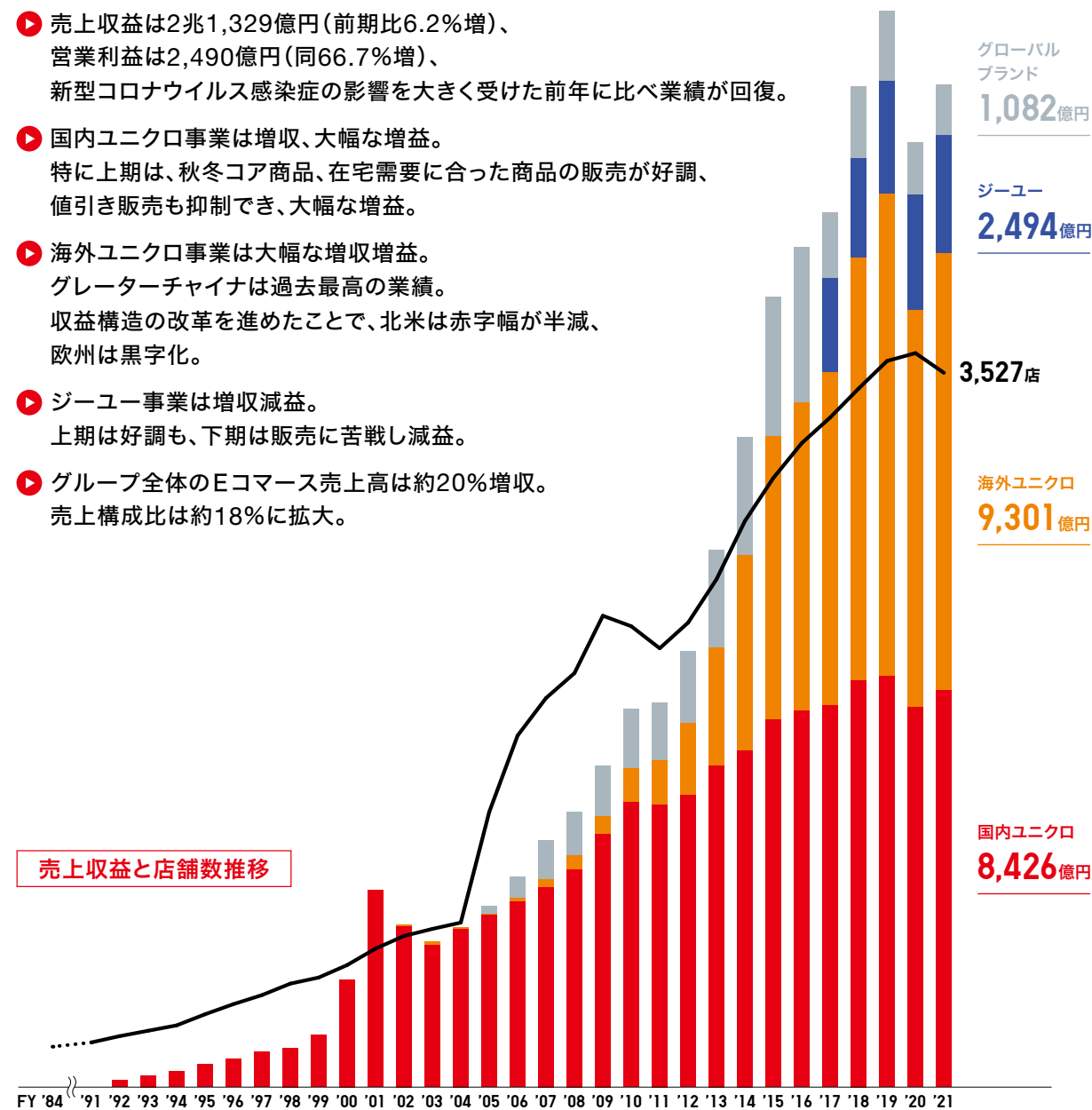


# FY2021 BUSINESS PERFORMANCE

## 2021年8月期：事業概況

- ▶ 売上収益は2兆1,329億円(前期比6.2%増)、営業利益は2,490億円(同66.7%増)、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた前年に比べ業績が回復。
- ▶ 国内ユニクロ事業は増収、大幅な増益。特に上期は、秋冬コア商品、在宅需要に合った商品の販売が好調、値引き販売も抑制でき、大幅な増益。
- ▶ 海外ユニクロ事業は大幅な増収増益。グレーターチャイナは過去最高の業績。収益構造の改革を進めたことで、北米は赤字幅が半減、欧州は黒字化。
- ▶ ジューン事業は増収減益。上期は好調も、下期は販売に苦戦し減益。
- ▶ グループ全体のEコマース売上高は約20%増収。売上構成比は約18%に拡大。



※ジューン事業は、2016年度までグローバルブランド事業に含まれていましたが、2017年度から独立した報告セグメントとして開示しています。

## 国内ユニクロ事業

2021年8月期

売上収益 | 8,426億円 ▲ 前期比 +4.4%

営業利益 | 1,232億円 ▲ 前期比 +17.7%

今後の展望

- ▶ お客様のニーズに合った商品開発、店舗とEコマースが融合した新しい顧客接点を創ると同時に、新たな生活様式に合った店舗網の再構築、地域密着型の個店経営を推進することで、さらなる成長をめざす。
- ▶ 有明プロジェクトを推進し、営業利益率15%を安定的に達成する。需要予想など計画の精度を高め、売れ筋商品の欠品や過剰在庫を抑制することで、収益性を高める。また、タイムリーな増産、物流や店舗業務の効率化など、サプライチェーン全体の改革を進める。

## 海外ユニクロ事業

2021年8月期

売上収益 | 9,301億円 ▲ 前期比 +10.2%

営業利益 | 1,112億円 ▲ 前期比 +121.4%

今後の展望

- ▶ グローバルで収益の柱が多様化。グレーターチャイナ、アジア・オセアニア地区を引き続き成長の柱として、高い成長が続く見込み。グレーターチャイナは年間100店舗の出店を継続、アジア・オセアニア地区は、年間40店舗の出店ペースを早期に加速させる。
- ▶ 収益構造改革を進めたことで、北米は早期に黒字化、欧州は利益率が向上する体制が整った。地元のお客様のニーズに合った商品構成の確立、Eコマースの拡大を図ることで、事業の拡大をめざす。

## ジューン事業

2021年8月期

売上収益 | 2,494億円 ▲ 前期比 +1.4%

営業利益 | 201億円 ▲ 前期比 ▲7.6%

今後の展望

- ▶ ジューン事業の強みである「ファッションと低価格」をより強化する。マストトレンドにフォーカスした商品開発を行うと同時に、素材の開発・集約・備蓄を強化することで、リードタイムを短縮、低価格商品の拡大をめざす。
- ▶ 有明プロジェクトを推進することで、トレンドをいち早く把握・分析し、商品企画や数量計画に反映できるサプライチェーンの仕組みを強化する。

## グローバルブランド事業

2021年8月期

売上収益 | 1,082億円 ▲ 前期比 ▲1.3%

営業利益 | ▲16億円 ▲ 前期比 —%

今後の展望

- ▶ セオリー事業は、日常でも着心地よく完成度の高い軽衣料を充実させると同時に、一部の商品はお買い求めやすい価格設定に見直すことで売上、利益の拡大を図る。
- ▶ プラステ事業は、リーズナブルな価格帯で最上質な日常着というブランドに磨きをかけ、事業を成長軌道に戻す。
- ▶ コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス タム・タム事業は構造改革を進め、収益改善をめざす。