
平成 26 年度 成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進事業

事業報告書

岡山県をモデル地区としたデニム・ジーンズ産業の中核的クリエイター養成プロジェクト



目 次

第1章 事業概要	5
1. 事業概要.....	5
2. 事業の内容等	7
2-1. 事業の目的・概要	7
2-2. 事業の実施意義や必要性について	7
2-3. 事業の成果目標.....	9
2-4. 事業の実施内容.....	10
2-5. 事業成果及び事業終了後の方針（成果の活用、継続性、発展性 等）	11
第2章 調査.....	13
1. デニム・ジーンズ生産技術調査	13
1-1. 久留米絣視察調査	13
1-1-1. 久留米絣工房視察	16
1-1-2. 久留米絣視察考察	18
1-2. エドウィン秋田工場視察調査.....	19
2. シンガポールのファッション人材育成および企業人材ニーズの現地調査	31
2-1. 視察概要	32
2-2. シンガポールのジーンズ考察.....	36
第3章 開発.....	37
1. 教育カリキュラム／履修モデル.....	37
2. 教材開発.....	41
2-1. 開発教材の特徴.....	41
2-2. マーケティング教材	42
2-3. マネジメント教材	43
第4章 実証.....	45
1. 実証講座	45

2. 企業実証講座	53
第5章 課題と次年度以降の取組	57
おわりに	58
お別れの言葉.....	58

第1章 事業概要

1. 事業概要

事業名：岡山県をモデル地区としたデニム・ジーンズ産業の中核的クリエイター養成

区分：職域プロジェクト

所属：クリエイティブ（ファッション）分野コンソーシアム

構成機関：

	構成機関（学校・団体・機関等）の名称	役割等	都道府県名
1	学校法人第一平田学園 中国デザイン専門学校	実施・調査・開発 発検証	岡山県
2	学校法人山本学園 専門学校山形 V. カレッジ	実施	山形県
3	倉敷ファッションカレッジ	実施・調査・開発 発検証	岡山県
4	久留米大学 文学部	実施	福岡県
5	中国短期大学	実施	岡山県
6	カイハラ株式会社	実施・開発 発検証	広島県
7	有限会社 美東	実施	岡山県
8	有限会社 馬野	実施	岡山県
9	有限会社繊維流通研究会	実施・調査・開発 発検証	大阪府
10	倉敷ファッション研究所	実施・開発 発検証	岡山県
11	日本ジーンズ協議会	実施・開発 発検証	岡山県
12	岡山県アパレル工業組合	協力・助言	岡山県
13	有限会社ザ・ライスマウンド	実施・調査・開発 発検証	東京都

ファッション分野における中核的専門人材養成産学コンソーシアム

・方針の決定・プロジェクト評価・共通する知識・技術の抽出



連絡・調整・連携

デニム・ジーンズクリエイター養成プロジェクト

実施委員会 12名

- ・重要事項の決定
- ・予算執行管理
- ・進捗管理
- ・連絡協議
- ・検討協議
- ・成果普及

分科会 6名

- ・視察調査の実施
- ・積み上げ式モデルカリキュラム基準と達成度評価指標の開発
- ・マーケティング・マネジメント教材および評価テストの開発
- ・学生向け実証講座の企画実施運営
- ・企業向け実証講座の企画実施運営

2. 事業の内容等

2-1. 事業の目的・概要

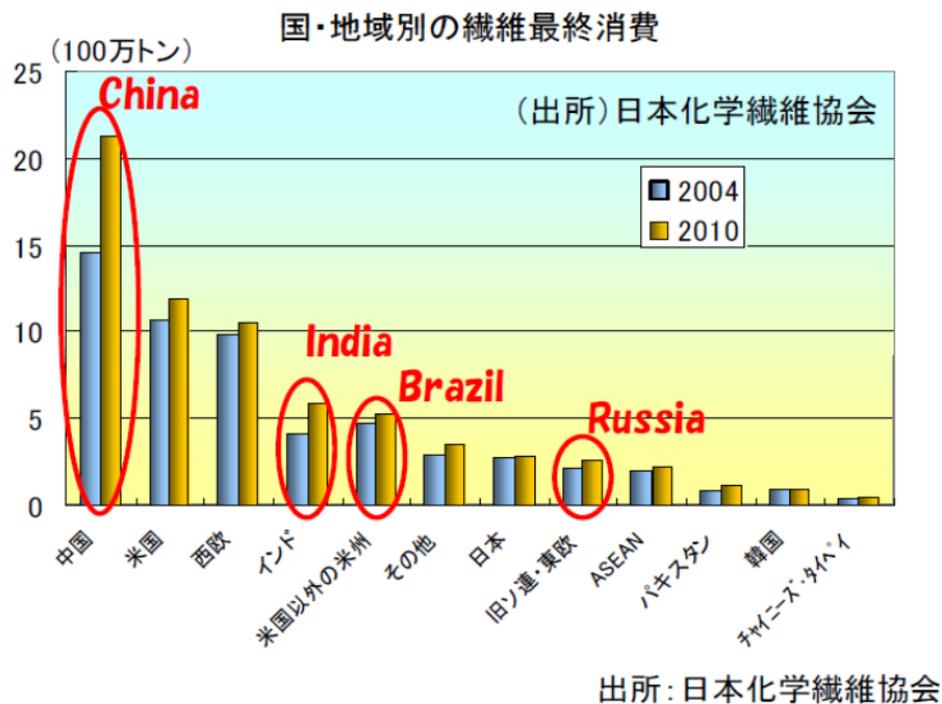
世界の市場で評価の高いジャパンデニム・ジーンズのブランド構築やグローバルなビジネスの展開のできるクリエイター養成の教育プログラムの開発・実証を通して、産業界の求める人材育成のための新たな学習システムの基盤整備を目指す。

このため、本年度の事業は、デニム産業が盛んな岡山県をモデル地区とし、産業界の求める人材育成のための調査研究・開発・検証および学習システム構築を行い、デニム・ジーンズ産業の中核的クリエイター養成する。

2-2. 事業の実施意義や必要性について

①当分野における人材需要等の状況、それを踏まえた事業の実施意義

日本のデニム・ジーンズ産業は、アジア新興国の生産技術の向上により、本来の日本産業の強みであった生産工程や品質においても競争が激化している。従来国内需要を中心に戦略を展開していた日本のアパレル産業は、グローバル化に対応した新たな戦略構築が必要となっている。また、近年のアジア新興国の経済発展により、内需依存体質から脱却し、拡大する海外市場に対して積極的に活動の領域を広げていくことが求められる時代となった。



日本のデニム・ジーンズ産業は、コンテンツ、日本食等とともに文化産業の担い手としても、今後の日本にとって新しい外貨獲得手段にもなり得る大きな可能性を秘めている。「クール・ジャパン」として日本の感性や文化が注目を集める中、生産コストの高い日本であっても、ブランド力を背景としたファッション、アパレル産業の発展は十分可能であると思われる。

本事業では、これまで日本のデニム・ジーンズ産業に不足していたグローバルにビジネスを展開できるクリエイターの人材養成を目的に、産業界と連携して、教育基盤整備を行う。ファッションやデニム・ジーンズをビジネスとして展開できる人材の育成が産業界にとって大きな課題であり、今後、アジア新興国の新たな市場展開や新たな生産戦略を構築する上で最も重要なことである。

②取組が求められている状況、本事業により推進する必要性

日本のファッション産業は、高品質の製品を生産する優れた技術を持ち、国内に大きな市場を有しているが、繊維・染色加工・織物・縫製・アパレル・流通・小売等の工程の機能分化が進んだため、各工程の強みが全体の強みとして活かされない構造になっている。

また、世界的に評価の高い繊維素材生産技術やデザイナーが多数存在するなど、潜在的競争力は高いと言われている産業であるが、アジア新興国の生産技術の向上等で競争力の低下が懸念されている。これからの日本のデニム・ジーンズ産業を担う人材は、多段階の工程のそれぞれの強みを全体の強みに結びつけ、日本のブランド力を構築できる人材、また、拡大するアジア新興国を市場としたビジネスを展開できるクリエイターが求められている。

本校のある岡山県は、デニム・ジーンズの生産地として繊維・染色加工・織物・縫製・アパレル・流通・小売等の産業が集積する地域である。近年のアジア新興国の発展による環境変化に対応し、地域として、各工程の強みを活かしたブランド力や構造の改革、ビジネスの構築の展開に取組み、日本のデニム・ジーンズ産業の活性化を推進している。

本事業は、岡山県をモデル地区として産学が連携し、次代を担うデニム・ジーンズ産業の中核的専門人材養成のため、積み上げ式学習システムの構築、職業能力の評価指標を整備し、学習ユニットの検証を行い、産業界の求める中核的専門人材養成を推進することを目的としている。

多くのデニム・ジーンズ産業の集積する岡山県には、日本ジーンズ協議会をはじめとして業界を代表する団体や企業があり、円滑な企業連携が可能であり、本取組みを有効に普及・推進することが期待できる。

また、本事業の成果をベースに、子育てを終えた女性を対象として展開することにより、あらたな雇用の創造も期待される。

③取組実施にあたっての平成 25 年度までに実施された職域プロジェクト等の成果の活用方針、方法等

これまでにクリエイティブ分野 職域プロジェクトで実施された事業の「積上げ式モデルカリキュラム基準」「達成度評価指標」「学習ユニットの教育カリキュラム・教育教材」等の成果を活用し、岡山県をモデル地区としたデニム・ジーンズ産業の中核的クリエイター養成の地域版学び直し教育プログラムの開発と実証を行う。

事業成果は、服飾系専門学校、アパレル関連企業等に配布し、その普及と活用を促進する。また、ホームページに成果物を公開し、その活用を促進する。

2-3. 事業の成果目標

期待される活動指標（アウトプット）・成果目標及び成果実績（アウトカム）

○期待される活動指標（アウトプット）

- 1 調査 国内産地視察 3箇所以上
- 2 教材開発 2科目
- 3 実証講座 参加数 10名以上
- 4 協力者、協力機関数

本事業への有識者、業界団体等の協力機関数の指標。

協力者 5名以上、協力機関 2団体以上を指標とする。

○期待される成果実績（アウトカム）

- 1分野における社会人学習者の受け入れ数 20名

※企業内教育の連携提案を予定

- 2新たな評価体制に参加する機関数

企業 4社、 団体 2団体

2-4. 事業の実施内容

① 会議（目的、体制、開催回数等）

・実施委員会

目的：事業方針の策定、分科会の作業の進捗状況、会計を管理監督、産学連携の企画、成果の活用と普及。

体制：専門学校 5校、大学 1校、企業 5社、業界団体 2団体

開催回数：3回（9月、11月、2月）

・分科会

目的：産地調査・海外調査の企画実施、積み上げ式教育カリキュラム開発、教育教材開発、実証講座企画・運営。

体制：専門学校 1校、企業 2社、業界団体 2団体

開催回数：4回（9月、11月、1月、2月）

②調査等（目的、対象、規模、手法、実施方法等）

・デニム・ジーンズ最新生産技術調査

目的：日本のデニム・ジーンズの強みである生産技術の調査を行い、教育教材に活用するとともに、今後の産地コラボレーション等の連携の可能性について調査をする。

対象、規模：デニム・ジーンズ関係の工場 3箇所 5社程度（福岡県、岡山県、秋田県）

手法：現地訪問でのヒアリング

実施方法：分科会 委員 5名で実施

・シンガポールのファッション人材育成および企業人材ニーズの現地調査

目的：アメリカ、ヨーロッパからの貿易商品の集積基地であり、アジア新興国の輸入窓口であるシンガポールのファッション人材育成およびグローバルアパレル企業の人材ニーズを調査し、日本の教育との比較の結果を、開発をする積み上げ式教育カリキュラム、教育教材に活用する。

対象、規模：シンガポール ファッション関係大学・教育機関、ファッション関連企業 4箇所

手法：現地でのヒアリング調査

実施方法：実施委員会 委員 3名で実施

③モデルカリキュラム基準、達成度評価、教材等作成（目的、規模、実施体制等）

・マーケティング・マネジメント教材開発

目的：昨年度事業の成果を踏まえ、実証講座の実施結果および国内工場視察、海外の教育・グローバル人材ニーズを反映して、学び直しの科目の教材を開発する。

規模：60時間相当の講座を想定したテキストを作成
(マーケティング100頁、マネジメント100頁)

実施方法：④の実施結果および②の調査結果等を踏まえ、分科会で企画をまとめ、開発は、委員参画の企業に依頼する。

④実証等（目的、対象、規模、時期、手法、実施方法等）

・マーケティング・マネジメント実証講座の実施

目的：開発するマーケティング・マネジメント教材の領域・範囲・レベルを検証し、教材を精査する。

対象、規模：本校および協力専門学校学生 20名程度

時期：10月 2日間（1日4時間）

手法：講義および演習

実施方法：協力企業・関係団体（日本ジーンズ協議会）からの講師派遣による実証講座の実施

・企業実証講座の実施

目的：学生を対象とした実証講座で精査した教材を基に、企業の社員を対象とした講座を実施し、学習ユニットとしてのカリキュラムを検証する。

対象、規模：デニム・ジーンズ関連企業（3社程度）の社員 20名程度

時期：12月 4日間（1日6時間）

手法：講義および演習

実施方法：協力企業・関係団体（日本ジーンズ協議会）からの講師派遣による実証講座の実施

2-5. 事業成果及び事業終了後の方針（成果の活用、継続性、発展性等）

（事業成果物）

①マーケティング教材（100頁 600部）

②マネジメント教材（100頁 600部）

③調査報告書（１００頁 ６００部）

④事業報告書（６０頁 ６００部）

（成果の活用等）※上記成果物の活用方法等について、個別に列記すること

①成果の周知のため、データのHPでの公開、

服飾系専門学校 200校、ファッション関連企業等300社へ郵送配布

- ・平成27年度 社会人・女性対象の講座に活用 また、本校正規課程教育教材として導入を予定
- ・協力専門学校、コンソーシアムを通して他地域の社会人教育の活用できるか検証をする

②成果の周知のため、データのHPでの公開、

服飾系専門学校 200校、ファッション関連企業等300社へ郵送配布

- ・平成27年度 社会人・女性対象の講座に活用 また、本校正規課程教育教材として導入を予定
- ・協力専門学校、コンソーシアムを通して他地域の社会人教育の活用できるか検証をする

③成果の周知のため、データのHPでの公開、

服飾系専門学校 200校、ファッション関連企業等300社へ郵送配布

- ・平成27年度以降の学習ユニット、積上げ式モデルカリキュラムの成果に活用

④成果の周知のため、データのHPでの公開、

服飾系専門学校 200校、ファッション関連企業等300社へ郵送配布

第2章 調査

1. デニム・ジーンズ生産技術調査

概要

目的：日本のデニム・ジーンズの強みである生産技術の調査を行い、教育教材に活用するとともに、今後の産地コラボレーション等の連携の可能性について調査をする。

対象：

手法：現地訪問でのヒアリング

1-1. 久留米絣視察調査

日程：平成26年10月23日（木）

訪問先：久留米絣 卸問屋 「重松株式会社」

マーケティングの教材開発の参考事例として、久留米絣の卸問屋が展開している伝統工芸の販売・流通の実情についてインタビュー調査を実施
久留米絣工房「藍生庵」

久留米絣の人間国宝である松枝玉記氏の孫。藍染と製造工程を視察

視察メンバー：平田眞一、田口一子、戸田陽子、吉村恒夫、吉岡正勝、堂前亮平、
江藤智佐子

久留米市は、福岡県の南部（筑後地方）にある都市。福岡市、北九州市に次いで福岡県第3位、九州全体では第8位の人口を擁している。

久留米絣は、天明8年（1788年）に久留米に生まれた井上傳が白糸をくぶり、藍で染め、飛白模様の織物を作る方法を考案したことに始まる。その後、織り機の改良や多くの人々の創意工夫が加えられ、今日の久留米絣が完成した。

江戸時代の終わり頃から筑後地方の農家の副業として織られ、明治以降庶民の衣服として広く愛用されるようになった。織物の小巾着尺としては、全国において最も有名なもののひとつに数えられている。

久留米絣の基本染料となる藍は久留米で栽培されている。現在の三井郡大刀洗町一帯は良質の藍が採れることで有名で、現在のうきは市、久留市田主丸町

一帯は洪水による肥沃な土が藍の栽培に適していた。そのため、藍の生産は有馬藩の主産業だった。久留米絣の生産が最盛期を迎える明治初年ごろから藍の生産量が追いつかなくなり、徳島県産の藍を使用するようになった。現在でも徳島県産の藍を使用している。現在の久留米市は久留米絣を扱う商店や問屋が多くある。久留米絣は南部の筑後市、八女市、八女郡広川町などの周辺農村部で生産されている。久留米市史によると、現在では筑後市 14 軒、広川町 13 軒、久留米市 2 軒、八女市 1 軒、大川市 1 軒の計 31 軒が久留米絣を作っている。細やかな人の手と 200 年という時間に磨き上げられ、親から子へ、さらに孫へと受け継がれ守られてきた久留米絣は、多くの人に愛されている。

1-1-1. 久留米絣卸問屋視察

重松株式会社

所在地	福岡県久留米市東合川 5-3-5
設立年月	昭和 29 年 8 月（創業昭和 6 年 4 月）
資本金	1,400 万円
代表者	代表取締役会長 重松 義和 代表取締役社長 重松 秀昭

久留米絣の産地として 200 年の歴史がある当地久留米で事業を始めて 80 年あまりが経過した。重松株式会社は数多くの久留米絣商品を手がけてきた。織屋から始まり、先代が着尺（反物）、モンペといった呉服から実用衣料まで幅広く販売を行っていたが、昭和から平成にかけて、綿入れ裃天を主とした自社工場の立ち上げを行い、かなりの数を全国の間屋筋に動かして自社工場も 3 つと増やした。

約 10 年前より“久留米絣フェスタ・藍・愛・で逢いフェスティバル”にて、久留米絣をアパレルや小物に活用した商品を展示販売。平成 14 年ごろから自社ブランド「藍暦」を立ち上げ、本格的にオリジナル商品開発をはじめてきた。

また、平成 16 年には、中小繊維製造事業者 自立事業（当時中小企業総合事業団：現中小企業基盤整備機構）にも採択され、さらに平成 18 年には福岡県中小企業経営革新促進補助金も得た。官公庁をはじめ周囲の方々の支援も得られ、成果が出始めている。サイト「藍暦」を運営し、久留米絣の商品を発信している。

久留米絣は、江戸時代後期、現在の福岡県久留米市で生を受けた、井上 伝（いのうえでん）という当時 12 才の少女のインスピレーションから生まれました。伝はある

日、着古した藍染めに白い斑紋を見つけ、後の久留米緋の元となる技法をひらめいたと伝えられております。その後も精力的に工夫を重ね、普及活動を続け、15歳の頃に20数人の弟子がいたそうです。さらに1839年大場太蔵が、絵や文字を自在に表現しようと工夫を重ね、1844年頃には牛島ノシが久留米緋の代表的柄とされる小紋を考案し今日に至っております。

先染めの木綿である久留米緋は、完成までに約30工程にも及ぶ作業を有します。今もそのほとんどは手作業で行われており、その一つ一つの工程に熟練した経験と技を必要とします。反物は巾38~40cm、長さ12m。縦糸と緯糸が織り成す紋様は精巧さを極め、美しく、木綿ならではの素朴な風合いがあり、いにしへのロマンを物語る逸品です。

久留米緋のアイテム展開



久留米緋ロングベスト
(文人柄緋, のぼり柄)



久留米緋みつば柄コートジャケット(裏付き)



文人柄久留米緋ブラウス



高級久留米緋コートジャケット(裏付き)



久留米緋大ショルダー(藍/白)



久留米緋ボートネックワンピース(カーキ色)



久留米絣ワンピース(パープル・赤)



久留米絣チュニックワンピース(裏付き)矢羽柄 黒/黄

1-1-2. 久留米絣工房視察

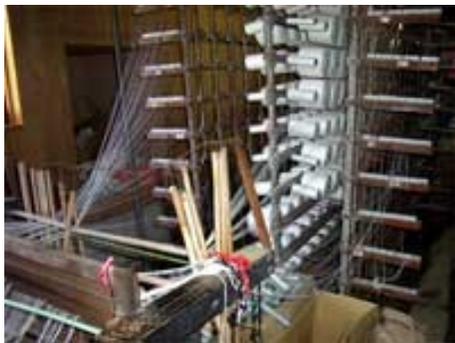
久留米絣工房・藍生庵

所在地 久留米市田主丸町竹野 3-44

松枝哲哉 様（久留米絣の重要無形文化財技術保持者）・小夜子 様の工房
純正天然藍の葉を発酵させた「菜（くすも）」という染料と、染め液のベースとなる天然の「灰汁（あくだて）」をかめで仕込む、昔ながらの藍染技法で絣（かすり）を作り上げている。久留米絣は、国の無形文化財である。

工房の中は、独特の藍の香りが漂う。かめの蓋を開けると、発酵の進んだ藍がブクブクと息をしている様子を見ることができる。久留米絣は、染める前に 14 工程、染めた後に 13 工程がある。機を織るのは小夜子夫人。着物一反を仕上げるのに、3 カ月かかる。何年経っても色褪せることなく風合いを増してゆくのが絣の特徴である。

久留米絣の製作工程



1. 整経

柄模様に合わせて絣糸と地糸の糸数を割り出して、大枠に巻き取る。



2. 糸たき(精練)

糸を強くし、不純物を取り除く為に苛性ソーダ水で 2 時間ほど煮沸します。



3. 手括り

柄模様にあわせて染料が染込まないように経糸をくります。熟練作業です。



4. 藍染

十分に水に浸した後に染色を行います。藍甕は薄い色から濃い色へ順番に浸します。



5. 拵解・乾燥

手括りした粗そうを解きます。糸色が現れます。



6. 摺り込み

糸色と染め色以外の染色が必要なときは、手作業で染色していきます。



7. 乾燥

蒸すことで色を定着させ、その後乾燥します。



8. 経巻

経糸の柄を見ながら糸箱に巻いていきます。



9. 緯巻

20本のトング(緯糸を巻く平板)を並べて巻き取ります。



10. 機械織

経糸と緯糸を100年以上大切に使われてきた機械で織ります。一日に織れる拵は20メートルほど

1-1-3. 久留米絣視察考察

久留米絣が現在でも生産販売されている要因の一つは、200年以上続く歴史の中で日本全国に流通販売網を構築したことである。また、第二の要因として、作業着から始まった絣を他のアイテムに展開するとともに糸の太さ等に工夫を凝らし、高級感を出したことである。現在でも、コートやワンピースまた、スニーカーやカバンなどの新たなアイテムへの展開が続けられている。重松株式会社は卸問屋であるが、企画デザイン室を有し、消費者のニーズを反映した商品企画を行っていた。

一方、昔ながらの手織りによる久留米絣は、多くの工程を手作業で行うため製品化までに時間がかかるとともに、非常に高価なものとなる。久留米絣の技法は1957年に国の重要無形文化財に指定され、伝統工芸から芸術品へと昇華したことが手織りの工房が続く最も大きな要因である。

1-2. エドウィン秋田工場視察調査

日程：平成26年11月13日（木）

訪問先：秋田ホーセ 株式会社 五城目工場

No1 ジーンズブランド・EDWIN の自社工場第1号として、昭和48年の創業以来30年を超える経験と技術力を生かし、最先端設備と最新トレンドへの高い対応力を有する。裁断・縫製を視察。

秋田ホーセ 株式会社 大川工場

EDWIN メンズ商品の縫製を視察

株式会社ジーンズエムシーディ

ジーンズ洗い加工工場を視察

視察メンバー：平田眞一、田ロー子、佐伯晃、山本絵里子、丹野美幸、吉岡正勝

エドウィンのものづくり

「日本発のジーンズファッションを世界にアピールするにあたって、最大の課題になるのが、ものづくりを担当する縫製工場の存在で、ここを育成することが重要」である。

過去、十年ほどの間に国内の縫製工場をめぐる環境は一変した。多くの工場が中国に進出したが、同時に国内での生産を中止した工場も少なくない。ファッション産業の活性化には、アパレル工場の活性化が不可欠だが、ファッション産業の上流から下流までのサプライチェーンの最大の課題は、最も重要なものづくりを担当する縫製工場が最も規模が小さく、不安定だということにある。

上流の素材、下流の企画・販売には大きな資本が存在するが、中間で肝心の生産・加工を担当する縫製工場はほとんどが弱小企業である。育成には前後の協力が不可欠なのだが、一般の縫製工場は支援を得られずにコストをたたかれて四苦八苦しているのが現状である。そんななかで、縫製工場を育成しようと力を入れているのが、エドウィングループである。

東北地区はエドウィンのジーンズ生産の一大基地である。

自社工場が12、協力工場が5、洗い加工の工場が3、合計20の工場が北東北(秋田・青森・宮城)に集積する。エドウィン本社の強い指導とバックアップを受けて、それぞれ高い技術力が自慢だが、そうした技術を持った工場が集まり、交流会で情報交換、ノウハウの共有を行っているのだ。強さの上に、さらに先端を目指すエドウィン・ジーンズの強さはこんなところから生まれている。

直営工場は、本社からの供給で仕事があるという恵まれた立場であるが、それを見直すことが重要であった。

例えば、近くに出来たショッピングセンターに転職した社員が、パートで勤務時間が不定、産休はない…などで、戻りたいと言ってきたりすることで、改めてそうした制度を用意している会社の魅力に気づき、社員もあらためて、本社の努力を知ったなどがある。

以来、工場の考え方が変化した。直営なので、仕事の有無は気にしなくていい。しかし、それに甘えていると、仕事はもらえなくなる。工場にとって、品質を上げ、コストを下げるのが重要。グループ工場が御互いに負けないように工夫をするようになった。

いい意味での競争心である。それ以降、工夫を積極的に他の工場に公開し、また御互いに教えあうようになり、交流会が御互いを刺激しあう場になってきた。

「エドウィングループの特徴は、本社と工場のいい関係にある」。

エドウィン商事の新人研修では、縫製工場と洗い加工工場で1.5ヶ月間ずつ、計3ヶ月を秋田で実習する。その間、現場の責任者にしっかりと鍛えられる。その新人がやがて本社に戻って工場との間で仕事をするようになるのだが、実習の間に培った関係が大いに役立つ。本社－工場間のコミュニケーションは抜群である。

ジーンズの世界でも、エドウィンから新しい変化を始めたいし、そういう新しい仕事をどこの工場もやらせてほしいと思っている。

各工場は、本社から新しいサンプルをやらせてもらえるように、競って技術力を高めようとする。絶妙な仲間とライバルの関係…それを支えているのが本社の強力なバックアップだということがよくわかった。

秋田ホーセグループ会社概要

名称：秋田ホーセ株式会社

代表取締役：大塚丈二（株式会社エドウィン代表取締役）

創業：本社工場昭和48年

琴丘工場昭和55年

大川工場平成元年

秋田ジーンズ縫製昭和56年

事業内容：EDWINジーンズの製造(裁断。縫製。加工。検査業務)

福利厚生：各種保険／健康保険。厚生年金保険。雇用保険。労災保険・団体保険

諸制度／退職金制度・財形貯蓄制度

休日。休暇：日曜・土曜(月平均3日)・祝祭日・会社指定日・夏期休暇・

年末年始休暇。有給休暇。特別休暇

昇給：年1回(4月)

賞与：年2回(7月・12月)

従業員数：本社工場64名 琴丘工場46名 大川44名 秋田ジーンズ37名

(平成26年10月)

平均年齢：本社工場44.1歳 琴丘工場43.7歳 大川41.3歳

秋田ジーンズ42.8歳(平成26年10月)

所在地：本社工場 南秋田郡五城目町字七倉69-2

琴丘工場 山本郡三種町鹿渡西小瀬川215-7

大川工場 南秋田郡五城目町大Ⅱ|下樋口古111敷21-2

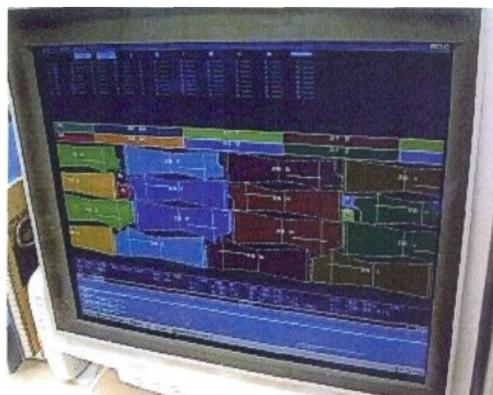
秋田ジーンズ縫製 北秋田市下杉狐森42-3



1 原反倉庫



2 延反



3 CAD画面



4 CAM



5 CAMカット部分



6 ナンバリング



7 身頃検査



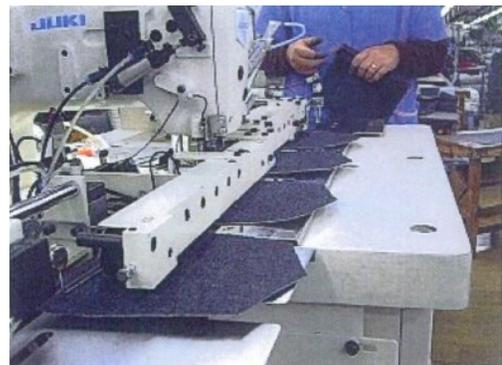
つなぎ節



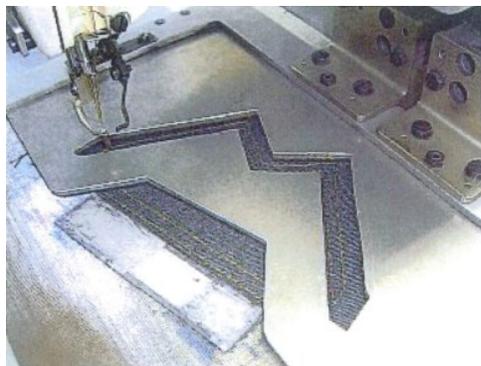
8 サージング



9 前ポケットテープ



10 自動へム縫い



11 後ろポケットステッチ



13 尻巻き



12 ポケットセッター



14 内股インター



15 ベルトステッチ



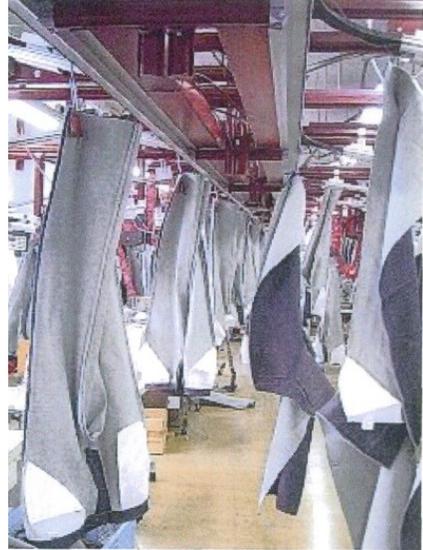
16 革ラベル付け



17 ベルトループ付け



18 リベット付け



19 ハンガーシステム



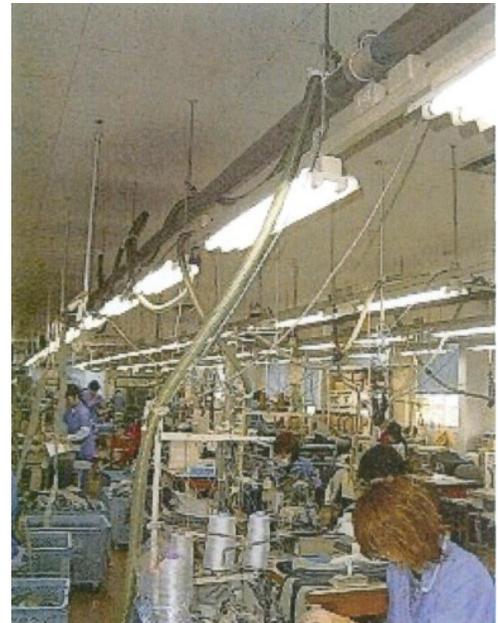
20 検査



21 検針



22 カーゴ出荷



集中集塵システム

エドウィン 自社工場グループ

A 秋田ホーセ(株)	昭和48年創業	秋田県	五城目町	縫製
B 秋田ホーセ(株)琴丘工場	昭和55年創業	秋田県	三種町	縫製
C 秋田ホーセ(株)大川工場	平成元年創業	秋田県	五城目町	縫製
D (株)秋田ジーンズ縫製	昭和56年創業	秋田県	北秋田市	縫製
E (株)エドウィン小坂ジーンズ	昭和60年創業	秋田県	小坂町	縫製
F (株)秋北ジーンズ	昭和62年創業	秋田県	大館市	縫製
G (株)津軽ジーンズ	昭和60年創業	青森県	弘前市	縫製
H (株)弘前ジーンズ	平成元年創業	青森県	弘前市	縫製
I (株)みちのくジーンズ	平成5年創業	青森県	弘前市	縫製
J (株)青森ジーンズ	昭和57年創業	青森県	つがる市森田町	縫製
K (株)青森ジーンズ相野工場	平成元年創業	青森県	つがる市森田町	縫製
L (株)十和田ジーンズ	昭和61年創業	青森県	十和田市	縫製
M (株)三戸ジーンズ	昭和61年創業	青森県	三戸町	検品
N (株)ジーンズ・エム・シー・ディー	平成元年創業	秋田県	秋田県土崎港	洗い加工
O 京浜流通センター	昭和52年創業	横浜市	鶴見区	洗い加工



O 神奈川県横浜市

株式会社ジーンズエムシーディ会社概要

名称：株式会社ジーンズエムシーディ

代表取締役：大塚丈二（株式会社エドウィン代表取締役社長）

創業：平成元年9月

事業内容：EDWINジーンズの加工・開発・商品管理

福利厚生：各種保険／健康保険・厚生年金保険・雇用保険・労災保険

団体保険（郵便局・秋田共立）

諸制度／退職金制度・財形貯蓄制度（秋田銀行）

休日・休暇：日曜・第2、第4土曜日・祝祭日・会社指定日・夏期休暇

年末年始休暇・有給休暇・特別休暇

昇給：年1回（4月）

賞与：年2回（7月・2月）

従業員数：正社員154名契約社員60名（平成26年11月）

平均年齢：男子40歳女子43歳（平成26年11月）

所在地：〒011-0951秋田市土崎港相染町字浜ナシ山17番地3

3つのコアを持つM. C. D

Mとは、Manufacture（マニュファクチャー）製造・・・EDWINジーンズの製造

Cとは、Cleaning（クリーニング）洗濯・・・ジーンズの特洗加工

Dとは、Development（デベロップメント）開発・・・EDWINジーンズの新商品開発

ジーンズのトップメーカーEDWINの自社工場として、常にヨーロッパ、アメリカのジーンズ市場を見据え、ジーンズウオッシュ加工の研究開発、洗加工を中心に常に新しいことにチャレンジしています。平成9年にはEDWINグループの動脈とも言える物流部門（MCDD物流）を立ち上げ、国内外を問わずグローバルな視点で事業を展開しております。

EDWINグループのチャレンジ精神と、繊細で人の心に残るものを作っていく秋田（ジーンズMCD）のモノ作りのスピリットが融合し、世界に向けて最先端のジーンズファッションが発信されています。

平成17年4月20日第三者認証機関(独・TUV（テュフ）社）の監査により「CSM2000」の認証を受けました。

「CSM2000」とはエコテックコンソーシアムドイツ本部が国際標準とした統合マネジメントシステムで現在は繊維製品の国際標準としては、デファクトスタンダードとなっています。

EDWINグループが取り組んでいるCSM-2000認証取得について

CSR コーポレートソーシャルレスポンスビリティ

意味

コーポレート=企業

ソーシャル=社会的

レスポンスビリティ=説明責任

【企業の社会的説明責任】

CSM コンプライアンスサプライチェーンマネジメント

意味

コンプライアンス= (法令要求事項市場からの要求事項を)遵守する

サプライチェーン=製品の供給関係にある全ての企業・機能

マネジメント=管理する

【材料及び製品の供給関係を含めた全ての企業活動に関係する企業。機能において、法令や市場からの要求に対して遵守していることを管理する。】

要求遵守分野 (項目は要求事項の一例)

品質

製品仕様どおりに製品が出来上がっているか

消費者に満足してもらえる製品を作っているか

法令、社内ルールを遵守した製品を作っているか

環境

汚染をしないように、少なくなるように考慮して製品を作っているか

限りある資源の使用量をムダにしないように、低減するように考慮して製品を作っているか

法令、社内ルールに遵守した製品を作っているか

安全衛生・健康

消費者の安全が確認され、安心して使用できる製品を作っているか

生産にかかわる人の安全や健康を考慮して製品を作っているか

国際的に使用禁止されている薬品などを使用しない体制が整っているか

法令、社内ルールに遵守した製品を作っているか

社会的責任 人権を尊重して製品を作っているか

不正を許さない体制が整っているか

社会に対して説明できる体制が整っているか

全社員が法令、社内ルールを遵守しているか

経営システム 経営トップの意思として、法令および社内ルールを遵守する体制が整っているか

公平な商取引を行う体制が整っているか

賄賂や不正取引を許さない体制が整っているか

国際的な商取引にかかわる国外の法令、貿易ルールを遵守しているか

認証団体

TUV (テュフラインランド)

1870年にドイツに設立され、電気・熱機器、家庭電器、IT関連機器、産業機器、自動車安全試験、自動車部品、航空宇宙関連、変電所、医療機器、テレコム関連、ガス器具、玩具、ドイツ国自動車運転免許証発行など、世界の主要工業品に対して、世界で認められている安全規格・試験標準を持って製品認証業務を実施している団体。世界で最も信頼される第三者認証監査機関として認められており、世界の各地において公正かつ厳しい監査と指導を実施している。



1 専用カーゴにて製品入荷



2 割りテープ工程



3 部分ダメージ工程



4 シュービング工程



5 ストーンウォッシュ工程 1



6 ストーンウォッシュ工程 2



7 ファイバープレス工程



8 検査工程



9 修正工程



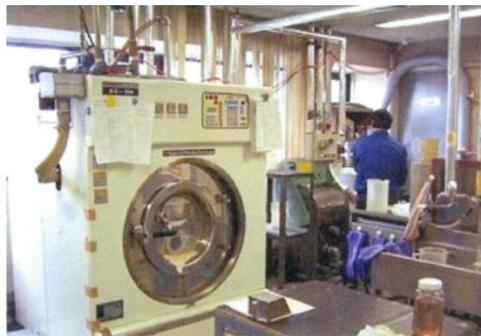
10 ラベル付け工程



11 検針工程



12 専用カーゴにて、出荷



企画・サンプル加工室



ヒゲ板作成



物性試験室

2. シンガポールのファッション人材育成および企業人材ニーズの現地調査

シンガポール概要

公用語:英語、マレー語、標準中国語（北京語）、タミル語

首都:シンガポール

面積:総計 707.1km²（※東京都の3分の1程度の大きさ）

人口:総計（2012年） 5,410,000人

シンガポールは、東南アジアの都市国家で島国である。マレー半島南端、赤道の137km北に位置する。シンガポールの領土は、菱形の本島であるシンガポール島及び60以上の著しく小規模な島々から構成される。シンガポールは、北はジョホール海峡により半島マレーシアから、南はシンガポール海峡によりインドネシアのリアウ諸島州から各々切り離されている。シンガポールは高度に都市化され、原初の現存植生はほとんどない。シンガポールの領土は、埋立てによって一貫して拡大してきた。

シンガポール島には2世紀に定住が始まり、それ以降は一連の現地の帝国に属した。現代のシンガポールは1819年、ジョホール王国からの許可を得て、イギリス東インド会社の交易所として設立された。1824年、英国はシンガポール島の主権を取得し、1826年にはシンガポールは英国の海峡植民地の1つになった。第二次世界大戦の間は日本により占領され、1963年にシンガポールは英国からの独立を宣言し、マレーシアを形成するため、他のかつての英国領と結合した。この2年後、シンガポールは全会一致の議会制定法により、マレーシアから独立した。それ以来、シンガポールは急速に発展し、経済成長を遂げている。

シンガポールは、世界第4位の金融センター及び世界最繁忙な5港の港湾のうちの1港で、世界有数の商業の中核である。同国の国際化及び多様化された経済は貿易に大いに依存し、特に製造業は、2005年における同国のGDPのうち26%を計上した。購買力平価説の観点から、世界第3位の一人当たりの国民所得を有するが、世界有数の所得格差も存在する。国際ランキングでは、教育、医療、経済競争力において高位に順位付けされる。2013年6月時点で約540万人の人口を有し、そのうち約200万人は外国生まれである。シンガポールは多様な一方、民族的なアジア人が優位を占め、人口の75%は華人で、大きな影響を与える少数派は、マレー系、インド系、ユーラシア人である。公用語は、英語、マレー語、標準中国語、タミル語であり、同国は公的政策の範囲内で多文化主義を推進している。

シンガポールは、東南アジア諸国連合（ASEAN）原加盟国5箇国のうちの1国で、アジア太平洋経済協力（APEC）の事務局設置国でもあり、東アジアサミット、非同盟、イギリス連邦の一員である。シンガポールの急速な発展は国際情勢において多大な影響力をもたらし、アナリストからは、ミドルパワーと見なされている。

2-1. 視察概要

日程：平成26年12月8日（月）～平成26年12月10日

訪問先： Design Singapore Council

デザイン立国を目指して2003年設立、国を挙げてデザインの核心と成長を推進するための機関。多民族国家の中でのデザインの在り方、マーケティング研究等の情報提供に取り組んでいる

Shop 視察

- ・ ブギスエリア セレクト系のトレンドエリア
（アラブ関連の生地販売店、オーチャード、高島屋）
- ・ ブレッドアンドバター（岡山デニムコーナー）
- ・ ザ デニムストアー
- ・ Singapura Jrunway
（日本製品をシンガポール ASEAN 諸国に売るためのPOP SHOP）

NEWater Visitor Centre

高度な浄水技術で水をリサイクルする施設。マーケティングや現地工場等の基礎資料とする。

Civil Aviation Authority of Singapore

シンガポール空港施設内の物流施設
（アジア諸国への商品展開の参考資料とする。）

MDIS (Management Development Institute of Singapore)

シンガポールの生涯学習機関。イギリスのブラッドフォード大学と提携（その他世界各国の大学と提携し、カリキュラムを作成している）。

視察メンバー：平田眞一、田ロー子、吉村恒夫

2-1-1. Design Singapore Council

デザイン立国を目ざして2003年設立、国を挙げてデザインの革新と成長を推進する為の機関多民族国家（華人77%、マレー人15%インド人7%その他1%）中でデザインのあり方、マーケティング研究等デザインに関連した場と国内外への情報提供などを行う2つの部門があり（Marke部門とIndustry部門）会議場、デザイン会社、デザインをベースとした売場展示場、イベント開催、教育、デザインの補助金制度、日本企業との取り組みなど説明をけた後、施設見学、素材の収集（イギリスの企業）コ

ラボ等海外との取り組みも行う、有田焼の窯元、SHOPではビームスの商品販売を視察した



2-1-2. Shop 視察

◆プギス エリア見学 多民族国家の状況を見る。セレクト系のトレンドエリアであったが休日であった。アラブ関連のお客様向け生地販売店視察、オーチャード視察、高島屋

◆プレッドアンドバター視察 岡山デニムコーナー 2階に展開600から1200シンガポールレドル60%off 上手くいってはいない状況。

◆ザ デニム ストア 経営者のleslie Ljm面談 細身のシルエット継続、ヌーデーがナンバーワン 日本のジーンズ185-350 s ドルを扱い若い男性に人気があり、加工物は少なく、ピンテージ素材の細身が継続で好調





2-1-3. NEW Water Visitor Centre 視察

高度な浄水技術でリサイクルされた水の事をニューウォーターと表現している。2003年にシンガポールにおける水の持続可能性に対する取り組みで飛躍的な進歩をもたらした施設。高度な浸透圧の設備を利用して、1日当たり1135万ℓ 生産消費量の2,5%。シンガポールの水は13億6千万ℓが必要。年々増加する観光客と共に水の大切さを啓蒙する場所でもあり 隣国マレーシアからの供給依存からの脱却を目指している。1961年に英国植民地時代にマレーシアと2つの水供給合意書を交わしている。

シンガポールは隣国マレーから30%の水を購入、不足分は下水雨水などから浄水を行い都市のインフラ対策を行っている、この施設は工場でもあるが水の大切さ、重要性を子供から大人までわかりやすいビジュアル、映像にして啓蒙活動を行っている。クリーンな水であることを強調しているプレゼンテーションであった。

2-1-4. SingapuraJrunway 田野氏からヒアリング

日本製品をシンガポールASEANに売る為のPOP SHOPとしてスタート、メインの繁華街オーチャード通り、シンガプーラー1階にあり。日本、シンガポールの合弁会社、原宿、渋谷と同じ商品を売るコンセプト、若いお客様に人気が出てきている。レディス70%

メンズ30% カジュアル中心から2年目が過ぎ大人感覚のブランド商品を入れ替え売れが良い状況となる。新しく高額なXGALの導入 売れ筋は、単価がこなれる中古で人気のWEGOを入れる。ユニクロは人気が続いている。旅行用の防寒具も揃えている。一昨年で17店舗 展開価格は日本に近い35~40sドル前後 シンガポール全体は景気が落ち着いて来ていてショッピングセンターの戦いでスーパーメガモールの時代となり、マレーシアなどでは都市的な要素まで入れた計画が出来始めた。

2-1-5. Civil Aviation Authority of Singapore 視察

CAAS物流の視察 Lim Tuang Him(Airport Development) マネージャーEveiyen Bon チャンギ空港内にある事務所訪問。シンガポールの空港施設、物流施設の視察 1911年設立 プレゼンテーション 視察 ハブ空港世界で6番としての位置づけを使用しながら、観光客、AIRの物流を拡張している。2009年新しいCAASとチャンギ空港グループに分かれ民間として独立 物流 海外の学生も研修受け付けている

2-1-6. MDIS (Management Development Institute of Singapore) 視察

Sam Lee イタリア人の教授に説明を受け学内視察。ファッションコースを数年前に開校、5人の教授が指導する。イギリスのブラッドフォード大学と提携 その他世界各国の大学と提携をしていて、カリキュラムを作成している。海外からの留学生も多く25カ国70% 日本からも一部受け入れている。同じ敷地内に寮も完備 校舎内の施設は11時まで使用が出来る。シンガポールはインターシップ制度が充実、約6,000社が対応してくれる。(小売、企画会社、アパレル)世界各国からのブランド、商品が集まりファッションに関しての情報収集が出来、今後はファッション教育もレベルアップがされると思えた。



2-1-7. CITY Gallery 視察

1999年にオープン都市国家としての50年の歴史とともに模型を使い紹介をしている。年間20万人が訪れている。シンガポール都市の変遷と立体模型、将来像が明確なプレゼンテーションがなされ、今後の都市計画が一目でわかる。デザイン作業場では模型製作をしている姿も見えた。可視化の良い例である

2-2. シンガポールのジーンズ考察

シンガポールの景気は鈍化しているものの、ASEANの中心都市として確実な位置を示し益々カジュアル(ジーンズのウエイトは上がり)市場を形成していく様子がわかる。また現地での販売価格のあり方も今回の訪問で適正な価格が確認できた。日本ブランドの認知、知名度は有るものの市場価格の3倍4倍での販売は異常であり、続かないビジネスである事が実証できた。シンガポールのファッション関係者とのミーティングでは、日本への憧れ、ビジネスに対する前向きな姿勢等日本の若者が忘れていた姿勢であった。

また、今回の視察は多方面(デザインセンター、水道水施設、都市開発、空港の物流、博物館等の)施設を見学、脱明を受け都市国家の有様が理解でき、グランドデザインの重要性、多民族国家の中でのデザインの役割、プレゼンテーションの上手さに感動を覚えた。

教育に関しても、ASEANの中心地の状況をうまく捉えてグローバル戦略を組み、進んでいく姿は、日本が今後グローバルな社会で生き延びるには見習らなければいけない事が多数あった。

第3章 開発

1. 教育カリキュラム／履修モデル

専門学校のエデュケーショナル・フィールド

分野	基礎能力			専門技能			実務能力				ヒューマンスキル					
	ドローイング	パターン	基礎造形	素材・色彩・商品知識	デザイン画	工業パターン	立体造形	マテリアル	クリエイション	マーケティング	マネジメント	リーダーシップ	コミュニケーション能力	マインド	理論的思考	行動特性
ディレクター	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5
リーダーレベル	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	5	4	4	5	5
標準レベル	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
新卒・未経験者	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2

モデル・カリキュラム基準

デニム・ジーンズクリエイターの基礎となる知識・技術・素養及び職業人として必要な専門知識・技術、業務を遂行する能力の修得を可能とするため、産学連携の下で、デニム・ジーンズアパレル業界においてグローバルな視野と実践力、創造力のあるクリエイターの中核的専門人材の育成を推進する。

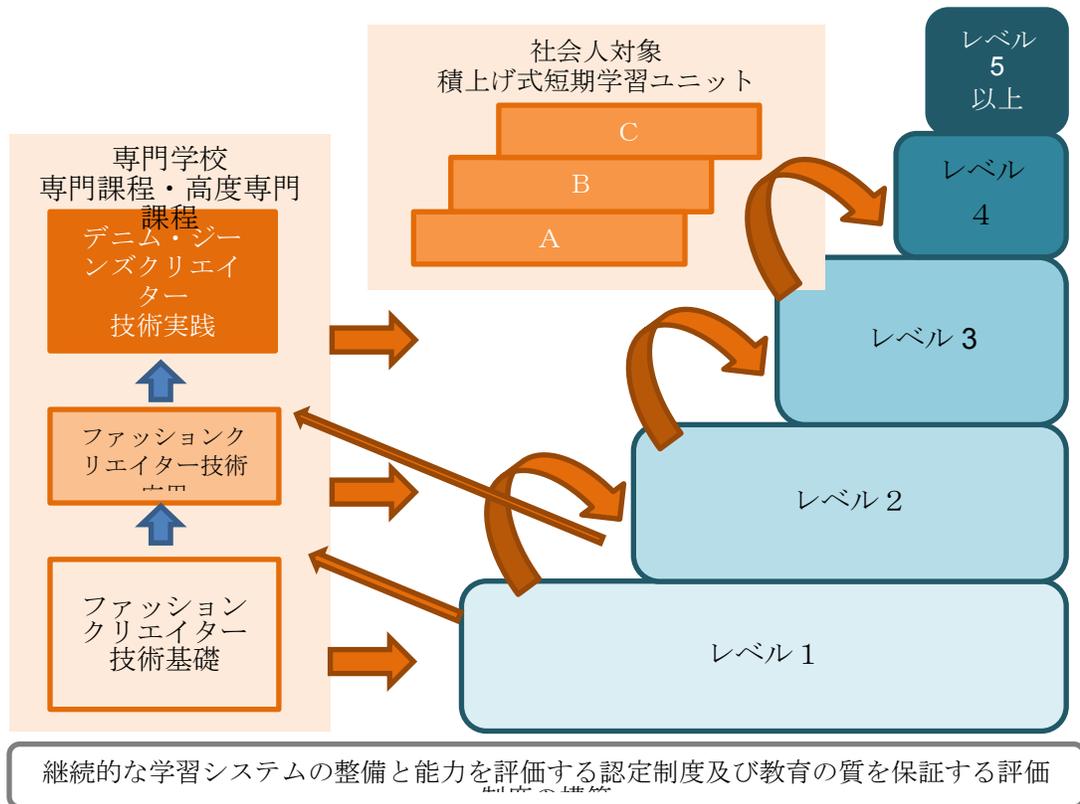
このため、就業後も含め、生涯にわたってキャリアパスが描けるよう、必要な知識・技術・技能をレベルごとに体系的にユニット化し、それらの積み上げが評価される「学習ユニット積上げ方式」によるアクセスしやすい学習環境の整備を目指している。

また、モデル・カリキュラム基準を活用した短期教育プログラムの整備と質を保証するための評価制度を検討協議した。

これにより、業界に就業した社会人に対しても新たに必要な知識・技術等を更新する機会を充実する。その際、関係企業と専門学校等が連携し、現場での就労経験

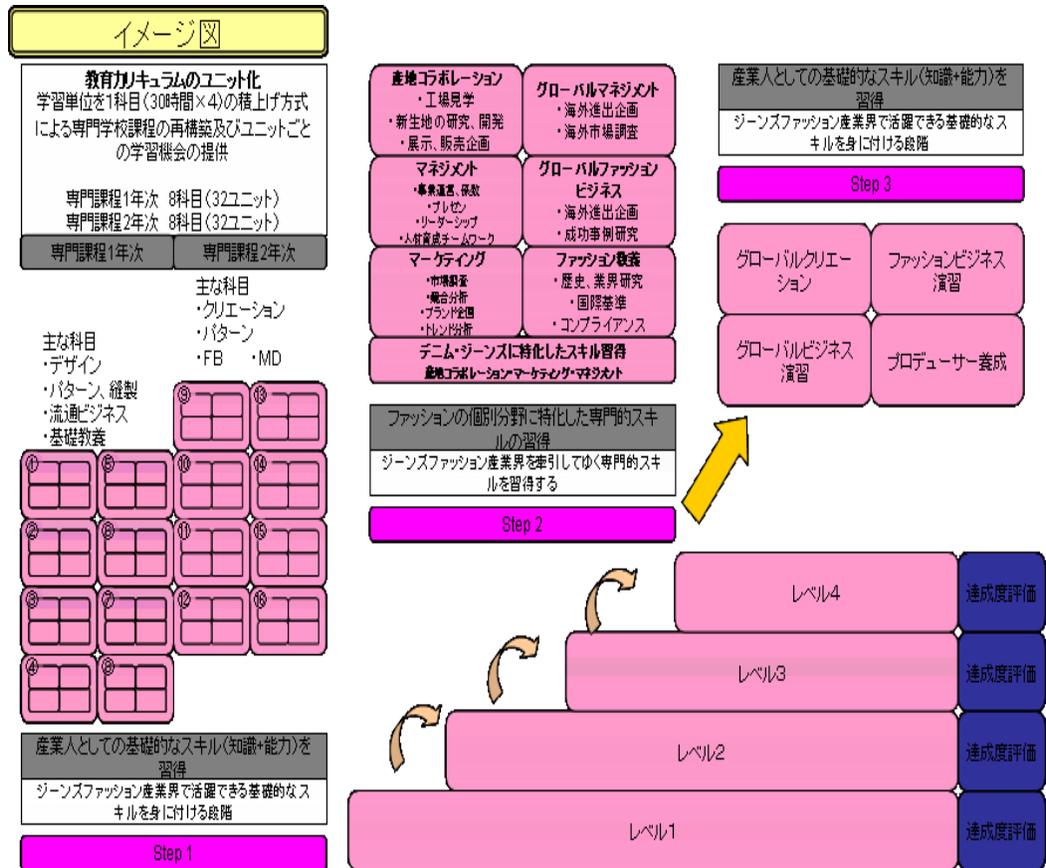
を踏まえたカリキュラム編成・評価等を行えるような評価システムを構築する。このシステムが実現することによって多様化する産業界のニーズに即応する専門人材養成を目指すことができる。

また、産業界と関連専門学校等との連携により、学生が学んだことが修得されているかどうかを測る達成度評価の評価指標等を含めた手法や、学校活動における専門的な評価指標等の開発に取り組む予定である。



積上げ式学習システムの構築

業界に就業した社会人に対しても新たに必要な知識・技術等を更新する機会提供するため、アクセスしやすい学習システムの構築を検討した。このため、専門学校の履修科目をユニット化し、再構築を行なった。1科目を4つの学習ユニットで構成し、1ユニットあたりの授業時間基準を30時間、1科目の授業時間120時間を基準として学科を構成する。



育成を目指す人材像

日本のものづくり産業は、生産工程において久しくその優位性を保っていたが、アジア新興国においてCAD/CAMによるデジタル化が進み、生産工程での差別化が図りづらくなっている。日本のものづくり産業が今後も優位性を保ち、世界のものづくりをリードしてゆくためには、サプライチェーンにおける日本の役割と国際分業のポジションの確立が重要であり、これらを構築できる人材が求められる。

また、生産拠点であるアジア新興国が消費市場としても成長が期待されつつある。今後は、アジア新興国の市場を対象とした商品供給やビジネスモデルの構築が急務であり、グローバルに対応できる人材が求められる。

デニム・ジーンズクリエイター養成基盤整備のための教育プログラム開発と実証 育成人材像のイメージ

育成を目指す人材像

日本のものづくり産業としてのデニム・ジーンズアパレルが、新たな価値を創造し、構築の進展する国際分業体制でのポジションと期待される役割を担うことのできるデニム・ジーンズクリエイター。

イメージ図

デニム・ジーンズアパレルの課題

CAD/CAM等の生産工程のデジタル化が進展
アジア新興国においても高品質の生産が可能となった

- 生産工程の付加価値が低下
- 品質・価格の競争力の低下

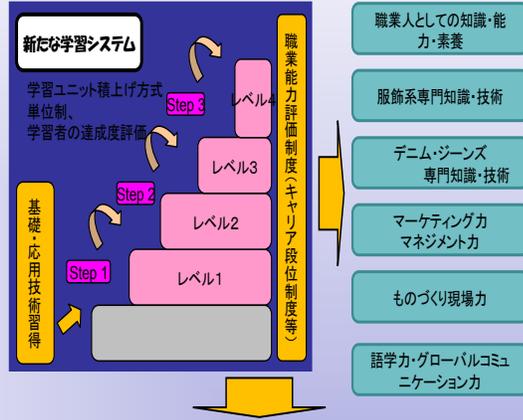
企画・開発等、生産工程以外から付加価値の創造が必要

グローバルに対応した新たな生産戦略が必要

「マーケットに合ったものづくり」という視点に立ったビジネスモデル構築が必要

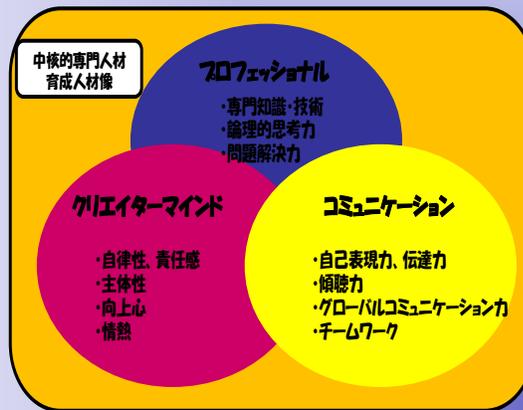
アジア新興国の経済成長の結果、中間層が増加し、アジア新興国の消費者をマーケットとした製品を提供する必要性が増加

国際分業を進め、日本のデニム・ジーンズ産業が付加価値を確保できるビジネスモデルを確立することが重要



- 職業人としての知識・能力・素養
- 服飾系専門知識・技術
- デニム・ジーンズ専門知識・技術
- マーケティング力
マネジメント力
- ものづくり現場力
- 語学力・グローバルコミュニケーション力

日本のものづくり産業の次代を担うグローバルに活躍できるデニム・ジーンズクリエイターの養成



2. 教材開発

2-1. 開発教材の特徴

(実務環境)

若年人口の減少、外資系を含むSPAの隆盛、ショッピングセンターの大型化などの環境変化によりジーンズ・カジュアル業界は製造、小売りともに競争が激化している。

物づくり製造マーケティングの分野では機能素材の開発など、年間を通して切れ目ないタイミングでの商品供給体制でニーズを掘り起こすことが求められる。小売マネジメントの分野でも、月間単位からさらに細かい週単位のマーチャンダイジング手法が採用されるなどの手法進化がある。

(商品供給マーケティング内容に関する今回の主な改訂項目)

- i) ジーンズに要求される消費特性と機能要素の位置づけの再確認
- ii) 機能素材の知識とマーケティングのインのタイミング

例) 吸汗速乾、蓄熱、肌保湿のジーンズなど

- iii) 新興理論「52週マーチャンダイジング」とジーンズ商品の立場
- iv) 年間を通して新鮮な印象を与えるVMD

(ビジュアルマーチャンダイジング) 手法の進化

- v) 来店客の心をとらえる積極的接客会話技術とロールプレイ

(社会的な関心事である安心・安全、トレーサビリティ〈生産履歴〉さらには環境保全意識の高揚に対応したマーケティング理論内容として)

- vi) 「3R (リサイクル、リユースなど)」のジーンズの企画、
特に「リユース」 (使用済ジーンズ衣料やハギレなど使用) は新規デザインの発想だけでなく「学び直し」の観点からも有用な考え方

(マネジメント領域内容として)

- vii) オーバーストアを背景にした見切り処分ロス発生による損益圧迫を防止するためのP/L (売上総利益率、営業利益率) などの基礎知識
深化

(その他) 国内外ジーンズブランド情報の拡充、素材を中心にした用語集の充実など

2-2. マーケティング教材

大項目	内容
マーケティング	ジーンズの「企画、設計、生産」までの実務教育とその素養を育成
市場調査	1 ジーンズ衣料の特性
	2 世界と日本の需給動向
	3 市場調査
競合分析	4 世界のカジュアル消費流通の概要
	5 日本のジーンズ製造、小売業界の概略
	6 国内、海外外主要ブランドと特長
ブランド企画	7 「ブランド」の意味と権利
	8 消費ターゲットの明確化、服種企画
	9 TPO, コーディネイト企画、色サイズ構成とSKU
	10 「ブランドコンセプト」立案の事例
	11 コスト構成と想定利益率、単品ライフサイクルとロス予測、
	12 リードタイム、スケジュール設定（生産関連）
	13 生産の基礎知識（素材、副資材、縫製、洗い、物流）
	14 ジーンズのパターン作成の特殊な一面
	15 ブルーデニム素材の見極め方と「選択眼」
	16 ジーンズの洗い（後）加工の概要と考え方
17 生産工場のあり方、生産効率の課題、外注管理	
トレンド分析	18 トレンド情報の入手、店頭、街頭視察
	19 ジーンズトレンドの歴史と社会背景
	20 「ジャパン・ジーンズ」の意義
	21 環境対応（エコロジー）、CSR 対応企画
	22 コーディネイト企画とその戦略
マーチャндаイジング	23 マーチャндаイジングとは
	24 マーチャндаイジングにおける在庫の課題
販売・販促マーケティング	ジーンズの「販売・販売促進」の内容の学習
販売・販促マーケティング	25 展示会業務(国内・海外総合展示会情報、出展業務、陳列など)
	26 企業展示会の運営、接客
	27 海外生産の実務、OEM受発注のポイント

2-3. マネジメント教材

大項目	内容
マネジメント	ジーンズの企画、製造、販売、小売についての業務管理概要
業務管理概要と 計数、品質管理	28 ブランドなどの「ポートフォリオ」とは何か
	29 単品コストと粗利益の関係
	30 見切りロスと最終利益、販売管理費と営業利益
	31 企業会計から見た損益管理
	32 P/L（損益計算書）、B/S（貸借対照表）の知識
	33 販売管理資料の概要と分析
	34 QC（品質管理）ツールとその発想
	35 「PDSA」（プラン・ドゥ・シー・アクション）とは
	36 販路構成との取引マネジメントの戦略
	37 与信管理と回収
	38 ジーンズ小売における「立地マネジメント」
	39 小売店出店と運営の基礎
	40 接客技術と「ロールプレイマネジメント」
「学び直し」について	
	41 デニム・ジーンズと「学び直し」
用語集	
	42 マーケティング、マネジメント用語
	43 知っておこうビジネス用語集《アルファベット編》
	44 織物
	45 織物の加工
	46 ●その他の織物の種類



第4章 実証

1. 実証講座

デニム・ジーンズ最新生産技術実習

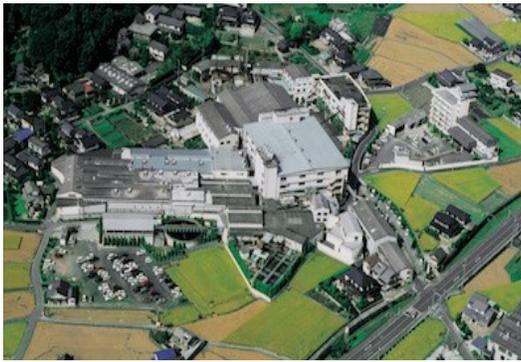
目的：日本のデニム・ジーンズの強みでもある生産技術の調査を行い、教育教材に活用するとともに、今後の産地コラボレーション等の連携の可能性について調査をする。また、産地コラボレーション講座としての検証を行い、教育カリキュラムへの導入、産学連携の可能性を探る。

日程：平成26年12月22日（月）

訪問先：カイハラ株式会社 本社及び三和工場

事業内容：デニム素材の一貫生産（紡績、染色、織布、整理加工）及び販売

参加者：田ロー子、中国デザイン専門学校 服飾専門課程学生



〈訪問先〉 本社 工場 （122名）

広島県福山市新市町常 1450

〈訪問先〉 三和 工場 （174名）

広島県神石郡神石高原町上 1333-1

2005年に高付加価値製品の充実と生産システムの改善を図るために、三和工場を開設。合理化された最新設備による紡績・織布の生産体制を敷く。

その他の工場



上下 工場 （74名）

広島県府中市上下町階見 1167



吉舎 工場 （249名）

広島県三次市吉舎町矢井 428-1

【会社概要】

カイハラ製品の品質は世界に「カイハラデニム」として認められ、価格は高くても、世界のアパレルメーカーから求められている。国内デニム生地市場のシェア50%を持つ国内最大のデニム生地メーカー。

カイハラは1893年に広島県で創業した備後絣の企画、製造を行うメーカーで、主な製品は農作業用のモンペの生地であった。しかし、高度成長下での洋装化に対応する為に開発した広巾絣も、合繊繊維の普及とプリント技術が発達すると、絣の需要は激減した。その後広幅絣技術を応用して中近東向けのサロン（回教徒用の衣装）で業容を順調に伸ばしたが、政情不安、通貨切下げにより突然の輸出停止に追い込まれる。1970年、カイハラはデニム生地事業に軸足を移すことに決め、紡績会社の下請けとして糸の染色に特化した。この時武器になったのが、絣事業で培った藍染の技術を活かして自社開発した染色機械であった。これは大成功し、1977年には国内デニム染色市場のシェア75%をおさえた。しかし、カイハラはそれに満足することなく、織布、整理加工、さらには紡績まで手がけ、国内外のアパレル企業と直接取引をするようになった。

カイハラが提供している価値は、品質、スピード、提案能力である。カイハラは、様々なニュアンスのデニム生地を、正確に高い再現性を持って提供することができる。企画時に同意したとおりのニュアンスを実現でき、追加生産時の再現性も高いことは、顧客であるアパレルメーカーにとって重要である。

また、新製品を年間600から700種類の異なったニュアンスのデニム生地を顧客に提案している。

カイハラは、日本の繊維業界の主な二つの流れと異なる道を選択した。一つは、垂直統合である。日本の繊維業界は従来、紡績、染色、織布、縫製、企画などの分野に分業がなされていた。カイハラが垂直統合を始めた当時は、非常に例外的であった。二つ目は、国内特化である。繊維業界各社が1970年代以来、低コストを求めて製造を海外に移転する中で、カイハラは国内、しかも広島県北部の山間地域に工場を集中している。

また、将来的にアジアを中心とした市場の拡大が予測されるが、国内では生産能力の増強が難しくなるため、2014年3月タイ（バンコク）工場を設立しカイハラ（タイランド）を立ち上げた。国内と同じ高品質なデニム生産体制を目指し、2016年1月から生産を本格化。

【カイハラデニムのできるまで】三和工場



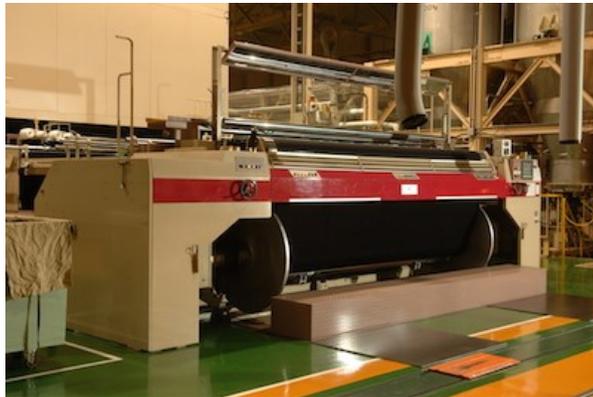
1 紡績 デニムに最適な厳選された原綿を輸入、デニムの仕上がりまでも想定した独自のノウハウで混綿。リング紡績とオープンエンド紡績があり、求める糸質によって使い分けています。工程間は、搬送ロボットで結ばれ、ほぼ無人化されています。



2 整経 紡績された糸、約 600 本を、約 6,000 ヤードの長さでロープ状に束ねます。次の染色工程で糸をムラなく染め上げるため、すべての糸を均一に巻き取ることが大切です。整経機には、数多くの工夫が凝らされており、一連の設備・機械はカイハラが独自に開発したものです。



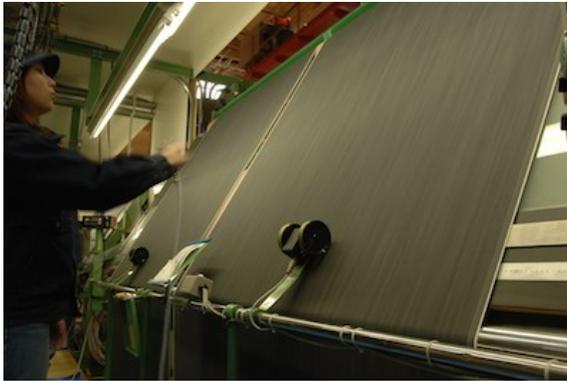
3 染色 デニムの表情を決定づける重要な工程が染色です。染色工程は備後緋の藍染で培ってきた経験と技術が最大限に生かされている部門です。ロープ状に束ねられた原糸はインディゴ液の中を通過し、ローラーで絞られ、空気に触れることにより酸化し、藍色が発色します。それを何回も繰り返すことで、鮮やかなインディゴブルーに染め上がります。



4 糊付 織機で織り上げるために、タテ糸に、強度・伸度・平滑性を持たせるように糊付けする工程です。染色された糸、約 600 本を巻いたビーム、織機二幅分のタテ糸を一度に糊付けします。



5 織布 糊付けされたタテ糸にヨコ糸を打ち込み、布に織り上げる工程です。最新鋭織機、300 有余台が稼働しています。太番手の糸を使ったヘビーウエイトのデニムに対応するプロジェタイル織機、細番手のデニム用にエアージェット高速織機、そしてクラシックなテイストを追求したヴィンテージデニム用のシャトル織機など、生産するデニムのバリエーションや特性に合わせた製織をおこなっています。



6 生機検査 織り上がった原反が規格通りに製造されているか品質チェックし、仮の格付けをおこないます。検査結果は速やかに前の工程にフィードバックし、効率的な品質保証システムを運用しています。



7 整理加工 整理加工は、製品として最終仕上げの工程です。中間検査を終えた原反は、表面のケバを取る毛焼き、生地のコシを持たせる糊付け、ヨジレを防ぐ斜行防止、生地の縮みを防ぐ防縮などの処理工程を経て、ユーザーの望む風合いのデニムに仕上げていきます。一連の工程は、自動化され、連続処理をしています。



8 加工検査・試験

最終の製品チェックです。仕上がったデニムは、顧客の要求する品質規格に合わせて厳格な検査をし、最終格付けをおこないます。専門スタッフが次の6項目について、厳しい試験をおこないます。①引き裂き強力②色差（色のばらつきのチェック）③斜行防止度（ヨジレ防止加工のチェック）④引張強度⑤剛軟度（触感やしなりの分析）⑥洗濯収縮



9 出荷

最終検査を合格した製品は、海外、国内向けともに100メートルの長さにカットし、ビニール梱包され出荷されます。製品保管は、コンピュータ化された立体倉庫で在庫の一元管理と迅速な製品供給体制を構築しています。

総括

今回の視察において、日本のデニム・ジーンズの強みでもある生産技術（デニム生地メーカー・紡績から一環）の調査をおこなった。

資本金1億5100万円、連結売上高年間374億円の企業でありながら毎年15億円規模の設備投資を行い、競争力を強化する。また、開発にかかる姿勢は半端ではない。国内市場50%強のシェアを占める大手になっても、広島県福山市の本社を中心に地元ここ

だわって開発・生産を続ける。桁違いの規模で生産する海外メーカーはたくさんあるが、品質と開発力で欧米のメーカーからも一目おかれる存在であり、世界のジーンズメーカーがカイハラの動向に注目する。2014年からアジア新興国に進出し、国内と同じ高品質デニム生産を目指しグローバルなビジネス展開に取り組む。こういったものづくりの姿勢や生産背景が、世界市場でのジャパンデニム・ジーンズが高く評価される理由である。

カイハラ株式会社 本社及び三和工場 会社工場での実習の様子



本社にて藍染め体験



本社生地サンプル室 本社ギャラリー



三和工場実習風景



2. 企業実証講座

企業実証講座

目的： 開発する教材の内容をもとに、企業の社員を対象とした講座を実施し、学習ユニットとしてのカリキュラムを検証する。

対象： ファッション関連企業の社員

時期： 平成 26 年 11 月 19 日（水） 17：00～21：00

平成 26 年 12 月 10 日（水） 17：00～21：00

平成 26 年 12 月 17 日（水） 17：00～21：00

平成 27 年 1 月 14 日（水） 17：00～21：00

平成 27 年 1 月 21 日（水） 17：00～21：00

平成 27 年 2 月 18 日（水） 17：00～21：00

会場： 品川インターシティ会議室

参加者： 24名（定員30名）

スケジュール

1日目（1月28日）

回	日程	内容	講師
1	11/19	本講座の目的と概要 ・市場調査 「ジャパン・ジーンズの進化」	佐伯・ 貝原
2	12/10	・競合分析	佐伯・ 貝原
3	12/17	・ブランド企画	佐伯・ 貝原
4	1/14	・トレンド分析 ・マーチャンダイジング	佐伯・ 貝原
5	1/21	・販売・販促マーケティング	佐伯・ 貝原
6	2/18	・業務管理概要と計数、品質管理	佐伯・ 貝原

○【講座参加者アンケート】

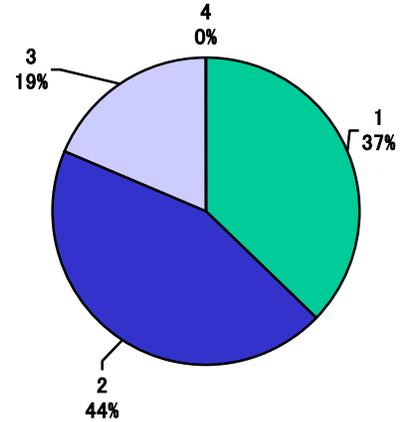
平成 27 年 2 月 18 日 回答数 21 名（最終日出席者）

1. この講座を受講した目的は、

- ・デニム・ジーンズの知識を身に付けたいから。
- ・世界の中で評価の高いジャパンデニムの知識習得と今後の業務展開を考えて。
- ・ファッション業界知識の習得。

2. 上記目的はどの程度達成されましたか。

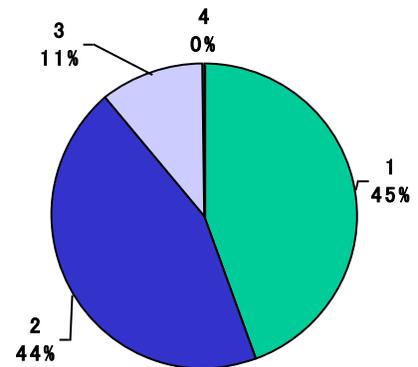
①十分達成した	10名	37.1%
②ほぼ達成した	7名	44.4%
③あまり達成しなかった	4名	18.5%
④全く達成しなかった	0名	0.0%



講座について

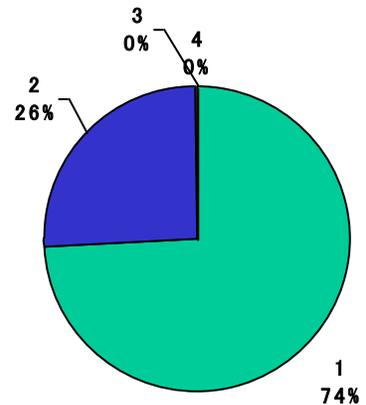
3. 講座内容について、レベルは適切でしたか。

①十分適切	7名	44.4%
②適切	10名	44.4%
③あまり適切ではない	4名	11.2%
④適切ではない	0名	0.0%



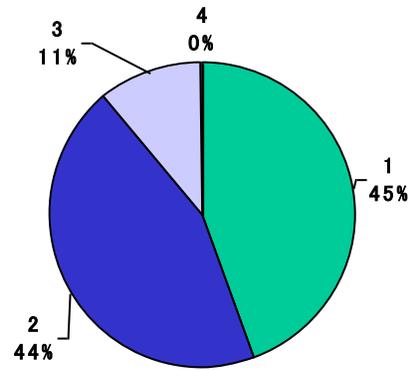
4. 講座の進め方は、適切でしたか。

①十分適切	7名	44.4%
②適切	10名	44.4%
③あまり適切ではない	4名	11.2%
④適切ではない	0名	0.0%



5. 講師の説明は、わかりやすかったですか。

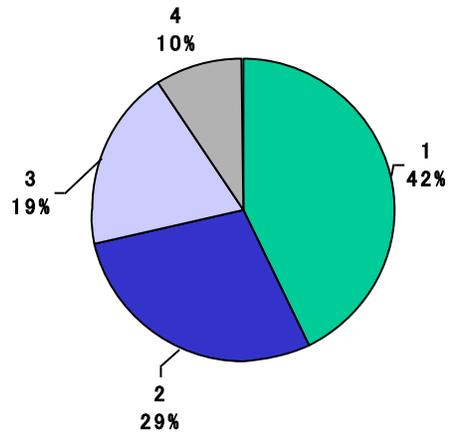
①十分わかりやすかった	20名	74.0%
②わかりやすかった	7名	26.0%
③あまりわかりやすくなかった	0名	0.0%
④わかりずらかった	0名	0.0%



現在の仕事について

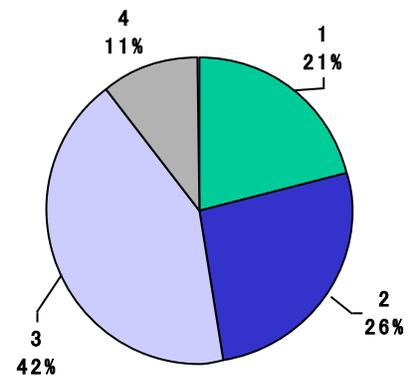
6. 業種をお教えてください。

①アパレルメーカー	9名	42.9%
②アパレル小売専門店	6名	28.6%
③アパレル小売量販店	4名	19.0%
④その他	2名	9.5%



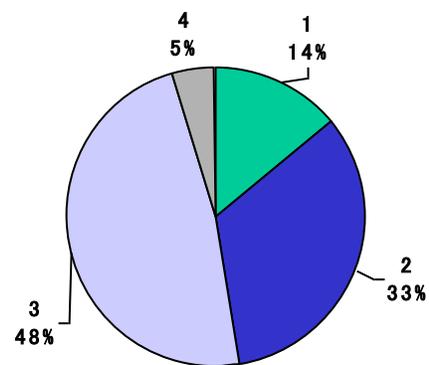
7. 職種をお教えてください。

①企画職	4名	19.0%
②営業職	5名	23.8%
③販売職	8名	38.1%
④事務職	2名	9.5%
⑤その他	2名	9.5%



7. 役職をお教えてください。

①管理職	3名	14.3%
②一般社員	7名	33.3%
③契約社員	10名	47.6%
④派遣社員	0名	0.0%
⑤アルバイト	1名	4.8%
⑥その他	0名	0.0%



第5章 課題と次年度以降の取組

●グローバルクリエイターの育成

市場・環境等を含め、グローバルに展開できるクリエイターの育成が必要である。ジャパニデニムは、その品質において高い競争力を有しているが、日本のデザイン教育における「販売先の国の文化や適正価格、関税・輸送コスト等のマーケティングとマネジメントの知識」の強化が必要である。

また、語学（特に英語）については、別途、教育基盤整備に取り組む必要がある。

●産学連携の強化

本事業で実施した、工場見学・実習等を継続的に実施できる企業との連携体制の構築と関係強化が課題である。

●学び直し

視察したエドウィン秋田工場では、30代・40代の女性の活用に積極的であった。

社会人、女性等の学び直しの講座においては、企業人材ニーズの把握も重要であるが企業との連携により人材育成を効率よく行うことが求められている。人材活用に積極的な企業との関係強化を推進する。また、成果物の企業内教育への活用を推進する。

●教育の質保証と第3者評価

教員の育成、特に産業界の実務経験と技術の進化に対応する育成プログラムが必要である。

また、企業が認める教育目標と達成度評価指標に基づく教育内容の整備と、教育の質保証への取り組みが重要である。

教育目標の明確化、これまでの教育目標とグローバル化を前提とした職業教育の能力体系の他国とのレベル合わせや情報公開が今後の課題である。

おわりに

日本のデニム・ジーンズ業界に多大な貢献をされた株式会社エドウィン 執行役員 小林道和様が永眠されました。小林道和様の「お別れの会」にて、カイハラ株式会社 代表取締役会長 貝原良治様の読まれました弔辞を掲載いたします。

小林様のご冥福をお祈りいたします。

お別れの言葉

株式会社エドウィン 執行役員 小林道和様の御霊前に謹んでお別れの言葉を申し上げます。突然のことであり奥様、御遺族の方々の胸中はまさに悲観と断腸の極みかと存じます。それを思い、不肖私も胸を引き裂かれるばかりです。

あなたは昨年三月に病気が発見され、奥様の故郷である福島で最先端の高度医療の諧あって、全快され仕事に復帰されて喜んでおりました。その後別の部位に転移したので、また入院治療しますとの話があり、小林さんの事だから元気になられて復帰されると信じていました。丁度この二年強は色んな問題があり、且つ会社の存続にハードなネゴを続けられ、精神的にも体力的にも随分厳しく、これがあなたの寿命を縮められたのではと思います。

去る十二月十七日済生会病院にお見舞いし、顔色は普段と変わらず、お話は出来ませんでした。声を掛けると目を少し動かされておられ、今迄何度も体調の波があった様で、今日はたまたま悪いのではと思い、直ぐ回復されると信じ病院を後にし、その夕方「亡くなられた」と連絡を受け「まさかそれはない」と疑いながら直ぐ病院に駆けつけたのですが、もう自宅に帰られた後で病院は空っぽで、頭は真っ白で無力感を無念まで病院を後にしました。その様子になるのならもっとジーンズの将来についてのアドバイスを聞いておけばと反省したり、今迄小林さんのお付き合いやシーンが頭に浮かんできました。

エドウィン様とカイハラの関係は昭和四十七年からで、もう四十有余年になります。小林さんは昭和四十九年入社され、秋田、青森、岩手県等の自家工場設立に尽力されており、毎月末にはそれぞれの支払資金繰、月次の為に出張されていました。私も青森、秋田、十和田、小坂、MCD等の竣工式にも招待されました。自治体、銀行、地元との交渉を一手に引き受けられ、今では世界に誇れる設備、システムを確立されています。アパレル会社の製造責任者の方がITMA（世界繊維機械展）やボビンショー（縫製機器展）を視察され、次の対策を打たれている人はアパレルメーカーに小林さんをおいて他にはおられないのではと思います。自社でメンテナンス、修理は勿論のこと独自のノウハウでアタッチメントを付けられ、それが今でも生産性、品質共に世界のトップにあり、何度も配慮されていたのは社員の作業環境との融合でした。社内外でのご協力とスクラップアンドビルドを実行された結果と思います。そして小林さんほど綿花から製品の洗いまで機械に精通した人は世界に居ません。

平成十六年にはC. C. I（国際綿花振興会）とコットンインクの主催で「デニムグローバル・イベント」が上海で開催され、「日本のジーンズマーケットの現状と特徴」をテーマに講演されました。世界のデニムミル、ジーンズメーカーが多数参加し、ファッションにも尽力され大好評で「日本にエドウインの小林あり」とメイド・イン・ジャパンのジーンズを広く世界にアピールされ大変心強く思い、拍手を送ったのが数年前の様な気がします。他にもJAIM（ミシンショー）のシンガポール開催の時は「CSR調達の課題」と題し業界の多くの人達を前に講演されました。初めての秋田出張の時、工場に向かう途中雑貨屋に寄られ、何をされるのかと思っているとタオルを買われ、その後田んぼの中にある温泉に寄ったのを覚えています。あなたは温泉、サウナ、マッサージは本当に大好きで、又料理は自分でも作られ玄人そのものでご馳走になったり、リーズナブル価格のおいしい店にも連れて戴きました。他には競馬や西武ライオンズが好きで応援されていました。

今は日本ジーンズ協議会を引っ張って戴いて「ベストジーニスト」を改革しよくアピールする為の方向性の議論をやっている最中でした。また平成二十二年には「日本発ものづくり提言プロジェクト」の設立発起人をしていただき、セミナーで講演もお願いしました。またJFWに対しても多大な御協力戴きありがとうございました。他にも云い尽くせない多くのご功績を残され、日本のジーンズ業界は勿論のこと繊維業界にとってなくてはならない人を失ってしまい悔しくてなりません。今は国内だけでなく世界に向けて発信しなくてはいけない待ったなしであり、先週迄TPPについてNYで詳細の詰めが行われていました。もし年内に妥結すれば世界最大のジーンズマーケットであるUSAをメイド・イン・ジャパンを旗頭に攻めようと何度も話合っていました。その準備はもう既に実行されております。ジーンズ業界が大きくステップアップする絶好のチャンスが正に訪れようとしている時に、旅立たれてしまいました。残念で言葉もありません。しかし、あなたが築かれたジーンズ魂は残された社員の方は勿論のこと、多くの仲間、取引先の方々が継承されると確信しております。天国から見守っていて下さい。私も微力ながら出来る限りのご協力は惜しみません。お誓い申し上げます。奥様には一日も早くお立ち直られます様祈っております。

小林さん本当に長い長い間大変お世話様になり、ありがとうございました。心残りではございますが、これでお別れにいたします。どうぞ安らかにお眠り下さい。さようなら。

合掌

平成二十七年二月五日

カイハラ株式会社

代表取締役会長 貝原 良治

平成 26 年度文部科学省委託 「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進」事業
岡山県をモデル地区としたデニム・ジーンズ産業の中核的クリエイター養成

■実施委員会

- | | |
|---------|-----------------------------|
| ◎ 平田 眞一 | 学校法人第一平田学園 理事長 |
| 山本 絵里子 | 学校法人山本学園 専門学校山形 V. カレッジ 副校長 |
| 岡本 裕子 | 倉敷ファッションカレッジ 副校長 |
| 江藤 智佐子 | 久留米大学 文学部 情報社会学科 准教授 |
| 宇野 保子 | 中国短期大学・総合生活学科 教授 |
| 貝原 良治 | カイハラ株式会社 代表取締役会長 |
| 新谷 順一 | 有限会社 美東 代表取締役社長 |
| 馬野 信吾 | 有限会社 馬野 代表取締役社長 |
| 大平 隆敏 | 有限会社繊維流通研究会 副社長 |
| 佐伯 晃 | 日本ジーンズ協議会 専務理事 |
| 吉村 恒夫 | 倉敷ファッション研究所 所長 |
| 飯塚 正成 | 有限会社ザ・ライスマウンド 代表取締役社長 |

■分科会

- | | |
|---------|---------------------------------|
| ◎ 田口 一子 | 中国デザイン専門学校 校長 |
| 長船 圭二 | 中国デザイン専門学校 広報課長／ファッションデザイン科リーダー |
| 大平 隆敏 | 有限会社繊維流通研究会 副社長 |
| 佐伯 晃 | 日本ジーンズ協議会 専務理事 |
| 吉村 恒夫 | 倉敷ファッション研究所 所長 |
| 吉岡 正勝 | 有限会社ザ・ライスマウンド マーケティングマネージャー |

平成 26 年度文部科学省委託
「成長分野等における中核的専門人材養成等の戦略的推進事業」
岡山県をモデル地区としたデニム・ジーンズ産業の中核的クリエイター養成

事業報告書

平成 27 年 2 月

学校法人第一平田学園（中国デザイン専門学校）
〒700-0842 岡山県岡山市北区船頭町 12

●本書の内容を無断で転記、掲載することは禁じます。