社長の風景

Portrait of the President

連載 第300回

百貨店の風呂敷コーナーで「水をはじく風呂敷」が売れている。撥水性能が高く、四隅を持ち上げて水を注げば、洗面器のように水がたまる。製造・販売元は、群馬・桐生市の朝倉染布。撥水技術は世界有数と言われ、大手メーカーから依頼されて五輪競泳選手の水着まで手がける。朝倉剛太郎社長（45歳）の話は、中小企業経営者の喜び、悩みに満ちていた。

小さな企業は、ニッチでもいいから「自社にしかない強み」を打ち出していくことが大切です。

翻弄　古くから、桐生は絹織物の産地で「西の西陣、東の桐生」と言われるほど有名でした。当社の創業は1892年（明治25年）。社名通り、布の染色技術で創業しました。第二次世界大戦中は、国に工場を接収され、軍手を国防色に染めていたという逸話もあります。戦後は化学繊維の加工に乗り出したのですが、昭和40年代後半から利益が出にくくなりました。国が米国から沖縄を返還してもらうため、日本が繊維の対米輸出を自主規制することを承認したらしいのです。当時は「糸を売って縄（沖縄）を買う」と言われました。そこで我々は、高くても売れる商品をつくるべく撥水性の技術を磨きました。生地の繊維一本一本に炭化フッ素を付着させるのですが、洗濯に対する耐久性を高めるには、炭化フッ素に何を混ぜるのかなど、細かい調整が必要で、生地を染める技術と似ていたのです。「自社の強みが活き、将来有望な分野に経営資源を投入した」といえばカッコいいのですが、現実は生き延びるのに必死だっただけ（笑）。国策や時代に翻弄されながらも、えり好みせず伸びる分野に注力してきた……ただそれだけかもしれません。

泥まみれ　高校時代、ラグビー部に所属。右が朝倉氏。「当時の強豪校から僕たちだけ得点することができた」とか

実力　昭和の中頃、当社が撥水性を持つおむつカバーを売り出すと「汚物が漏れにくい」と大評判になりました。その後、おむつは使い捨てが主流になり、人気は去りましたが、撥水の技術はその後も活きました。競泳用の水着に使われたのです。撥水性があると、生地が水を吸って重くならず、また水中で布と水との摩擦が減り、選手が好タイムを出せるのです。現在は若者が海に行かなくなり、水着の売り上げは減っていますが、この技術は登山用のウェアなどにも採用されています。おむつや水着といった商品の売り上げ自体はもちろん大切でしたが、なによりその時に愚直に技術力を高めたことこそが、のちのちの大きな財産になったのです。

あさくら・ごうたろう／'70年、群馬県生まれ。'93年に慶應義塾大学経済学部を卒業し、化学品・樹脂材を主とする商社へ就職。'02年に朝倉染布へ入社し、'07に社長就任、以来現職。繊維にインクジェットプリントを施す技術が高い。風呂敷を製造した理由は「撥水と染色、両方が活きる分野。シーズン性もなかった」と話す

勝負　生まれも育ちも桐生です。高校3年間、ラグビーを続けました。練習量がメチャクチャに多く、3人に2人は途中で部活を辞めましたが、私は退部したら負けなような気がして最後まで続けました。大学卒業後は「海外に行きたい」と、あえて家業とは関係ない商社に就職しました。念願叶って、27歳の時、会社がタイに設立した他社との合弁会社に赴任するよう命じられました。ところが、実際現地に行ってみると、会社内部の人間関係は最悪。タイ人の社員は、重要な書類の作成を任せても期限を守らない。合弁先の社員は自社の利益しか考えていない……。でも「投げ出したら負け」なんです。毎日、社員と飲みに行って人間関係を再構築しました。なんとか経営を軌道に乗せると、私は何物にも代えがたい財産である「自信」を得ることができました。我慢ができれば、たいていの困難は克服できると思えたのです。

タイで　27歳のときタイにて。アジア通貨危機に悩まされつつも、現地での生活を楽しんだ

惰性　40代半ばを迎えた頃、再び運動を始めました。きっかけは、大好きだったお酒がたたり、中性脂肪が異常値に達したから。でも、週に2～3回、30分～1時間ほど走ると、中性脂肪の値も体重もみるみる減っていく。走り始めて1年ほどになりますが、正常値に戻せそうな状況です。いつも、走り始める前は「面倒だな」と思いますが（苦笑）、走り始めて10分もたつと、惰性で走り続けてしまう。言葉の響きはよくありませんが、日々の「惰性」にはすごい力があるんでしょう。近いうちにマラソン大会にも出られそうです。

あれは！　現在、当社は撥水加工のほかにも、様々な生地の加工技術を持っています。生地へのインクジェットプリント、難燃加工、耐光加工などなど。当社が加工した生地は、車輌資材から流行の水着にまで使われています。テレビや雑誌でアイドルの女性の水着を目にして「あれはうちが加工した生地じゃないか！」と思うこともしばしばです。やはり人気アイドルが着用した柄は、その後、スゴい勢いで売れました（笑）。

世界性　当社は地方の中小企業。だからこその強みをアピールしています。採用時は「社員の通勤時間は数分～数十分」「意見が通りやすい」といったメリットを打ち出しています。撥水性がある風呂敷をつくったのは広報のため。大企業でなく「地方の企業に世界有数の技術がある」からメディアが取材に来る。しかも商品自体も売れたから、当社を知ってもらう機会が格段に増えました。小さな企業は、ニッチでもいいから「自社にしかない強み」を打ち出していくことが大切だと思います。これからも桐生という地方都市から、世界に認められる商品を作り続けていきます。

（取材・文／夏目幸明）

朝倉染布

朝倉剛太郎

世界有数の撥水技術を持つ繊維加工工場を経営

ASAKURA SENPU CO.,LTD. / Gotaro Asakura