

ブレークスルーへの挑戦

玉塚 元一

株式会社ファーストリテイリング
代表取締役社長兼COO



2004年2月中間期：総括

増収増益を達成

単位：億円

	計画	実績	実績	
			前年比	計画比
売上高 (売上比)	1,765 100.0%	1,807 100.0%	+ 11.6%	+ 2.4%
売上総利益 (売上比)	818 46.3%	858 47.5%	+ 22.6% +4.3p	+ 4.9%
販管費 (売上比)	461 26.1%	461 25.5%	+ 5.2% 1.6p	+ 0.1%
営業利益 (売上比)	357 20.2%	396 22.0%	+ 51.9% +5.9p	+ 11.1%
経常利益 (売上比)	359 20.3%	396 22.0%	+ 50.5% +5.7p	+ 10.5%

2004年2月中間期単体ベースの実績

2004年2月中間期：総括

既存店売上高の回復：前年比102.3%

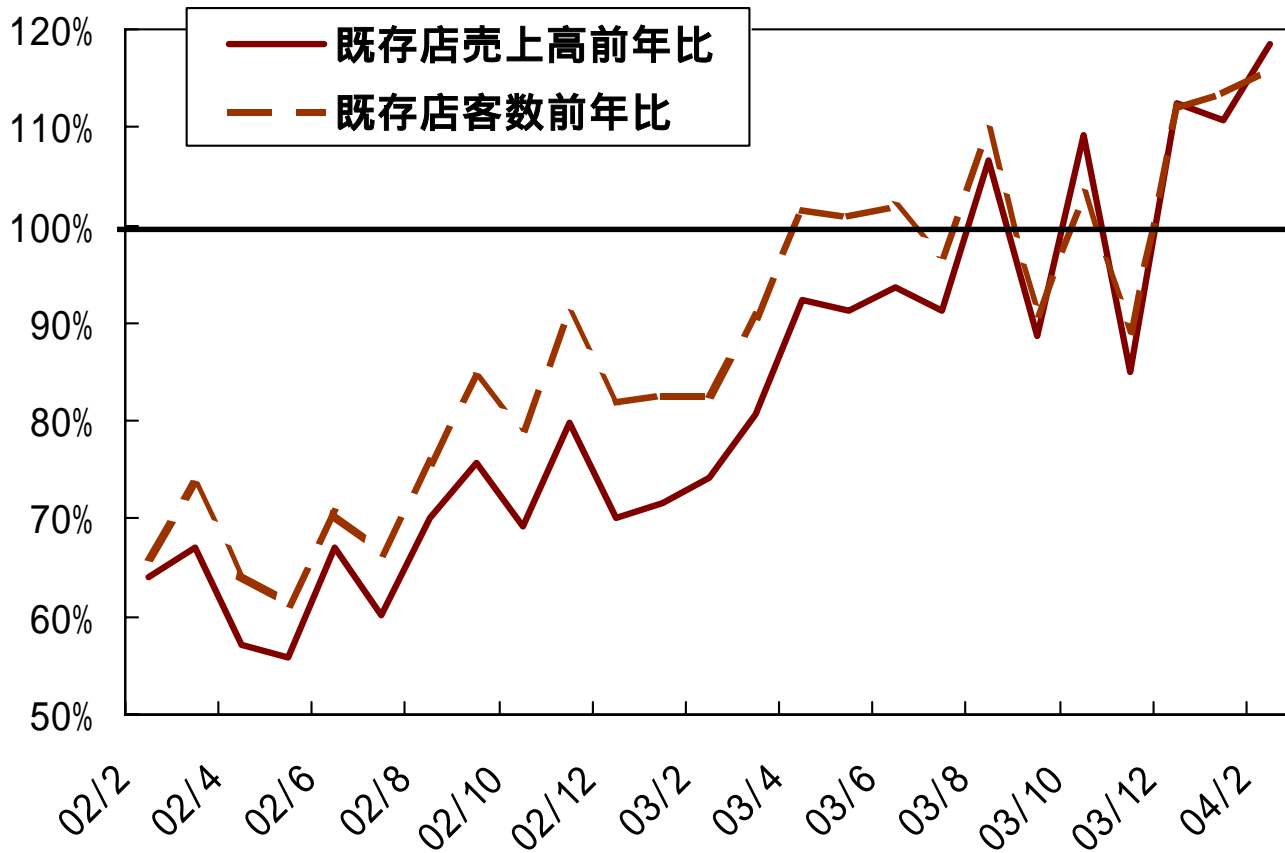
ウィメンズ商品の強化：構成比34.9%（前期比6.3ポイント上昇）

ウィメンズ構成比にはインナー売上を含む

粗利率の改善：粗利率47.5%（前期比 4.3ポイント改善）

大幅増益：経常利益 396億円（前期比 +50.5%）

既存店売上回復



ユニクロの挑戦

商品力の強化～ウィメンズ市場シェア拡大

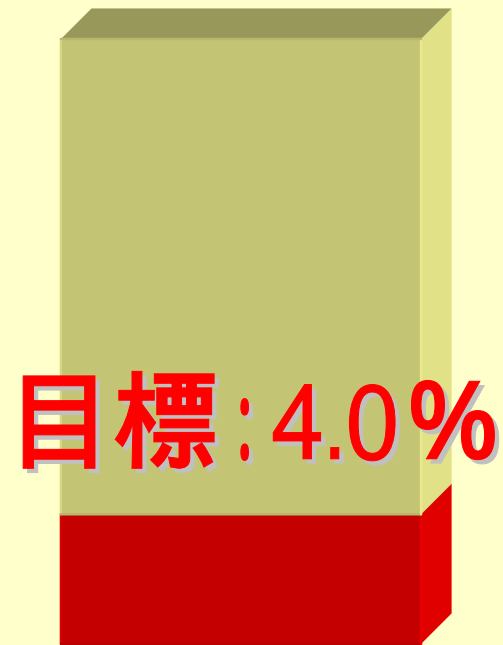
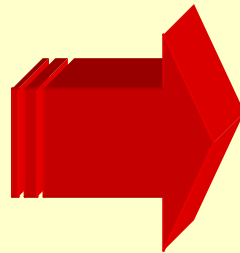
商品力の強化～メンズ開発体制の拡充

商品力の強化～新素材・新分野

売り切る力～G4の活用、社員FC制度

ウィメンズ市場でのシェア拡大

市場シェア4%の早期獲得を目指す



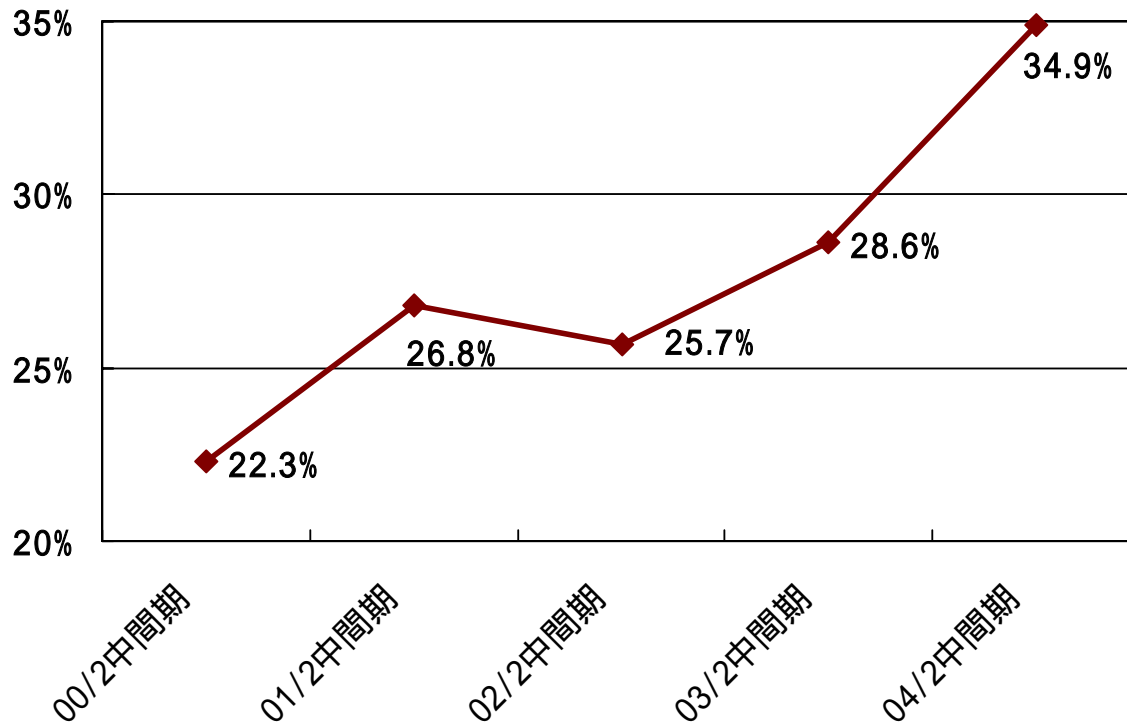
当社推定値

FAST RETAILING
CO.,LTD.



ウィメンズ売上構成比の推移

2004年2月中間期実績 : 34.9%
~ 4年間で12.6ポイント増加



各中間期の売上高(単体)に占めるウィメンズ(含むインナー)の構成比

ウィメンズ市場でのシェア拡大

“UNIQLO WOMEN”ブランドの確立

- ・継続的新商品投入と商品の進化
- ・定番コア商品とシーズン商品のバランス
- ・リラックスフィット、上質カジュアルの拡大
- ・高感度商品、ニュース性のある商品投入

2004年春夏商品

ストレッチブーツカットパンツ、トレンチコート、エクストラファインコットンTシャツ

メンズ開発体制の拡充

“本物のベーシック”を極めるために

- ・商品構成の抜本的見直し
- ・上質、最高品質カジュアルの提供
- ・高感度商品、ニュース性のある商品投入

- ・ユニクロデザイン研究室のさらなる強化
- ・業界最高クラスの外部デザイナーとの協働

新素材の開発、新分野への挑戦

・新素材の開発～戦略素材部

～ヒートテックプラス、エクストラファインコットン、コンフォライト、ファインクロス

・世界最高のサプライヤーとの共同開発

～東レ(インナー素材他)、カイハラ(デニム生地)、クラボウ(ストレッチ素材)、

～ヨーロッパ大手紡績メーカー(ファインクロスユーロ)・・・

～アジア大手テキスタイルメーカー(合繊系アウター生地)・・・

・新分野への挑戦

～「からだを科学した」インナー、カジュアルスイムウェア

売り切る力、社員FC制度

・売り切る力～G4の活用

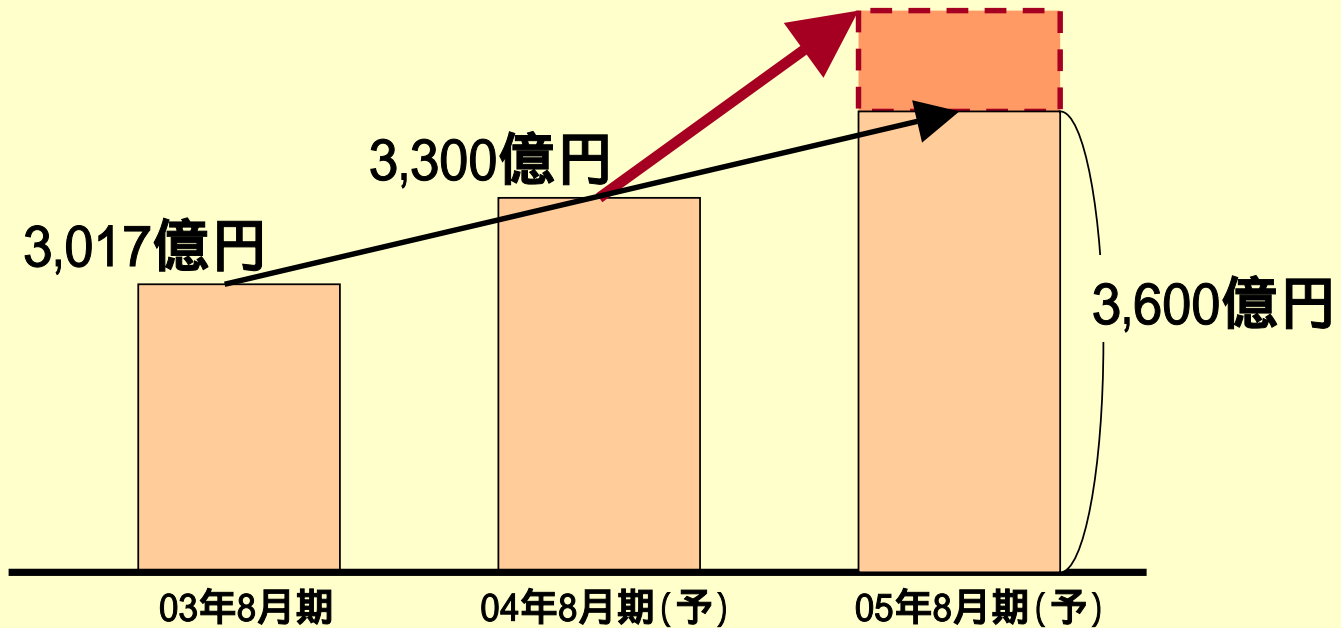
- ・個店商売スキルの劇的向上
- ・売場と生産現場との情報共有

・社員FC制度

- ・自立した店長による強い個店の集合体
- ・04年秋に第二弾となる数店舗がFCに

ブレイクスルーに向けた挑戦

3,600億円の確実な達成



単体ベースの売上高実績及び予想

グループ戦略

・新規事業

- ・リンク・ホールディングス：持分法適用会社
- ・ナショナルスタンダード：連結子会社
- ・エフアール・フーズ：解散予定

・海外事業

- ・英国事業・・・2004年2月中間期に黒字達成
- ・中国事業・・・2005年の黒字化を目指す

回復から挑戦へ 自己革新