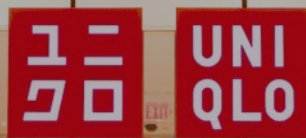




As of July 2022



Team Introduction

FAST RETAILING, Global Digital Commerce Division
Site App Innovation UIUX Team & Site Production Team

Index

目次

About Fast Retailing

FAST RETAILING WAY

Concept (LifeWear)

Business Performance

Our Brands

E-Commerce Business

Statement

UNIQLO E-Commerce Business

UNIQLO Digital Flagship Store

O2O

Team & Culture

Global Digital Commerce Division

Related Division

Site App Innovation Team

Site App Innovation Team – UIUX

Site Production Team

Team Chart

Team Culture – Good Point

Team Culture – Unique Point

Talent

Our Products & Contents

Our Products

Design System

Our Contents

Selection Flow

About Fast Retailing

FAST RETAILING WAY

FRグループ企業理念

Statement

服を変え、
常識を変え、
世界を変えていく

Mission

ファーストリテイリンググループは—

本当に良い服、今までにない新しい価値を持つ服を創造し、世界中のあらゆる人々に、良い服を着る喜び、幸せ、満足を提供します

独自の企業活動を通じて人々の暮らしの充実に貢献し、社会との調和ある発展を目指します

Theory

Concept

コンセプト

LifeWear

LifeWear とは、あらゆる人の生活を、より豊かにするための服。

美意識ある合理性をもち、シンプルで上質、そして細部への工夫に満ちている。

生活ニーズから考え抜かれ、進化し続ける普段着です。

私たちは LifeWear を5つの要素で定義づけています。

1 生活ニーズから発想した服

顧客目線で考え抜いて、人々の毎日をより快適に、便利に、魅力的に、ポジティブに変えていこうとする服。

2 細部への工夫に満ちた服

日本のものづくりの価値観を継承し、素材、デザイン、機能、縫製、シルエット、色使いなど、あらゆる部分に心を配った服。

その良さは、誰もが説明できるものであり、体感できるもの。

3 シンプルで完成度の高い部品としての服

服そのものが主張するのではなく、様々なスタイルの一部品として美しく着こなせて、その人らしさと気持ちを引き立たせる服。

4 変化を先取りして進化し続ける服

目まぐるしく変化を続けるライフスタイルや社会、カルチャー、時代性を捉え、技術革新を駆使して、常に人々が求める新しいスタンダードを目指す服。

5 あらゆる人のための上質な服

品質と価格の相反関係に挑戦することで、服の新しい価値を築く。人種、階層、性別、宗教を問わず、高品質なものを世界中の誰もが手にとれる価格で実現した服。

Business Performance

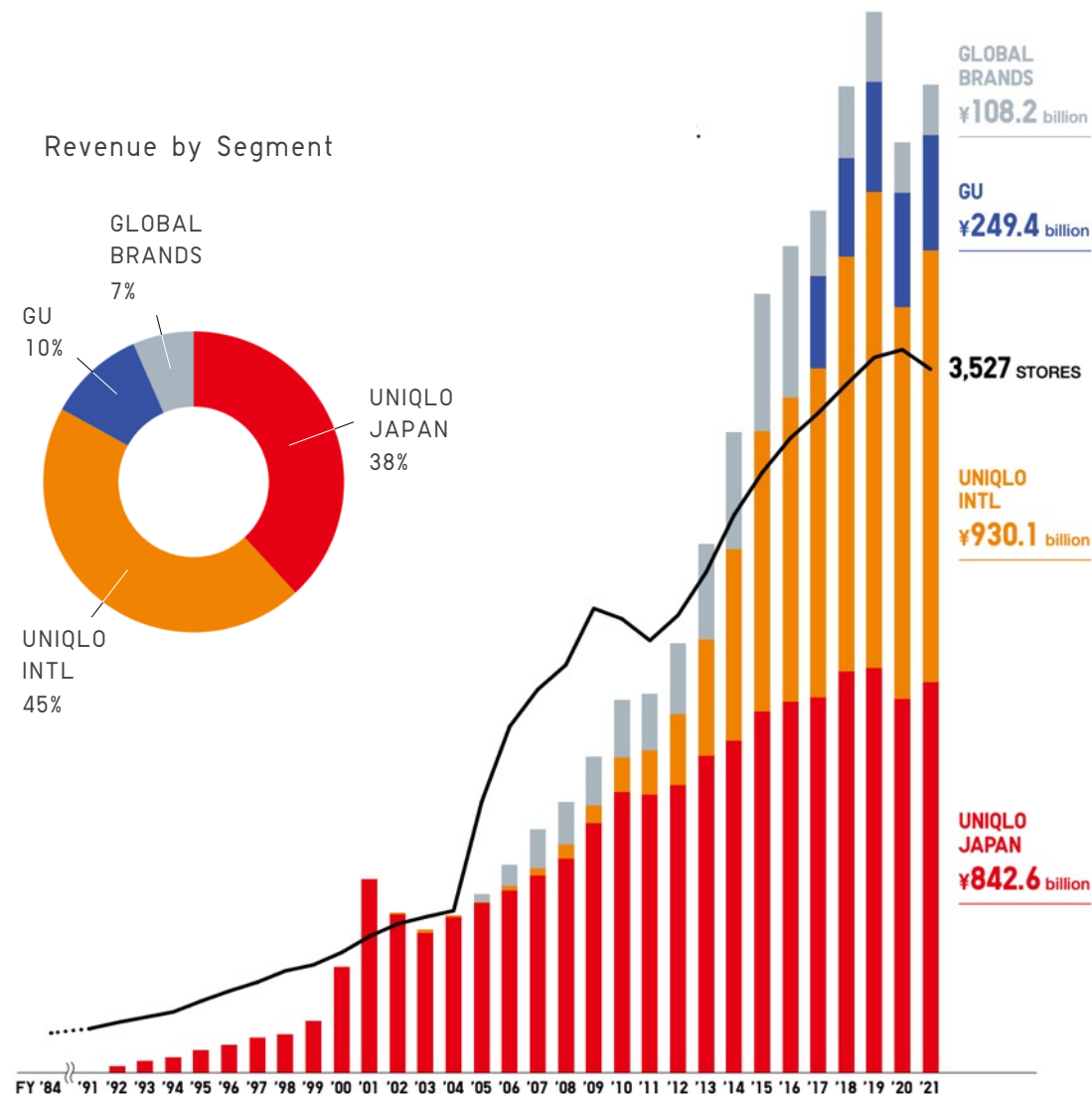
FRグループ 売上と店舗数推移

FR Global Revenue

2兆1,330 億円

FR Global Number of Stores

3,527 店舗



*GU was reported under the Global Brands business segment through FY2016. In FY2017, we began disclosing GU performance as a separate independent business segment.

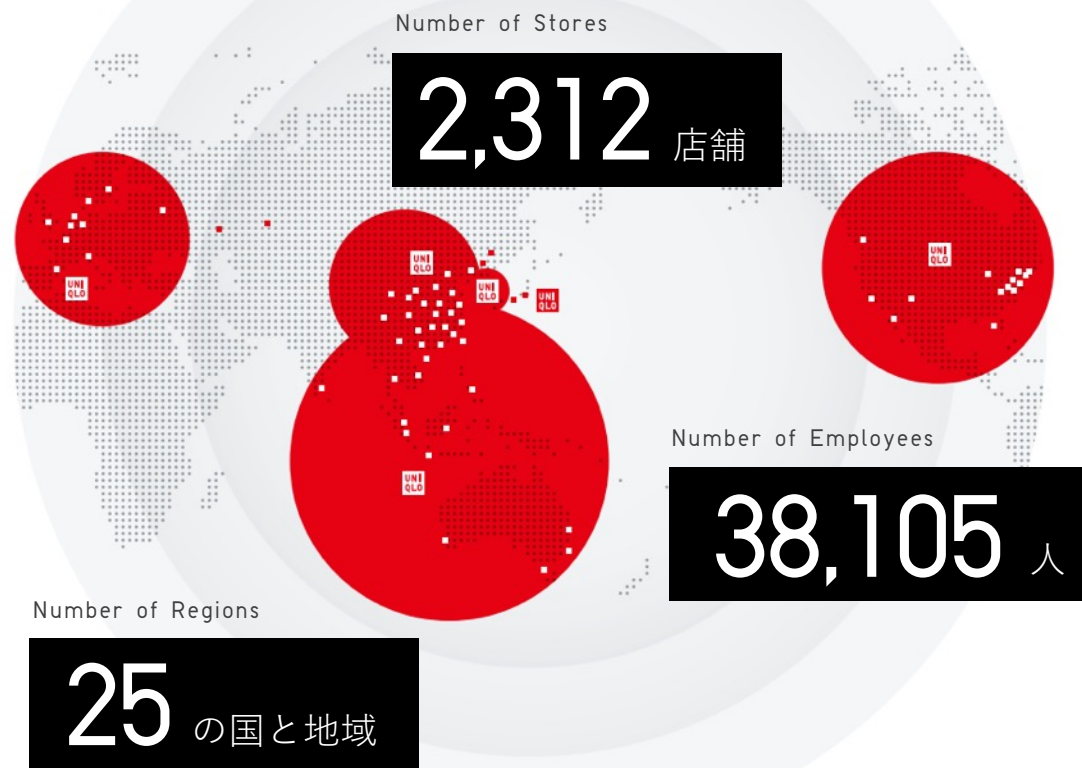
As of August 2021

UNIQLO Expands Globally

ユニクロのグローバル展開



ユニクロは、世界中のあらゆる人に
LifeWear(究極の普段着)をお届けしています。
2021年8月末時点でのユニクロの総店舗数は、2,312店舗。
そのうち海外事業の店舗が1,502店舗で、総店舗数の約65%を占めています。



Our Brands

FRブランド



Theory



PRINCESSE tam•tam

J BRAND

HELMUT LANG

E-Commerce Business

Statement

ステートメント

ECを本業に。

ファーストリテイリンググループの売上は、海外が国内を超えました。
世界約3,527店舗、売上高2兆1,330億円。その中核を担うユニクロを、変革します。私たちの手で。

私たちの考えるECは、単なるオンライン販売ではありません。
一人ひとりのお客様のニーズを起点にして、新しい商品を企画し、素材を調達し、世界中で製造する。
この一連の流れ、今までがバトンリレーなら、
これから目指すのは、全員が同じデータを見て、一緒にゴールに向かうサッカー。
世界中のデータを集め、世界中の人々と一緒に服をつくる会社になる。
店舗中心の会社から、一人ひとりのお客様中心の会社へ。
MADE FOR ALL から MADE FOR YOU の世界へ。
自分たちをデジタルトランスフォームさせることで、ECを進化させ、商売を変革したい。

ただ、私たちのECは、まだまだ未成熟。
世界を代表するITプラットフォーマーとの協業、
物流倉庫の自動化分野で高い世界シェアを誇るパートナー企業との提携による有明新倉庫の完成、
世界のTOPクリエイターたちとの協働による商品づくり。
自分たちだけでは、出来ないことも、世界最先端の技術、クリエイティビティとコラボレーションし、
食欲に学び取り入れることで、爆発的に成長する。
ユニクロは、元々は製造していませんでした。
それが今では、ファーストリテイリンググループ全体でアパレル製造小売業で世界3位です。
次はECを変えます。そして、世界一になります。

世界一への挑戦権を持っている企業は少ない。
そんな企業のグローバルヘッドクォーターで働ける機会は、もっと少ない。
想定内の成功ではなく、本気で世界一を目指して挑戦しませんか。
さあ、一緒に新しい商売を立ち上げ、新しい産業を創りましょう。

Statement

ステートメント

有明プロジェクト

「お客様が本当にほしい服が、
ほしいときにそこにあって、すぐに見える」
ことの実現

顧客基盤

お客様一人ひとりとダイレクトに繋がり、
双方向の情報発信やコミュニケーションを可能にする顧客基盤を持つ

商品企画

お客様からの声をもとに本当に求められている商品をつくり、
商品を情報化する

生産・物流

お客様が求めているものを必要なタイミングで必要な分だけ生産し、
必要な場所に運び、販売する

販売

一人ひとりのお客様に寄り添い、
いつでもどこでも便利で楽しい購買体験を提供する

働き方

世界中の12万人の従業員が縦横無尽につながり、
常時連動した働き方を実現する

UNIQLO E-Commerce Business

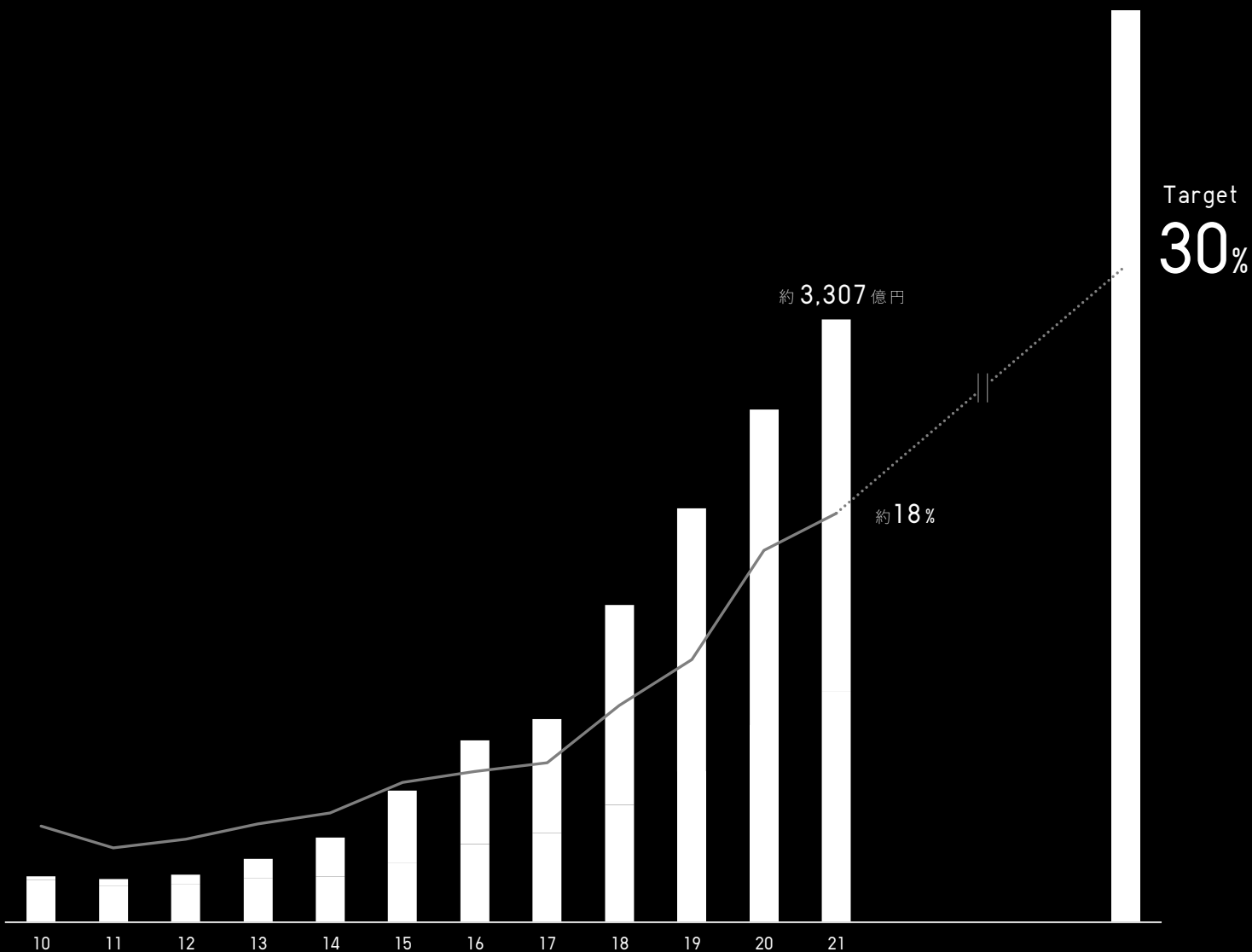
ECビジネス 売上とEC比率の推移

E-Commerce Global Revenue

3,307 億円

E-Commerce Revenue Ratio

約 18 %



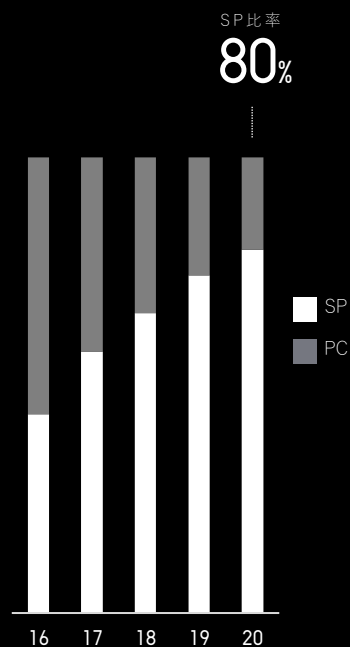
As of August 2021

UNIQLO Digital Flagship Store

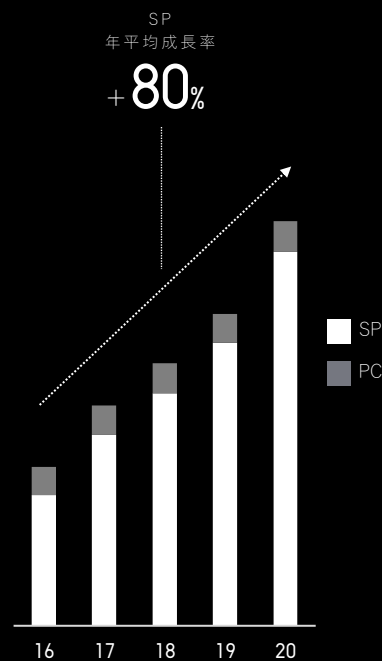
“デジタルフラッグシップ”としてのEC

- ・ モバイルファースト：スマートフォン経由の売上・セッション共に年々拡大
- ・ 顧客行動・購買分析を活用し、販売計画の精緻化およびSKU管理の精度を向上
- ・ EC特別商品やEC限定サイズなど、ユニクロのフルラインナップを展開、EC売上の約23%を占める

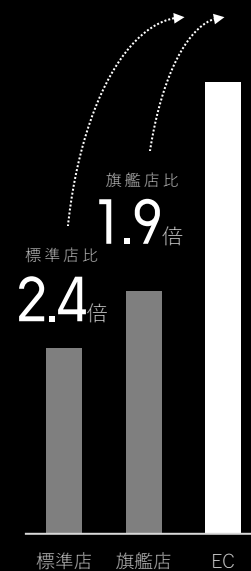
デバイス別売上構成比の推移
(国内ユニクロ)



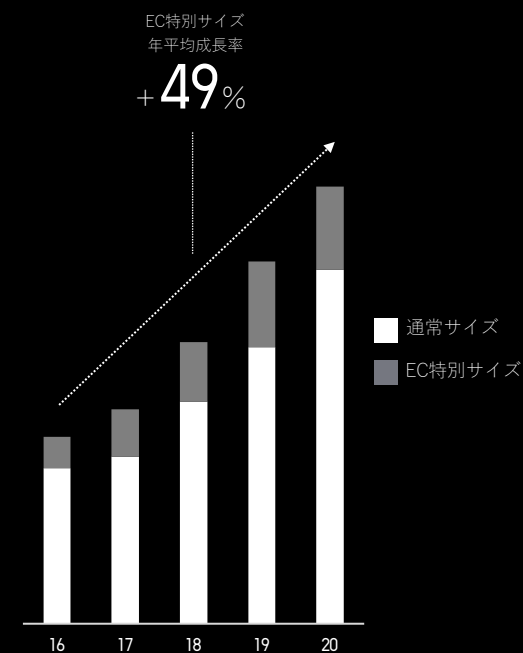
デバイス別セッション数の推移
(国内ユニクロ)



店舗タイプ別SKU数の比較
(国内ユニクロ)



通常サイズ・ECサイズ別売上推移
(国内ユニクロ)



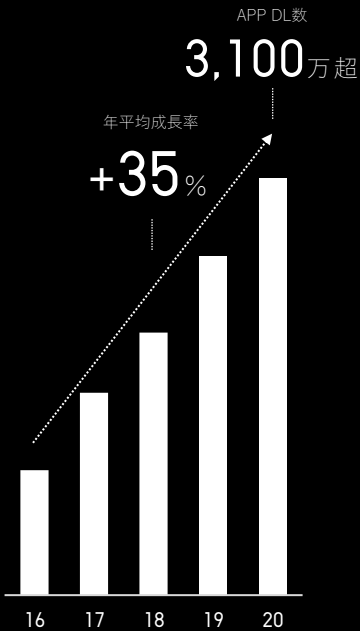
As of August 2021

020

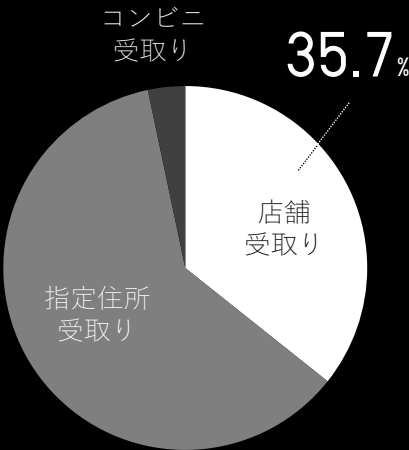
020領域の拡大

- ・ アプリダウンロードは年平均成長率35%増、延べダウンロード数は3,100万を超過
- ・ アプリ経由EC売上は、年平均成長率69%増で推移
- ・ 店舗受取りは、EC受注件数全体の35.7%に拡大。配送リードタイムの短縮と配送費の低減を実現

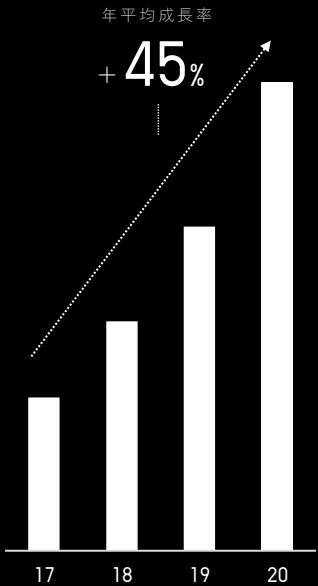
アプリダウンロード数の推移
(国内ユニクロ)



受取り種別の比率
(国内ユニクロ)



店舗・EC併用者数の推移
(国内ユニクロ)



チャネル別年間購入金額・回数
(国内ユニクロ)

	平均年間購入金額	平均年間購入回数
ECのみ	¥14,506	2.4回
店舗のみ	¥16,027	3.8回
併用	¥39,624	9.1回

Team & Culture

Global Digital Commerce Division

グローバルデジタルコマース部(GDC) 概要

Global Digital Commerce Division

モバイルを通じて店舗・EC連動で売り込むこと起点に、全社・全部門が連動した個客中心の商売に変革する
最先端のデジタル技術を駆使し、お客様の声、世の中のトレンド等の“情報”を元に商品をつくる。そして“情報”と共に、一人一人のお客様に最も効果的に伝わる形で商品売り込む「情報製造小売業」へ変革する
ECの事業展開の商売プロセスの標準化、IT、物流等のインフラ構築、経営人材育成を GHQ と各国協働で推進し、EC 事業をグローバル規模で積極展開する

Site App Innovation Team

Product
Management
(PdM)

StyleHint
PdM

UIUX
Design

Site Production Team

Web
Direction

Web
Design

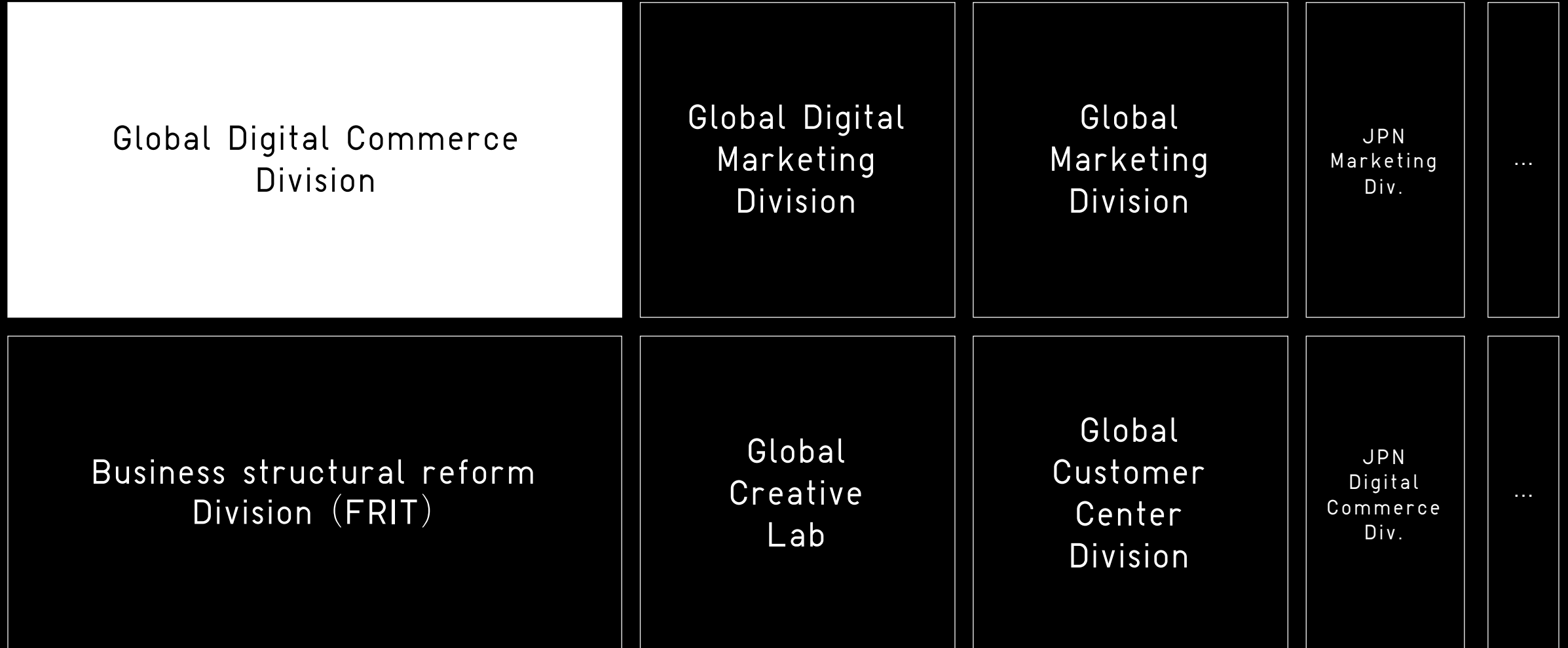
Frontend
Engineer

+

EC Biz Planning /
EC Management Strategy /
Commerce PF Planning /
Biz Dev. /
O2O Promotion /
Site Operation ...

Related Division

GDC関連部署



Site App Innovation Team

サイトアプリイノベーションチーム

Mission

お客様の課題解決やお客様のニーズから新しい体験や価値を創造することで、
ブランドや服の魅力を伝え、お客様にとって世界一利便性の高い購買体験を提供する
またそれをグループグローバルに展開し、お客様の声や世界中のトレンド等の情報をもとに
商品開発へ還元することで、ファーストリテイリングを情報製造小売業へ変革していく

Job Description

- ・ Product Manager (PdM)
- ・ Project Manager (PM)
- ・ UIUX Designer
- ・ UIUX Developer
- ・ UIUX Researcher

Scope

- ・ FRグローバルブランドのアプリ・Webにおける顧客体験設計
- ・ アプリ利用者数、購買数の最大化
- ・ 既存プロダクトのユーザビリティ強化、グロースハック
- ・ 新規サービス、新規機能の導入による提供価値拡大
- ・ 定量データ分析、ユーザーインタビューからの定性分析を踏まえた最適な体験設計
- ・ 各種プロダクトの課題解決のためのUIUXデザイン
- ・ プロダクト開発における要件集約、要件定義、画面設計

Site App Innovation Team – UIUX

サイトアプリイノベーションチーム (UIUX領域)

What We Value

全てのメンバーが常に世界最高のお客様志向で課題に向き合い、
UXデザインエキスパートならではの高い専門性とクリエイティビティで、
驚きと美しさを兼ね備えた質の高いUIUXソリューションの具現化を推進する

例えば、

- ・意思決定が速い組織化されたワークフローで、全てのプロジェクトメンバーが常に同じ目線で課題に向き合い、本質を捉えた質の高いソリューションの具現化を推進するチーム
- ・お客様やスタッフの声、最新技術などの知見が蓄積され、事業課題解決のハブとして機能するチーム
- ・ブランド・機能・デバイス・リージョン・オンラインオフラインの全体感を正確に把握し、常に整合性のとれた精度の高いUIUXを提供するチーム
- ・一人ひとりがUIUXチームとして求められるスキルレベルを把握し、高い専門知識とクリエイティビティを発揮しUXデザインのプロフェッショナルとして成長し続けるチーム

Site Production Team

サイトプロダクションチーム

Mission

世界中すべてのお客様がワクワクして買い物を楽しめる、
デジタルフラッグシップストアとして創意工夫があって美意識のある
クリエイティブな売場をつくる

Job Description

- ・ Web Director / Web Producer
- ・ Web Designer / Art Director
- ・ Frontend Engineer / Full Stack Engineer

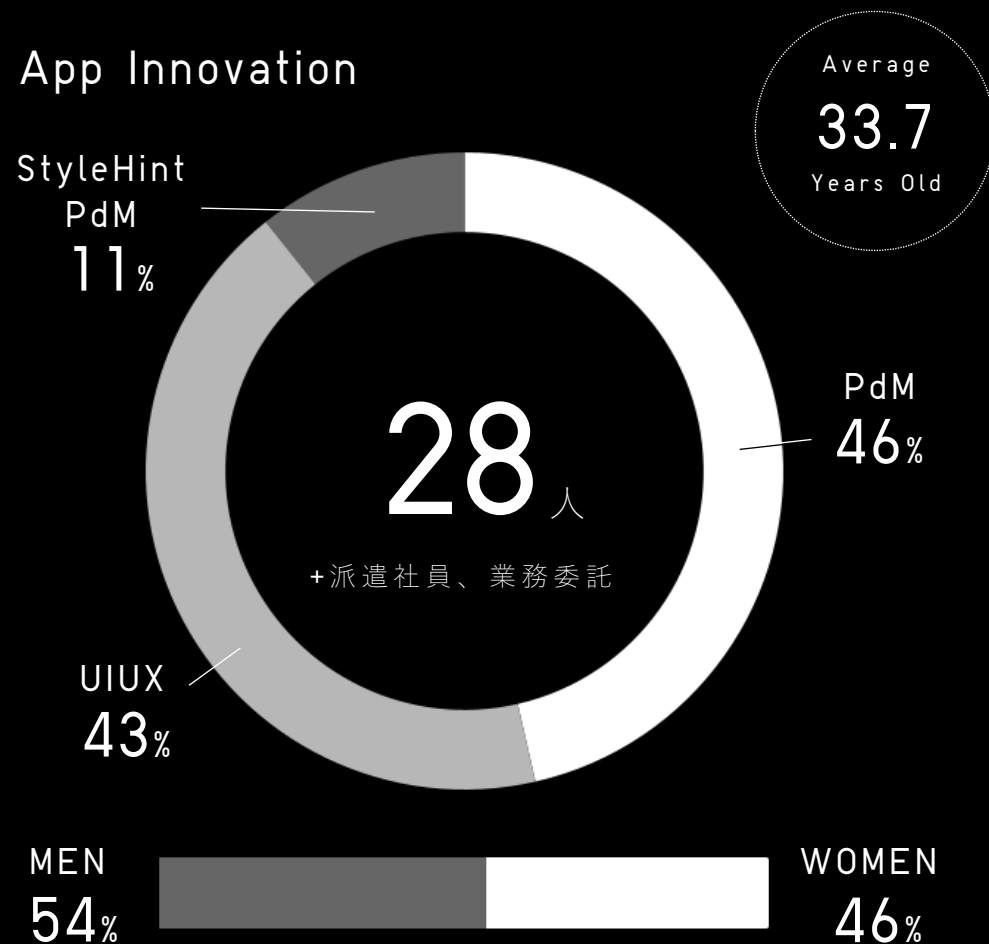
Scope

- ・ グローバルでの「価格訴求から価値訴求の転換」を加速させるための売り場を提供
- ・ 特集・特別コレクションなどのコンテンツ制作およびCVR向上
- ・ お客様のロイヤリティを向上させ、「FAN」を増やすためのブランディングコンテンツ制作
- ・ 常に新鮮でWoWがあふれるデザインの追求
- ・ お客様の声に基づいた企画・改善・新サービスの起案および実行によるCVR改善
- ・ 週次商売と連動した振り返りおよび打ち手の実行
- ・ 勝ちパターンの蓄積、各国・各グループブランドへのシェア、インストール
- ・ 業務自動化・効率化・CMS化の促進 / 新技術の積極導入 / 翻訳の自動化・高度化

Team Chart

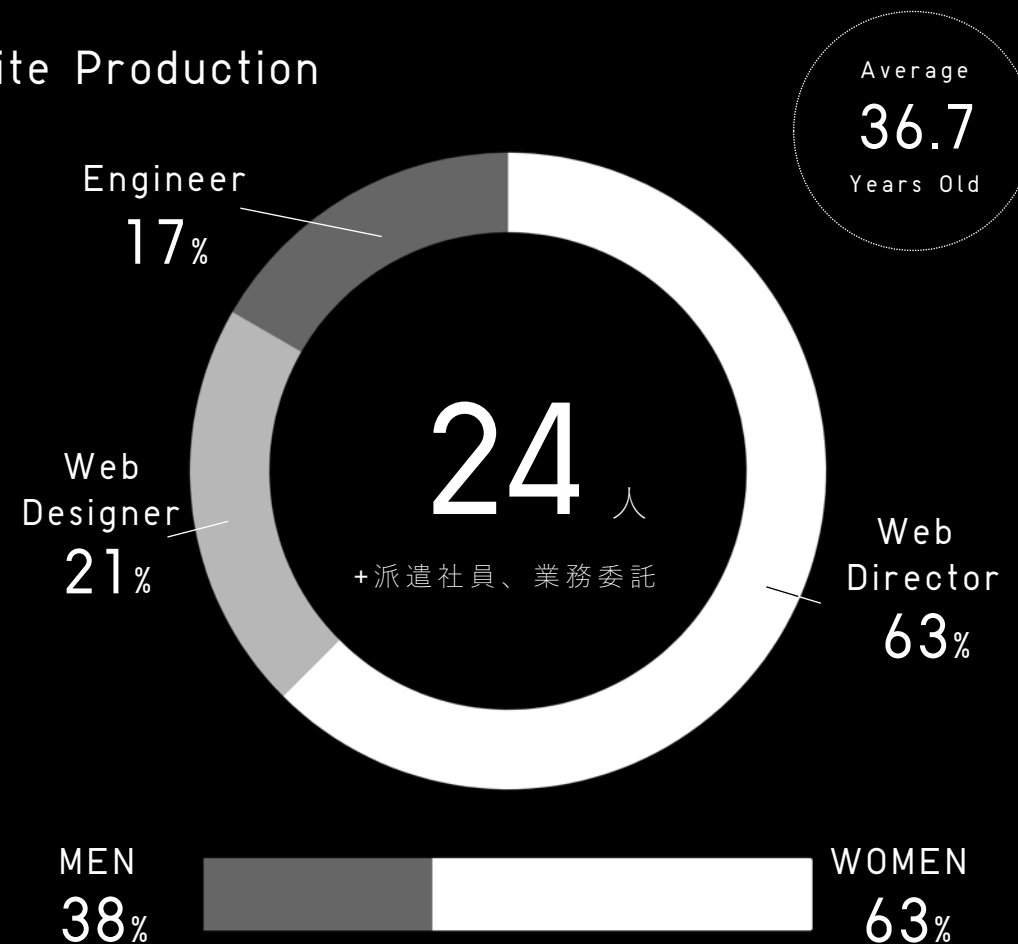
数字で見る2つのチーム

Site App Innovation



出身業界：IT系（米大手プラットフォーム企業、日系大手ネットメディア企業 など）、Eビジネス系（日系最大手EC企業、日系最大手ネット事業会社 など）、UNIQLO・GU店長出身 など

Site Production



出身業界：IT系（日系大手テック企業、日系最大手EC企業、日系最大手Eビジネス企業、メガベンチャー、大手ファッションEC企業など）、メディア系（大手新聞社 など）、広告・制作系（大手代理店系デジタル制作会社 など）、UNIQLO店長出身 など

Team Culture – Good Point

チームの良い点

Site App Innovation

文化の違う人が集まっていて多様性があるし、発見がある

グローバルな仕事に関われるし、英語力が高いメンバーが多い

手を挙げればチャレンジができるし、新しい取り組みができる

オンライン・デジタルのものだけではなく、リアル・オフライン含めた購買体験創造までちゃんとやっている

いいブランド、いいプロダクトの成長に携われる

小売業なのに、ITに大胆に投資できている

Site Production

生きた商売データ、お客様の声をフル活用できる

役員との距離が近く、意思決定が早い

世界中のお客様をターゲットにした売場づくりに
チャレンジできる

あらゆる部署と仕事をするため、
ホスピタリティあるメンバーが多い

世界でも有数の規模のサイトで効果検証ができる

クリエイティブとロジックを融合したサイトづくりができる

Team Culture – Unique Point

チームのユニークな点

Site App Innovation

1つのチームの中で、色々な種類の仕事をしている

一人一人の推進力を大切にしている

グローバルヘッドクォーターの一員として、
ブランドやリージョンを超えてプロダクトに関わる

PdM、リサーチ、デザイン、デベロッパーが
One Teamになっていることがユニーク

自分の意見をしっかり持っている

考えるすぎるよりもまず実践or実験

Site Production

店舗、制作会社、事業会社など様々なバックグラウンドを
持つ人たちが集っている

サイト制作にとどまらず、集客や店舗連携、
商品領域にも染み出して仕事をできる

社内のあらゆる部署から相談がきて、一緒に形を作っていける

効果をすぐに測り自分の仕事の評価がすぐに分かる

チーム内でモックアップまで作ることができ、
思ったことをすぐに試せる

大企業なのにベンチャーのスピード感で仕事ができる

Talent

FRで活躍する人材の共通点

Skill

汎用的なビジネススキル & 各領域の専門性の高いスキル

課題発見力 / 論理的思考力 /
コミュニケーションスキル / 伝える力

+

Mind

1. お客様目線
2. まわりを巻き込み、自ら推進する
3. 探究心、成長意欲がある
4. 他者にリスペクトがあり、チームで成果を出す

Our Products & Contents

Our Products

担当プロダクト (一部紹介)

FR Brand App & Web

UNIQLOをはじめ、FRブランド各種のApp、オンラインストアのプロダクト企画・UIUXデザインを担当
またJPのみならず、Global One UIUXとして、グローバル各国への展開も実施

UNIQLO



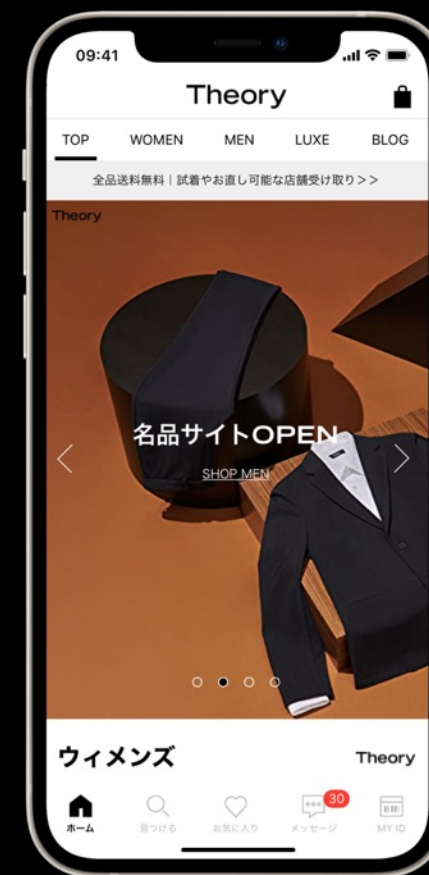
GU



PLST



Theory



Our Products

担当プロダクト（一部紹介）

UNIQLO Pay

キャッシュレス決済ツール UNIQLO Pay。会員証をかざすだけで、あらかじめ登録したお支払い方法で、すぐにお会計が完了。

店舗・ECにて横断的に利用できる最も安全でクイックな決済手段として導入。今後もサービスの利便性を磨き込み、お客様の決済購買体験を最大化。



サッとかざしてパッとお買い物。
UNIQLO Pay、はじめました。



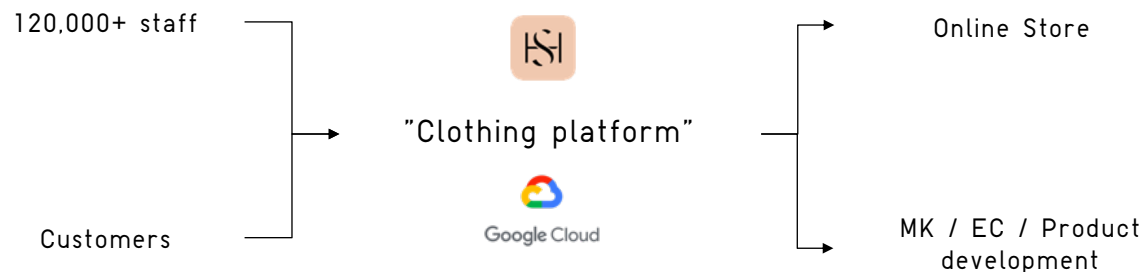
Our Products

担当プロダクト（一部紹介）

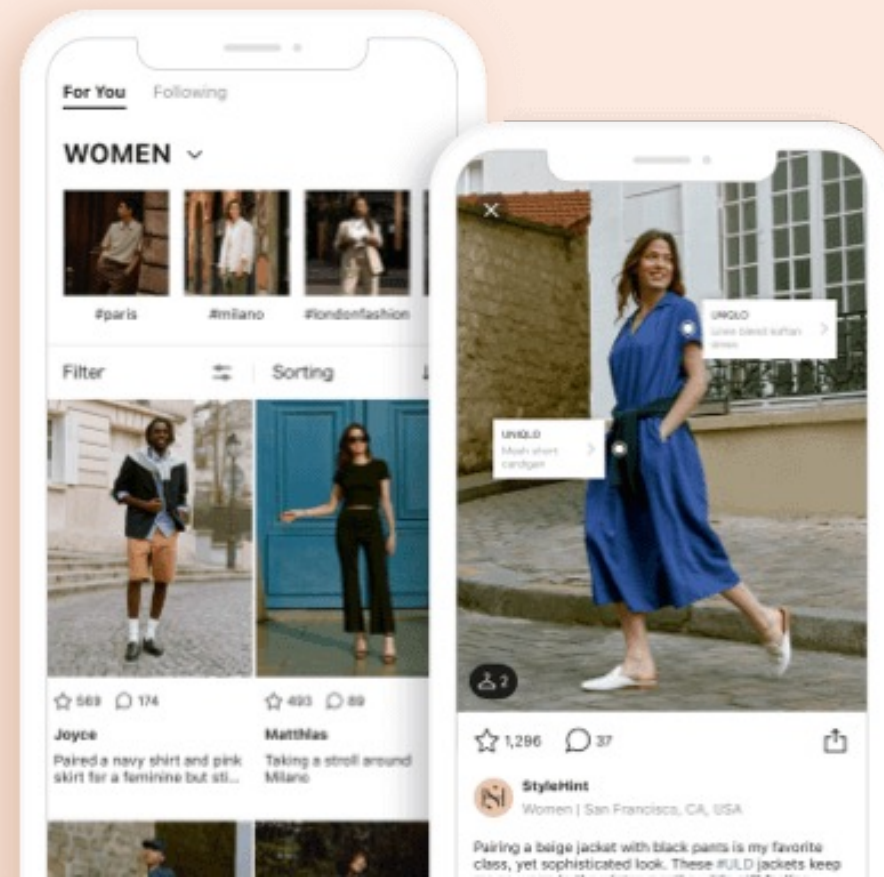
StyleHint

12万人の全世界のスタッフと世界中のお客様が参加し、服に関する情報を検索するときに必ず使ってもらえる「お客様による、お客様のための服のプラットフォーム」。

StyleHintとオンラインストアをシームレスに繋ぐことで、気に入った商品を簡単に購入できるLifeWearとして、一人ひとりの個性ある日常を切り取ったリアルな着こなしを収集し発信することで、世界中のお客様の日常に浸透し、共感されるブランドへ変革することを目指す。
大量の着こなし画像、お客様の嗜好データを活用し、商品・マーケティング開発に反映する



StyleHint



Our Products

担当プロダクト (一部紹介)

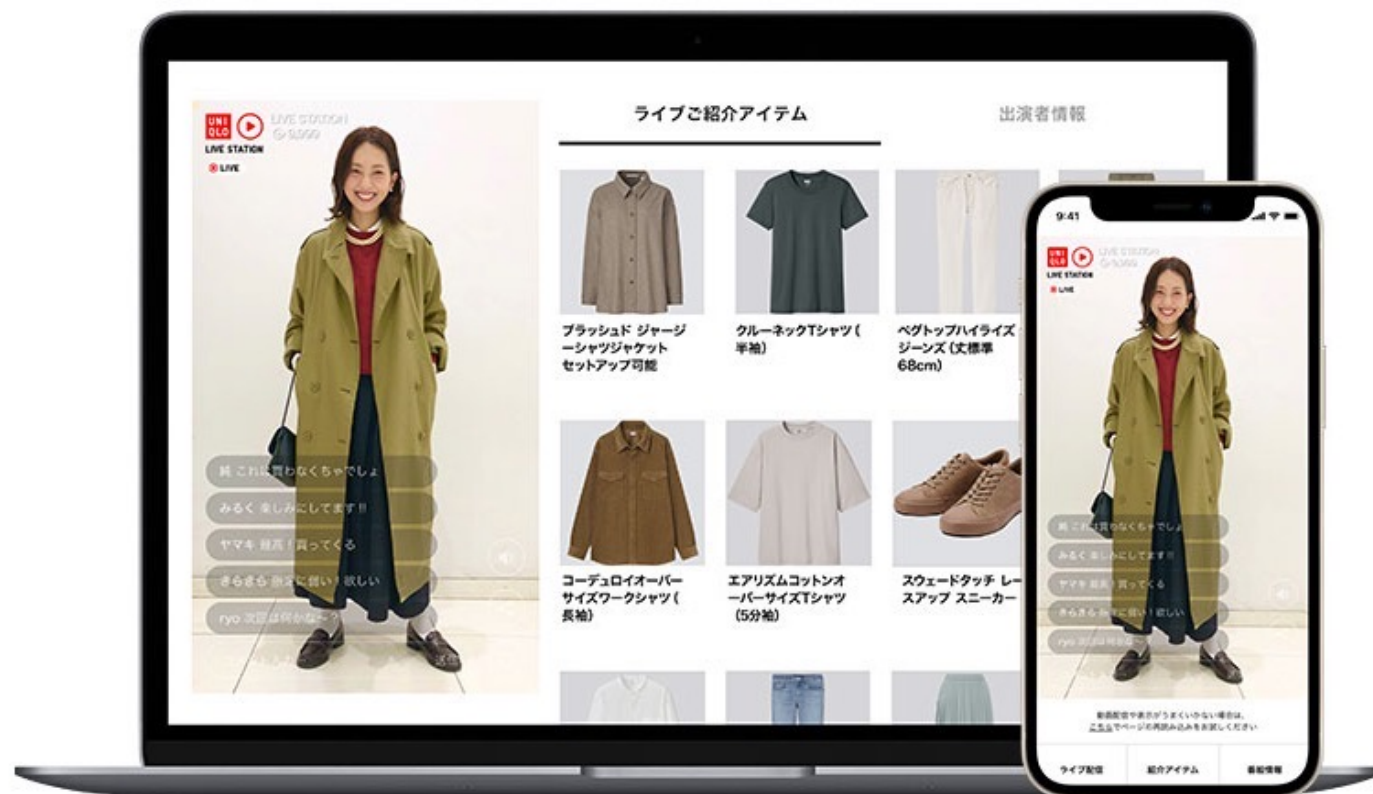


ライブ配信で、ユニクロの
新たなお買い物体験を。

Live Station

LIVE STATIONは、ライブ配信される動画を見ながら、気になった商品をその場でご購入いただけるサービス。リアルタイムでつながり、質問やコメントをするなど、コミュニケーションしながらお買い物を楽しんでいただくことができる。

グローバルで展開し、UIUXの磨き込み、コンテンツ企画のパワーアップ、スタッフ・インフルエンサーの育成を同時に進行し、「LifeWearの価値を発信する放送局」として新たな事業の柱として育てていく



Our Products

担当プロダクト（一部紹介）

IQ

UNIQLO IQ は、いつでもどこでもチャットで気軽に相談できる”あなた専用のお買いものアシスタント”。一人ひとりにぴったりのコーデを提案したり、商品選びのお手伝いはもちろん、お困りごとにもお答え。

会話形式で商品やコーディネート提案をする「UNIQLO IQ」と、配送や返品・交換などの質問に回答する「ユニクロお問い合わせ専用アカウント」の2つのチャットボットサービスを、コミュニケーションアプリ「LINE」上で提供。



あなた専用の
お買いものアシスタント



Our Contents

担当コンテンツ (一部紹介)

UNIQLO Special Collaboration

Uniqlo Uなどのデザイナー・ブランドコラボレーションサイトのデザイン、UIUX改善を担当。グローバル各国分を同時制作

Uniqlo U



UNIQLO/INES DE LA FRESSANGE



Uniqlo and Mame Kurogouchi



UNIQLO and JW ANDERSON



Our Contents

担当コンテンツ (一部紹介)

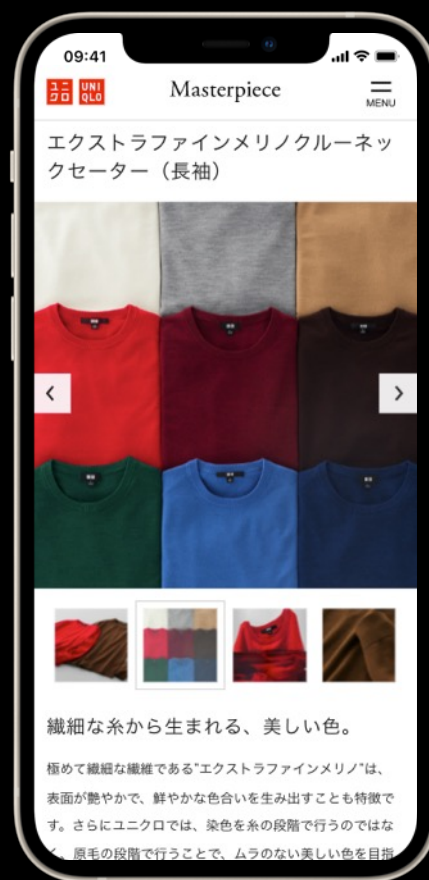
UNIQLO LifeWear Branding

「価格訴求から価値訴求の転換」として、LifeWear を体現した各種コンテンツのデザインを担当。グローバル各国分を同時制作

LifeWear
magazine



Masterpiece



LifeWear
COLLECTION



The Story Behind
LifeWear



Our Contents

担当コンテンツ (一部紹介)

お客様に商品の価値を最大限伝えるための時節に応じた商品やスタイリングの特集ページを企画・制作。UNIQLOはグローバルに展開

UNIQLO UPDATE



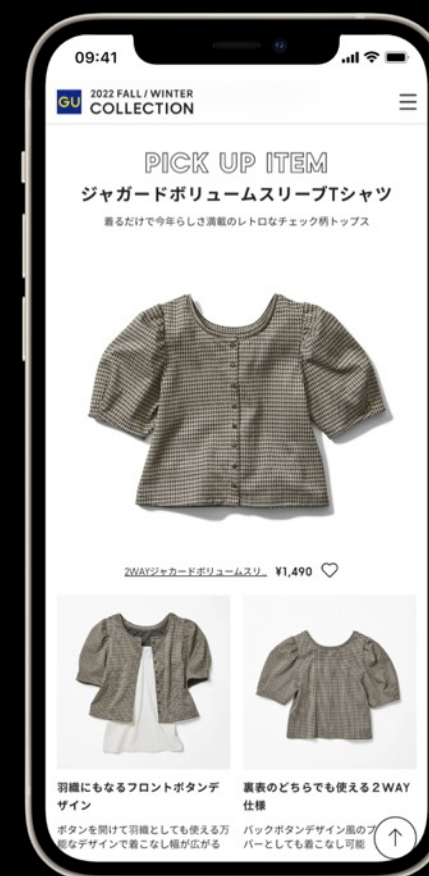
UT magazine



PEACE FOR ALL



GU F/W COLLECTION



Design System

デザインシステム

強固なブランディングと効率化

Design Systemを使うことで、統一された購買体験とより明確なビジュアルデザインによる、カスタマーのブランドイメージの向上を目指す

デザインと開発を中央化することで、開発効率を上げ、品質の向上、新しい機能やサービスの開発に力を注ぐことを計画

Design System

デザインシステム

FR Design Systemは、FR各種ブランドのECサイト、店舗、社内システムを網羅
お客様と従業員のすべての利用シーンに対して、FRが考えるUXUIを提供することを目標とする

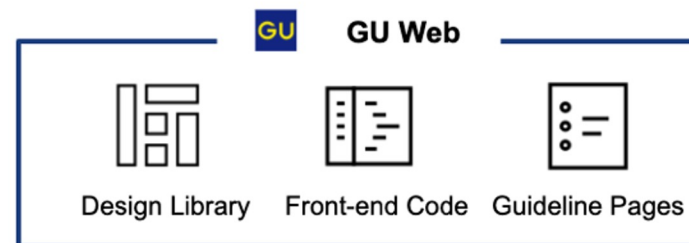
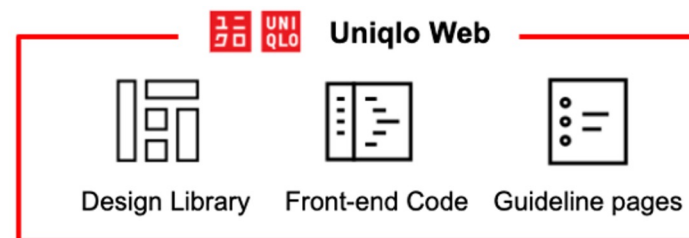
FR Design System

Design
Language

Guideline

オンラインストア
Design System

業務管理システム
Design System



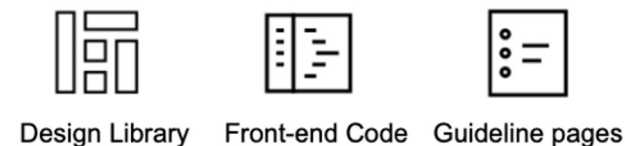
Theory

P L S T

J BRAND

COMPTOIR DES
COTONNIERS

etc...



Design Language

デザインランゲージ

デザイン 7つの原則

デザイン全体の方針となる7つの原則を制定。

FRの方針、ユニクロを初め各ブランドの姿勢、私達のお客様に対する思い、全世界の様々な人や文化への向き合い方など様々な視点から情報を集め、意見を出し合い、軸となるデザイン原則を明文化

Purpose

Act with clear intent

Transparency

Communicate openly

Simplicity

Elevate clarity

Innovation

Challenge conventions

Unity

Be consistent

Humanity

Always put the customers first

Delight

Exceed expectations

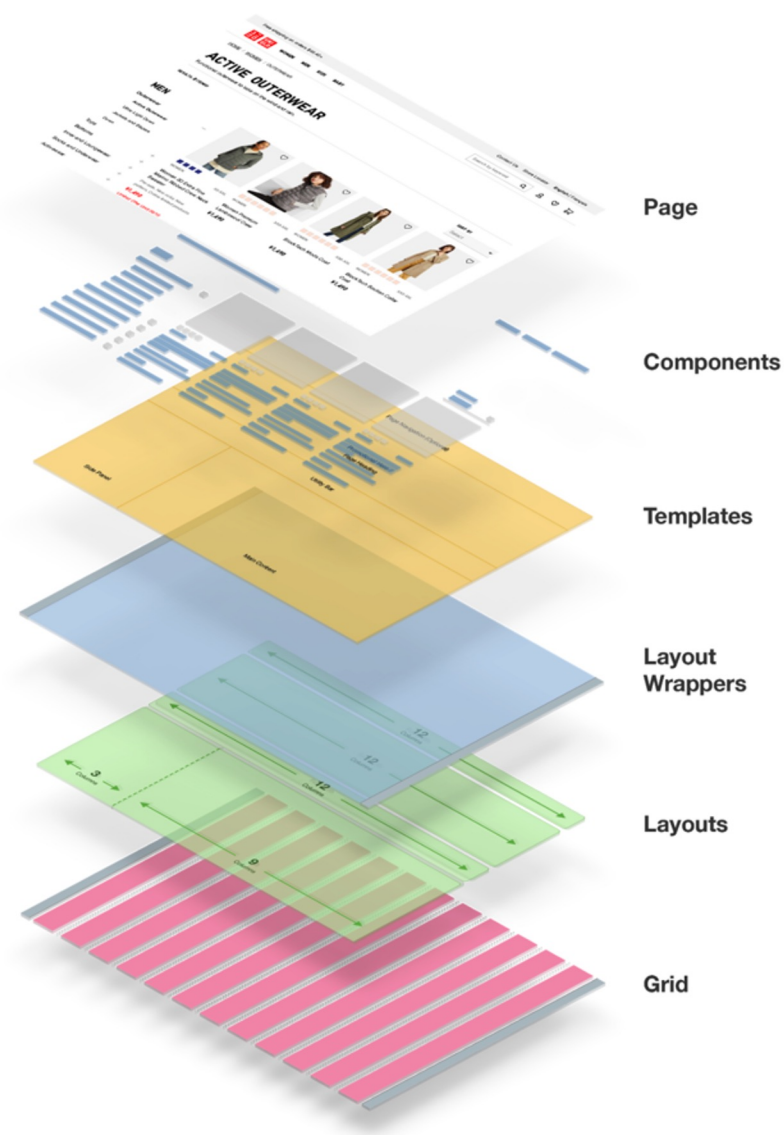
Component Library

コンポーネントライブラリー

デザインスプリントによる コンポーネント開発

ベースとなるグリッド、レイアウトテンプレート、お客様が実際に目にするUIコンポーネントなどをデザイン、開発

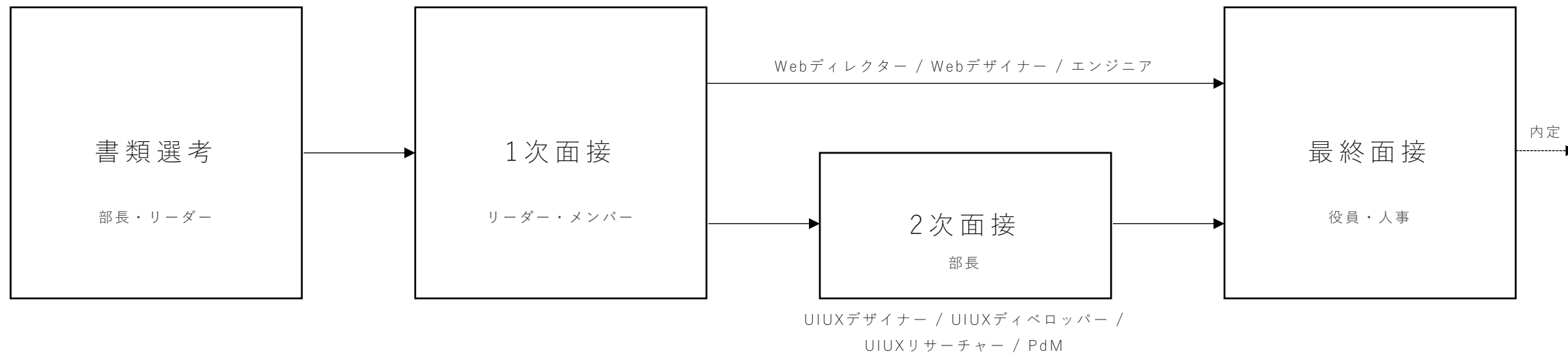
スプリントプランニングなどの共有会などを開催することで、業務メンバーや開発メンバーなど関係者全員が共通認識を持って進めることができる



Selection Flow

Selection Flow

選考フロー



・希望いただいた方はカジュアル面談も実施可能です

・UIUXデザイナー領域、Webデザイナー領域は課題を実施いただきます（1次面接に持参いただきます）

・UIUXデザイナー、UIUXディベロッパー、UIUXリサーチャー、PdMは二次面接あり
・一次面接で別部門の方が適正があると判断された場合、面接回数が増える場合があります

・役員および人事役員・部長との最終面接により、最終判断となります
・内定後も希望によっては現場との面談を実施することも可能です



Team Introduction

Global Digital Commerce
Site App Innovation UIUX Team
& Site Production Team