



寺井孝雄さん

伝統の「奈良蚊帳」で
タオルやマスク製造

創業70年、磯城郡田原本町の株式会社寺井は、タテ糸とヨコ糸を交互に組み合わせた布地で作る布帛(ふはく)製品にこだわり続けている。40年ほど前の地方選挙が華やかしい頃、爆発的に売れた白の割烹着やエプロンで「テライ」の名を轟かせた。今の主軸は婦人のホームウエアだが、新型コロナ発生とほぼ同時期に奈良蚊帳(かや)の伝統を生かしたバス、フェイス、ハンドの3点セット「KINARI-KAYAタオル」を製造。吸水性が良く、肌触りがなめらかで人気上昇中だ。代表取締役の寺井孝雄さん(61)に話を聞いた。

Made
in
奈良

田原本町 株式会社 寺井

寺井さんの父・良之さん（89）が、現本社近くに「寺井布帛製造所」という個人店として工場を立地したのが始まり。もともと作っていたのが、紳士物のトランクスや白の割烹着。大阪本町の問屋から、生地を買って帰っては縫製して、自社商品として販売する問屋に納めていた。

「今年の3月に駅前の開発で立ち退きになり、工場をこちらの場所に移転したんですよ」と話す寺井さん。平成31（2019）年1月の法人化と同時に代表取締役に就任した。

「基本的に縫製請負ではないんです。向こうのブランドで販売したいということなら、仕様などの相談や打ち合わせをして、製図、パターンをきっちり作成して製品化していく。一番の企画の部分が相手にあるか、ないかの差でどっちのブランドで売るのかが決まります。それが半々ぐらいいですかね」と現状を説明する。

蚊帳は虫よけのため、寝床を囲むように吊り下げて使うテントのようなもの。約1ミリの粗い織り目の薄い生地が特徴。「奈良蚊帳」として順調な歩みを続けてきたが、下水道の整備や網戸、クーラーの普及に伴い、昭和40（1965）年を境に蚊帳産業は次第に衰退していった経緯がある。蚊帳のなめらかな肌触りに目を付け、生み出したのが蚊帳タオル。田原本町と

広陵町にある企業とでタイアップした3点セットタオルはクラウドファンディングサイト「Makuake」で出品。目標金額10万円のところ、25万円を超える反響があった。

寺井さんは「奈良のホテルや土産物店で販売されています。使うと非常にソフトなので、ホテルのアメニティーとして使ってもらっています」と目を細める。

3点セットタオルは、3450円（税込み）。肌タオルは1枚で968円（同）。ほかに「蚊帳の肌ますく」（7層ガーゼマスク）はMサイズ1枚770円（同）。

「マスクは近鉄百貨店の奈良特設コーナーで販売してもらったりして、反響も非常に良かったです。新型コロナウイルスの感染拡大

吸水性となめらかな肌触りが愛され
3点セット「KINARI-KAYAタオル」人気



バス・フェイス・ハハ^{ハハ}セットの「K-NAR-
I-KAYAタオル」

「蚊帳の販売ます！」

加えて「横の連携、組合であり、知り合いであり、布帛だけではなくニット組合のメンバーの若手などはお互いに相談しあって『こういうものがあったら知恵貸してや』とかね。県内の連携というのを大事にして、商品のSDGsは当たり前

す。こだわりがあつて販賣
されているところだから、
それなりのものを要求され
るし、売れるし、麻などは
縫製も難しい。うちの場合
は『こういう仕様でやつて
ください』と言われたら、
企画からサンプル、縫製に
至るまで全部一貫してでき

後すぐでしたから。マスクは蚊帳生地を7枚、肌タオルは5枚だったかな。肌薙れしないし、湿気が逃げてこもらない。注文があれば作っています。ただ、原材料費が2割ぐらい上がっていますので、値上げも考えないと」とも。

ですから。自分のためだけではなく、広い目でやっていくことが大事です」と強調する寺井さん。麻や蚊帳などの天然素材にこだわる。一般に「麻100%」はおよそ2万円。スカートも80000~90000円。シャツで1万2000~1万3000円が小売り値段。

寺井さんは「自社の販売ルートというのは昔からのところが多いので、あんまり高くないです。逆に言えば、そういうこだわりのある商品は、こだわりのある販売をするところかが『こういうものはできないか』と提案いただきま



- 創業=昭和26(1951)年
- 代表取締役=寺井孝雄
- 従業員数=16人
- 資本金=800万円
- 事業内容=布帛(ふはく)製品の企画・製造・販売
- 本社住所=磯城郡田原本町160-2
- 電話番号=0744(32)6262
- ファクス=0744(33)6241

るんです」と自社の強みについて話す。

そして続けて「使ってもらいう人に喜んで使ってもらえることを目指していきます。値段だけではなく、商品の価値観を出して、買って良かったと思ってもらえるようを作っていくたいです。規模を大きくするとか、そういう問題じゃないのに、商品を適切な価格で、きっちりしたもの提供していくという形を続けていくかなと思います」

さらに「それによって実際にお客様が増えて、販売力がもっと出てきたら、自然とその分伸びていくんじゃないかなあ。売り上げをボンと伸ばそうと思つたら、量販店などに安く入ればいいけるんですけども、それをやつたところで、今のご時世には合わない」と先を見据える。