



桜戦士 生地でアシスト

代表BK選手に勝利のジャージー

熱戦が続くラグビー・ワールドカップ(W杯)日本大会で、初の決勝トーナメント進出に向けて快進撃を続ける日本代表。選手たちを陰で支える企業が県内にある。衣料用の生地を作る「ヤマヨテクスタイル」(本社・上富田町)は、ジャージーの生地を手がけた。難題を乗り越え生まれたジャージーが、選手たちの躍動を支えている。

上富田の企業 難題にトライ

5日のサモア戦。日本代表の選手たちに、大柄な相手選手たちのタックルが何度も襲



サモア戦でトライを決める松島幸太朗選手。BKの選手たちのユニホームにはヤマヨテクスタイルが開発した生地が使われている＝豊田スタジアム



ヤマヨテクスタイルの山下郁夫社長＝上富田町岩田

日本代表のジャージー。パス回しやキックで攻撃することの多いバックス(BK)の選手分の生地を、同社が開発した。

同社は1970年ごろから、スポーツウェア用の生地を手がけるようになった。繊維業界が日本からアジアへシフトするなかで、紳士服や制服など経営を多角化して生き残りを図り、今では売り上げ

の約半分がスポーツ分野。サッカーや野球、ゴルフなど、トップアスリートたちが着る生地を供給してきた。

2007年大会からラグビー日本代表のジャージーの生地を開発してきた。毎回、大会が終わると次の大会に向けて、ジャージーを開発する「カンタベリーオブニュージーランドジャパン」(本社・東京都新宿区)との打ち合わせに入る。今回は自国開催というところもあって、毎月のように東京や和歌山で打ち合わせをし、通常の衣料品の倍のサンプルを用意。社内でもボツになったものも合わせれば、約40種類の生地を開発した。

「相反する要求を満たすのが難しかった」。こう振り返ったのは営業本部長の橋本長治さん(44)。動きやすくするために生地を軽くしたいが、生地の強度も保つ必要がある。プレーをしやすいように伸びやすい生地が良いが、伸びすぎると相手につかまれてしまう。矛盾を乗り越えるため、試行錯誤を重ねた。

各企業の技術が詰まったジャージーの助けもあったか、日本代表は今大会、3連勝。山下社長も橋本さんも、手がけた生地を身にまとう選手たちの躍動を心から喜ぶ。山下社長は「選手たちがジャージーを着て活躍するのを見ると感激するし、それが仕事の喜び。今後も携わり続けたい」と話した。

(藤野隆晃)

ヤマヨテクスタイル 1934年、生地メーカーとして和歌山市で創業。当初は肌着や婦人服を中心に生産した。2000年に上富田町に本社機能を移転。現在、和歌山市と大阪市にも拠点を持つ。18年度の売り上げは約45億円、従業員数は約150人。