



企業訪問レポート

毎日を快適に過ごせるよう心地好いを追求したインナーウェアですべての女性に寄り添う

株式会社タカギ 奈良県橿原市

株式会社タカギは、1930年（昭和5年）の創業以来、「肌へのやさしさ、女性へのやさしさ」にこだわり続けてきた。企画から縫製までを自社の管理で行い、最終商品まで完全にチェックすることで、オリジナリティ溢れる高品質な商品を作り出している。

同社は、高いストレッチ性や心地好さから多くの女性の支持を得たサニタリーショーツを中心に、レディスインナーウェアのOEM生産により大手下着メーカー、大手量販店を顧客に持つ企業へと成長した。一方で、BtoCビジネスの展開に向けてオリジナルブランドの販売を開始。デザイン、パターン、素材にこだわった同商品は「一度身に付けるとその良さがわかる」と大変好評を得ている。また、同社はCSR活動の一環として、小・中・高校の女子生徒を対象に、月経に関する教育を支援。すべての女性が毎日を快適に過ごせるよう尽力している。

会社概要



会社名：株式会社タカギ
所在地：奈良県橿原市曾我町800番地
電話：0744-22-6551
FAX：0744-23-8620
創業：1930（昭和5）年
代表者：代表取締役社長 高木 寛
資本金：8,000万円
従業員：60名（パート含む）
事業内容：インナーウェアの企画・開発・製造・販売
URL：<http://takagi-innerwear.jp/>



本社社屋

肌に優しく、着心地の好いインナーウェアで事業拡大

輸出メリヤス肌着の製造・販売から事業をスタートした株式会社タカギは、1930年（昭和5年）の創業以来、肌に優しく、着心地の好いインナーウェアを提供するため天然素材の糸を使った生地、品質にこだわった商品を開発してきた。代表取締役社長 高木寛氏の祖父である高木嘉蔵氏が奈良県橿原市今井町にて創業。パターンナー*としての技術を持つ妻と二人三脚で製造したサニタリーショーツは、高いストレッチ機能や心地好さから多くの女性の支持を得てヒット商品となる。

*デザインをもとに、パターン（型紙）をおこす技術者。

1960年、高木莫大小株式会社として法人成りし、サニタリーショーツおよび高級レディスインナーウェアの製造、販売を開始。スーパーマーケットや量販店の勢いが増すにつれ、ビジネスチャンスは拡大していった。1964年には生産機能向上のため現在の本社所在地（橿原市曾我町）に新工場を建設し本社を移転。その後は東京、大阪、名古屋に営業所を開設。1984年長崎県に株式会社長崎タカギ、1988年有限会社平戸タカギ（いずれも現タカギクラフトリエ株式会社）を設立し、いち早くTSS方式（トヨタソーイングシステム）を導入。マーケットニーズであった高品質・多品種・小ロット生産を実現させた。さらに同社はBtoBビジネスを主要な事業とし、OEM生産（相手先ブランド名での製造）により大手下着メーカー、大手量販店等を顧客に持つ企業へと成長していった。

海外工場をOEM生産の拠点に安定して製品を提供

1990年、同社は社名を株式会社タカギに変更。取引先からの受注が増加するにつれ、低コストでの大量生産に対応する必要が生じた。そこで、高

本社長は日本企業の進出が少ないベトナムを視察し、工場の建設を決意。1995年ホーチミン市に海外生産拠点ベトナムタカギを設立した。

1997年、高木寛氏が代表取締役社長に就任。さらに2008年、中国青島市に合弁会社青島恒盈高木服飾有限公司を設立。この2社は大量生産かつコストメリットを創出できるため、現在も同社のOEM生産の拠点として安定して製品を提供している。

仕様すべてにこだわったオリジナル商品が国内外で好評

OEM生産の拡大を図る一方で、同社はBtoCビジネスの展開に向けてオリジナル商品を開発する。2006年にはオンラインショップ『bodyhints』をオープンした。平均的な身体データをベースに商品開発を行っているアパレル企業が多い中、自社でパタンナーを有している同社は、モニターからのデータ検証を繰り返し行い、体型や年齢、使用する素材に応じたパターンを作成。素材の基本的な物性試験も社内の試験室で行い、徹底して着心地の好さを追求している。また、近年ではアトピー協会が認める仕様の製品も手掛けている。

2014年に『AROMATIQUE』の販売を開始。また2016年にはスタイリストとのコラボレーションブランドとして『AROMATIQUE | CASUCA』の販売をスタート。独創的な製品は国内のみならず海外でも高い評価を受けている。

2018年、2019年と連続して、フランスのパリで開催された国際ランジェリー展に日本企業としては唯一単独で出展。同社のデザイン・商品仕様とメイドインジャパンの高品質で丁寧なものづくり技術は海外の百貨店やセレクトショップの仕入れ担当者から高い評価を受け、大きな反響があった。

「ヨーロッパでは、インナーもアウターと



出展ブース（国際ランジェリー展 2019）

同等の地位にある。本場のヨーロッパで認められたことは当社の自信につながった」と高木社長は話す。

本ブランドの商品に使用されている糸は同社独自のもの。2本の糸をよって1本の糸にしているため、形状が安定し長持ちするとともに、吸水・吸湿性にも優れている。また、織る前の糸の段階で染色するため、生地に色むらもなく発色が美しく仕上がる。さらに、同社はレースにもこだわり、レースの芸術品といわれるフランスのカレー地域で生産されるリバーレースを使用。国内の雑誌や百貨店にも取り上げられたことから問い合わせが増え、購入者からは「一度身に付けるとその良さがわかる」と大変好評を得ている。



オリジナルブランドの「AROMATIQUE」（左）と「bodyhints」（右）

小・中・高校生を対象に月経に関する教育を支援

同社は、CSR（企業の社会的責任）活動の一環として、小・中・高校の女子生徒を対象に、月経に関する教育を支援する「HAPPY（Pが1文字多いハッピー）プロジェクト」を立ち上げた。サニタリーショーツのメーカーとして、教育現場とは違った視点でのアドバイスを行う。初回は2018年12月に奈良県内私立小学校で5、6年生の女子生徒102人を対象に実施。前半はスライドを用いた講義、後半は同社製のサニタリーショーツを含む様々な生理用品のサンプルに実際に触れる機会を設けた。講義を担当した高木麻衣代表取締役副社長は「月経を否定的に感じることなく、ポジティブに向き合えるように支援していきたい」とし、今後も月経教育に積極的に取り組む方針だ。

創業以来、「肌へのやさしさ、女性へのやさしさ」にこだわり続けてきた同社は、すべての女性が「毎日を快適に…ありのままの美しさを大切に」過ごせるよう商品の探求を続けるとともに、社会貢献にも尽力している。（八木陽子、橋本公秀）