

2019年10月10日

ファーストリテイリング 今後の展望

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 正



こんにちは、柳井です。

決算内容に関しては、岡崎から説明申し上げましたので、
私からは主に、ファーストリテイリングが今、最も重要だと考えていること、
についてお話ししたいと思います。

今後、どのように考えて、我々の経営を行っていくのか、
その点についてお話ししたいと思います。



こちらの「LifeWear magazine」という雑誌を、是非ご覧下さい。

ファーストリテイリングが作り出した、まったく新しい服のコンセプト「LifeWear」、その考え方を広く紹介し、実際にどんな服があって、どんな考え方で作られているのか、それをお伝えしようと、今年8月に創刊しました。

元『POPEYE』編集長で、現在はファーストリテイリングのグループ上席執行役員・クリエイティブディレクターを務めている木下孝浩(きのした たかひろ)が編集を担当しました。

世界中のユニクロ店舗や、日本国内の蔦屋(ツタヤ)書店で無料配布されています。電子書籍「Kindle」でも無料配信されています。今後も、春夏と秋冬の年2回の発刊をしていきたいと考えております。おかげさまで大好評です。

世界中で浸透するLifeWear

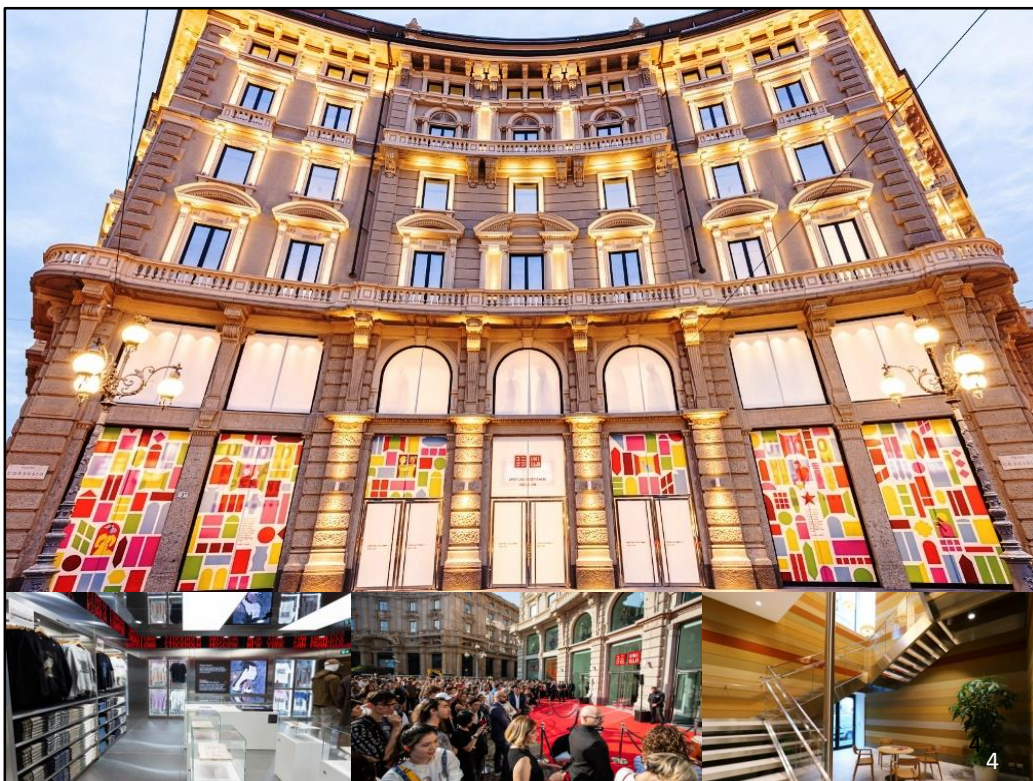
3

ここ数年、世界各地のお客様、ファッション関係者、メディアの方々の間で、LifeWearのコンセプトに対する関心が急速に高まっています。

ニューヨークやパリ、ロンドン、上海、シンガポールなど、世界の主要都市の中心部に、ユニクロは数多くの旗艦店や大型店を出店し、特に中国大陆、ASEANを中心としたアジア地域で、圧倒的なブランドポジションを確立しております。

加えて、ヨーロッパや北米、オーストラリアなどでも、幅広いお客様から支持を得ております。

このようなブランドは他にありません。



先月13日、イタリア・ミラノに、ユニクロの現地1号店、
「ユニクロ コルドウージオ広場店」をオープンしました。

街のシンボルである、大聖堂広場近くに構えたお店で、
開店前には数百メートルの列ができ、大盛況でした。
ミラノは、世界のデザインとアートの首都ともいべき街です。
そこに日本の伝統を融合した最高の店ができました。

デザインとアートは、衣服をつくる上で、不可欠な要素であります。
我々のLifeWearを自在に活用して、
お客様独自のスタイルを創り出して頂きたいと考えております。



先週の4日、無限の可能性を持つ大市場のインドのデリーに、インド初の店舗をオープンしました。

店内には、デリーを拠点に活動しているアーティストの陶芸作品や、インド特有の色彩を使った伝統文化のイラストの数々を展示しました。

インドは13億人の人口を擁し、平均年齢は27歳と非常に若く、飛躍的な成長が期待できる国だと思います。
この秋、さらに2店舗をデリー近郊にオープンします。

既に、インドでは、将来、グローバルで経営幹部として活躍が期待できる、優れた人材を、多数採用しております。

また、近いうちにベトナムにも1号店を出店したいと考えております。

これらの地域のお客様にも、高品質なLifeWearは、ご支持いただけると確信しています。

こうした世界各地で、我々の成果は、画期的なLifeWearのコンセプトと一緒に、広くお客様に受け入れられたことが大きく影響していると思います。

本日はこのあたりのことを詳しくお話いたします。

「究極の普段着」

6

以前からお伝えしているように、LifeWearは、
あらゆる人の生活をよりよくする、より豊かにするための服。
美意識のある合理性を持ち、シンプルで上質、
そして細部への工夫に満ちている服です。

日常の服でありながら、生活ニーズから考え抜かれ、進化し続ける服、
LifeWearは「究極の普段着」であります。

「ファッションとしての服」から 「上質な生活のための服」へ

7

日本では「洋服」と言われているように、現在、多くの国で着られている服は、西洋社会で生まれたものが大半です。

服の歴史を申し上げると、初期は、「衣食住」の一つとして、体を守るための存在でした。

そして、王侯貴族が着る服、役人や軍人、僧侶が着る服というふうに、身分を表すものとなり、時代と共にファッションとしての服へと、その役割を変えながら、世界に広がりました。

しかし、近年、人々の服に求める価値が、大きく変わりつつあると思います。ひたすら物質的に豊かになることを追い求める時代は終わり、服に求める価値は、「ファッションとしての服」、「着飾るための服」を超えて、「上質な生活のための服」へと大きく変わりつつあります。

その本質を、具体的な製品の形で体現したのがLifeWearです。

「シンプルで、完成度の高い部品としての服」、このLifeWearというコンセプトは、今、世界の服の流れのなかで、最先端にあると思います。

資源大量消費型の 社会に対する問題意識

永続的な繁栄に 疑問符がつけられる時代

8

LifeWearの価値観が今、世界中で支持を得ている背景には、過去の常識だった資源大量消費型の社会に対する、人々の疑問と漠然とした不安感があると思います。

アパレルの領域でも、「使い捨ての服」に対する問題意識が生まれ、シンプルかつ高品質な、機能性にも優れた日常生活のための服が求められていると思います。

今、世界には、貧富の格差拡大、難民問題、人種差別、気候変動など、深刻な問題が山積みしております。
アマゾンの大規模な森林火災や、台風被害に代表されるように、かつてない規模の災害が頻発しています。

人類の永続的な繁栄に疑問符がつけられるような時代。
それに見合った、新しい生活スタイルが求められていると思います。

「サステナブルであること」は すべてに優先する

9

このような時代にあって、今、社会にとって最も重要なことは、
いかに将来、長く継続的な社会を実現するのか、
つまり、「サステナブルであること」が何よりも重要です。

社会が持続的に発展しなければ、企業も成長できません。

LifeWear = Sustainability

10

一つひとつの企業、一人ひとりの個人が、
自らの事業や仕事を通じて、社会の持続的な成長を目指す、
そういう発想と現実の行動が必要な時代になったと思います。

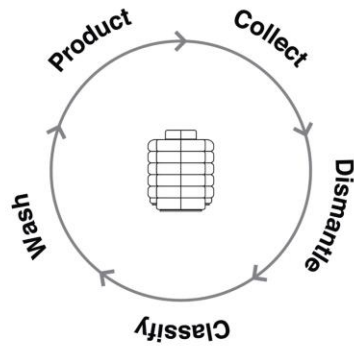
LifeWearは、その姿勢を商品の形で表したものであります。

我々は、使い捨ての服はつくりません。

今、求められているのは、高邁なスローガンではなく、
具体的な行動、現実の事業として、それを形にする。
一歩ずつでも社会を良くする。
企業が明確な意志を持って行動することが必要だと思います。



UL
ULTRA
LIGHT
DOWN

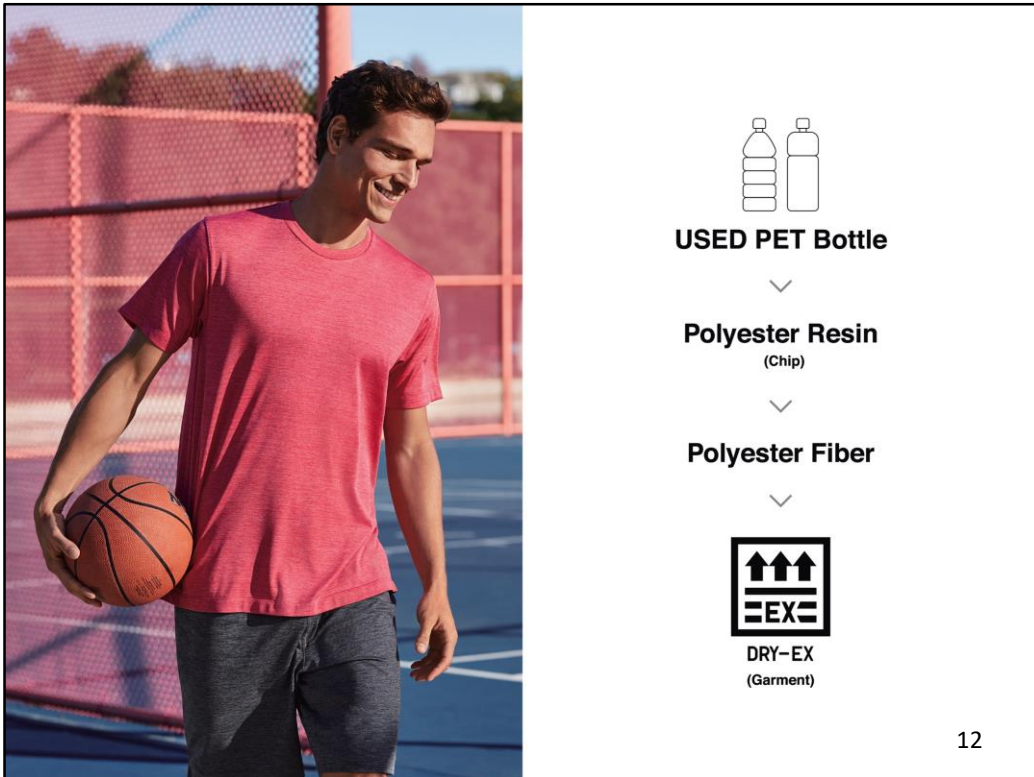


11

その一環として、我々と東レ様と一緒に、お客様が着られなくなったウルトラライトダウンを回収し、そのリサイクルダウンを活用した、新たな商品を、2020年秋冬シーズンより販売する予定です。

従来、布団などの、ダウンが含まれる製品のリサイクルは、プロセスが複雑で、解体を手作業で行うことが一般的でした。

今回、ウルトラライトダウン専用の分離機械の開発により、ダウンの切断、分離、回収まで、完全に自動化し、従来の手作業に比べて、約50倍の処理能力を実現しました。



さらに、PETボトルからリサイクルしたポリエステル繊維を使用した、ドライEXの開発を、東レ様と共同で推進することを決定しました。

これによって、よりシンプルで高機能、高品質、そしてサステナブルな服を、世界中のお客様に提供していけると考えています。

優れた個人・企業と志を共にし、 サステナブルな社会を実現する

13

このような取り組みは、永遠に持続可能な社会の実現を最優先に掲げる、我々ファーストリテイリングの服に対する価値観、我々の生き方そのものを表現しています。

近年、世界中の優れたデザイナーや傑出した企業から、「LifeWearの話を、もっと聞きたい」、「ファーストリテイリングと一緒に、パートナーとして仕事をしたい」といった話が次々と寄せられています。

我々と志(こころざし)を同じくする世界中の企業や個人と、さまざまなコラボレーションの機会が生まれてるのではないかとワクワクしています。

その背景には、先ほど述べたように、LifeWearが、服の概念を根底から覆しつつあると思います。

服を変え、 常識を変え、 世界を変えていく

14

「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」
毎回、お伝えしていることですが、
これはファーストリテイリングのステートメントです。

我々のすべての出発点と到達点がここにあります。
ビジネスはお客様を、そして社会をより良くする、より豊かにするためにあります。

事業そのものが社会のためになる会社

15

LifeWearのコンセプトのもと、
会社そのものが、どれだけ継続できる企業になるかが重要です。

そのためには、事業そのものが社会のためになる会社になる。
それ以外に道はありません。

優れた才能や技術を持つ世界中の個人や企業と力を合わせ、
過去に例のない、まったく新しい産業を生み出し、
より良い社会の実現に貢献していきたいと思います。
ご支援のほど、よろしくお願いいたします。

ありがとうございました。

