

2026年10月8日

「世界一になる」と改めて決意する

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



グローバルブランドの 入り口に立った

米『TIME』誌
ユニクロを「世界で最も影響力のある企業100社」に選出
インターブランド「Best Global Brands 2025」
ユニクロが第47位にランクイン

「世界一」への挑戦は 新たなステージへ

「世界一」はユニクロ創業当時の目標
「絶対になる」と決意し、
そのための計画を立て、行動し、自らを変えてきた

挑戦し続ける

東南アジアの大きな成長可能性

「日本のブランドだから買う」から
「グローバルブランドだから買う」へ

最初に選ばれるグローバルブランド

消費をけん引する若い世代、
中間層の人口比率が高まる東南アジア市場
ユニクロは「最初に選ばれるグローバルブランド」に

生まれ変わったジーユー

ユニクロと並ぶグローバルブランドを目指して、
2026年秋冬コレクションから新たなスタート



あらゆる人が 自分のファッションを楽しめる服

ユニクロの服 →「より快適な日常生活を実現する部品」

ジーユーの服 →「より自由に自らのスタイルを表現する部品」

ユニクロを上回るポテンシャル

すべての店舗がゼロから再オープンするつもりで、
お客様に新しい価値をお届けします

経営者の育成

「チーム経営」の体制を確立する
明確な理念を持つグローバルブランドの姿勢をより鮮明にし、
「グローバルワン・全員経営」を実践する



200人の経営者候補を グローバルで選定

「優秀な店長」と「優れた経営者」は直結する
ユニクロ銀座店、幸田勇紀店長が
店長兼執行役員、グローバル営業教育責任者に

「人を育てる」ことで自分が成長する

理念や哲学を受け継いだ人材の育成は、最大の経営課題
報酬の低い会社に優れた人材が集まることはない

長期的な業績向上に責任を持つ

企業はGoing Concernが最も重要
持続的に会社の価値を高める事業活動続ける

世界一のブランドになる

