

佐田、2～3年後めどに50店舗目標

オーダースーツの直販体制強化

オーダースーツの佐田（東京都千代田区）は直販体制を強化する。現在は国内36カ所で直営店舗を展開しているが、2～3年後をめどに50カ所まで拡大する。これによって知名度を向上させ、収益力を高めていく。

佐田のオーダースーツの工程は、各顧客から採寸したデータを踏まえ、CAD（コンピューター利用設計システム）上でオリジナルのパターンを作成。それを仙台と中国・北京の自社工場に送ると、CAM（コンピューター利用製造システム）が生

地一枚一枚を裁断し、縫製ラインで縫い上げられる仕組みだ。生地の手配から縫製・販売までを自社内で行うため、中間流通コストを極小化。リーズナブルな価格でスーツを提供することが可能になる。

現在は年間12万着のオーダースーツを生産。提携先のテラーと工場直販ショップ「オーダースーツ SADA」を通じ販売している。

2016年7月期の売上高は約27億円。さらなる成長戦略を歩むには、ブランド力の強化が必要

という考えから、直販体制を強化する。

同社は大手紳士服チェーン店の中で、若者向けの売り上げが伸びている店舗に着目。その近くにあるビルの上層部に、テナントとして入居するという戦略を主に展開している。これによって「スーツを購入したいが、既存品では合うサイズがない」といった顧客層を開拓し、売り上げ増につなげている。

佐田展隆社長は「50店舗はあくまで通過点。レディス向けスーツも好調なので、その時点で



自社のオーダースーツをまとって、富士山の山スキーに挑戦する佐田展隆社長

別業態なども検討していきたい」と話している。

佐田は社会貢献活動の一環として、プロ野球の千葉ロッテマリーンズ、東京ヤクルトスワローズ、Jリーグのベガルタ仙台、バスケットボール男子・女子日本代表などに、公式の場で

着用するオーダースーツを提供している。

また、佐田社長は自ら広告塔役を担っており、スキーノルディック複合競技経験者という経歴を生かし、オーダースーツを着用して富士山の山スキーに挑戦したりしている。