透かしを削除する Wondershare PDFelement

(水)	25日（木）	26日（金）	27日（土）	28日（日）
モーターショ 日） カ月予報（気 17年、臨時国 に約３カ月応 は違憲だとし 参院議員が内 があることの 訴の判決（東	▽知事選告示＝福岡 ▽欧州連合（ＥＵ）首脳会議（～26日、ブリュッセル） ▽米下院エネルギー・商業委員会の公聴会でフェイスブックなどＩＴ大手３社の最高経営責任者が証言（ワシントン） ▽東京五輪の聖火リレー出発式（福島県・Ｊヴィレッジ）	▽ＮＴＴドコモが携帯電話の新ブランド「ａｈａｍｏ（アハモ）」開始 ▽「歌会始の儀」（東京都） ▽プロ野球　セ、パ両リーグが開幕（東京ドームほか）	▽ＢＣリーグ・新潟アルビレックスＢＣ、オープン戦（新潟市中央区・ハードオフ・エコスタジアム） ▽ミャンマー国軍記念日 ▽19年10月の台風19号の影響で一部区間が不通となった水郡線が全線で運転再開（福島県、茨城県）	▽東日本大震災の復興支援道路としての宮古盛岡横断道路が全線開通（岩手県） ▽名張毒ぶどう酒事件から60年（三重県名張市） ◇おことわり　新型ウイルスの影響などで、予定が変更になる可能性があります。

古くて、新しい　マルニ西脇（妙高市）　■３■

自社製ジーンズ誕生

時代とともに　にいがた企業ヒストリー　Niigata

雑誌に掲載 全国から注文

東京五輪を翌年に控えた1963（昭和38）年、国産では初めてとされるジーンズが誕生した。米国から輸入したデニム生地を使い、完成させた大石貿易（東京）。情熱を傾けたのが創業者の大石哲夫氏だった。

マルニ西脇（妙高市）を創業した西脇正信氏は、その評判を知り、大石氏に面会を求めた。親子ほどの年齢差はあったが、熱意が共鳴し合った。以降、大石氏はマルニ新井店を毎年のように訪れ、親戚のような付き合いをする仲になった。

90年代に入り、渡米の末ジーンズ製造への思いが抑えられなくなっていた正信氏の長男、謙吾氏。大石氏は既に亡くなっていたが、大石貿易に製造協力を求めた。設備が充実した自社工場を有していたのは魅力だった。自ら考え、デザインしたジーンズの構想を胸に東京本社を訪ねた。

「あなたがやっているのは物まねだね」。20代の若者の依頼は一蹴された。国内では当時、メーカーから卸売業、小売業という流通経路が強固だった。小売業が製造に着手すること自体、ハードルが高かった。

×　×

店は繁盛していた。高田地区の創業店を95年、より人通りが多いエリアに移転した。早々に投資資金を回収するめどが立つと、翌年には新井店の新装を決めた。そのオープンに、初の自社製ジーンズ発売を間に合わせる計画だった。

謙吾氏は数年にわたり大石貿易への訪問を重ねた。同社を動かすため、消費者がどういったジーンズを求めているのか、直接声を拾ってきた経験を伝え続けた。同社の商品企画に参画する中で、信頼を得ていった謙吾氏。「やってみましょう」。マルニの文字を刻印したジーンズの製造へ、協力を取り付けた。

1足10万円以上のスニーカーが社会現象を巻き起こしていた90年代中盤、ビンテージ古着のブームも重なった。そこで、マルニがファーストモデルのコンセプトに掲げたのが「古き良き時代のジーンズ」だった。

試作には50年代に米国で製造された旧式力織機が欠かせなかった。大量生産の時代になり、一般には使われなくなったが、昔ながらの風合いを出すことができる型だった。

力織機でゆったりと織り上げたデニム生地は凹凸が残り、特有の色むらが生じた。高密度な縫製で、長持ちするように仕上げた。経年で渋い銀色に変化する亜鉛メッキのフロントボタンなど細かな装飾にもこだわった。

価格は9800円。謙吾氏は「当時としては一般的な価格。日本製の高品質なものを大手より安く提供したかった」と語る。

マルニ西脇の自社製ジーンズの数々。西脇久仁枝会長は、第1弾で発売したモデル（手前）などを手に「亡き主人の夢がかなった」と喜ぶ＝妙高市姫川原

ファーストモデルの完成に役立った旧式力織機を扱う西脇謙吾社長。力織機は現在も裾上げや補修に使われ、現役だ＝妙高市姫川原

地方のショップがジーンズを手掛けた希少な例として、発売時には衣料や雑貨を紹介する全国情報誌に掲載された。すると、各地から現金書留の封筒が次々と舞い込んだ。今までにない顧客との接点が生まれた。謙吾氏は「その声が新たな商品を企画する上でプラスになった」と振り返る。

×　×

マイナーチェンジを重ね、家紋をラベルに施した2作目を2000年に発売した。05年にはラインの太さが異なるストレートデニム3本をリリース。「R8」「R18」「R292」と上越地域を通る幹線道路を名称に入れた。

「主人は生前、マルニブランドを作る夢を語っていた。ここまで多くの自社製品がそろうとは、想像もしていなかった」。久仁枝会長（77）は潤んだ目で、息子の手掛けたジーンズを見つめた。

00年代は、低価格のファストファッションの台頭で、既存のナショナルブランドが弱体化した。マルニにとっても、旧知の生産工場が閉鎖されるなど、対応を余儀なくされた。

業界の潮目が変わる中、マルニブランドをどう輝かせるか。謙吾氏はそのヒントを百貨店で見つけることになる。