

# 2014年8月期業績

## 今後の展望

**柳井 正**

---

株式会社ファーストリテイリング  
代表取締役会長兼社長

柳井です。

それでは、2014年8月期の業績と今後の展望についてお話し致します。

## 2014年8月期：

売上高	1兆3,829億円(前期比+21.0%)
営業利益	1,486億円(前期比+11.8%)
当期純利益	781億円(前期比▲13.6%)

## ■2014年8月期の業績ポイント

- ・国内ユニクロ事業が、利益率改善で増益
- ・海外ユニクロ事業は大幅な増収増益を達成
- ・J Brand事業の減損損失により、当期純利益は減益

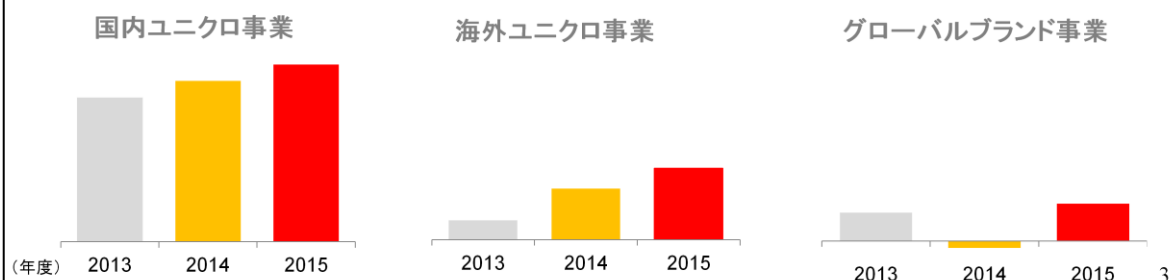
まず、2014年8月期の業績ですが、JGAAPベースで増収、営業利益は増益を達成いたしました。業績のポイントですが、国内ユニクロ事業は、利益率が改善され、増益となりました。海外ユニクロ事業でも大幅な増収増益を達成しました。一方、J Brand事業の減損損失により、当期純利益は減益となりました。

## 2015年8月期(通期予想):

<b>売上収益</b>	<b>1兆6,000億円(前期比+15.7%)</b>
<b>営業利益</b>	<b>1,800億円(前期比+38.0%)</b>
親会社の所有者に 帰属する当期利益	<b>1,000億円(前期比+34.1%)</b>

## 各セグメントで増益を予想

セグメント別 営業利益のトレンド(イメージ)



次に、2015年8月期の予想ですが、売上収益が1兆6,000億円、前期比15.7%増、営業利益が1,800億円、同38.0%増、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,000億円同34.1%増です。

セグメント別の営業利益のトレンドは、スライドの通り、各セグメントで増益を予想しております。

## 当面の優先課題

- **国内ユニクロ事業の安定成長**
- **海外ユニクロ事業の成長を加速**
- **グローバルブランド事業の改革**

我々の当面の優先課題ですが、国内ユニクロ事業の安定成長、海外ユニクロ事業の成長を加速、グローバルブランド事業の改革にあります。

# ユニクロは世界で唯一の LifeWearブランドをめざす

LifeWearとは、人々が自然に手に取ってしまうような服、  
人々の生活に密着し、日々の生活を豊かにする  
究極の普段着

優れた機能、品質、洗練されたデザインと革新性、  
ニュース性を兼ね備えた手頃な価格の服

まず、ユニクロのブランドの本質についてお話します。  
ユニクロは、世界で唯一のLifeWearのブランドをめざしています。

LifeWearとは、人々が自然に手に取ってしまうような服、人々の生活に密着した  
日々の生活を豊かにするような究極の普段着です。

また、優れた機能、品質、洗練されたデザインと革新性、ニュース性を兼ね備え  
ながら、誰もが手に届く、手頃な価格の服です。

## 海外ユニクロ:各エリアで本格的な事業展開

グレーターチャイナ:年間100店舗を出店、1,000店舗をめざす

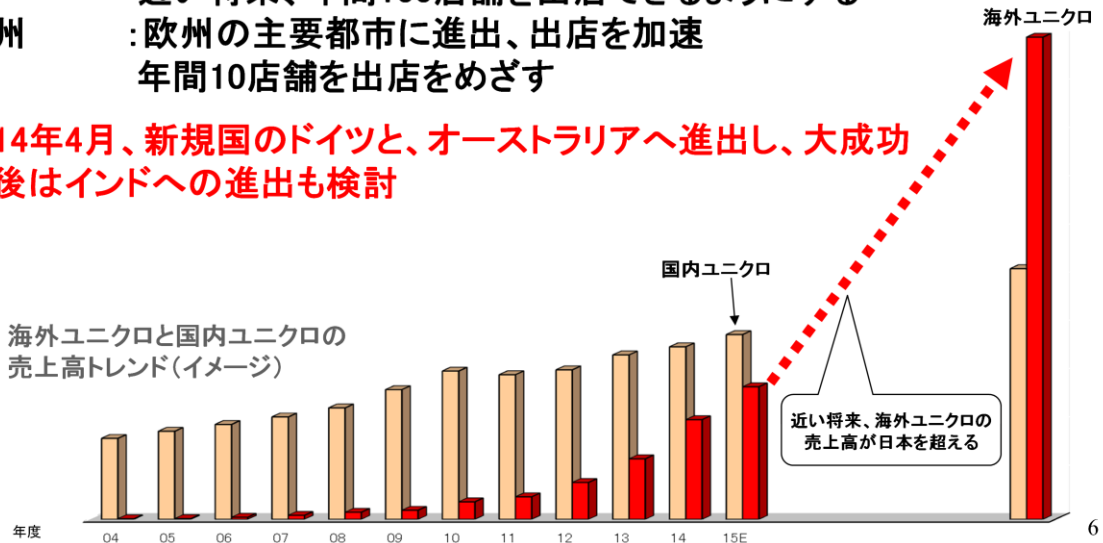
韓国 :継続的な高成長。韓国で一番愛されるブランドになる

東南アジア:出店エリアを拡大、加速。東南アジアを代表するブランドになる

米国 :早期の黒字化をめざす。米国でNo.1ブランドになるため、  
年間30店舗を出店し、西海岸・東海岸を主力にチェーン網を築く  
近い将来、年間100店舗を出店できるようにする

欧州 :欧州の主要都市に進出、出店を加速  
年間10店舗を出店をめざす

2014年4月、新規国のドイツと、オーストラリアへ進出し、大成功  
今後はインドへの進出も検討



次に、海外ユニクロ事業ですが、各エリアで本格的な事業展開をしていきたいと思っています。

グレーターチャイナでは、年間100店舗を出店し、1,000店舗をめざします。

韓国では、継続的な高成長を続け、韓国で一番愛されるブランドになりたいと思っています。

東南アジアでは、出店エリアを拡大し、東南アジアを代表するブランドになると同時に、東南アジア各国でNo.1ブランドになりたいと考えています。

米国では、早期に黒字化を達成すると同時に、米国でNo.1ブランドになりたいと思っています。年間30店舗を出店し、西海岸・東海岸を主力にチェーン網を築くと同時に、近い将来には、年間100店舗を出店できるようにしたいと考えています。

欧州では、主要な都市に進出し、出店を速めたいと思っています。まずは年間10店舗の出店をめざし、できるだけ早く、年間20~30店舗の出店が出来るようにしていきたいと思っています。

新規国としては、ドイツとオーストラリアへ進出し、大成功を収めることができました。今後は、インドへの進出も検討しています。

## グローバルブランド事業

**GU事業は、売上が1,000億円を突破  
次に、売上3,000億円、営業利益300億円をめざす**

**セオリー事業は、日米に加え、欧州、アジアを強化  
10億ドル以上の真のグローバルブランドにする**

**CDC事業、PTT事業は、フランスを代表する  
ブランドとしての原点を磨くと同時に、FRのプラット  
フォームを使ってグローバルブランドにする**

**J Brand事業は、デニムのリーディングカンパニー  
としてグローバルブランドにする**

GU事業ですが、売上高1,000億円を達成いたしました。次は、売上3,000億円、営業利益300億円をめざします。

セオリー事業は、日米に加え、欧州、アジアを強化し、10億ドル以上の、真のグローバルブランドにしたいと思えます。

CDC事業、PTT事業は、フランスを代表するブランドとしての原点を磨くと同時に、ファーストリテイリングのプラットフォームを使って、グローバルブランドにしていきたいと思えます。

また、J Brand事業は、デニムのリーディングカンパニーとして、グローバルブランドにしていきたいと考えています。

2020年度、  
売上高5兆円、  
営業利益1兆円の  
世界No.1のブランドになる

その中間地点として、まず3年後、  
売上高2.5兆円をめざす

我々の中期目標は、2020年度に売上高5兆円、営業利益1兆円の世界No.1のブランドになることです。その中間地点として、まず3年後に、売上高2.5兆円をめざします。



## 3年後の到達目標

**グローバルワン・全員経営の実践**

**世界最適の人と場所をつなぐ  
グローバルヘッドクォーターによる経営**

**リアルとバーチャルが融合した、  
新しい画期的な産業を創出**

**店舗スタッフが主役の個店経営へ進化**

**ローコスト経営により、各ブランド事業  
で営業利益率15%を達成**

3年後の到達目標として、世界で一番良い方法で、全員で経営するという、グローバルワン・全員経営の実践を続けていきたいと思えます。

また、世界最適の人と場所をつなぐ、グローバルヘッドクォーターによる経営を行っていきます。

リアルとバーチャルが融合した、新しい画期的な産業を創出したいと思えます。

そして、店舗スタッフが主役の個店経営へ進化していきたいと思えます。

最後に、ローコスト経営により、各ブランド事業で営業利益率15%を達成したいと考えています。

## 今後3年間の取り組み

### ・世界最適地で経営を極める

＞デザイン本部はNY、次世代ビジネス本部はサンフランシスコ、文化情報発信本部はパリ・ロンドン

### ・世界最高水準のダイレクトビジネスをつくる

### ・グローバルで最高水準のサプライチェーンを構築する

＞グローバル最適な生産ネットワークを構築

＞商品企画からマーケティング、物流、販売まで、あらゆるビジネスシステムを最適化する

### ・働き方の多様化により、従業員の満足度を高め、成長させる

### ・世界最高の人材を獲得する

10

今後3年間の取り組みですが、まずは世界最適地で経営を極めようと思います。

例えば、デザイン本部はNY、次世代ビジネス本部はサンフランシスコ、文化情報発信本部はパリ、ロンドンといったことです。そして、世界中で経営をしていきたいと思っています。

また、世界最高水準のダイレクトビジネスを作っていきたいと考えています。

さらに、グローバルで最高水準のサプライチェーンを構築していこうと思います。これは、グローバルで最適な生産ネットワークを構築し、商品企画からマーケティング、物流、販売まで、あらゆるビジネスシステムを最適化することです。

また、働き方の多様化により、従業員の満足度を高め、成長させていきたいと考えています。

そして、世界最高の人材を獲得したいと思っています。

## 世界の主要都市で本格的なR&D

NY、パリ、ロンドン、東京で本格的なR&Dセンターを立ち上げ、製品開発をさらに進化させる

## グローバル企業・団体との協業

株式会社東レ、MoMAなどパートナー企業・団体とのコラボレーションをさらに拡大、進化させる

## 世界中で愛されるコア商品への進化

ヒートテック、ウルトラライトダウン、エアリズム、カシミアセーター、ジーンズ、シャツ、パンツ、ワンピースなどのコア商品を進化させ、世界中で愛されるユニクロブランド商品をつくる



### 進化するウルトラライトダウン

2014年秋発売のウルトラライトダウンパーカは、さらに進化し、裏地の特殊アルミプリントにより、服の中の暖かさが大幅にアップ

ユニクロブランドを新しいグローバルブランドにするために、世界の主要都市に、本格的な商品のR&Dセンターを作りたいと思います。NY、パリ、ロンドン、東京で本格的なR&Dセンターを立ち上げ、製品開発をさらに進化させていきます。

また、グローバル企業・団体と、さらに協業していきたいと思います。例えば、現在行っている株式会社東レ様、MoMAなどのパートナー企業・団体と、様々なイノベーションを行っていききたいと思います。

そして、世界中で愛されるコア商品への進化を続けたいと思います。ヒートテック、ウルトラライトダウン、エアリズム、カシミアセーター、ジーンズ、シャツ、パンツ、ワンピースなどのコア商品を進化させ、世界中で愛されるユニクロブランド商品をつくりたいと思います。

## グローバルでブランドを象徴する旗艦店を出店

シドニー、ベルリン、ボストン、フィラデルフィア、ロサンゼルス、シカゴ、大阪など現在出店中の都市に加え、世界中の主要都市へ進出



UNIQLO OSAKA店(グローバル旗艦店)  
2014年10月31日オープン予定

## 世界中のお客様と双方向でつながるデジタルコミュニケーションの確立



ベルリン店(グローバル旗艦店)  
2014年4月オープン

さらに、グローバルマーケティングとして、グローバルブランドを象徴する旗艦店を出店してまいります。

シドニー、ベルリン、ボストン、フィラデルフィア、ロサンゼルス、シカゴ、大阪など、現在出店中の都市に加え、世界中の主要都市へ進出していきたいと思っております。

また、世界中のお客様と双方向でつながるデジタルコミュニケーションの確立をしたいと考えています。



## 錦織圭選手

全米オープンテニス2014 男子シングルス決勝に、日本人として、また、アジア人として、史上初の進出を成し遂げ、準優勝という歴史的快挙を果たした



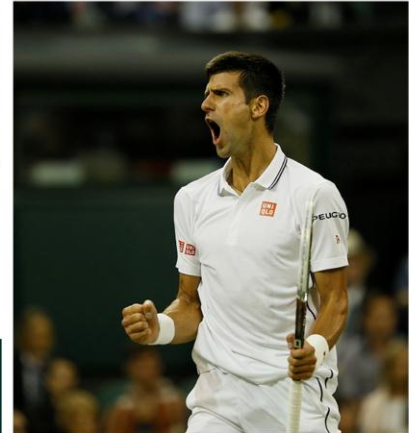
## アダム・スコット選手

2013年マスターズ優勝。2014年では米国PGAツアーで1勝、通算11勝。2014年世界ゴルフランキング2位



## ノバク・ジョコビッチ選手

2014年世界テニスランキング1位



## 国枝慎吾選手

全米オープンテニス2014車いすの部シングルスとダブルスで優勝。4大国際大会のすべてを優勝する年間グランドスラムを達成

我々はグローバルアンバサダーとして、4名のスポーツ選手のスポンサーしておりますが、先週のジャパンオープンで錦織選手が優勝し、同週のチャイナ・オープンで、ジョコビッチ選手が優勝しました。また、NYで行われた全米オープンでは、ジョコビッチ選手と錦織選手が準決勝で対決し、錦織選手が日本人として、また、アジア人として、史上初の決勝に進むという快挙を遂げました。

それ以上に凄いのが、国枝選手です。全米オープンテニスの車いすの部において、シングルスとダブルスで優勝、4大国際大会のすべてを優勝する年間グランドスラムを達成いたしました。

アダム・スコット選手に関しましては、昨年のマスターズで優勝し、現在、世界ゴルフランキング2位です。

彼らをグローバルブランドアンバサダーとして、活躍を期待し、我々のグローバルブランドマーケティングの主要な部分としたいと思います。

2014年小売りブランドランキングで、アジア太平洋地域で2位 (Interbrand社調 “Best Retail Brands 2014”)

中国では、3年連続で、  
ゴールデン・ブランドに選ばれる  
(第一財經調べ、2014年9月29日)



ブランド価値評価専門会社BrandStockによる  
ブランドランキングで、韓国でのファッション・  
雑貨部門で、ユニクロが1位に選ばれる  
(2014年9月)

東アジアでは、No.1ブランドとして確立できたと思います。

例えば、今年度の小売りブランドランキングで、アジア太平洋地域で2位になりました。さらに中国では、3年連続でゴールデン・ブランドに選ばれ、ベスト10に入っております。韓国では、ブランド価値評価専門会社BrandStockによるブランドランキングでファッション・雑貨部門で、ユニクロが1位に選ばれ評価されました。

**ファーストリテイリングが、  
2014年度”Retailer of the Year”  
(世界最優秀小売企業賞)を  
World Retail Congress(世界小売業者会議)  
から受賞(2014年9月)**

**世界で最も顕著な成果を残した小売企業として受賞  
ファーストリテイリングの将来性、新しいコンセプトが  
評価された**

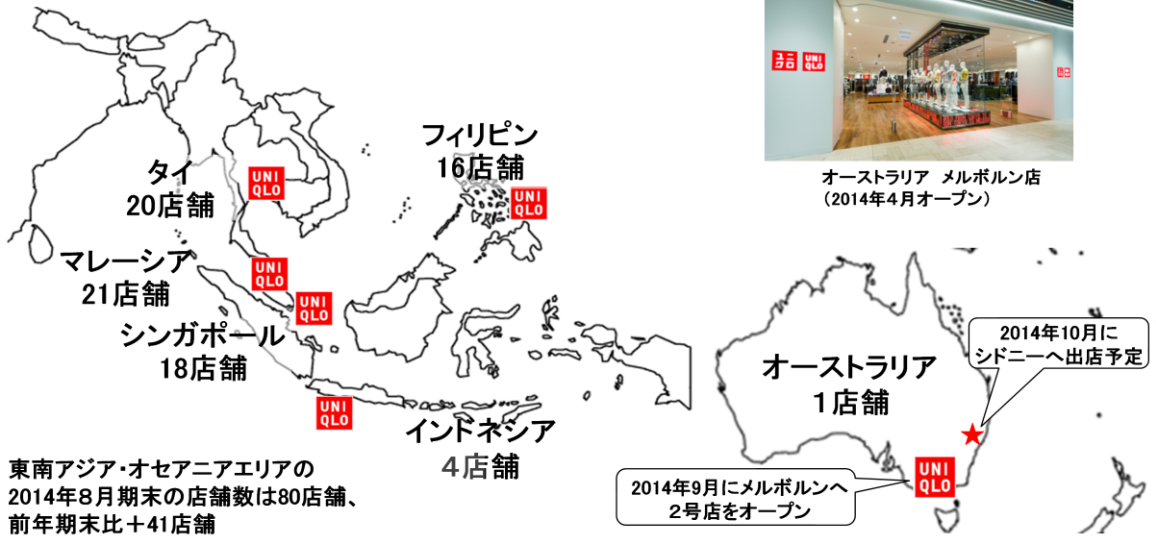
15

また、世界で、その年度で最も顕著な成果を残した小売企業として、ファーストリテイリングが”Retailer of the Year”を世界小売業者会議から受賞いたしました。

これは、ファーストリテイリングの将来性と、新しいコンセプトが評価されたということだと思えます。

# 東南アジア・オセアニアでの高い成長

各国で旗艦店を出店、年間50店舗以上の出店  
特に、オーストラリアの出店を加速  
各国で競争力ある商品を拡大



次に、東南アジア・オセアニアの今後の成長性に関してですが、これらのエリアで旗艦店をつくり、年間50店舗以上の出店ができるようになりたいと考えています。

特に、オーストラリアでは、できるだけ早く、大量出店したいと思います。

さらには、各国で競争力ある独自商品を開発していきたいと考えています。



## グローバルブランド事業の改革

GUは、“ファッションと低価格”の日本発グローバルブランドとして、アジアでNo.1のポジションをめざす

2014年9月、台湾1号店を出店し、大成功を収める。アジア市場での拡大ポテンシャルは大きい



アフォーダブルラグジュアリーブランドは、各ブランドのDNAを活かしながら、FR、ユニクロのプラットフォームを使い、各ブランドを最短で10億ドルのビジネスに育てる



t h e o r y

J BRAND

PRINCESSE tam-tam  
PARIS

COMPTOIR DES  
COTONNIERS

17

次にグローバルブランド事業ですが、GUは、“ファッションと低価格”の日本発グローバルブランドとして、アジアでNo.1のポジションをめざします。

2014年9月には、台湾に1号店をオープンし、大成功しました。アジア市場での拡大のポテンシャルは大きいと思います。

アフォーダブルラグジュアリーブランドは、各ブランドのDNAを活かしながら、ファーストリテイリング、ユニクロのプラットフォームを使い、各ブランドを最短で10億ドルのビジネスに育てようと考えています。

# チェーンストア経営を超え、店舗スタッフを 主役とした個店経営へ進化 売上・収益を最大化する

- ・全社員、全経営者とFRのビジョン、価値観、企業文化を共有
- ・女性が主役になり、多様な働き方を前提に、全スタッフに成長機会を提供
- ・サーバントリーダーとしての店長、経営者の育成
- ・販売員、店舗スタッフ、店長のスキルレベルに合わせ、仕事の責任範囲を拡大し、各個人の成長をめざす
- ・地域に根ざした店長と社員制度をつくり、地域で愛されるユニクロになる

次に、ユニクロ事業の改革ですが、チェーンストア経営を超えて、店舗スタッフを主役とした個店経営へ進化していきたいと思えます。その結果として、売上・収益を最大化します。

そのためには、全社員、全経営者とファーストリテイリングのビジョン、ミッション、価値観、企業文化を共有することや、女性が主役になり、多様な働き方を前提に、全スタッフに成長機会を提供したいと考えています。

また、サーバントリーダーとしての店長、経営者の育成をしていきます。

そして、販売員、店舗スタッフ、店長の水準に合わせ、仕事の責任範囲を拡大し、各個人の成長をめざします。

地域に根ざした店長と社員制度をつくり、地域で愛されるユニクロになるということをモットーにします。

### グループで無駄な経費を極限まで圧縮し、費用対効果の高い経費・投資に絞り込む

- ・グループ全体にローコストオペレーションの企業文化を徹底
- ・集中購買や、世界最適地調達を確立し、最適・最安の調達を実現
- ・特に海外ユニクロやグループブランドの経費構造を革新し、グループ全体の営業利益率を早期に15%以上へ引き上げる

また、ローコストオペレーションの徹底をしたいと考えています。  
グループで無駄な経費を極限まで圧縮し、費用対効果の高い経費・投資に絞り込んでいきます。

グループ全体にローコストオペレーションを、企業文化として徹底していきます。  
集中購買や、世界最適地調達を確立し、最適・最安の調達を実現したいと思います。

特に海外ユニクロや、グループブランドの経費構造を革新し、グループ全体の営業利益率を早期に15%にしたいと思います。

## 服を通じて世界を良い方向に変えていく

### 全商品リサイクル活動

累計3,213万点を回収  
累計1,416万点を寄贈(2014年8月末)

シリア難民へ防寒着を届ける、「あったかい”を届けよう！！」キャンペーンを実施(2014年4月～7月)。お客様からの難民キャンプへのメッセージが書かれたカードとともに、回収した服を届ける予定



### 緊急災害支援

フィリピン台風30号の支援として、衣料品・義援金とともに、全商品リサイクルで回収した80万着の服を寄贈(2013年11月)

セルビアで発生した洪水被害に対する寄付と衣料品を支援(2014年5月)



### インターナショナル車いすテニスツアーの3年間のタイトルスポンサーへ

国際テニス連盟と、インターナショナル車いすテニスツアーのタイトルスポンサーとして3年間協賛する契約を締結。世界中で年間で160試合を予定(2014年6月)



我々は、CSR活動を事業との両輪と考え、推進しています。そして、服を通じて世界を良い方向に変えていきたいと思っています。

主なCSR活動としては、全商品リサイクル活動、緊急災害支援、インターナショナル車いすテニスツアーへの3年間のタイトルスポンサーを行っております。

## 奨学金プログラム

米国ハーバード大学院に入学する日本人留学生6名へ3年間、総額最大120万米ドル(約1億2,000万円)の奨学金プログラムを創立。このほか、米国スタンフォード大学経営大学院、米国ニューヨーク州立ファッション工科大学(FIT)、米国パーソンズ・ザ・ニュー・スクール・フォー・デザインにも奨学金プログラムを実施

## ソーシャルビジネス

バングラデシュで、貧困・雇用などの社会的課題の解決をめざしているソーシャルビジネスでは、7月に9店舗目を出店



## バングラデシュ縫製工場の安全確保の取り組み

バングラデシュのお取引先縫製工場に対し、安全検査をするるとともに、「バングラデシュにおける火災予防及び建設物の安全に関する協定」へ署名、安全に向けた取り組みを強化

## Clothes for Smiles: 世界中の子どもたちに夢と希望を提供する、8つのプロジェクトをグローバルブランドアンバサダーのノバク・ジョコビッチ選手と協同で立ち上げたファンドで実施

- セルビアの難民の子どもたちとその家族がお買い物体験するイベントを実施(2013年11月)
- 女子サッカープロジェクトでは、バングラデシュ、ジンバブエ、ガーナの3ヶ国で女子サッカー大会のサポート、ユニフォーム寄贈などを実施、サッカーを通じて、女の子たちの自立や意識を高めています
- 宮城県石巻市に“夢の遊び場”を作る「UNIQLO DREAM WALLプロジェクト」が始動(2014年8月)



さらには、奨学金プログラム、ソーシャルビジネス、バングラデシュ縫製工場の安全確保の取り組み、あるいは、全世界の子どもたちのために夢と希望を与えるClothes for Smilesの活動を行っております。

## 出張授業『届けよう、服のチカラ』プロジェクト

ユニクロ従業員を講師として、教育機関に派遣。子供たちが回収した不要な子ども服を、難民など世界中の服が必要な人々に届ける活動

## 瀬戸内オリーブ基金

瀬戸内オリーブ基金は、瀬戸内海の島々で自然保護活動や植樹活動をする団体を支援するNPO法人。ユニクロの全国の店舗に募金箱を設置し、お客様からの募金を募っている

## ユニセフとのグローバルパートナーシップ

ユニセフとファーストリテイリングは、2012年、5年間のグローバルアライアンスを締結。子どもたちの学習環境の改善に関するプログラムをバングラデシュ、中国、フィリピン、セルビアで支援

## スペシャルオリンピックス日本 オフィシャルパートナー

ユニクロは、知的障がいのある方々に、さまざまなスポーツトレーニングと競技会を提供するスペシャルオリンピックス日本のオフィシャルパートナー。ボランティアスタッフ用ユニフォームの寄贈や競技会の運営支援を実施

## 障がい者雇用

ユニクロやジーユーでは、店舗で障がい者雇用を推進、グループの障がい者雇用率は6.64%と法定雇用率2.0%を大きく上回る



瀬戸内オリーブ基金



また、この他には、出張授業「届けよう、服のチカラ」プロジェクトとして、学校に出向いて子供たちに全商品リサイクル活動の大切さを教え、回収した不要な子供服を世界中の人たちに届ける活動を行っています。

瀬戸内オリーブ基金では、1円、10円という非常に小さな金額の募金の積み重ねにより、累計15万本の木を植える植樹活動につながっています。

そして、ユニセフと日本企業として初めてグローバルパートナーシップを締結し、子どもたちの学習環境の改善を行っています。

スペシャルオリンピックス日本では、オフィシャルパートナーになり活動を支援しています。

また、障がい者雇用を今まで以上にやっていきたいと思っています。

このような取り組みを、日本やアジアだけではなく、世界中で継続的に行っています。

**ユニクロは、**  
**あらゆる人がよいカジュアルを**  
**着られるようにする**  
**新しい日本の企業です**

これは1999年につくった、我々のユニクロの定義です。

「ユニクロは、あらゆる人がよいカジュアルを着られるようにする新しい日本の企業です」

これが、我々ユニクロの原点です。

# ファーストリテイリングは、 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ミッションは、「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」です。

我々はそういう存在でありたいと思っています。

そして、必ず、世界を良い方向に変えていくことができると信じています。

私から以上です。  
ありがとうございました。



## FAST RETAILING WAY(FRグループ企業理念)

### ステートメント — Statement

**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グループのミッション — Mission

- 本真好い服、今までにない新しい価値を持つ服を創造し、世界中のあらゆる人々に、良い服を着る喜び、幸せ、満足を提供します
- 独自の企業活動を通じて人々の暮らしの充実に貢献し、社会との調和ある発展を目指します

### 私たちの価値観 — Value

- お客様の立場に立脚
- 革新と挑戦
- 個の尊重、会社と個人の成長
- 正しさへのこだわり

1. 顧客の要望に応え、顧客を創造する経営
2. 良いアイデアを実行し、世の中を動かし、社会を変革し、社会に貢献する経営
3. いかなる企業の傘の中にも入らない自主独立の経営
4. 現実を直視し、時代に適応し、自ら能動的に変化する経営
5. 社員ひとりひとりが自活し、自省し、柔軟な組織の中で個人ひとりひとりの尊重とチームワークを最重視する経営
6. 世界中の才能を活用し、自社独自のIDを確立し、若者支持率No. 1の商品、業態を開発する、真に国際化できる経営
7. 唯一、顧客との直接接点が商品と売場であることを徹底認識した、商品・売場中心の経営
8. 全社最適、全社員一致協力、全部門連動体制の経営
9. スピード、やる気、革新、実行力の経営
10. 公明正大、信賞必罰、完全実力主義の経営
11. 管理能力の質的アップをし、無駄を徹底排除し、採算を常に考えた、高効率・高配分の経営
12. 成功・失敗の情報を具体的に徹底分析し、記憶し、次の実行の参考にする経営
13. 積極的にチャレンジし、困難を、競争を回避しない経営
14. プロ意識に徹して、実績で勝負して勝つ経営
15. 一貫性のある長期ビジョンを全員で共有し、正しいこと、小さいこと、基本を確実にいき、正しい方向で忍耐強く最後まで努力する経営
16. 商品そのものよりも企業姿勢を買ってもらい、感受性の鋭い、物事の表面よりも本質を追求する経営
17. いつもプラス発想し、先行投資し、未来に希望を持ち、活性化する経営
18. 明確な目標、目的、コンセプトを全社、チーム、個人が持つ経営
19. 自社の事業、自分の仕事について最高レベルの倫理を要求する経営
20. 自分が自分に対して最大の批判者になり、自分の行動と姿勢を改革する自己革新力のある経営
21. 人種、国籍、年齢、男女等あらゆる差別をなくす経営
22. 相乗効果のある新規事業を開発し、その分野でNo. 1になる経営
23. 仕事をする為に組織があり、顧客の要望に応える為に社員、取引先が有る事を徹底認識した壁のないプロジェクト主義の経営

「ふつう」に着こなしている。そこに、その人のセンスを感じる服。

「気持ち良く」着こなしている。そこに、その人のセンスを感じる服。

その服を初めて着た時、誰もが直感的に「自分に合う」と思える服。

その服を着るほど、誰もが当たり前「これがなくては」と思える服。

それが 'LifeWear' あらゆる人の日々を彩り、

ひとりひとりの生き方を豊かにしていく服。



LifeWear

ユニクロの服とは、服装における**完成された部品**である。

ユニクロの服とは、人それぞれにとってのライフスタイルをつくるための**道具**である。

ユニクロの服とは、つくり手ではなく**着る人の価値観**からつくられた服である。

ユニクロの服とは、服そのものに**進化**をもたらす**未来の服**である。

ユニクロの服とは、**美意識のある超・合理性**でできた服である。

ユニクロの服とは、世界中の**あらゆる人のための服**、という意味で**究極の服**である。

**UNIQLO** MADE FOR ALL

