

FAST RETAILING CO., LTD. 執行役員
迅鎖(中国)商貿有限公司 董事・総経理

潘 宁

PAN NING



1

ユニクロ事業の概要

- 世界中で直営店916店舗を展開するグローバルカジュアルブランド(2010年2月末現在 日本国内791店舗、海外125店舗)
- ユニクロを展開するファーストリテイリンググループの売上高は6850億円、経常利益1013億円、店舗数2173店舗、時価総額1兆6000億円を超えるアパレルブランドグループへと成長(2009年8月末現在)
- 顧客・市場を最重視し、消費者の声、潜在ニーズを店舗・売場にて素早くつかみ取り、最短の時間で商品、サービスに反映させて行くビジネスモデルが、幅広いお客様から支持を受けている



中国におけるユニクロの沿革

- 2002年 中国上海市にユニクロを出店、中国における営業を開始
- 2005年 香港（尖沙咀）にユニクロを初出店
- 2006年 上海港フィア広場店、中国初の大型店(700坪)である上海正大広場店のオープン成功により、本格的な店舗拡大を開始
- 2008年 北京への進出開始し、その後、広州、深セン、成都、重慶、瀋陽、大連などにも店舗展開を開始
- 2009年 中国通販サイト最大手「タオバオ」とのパートナーシップにより、インターネット店をオープン
- 2010年2月末現在
店舗数59店(上海14店、北京10店をはじめ、全て直営店)を展開

早期に直営店100店舗まで拡大することが短期的な目標
更に中国全土の主要都市へ大量出店していける体制を築くことが目標



ユニクロのミッション

- ユニクロは、「いつでも、どこでも、誰でも着られる、ファッション性のある高品質なベーシックカジュアルを継続的に提供する」。このミッションを実現するため、商品の企画、デザイン、素材調達、生産、物流、販売までを自社で一貫して手がけるアパレル製造小売業
- そのミッションに込めた思いとは、
あらゆる人に良い服を着る喜び、幸せ、満足を提供する服に個性があるのではなく、服を着る人が着こなしてはじめて個性を発揮する
- 市場を重視し、お客様の声を聞いて、ニーズをスピーディに商品やサービスに反映させる



ユニクロが顧客に支持される理由

顧客・市場を最重視し、消費者の声、潜在ニーズを店舗売場にて素早くつかみ取り、最短の時間で商品、サービスに反映させて行くビジネスモデルが、幅広い顧客から支持を受けている

高品質かつリーズナブル価格の商品	洗練されたベーシックデザイン	買物し易い店舗・売場	先進的なマーケティング活動
<ul style="list-style-type: none"> ● 長年かけて継続的に取り組んでいる厳格な品質管理 ● 世界中から探す最高品質の素材を大量に直接仕入れることによって他社が実現できない価格で提供 ● 自社で100%リスクを取り、自社でコントロールすることによって無駄な流通過程を徹底的に排除し、市場最低価格を実現 	<ul style="list-style-type: none"> ● ニューヨーク、東京を拠点とするR&Dセンターによる商品開発 ● 組み合わせによって着る人の個性を引き出すファッション性あるベーシックデザインの服 	<ul style="list-style-type: none"> ● 広くて、明るくて、雰囲気の良い売場 ● 豊富な商品バリエーション ● 独自性のある陳列、VMD 	<ul style="list-style-type: none"> ● グローバル連動のキャンペーン活動 ● 他社と差別化されたメディアミックス戦略

ユニクロの高品質な商品とブランドの信頼性は、中国の消費者にも広く浸透している



ユニクロの中国における生産

- ユニクロが、世界中で販売する商品のうち約85%が中国の協力工場(70工場)にて生産されており、その年間数量は年間5億枚を超える
- 中国で生産されたユニクロ商品は、その高い品質により世界中で非常に高い評価を受けている。中国生産のおかげで、ユニクロは「高品質カジュアルウエア」の代名詞として、日本はもとより世界中で広く認知されている
- ユニクロは2000年以来、日本の最先端の繊維技術と経験を持つ「匠」と呼ばれる熟練技術者（現在31名）を協力工場に派遣し、生産現場での技術指導や工程管理、人材育成にあたっており、協力工場の品質向上に大きく貢献している



ユニクロ グローバル化の現状

- 2010年2月末現在、全世界で8つの国と地域、全916店舗を展開
(日本国内791店舗、海外125店舗)
- 中国をはじめ、米国、英国、フランス、韓国、香港、シンガポールに、計125店舗を展開中
- 2009年8月期の売上高実績
日本国内ユニクロ事業 5381億円、海外ユニクロ事業377億円
2010年8月期の売上高予想
日本国内ユニクロ事業 6150億円、海外ユニクロ事業700億円



グローバル旗艦店戦略

- グローバル旗艦店とは、ユニクロが現時点で実現できる最高水準の商品、VMD、店舗運営、サービス、クリエイティビティを結集した、世界に向けてのショーケースであり、グローバル化の推進エンジン
- このグローバル旗艦店から、世界同時に、ユニクロの品質・スタイル・価値・ブランドメッセージなどのユニクロの情報発信し続けていく
- 世界の主要都市に、大型のグローバル旗艦店を続々とオープンし、グローバル旗艦店をベースにして、世界中のお客様とのコミュニケーションを図る
- 2006年11月 ニューヨーク、2007年11月 ロンドン、2009年10月にはパリと、次々とグローバル旗艦店を出店



上海グローバル旗艦店

【立地】上海最大の繁華街の目抜き通り、南京西路にオープン

【規模】 売場面積 約1100坪。世界最大のグローバル旗艦店

【アーキテクト】

世界中のアップルストアやビル・ゲイツ邸を設計した
BCJ (Bohlin Cywinski Jackson)社が設計

【商品・サービス】

ユニクロが現時点で実現できる最高水準の商品、サービスを提供

【従業員】 中国店舗として最多の240名の従業員が働く店になる



上海グローバル旗艦店のコンセプト

FROM SHANGHAI TO THE WORLD

瞩目上海，点睛世界。



なぜ、上海なのか？

- 世界で最も成長しているマーケットであるアジアは、いわば「世界の成長センター」
- そのアジアでも最大の都市である上海は、もはや「アジアの中というだけにとどまらず、「世界の中心」になりつつある
- ユニクロは、この上海グローバル旗艦店を通じ、ユニクロの品質、スタイル、価値、ブランドメッセージを世界に向けて発信していく



上海グローバル旗艦店 オープン日

2010年5月15日OPEN



上海グローバル旗艦店



Imagery by Studio 216 for Bohlin Cywinski Jackson

【店名】上海 南京西路店

【住所】上海市南京西路969号(南京西路茂名北路口)

【売場面積】 1階～3階 約1100坪

