

ふじや染工房

伝統と経営の融合。新宿の染匠が挑む、能動的な変革と次世代への継承。

東京・新宿の神田川沿いに工房を構える「ふじや染工房」は、伝統的な「引染（ひきぞめ）」の染色技術を70年以上にわたり受け継いできた染物工房です。二代目・中村博幸氏、三代目・隆敏氏を中心に、長年着物の下請け加工を主軸として事業を展開してきました。近年では、伝統技術を活かした自社ブランド商品としてストールやアクセサリーの製作・販売も手掛けており、三年前からはそれら新アイテムの展開を本格化させています。職人としての確かな伝統技術を守りつつ、次世代を担う四代目の拓朗氏とともに、時代の変化に合わせた新たな工房の在り方を模索しています。

未来の染色文化を担う存在の同工房が、本事業をどのように活用したのか、三代目 中村隆敏 様、四代目 中村拓朗 様にお話を伺いました。

企業名：ふじや染工房

所在地：東京都新宿区高田馬場3-28-13

代表者：二代目 中村 博幸

企業HP：<https://sites.google.com/view/fujiya-somekoubou/>



現在の工房

Q. どのようなきっかけで本事業に参加しましたか。

当工房は江戸時代から続く「引染（ひきぞめ）」の技法を受け継いでおりますが、近年の和装市場の縮小に伴い、自ら販路を切り拓く必要性に迫られていました。自社製品の魅力や技術の価値をどのようにお客様へ伝えるべきか、また市場に対してどのようなアプローチが効果的なのか、客観的な指針を求めていました。特に、職人としての感覚的な仕事だけでなく、持続可能な経営基盤を構築するための専門的なアドバイスを必要としていました。また、四代目の拓朗氏が後継者として工房に入ったことを機に、今の時代に即した「変革」を本気で進めたいと考えたことが、本事業への参加を決意させた大きな要因です。そうした中で企業変革推進事業の支援を知り、今後の成長戦略を体系的に見直す良い機会になると考え、本事業に参加しました。



昔の工房

Q. 貴社の取り組みに対してどのような支援がありましたか。

本事業では、アドバイザーの伴走支援のもと、まず「自社の歴史と技術の再定義」という土台作りから開始しました。これまでの伝統とブランド価値を整理し、改めてどのような価値を提供できるのかを言語化する必要があったからです。この過程で作成した「自社紹介」発信の軸は、その後の外部交渉や商談において大きな武器となりました。

具体的な発信力の強化においては、デジタルツールの活用を徹底しました。かつてはホームページを持たない時期もありましたが、自分たちでホームページビルダーを活用してサイトを立ち上げ、その後GoogleサイトやSNSを駆使して情報を発信し続けました。このような発信が実を結び、「新宿・染色」というキーワードから検索した方々の目に留まり、新たなビジネスチャンスを掴むといった具体的な成果にも繋がりました。



ヒルトン東京新宿 アートパネル

また、百貨店での出展や催事を通じたテストマーケティングを繰り返し行いました。アドバイザーと共に、商品をただ展示するのではなく、お客様の反応をダイレクトにヒアリングし、商品開発や価格設定に反映させました。新宿や日本橋といった都心のマーケットに積極的に商品を出すことで、伝統技術をいかに現代のファッションとして提案するかという視点を養いました。

さらに、体験教室の目的を単なる認知向上から、着物の魅力を伝える内容へと深化させ、より深いファン層の獲得を目指すなど、能動的なプッシュ型の営業スタイルを確立していきました。

Q. 本事業に参加して得た成果はありますか。

最大の成果は、自社のブランド価値を再構築したことで、具体的なビジネスの繋がりが劇的に増えたことです。本事業を通じて知り合った仲間との連携も象徴的で、染色にまつわる案件の受注や、様々な相談へと発展しました。当初は縮小していくと考えていた着物の染色加工の仕事も、認知が高まったことで逆に注文が増えるという好循環が生まれています。

経営面での成長も顕著であり、それまで曖昧だった売上の内訳を、利益率や工数を含めた「数字」として客観的に捉えられるようになりました。数字を整理することで、どの事業に注力すべきかが明確になり、経営に対する意識が変化しました。また、後継者の拓朗氏が中心となり、ウェブ管理や事務、広報といった経営実務を担うという体制が確立されたことも、工房の変革を加速させました。

さらに、本事業のスクールやアドバイザー支援を通じて、外の世界と繋がることの重要性を再認識しました。伝統工芸の枠に閉じこもるのではなく、異業種や次世代の職人と活発に意見を交わすことで、新たな発想や自信を得ることができました。自分たちの技術が他分野でも求められていることを実感し、職人としての誇りと経営者としての意欲が改めて湧き上がったことが、目に見えない大きな成果となっています。



Maison&object 実演

Q. 今後の展開について教えてください。

今後は、本事業で明確にしたターゲット層に対し、より戦略的なアプローチを展開していきます。一例として、「色無地のお誂え」という強みを活かし、茶道を嗜む方々をメインターゲットとした能動的な営業を強化します。

また、百貨店などでの常設販売の機会を増やし、お客様がいつでも同工房の製品に触れられる環境を整えます。お客様の声を直接聞くことで得られる気付きや課題を随時見直し、より効果的な発信や提案に繋げていきたいと考えています。

事業承継についても、後継者の拓朗氏が職人としての技術を磨きつつ、経営の実務を確実に引き継ぐ体制を継続します。親子の絆を土台にしながらも、お互いを一人の職人、一人の経営者として尊重し合い、伝統技術と現代のライフスタイルの融合を追求していきたいと考えています。

東京新宿、神田川の豊かな水源のもと、伝統を守りながらも大胆に変革し続ける「ふじや染工房」の挑戦は、これからも続いていきます。



着物のお誂えの様子

アドバイザーからのコメント

本事業における支援を通じて、ふじや染工房様の最大の特徴は、引き染めという伝統技術を基盤に据えつつも、その枠にとどまらず、事業の革新に真正面から取り組もうとする姿勢であると感じました。

本支援事業のスクール、研究会、セミナーにはほぼ全て参加され、外部とのつながりを通じて学ぶことの意義を深く理解されていたことが印象的でした。

支援の中では、マーケティングや営業戦略の整理、商品開発の視点導入を中心に伴走しましたが、経営者ご自身の意識変容が何よりも成果であったと感じています。

市場全体としては縮小傾向にある着物業界の中で、「色無地のお誂え」という新たなビジネスモデルに挑戦する姿勢は、まさに伝統工芸におけるイノベーションの好事例といえます。

今後は「色無地お誂え」を軸に、引染技術の魅力をより広く社会に発信し、文化と事業の両立を図るモデルとして成長されることを期待しています。伝統工芸の価値を現代的に再解釈し、自ら市場を切り拓いていくその姿勢は、同業他社にも大きな示唆を与える存在となると考えます。