



土手を作って色を染め分ける作業

主な事業内容 手ぬぐいの染色加工業、 自社ブランドの直営店6店舗を展開	主な取引先(納入先) 大手百貨店、繊維商社	主な製品 手ぬぐい
--	---------------------------------	---------------------

社長あいさつ



代表取締役
中尾 弘基さん

創業より数十年は下請け加工業をメインにしていたが、平成20年に自社ブランドを立ち上げ、現在では企画・製造・販売を一貫して社内で行っています。斜陽産業である注染を後世に残すため、弊社では積極的な若手職人の採用を行い、現在では社内の8割が30代となっています。

主な保有設備

- (主な製造手法など)
- 注染
 - 注染型作成
 - クレア染め(無地染め)
 - スクリーンプリント
 - ロール捺染
 - 企画デザイン(主に手ぬぐいの商品企画とデザイン)



住 所 / 〒599-8266
 堺市中区
 毛穴町338-6
 T E L / 072-271-1294
 F A X / 072-271-3587
 創 業 / 昭和41年7月
 設 立 / 平成元年7月
 資本金 / 1,000万円
 従業員 / 40名



<https://nakani.co.jp/>

納期相談
 企画力自信有
 メイドインジャパン

株式会社 ナカニ 直営店でファンづくり 注染工場の挑戦

業務内容
**”職人の技”が光る
 注染工程**

ナカニは、水資源に恵まれた大阪府堺市の毛穴地域で昭和41年に創業した注染事業者。注染とは、重ね折りにしたさらし木綿へじょうろを使い染料を注ぐ手法で、明治時代に大阪で生まれたとされる。複数枚が一度に染め上がるほか、生地が裏表なく染まるのが特徴だ。染めない部分へのりを一枚一枚丁寧に塗り、土手を作って色を染め分ける作業は繊細で、ベテランと新人とでは作業スピードが大きく異なる。30〜40代の若手が社員の9割を占める同社では、人材育成に力を入れており、意欲ある若手へ本業とは別に「社内副業」と称し企画・製造から販売までを自由に任せるなど、モチベーションを高める工夫をしている。

強み
**”常識を覆す”にじみと
 ”ぼかし”でブランド化**

注染では失敗とされてきた「にじみ」と「ぼかし」をあえて生かした独自のブランド「にじゆら」を平成20年に立ち上げた。美術大学の卒業生をデザイナーとして採用し、デザイナー性の高い手ぬぐいを次々に発表。21年には大阪・中崎町へ念願の直営店をオープン。明るい

色味や失敗しやすい配色にもあえて挑戦し、斬新なデザインで若い女性を中心にファンを増やしている。スカートやパンツ、インテリヤ、ワインの包みなど、手ぬぐい本来の用途にとらわれない使い方を提案し、顧客の心をつかむ。中尾弘基社長は「ブランドを作って終わりではなく、腹をくくって店を運営することが重要だ」と話す。

大阪土産
**デザインと使用感の良い
 手ぬぐいで関西をPR**

同社の手ぬぐいは、浴衣にも使われる目の細かい生地を採用しており、肌触りが良く、使い込むほどに風合いが柔らかなくなる。デザイナー性や使い心地の良さが魅力の手ぬぐいを広く知ってもらおうと、現在力を入れているのが関西企業のノベルティ製作だ。これまでにコラボレーションした企業は、鉄道事業者や食品メーカーなど50社を超える。「100社になったら、企業コラボの手ぬぐいのみを集めた土産物店を開きたい」と中尾社長は力を込める。2025年大阪・関西万博までに「メイドインオオサカプロジェクト」を立ち上げ、伝統工芸品としての注染手ぬぐいを国内外で広く知ってもらうのが目標だ。



手ぬぐいを乾かす風景は圧巻だ



染めない箇所へ丁寧にのりを置く