

業界トピックス

7月に東京2店舗、ネットで韓国進出

株エニーズ(大阪)・川崎昌子社長に聞く

オーダースーツの女性起業家として注目を集めるエニーズ・川崎昌子社長(大阪、46歳)。7月には東京に2店舗、さらには韓国でのネット販売に取り組むなど、大阪から元気を発する。テラーを父に、カジュアル・ブランド品の輸入販売から事業を起し、2000年からオーダーへ転身。現在、レディースのパターンオーダーで、新しいビジネスモデルを構築する。

レディース・オーダーに新ビジネス



父がテラーだった川崎社長

—オーダー業界の、前は、何を。

川崎 まず、実家が小さなテラーという環境でした。亡き父は紳士洋品も扱う店を営んでおり、私は現場を見ながら育ったわけですが、レディース専門のインポートショップを始めた。百貨店、商業施設へ4店舗出店して、売り上げを伸ばしていたのですが、社員の高齢化問題をきっかけに、オーダーへの業態へ転換したのです。

—インポートは何年くらい続けましたか。

川崎 6年ほどです。

—従業員の高齢化という、

川崎 ヤング・ブランド・カジュアルの販売では30~35歳になると、いろいろな点で難しくなります。40代では売り場に立てなくなりますが、技術も身につけたい、高級ものを扱いたいという声があり、オーダーメイドの世界に入った。それが2000年です。

—テラーの世界はよく知っていて、この世界へ。

川崎 テラーは男世界。私のやりかたでやらないと、私からみると、テラー業界はファッション業界では

—平均販売価格は。川崎 5万円から15万円です。

—かなりの着数を売らなければ。川崎 とにかくがんばりました。そのうち、女ばかりでおもしろいことして、というところで株主が集まってきた。一方では、テラーさんも来ましたが、

—とんとん拍子じゃないですか。

川崎 ところがです。2月立ち上げで、6月には1,000万円になりました。すぐ東京の四谷に事務所を出し、同時に福岡にも。東京15人、福岡8人体制です。そこから苦しくなったので、スタッフが目が届かないから、売り上げが伸びない。スターティングスタッフはモチベーションが高く、よくがんばってくれたので、その後の失敗でした。すぐに撤退しました。東京も福岡も。このとき、郊外店が安い価格でお客をずいぶんもっていかれました。

—引くのが早かったですね。川崎 だめとわかったら、すぐに次の手を打たないとね。そのころ、女性で販売ができて、採寸技術があり、ファッションを提案できる人材が求められていました。早速、人材派遣の免許を取得し、派遣事業に取り組んだ。人材を養成する。2ヶ月間で研修終え、アパレルメーカー、デパートなどへ派遣する。結果、洋服の売り上げより、派遣が上回り、3年くらい人材派遣に力を入れました。

—再びオーダーの販売に力を入れたのは。川崎 よそのお手伝いもいいが、相手任せよりも、自分たち独自のものを築いていこうと。そこで、レディースのオーダースーツに目

【株式会社エニーズ】 昌子、46歳。 資本金＝1億325万円(平成18年6月現在)。 主要株主＝サンワールド、資生堂、日本ベンチャーキャピタル、船井キャピタルなど。

本社＝大阪市西区北堀江1-1-10アークビルディング2階。 設立＝平成12年2月。 従業員＝25名。 代表取締役社長＝川崎

をつけた。デパートへ行って、女性の好みに合うスーツがない。イージーオーダーで作っても納得できるものにならない。販売員の腕によって出来上がりが違うことに気づく。販売員でクオリティが違うようでは、お客様もたまったものではない。考えたのがパターンオーダーです。だれでも販売できて、きれいなものが

—マスターパターンを制作することが難しい。川崎 パターンナーを採用しました。マスターパターンに基づき、グレーディングをし、号数表示から、寸法調整まで作りました。価格は3万8,000円から15万円くらいです。立ち上げで、1年半かきました。

—販売がたいへんです。川崎 まず、インターネットでやろうと。これがあ

—積極的ですね。メンズのオーダーについてはどうですか。

川崎 メンズはお得意先を中心に、銀行、損保などの法人から個人まで。客層は20代から35歳くらいが多いです。お洒落にこだわる層ですね。流行に敏感ですから、好みのスタイルを仕立てるのが難しい。縫製工場はたいへんみたい。生地は、カニコなんか人気です。インポートものが好まれます。素材の選択は大事ですね。

—仕入れは。川崎 商社を通してです。レディースも仕入れてます。それ以上に縫製工場の確保に苦労しました。メンズはあるが、レディースはない。開拓に苦労しました。現在、国内と中国(上海、北京)の5工場で作っています。これからはレディースを追求していきます。

—具体的には。川崎 紳士服メーカーや生地商社とのコラボレーションができています。OEMをしたり、うちのブランドを売り込んだり。メンズに関しては現状維持です。正直、スーツはそんなに売れないですから、カジュアルを考え、ジャケット&パンツの提案などを考えています。紳士は値段競争に入ったら負けです。その点、女性ものは、いいものをちょっと作っていたら大丈夫。競合社が少ないですから。



—今後の展開は。川崎 この7月12日から、韓国版ネット販売をスタートします。商品はレディース



大阪市西区北堀江のショールーム