



アパレルの壁を破り、 「キャラリスト」を生み出す

エニーズ

シングルマザーのパワーを見せる
川崎昌子社長

「外国のVIPは皆、格好いいじゃないですか。それにひきかえ、日本のトップビジネスマンは自分がどんな印象を与えるか、まるで気を使っていない」（川崎昌子社長）

そこで、トップビジネスマンを対象に、キャラクターに合わせた洋服のスタイリングと着こなしのためのアドバイスをビジネス化した。ワイシャツ、ネクタイなどのコーデイネット、オーダーメイドの洋服の注文も受ける。

「お客のキャラクターを引き出し、育てるから、キャラリスト」。新造語です」（川崎氏）

そのキャラリスト集団がエニーズだ。二十〜四十代のビジネスマンに自己のイメージ作りやライフスタイルの提案を行うというコンセプトに共感したサンワールドが二〇〇〇年三月に

企業探訪

関西

設立。資生堂も出資している。

川崎社長は、シングルマザーを中心に、女性の雇用機会を作ることに強い意欲を持っていった。シングルマザー応援サイトを立ち上げ、自らも奮闘中のシングルマザーだ。

「最近、急増しているシングルマザーは、優秀でやる気にあふれている人が多く、貴重な人材資源です。しかも、普通の雇用では親子の生活は維持できない。皆が生き残れる道を考えて」と起業しかなかった……

顧客のイメージアップを図り、ライフスタイルの提案まで行うキャラリスト業務はエニーズのビジネス軸の一つ。現在、二十名のキャラリストを擁し、三千人の顧客をつかんでいる。大阪本社のほか、東京、福岡に支社を持ち、全国展開の足掛かりも固めた。

エニーズの創業目的はさらに大きく、衣・食・住・遊の各分野で女性の雇用機会を積極的に創出

し、女性の社会的地位の向上・確立も目指している。

「二番目の柱はショッピング運営の受託。売上管理、顧客管理、販促企画、人材教育など、ショッピングの運営に必要なノウハウのすべてを代行し、そこから派生する人材派遣も行っています」

ほかに、「BACK TO THE BABY」というメッセージブランドも展開中だ。ブランド名には、原点に戻ろうという意味が込められている。現在の展開はオーダーシューズや靴などに限られているが、将来的には小物、飲食店などにも広がっていく予定だ。二〇〇二年七月には、同じブランドコンセプトのカフェ「バックカフェ」のオープンを予定している。

「アパレルは出発点。アパレルの壁を破って、どこまでも拡大していきたい」

と、川崎氏は意気軒昂。シングルマザーは強し、を地でゆく奮闘ぶりを見せている。