

～名古屋から
ファッションを～

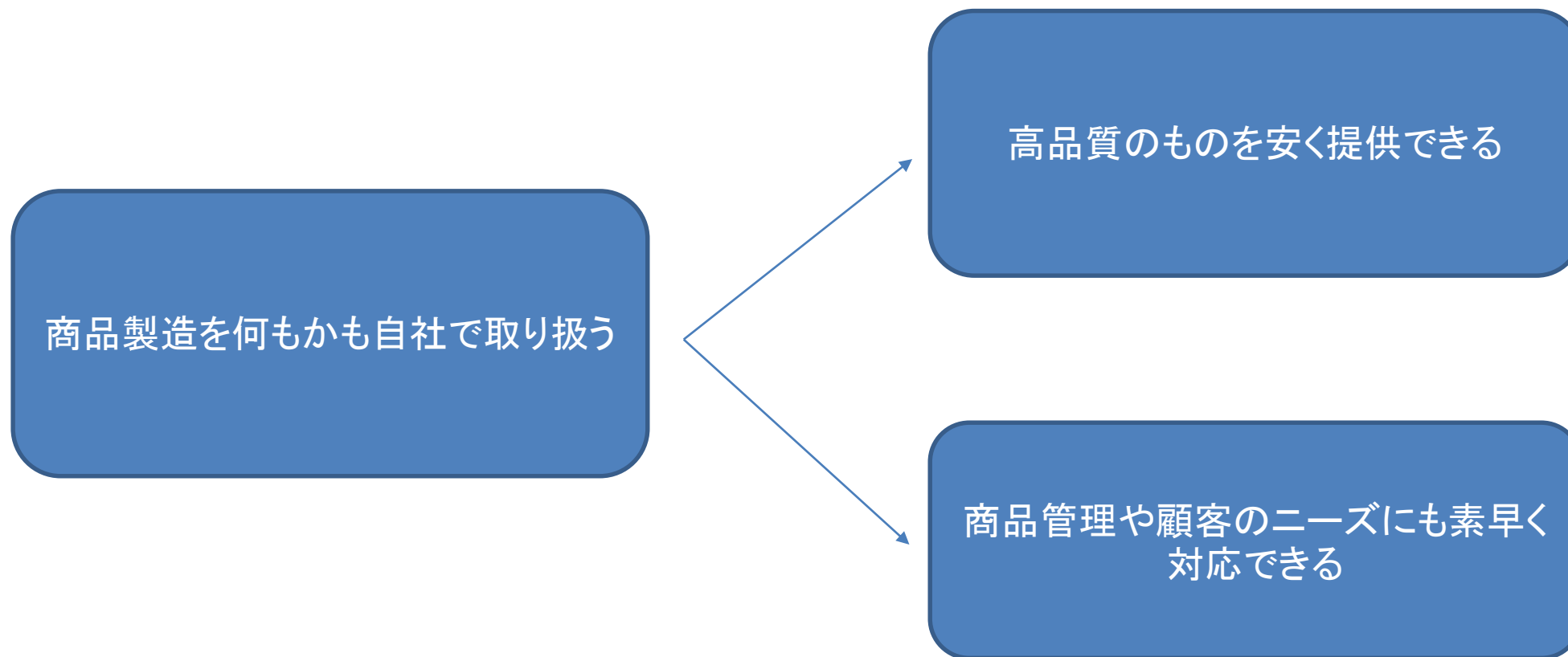




会社概要

- 商号: 株式会社 ファーストリテイリング FAST RETAILING CO., LTD.
- 設立: 1963年5月1日
- 本社所在地: 〒754-0894 山口県山口市佐山 717-1 東京本部所在地
〒107-6231 東京都港区赤坂9丁目7番1号 ミッドタウン・タワー
- 社員数(連結): 43,059名(2016年2月29日現在)
- 資本金: 102億7,395万円

製造して販売 メリット



広告

ユニクロ

新聞広告を多用
(年間約40本)



通常の小売業

折り込みチラシを多用



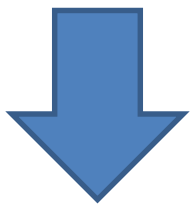
アパレル業界としては極めて異例
いま最も力を入れているのはSNS→オリジナルコンテンツの開発
SNSによって広告方法を使い分けている

ユニクロのInstagram

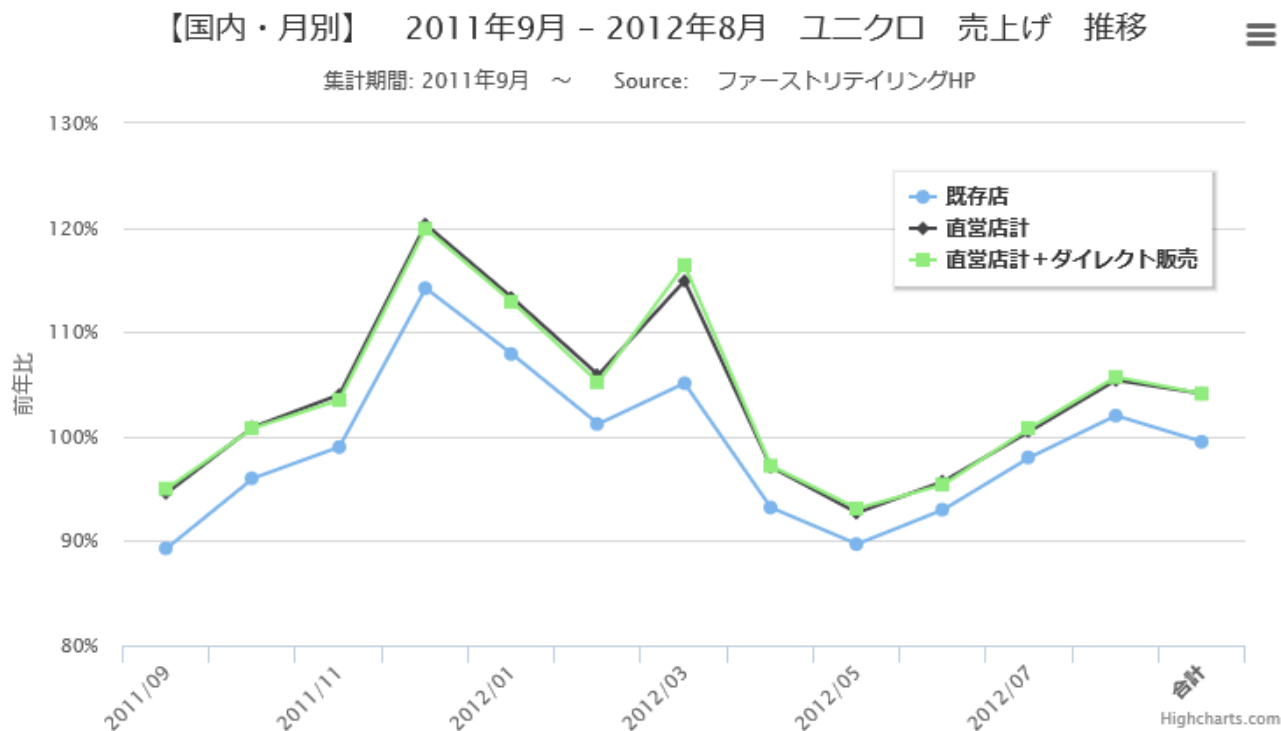


売上推移

- ・11月で大きく伸びている
- ・夏よりも冬の方が売り上げが高い



ヒートテック、ウルトラライトダウン
を中心に冬物が人気



海外

ニューヨーク5番街



ロンドン



パリ



上海

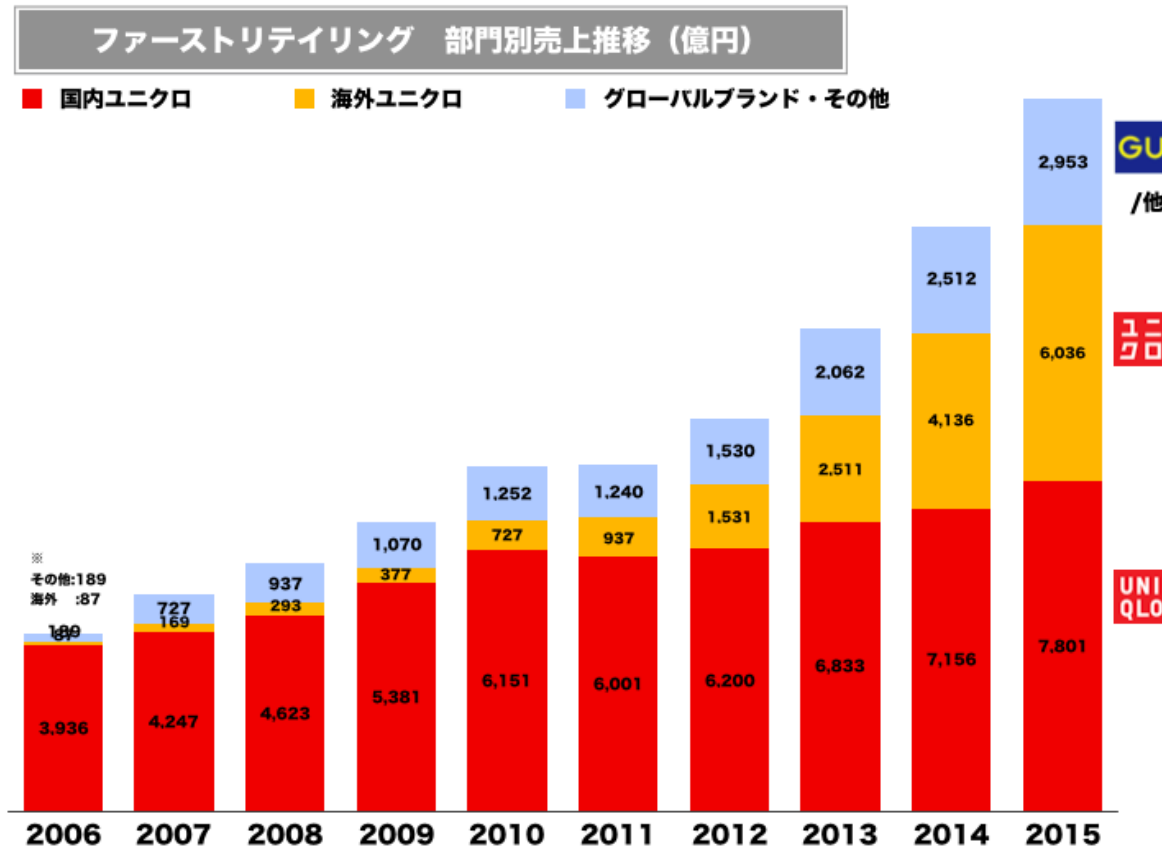


ソウル



2015年11月海外ユニクロ事業の店舗数の合計が、国内ユニクロの店舗数を超えた

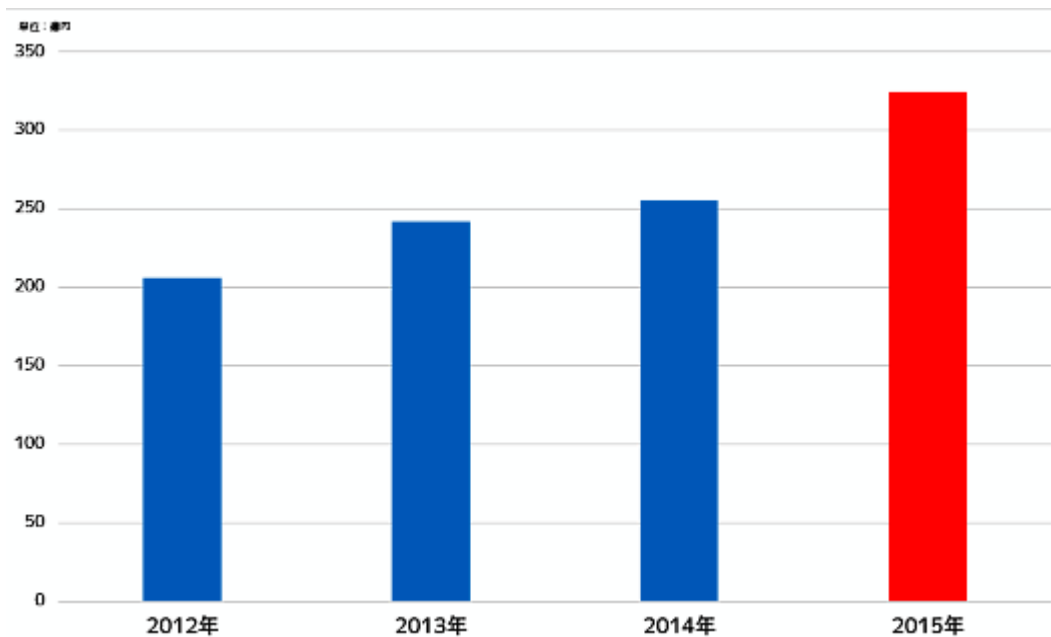
売上推移(2006～2015)



2013年ごろから海外ユニクロの
売り上げが急激に
伸びてきている

国内ユニクロ事業におけるEC売上高の推移

(決算期は8月期)



ユニクロの通販は1999年に開始。
当初はカタログをメインに事業を展開していたが、
現在はオンラインが中心となっている。

EC: 電子商取引

内装

- ユニクロの店内に入ってまず目につくのはマネキンや飾り、POP、プライスカードではなく「商品」
- 「ユニクロ」は、意識的に、戦術的に商品を「見せて」いる
- 内装は、床材、壁、天井すべて「白」



←ユニクロ 銀座店



生産ルート

- 小売りチェーンとしての取り組みは02年から着手し、現在は国内で837店に達している。(2016年8月末時点)中国では472店に達しており、海外ユニクロ店舗958店のほぼ半数を占める力の入れようである。
- 中国企業を使いこなすことが、グローバル企業として成功する秘訣である。

ファッションセンター しまむら

台湾・香港にも出店

比較ポイント ～広告～

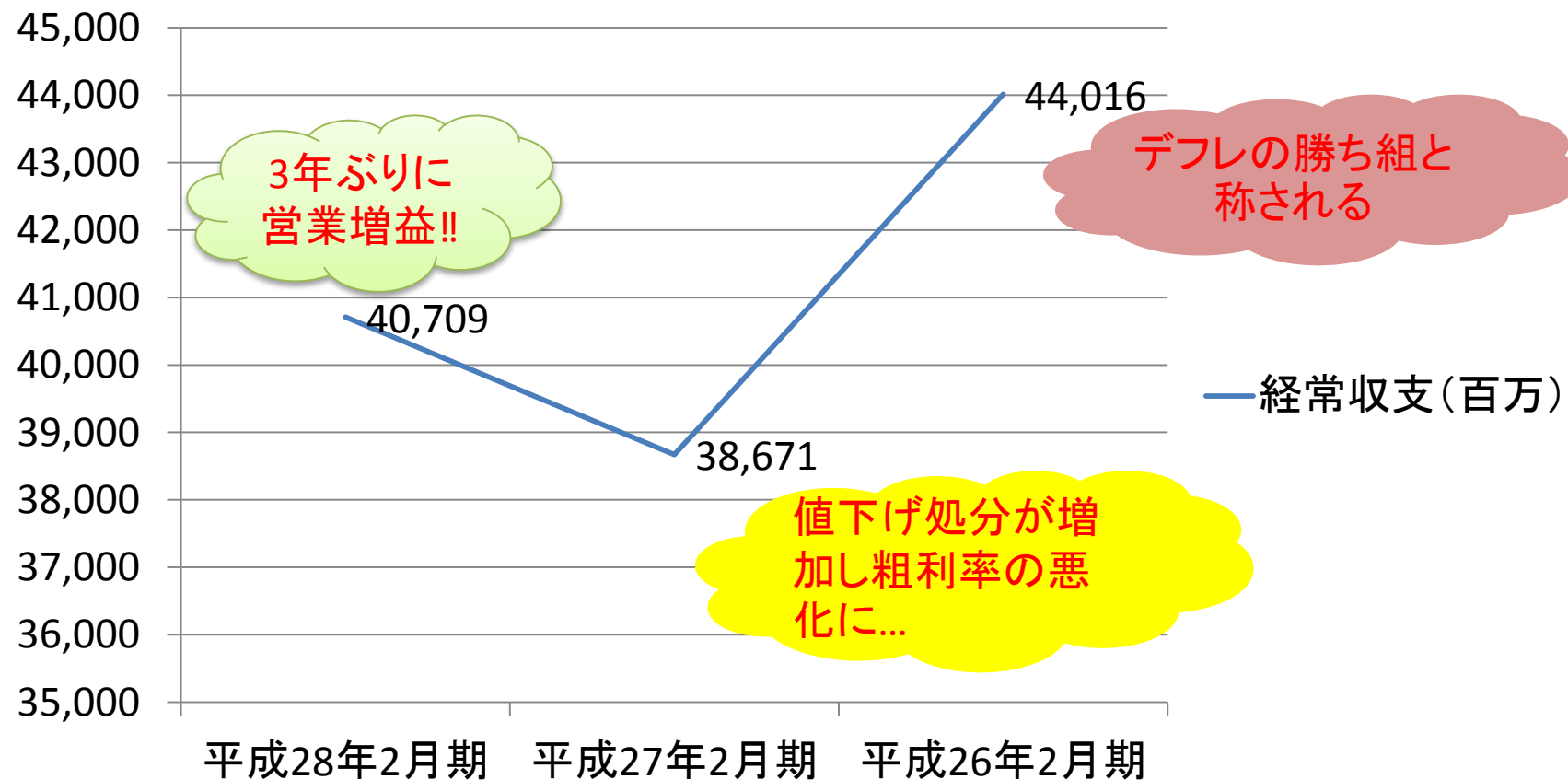


広告

- 著名人を起用し関心を引く
- トータルコーデでチラシが構成されていて、最近の流行が分かる
 - 様々なテイストのコーデが見れる
 - 税込価格でのチラシ表示
- 最新のチラシや情報が送られてくるアプリ

しまむらのV字回復～人気復活へ～

営業増益 (しまむら公式サイトより抜粋)



商品開発と品ぞろえの変革!!

裏地あったかパンツ!!

少量多品種
のトレンド商
品を中心

従来のパンツ...1900円のしまむら価格

アイテム数の多さと商品の
安さだけでは、消費者が飛
びつかない時代に



上記のパンツ...3900円の強気価格!!

1000円値上げでも110万本の売上!!

少量多品用品の強化!!

従来...

他社を圧倒する規模の店舗数

仕入れを担当者と商品管
理担当者の間に、綻びが
発生...



それぞれの役割に専念させるた
め、部長の機能を分離し、各部
長の責任も大きくした結果...

大量の商品を売り切るモ
デルが再び強化!!



V字回復の後押しに!!

仕入れ派 しまむらの販売形態①

仕入れ派

他社が開発・生産した商品を買付けて、自社のショップで販売する業態。(⇔SPA派)

地方郊外に多く出店しているしまむら...
メインターゲットである25~45歳の主婦は、近所の人と服が被るのを嫌がる傾向がある

そこで...

1商品あたり、その数は2着までに限定する

その代り...

商品アイテム数を、1店舗あたり数万アイテムも揃える



常に新しい商品が見つかる!!

比較ポイント
～人気の理由～

仕入れ派 しまむらの販売形態②

しまむらは集荷型の小売業という形で運営されており、500に及ぶ仕入れ先がある
その仕入れ先が製造した商品の中から、専属バイヤーが仕入れる商品を取捨選択

しまむらの仕入れスタンス

「返品なし、赤黒なし、未取引なし」

(※赤黒...商品が売残り残った際、仕入れ先に戻し下代を下げた再入荷すること)



売れ残れば しまむらの在庫になるため仕入れ先にはノーリスク
つまり...

仕入れ業者にとって しまむらは超お得意様
なので...

しまむらには安く品質の良い(と定評があるらしい)商品が集まる

なぜこのスタンスが貫けるのか... ?

- ・問屋を介さないことによるコストカット
 - ・自社で運営している物流システム
 - ・抱えているバイヤーの目利き
- 比較ポイント**
～得意な点～

コストダウン法～バイヤー編～

しまむらのバイヤーたち...

仕入れ先の商品から
売り切れるもののみを
見極め仕入れる



若者好みの最先端から
中高年に好まれやすいも
のまで熟知

20～30代の若手が多い

しまむらのバイヤーは、
独自のマニュアル化で
問屋の持つ能力“目利
き・交渉”ができる!!



問屋に支払う経費をカット!!
＋
商品をより安く提供できる!!

コストダウン法～物流編～

しまむら 物流センター

バイヤーが
買い付けた
衣類が運ば
れる
(全国6か所)



すべて自社で
行っているの
で送料60円!!

倉庫としての役割＋商品仕分け

数十台の大型トラック
の購入
＋
専属のトラック運転手
の採用

物流センター
↓
1000以上の店舗
に独自の流通ルート
を築く

ハンガーに衣類をか
けたまま運送
↓
従業員へ負担軽減へ

しまむらの今後の課題

比較ポイント

～立地～

強みであるチェーンストア理論を活用した
ローコスト・オペレーションが、都市部では賃
料や人件費が上がり、売り場面積も制約され
る中で発揮しにくい

- ・新規出店を進めている、都市部での収益力向上
- ・インターネット通販の方向性の明確化

ZARA



ZARAとは

スペイン・ガリシア州のアパレルメーカーであるインディテックスが展開するファッションブランド



日本 では 

1997年に日本法人が設立され

1998年に日本第1号店を渋谷に開店させた。

ZARAは世界中に

1751店舗

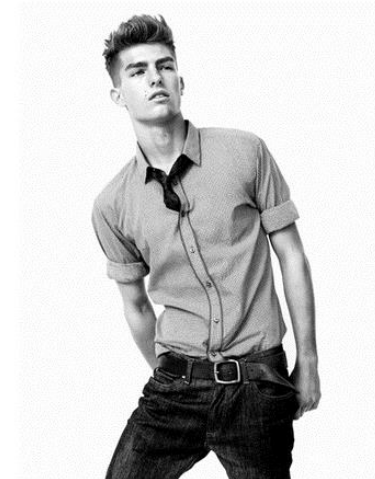
系列店舗もあわせると

6009店舗



ZARAの特徴

- ・値段は他のファストファッションに比べ少し高め
- ・最新トレンドの提供スピードに磨きをかけている
- ・モノトーンでスタイリッシュな雰囲気
- ・大人っぽい雰囲気



店舗 立地

ZARAのショップは主に

都心、一等地に出店している。

または イオンなどのショッピングモール内などの
人が集まる場所

ZARAは基本広告費をかけないのは・・・

良い場所に出店するから目立つ



店自体が広告塔になっている

内装



ZARAの壁は

アメリカへの店舗拡大



なぜ？

一つは

ZARAはヨーロッパの人に合わせて作られたファッションのため、アメリカだとサイズが合わない



企画や製造の段階で手間やコストがかかってしまう

もう一つは・・・

アメリカの市場の**複雑さ**

アメリカでファッションに気を使う人は東海岸と西海岸が中心。

しかもそういった地域にはGAPやT.J.Maxxなどすでに人気のブランドが存在している。

世界の大手アパレル専門店各社の 2014年の売上高や利益

		売上高	前年比	営業利益率	基幹業態とシェア
1位	Inditex	2兆4254億円	+8%	18%	ZARA 64%
4位	Fast Retailing	1兆3829億円	+21%	9%	Uniqlo 81.7%
10位	Shimamura	5118億円	+2%	7%	しまむら 81%

愛知の主要都市（ファッション）



名古屋であるメリットデメリット

- 名古屋は交通アクセスが主要都市の大阪や東京に比べて良く、取引先への訪問や労働力の確保が容易である。
- 製版してくれるところが少なく、業者に頼むと割高でお金を取られてしまう。
- 製造業では日本ではダントツのトップであるが、その安定感ゆえに閉鎖的な面がある。

しかし商品を海外に委託している分外国とのつながりが強い。

YABA COLLECTION

名古屋でファッションを発信している場所といえば、ブランドの集まる名古屋、古着の大須、あらゆるジャンルが密集している栄の3か所が挙げられる。

この画像は先に述べた栄と大須の間に位置する「矢場町」で行われているファッションショーである。

矢場町には美容院が多く立ち並んでおり、歩いていける距離には古着屋が数多くある。

これはその矢場町の利点を生かそうとしているショーである。



東海地方出身 デザイナー 「山本 寛斎」

- ・ロンドンでのファッションショーの開催に「日本人で初」の成功。
- ・太田プロダクション所属で俳優やタレント業もこなす多才性。



山本 寛斎の作品



名古屋のファッション 育成状況

◎名古屋の主なファッション系学校

- ・名古屋ファッション専門学校
- ・名古屋学芸大学
- ・名古屋モード学園

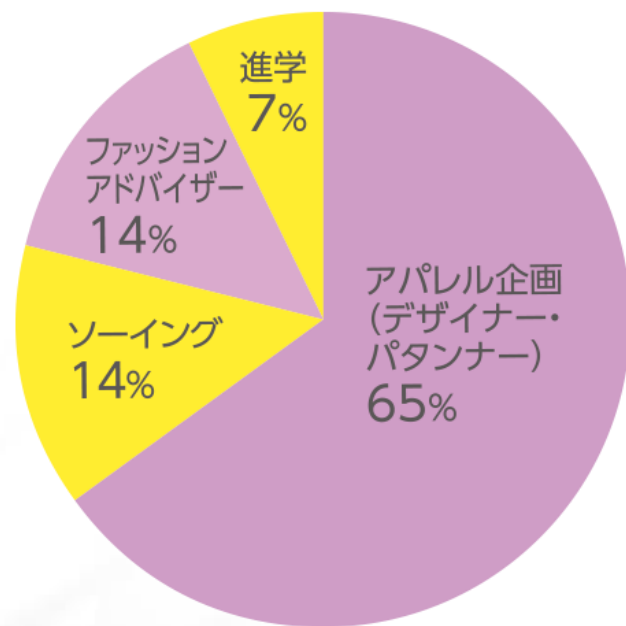
※ ↓3つは学校法人 山田学園の系列

- ・名古屋ファッション・ビューティー専門学校
- ・名古屋服飾専門学校
- ・名古屋文化短期大学

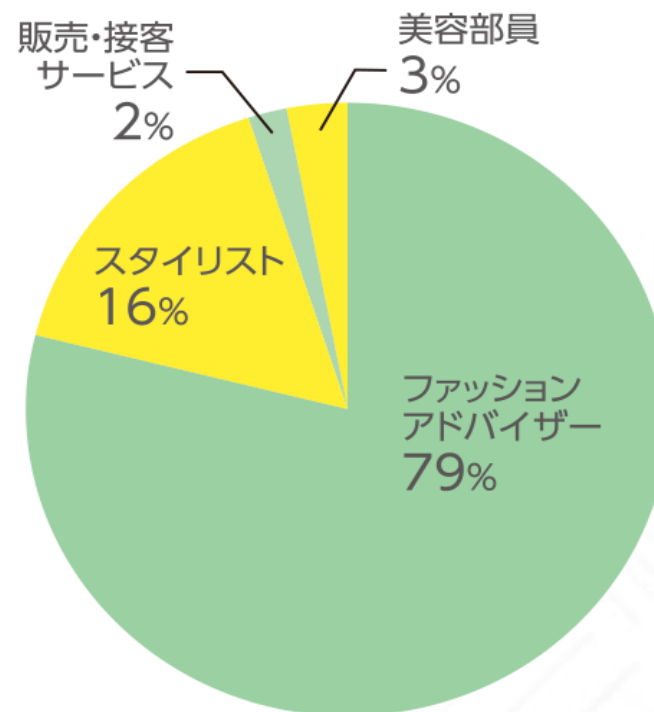


名古屋ファッション専門学校就職率

モノをつくる仕事
職業別就職率



モノを見せる仕事
職業別就職率



市場規模ランキング（国別）

図1 主要国(地域)別ラグジュアリー市場規模一覧

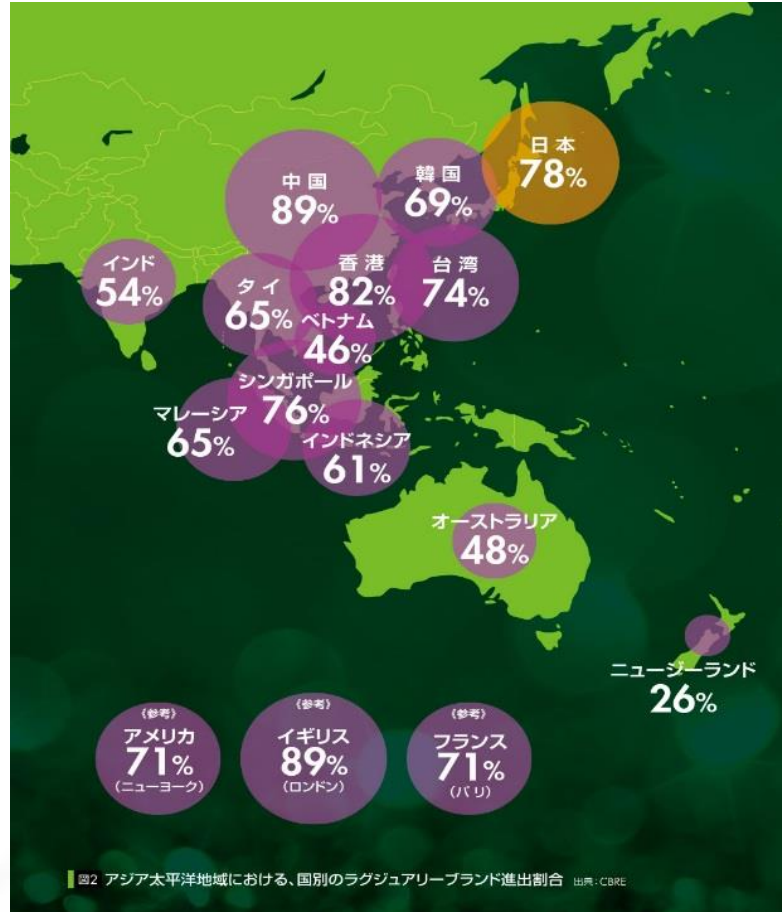
順位	国	市場規模 in 2014 (ユーロ)	前年比 伸び率 (現地通貨ベース)
1	アメリカ	649億	5%
2	日本	180億	10%
3	イタリア	161億	-1%
4	フランス	153億	3%
5	中国	150億	-1%
6	イギリス	133億	4%
7	ドイツ	103億	4%
8	韓国	91億	4%
9	香港	79億	3%
10	中東	67億	6%
11	ロシア	46億	-7%

世界で最も成長した市場

データ：2014
年

●出典:Bain & Company ※後述するラグジュアリーブランドとは、バスケットが異なる

アジア太平洋地域における進出割合



中国 (89%)

香港 (82%)

日本 (78%)

日本の有名デザイナー



「アツロウ タヤマ」
全日空グループの
ユニフォーム



「ハナエモリ」
バルセロナ五輪日本選
手団の公式ユニフォーム



「ヨシキモノ」
X JAPANのYoshiki氏



「ジョウタロウ サイトウ」
着物作家

ルイ・ヴィトンの人気 密



ネームバリュー

長持ち

ハイブランドの
魅力

ステータス

大切にする

名古屋からハイブランドを発信するには



名古屋ならではの工夫

一宮市とのコラボ(尾州繊維産業)

主要4地区の活用

YABA COLLECTIONの宣伝

一宮市 尾州繊維

- 世界のハイファッションブランドにも品質の高さが認められる尾州毛織物を提供している。
- 耐久性。
- 全国一の毛織物産地。
- イベント「The Tweed Run Bishu 2015」



具体例

○山本寛斎 ファッション系学校での講演会を行う

→人材育成、宣伝

○尾州繊維 The Tweed Run Bishuの拡大

→尾州繊維の人気、繊維産業への関心が高まる

○主要4地区の活用 YABA COLLECTIONを通してブランド発信

→ブランドとして確立する

名古屋からファッションを広める

ご清聴ありがとうございました。