

2010年8月期第3四半期決算説明会Q & A (2010年7月8日開催)の主な質疑応答をテキストでご覧いただけます。内容につきましては、ご理解いただきやすいよう部分的に加筆・修正しております。

**Q1：国内ユニクロ事業の5月末の在庫は春物の商品が50億円前年同期比で増えているということですが、こちらは秋商戦で販売する予定なのでしょうか？**

A1 大西CF0：春物の在庫については、定番商品ですので秋以降に販売していきます。

**Q2：国内ユニクロ事業の第3四半期では、「売れ筋商品が欠品していた」というご説明でしたが、シルキードライ、サラファインといった、新しい人気商品については、追加投入の予定はあるのでしょうか？**

A2 大西CF0：売れ筋商品のサラファインやシルキードライについては、可能な範囲で追加をしていくということで、すでに動いています。

**Q3：今回、通期の業績見通しを修正されていて、第4四半期も営業減益という予想に変更されていますが、来期の収益の見通しについて考え方を教えてください。**

A3 大西CF0：来期の業績予想の数値については、現時点では申し上げられないですが、基本的には増収増益を目標としています。

**Q4：国内ユニクロ事業では、何でもっと売ろうとしないのでしょうか？4月の決算説明会で柳井社長が、今後の売上対策として、「もっとたくさん売る」という答えをされたと思いますが、第3四半期の実績を見ると、粗利益率にとらわれた感じがすごいです。なぜもっと数量を売るということをしなかったのでしょうか？**

A4 大西CF0：売る努力は常にしております。売るべき商品については、売るための値引きをしています。しかし一方で、秋に繰り越せるような商品については「無理売りはしない」というメリハリをつけてやっています。

**Q5：国内ユニクロの既存店売上高減収の要因として「マーケティングの課題」がありましたが、マーケティングは何が課題で、この課題はどうやったら修復できるのでしょうか？**

A5 大西CF0：マーケティングの課題というのは、スライドでもご説明致しましたように、その商品の価値、優越性、機能といったものをお客様にきちんと、解りやすく伝えられていなかったということです。秋以降のキャンペーンでは、できていなかったことを教訓として、効果的なキャンペーン、広告宣伝をしていくことを考えています。

**Q6：今までのユニクロのマーケティングでは、商品の価値というものを上手く伝えてきたと思いますが、それが効かないケースが出てきているという理由は何なんでしょうか？**

A6 大西CF0：この春夏の広告宣伝・キャンペーンでは、ブランドの世界観を伝えることをやろうとしていました。これによって、個別の商品のアピールが弱くなってしまった。結果として、お客様に伝わりずらくなったキャンペーンになったと思います。中長期的にはブランドの訴求はやっていかなければならないことですので、個別の商品の訴求とのバランスをいかにとっていくかということを修正していきたいと思っています。

**Q7：消費トレンドに関してどう考えていますか？何か変化を感じていますか？**

A7 大西 CFO：そういったご質問は多々受けますが、特に変化はないと考えています。

**Q8：国内ユニクロでは、シーズンの切り替えを年々早めていると思いますが、今年の秋冬商品に関しては、商品投入のタイミングは早くなっていますか？**

A8 大西 CFO：秋冬の立ち上がりについては、そんなに例年に比べて変わらないと思います。前年並みのタイミングとなっています。

**Q9：ユニクロの海外出店についての質問です。4月の説明会では、中国では人材採用で課題があるため、そう簡単には加速度的に出店はできないということでした。来期の中国、もしくはアジア地区での出店数のイメージを教えてください。**

A9 大西 CFO：来期以降の海外の出店数は、今の時点ではまだお話できません。人材面では、海外での採用を増やしていく、また、採用後の教育についても、いろいろ社内で議論をしながら仕組みの構築を行っているという状況です。

**Q10：ニューヨーク5番街の家賃負担が今下期から発生しているというのですが、こちらの店舗はいつ頃オープンするのでしょうか？**

A10 大西 CFO：ニューヨーク5番街の店舗の開店時期については、まだ決定しておりません。当然ながら、なるべく早くオープンしたいと思っています。

**Q11：ジーユーの商品の調達コストが、為替や中国の人件費アップ、綿花価格の上昇で上がってくると、今後、「990円ジーンズ」の販売は難しくなってきませんか？**

A11 大西 CFO：現状、人件費や綿花価格アップがものすごく影響を受けているという認識はないです。今後は、人民元の動きについては、ジーユーだけではなく、ユニクロ事業としても当然注視していかなくてはならないと思っています。

以上