

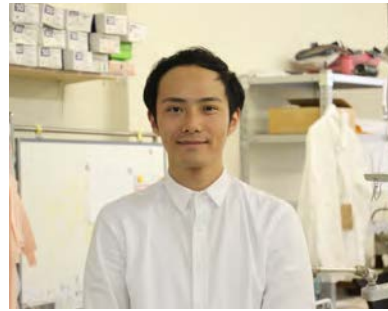
## 合同会社ヴァレイ

「縫製職人の技術を守りたい、  
家業の引き継ぎに反対されたときに  
抱いた熱い思い」

### Company Overview

代表者：谷 英希  
本社住所：奈良県北葛城郡上牧町桜ヶ丘1-8-5 松井ビル2-C  
TEL：0745-31-5156 mail：hideki@valleymode.com

創業・設立年：2016年  
業種・事業概要：数着から数千着単位の衣料品の企画、製造、OEM、ODM  
資本金：100万円 / 従業員数：10名



谷代表

### 小ロット生産に特化した衣料縫製

衣料縫製品の製造が大量生産で安価なコストを求めて海外に流れる中、小ロット生産の需要に着目し、品質の高い衣料品などの縫製を手掛けている合同会社ヴァレイ。メイドインジャパンにこだわった繊細かつ丁寧なクオリティと、小ロット生産による顧客リクエストへの柔軟な対応で成長を続けている。インターネットを活用した取り組みなど、従来の衣料縫製業のイメージを変えるべく事業をはじめた代表の谷英希氏。会社の立ち上げから現在の取組までの話を聞くと、成長の分岐点が見えてきた。

### 幼い頃に感じていた 「縫製業は儲からない」

縫製工場を営む家庭に生まれた谷氏は、幼い頃から母親のミシンの音を聞きながら育った。母親は連日夜遅くまで仕事をしてきたが、決して裕福な家庭ではなかったと明かす谷氏は「母親がこれだけ頑張っているのに生活レベルが変わらない。子供ながらに縫製業は儲からないと思っていました」と当時の心境を振り返る。20代前半、



型どりの生地を切り出す工程の様子

留学のため海外に渡っていた谷氏。そんな最中、母親の工場の大手元請け会社が倒産。下請けの事業者が連鎖倒産する中、母親の工場はライセンス商品を手掛けていたことから倒産

を免れた。その事実を知った谷氏は25歳のときに帰国。母親の事業を継ぐ決意をし、母親に告げた。

### 職人の技術を守りたい

「この状況を見てみなさい」。母親からの一言を受けた谷氏の目に映ったのは、高齢の職人を数多く抱える母親の事業の実情だった。さらに「縫製工場は儲からない。私の代で終わらせるから継がせるつもりはない」と母親から告げられた。しかし、諦めきれない気持ちがあったと谷氏は明かす。身近には、高級服を仕立て上げる腕の良い職人がたくさんいる。中には受賞経験のある職人もいる。しかし、世の中で売れているのは大量生産される低価格帯の衣料品ばかり。職人の技術が活かしきれない。この現状を変えたいと思うと同時に、「職人さんたちの技術を守りたい」という思いのもと、母親の会社とは別にアパレルの企画を手掛ける同社を立ち上げた。



ミシン縫いの工程の様子

### 自分の服を作って売りたい人をターゲットに

「縫製業は儲からない」。そう感じていた谷氏は現状を把握するため、様々な機関や団体が公表する縫製工業に関わる労働者数や事業者数などを調べ上げた。労働者の減少に伴い、外国人の労働者が日本の縫製業を支える現実を目にし「日本のモノづくりって、もはや日本のものではない」と感じたという。しかしその一方で、服飾デザイナーの数はそれほど減少していない。むしろインターネットの普及により、服を作って売ることが容易になっている。「自分でデザインした服を縫ってほしいと思っている人たちは必ずいる」と確信し、従来からの下請け生産ではなく、自社製品を開発してネットショップ等で販売したいと考える人々をターゲットとした服作りを計画した。

### 「縫ってほしい」と「縫える」のマッチング

自分の服を縫ってほしいという声に応えるため、製造コストの問題から従来の縫製業者が断ってきた小ロットの製造に取り組みはじめた同社。会社の立ち上げと同時にホームページも開設し、縫製業の古臭さを感じさせない洗練された画像や動画で会社理念を発信。しばらくすると、パリコレに出展している有名ブランドから問い合わせが舞い込んだ。世界的なコレクションに出展するブランドでさえ、丁寧な裁縫ができる工場や腕の良い職人を世界中から探していることを実感した谷氏。「高度な縫製技術をもつ職人がたくさんいるのに、安い服ばかり縫っている。相応のコストを払ってでも縫ってほしい



職人の高い技術力で  
確かな品質の縫製品を作り出す

依頼人と、営業ができない縫える職人をマッチングすれば、必ず需要があると感じました」と、ビジネスプランに間違いがなかったと話す。

### Judgment Point | 経営判断のポイント

参考▶ P21「外と内を確認する環境分析」

「家業を継ぐな」と言われても「職人の技術を守りたい」との思いで、別会社を立ち上げてまで創業した同社。そこには、徹底的な環境分析の結果があつてこそその経営判断がある。

環境分析には大きく二つの視点がある。「外部環境」と「内部環境」であり、自社の外側と内側を客観的に分析することである。経営戦略や事業計画を立てるにしても、そもそも、その事業に需要があるのか、自社にはそれを活かせる強みがあるのか。忘れがちになることではあるが、こういった環境分析を行うことは、経営向上の前提になる。

経営は、PDCAサイクルを回し続けることが重要だといわれるが、P(計画)の前には、環境分析によって裏打ちされたビジネスアイデアがなければならない。同社はそれを確実に実行した。ぜひ参考にしてほしい。

### 付加価値をプラス。ネット活用も実績に

原価の約2倍で販売する従来の縫製業者に対して、同社はその数倍の価格提示をしている。手仕事にこだわること、生地選びや販売経路の提案などコンサルティング要素も含めることで、価格以上の付加価値をプラスすることに成功している。また、インターネットを活用したアプローチにも積極的で、InstagramなどのSNSを通じて、セミプロ的なデザイナー等とも手を組み、多くのコラボ商品も手掛けてきた。

同社は、自社のアトリエ以外にも全国の協力者と連携し、空いている時間に働いてもらえるよう、協力者の自宅を提携工場として活用。起業時には想定していなかった様々なオーダーにも柔軟に対応している。



数人の職人でパリコレ用の衣装も手掛ける

### 行動力と本音を話すのが、成功の鍵

「自分にできることは自分でやる」。写真や動画は谷氏自ら撮影、編集。自社のホームページなどのアピール力アップに繋げている。勢いのある行動力も同社が成功を続けている一つの鍵といえる。また「困っていることがあれば、ブログやSNS、出会った人にも話します」と本音を包み隠さないスタイルだと明かす。困っていることを様々な人に話すことで、思わぬところから解決に繋がることもあり、これまで仕事や人材確保に繋がった実績もある。

母親から会社を継ぐことを反対されたときに抱いた「職人の技術を守りたい」という熱い思いと、その思いの実現に向けた行動力、これこそが同社を成功に導いた分岐点といえる。