

株式会社 エニーズ 訪問記

今回は、単に紳士服の販売ということだけではなく、キャラリスト、とい専門販を創り、第一印象の重要性に着目し、女性の立場からお客様をターゲットにコーディネートしてオーダーメイドの紳士服を提供されている(株)エニーズの社長川崎昌子様にお話を伺いました。



▲川崎昌子社長



DATA

本 社/大阪市西区北堀江1-6-2 サンワールドビル10F
TEL: 06-6537-0400 FAX: 06-6537-0401
支 社/豊原支社・福岡支社
設 立/2000年2月16日
資本金/70,250,000円
従業員数/35名(正社員11名、契約社員24名)

まず、「(株)エニーズとして紳士服販売という事業を興されたきっかけについてお話を伺下さい。」

もととしては、ニューヨークのファッションを扱う個人輸入のセレクトショップをデパートの中で経営していました。その時、まわりの販売員さんの中で、特に頑張っていてくれた人が、たまたまお千さんのおられる年齢28~29歳の方ばかりでした。そういった中、女性販売員ももう少し若くしないと駄目ですよ、という風潮がデパート側にはあり、女性販売員は加齢を越えと追いやられ、その後どうしていくのかという切実な問題に直面しました。このように女性中心の職場には、年齢制限、的な障害が常に存在します。このような状況の下で、女性に次がやれる仕事を、自分達で作らないと仕方がない、という覚悟に迫られることになりました。そこで、資金方もあったわけではないので、「フット力をテーマにしたものであれば、キャラクターアップも可能で、年齢的にもあまり左右されないのではないか」ということを考えました。また、無店舗、無在庫というビジネスモデルの弊用の中で自然と生まれてきたのが、紳士服のオーダーメイド、というものです。それが約2年前になりました。

エニーズのサービスや特徴についてお話を伺下さい。

当時、紳士服業界は男性社会で年齢も高く、しかも海流が進んでいた時代ということもあり、差別化を図るために、まず女性でやるというところで新しく、「キャラリスト(キャラクター)とスタイルリストを合わせた選別」という専門職を創りました。キャラリストの業務は洋服を売るだけでなく、洋服をいた仕方なくついでくる商材として扱え、ビジネスウマン(特に企業の



TIMELY FILE

トップをコーディネートすることです。具体的に、10人くらいのキャラリストが、お客様の服装などの第一印象を10項目の対容調査から10項目を選び出し、それにプラスその人の業種・よく行く場所・お付き合いのある方など、お客様からあらゆるヒヤリングを行います。そして、その人は、こうあるべきだ、こう見られるべきだということも、女性の立場、目から提案していきます。このサービスは、お客様がエニズ・クラブの会員になることから始まりです。会員になるには、名前や趣味等を教えていただくヒヤリングシートと呼ばれる申し込み用紙を出していただくだけで会員もいりません。

これは、私がアメリカにいたときの経験がもとになっています。アメリカ社会のトップは常に周囲からどう見られているかを意識し、そこに大変気を遣っています。それは社会において第1印象が重大な役割を占めるからです。ところが、日本のトップはアメリカほど周囲からの目を気にしていません。それは自分が自分自身に探しているイメージと周囲から見られているイメージが、それほど変わらないと考えているからです。ところが、往々にして自分と周囲のイメージにはズレがあるもので、このズレを「ソフト力」でカバーして行く必要性があります。例えば、企業トップをコーディネートすることで、そのトップを広告宣伝として捉えることも可能となり、それが企業イメージアップにつながることもあり得るからです。

現在、紳士服業界はストパースーツの到来により一極化が進み、安価なものは市場は縮んでいます。しかし、その一方で我々のサービスを求めている人も確実に増えています。

現在企業幹部も3000人以上というところでソフト力のペースは韓国にももつものであると感

じるのですが、今後の韓国・企業界はどのようなものでしょうか。

私の戦略は、例えて言いますと、市場の隙縫に入っているような感じですが、市場を森に例えると、男の人は柱々にして森を上向きから見ると、女の方は木の根元を立てて隙縫を見て生きている。この隙縫にこれだけ、このようなものがある。上からは絶対分かりませんが、木の根元からは分かるのです。女性の経営レベルは高かいますが、ちゃんと地に見つけて隙縫を見ているので、上からは見えない大きなビジネスチャンスもそこに見つけることができます。

しかし、隠れたビジネスチャンスを見つける方法を、全社員に説明するのは大変ですが教えていかなければなりません。私が実践しているのでなく、組織です。その末端の人間が動かないと会社は成り立ちません。いかにトップダウンを確実に実行できるかが、私の課題ですね。

今後の事業展開ですが、自分から無理して新規事業は始めません。ただ、まわりの方々が、必要とされるような事業があれば、始めるつもりです。例えば、ショップ・ブティックなどへ、キャラリストを派遣し運営まで任せ、アウトソーシング事業やアウトプレスマシント事業再就職支援など、「ソフト力」を生かせる事業です。

しかし、アウトソーシング事業を手がけていくには、それなりのキャラリストの育成が大事になります。通常、キャラリストの研修の期間を、スチューアスの検定対応キャラリストを使用した、マナー研修に当てています。キャラリストは公認検定のことを事前に知る必要があるため、信頼されなければ必要な情報を集めることが出来ません。従って、人材育成に重点を置く

ことは非常に重要だと考えています。

これまで様々な講習も行ったと思いますが、その講習を主催するための経費が足りれば教えて下さい。

そうですね、ピンチが無ければ、人は成長しないと思います。また、ピンチの無いところにチャンスは無いと考えています。ピンチをチャンスに持っていく秘訣としては、「福を以ては無く考える」ことです。福んでも絶対的に好転はしません。逆に入り口も出口も分からなくなるばかりです。そこで、考えることが大切なのです。問題点を明らかにして、そのための対策を具体的にストーリー化していき、そのためには何をすればいいかを考えれば、必ずと結果が見えてくるものです。その時に考えて考えて考えあげて出てきた新しいものによって、新しい飛躍・成長が生まれると信じています。

韓国に企業幹部の講習をさせ下さい。

「夢」とはこれとってないんですよ。夢」とは何となくそこから始まるのですよ。私個人としてのブライベイトな夢ですが、娘がアメリカ、N・Yにいることもあり、1ヶ月の半分をアメリカでゆっくり過ごし、残り半分を日本でバリバリ仕事に費やすというライフスタイルを実現することです。そして、ゆくゆくはアメリカでも仕事が出来たらいいなあと思います。

他に英語を勉強されることもなく書かされたさました。バイタリティーが溢れる川崎社長は素晴らしい。そして、みなさんの活動を積極的に感じながら、あつという間に仲間が増えていきました。多岐にわたる事業展開など、ますます日々進まない企業であると感じました。今後がこどもを伸ばし下さい。

（写真）出稿／記