



TEAM NEXT YONEZAWA

米沢織ストールに込める "Made in Yonezawa" の印

米沢織の老舗、青文テキスタイル(株)。1つの会社でニット製造と織物製造の2部門がある世界的にも珍しい生産体制のもと、国内外のアパレルメーカーなどに服地を卸しています。昨年9月、同社は自社ブランド「nitorito」を立ち上げ、米沢織ストールの販売を開始しました。

ブランド責任者の鈴木健太郎さんは「世界的なアパレルに米沢織の生地を卸しても、商品タグには縫製元のみが記され、米沢の名前は認知されません。中間素材の『反物』ではなく、実際に手に取ってもらえる『製品』として販売することで、米沢織というブランドをもっと知ってもらえるのではないか」と立ち上げの想いを語ります。

「米沢産」に徹底的にこだわって作られたストールの柄には、米沢の風景から着想を得たデザインを採用。生地製造から梱包、販売に至る全てのプロセスを自社で行い、地元のカフェや都内百貨店で展示販売を実施してきました。ストールを手「老若男女を問わないデザインです。家族兼用でも使って欲しい」と鈴木さんは話します。

事業運営を担う若手社員の一人で、東京の美術大学を卒業後、1ターンで入社した齋藤美綺さん。米沢織の魅力を「着物地と洋服地の両方が生産され、伝統と新しいものが産地として仲良く同居していること」と語ります。

若い世代が中心となって取り組む米沢織の新たな挑戦。「これからは地方がブランド力を持つ時代。若い世代が就職を考えた時、地元の繊維ファッション業界が選択肢に入るよう、その魅力を発信していきたいです」。ストールの商品タグに刻まれた "Made in Yonezawa" という文字から、米織産業の未来を見据えた二人の想いを感じました。

米沢織の技術を継承し、婦人服地を製造している
青文テキスタイル株式会社 (東二丁目)

明治10年創業。常務取締役の鈴木健太郎さん(写真左)、企画開発部の齋藤美綺さん(写真右)を中心に自社ブランド「nitorito」を展開中。名前の由来は「ニットと織りと」から。



企画段階のラフスケッチ

「米沢品質向上運動」とは

本市では、挑戦と創造のあかし「米沢品質」をスローガンに掲げ、商品だけではなくサービス・観光・文化・行政など、様々な領域の「挑戦と創造」を喚起し、付加価値を高めていくことを目的に「米沢品質向上運動」を展開しています。本市のブランディングに賛同し、この運動に参加するプレイヤーが「TEAM NEXT YONEZAWA (TNY)」です。(1月14日現在、153の企業・団体・個人が登録)

