

UNI
QLO

[Back to Top](#)

SELECT
CATEGORY

加藤 匠 ビクター 王 健輝
澤木 正実 阿部 直幸

発表計画

- 第一回目(10/15)
 - } ユニクロを選択した理由、歴史、企業理念
- 第二回目(11/5)
 - } GAPなどのSPAとの比較
- 第三回目(12/3)
 - } ヒット商品と撤退した商品の比較

今日の発表内容

- ・ユニクロを選択した理由

加藤 匠

- ・ユニクロの沿革

ビクター、王健輝

- ・ユニクロの理念、精神

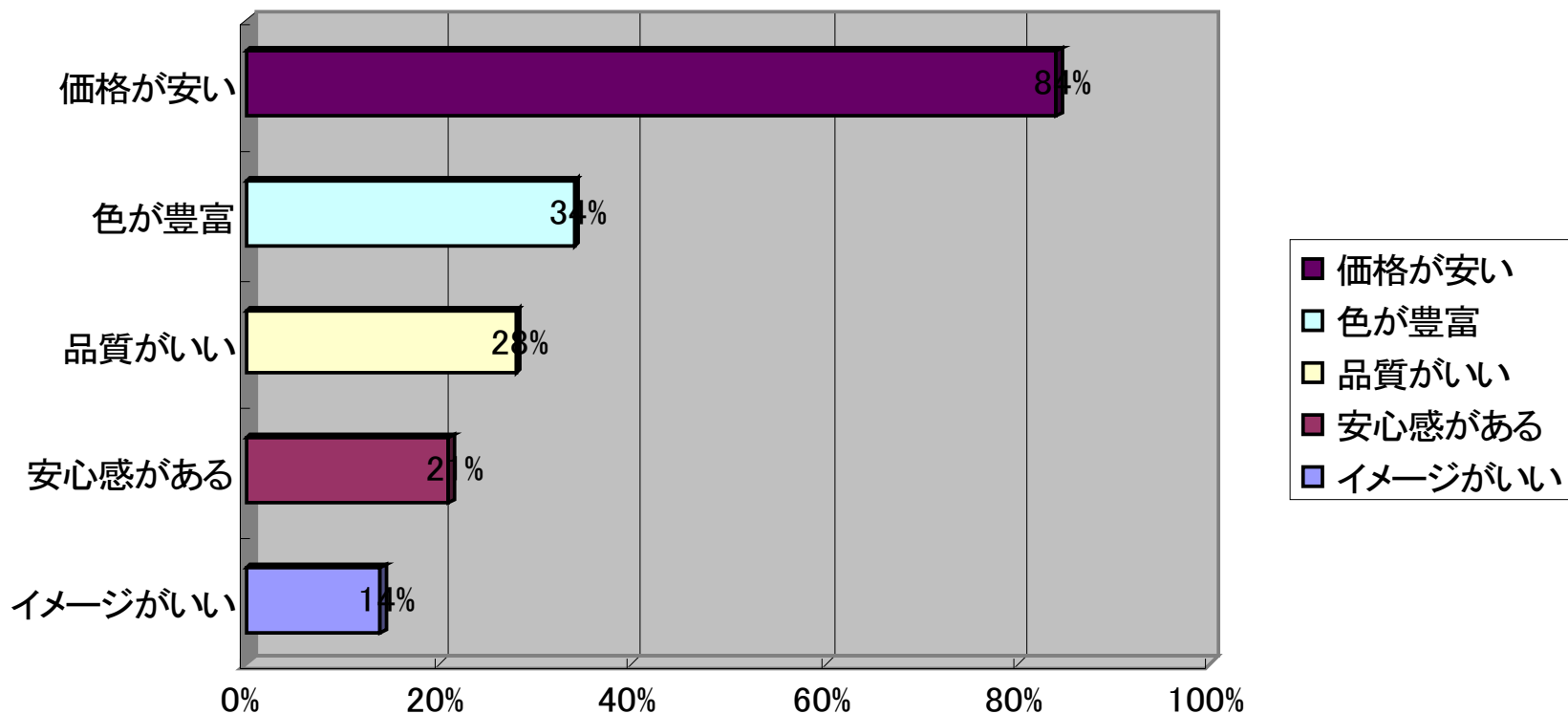
阿部直幸、澤木正実

研究対象としたわけ

- ユニクロは身近な存在
- トップブランドの地位を築けたわけ
- 日本に進出するSPA企業との競合

成長の要因

ユニクロの良い点



フリースの価格比較

- パタゴニア ¥8,800
- エディバウアー ¥6,700
- L.L.Bean ¥6,900
- ノースフェイス ¥12,000

ユニクロはなんと・・・

¥ 1,900



UNI
QLO

歴史

1984年



UNI
QLO

ユニクロ第1号店を広島市中区に出店

**UNI
QLO**

1988年



**UNI-
CLO**

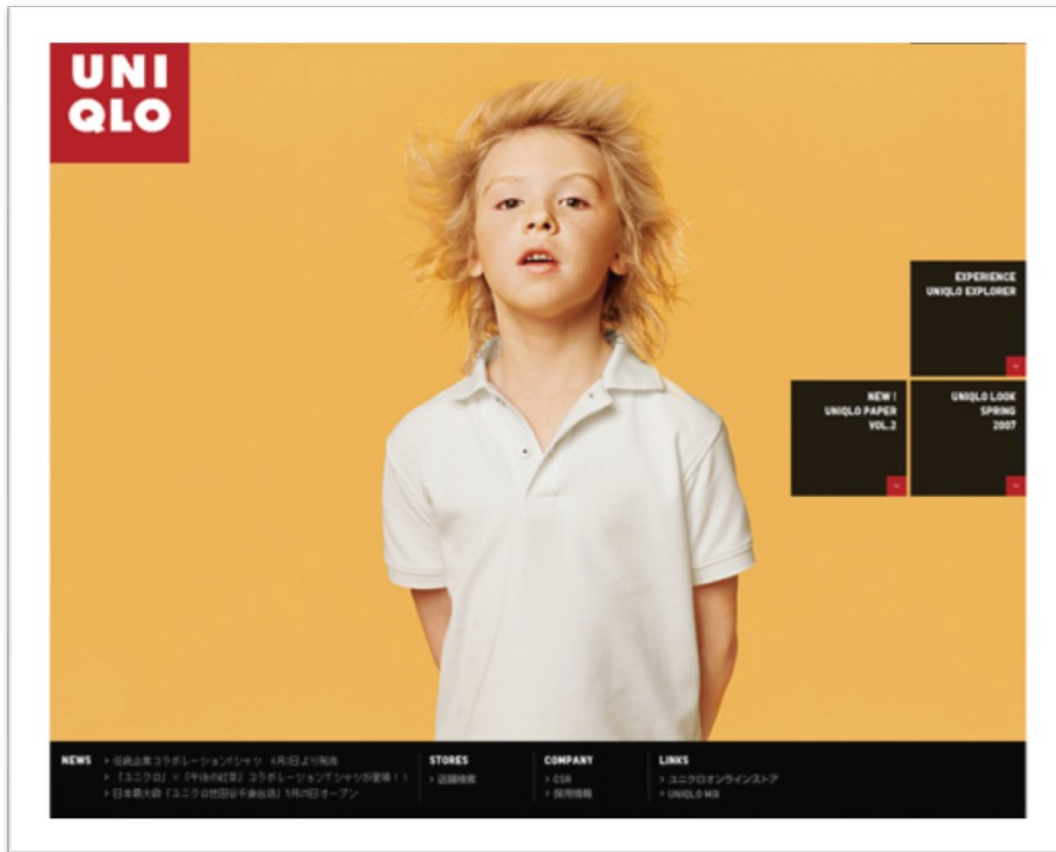


**UNI-
OLO**

UNI
QLO

株式会社ファーストリテイリング

1991年



UNI
QLO

製造型小売業への事業転換

1997年



- 低価格
- 高品質商品
- 広告代理店

**UNI
QLO**

ユニクロ原宿店オープン

1998年



ユニクロ旧ロゴ



都心型店舗

UNI
QLO

業績の低迷、買収による業績回復

2002年

在庫が急増



利益が大きく落ちこむ



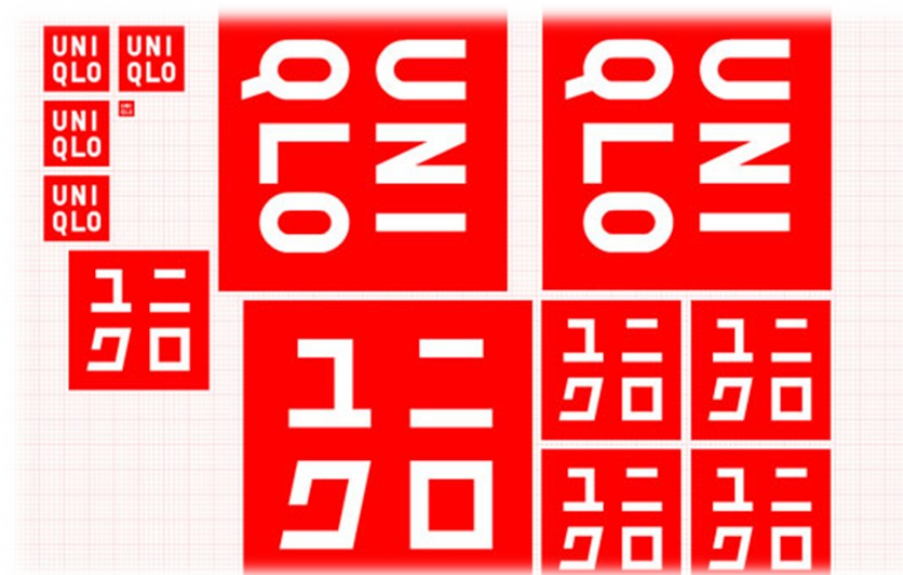
業績の低迷、買収による業績回復

2004年

国内外のブランドの買収
ファッション雑誌との共同企画
外部デザイナーとの提携



業績回復



UNI QLO

現在



TYO

A PERFECT BLEND

DELICATE TRADITIONAL TECHNOLOGICAL
INNOVATION. TYO IS A MIX OF GUTTENBERG,
AND SHINTOISM IN DESIGN.

融合と創造

緻密な伝統技術、高度な技術革新、美術、
意匠の融合が、TYOのデザインを形作る。そして、
すべてのものを美しくする。



NYC

FROM THE GROUND UP

A MILLION NEW VISIONS, A MILLION
DREAMS. TYO IS A NEW AND EXCITING
AND THEY JUST ARE GETTING STARTED.

夢への挑戦

NYCは、NYCのデザイン。NYCは、NYCのデザイン。
そして、NYCのデザイン。そして、NYCのデザイン。
そして、NYCのデザイン。そして、NYCのデザイン。



LDN

THEN AND NOW

THE CITY'S BEEN GROWING FOR HUNDREDS
OF YEARS. TYO IS GROWING THE
FUTURE. JUST WHAT MAKES THE TOWN TICK.

過去と未来

TYOは、TYOのデザイン。そして、TYOのデザイン。
そして、TYOのデザイン。そして、TYOのデザイン。
そして、TYOのデザイン。そして、TYOのデザイン。





UNI
QLO

UNIQLOについて



UNI
QLO

- 「ユニーク・クロージング・ウェアハウス
（ユニークな衣料品の倉庫）」



FRグループ企業理念

服を変え、
常識を変え、
世界を変えていく

FRグループのMission

世界のあらゆる人々に、
良い服を着る喜び、
幸せ、満足を提供します

私たちの価値観—Value

お客様の立場に立脚

革新と挑戦

個の尊重、会社と個人の成長

正しさへのこだわり

私たちの行動規範—Principle

- お客様のために、あらゆる活動を行います
- 何事もスピーディに実行します
- 高い倫理観を持った地球市民として行動します

ユニクロのビジョン

お客様のために

～世界のあらゆる人々に～

- いつでも、どこでも、だれでも着られる、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市場最低価格で継続的に提供する。
- 自社に要望される顧客サービスを考え抜き、最高の顧客サービスを実現させる。



(ユニクロミッションビジョンより抜粋)

ユニクロのミッション

よりスピーディな仕事を

- ローコスト経営、最短、最安。
- チームとして革新的な仕事をする。
- 売上と収益の高い成長を目指す。
- 世界的なカジュアル企業になる。



(ユニクロミッションビジョンより抜粋)