

堺市の注染・和晒における ブランド戦略の可能性

上野ゼミ 注染・和晒班

社23-1542 岡村珠希

社23-1611 茶谷奈緒

社23-1621 戸毛蓮太郎

社23-1630 中野ひなた

1

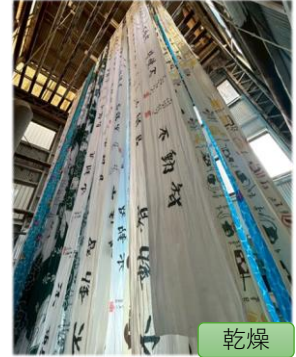
研究背景

- ・ 堺市は注染・和晒という伝統的染色産業を有する
- ・ 全国的にも希少な技術体系を持つ
- ・ 特に毛穴地域に産業集積がある

2

注染の成立と発展

- ・注染は、江戸後期から行われていた堺を含む大阪周辺で発達した手ぬぐいの藍染技法を源流とする
- ・明治20年以前には、布を重ねて染料を注ぐ染色法が、水資源と商業が発達した堺周辺で用いられていた
- ・一度に数十枚を染めることができ、都市近郊での大量需要に対応可能な生産性の高い染色法として発展した
- ・明治後期には、手拭だけでなく浴衣の染色にも応用され、港町・堺の流通網を通じて全国へ広まった



3

注染の工程

糊置き

- ・型紙を重ね、防染糊を模様部分に置く

注染

- ・生地を重ねたまま染料を流し込み、裏まで染める

水洗い

- ・余分な染料や糊を洗う流す

乾燥

- ・天日や乾燥工程で生地を仕上げる

4

和晒の役割と背景

- ・和晒は、木綿生地を白く仕上げるための晒工程として、良質な水資源に恵まれた泉州地域を中心に発展してきた
- ・染色前の下地づくりとして用いられ、注染などの染色技法と結びつき手ぬぐいや浴衣などの生地を使用した
- ・大阪・泉州地域では、綿織物と晒加工が分業体制のもとで集積し地域産業として発展した
- ・和晒は染色の出来を左右する職人の経験に依存する重要な前工程として位置づけられている



5

和晒の工程

糊抜き・精練・漂白

- ・綿布に付着した糊や油分を除去する

浸透液処理

- ・染料が染みこみやすい下地を作る。

脱水

- ・十分水洗いされた晒生地を脱水し、整える

乾燥

- ・乾燥機で乾燥し、風合いを仕上げる

6

注染・和晒について

【分業構造】

- ・和晒は、染色を行う前段階の下地づくりを担う工程
 - ・注染は、模様や色を加える仕上げ工程として用いられてきた
 - ・工程ごとに高い専門性が求められる
 - ・両者は単独ではなく、組み合わせて使われることが多い
- それぞれを専門とする事業者による分業で成り立ってきた

7

業界における課題

①市場・需要の課題

- ・生活様式の変化
- ・海外製品の流入

②後継者不足

③価値伝達・構造の課題

- ・問屋制による価格決定権の弱さ
- ・市場、消費者との距離の遠さ

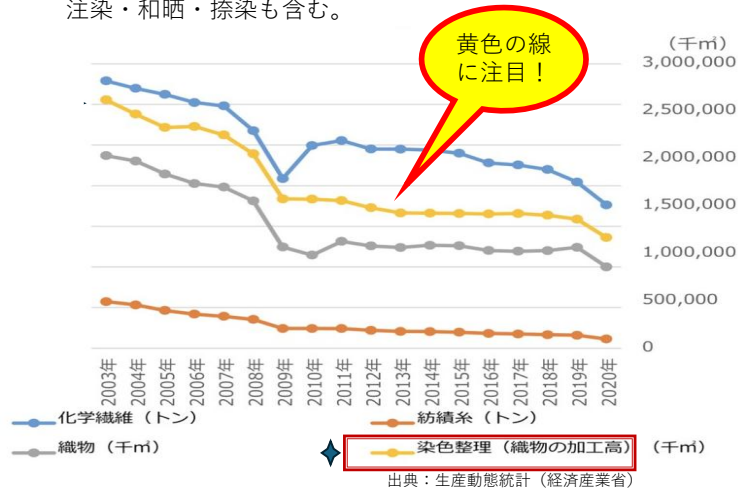
⇒これらが産地衰退に影響を与えている

ここで注目するのが市場に直接関わるブランド戦略

8

染色整理の国内生産量等の推移

※染色整理とは、繊維製品の製造過程における仕上げを指す。
 注染・和晒・捺染も含む。



染色整理の生産量
 ・1990年代から減少傾向
 ・2000年代も概ね横ばい

9

研究目的

- 堺市の注染・和晒産地を今後も維持していく方法を考える
- その対策としてブランド戦略に注目
- 事例をダイナミック・ケイパビリティの理論に基づき分析する
- そこから堺市の注染・和晒産地がとるべき戦略を導く

10

なぜブランド戦略なのか

- 持っている技術はとてもよく、希少性も高い。しかし、それが消費者に伝わっていない
- そこで消費者や市場と直接つながれるブランド戦略が有効になる可能性が高い

11

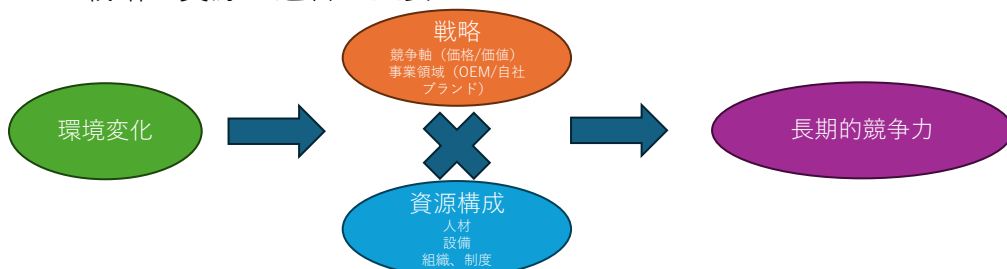
ダイナミック・ケイパビリティ

- ダイナミック・ケイパビリティとは？

長期的に競争力を維持するために、変化する環境に適合した戦略を策定し、環境変化に応じてその戦略に適合した資源を再構成し続ける能力である。
(川戸, 2024)

→ 「変化対応」で終わらない

戦略→資源の適合が重要



12

ダイナミック・ケイパビリティ

なぜこの理論なのか

- ・市場環境の急速な変化
- ・静的資源理論では説明できない企業差
- ・長期的競争力を説明可能
- ・産地衰退がどのように再構築できるのか説明可能

なぜブランド戦略を分析できるのか

- ・価格競争 → 価値競争への転換
- ・OEM → 自社ブランドへの転換
- ・組織体制の再設計
- ・販路の再構築

= 戦略と資源構成の同時再構成

13

今治タオル：環境変化と戦略転換

環境変化

- ・海外製品流入
- ・OEM依存

戦略転換

- ・価格競争→ブランドによる価値競争
- ・個社対応→産地ブランド戦略

14

今治タオル：戦略×資源の適合

戦略

- ・「今治タオル」ブランド確立
- ・高品質で安心の明確な価値表示
- ・個社ブランドから産地ブランドへ

資源構成

- ・品質基準、統一ロゴ
- ・組合による認証、管理制度

⇒「産地全体で統一された価値基準」を構築したことが重要なポイント
その結果、今治タオルという産地ブランドが再構築された

15

にじゆら：株式会社ナカニ

にじゆらとは

- ・伝統技法「注染」を使用
- ・にじみ・ぼかしが生むやわらかな風合い
- ・伝統 × 現代デザインの日常工芸

戦略

- ・工場自らブランド「にじゆら」を立ち上げ
- ・注染の「にじみ、ゆらぎ」をデザイン価値として提示
- ・手ぬぐいを日用品、ギフトへ再定義

16

にじゅら：資源再構成

- ① 生産資源の再構成
 - ・大量生産型OEM体制
 - ・多品種対応体制へ転換
 - ・デザイン重視の商品構成へ変更
- ② 組織機能の再構成
 - ・製造機能のみ
 - 企画・販売・広報機能を内製化
- ③ 流通資源の再構成
 - ・問屋依存
 - 直営店・SNSによる直接販売へ

17

さささ：武田晒工場

さささとは

- ・伝統技法「和晒」を用いた布製品ブランド
- ・日常で使える、やさしくエコな商品展開
- ・価格や用途に応じて選べる設計

戦略

- ・和晒の認知度向上の為に工場ブランド「さささ」を立ち上げ
- ・和晒を「丁寧な暮らし」の象徴として再定義
- ・機能性を重視した製品

18

さささ：資源再構成

- ① 技術資源の再構成
→ 日用品（和晒ロール）へ用途転換
- ② 販売チャネルの再構成
・ 問屋中心
→ セレクトショップ展開へ
- ③ 製品規格の再設計
・ 従来用途前提の規格
→ 現代生活に適合するサイズ・価格設計へ

19

両ブランドの共通点

良い点

- ・ OEM依存からの脱却
- ・ 技術の価値再定義
- ・ 価格競争から価値競争への転換
- ・ 消費者との直接接点の構築
- ・ 戦略と資源構成の再構成

不足している点

- ・ 共通品質基準
- ・ 統一ブランド
- ・ 組合主導のブランド管理制度
- ・ 産地横断的な資源統合

→ 個社レベルでのダイナミック・ケイパビリティは実現しているが、産地レベルでは実現していない。ここが今治タオルとの大きな差である。

20

考察

- 両ブランドとも OEM依存から脱却し、技術の価値を再定義することで戦略と資源構成を再構成している

→ 個社レベルのダイナミック・ケイパビリティは確認できる

- 一方で、今治タオルは組合主導の品質基準、認証制度、統一ロゴなどを整備し、産地レベルでブランドを構築した

→ この「地域ブランド構築の仕組み」の有無が地域ブランド化の決定的な違いである。

21

まとめ

個社レベルでは戦略と資源の再構成は進んでいる

しかし産地レベルでは制度化がなされていない



地域ブランド構築とは

個社の資源を束ね、産地レベルの競争力へ再編するプロセスである。



すなわち

分散した品質・技術・販路を「共通基準」として制度化することである。

22

参考文献

- D.J.ティース（2024）「ダイナミック・ケイパビリティの企業理論」中央経済社
- 岡村 啓（2024）「1993年と2023年の現地調査からみた泉州タオル産業の変容」『ジオグラフィカ千里』，第3号 pp.217-231
- 川戸 康平（2024）「ダイナミック・ケイパビリティの再定義：先行研究の課題解決とSUBARUの戦略ストーリーを用いた考察」『立命館経営学』，第63巻第3号 pp.51-83
- 塚本 僚平（2013）「地場産業の産地維持とブランド化ー愛媛県今治タオル産地を事例としてー」『経済地理学年報』，第59巻 pp.291-309
- 光松 佐和子（2022）「泉州地域における繊維産業の特徴」『羽衣国際大学人間生活学部研究紀要』，第17巻 pp.9-18
- 協同組合オリセン(2024)「注染の歴史」，pp.1-8

23

参考文献

- 株式会社ナカニ「事業内容」，株式会社ナカニ公式HP、
<https://nakani.co.jp/processing/>（参照日 2026年02月08日）
- 手ぬぐい専門店にじゆら「にじゆらのこと」，注染手ぬぐいにじゆら、
<https://nijiura.com/about/>（参照日 2026年02月08日）
- 株式会社武田晒工場「和晒紹介」，株式会社武田晒工場公式HP、
<https://takeda-sarashi.jp/wazarashi.html>（参照日 年02月08日）
- 株式会社武田晒工場「さささ」，株式会社武田晒工場公式HP <https://takeda-sarashi.jp/sasasa.html>（参照日 2026年02月08日）
- 経済産業省製造産業局生活製品課「繊維産業の現状と2030年に向けた繊維産業の展望（繊維ビジョン）の概要」，<https://www.kansai.meti.go.jp/3-5sangyo/senni/sennibijon.pdf>（参照日 2026年2月7日）
- 経済産業省経済産業政策局調査統計部産業統計室「平成15年工場統計表概要版」（参照日 2026年2月12日）

24