

ユニクロ・キャビン・フットパーク
神戸ハーバーランド店同時オープン説明会

2007年3月29日

ユニクロ大型店戦略と 神戸ハーバーランド店オープンについて

大笈直樹

株式会社ユニクロ

常務執行役員

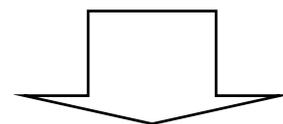
世界市場でも認知を獲得できる魅力的な店舗

ユニクロ標準店舗の2～5倍の売場面積

大型店特別商品からベーシックアイテムまで揃う、充実した商品ラインアップ

コーディネート提案を中心とした、レイアウト、什器、VMD(ビジュアルマーチャンダイジング)でのプレゼンテーション

神戸ハーバーランド店で国内大型店20店舗目の出店



“ユニクロの成長エンジン”

大型店が核となり、ユニクロ全体がレベルアップ

代表的ユニクロ大型店

オープン日	店舗名	所在地	売場面積	店舗形態
2004/10/9	心斎橋筋店	大阪府中央区	650坪	都心路面店型
2005/10/7	銀座店	東京都中央区	450坪	都心路面店型
2006/11/10	ニューヨークソーホー店	米国NY州	1000坪	都心路面店型
2006/12/9	上海正大広場店	中国上海市	700坪	都心SC型
2007/3/30	神戸ハーバーランド店	神戸市川崎区	990坪	都心SC型

期間	1年間の出店数	累計出店数
2005年8月期	3店舗	3店舗
2006年8月期	4店舗	7店舗
2007年8月期	20店舗出店予定	27店舗
2008年8月期	40店舗出店予定	67店舗
2009年8月期	40店舗出店予定	107店舗

出店を加速



2009年8月期までに日本国内累計100店舗出店を目指す

2007年春夏ユニクロ大型店出店計画

店舗名	都道府県	市町村	オープン時期
ラブラ万代店	新潟県	新潟市	3月2日
新鎌ヶ谷店	千葉県	鎌ヶ谷市	3月16日
神戸ハーバーランド店	兵庫県	神戸市	3月30日
イオン高松西店	香川県	高松市	4月上旬(予定)
ゆめタウン博多店	福岡県	福岡市	4月下旬(予定)
ロックシティ水戸南店	茨城県	茨城郡	4月下旬(予定)
世田谷千歳台店	東京都	世田谷区	5月上旬(予定)
鈴鹿SC店	三重県	鈴鹿市	6月中旬(予定)
青森浜田PJ店	青森県	青森市	6月下旬(予定)
堺SC店	大阪府	堺市	6月中旬(予定)

神戸を代表するスポット“ハーバーランド”への大型店出店

- ・神戸 - 関西で大阪と並ぶ大商業エリア
- ・ハーバーランド - 神戸で三宮と並ぶ大商業エリア
- ・若者だけでなく、ファミリー層を中心とした集客力のある立地

“ユニクロ神戸ハーバーランド店”の特徴

- ・日本最大990坪の売場面積
- ・各シーズン1000アイテムの圧倒的商品ラインアップ
- ・“マンスリースタイル”などの大型店特別商品
- ・カテゴリーごとのコーナー展開
- ・米国、英国、日本のユニクロVMD力の集結

キャビン神戸ハーバーランド店 プレゼンテーション

吉江謙二

株式会社キャビン

代表取締役社長兼CEO



CABIN

キャビン

キャビンの社名と同じ名称・ロゴのブランドをスタートしました。

キャビンはゆったりとした空間の中に、エレガンスからカジュアル、
子供服から雑貨まで、オフィス、デート、お買い物、週末のお出かけなどなど、
「私の欲しいもの」が欲しいときに魅力的な価格で揃う 新しい感覚のお店です。



基本スタイリングは6つです。

カジュアルママのデイリースタイル

エレガンスママのオフスタイル

エレガンスOLの通勤スタイル

キッズカジュアル

カジュアルOLのお出かけスタイル

カジュアルヤングのデイリースタイル



コンセプトは「あなたのクローゼット」です。
毎日の着こなしが楽しくなる服を、
キャビンでゆっくりお選びいただけます。



「キャビンは女性の見方です」をキャッチフレーズに、おしゃれだけど、安心してお買い物いただける価格設定です。

フットパークの方向性と 神戸ハーバーランド店について

桑原尚郎

株式会社ワンゾーン

代表取締役社長

フットパークと は…

(株)ワンゾーンが展開するシューズショップ

(株)ワンゾーンは、2005年に(株)ファーストリテイリングが株式を100%取得し完全子会社化した靴小売企業

全国に320店舗を展開

取扱い商品はメンズ・ウィメンズ・キッズ

これまで

靴メーカー、問屋様を通じて靴を仕入れ

||

- ・我々が売っている靴の全ては、他のお店でも売っている。
- ・お客様の声、店舗の声を商品改善に反映しづらい。

これから

自社での企画及びお取引先メーカー様との強いパートナーシップによって、フットパークオリジナルの靴を開発

||

- ・フットパークオリジナルシューズはフットパークでしか売っていない。
- ・お客様の声、店舗の声を商品構成・企画開発にダイレクトにつなげる。

「ふらり」、「たっぷり」、「ぴったり」

イメージ通りにぴったりで、しかも履き心地のいい靴にもっと出会えればいいのに
ふらりとのぞけて、いろいろな靴をもっと手に取ってみることができればいいのに
ゆったりとした気分で、もっと自由にたっぷりと履いてみられればいいのに
こんなお店があれば、気軽に通える...

そんな思いが込められているお店、フットパーク
公園へ散歩に行くように、フットパーク

品揃え及びオリジナル商品へのこだわり

「気分に合わせて靴を変える & 靴をかえるだけで気分も変わる」

高品質低価格

デザイン、カラー

履き心地、歩きやすさ

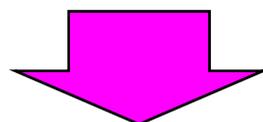
素材、パーツ選定

靴が大好きな人達でつくっていく

意義

都心地区への初の出店

感度が高く、しっかりした選定眼をもたれたお客様の来店が期待される立地環境



オリジナル商品中心の品揃え(全体の70%以上)で展開し、今後我々が進むべき道を示す役割を担う。