

ユニクロ進化への挑戦

～世界品質を目指して

玉塚 元一

株式会社ファーストリテイリング
代表取締役社長兼COO



2

2004年8月期:総括

3期振りの増収増益を達成

単位:億円

	計画	実績		
		前年比	計画比	
売上高 (売上比)	3,340 100.0%	3,358 100.0%	+ 11.3%	+ 0.6%
売上総利益 (売上比)	1,580 47.3%	1,617 48.1%	+ 20.0% +3.4p	+ 2.4%
販管費 (売上比)	953 28.5%	968 28.8%	+ 9.7% 0.5p	+ 1.7%
営業利益 (売上比)	627 18.8%	648 19.3%	+ 39.5% +3.9p	+ 3.5%

2004年8月期単体ベースの実績



2004年8月期:総括

既存店売上回復、ウィメンズ商品強化

粗利率の改善 ~ 48.1% (前期比+3.4p)

素材へのこだわり (2003年秋カシミア新発売)

英国子会社UNIQLO(U.K.) 黒字化

2005年8月期 ~ ユニクロ進化への挑戦

04/8期:ユニクロ“復活”

- ・既存店売上高 前期比 + 2.5%
- ・ウィメンズ売上高 前期比 + 31.2%
- ・売上高総利益率 48.1%



05/8期:世界品質を目指して

- ・メンズ再成長、ウィメンズ継続進化
- ・超大型店「ユニクロプラス」
- ・海外展開 ~ 韓国合弁企業、米国進出準備

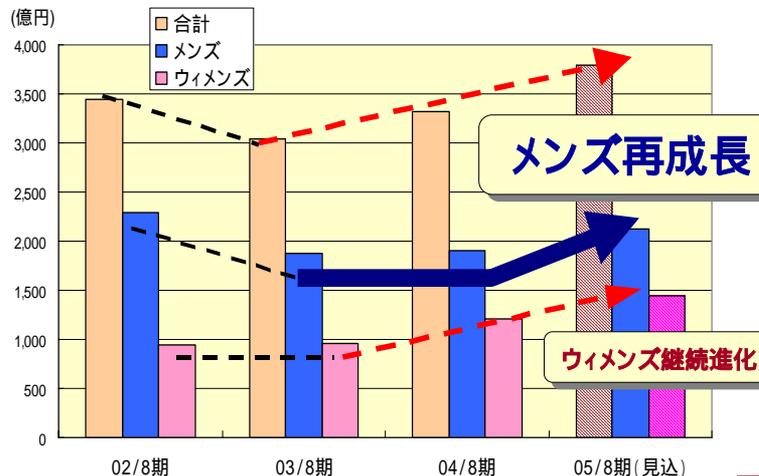
ユニクロ進化への挑戦

1. メンズの再成長～コレクションの再構築

2. ウィメンズ継続進化～完成度アップへ

3. ユニクロプラス～世界品質の売場

ユニクロ進化への挑戦



世界品質の商品～メンズ再成長

1. メンズを再び成長軌道に

・コレクションの再構築

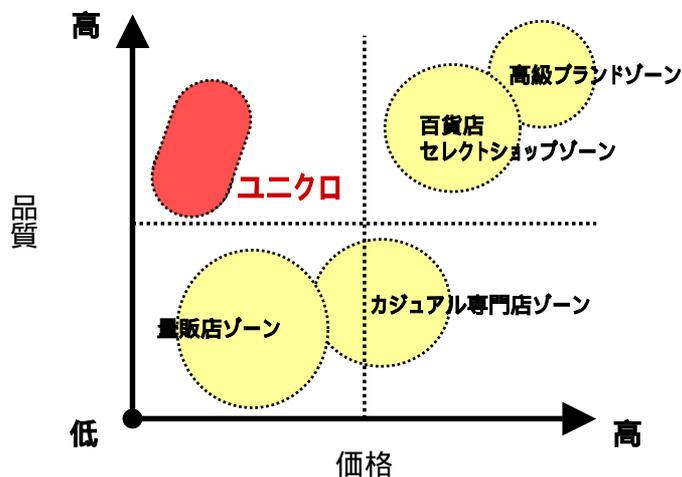
単品完成の追及、組み合わせの提案、
着心地とシルエットにこだわった新ライン

・素材にこだわった新商品の開発

世界中から厳選された素材

ex. アウトラストフリース、プレミアムダウン…

世界品質の商品～メンズ再成長



世界品質の商品～ウィメンズ継続進化

2. ウィメンズコレクションの継続的な進化

- ・引き続き売上拡大の牽引役
05/8期も前期比 + 15%と高成長を計画
- ・コレクションとしての完成度アップ
マス・ファッションを的確に捉えたMD
インナーの拡充(ブラ、ショーツなど)

ユニクロプラス



単品完成 課題: コレクションとしての完成度、VMD

ユニクロプラス: “超大型店”という新たなインフラ

特別企画商品、新VMDなどのチャレンジ

世界に通用する売場・店舗フォーマットの完成
“大型都心旗艦店” “大型ロードサイド店舗” “カテゴリー別専門店”……

ユニクロプラス



11

ユニクロプラス 心斎橋筋店

10月9日(土)オープン

売場面積 650坪

売上計画20億円超

特別企画商品が全体の3割

超コア商品のバリエーション増

ウイメンズ売上構成比 50%

見せるレイアウト・什器・VMD



FAST RETAILING
CO.,LTD.



海外戦略

12

1. 既存エリア・・・収益化に目途

英国事業・・・04/8期黒字化達成

中国事業・・・05/8期黒字を計画

2. 新規エリア・・・体制整備を開始

韓国進出・・・合併会社設立を予定

米国進出・・・具体的計画に着手

FAST RETAILING
CO.,LTD.



海外戦略～韓国

韓国流通最大手ロッテショッピング社と合併会社設立

出資比率 FR 51% (出資額 約3億円)

事業開始予定 2005年9月

短期間で確実に市場シェア確保を狙う



FAST RETAILING
CO.,LTD.



世界で戦える商売の素(もと)をつくる

世界で戦える商品をつくる

世界で戦える売場の原型をつくる

世界で戦える人材を育てる

世界で戦える経営基盤をつくる

FAST RETAILING
CO.,LTD.

