

THE SPIRIT OF INNOVATION

革新の系譜

第2回

GINZA

ギンザのサエグサ



上/手前: 光沢のあるキャメル色のシャンタン地に花柄の縞レースを重ねたドレス(2014-15年秋冬コレクションより)。発表会やお祝いなどのフォーマルシーンにふさわしい。後方: 1960年代半ばに発表されたジャージーニットのスモッキングドレス。スモッキングドレスはギンザのサエグサの定番中の定番アイテム。ジャージー素材を子供服にいち早く使用したのもギンザのサエグサだった。

下/チューダー様式を取り入れた建物と正面中央のSAYEGUSAのロゴと王冠は昔のまま。

銀座に145年という歴史を重ね、現在5代目として先頭に立つ三枝 亮さん。時代の空気を懐柔し、「ギンザのサエグサ」ならではの子供服ブランドを発信。そして今、新たな未来の子供たちに向け、「グリーンプロジェクト」の取り組みを始めようとしている。銀座の老舗としての在り方をお聞きました。

銀座の店の生き方は “1を守り9を変える”

ギンザのサエグサ

東京都中央区銀座7-8-8
tel.03-3573-2441
www.sayegusa.com



左/昭和8年に配布されたバーゲンデーの招待状。
右/昭和44年、銀座3丁目から現在の7丁目に移転。



三枝 亮

1967年生まれ。株式会社ギンザのサエグサ代表取締役。創業145年を迎えた老舗の子供服専門店の経営だけでなく、日本の子供服カルチャーや銀座の発展、そして持続可能な環境社会を目指す活動にも積極的に携わっている。

今や銀座通りは、世界中にその名を知られる場所となった。老舗の店はもちろん、名だたる有名ブランドショップが並び、それらの店をターゲットに国内外から大勢の人々が行き交う。

「銀座は他の町と比べて誠に稀有な場所」と語るのは、「ギンザのサエグサ」5代目当主、三枝 亮さん。

創業は、1869年。三角屋根のイギリスチューダー様式のファサードと王冠のマークが、銀座本店の目印だ。

「銀座の歴史と共にある老舗といわれますが、正直その時間の重さを感じたことはありません。銀座は、時代の大きな流れの中で、“クラッシュ&ビルド”を繰り返してきた街です。明治維新に始まり、関東大震災や先の大戦によって壊滅的な被害を受けました。その度に新陳代謝を経験して、新たな経済発展を予感し、それぞれの時代の当主たちの判断で工夫を凝らして商売をしてきたと思っています」

サエグサは、西洋文化を取り込み商売に生かすという基本姿勢。子供服というジャンルでその精神を具現化している。「メイドインジャパンにこだわること。それがサエグサコレクションの真髄。そして今、再開発など銀座に次の変革が起こっていることを認識し、新たなサエグサスタイルを打ち出してゆきたいと思っています」

これまでのクラシカルなサエグサコレクションも大切だと言いつつも、一つのことを守っていては生き残れないとも語る。暖簾の名は一緒に時代に合わせてカラーを変え

て生きることも重要という姿勢が、「ギンザのサエグサ」の“の”に集約されている。

「毎年半分以上の商品を入れ替えるような意識もっています。“1割を守り9割を変える”という考え方。1割はクラシックベースの最強部分。残りはトレンドという挑戦。これは、私たちの店の生き方そのもの。環境が変わる中で、ギンザのサエグサの変革の一手です。そして、親が子供の服を選ぶ店であること。個性を生かし、その子のスタイルを作る。子供の成長期に最初に触れる服を、親の正しい知識やセンスで伝えてほしいですね」

理想は、親から子への教育の中の一つが、子供服であること。そして近年、子供たちのためにサエグサは、「グリーンプロジェクト」を立ち上げた。

サエグサの顧客の中心は30代の母親たち。環境に対する関心は高い。そこで、子供たちと共に考える環境活動やサステイナブルな会社作りを目指そうというもの。第1にThinking Green(自然エネルギーの活用)、第2に自然とのふれ合い、第3に商品のリユース。「ギンザのサエグサ」の暖簾はそのままに、新たな在り方として広がることを、三枝さんは強く願っている。



2013年よりセールスの1%を地球環境に役立てる「1% for GREEN」をスタート。