

# (株)マルサンフットウエア

## 足の裏に笑顔を

1955年(昭和30年)、先々代が西村三郎商店の名で創業。その後、西村三郎商店からマルサン工業所、株式会社マルサンフットウエアへ。先代から事業を引き継ぎ33年。

「足の裏に笑顔を」が企業理念。

Established in 1955 under the name of Nishimura Saburo Shoten two generations ago. The company then changed its name from Nishimura Saburo Shoten to Marusan Kogyosho and then to Marusanfootwear. It has been 33 years since taking over the business from the previous generation.

The corporate philosophy has been "Smile on the Soles."

# Day1: 工場見学 / Factory Tour



# Day2: 御所市巡り / Exploring Gose City



吉祥草寺  
Kisshosoji



高鴨神社  
Takagamo Shrine



高天彦神社  
Takamahiko Shrine



葛城一言主神社  
Katsuragi Hitokotonushi Shrine

# Day3: 御所市産業振興センター訪問&御所まち散策 Visiting Gose City Industry Promotion Center & Exploring Gose Town



御所市産業振興センター  
Gose City Industry Promotion Center



# 「サンダル」に対するイメージ Image of “Sandal”

## 少し前まで / Until a Short Time Ago

玄関や庭など、少し近くまでの用事で履くもの。

Something to wear to do some errands around the house.

ヘップサンダル  
=量販店で売られている安価なもの。

Hep sandals are inexpensive ones sold at mass-merchandise stores.

「サンダル=だらしない」ファッションのコーディネートからは外れるもの。

Sandals are considered sloppy and excluded from fashion.

## 現在 / current Status

ファッション性の高いサンダルなどが多く登場  
自宅から1マイル(約1.6km)の範囲で履くサンダルという意味の「ワンマイルサンダル」という言葉が再び使われ出し、近所へのちょっとしたお出かけだけでなく、街へ買い物に行くときにも活躍してくれるアイテムとして受け入れられ浸透した。

Many fashionable sandals appeared on the market, and the term "one-mile sandals," which means sandals worn within a mile of one's home (about 1.6 km), began to be used again. They became widespread as an item that is useful not only for a little outing to the neighborhood but also for going shopping in the city.

現実として  
Current Situation



**履き物業界全体が元気がない。**

**The footwear industry as a whole is losing its vitality.**

御所市全体がかつての活気を失い、地場産業であることも地域から忘れ去られようとしている。

しかし、かつて日本の生活の中に当たり前のようにあったサンダルを、

もう一度生活の風景の中に戻るよう、

品質の高い日本製をアピールし、直接消費者へ届けたい。

The entire Gose city has lost its past vitality, and even more, the community is about to forget that footwear is a local industry.

We want sandals, which were once an ordinary part of life in Japan, to become a part of the landscape of our daily life by promoting high-quality products made in Japan and delivering them directly to customers.

# 3日間の事業者体験を通じての現状の課題と問題点

## Current Issues and Problems We Learned Through the 3-Day Experiences

### 量販店向け商品 (BtoB)

コロナの影響で取引先の閉店、オーダーの減少。市場がスニーカーのようなより実用的な靴に傾倒

Closure of business partners and decrease in orders due to the pandemic. Market tending toward more practical shoes like sneakers.

安価な海外生産品の台頭による売上減少

Decrease in sales due to the rise of inexpensive products manufactured overseas.

材料コストが昔に比べると2倍近くになっているが売価は据え置きのため利益が減少

Material costs have nearly doubled compared to the past, but selling prices have remained the same, resulting in lower profits.

仲介卸業者が自社オリジナル製品をリリース。数多く受注していた有名アパレルメーカーなどのOEM製品のオーダーも年々、数は減少

Intermediary wholesalers started to release their original products. Decrease in the orders for OEM products from famous apparel makers, for which the company had received many orders.

履き物産業全体の規模が年々縮小している

The overall size of the footwear industry is shrinking every year.

### 消費者向け商品 (BtoC)

3年前からBtoC向け商品の開発を始め、SNS・クラウドファンディング・ECサイトに着手するが期待するほどの効果を上げていない

The company began developing products for BtoC and launched SNS, crowdfunding, and an e-commerce site three years ago, but these have not shown the desired results.

ターゲットとしている年齢層の幅が広く、価格も幅広い。何でも作れる一方、商品の立ち位置や特徴を伝えることが難しい

The range of targeted age groups and the prices is wide. While the company's strength lies in its ability to make anything, it is making it difficult to convey the position and characteristics of its products.

これまで問屋さんのデザインや要望に合わせて商品を作ってきたため、マーケットのトレンドや商品のセレクトの経験が欠けている

Since the company has been making products according to the wholesalers' designs and requests, it lacks experience in market trends and product selection.

具体的なターゲット選定や明確な売上目標の未設定

The company has not set specific targets and clear sales goals.

# 3日間の事業者体験を通じての 魅力的に感じたところ Things We Found Attractive

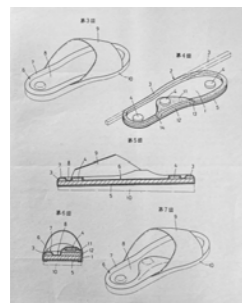
## 地域と歴史的な価値

Community and Historical Value

● 創業昭和30年(1955年)から続く歴史。67年以上履き物を作り続け、伝統的な技術を継承している  
History that has been lasting since its establishment in 1955. It has been making footwear for more than 67 years and carrying on the traditional techniques.

● 履き物産業の御所市の歴史と役行者を縁とする地域の背景  
The history of the footwear industry in Gose city and the regional background, with its connection to En-no-Gyoja.

● 奈良県産へのこだわり  
Commitment to products Made in Nara.



## 代々受け継がれてきた技術

Skills Passed Down From Generation to Generation

● サンドル作りのノウハウを活かして、ミュール・パンプス・ローファーブーツ、革靴まで自社で製造開発  
Utilizing its expertise in sandal making, the company makes and develops its original mules, pumps, loafer boots, and even leather shoes.

● これまでに培われた商品作りの経験と技術による小ロット生産・オーダーメイドへの対応  
Capable of small-lot production and custom-made products based on accumulated experience and skills in product manufacturing.

● OEMを含め自社で製造してきたノウハウを活かした独自のラインナップの多さ  
Many original lineups make the most of the know-how gained from manufacturing at his own company.

## 優れた品質の良さとこだわり

Excellent Quality and Commitment

● 安価なサンダルというイメージからは想像できない履きやすさと履き心地。「足の裏に笑顔を」を企業理念に「履きごこち」の追求のため実用新案の申請やインソールの高品質の材質をいち早く取り入れた。  
The ease and comfort of the sandals are unimaginable from the image of inexpensive sandals. With the corporate philosophy of "Smile on the Soles," the company was the first to apply for a utility model right and to use high-quality materials for insoles in pursuit of "comfort."

● 海外製品と比較した時のわずかなパターンのこだわりや材質のチョイスによるクオリティの高さ。  
The quality is high due to the careful attention to the pattern and choice of materials compared to foreign products.

● 高い品質検査基準を守るためテストできる地域の環境。  
A local environment that provides for testing to adhere to high-quality inspection standards.



一番、魅力的に感じたところ  
What We Found the Most Attractive is...



西村さんは、何にでも挑戦する  
前向きな考えと姿勢を持っている。

Nishimura-san has a positive mindset and attitude to challenge anything.

# 具体的に現状のマルサンを整理してみよう

## Let's Sort Out the Current Situation of Marusanfootwear in Detail

株式会社マルサンフットウェア  
Marusan footwear

### BtoB

- SunMile
- OURAGAN
- レザーシリーズ/leather products
- Etc...

それぞれのラインで使い分けの明確な基準定義づけが決まっていない。

There are no clear criteria for which brand name to use in which lineup.

### WEB (Communication Tool )

#### HP

- 株式会社マルサンフットウェア
- HP/Company website

#### EC

- BASE
- STORES
- Creema

#### SNS

- Twitter
- Line
- Facebook
- Instagram

ラインナップが混同している複数のECサイト。

There are multiple e-commerce sites with mixed lineups.

何を誰に届けたいのか明確ではない複数のSNS運用。

There are multiple social networking sites that are not clear on what they want to communicate and to whom.

### BtoC

**BtoBはどこから問合せるのか、  
BtoCはユーザーとどこでコミュニケーションを取りたいのかの境界が明確でない。**

The boundary is not clear: From where should businesses contact the company for BtoB? How does the company want to communicate with customers for BtoC?

# 目指すゴールはどこだろう What Should We Aim for?

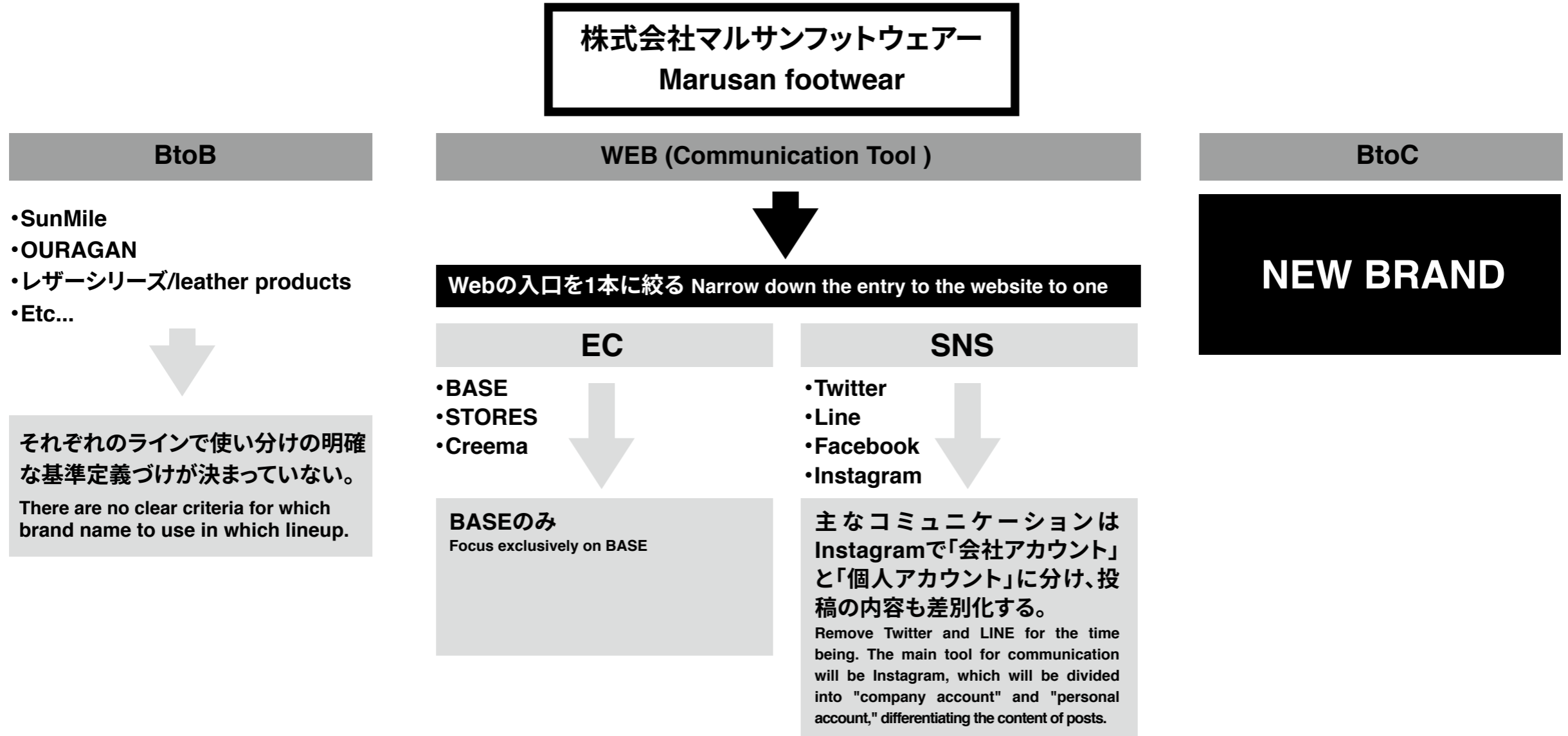
**今まで主流であった卸業者を仲介した量販店向けの商品 (BtoB)  
に比重をおいた形から脱却し、  
自社製品 (BtoC) をもう一本の柱として確立し利益率を上げる。**

We will break away from the focus on products for mass merchandise stores (BtoB), which has been the mainstream and establish the company's own brand (BtoC) as another pillar of its business to increase its profit margins.

**そのために、各事業をきちんと整理し直し、短期～長期のフェーズに分けて考え、  
今回は短期のフェーズの中でも特にBtoCの部分についての提案。**

To achieve this, it is essential to reorganize each business and divide the company's plan into short- to long-term phases. In today's presentation, we make some suggestions, particularly for the BtoC part of the short-term phase.

# ゴールを見据えてもう一度具体的に現状のマルサンを整理してみよう Let's Reorganize the Current Situation of Marusanfootwear with a Goal in Mind.



**今回の主な提案内容 The Main Contents of Our Proposal**

企業理念をもう一度思い出してみよう  
Let's Recall Marusan's Corporate Philosophy.



マルサンフットウェアの原点は  
「足の裏に笑顔を」

The starting point of Marusanfootwear is "Smile on the Soles".

具体的に何からはじめよう  
Where Should We Start?

**消費者マーケットに焦点を当て、  
消費者への入口を明確にすることにより、  
新しい繋がりのあるブランドを作る**

**By focusing on the customer market and clarifying the concept  
of the products for customers, we create a brand with new connections.**

もう一度笑顔を取り戻すために大きな枠組みの決意を掲げよう  
Let's Raise a Resolution for the Big Framework to Regain Smiles.

# Re:GAIN

Walk Forward with a Big Smile  
笑顔で前へ進もう



【regain】:取り戻す    【gain】:得る    【Re:】:返信(リターン/return)・再び／繰り返し(リピート/repeat)

失敗しても諦めずトライアンドエラーを繰り返し履き物に向き合い続け、ものづくりとしての職人のプライドや履物産業の活気などを取り戻そうとする様子や、お客様から直接感謝の言葉をいただくリターン、過去から引き継いできたものに加えてこれからの未来へ輝くために新しいものを得ていく、ものづくりをしている使命を歩く先代から継承のメッセージ。

It represents Nishimura-san's continuous efforts to regain his pride as a craftsman and the vitality of the footwear industry through repeated trial and error, without giving up even when things go wrong.

It also reflects receiving words of appreciation directly from customers and gaining new things in addition to what he has inherited from the previous generations for a bright future.

裏方(OEM / BtoB)から舞台(自社ブランド / BtoC)へ笑顔と共に一歩踏み出し、  
お客様直接コミュニケーションを取るために向き合い、履物を履いて前を向いて歩くイメージ。

The image of stepping out from backstage (OEM/BtoB) to the frontstage (own brand/BtoC) with a smile, and walking forward with footwear on to communicate directly with customers.

新しいものを得るために  
To Gain New Things...

# 新ブランド名&ロゴ

## New Brand Name & Logo

67年間の歴史と結びついたネーミング  
Name tied to 67 years of history

過去、現在、と未来を繋ぐロゴ  
Connecting the past, the present, and the future

代々受け継がれてきた履き物作りの文化、職人の優れた技術、  
物作りへの情熱とこだわりこれらから生まれる ニュークラシック  
The culture of footwear making handed down from generation to generation, his excellent skills as a craftsman,  
and his passion and commitment to craftsmanship.  
New Classic is yet to be born.



新しいものを得るために  
To Gain New Things...



**MARUSAN**

NARA



オリジナルロゴ  
代々受け継がれてきた精神

Original Logo

(Spirits Inherited for Three Generations)



サンダルのモチーフ  
(履き物作りへのこだわり)

Shape of Sandal

(Commitment to Footwear Making)



笑顔  
(目指す方向と決意)

Smile

(Goal and Determination)

**MARUSAN**

NARA

新たな未来へ  
(ニュークラシック)

MARUSAN

Towards a New Future (New Classic)

# Logo Application

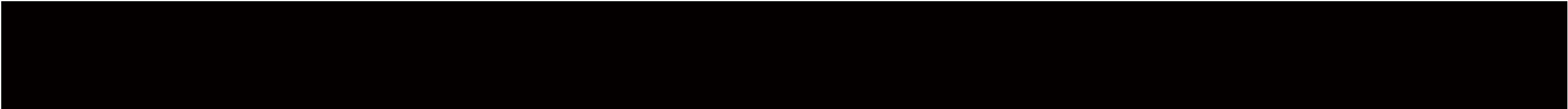


**MARUSAN**  
NARA



**MARUSAN**  
NARA

# Primary Color Palette



**K100**

RGB \_\_\_\_\_ R:0 G:0 B:0  
CMYK \_\_\_\_\_ C:0 M:0 Y:0 K:100  
HEX/HTML \_\_\_\_\_ #000000



**PANTONE 877C or K30**

RGB \_\_\_\_\_ R:200 G:200 B:200  
CMYK \_\_\_\_\_ C:0 M:0 Y:0 K:30  
HEX/HTML \_\_\_\_\_ #CCCCCC

展開アイコン:モノグラム Supporting Graphics



Logo Application





Established in 1955 under the name of Nishimura Saburo Shoten 4th generation. The company then changed its name from Nishimura Saburo Shoten to Marusan Kogyo Co. and then to Marusan Footwear.

It has been 33 years since taking over the business from the previous generation.

COLOR: BLACK  
SIZE: 27

**MARUSAN**  
NARA

MADE IN JAPAN



パッケージデザイン Packaging System

新しいものを得るために  
To Gain New Things...

## MARUSAN の製品ラインナップ / Marusan's Product Lineup

「2日間、自分のデスクの棚に置いて眺めて飽きないデザインが本当のいい商品」  
普遍的でクラシックなものであり時代を超えて長く愛されるであろう  
ロングライフモデルを既存の商品ラインアップからピックアップ。

"A real good product is one that you can't get tired of looking at it on your desk for two days."

We selected long-life models that will be universal, classic, and loved timelessly from the existing product lineups.

毎日見ても飽きない

Never get tired of looking at them every day.

足裏に優しい履き心地

Gentle on the soles of your feet.

自然に笑顔になれるサンダル

Sandals that naturally make you smile.



お客様との繋がりを取り戻すために  
To Regain Connection with Customers...

# その1: 入り口を作る

Part1: Create a Door to Marusanfootwear

株式会社マルサンフットウェアのホームページリニューアル  
Renew the Website of Marusanfootwear.





01  
02  
03  
04  
05  
06  
07  
08  
09  
10  
11  
12  
13  
14  
15  
16  
17  
18  
19  
20  
21  
22  
23  
24  
25  
26  
27  
28  
29  
30  
31  
32  
33  
34  
35  
36  
37  
38  
39  
40  
41  
42  
43  
44  
45  
46  
47  
48  
49  
50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93  
94  
95  
96  
97  
98  
99  
100



## About US

Women Fashion



MARUSAN

SHOES

OUR HISTORY  
MARUSAN SHOES CO., LTD. was established in 1963 in Osaka, Japan. We have been producing high-quality shoes for over 50 years. Our commitment to craftsmanship and quality has earned us a reputation as a leading shoe manufacturer in Japan and internationally.



OUR STORY



DESIGN - RESEARCH  
DESIGN - RESEARCH  
We are committed to creating shoes that are both stylish and functional. Our design team works closely with our research and development department to ensure that our shoes meet the highest standards of quality and performance.

02  
RESEARCH & DESIGN  
SYSTEM RESEARCH

Our shoes are designed with a focus on comfort and durability. We use high-quality materials and advanced manufacturing techniques to ensure that our shoes are built to last.



03  
DESIGN & RESEARCH  
DESIGN - RESEARCH

We are committed to creating shoes that are both stylish and functional. Our design team works closely with our research and development department to ensure that our shoes meet the highest standards of quality and performance.



開発  
秘話



RESEARCH & DESIGN  
DESIGN - RESEARCH

We are committed to creating shoes that are both stylish and functional. Our design team works closely with our research and development department to ensure that our shoes meet the highest standards of quality and performance.

RESEARCH & DESIGN  
DESIGN - RESEARCH

## Business

01

OUR HISTORY  
MARUSAN SHOES CO., LTD. was established in 1963 in Osaka, Japan. We have been producing high-quality shoes for over 50 years. Our commitment to craftsmanship and quality has earned us a reputation as a leading shoe manufacturer in Japan and internationally.



Online Store




## Pick Up Items



## Contact

CONTACT FORM

NAME:

EMAIL:

PHONE:

MESSAGE:

SEND



〒100-0001  
東京都千代田区千代田  
MARUSAN SHOES CO., LTD.  
TEL: 03-1234-5678  
FAX: 03-1234-5679  
E-MAIL: info@marusan.com





# お客様との繋がりを取り戻すために To Regain Connection with Customers...

株式会社マルサンフットウェアのホームページリニューアル  
Renew the Website of Marusanfootwear.

消費者に向けて理念や思い、こだわりを理解してもらうためきちんと伝え、  
これまで設置されていなかったビジネス向けメッセージと窓口も加えることで、BtoC、BtoBのウェブの入口を一本化する。  
マルサンのこだわりや思いに共感してもらったお客様をオンラインストアへ誘導し、ファンを獲得していく。

We unify the web entrances for BtoC and BtoB to communicate Marusanfootwear's philosophy, beliefs, and passion to customers. The new web-page provides a contact information section and message for businesses, which was not included previously.

商品のラインナップは普遍的でクラシックなもの、時代を超えて長く愛されていくデザインのもので、  
流行を追わない方向のものを展開。

また、西邨さんが書き溜めたNote記事を、足袋シューズやラップサンダルの開発秘話や、  
ヘップサンダルについて学べる「Hepedia (へっぺディア)」への、リンクを貼ることで西邨さん自身の言葉で綴  
られた魅力的な記事のアーカイブを、閲覧できる場所として位置付けた。

It will guide customers who share Marusan's passion and beliefs to the online store, which will lead to gaining a following.

The lineup of products will be universal and classic with designs that will be loved timelessly and do not follow the fashion. The website will provide a link for "Hepedia" where people can learn about hep sandals and the story behind the development of tabi shoes, wrap sandals, etc. This will allow future customers to read many attractive articles written by Nishimura-san in his own words.

お客様との繋がりを取り戻すために  
To Regain Connection with Customers...

## その2：SNSでのコミュニケーション

### Part2: Communication on SNS

ファッション分野でお客様とのコミュニケーションを取りやすい  
Instagram からの発信に集中する

Focus on sending out information through Instagram,  
which is an easy way to communicate with customers in the field of fashion.

**現状課題解決/Solutions to the Current Issues**

・西邨さんの個性と魅力を発信する → 現アカウント(ヘッペディア)

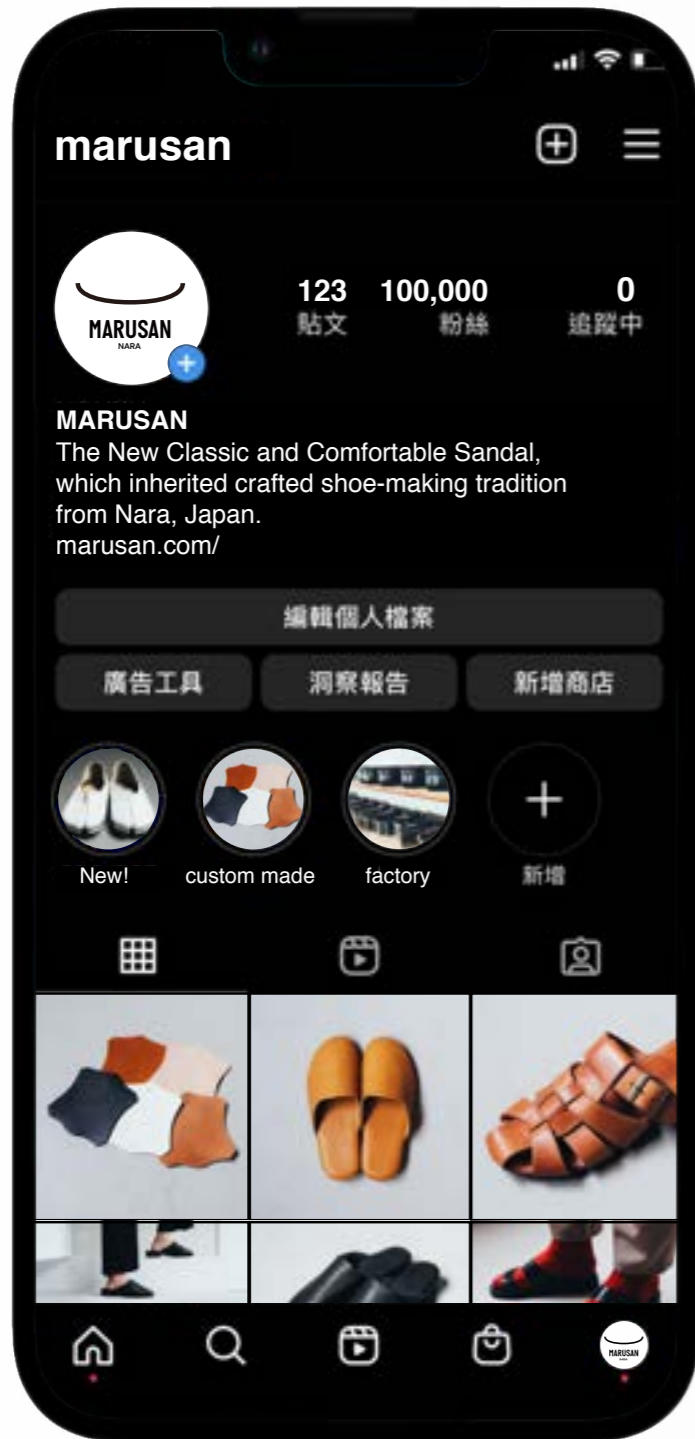
Communicate Nishimura-san's personality and charm → Current account (Marupedia)

・新ブランド「MARUSAN」の個性と魅力を発信する → 「MARUSAN」公式アカウント

Communicate the individuality and attractiveness of the new "MARUSAN" brand → "MARUSAN" official account

新ブランド「MARUSAN」公式アカウントを立ち上げる  
よりブランドの価値と質感をお客様に伝えるため

Launch an official account for the new "MARUSAN" brand  
to better convey the value and quality of the brand to customers.



(1) テキストおよび映像と写真のトナリ設定  
 例: プロカメラマンによる商品や工場、職人さんの素材撮り

1. Set up tone and manner of texts, visuals, and photos.  
 Shooting products, the factory, and craftspeople by a professional photographer.

(2) 共感しやすい第三者目線の文書  
 例: ライターさんによるブランドストーリーを小まめに分けて投稿

2. Texts from an outsider's perspective in which people can sympathize.  
 Posting stories about the brand written by a professional writer in small segments.

(3) 拡散を狙う話題性のある投稿  
 例: 季節イベントに合わせたスペシャル映像コンテンツやキャンペーン

3. Newsworthy posts that are aimed at spreading the word.  
 Developing visuals and campaigns according to the seasons.

(4) ストーリー機能の活用  
 例: "今日のMARUSAN" などリアルなMARUSAN裏側を紹介し、ユーザーのリアクションを獲得する

4. Use an Instagram Story function.  
 Introducing MARUSAN's real life behind the scenes under the title of "Today's MARUSAN" to get users' reactions.

※将来的に to C のマーケットベースが定着してきたら、その他のツールを考えるのも◎  
 When the BtoC market becomes widely established, other tools can be considered.

お客様との繋がりを取り戻すために  
To Regain Connection with Customers...

# その3:リアルな体験

## Part3: Real Experience

HPやEC、SNSで一定のファンを獲得してから  
もっとより多くの方に足の裏に笑顔を体験してもらおう

Let's make more people experience smiles on the soles of their feet after gaining a certain number of fans on the website, e-commerce, and social networking sites.

試着/Try-on

フィッティング/Fitting

自社工場で試着体験

Try-on Experience at the Factory

POP UP &  
移動式試着車

Mobile try-on Van

実際に足の裏でマルサンの品質を感じてもらおうフィッティングの体験。

A fitting experience where people can feel the quality of Marsan on the soles of their feet.

変化の激しいファッション業界ではなく  
ローカルな声を拾う  
Listen to the words of the locals  
instead of the rapidly changing  
fashion industry.

お客様の生の声を聞くことができ、デー  
タベースとなる  
Accumulate data by getting feed-  
back directly from customers.

お客様ひとりひとりに合わせたオーダー  
メイド注文  
Custom-made

素材・形などより細かいニーズに応える  
ことができる  
Meet customers' needs in terms of  
materials, shapes, etc.

職人の顔が見えて生の声を届けること  
ができる  
Make craftsperson's voice heard

# 足の裏に笑顔を再び体験してもらうために To Make Customers Experience Smiles on the Soles Again...

工場を見てももらうことでものづくりの  
こだわりを感じてもらおう。

By having people see the factory, they can  
feel the commitment to manufacturing.

御所市内の履き物業者と連携した  
ファクトリーツアー。

Factory tours in cooperation with footwear  
makers in Gose city.

工場を訪れた若者や子供たちが仕事に憧れを持つような、僕もあの  
制服を来て仕事をしてみたい、と思うようなワークウェアユニフォーム。

次の世代への雇用も繋ぐ。

Workwear that makes young people and children who visit the factory hold  
admiration for the work and makes them want to work in those uniforms.

Connecting the company to the next generation.

## 自社工場をファクトリーラボとして サンダルや履き物の体験の場に

Make the company a factory lab where people can  
have experience with footwear.



# 足の裏に笑顔を再び体験してもらうために To Make Customers Experience Smiles on the Soles Again...

都市部でも自然の中でも移動試着販売車で日本の至るところが体験の場に

Mobile try-on van will make every corner of Japan, from urban areas to the countryside, a place for experience opportunities.



足の裏に笑顔を再び体験してもらうために  
To Make Customers Experience Smiles on the Soles Again...

看板サインイメージ  
Image of the Signboard



収納時/Folded



展開時/Open

どんなオーダーにも応えてきた職人としての誇りを再び取り戻すために  
To Regain His Pride as a Craftsperson Who has Responded to Any Orders...

## コラボレーション / Collaboration

小ロットからオーダーメイド生産が可能だから色々なニーズにフィットした履き物を作れる  
As custom-made production from a small lot is possible, he can make footwear that fits various needs.

滑りやすい所、段差の多い建物、  
修験道に合わせた履き物、  
などオーダーの内容にカスタム。

Customize to the content of the order, such as footwear for slippery places, buildings with many steps, footwear tailored to Shugendo, etc.

アウトドアでのサンダルの開発や、  
履き心地が良く歩きやすい履き物を開発しているからこそできる街歩きに  
適した履き物の開発を街と一緒に取り組む、などなど。

Developing sandals for outdoor activities,  
working with the town to develop footwear suitable for walking around the town, etc. These  
are possible because of the skills to make comfortable and easy-to-walk footwear.





かつて聞こえていた賑やかな街の風景を再び取り戻すために  
To Regain the Vitality of the Town...

## Original Event

走れるほど軽快な  
WRAPSANDALSで誰が一番早く  
走れるか、サンダルダッシュ大会。  
A sandal sprint competition to see who can  
run the fastest with WRAP SANDALS that  
are light and comfortable enough to run.

サンダルファッションショー  
Sandal Fashion Show

履き物マーケット (リペア、オーダ  
ーメイドなど)  
Sandal Market





奈良の誇りをより広い世界へ!!

世界中で影響力のあるMADE IN JAPANブランドやセレクトショップで販売ルートを作る

Let's spread the pride of Nara to a wider world!!

Develop sales channels at influential MADE IN JAPAN brands and select shops around the world.

**d**



**MUJI**



**誠品生活**  
*eslite spectrum*

長い道のりかもしれませんが、新たな笑顔と出会うため  
一步一步ゆっくりと開拓していきましょう

It may be a long journey, but let's develop them step by step to see lots of smiles.

**未来へ継承しつないでいくために  
To Pass it on to the Future...**

# **長いスパンでの取り組み**

**Things We Will Work on in the Long Term.**

# 履き物作りの職人技の保護・継承と地場産業の再活性化のために To Preserve and Pass on the Craftsmanship of Footwear Making and to Revitalize the Local Industry...



地域が力を合わせてひとつにまとまる。例えば、御所サンダルブランドのマーク。  
The community comes together as a team. Make a brand mark for Gose sandals, for example.



# Re:GAIN PROJECTの大きな流れ

## Re:GAIN PROJECT Overview

今すぐ

Things we can do now

### 現ブランドラインの整理 (主に量販店BtoB向け商品)

Reorganize the existing brand line (mainly products for mass-merchandise stores/BtoB)

### BtoC向けの普遍的でクラシックな新ラインの 「MARUSAN」(ロゴ・靴箱・靴箱の製品情報 シール・紙袋・グッズなど)

Launch a new brand line, MARUSAN, for BtoC that is universal and classic (logo, shoe boxes, product information stickers for shoe boxes, paper bags, merchandise, etc.)

### 本社HP刷新やSNS、オンラインストアの見直し

Renew the company website and re-evaluate the SNS and online store

少し先

Things we can do in the near future

### 新しいサイン

Signboard

### 移動式試着移動車

Mobile try-on van

### ユニフォーム

Uniforms

### サンダル運動会

Sandal sprint competition

### コラボレーション

Collaboration

### 自社工場を履き物の体験の場に

Turn the factory into a place to have experience with footwear

### プラットフォームへの進出

Enter some platforms

例：職人ブランドが多く集まる：「iichi」

An online shopping site, "iichi," a platform for many artisanal brands.

### メディアとのタイアップ

Tie-ups with media

例：日本工場見学を特化したWEBメディア「しゃかいか」

A web media, "Shashaika," specializing in Japanese factory tours.

### イベントへの出店やPOP UPの開催

Run a booth at events and open pop-up stores.

例：日本産に特化した展示会「ててて」や職人ブランドを積極的に扱う商業施設「阪急梅田 SOUQ」

An exhibition called "TETETE," which specializes in products made in Japan, and a commercial facility, "Hankyu Umeda SOUQ," which deals actively with artisanal brands.

時間をかけて

Things we can do some time in the future

### 1マイルのサンダル散歩ツアー

One-mile walking tour wearing sandals

### 地場産業復活の地域全体での取り組み

例：御所サンダルブランドのマーク

Regional efforts to revive the local industry

E.g., making a brand mark for Gose sandals

### 海外進出

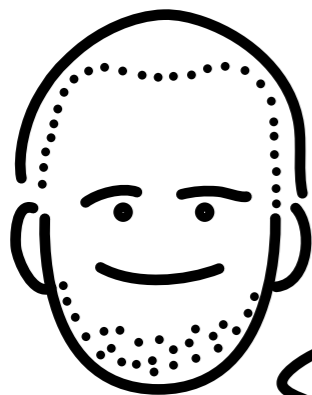
Overseas expansion



**Walk Forward with a Big Smile**



# メンバー紹介 Our Team



Miki



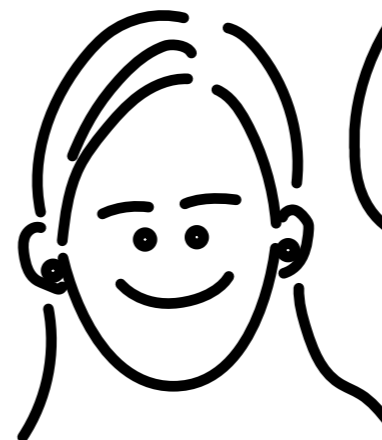
Hans



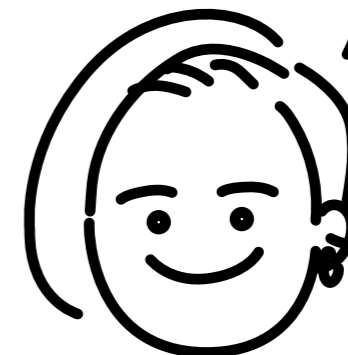
Kosuke



Nishimura-san



Kotono



Gin



Ann

# マルサンフットウェアチームメンバーから From Team Marusanfootwear to Nishimura-san

長年の裏方稼業から、モノを作るという職人としての使命を背負い表舞台への挑戦は、  
僕たちの想像以上のハードルや踏み出す勇気が必要だったと思います。  
先代として師匠でもあった父が背中であげた話、子供たちへの思い、事業継承への思いや覚悟の話、  
職人さんを第一に考え共に作り上げていく姿勢、様々なことに恐れず飛び込みチャレンジしていく姿勢。  
そして、最終日に僕たちに言っていただいた「聞くは一時の恥、  
聞かぬは一生の恥だから色んなことを教えてもらって学びたい」という言葉。

職人としての誇りを忘れず、しかし柔軟にいつまでもチャレンジする姿勢を忘れず、  
世代を超えて対等に目線を落として接していただける、  
こんな言葉を言える大人になりたいなあと西邨さんの言葉や背中を見て僕たちは感じました。

In stepping into the front stage, having responsibility as a craftsperson on your shoulders, after years of working behind the scenes, there must have been a lot more hurdles to overcome, and you must have needed more courage to take a step than we could have imagined.

A story about your father, who was also your teacher, feelings for your children, thoughts and determination for passing on the business to the next generation, your attitude of putting the craftspeople whom you work with first, and your willingness to take on challenges without fear.

The word you gave us on the last day: "I want to learn from you and others because it is better to ask and be embarrassed than not ask and never know."

You never forget your pride as a craftsperson, yet you remain flexible and always ready to take on new challenges and interact with people on equal terms across generational lines. Your words and attitude made us feel that we want to become an adult with beliefs and passion like you.

## Re:GAIN / Walk Forward with a Big Smile

何か新しいことを始める時は、この言葉を思い出し立ち返ってください。  
西邨さんのチャレンジスピリットと素敵なビッグスマイルを、きっとサポートしてくれます。

西邨さんとのドライブ、カーアクションみたいで少しヒヤヒヤしましたがとても楽しい時間でした。  
ちゃんとウィンカー出すのを忘れず、移動試着販売車も安全運転してくださいね。  
それから、新しいSNSを会社で始める時は僕たちに一度「やろうと思うけど、どうかな？」と相談してください。

やってないと思っていたTikTokをやってるのを、さっき見つけてしまいました。

今日の日をきっかけにマルサンフットウェアが素晴らしい未来へのスタートラインとなればとてもうれしいです。  
そして、第一回サンダルダッシュ大会へ向けて僕たちも走り込みしておきます。

Re:GAIN / Walk Forward with a Big Smile

Whenever you start something new, please remember this word. It will support your wonderful spirit to try new things and your lovely smile.  
Taking a drive with you was a bit like a car action, and it made us a little nervous, but we had a great time.  
Please don't forget to use a turn signal and drive a mobile try-on van safe.

Also, please consult us when you start a new social networking service for your company.  
We just found you on TikTok, which we thought you didn't use.

We will be happy if today becomes the starting line for the great future of Marusanfootwear.  
We will make ourselves available for the first sandal sprint competition.



**Thank you!**  
**MARUSAN FOOTWEAR**