

ファーストリテイリング・ユニクロ 戦略のポイント

大笥 直樹

株式会社ファーストリテイリング 専務執行役員

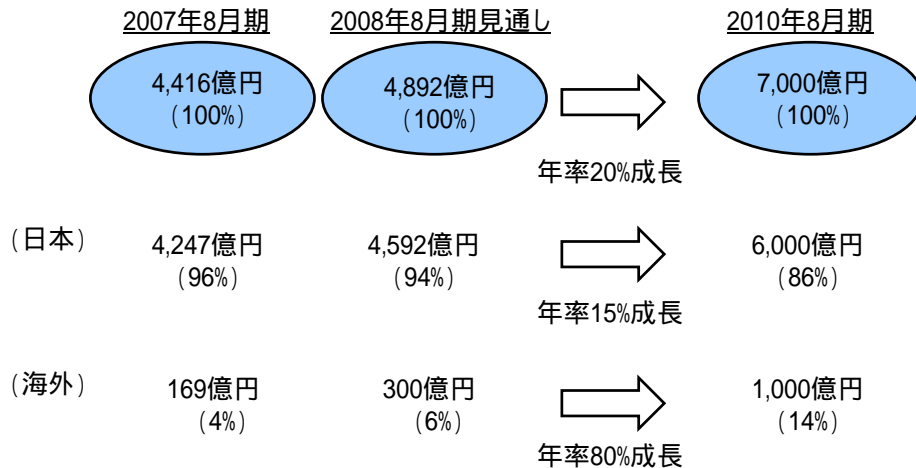


グローバルワン

**世界中で最良の方法で企業経営する
世界中で一つの企業グループとして経営する**

- ・ユニクロ事業をグローバル事業に転換する
 - 日本 1からアジア 1へ
 - ユニクロ 世界 1への布石として
 - グローバルワンのユニクロを支える仕組み
- ・国内関連事業を抜本的に改革する
 - GOVリテイリングの設立
 - 第二、第三のユニクロを作り上げる

ユニクロ事業の成長目標



日本 1からアジア 1のユニクロへ

- ・中国、韓国における出店を加速
 - 早期に100店舗体制を実現する
- ・シンガポールに新規出店
 - 2008年8月新会社を設立
会社名: ユニクロ・シンガポール・プライベート・リミテッド
 - 2009年春に、第一号店をオープン予定
- ・インドへの出店を検討
 - 2009年8月期より市場調査を開始

ユニクロ 世界 1への布石として

- ・フランス パリ グローバル旗艦店をオープン
 - 2009年秋 パリ中心街 rue Scribe(スクリーブ通り)に出店
 - 650坪の大型グローバル旗艦店
 - ロンドンに次ぐ欧州の新たな拠点
- ・ロシアへの出店を準備
 - 社内に事業準備室を設置し、早期の出店を具体的に検討

5

グローバルワンのユニクロを支える仕組み

- ・生産のグローバル化
 - 店舗展開のグローバル化に合わせ、生産もグローバル化
中国における生産量の伸びを中国以外の国や地域が上回り、
将来的には、全生産量の1/3程度が中国以外になる
 - ベトナムでの生産規模を拡大
 - 2008年9月 バングラデシュに生産管理事務所を設立
 - 2009年8月期よりインドにおける生産の可能性を検討
- ・ウイメンズ商品の強化
 - ウイメンズ商品比率UP 40%強 60%に
- ・大型店の効率化と出店加速
 - 既存大型店の坪効率をUPする

2007年8月期 17万円/月坪	▶	2008年8月期 21万円/月坪	▶	2009年8月期 23万円/月坪	▶	2010年8月期 25万円/月坪
---------------------	---	---------------------	---	---------------------	---	---------------------

- グローバルな成長エンジンとしての大型店を国内外で出店

6

グローバルワンのユニクロを支える仕組み

- ・グローバルマーチャンダイジング
世界中で統一された、ユニクロのあるべき商品と商品構成を作り上げる
 - お客様の潜在ニーズを具現化する商品
ヒートテック、プラトップ、ボトムスなどのメガヒット商品群
 - 高品質のファッションベーシックを追求
- ・グローバルマーケティング
グローバルワンの情報発信製造小売業を作り上げる
 - 世界共通のブランドメッセージ
 - 世界共通の伝達方法
販促広告、広報、プレス、新メディア(Web)など

7

国内関連事業の改革

- ・GOVリテイリングの設立
 - 2008年9月1日付設立
 - 新しい靴事業、新しい市場最低価格事業を作り上げる
 - ファーストリテイリング、ユニクロと機能連動した組織再構築
 - 統合による経営の合理化
共通機能(生産・商品・営業・マーケティング・管理など)の統合
10月には、本社を統合(九段下)
 - ブランドコンセプトの再構築
当面は、前3社の各ブランド名、店舗名などを維持
- ・第二、第三のユニクロをつくりあげる
靴・低価格衣料品(GOV)、婦人服(CABIN)のそれぞれの分野で、ユニクロなみに収益を生み出すことのできる、構造的な強さを備えた製造小売業をつくりあげる

8