

2013年8月期 第1四半期 決算説明会 質疑応答

2013年1月10日開催の決算説明会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。

Q 1 : 第 1 四半期では国内ユニクロの営業利益が計画比で上回ったという説明でしたが、海外ユニクロ事業、グローバルブランド事業では、それぞれ計画比でどうだったのですか？

A1 岡崎 CFO : 海外ユニクロ事業については、今回、通期で上方修正しましたので、第 1 四半期でも営業利益は上回っています。修正額については、第 1 四半期の上ブレ分だけでなく、通期を通しての修正額です。グローバルブランド事業の第 1 四半期は、ほぼ計画通りでした。

Q 2 : 国内ユニクロ事業の第 2 四半期の売上高は上ブレしていると思いますが、粗利益率は計画より上にいくのでしょうか？

A 2 岡崎 CFO : 第 1 四半期では、やや値引きを強化したということで粗利益率は計画より下回りましたが、売上を伸ばすことができました。第 2 四半期の粗利益率については、今のところ明確に見えていないこと、また、第 1 四半期では業績を修正する程の大きな業績の変化があったわけではないので通期の見通しは変更しませんでした。

Q 3 : 年頭に柳井社長が「第 3 創業」ということを掲げていたと思いますが、第 2 創業とどう違うのでしょうか？

A 3 岡崎 CFO : 私の解釈だということをご理解いただいた上で申し上げますと、第 2 創業というのは中国や韓国など海外に出て行って、それぞれの国でローカルな海外事業を立ち上げたということで、第 3 創業は、グローバル企業への脱皮を目指すことだと思っています。

Q 4 : 国内ユニクロ事業の 12 月商戦は、第 1 四半期のような値引きは実施したのでしょうか？

A 4 岡崎 CFO : 基本的に 10 月の下旬から 11 月、12 月と、新しい政策として、4 日間の限定期間価格での販売を打ち出し、非常にうまくいったと考えています。これは、お客さまからも好評をいただいているので、当面は続いていくと思います。

Q 5 : スライドの 14 ページで、「春夏在庫は順調な処分により 68 億円減少」という説明でしたが、このような在庫状況であれば、春夏商戦を戦う上で、非常に良い状況とは言えませんか？

A 5 岡崎 CFO : 今の春夏在庫の状況は、キャリー商品の負担が全くないので、新しい商品をどんどん投入していくことができます。次の春夏商戦は、戦いやすい環境だと考えています。

Q 6 : 海外ユニクロ事業の通期の営業利益予想を上方修正しましたが、これは、中国、韓国、米国でそれぞれ、どのくらい修正したのでしょうか？

A 6 岡崎 CFO : 3 ヶ月前の 10 月の決算発表の時の中国、韓国の情勢を思い起こしていただければと思いますが、その時は、外交上の問題がクローズアップされていましたし、景気の減速が高まっていくのではないかと予想されていたので、中国、韓国については、慎重な業績予想をしていました。第 1 四半期が終わってみて、外交問題は既に解消されて、我々の事業への影響は

ほとんどなくなっており、また、景気についても、我々の商売で感じる限りにおいては、消費が後退しているということではなくて、むしろ気温の影響を受けていると感じています。中国は10月中旬まで暖かかったですが、気温が低下するに伴って、ヒートテック、ウルトラライトダウンの販売が非常に好調となりました。当初考えていた懸念要因が、かなりなくなってきたということ踏まえ、特に中国、韓国を中心に、海外ユニクロ事業の通期の業績見通しを上方修正しました。また、アジア全般の業績が良いことも上方修正に反映しています。米国の業績予想については、当初からの変更はありません。米国は赤字の状況ではありますが、今のところ、計画通り赤字は縮小しています。

Q7：去年は夏のシーズン晩期になって、中国で値下げ処分が増えたと思いますが、今回はそのような心配はないのでしょうか？

A7 岡崎 CFO：去年は流通在庫を懸念して、値引き販売を行った結果、第4四半期の粗利益率が悪化しました。流通在庫が多い状況は業界全体で続いていると思いますが、この秋冬シーズンでは、ユニクロのヒートテックやウルトラライトダウンに対する需要が高かったため、粗利率を傷めるような値引きをせずに、商売ができています。今のところ、去年の夏のような状況は予想していません。

Q8：決算短信12ページのセグメントの表の中で、第1四半期の連結調整額が増えている理由を教えてください。

A8 水澤 IR 部長：調整額が増えているのは、主にファーストリテイリング持ち株会の利益が増えているからです。子会社の売上が拡大するにつれて、子会社からのロイヤリティ収入などが増えるため、金額が増えています。

Q9：秋に出店した米国のニュージャージーとサンフランシスコの新店の状況を教えてください。

A9 岡崎 CFO：サンフランシスコとニュージャージーの新店は、ほぼ計画通りです。

Q10：米国ではeコマースも開始したということですが、どういった状況ですか？

A10 岡崎 CFO：eコマースは立ち上げたばかりですが、手応えとしては非常に良いです。ただ、金額もまだ小さいので、まだ数字的なお話を申し上げる段階ではないです。

Q11：海外ユニクロ事業の業績予想を上方修正したのは、「中国、韓国を慎重に見ていたところが、意外に良いスタートだったために修正した」ということですが、今後のマクロの動向をどのように見えていますか？景気減速でも行けそうだという手応えを掴んでいるのでしょうか？

A11 岡崎 CFO：中国、韓国の状況に関しては先ほど申し上げた通り、我々のビジネスに関する限り、景気が悪くなってきたという印象は持っていません。10月上旬ぐらいまでは、確かに売上が不振でしたが、これは、9月の外交上の問題、10月中旬まで気温が高かった、ということが影響したと思います。気温が下がった後、売上げは急速に回復した。これは、ヒートテックやウルトラライトダウンを中心に、中国、韓国のお客様に、ユニクロのブランドがかなり浸透しているからだだと思います。景気が少々悪かろうが、寒い時にはヒートテックを買って頂けるようにな

っていると思います。マクロの見方としては、我々のビジネスの関係者に聞く限りでは、日本では言われているほど中国の景気は悪くなっていないとのこと。産業によっても違うと思いますが、我々の産業ではそういった意見もあります。

Q12：米国での出店数の予想数が増えています。どのような立地に出店する予定ですか？

A12 岡崎 CFO：春にオープンする米国2店舗は、売場面積400坪くらいの店舗で、ニューヨークの近郊のモールに出店する予定です。米国では、ニューヨークとサンフランシスコを中心に、それぞれのエリアでチェーン展開をしていく計画です。

Q13：スライドに「韓国は二桁の既存店増収に転じた」とありましたが、これは、3ヵ月間の間に二桁増に転じたという意味ですか？韓国では、天候要因、売れ筋商品など、どんな動きがあったのでしょうか？

A13 岡崎 CFO：韓国で「転じた」という表現を使ったのは、前期の第4四半期で既存店売上高が減収だったことに対して、この第1四半期がプラスになったからです。3ヶ月では平均的に二桁成長ができています。韓国では、ヒートテックが品切れになるくらい好評でした。また、フリースも若い人たちの間でブーム的に売れています。韓国のお客様に、ユニクロ商品が浸透してきた結果だと思っています。

Q14：アジアにおけるユニクロの出店数は、通期計画に対して上回るのでしょうか？中国ではショッピングセンターを中心に拠出していると思いますが、好立地や好条件のオファーが増えているのでしょうか？

A14 岡崎 CFO：出店は非常に順調で、計画通り進んでいます。ただ、通期計画に対して、上回るかどうかは、今の段階では何とも申し上げられないです。確実に出店でき、予想に織り込んでいるのが、今発表している店舗数です。来期に向けて交渉していたものが前倒しになることもあります。ショッピングセンターやデパート等のデベロッパーさんとの関係は年々深まってきましたので、良い立地でのショッピングモールが出店する計画がある時は、必ず我々に声がかかるようになっています。

Q15：中国で郊外店やNSC（小型のショッピングモール）のような立地に出店はありますか？

A15 岡崎 CFO：中国の出店は、大型のショッピングモールや百貨店です。

Q16：ジーユーの既存店売上高が第1四半期で20%強伸びて、非常に好調だということですが、営業利益の伸びが低かったのではないですか？新規出店のコストが重いからですか？

A16 岡崎 CFO：ジーユーの営業利益率が第1四半期で悪化したということはないです。

以上