



大阪・本町にあるサロン「キャラリスト  
・アトリエラウンジOSAKA」

## 働く女性のカジジュアル化に対応

### エニーズ

エニーズは働く女性を対象とするジャケット、ボトムズのオーダーメイドの企業として創業した。大阪、東京にサロンを設け、フルオーダー、パターンオーダーを事業化してきた。近年はEC（電子商取引）サイトでの売り上げが大きくなっていく。仕事スタイルのカジュアル化に対応し、ワンピースやブラウス・シャツなどアイテムも増やしている。

1000種類から選べる

同社が主力とするパターンオーダー

の特徴は、約1000種類の生地から選べ、ジャケット類はサイズが1〜20号まであること。ワンピース用でよく売れる「エミリオ・プッチ」の生地だけで、1000種類以上ある。カジジュアル化に対応するもので、大半がジャージー。様々なプリントがあるのも人気の理由で、カジュアルワンピースが売れ筋。価格は3万円台となっている。

もともとサロンで採寸、接客して売る手法だったが、5年前に楽天市場に出店、その後自社サイトでの販売を始めている。楽天は入門的位置づけで、ジャケット・ボトムの平

をイメージした「キャラリスト会員制プライベートサロン」の開設。東京・南青山にある同名のサロンをFC展開するものだ。

完全会員制、予約制とし、貸し切りで極上の空間を提供する。対象となる顧客は、セレブリティなどとする。今年夏から年末までに名古屋、福岡、仙台、東京2カ所に開く。FCによるサロンの受け手は、フェイスブックなどで集めた。

これらの頂点となるのが、兵庫県芦屋市に開く予定のゲストハウス。フィッティングルームだけで6〜8畳あるような一軒家を想定している。洋服を売るだけではなく、顧客のさまざまな要望に応える場とし、川崎代表

均単価は3万8000円、自社サイトは6万円前後、いずれもセールはほとんどしない。

エニーズのフェイスブックページは、キャリア女性に絞った情報を発信し続けており、顧客化、売り上げを支える重要なツールとして活用している。

### 高価格商品を売る仕組み

これからは顧客との関係をさらに強め、より高価格商品が売れる仕組み作りに取り掛かっている。川崎昌子代表は「価格で勝負する考えは全くない。顧客のさまざまなニーズにこたえ、困り込むことが大事という。

その核となるのが、隠れ家サロン

〈企業メモ〉 本社＝大  
阪市、設立＝00年、  
従業員＝20人。「キャ  
ラリスト」はキャスト  
とスタイリストを引  
き出す意味がある。  
顧客の個性を引き  
出す。

自らが対応する。

海外市場は既にアジアへはECサイトに進出済みで、今後欧米市場の開拓を見込んでいる。そのため川崎代表は、欧米の女性企業家の集まりに参加するなど、進出方法を検討し始めている。