

日中経済交流研究会新聞 日中経済交流研究会 9月例会報告 迷ったら、茨の道を行け

～コロナ禍の逆風にさらされる紳士服業界で、
独自の強みと人を活かした快進撃～

報告者 株式会社オーダースーツSADA
代表取締役社長 佐田 展隆氏

日時 2021年9月16日(木) 18:30～

場所 オンライン (Zoom) / 参加人数 47名



創業98年目。年間13万着のオーダースーツをつくる「オーダースーツSADA」を率いる4代目社長。海外縫製No.1企業の強みを生かし、OEM生産と直販（現在50店舗）展開により、年商32.5億円。

父を責め、父に教えを乞い、改革へ

佐田氏が家業に呼び戻されたのは、大学卒業後、大手メーカーの営業マン5年目の2003年。当時のSADAは、バブル崩壊で24億円もの有利子負債。その上に売上の半分を占める得意先（そごう）が倒産。会社がどうやって回っているのか社長である父親に聞くも要領を得ず、こんな状態で呼び戻した社長を責めてけんかの日々。しかしふと冷静になり「あの世に行った時に尊敬するじいちゃんに責められずに済むのか？ 戦国武将・真田幸村のように、見事にあがいてみよう！」そう考えた時、父親にオーラが見え、素直に父に教えを乞いました。戦略としての構想に長けていた父親と、現場をゴリゴリ動かすことに強い佐田氏のお互いの得意分野でまい進する協力体制で、改革がスタートします。

佐田家のチャレンジスピリッツが受け継がれている

2代目である祖父は、スーツ生地卸売業からいち早くCAD（自動設計システム）を導入し、オーダースーツの製造ラインを確立。仕入れから縫製までワンストップで提供できるようになりました。3代目の父親の代では中国進出を果たし、低価格で品質のよいフルオーダースーツを量産できる仕組みを確立していました。しかしバブルがはじけて以降、生産すればするほど赤字に陥っていました。

佐田氏は、まず赤字受注を減らし黒字受注を増やしていきます。中国製は売れないという営業の意識改革、中国工場の改革、直販ネットショップなど、やるべきことをやることで黒字回復をしました。次々と難題に立ち向かい、中小企業再生支援を受けて多くの人の力を借りて従業員を守り会社を残しましたが、父親は破産。一度は佐田氏も会社を辞めて新たな人生を歩みだしますが、震災3年後に当時のオーナーから再びSADAに呼び戻され、4代目社長として直販へと舵を切りました。

オーダースーツの重要性と市場

「皆さん、自分のサイズに合ったスーツを着ていますか？」

20～30代女性500名へのアンケートでは「サイズの合っていないスーツが原因で印象を悪くしている」と約90%が回答。オーダースーツの需要があるのに注文しない理由は二つで、価格が高く値付けが不明確であることと、ハードルが高いこと。

これらの課題を解決すべくSADAは、マシンメイドのフルオーダーという圧倒的な技術力で、着心地のよさと低価格を実現しました。また、入りやすい店構えの直営店舗で「採寸」にこだわり、お客様の身体と理想のイメージにぴったりフィットするオリジナルの一着を作る、このストーリーが顧客を喜ばせ、リピートを生むSADAの宝となっています。

直販成功の鍵は、知名度と信用度

利益率の高い直販を伸ばすために、佐田氏は自ら自社のオーダービジネススーツを着て、スキージャンプを飛ばし！雪の富士山頂から山スキー！東京マラソンを走る！サーフィンまで！そしてやりきったあとには、お決まりのセリフ「このままビジネス会議に出ても大丈夫です！」と身体を張ったPR動画を作成しました。新聞やテレビに取り上げられ、知名度を上げる動画作戦は成功。ホームページ内のギャラリーページは、Jリーガーやプロ野球選手など著名人がずらりと並び、信用度を高めています。

数々の苦難に挑み倒産の危機も乗り越えてこられたのは、SADAへの愛着と感謝、そしてオーダースーツの可能性を信じ、初代からチャレンジし続けるスピリッツが佐田氏に受け継がれているからだ、まるで一本の映画を見たような気分になりました。きっと参加していた誰もが自分にぴったりのオーダースーツを作ろうと思ったことでしょう。
※著書「迷ったら、茨の道を行け」には、このタイトルのもととなる規範マインドや佐田氏の仕事の流儀、金融再生プランによる事業再生に関する詳細が書かれています。

日中経済交流研究会 広報委員会
文：(株)リバーフィールド 山岡 和美