



☆みつけ☆

## 商工会通信 2012年8月

<http://www.mitsuke.or.jp/>

### 今後のイベント

- 8月05日(日) 軽トラ市(本町商店街内) 
- 8月11日(土) 今町夏まつり(今町商店街)
- 8月20日(月) 無料法律相談
- 8月25日(土) ナイトバザール(本町中央・本町・新町商店街) 
- 9月02日(日) 軽トラ市(本町商店街内)

### 商工貯蓄共済増口運動を来月より展開

現在、商工会の重点事業である、商工貯蓄共済増口運動を来月より展開します。

1口2,000円の掛金による商工貯蓄共済は、積立・保障・融資の三点セットになっております。ぜひこの機会にご加入くださいますようお願いいたします。

### 第30回 産業まつり出店者募集!

お店・商品をPRして、見附を盛り上げていきましょう!

- 開催日 11月3日(土) 午前10時~午後4時  
11月4日(日) 午前10時~午後3時
- 会場 見附市市民交流センター「ネーブルみつけ」
- 申込先 見附市役所産業振興課  
Tel 0258-62-1700 (内線228)

※ 詳細は広報みつけ8月号・見附市ホームページ  
(<http://www.city.mitsuke.niigata.jp/>) をご覧ください。



### 振興委員だより「四半世紀」

小規模企業振興委員 宮島一弘

平成の年号に変わり、早いもので24年、自分を振り返って見ると、学生生活を送り会社勤めをしていた東京から、家業を継ぐために見附に帰ってきたのが平成元年4月、四半世紀が過ぎようとしていることに少々の感慨深いものを感じます。振り返って見ると、昭和の終わりから平成の始めはバブル景気の真っ最中、現在の就職氷河期とは違い、新卒の学生は企業から引っ張りだこ。できの悪い私ですら就職活動中に訪問先企業から食事会などに招待されるなど、今の時代ではなかなか考えられないことなのではないかと思えます。その後のバブル崩壊、国内を代表するような大手企業が倒産するなど日本経済は一気に沈み込んでしまい、その状態からなかなか浮き上がれず十数年間がたちます。

自分の生業であるたたみ屋、たたみ業界を振り返って見ると昭和の高度成長期、新築住宅の増大とともにたたみ施工面積も増え、たたみの市場も一気に拡大、たたみ業者も増え業界も拡大しました。平成に入り住宅ブームとはうらはらに、生活や住宅の洋風化に伴い一軒あたりのたたみの施工面積の減少により、他の業界が味わったような、バブル景気の恩恵にあずかれないまま、バブル崩壊、新築住宅の減少、たたみの一軒あたりの施工面積の減少、ダブル・トリプル打撃が業界を襲ったように思われます。その影響は少なからず、急速な市場縮小たたみ関係業者の半減などに現れていると思えます。このような厳しい状況は、他の業界も同様またはそれ以上の業界もあることと思えます。このような変化は経済活動だけではなく、日本全体あらゆる面において“社会構造・システムが疲弊、世の中の変化に対応できなくなっている”と思うのは私一人だけではないと思えます。

ここで再度自分の業界に話を戻しますと、このような変化の中で若い世代が変わってきたように思われます。日本各地には厳しい業界で業績を伸ばしている業者があるのも事実です。たとえば、以前職人的に“いいものを作れば飯を食っていける”というのが当たり前でしたが、それだけではなく家業から社業へという意識の変化が起こっているように思われます。そんな新しい芽が出てきていることに将来少しの明るさを感じつつ、自身においては変えてはならないものは守り、変えるべきものは変えて将来の明かりを信じていきたいと思えます。はや見附に戻り四半世紀がすぎましたが、これからも見附の地で明るく楽しく元気よきの気持ちでがんばっていきたくと思えます。終わりに最後まで個人的な思いを読んでもいただいた方、ありがとうございました。

見附商工会

室長代理 坂井 敏昭

#### ■ 産地ブランド「MITSUKE KNIT」

これまでの見附のニット産業は、技術力を活かすために、企画提案力を磨き、大手アパレルメーカーの高級ブランドをOEM生産してきました。しかし、高級ブランド＝百貨店ブランドであり、近年の百貨店売上が落ち込んでいる状況下では、先を見通すことができませんでした。そのため、生産地からも積極的に“情報発信”することが重要だと考え、新潟県の支援を受け新たな取り組みとして産地ブランド「MITSUKE KNIT」を立ち上げることになりました。

ただ、今までの経験から、世界トップクラスの技術力を持ち、企画提案力も身に付けていたのですが、「MITSUKE KNIT」をブランド化するためには、デザイン力に弱さがありました。そこで、首都圏の若手デザイナー数名とコラボレーションすることで弱点を補い、また、商品にデザイナーと産地の2つのブランドタグを付ける、ダブルネームで売り出すことにしました。

立ち上げ直後は協力のお願いで営業へ行きましたが、最近では、「一緒にコラボレーションしたい」という他の若手デザイナーからの依頼や「取り組みを参考にしたい」という県外企業からの問い合わせ、またマスメディアからの取材依頼など、少しずつ成果が出ています。

今後は、国内イベントのほか、経済産業省の支援を受け平成25年1月にパリの「フーズネクスト」というサロンに出店を予定していますが、パリでの評価を国内外に発信することで、更なる販路拡大につなげたいと考えています。特に、以前から販路拡大に取り組んでいる中国での「MITSUKE KNIT」ブランド確立を目指しています。

#### ■ 若者に選ばれるファッションナブルな街に

長い目でみた場合、将来を担うべき20歳代の社員が他の年代の社員に比べて少ないことが課題だと認識しています。いくら業績が好調でも、必要な年代の社員がいなければ企業は終わってしまいます。若い人達から思う存分働いてもらうためには、クリエイティブな仕事にも携わることができる環境を整えなければなりません。

つまり、単なる生産工場からファッション産業に生まれ変わる事、そして街全体がファッションナブルになることです。そのように変化できれば、若い人達がこの街を選ぶようになり、地域活性化にもつながると考えています。

数年前から、従業員を対象にニットの技術やノウハウを伝承する『ニット塾』を開催していますが、最近ではニット産業を知ってもらおうと、一般の方や学生なども対象にしています。時間が掛かるかもしれませんが、若い人を惹きつける地域になれるよう、今後も取り組んでいきます。