

ファッションが生活に密着したフランス。 そのライフスタイルは世界に広がるだろうか。

「事業のさらなるグローバル化を進めるために、
最新の情報が入手できるフランスで足場を固めていきたい。」

株式会社ファーストリテイリング 代表取締役会長 兼 社長 柳井 正



1963年設立。カジュアルウェアで日本のアパレル業界をリードするユニクロ。そのユニクロ事業では、2001年に英国、そして中国、米国、韓国、香港と海外進出をはたす。2005年には、4つ目のデザインセンターをパリに設立。衣料品関連事業では、米国やフランスのブランドを傘下に収め、日本との同時展開を行う。主力のユニクロブランドと海外ブランドの買収をはじめとする多ブランド化の両輪で積極的な事業拡大を狙う。

フランスの2つのブランドの買収¹には、 どのような狙いが？

目的の1つは、グローバル戦略の一環として衣料品関連事業を拡大することです。我々は、世界中の同業者で良いビジネスをしている、あるいは優れた経営者がいる企業と提携し、新しい企業グループをつくりたいと考えています。

フランスには、コンセプトの良いDNAをもった地場ブランドがたくさんあり、その中には、自社ブランドをグローバルに展開したいと考えている経営者もいます。今回の買収は、こうした

株式会社ファーストリテイリングの フランスにおける実績

- グローバル戦略として、フランスの衣料ブランドを買収。日本と同時展開を行う。
- 2005年にユニクロ事業4つ目のデザインセンターをパリに設立。

経営者のニーズと我々の事業戦略が一致したということです。

もう1つの目的は、ユニクロ事業の強化における相乗効果。今後ユニク

ロがフランスへ進出する場合、地元で信頼できる企業グループと提携していれば、よりスムーズに現地に溶け込めるでしょう。

ファッションの中心地、フランスの魅力は？

まず、さまざまな情報を入手できること。次に、伝統のある高級ブランドでなくても、輝きを放っている上質なブランドが数多くあること。また、人材の質も魅力の1つです。企業の幹部は非常に優秀な人が多く、労働者の水準も高い。ファッションについては、日常に活用されるカジュアルブランドの魅力に驚かされます。フランス人は「おしゃれ」が生活に密着していて、ライフスタイルそのものがその人の服装になっていると思います。

今後の海外事業展開については いかがですか？

ユニクロ事業では、最近、東京、ニューヨーク、ミラノと並ぶ4つ目のデザインセンターをパリに設立しました。今後は、商品開発機能を強化し、ユニクロや傘下にあるブランドを、フランスをはじめとする欧州でも販売したいですね。

経済のグローバル化に伴い外資系企業が日本に進出しているので、我々も積極的に海外に出て市場を開拓する必要があります。フランスのように、良質なブランドをもち、優秀な人材が豊富な国で事業の足場を固めれば、そこからEU全体へ進出することができます。今後はユニクロ事業を強化する一方、ポテンシャルの高いブランドを傘下に収め、グループとしての事業を拡大していく考えです。

1. カジュアルブランドの「コントワー・デ・コトニエ」とランジェリーブランドの「プリンセス タム・タム」

フランスへのビジネス投資は、いま絶好のタイミングです。
お役に立つ最新情報をホームページで発見してください。

www.investinfrance.org/Japan/

在日フランス大使館 対仏投資部 日本事務所
〒106-0041 東京都港区麻布台2-4-5 メソニック39 MTビル 12F
Tel: 03-5733-8200 Fax: 03-5733-8201

この証言集は2006年1-3月号FBIZ No.003 トップインタビューを再編集したものです。