

Press Release

東京ソワール新ブランド「TOKYO SOIR」発売2か月計画比165%達成 累計355着突破、70店舗から210店舗展開へ

レディースフォーマルウェアを展開する株式会社東京ソワール（本社：東京都中央区、代表取締役社長：小泉純一）は、2025年10月にデビューした新ブランド「TOKYO SOIR（トウキョウソワール）」が、発売2か月間（10月～11月末）で売上計画比165%、累計販売数355着を突破したことをお知らせします。



【アフターコロナにおける葬儀スタイルの変化】

コロナ禍を契機に家族葬の広がりが加速し、葬儀全体の約5割を家族葬が占めるようになりました。株式会社鎌倉新書の2024年の調査※によると

家族葬50.0%（前回比-5.7%）
一般葬30.1%（前回比+4.2%）
一日葬10.2%
直葬・火葬式9.6%

※出典：株式会社鎌倉新書「第6回お葬式に関する全国調査（2024年）」調査期間：2024年3月1日～3月4日
有効回答数：2,000件

ところがアフターコロナとなった昨年以降は、一般葬が再び増加傾向にあります。家族葬から一般葬へ切り替えた方の声として、「家族葬後に参列者以外の弔問客が後を絶たず、自宅での対応や香典返しへの準備に手間がかかったため、一度で済ませたいと考え一般葬を選んだ」という理由が挙げられています。

当社調査※では、「冠婚葬祭の式は『大切な日』である」という認識を持つ方が92.4%にのぼりました。（n=122）

コロナ禍による葬儀スタイルの簡略化を経て、アフターコロナでの意識変化がうかがえます。

一般葬となると、家族以外の周囲の目も意識し、「きちんとした装い」であることが求められる一方で、「自分に似合い、納得できるものを着たい」「品質が良く、長く着られるものを選びたい」という声が高まっています。

こうしたニーズに応えるため、TOKYO SOIRでは『アンサンブル、ワンピース、パンツスーツ』の3つのスタイルで、フォーマルのスタンダードを提案しています。

大切な想いの、すぐそばに。

Copyright TOKYO SOIR CO., LTD. All Rights Reserved.

【発売2か月間の実績】

(2025年10月1日～11月30日)

●売上計画比 165%達成

●累計販売数 355着突破

●アイテム別構成比
アンサンブル60.2%
ワンピース22.6%
パンツスーツ17.3%

●購入者の年代別構成比
50代以上が約7割を占め、20代から60代
以上まで幅広い層に支持されています。
20代5.3%
30代9.8%
40代16.6%
50代35.6%
60代以上32.5%

●購入者の声

- ・「デザインがシンプルで飽きがこない」
- ・「生地が軽く着心地が良い」
- ・「家庭洗濯できる点が良い」
- ・「シルエットがきれい」
- ・「年齢を問わず長く着られそうで、価格もちょうどいい」
- ・「喪主としても着られるので、こういうものが欲しかった」

●ブランド選択理由

76%が「冠婚葬祭の場にふさわしいブランドや品質の商品を選びたい」という理由で、当ブランドを選択。（n=100）

●改善点

今回の取り組みでは、素材背景や生地数量を踏まえ、店頭販売構成比の高い9号～15号を中心にサイズ展開を行いました。

その結果、主要顧客層への提案精度を高めると同時に、7号および17号サイズを求めるお客様の声が明確に見えてきました。

これらの反響は、今後のサイズ設計や商品企画を検討するうえでの重要な示唆となっており、より幅広い体型ニーズに応えるための改善ポイントとして次回以降に活かしていきます。

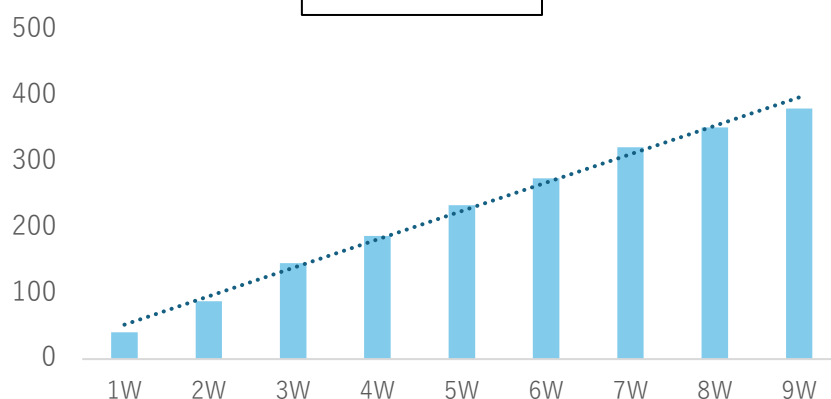
●東京ソワールのイメージについて

- ・東京ソワールなら間違いないという安心感がある
- ・マナーやコーディネート相談ができる

といったご意見が寄せられました。

※当社店頭アンケート 調査期間：2025年10月1日～10月31日、有効回答数：122件

累計販売着数



【TOKYO SOIRの特徴】

「普遍性：誰からも失礼に見られないスタンダードなデザイン」

「汎用性：季節・シーン問わず多用途に対応」

「安心感：迷わず選べる安心の一着」

「機能性：着やすい、お手入れ簡単」

- ・一人で着脱できる前開きファスナー仕様
- ・体型変化を考慮したパターン設計で長く着用
- ・フォーマル特有の高度な縫製/プレス技術
- ・家庭洗濯可能



【今後の展開】

- ・26年春～6型展開・約210店舗に拡大。
- ・26年秋冬～8型展開を予定。
- ・全国の百貨店・量販店・直営店form forma（フォルムフォルマ）・ECで展開。

●企画担当者の声

「発売初速計画比165%という好調な手応えを踏まえ、普遍性と心地良さを大切にしたモノ作りにさらに磨きをかけてまいります。東京ソワールを指名して下さるお客様を増やし、まだ知らない方にもファンになっていただけるよう、丁寧に想いを届けてまいります。」

当社は、「大切な想いのすぐそばに」の理念のもと、ブラックフォーマルのスタンダードを定義する という使命を掲げ、お客様のニーズに応える商品開発を続けています。

さらに、フォーマル知識に精通した販売員による接客を通じ、全国でのブランド浸透をより一層進めてまいります。

本ブランドは、特別に岡本健デザイン事務所がアートディレクションからブランディングまでを一貫して手がけています。

当事務所の岡本健氏、飯塚大和氏協力のもと、特設サイトの開設、販促デザイン、ブランドイメージ動画の制作など、ブランドディレクションを多面的に展開し、企業価値向上と認知拡大を推進してまいります。

特設サイト : <https://soir.jp/tokyosoir/products>

Instagramアカウント : <https://x.gd/ZAvWm>