



YAMAKI

72期・73期・74期

(2023年度・2024年度・2025年度)

中 期 経 営 計 画

[FAN FUN 150]

2 0 2 3 年 5 月 1 5 日

1	山喜グループの概要	P-3	3	部門別方針の概要	P-16
1-1	変わらぬ理念	P-4	3-1	営業事業部の売上高・収益計画	P-17
1-2	76年の歩みと今後	P-5	3-2	卸売型（専門店・量販店・アパレル・セレクト）の基本方針	P-18
1-3	72期（2023年度）の組織体制と今後	P-6	3-3	直販型事業（百貨店・量販店のドレス売場）の基本方針	P-19
1-4	国内事業拠点の現状と今後	P-7	3-4	直販型事業（ネット販売店）の基本方針	P-20
1-5	海外事業拠点と協力工場の現状と今後	P-8	3-5	生産事業部の売上高・収益計画	P-21
2	中期経営計画の概要	P-9	3-6	生産事業部の基本方針	P-22
2-1	中期経営計画の基本方針	P-10	3-7	人事総務部・経理部・情報システム部の基本方針	P-23
2-2	メンズ&レディースのシャツ市場規模と課題	P-11			
2-3	メンズシャツのポジショニングと方針	P-12			
2-4	連結損益計算書計画（年度別）	P-13			
2-5	連結貸借対照表計画（年度別）	P-14			
2-6	連結キャッシュ・フロー計算書計画（年度別）	P-15			

1 山喜グループの概要





「YAMAKIのY」と、「白鳥（SWAN）の飛立つ姿」を重ね合わせてデザインされたYAMAKIコーポレート・マークには、様々なシャツを通して、多種多様な人達で結ばれた山喜が、永遠に成長し続けて欲しいという願いが込められています

社 是

“最大の企業たらんより、最良の企業たれ”

経営理念（企業の使命）

我社は、服飾美の創造によって、より豊かな生活文化の向上に貢献します

我社は、顧客をはじめとした、我社に係る全ての人々の繁栄と幸福に寄与します

行動理念（企業責任）

CREATIVE（創造）

常に豊かな感性を持ち、大胆な発想の転換を試み、次の世代を作る創造的プロセスに挑みます

SERVICE（最善のサービス）

新しい商品の開発を通して、消費者とのより良いコミュニケーションを計り、新たな生活提案をもって最善のサービスを提供します

INFORMATION（情報）

常に時代の変化に対応し、すべての情報を有機的に結合させるトータルマーケティングシステムを作ります

HUMANITY（人間尊重）

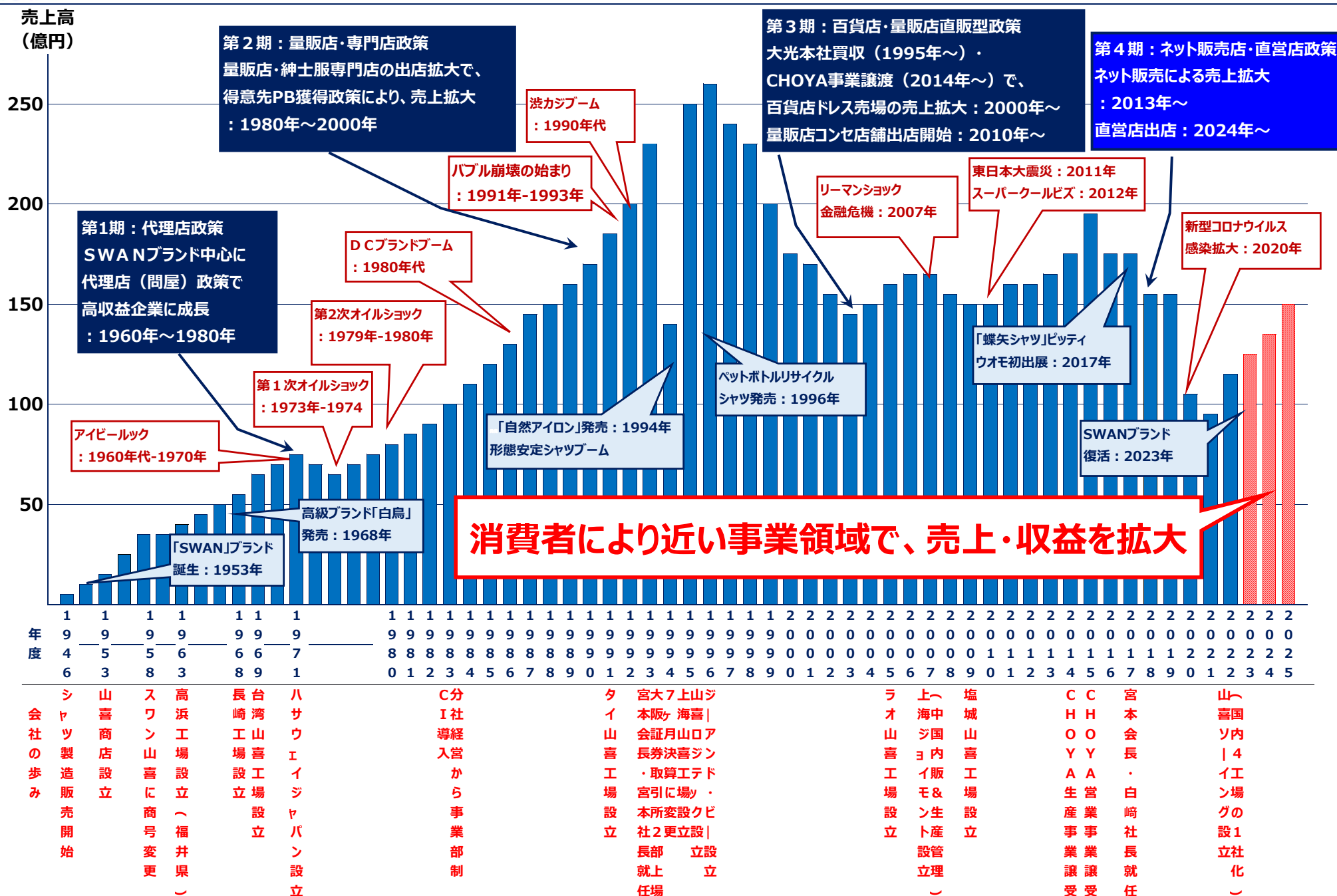
人間性の尊重とは、個性と独自性を育て、人間としてのよろこびと働き甲斐を創造し、生活の向上に努めるものでなければならない

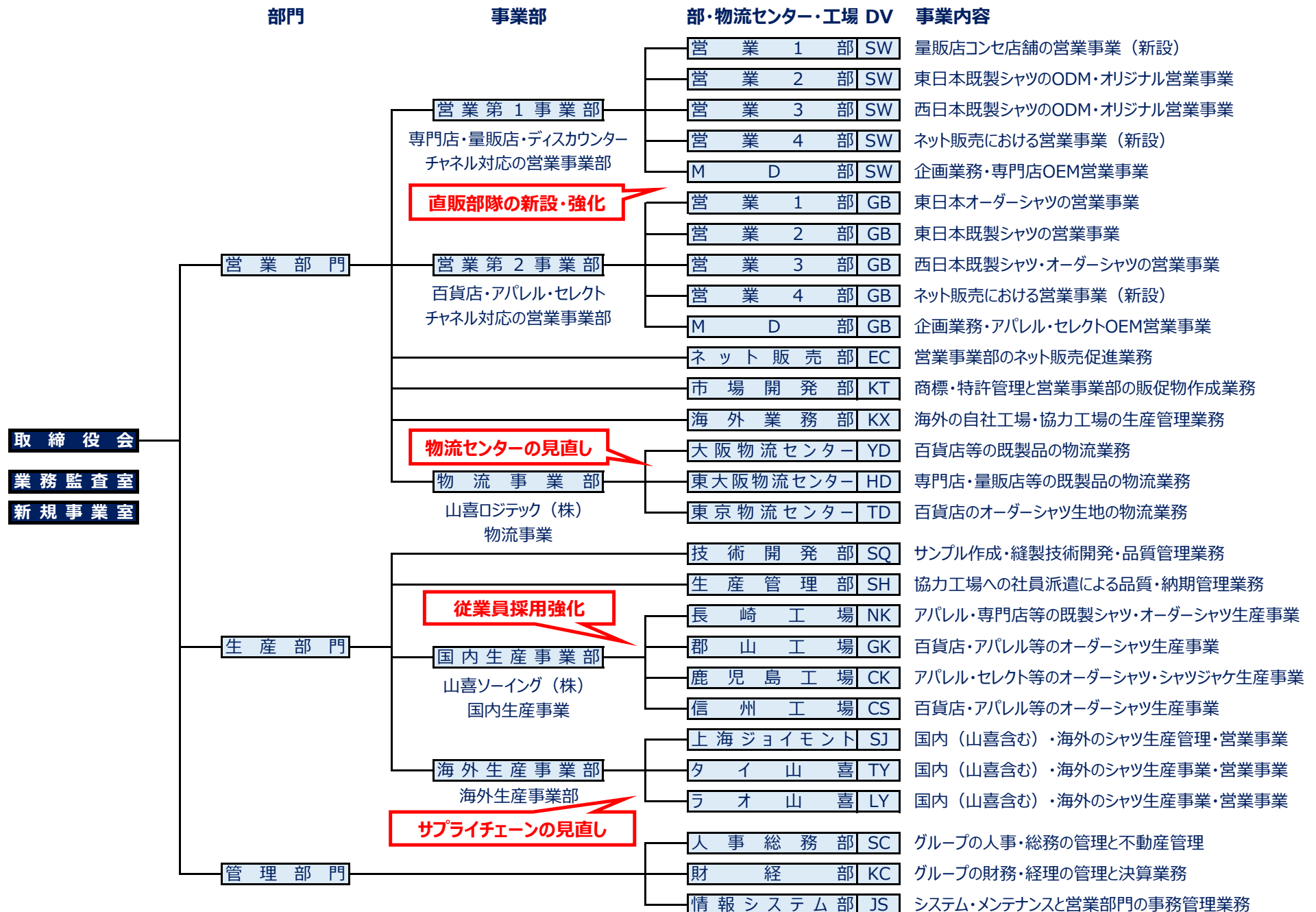
ABILITY（能力開発）

“人間としての平等” “能力の公平な評価”のもとに、個人の能力が効果的に発揮できる環境を作り、能力の開発に努めます

MANAGEMENT（経営）

合理的、且つ効果的な経営管理により、企業の収益構造を確立し、最良の企業への道に向かって歩みつづけます





1-4 山喜グループ：国内事業拠点の現状と今後



1-5 山喜グループ：海外事業拠点と協力工場の現状と今後



2 中期経営計画の概要



起こりうる 業界の変化

- ・ 価値観の多様化：SDG'sネイティブ、ジェンダーフリー、本物志向、働き方改革、カジュアル化、オンリーワン
⇒ 大量生産、大量消費の限界
- ・ 技術革新：AI・5G・DX等 ⇒ データ分析・自動化
- ・ 購買行動：リアル店舗の減少、衣料品売場の縮小、リユース ⇒ ネット市場の拡大

◆74期（2025年度）の目指すべき姿

1) お客様（最終消費者）に対する

直接型の売上を拡大する

- ・ ネット事業の売上拡大（既製&オーダー）
- ・ 百貨店ドレス売場での1社化・ショップ化
- ・ 量販店コンセ売場の多店舗化
- ・ 都心での直営店舗

2) 販売する商材をお客様にわかり易く伝える

- ・ ブランドを絞り、アイデンティティの統一
- ・ 型紙の統一
- ・ 商品呼称の統一
- ・ カテゴリー別のサイズの統一
- ・ オウンドメディア（SNS・LINEなど）の活用
- ・ 採寸データの収集とフィードバック

3) 営業部門の粗利益率35%目標

- ・ 販路の見直し・再整備
- ・ 付加価値商品の開発
- ・ 直営店の開発・出店

FANFUN150

（スローガン）

- ・ お客様にシャツを選んで頂く楽しさ（FUN）
- ・ お客様がシャツの袖を通す喜び（FUN）
- ・ 楽しさ（FUN）をご提供することで、山喜の
新規顧客（FAN）を150倍に増やすこと
- ・ シャツの広がり創造する楽しさ（FUN）
- ・ お客様の生活文化の向上に
貢献できる楽しさ（FUN）
- ・ お客様の幸せな笑顔を感じる楽しさ（FUN）
- ・ 楽しさ（FUN）を追及することで、売上高
150億円を達成し、生活を豊かにすること

◆中期経営計画の基本方針

1) オリジナルブランドの構築

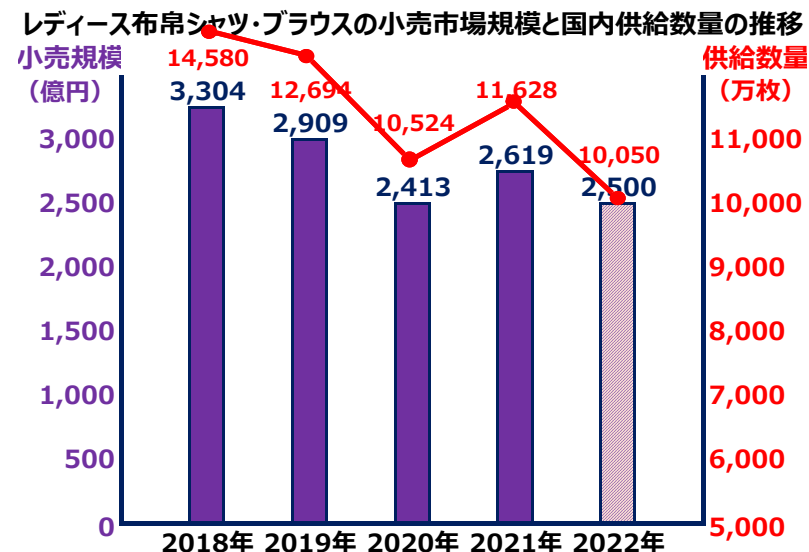
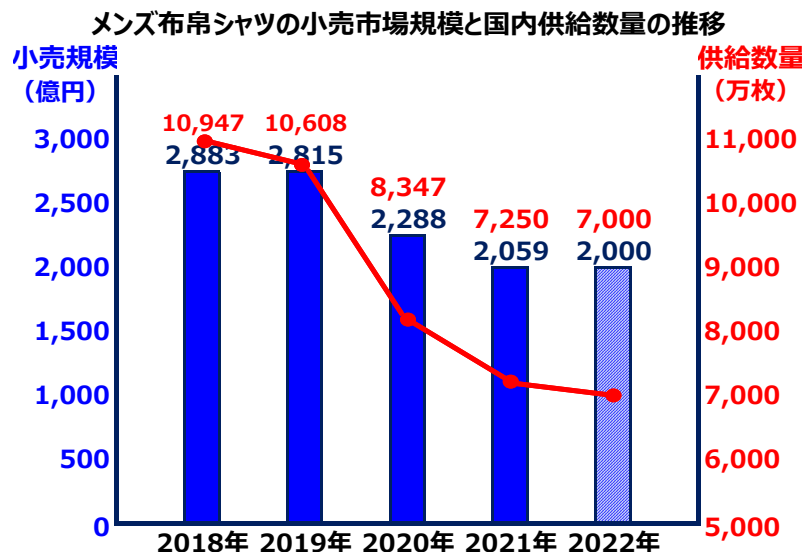
- ・ SWANブランドの復活と
メンズ&レディースでの展開に挑戦
- ・ CHOYAブランドのブランディングと
コーナー化・1社化・ショップ化

2) BtoCの強化による収益アップ

- ・ 3年後のネット売上高16億円・
自社サイト会員数8万人を目指す
- ・ SWANブランド売場・CHOYAブランド売場との
オムニチャネル化
- ・ SWANブランド売場・CHOYAブランド売場の
収益改善

3) ドレス・カジュアル・レディース・ユニフォームの 新商品開発と売上拡大

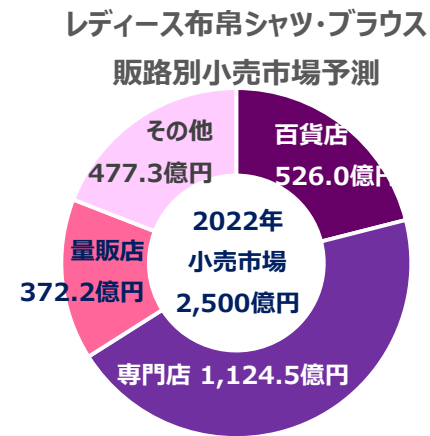
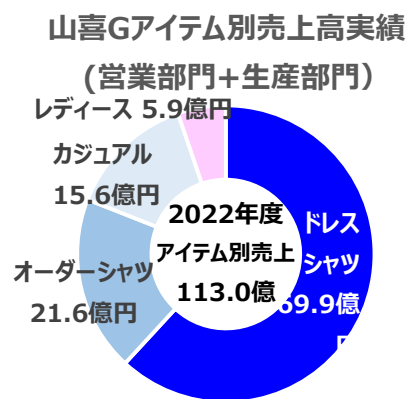
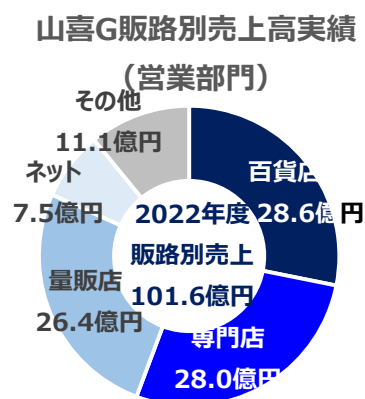
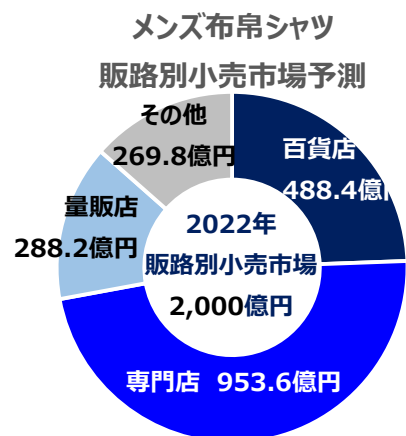
- ・ 新商品開発の機能強化
- ・ OEM受注型営業からODM提案型営業への転換
- ・ 新規得意先の開拓



※メンズ布帛シャツの小売市場規模約2,000億円に対して、山喜小売市場規模200億円（山喜売上100億円の倍）は10%のシェア

※メンズ布帛シャツ販路別小売市場の中でも専門店販路のシェアが低く、オリジナルでの直営店展開・ODM受注での売上拡大が今後の課題

※レディース布帛シャツ・ブラウス小売市場規模2,500億円に対して、山喜小売市場規模12億円（山喜売上6億円の倍）は0.5%に過ぎない

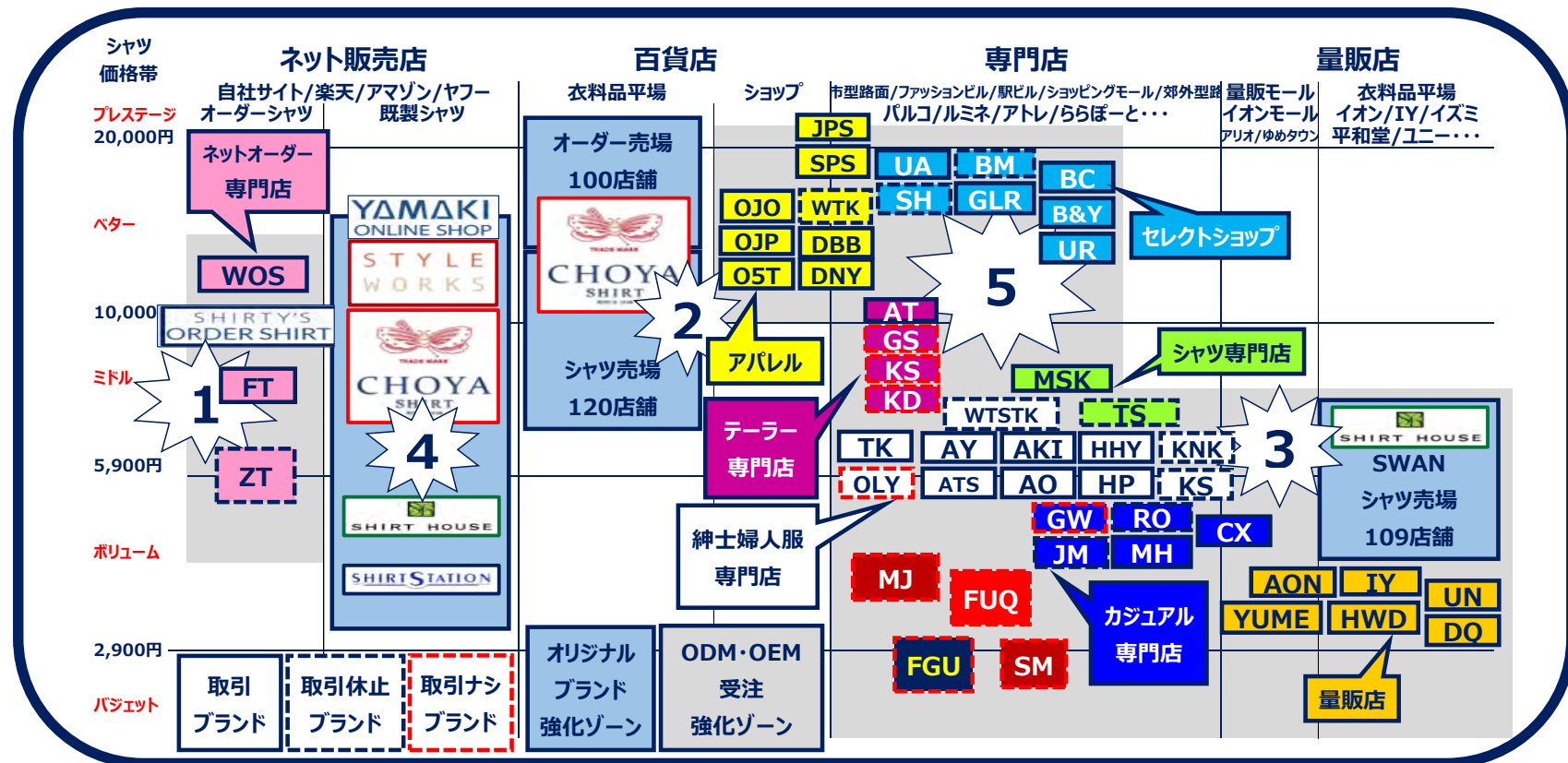


山喜
グループ

消費者により近い事業領域での、売上・収益拡大

消費者

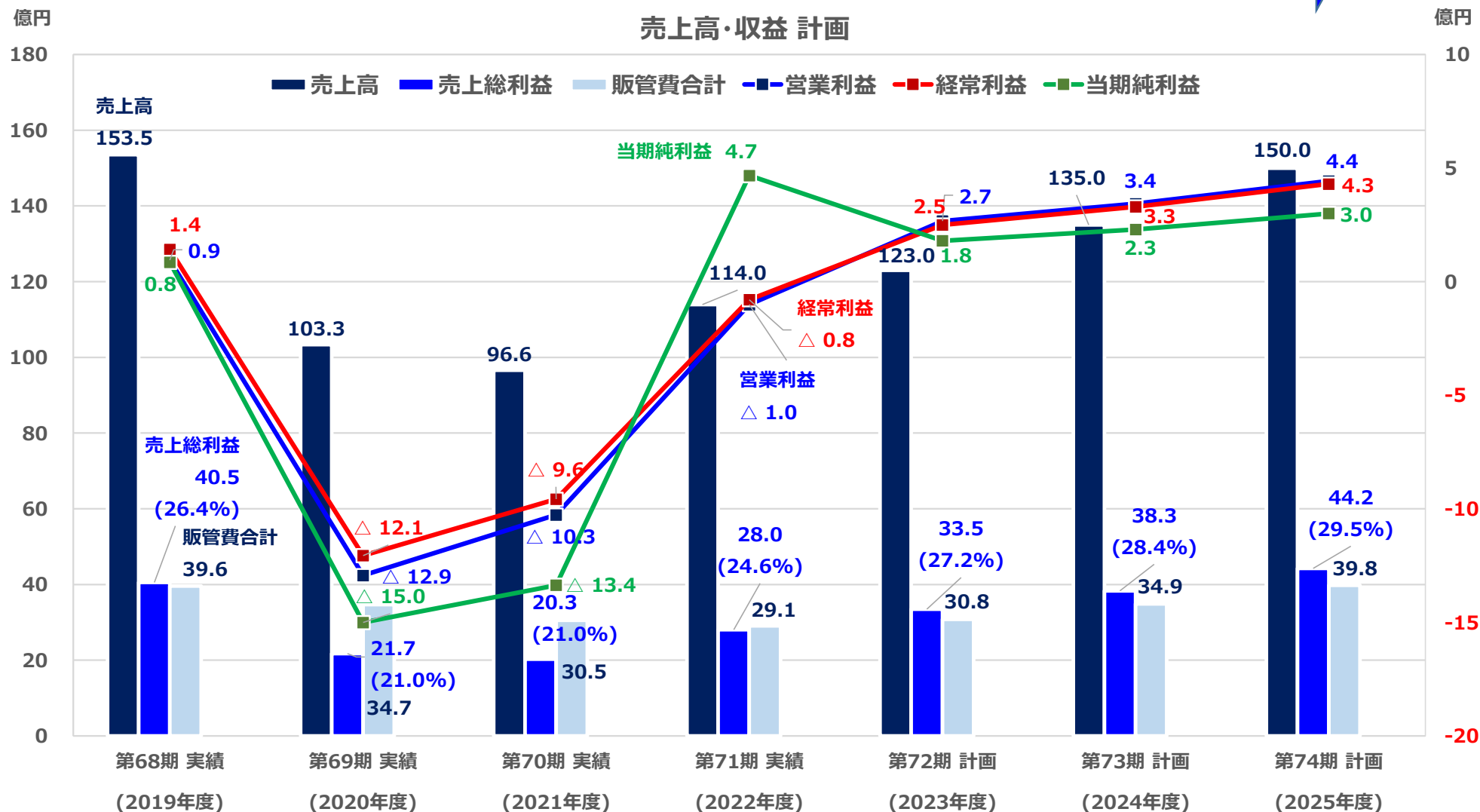
1. オーダーシャツ事業：得意先との連携含めて、マスカスタマイゼーションの展開
2. 百貨店ドレス事業：「CHOYA SHIRT SALON」のメンズ&レディースのオーダーシャツ・既製シャツ・ブラウス等のトップス中心の直営店を都心ファッションビルで展開
3. 量販店ドレス事業：「SWAN SHIRT HOUSE」のメンズ&レディースの既製シャツ・ブラウス等のトップス中心の直営店を駅ビル・量販モールで展開
4. ネット事業：2.3.で展開する直営店シャツ事業との連携強化で、更に売上拡大
5. ODM・OEM事業：①カジュアル化に伴い、メンズ&レディースのトップス提案力の強化
②国内外の素材開発・生産枠確保による供給サイドの強化
③上記①②の強化による新商品開発提案等により、各事業領域での受注拡大

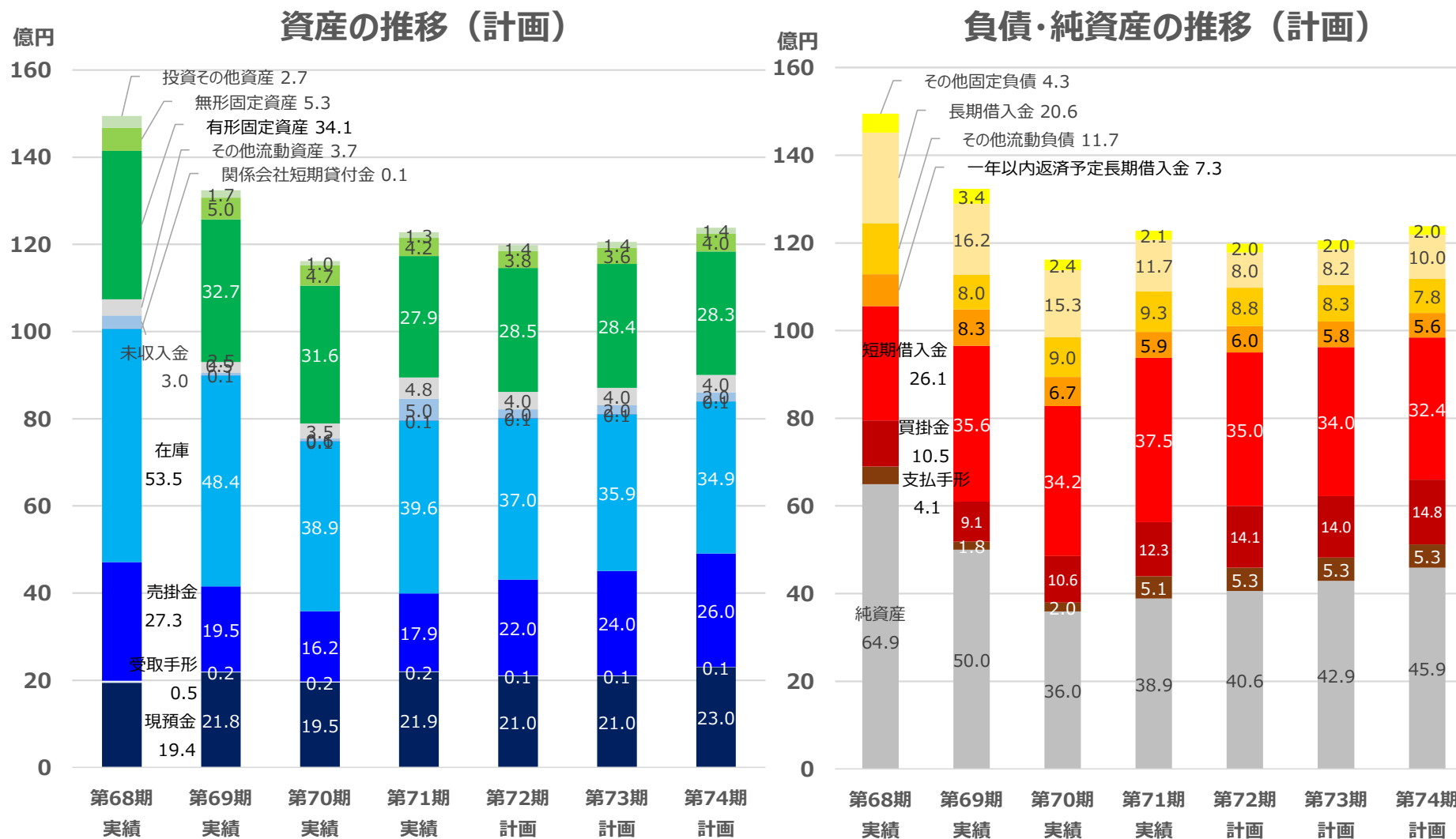


2-4 中期経営計画：連結売上高・収益計画（年度別）

P-13

百貨店シャツコーナー・量販店コンセ店舗・ネット販売など、消費者により近い事業領域で、お客様に直接販売する事で、売上・粗利益・粗利益率の拡大を図り、収益拡大に繋げていく





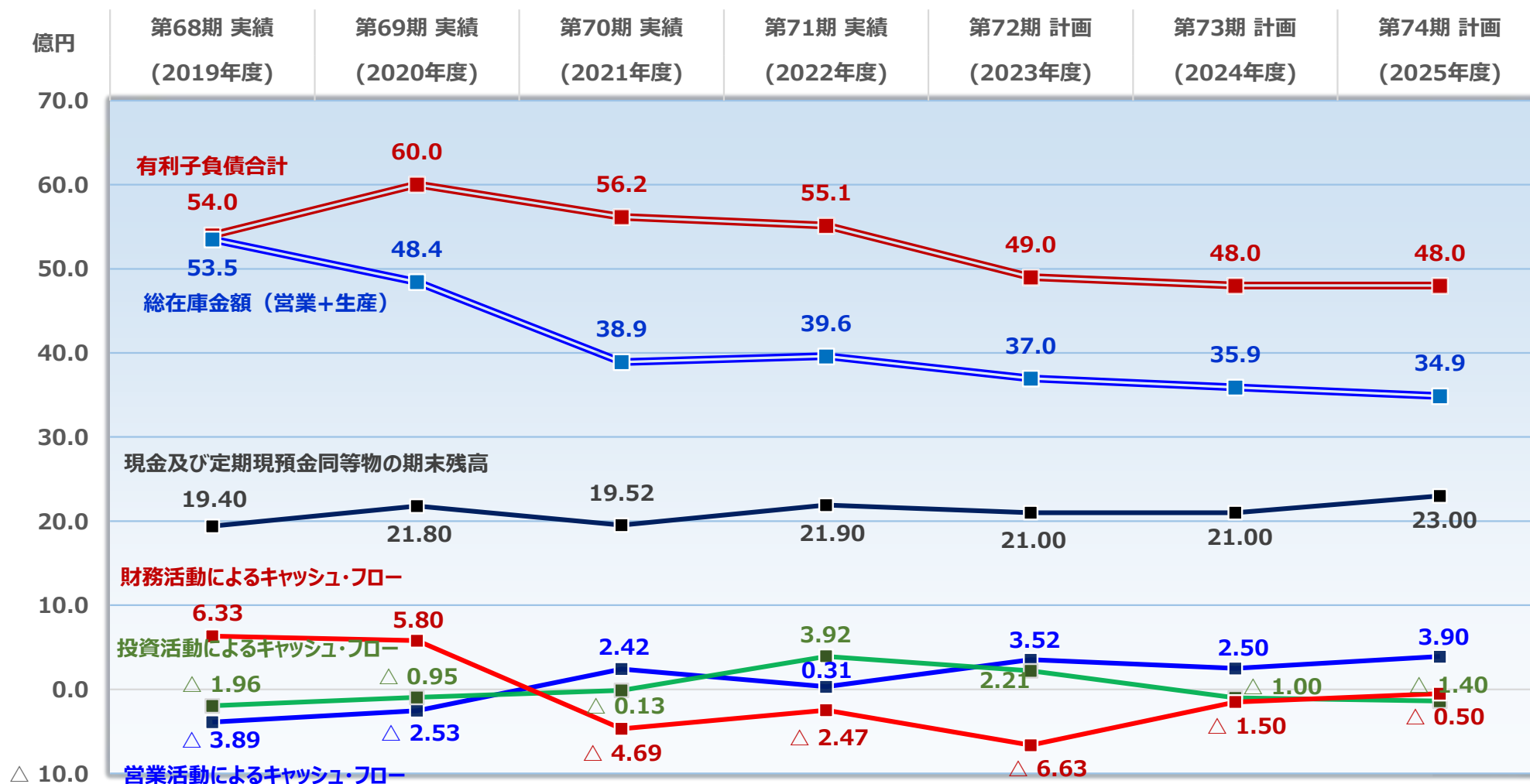
収益向上・在庫削減を進めながら、有利子負債の圧縮を図る

期	第68期 実績 (千円)	第69期 実績 (千円)	第70期 実績 (千円)	第71期 実績 (千円)	第72期 計画 (千円)	第73期 計画 (千円)	第74期 計画 (千円)
有利子負債合計	5,399,189	6,001,719	5,617,237	5,512,799	4,900,000	4,800,000	4,800,000

収益向上・在庫削減を進めながら、有利子負債の圧縮を図る

期	第68期 実績 (千円)	第69期 実績 (千円)	第70期 実績 (千円)	第71期 実績 (千円)	第72期 計画 (千円)	第73期 計画 (千円)	第74期 計画 (千円)
有利子負債合計	5,399,189	6,001,719	5,617,237	5,512,799	4,900,000	4,800,000	4,800,000

キャッシュ・フロー・総在庫金額・有利子負債の推移（計画）

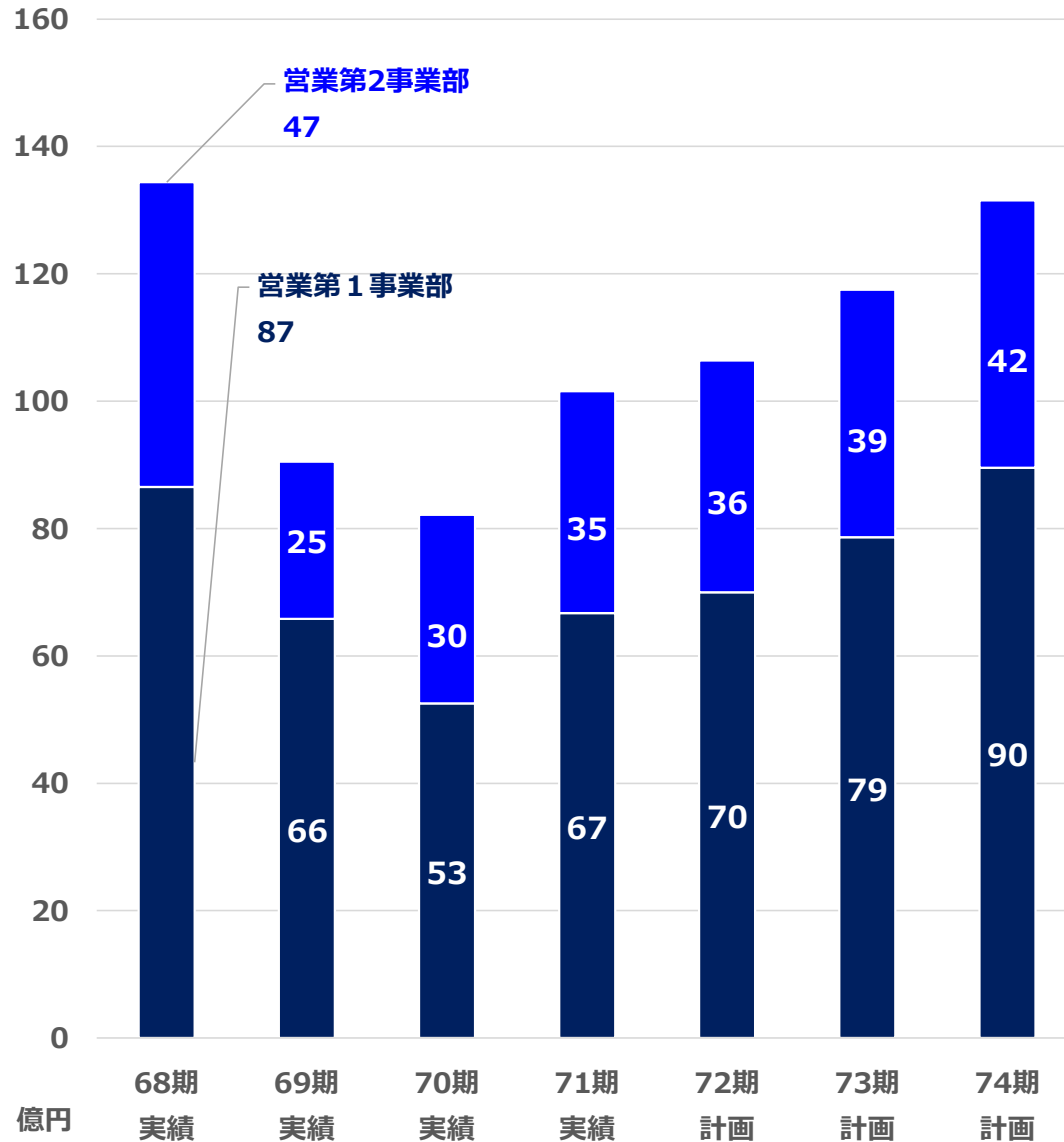


3 部門別方針の概要

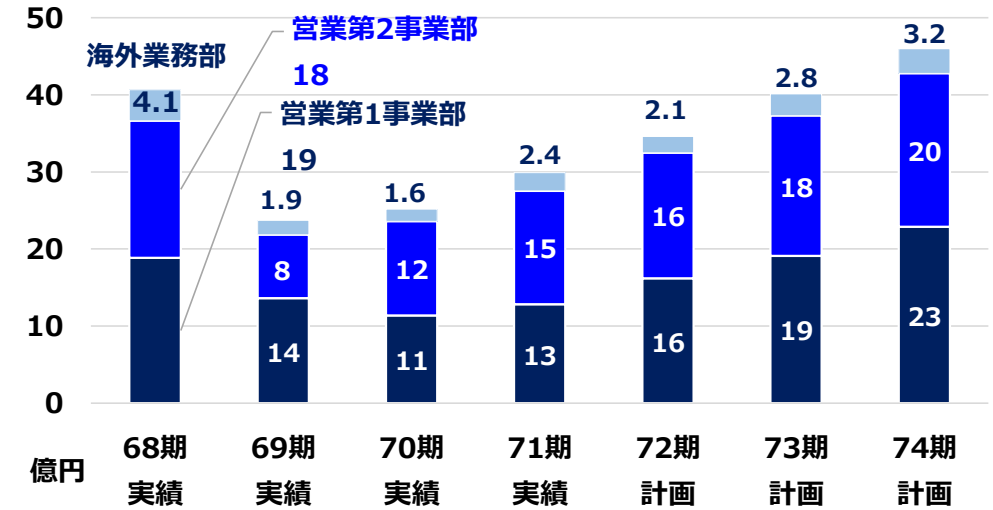


3-1 営業部門：営業事業部の売上高・収益計画

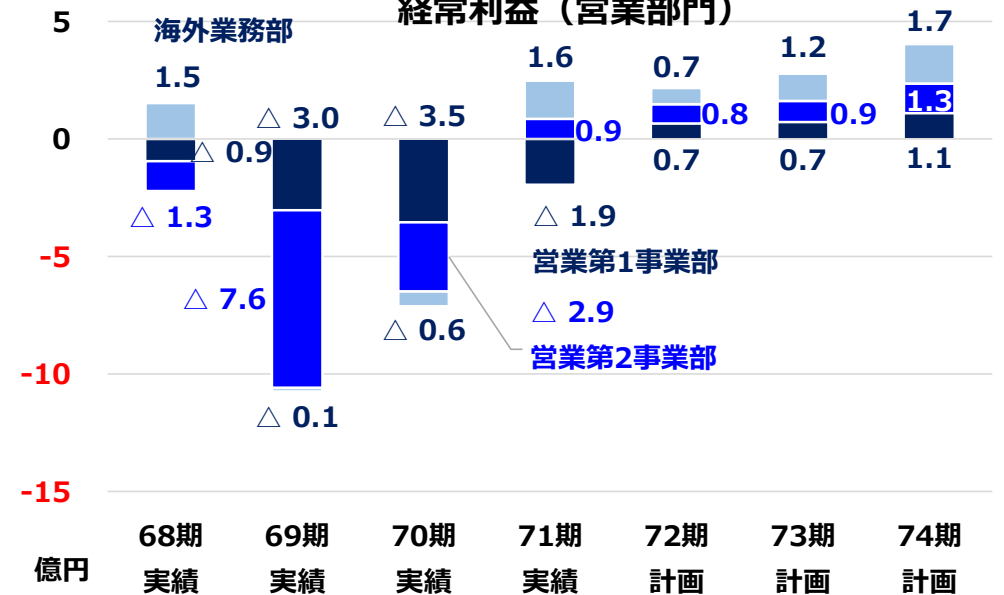
売上高（営業部門）



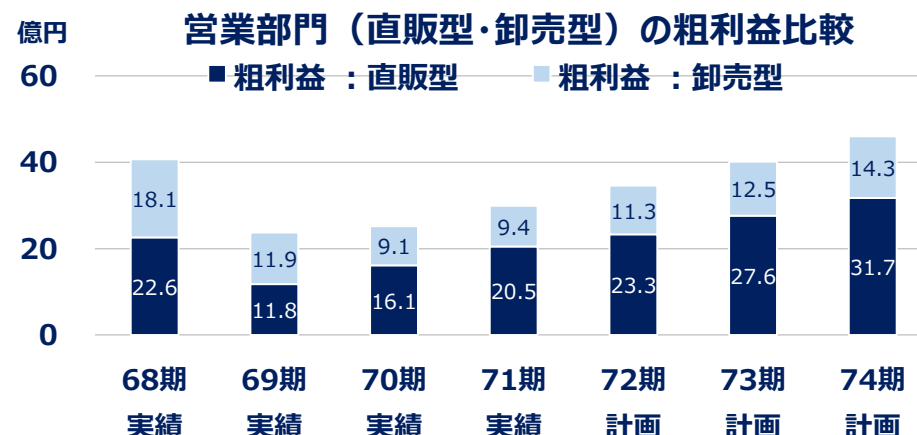
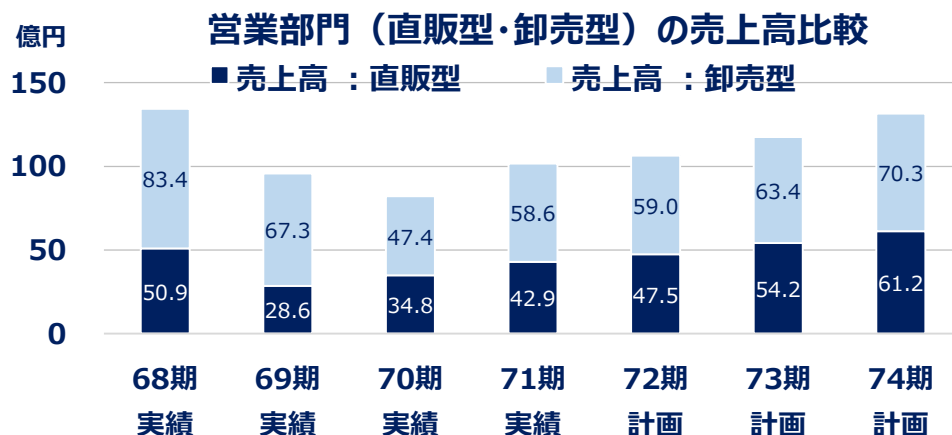
粗利益（営業部門）



経常利益（営業部門）

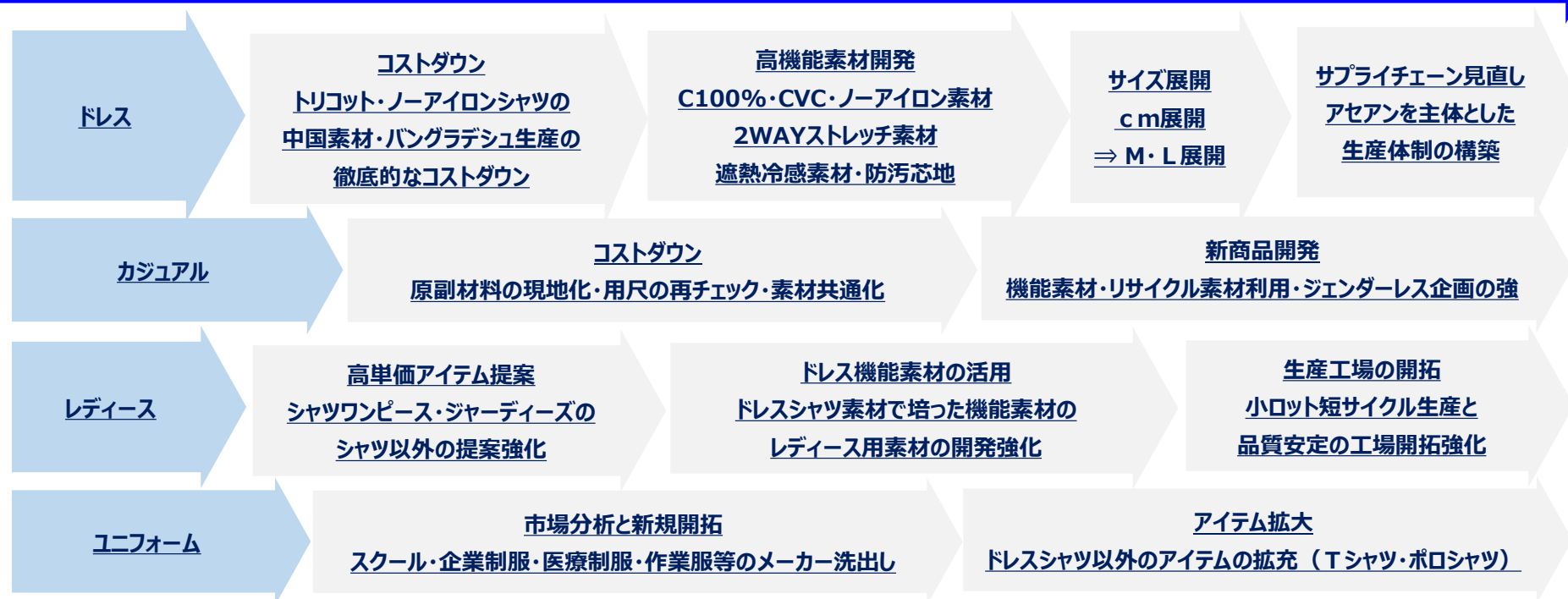


3-2 営業部門：卸売型（専門店・量販店・アパレル・セレクト）の基本方針



卸売型方針：（専門店・量販店・アパレル・セレクト）

ドレス・カジュアル・レディース・ユニフォームの差別化商品の開発を強化し、専門店・量販店・アパレル・セレクトなどで売上拡大



3-3 営業部門：直販型事業（百貨店・量販店）の基本方針

直販型方針：（百貨店ドレス・オーダー売場・量販店ドレス売場・ネット販売店）

オリジナルブランドの構築・B to C強化による収益アップで、売上高・粗利益を拡大し、全社の収益を改善・向上していく

SWANブランド

コンセプト

30歳～40歳のファミリー層ターゲットの
ボリュームゾーンで、ビジカジコンセプト

コンセ店舗で拡大

トリコットニット・コーディネートアイテムとして、シャツ
ジャケット・ジレ・ネクタイのアイテムも強化

レディースシャツブラウス展開

直営店展開まではネット販売店
中心で企画・販売強化

コンセ事業・ネット 事業・直営店事業 での収益拡大

直販型店舗にの拡大

量販店コンセ3年後に167店舗目標
直営店3年後に4店舗展開目標

ネット販売事業

好調のトリコットシャツの拡大
カジュアル・レディースのアイテム拡充

SHIRT HOUSEカセット販売

展開パターン別営業政策で、
既存得意先へのカセット販売スタート

CHOYAブランド

メンズ&レディースの拡がり

メンズ&レディースの既製シャツ・
シャツブラウス・オーダーシャツの展開

カジュアル化の拡がり

メンズシャツジャケット・レディースシャツワンピース・
カットソー・ニットアイテムの企画・生産にもチャレンジ

シャツ生地でのアイテムの拡がり

パジャマ・トランクス・エプロン・
トートバック・クッションカバー等

コーナー化・1社化・ SHOP化の収益拡大

取引条件の改定

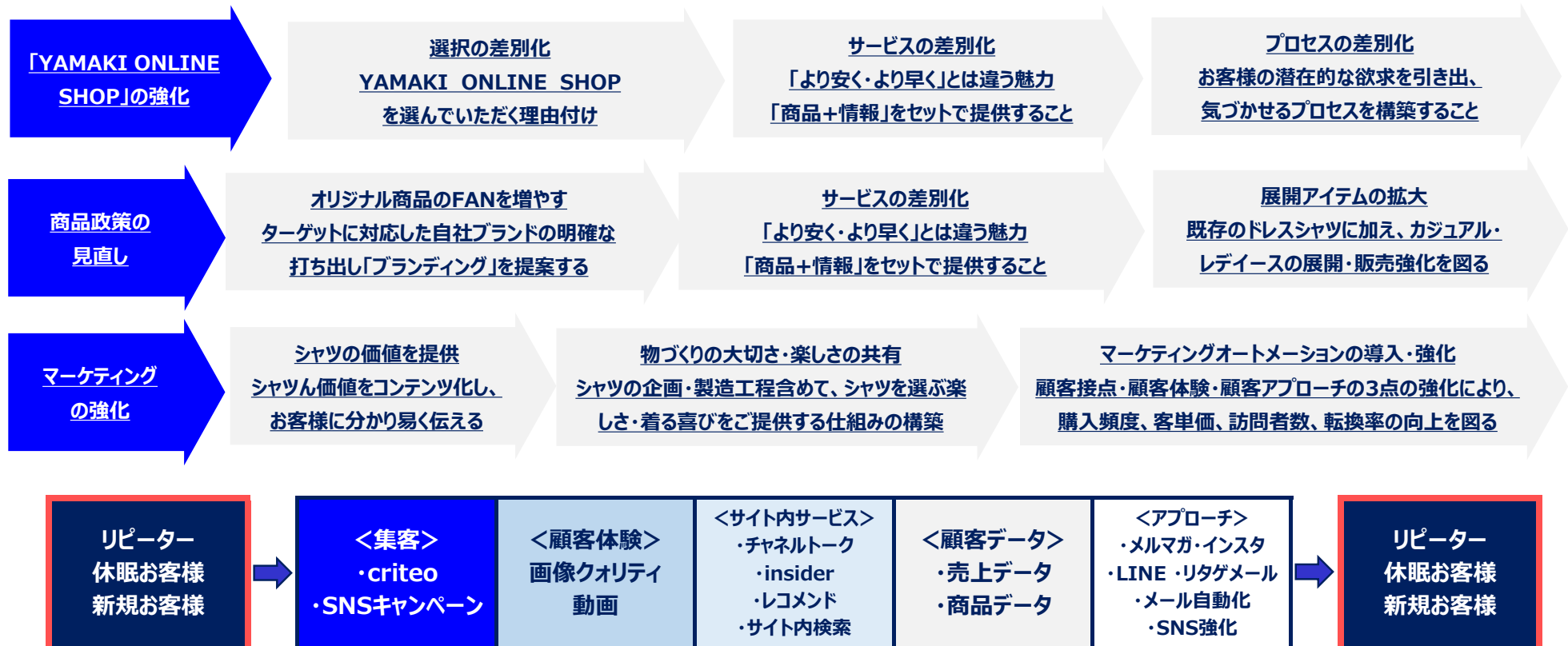
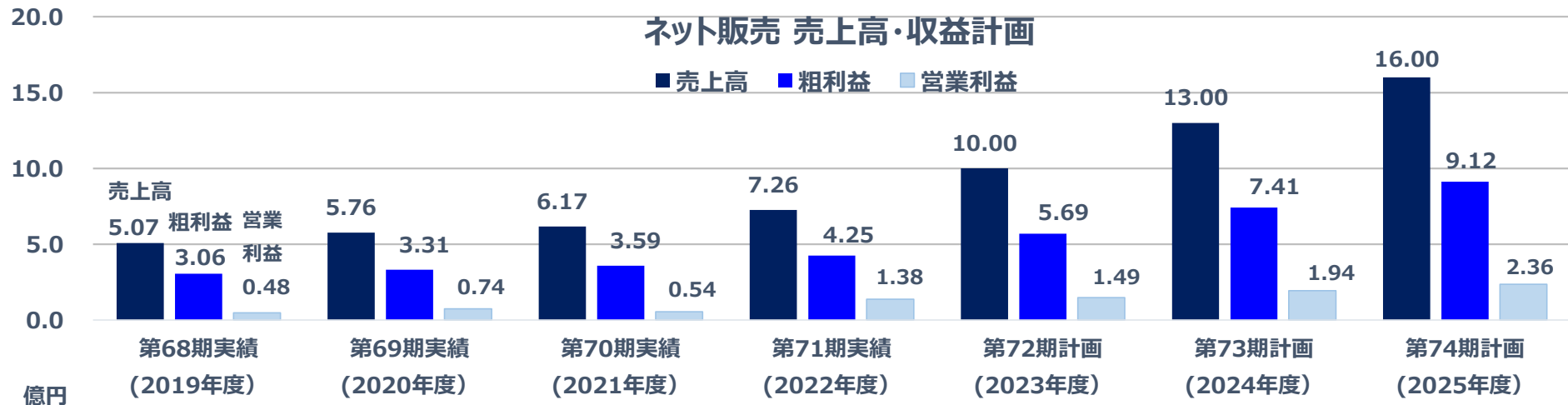
消化取引への移行含め
取引条件の改定（掛率・販売員）

シェアアップ

CHOYAブランドのコーナー化・
1社化・SHOP化でのシェアアップを図る

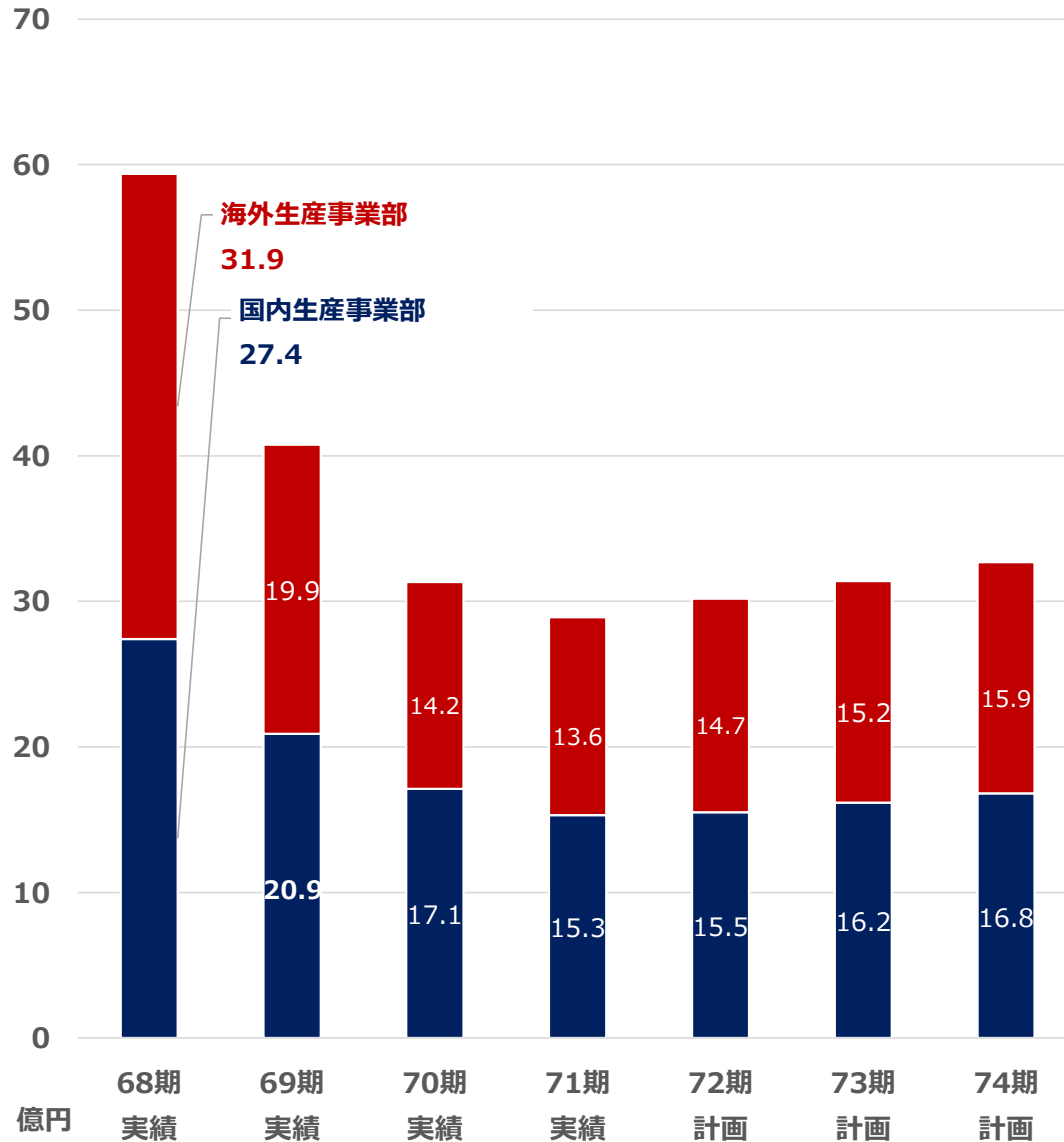
直営店出店

カジュアル化によるシャツ売場提案と
3年後に直営店の出店を計画

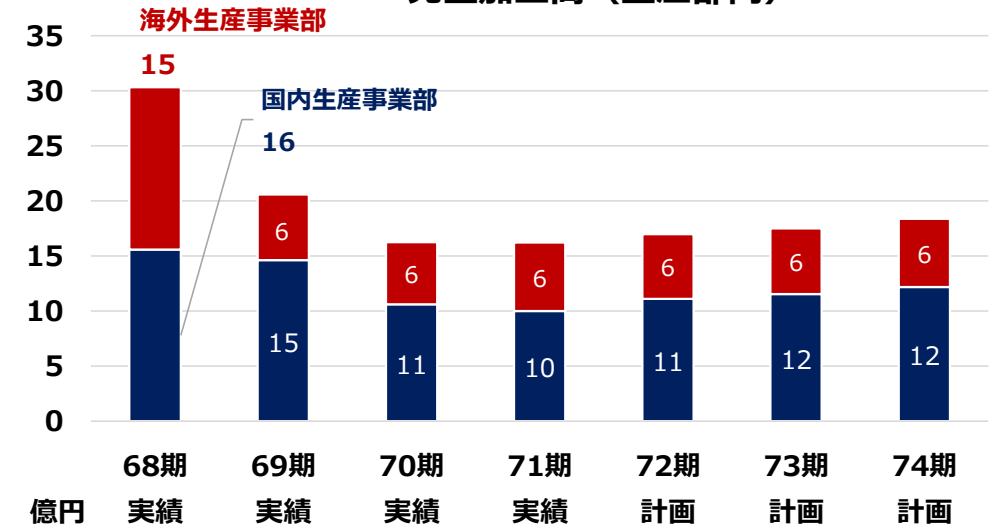


3-5 生産部門：生産事業部の売上高・収益計画

売上高（生産部門）



売上加工高（生産部門）



経常利益（生産部門）

