

# 2015年8月期 第1四半期業績 および通期見通し

**岡崎 健**

---

株式会社ファーストリテイリング  
グループ上席執行役員 CFO

1

CFOの岡崎です。

私から、2015年8月期第1四半期の業績、および  
通期の業績見通しについてご説明いたします。

I. 第1四半期決算概要	P3	～	P22
II. 2015年8月期 通期業績予想	P23	～	P24
III. ご参考資料	P25	～	P27

**【業績開示について】**

2014年8月期末より国際会計基準(IFRS)を適用いたしました。

本資料上の数字については、特に断りのない限り、すべてIFRSベースで記載しております。

**【資料文中のグループ事業の表示について】**

各グループ事業の構成は、以下のとおりです。

国内ユニクロ事業： 株式会社ユニクロの数値が表示されています。

海外ユニクロ事業： 海外で展開するユニクロ事業が含まれています。

グローバルブランド事業： ジューシー事業、セオリー事業、コントワー・デ・コトニエ事業、  
プリンセス タム・タム事業、J Brand事業が含まれています。

**【将来予測に関するご注意】**

本資料に掲載されている業績予想、計画、目標数値などのうち、歴史的事実でないものは、作成時点で入手可能な情報に基づき作成した将来情報です。実際の業績は、経済環境、市場の需要・価格競争に対する対応、為替などの変動により、この業績予想、計画、目標数値と大きく異なる場合があります。

## 増収増益を達成

	2014年8月期 第1四半期実績	2015年8月期		単位: 億円
		第1四半期実績	前年同期比	
売上収益 (売上比)	3,890 100.0%	4,795 100.0%	+23.3%	
売上総利益 (売上比)	1,988 51.1%	2,532 52.8%	+27.4% +1.7p	
販管費 (売上比)	1,354 34.8%	1,680 35.0%	+24.0% +0.2p	
事業利益 (売上比)	634 16.3%	852 17.8%	+34.5% +1.5p	
その他収益・費用 (売上比)	19 0.5%	61 1.3%	+219.0% +0.8p	
営業利益 (売上比)	653 16.8%	913 19.1%	+39.9% +2.3p	
税引前四半期利益 (売上比)	694 17.9%	1,067 22.3%	+53.6% +4.4p	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益 (売上比)	419 10.8%	688 14.4%	+63.9% +3.6p	

注: 事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

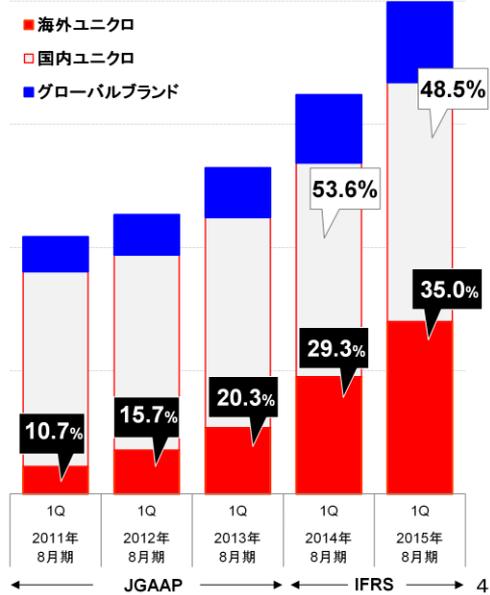
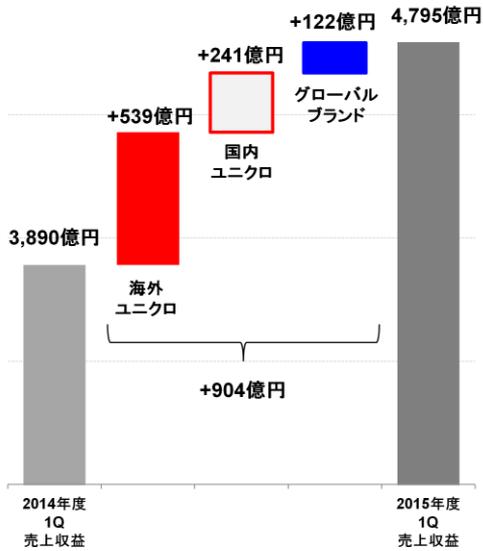
3

2015年8月期 第1四半期の連結業績ですが、  
 売上収益は4,795億円、前年同期比23.3%増、  
 営業利益は913億円、同39.9%増、  
 税引前四半期利益は1,067億円、同53.6%増、  
 親会社の所有者に帰属する四半期利益は688億円、同63.9%増となりました。

# 【連結】第1四半期 売上収益

売上収益4,795億円、904億円の増収  
海外ユニクロが539億円の増収

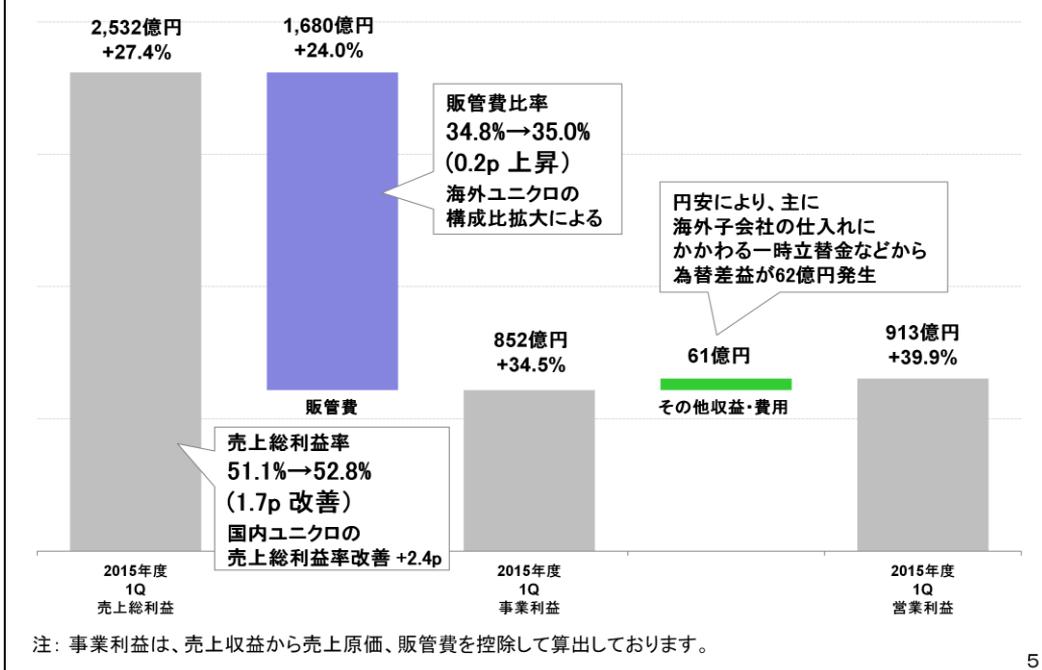
海外ユニクロの売上構成比が35%へ拡大



まず、売上収益ですが、4,795億円と前年同期比23.3%増、904億円の増収となりました。その内訳ですが、海外ユニクロ事業が539億円の増収、国内ユニクロ事業が241億円の増収、グローバルブランド事業が122億円の増収となっております。

この結果、海外ユニクロ事業の売上構成比は35.0%と、前年同期比で5.7ポイント拡大いたしました。

# 【連結】第1四半期 営業利益



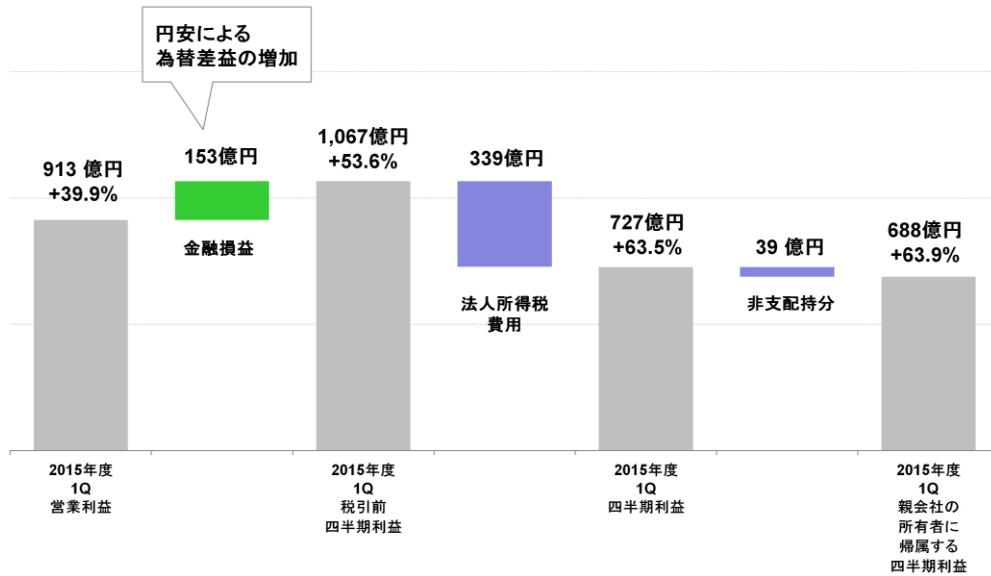
売上総利益は2,532億円と前年同期比27.4%増の増益となりました。なお、売上総利益率は52.8%と、前年同期比1.7ポイント改善いたしました。これは主に、国内ユニクロ事業の売上総利益率が同2.4ポイント改善したためです。

販管費は1,680億円と同24.0%増となりました。売上販管費比率は35.0%と、前年同期比0.2ポイント上昇しておりますが、これは主に販管費比率の高い海外ユニクロの構成比の拡大によります。

売上収益から売上原価、販管費を控除した事業利益は、852億円と同34.5%増の増益となりました。

その他収益・費用の合計は61億円と同41億円増加いたしました。これは主に、11月末の為替レートが1ドル約118円と、8月末の1ドル約103円に比べて円安となったことにより、海外子会社の仕入れにかかわる一時立替金などに為替差益が62億円発生したことによります。

これらの結果、営業利益は913億円、同39.9%増の増益となりました。



次に、金融損益ですが、為替が円安になったことから、外貨建資産などの換算差額が増え、金融損益はネットで153億円のプラスとなっております。

この結果、税引前四半期利益は1,067億円と同53.6%増、親会社の所有者に帰属する四半期利益は688億円、同63.9%増となりました。

## 【セグメント別】第1四半期実績

		2014年8月期	2015年8月期		単位: 億円
		第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比	
国内ユニクロ事業	売上収益	2,084	2,326	+11.6%	
	事業利益 (売上比)	409 19.6%	515 22.2%	+26.0%	+2.6p
	その他収益・費用	12	▲4	-	-
	営業利益 (売上比)	421 20.2%	511 22.0%	+21.3%	+1.8p
海外ユニクロ事業	売上収益	1,140	1,680	+47.3%	
	事業利益 (売上比)	159 14.0%	240 14.3%	+50.6%	+0.3p
	その他収益・費用	▲4	2	-	-
	営業利益 (売上比)	154 13.6%	243 14.5%	+57.2%	+0.9p
グローバルブランド事業	売上収益	659	781	+18.6%	
	事業利益 (売上比)	68 10.4%	100 12.8%	+46.5%	+2.4p
	その他収益・費用	4	▲4	-	-
	営業利益 (売上比)	73 11.1%	95 12.2%	+30.4%	+1.1p

注：連結業績には上記の他、ファーストリテイリングの業績、連結調整が含まれております。  
 国内ユニクロの業績にはグループ間取引が含まれております(売上収益を除く)。  
 事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

次にセグメント別の業績についてご説明します。

国内ユニクロ事業の売上収益は2,326億円、営業利益は511億円、  
 海外ユニクロ事業の売上収益は1,680億円、営業利益は243億円、  
 グローバルブランド事業の売上収益は781億円、営業利益は95億円と、  
 いずれのセグメントでも増収増益を達成いたしました。

## 1Q (9~11月) 計画を上回る増収増益

	2014年8月期 実績	2015年8月期 実績	
	第1四半期	第1四半期	前年同期比
売上収益 (売上比)	2,084 100.0%	2,326 100.0%	+11.6%
売上総利益 (売上比)	1,024 49.2%	1,200 51.6%	+17.1% +2.4p
販管費 (売上比)	615 29.5%	684 29.4%	+11.2% ▲0.1p
事業利益 (売上比)	409 19.6%	515 22.2%	+26.0% +2.6p
その他収益・費用 (売上比)	12 0.6%	▲4 ▲0.2%	- ▲0.8p
営業利益 (売上比)	421 20.2%	511 22.0%	+21.3% +1.8p

単位：億円

注：国内ユニクロの業績にはグループ間取引が含まれております（売上収益を除く）。  
事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

まず、国内ユニクロ事業ですが、売上収益、営業利益ともに計画を上回る増収増益を達成いたしました。

**1Q (9~11月) 売上収益 2,326億円 (前年同期比+11.6%)**

- ・既存店売上高: 前期比+7.5% (客数 ▲2.2%、客単価+9.9%)
- ・スクラップ&ビルドによる店舗の大型化で1店舗当たりの売上が増加

#### 販売動向

9月は初旬からの気温低下で、秋冬物販売の立ち上がりが早い。10月、11月は、台風や気温の上昇など天候に恵まれなかったものの、新商品のヒートテックエクストラウォームや、ウールのアウターなどの販売が好調。なお、感謝祭も好調

#### 客単価

客単価は9.9%増加。秋冬物販売の立ち上がりが早かったこと、ボトムスで価格が比較的高い商品の販売が好調だったことなどによる

#### 客数

客数は2.2%減少。10月、11月の天候不順の影響

直営既存店 前年比	2015年8月期				
	9月	10月	11月	1Q累計	12月
売上高	+19.7%	+10.5%	+1.9%	+7.5%	+10.2%
客数	+1.9%	+0.6%	▲5.7%	▲2.2%	▲1.4%
客単価	+17.4%	+9.8%	+8.0%	+9.9%	+11.7%

2014年11月末 直営店 824店舗、前年同期末比▲14店舗  
FC店 28店舗、同+9店舗

国内ユニクロの売上収益は2,326億円と、前年同期比11.6%の増収でした。これは主に、既存店売上高が同7.5%の増収となったこと、スクラップ&ビルドによる店舗の大型化で1店舗当たりの売上が増加したことによります。

既存店売上高7.5%増の内訳は、客数で2.2%の減少、客単価で9.9%の増加となります。

9月は初旬から気温が低下し、エクストラファインメリノセーター、アンクルパンツなどキャンペーン商品を中心に、秋冬物商品の立ち上がりが早く好調な販売となりました。

10月、11月は、台風や気温の上昇など天候には恵まれなかったものの、新商品のヒートテックエクストラウォームや、ウールのアウターなどの販売が好調でした。なお、11月21日から4日間実施した感謝祭も非常に好調な売上となっております。

客単価は9.9%増加いたしました。これは、昨年に比べ秋冬物販売の立ち上がりが早かったこと、アンクルパンツ、ジーンズなどのボトムスで価格が比較的高い商品の販売が好調だったことなどによるものです。

客数は2.2%減少いたしました。これは、10月、11月の天候不順の影響によります。

なお、11月末の直営店舗数は824店舗と、前年同期末比で14店舗の減少となっております。このうち、9店舗は直営店がフランチャイズ店に転換したものです。

12月の既存店売上高は、すでにお知らせしている通り10.2%増と、増収を維持しております。

**1Q**  
(9~11月) **売上総利益率 51.6%** (前年同期比 +2.4p)

### 前期比、および計画比を上回る

- ・ 9月初旬から気温が低下し、秋冬物商品の立ち上がりが早かったこと
- ・ ヒートテック、ウルトラライトダウン、エクストラファインメリノなどの冬物コア商品の販売が好調だったこと

次に、国内ユニクロ事業の売上総利益率は51.6%と、前年同期比2.4ポイント改善いたしました。これは計画を上回る水準となっております。

売上総利益率が前年に比べ改善した理由は、9月初旬から気温が低下し、秋冬物商品の立ち上がりが早かったこと、ヒートテック、ウルトラライトダウン、エクストラファインメリノなどの冬物コア商品の販売が好調だったことによります。

1Q  
(9~11月) 売上販管費比率 29.4% (前年同期比 ▲0.1p)

### 金額、売上比率ともにほぼ計画通り

人件費比率	前年同期比	+ 0.1 ポイント
広告宣伝費比率	同	▲ 0.4 ポイント
賃借料率	同	▲ 0.1 ポイント
減価償却費比率	同	▲ 0.1 ポイント
その他経費比率	同	+ 0.4 ポイント

11

売上販管費比率は29.4%と、前年同期比0.1ポイント低下いたしました。これは、金額、売上比率ともにほぼ計画通りとなっております。

経費比率の内訳としては、人件費比率で0.1ポイント、その他経費比率で0.4ポイント上昇した一方で、広告宣伝費比率で0.4ポイント、賃借料率で0.1ポイント、減価償却費比率で0.1ポイント低下しております。

人件費比率の上昇は、店舗スタッフの人件費を増やした影響によります。

その他経費比率の上昇は、定番商品を中心に倉庫在庫を増やしたことによる物流費・倉庫費増などによるものです。

広告宣伝費比率の低下は、経費の見直しなど計画的に削減しているもので、計画通りとなっております。

賃借料率の低下は、既存店売上が好調だったことにより、効率が改善されたためです。

## 1Q (9~11月) 計画を上回る増収増益を達成

- ・為替の影響を除いた現地通貨ベースでも計画を上回る
- ・特にグレーターチャイナ、韓国の業績が好調、計画を上回る
- ・東南アジア・オセアニア地区は、ほぼ計画通り
- ・米国は計画を下回り、減益
- ・グレーターチャイナを中心に62店舗の純増、11月末695店舗

		2014年8月期	2015年8月期		単位: 億円
		第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比	
海外ユニクロ事業	売上収益	1,140	1,680	+47.3%	
	事業利益	159	240	+50.6%	
	(売上比)	14.0%	14.3%	+0.3p	
	その他収益・費用	▲ 4	2	-	
	営業利益	154	243	+57.2%	
	(売上比)	13.6%	14.5%	+0.9p	

注：事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

12

次に海外ユニクロ事業についてご説明いたします。

売上収益は1,680億円、前年同期比47.3%増、営業利益は243億円、同57.2%増と、計画を上回る増収増益となりました。

なお、為替の影響を除いた現地通貨ベースでも計画を上回る増収増益を達成しております。

特にグレーターチャイナ、韓国の業績が好調で、計画を上回ることができました。東南アジア・オセアニア地区はほぼ計画通りの業績となっております。一方で、米国は計画を下回り、減益となりました。

この第1四半期では、グレーターチャイナを中心に、68店舗を出店、6店舗を閉店し、62店舗の純増となりました。海外ユニクロ事業全体の店舗数は11月末で695店舗に達しております。

## 各エリアの業績トレンド

## ・グレーターチャイナ:計画を上回り、大幅な増収増益

中国は、コア商品の販売が好調で、既存店売上高は2桁増収  
 香港は、情勢不安があったが、影響は限定的。既存店は増収  
 台湾は順調な出店と既存店売上高の増収が継続  
 1Qでは31店舗を出店(4店舗閉店)、11月末401店舗

## ・韓国:計画を上回る大幅な増収増益

既存店売上高は2桁増収。1Qでは6店舗を出店(2店舗閉店) 11月末137店舗

## ・東南アジア・オセアニア地区:ほぼ計画通りの増収増益

1Qでは14店舗を出店、11月末94店舗

## ・米国:営業利益は計画を下回り、減益

気温が例年より高かったことによる秋冬販売の立ち上がりの遅れ、新規出店エリアでの認知度が低く、販売が計画を下回り、値引き販売を強めたことにより減益  
 1Qでは14店舗を出店、11月末39店舗

## ・欧州:暖冬で計画を若干下回り、前年並みの営業利益

1Qでは3店舗を出店、11月末は24店舗

次に、各エリアの業績トレンドについてご説明いたします。

中国、香港、台湾といったグレーターチャイナの業績は計画を上回り、大幅な増収増益を達成いたしました。ウルトラライトダウン、ヒートテック、ジーンズといったコア商品の販売が好調で、既存店売上高は2桁増収となりました。香港は、情勢不安がありましたが、影響は限定的で既存店は増収となりました。台湾でも、順調な出店と既存店売上高の増収が続いております。

第1四半期ではグレーターチャイナ全体で31店舗を出店、4店舗を閉店し、11月末の店舗数は401店舗に達しております。

韓国も、計画を上回る大幅な増収増益となりました。既存店売上高は、大幅増収を達成した昨年をさらに上回り、2桁増収となっております。第1四半期では6店舗を出店、2店舗を閉店し、137店舗まで拡大しております。

シンガポール、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、オーストラリアといった東南アジア・オセアニア地区については、ほぼ計画通りの増収増益を達成いたしました。第1四半期では14店舗出店し、11月末で94店舗まで拡大しております。

米国の営業利益は計画を下回り減益となりました。これは、気温が例年より高かったことによる秋冬商品の立ち上がりが遅れたこと、新規出店エリアでの認知度が低く、販売が計画を下回ったことから、値引き販売を強めたことによります。なお、第1四半期では、14店舗を出店し、11月末で39店舗まで拡大しております。

欧州は、9月、10月が暖冬の影響で販売が苦戦、計画を若干下回り、前年並みの営業利益となっております。第1四半期では、3店舗を出店し、11月末の店舗数は24店舗となりました。

## 個店経営の強化、地域密着型店舗として好スタート

グローバル繁盛店の吉祥寺店、グローバル旗艦店のUNIQLO OSAKA店をオープン。  
地域密着型店舗としてオープンイベントやマーケティングを実施、  
地域のお客様から非常に親しまれ、喜ばれる店作りが着々と進む

■10月3日にオープンしたユニクロ吉祥寺店



■10月31日にオープンしたUNIQLO OSAKA店



ここからはユニクロ事業の直近のトピックスをご紹介します。

国内ユニクロでは、10月3日にグローバル繁盛店の吉祥寺店、10月31日にグローバル旗艦店のUNIQLO OSAKA店をオープンいたしました。いずれの店舗でも、地域密着型店舗としてオープンイベントやマーケティングを実施し、地域のお客様から非常に親しまれ、喜ばれるお店となりました。

吉祥寺店では、吉祥寺に縁のある漫画の世界をディスプレイで演出したり、吉祥寺で活躍するイラストレーターがデザインしたオープン記念マグカップをお客様にプレゼントするなど、オープンから盛り上がりを見せております。

UNIQLO OSAKA店でも、よしもと芸人がオープン日から4日間応援イベントを行い、大変な賑わいとなりました。

このように個店経営を強化し、地域密着型の店舗として地元にも愛される店作りが着々と進んでおります。

## より愛されるブランドへ進化

- ・コア商品の進化やコラボレーションにより、新しいユニクロを提案
- ・最も大切なのは、「品質」、「価格」、「デザイン」のバランス。この3つの要素を兼ね備えた付加価値の高い、本当に満足していただける商品を提供し続ける

■ヒートテックエクストラウォーム



INES DE LA FRESSANGE  
PARIS



■イネス・ド・ラ・フレサンジュとのコラボ第2弾

+J



■ベスト オブ +J

この秋冬シーズンでは、従来のヒートテックに比べ1.5倍の暖かさを実現したヒートテックエクストラウォームを発売し、多くのお客様のご支持をいただき、大変好調な販売となりました。

また、イネス・ド・ラ・フレサンジュとの第2弾コラボとなる秋冬コレクションも非常に好調な販売となっております。

さらに、+Jコレクションの中から人気が高かった商品をベスト オブ +Jとして発売し、商品によっては、発売直後に完売となるなど、好評を得ることが出来ました。

このように、ヒートテックといったコア商品を進化させ、新しい需要を生み出すことや、外部デザイナーとのコラボレーションにより、常に新しいユニクロを提案し続けます。

我々が商品をつくるうえで最も大切にしているのは、「品質」、「価格」、「デザイン」の3つの要素のバランスです。  
これからもこの3つの要素を兼ね備えた、お客様から見て付加価値が高い、本当に満足していただける商品を提供し続けていきたいと考えています。

2014双11总支付宝成交金额  
商家排行榜TOP10

特别来源: 石海威数据公司天下网商提供

- 1 小米官方旗舰店
- 2 华为官方旗舰店
- 3 海尔官方旗舰店
- 4 林氏木业家具官方旗舰店
- 5 优衣库官方旗舰店
- 6 韩都衣舍旗舰店

## 中国:ユニクロ人気の高まり

「独身の日」の11月11日には、中国最大のショッピングサイト「T-MALL」にて、アパレルブランドで売上1位を獲得。業種を問わない全ブランドでは5位にランクイン！

## 韓国:ファッションブランド1位に

韓国経済日報から「品質と価値が優れているブランド」との評価を受け、韓国で年商が8,000億ウォン(約800億円)を超える初めてのファッションブランドとして大きく報道

### ユニクロ、ノスフェイス 빈폴 제쳤다

두 매출 900억 - 한국 진출 30년 만에 세진브르드 1위 올라

본국에서 한국 매출액 1위... (Text describing Uniqlo's market performance in Korea)

海外ユニクロ事業では、引き続き、グレーターチャイナ、韓国における業績が極めて好調ですが、その背景には、ユニクロのブランド認知度の高まり、また、商品そのものの良さが伝わっていることがあります。

ひとつの例ですが、中国の「独身の日」の11月11日には、ユニクロは中国最大のショッピングサイト「T-MALL」にて、アパレルブランドで売上1位を獲得いたしました。また、最も競争が激しい女性ファッションブランドでは2位、男性ファッションで5位、業種を問わない全ブランドでも、5位にランクインいたしました。このように、ユニクロの人気は非常に高まっています。

韓国では、韓国経済日報から「品質と価値が優れているブランド」との評価を受け、韓国で年商が8,000億ウォン(約800億円)を超える初めてのファッションブランドとして、大きく報道されました。

## 欧州での認知度が高まる

ユニクロ マレ店が国際リテール不動産見本市  
(MAPIC)の2014年度のファッション・フットウェア部門  
「ベスト・リテール・コンセプト・オブ・ザ・イヤー」を受賞



マレ店の中央には、精錬工場時代の煙突が当時のまま残っています

ユニクロ マレ店は、19世紀に建設された貴金属の精錬工場の跡地にあり、レンガ製の煙突をシンボルとして保存するなど、歴史的建造物の良さとモダンなデザインを融合した独創性が高く評価



マレ店の地下には貴金属を溶かしていたときの機器や設備が展示されています

17

また、欧州では11月に、フランスのユニクロ マレ店が、国際リテール不動産見本市の2014年度のファッション・フットウェア部門で「ベスト・リテール・コンセプト・オブ・ザ・イヤー」を受賞しました。

ユニクロ マレ店は19世紀に建設された貴金属の精錬工場の跡地にあり、レンガ製の煙突を歴史的シンボルとして保存するなど、歴史的建造物の良さとモダンなデザインを融合した独創性が高く評価されました。

日本発のブランドであるユニクロが、このようなフランスの歴史を肌で感じられる場所にあることは、グローバルブランドとしてのユニクロの存在感をパリというファッションの中心地でさらに高める新しい試みとなっています。



**錦織圭選手**

- 「第47回内閣総理大臣杯 日本プロスポーツ大賞」受賞
- ATPツアーファイナルズ出場
- アジア人初のグランドスラム 決勝進出、全米オープン準優勝
- 世界テニスランキング5位

(順位、成績については、いずれも2014年12月31日現在)

**国枝慎吾選手**

- 「スポーツ功労者文部科学大臣賞」受賞
- 4度目の年間グランドスラム達成
- 車椅子テニス 世界ランキング1位



**ノバク・ジョコビッチ選手**

- 世界テニスランキング1位
- 年間グランドスラム達成



**アダム・スコット選手**

- 世界ゴルフランキング3位

また、ユニクロのグローバルブランドアンバサダーである錦織選手、国枝選手、ジョコビッチ選手、スコット選手らの大活躍によって、世界中のより多くのお客様へのユニクロの認知度をアップすることができました。

## 計画通りの増収増益

- ・ジーユー事業：計画通り、2桁の増収増益を達成  
スカート、ニットといったキャンペーン商品の販売が好調、既存店売上高は増収台湾に初進出、順調なスタートを切る
- ・セオリー事業：計画を若干上回る増収増益を達成
- ・コントワー・デ・コトニエ事業：計画を下回り、若干の減益
- ・プリンセス タム・タム事業、J Brand事業：計画通り、前年並み

		2014年8月期	2015年8月期		単位： 億円
		第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比	
グローバルブランド事業	売上収益	659	781	+18.6%	
	事業利益	68	100	+46.5%	
	(売上比)	10.4%	12.8%	+2.4p	
	その他収益・費用	4	▲4	-	
	営業利益	73	95	+30.4%	
	(売上比)	11.1%	12.2%	+1.1p	

注：事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

19

次に、グローバルブランド事業の第1四半期の業績ですが、売上収益は781億円、前年同期比18.6%増、営業利益は95億円、同30.4%増と、増収増益を達成いたしました。これは売上、利益ともにほぼ計画通りの水準となっております。

ジーユー事業については、計画通り2桁の増収増益を達成いたしました。スカート、ニットといったキャンペーン商品の販売が好調だったことから既存店売上高は増収となりました。第1四半期では27店舗を出店、3店舗を閉店し、11月末の店舗数は300店舗まで拡大いたしました。なお、第1四半期では、台湾に初進出し、順調なスタートを切っております。

セオリー事業については、計画を若干上回る増収増益を達成いたしました。

コントワー・デ・コトニエ事業は、計画を下回り、若干の減益となりました。これは、主に欧州で9月、10月が暖冬だった影響によります。

プリンセス タム・タム事業、J Brand事業は、ほぼ計画通り、前年並みの業績となっております。

単位：億円

	2013年11月末	2014年8月末	2014年11月末	前年同期末比
資産合計	10,426	9,923	12,810	+2,383
流動資産	7,678	7,170	9,806	+2,128
非流動資産	2,748	2,752	3,004	+255
負債合計	3,986	3,562	4,967	+980
資本合計	6,439	6,360	7,843	+1,403

20

次に2014年11月末のバランスシートの説明をさせていただきます。

資産合計は1兆2,810億円と、前年同期末比2,383億円増加いたしました。これは、流動資産が同2,128億円増加したこと、および非流動資産が同255億円増加したためです。

詳細については、次のスライドでご説明いたします。

## 【連結】B/Sのポイント(前年同期末比)

### 流動資産の増加 +2,128億円(7,678億円⇒9,806億円)

- ・現金及び現金同等物の増加：+480億円(3,234億円⇒3,715億円)
- ・たな卸資産の増加：+594億円(1,853億円⇒2,448億円)
  - 【国内ユニクロ事業】+108億円 通年で販売する定番商品の増加
  - 【海外ユニクロ事業】+434億円 11月末店舗数が前年同期末比で183店舗増加
  - 【グローバルブランド事業】+51億円  
ジーユー事業、セオリー事業の事業拡大による在庫増
- ・デリバティブ金融資産：+733億円(資産1,392億円⇒2,125億円)
  - 【国内ユニクロ事業】11月末レートが、保有する為替予約の平均レートより円安ヘッジ会計適用のため損益への影響なし

### 非流動資産の増加 +255億円(2,748億円⇒3,004億円)

- ・有形固定資産の増加：+316億円(1,012億円⇒1,329億円)
  - 【海外ユニクロ】前年同期末比183店舗の増加【グローバルブランド】同119店舗の増加
- ・無形資産の減少：▲132億円(920億円⇒787億円)
  - 【グローバルブランド事業】2014年8月期末にJ Brandの減損損失

まず、流動資産が2,128億円増加した要因をご説明いたします。  
現金及び現金同等物は3,715億円と、前年同期末比で480億円増加いたしました。  
これは、海外ユニクロ事業をはじめとする各事業の営業キャッシュ・フローが増加したことによるものです。

たな卸資産は2,448億円と、前年同期末比594億円増加しております。  
国内ユニクロ事業の11月末在庫は同108億円増加いたしました。  
これは、通年で販売する定番商品を増やしたことによります。  
海外ユニクロ事業の在庫は、同434億円増加いたしました。これは、11月末の店舗数が、前年同期末比183店舗増えたことによります。  
グローバルブランド事業の在庫は、同51億円増加しております。これは、ジーユー事業、セオリー事業の事業拡大に伴って在庫が増加したことによります。

デリバティブ金融資産は、資産側で2,125億円と前年同期末比733億円増加いたしました。国内ユニクロ事業などでは、長期的なヘッジ方針に従って為替予約を行っております。11月末の為替レートが、保有する為替予約の平均レートより円安になったことから、為替予約資産が大幅に増加いたしております。  
なお、ヘッジ会計を適用していることから損益への影響はございません。

非流動資産は、前年同期末比で255億円増加しております。  
これは、海外ユニクロ事業、グローバルブランド事業で店舗数がそれぞれ同183店舗、119店舗増加したことにより有形固定資産が同316億円増加したことによります。  
一方で、無形資産は、2014年8月期末にJ Brandの減損損失を行ったことにより、132億円減少いたしました。

	2014年8月期 第1四半期	2015年8月期 第1四半期	コメント
営業活動によるキャッシュ・フロー	+418	+718	
税引前四半期利益	+694	+1,067	ユニクロ事業をはじめとする各事業の利益貢献
減価償却費及びその他の償却費	+66	+84	
運転資金の増減額	▲261	▲207	円安による仕入債務の評価増
法人税等の支払い・還付	▲245	▲298	
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲137	▲192	
有形固定資産の取得による支出	▲106	▲152	旗艦店や出店拡大に伴う投資
無形資産の取得による支出	▲18	▲22	システム投資など
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲74	▲171	
配当金の支払額	▲151	▲152	期末配当金1株当たり150円の支払い
現金及び現金同等物に係る換算差額	+61	+220	8月末1ドル約103円 →11月末1ドル約118円
現金及び現金同等物の増加額	267	574	
現金及び現金同等物期首残高	2,967	3,140	
現金及び現金同等物期末残高	3,234	3,715	

次に、第1四半期のキャッシュ・フローについてご説明いたします。

営業活動によるキャッシュ・フローは、718億円の収入となりました。ユニクロ事業をはじめとする各事業の利益貢献1,067億円と、収入が増加した一方で、運転資金が207億円の支出となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは192億円の支出となりました。支出の主な内訳としては、有形固定資産の取得で152億円、システム投資などによる無形資産の取得で22億円となっております。

なお、連結の設備投資額は211億円、内訳としては、国内ユニクロ事業で43億円、海外ユニクロ事業で116億円、グローバルブランド事業で27億円、システム投資などファーストリテイリング本体で22億円となっております。

財務活動によるキャッシュ・フローは、171億円の支出となりました。主な内訳としては、配当金の支払額152億円の支出となっております。

以上の結果、2014年11月末における現金及び現金同等物の期末残高は3,715億円となりました。

## 【連結】2015年8月期 通期業績予想

### 業績予想は期初計画通りと、変更なし

秋冬シーズンが終了し、各事業の業績や為替動向がより明確になった時点で、必要に応じて業績予想の見直しを検討

売上収益 : 1兆6,000億円(前期比+15.7%)

営業利益 : 1,800億円(前期比+38.0%)

	2014年8月期	2015年8月期		単位: 億円
	通期実績	通期予想	前期比	
売上収益 (売上比)	13,829 100.0%	16,000 100.0%	+15.7%	
営業利益 (売上比)	1,304 9.4%	1,800 11.3%	+38.0% +1.9p	
税引前利益 (売上比)	1,354 9.8%	1,800 11.3%	+32.9% +1.5p	
当期利益 (売上比)	793 5.7%	1,080 6.8%	+36.1% +1.1p	
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	745 5.4%	1,000 6.3%	+34.1% +0.9p	

23

2015年8月期の通期業績予想について、ご説明いたします。

第1四半期の実績では、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業が計画を上回るペースで進捗いたしました。また、円安が進んだことにより、期初計画では見込んでいなかった、金融損益約150億円のプラスを第1四半期で計上しております。

このように計画を上振れて進捗しておりますが、現段階では業績予想は、期初予想から変更しておりません。秋冬シーズンが終了し、各事業の業績や為替動向がより明確になった時点で、必要に応じて業績予想の見直しを検討したいと考えております。

## 国内ユニクロ事業:増収増益

- ・ 既存店売上高は約3.5%増、売上収益は増収の予想
- ・ 営業利益率は若干の改善、増益を見込む

## 海外ユニクロ事業:大幅な増収増益

- ・ 営業利益率は改善、大幅な増益を見込む
- ・ 通期の出店数は、計画通り200店舗を予定

## グローバルブランド事業:増収増益

- ・ 通期では計画通り100店舗の出店を進め、増収増益を達成する見込み

### 海外ユニクロ事業 出店予想

グレーターチャイナ	約100店舗
韓国	約30店舗
東南アジア・オセアニア地区	約45店舗
米国	約20店舗
欧州	約5店舗
合計	約200店舗

### グローバルブランド 出店予想

GU事業	約50店舗
セオリー事業	約45店舗
CDC	約5店舗
合計	約100店舗

次に、セグメント別のトレンドを申し上げます。

国内ユニクロ事業の第1四半期までの実績は、期初予想を上回る、強含みの状況です。期初よりお話ししております通り、通期の既存店売上高は約3.5%の増収、営業利益率は若干の改善、営業利益の増益を見込んでおります。

海外ユニクロ事業は、第1四半期までの実績は出店も計画通りに進み、業績は期初予想を上回っております。通期では引き続き、営業利益率を改善し、大幅な増益を見込んでおります。通期の出店数は、計画通り200店舗を予定しております。

グローバルブランド事業では、第1四半期の実績は、計画通り順調に推移しております。通期の出店数は、計画通り100店舗の出店を予定しており、増収増益を達成する見込みです。

最後に配当金につきましては、期初予想通り上期160円、下期160円と、通期で320円を見込んでおります。

以上で、私からの説明を終わります。ありがとうございました。

## 連結対象事業別出退店 実績

【単位:店舗】	14年8月 期末	1Q実績 (2014/11末)			期末
		出店	退店	純増減	
ユニクロ事業合計	1,485	93	31	62	1,547
国内ユニクロ事業:※	852	25	25	0	852
直営店	831	18	25	▲7	824
大型店	199	9	5	+4	203
標準店等	632	9	20	▲11	621
FC	21	7	0	+7	28
海外ユニクロ事業:	633	68	6	+62	695
中国	306	27	3	+24	330
香港	22	2	1	+1	23
台湾	46	2	0	+2	48
韓国	133	6	2	+4	137
シンガポール	18	3	0	+3	21
マレーシア	21	2	0	+2	23
タイ	20	1	0	+1	21
フィリピン	16	3	0	+3	19
インドネシア	4	2	0	+2	6
オーストラリア	1	3	0	+3	4
米国	25	14	0	+14	39
英国	10	0	0	0	10
フランス	6	2	0	+2	8
ロシア	4	1	0	+1	5
ドイツ	1	0	0	0	1
グローバルブランド事業	1,268	59	8	+51	1,319
ジーユー事業	276	27	3	+24	300
セオリー事業※	460	27	5	+22	482
コントワー・デ・コトニエ事業※	374	5	0	+5	379
プリンセス タム・タム事業※	152	0	0	0	152
J Brand 事業	6	0	0	0	6
総合計	2,753	152	39	113	2,866

注: ミーナ事業、グラミンユニクロ  
事業は含まず  
※フランチャイズ店は含む

## 連結対象事業別出退店 予想

【単位：店舗】	14年8月 期末	2015年8月期 予想			
		出店	退店	純増減	期末
ユニクロ事業合計	1,485	247	70	+177	1,662
国内ユニクロ事業:	852	47	55	▲8	844
直営店	831	37	54	▲17	814
大型店	199	16	5	+11	210
標準店等	632	21	49	▲28	604
FC	21	10	1	+9	30
海外ユニクロ事業	633	200	15	+185	818
グローバルブランド事業	1,268	100	15	+85	1,353
総合計	2,753	347	85	+262	3,015

注：ミーナ事業、グラミンユニクロ事業は含まず ※フランチャイズ店は含む

適用為替レート

単位：円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2015年8月期 第1四半期(3ヶ月平均)	107.5	137.8	174.9	17.5	10.3
2014年8月期 第1四半期(3ヶ月平均)	98.2	132.4	156.2	16.1	9.1
2015年8月期 通期予想レート(1/8時点)	102.5	141.5	172.0	16.4	10.0
2014年8月期 通期実績(12ヶ月平均)	101.5	138.2	167.5	16.5	9.6

設備投資・減価償却費

単位：億円

	設備投資	減価償却費
2015年8月期 第1四半期実績(3ヶ月累計)	211	84
2014年8月期 第1四半期実績(3ヶ月累計)	154	66
2015年8月期 通期予想(12ヶ月累計)	617	321
2014年8月期 通期実績(12ヶ月累計)	588	308

設備投資内訳

2014年8月期 1Q実績：国内ユニクロ 20億円、海外ユニクロ 90億円、グローバルブランド事業 23億円、システム他 17億円

2015年8月期 1Q実績：国内ユニクロ 43億円、海外ユニクロ 116億円、グローバルブランド事業 27億円、システム他 22億円

2015年8月期 通期予想：国内ユニクロ 55億円、海外ユニクロ 312億円、グローバルブランド事業 106億円、システム他 144億円