

究極の『黒』を極めたメイドイン京都の黒デニム
京黒紋付染の技を活かして

平成22年度 採択事業

株式会社 京都紋付
代表取締役 荒川徹さん



荒川徹さん

世界に誇る伝統の技・京黒紋付染

「うちの『黒』はどこの黒よりも黒い。その黒さにこだわって商品開発を進めてきました」。そう語るのは株式会社 京都紋付の代表取締役、荒川徹さん。大正4（1915）年の創業以来、約100年にわたり、京都の伝統産業のひとつである「京黒紋付染」専門の加工を手がけてきた老舗の4代目です。これまで和装の世界で培ってきた技術を活かし、和装の「黒」から洋装の「黒」へと発想を切り換え、自社ブランドの黒染めデニムを企画・販売して注目を集めています。

黒紋付染が確立したのは17世紀の初め。武士階級で黒紋付が愛用され、明治時代には紋付羽織袴が国民の礼服に制定され広まりました。現在では、漆黒の深い味わいをもった黒紋服は、日本の伝統行事や、格式を重んじる場には欠かせないものとなっています。

しかし、着物離れによって国内の和装需要が低迷を続けており、市場規模が急激に縮小。紋付の年間加工反数は、この40年の間に160万反から6万反へと大きく減少しました。約100軒あった加工業者も現在は20数軒になりました。しかし、「黒」を専門にしている染屋というのは、世界でもうちだけと言っていいくらいなんです。その黒染めの技術を我々は守っていかねばなりません。和装業界が難しいなら、その技術を他に提案するしかない」。荒川さんのこの想いが、洋装分野に目を向けさせました。



職人の手技による京の伝統産業・京黒紋付染

染めの加工技術をブランド化

京黒紋付染の歴史は「黒さ」の追求の歴史でもあり、黒染業者は深い黒を出すために競い合ってきました。同社でも、もっと濃く、もっと深く究極の黒を追求し、長い年月をかけて染料や技術の改善を重ねた結果、世界最高レベルの黒さを実現。色の明度には10の段階があり、完全な白を10とすると、同社で開発した黒は限りなく0に近い「深黒」です。

荒川さんが4代目に就任して5年目となる平成13年、黒染めに興味を持ったアパレルブランドから、バッグに使う帆布の染めの依頼を受けました。初めて手がける素材でし

伝統製品の活用 コラボの力

たが、京黒紋付染で培ってきた黒染技術を活かして、試行錯誤の末、納得のいく「黒染め」を完成。これが同社の洋装事業の始まりです。これをきっかけに、染めの専門ブランド『御黒染司』を立ち上げ、加工技術そのものをブランド化。同社で染めたものには、責任の証である「御黒染司」の商標を添付することに。その後も、生地染めの技術開発に取り組み、綿、麻、ナイロン、ポリエステルなど洋装素材に、従来のアパレル素材にはない深い色合いの黒染めを実現。さまざまな企業とのコラボにより、Tシャツ、帽子、バッグ、財布、寝具、シューズ、扇子など、数々の商品開発に取り組んでいます。



京都発の新デニムブランド「BL-WHY」

新デニムブランド「BL-WHY」

京黒紋付染の技術と和装の意匠力、アパレル市場での実績を活かし、究極の「黒」を追求して立ち上げた新ブランドが『BL-WHY』。黒染めジーンズをはじめ、オリジナルのデニム製品を展開するブランドです。黒を意味する「BL」に「和装（W）から発信（H）し洋装（Y）へ」の意味が込められています。ジーンズ独特の藍色の上に黒を重ね染めした「襲」、着物に用いる家紋をあしらった「紋」、有名デザイナーとのコラボで生まれた「京印伝」を施したレプリカジーンズなど多彩な商品展開。黒染めジーンズは色落ちしにくいというメリットがあり、品質的にみても、これまでのジーンズと差違化が図ることができます。さまざまなパーツに京都ならではの手作業による緻密な技が隠されているのも、ほかにはない魅力です。

このBL-WHY設立には、一人の女性スタッフの存在が大きなきっかけに。「宝石の原石を持っていても、商品化するには磨かなければなりません。黒く染める技術は本物でも、うちには企画力、デザイン力がない。そこへ岡山のジーンズメーカーで企画をしていた女性が働きたいとやって来たんです。外部の人から見た「黒染めの魅力」を彼女から聞いて、いろんな可能性を秘めていると感じました」。そして、素材の加工だけにとどまらず、自社で企画・デザインしたデニム商品の開発に取り組むことに。

京都発！ 黒染めジーンズを世界へ発信

平成22（2010）年度のファンドで「地域の伝統産品を原材料として用いて行う事業」として採択。助成金は、主に研究開発を行う材料費に活用しました。同年に東京で開催されたギフトショーに出展。黒染めジーンズを展示したBL-WHYのブースが「クールでかっこいい」「センスが良い」と好評を博しました。出展を機に各種メディアに紹介され、問い合わせが急増したといいます。

現在、黒染めジーンズは、OEM展開に加え、百貨店やセレクトショップ、インターネットなどで展開。30～50代の男性を中心に、こだわりを持ったスタイリッシュな顧客の心をつかんでいます。芸能界やスポーツ界で活躍する有名人の愛用者も多く、着用してもらうことで話題となり、黒染めファンを増やすことに一役買っています。黒染め加工は、国内の有名企業やブランドとのコラボが主流で、現在、香港のセレクトショップとのOEM商談が進んでいます。ジェットロの協力も得ながら、海外の展示会にも出展し、京都発の黒染めブランドを世界に発信していきたいといいます。

今後の目標は、着物への原点回帰。「和装業界の良いところと、洋装業界の良いところを融合して、新しいものを生み出したいですね。これからも黒を極めていって、将来的にはブラックスタイルの生活を提案できる企業になりたい」。海外展開も視野に入れつつ、新たな商品開発のチャンスもうかがっています。



さまざまなパーツに京都ならではの和装の伝統技術を活用

事業概要

株式会社 京都紋付
http://www.kmontsuki.co.jp/
代表：荒川徹
業種：京黒染め加工及び和服の縫製加工、アパレル関連商品の黒染め加工
創業：大正4（1915）年 設立：昭和44（1969）年
住所：〒604-8823 京都市中京区壬生松原町 51-1
TEL：075-315-2961 FAX：075-326-1277