

### 3. オーガニックコットンとの出会い

## オーガニックコットンとの出会いから

### ふたたびタオル製造へ着手



（参考）天然の茶綿

壺内卓氏がオーガニックコットンを使ってタオルをふたたび製造すると決意した、2つの偶然的な出来事がある。まず、1990年に壺内氏がパキスタンに綿糸の買い付けに行った際に見た光景である。これについては後述するように、壺内タオルの会社パンフレットに記載されている。

そして、壺内氏が「タオルの師匠」と仰ぐ宮崎タオルの宮崎弦氏に1992年に出会い、オーガニックコットンについて熱心に語る宮崎氏によって「オーガニック」の概念がより鮮明に壺内氏のなかでイメージされ、ある種の使命感に昇華していく（宮崎弦氏については「タオルびと」2015年1月号を参照）。宮崎氏は生前、「世のなかにオーガニックコットンというのがあるから探してこい」と壺内氏に伝え、壺内氏は当時世界の珍しい綿花を揃えていた愛知県半田市の山田紡績（株）を訪ねた。この訪問をきっかけに、NPO法人日本オーガニックコットン流通機構（NOC）の前理事長・宮崎道男氏の知遇を得る。宮崎氏から初めて見せてもらった天然のオーガニックコットンは白色ではなく茶色だったことに、壺内氏は驚きを覚えた。いまでこそ天然の茶綿を日本でも見かけるよ



壺内タオル

会社のロゴマークは壺内氏の考案で、  
タオルのパイル模様に Towel の「T」  
を表したもの

うになったが、1990年代初頭に目にする機会はほとんどなかった。

「これがオーガニックの原点なんです」という壺内氏は、環境に留意した織物づくりへの情熱がふつふつと湧き上り、父親の代でいちど止めていたタオルづくりを復活させた。この瞬間から、オーガニックコットンについてさらに造詣を深めていった。

1993年に自社でオーガニックコットンの取り扱いを開始し、1994年にNOCに参加した。NOCは、1993年に「化学肥料、農薬に頼らない有機栽培コットンの普及を目指す」ことを目的に設立され、NOCメンバー企業が販売する商品に「NOC認定」を与えている。NOC認定の条件は以下のとおりである。

- ・有機認証の原綿は、常に100%で一般綿とは混ぜない。
- ・綿産地の貧困救済支援・フェアトレードの原綿を使う。
- ・環境汚染に配慮し、使う人の健康を守る製品加工を行う。

NOCの基準には、「NOCコットン基準」と「NOCグリーン基準」の2つがあり、それぞれ細かなルールが設けられている。NOCコットン基準は10項目あり、そのひとつを例に上げると「正統な認証機関が証明した有機栽培綿・オーガニックコットンを常に100%使用する。一般綿とは、いかなる理由があっても混合しない」とある。



NOCコットン基準を満たした商品にはNOCCotton・ラベルが付けられている

（壺内卓氏提供／NOC日本オーガニックコットン流通機構）

一方のNOCグリーン基準を満たした商品にはNOCGreen・ラ

ベルが付けられ、「NPO 法人日本オーガニックコットン流通機構パンフレット」によると、このラベルには次の意味が込められている。「染色をはじめ安全が確認されている化学薬剤を使ってエコロジーに配慮して製品加工した商品に付与されます。原料の認証背景、トレーサビリティなどは NOC コットンと同じ審査条件を適用しています。」

そして、すべての NOC ラベルには「NOC 貧困救済支援基金」として 2 円の支援金が含まれている。



bioRe のロゴマーク  
(Panoco Tradeing HP  
より引用)

壺内タオルは、糸商として 1993 年頃から本格的にオーガニックコットンの供給に力を入れ、1996 年には（株）パノコレーディングと提携し、自社でもオーガニックコットンを使ったタオルづくりに着手した。パノコレーディングは、1987 年に東京で設立された商社であり、1995 年からオーガニックの原綿、原糸、生地などの輸入、オーガニックコットンを使った商品の企画製造、販売をおこなっている。

パノコレーディングの扱うオーガニックコットンは、スイスのリーメイ(Remei)社が立ち上げた「bioRe プロジェクト」から生まれたものである。リーメイ社は、1991 年にインドとタンザニアの綿作農家を支援し、有機農法による綿花栽培を推進してきた。そのためのサポートとして、有機農法を学ぶためのトレーニングセンターや野外学校の設立、子供たちの教育支援、綿作農家や地域の人々に対する医療設備等のインフラ整備、就農者への資金援助、女性を含む綿作農家への自立支援をおこなっている。

壺内タオルでは、2001 年にオーガニックコットンのみを使った生成りのタオルシリーズ「plantia」を立ち上げ、タオル製造に関わるようになった。現在、壺内タオル所有の織機は、レピア織機 2 台とシャトル織機 1 台である。染色加工にもこだわり、大和染工(株)

に依頼して、環境にやさしい染晒を心がけている（大和染工については2017年4月号～7月号を参照）。



bioRe プロジェクトで生まれたオーガニックコットン

「plantia」のネーミングは壺内氏が考案したもので、植物を意味する「plant」からの造語である。壺内タオルの会社パンフレットには、壺内氏がなぜふたたびタオル製造に乗り出したのか、なぜオーガニックコットンにこだわるのか、について以下のように書かれている。

私たちは、オーガニックコットンを知ってもらうことをライフワークに決めました。そのきっかけは、1990年にさかのぼります。

綿糸の買い付けに初めてパキスタンに行ったとき、紡績工場で自分の子供と同じ年頃の子らが、必死で働いている姿に衝撃を受けました。見張り役の男は笛を吹き、怒鳴りながら子供たちを監督していました。

そんな光景を目の当たりにした翌年。取引先から「アメリカにオーガニックコットンというものがあるらしい」との情報を得て、調べていくうちに、綿花栽培には大量の農薬が使われて

いることがわかりました。

世界最大の綿花生産国であったアメリカでは、生産者自身が農薬の被害者となり、その恐ろしさに気づいたことが、オーガニックコットンの誕生につながっていきます。農薬の恐ろしさを世に警告したレイチェル・カーソン『沈黙の春』は、すでに1962年に出版されていました。

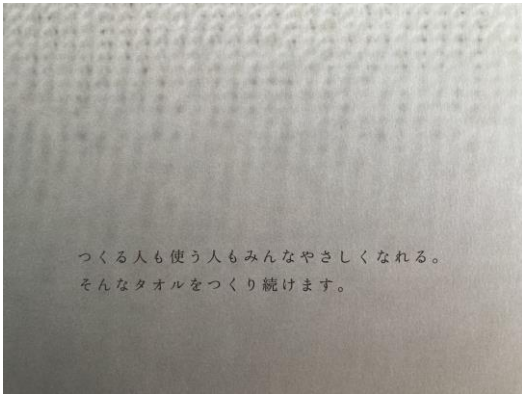
それからまもなく、綿花生産者の生活環境改善を支援すること、また、企業活動はそれ自体が環境負荷であるとの考えから、環境負荷を可能な限り還元することを企業の活動方針としました。コットンだって、作る人がいて苦勞もある。そんなことを考え、自然の恵みに感謝し、生産者の良心を持ってタオルを織り上げていく。壺内タオルは、オーガニックとはライフスタイルそのものであるという考えを掲げ、オーガニックな企業を目指しています。

こうして私たちは、オーガニックコットンを知ってもらうことをライフワークに決めました。



会社パンフレット（最新版）には、壺内タオルの決意表明が書かれている





壺内氏は、1990年から7年つづけてパキスタンへ現地視察したが、初年度に日本では考えられない光景を目の当たりにして、たいへんなショックを受けた。「工場で子供たちが掃除して働いているんですよ。工場にお客さんや偉い人が来たら工場を管理している大人が笛を鳴らして、あっち行けと言わんばかりに子供たちを追い払うんです。子供たちはおどおどした目で働いているんです。要するに、貧困のため学校にも行けず、お金を稼ぐために親から言われて工場で働いているんですね。わたしはパキスタンで環境負荷の少ないオーガニックコットンを探しているわけですが、そもそも綿栽培の背景にあるのは貧困や環境破壊なんですね。」

こうした体験と思いをへて、壺内氏は環境問題について本気で考えるようになった。「モノづくりは、それに携わるみんながハッピーにならないといけない。」にもかかわらず、綿花栽培には大量の農薬が使用され、栽培者の体に悪影響を与えるだけでなく、土や水にも取り返しのつかないほどの大量の毒を撒いている。壺内氏の印象に残った著書、レイチェル・カーソンの『沈黙の春』は1962年に出版された名著であるが、同書で警鐘されていたことが、いまもなおつづいている。

上述したように、会社パンフレットに記載された決意表明のあと、壺内タオルではオーガニックコットンの取り扱いを開始し、ついでオーガニックコットン100%のタオルを自社ブランドとして製造するようになった。





染色せず天然のままのカラーコットン（茶綿）  
を使った宮崎タオル（株）のバスタオル

現在は、bioRe プロジェクトで生まれたオーガニックコットンを100%使用した「plantia」と「PYYLE」の2つのブランドで商品開発をおこなっている。たとえば、PYYLEシリーズの「ポラリス」のバスタオルは、30//2（30番手引き揃え双糸）を使っており、柔らかくてボリュームが出るように原糸加工にも工夫がされている。



plantia シリーズ（左上が無蛍光・反応染料染色の「ポラリス」、右上が無蛍光・無漂白・無染色の「ドット」、下が無蛍光・無漂白・無染色の「ヘアバンド」）

（出典：壺内タオル商品カタログより引用）



PYYLE シリーズの無蛍光・反応染料染色の「トラッド」は表面をガーゼ、裏面をパイルで仕上げており、使用綿糸はガーゼ面とパイル面が 20/1、下糸が 40/2 である

その他にも、染料にもこだわり、草木染めや本藍染めで仕上げたガーゼマフラーも展開している。



オーガニックコットン 100%使用の全面  
ガーゼ織りの「ガーゼマフラー」  
(出典：壺内タオル商品カタログより引用)



本社 2 階のショールームに展示してある  
徳島県産藍で染めた一重ガーゼマフラーは  
時間が経っているため少し色褪せているが  
化学染料を一切使わない本物の証である





梱包されるパッケージも

デザイン性が高い

こうした商品の発想やデザインは、現在、壺内氏が担当している。専門的に勉強したわけではないが、学生時代の東京での生活をはじめ、全国各地の文化に触れてきた壺内氏のセンスは、自社ブランドに反映されている。また、発想が古くならないように、壺内氏はアンテナを張り巡らし、つねに学びの姿勢を崩さない。現在、壺内タオルには従業員が5名おり、そのなかに壺内氏のデザインを具体的なデータに変換してくれる従業員がいる。このようにして、壺内タオルのオーガニックコットンのブランドは少しずつ成長している。

壺内タオルは、ふたたびタオル製造に着手し、2007年から四国タオル工業組合（現・今治タオル工業組合）の組合員となった。この年から、他のタオルメーカーと一緒に海外の展示会に参加するようになり、2007年に開催された「マチェフ国際ホームショー」（ミラノ）を皮切りに、2008年（ミラノ）、2009年（ロンドン）、2010年（バーミンガム）、2011年（シンガポール）まで毎年国際展示会に出展した。

海外での展示会出展をとおして、壺内氏は改めて気付いたことがある。それは、日本のタオルづくりが特殊なんだということである。アメリカ人に言われれば「たかが消耗品のタオル」を、細かい分業で手間やコストをかけてつくるのは世界でも日本くらいである。そして、そうした繊細な製品に価値を見出せるのは、アメリカではなくヨーロッパの人たちだとおもった。しかし、日本とヨーロッパでは軟水と硬水で洗濯に使う水が違うため、洗濯の方法も異なる。

仕上がりも違う。壺内氏にとってこうしたことも気付きであった。  
たかがタオルだが、タオルを介して世界の人びとの暮らしや文化が垣間見れるのが面白い。（次号につづく）

