

洗っても変質しにくい

洗えるシルク「SHIDORI」で作った男性用のインナーTシャツ。エレグランスが2017年3月から発売。洗えるのみならず、シルク本来の吸水性や放湿性、防臭効果を生かした100%シルクの商品だ。



山嘉精練 絹糸の精練・染色

洗濯機で洗えるシルクで飛躍

つるつるした光沢、高級品——。従来のシルクのイメージを抜本的に変える製品を開発した。天然素材の優れた機能を損なわず「洗濯機で洗える」シルクが、国内外から高い評価を得る。

京 都市の嵯峨嵐山から桂川に沿って電車ですらに西へ進むこと15分。亀岡市千代川町に絹糸(シルク)の染色や加工を専門とする山嘉(さんか)精練がある。豊富な水資源に恵まれた千代川町の地で創業したのは1970年。先祖は京都御所の中で天皇陛下などが使用する織物を製作していた御寮織物司(ごりょうおりものつかさ)だったという。企業としての歴史は50年に満たないが、絹を扱い始めた起源は1555年にまで遡る。

古くは着物、現代ではネクタイやウェディングドレスなどに使用されるシルク。高級品のイメージが強く、最近では生活習慣の変化に伴い需要は低迷する。着物市場は1981年の1兆8000億円程度から2015年には3000億円規模に減少。ネクタイもクールビズなどのカジュアル化で市場が縮む。高価で日常生活で扱いにくいシルクは次第に敬遠されるようになってきた。

さらに、中国製の安価なシルクが市場を席卷したことで、国内の蚕農場や

製糸場は軒並み事業撤退を余儀なくされている。

シルクは天然の機能性素材

そんな中で「シルクの技術を日本に残すことが私の使命だ」と山内伸介社長は強調する。シルクの世界に革新を起こして新市場を開拓しようとする。

絹糸は、フィブロインとセリシンという2種類のタンパク質からなる天然素材。フィブロインをセリシンが覆うような二重構造になっている。まゆか

DATA

山嘉精練
1970年設立

本 社 京都府亀岡市千代川町
千原千原ヶ前1
資 本 金 1000万円
社 長 山内伸介
売 上 高 非公開
従 業 員 数 20人
事 業 内 容 絹糸全般の精練・染色と各種加工

ら紡ぎ出した絹糸から、セリシンというタンパク質を除去して手触りや堅牢度などを調整する。この精練と呼ばれる作業に山嘉精練は高度なノウハウを持つ。糸をさらす湯の温度や時間を調整し、タンパク質を変化させる科学的な作業で、高い機能性と扱いやすさを両立させたシルクに加工する。

この精練作業を細かく調整することで生み出したのが洗濯機で洗えるシルク「SHIDORI(シドリ)」だ。一般的なシルクは、水や衝撃に弱い。洗濯をすると色落ちしたように見えるのは、シルクに傷がつくから。乾燥した肌を爪でひっかくと白くなるのと同じ現象だ。ぬらしたり乾燥させたりを繰り返すと、生地自体が堅くなることもシルクが水洗いには適さない理由だ。山嘉精練はこうした課題を加工技術で解決することで、洗えるシルクを生み出した。

シルクの表面に樹脂コーティングや撥水加工を施して「洗える」とうたっている製品はほかにある。だが、「それでは、シルクの良さが半減する」(山内社長)という。天然素材ならではの優れた機能が低下するからだ。絹糸は綿糸の1.3~1.5倍の吸水性と、1.5倍の放湿性を持つとされる。

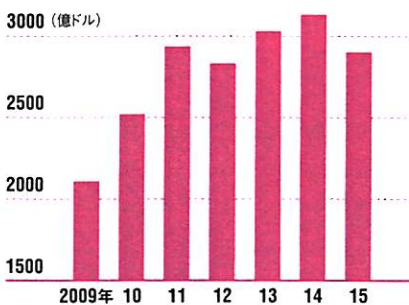
微生物の繁殖を抑制する抗菌効果や消臭や防臭効果も期待できる。タンパク質のフィブロインは、人体とほぼ同じアミノ酸組成も持つことから、肌にも優しいとされる。こうしたシルクの



「シルクを肌着用に『再発明』しようと思った」と語る山内伸介社長

繊維の世界市場は拡大している

● 世界の繊維輸出額の推移



出所:世界貿易機関(WTO)

長所は、表面をコーティングしたシルクでは十分に発揮できない。

シルク本来の機能性を生かせる加工技術で、新たな需要を喚起できる製品を実現させたい——。そう考えた山内社長が行き着いたのが「肌着」という発想だった。従来、シルクといえば、着物やドレス、スーツ、ネクタイなどが代表的な製品で、直接、肌に着けるシルク製品は限られていた。しかしシルクの機能性を十分感じることができるのは、肌に一番近い衣料であるはずだ。そこで「シルクを肌着用に『再発明』しようと考えた」(山内社長)。

山嘉精練の洗えるシルクを採用した製品は既に発売されている。例えば、アパレルの新興企業、エレグランス(東京都港区)が販売する子供向け肌着。「子供には本当に良いものを着せたいという母親に支持され、販売を大きく伸ばしている」(エレグランスの加藤なぎさ

社長)。柔らかく、肌触りがよい質感と、シルクならではの機能性が顧客に支持されているという。同社は今年3月から男性用のインナーTシャツも発売。夏には女性用肌着も発売する予定だ。

シドリに注目するのは新興企業にとどまらない。三越伊勢丹ホールディングスは、シドリを素材に使ったスカーフやカーディガンを同社の独自商品として発売している。

安さよりブランドを追求

シドリの評判は、海を越えて海外にも届いている。最近では欧州の老舗高級ブランドからも引き合いがあるという。亀岡市の工場には海外からの見学も絶えない。「工賃を安くするのではなく、高い加工技術を生かす道を選んだことが認められてきた」(山内社長)

メーカー側の注文に合わせて素材を提供する事業モデルを、自社で開発した技術をブランド化して提案し、最終生産にも関与するモデルに進化させた。もちろん衣料品としての価格は安くない。例えば、エレグランスの男性用のインナーTシャツは1万6000円程度。需要が高まればより安くはなるが、現状は「一般的な肌着」としては高価であることが否めない。

ただ、山内社長は「それでいい」という。安売りするつもりはないからだ。「まずは生地や糸で、世界のトップクラスに認められることが重要。それによって磨かれたブランド力が、その後リーズナブルに提供できるようになったときに生きる」(山内社長)と意気込む。

海外の老舗ブランドのみならず、国内でもホテル事業や航空産業、病院などからの引き合いも少なくない。斜陽産業と呼ばれつつある国内アパレル業界において、川上企業が世界に羽ばたく日は近い。(染原 睦美) NB