



明間奈美

齋藤奈緒

曾我あずさ

津波 愛

富山麻美

野田麻衣

松田慈子

前回のおさらい

- ユニクロ？



- ベーシックでカジュアルな衣類の生産販売を一括して展開する(SPA)企業
- 低価格・高品質

- SPA？

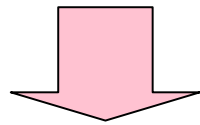
「Speciality store retailer of private label apparel」

製造から小売までを統合したもっとも垂直統合度の高い販売業態

開業当時からの夢..

国内で3千億円の売上げを達成したら、
海外市場へ出たい！！

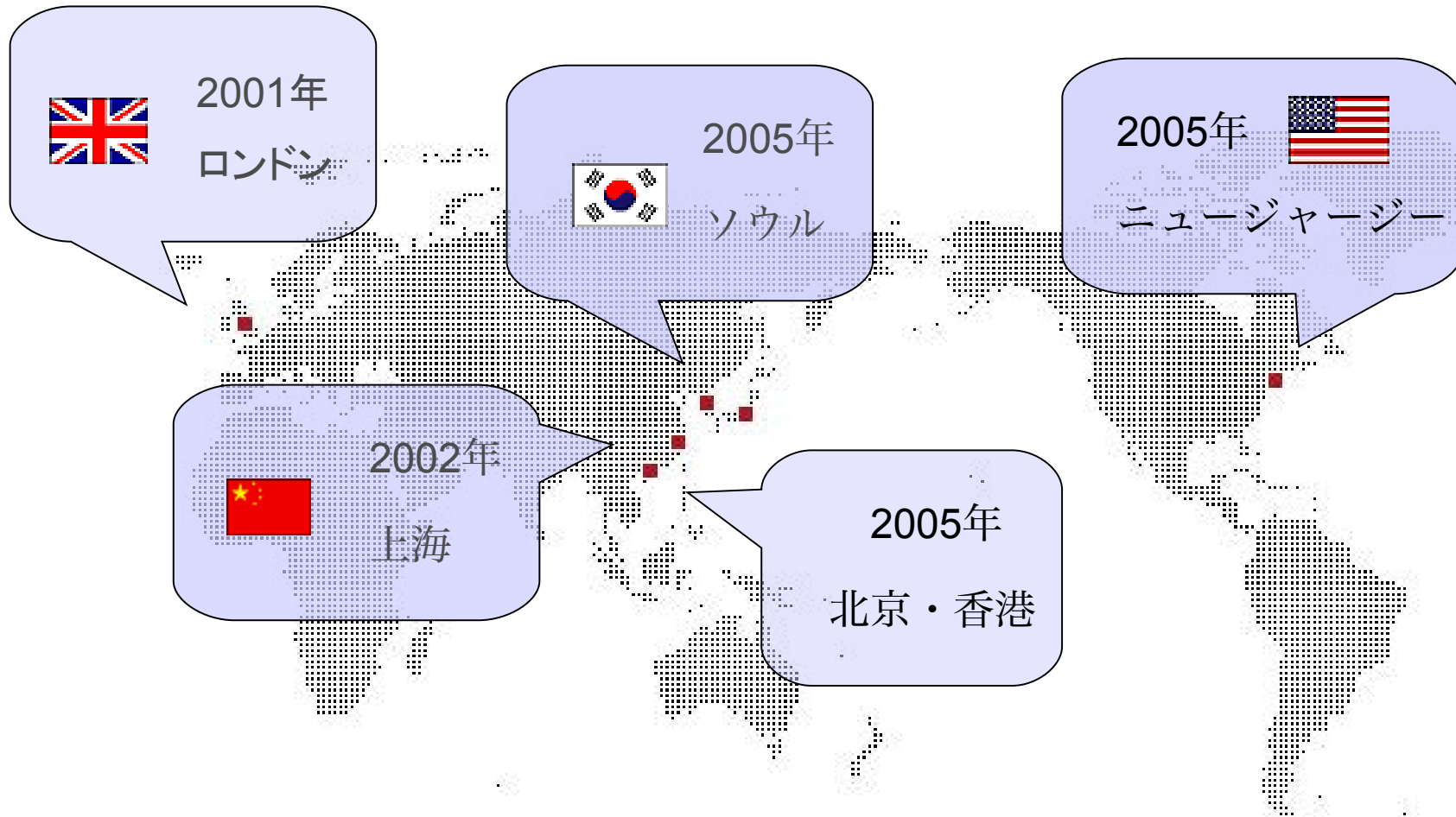
2001年に目標達成！（4,185億円）



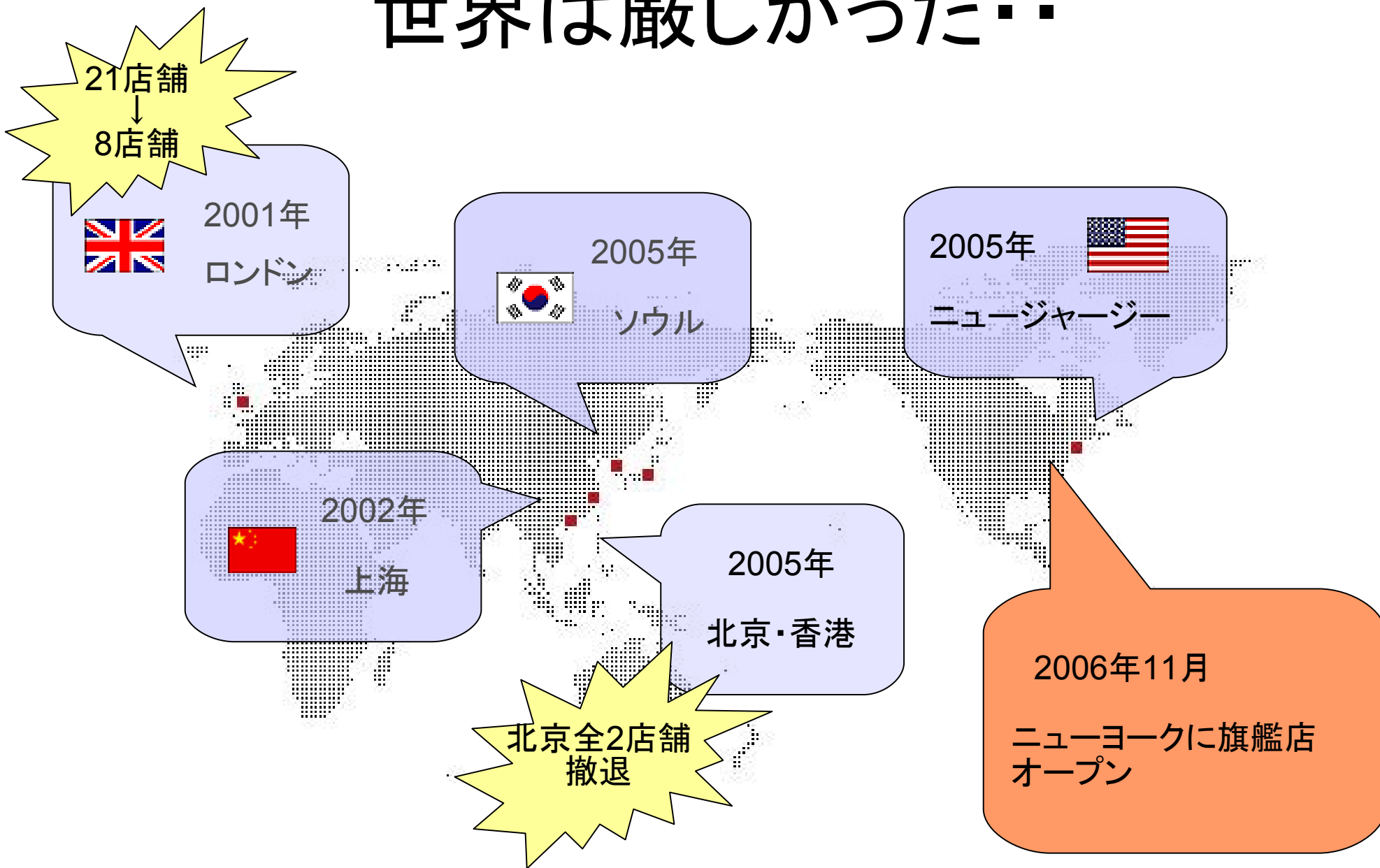
いざ、海外進出…！



ユニクロの海外進出状況



世界は厳しかった・・・



敗因は・・・？

- ・市場の調査不足（現地の気候風土に合わなかった）
 - ーイギリスでのドライポロシャツ・北京撤退
 - ー韓国・・・すでに飽和状態の市場に参入
 - ーイギリス・・・ユニセックス商品が受け入れられず
- ・プロモーションの失敗（ブランド認知度の低さ）
 - ーイギリス・・・低価格を売りにした広告戦略が空振り
 - ーアメリカ・・・情報量の不足（ディーザー広告の失敗）
- ・関税や輸送料の考慮不足により、価格設定に失敗

ユニクロが
海外進出で成功することは可能なの
か？

海外進出中のSPA企業



GIORDANO

進化したSPA

元祖SPA: **GAP、GIORDANO** (80年後半～90年代)

- ・ジーンズやカジュアルウェアの単品展開
- ・ベーシックな単品主体
- ・シーズンごとのテーマ設定

最近のSPA: **ZARA、H&M** (90年代後半～)

- ・最新のファッション、テーマとルックの提案
- ・月ごとにテーマを設定し、売りきる
- ・新商品投入から売れるまでの時間が早い

H&M とは・・・

コンセプト

「Fashion and quality at the best price」
～ファッションと品質をベストプライスで～

- 本社所在地：スウェーデン・ストックホルム
- 売上高：9,278億円(2004)
ユニクロ・・・3,839億円(2005)
- 店舗数：1,193店舗 国内：124 海外：944(2004)
ユニクロ・・・679店舗 海外：14(2005)

H&Mの特徴

- ・コーディネート提案

ユニクロのような単品訴求ではなく、最新ファッションのコーディネートを提案している

- ・メガストア

「H&Mで買い物することは、容易で、楽しい経験であるべき」

レイアウトや商品プレゼンテーションに工夫を凝らした店舗作り

- ・在庫回転率: 8回転(一般のアパレルは年間4回)

- ・世界21ヶ所に生産拠点

納品業者同士で競争させる→最新のファッションを安い価格で提供

次回の発表は・・・

H&Mの例をふまえて



2010年グループ売上高1兆円をめざす
先行き不安なユニクロの
ニューヨーク進出における戦略について考察

&

問題点や今後の戦略について提案

ご清聴ありがとうございました！

