

Briefing Transcription

|| 対談動画文字起こし（2026年6月30日公開） ||

グローバルスタイル株式会社 × DAIBOUCHOU

7126 東証スタンダード 小売業

[企業情報はこちら >>>](#)

[紹介動画はこちら >>>](#)

2026年6月30日(火)



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

■ 目次

| | |
|------------|----|
| ■ 出演者 | 01 |
| ■ 冒頭のあいさつ | 02 |
| ■ 企業説明 | 03 |
| ■ 質疑応答 | 04 |
| ■ 終わりのあいさつ | 14 |

■ 出演者

グローバルスタイル株式会社
代表取締役社長

田城 弘志様

著名投資家

DAIBOUCHOU

株式会社フィスコマーケットレポーター

高井 ひろえ (司会進行役)

■ 冒頭のあいさつ

▲フィスコ 高井

皆様、こんにちは。フィスコマーケットレポーターの高井ひろえです。今回はグローバルスタイル株式会社代表取締役社長 田城 弘志様にご登壇いただき、著名投資家のDAIBOUCHOU さんからの質問にお答えいただきたいと思います。

それでは、本日登壇いただき、田城様、DAIBOUCHOU さんをご紹介します。まずは、グローバルスタイル株式会社 田城様です。よろしくお願いいたします。

■グローバルスタイル 田城様

こんにちは。本日はよろしくお願いいたします。

▲フィスコ 高井

田城様は、1988年幸福銀行（現関西みらい銀行）に入行。その後、2000年に株式会社オンリー入社。取締役管理本部長、株式会社オンリーファクトリー監査役、株式会社オンリーコントラクト代表取締役社長などを経て、2015年タンゴヤホールディングス株式会社代表取締役に就任。2017年4月グローバルスタイル株式会社代表取締役社長に就任し、2021年8月24日に東京証券取引所のスタンダード市場に上場を果たしました。続いて、著名投資家のDAIBOUCHOU さんです。よろしくお願いいたします。

● DAIBOUCHOU

こんにちは。本日はよろしくお願いいたします。

▲フィスコ 高井

DAIBOUCHOU さんは、200万円の元手を一時10億円に乗せた実績を持つ著名な個人投資家です。2000年5月に株式投資開始し、ITバブル崩壊時の暴落を資産バリューストック株で回避し、不動産株への逆張り投資で2004年10月に資産1.5億円を達成。リーマンショックでその大半を失うという壮絶な経験をされました。しかし、そこから独自の『超分散投資』へとスタイルを昇華させ、再び資産10億円の大台へと振り返り、X（旧twitter）のフォロワーは14万人を超えています。

田城様、DAIBOUCHOU さん、よろしくお願いいたします。それでは、まずはグローバルスタイル株式会社の企業説明となります。

■ 企業説明

▲フィスコ 高井

グローバルスタイルは、「ENJOY ORDER! (エンジョイ オーダー) 全ての人にオーダースーツを楽しんでいただく。」をコンセプトに、メンズを中心にオーダースーツ及びオーダーシャツ等の企画・販売を手掛けています。

高品質な生地を国内外から豊富に取り揃えつつ、比較的手に取りやすい価格帯を実現することで、オーダー服の裾野拡大を図っている点が特徴となります。

「GINZA Global Style」を中核ブランドとして全国主要都市に出店しており、2026年4月末時点で41店舗を展開しています。

続いて、グローバルスタイルの人気の特徴、5つをご紹介します。

1つめは「高品質なのにリーズナブル」、2つめは「業界最多の生地バリエーション」、3つ目は「選べるスーツモデルが豊富な点」、4つ目は「スタイリストによるカウンセリングサービス」、最後の5つ目は「スーツだけでなく豊富なラインナップ」になります。

総じて、“初めての方も気軽にオーダー”がグローバルスタイルの特徴です。来店、カウンセリング、生地・モデル選び、採寸、ディテールを選ぶ、仕上がりという流れで、気軽にオーダースーツを作ることが可能です。プライベートフィッティングルームがあったり、一部店舗限定になりますがプライベートテーラリングルームも利用できたり、ウェイティングカフェも併設するなど、気軽に気兼ねなくオーダーできる点も特徴となっています。以上、会社紹介となります。

■ 質疑応答

▲フィスコ 高井

続きまして、著名投資家の DAIBOUCHOU さんに企業の概要や直近の決算を踏まえて、気になった点を質問をしていただきたいと思います。

それでは、DAIBOUCHOU さん、お願いいたします。

● DAIBOUCHOU

早速ですが、第 2 四半期時点で、前年同期比 11.8% 増と受注が非常に好調でした。第 3 四半期についても同様に好調であると推察いたしますが、リピート受注、新規開拓、客単価の上昇というそれぞれの要素のうち、どれが最も大きく寄与したのでしょうか。また、第 3 四半期に入っても、この好調な受注は継続できているのかについても伺いたいです。

■グローバルスタイル 田城様

第 3 四半期におきましても、受注につきましては全店で前年同期比 110% となっており、引き続き多くのお客様にお越しいただいています。中でも今期につきましては、新規のお客様が 110% という形で増加している点が特徴です。

● DAIBOUCHOU

なるほど。そうしますと、新規開拓が順調に進んだということですね。

■グローバルスタイル 田城様

概ね半分が新規のお客様で、もう半分がリピーターのお客様という構成になっています。

● DAIBOUCHOU

よく分かりました。第 2 四半期では新しいマーケティング施策などの影響で一時的に減益となり、第 3 四半期で V 字回復を果たしたという流れかと思います。この第 3 四半期における V 字回復の要因についても、やはり受注の堅調さや新規開拓の成功が関係しているのでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

はい。ちょうど上半期にあたる第 2 四半期の時点では、減益の最も大きな要因は売上計上のタイミングにありました。受注自体は 11.8% 増と非常に活発でしたが、年末年始に大型連休があった影響を受けています。当社にご注文をいただいてから、お品物を納品した時点で売上を計上する会計基準を採用しているため、納品のズレが最大の要因となりました。

第 3 四半期に入ってから、新規のお客様を中心に受注は引き続き好調に推移しています。今年はインターネット広告を通じて、当社の「GINZA Global Style」というオーダースーツのコンセプト店舗を知っていただき、ご来店につなげる取り組みを行いました。具体的には、3 分ほどの縦型ショートドラマを制作して配信したのですが、こうした活動が新規のお客様を増やす大きな要因の 1 つとなっています。

質疑応答

● DAIBOUCHOU

確か「ガチスーツ」というコンセプトを掲げ、いざという時のTPOに応じた、しっかりとしたスーツを着こなす文化をアピールしている印象を受けました。

■グローバルスタイル 田城様

はい、ご指摘の通りです。

● DAIBOUCHOU

よく分かりました。あともう一点、業績予想を据え置いています。上半期が減益であったため、ここが少しビハインド（遅れ）になっていると考えます。第4四半期でどのように挽回される見込みでしょうか。特にコスト要因になっていると思われる、新規出店店舗の収益寄与や、販管費の正常化について教えていただけますか。

■グローバルスタイル 田城様

まず、当社は納品時に売上を計上する仕組みです。その前段階でご注文をいただくため、おおむね翌月の3、4週間後にお引渡しという流れになり、第3四半期、第4四半期と進むにつれて各納期も早まります。そのため、当初の予定通りの売上および利益の達成に問題はないと考えて現在進捗しています。

また、販管費につきましては、採用力を高める観点から前期末あたりに初任給の引き上げを行いました。今年の4月には24名の新卒社員が入社していますが、新卒社員を中心に既存の社員も含めて賃金水準を上げています。

しかし、これは将来さらに出店を拡大していく際に貢献してくれる人材だと考えています。したがって、今期は予定通りの利益と売上を見込んでいます。

● DAIBOUCHOU

そうしますと、今期の好調な受注が来期の業績にも寄与していただろうという見通しでよろしいでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

はい。おっしゃるとおりです。

● DAIBOUCHOU

よく分かりました。

次に商品について伺います。御社は百貨店に比べると非常に高い価格競争力を持っています。その強みの背景には、生産体制、仕入れ力、店舗運営の効率化など色々あると考えますが、どこが最も大きな強みになるのでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

私どもの最大の強みであり、USP（独自の強み）は、やはり製造小売（SPA）のビジネスモデルを採用している点です。商品の調達方法が百貨店とは大きく異なります。そのため、有利な条件で調達したものを、お客様にお求めやすい価格でご提供するという形で日々の営業を行っています。

質疑応答

● DAIBOUCHOU

生地調達から製造に至るまで、製造工場とはどのような関係性なのでしょうか。資本関係があるのか、あるいは提携関係なのでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

元々は国内生産から始まりましたが、現在は海外生産も自社で行っています。メインとなる提携工場がいくつかあり、取引内容としてはファブレス（自社工場を持たない）の形をとっています。現時点で資本関係はありませんが、私どものデザインや型紙を用いて生産してもらっています。そのため、どの工場で製造しても、モダンクラシック、イタリアンタイプなど、一貫した同じスタイルの製品が仕上がる仕組みを整えています。

● DAIBOUCHOU

なるほど。ユニクロなど同様のビジネスモデルで、ファブレスの形態をとり、様々な外部工場に製造を委託しているということですね。型紙などを共通化しているため、品質が担保されているという理解でよろしいでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

はい。その通りです。

● DAIBOUCHOU

よく分かりました。また、オーダースーツは接客時間が非常に長い業態だと思いますが、店舗の生産性向上や待ち時間の短縮などに向けて、予約システムやAIの活用といった取り組みは何かされていますか。

■グローバルスタイル 田城様

すでに10年近く前という、かなり早い段階からウェブでのご来店予約に対応しています。それと、現在は公式アプリの会員様が約70万人ほどいらっしゃいますが、そちらのお客様は来店予約だけでなく、スタイリストと呼ばれる担当社員の指名予約もできるようにしています。

● DAIBOUCHOU

イメージとしては、美容院の予約システムに近い形ですね。

■グローバルスタイル 田城様

その通りです。それからAIの活用という点におきましては、こちらも10年ほど前から取り組んでいます。他の百貨店やオーダースーツ店では、工場への発注を未だに手書きやファックスで行っているところも多いのですが、当社は電子カルテを導入してデータ化しています。

お客様の会員番号をもとに、アプリから過去に作成したオーダーのカルテや購買情報、ポイントなどを呼び出すことができます。そのため、転勤や転居で利用する店舗が変わっても、あるいはオンラインストアであっても、そうしたデータ活用により、お客様が過去に仕立てた商品を確認しながら、今回の商品を検討できるようになっています。

質疑応答

● DAIBOUCHOU

なるほど、AI活用も進んでいるんですね。オーダースーツは自由度が高い反面、何をどのように頼めばよいか分からない部分もあるため、蓄積されたデータなどから「このようなスーツはいかがですか」と提案してくれる仕組みがあると、お客様側も助かるかもしれません。よく分かりました。

次に今後の出店について伺います。首都圏の路面店、百貨店、商業モール、地方都市など様々な選択肢があると思いますが、投資効率が最も高いフォーマットはどれでしょうか。また、今後の出店方針についても教えてくださいいただけますか。

■グローバルスタイル 田城様

当社は元々「GINZA Global Style」として、東京の銀座に本店を構え、都内を中心に店舗を展開してきました。ご指摘いただいた選択肢の中で言いますと、元々は首都圏の路面店が最も投資効率の良い形でスタートしました。現在は地方都市にも進出しており、大阪、名古屋、横浜、福岡といったエリアの路面店や商業施設に出店しています。また、大手財閥系の企業が運営する郊外型の商業施設への出店も、関東や関西エリアで進めてきました。これにより、様々な地域でお住まいの近くでもGINZA Global Styleを利用できるようになり、郊外型の店舗もお客様に喜ばれています。

● DAIBOUCHOU

なるほど。そうしますと、まだまだ出店余地はかなり残されているという印象ですね。

よく分かりました。現在のオーダースーツ市場では、大手の紳士服チェーンや新興のベンチャー企業など、様々なプレイヤーが参入しています。その中で、御社が長期的にシェアを拡大していけると考えられる、最大の強みは何でしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

チェーンの形態でオーダースーツを普及させ始めたのは、私どもが先駆的な立場であると自負しています。その動きを見て、これまでオーダースーツを扱っていなかった大手既製服チェーンやアパレル関係の企業も参入していますが、当社の「GINZA Global Style」はオーダースーツのブランドとして17年目を迎えており、ブランドイメージはかなり定着してきました。

また、オーダースーツ業界において製造小売（SPA）のモデルを確立している企業は、あるようで実はまだ多くありません。そのため、その強みを活かしてシェアは引き続き拡大できると考えています。

● DAIBOUCHOU

製造小売型の企業が少ないということは、逆に言えば、他の紳士服チェーンなどはどこか別の企業が製造したスーツのモデルを仕入れて販売しているだけ、という構造なのでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

スーツのモデルやデザイン、つまりイタリアンタイプや英国タイプといった型紙の開発における違いがありません。最近では、着用している感覚が薄いほど軽いジャケットなど、様々な製品を展開していますが、これらはすべて自社で企画して型紙を起こしています。他社様の場合は、自社企画ではなく製造工場のデザインをそのまま採用しているケースも見られます。

グローバルスタイル株式会社 × DAIBOUCHOU | 2026年6月30日(火)
7126 東証スタンダード 小売業

質疑応答

また、素材の調達方法も異なります。一般的な百貨店や他社様は、商社や生地問屋という別の流通業者を挟み、その問屋が抱える在庫から仕入れて販売するケースが目立ちます。そのため仕入れの条件が異なり、他社様が1着分の3メートル単位で仕入れるのに対して、私どもは3万メートルといった単位で一括して仕入れます。

● DAIBOUCHOU

なるほど。大きなボリュームディスカウント（大量仕入れによる価格引き下げ）が効いているんですね。

■ グローバルスタイル 田城様

はい、私どもはかなりボリュームディスカウントを行っています。

● DAIBOUCHOU

よく分かりました。そこが大きな強みとなり、先ほどおっしゃっていた製造小売（SPA）としての生産体制や機能における優位性につながっているんですね。

そうしますと、一口にオーダースーツと言っても、注文を受けてから生産してお客様にお届けするまでの効率性が、他社とは大きく異なるということですね。

■ グローバルスタイル 田城様

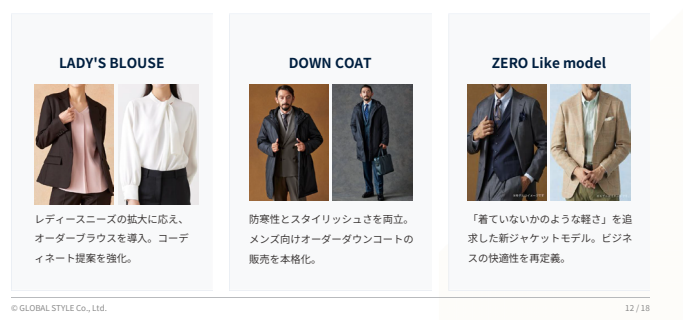
その通りです。

● DAIBOUCHOU

よく分かりました。また、新商品としてダウンコートのオーダーも始められており、業界でも非常に珍しい取り組みだと思います。こちらはどのような顧客層や需要を想定されているのでしょうか。現在の受注状況、今後の成長余地についても教えてください。

■ グローバルスタイル 田城様

新オーダー商品の展開



オーダーダウンコートにつきましては、昨年の秋に初めて投入しました。購入されているお客様は、主に当社のリピーターの方々です。ゼニアやロロ・ピアーナといったイタリアの高級素材でオーダースーツやジャケットを毎シーズン購入して下さるような、ヘビーユーザー層を中心に、現状はまだ1シーズン目ではありますが、多くのご注文をいただいている状況です。

質疑応答

今後の展開としましては、レディース分野ではオーダーブラウスやオーダーパンプス、オーダーニットなどに力を入れています。メンズ分野では、オーダースーツに次ぐ商品としてオーダードレスシャツがあります。オーダースーツが年間約2万～3万着の販売であるのに対し、ドレスシャツは年間約12万着を販売しており、多くのお客様からご注文をいただいています。さらに今月からは、半袖のオーダーポロシャツの販売も開始しました。通年で販売していく予定で、長袖もお仕立ていただけます。ジャケットに合わせやすい、襟立ちの美しいドレス仕様のポロシャツとして展開しています。

● DAIBOUCHOU

ダウンコートに限らず、スーツ以外の様々なアイテムへとオーダーの幅が広がり始めているということですね。

■グローバルスタイル 田城様

はい、商品ラインナップとして拡充を進めています。

● DAIBOUCHOU

なるほど。やはりスーツの受注が好調であるからこそ、周辺アイテムのラインナップも拡充しているということですね。よく分かりました。ダウンコートは既製品だと着ぶくれして太って見えることもありますが、オーダーであればきれいに仕上がるというメリットもあるのでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

その通りです。お客様のお好みのシルエットや丈の長さに調整できます。ここ最近ではショート丈のダウンジャケットが流行していますが、冬場にスーツやジャケットの上からそれを羽織ると、ジャケットの裾が下から出してしまうケースが多く見られます。

当社のオーダーであれば、中に着るジャケットの着丈に合わせた長さに設定できます。そのため、ジャケットの裾がすっきりとコートの中に収まります。このように、スーツやジャケットに合わせた最適なサイジングをご提供しています。

● DAIBOUCHOU

なるほど、確かにその通りですね。既製品のダウンジャケットでは着丈が足りず、中のジャケットの裾が見えてしまうという問題を、オーダーであれば防げるということですね。

■グローバルスタイル 田城様

その通りです。既製品は少し短めの丈が流行していたため、そのような現象が起きやすくなっていました。

逆に、既製品では膝丈ほどのロング丈のものはあまり市場に出回っていません。

しかし、当社のオーダーであれば、ご要望に応じて膝丈のような長い着丈に設定することも可能です。

● DAIBOUCHOU

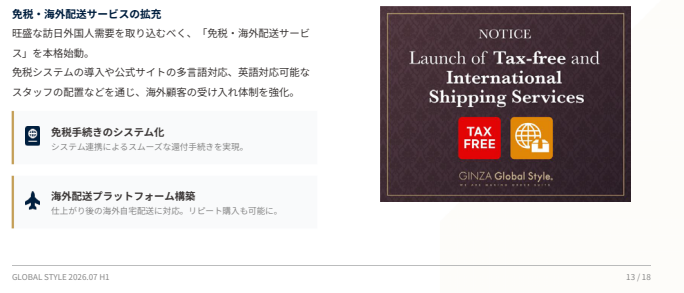
よく分かりました。

次に、インバウンド需要が非常に伸びている点について伺います。海外からのお客様は日本での滞在時間が限られていると思いますが、なぜわざわざ日本でオーダースーツを注文されるのでしょうか。

質疑応答

■グローバルスタイル 田城様

| インバウンド顧客向け施策の本格始動



特定の工場と提携した「スピード仕上げ」のラインを構築しているためです。これにより、ご注文をいただいてからおおむね10日後後の納品が可能となっています。また、ご帰国の際に免税（タックスフリー）の手続きができる体制も整えています。

もし翌日に帰国されるような場合であっても、そのまま国際配送で対応できる仕組みにしています。このような取り組みにより、都市部の店舗を中心に、滞在中の外国人のお客様からもご注文をいただけるようになっていきます。

● DAIBOUCHOU

なるほど。日本に10日以上滞在される方が東京などの店舗でオーダーされ、その間に2週間ほど他の地域を旅行して、帰国の際に受け取るというようなイメージですね。

■グローバルスタイル 田城様

そのようなイメージです。あるいは「明後日には帰国する」という場合であれば、国際配送も承っています。また、国内外の価格差も影響しています。私は仕事の関係でミラノやロンドンなどへ頻りに赴きますが、現在の日本の物価は、スーツに関しても欧米の3分の1程度にとどまります。元々このような大きな価格差があるため、そこに着目してご注文くださるお客様もいらっしゃいます。

● DAIBOUCHOU

なるほど。同じ品質のものが安く購入できる点に加え、持ち帰る場合は免税（タックスフリー）も適用できるということですね。それであれば、海外への配送コストを考慮しても、十分に安く抑えられそうな印象を受けます。

■グローバルスタイル 田城様

実はアメリカからお越しのお客様が最も多く、アメリカ向けの関税が上がりましたが、それでも配送を希望して注文される方が多くいらっしゃいます。

質疑応答

● DAIBOUCHOU

なるほど。ちなみに、英語などでの接客対応は特に問題ないのでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

英語が話せる留学経験のある社員もおりますが、対応できない社員もおります。そのため、16カ国語に対応した翻訳タブレットを店舗に導入しています。そちらを活用してやり取りを行い、補助的に接客対応をしています。

● DAIBOUCHOU

なるほど。そうすると、スーツの品質についても特に問題はなく、海外のお客様にも喜ばれているということですね。

■グローバルスタイル 田城様

私は頻繁に欧米へ赴いていますが、品質には全く問題ありません。むしろ、私どもの提携工場は非常に技術力が高く、イタリア人の技術者を招聘している工場もあるため、品質は非常に高いと考えています。

● DAIBOUCHOU

それほど価格が安くて品質が良いとなれば、今後も相当な需要が期待できそうです。

■グローバルスタイル 田城様

認知度をさらに高めていけば、ますます成長が期待できると考えています。

● DAIBOUCHOU

なるほど。それでは、現在のインバウンドによる売上比率はどの程度で、将来的にはどの程度まで拡大できる見込みでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

今期(通期)の全体で言えば、まだ1%程度で年間1億円ほど、月で言うと1,000万円といった規模にとどまっています。ただ、現在は円安の影響もあり、世界中から日本を訪れる方が非常に増えています。この状況が続くようであれば、認知度をさらに高めることで、今後まだまだ伸ばしていけると考えています。

● DAIBOUCHOU

なるほど。逆に、海外(特に需要の多いアメリカなど)にポップアップなどの形でスポット的に出店し、現地でオーダーを受け付けるといった展開は難しいのでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

全く考えていないわけではありません。ただ、現地の法律や賃料相場が国や地域によって異なるという課題に加え、何より最も解決しなければならないのは、現場で接客・販売・採寸を担う「スタイリスト」の確保や育成という点です。ここの体制をしっかりと整えておかなければ、海外への出店は難しいと考えています。

質疑応答

● DAIBOUCHOU

よく分かりました。ありがとうございます。

次に、中東情勢の緊迫化や物流コストの上昇について伺います。サプライチェーンへのリスクが懸念される状況ですが、生地調達や縫製体制への影響は出ていますでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

中東情勢の影響による物流の遅延に関しましては、イタリアをはじめとするヨーロッパから船便で生地を輸送するルートなどで、一部で少し時間がかかるといった事象は発生しています。

しかしながら、直接的な貿易取引や調達ルートへの致命的な支障には至っておらず、現在のところ、縫製体制や生地の確保そのものに対する大きな影響は出ていません。

● DAIBOUCHOU

そうですか。では、コストが上昇した際の価格転嫁の余地についてはいかがでしょう。

■グローバルスタイル 田城様

現在はユーロに対する円安が長期化している影響もあり、すでに2～3割ほどの価格見直しを行っています。広告などに掲載しているエントリー価格については据え置いています。その上の価格帯であるイタリア製生地などについては価格を改定しました。例えば、2着購入時の1着あたりの価格を4万4,000円から5万8,000円に変更するなど、コストの上昇に合わせて見直しを行っています。

しかし、そのように価格を改定した中であっても、当社のコストパフォーマンスの高さは維持できています。そのため、今後コストが上がったとしても、価格転嫁を行う余地はある程度あると考えています。

● DAIBOUCHOU

なるほど。受注した時点では、もう生地の価格は確定しているのでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

確定しています。

● DAIBOUCHOU

なるほど。それならば、受注した後に原価が上がって赤字になるといったことはないということですね。

■グローバルスタイル 田城様

はい。また、過去に円高だった時期に仕入れたイタリアの生地なども備蓄として少しあります。そういったものは、非常に有利な条件で仕入れていることになります。

● DAIBOUCHOU

わかりました。あと、第3四半期の決算と同時に、配当性向を30パーセントに引き上げるという配当方針の変更を発表されました。これは財務改善によって配当余力が大幅に増えた結果だと思いますが、今回配当性向を引き上げた目的や背景はいかがでしょうか。

質疑応答

■グローバルスタイル 田城様

当社は上場してから2026年8月でちょうど丸5年が経過しました。現在のところ、予定している売上や利益を順調に上げてきています。
財務面についてもご指摘の通りの状況にあります。そこで、より株主様への還元を強化していくために、このような新しい方針を開示しました。

● DAIBOUCHOU

なるほど。株主優待は以前から充実していますが、配当性向が10パーセント、20パーセントと若干低い水準でした。そのため、30パーセントに引き上げていただくと、配当も含めた総合的な利回りが良くなります。株主としてもありがたい変更だと感じます。

■グローバルスタイル 田城様

ありがとうございます。

● DAIBOUCHOU

今後、財務面がさらに改善していけば、もう少し配当性向を引き上げる余地もあると考えてよろしいでしょうか。

■グローバルスタイル 田城様

そのようなイメージを持っていただいて差し支えありません。

● DAIBOUCHOU

なるほど、わかりました。今回はありがとうございました。

■グローバルスタイル 田城様

ありがとうございます。

■ 終わりのあいさつ

▲フィスコ 高井

田城様、DAIBOUCHOU さん、本日はありがとうございました。
最後に、田城様と DAIBOUCHOU さんからご挨拶をいただきたいと思います。
それでは、まず田城様、お願いいたします。

■グローバルスタイル 田城様

本日はこのようなお時間をいただき、誠にありがとうございます。
今後とも、ご指摘のあった株主還元については一層の力を入れていきます。ぜひ、当社の店舗、あるいは株式についてもよろしくをお願いいたします。

▲フィスコ 高井

ありがとうございます。
DAIBOUCHOU さん、本日の対談はいかがでしたでしょうか。

● DAIBOUCHOU

そうですね。オーダースーツはややレッドオーシャン（競争が激しい市場）のようなイメージがあり、様々な企業が参入していて厳しいのではないかという印象を先にいただいていた。
しかし、お話を伺うと、生地の手入れ方法や、ユニクロのような製造小売（SPA）の体制、つまり生産と小売が一体化している仕組みを構築されています。それによって、品質の良い商品を高いコストパフォーマンスで提供できています。
また、スーツ以外の商品にカテゴリーを拡大することで、いわゆる TAM（獲得可能な最大市場規模）や商圏が非常に広がっている点も魅力的です。さらにインバウンドの拡大についても、当社の高いコストパフォーマンスを武器にできるため、ぜひこれで成長して欲しいと感じました。非常に期待したい企業です。本日はありがとうございました。

▲フィスコ 高井

ありがとうございました。
これにて対談は終了とさせていただきます。
皆様、ご視聴いただき誠にありがとうございました。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp