

1. 織研新聞電子版
2. 2019年7月29日付(20225号)

バレエ衣装のEC企業、サヨリ商店街 自社の縫製工場が軌道に バレエ業界に貢献したい



国産の品質、コストパフォーマンスが強み

愛媛県新居浜市に本社を置く「サヨリ商店街」は、バレエのレオタードを中心に扱うEC企業。

約3年前、サンプル生産の早期化や、消費者からの「子供の発表会に何とか間に合わせたい」など

の声を受け、製造業に踏み出した。マシン約20台や刺繍機のほか、プリントも自分たちでできない

かとインクジェット機も導入した。(山田太志)

できる範囲で

EC企業間の競争が激化する中、オリジナル商品を強化する企業は多いが、自ら生産設備を持つのは

極めて珍しい。この数年間は「物作りがこれほど大変とは思わなかった。

機械の知識はもちろん、仕様書という言葉すら知らなかった」と千葉小織社長は苦笑する。

毎日が勉強の連続。設備を持つ以上、償却負担も軽くはない。レオタードという限られたアイテムでのデザインの

工夫、国産で3年保証付きの品質、消費者やバレエの先生のニーズを生かしたきめ細かい商品改良などを積み重ね、

認知度を高めてきた。主カブランドの「リボンパッセ」は、税込み3980円というコストパフォーマンスへの

評価も高い。

バレエ教室の先生回りの営業にも力を入れ始めた。

当初は「レッスン中の教室に飛び込み営業で入って、怒った先生に竹刀を突き付けられた」という苦い経験も。

名前が広がるにつれ、ようやく「レオタードならサヨリ」と言ってもらえるようになってきた。



消費者やバレエ教室の先生の声の商品に反映している

15人の社員は地元出身者が中心で、全員が女性。原則残業はなし。サマータイムを取り入れ、介護や育児の時間にも配慮する。現在、

工場はフル稼働状態。最近、別注の大型案件の話があったが、最終的に見送った。

「断る勇気も必要。背伸びせず自分たちのできる範囲でやる」

後継者育成に力

年商は約6000万円。楽天が半分、自社サイト、アマゾン、ヤフーなどが残り半分を占める。利益面を含め、ビジネスは比較的安定してきた。今、千葉社長が気に掛けるのは、事業承継と後継者の育成だ。「私もあと10年は頑張るし、借金もなくなるはず。その後を切りひらく人材づくりが大きな仕事になる」。毎朝のミーティング、日々のコミュニケーション、ベテランから若手・中堅への縫製技術の継承、製造とウェブ担当の協業など、できることから進めている。

千葉社長は高知大学理学部の出身で、自治体の職員や国会議員の私設秘書などを経て、個人輸入業、ネット販売を経験し、サヨリ商店街を立ち上げた。子育て、離婚とプライベートも色々あった。「もしかしたら、良いご縁があって、私もサヨリ商店街も、良いところに嫁入りするかも。そのためにも、自分も会社も磨いておかないと」と笑う。夢は、事業を通じて「日本のパレ工業界に貢献すること」だ。