

パターン設計、サンプルの外部委託など、パレルのビジネス形態の変化に伴い、企画会社ないしソフトハウスなどと呼ばれる業態が生まれて久しい。一般に外注パターンと呼ばれるSOHOの人たちを含めると、パレルの設計・開発部門はこうした外部サポートビジネスを抜きには考えられない。そうした外部サポートビジネスにあって、企画からパターン・サンプル縫製までモノ作りの一貫機能を社内に持ち、しっかりと生産背景のもと企画提案しているのがヴァローレ（本社・大阪、櫻井啓蔵社長）である。その取り組みを紹介する。

ヴァローレ

ヴァローレは大阪のイン企画、企画営業、パレルに近い中央区大手町にある。ビル3階の同生産（量産発注、検品）社事務所に入ると、デザ



櫻井啓蔵社長

などパレルの基本機能が一箇所に全て揃い、スタッフがお互いの仕事を近く感じながら、連携しながら仕事をしている。同社は今、パレルメーカーが本来持つべき

機能を保持すると同時に、従来のどちらかと言えは待ちのビジネス（OEM）から、自らの機能を生かして積極的に前に提案していくビジネス（ODM）に転じている。

イタリア型を実践

と云うので、規模の大小は別として、パレルメーカーと称する以上、パレルメーカーとパレルメーカー、サンプルといった基本機能（最低限の機能と言いつても良い）を備えるのは当たり前である。その当たり前のことを簡単に外に投げ出してきたのが、過去数十年



「モノ作りがしっかりしている」…とデザイナーの●●●さん



縫製工場と打ち合わせするパタンナーの●●●氏



入社12年目。パタンナーの●●●氏



サンプル縫製に立ち合う●●●室長



検品作業を行う●●●さん

パターン・サンプルは社内一貫

市場とつなぎMD軸強化

日本のパレルメーカーのスタートだったが、一社も商社との取り引きを減らした。コスト削減という大義名分のもとで進めたことが、結果として商品力を低下させ、期」と振り返る。一九九五年一月の阪神・淡路大震災では神戸のクライアが三ヶ月間稼働をストップするなど、先の見えない状態を経験。九八年になると大手商社が繊維部門に進出。アウトソーシングが多くなり、同

その後、中国のWTO加盟、ITバブル崩壊、二〇〇八年のリーマン・ショック、昨年の3・11東日本大震災と続く激動の中で、より消費者に近いセレクト業態、ネット業態など新しい販売ルートを開拓。また、女性スタッフを増やし、企画を強化

との対応は企画営業、企画、パタンナーが窓口になり、女性の感性を求め、技術的なものを求める先、技術的なものを求める先など、クライアントに合わせた対応を行っている。「人材匠系ワンピース、カットソー、意匠を変え、完成度匠系のコート、ダウンコートなどの重衣料がメ

は上がり、生産上のトラブルなどの重衣料がメーブルは減り、店頭消化率はアップして良い傾向が「市場とつなぎMD軸が課題」と櫻井社長は話す。プロパーの営業マトリクスが中心。企業からパターン・サンプル縫製のモノ作りの一貫体制を社内に構築は自分自身の図案をその体制を維持しつつ描くなどデザインと営業、生産を含めてクライアント毎に自己完結型の営業を行う。

（同）としている。