

七十七ニュービジネス助成金受賞

第16回(平成25年度)

企業  
インタビュー

Interview

## 有限会社 オйкаワデニム

代表取締役社長 及川 秀子 氏



### 会社概要

住所：気仙沼市本吉町蔵内83-1

設立：昭和56年

出資金：5百万円

事業内容：デニム衣類企画・製造・販売

従業員数：23名

電話：0226 (42) 3911

URL：—

## 地域の資源である「カジキマグロの角(吻)を活用し生地を作る」という水産業の6次産業化モデルを実践

今回は「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業の中から、有限会社オйкаワデニムを訪ねました。当社はオリジナルブランドである「STUDIO ZERO」や、世界的ジーンズブランドのOEM（納入先商標による受託製造）でデニム製品を製造・販売し、国内外において高い評価を得ている。元々、当社はデニム製造において強度の強い麻糸による世界唯一の加工縫製技術を保持し、さらに一般衣料には無い製品保証システムをサービスに採用する等独創性のある事業を展開してきた。東日本大震災後、気仙沼の地域資源の有効活用を目指し、繊維業界初の「カジキマグロの角(吻)から作る生地」の開発と事業化を目指している。当社の及川社長に、今日に至るまでの経緯や事業内容についてお伺いしました。

### ——七十七ニュービジネス助成金を受賞されたご感想をお願いします。

大変素晴らしい賞をいただけて嬉しく思っています。震災後、新しい未来に向けたチャレンジが必要だと考え、カジキマグロの角(吻)を活用した新事業に取り組んでいたところ、今回の公募を知り申込みをさせていただきました。当社が受賞できるとは思っていませんでしたので、新事業への大きな後押しとなりました。

助成金は角(吻)の開発費用に使用させていただき、予定よりも早く開発を進めることができました。

### ——経営理念について教えてください。

当社は社訓として「丹精・地産・地消・まごころこめて」を掲げています。「地産」=日本、「地消」=世界と考え、日本で生産したものを世界に発信させていきたいという思いが込められています。「丹精」「まごころこめて」とは震災後に付け加えたも

のであります。震災以降、従業員1人ひとりのデニム製品やその先にいるお客様への思いはより深いものとなりました。誠心誠意を込めた高品質の商品をお届けすることで、震災時に手を差し伸べてくれた世界中の皆さんに恩返しができればと思います。

## 呉服からデニムへの転換

——会社設立から今日に至るまでの経緯についてお聞かせください。

以前は呉服屋を営んでいました。当時は娘が嫁入りするときに親が着物を揃えてくれていましたので着物の需要がありましたが、時代の流れとともに、既製服が市場へ進出してきたため着物を着る機会は減少の一途を辿りました。そのようなとき問屋さんに「この辺りにデニム工場はほとんどないみたいなので、及川さんがやってみたらどうですか。」と話をされ、これからはデニムが流行ると目を付けた夫が昭和56年にデニムの縫製会社を起業したのがオйкаワデニムになります。当時、気仙沼にデニムを扱う工場は1件しかありませんでした。知識も道具もない中で、近所の主婦の方々等8名にお手伝いいただき、主にOEMでデニム製品を製造・販売してきました。

## 2度の危機を乗り越えて

——これまでの事業について教えてください。

創業して約35年になりますが、これまでに2度の危機が訪れました。1度目は夫の死です。平成3年のバブル崩壊時に夫が病気のため48歳の若さで他

界しました。当時は、小さな息子が3人いましたので、商売をやめて実家に戻ることも考えましたが、気仙沼とともに働く会社の仲間や近隣に住む方々に支えられて苦境を乗り越えることができました。

2度目は、平成9年にデニム業界に押し寄せていたグローバル化の波が当社に及んだときです。OEM供給先の企業が人件費の安い海外に生産拠点を移転させたことにより、仕事の依頼をいただけなくなりました。このときに下請けの仕事だけでは今後も経済の波に流されると思い下請けの脱却を決意しました。

そこで仕事がない状態が続いたあるとき、「作った製品は自分のものにしてよいので、自分の好きなものを作ってみなさい。ただし、全工程をすべて自分一人で行うこと。」という条件で従業員に指示を出しました。それまで従業員は自分が担当する工程しか知りませんでしたので、デニム製造の全工程を知ることによって面白い縫い方等のアイデアが沢山出てきて、裁縫の技術の幅も格段に広がりました。それを毎日繰り返し、創意工夫を重ねてできあがった商品を次男に持たせて営業をさせることにしました。

それだけでは従業員を養っていけないので、当社の津山と本吉にある工場へ25名ずつ従業員を派遣して、防衛庁の服の裁縫作業を引き受けることにしました。服は丈夫に裁縫するために、多くの作業工程や技術を要しました。しかし、そのときの経験が活きて、デニム業界で初めてミシンを通すのが困難とされていた強度の強い麻糸をデニムの縫製に用いることに成功し、耐久性に優れたデニム製品を縫製

する技術を習得しました。震災時に当社の製品倉庫が津波にのまれ5,000本のジーンズが流されましたが、瓦礫の中から見つかった麻糸で裁縫した当社のジーンズは一本も糸のほつれがありませんでした。

そんな辛抱の日々を続けるうちに営業の効果もありOEMの仕事が増え



本社・工場



瓦礫の中から発見された  
「STUDIO ZERO」のジーンズ

始めました。しかし、OEMだけでは経営基盤は安定しませんし、従業員とともに考えたアイデアや習得した技術を活かすこともできません。そこで、これまで当社が培ってきた技術を最大限活かした自社ブランドである「STUDIO ZERO」を平成17年に立ち上げることにしました。

## 「STUDIO ZERO」

——詳しく教えてください。

「STUDIO ZERO」は2つの思いを込めて付けた名前です。1つ目は、ZEROを形にすると、オйкаワデニムの頭文字である“O”になり、球体の“円”にもなりますので、“円”の中に希望や夢、喜び等を沢山詰めてオйкаワデニムから皆様に商品をお届けしたいという思いを込めました。



「STUDIO ZERO」の商品

2つ目は、下請けから脱却し、自社ブランドとしてゼロからスタートするという決意が込められています。

ブランドのコンセプトは「Made in Japan」にしています。デニム製品の95%は原材料や縫製等何かしらの工程を海外に委託しており、純日本製の製品は全体の5%しかありません。そこで当社は徹底的な「Made in Japan」という付加価値を高品質の商品に乗せてお客様へお届けすることにしました。また、「Made in Japan」にこだわるもう1つの理由が、技術の伝達です。様々な海外の工場へ見学に行きましたが、日本人の手先の器用さに勝る国はありませんでした。日本の母親たちは、家族に手袋や足袋を編んでいたため非常に手先が器用です。そのDNAは現代にも受け継がれており、この技術を後世にも残したいという思いで「Made in Japan」にしています。

販売経路としては、自社ブランドとして商品を国内市場に出すと、OEMで我々が縫製している商品と敵対してしまうため、顧客のターゲットを日本製にこだわる海外の富裕層にして、まずは海外から事業を展開し国内へ参入しようと考えました。ヨーロッパで行われるメンズファッションの展示会に参加したところ、当社のデニム製品の品質の高さが認められ、本格的な海外展開を開始しました。

その後しばらくして、日本国内では海外の工場で製造した1,000円以下のデニム製品が流行したため、再度OEMの仕事が激減してしまいました。OEMの供給先から「仕事の依頼ができなくて申し訳ない。当面どんなことでもよいので工夫して工場を繋いでください。」と話を受けたことで、初めて国内で自社ブランドを発表することができました。

現在は北欧やロシア等のヨーロッパを中心に事業を展開しており、東京に事務所を置いてインターネットに特化して国内・海外で販売を行っています。

## デニム製品は人生

——御社の製品に採用している「製品保証システム」について教えてください。

一般衣類ではあまり行われていませんが、当社のデニム製品には「製品保証システム」を採用してお

り、生地が破れたり糸がほつれたりしたらいつでも繕わせていただいています。当社のデニム製品は身に付ける方の人生と同様だと考えています。デニムは何度も繰り返し履くことでその人に合った生地の柔らかさになり、よい色合いに落ち着きます。その間に破れてしまうことがあれば、人生にやり直しがきくように、デニムも繕い直せばよいと思っています。従業員もそれを十分に理解してくれ一針一針まごころを込めて裁縫しています。



工場の縫製作業風景

## 大震災を乗り越えて

——平成23年3月11日の東日本大震災時の状況についてお聞かせください。

震災時には当社の工場は避難所として地域住民を中心に最大150名の方々を受け入れました。最初は、皆希望を無くし顔を上げようとはしませんでした。辛くとも前に進まなくてはならないという思いから、避難所では食事班、医療班、子守班等の班編成を行い、1人に1つ必ず役割を持ってもらうことで互いに協力し合い、次第に我々は「一番明るい避難所」と呼ばれるようになりました。全員が仮設住宅に入居する7月24日までの約4ヶ月間避難所として工場を開放していました。

避難所運営のかたわら、当社は地域の方々の協力のもと4月4日に工場を再稼働させることができました。従業員の半数が家を流されてしまいましたが、犠牲者が1人もいなかったことだけは不幸中の幸いでした。依然として大混乱の時期でしたので仕事どころではない従業員もいましたが、この状況下だけ

らこそ人と触れ合うのが大事だと思い「10分だけでよいから会社に顔を出してほしい。」とお願いし、従業員の約7割が会社に戻ってきてくれました。

## 「SHIRO...0819」

——震災後に立ち上げた自社ブランドである「SHIRO...0819」について教えてください。

震災により港や水産物の加工工場が全て被災して多くの地域住民が失業したため、漁業の町である気仙沼の経済は壊滅状態となりました。そこで地元の企業としてできることを考え、8月に気仙沼の地域資源を活かした新ファッションブランドである「SHIRO...0819」を立ち上げることにしました。

このブランドは、船を失った漁師の方が持ってきてくれた大漁旗から始まりました。この大漁旗を商品に活かす方法を考えたときに、我々は気仙沼の豊富な地域資源を活かしきれていないのではないかと感じました。私は自分で働きお金を得て生活を守ることで初めて復興だと考えています。地域資源を商品へ取り入れることで、原材料の調達や製造、販売等で雇用を生み出すことができます。このブランドを通して気仙沼に雇用を生むことで地域の方々とともに復興を目指していきたいと考えました。現在は、大漁旗を使ったバッグやコースター、気仙沼で獲れたサメ皮やアワビの貝殻を使ったバッグ等を取り扱っており、売上金の一部は年に1度復興支援のために寄付させていただいています。



大漁旗のバッグ  
(ラインデザインに  
大漁旗を使用)

「SHIRO...0819」の「SHIRO」とは、白い色を表しており、真っ白なキャンバスに色をつけていくのは、震災後に生き残った我々の役割だという思いを込めたもので、具体的なブランドの構想を固めたのが8月19日であったため、「SHIRO...0819」と名付けました。

## 新素材「カジキマグロの角(吻)」

——今回の助成金の対象となった新素材を活かした製品について教えてください。

気仙沼の漁師の方々が海から様々なものを持ち帰ってくれるのですが、その中にカジキマグロの角(吻)があり、生地に活用できないかと息子が目を付けました。一般的な生地の生成には陸上動物の獣毛等の自然繊維と、化学繊維等が使用されており、水生動物を用いた生地はないため繊維業界では初めての取り組みです。材料調達の面から考えてカジキマグロの水揚げが日本一の気仙沼だからこそできる生地だと考えています。

実は、角(吻)には用途がないので漁獲の際に船上で捨てられていましたが、この資源の有効活用を目指して新素材生地の開発チームを立ち上げました。角(吻)の調達には気仙沼漁協に全面協力いただき、東経連ビジネスセンターの支援、宮城県産業技術総合センター等の協力のもと、新素材の研究を開始しました。

宮城県産業技術総合センターにてHPLC(高速液体マトログラフィ)という手法を用いて角(吻)の成分分析を行った結果、既存の汎用素材にはない新しい機能として、生体親和性、防臭性、抗菌性、難燃性等を持つ素材だと分かりました。いかに活用するかは検討の段階ですが、この新しい機能も製品の付加価値を高めることができるということで大変期待して開発しています。

——どのような方法で新素材を生地へ取り入れているのでしょうか。

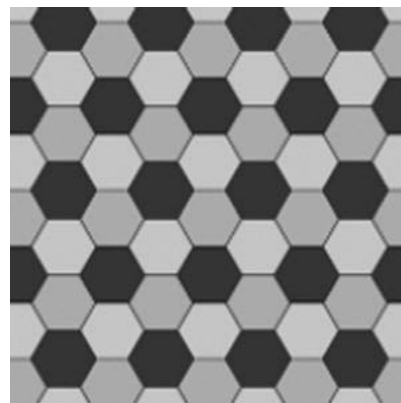
まず、角(吻)を海水に浸けることで余分な皮や肉をきれいに取り除き、自然素材の機能・効能を低下させないように3種類の方法で角(吻)を生地へ取り入れます。まず1つ目は、角(吻)をそのまま

細かく粉碎し糸状に撚り綿糸でコーティングすることで糸を製造する方法です。カジキマグロの素材をそのまま使用するため、角(吻)から得られる効能をそのまま利用することが可能です。2つ目は、角(吻)を一度炭にした後に微粉末にしてそれを原糸へ練りこみ糸を作成する方法です。角(吻)を炭素化することでカジキマグロ独特のブルーグレー色を再現することができます。3つ目は、角(吻)を微粉末にして、直接布に織り込む方法です。これは1つ目と同様の効果を得られます。

製造する製品に適した方法を3種類から選択し、生地を作成していきます。現在、角(吻)を糸と生地に織り込んだ際の、機能・効能についてさらに詳しい分析を進めていますが、強度としては、綿100%と遜色なく、衣類等様々な使用が可能です。

——生地開発で苦労された点等ございましたらお聞かせください。

最も苦労したのは、角(吻)の粉碎です。角(吻)の中は、ハニカム構造になっており、単に堅いだけでなく弾力もあったため、石を砕く粉碎機等を用いても簡単に粉碎することができませんでした。現在は、粗砕からはじまり、微粉碎まで大きく4つの工程を経て粉碎する



ハニカム構造

方法を採用しています。当初の予定より約1ヶ月長くこの作業に時間を費やしてしまいましたが、糸や生地への織り込みは順調に進んでいます。

——どのような商品での活用を検討されているのか教えてください。

新素材を使用した生地でデニムジーンズを開発中であり、最終調整の段階に入っていますので平成26年度中に皆様へ商品を発表できるかと思えます。そのほか、新素材の技術はTシャツ、雑貨、小物等

の様々な商品へ取り入れることが可能ですので、今後の市場参入も検討しています。将来的に、海外輸入品に押されている繊維製品に対してシェアを拡大する切り札となる新商品だと考えています。

日本はエネルギー資源が乏しい国ですが、高い技術・知恵・情熱で経済大国に成長しました。気仙沼の地域資源に日本の技術を集約させ生み出される生地は高付加価値を持った素材として世界で勝負できると考えています。

#### ——商品の販売方法について教えてください。

海外にも独自の販路がある「STUDIO ZERO」の販売チャネルを活用し、新たなカテゴリーの商品として追加し、高品質・高付加価値の生地として高級ゾーンの認知を得ていきたいと考えています。そのほか、国内の百貨店での催事や海外の展示会にも参加し、販路拡大を図っていききたいと思います。

### 真の地域ブランド

#### ——今後の事業展開についてお聞かせください。

現在はOEMが85%で残りの15%が自社ブランドですが、今後は自社ブランドに力を入れた事業を展開していきたいと考えています。その中で、「STUDIO ZERO」は「Made in Japan」がコンセプトの事業でしたが、今後は、「SHIRO...0819」とカジキマグロの角（吻）等の「Made in 気仙沼」への事業に特に力を入れていきたいと思っています。

震災以前は交流があまりなかった漁業者と連携して地域産業の振興を目指すとともに、新事業を自社で完結させることなく地元の企業で製造・販売していただくことにより雇用促進を図り、地域一帯となった事業展開を行っていきます。

### 「広い視野・協力・感謝」

#### ——会社経営で大切だと思うことをお聞かせください。

まずは「視野を広く持つこと」です。目の前のことにとらわれるのではなく、少し先を見ることで今まで見えなかった世界が見えてきます。次に、「協力し合うこと」です。私には息子が3人おり、長男が縫製、次男が営業、三男が工場で使用する機械のメ



気仙沼の仲間一同

ンテナンスを担当しています。3人のうち誰が欠けても当社は成立しませんし、協力し合うことで3倍以上の力が発揮されていると思います。最後に「感謝すること」です。周りの方々に支えられて今自分がここにいることを忘れず、息子、従業員、気仙沼の方々皆に感謝しています。



及川社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますの御発展をお祈り申し上げます。

(26. 8. 20取材)