

国内ユニクロ事業は、大型店の出店を加速

■ 国内ユニクロでは、大型店戦略を進めています。2007年春には、売場面積1,000坪規模の神戸ハーバーランド店と世田谷千歳台店をオープンし、成功を収めました。大型店に照準を合わせた商品開発を進めることにより、お客様にとってさらに満足度の高いユニクロへと進化しています。



ユニクロ 世田谷千歳台店

ファーストリテイリングには、 未来につながる戦略がある

海外では旗艦店によりブランド認知をアップ

■ 米国のソーホー ニューヨーク店に続き、2007年11月にロンドンのオックスフォードストリートにグローバル旗艦店をオープン。ヨーロッパを代表するショッピングエリアから世界へ、新しいユニクロを発信していきます。2007年12月にはパリ郊外にフランスの1号店もオープンしました。ユニクロブランドは世界へ広がっていきます。



ユニクロ 311オックスフォードストリート店

「全商品リサイクル」を始動

■ 国内ユニクロでは、2006年9月より「全商品リサイクル」を開始しました。2007年8月期にはお客様よりお預かりしたユニクロ商品14万点を海外難民キャンプへの救援衣料としてリユースすることができました。



ファーストリテイリングは、カジュアルウエア ブランド「ユニクロ」を中核として日本市場だけでなく、世界市場で事業を展開するアパレル小売企業グループとして成長し続けています。事業の中心であるユニクロは、日本全国で748店舗、海外で39店舗を展開し(2007年8月期末)、企画から生産・販売までを一貫して行うSPA*企業として、高収益のビジネスモデルを確立しています。

ファーストリテイリンググループの事業には、国内・海外でユニクロを展開するユニクロ事業、国内で衣料品や靴のチェーンを展開するキャビン、ジューユー、ワンゾーンを含む国内関連事業、海外でアパレルブランドを展開するグローバルブランド事業があります。

*SPA: Specialty store retailer for Private label Apparelの略語で、素材調達、企画、開発、生産、物流、在庫管理、販売など、製造から販売までのすべての工程を一貫して行うアパレル製造小売企業。

グローバルR&Dでは、世界で通用するベーシックカジュアルを開発

■ ユニクロでは、東京・ニューヨーク・パリ・ミラノを拠点とするグローバルR&D体制を2005年秋からスタートさせています。



東京



ニューヨーク



パリ



ミラノ

グループ化・高効率経営により、国内関連事業の採算性を改善

■ 2007年8月期は、婦人服チェーンを展開するキャビンを完全子会社化しました。ファーストリテイリンググループの強みである高効率オペレーションを活かし、経営改革を進める計画です。また、新規事業のジーユーは、2007年春までに50店舗を出店し、経営基盤を確立しました。今後は、デザイン性を高めた商品を開発し、魅力ある店づくりを進めます。靴のワンズーンは、オリジナル商品の比率を高めることで特色のある品揃えを実現し、採算性を改善していきます。

コントワー・デ・コトニエをグローバル展開

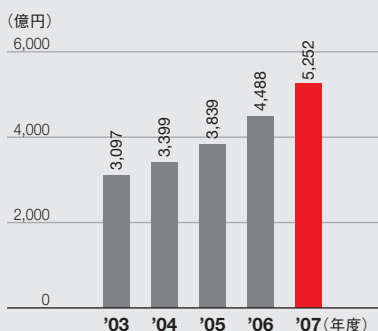
■ 「母と娘」をコンセプトにしたコントワー・デ・コトニエは、フランスで226店舗のネットワークをもつカジュアルウエアのブランドです。今後は、フランス以外の欧州諸国や日本を中心とするアジアでの出店を加速し、グローバル化を進めます。



コントワー・デ・コトニエ ロンドン ノッティンガムヒル店

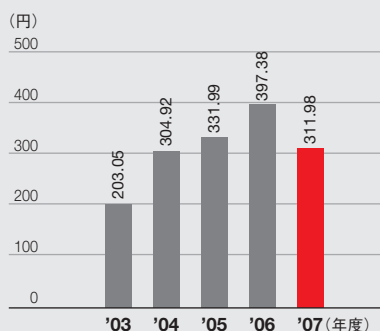
売上高

連結売上高が5,000億円を突破しました。



1株当たり当期純利益 (EPS)

1株当たり当期純利益は311.98円 (前期比21.5%減)となりました。



グループ店舗数

グループの店舗が196店舗増え、1,828店舗になりました。

