**本科毕业论文**

Ms Mincho体，三号

论文题目 **日本のユニクロの経営についての一考察**

（日文）

宋体，三号

论文题目 **浅谈日本Unikulo的经营**

（中文）

姓 名

准考证号

专 业

指导教师

 完成时间 **年 月 日**

**日本のユニクロの経営についての一考察**

居中，Ms Mincho小五号

居中，Ms Mincho三号，黑正体。如有副标题，用冒号将主、副标题隔开。

　王○○

居中，ms mincho四号，正体。

**要旨：**ファッション美の追求は現代生活の中では欠かせない部分である。が、製品のブランドの追求については人によって違っている。世界中で半分以上の人間は手頃な価格、ユニークの着物に熱中しているだろうと思っている。ここに、世界のトップ10ブランドの一「日本のユニクロ」のメリットについて焦点を集める。

金融危機と円高の影響で日本の経済に……。

左顶格，Ms Mincho

小四号，正体。

**キーワード：**ユニクロ；経営戦略；製造と販売；メリット

左顶格，Ms Mincho,小四号，黑正体。

**浅谈日本Unikulo的经营**

王 ○○

居中，宋体四号，正体。

居中，宋体三号，黑正体。如有副标题，另起一行，居中，前加破折号。

**摘要**：对时尚美的追求是现代人生活中不可缺少的部分，但是，追求商品的品牌是因人而异的。我想世界上绝大部分人应该都热忠于经济实惠而且有个性的着装，在本论文中，我将着重解析全球十大品牌之一“日本优衣库” 所存在的优点。

日本经济受到金融危机与日元升值的……

**关键词：**优衣库；经营策略；生产和销售；优点

宋体小四号，正体。关键词以3-5个为宜，中间以分号隔开

左顶格，宋体小四号，黑正体。

目次

**居中，**Ms Mincho 三号，黑正体。

[1.はじめに](#_Toc370735648)

[1.1研究動機及び研究意義](#_Toc431299154)

[1.2先行研究](#_Toc431299155)

[2.ユニクロの成長軌跡](#_Toc370735649)

左对齐，Ms Mincho 小四号，正体。

[2.1　ユニクロ成長の要因](#_Toc370735650)

[2.2　ユニクロ失速の要因](#_Toc370735651)

[2.3　ユニクロ成長軌道の再構築](#_Toc370735652)

[2.4　ユニクロの現状](#_Toc370735653)

[3.　ユニクロのSPA業態のバランス](#_Toc370735654)

[3.1　SPAとは](#_Toc370735655)

[3.2　ユニクロのSPA業態](#_Toc370735656)

[3.2.1　ユニクロスケールメリットの追求](#_Toc370735657)

[3.2.2　販売機会ロスをなくすために](#_Toc370735658)

[4.　ユニクロの生産と販売](#_Toc370735659)

[4.1　ユニクロ素材の技術革新](#_Toc370735660)

[4.2　ヒートテック](#_Toc370735661)

[4.3　ユニクロ生産と販売のバランス](#_Toc370735662)

[5.　ユニクロの世界戦略](#_Toc370735663)

[5.1ユニクロの海外展開](#_Toc370735664)

[5.2ロンドンの出店大失敗](#_Toc370735665)

[5.3　ニューヨークに巨艦店進出した狙い](#_Toc370735666)

[5.4　中国市場の戦略転換](#_Toc370735667)

[5.5　韓国での出店ペース加速](#_Toc370735668)

[6.終わりに](#_Toc370735669)

注釈

[参考文献](#_Toc370735670)

**日本のユニクロの経営についての一考察**

広東外語外貿大学　高等教育学院　王○○

居中，Ms Mincho 三号，黑正体。如有副标题，用冒号将主、副标题隔开。

指導教師　○○○

居中，Ms Mincho小四号，正体。

# 1.はじめに

**章节标题或一级小标题单独占一行，左顶格，**四号，**M**s Mincho体。

**1.1　研究動機及び研究意義**

サブプライムローンの破たんに端を発する世界的な不況で百貨店、スーパーなどの小売りやブランド衣料メーカーが大苦戦する中で、ユニクロが快速に走り続けている。２０１０年に売り上げ１兆円という大目標を掲げて、大規模店の出店や商品展開の強化、海外展開、Ｍ＆Ａなど様々な施策を打ち出している。ユニクロに続けとばかりに、大手デパートは安売りに走っているが、結果は惨敗である。商品の共同企画や共同仕入れなどの構造改革も期待したほどの成果に結びついていない。このため多くのデパートの２０１０年の決算は大幅な減収減益になる可能性が高い。

**二级及以下各级小标题单独占一行，左顶格，**小四号，**M**s Mincho体。

　ユニクロは安いと思われているが、値段を比べた各種調査によると、それほど安くない。例えばファストリ傘下のジーユー（GU）が発売した９９０円ジーンズよりも安物はいくつもある。ファーストリテイリングの創業６０周年記念キャンペーン商品の価格も、大手スーパーのバーゲンとほとんど変わらない。

段落首行空一格

正文，两端对齐，小四号，**M**s Mincho体。

　１０年ほど前のユニクロは、日本で商品を企画し、海外で安い原材料を調達、そして人件費の安い中国で製造した商品を日本に持ってきて販売するという「ユニクロ方式」を確立した。だから驚くほど安く売ることができた。この仕組みから生み出された価格は「工場出し値」とさえ言われた。しかし、同じような方法で調達するところが増えて、ユニクロの価格面だけの優位性は完全に失われている。それでもなぜユニクロだけがうまくいっているのか。それは低価格路線は修正していないが、戦略がかつてのユニクロと大きくかわっているからである。デパートやスーパーが安売り競争で利益を落とす中で、ユニクロは価格だけではなく、機能性や品質で勝負している。そのためにユニクロはトップブランドを手掛けるデザイナーにひけをとらないファッションデザイナーと組み、斬新な商品を提供している。

そのため海外におけるユニクロは、世界トップブランドに準ずる扱いを受け始めた。デパートやスーパーが単純な安売りでマネても、高い商品特性を伴っていなければうまくいかないのは当然である。国内勢を蹴散らしたユニクロ国内では、続々上陸する手強いライバルの挑戦が始まった。現在のユニクロ神話がいつまで続くのか興味は尽きない。

そこで本文ではユニクロの経営戦略について例を挙げて簡単に説明していきたい。まず、ユニクロ成長の要因、失速の要因、成長軌道の再構築お呼び現状を説明し、次に、ＳＰＡの定義、ユニクロのＳＰＡ業態、ユニクロスケールメリットの追求お呼び販売機会ロスをなくすための対策を説明していく。さらには、ユニクロの素材の技術革新、ヒートテックおよびユニクロの生産と販売のバランスを説明し、最後は、ユニクロの海外展開、ロンドン出店の大失敗、ニューヨークに巨艦店進出したターゲット、中国市場の戦略転換お呼び韓国での出店ペース加速を説明していく。

以上のことから、なぜユニクロが快速に走り続けているのかを分かりやすく説明していきたい。

正文部分起另起页码

**1.2　先行研究**

（收集先行研究资料，并分专题对先行研究进行分类、分析和归纳，以证明自己所发现和要考查的问题的确是值得研究的。）

# 2.ユニクロの成長軌跡

**2.1　ユニクロ成長の要因**

ユニクロの成長はその好業績の数字に如実に表れている。むろん成長の反動の苦労も同様である。すべてが数字に表れている。（表１）にユニクロの１０年間の業績推移をまとめてみたが、見ればまるで誤植かと思うような数字の変遷がわかる。

表１：売り上げ・経営利益の推移

出典：http://www.fastretailing.com/jp/「株式会社ファーストリテイリング」ホームページ

表格或图表，图片等要写明出处。

００年８月期の売り上げは前期の２倍になったのに次いで、０１年８月期もさらにその２倍となる。２年で売り上げ４倍という４１８６億円を達成するのである。これだけの爆発的な成長というのは小売りの分野に限らず、日本の企業ではちょっと考えられない。もちろん売り上げが１０億円の小さな企業が突如としてヒット商品を手がけるなどで４０億円になることはある。IT企業などでも一つの大きな契約成立が企業そのものを変えることもある。M&Aで買收した企業を加えて数字を一変させることもある。かつてライブドアが１期で売り上げを１００億円から５００億円に膨らませることがあったが、結局あれはこの種の数字遊びにすぎなかった。しかし、この時期のユニクロはまだM&Aでに手を染めておらず、本業だけでここまで二倍三倍の拡大を重ねたのである。

[**2.2　ユニクロ失速の要因**](#_Toc370735651)

[**2.3　ユニクロ成長軌道の再構築**](#_Toc370735652)

[**2.4　ユニクロの現状**](#_Toc370735653)

[**3.　ユニクロのSPA業態のバランス**](#_Toc370735654)

[**3.1　SPAとは**](#_Toc370735655)

[**3.2　ユニクロのSPA業態**](#_Toc370735656)

[**3.2.1　ユニクロスケールメリットの追求**](#_Toc370735657)

[**3.2.2　販売機会ロスをなくすために**](#_Toc370735658)

[**4.　ユニクロの生産と販売**](#_Toc370735659)

[**4.1　ユニクロ素材の技術革新**](#_Toc370735660)

[**4.2　ヒートテック**](#_Toc370735661)

[**4.3　ユニクロ生産と販売のバランス**](#_Toc370735662)

[**5.　ユニクロの世界戦略**](#_Toc370735663)

[**5.1ユニクロの海外展開**](#_Toc370735664)

[**5.2ロンドンの出店大失敗**](#_Toc370735665)

[**5.3　ニューヨークに巨艦店進出した狙い**](#_Toc370735666)

[**5.4　中国市場の戦略転換**](#_Toc370735667)

[**5.5　韓国での出店ペース加速**](#_Toc370735668)

# 6.終わりに

世界不況の中でユニクロが成功したビジネスモデル、そして失速した原因をみてきた。そして、これからのユニクロ経営戦略の成功点について論じてきた。

ユニクロ事業が掲げる経営戦略は､全体的な低コスト化を図るとともに､多店舗展開が図れるという有効なスタイルといえる｡しかし､事業が拡大するペースに人材の補給､商品の供給､生産・物流体制の整備が追いついていかないという短所がある｡ブームを起こした・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

注解需写上页码

**注釈：**

[1] 李卓『日本妇女社会地位的演变』日本研究、1998 年第 1 期、P5。

[2] 同一年齢人口のなかで労働力人口（就業者＋完全失業者）の占める割合（労働力率）が 20 代前半をピークに低下し、30 代前半期に底を迎え、　　　その後 40 代後半まで再び上昇する M 字型カーブである。

[3] 李卓『近代日本女性观——良妻贤母类辨析』日本学刊、2000 年第4期、P10。

[4] 赵敬『社会性别分工与当代日本女性的生活模式』日语学习与研究、2009年第 5 期、P2。

[5] 三橋弘次『ジェンダーと社会理論」有斐閣、2006、P222。

引用其他材料的内容或者需要解释说明的部分要加注，方法：把光标移到你引用的部分的后面，然后点击“插入”→引用→脚注和尾注→尾注（编号格式 选1,2,3）→插入，这样页面直接切换到最后，在序号后面按作者、书籍、出版社、出版时间、页码的顺序写出即可。

#

# 参考文献

1．梛野順三・『ユニクロ増収増益の秘密』・ぱる出版・２０１０年１月

2．川嶋幸太郎・『なぜユニクロだけが売れるのか』・ぱる出版・２００８年１１月

3．柳井正・『ユニクロの思考術』・新潮社出版・２００９年１０月

4．株式会社ファーストリテイリング「２０１０年８月期・第２四半期業績及び通期業績見通し説明資料」２０１０年４月８日

参考文献写法：

1. 外文文献和中文文献分开列；
2. 按作者，作品，出版社，出版日期的顺序列出； 网络资源需写网址及访问日期。

5．繊研新聞社・「ユニクロ異端からの出発」・２０００年

6．http://www.uniqlo.com/jp/「ユニクロトップ」ホームページ 2013年5月21日

7．http://www.fastretailing.com/jp/「株式会社ファーストリテイリング」ホームページ　2013年5月22日

**广东外语外贸大学**

**毕业/学位论文（设计）学术诚信声明**

本人郑重声明：所呈交的毕业/学位论文，是本人在导师的指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容外，本论文（设计）不包含任何其它个人或集体已经发表或撰写过的作品成果。对本文的研究做出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律结果由本人承担。

作者签名： 日期： 年 月 日

**广东外语外贸大学**

**毕业/学位论文（设计）版权使用授权书**

本毕业/学位论文（设计）作者同意学校保留并向国家有关部门或机构送交论文（设计）的复印件和电子版，允许论文（设计）被查阅和借阅。本人授权广东外语外贸大学可以将本毕业/学位论文（设计）的全部或部分内容编入有关数据库进行检索，可以采用影印、缩印或扫描等复制手段保存和汇编本毕业/学位论文（设计）。

本论文（设计）属于**保 密**□，在 年解密后适用本授权书。

**不保密**□。（请在以上方框内打“**√**”）

毕业/学位论文（设计）作者签名：

日期： 年 月 日