

「オーダーメイド」好調 紳士服主要 7 社の 営業利益が6%増

スーツ販売は「量より質」重視に
店舗数はコロナ禍前の 8 割に縮小

上場(主要)「スーツ・紳士服 7 社」動向調査(2024 年度)



本件照会先

飯島 大介 (調査担当)
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343 (直通)
情報統括部: tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2025/06/06

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。
当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

2024 年度の上場紳士服 7 社のスーツ事業売上高は 3564 億円で横ばい、営業利益は 177 億円で前年度比 6% 増となった。店舗数は 2300 店前後と減少したものの、オーダーメイドスーツの需要増加など客単価の引き上げが寄与し、利益面は向上した。青山商事や AOKI ホールディングスがオーダーメイドスーツやカジュアルウェアの販売強化で増益を達成。新入学・入社式需要も好調で、付加価値向上が業績回復の要因となっている。

帝国データバンクは、春の卒業・入学・入社で高まる「スーツ」需要について、2024 年度業績における主な紳士服 7 社のスーツ事業について調査・分析を行った。

[注 1] 主要な紳士服 7 社 (青山商事(株)、(株)AOKI ホールディングス、(株)コナカ、(株)はるやまホールディングス、(株)銀座山形屋、(株)タカキュー、グローバルスタイル(株)) の「スーツ・フォーマルウェア」セグメント売上高合計

[注 2] 2024 年度の数値は帝国データバンクによる推計値を含む

「オーダーメイド」好調 客単価↑で紳士服 7 社の営業利益増

スーツなどの販売を行う、主な紳士服 7 社の 2024 年度業績をみると、スーツ事業の売上高合計は 356 4 億円と、前年度から横ばいでの推移となった。一方、営業利益の合計は 177 億円となり、前年度 (166 億円) から約 6% 増加したほか、コロナ禍前の 2018 年度 (221 億円) にせまる水準まで回復した。原料価格の高騰や、少子化に伴う新社会人の減少により、スーツの販売着数が減少傾向で推移するなど逆風もあったものの、オーダースーツなど単価の高い製品が利益を押し上げている。

紳士服 7 社の店舗数は 2024 年度末時点で 2300 店舗前後と、コロナ禍前で最も多かった 2017 年度末 (2977 店) から約 700 店減・8 割前後まで縮小したとみられる。コロナ禍に行った大規模な店舗整理が影響したほか、郊外店など従来型の大規模店から、展示品数を縮小した小規模な都市型出店に切り替える動きもみられ、全体的な店舗数は減少傾向で推移した。

リモートワークの普及に加え、服装のカジュアル化に伴い、従来型の既成スーツは需要の縮小が続く一方で、近年は消費者の品質重視の傾向や、個別のカスタマイズ志向などが高まったことでオーダーメイドの需要が増加し、オーダースーツをはじめとしたスーツ 1 着あたりの客単価引き上げに成功するなど、「量から質」への転換が急速に進んでいる。業界首位で「洋服の青山」を展開する青山商事は、自社のオーダースーツブランド「Quality Order SHITATE」が堅調に推移し、売上高は減少したものの営業利益は 1 割超増加した。特にスーツ 1 着あたりの単価が上昇し、2025 年 3 月期のメンズスーツ平均販売単価は 3 万 4076 円と、前期から 7.3% 上昇した。AOKI ホールディングスは女性向けの高機能ウェアやビジカジウェアといった、従来のビジネススーツからカジュアル領域での品ぞろえ強化が奏功しているほか、新入学・新社会人向けの需要を取り込み、ファッション事業で増収増益を確保した。

足元では、「2025 年度の新入学・入社式向けが好調」といった声も聞かれるほか、パターンオーダーを含めたオーダースーツの認知度が広がり、中小紳士服店でもオーダースーツの販売に注力する傾向がみられる。電気代や運送費、人件費の上昇に加え、円安の進行で海外産の生地入荷では仕入価格が上昇しており、業界全体で価格改定やコスト削減が課題となっているものの、低価格化が進んでいたスーツの付加価値向上や、ビジネススーツ以外における商品力の強化が実を結び、新たな「成長」の兆しが見えている。

上場(主要)「スーツ・紳士服 7 社」の業績動向

