ染色とは、デニムの縦糸の藍染めのことで、約20mのロール間に糸をかけ、染色しては空気にあてて酸化・還元し、これを10数回繰り返す染色方法。糸を束ねてロープ状にして染色することでこの名称がある。ポイントは糸の芯までは染まらず、これが製

Textile Creation
TOUKOU HIRAI

岐阜経済大学・経営学部、教授。

著者は、日本化学繊維協会調査部長などを歴任され93年より現職。繊維産地と産地企業の調査を精力的に行われ、著書に「繊維業界」(教育社)等がある。

本稿では、「産業の空洞化」に抗して、日本のクリエイターたちの“布を創る”努力と業績を紹介していただいた。

品化した後デニム生地の場合の独特の効果を発揮する。ローブ染色機は全長100mにも及ぶ工程を連続した機械であり、全国に22基が設置されているが、うち、8基はカイハラが所有・操業している。なお、ローブ染色については、芯まで染まらないように、ローブ状にした糸の束のテンションのかけ方や染料の調製、染浴の調整などに独自のノウハウがあるといわれている。

同社の歴史を振り返ると、明治大正期は産地特産品の普段着用の絣専業であったが、戦後の昭和20年代には自動藍染め機を開発、30年代初頭には広幅絣の自動織機化をいち早く進め、それをベースにサロン(中東の民族衣装である腰布の1種)輸出で企業の業容を一挙に拡大、経営基盤を強固にした経緯がある。好調の中東アフリカ向け輸出がストップ、しかし、これを契機に45年にデニムに転換、今日に至っている。

伝統的な藍染めの技術ノウハウをベースに、「小幅絣→広幅絣→サロン→デニム」への事業展開は、機械設備の自社開発と自社製作方針、積極的な設備投資(過去26年間で290億円)、大手紡績(ユニチカ)や総合商社(丸紅、伊藤忠商事など)とのネットワークとともに成功の鍵になっている。備後産地ではもとより、わが国のデニムは同社抜きでは考えられない程の優れた技術力を有する優良企業である。なお、デニムの生産シェアは昭和51年当時は80%であったが、日清紡績、クラブウなどの進出もあって現在は低下している

同社の業容…設備投資は年10億円

このように特異なテキスタイル企業であるカイハラ㈱の現在の業容はどうであろうか。まず、資本金は5000万円(グループとしては1億5100万円)、昭和37年にニチボーウール絣の製造開始を契機にニチボー(現在のユニチカが30%所有)の資本参加を得て、今日に至っている。年商はおよそ120億円(グループとして220億円)、従業員は約400名(同じく約550人)の中堅企業である。自社工場が6工場、関連会社は3社、協力工場が2工場、投資額は年間平均10億円で、ほぼ毎年コンスタントに投資をしてきている。従業員1人あたり年間約5000万円に相当する。この点こそがモノ作りと技術を基盤とすべきメーカーとして肝心なところである。また、自前で営業活動することを基本にしているが、原料の綿花の輸入も同様である。産地企業は営業を商社任せにするとところが一般的だが、同社はそうはしていないという。

また、綿糸を年間約1万5000トン消費するが、うち8700トンは自家紡績(オープンエンド1008錠およびリング8064錠)である。織機は自社工場で392台(内訳は、スルザー278台、レビア22台、エアジェット8台、シャトル84台)、そ

れにローブ染色機8基などが主要設備である。生産能力は月産約250万メートルと世界有数である。

需要の変化に即応する体制

ところで、ジーンズは性別、人種を問わず着用が可能なのが他のアパレルと違って大きなメリットであり、基本的な衣料素材としてグローバルに定着しているだけに、その需要には根強いものがある。それでも流行があり、近年のカラーデニム、ソフトデニム(テンセルなど綿以外の素材を使用)、そして最近では復古調のヴィンテージデニムの流行などファッションは絶えず変遷している。

同社はこうした需要動向とファッションの変遷にいち早く、——否、むしろそれを先取りして製品開発を進めてきている点が他の多くの一般的な企業とは異なる点である。因みに、「一口にデニムといっても、生産品種は約300種、そして毎年約30種の新製品を開発、上市している」(内田営業副部長)。すなわち、商品開発力、企画力、提案力があることだ。さらに、同社の強みとしては、先に触れたように自社で営業力を備えていることであり、以上の2点は産地企業には従来極めて珍しい点である。そして上述のように技術重視の経営方針とが相俟って今日のカイハラ㈱をあらしめている。

最近では下火になっているが、数年前までアパレル市場を風靡(ふうび)したテンセルは、世界最古のレーヨンメーカーの英国コートルズ社の開発した溶剤紡糸式レーヨン(セルロース繊維)であるが、その加工は当時新型素材であっただけに難しく高度の技術を要した。これをデニムに使用したのもわが国では同社だが、その背景には蓄積された技術力があつたことは言うまでもない。

終りに、同社では最近、工場内に貝原歴史資料館をオープンした。明治の創業以来の藍染め関係の貴重な機器が、同社が開発をしたものを中心に展示されているほか、絣の見本も整理展示されている。話がいきさかそれらが産業考古学の観点からしても、こうした遺産は最早同社1社のものではなく広く社会全体の遺産としての価値があるものである。企業がその社会的責任の一つとしてこうした産業遺産を保存することは大いに評価すべきことである。

(カイハラ株式会社；広島県芦品郡新市町常1450
電話：0847-57-8111、FAX：0847-57-8811)

＜資料提供＞

カイハラ株式会社
広島県織物工業連合会

＜参考文献＞

貝原定治『苦しいときの“紙”だのみ』(ビジュアルメッセージ社、1990年8月)