



▲ 生地加工の様子。創業90年の歴史を持つマルジューは、時代の流れにあわせながらも当時の製法・技術を守り続けています。



▲ 当時は布を川原に広げ、太陽や水など自然の力を利用して生地を白く晒していました。



▲ 創業当時の写真。煙突のある建物が工場です。



▲ 「待っていても仕事は来ない。自分たちの力を発揮し、新しいことをどんどんやり続けることが大事です」と増田社長。

しかし、ネットショップは「品揃え」がポイント。他社の商品を入れず、自社工場で製造した商品をメインに販売したい当社は、ネットショップよりも、店頭での小売りに力を入れる必要があると

小売店の方がお店に並べたいと思う商品づくり

こうした状況を打開するため、自社工場で試行錯誤しながら商品開発に取り組み、まずはネットショップでの販売を始めました。

受注数が激減しました。

もともと当社の仕事内容は、商社から委託を受けた生地への加工が大半でした。しかし、グローバル化が進み、価格競争が激しくなる中、国内製品が中国産をはじめとする海外製品に代替され、

受注数が激減しました。

こうした状況を打開するため、自社工場で試行錯誤しながら商品開発に取り組み、まずはネットショップでの販売を始めました。

自社ブランド立ち上げのきっかけ

当社では生地染色・加工のほか、繊維製品の製造・販売を行なっています。赤ちゃん用の商品やタオルケットなど、30・40歳代の主婦層をターゲットとした自社ブランド商品を開発し、店頭販売に力を入れていきます。

考えました。自社ブランドの開発にあたり、クリエイターとともに一から商品企画を見直し、素材や加工技術にこだわったのはもちろん、小売店のバイヤーが「買いたい」と思う商品づくりを心がけました。

その後、世界パッケージデザイン賞（銀賞）を受賞するなど、様々な方面から反響をいただき、自社ブランドの成果を徐々に感じています。

会社が継続していくために

今と同じことをし続けることは、立ち止まることと同じだと思います。お客様が当社の商品を見て、「何か変わった」と常に思っていただけのような努力を重ねることが、会社が継続していく一つの秘訣だと考えています。

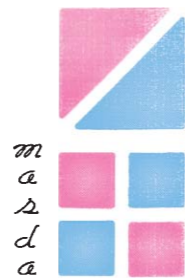
今年8月にはニューヨークの「NY NOW」という展示会に出展しました。今後は海外展開を視野に入れており、まだ課題は多くありますが、海外販売で成果をあげることが目標に、これからも商品力の強化に取り組んでいきたいと思っています。



▲ 「ガーゼの体ふき」。海外で販売することを念頭に置き、あえて言葉を入れないなど、様々な工夫をしています。



▲ 写真の「赤ちゃんガーゼ」は肌触りが良く、ユーモアあふれる絵柄がデザインされています。店頭に並んだときに他の商品と差別化できるよう、使い方がひと目でわかるパッケージにしました（手前：以前のパッケージ、奥：現在のパッケージ）。



▲ 天然素材を使ったガーゼ製品の自社ブランド「めんぶます田」。ガーゼケットや、チャイルドシート用ガーゼカバーなど、様々なラインナップがあります。



▲ (株)マルジューの製品は、人体への安全性を保證する「エコテックス100」でも最も厳しいクラスIの認証を受けています。



株式会社マルジュー
代表取締役社長 増田 和久さん

今月のフレンズ

町工場から自社ブランドを持つメーカーへ

大正11年に創業した、庄内川のほとりにある生地の晒し工場。外部環境の変化を受け、自社ブランド商品の製造・販売に挑戦し、そして今、世界の市場に飛び込むとしています。 (株)マルジューの代表取締役社長 増田和久さんに、これまでの取り組みや経営に対する考えを伺いました。

今月の表紙説明

増田社長が、自社ブランド「めんぶます田「ガーゼの体ふき」」のパッケージ（左ページ左下写真）と同じポーズをとっています。

Company Data [会社概要]

創業	1922年
所在地	名古屋市北区楠味鏡5-209
TEL	052-901-1966
URL	http://www.maruju.net/
事業内容	麻、綿、混紡織物などの晒、染色、抗菌防臭加工、繊維製品の製造・販売