

記者会見

ファーストリテイリンググループの新ブランド 株式会社ジーユー 事業戦略説明会

開催日：2006年7月20日

出席者：株式会社ファーストリテイリング

代表取締役会長兼CEO 柳井 正

株式会社ジーユー

代表取締役社長 中嶋 修一



株式会社ジーユー 代表取締役社長 中嶋 修一

ご挨拶

株式会社ファーストリテイリング 代表取締役会長兼CEO 柳井 正

柳井でございます。我々の新ブランドであるジーユーは、初年度売上高100億円、近い将来に1,000億以上の売上ができる、新しい事業の柱にしたいと考えております。ジーユーが狙う低価格衣料品の市場は、日本ではまだ事実上未開発ですが、本来は非常に大きな市場ではないかと思っています。ジーユーにおいて狙うのは、一言で言いますと、『絶対的低価格の追求 + ファッション』ということです。先進国ですでに大きな市場になっており、例えばアメリカであればウォールマート、ターゲット、オールドネイビー、イギリスであれば、ニュールック、プライマーク、あるいはトップショップ、スーパーマーケットチェーンのテスコとかアズダ、ヨーロッパであれば H&M といった企業が低価格衣料品の市場を形成しています。日本でも市場ポテンシャルは大きいと考えていますので、必ず短期間で成長できるのではないかと考えております。是非ご支援のほどお願いしたいと思っております。

質疑応答

(主な質疑応答の内容につきましては、ご理解いただきやすいように部分的に加筆・修正をしております。)

Q1: 「ジーユーの目指すこと」として、「企画から生産、店頭まで最短のリードタイムを実現」を挙げていますが、このリードタイムは具体的に何日間程度でしょうか。また、ユニクロのリードタイムと何日間程度違うのでしょうか。

A1: 中嶋社長 生産リードタイムについては、商品によってまったく違いますので、一概には言えません。またユニクロとの比較ですが、ジーユーとユニクロは生産数量がまったく違うため、比較対象にはならないと思いますので、回答は控えさせていただきたいと思っております。

Q2: 例えば、ボトムスであれば、生産リードタイムはどのくらいの期間ですか。

A2: 中嶋社長 ボトムスであっても、ジーンズ、スカートなど、商品によって違います。生産リードタイムについては、「出来る限り早いスピード」でやっていきたいと考えています。現在、まだスタートしたばかりなので、具体的な数値はこれから出てくると思います。

Q3： 売上目標が2007年8月期で100億円となっていますが、その際の利益目標をお教えてください。

A3： 中嶋社長 利益目標については、現在のところ回答を控えさせて頂いております。

Q4： ジューとユニクロの価格の違いはよく分かったのですが、ユニクロとの顧客ターゲットの違い、品質の違いというのはどのように考えられているのですか。

A4： 中嶋社長 やはり質を追求しているユニクロと、ファッション性と最低価格を追求しているジューとはまったく違う形で共存できていると思っています。また、価格の違い以外に何が違うかということですが、まずジューの場合、お客様のターゲットは20代後半から35オくらいで、ジューとして商品開発の過程ではターゲットは明確に絞り込んでいます。もちろん商品をいくつかのテーマに分けて展開していくことによって、幅広いお客様をターゲットにしていくことには変わりないですが、商品を明確に差別化をしていくこと、そして、売場のイメージ、商品の展開方法などで明らかな違いを出していきたいと思っています。

Q5： 品質的にはユニクロと同等のものを展開すると考えてよろしいですか。

A5： 中嶋社長 ユニクロの場合はカシミアのセーターとか、エアテックのジャケットとか、非常に付加価値の高い商品をたくさん取り扱っています。ジューにつきましては、そのような付加価値の高い素材はどちらかという扱わない、逆に非常に汎用性の高い素材で、ファッション性を出していきたいと考えています。

Q6： ジューとユニクロは将来的には同じ商圈内に店舗がバッティングすることが考えられるのですが、ユニクロとは競合すると考えられますか、それともターゲットが違うので競合しないと考えられますか。

A6： 中嶋社長 ユニクロの場合は全国に約700店舗ありますので、当然商圈としてはバッティングしてくると思います。ただジューとユニクロとは、全く立ち位置が違うブランドだと考えておりますし、必ず共存できていると思っています。

Q7： 店舗の展開についてですが、1号店にダイエーの南行徳店を選ばれた理由は何でしょうか。また、関東中心に進めていくということですが、これはダイエーの改装と関連しているためですか。

A7： 中嶋社長 関東圏中心の出店から始めた理由は、私どもの最初のブランドの立ち上げですので、エリアが広がれば広がるほど、管理できなくなる、目が行き届かなくなるためです。また広告費などの費用対効果も考えて集中的に出店したいためです。私どもが出店場所を考える上で、ダイエー様との話し合いの中で、南行徳店に1号店を出すことを決めさせて頂いております。

Q8： 柳井会長にご質問ですが、なぜ中嶋さんをトップに選んだのか、その理由について簡単にお願ひします。

A8： 柳井会長 中嶋をトップに選んだ理由については、彼はこれまでユニクロで、店舗から商品まですべてを経験しておりまして、最終的には商品本部長として、ユニクロの全ての商品の総責任者だったということです。そして、ユニクロの経営幹部の1人として、すべてを経験しているということ、また我々の幹部の中で一番信頼できる人間だったためです。

Q9: 先ほど近い将来 1,000 億円以上を目指したいとおっしゃられましたが、だいたい何年後くらいに 1,000 億円を目指したいですか。また、柳井会長から「新しい事業の柱にしたい」とお話がありましたが、それはグループの中で、利益面でどのくらい貢献を期待されていますか。

A9: 中嶋社長 売上については、5年程度で1,000億円にしたいと希望しております。

柳井会長 利益面については、ジーユーのような業態ならば、将来的に10%以上、15%くらいは可能ではないかと思っています。

Q10: 商品の開発の手法ですが、短期間でいろいろな商品を出すと思うのですが、短期間でいろいろな商品を開発するためには、どのような開発手法を取られているのですか。

A10: 中嶋社長 ユニクロの場合は、工場を管理する匠チーム、デザインを企画する R&D センター、それから生産部など、ほとんどの機能が自社の中にあります。それに対し、ジーユーは今現在、本部社員全てあわせても30名程度ですので、商品開発については、社内、社外で最大限に力を合わせてやっています。例えば、商品企画については、社内のメンバーだけでなく、社外の方々と共同して開発していきます。最終の商品編集、デザイン、サイズの決め込みなどについては、ジーユーのメンバーが集中してやっていきたいと思えます。

Q11: 今年秋冬のジーユーの出店 25 店舗のうち、約半分がダイエーへの出店ですが、来年以降のダイエーへの出店比率はどのように考えていらっしゃるのですか。

A11: 中嶋社長 出店の比率につきましては、今年秋冬がジーユーの事業のスタートですので、立ち上がった後の売上などを検証しながら、来年以降の計画について考えていきたいと思っています。

Q12: 柳井会長にお伺いしたいのですが、GMSの衣料品分野に、ファーストリテイリンググループとして取り組む意義というのをもう一度確認させてください。そもそもユニクロはGMSのお客様に、低価格の商品を打ち出して、市場シェアを拡大してきたと思うのですが、そこに敢えてジーユーというブランドでまた入っていくという意義を教えてください。

A12: 柳井会長 ユニクロは確かに低価格ということで評価されています。しかし、今の現実でいうと、一品ずつの単価を比較すれば、我々よりも安く販売しているところが多いのではないかと思います。我々が評価されているのは、品質と価格のバランスです。やはり品質が良くなれば良くなるほど、「価格よりも品質」になってきます。そうすると、どうしても低価格を追求するという業態が手薄になる。先ほどお話ししたように、欧米市場で一番伸びている企業は、最低価格を追求しているところですが、これは量販店であろうと、専門店であろうと同じだと思うのですが、できたらジーユーでそれをやりたいということです。

それでは以上をもちまして質疑応答を終了させて頂きたいと思えます。

本日はありがとうございました。