



繊維から日用品まで消費者目線で デザインとマーケティングを提案

株式会社ジャンヌマリー 代表取締役 大倉 紀子氏・マネージャー 川崎 由美子氏

福岡から全国へと 繊維デザインを発信

東京や大阪をはじめとした大手衣料品メーカーなどの繊維デザインに携わる、福岡市中央区大名の株式会社ジャンヌマリー。福岡に拠点を置きながらも、取引先はいずれも業界では上位5位に入るメーカーばかり。創業以来、デザインしてきた衣類やインテリアなどの繊維商品は全国の量販店に並び、多くの消費者から支持を得ています。

代表取締役の大倉紀子さんがジャンヌマリーを立ち上げたのは1983年のこと。「まだまだ当時は活躍している女性デザイナーも少なく、仕事ができなければ明日からスタッフの給料も出せないという状況からのスタートでした。

それでもやる気満々で、不安はゼロ。日本にいる1億人以上の中から、私たちの考えに賛同してくれる一人を見つければいいんですから」と振り返る。

そうして大倉さんが立ち上げたジャンヌマリーの強みはデザインとマーケティングの融合。消費者のニーズや時代背景を考慮したデザインで、在京の大手デザイン会社と競合しながら、さまざまな仕事を受注してきたと言います。

「デザイン会社の平均寿命は10年以下と言われる中で、私たちが約40年にわたって仕事をしてこられた理由は、創業当時から大切にしてきた消費者目線にあります」と大倉さん。またジャンヌマリーのデザイナーを統括してい

る、マネージャーの川崎由美子さんも「例えば洋服でもオシャレなだけでは売れない時代になりました。だからこそメーカーから頼まれたものをデザインするだけではなく、ユーザーが求める機能性や安全性などをプラスアルファしていくことが重要です。私たちには、消費者の声を聞くマーケティング専門のスタッフがいるので、そこからニーズを拾い、常にデザインに反映させています。案件ごとにチームで取り組むのもひとつの特徴です。多くの意見を取り入れたデザインの厚みには自信がある」と話します。

ジャンヌマリーの社員は31名。そのうち4名のマーケティングスタッフが東京と福岡に分かれて常に情報を収集。毎日のように消費者に対してアンケー

【プロフィール】

大倉氏(写真右)／福岡県出身。短大卒業後、大手染物メーカーに勤務。繊維デザイナーとして商品制作に携わったのち独立。1983年に株式会社ジャンヌマリーを設立した。

川崎氏(写真左)／宮崎県出身。短大卒業後、株式会社ジャンヌマリーに入社。デザイナーの統括として、大手量販店の衣料品、日用雑貨などのデザインチームを取りまとめる。



1 スタッフ同士で意見を交わしながら、最適なデザインを作り上げていくのがジャンヌマリーの強みのひとつ
3 機能性のある雑貨をセットで開発。売り場の提案も行う

2 東京のマーケティングオフィスとは常にリモートで情報交換。最新のマーケット動向も逃さない
4 ウィズコロナを見据えて在宅ワークの検証も行うジャンヌマリー。今後の課題はデザイナーの教育体制だという

トを実施するなど、マーケットの動向に常に目を光らせています。加えてスタッフの多くを女性が占めているのも特徴的です。「戦略的に消費者に近い目線でものをつくるといった点においては、男性よりも女性のほうが優れていると思っています。そして何より、働く女性を応援するといった側面も。ジャンヌマリーには子育てをしながら家庭と仕事を両立させ、デザイナーとして成熟してきたスタッフがたくさんいます」と大倉さん。そうしたスタッフたちの経験も、デザインに生かされています。

デザインから商品開発へとビジネスを昇華

ジャンヌマリーはその豊富なデザイン実績と、積み重ねてきたマーケティングの知識から、各種メーカーに対して商品企画を提案。受け身の仕事が多いデザイン業界において、攻めの姿勢を崩しません。事実、現在は2021年の秋冬シーズンに向けて、さまざまな商品の提案に取り組んでいると言います。

「私たちのベースにあるのは日用品としての衣料。だからこそ高級ブランドのデザインには携わりません。ある種、高級ブランドは1億人のユーザーがいればそのうち1,000人が購入してくれるれば成功と言えますが、量販店の衣料品は1,000人のユーザーがいれば500人が買ってくれるものでなければなりません。そのためにはロジックを積み上げていくデザインが必要。だからこそ商品企画や商品開発も担える」と大倉さんは自信をのぞかせます。

また川崎さんも「私たちは生活に関わるすべてのものをデザインできと思っています。例えばキッチングッズや壁紙など、あらゆるものにデザインは必要ですから。実際にユーザーに買ってもらい、喜びや楽しさを感じてもらえるような商品づくりに携わりたい」と意気込みます。

たゆまぬ努力でコロナ禍を乗り切る120%を当たり前

今後は食料品など繊維以外のジャンルのデザインにも挑戦したいというジャンヌマリー。東京にマーケティング

グ専門のオフィスを構えて以来、リモートワークを実践し、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い在宅ワークを検証するなど、新しい生活様式に応じた働き方も模索しています。そのチャレンジ精神の根底にあるのは、たゆまぬ努力というデザイナー意識です。

大倉さんは「私たちデザイナーはアスリートと同じ。他の人より抜きん出なければ仕事を勝ち取ることはできません。しかしアスリートと違って練習はできない。だからこそ日々の仕事を120%でやる。120%を繰り返すことで、能力が開花し自力が高まっていくのです。そのためには日々努力し続けるしかありません」と強調します。

取材日：9月8日



株式会社ジャンヌマリー

〒810-0041 福岡市中央区大名1-1-35-205
TEL 092-712-0234
<http://www.gendarmarie.jp/>