



 FABRIC TOKYO

森 雄一郎

株式会社FABRIC TOKYO
代表取締役CEO

学生時代にファッションメディアを立ち上げ、ファッション
ビジネスの世界へ。

デザイナーズ不動産賃貸「ソーシャルアパートメント」の創
業期と、フリマアプリ「メルカリ」の創業期でスタートアッ
プ立ち上げを経験。

株式会社FABRIC TOKYO（旧ライフスタイルデザイン）の
創業者。自身が洋服のサイズに困っていた経験から、2014年
2月にカスタムオーダーサービス「FABRIC TOKYO（旧
LaFabric）」をリリース。



三嶋 憲一郎

株式会社FABRIC TOKYO
取締役COO

1985年生まれ、神奈川県出身。

上智大学卒業後、国内最大手会計事務所にて、金融機関の米国会計基準による監査に従事。2015年9月にFABRIC TOKYOへ参画。

2016年に執行役員CFO就任、2017年7月経営・財務戦略担当、および取締役に就任。

著書「リテール・デジタルトランスフォーメーション - D2C戦略が小売を変革する」。2021年7月より現職。



OUR COMPANY



会社名	株式会社FABRIC TOKYO
設立	2012年4月
代表者	代表取締役CEO 森 雄一郎
本社所在地	東京都渋谷区神宮前2丁目34-17 住友不動産原宿ビル 4F
資本金	5,000万円（資本準備金含む）※減資済み
累計調達額	約33.5億円
従業員数	正社員113名（業務委託・アルバイト除く）（2022年1月時点）
旧社名	株式会社ライフスタイルデザイン（2018年3月社名変更）
企業HP	https://corp.fabric-tokyo.com/
公式サイト	https://fabric-tokyo.com/

OUR MISSION



LIFESTYLE DESIGN for ALL

誰もが自分らしいライフスタイルを
自由にデザインできるオープンな社会をつくる

OUR VISION

CUSTOM WEAR for ALL

カスタムウェアの民主化を通じて、
服を、人生を、この世界をもっと楽しく

OUR STORY

FABRIC TOKYOのはじまりは、
創業者の森が抱えていたサイズ選びの悩みからでした。

FABRICの語源は「構築する」
TOKYOの象徴は「ダイバーシティ＝多様性」

FABRIC TOKYOは”自分らしさをかたちにする”ことに挑戦していきます。

すべての始まりは、創業者である森が長年感じていた
腕の長さによるスーツとシャツのサイズ選びの難しさの悩みからでした。
街のテーラーは若者には敷居があまりにも高く、価格も高すぎました。

FABRIC TOKYOはそんな背景から生まれました。

誰にでも開かれたインターネットで間口を広げ、
自社で製品をデザイン・企画し、中間流通を省きお客さまに直接届けることで、
より高品質でデザイン性の高いオーダースーツを低価格で届けることができます。

ブランドコンセプトは「Fit Your Life」。
サイズだけでなく生き方や価値観にフィットする、
そんな自分らしいビジネスウェアを提供していきます。

正解や不正解はなく、その違いが多様性であり自分らしさであると信じています。
あなたの自分らしさ。FABRIC TOKYOで、かたちにしてみてください。



OUR BRAND

FABRIC TOKYO

コンセプトは、Fit Your Life.

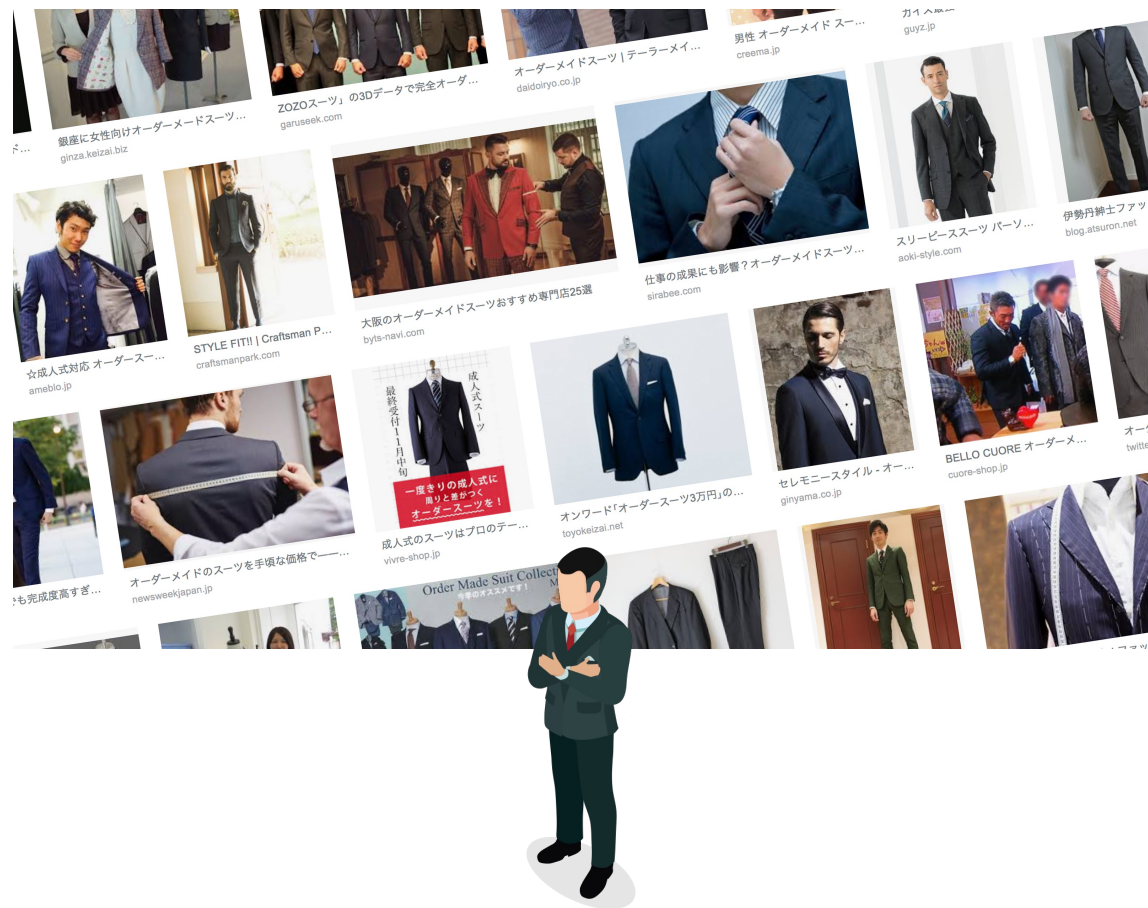
体型だけでなく、ライフスタイルにフィットする
デジタルネイティブ・アパレルブランド。



FABRIC TOKYOはこんなお客さまに向き合っています

オーダースーツに持つイメージは...

- ✕ 価格が高くて手が届かなさそう
- ✕ 敷居が高くて抵抗感がある
- もっと手軽に買えるなら自分も試してみたい

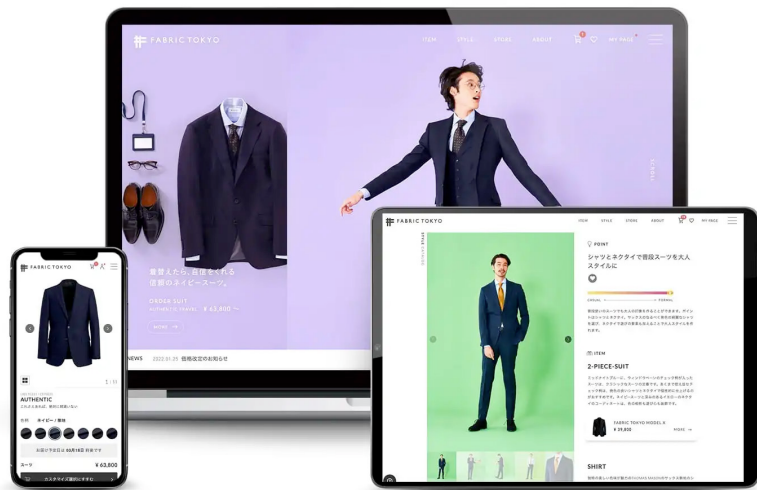


目指すはVISIONである「カスタムウェアの民主化」

サービスの特徴

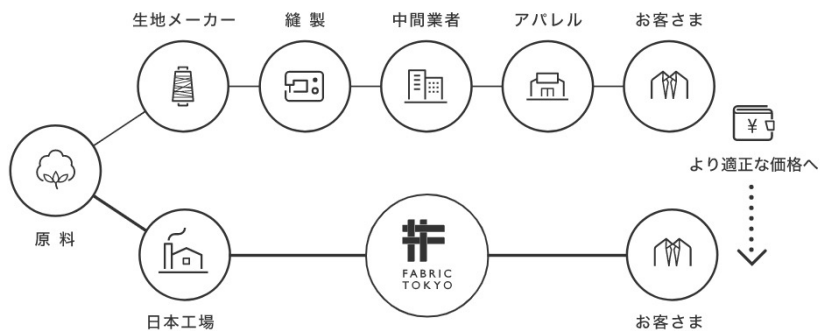
01

オーダービジネスウェアを
いつでもどこでも購入可能に



02

いつも適正価格で
商品を提供



03

現代のライフスタイルに合わせた
ビジネスウェアをご提案



数字で見るFABRIC TOKYO

会員登録数

120K

顧客平均年齢

※業界最年少

32 YEARS OLD

店舗数

※内ポップアップストア4つ

14 STORES

スーツ販売数

※2022年1月実績、対前年比

180%

既存顧客満足度

90% OVER

NEW BRAND

女性の「働く」を応援する、新ブランド「INCEIN」開始。

Every choice,
always proud.

自ら紡いだ選択が、誇りとなる

2021年9月より、女性の「働く」を応援するワークウェアを提供するレディースアパレルブランド「INCEIN（インセイン）」の運営を開始。

元パリコレブランドデザイナーによるこだわり抜いたデザインを自分仕様にカスタマイズし、購入できるカスタムオーダーウェアをサステナブルな生産方式で提供。



NEW BRAND

カスタマイズという「選択」を紡いで作る、自分だけのウェア

面倒な来店採寸は必要なし。自分の好みに合わせて、EC上で気軽にカスタマイズ＆オーダー。

渋谷にあるショールームで3Dスキャンによる自動採寸を提供。実際に商品の試着やスタイリングをアドバイス。



- 一流デザイナーによるこだわり抜いたデザインを自分仕様にカスタマイズ。
- オーダーワンピースを25,000円～提供。
- ワンピースの他に、ジャケット、パンツ、コート、ブラウス等ラインナップを続タリリリース。



- ECサイトでの購買を前提としたUXを提供。
- 実店舗型3Dスキャンを活用し、サイズデータを保存。その他店舗で取得する趣味趣向などのパーソナルデータを活用。
- 一人ひとりにパーソナライズされたUXを実現。



- 無駄なものを作らない、というオーダーのサステナブルさと、環境配慮した生地を展開。
- 売上の1%を女性の活躍支援団体への寄付を行うなど、環境だけでなくダイバーシティにも貢献。

FABRIC TOKYOのビジネスモデル = D2C

D2C ?

D2C = Direct to Consumer

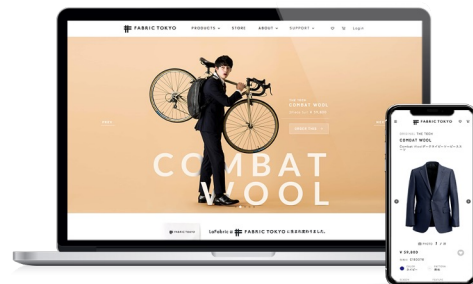
- ・ 自らがメーカーであり、オリジナルブランドを持つ
- ・ 自社の製品を直接顧客に販売するモデルである
- ・ テック企業の手法をふんだんに用いる
- ・ 顧客との高純度な直接コミュニケーションが武器となる
- ・ 顧客との距離が最も近いブランド

⇒D2Cスタートアップは「もの売りの皮を被ったテックカンパニーである」

What's D2C ?



STORE



WEB



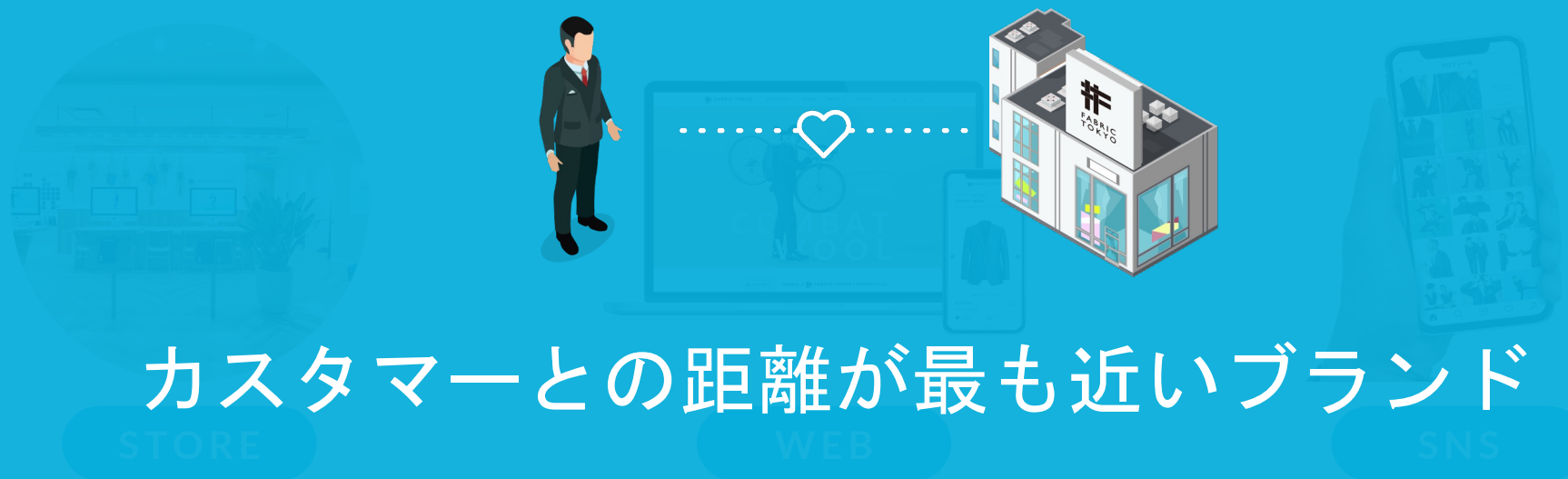
SNS

複数のチャネルで直接カスタマーと接点を持てる

What's D2C?

D2C

Direct to Consumer



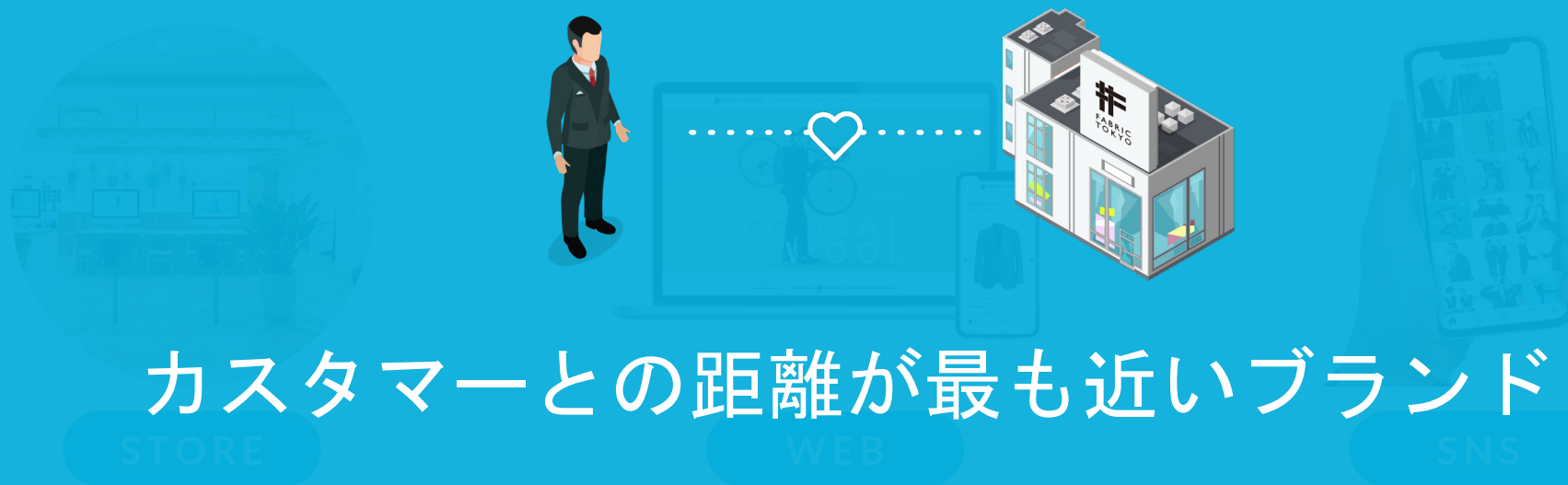
カスタマーとの距離が最も近いブランド

複数のチャネルで直接カスタマーと接点を持てる

What's D2C?

D2C

Direct to Consumer



カスタマーとの距離が最も近いブランド

ブランドビジョンの伝達

ダイレクトな魅力訴求

顧客データ分析・改善

複数のチャネルで直接カスタマーと接点を持てる

顧客・生活者との接点づくり

ブラックフライデーをホワイトにする、“WHITE FRIDAY”キャンペーン

アパレル業界が抱える「商品化されず、行き場のない生地在庫」問題を解決するために企画

2018年の初開催時、限定20着の販売数に対して、4日間で約20,000件を超えるご応募をいただく結果に



あらゆる性別の人にメンズスーツをオーダーいただけるイベント

きっかけは、「女性だけど、メンズスーツが着たい」というお客さまの声

2019年8月の初開催時、対象店舗となる表参道店の予約数（約60件）が3日間で満員となる結果に



2022 SPRING

Men's Suit For ALL GENDER

全ての性別の人のための、メンズスーツ採寸イベント

2022 / 2 / 19 sat , 3 / 9 wed

名古屋 神戸 天神 同時開催

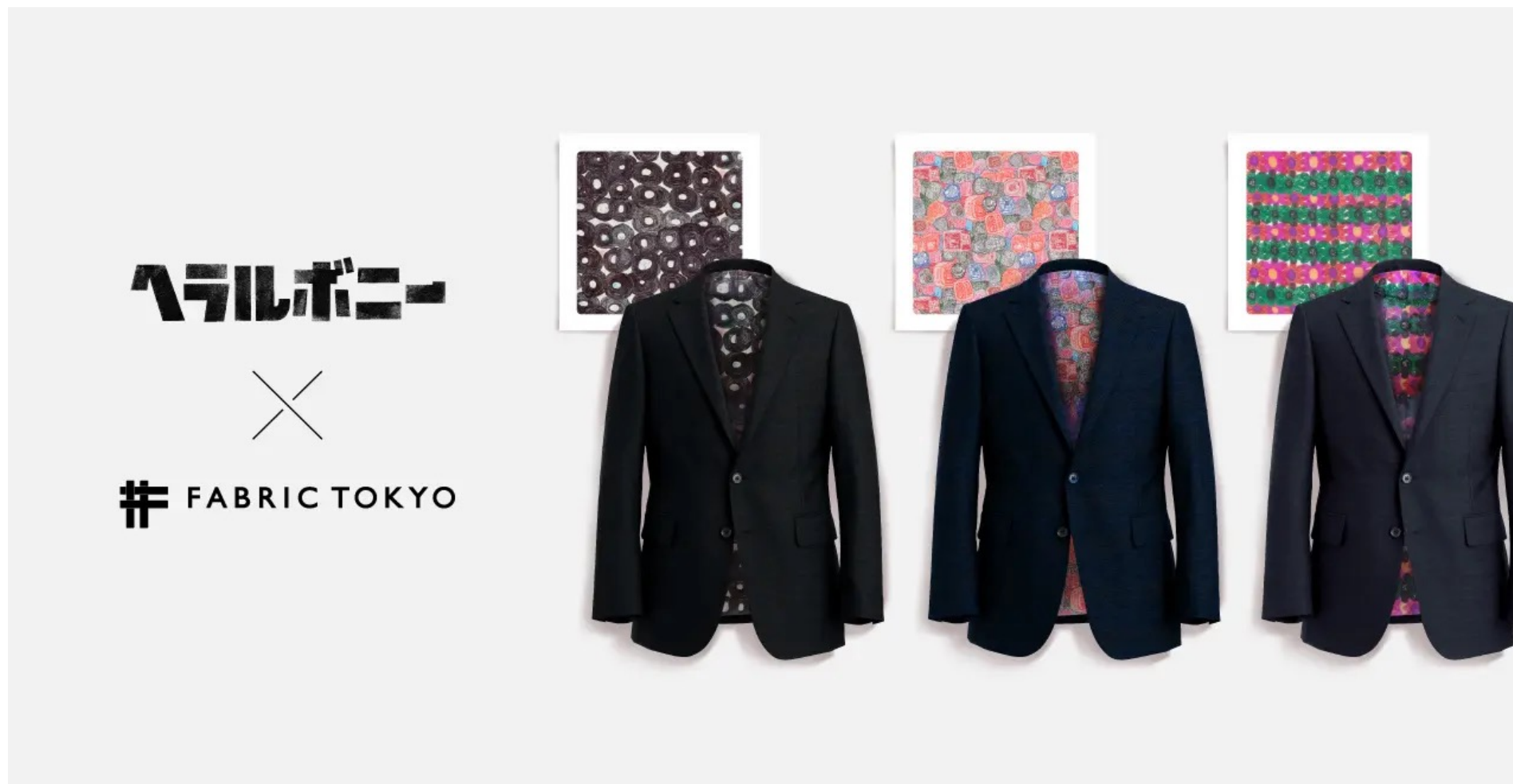
オールジェンダーストア（FABRIC TOKYO 渋谷MODI）

性別だけでなく、身体的障害を持つ方でも楽しんでいただける「オール・インクルーシブ」な店舗の実現を目指し
パラアイスホッケー銀メダリスト 上原大祐氏 監修の元、渋谷モディ店をリニューアル



コラボレーション企画

知的障害のあるアーティストの作品を世に送り出す福祉実験ユニット「ヘラルボニー」とコラボ
3名の作家によるアートを裏地に使用したジャケットを制作、渋谷モディ店にて先行予約受付中（6月～発売予定）



2022年1月、ロイヤルティプログラムをプレローンチ

購入金額に応じたランクアップではなく、
お届けしたアイテムの着用チェックやアンケート回答、LINE連携など、アクションベースでランクアップ

STAGE

1 / 4

まずはオーダーメイドを楽しんで！
スターターステージ

ステージアップ条件

✓ 会員登録をする



	STAGE ① スターター	STAGE ② レギュラー	STAGE ③ リーダー	STAGE ④ イノベーター
ポイント還元率	1%	1%	2%	3%
限定クーポン		✓	✓	✓
サポート料金優待 (2022年3月～)			✓	✓
提携サービス優待 (2022年3月～)			✓	✓
先行受注会招待 (2022年6月～)			✓	✓
パーソナルコーディネート (2022年6月～)				✓
ファンコミュニティ招待 (2022年6月～)				✓

UPCOMING!
特典は続々追加を予定しています！



 FABRIC TOKYO