

## 洋服の青山、ここ一番での「勝負スーツ」となる 本格オーダースーツブランド全店導入

～創業60周年を前に、全国どこでも、  
手ごろな価格で自分好みの1着を仕立てる店舗へ～

青山商事株式会社（本社：広島県福山市／代表取締役社長：青山<sup>おさむ</sup>理）は、ここ一番での「勝負スーツ」となる本格オーダースーツブランド「Quality Order SHITATE」を新たに「洋服の青山」268店舗に導入し、10月2日（月）から順次受注を開始します。これにより「洋服の青山」全店（688店舗<sup>\*</sup>）47都道府県への導入が実現しました。<sup>\*</sup>2023年10月2日現在



WEBサイト：<https://shitate.y-aoyama.jp/>

「Quality Order SHITATE」は、スーツ入門者はもちろん、普段は既製スーツを着用する方、スーツにこだわりを持つ方でも身近に感じていただけるオーダースーツを目指して2019年10月に立ち上げました。このオーダースーツは、「1着：税込31,900円～」という既製スーツと変わらない手ごろな価格帯や最短14日間の短納期に加え、いつも利用する店舗で気軽に注文できること、またサイズやフィット感に満足できないお客様の選択肢としても好評をいただいております。

オーダースーツは、コロナ禍を経てビジネスパーソンが求めるビジネスウェアへの価値観の変化から、自分好みにカスタマイズできるとして注目されています。以前は、“スーツ＝制服”の考え方を持つお客様が多く、複数購入する方が目立っていましたが、最近の傾向は1着の質にこだわる方も増えてきました。特にスーツの着用頻度は変わり、特別な会議やプレゼン、イベントなどここ一番といったところでオーダースーツを「勝負スーツ」として選択する方も5割以上いることが調査結果<sup>\*</sup>により分かりました。このような背景から、創業60周年を前に「洋服の青山」全店（688店舗）へ「Quality Order SHITATE」の導入が実現しました。

<sup>\*</sup>参考資料【「勝負スーツ」に関するアンケート】参照



### 《本件に関するお問い合わせ先》

青山商事株式会社 東京オフィス 広報部 高橋、竹野  
〒110-0005 東京都台東区上野4-5-10 TSC TOWER 7F  
TEL:03 (5846) 5656 MAIL: [pr@aoyama-syouji.co.jp](mailto:pr@aoyama-syouji.co.jp)

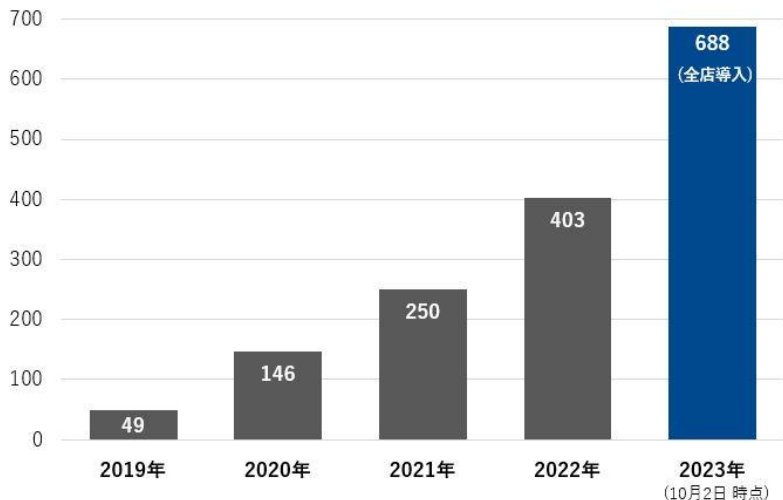
スーツに、もっと進化を。



■ オーダー導入店舗の年度別推移

年度別オーダーメイドスーツブランド「SHITATE」導入店舗数

「SHITATE」導入店舗数(単位:店)



採寸教育



オプション(座学)教育

「Quality Order SHITATE」は、2019年10月より都市部を中心とした「洋服の青山」20店舗からスタートしました。手ごろな価格帯や短納期に加えて「洋服の青山」の店内に設けた受注コーナーで気軽にオーダースーツが注文できる利用環境や、教育をしっかりと受けた販売員によるきめ細やかな提案が受け入れられ着実に導入店舗数を増やしてきました。初回に店舗でオーダースーツを注文すると、次回以降は来店しなくてもスマートフォンやパソコンを使って、いつでも・どこでも、気軽に注文できる環境も支持されている理由の一つです。

今回全店導入に至るまでに約4年という歳月を要した理由は、オーダースーツにふさわしい接客力を身に着けるための人材教育に十分な時間をかけているからです。オーダースーツは、既製スーツよりも採寸箇所が多くなる上に、生地やボタンといったディテールも自分好みで選べるだけに、販売員の提案力やヒアリング力が必要になります。それらのノウハウを全スタッフ、同じレベルまで引き上げるために、研修などで時間をかけ接客力を強化し続けた結果、全店への展開に繋がりました。

■ 「Quality Order SHITATE」概要



【オーダースーツ概要】

価格 税込 31,900 円 ~ 税込 109,890 円  
 生地数 常時 200 種類以上  
 スタイル 2 種類 (ベーシック/スリム)  
 サイズ 全 60 サイズ YA1 (身長 150cm/ウエスト 68cm) ~  
 K10 (身長 195cm/ウエスト 127cm)  
 納期 最短 14 日間 (時期により変動)

※記載の情報はリリース発表時のものです。

スーツに、もっと進化を。



■教育担当者コメント

営業部 小野一樹（おのかずき）



オーダースーツは周知の通り、現物商品がないものを販売員とお客様が一緒に作り上げていきます。それぞれのお客様にフィットした商品に仕上がることがオーダーの魅力であり、当然そのためには販売員の知識やスキルが必要となります。反対に、それができないままサービスを行っても、お客様に満足いただくことはできず、顧客離れにもつながります。

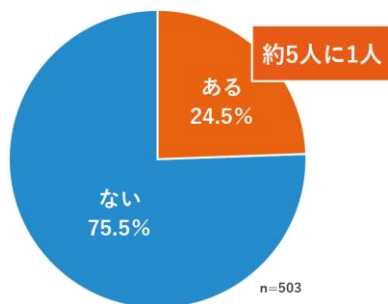
そこで既製スーツで、培ってきた接客スキルを最大限に活かしながら、既製と違う点やオーダーならではの接客ポイントを中心に教育を行ってきました。加えて弊社内には、2016年から展開しているオーダー専門店「ユニバーサルランゲージ メジャーズ」の存在があり、オーダー専門店ならではの知識やスキルについても社内で共有できる環境も大きな存在でした。「洋服の青山」は、様々な目的のお客様がご来店されますので、ニーズを聞きながら販売員の知識やスキルを活かしオーダースーツの魅力を発信していきます。

<参考資料>

■「勝負スーツ」に関するアンケート

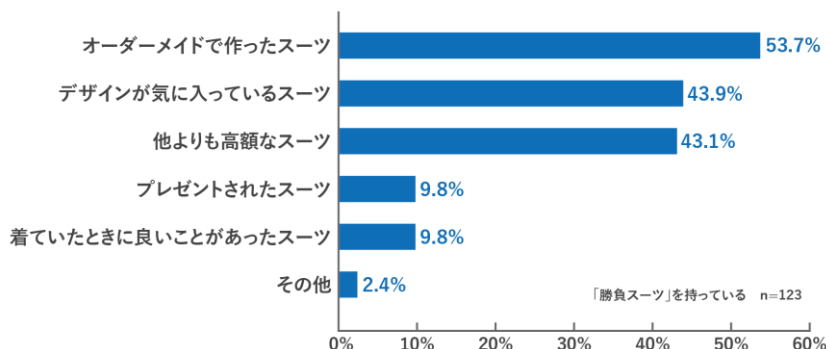
| 【調査概要】 |                               |
|--------|-------------------------------|
| 調査名    | 勝負スーツに関する調査                   |
| 調査対象   | 全国、男性・女性、20代～50代、月1回以上スーツを着る方 |
| サンプル数  | 503 サンプル                      |
| 調査期間   | 2022年8月9日（火）～8月19日（金）         |
| 調査機関   | オリコン・モニターリサーチ                 |
| 調査方法   | インターネット                       |

Q. あなたには、重要な打ち合わせで着ることが多い「勝負スーツ」がありますか



重要な打ち合わせに着ていく「勝負スーツ」を持っているか尋ねたところ、24.5%が「ある」と回答しました。4人に1人は重要な打ち合わせのときに着る「勝負スーツ」を持っているという結果でした。

Q. 「勝負スーツ」は、次のどれに当てはまりますか



「勝負スーツ」について、持っている「勝負スーツ」は次のどれに最も当てはまるかを聞いてみました。53.7%と半数以上が「オーダーメイドで作ったスーツ」を「勝負スーツ」にしているようです。