

新年 明けましておめでとうございます。

皆様方には、お健やかに新年をお迎えになられました事と拝察申し上げますと共に、謹んでお慶び申し上げます。

去年は皆々様に支えて頂き 平成 27年（皇紀2675年）を無事に終えることができました。

改めて御礼申し上げます。

昨年末 は 氏神様であります藤越神社のしめ縄や門松作りに携わらせて頂くことが仕事納めとなりました。

いつも見ているしめ縄ですが、もち米の藁、左撚で753の本数で藁を紡ぐなど、全く知らない事ばかり。

「百聞は一見に如かず」とは正にこの事であり、先人たちがどの様な想いで新年を祝ったのかを身を以て学ぶ事ができました。

今年の京都 は去年の大雪とは真逆な、まるで春を思わせるような暖かい元旦を迎える事ができました。

去年は「時勢の大変化に向けた準備が試される年になりそうだ」と書きましたが、私どもが住む『京都』だけでなく、『日本国』全体が脚光を浴び、世界中から日本に人が集まりました。

その中でもモノづくりにおいては、機能性 のmade in japanから、機能性の先にある文化色を感じるためのmade in japanへと価値観そのものが変化した年だったのではないのでしょうか。

「職人」と呼ばれる我々ものづくりに携わる者の多くは、販売されている方々と話す機会は殆どなく、流通の川上で仕事をしてはいますが、だからこそより一層、使ってくださる方に思いを寄せて、如何に役立つか？ 如何に喜ばれるか？ 今よりも更に良くするために・・・といった『人が人を想う』この観点で仕事をし、その結果として、「機能性」を生み出せたならば、単に、売上を上げる ためだけの活動とは少し違う、日本らしい想いやりのあるものづくり へ到達することができる と 考えています。

そのような思いのあるものづくりがマーケティングの視点と上手く連携できたことにより、今まで見えてこなかった日本国や日本人の奥深さに 世界中から 共感と 関心が寄せられたのではないかと 思います。

さて、現代に生きる我々世代が日本で行うべき仕事を考えた時に、先人が積み上げてくださったモノやコトの恩恵を受るだけではなく、次世代の日本人に残すべき観点で物事を判断し新たな種まきも行わなければなりません。

これから人口が減る日本では大量消費は起こりませんし、そもそも資源が乏しい日本では大量生産は向きませんから、アジアから輸入される個性を無くした商品と価格競争をする事に発想を拘束されるのではなく、

「モノやサービスを通じて日本の真心を次世代の日本人へと伝える」

この使命感を常に持ち合わせて今年 1年間、山嘉精練社員一同は、昨年につき下記の 3つ を 精力的に取り組みます。

1. いまの暮らしに求められる新しいシルク の 活路創造
2. シルクのよさが伝わる新たな ブランディング
3. 技術を通 した 真心の伝承

今年も安心と高品質をお届けできる様に持てる力を精一杯尽くして参りますので何卒宜しくお願い致します。

最後になりますが、皆様の事業が益々発展しますことを心から祈念申し上げます。

平成28年（皇紀2676年）1月

株式会社 山嘉精練 代表取締役 山内伸介