

ファーストリテイリングについて

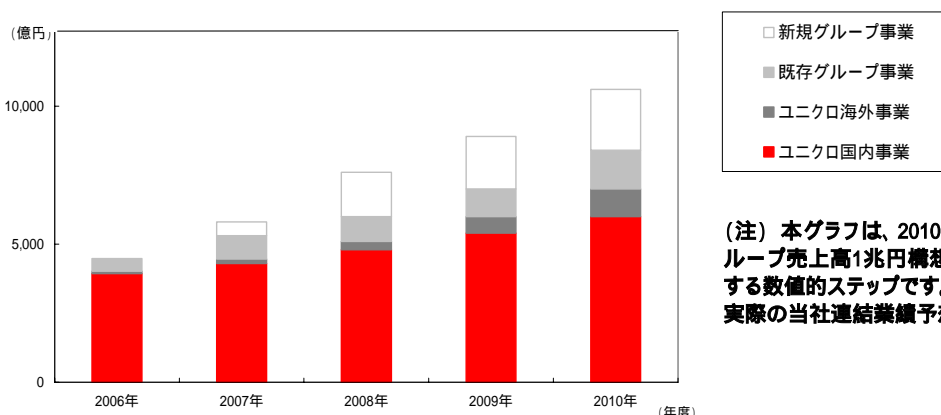
ファーストリテイリングは、国内最大手のカジュアル衣料チェーンのユニクロを主力ビジネスとするアパレル企業グループです。ユニクロブランドの高い知名度、幅広い年齢層のお客様、全国に広がる店舗網で、競争の激しいアパレル市場において安定した地位を確立しており、国内衣料品販売 10 兆円といわれるなかでのマーケットシェアは約 4%に達しています。

1984年6月に広島市内に「ユニクロ」1号店をオープンして以来、全国チェーン展開を開始しました。1994年7月に広島証券取引所に上場し、財務力を強固なものにすると同時に出店を加速し、1997年11月には全国300店舗を超える国内No1カジュアルウエアチェーンの規模となりました。1998年11月に首都圏初の都心型店舗としてユニクロ原宿店をオープン、同年10月からの「フリースキャンペーン」も話題を呼び、全国にユニクロの名前が知られるようになりました。

スピーディーな出店とフリースを代表商品とした「ユニクロブーム」が全国で沸騰し、ファーストリテイリングの売上高は、1999年8月期の1,110億円から、2000年8月期には2,289億円へと倍増し、2001年8月期も倍増の4,185億円と急成長を遂げました。この「ユニクロブーム」の反動で2002年8月期、2003年8月期の2年間は減収・減益となりましたが、2004年8月期にはふたたび増収・増益へと復活しています。2005年11月には持株会社体制に移行し、国内ユニクロ事業からグループ事業へと経営の軸足を変え、「グループ化、グローバル化、再ベンチャー化」を進めています。

M&Aによるグループ化も着々とすすんでおり、2005年3月に国内で約300店舗の靴店を展開するワンゾーンを子会社化し、2006年には、フランスでコントワー・デ・コトニエ(婦人服チェーン)を展開するネルソン フィナンス、同じくフランスでランジェリーブランドを展開するプティ ヴィクルを子会社化しました。2006年8月には国内で約200店舗の婦人服チェーンを展開するキャビン(東証1部上場企業)のTOBに成功し、子会社化しました。このほか、ユニクロ海外事業として、2001年9月、英国・ロンドンに初出店をし、現在では中国、韓国、香港、米国の5カ国で展開しています。

2010年 ファーストリテイリンググループ
売上高イメージ



(注) 本グラフは、2010年ファーストリテイリンググループ売上高1兆円構想において、当社がイメージする数値的ステップです。実際の当社連結業績予想とは相違いたします。

ファーストリテイリングの強い財務体質

ファーストリテイリングの現金・現金同等物の残高は1,414億円(2006年8月期)と総資産の約4割を占めるなど、健全な財務体質を持ち、潤沢な流動性が維持されています。グループの年間設備投資額は162億円(2006年8月期)で、営業キャッシュフロー(574億円、2006年8月期)によって十分まかなえております。今後はグループ化を進めるために積極的、かつ慎重なM&Aを進めていく計画です。

グループ売上高1兆円、経常利益1500億円を目指す

国内ユニクロ事業の成長に加え、新規事業とM&Aを進めることで、2010年にグループ売上高1兆円、経常利益1,500億円を目指しています。M&Aの対象としては、アパレル関連で、将来1000億円以上の売上と10%以上の売上高経常利益率を確保できる企業です。ファーストリテイリングは世界一のアパレル小売企業グループになることを目指していきます。

ユニクロについて

SPA(製造小売業)としての強み

ユニクロ事業の最大の特徴は、企画から製造・販売までのプロセスを一貫して行うSPA(製造小売業)です。自社でデザイン・企画された商品を、海外の委託工場(主に中国)で生産しています。素材メーカーとの直接交渉により、高品質の素材を使うことができ、また、海外工場での品質管理を実施していることで高品質を実現しています。また、国内720店舗(2006年8月期末)のほとんどが直営店であるため、新製品発売のタイミングを図ったり、在庫管理をスピーディーに行うことができている。このSPAのビジネスモデルを確立したことで、どこよりも低価格・高品質のアパレルを提供することができています。

宣伝広告としては、「フリースキャンペーン」、「ポロシャツキャンペーン」などの大型キャンペーンを年間6~8回実施し、TV広告、新聞広告で訴求しています。また、週末には「週末限定価格」などの目玉商品をチラシに掲載し、週末のファミリー層の集客を強化する打ち出しを行っています。

ユニクロの店舗展開

ユニクロの店舗の約6割が郊外のロードサイド店、4割がショッピングセンターなどの商業施設内の店舗です。標準的なユニクロ店舗の売場面積は200坪から250坪で、年間数十店舗の既存店のスクラップを実施しながら出店を実施しています。2004年秋に大阪・心斎橋筋に650坪の大型店を出店し、2005年10月には東京・銀座に450坪の旗艦店を出店しました。大型店を新しいユニクロの業態として、また、今後の成長ドライバーとして出店を加速化させる計画です。2008年8月期以降は年間40店舗の大型店の出店を予定しており、売場面積は毎年1割ずつ増加する見込みです。

ユニクロの商品

ユニクロの商品はメンズ、ウィメンズ、子供、ベビーなどあらゆる年齢層の顧客に対応した商品で、その種類もボトムス、トップス、アウターからインナーといったカジュアルウエア全般の商品を揃えています。ユニクロブランドは実用衣料としてのニーズも大きいため、天候条件に左右される要素が強く、月次の売上高の前年比については、単月で大きく振れる場合があります。ただ、シーズンを通して前年比で比較すると、国内ユニクロ事業についてはここ数年間ではほぼ前年並みの既存店売上高を確保できています。

2001年春にデザインを専門とするR&Dセンター(デザイン研究所)を設立し、デザイン性の強化、特にウィメンズ商品のデザインに力を注いできました。ウィメンズ部門は高い成長を続け、現在では国内ユニクロの売上高の約4割を占めています。(売上高構成比:メンズ5割、ウィメンズ4割、キッズ・ベビー・その他1割) 2005年秋にニューヨークにR&Dセンターを設立し、デザイン・企画力のさらなる強化を図っています。

ファーストリテイリングステートメント

服を変え、常識を変え、世界を変えていく

ファーストリテイリングの精神を一語で言うと革新と挑戦です。
より良い世界の実現の為に強い信念と高い志をもって既存の古いしがらみに毅然と挑戦して
いく集団、それがファーストリテイリンググループです。

我々はアパレル小売りの分野で既存の産業構造と人々の服に対する価値観を変えていきます。

我々は「良いアイデアを実行し、世の中を動かし、社会を変革し、社会に貢献する」会社であり
高い志を持った人間の集団でありたいと心から思っています。

今、我々は日本という枠を越えて世界を目指しています。

我々はカジュアルという枠を越えて世界中の人々の生活を豊かにする本当に良い服を企画し、
生産し、それをお客様に伝え、販売し、その次にもっと良い服をお届けできる人々の集団を
目指しています。

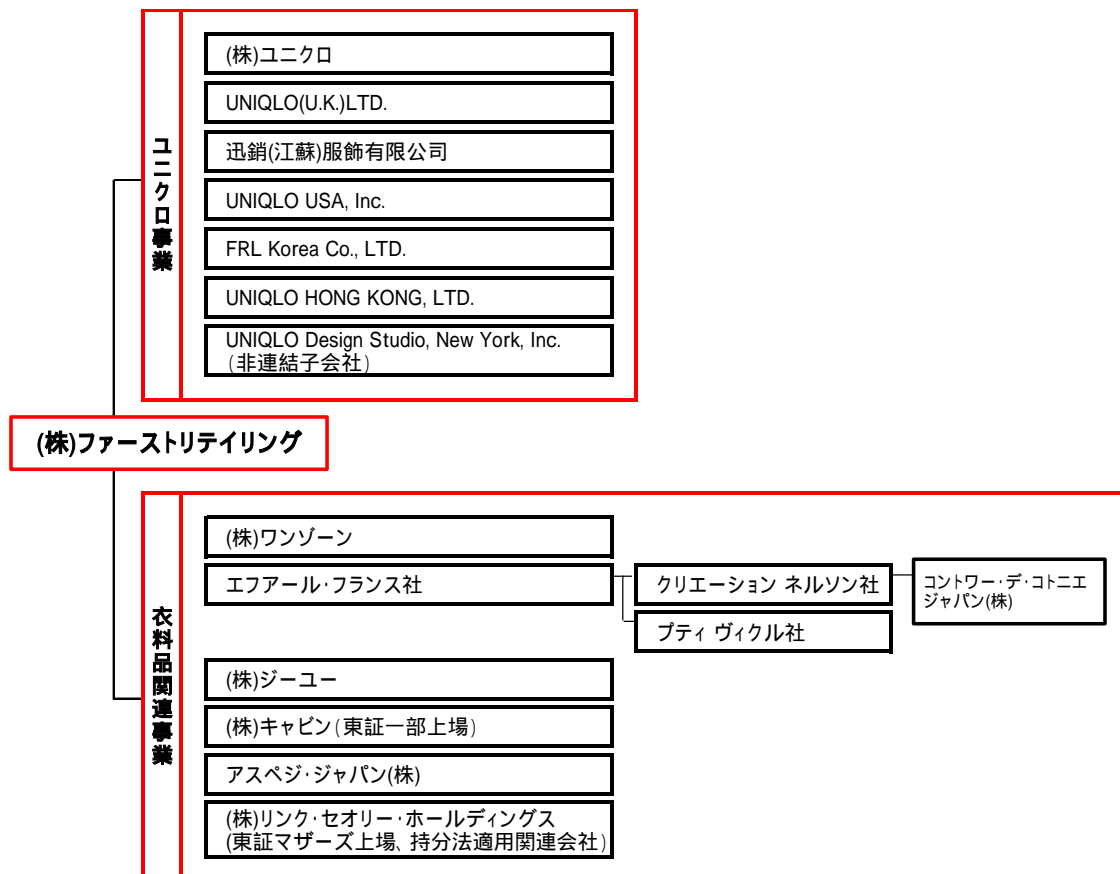
ファーストリテイリンググループの社員はもちろん世界中のパートナーと志をひとつにして、
理想の実現を目指しています。

会社概要

商号	株式会社 ファーストリテイリング FAST RETAILING CO., LTD.		
設立	1963年5月1日		
本社所在地	〒754-0894 山口県山口市佐山 717-1		
東京本部所在地	〒102-0073 東京都千代田区九段北 1-13-12 北の丸スクエア		
資本金	102億7,395万円		
発行済株式の総数	106,073,656株(自己名義株式を含む)		
事業内容	株式又は持分の所有によるグループ全体の事業活動の支配・管理等		

代表取締役会長兼社長	柳井 正	常勤監査役	浦 利治
取締役	堂前 宣夫	監査役	岩村 清美
取締役	松下 正	監査役(社外)	安本 隆晴
取締役(社外)	半林 亨	監査役(社外)	清水 紀彦
取締役(社外)	服部 暢達		

主要グループ企業

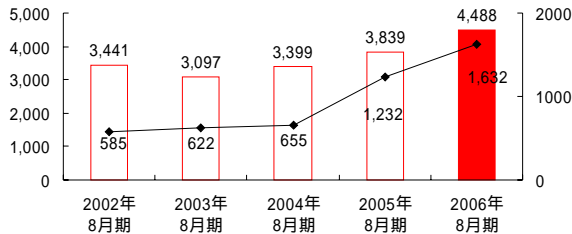


沿革

年月	概要
1949年3月	山口県宇部市で「メンズショップ小郡商事」を個人営業にて創業
1963年5月	個人営業を引き継ぎ、資本金600万円にて小郡商事(株)を設立
1984年6月	ユニクロ第1号店(ユニクロ袋町店、1991年閉店)を広島市に出店
1985年6月	ユニクロ初のロードサイド店(ユニクロ山の田店、1991年閉店)を下関市に出店、その後のユニクロ店舗の原型となる
1991年9月	社名を小郡商事株式会社から株式会社ファーストリテイリングに変更
1994年4月	ユニクロの直営店舗数が100店舗を超える
1994年7月	広島証券取引所に株式を上場
1996年11月	自社商品企画の開発体制の充実を目的として、東京事務所(東京都渋谷区、1998年閉鎖)を開設
1997年4月	東京証券取引所市場第二部に株式を上場
1997年11月	ユニクロの直営店が300店舗を超える
1998年2月	本社新社屋(山口県山口市)を建設し移転
1998年10月	フリース1,900円のキャンペーンにより、話題を呼ぶ
1998年11月	首都圏初の都市型店舗、ユニクロ原宿店(東京都渋谷区)を出店
1999年2月	東京証券取引所市場第一部銘柄に指定
1999年4月	生産管理効果を図るため、中国に上海事務所を開設
2000年4月	マーチャンダイジング及びマーケティング機能の強化を図るため、東京本部を開設
2000年10月	新たな販売チャンネル開拓とお客様の利便性を高めるため、インターネット通信販売を開始
2001年4月	ユニクロの直営店舗が500店舗を超える
2001年9月	ユニクロ海外進出の第一歩として、英国ロンドン市に出店
2002年4月	50人を超えるデザイナーとパタンナーを有する独立した組織として、ユニクロデザイン研究室(現 東京R&Dセンター)を開設
2002年9月	中国上海市にユニクロを出店し、中国における営業を開始
2002年11月	「SKIP(スキップ)」というブランド名で食品事業を開始(2004年4月撤退)
2004年1月	コンテンポラリーブランド「Theory(セオリー)」を展開する(株)リンク・インターナショナル(現(株)リンク・セオリー・ホールディングス)へ出資
2004年2月	レディ・スアパレル「national standerd(ナショナルスタンダード)」を展開する(株)ナショナルスタンダードを子会社化(2006年5月撤退)
2004年8月	資本準備金7,000百万円を資本金に組み入れ、資本金を10,273百万円に増資
2004年10月	ユニクロ初の500坪レベルの大型店、ユニクロ心斎橋筋店(大阪府大阪市)を出店
2004年12月	R&D強化を目的とし、米国ニューヨーク州にデザイン子会社UNIQLO Design Studio, New York, Inc.を設立(通称 ニューヨークR&Dセンター)
2005年3月	靴小売チェーンを展開する(株)ワンゾーン(店舗名「FOOT PARK(フットパーク)」等)を子会社化
2005年5月	欧州中心に「COMPTOIR DES COTONNIERS(コントワー・デ・コトニエ)」ブランドを展開するネルソン フィナンス社の経営権を取得
2005年9月	コントワー・デ・コトニエ ジャパン(株)を設立
2005年9月	イタリア「ASPESI(アスベジ)」ブランドの日本での販売子会社である、アスベジ・ジャパン(株)を子会社化
2005年9月	韓国ソウルに韓国初の店舗を出店
2005年9月	米国ニュージャージー州に米国初の店舗を出店
2005年9月	香港・尖沙咀(チムサアチュイ)に香港初の店舗を出店
2005年9月	ウイメンズインナー専門店「BODY by UNIQLO(ボディ・バイ・ユニクロ)」を銀座(東京都中央区)に出店
2005年10月	ユニクロの日本国内旗艦店となるユニクロ銀座店(東京都中央区)を出店
2005年10月	キッズ・ベビー専門店「ユニクロキッズ」を出店
2005年11月	ユニクロ事業の再強化、新規事業の拡大を目的とし、持株会社体制へ移行
2006年2月	フランスを中心に「PRINCESSE tam.tam(プリンセス タム・タム)」ブランドを展開するプティ ヴィクトル社を子会社化
2006年2月	「COMPTOIR DES COTONNIERS(コントワー・デ・コトニエ)」日本1号店を出店
2006年3月	東京本部を東京都千代田区九段北へ移転
2006年4月	婦人服等の企画・販売を展開している(株)キャビン(店舗名「ZAZIE(ザジ)」「enracine(アンラシーネ)」等)へ出資
2006年4月	低価格カジュアルブランド店「ジーユー(g.u.)」を展開する(株)ジーユーを設立
2006年6月	「COMPTOIR DES COTONNIERS(コントワー・デ・コトニエ)」を展開するネルソンフィナンス社の株式追加取得により子会社化
2006年6月	(株)ユニクロが東レ(株)と戦略的パートナーシップの構築を目的に業務提携を結ぶ
2006年8月	(株)キャビンの株式追加取得により子会社化
2006年10月	「ジーユー(g.u.)」の1号店を千葉県市川市に出店
2006年11月	婦人靴専門店を展開している(株)ビューカンパニー(店舗名「VIEW(ビュー)」「COO ICI(クーイスイ)」等)へ出資(予定)

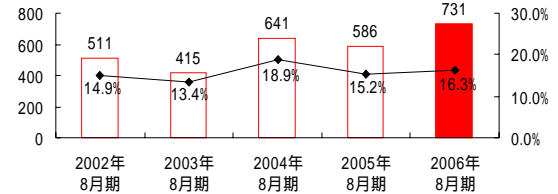
ファーストリテイリング 業績ハイライト (2006年8月末現在)

□ 売上高(億円)
◆ 店舗数(店)



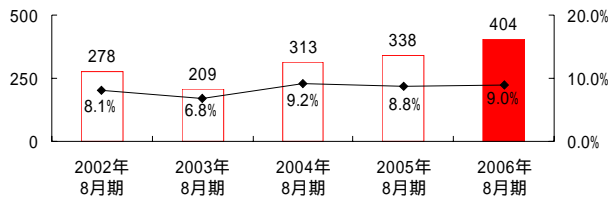
	2002年 8月期	2003年 8月期	2004年 8月期	2005年 8月期	2006年 8月期
売上高(億円)	3,441	3,097	3,399	3,839	4,488
店舗数(店)	585	622	655	1,232	1,632

□ 経常利益(億円)
◆ 売上高経常利益率(%)



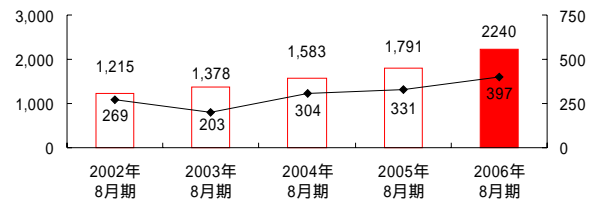
	2002年 8月期	2003年 8月期	2004年 8月期	2005年 8月期	2006年 8月期
経常利益(億円)	511	415	641	586	731
売上高経常利益率(%)	14.9%	13.4%	18.9%	15.2%	16.3%

□ 当期純利益(億円)
◆ 売上高当期純利益率(%)



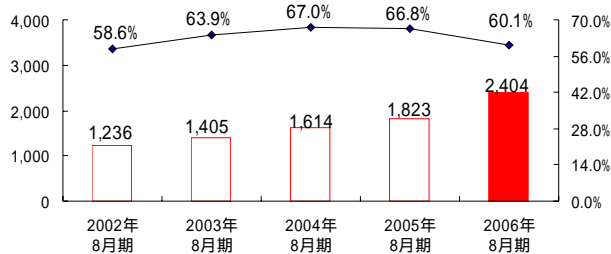
	2002年 8月期	2003年 8月期	2004年 8月期	2005年 8月期	2006年 8月期
当期純利益(億円)	278	209	313	338	404
売上高当期純利益率(%)	8.1%	6.8%	9.2%	8.8%	9.0%

□ 1株当たり純資産(円)
◆ 1株当たり当期純利益(円)



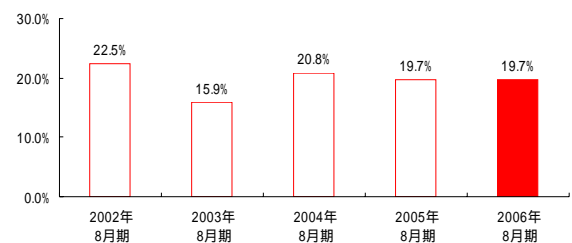
	2002年 8月期	2003年 8月期	2004年 8月期	2005年 8月期	2006年 8月期
1株当たり純資産(円)	1,215	1,378	1,583	1,791	2,240
1株当たり当期純利益(円)	269	203	304	331	397

□ 純資産(億円)
◆ 自己資本比率(%)



	2002年 8月期	2003年 8月期	2004年 8月期	2005年 8月期	2006年 8月期
純資産(億円)	1,236	1,405	1,614	1,823	2,404
自己資本比率(%)	58.6%	63.9%	67.0%	66.8%	60.1%

□ ROE(%)
(自己資本当期純利益率)



	2002年 8月期	2003年 8月期	2004年 8月期	2005年 8月期	2006年 8月期
ROE(%) (自己資本当期純利益率)	22.5%	15.9%	20.8%	19.7%	19.7%

ご参考(国内ユニクロ事業)

株式会社ユニクロ 会社概要

商号	株式会社ユニクロ UNIQLO CO., LTD.		
設立	1974年9月2日(株式会社ユニクロの前身であるサンロード株式会社の設立日)		
本社所在地	〒754-0894 山口県山口市佐山 717-1		
東京本部所在地	〒102-0073 東京都千代田区九段北 1-13-12 北の丸スクエア		
上海事務所	中華人民共和国上海市徐匯区中山南二路 1089 号 徐匯苑大廈 16F 01 室		
資本金	10 億円		
発行済株式の総数	10,000 株		
事業内容	商品企画・生産・物流・販売までの自社一貫コントロールにより、 高品質・低価格のカジュアルブランド『ユニクロ』を提供する製造小売業(SPA)		
従業員数	1,858 名		
取締役・監査役:			
代表取締役会長兼社長	柳井 正	常勤監査役	岩村 清美
取締役	大苫 直樹	監査役	浦 利治
取締役(社外)	松下 正	監査役(社外)	安本 隆晴
		監査役(社外)	清水 紀彦

ユニクロの ミッション & ビジョン

いつでも、どこでも、だれでも着られる、ファッション性のある高品質なベーシックカジュアルを市場最低価格で継続的に提供する。

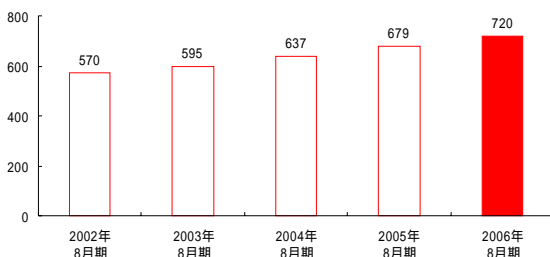
そのためにローコスト経営に徹して、最短、最安で生産と販売を直結させる。

自社に要望される顧客サービスを考え抜き、最高の顧客サービスを実現させる。

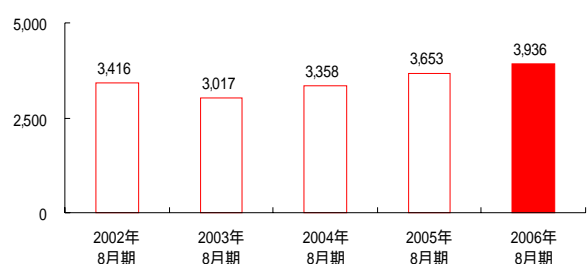
世界水準の人が喜んで働ける環境を提供し、官僚的でなく、血のかよったチームとして革新的な仕事をする。結果として売上と収益の高い成長を目指し、世界的なカジュアル企業になる。

国内ユニクロ 業績ハイライト(2006年8月末現在)

国内ユニクロ店舗数(店)



売上高(億円)



	2002年 8月期	2003年 8月期	2004年 8月期	2005年 8月期	2006年 8月期
店舗数(店)	570	595	637	679	720

	2002年 8月期	2003年 8月期	2004年 8月期	2005年 8月期	2006年 8月期
売上高(億円)	3,416	3,017	3,358	3,653	3,936

* 国内ユニクロ事業の業績数値については、2006年8月期より、(株)ユニクロをベースにした業績数値を記載しております。



PRESS PACK

株式会社ファーストリテイリング
グループ広報部・グループIR部
2006年11月1日現在

お問い合わせ先
株式会社ファーストリテイリング
東京本部
東京都千代田区九段北 1-13-12 北の丸スクエア
グループ広報・グループIR
TEL 03-6272-0050