

2017年8月期 上期業績 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、2017年8月期上期の業績、および
通期の業績見通しについてご説明いたします。

上期決算概要	P3	～	P19
2017年8月期 通期業績予想	P20	～	P22
経営課題と対応の方向性	P23	～	P24
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、本資料上の数字については、すべてIFRSベースで記載しております。
- ・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。
- ・各セグメントの構成は、以下のとおりです。
 - 国内ユニクロ事業： 国内ユニクロ事業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。
- ・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。

【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

	2016年8月期	2017年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	10,116 100.0%	10,175 100.0%	+0.6%
売上総利益 (売上比)	4,769 47.1%	4,942 48.6%	+3.6% +1.5p
販管費 (売上比)	3,707 36.6%	3,654 35.9%	▲1.4% ▲0.7p
事業利益 (売上比)	1,062 10.5%	1,287 12.7%	+21.2% +2.2p
その他収益・費用 (売上比)	▲68 -	19 0.2%	- -
営業利益 (売上比)	993 9.8%	1,306 12.8%	+31.5% +3.0p
金融収益・費用 (売上比)	▲173 -	169 1.7%	- -
税引前四半期利益 (売上比)	820 8.1%	1,476 14.5%	+79.9% +6.4p
親会社の所有者に帰属する 四半期利益 (売上比)	470 4.7%	972 9.6%	+106.7% +4.9p

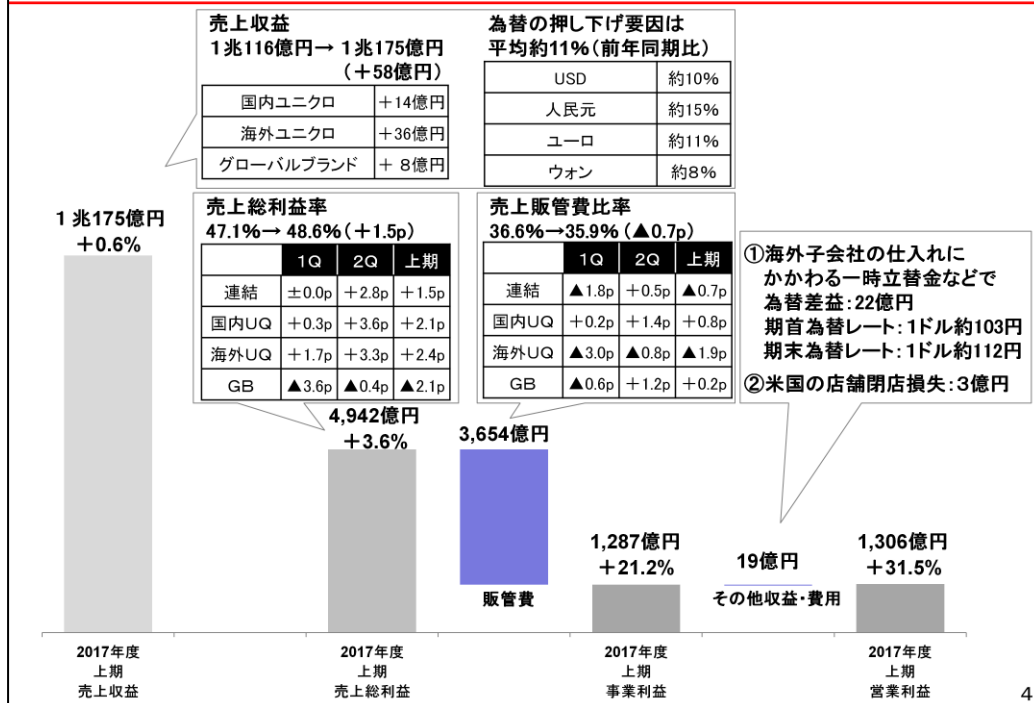
単位:億円

3

2017年8月期 上期の連結業績ですが、
 売上収益は1兆175億円、前年同期比0.6%増、
 事業そのものの収益を示す事業利益は1,287億円、同21.2%増、
 営業利益は1,306億円、同31.5%増、
 親会社の所有者に帰属する四半期利益は972億円、同106.7%増と、
 増収増益となりました。

売上収益は計画に対して下回りましたが、営業利益は上回っております。

【連結】上期 営業利益



まず、連結の損益計算書のポイントをご説明いたします。

売上収益は、前年同期比58億円の増収となりました。
海外ユニクロ事業の増収が36億円にとどまっておりますが、これは、為替レートが前年の上期に比べて平均で約11%の円高となり、円換算の売上が押し下げられたため、現地通貨ベースでは、大幅な増収となっております。

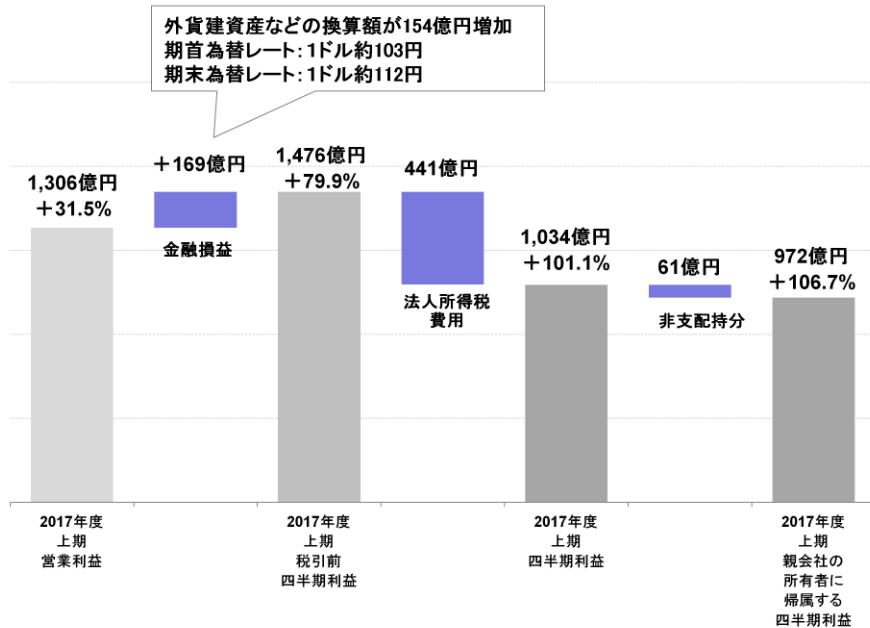
売上総利益率は48.6%と、同1.5ポイント改善しております。
これは、主に海外ユニクロ事業で2.4ポイント、国内ユニクロ事業で2.1ポイント改善したことによりです。

売上販管費比率は35.9%と、同0.7ポイント改善しております。
これは、海外ユニクロ事業の販管費比率が1.9ポイント改善したためです。

事業利益は1,287億円と、同21.2%の増益となりました。

その他収益・費用の合計は19億円のプラスとなっております。
これは主に、2月末の為替レートが、期首に比べ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で為替差益が22億円発生したこと、米国の2店舗閉店に伴う除却損・閉店損が3億円発生したことによりです。

これらの結果、営業利益は1,306億円、同31.5%増の増益となりました。



次に金融損益ですが、期首に比べ、為替が円安になったことから、外貨建資産などの換算額が増加し、金融損益はネットで169億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1,034億円と同101.1%増
親会社の所有者に帰属する四半期利益は972億円、同106.7%増となりました。

【セグメント別】上期実績

単位: 億円

		2016年8月期	2017年8月期	
		上期実績	上期実績	前年同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	4,536	4,551	+0.3%
	事業利益 (売上比)	636 14.0%	695 15.3%	+9.3% +1.3p
	その他収益・費用	5	▲ 7	-
	営業利益 (売上比)	641 14.1%	687 15.1%	+7.3% +1.0p
海外ユニクロ事業	売上収益	3,892	3,928	+0.9%
	事業利益 (売上比)	325 8.4%	498 12.7%	+53.1% +4.3p
	その他収益・費用	▲ 31	▲ 10	-
	営業利益 (売上比)	294 7.6%	487 12.4%	+65.9% +4.8p
グローバルブランド事業	売上収益	1,673	1,681	+0.5%
	事業利益 (売上比)	142 8.5%	104 6.2%	▲27.0% ▲2.3p
	その他収益・費用	0	▲ 3	-
	営業利益 (売上比)	143 8.6%	100 6.0%	▲29.7% ▲2.6p

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)。

6ページのスライドは、セグメント別の業績です。
各セグメントの詳細については、次のスライドからご説明いたします。

【国内ユニクロ事業】上期実績

増収増益、営業利益は計画通り

単位: 億円

	2016年8月期	2017年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	4,536 100.0%	4,551 100.0%	+0.3%
売上総利益 (売上比)	2,088 46.0%	2,187 48.1%	+4.7% +2.1p
販管費 (売上比)	1,452 32.0%	1,492 32.8%	+2.7% +0.8p
事業利益 (売上比)	636 14.0%	695 15.3%	+9.3% +1.3p
その他収益・費用 (売上比)	5 0.1%	▲7 -	- -
営業利益 (売上比)	641 14.1%	687 15.1%	+7.3% +1.0p

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)。

7

まず、国内ユニクロ事業の上期の業績ですが、
売上収益は4,551億円、前年同期比0.3%増、
営業利益は687億円、同7.3%増の増収増益となりました。

上期の売上収益は、12月の販売が苦戦したことから、計画に対して
下振れしておりますが、営業利益は計画通りに推移いたしました。

【国内ユニクロ事業】売上収益の状況

上期 売上収益 4,551億円（前年同期比+0.3%）

既存店売上高（Eコマースを含む）は、同+0.1%（客数 +0.2%、客単価▲0.1%）

- ・1Qは、11月の「ユニクロ感謝祭」の販売が好調で既存店売上高は2.5%増、2Qは2.5%減
 - ✓ 12月は、気温がやや高かったこと、限定値引きを抑えたことから減収
 - ✓ 1月は昨年が値引きを強めたことで大幅な増収だったため、今年の1月はその反動で減収も、ヒートテック、カシミヤセーター、ブロックテックフリースなどの販売は好調に推移
 - ✓ 2月は、春物商品が順調に立ち上がり、Uniqlo Uの春夏コレクションや、初めてキャンペーンを実施したワイヤレスブラの販売も好調で、増収を確保
- ・Eコマース事業：売上は282億円、同11.7%の増収、売上構成比は5.6%から6.2%に上昇
 特別サイズやオンライン限定商品などの圧倒的な品揃え、コンビニやユニクロ店舗での受け取りなど、サービスを充実させ、お客様の利便性を高め、さらなる拡大をめざす

直営既存店 前年比	2017年8月期						
	1Q	12月	1月	2月	2Q	上期	3月
売上高	+2.5%	▲5.0%	▲2.5%	+5.2%	▲2.5%	+0.1%	▲1.1%
客数	+3.7%	▲4.0%	▲5.4%	+3.9%	▲3.1%	+0.2%	+6.6%
客単価	▲1.1%	▲1.0%	+3.0%	+1.2%	+0.7%	▲0.1%	▲7.2%

2017年2月末 直営店舗数791店舗、前年同期末比▲14店舗（23店舗出店、37店舗閉店）
 FC店 41店舗、同 +2店舗

国内ユニクロ事業の既存店売上高は前年同期比0.1%の増収となりました。

第1四半期は、11月に実施した「ユニクロ感謝祭」の販売が好調で既存店売上高は2.5%増収となったものの、第2四半期は2.5%の減収となりました。
 これは、売上貢献が大きい12月に、気温が前年に比べてやや高かったこと、限定値引きを抑えたことから、減収となったことによります。

Eコマース事業の上期の売上高は282億円、同11.7%の増収、売上構成比は5.6%から6.2%に上昇しております。

特別サイズやオンライン限定商品などの圧倒的な品揃え、コンビニエンスストアや店舗での受け取りなど、サービスを充実させ、お客様の利便性を高め、さらなる拡大をめざしていく計画です。

上期 売上総利益率 48.1% (前年同期比 +2.1p)

粗利益率は2.1ポイント改善、計画を上回る水準

- ・「毎日お買い求めやすい価格」戦略により、限定値引率を抑制
- ・昨年は暖冬により、12月、1月で冬物処分を大幅に実施したが、今年はお値変更をうまくコントロールしたことにより、在庫処分による値引きロスが大幅に減少
- ・2016年秋冬の一部商品で値下げしたことにより、原価率が若干上昇したものの、値引率のコントロールで吸収

次に、国内ユニクロ事業の売上総利益率ですが、48.1%と前年同期比2.1ポイント改善しました。これは計画を上回る水準です。

粗利益率が改善した要因は、2016年春から実施している「毎日お買い求めやすい価格」戦略により、限定値引率を抑制したことによります。

また、昨年は暖冬により、12月、1月で冬物処分を大幅に実施しましたが、今年はお値変更をうまくコントロールしたことにより、在庫処分による値引きロスは大幅に減少いたしました。

なお、2016年秋冬の一部商品で値下げしたことにより、原価率が若干上昇しておりますが、値引率のコントロールで吸収することができております。

【国内ユニクロ事業】販管費

上期 売上販管費比率 32.8% (前年同期比+0.8p)

経費は金額ベースでほぼ計画通り

- ・その他経費に含まれる物流費は、計画を上回り、売上比率で0.8ポイント上昇
有明倉庫の賃料および物流改革に伴う一時的な費用の増加、Eコマース拡大に伴う
配送料の増加、物流委託費の上昇による影響
- ・人件費および賃借料は、売上比率で上昇。第2四半期の売上が計画を下回った影響
- ・広告宣伝費は、売上比率で0.2ポイント改善。チラシや新聞広告などの効率化による

単位：億円

	2016年8月期 上期		2017年8月期 上期			
	実績	(売上比)	実績	(売上比)	増減	(売上比)
販管費合計	1,452	32.0%	1,492	32.8%	+39	+0.8p
その他経費	496	10.9%	531	11.7%	+34	+0.8p
人件費	441	9.7%	450	9.9%	+9	+0.2p
賃借料	282	6.2%	289	6.4%	+7	+0.2p
広告宣伝費	195	4.3%	187	4.1%	▲8	▲0.2p
減価償却費	37	0.8%	33	0.7%	▲3	▲0.1p

10

売上販管費比率は32.8%と、前年同期比0.8ポイント上昇いたしました。比率は上昇いたしましたが、経費は金額ベースでほぼ計画通りとなっております。引き続き、経費削減を進めた結果、物流費以外の項目では、計画以上に削減することができております。

その他経費に含まれている物流費は、計画を上回り、売上比率で0.8ポイント上昇しております。この要因としては、有明倉庫の賃料および物流改革に伴う一時的な費用の増加、Eコマース販売が拡大したことに伴う配送料の増加に加え、物流委託費の上昇による影響です。

人件費および賃借料は、売上比率で上昇しておりますが、これは第2四半期の売上が計画を下回った影響によるものです。

一方、広告宣伝費は、売上比率で0.2ポイント改善しております。これはチラシや新聞広告などの効率化によるものです。

【海外ユニクロ事業】上期 サマリー

計画を上回る大幅な増益

- ・売上収益は0.9%の増収だが、為替による押し下げ要因が約11%
現地通貨ベースでは、ほぼすべてのエリアで増収
- ・収益面では、粗利益率2.4ポイント、経費比率1.9ポイント改善
- ・特に増益幅が大きかったのは、中国大陸および東南アジア
- ・米国では、事業改革が進み、赤字幅が大幅に縮小
- ・上期では、海外ユニクロ事業全体で78店舗を出店、7店舗を閉店
2月末の店舗数は1,029店舗

		2016年8月期		2017年8月期		単位: 億円
		上期実績		上期実績	前年同期比	
海外ユニクロ事業	売上収益	3,892		3,928	+0.9%	
	事業利益 (売上比)	325 8.4%		498 12.7%	+53.1% +4.3p	
	その他収益・費用	▲31		▲10	-	
	営業利益	294		487	+65.9%	
	(売上比)	7.6%		12.4%	+4.8p	

11

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3,928億円、前年同期比0.9%増、営業利益は487億円、同65.9%増と、計画を上回る大幅な増益となりました。

売上収益についても、計画を上回っております。

売上収益は、0.9%の増収にとどまりましたが、これは為替による押し下げ要因が約11%あったことによります。為替の影響を除いた現地通貨ベースでは、ほぼすべてのエリアで増収となっております。

収益面では、粗利益率が2.4ポイント改善、経費比率も1.9ポイント改善したことにより、営業利益は大幅な増益となりました。

特に増益幅が大きかったのは、中国大陸および東南アジアです。米国では、事業改革が進み、赤字幅が大幅に縮小しております。

なお、2月末の海外ユニクロ事業の店舗数は1,029店舗に達しております。

グレーターチャイナ：上期は計画を上回り大幅増益 韓国：経費削減で、計画を上回る大幅な増益

【中国大陸】計画を上回る大幅な増益

- ・現地通貨ベースでの既存店売上高は増収と好調
- ・上期に45店舗を出店し、現地通貨ベースの売上収益は2桁増収
- ・増収の要因は、祝日や春節に合わせたキャンペーンがうまくいったこと、ブロックテック、シームレスダウンなどの新しい機能性の商品の販売が好調
- ・Eコマースの販売は引き続き好調で、現地通貨ベースで2桁増収
- ・粗利益率の大幅改善、店舗運営の見直しによる人件費コントロールなどで経費削減

【香港】計画を上回る増益を達成

- ・現地通貨ベースでの既存店売上高は若干の減収も、粗利益率の改善、経費削減により、営業利益は計画を上回る増益

【台湾】経費削減で若干の増益

- ・消費低迷と気温が高かった影響から、現地通貨ベースでの既存店売上高は2桁減収

【韓国】営業利益は計画を上回り、大幅増益

- ・消費低迷が続き、現地通貨ベースの既存店売上高は減収
- ・値引きを抑えた商売に切り替えたことで、粗利益率が大幅に改善
- ・在庫水準の見直しによる店舗人件費のコントロール

ここからは、地域別の業績について、お話をさせていただきます。
グレーターチャイナ全体では、上期は為替の影響で減収となったものの、
計画を上回る大幅な増益を達成いたしました。

まず中国大陸ですが、現地通貨ベースでの既存店売上高は増収と好調に推移
いたしました。上期には45店舗を出店したことで、現地通貨ベースの売上収益は
2桁増収となっております。増収だった要因は、祝日や春節に合わせた
キャンペーンがうまくいったこと、ブロックテック、シームレスダウンなどの新しい
機能性の商品の販売が好調だったことによります。なお、中国大陸における
Eコマースの販売は、引き続き好調で、現地通貨ベースで2桁増収となりました。
また、値引率をコントロールしたことで、粗利益率は大幅に改善、これに加え、
店舗運営の見直しによる人件費のコントロールや、委託費の削減など、
あらゆる経費削減を進めた結果、営業利益は計画を上回る大幅な増益となりました。

香港は、計画を上回る増益を達成しております。

台湾は、経費削減で若干の増益となりました。

韓国は、営業利益は計画を上回り、大幅な増益となりました。消費低迷が
続いており、既存店売上高は減収となりましたが、値引きを抑えた商売に
切り替えたことで、粗利益率が大幅に改善、また、在庫水準の見直しによる
店舗人件費のコントロールなどにより、営業利益は計画を上回り、大幅な増益と
なっております。

東南アジア・オセアニア：計画上回る大幅な増収増益

東南アジアの気候や文化に合わせた、東南アジア企画商品の構成を高めたことにより客層が広がる。各エリアで、ユニクロの知名度が高まる

- ・現地通貨ベースの既存店売上高は増収を達成。特にインドネシア、タイ、フィリピン、マレーシアでの伸び率が高く、2桁増収
- ・年間を通じて、気温が高い東南アジアでは、夏物商品への需要が高いこと、文化に合わせたヒジャブなどの商品需要に応え、グローバルに展開するユニクロ商品に色・柄を追加した商品も含めた東南アジア企画商品を販売、構成比は3割程度へ高まる
- ・プレス活動やデジタルを通じたマーケティングの強化により、ブランド認知度が高まる
- ・オーストラリアは計画通り増収、計画以上に赤字幅縮小
- ・今期は30店舗の出店予定
来期以降は出店をさらに加速する計画



2016年9月にシンガポールにオープンしたグローバル旗艦店「オーチャードセントラル店」は、好調な売上を達成

東南アジア・オセアニア地区の上期は、各国で計画を上回る大幅な増収増益となりました。これは、東南アジアの気候や文化に合わせた、東南アジア企画商品の構成を高めたことにより客層が広がったこと、各エリアにおいて、ユニクロの知名度が高まったことによります。

上期の各国における現地通貨ベースでの既存店売上高は増収を達成しており、特にインドネシア、タイ、フィリピン、マレーシアでの伸び率が高く、2桁増収となっております。年間を通じて、気温が高い東南アジアでは、夏物商品への需要が高いこと、また、文化に合わせたヒジャブなどの商品への需要もあるため、グローバルに展開するユニクロ商品に色・柄を追加した商品も含めた、東南アジア企画商品を販売した結果、高い売上の伸び率を達成することができました。これら、東南アジア企画商品の構成比は3割程度まで高まっております。

また、商品プレス活動やデジタルを通じたマーケティングを強化したことにより、ブランド認知度を上げることができております。

オーストラリアは、計画通り増収、計画以上に赤字幅が縮小いたしました。

東南アジア・オセアニアでは、今期は30店舗を出店する予定ですが、来期以降は出店をさらに加速する計画です。

米国：事業改革が進み、赤字幅は計画より大幅に縮小
カナダ：トロントの新店が成功
欧州：計画通りの業績も、出店加速で若干の減益

【米国】事業改革が進み、粗利益率、経費比率が改善、赤字幅は計画より大幅に縮小

- ・今年の上期は、既存店売上高は前年並みにとどまったが、昨年に比べ値引販売を抑制したことで、粗利益率が大幅に改善、商売は順調に推移
- ・下期も、スクラップ&ビルドをさらに進め、黒字体質をめざす
- ・ロサンゼルス、サンフランシスコといった、西海岸の大都市での販売が好調
- ・今後の出店戦略としては西海岸を中心に展開予定

【カナダ】2016年秋に2店舗をトロントにオープン、売上は非常に好調

【欧州】増収、若干の減益、計画通りの業績

- ・出店加速による経費増
- ・現地通貨ベースの既存店売上高は前年並み
- ・2017年秋にはスペイン バルセロナに1号店（グラシア通り店）をオープン予定
- ・今後は、イタリア ミラノなど、欧州の主要都市に出店エリアを拡大する計画



ユニクロ バルセロナ グラシア通り店(スペイン) 14

次に米国ですが、事業改革が進み、粗利益率と経費比率が改善したことから、赤字幅は計画より大幅に縮小いたしました。

前年上期は在庫処分を積極的に行ったため、売上水準は高かったものの、粗利益率は大きく低下しておりました。今年の上期は、既存店売上高は前年並みにとどまりましたが、昨年に比べ値引販売を抑制したことで、粗利益率が大幅に改善し、商売は順調に推移しました。

下期も、スクラップ&ビルドをさらに進め、黒字体質をめざしていきます。

米国では、ロサンゼルス、サンフランシスコといった、西海岸の大都市での販売が比較的好調で、採算も改善しているため、今後の出店戦略としては西海岸を中心に展開していきたいと考えております。

カナダでは、2016年秋に2店舗をトロントにオープンし、売上は非常に好調です。

欧州は、売上は増収、営業利益は若干の減益と、計画通りの業績となりました。

営業利益が減益となった要因は、出店を加速したことによる経費増です。

現地通貨ベースの既存店売上高は、前年並みとなっております。

2017年秋にはスペイン バルセロナの目抜き通り、グラシア通りに1号店をオープンする予定です。今後は、イタリア ミラノなど、欧州の主要都市に出店エリアを拡大する計画です。

計画を下回り、減益

・ジュー事業：計画を下回り、減益

- ・2016年秋冬の商品が想定したほどのヒットにはならず、在庫処分を進めたことで、粗利益率が低下
- ・前年上期の営業利益が6割増益とハードルが高かったことも減益の要因
- ・ビッグスウェット、バギージーンズ、ラウンジウエア、スポーツスニーカーなどの好調な商品が寄与したことで、上期の既存店売上高は同1.1%減にとどまる

・セオリー事業：売上、利益ともにほぼ計画通り順調、増益

・コントワー・デ・コトニエ事業：売上、利益ともに計画を下回る

- ・既存店売上高は2桁減収と不振。営業利益は経費削減の効果で前年並み

・プリンセス タム・タム事業、J Brand事業：赤字が継続

		2016年8月期	2017年8月期		単位：億円
		上期実績	上期実績	前年同期比	
グローバルブランド事業	売上収益	1,673	1,681	+0.5%	
	事業利益 (売上比)	142 8.5%	104 6.2%	▲27.0%	▲2.3p
	その他収益・費用	0	▲3	-	
	営業利益 (売上比)	143 8.6%	100 6.0%	▲29.7%	▲2.6p

15

次に、グローバルブランド事業についてご説明いたします。

売上収益は1,681億円、前年同期比0.5%増、営業利益は100億円、同29.7%減と、増収減益の結果となりました。特にジュー事業の減益が大きく、計画を下回る水準となりました。

ジュー事業が減益となった要因は、2016年秋冬商品が想定したほどのヒットにはならず、在庫処分を進めたことで、粗利益率が低下したことによります。また、前年上期の営業利益が6割増益とハードルが高かったことも減益の要因です。ただし、ビッグスウェット、バギージーンズ、ラウンジウエア、スポーツスニーカーなどの好調な商品が寄与したことで、上期の既存店売上高は同1.1%減にとどまりました。

セオリー事業は、売上、利益ともにほぼ計画通り順調で、営業利益は増益となりました。

コントワー・デ・コトニエ事業は、売上が計画を下回り、既存店売上高は2桁減収と、不振が続いております。営業利益は経費削減の効果があったため、前年並みとなりましたが、計画を下回りました。

プリンセス タム・タム事業、J Brand事業は、ほぼ前年並みの赤字が継続しております。

ジーユー、香港へ進出

2017年3月、4月に香港に2店舗を初出店
ファッションに敏感な多くのお客様がご来店、大盛況



ミラマー店(チム・サー・チョイ)のオープン時、500人の行列



お客様で大混雑する店内



出店宣伝のラッピングカー

ジーユー事業ですが、3月31日と4月1日に香港に2店舗を初出店いたしました。香港屈指のショッピングエリアであるチム・サー・チョイとコースウェイ・ベイのショッピングモールへの出店です。ファッションに敏感な多くの香港のお客様にご来店いただき、大盛況となりました。香港での成功は海外戦略の将来を占う大きな一歩です。

ジーユーは今後も海外の出店を加速していく計画です。

【連結】2017年2月末 B/S

単位：億円

	2016年2月末	2016年8月末	2017年2月末	前年同期末比
資産合計	13,110	12,381	13,881	+770
流動資産	10,277	9,245	10,868	+590
非流動資産	2,832	3,135	3,012	+180
負債	6,014	6,404	6,213	+199
資本合計	7,096	5,976	7,667	+571

17

次に2017年2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1兆3,881億円と、前年同期末比770億円増加いたしました。

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 +590億円(1兆277億円⇒1兆868億円)

- ・現金及び現金同等物の増加: +658億円(5,040億円⇒5,698億円)
 営業キャッシュ・フローの増加
 ⇒定期預金など1,962億円を加えた、流動性が高い金融資産の残高は7,661億円
- ・たな卸資産の増加: +132億円(2,218億円⇒2,350億円)
 【国内UQ】+11億円
 【海外UQ】+65億円 店舗数が139店増加
 【グローバルブランド】+56億円 ジューシー事業の事業拡大
- ・デリバティブ金融資産の減少: ▲199億円(資産382億円⇒183億円)
 保有する為替予約の平均レートが円安になったことに加え、2月末の為替レートが前年同期末比で円高となったため、その乖離幅が縮小したため
 ヘッジ会計を適用していることから損益への影響はない

負債の増加 +199億円(6,014億円⇒6,213億円)

- ・未払法人所得税の増加: +86億円(293億円⇒380億円) 上期増益のため

まず、流動資産は590億円増加いたしました。

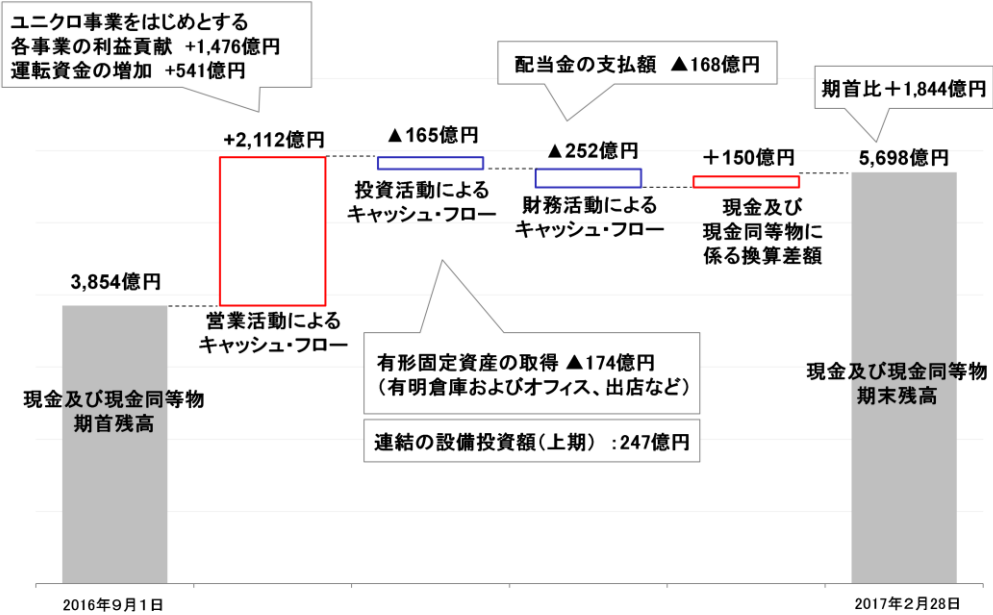
現金及び現金同等物は、営業キャッシュ・フローが増加したことにより、同658億円増加いたしました。

たな卸資産は、主に海外ユニクロ事業やジューシー事業の事業拡大に伴い同132億円増加いたしました。

デリバティブ金融資産は、資産側で183億円と同199億円減少いたしました。これは、保有する為替予約の平均レートが円安になったことに加え、2月末の為替レートが前年同期末比で円高となったことにより、その乖離幅が縮小したためです。

負債は、上期が増益だったことにより、未払法人所得税が86億円増加したため、同199億円増加しております。

【連結】上期 キャッシュ・フロー



次に、上期のキャッシュ・フローですが、
 営業活動によるキャッシュ・フローは、2,112億円の収入、
 投資活動によるキャッシュ・フローは、165億円の支出、
 財務活動によるキャッシュ・フローは、252億円の支出となった結果、
 2017年2月末における現金及び現金同等物の期末残高は5,698億円と
 となりました。

なお、上期の設備投資額は247億円でした。

営業利益は大幅な増益を予想

通期の業績予想は変更なし

売上収益 : 1兆8,500億円 前期比 +3.6%
営業利益 : 1,750億円 前期比 +37.5%
 親会社の所有者に
 帰属する当期利益 : 1,000億円 前期比 +108.1%

	2016年8月期	2017年8月期		2017年8月期 上期実績	単位: 億円
	通期実績	通期予想 (4/13)	前期比		
売上収益 (売上比)	17,864 100.0%	18,500 100.0%	+3.6%	10,175 100.0%	
事業利益 (売上比)	1,620 9.1%	1,800 9.7%	+11.1% +0.6p	1,287 12.7%	
その他収益・費用	▲347	▲50	-	19	
営業利益 (売上比)	1,272 7.1%	1,750 9.5%	+37.5% +2.4p	1,306 12.8%	
金融収益・費用	▲370	0	-	169	
税引前利益 (売上比)	902 5.1%	1,750 9.5%	+93.9% +4.4p	1,476 14.5%	
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	480 2.7%	1,000 5.4%	+108.1% +2.7p	972 9.6%	

ここからは、2017年8月期の通期業績予想について、ご説明いたします。

売上収益は1兆8,500億円、前期比3.6%増、
 事業利益は1,800億円、同11.1%増、
 営業利益は1,750億円、同37.5%増、
 親会社の所有者に帰属する当期利益は1,000億円、同108.1%増を
 見込んでおります。

上期には金融収益として154億円の為替換算益を計上しておりますが、為替の見通し
 が不透明なことから、通期の業績予想については変更しておりません。

国内ユニクロ事業:通期で増収増益を予想

- ・下期は、春夏の新商品の打ち出しの強化、キッズ商品の拡大、Eコマースのサービスの拡充などを行うことで、通期の既存店売上高は約1.8%増を見込む
- ・下期は円安の影響による原価率の上昇が若干あるため、値引率のコントロールを継続
- ・物流改革に伴う物流費の増加が継続する見込み

海外ユニクロ事業:通期で増収、営業利益は大幅な増益を予想

- ・グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア、韓国が増益、欧州の利益は横ばい、カナダを含む北米事業は赤字幅が大幅に縮小することを見込む
- ・米国などの店舗閉店やスクラップ&ビルドに伴う除却損・閉店損を合計で35億円見込む

グローバルブランド事業:通期で増収増益を予想

- ・ジュー事業は上期の減益幅が大きかったことから、通期では減益の予想へ変更ただし、下期は春物トレンド商品のニュース発信、売れ筋商品の追加生産への対応を強化し、増収増益を見込む
- ・セオリー事業は増収増益の見込み
- ・コントワー・デ・コトニエ事業は黒字転換をめざしていたものの、通期で赤字となる見込み
- ・プリンセス タム・タム事業、J Brand事業は前年並みの業績で赤字が継続する見込み

次に、各事業の通期の業績予想についてご説明いたします。

まず、国内ユニクロ事業は、通期で増収増益を予想しております。

下期は、春夏の新商品の打ち出しの強化、キッズ商品の拡大、Eコマースのサービスの拡充などを行うことで、通期の既存店売上高は約1.8%増、

下期のみで約4%増を見込んでおります。

下期は円安の影響による原価率の上昇が若干あるため、値引率のコントロールを引き続き行ってまいります。また、物流改革に伴う物流費の増加が継続することを見込んでおります。

海外ユニクロ事業は、通期で増収、営業利益は大幅な増益を予想しております。

エリア別では、グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア、韓国が増益、欧州の利益は横ばい、カナダを含む北米事業は赤字幅が大幅に縮小することを見込んでおります。

なお、海外ユニクロ事業では、米国などの店舗閉店やスクラップ&ビルドに伴う除却損・閉店損を合計で35億円見込んでおります。

グローバルブランド事業は、通期で増収増益を予想しております。

ジュー事業は上期の減益幅が大きかったことから、通期では減益の予想へ変更いたしました。ただし、下期は春物トレンド商品のニュース発信、売れ筋商品の追加生産への対応を強化することで増収増益を見込んでおります。

セオリー事業は増収増益を見込んでおります。一方で、コントワー・デ・コトニエ事業は黒字転換をめざしていたものの、通期では赤字となる見込みです。

プリンセス タム・タム事業、J Brand事業は前年並みの業績で赤字が継続する見込みです。

2017年8月期 配当金予想

中間配当金 175円を予定
年間配当金 350円を予想

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2015年8月期	175円	175円	350円
2016年8月期	185円	165円	350円
2017年8月期(4/13予想) ※	175円	175円	350円

※ 2017年8月期の中間配当については4月13日開催の取締役会にて決議しております。
なお、業績や資金需要に大きな変動が生じた場合、期末配当金額を変更することがあります。

次に、2017年8月期の1株当たり配当金についてご説明いたします。
本日の取締役会にて、中間配当金を、1株当たり175円と決議いたしました。

期末配当金は、1株当たり175円、年間の配当金は1株当たり350円と、
期初予想通り、前期と同額の配当金を予想しております。

経営課題と対応の方向性

<p>国内ユニクロの 収益力の再強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 値引き頼りの無理な売上拡大からの脱却 <ul style="list-style-type: none"> ✓ ベーシックの中にトレンドを取り入れた、新しい商品の開発力強化 ✓ スポーツとカジュアルが融合した新しい分野での商売強化 ✓ 「毎日お買い求めやすい価格」戦略の定着化 ✓ デジタルマーケティングの強化により、お客様の多種多様なニーズにお応えすること ✓ SKU数の絞込みや在庫水準の適正化による効率化
<p>グループ全体の 経費構造の改革</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上の変動を吸収し、安定的に利益を出せる事業構造の実現 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 事業構造改革：在庫水準の適正化、店舗業務の省力化・効率化、費用対効果を踏まえたマーケティングミックスの見直し、低採算店舗のスクラップ&ビルド ✓ ローコスト経営基盤強化：グローバル購買機能の強化や購買プロセスの見直し、商売計画の精緻化、現場の意識・行動改革
<p>成長の再加速</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 成長3本柱への経営資源の投入 <ul style="list-style-type: none"> ✓ デジタル化 ✓ グローバル化 ✓ グループ化

最後に、中期の視点から、グループの重要な経営課題と対応の方向性についてご説明させていただきます。

課題の一つ目は、利益貢献度の高い国内ユニクロ事業の収益力の再強化です。2016年8月期上期は、減益となりましたが、その原因として、集客や在庫処分のための値引きに頼らざるを得ない商売をしてしまったということが最大のポイントになります。値引き頼りの商売は、粗利益率、経費比率をともに悪化させるため、事業が成長ではなく膨張に陥ってしまいました。この課題に対応するために、まず、マーチャンダイジングチーム、マーケティングチーム、グローバルに展開するR&Dセンターを一体的に運営することにより、ベーシックの中にトレンドを取り入れた、新しい商品を開発する力を強化しています。また、今後の高い成長が見込まれるスポーツとカジュアルが融合した新しい分野での商売強化も進めています。さらに、これらに加え、「毎日お買い求めやすい価格」戦略の定着化、デジタルマーケティングの強化によるお客様の多様なニーズへの対応、SKU数の絞込みや在庫水準の適正化による効率化などの施策を、総合的に推進しています。これらの取り組みは、既に一定の成果をあげ始めており、今後ますます強力に推進してまいります。

二つ目の課題は、売上の変動を吸収し、環境にかかわらず安定的に利益を出していける事業構造を実現するために、グループ全体の経費構造を改革することです。この課題に対応するために、事業構造改革、ローコスト経営基盤強化の両面から、取り組みを行います。まず、事業構造改革としては、在庫水準の適正化、店舗業務の省力化・効率化、費用対効果を踏まえたマーケティングミックスの見直し、低採算店舗のスクラップ&ビルドなどです。次に、ローコスト経営基盤強化としては、グローバル購買機能の強化や購買プロセスの見直し、商売計画の精緻化、現場の意識・行動改革があります。

三つ目の課題は、成長の再加速です。売上3兆円に向けて、デジタル化、グローバル化、グループ化に経営資源を投入してまいります。次のページでもう少し具体的にご説明いたします。

デジタル化

“Ariake PJ”

グローバル化

“海外ユニクロの成長”

グループ化

“ジーユーの成長”

- 人々が最初に選ぶ生活に密着したNo.1ブランドになる
- アジア・太平洋地域を中心とした中産階級人口の爆発的成長とともに、事業基盤を一気に拡大

ユニクロやジーユーが、お客様の生活に密着したブランド、最初に選んでいただけるブランドとしてのポジションを確立し、今後、アジア・太平洋地域を中心として見込まれる中産階級人口の爆発的増加とともに成長していく、これが我々の今後の成長戦略の根幹にあります。

それを実現していくための具体的な柱となるのが、デジタル化、グローバル化、グループ化の3点です。

デジタル化では、数年以内にファーストリテイリングを「情報製造小売業」へ変革することをめざしています。これは、社内では“Ariake Project”と呼んでいます。デジタルをフル活用することで、お客様との接点やサプライチェーン全体を変革していきます。これにより、一人ひとりのお客様にあったデザインやサイズなどジャストフィットの商品、幅広いお客様のニーズに基づきグローバルなR&Dセンター拠点を機動的に開発する商品を、最適の場所にスピーディーにお届けする仕組みをグローバルに確立します。Ariake Projectは、リアル店舗・Eコマース双方での売上成長に寄与しますが、結果的に、Eコマース売上が大きく伸びることになると考えています。

グローバル化では、すでにユニクロがNo.1ブランドの地位にあるグレーターチャイナ、東南アジアを中心に出店を加速し、事業基盤を一気に拡大していきます。また、欧米でも旗艦店やデジタルマーケティングなど、ブランディングによるプレゼンスの向上のための投資を積極化していきます。

最後にグループ化ですが、ジーユーやセオリー、PLST(プラステ)など価格帯やファッションテイストの異なるグループブランドをそれぞれ強化し、グループとして成長していきます。特にジーユーは、10年後の売上1兆円をめざした成長戦略を推進します。

このように、ファーストリテイリングは、Ariake Projectにより実現する「情報製造小売業」を、グローバル・グループに積極展開していくことにより、売上3兆円の実現をめざして、成長を加速していきます。我々は、服のビジネスを通じて、世界の人々の生活を良くすると同時に、企業価値を高めていきたいと考えています。

以上で、私からの説明は終わらせていただき、この後、社長の柳井より、この成長戦略を含むファーストリテイリングの今後の展望について詳しくご説明させていただきます。

＜参考資料＞連結対象事業別出退店 実績

【単位:店舗】	16年8月期 期末	2017年8月期(2016/9～2017/2)実績				2017年8月期(2016/9～2017/8)予想			
		出店	退店	純増減	期末	出店	退店	純増減	期末
ユニクロ事業合計	1,795	93	27	+66	1,861	196	50	+146	1,941
国内ユニクロ事業:※	837	15	20	▲5	832	30	30	0	837
直営店	798	13	20	▲7	791	-	-	-	-
大型店	205	5	4	+1	206	-	-	-	-
標準店等	593	8	16	▲8	585	-	-	-	-
FC	39	2	0	+2	41	-	-	-	-
海外ユニクロ事業:	958	78	7	+71	1,029	166	20	+146	1,104
中国	472	45	3	+42	514	-	-	-	-
香港	25	0	0	0	25	-	-	-	-
台湾	63	1	0	+1	64	-	-	-	-
韓国	173	7	2	+5	178	-	-	-	-
シンガポール	24	1	0	+1	25	-	-	-	-
マレーシア	35	2	0	+2	37	-	-	-	-
タイ	32	2	0	+2	34	-	-	-	-
フィリピン	32	3	0	+3	35	-	-	-	-
インドネシア	9	1	0	+1	10	-	-	-	-
オーストラリア	12	1	1	0	12	-	-	-	-
米国	45	4	1	+3	48	-	-	-	-
カナダ	0	2	0	+2	2	-	-	-	-
英国	10	0	0	0	10	-	-	-	-
フランス	10	5	0	+5	15	-	-	-	-
ロシア	11	3	0	+3	14	-	-	-	-
ドイツ	3	1	0	+1	4	-	-	-	-
ベルギー	2	0	0	0	2	-	-	-	-
グローバルブランド事業合計	1,365	27	32	▲5	1,360	60	50	+10	1,375
ジーユー事業	350	18	10	+8	358	-	-	-	-
セオリー事業※	530	7	13	▲6	524	-	-	-	-
コントワー・デ・コトニエ事業※	348	2	8	▲6	342	-	-	-	-
プリンセス・タム・タム事業※	137	0	1	▲1	136	-	-	-	-
総 合 計	3,160	120	59	+61	3,221	256	100	+156	3,316

注: ミーナ事業、グラミンユニクロ事業は含まない ※フランチャイズ店は含む

＜参考資料＞為替レート

連結決算取込 為替レート

単位：円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2016年8月期 第2四半期(6ヶ月平均)実績	120.7	132.5	181.3	18.6	10.2
2017年8月期 第2四半期(6ヶ月平均)実績	108.7	117.9	136.6	15.9	9.4
2016年8月期 通期(12ヶ月平均)実績	115.1	127.2	167.4	17.7	9.8
2017年8月期 通期(12ヶ月平均)予想	107.0	116.0	134.0	15.8	9.3

バランスシート適用 為替レート

単位：円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2016年8月期 第2四半期末為替レート 実績	113.6	124.1	157.5	17.4	9.1
2017年8月期 第2四半期末為替レート 実績	112.4	118.9	139.8	16.4	9.9
2016年8月期 期末為替レート 実績	103.2	114.9	134.9	15.4	9.2
2017年8月期 期末為替レート 予想	103.2	114.9	134.9	15.4	9.2

設備投資・減価償却費

単位：億円

	設備投資					減価償却費
	国内 ユニクロ	海外 ユニクロ	グローバル ブランド	システム他	合計	
2016年8月期 第2四半期実績(6ヶ月累計)	24	133	38	48	245	186
2017年8月期 第2四半期実績(6ヶ月累計)	21	98	38	88	247	179
2016年8月期 通期実績(12ヶ月累計)	45	268	84	126	523	367
2017年8月期 通期予想(12ヶ月累計)	26	224	77	166	493	384