

混乱するオーダースーツの定義！を明快に解く！ 100周年への中期5カ年経営戦略

株式会社佐田（東京都千代田区岩本町、代表取締役社長佐田展隆）は、昨年2017年7月期決算の売上高は、11年17億円から倍増して31億円と過去最高を達成し、続いて18年においても33.2億円と更に最高売上高を更新する見込みです。店舗数も2011年14店舗から現在46店舗と、同業他社の20~30店舗と比較しても、揺るがないトップの位置を占め、今後毎年6~8店舗を増強、創業100周年記念に当たる2023年には80店舗を達成します。

この機に、更なる業容拡大発展を目指し、今期の決算内容と今後の戦略に関しては次の通りです。

1. 決算の内容・・・過去7年間の業績推移

	全体			直販		
	期	売上着数	売上高（千円）	売上着数	売上高（千円）	店舗数
2018年7月期(暫定)	63期	129,948	3,320,241	72,982	2,281,754	46
2017年7月期	62期	128,038	3,104,403	61,096	1,925,676	40
2016年7月期	61期	113,913	2,656,320	53,201	1,601,298	35
2015年7月期	60期	124,795	2,461,146	47,635	1,325,407	30
2014年7月期	59期	116,550	2,142,886	42,145	1,093,273	24
2013年7月期	58期	111,784	1,869,036	36,559	846,283	19
2012年7月期	57期	118,189	1,808,580	24,856	607,923	17
2011年7月期	56期	121,534	1,703,115	17,931	438,077	14

2. 今後の拡大戦略方針

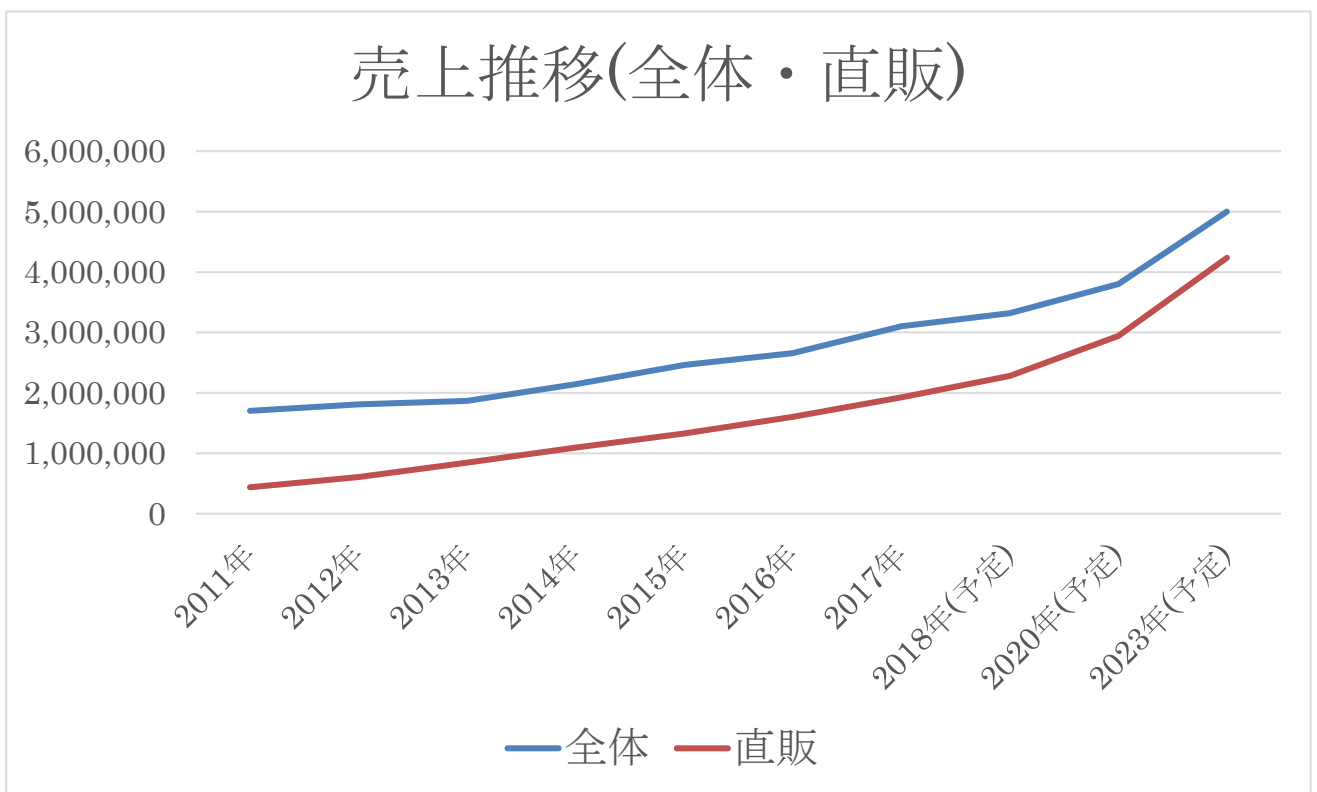
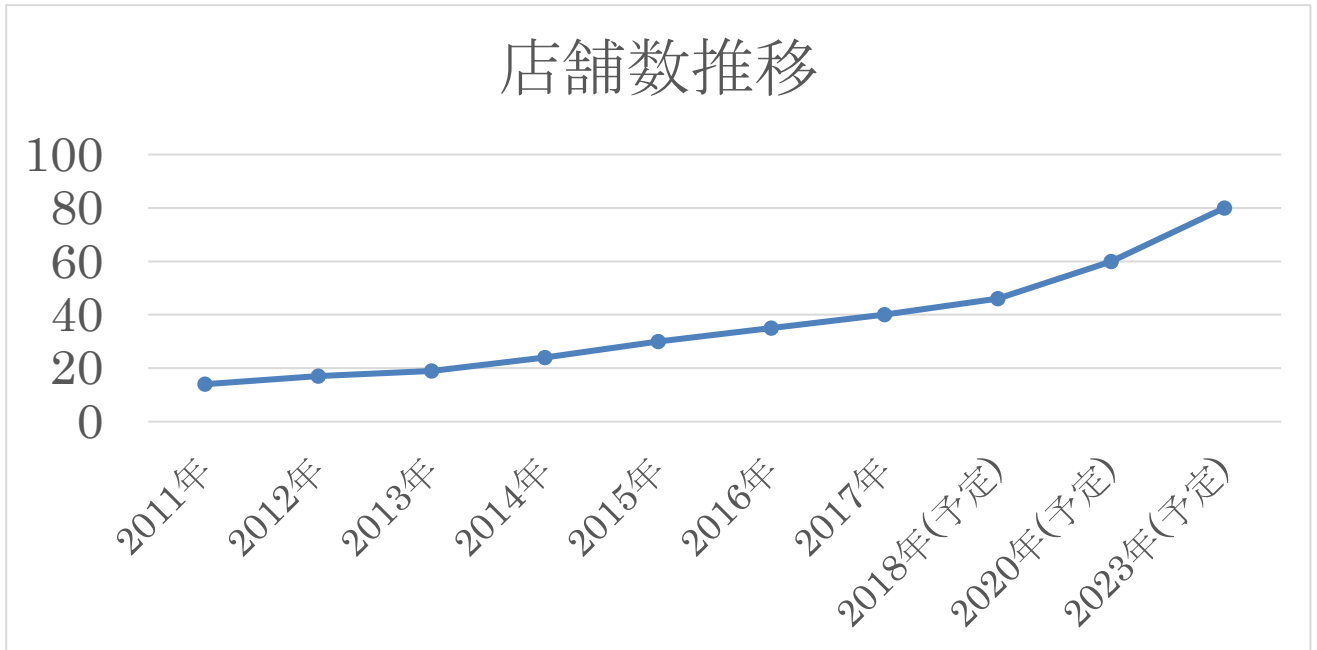
【拡大戦略】

- ① 工場直販国内直営店舗「オーダースーツ SADA」を現在の46店、売上高33億円から、2020年に60店超、売上高40億円、創業100周年に当たる23年には80店超に拡大して、売上高50億円超を目指します。
- ② 個人の体形にフィットしたオーダースーツ市場が拡大するのは好ましく、今後も顧客満足度を追求し、SADAブランドの確立に努めてまいります。
低価格を武器に全国各地に出店攻勢をかけ、他の追随を許さないリーディングカンパニーとしての揺るがない地位を確立していく方針です。

【背景】

①青山商事（株）、（株）AOKI、（株）コナカなど既製服メーカーがオーダースーツ市場に参入し、競争は激化の一途！

②小規模テーラー（仕立て店）の高齢化・廃業を主因に卸売りが急減していく現状から、弊社も現在売上高の約35%を占める卸売りを、小売りへ転換を加速するし、数年後には15%迄に低下する見通しです。



3. オーダースーツの定義について

ここ数年、「オーダースーツ」ブームが来ていると言われていますが、実際に、大手既成スーツ量販店の既存店売り上げは、前年割れを続けているとの記事を目にする中、弊社の既存店売上は、前年比 108.6% 増となる見通しとなっています。

一方で、世の中に「〇〇オーダースーツ」という言葉が氾濫し、定義が不明確なもの、もともとの定義と市場での使われ方が乖離してしまっているもの等が散見されるのが現実です。改めて、長い歴史を誇るオーダースーツ専門メーカー最大手の 1 社として、オーダースーツの製造技法の観点から、世に氾濫する「〇〇オーダースーツ」という言葉の定義を整理しなければならないと感じておりました。

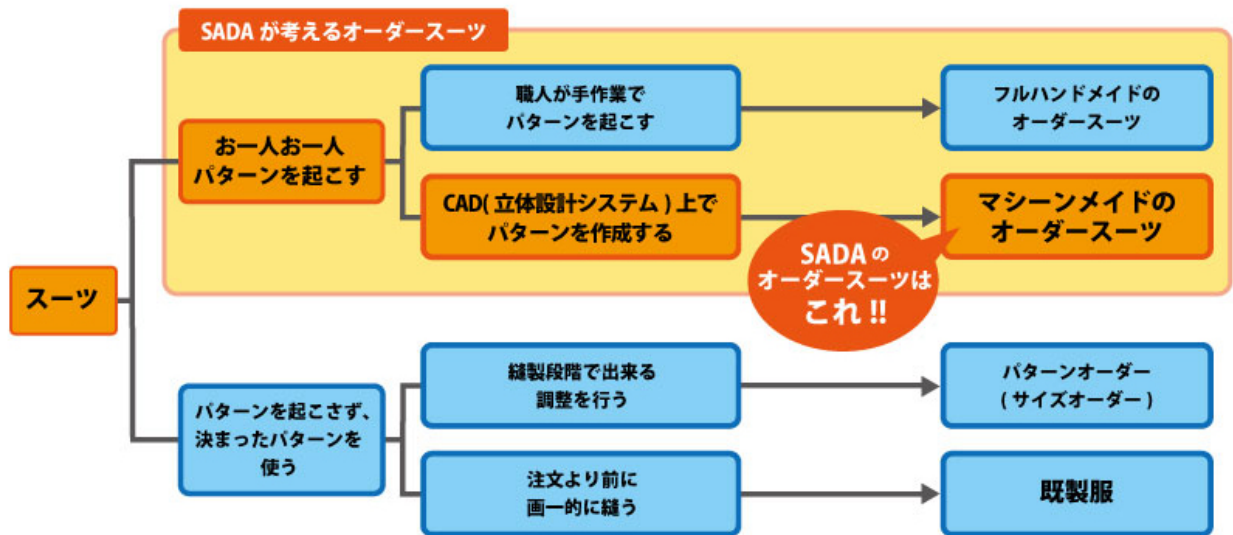
以下が弊社として分析した、各オーダースーツの定義となります。

【フルオーダースーツ】

- ① もともとは「フルハンドメイドオーダースーツ」の略であった。採寸、パターン起こし、裁断、縫製、仕上げまで、全行程を手作業で行うことが条件。しかし現在、一切、機械を使わずに「フルハンド」で仕立てる製造手法を採用している工場・工房は、趣味的なケースを除き日本には皆無に近い。
- ② その為、現在、「フルオーダースーツ」と呼ばれているものは、「フルハンドメイド風」という意味になっており、どこまで自動化・機械化を進めたら「フルハンドメイド風」と言っはいけないかの定義は不明確。その結果、実は「うちの店のスーツはフルオーダーだ」と言った者勝ち状態になっている。
- ③ 一方で、特に若いエンドユーザーからのヒアリングの結果、「採寸結果から、自分オリジナルのパターンを起こして仕立ててくれるスーツが『フルオーダースーツ』」という声が大勢を占めた。この結果から、弊社では「フルオーダースーツ」とは、「採寸結果から、お客様オリジナルのパターンを起こして仕立てるスーツ」と定義している。

市場での誤った認識

- ① しばしば「うちは仮縫いをするのでフルオーダースーツ」という主張を耳にする。「仮縫い」とは、最初の採寸は粗々に大きめに取っておき、大きめの半製品のスーツを仕立て、それを試着して貰い、改めて詰めるべき箇所を確認、半製品となったスーツの縫製を解いて、パターン起こしより作り直すという工程のこと。
- ② 使う生地が高級な場合などは、風合いの近い別の生地でこの仮縫い工程を行い、使うパターンが確定してから、本当に使う生地の裁断を行う場合もある。
- ③ つまり、この「仮縫い」とは、採寸とパターン起こしの手法の呼び名であり、「フルハンドメイド風」かどうかの問題ではない為、製造する側から見た場合、この主張には何の根拠も無い。実は現在の「うちは仮縫いをするのでフルオーダースーツ」という主張は、自社製品を高額で売りたいが為のセールストークであるケースがほとんど。
- ④ この「仮縫い」を経ることで、よりお客様の好みに合ったパターンが起こせるのは事実だが、工場・工房と店舗との間を何往復もさせなければならず、手間も何重にもかかる。その結果、費用対効果が悪いという判断で、他の手法でお客様のお好みのパターンを起こす手法が、現在は主流となっている。



【イージーオーダースーツ】

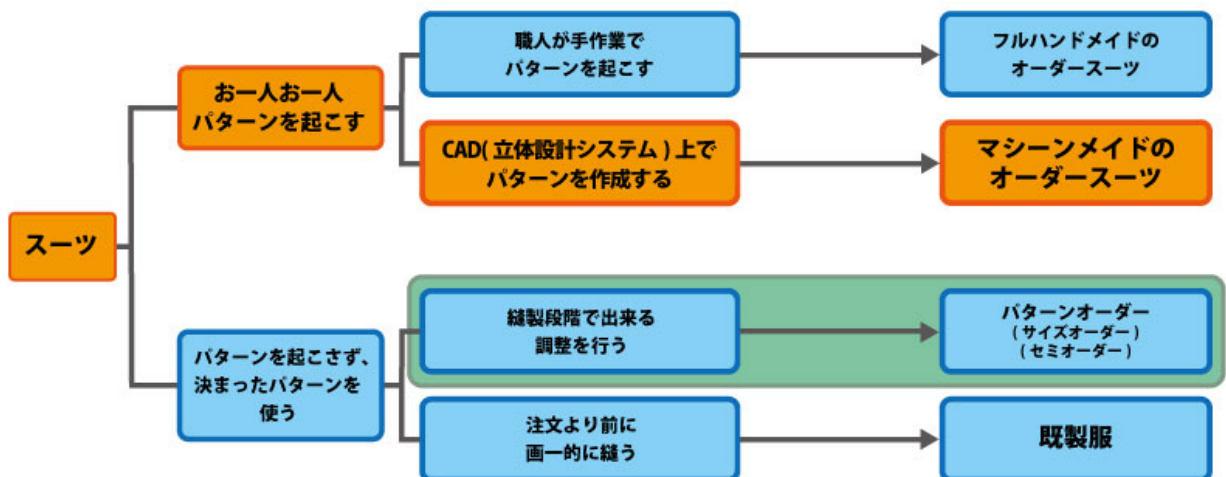
- ① もともと本当の意味でのフルハンドメイドオーダーしか無かった時代に、コンピューターを使ったパターン起こしの技法が、海外より入って来た。このコンピューター、自動設計システム（CAD）を使って、お客様お一人お一人のオリジナルパターン起こしを行う技術に、当時のスーツアパレルトップだった「オンワード樫山」が名付けたのが「イージーオーダーシステム」であった。
- ② この職人が手作業でパターンを起こすのではなく、CAD上でパターンを起こして製造するオーダースーツが、「イージーオーダースーツ」と呼ばれる様になった。この「イージーオーダーシステム」は画期的で、最も職人が腕を振るわなければならなかった「パターン起こし」という工程の、機械化・自動化を可能とした。
- ③ その結果、オーダースーツの製造コストは飛躍的に低下したのである。今は車にしても、建築物についても、CADを使って設計図を作成するのが当たり前の時代だが、当時としては、オーダースーツ業界は、最新技術を導入した業界だったのである。
- ④ （まとめ）「イージーオーダースーツ」とは、何と比べて「イージー」なのかと言うと、職人が手作業でパターンを起こす「フルハンド」に比べて「イージー」という意味であった。しかし「イージー」という言葉は、「いい加減な」というニュアンスもある様に、決してポジティブな言葉ではない為、現在ではオーダースーツ業界でもほとんど使われなくなり、「死語」となりつつある。
- ⑤ この「イージーオーダーシステム」が、最先端の画期的な技術としてデビューした当時を知っている弊社技術者などは、今だにこの言葉に誇りを持っているが、エンドユーザーの中で、この「イージーオーダースーツ」＝「自動設計システム（CAD）を使ってパターン起こしをして製造するオーダースーツ」という定義を知っている人がほとんど居なくなっている以上、伝わらない言葉は使うべきではないというコミュニケーションの基本に従い、弊社内では使用していない。

【パターンオーダースーツ】

- ① もともとは百貨店などで販売する、ブランド既成スーツアパレルが、売り逃し防止の為に、既成スーツ専門縫製工場に対し、バイオーダーでも追加製造することを迫ったのが始まり。「○○の生地で、△△号で作ってくれ」というオーダーで製造するスーツのことを言う。
- ② かつては「サイズオーダー」などとも呼ばれた。パターン起こし機能は持っていない工場が製造する為、出来合いのパターンを使って製造することになるが、現在では縫製段階で修正を加えられる、裏地・ボタンの選択や着丈・裾丈程度のアレンジ程度は可能となっている。
- ③ しかしお客様のオリジナルパターンを起こすことは出来ない為、既成スーツ同様、身長とウェストの2軸でのみ人の体を分類した型紙に、お客様の体を押し込むことになる。更には、上がり肩・下がり肩、猫背・反身、出尻・平尻、0脚等の体型補正には、全く対応できない為、十分なフィット感は得られないケースが多い。

【セミオーダースーツ】

- ① この言葉は、もともと業界にも無い言葉であった。その為、明確な定義は無い。巷での使われ方をヒアリングベースで分析すると、「フルオーダースーツ」に対する対義語として生まれて来た模様。
- ② そう考えると、市場で使われている「セミオーダースーツ」とは、「採寸結果から、お客様オリジナルのパターンを起こして仕立てるスーツ」では無いオーダースーツという意味の様で、主には「パターンオーダースーツ」を指している場合がほとんどである。



佐田の特徴&差別点

① 明確な SADA ミッション

「オーダースーツの着心地と楽しさで、日本のビジネスシーンを明るく元気にします」と明快！ 日本のビジネスパーソンの「セルフイメージ」の向上と日本人の「おもてなしの精神」の象徴であった日本のスーツ文化を再構築するとの使命感に溢れている。

② 多店舗展開の数と圧倒的スピード

2004年にオーダースーツ SADA 1号店設立以来10年で20店舗に増加、その後2014年から毎年5-6店舗出店。2018年に46店舗に到達！本格的オーダースーツ専門メーカーとしては直営店舗数日本一。その多店舗展開力とスピードは圧倒的で他社の追従を許さない。今後も年間5-6店舗の出店を計画、2023年100周年80店舗に拡大目標！

③ 工場直販ならではのお試し 19,800円は日本最安値圏

本格オーダースーツを既成スーツ並のお値頃価格で仕立て、既製服に慣れた若者の心を捉えた。この価格で本格オーダースーツがお仕立てできるのは、工場直販店だからです。

④ 廉価を支える豊富なデータと最新技術の融合

長年培った豊富な採寸データに最新のCAD（自動設計システム）、CAM（自動裁断機）をフル活用した自動化・機械化を究極迄進めたオーダースーツ製造の技術を長年磨き上げてきており、低価格・高品質の両立に成功している。

⑤ フィット感が違う！ 既製服価格で、カッコいい身体にフィットしたオーダースーツを

約10ヵ所程採寸しお客様のオリジナルパターンを起こしてお仕立て致します。

「オーダースーツ＝敷居が高い」というイメージの打破に成功、工場直販ならではののお値頃価格で価格のハードルを軽々乗り越えて、既製服価格で身体にフィットした、カッコいいスーツをオーダーで、世界唯一、自分だけのスーツを提供でき喜ばれている。

⑥ 年間12万着大量生産によるスケールメリットと流通改革で廉価に

年間12万着、日産500着のオーダースーツを製造する日本最大手メーカーの1社の直営ショップの為、スケールメリットを活かしつつ、流通中間マージンを極小化している。

⑦ 著名人との協力による知名度アップ、話題提供によるメディア露出の独創性

プロ野球、サッカー、バスケット等主にスポーツ界に公式オーダースーツを提供。著名人の協力により著名人ギャラリー、顧客の声を公式サイトにアップ知名度アップに貢献。サッカー・スキー選手の社長自らスーツ姿でスキージャンプ、富士山滑降等がYouTubeで話題に！

● 15のプロスポーツチームに公式オーダースーツを提供、日本一！

○プロ野球：千葉ロッテマリーンズ（1チーム）

○Jリーグ：柏レイソル、大宮アルディージャ、ベガルタ仙台、名古屋グランパス、アビスパ福岡、横浜FC、モンテディオ山形、ギラヴァンツ北九州、町田ゼルビア（9チーム）

○なでしこリーグ：INAC神戸レオネッサ（1チーム）

○Fリーグ：フウガドールすみだ（1チーム）

○NBLリーグ千葉ジェッツ（1チーム）

○プロレスリング：ドラゴンゲート（1チーム）

○女子バレーボール：ヴィクトリーナ姫路（1チーム）



国内工場被災からの復活

- ① ㈱佐田の仙台工場は、2011年3月の東日本大震災で屋根が崩落する被害を受け、約一ヶ月間フル稼働することが出来ませんでした。さらにオーダースーツの卸先である、多くの東北のテーラーが廃業し、このままでは工場を復旧しても、仕事が充足しない事態に直面しました。
- ② この窮状を打開するため、当時12店舗を展開していたオーダースーツの工場直販事業を本格化する決断をいたしました。



仙台工場外観

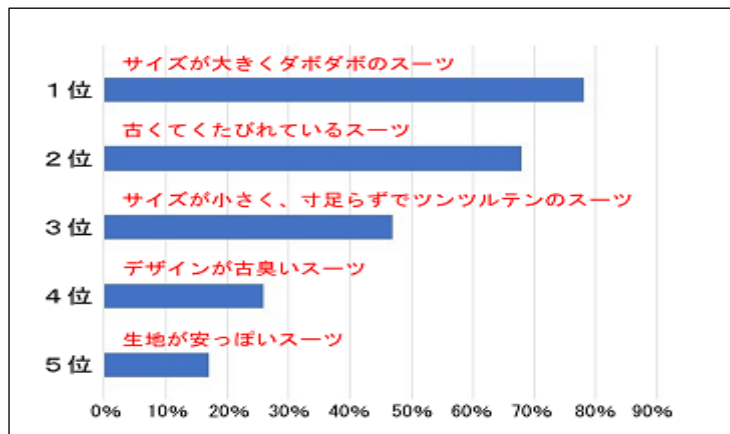
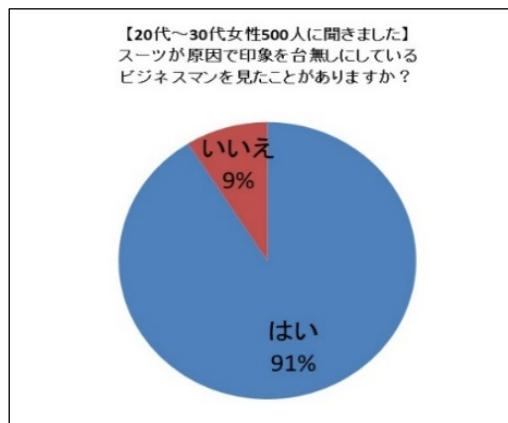


仙台工場工程内

- ③ 2011年4月より出店を本格化した「工場直販オーダースーツ SADA」ですが、工場直販ならではの、「初回お試し19,800円オーダースーツ」などが、若手ビジネスパーソンの強い支持を受け、多くのリピーターの獲得に成功しております。
- ④ それから約7年間、業界最速ペースで出店を行い、これで「工場直販オーダースーツ SADA」は全国に46店舗となります。店舗でお仕立てするお客さまが列をなしてしまう時間帯もあり、お値頃オーダースーツに対する需要に、まだまだ供給体制が追い付いていない状態を強く感じており、お客さまのニーズを満たすため今後も新規出店を経営計画に盛り込んでおります。

佐田社長の思い・・・日本人のスーツ姿をカッコよく

- ① 佐田が20代30代女性500人にとったアンケート結果では、91%の女性が「スーツが原因で印象を台無しにしている男性を見ますか？」との質問に、「YES」と答えました。どんなスーツが印象を台無しにするかとの問いに対しては、「サイズが大きく、ダボダボのスーツ」が、「古くてくたびれたスーツ」を上回り、ダントツの1位にランクインしました。もっと上位に来ると思われた、「デザインが古臭い」「生地が安っぽい」は高いシェアを占めておりません。このアンケート結果から考えますと、「斬新なデザイン」「高級な生地」の「サイズが大きく、ダボダボのスーツ」を着ている方は、ピエロということになってしまいます。



オーダースーツ SADA が目指すもの

- ① 佐田が製造しているオーダースーツは、言わばマシンメイドのフルオーダースーツです。採寸員がお客さま一人一人を採寸したデータから、自動設計システム（CAD）上でお一人お一人のオリジナルパターンを作成。出来上がったパターンを工場の工程に送ると、自動裁断機（CAM）が生地1枚1枚を裁断し、裁断後はラインになった縫製工程で縫い上げられます。日本の職人の技を機械に代行させることで、品質と価格の両立を実現いたしました。
- ② 佐田は生地企画から縫製・販売まで自社内で行うことが出来るため、中間流通コストを極小化することが可能です。その強みを活かし、直販店の「工場直販オーダースーツ SADA」では初回のお客様には19,800円（税別）のお試し価格でオーダースーツをご提供しています。
- ③ 佐田は「オーダースーツの着心地と楽しさで、日本のビジネスシーンを明るく元気にします！」をモットーに、一人でも多くの全国のビジネスパーソンにオーダースーツの素晴らしさを知って頂くために、工場直販ならではの求めやすい価格でオーダースーツを販売しています。レディースオーダースーツについても、メンズと同じ価格で仕立て、体の大きい方に対する「キングサイズアップチャージ」もありません。
- ④ 佐田は現社長の曾祖父、佐田定三が1923年に、和装を中心とした服飾雑貨卸商として創業、その後、戦争の中断を経て、2代目茂司により洋装の表生地・羅紗の卸商として再建されております。3代目久仁雄により、国内有数の縫製工場として発展し、海外縫製オーダースーツ工場としては最大規模を誇る、北京工場が建設されました。当代の4代目展隆がオーダースーツ小売業を開始、製造小売業（SPA）をもう一つの柱とすべく、チャレンジ中です。

社長プロフィール・・・Web・紙面で話題のチャレンジ】

- ① 1974年東京都生まれ。一橋大学卒業後、大手化学繊維メーカーに入社。2003年に（株）佐田に入り、2012年に代表取締役役に就任。仙台と北京に工場をもつスーツ製造事業に加えて直営店による小売業も強化。現在全国に46店舗をもつ製販一体のオーダースーツ、会社として業容拡大中。座右の銘は高杉晋作の辞世の句「おもしろき こともなき世を おもしろく」。
- ② 広報マインドの高い佐田社長自らPRの為、自社製オーダースーツを着用して[東京マラソン](#)を走る、[スキージャンプ](#)を飛ぶ、[富士山](#)に登るなどのアクティブな行動が話題を集めています。



★ビジネススーツでスキージャンプ ⇒ <http://youtu.be/BiM07KNftJs>

★ビジネススーツで富士登山 ⇒ http://youtu.be/KHb_CNd0t8

社会貢献活動

（株）佐田は特定非営利活動法人「テラ・ルネッサンス」、公益財団法人「CIEEF」との取り組みで、売上の一部を各団体に寄付するチャリティーオーダースーツを販売する等、オーダースーツを通じての社会貢献活動も積極的に行っております。

「テラ・ルネッサンス」チャリティーオーダースーツ ⇒ <http://www.ordersuit.info/terra/index.html>

「CIEEF」チャリティーオーダースーツ ⇒ <http://www.ordersuit.info/ciesf/index.html>

【お問合せ先】

株式会社 佐田 代表取締役社長 佐田 展隆

TEL: (03)5809-2273 FAX: (03)3864-7716

携帯 090-5053-1245 E-mail n.sada@sandars.co.jp

〒101-0021 東京都千代田区岩本町 2-12-5 早川トナカイビル 5F