

『カシヤマ』事業

売上規模 300 億円 / 営業利益率 10 %

に向けて

本説明会で使用する資料は、将来の予測等に関する情報（「将来予測」）を含む場合があります。また、本説明会において将来予測に関する発言を行うことがあります。これらの情報は、あくまで将来の事象に対する当該事業部の予測・目標であり、その多くは本質的に不確実かつ、当社が管理できないものであります。実際の結果は、これら将来予測に示されたものとは、場合によっては著しく異なる可能性があり、不確実性やリスク要因をあわせて考慮する必要がある点にご留意ください。また、本資料の転載等は禁止とさせていただきます。

国内ビジネスウエア市場（ウィメンズ含む）

※ 各社IR数値参照

単位：億円

会社名	拠点数	2022年	2023年	前年比	2024年	前年比	24年対22年
A社	732	1,212	1,268	105%	1,265	100%	104%
B社	608	945	1,000	106%	1,026	103%	109%
C社	416	339	375	110%	375	100%	110%
D社	285	369	359	97%	361	101%	98%
E社	114	120	100	84%	97	96%	81%
計	2,155	2,985	3,103	104%	3,123	101%	105%

- ▶ 大手5社含む予想市場規模は3,500億円 ※ 参照元 帝国データバンク
- ▶ コロナ以降、市場規模は微増傾向

市場の大幅な拡大はなく既製服量販店の牙城をいかに崩すかが成長の鍵

各社2024年度ウィメンズ売上シェア

単位：億円

会社名	売上高			シェア	
	メンズ	ウィメンズ	合計	メンズ	ウィメンズ
A社	1,041	223	1,265	82%	18%
B社	810	216	1,026	79%	21%
C社	337	37	375	90%	10%
D社	300	61	361	83%	17%
F社	95	17	112	85%	15%
KASHIYAMA	44	19	63	70%	30%
計	2,583	555	3,138	82%	18%

※ 各社IR数値参照

▶ 近年、各社ウィメンズ強化を掲げ売上構成比は徐々に伸長

各社、事業の伸びしろとして拡大を目指すも依然開発途上領域

主要オーダースーツブランド売上推移

※一部推計

単位：億円

ブランド名	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2024年対 2022年
F社	90.2	83.3	90.9	104.1	111.7	123%
KASHIYAMA	26.6	32.9	39.0	46.4	63.0	162%
G社	18.0	30.0	45.0	47.0	48.0	107%
H社	17.0	17.0	26.0	34.0	42.0	162%
I社	38.0	33.0	33.5	35.5	42.6	127%
J社	32.3	35.2	37.6	37.9	40.1	107%
B社	3.0	5.7	13.0	21.0	25.0	192%
K社	10.0	10.0	18.0	22.0	22.0	122%
合計	235	247	303	348	394	130%
前年比	—	105%	123%	115%	113%	

※ 参照元 各社IR／矢野経済研究所

▶ オーダースーツは各社伸長 市場は2024年対2022年比 130%

KASHIYAMAは2024年1月～デジタルマーケティング運用で大きく伸長

主要オーダースーツブランド比較 ※2024年度

ブランド	売上(億円)	拠点数	主工場	エントリーブライス	納期
F社	112	45	提携(中国)	2着 ¥48,000	1か月
KASHIYAMA	63	70	自社(中国)	学割 ¥20,000	1週間
G社	48	67	提携(日本)	¥24,000	1か月
I社	43	44	自社(日本)	¥19,800	1か月
H社	42	約 500	提携(中国)	2着 ¥48,000	3週間
L社	42	28	自社(日本)	¥40,000	1か月

自社工場以外は工場の分散化が進む ⇒ 品質・納期の安定化が困難な状況

KASHIYAMAブランドのUSP

良質：創業**100年**の技術力

適価：自社工場直送 **¥30,000**～

速納：DXによる最短 **1週間**納期



KASHIYAMA 2025年度の状況

単位：百万円

	上半期(3~8月) 実績			第3四半期(9~11月) 実績			第4四半期(12~2月) 見通し			年間 見通し		
	本年	前年	対比	本年	前年	対比	本年	前年	対比	本年	前年	対比
売上高	3,899	3,065	127%	2,031	1,534	132%	2,484	1,704	146%	8,414	6,303	133%
営業利益	26	▲95	121	110	84	26	84	28	56	252	17	235
%	0.7%	-3.1%		5.4%	5.5%		3.4%	1.6%		3.0%	0.3%	

主たる戦略

- ▶ デジタルマーケティングの強化 年間広告費9億円（G/Y広告、SNS、YouTube）
- ▶ 新規店舗出店（5店舗）および既存店舗の移設増床
- ▶ 家賃契約の改定交渉（歩率家賃→固定家賃へ）
- ▶ 新商品開発（メンズ、ウィメンズ高機能セットアップ）とコストダウン、粗利益率の向上

2025年 ショッピングセンター初出店



「流山おおたかの森店」 220㎡ 10/17オープン

売上高：66百万円 **予算比177%** ※12月末まで

客単価：67千円（ブランド平均63.8千円）

新規顧客比率：86%（ブランド平均73%）

30～40代比率：59%（ブランド平均34%）

トピックス：

オープン初日～3日間予約枠40コマフル稼働



直近の出店状況

2025.10月 イオンモール福岡

2025.11月 イオンモール広島府中

2025.12月 イオンモール岡崎

2026.3月 ららぽーと立川立飛

2026.4月 ららぽーと豊洲

今後の戦略

① 損益分岐売上（60億円）突破後の収益モデル構築

営業利益率10%

- ▶ 粗利益率の向上・・・カシヤマプレミアム（従来品+10%）
- ▶ 家賃比率の低減・・・直営路面店の売上拡大と郊外型SCへの出店
- ▶ 事業規模拡大による販管費率の低減

② TOPラインの更なる拡大

- ▶ KASHIYAMAプレミアムのローンチ 全国百貨店26店舗（2026年度）
- ▶ 郊外型ショッピングセンターへの出店加速10～15店舗（2026年度）

③ 生産プラットフォームの拡大

- ▶ 国内最大規模オーダースーツ工場との業務提携
- ▶ 中国大連地区オーダーシャツ工場との業務提携

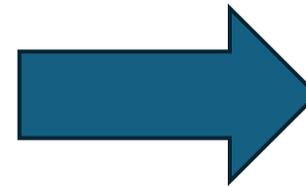
P/L計画

単位：百万円

	2025年度 見通し※
売上高	8,400
粗利益	4,620
率	55.0%

経費合計	4,368
率	52.0%

営業利益	252
率	3.0%



	2030年度 計画
売上高	30,000
粗利益	17,100
率	57.0%

経費合計	14,100
率	47.0%

営業利益	3,000
率	10.0%

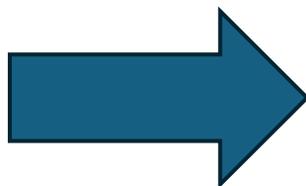
※1/30時点での見通しであり、実際の業績とは異なる可能性があります

出店計画

単位：百万円

			2025年度 見通し※
売上高合計			8,400
店舗数合計			70
前年比			135%
リアル店舗	直営店	売上高	5,780
		店舗数	36
	百貨店 (プレミアム)	売上高	
		店舗数	
	SC	売上高	100
		店舗数	4
	FC	売上高	920
		店舗数	30

(2025年10、11月オープン)



2030年度	
30,160	
182	
119%	
10,350	
45	
2,500	
25	
12,960	
72	
2,400	
40	

EC	300
法人販売/その他	1,300

950
1,000

※1/30時点での見通しであり、実際の業績とは異なる可能性があります

生産体制（単位：着数）

第3工場（アジア）稼働

アイテム	工場		生産可能数	ブランド	2025
	スーツ	カシヤマ大連			中国(大連)
協力工場 A		日本	15.0万	カシヤマ	1.0万
				プレミアム	
合計				17.0万	



2030
40.0万
6.0万
4.0万
50.0万

シャツ	協力工場 B	中国(大連)	10.0万		3.0万
-----	--------	--------	-------	--	------

9.0万

- ▶ KASHIYAMA大連第2工場稼働 2025年8月～
- ▶ 国内協力工場 DX化（納期短縮） 2026年2月～
- ▶ 中国シャツ工場稼働 2026年2月～
- ▶ 海外第3工場稼働 2028年度末～

グループシナジー

単位：百万円

会社	売上高	2025年度 見通し※
		売上高
オンワード 樫山 メンズ事業	リアル店舗	15,300
	EC/他	5,700
	合計	21,000



2030年度	
売上高	前年比
7,700	90%
8,000	105%
15,700	97%

OPS	8,400
-----	-------

30,000	120%
--------	------

オンワードHD	29,400
---------	--------

45,700	111%
--------	------

※1/30時点での見通しであり、実際の業績とは異なる可能性があります