

# ジーユー2022年春夏 事業戦略発表会

株式会社ジーユー  
代表取締役社長 柚木 治



みなさん、こんにちは。  
ジーユー代表取締役社長の柚木 治と申します。  
本日はよろしくお願ひします。

## 2021年8月期決算の振り返りと気づき

GU

	2021年8月期 (2020/9~2021/8)
売上収益	2,494 (前年同期比+1.4%)
売上総利益	1,183 (前年同期比▲0.4%)
営業利益	201 (前年同期比▲7.6%)

※単位：億円

上期



シェフパンツ



スウェット  
ライクセーター

下期



カットソーカラー  
フレアスラックス



エアリーシャツ

まずは、先日発表しました決算につき、ジーユーの部分を改めてご説明します。  
2021年8月期の数字は、こちらの通りですが、

上期は、シェフパンツ、スウェットライクセーター、ラウンジウェアといった商品が好調でした。

一方、下期は、緊急事態宣言の影響、カットソーカラーフレアスラックスやエアリーシャツなどの売れ筋商品の欠品による機会ロスがあり、通期の既存店売上高は若干の減収という結果でした。

実需を重視した商品構成とした結果、お客様がジーユーに求めるトレンド商品を十分に提供できていなかったと振り返っています。

捉えられたお客様の動向としては、  
トレンド商品やトレンドカラーの売れ行きが好調でした。

また、先日実施した9月の新キャンペーン発表会后、  
ジェンダーレスやエイジレスな着こなしの提案に対して、多くの反響をいただきました。

現状は緊急事態宣言も解除され、お客様の「ファッションを再び楽しみたい」というムードを感じており、

ジーユーらしさであり、強みでもある「あらゆる人がファッションを楽しめる」、  
そのような商品提案を強化する必要があると考えています。

この秋冬シーズンでは、ざっくり編みのチャンキーニットのカーディガン、セーターや冬の  
トレンドボトムス、バリエーション豊富な冬のブーツなど、

トレンドアイテムであり、かつ着回し力の高いアイテムが支持されていることも、そのような世の中のムードの表れと捉えています。

## 2022年春夏シーズンの戦略

- ①ファッション性×実用性  
×ジェンダーレス・エイジレスの強化
- ②持続可能な事業構造の確立
- ③より便利な購買体験の環境・仕組みづくり

そして2022年春夏シーズンの戦略は、  
3つの切り口で「あらゆる人がファッションを楽しめる」商品やサービスを提供いたします。

1つ目は、ファッション性×実用性×ジェンダーレス・エイジレスの強化

2つ目は、持続可能な事業構造の確立

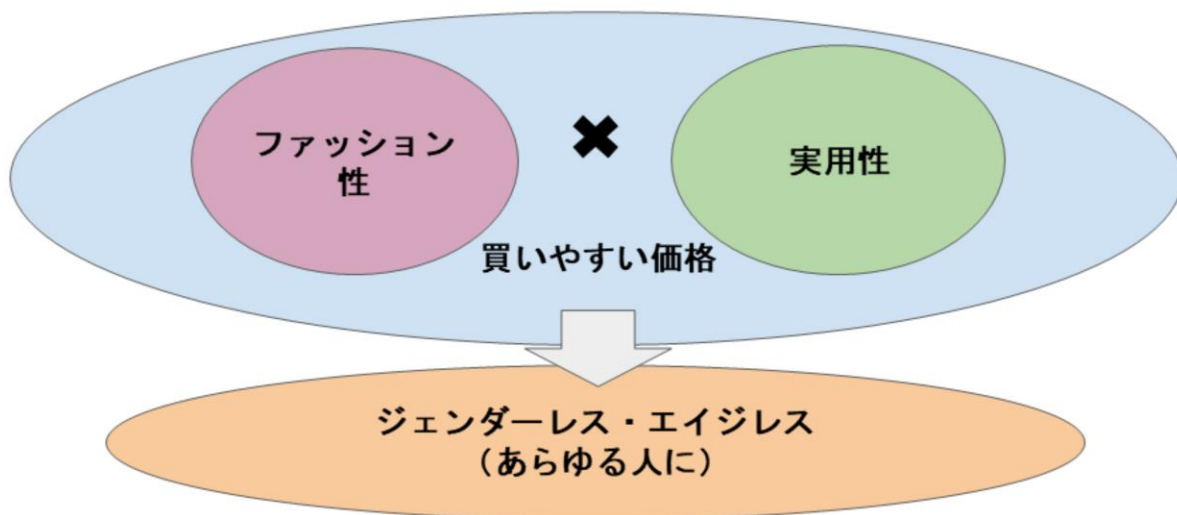
3つ目は、より便利な購買体験の環境・仕組みづくり

です。

以降で詳細をお伝えします。

## 戦略①

ファッション性 × 実用性 × ジェンダーレス・エイジレスの強化



まず1つ目の戦略は「ファッション性 × 実用性 × ジェンダーレス・エイジレスの強化」です。

「ファッション性」は旬のトレンドを捉えると共に、幅広い人に似合い、多くの人が着たいと思うデザインであることが大事だと考えています。

「実用性」は、変化し多様化する人々のライフスタイルに寄り添い、着心地がよいことに加え、様々なシーンで役立つ機能性、着回しのきく汎用性、洗濯やお手入れが楽な利便性を備えていることが大事だと考えています。

これらを兼ね備えた商品を、「買いやすい価格」で提供すること。それがジーユーに求められる使命と考えています。

そして昨今の多様性の広がりもふまえ、性別や年齢を問わず（ジェンダーレス・エイジレスに）、あらゆる人にファッションを楽しんでいただけるように、商品やサービスの提案を強化してまいります。

**2022年春夏シーズンテーマ**  
**～カラフル～**  
**ファッションで毎日に彩りを**



**カラー×ジェンダーレス・エイジレス（あらゆる人に）**

2022年春夏シーズンテーマは、「～カラフル～ ファッションで毎日に彩りを」です。

昨今、自分に似合う色「パーソナルカラー」が、ファッションに限らず、ヘアスタイルやメイクアップなど、様々な場面で注目されています。

老若男女、年齢・性別・体型を問わず、お気に入りのカラーを身にまとうことで、自分らしく自由にファッションを楽しんでいただきたい、という想いをこのテーマに込めました。

ウィズコロナ・アフターコロナで、ファッションのムードが高まりつつある今こそ、改めて「ファッションっていいな」と感じていただきたく、「カラー×ファッション」をご提案します。

お客様が期待してくださっている、ジューらしい「楽しさ」や「自由さ」を、2021年秋冬に続いて、タレントの皆さまを起用したスタイリングやビジュアル、ジューのスタッフのコーディネートスナップ、ライブコマースなどを通じて表現し、より多くの人に、自由に自分らしく楽しめる着こなしをご提案します。

また、トレンドのカラーやデザインに加え、スタイルアップできるようにこだわったシルエット、丈感、はき心地のイージーさなどの実用性も兼ね備えています。

目で見ても楽しく、着てみてもっと楽しくなる、そんな「カラー×ファッション」をご提案したいと思います。

## ウィメンズ主力商品 (カラー×スタイルアップ)



### カラスラックス

1,690円～

はき心地イージーなのに美脚見え



### カラードレス

1,990円～

1枚で着映え



### カラーミニT

790円～

細見えシルエット

ウィメンズの主力商品は、気分が高揚するようなカラーリングとスタイルアップが叶うディテールを両立したアイテムを提案します。

中でも今期一押しの「カラスラックス」は、見た目でもポジティブになれるビビッドなカラーが特徴です。

ストレッチが効いていて、はき心地はイージーながらも、美脚見えにこだわったセンタープレス仕様でスタイルアップも叶います。

夏の人気商品のドレス群も、今シーズンは豊富なカラーバリエーションでラインナップします。

1枚でもしっかり着映えするカラーリングに加えて、ウエストを絞ったデザインやスッキリ見えるシルエットにもこだわりました。

昨今トレンドのミニ丈のTシャツは、コンパクトでありつつフィットしすぎず身体のラインを美しく見せるシルエットと

ちょうどよい丈感で、スタイルアップ効果抜群です。

## メンズ主力商品 (トレンド×着心地)

GU



### カーブタックパンツ 1,990円

ジーユーメンズ初の  
スタイルアップボトムス



### リラックスフィットシャツ 1,690円～

お客様の声から  
誕生したシルエット



### Sweat T (スウェT) 1,690円

夏の定番アイテムTシャツが  
薄手のスウェット地で登場

メンズの主力商品は、トレンドのカラーやシルエットであることに加えて、着心地のよさにもこだわった商品をラインナップします。

まず、トレンドの「タックインスタイル」が簡単に着こなせる新シルエットの「カーブタックパンツ」を開発しました。

ご好評いただいている「シェフパンツ」や「バルーンアンクルパンツ」のイージーな着心地は受け継ぎつつ、

ワイドでも脚長見えするこだわりのシルエットで、ジーユーメンズでは初のスタイルアップボトムスとして提案していきます。

また、「ほどよくゆるいシルエットでトレンド見えしながらラクに着たい」というお客様の声をもとに開発したシルエットの「リラックスフィットシャツ」や、

Tシャツのような着心地とトレンドのカラーやデザインを兼ね備えた「Sweat T (スウェT)」などは、

単調になりがちな夏のファッションに鮮度をもたらすレイヤードスタイルでご提案していきます。

# ダイバーシティ&インクルージョンを進め、 あらゆる人がファッションを楽しめるブランドを目指す



ジェンダーレス



エイジレス



幅広いサイズ展開

ジーユーはあらゆる人にファッションを楽しんでいただけるように、店頭やオウンドメディアを通じて、さまざまな着こなし方をご提案していきます。

店頭のマネキンやスタッフスタイリングにおいて、女性による男性アイテムの着こなしや、男性による女性アイテムの着こなしを積極的に提案しています。

また、世代を超えてご家族でお買い物をお楽しみいただけるよう、今年の秋9月の「敬老の日」に、家族3世代をご招待するショッピングイベントを実施しました。

「孫とお揃いのコーディネートなら挑戦しやすい」  
「若者向けと思っていたが、着てみると着心地が良いものが多い」  
といったお声を頂くなど、大変好評でした。

今後も「敬老の日」に限らず、マタニティの方や障がい者の方に向けたイベントを企画するなど、より多くのお客様に楽しんでいただけるよう、商品やサービスの向上を目指していきます。

さらに、さまざまな体型の方に、ご自身に合ったサイズの洋服を選んでいただけるよう、オンラインストアではXS・XXL・3XLの特別サイズを展開し、店頭でもご案内しています。

このようにジェンダーレス、エイジレスに楽しめる着こなし方の提案や豊富なサイズ展開を進め、  
あらゆる人がファッションを楽しめるブランドを目指します。



## 戦略② 持続可能な事業構造の確立

### 無駄な商品を作らないSCM



2つ目の戦略は「持続可能な事業構造の確立」です。

お客様に本当に欲しいと思っていただける商品を、必要なタイミングで、必要な分だけ作る、サプライチェーンマネジメントの強化です。

3つの要素を掛け合わせて、無駄な商品を作らない仕組み作りをしていきます。

1つ目は、現状より品番数を絞り込みます。

そうしてトレンドを的確に捉えた無駄のない商品構成を実現し、お客様にとって旬のファッションをより選びやすく、着こなしやすくすることを目指します。

2つ目は、お客様の声を反映した商品を提案します。

具体的な取り組みとしては、

今まで以上にお客様の声を集めて分析し、商品に反映するべく、有明本部にカスタマーセンターを新設しました。

また、ウィメンズ・メンズ・キッズ・グッズ・インナーの各アイテムについて、お客様と直接対話して商品に反映する部活プロジェクトを推進しています。

さらに、日々お客様と接している店舗スタッフの声を吸い上げ、商品に反映する仕組みをスタートしています。

これまでも「おしゃれで歩きやすいパンプスが欲しい」という声から、マシュマロパンプスを生み出したGU SHOES LABや

女性特有の健康課題に着目し、お客様から寄せられるお悩みをもとに、吸水サニタリーショーツを生み出したGU BODY LABも

お客様の声を商品化していくプロジェクトです。

最後は、生産調整の精度向上です。

今までより、販売開始前の発注比率を下げ、期中企画や追加生産を増やすことで、お客様が本当に欲しい商品を欲しいタイミングでご提案します。

そのためにも、開発プロセスの工夫、素材の備蓄や、工場様との連動強化により、企画・生産から店頭までのリードタイムの短縮を進めます。

## 主力商品のサステナブル化

GU



スタイルドライ群



ブラフィール群



一部ジーンズ群



テラードジャケット×アンクルパンツ



EcoVero™

REPREVE



「持続可能な事業構造の確立」の2つ目として、主力商品のサステナブル化を推進します。2022年春夏では、主力商品である「スタイルドライ」「ブラフィール」をサステナブル素材へ変更します。

サステナブル素材の導入拡大に加え、サステナブルな生産工程の工夫により、環境に配慮した新しい服作りを目指します。

商品を通じて、サステナブルなアイテムを身近に感じ、考えるきっかけになればと願っています。

参考：主なサステナブル商品

1. ウィメンズ スタイルドライインナー群 (EcoVero)
2. ウィメンズ 「リブスクエアネックニットタンクトップ」 (EcoVero)
3. メンズ 「オープンカラーシャツ」 (EcoVero)
4. ウィメンズ・メンズ 「テラードジャケット」 (REPREVE)
5. ウィメンズ・メンズ 「アンクルパンツ」 (REPREVE)
6. ウィメンズ 「ブラフィール」 (RENU)
7. ウィメンズ 「ナチュラルサポートノンワイヤーブラ」 (RENU)
8. ウィメンズ・メンズ・キッズ 一部ジーンズ群 (Blue Cycle Jeans)

<サステナブル素材の導入>

- ・ REPREVE: 回収されたペットボトルが原料 (リサイクルポリエステル)
- ・ RENU: 廃棄される残反が原料 (リサイクルポリエステル)
- ・ EcoVero™: 再生可能な木材を原料とするレーヨン素材

一般的なレーヨン素材の商品と比べ管理された森林の木材・パルプを原料としているため、CO2の排出や水質汚染を軽減する環境に配慮した繊維。

<サステナブルな生産工程の取り組み>

・ Blue Cycle Jeans

ジーンズの生産過程で生じる排水の浄化と再利用、排水量の削減を目的とした取り組み。レーザー加工やナノバブル・オゾン洗浄機などの設備と、ジーンズデザイナーの熟練技術によって、ジーンズのユーズド感を出すための色落ち加工の過程（最終加工工程）において、従来に比べて水の使用量を最大96%削減。

## サステナビリティをより身近にするための 顧客参加型の活動

GU



GU for Good  
(商品のリユース・  
リサイクル活動等)



地域密着型の  
店舗イベント



パートナー団体への  
マイレージ寄付等

「持続可能な事業構造の確立」の3つ目として  
お客様にジーユーのサステナビリティ活動を身近に感じていただくために、  
顧客参加型のイベントや活動を積極的に実施していきます。

ジーユーでは服を最後まで活用し、環境負荷低減や人道支援を目的に、  
様々な活動を行っており「GU for Good」というプロジェクトとして推進します。

全店舗で実施している商品のリユース・リサイクル活動や、難民キャンプなど世界中で服を  
必要としている人へ届ける衣料支援活動、  
先にご紹介した環境に配慮した商品の拡大などに取り組んでいきます。

地域密着型の店舗イベントとして、全国のジーユー各店舗では定期的にエコバッグイベント  
を実施しています。  
海洋プラスチックゴミのような地球環境についての問題や、エコバッグの大切さを伝える紙  
芝居をご覧いただき、マイエコバッグの制作もお楽しみいただけます。  
参加者からは「地球環境について楽しく学べた!」や「エコバッグを使って自分なりにサス  
テナブルな行動をしていこうと感じた」といったお声をいただき、  
ご家族やご友人などと気軽にお楽しみいただけると、毎回ご好評いただいています。

また、お客様がジーユーアプリで貯めたマイレージポイントを、UNHCR（国連難民高等弁務  
官事務所）など  
サステナビリティ活動に取り組むパートナー団体へ寄付できる仕組みを設け、  
店頭では、瀬戸内オリーブ基金への募金活動と「商品リユース・リサイクル活動」の一環と  
して、ご不要になったジーユー・ユニクロ製品の回収に取り組んでいます。

ホームページでは、日々ジーユーとお客様が取り組んでいるサステナブル活動の進捗の公開として、サステナビリティ活動に取り組むパートナー団体への寄付状況や、ポリエステル使用商品の回収数目標達成率などを公開しています。

## 戦略③ より便利な購買体験の環境・仕組み作り



出店の加速



Eコマースの成長、オムニ推進

そして、戦略の3つ目は、店舗とECを融合し、お客様にとって、いつでもどこでも便利で楽しくお買い物をしていただけるよう、「より便利な購買体験の環境・仕組み作り」を推進します。

具体的には、まず出店を加速させます。

今期は、20店舗の純増拡大を目指します。

ジーユーは、ユニクロに比べてまだ出店の余地が大きいいため、今後も出店数を増やしていきます。

将来的には国内も海外もユニクロと同程度に出店していきたいと考えています。

方針としては、

- ①都心部への出店
  - ②郊外型ユニクロ併設型のロードサイド出店
  - ③地域有力商業施設への出店
- です。

同時に、Eコマースでのサービス向上、オムニチャネル化を推進します。

ECの売上比率は、全社の売上の約11%まで拡大しています。

2年前と比べると約5割増となっています。

今年10月からは、オンラインストアでのお買い物をサポートするチャットボットサービスを「GU IQ」という名称に変更し、より便利にリニューアルしました。

注文・キャンセル、配送、返品・交換など、お困りごとに応じて、IQが解決方法を自動回答でご案内します。

昨今のEC利用率拡大にともない、店舗とECを連動したサービスも構築しています。従来の、ECでの購入品を店舗受取りできる「クリックアンドコレクト」のサービスに加えて、11月より、公式アプリまたはスマートフォンで注文してから、最短2時間で商品を受取ることができる「ORDER & PICK（オーダー & ピック）」を全国約400店舗で展開しています。

ECは、オンライン限定の商品やオンライン限定サイズの展開など、どの店舗よりも、ジュー一最大の品揃えを誇ります。一方で、それらの商品の実物を実際にご覧になりたいというお客様からのご要望をうけ、一部店舗では、オンライン限定サイズを展開しています。

店舗は、お客様との重要な接点であり、ECとの連動・O2Oサービスも拡充して、あらゆるお客様にお買い物を楽しんでいただけるサービスの充実に取り組んでいきます。



# ジーユー2022年春夏 事業戦略発表会



ジーユーは、日々お客様の声を聞きながら、ファッションを通じて、より良い世の中を実現していくことが、ブランドの使命だと考えています。

2022年の春夏シーズンは、カラフルなファッションでみなさまの毎日に彩りをご提供できればと思います。

ご清聴ありがとうございました。