

Region's strength and charm letter

10/25/2018
vol2 in Japan

WRITER

新潟大学 経済学部
経営学科4年 池田拓也 2年 小池巧己 経済学科2年 西川貴裕

TITLE AND ABSTRACT

タイトル 五泉ニットのこれまでと今後 ～新潟魅力発信演習の取り組みから～

概要 新潟大学では地域の中小企業の魅力を発信することを目的とした、中小企業魅力発信演習という教養科目を開講しました。今年度は、五泉市のニット企業に学生が取材を行い新聞にまとめました。本新聞では五泉ニット工業協同組合が展開している「五泉ニット」について、これまでと今後について学生目線で紹介したいと思います。

COMPANY IN THIS LETTER

有限会社サイフク : 五泉市のニット企業。オリジナルブランド「mino」を展開

NOTE

本レターは、中小企業魅力発信プロジェクトとして、新潟の中小企業を学部学生が取材にいき新聞にまとめたものを、筆者がまとめたものです。

五泉ニットのこれまでと今後

～新潟中小企業魅力発信演習の取り組みから～

新潟大学経済学部

4年 池田拓也（経営学科）

2年 西川貴裕（経済学科）

2年 小池巧己（経営学科）

～五泉市および五泉ニットの紹介～

新潟県五泉市では、市内のほぼ中央を流れる早出川から供給される豊富な地下水が、古くから産業や、生活用水として利用されてきました。そして、第二次世界大戦後は、豊富な地下水を利用したニット産業が発展してきました。日本国内には、その他にもいくつかのニット産地がありますが、五泉地域は、染色や刺繍などの二次加工の技術も集積する数少ない産地です。豊富な地下水と、他地域にはない技術を武器に五泉地域は日本一のニット産地へと成長を遂げました。

全国でどのくらいの方が五泉ニットについて知っているのでしょうか。

恐らく、買った人は三越や高島屋のオリジナルブランドの商品だと思っているかもしれませんが。日本一のニット産地である五泉市は、最盛期の売上

が802億円にも上りました。しかし、近年のファストファッションの流行や、海外からの安価な輸入品の影響を受けた衣料品価格の下落により、2014年の売上は115億円と最盛期の約八分の一にまで減少しています。OEM生産を主としてきた五泉地域では、これに対抗するため、OEM依存体質からの転換と、自社ブランドの構築が大きな課題となっていました。ニット生産に関する高い技術力を持つ中小企業が集まる五泉地域ですが、各社独自の取り組みには限界があり、業績の回復にはつながりませんでした。そこで、五泉地域の中小企業が集まる「五泉ニット工業協同組合」が中心となって、「五泉ニットブランド化事業」がスタートしました。2015年からスタートしたこの事業は、「五泉といえばニット。ニットといえば五泉。」のイメージを認知してもらうことを目標に行われています。左の写真は五泉ニットのブランドマークです。五泉の「五」をモチーフに、阿路のパターンと糸が編まれる仕組みをシンボル化したもので多くの人が協力しながら五泉という街を編み上げていることを表現しています。



「全国移住ナビ 五泉市」

<https://www.iju-navi.soumu.go.jp/local/niigata/go>



Gosen Knit

五 泉 ニ ッ ト

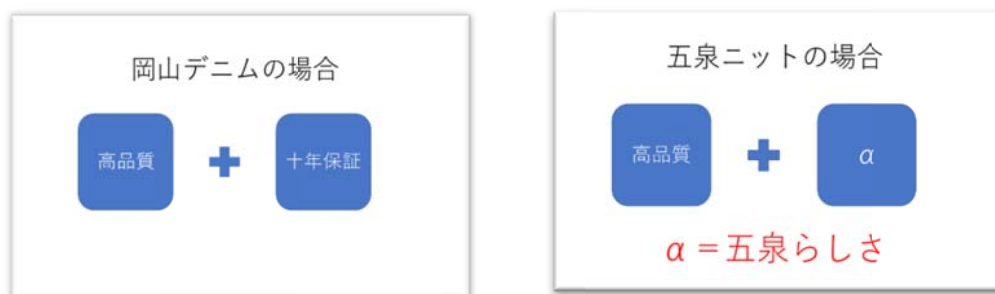
「五泉ニットHP」
<http://gosenknit.or.jp/>

～五泉ブランドの確立～

協同組合で作るニットに「一貫性」を持たせたらいいのではないかと思います。例えば、独特の編み柄やロゴを刺繍したりして、人が見たときに五泉のニットだと認識してもらえることが重要です。こうすることでニットを着ている人自身が広告のようになり、多くの人に認知してもらえることになります。ただ、協同組合で商品を作るとなると、自社で全ての製造工程を完結でき、高品質なモノを作れる力のある企業などは不満が出ると思います。こういった企業間の力の差を協同組合という形にして地域ブランドとして売り出すのか、それとも五泉ニット協同組合の中から一社だけ成功する**企業があらばいいのでしょうか**。それぞれの考え方で、販売戦略が変わってきます。前者であれば、岡山のデニムなど成功事例がいくつかあります。それらを参考にして、さらにプラス α 、他の地域ブランドではやっていないことを五泉ニットに盛り込む必要があります。後者であれば、有限会社サイフクのオリジナルブランドである「mino」があります。日本のものづくりを元気にするコンサルチーム「シンケン」によりプロデュースされ2012年度より始動し、順調に成長を遂げているブランドです。ただ、一社から成り立つオリジナルブランドは人材や資金などの観点から考えると活動の幅に制限があると思います。

～五泉ニットのさらなる成長のためには～

ファッション業界というものは流行などの外部の要素に影響を受けやすく、マーケティングやブランディングが難しいものです。しかし、ニットは毎年着るものであり、比較的トレンド性の低い商材であると思います。一度購入したら、長く購入者に寄り添うことができる高品質、それに加えて「**五泉らしさ**」というものを前面に出して、ブランドを強化そして洗練していく必要があると思いました。



～学生視点による五泉ニットの将来性を考える座談会1～

9月25日に日本貿易振興機構（ジェトロ）の方と新潟大学教員、博士研究員、本学生で五泉ニットの将来について話合う座談会を行われました。この座談会では主に、

- ・ 路面店やオンラインショップを充実させ、一般の方が五泉ニットの商品を常にかぎることができる場所を作ること
- ・ 「五泉ニット」として商品を売り出すと製造だけでなく、トレンドの把握、デザイン作成、マーケティング方法も考える必要がある。それらをどのようにするか。
- ・ OEM生産とダイレクト販売を平行してやっていくべき

1 座談会の全文に関してはこちらを参照ください。

- ・ 「ニット産地五泉」として売り出すには組合でないとできない。

以上に挙げた事柄が話されました。

買う場所を充実させることは利益獲得とブランド認知を広めるうえで欠かせないものだと思います。展示会で新製品やブランドを発表していい評価が得られたとしても買う場所がなければ、徐々に流行は過ぎて利益獲得のチャンスも失います。展示会での製品の技術力の高さは非常に評価されているため、その波に乗れていない現状は非常にもったいないと思いました。路面店を作ることやオンラインショップの製品数を増加させることでブランド認知も一般の方にさらに広まり、利益を出していくこともできると考えます。

五泉ニットの最大の魅力は、長年の歴史の中で培われた技術力です。五泉ニットの縫製技術は日本の中でも最高レベルにあり、ファッションの本場イタリアでも注目されています。リンク技術や、ニットと異素材を組み合わせる技術などを五泉地域のニット企業各社が持っています。その縫製技術は世界でも評価されるもので、五泉ニットの主催するイベントや国内の展示会、上海の展示会に出展した際にはでは世界中のバイヤーが直接注文に来るほど評価される技術力を持っています。また、五泉ニット工業協同組合としてブランドマークを発表したのは2017年2月とまだ1年半程度しか経っていません。五泉ニット工業協同組合は今年の10月から全国10か所で展示販売会を開催するなど国内へのアプローチもしている最中であり、現在も発展途中です。



「五泉ニット HP」 <http://gosenknit.or.jp/>

また、「五泉ニット工業協同組合」で経営していく良さとして市場の広さを気にする必要はあまりなく、機動的に動けることが挙げられます。また、会社として海外への販路をあまり考えていなくても、良いモノを作り展示会などで海外のバイヤーなどに目にとまり海外に出すというケースも中小企業の場合あります。大企業の場合では、海外展開は中小企業に比べて容易です。

しかし、自分たちから海外の市場に出て、大きな利益を出さないといけないため、事前のマーケティング調査を実施して市場に製品を出す場合が多いです。このように比べると、中小企業のほうが自由に製品を作ることができるため、「五泉ニット工業協同組合」も「**五泉らしさ**」が入った製品を作っていただきたいと思っています。

座談会では「モノも技術力もあるので、これからも当然支援していきたい産業であると考えております。」とジェットロの方もおっしゃられていました。今後の活動、そして製品にもさらに注目していくべきブランドであるといえます。

参考文献

- ・ 桃太郎ジーンズ HP <https://www.japanblue.co.jp/brand/momotaro/> (2018/10/22)
- ・ 五泉ニット HP「ブランド化事業」 gosenknit.or.jp/brand/ (2018/10/02)
- ・ 五泉ニット HP「五泉ニットブランド」 gosenknit.or.jp/about/ (2018/10/02)
- ・ 五泉市公式 HP「五泉市地下水保全管理計画」
https://www.city.gosen.lg.jp/municipal_administration/6/2/2450.html (2018/10/02)
- ・ 新潟日報モア (2018/10/5)「五泉ブランド新作銀座で PR ニット組合が全国で展示販売会」
<http://www.niigata-nippo.co.jp/news/economics/20181005423814.html> (アクセス日 2018/10/25)
- ・ 日本経済新聞 (2016/8/31)「新潟・五泉市 ニット産地の誇り 地域ブランド化 市民が率先」
<https://www.nikkei.com/article/DGKKZO06692940R30C16A8NZ1P00/> (2018/10/02)