

## 第2 【事業の状況】

### 1 【業績等の概要】

#### (1) 業績

当中間連結会計期間におけるわが国の経済は、企業収益の向上により、雇用や賃金水準の改善が進み、それに伴い、個人消費の回復基調はより鮮明になってきております。原油価格の高騰や米中景気の行方等の不安材料はあるものの、企業の設備投資や消費者物価の上昇等からもデフレ脱却に向けた景気回復の動きは着実に進展していると考えられます。

当社の属するファッション小売業界のビジネス環境は、堅調な個人消費に支えられて回復基調にはあるものの、消費者ニーズの多様化や益々激しさを増す国内外の同業社間の競争に加え、天候不順の影響などにより、依然として厳しい状況にあります。

このような中、当社グループは、前期より持株会社体制に移行しましたが、真のグローバル企業に変わるため、①再ベンチャー化、②グローバル化、③グループ化を目指し、立地・業態開発、組織開発に加え、M&A戦略や本格的な海外展開を推進することにより、事業構造改革を推進しております。

グループの中核である国内ユニクロ事業におきましては、新規出店や高付加価値商品の投入により売上高が増加した一方で、集客を目的とした値引き販売や在庫処分により売上総利益率は悪化し、前年同期対比で増収減益となりました。

店舗戦略におきましては、500坪規模の大型店を今後の国内ユニクロ事業の成長エンジンと位置付け、都心、郊外路面、大型ショッピングセンターに順次出店しております。大型店の売場を基準としたフルラインの商品開発や従来のカジュアルウェアに加え、ホームファーニッシングなど、日常生活をより豊かにする商品構成とすることで、より魅力的な店舗の実現に努めております。

商品戦略におきましては、ニューヨーク、東京、パリ、ミラノのR&Dセンターを起点に、世界中の最優秀の人材を起用することにより、質・量ともに世界最高水準の商品開発を目指しております。具体的には、従来のユニクロの強みであるベーシック商品をより洗練させると同時に、成功を収めたスキニージーンズのようなファッション性を高め、トレンドを取り入れた商品も開発しています。また、単品のみならず、コーディネートやスタイリングを重視した商品を提供することで、女性や若者層など、新たな顧客獲得を図っております。

海外ユニクロ事業におきましては、平成18年11月にニューヨーク・SOHO（ソーホー）地区に売場面積1,000坪のグローバル旗艦店をオープンいたしました。ユニクロブランドの知名度をグローバル市場で高めるとともに、売上高も順調に推移しております。また、同年12月には上海・浦東（プートン）地区にアジア最大の旗艦店をオープンし、英国、韓国、香港も含め、ユニクロのグローバル化に向けて世界各地で事業基盤を固めつつあります。

新規事業におきましては、国内においては、前期に設立した株式会社ジーユーが、ファミリーカジュアルの新ブランド「g.u.（ジーユー）」25店舗（平成19年2月28日現在）をオープンして営業を開始しました。同社は、平成18年8月に友好的な株式公開買付（TOB）により子会社化した婦人服専門店チェーンの株式会社キャビン（東証第1部上場）とともに、当中間連結会計期間より連結売上高を構成する重要な子会社になっております。また、平成18年11月には婦人靴専門店を展開する株式会社ビューカンパニー（JASDAQ上場）の第三者割当増資を引き受け、持分法適用関連会社としました。これにより同社の今後の成長を資金面からサポートするとともに、業務提携を通じて当社グループにおける靴事業のさらなる

る強化・拡充を図ります。

海外においては、欧州でフレンチカジュアルブランド「コントワー・デ・コトニエ」を展開するクリエーションネルソンと、フランスの代表的なランジェリーブランド「プリンセス タム・タム」を展開するプティ ヴィクトルを傘下にもつエフアール・フランスの業績が、当中間連結会計期間においても好調に推移しており、欧州におけるグループの事業展開に大きく貢献しております。

また、「世界を良い方向に変えていく」という当社グループのCSR（企業の社会的責任）ビジョンのもと、CSRに対する基本的な考え方などをご理解いただくために、平成18年11月にCSRレポートを作成、開示いたしました。環境問題への取り組みの一環として行ってきた、フリースのリサイクル活動を発展させ、全国のユニクロ店舗において、毎年3月と9月の各1ヶ月間、ユニクロで販売した全商品を対象として回収・リサイクル活動を継続的・定期的実施することとしました。

以上の結果、当中間連結会計期間におきましては、連結売上高2,841億5千万円（前年同期比19.1%増）、営業利益431億5千万円（前年同期比5.2%減）、経常利益426億2千万円（前年同期比9.7%減）、中間純利益226億7千万円（前年同期比14.6%減）と増収減益となりました。

事業の種類別セグメントの業績は売上高の合計、営業利益の合計額に占める衣料品関連事業の割合が、いずれも90%を超えるため記載を省略しております。

所在地別セグメントの業績につきましても、全セグメントの売上高の合計に占める日本の割合が90%を超えるため記載を省略しております。

## (2) キャッシュ・フローの状況

当中間連結会計期間末における現金及び現金同等物（以下、「資金」という）は、前連結会計年度末に比べ、225億7千万円増加し、1,639億7千万円となりました。

当中間連結会計期間における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は以下のとおりであります。

### （営業活動によるキャッシュ・フロー）

営業活動の結果得られた資金は315億9千万円（前年同期比31.4%減）となりました。これは主として、税金等調整前中間純利益427億1千万円、法人税等の還付額127億9千万円等によるものです。

### （投資活動によるキャッシュ・フロー）

投資活動により支出した資金は48億1千万円（前年同期比64.1%減）となりました。これは主として、有形固定資産の取得による支出63億3千万円、関係会社への出資による支出29億8千万円等によるものです。

### （財務活動によるキャッシュ・フロー）

財務活動により支出した資金は46億8千万円（前年同期比440.3%増）となりました。これは主として、配当金の支払額66億1千万円等によるものです。

## 2 【販売及び仕入の状況】

### (1) 部門別売上状況

部 門 別	当中間連結会計期間 (自 平成18年9月1日 至 平成19年2月28日)		
	売上高(百万円)	前年同期比(%)	構成比(%)
メンズ	80,349	94.1	28.3
ウィメンズ	74,923	111.1	26.4
キッズ・ベビー	14,366	107.9	5.1
インナー	49,293	142.8	17.3
グッズ・その他	11,133	113.5	3.9
商品売上計	230,066	109.3	81.0
F C 関連収入・補正費売上高	4,222	100.2	1.5
国内ユニクロ事業合計	234,288	109.1	82.5
海外ユニクロ事業	8,629	188.4	3.0
ユニクロ事業合計	242,918	110.8	85.5
キャビン事業	11,746	—	4.1
ワンズーン事業	9,578	95.5	3.4
C D C 事業	12,206	149.0	4.3
P V 事業	5,646	—	2.0
その他衣料品関連事業	1,698	190.7	0.6
その他事業	356	114.8	0.1
合計	284,151	119.1	100.0

- (注) 1 F C 関連収入とは、フランチャイズ店に対する商品売上高、フランチャイズ店からのロイヤリティ収入であり、補正費売上高とは、パンツの裾上げ（補正）の加工賃及び刺繍プリントによる収入であります。
- 2 ユニクロ事業とは「ユニクロ」ブランドのカジュアル衣料品販売事業であります。
- 3 キャビン事業とは「ザジ」、「イー・エー・ピー」、「アンラシーネ」ブランド等の国内における婦人向け衣料品等販売事業であります。
- 4 ワンズーン事業とは靴小売事業であります。
- 5 C D C 事業とは「COMPTOIR DES COTONNIERS（コントワー・デ・コトニエ）」ブランドの国内外における衣料品販売事業であります。
- 6 P V 事業とは、主として「PRINCESSE tam.tam（プリンセス タム・タム）」ブランドの欧州における衣料品販売事業であります。
- 7 その他事業とは不動産賃貸業等であります。
- 8 上記金額には、消費税等は含まれておりません。

## (2) 地域別売上状況

地域別		当中間連結会計期間 (自 平成18年9月1日 至 平成19年2月28日)			
		売上高(百万円)	前年同期比(%)	構成比(%)	期末店舗数(店)
国内店舗 商品売上高	北海道	7,806	109.1	2.7	29
	青森県	1,891	108.5	0.7	8
	岩手県	1,750	105.4	0.6	8
	宮城県	3,928	108.9	1.4	13
	秋田県	1,421	108.8	0.5	6
	山形県	1,942	111.1	0.7	8
	福島県	3,045	102.6	1.1	10
	茨城県	5,277	107.7	1.9	16
	栃木県	3,786	104.1	1.3	13
	群馬県	4,124	101.8	1.5	14
	千葉県	11,651	111.6	4.1	41
	埼玉県	11,683	108.3	4.1	38
	東京都	32,716	108.0	11.5	85
	神奈川県	18,737	110.0	6.6	55
	新潟県	3,903	108.9	1.4	10
	富山県	1,821	105.1	0.6	6
	石川県	1,702	111.5	0.6	6
	福井県	1,452	108.6	0.5	5
	山梨県	1,582	103.9	0.6	4
	長野県	3,840	115.7	1.4	11
	静岡県	7,072	116.2	2.5	19
	岐阜県	3,237	114.4	1.1	10
	愛知県	12,494	109.6	4.4	35
	三重県	3,011	119.0	1.1	9
	奈良県	2,393	101.6	0.8	8
	和歌山県	527	104.0	0.2	2
	滋賀県	2,028	121.6	0.7	6
	京都府	5,217	108.1	1.8	16
	大阪府	17,811	111.1	6.3	58
	兵庫県	10,493	106.2	3.7	34
	鳥取県	1,049	113.9	0.4	3
	島根県	181	94.7	0.1	1
	岡山県	2,503	151.8	0.9	8
	広島県	4,818	106.6	1.7	16
	山口県	1,464	104.8	0.5	6
	徳島県	1,245	99.8	0.4	4
	香川県	1,358	104.9	0.5	4
	愛媛県	1,794	100.0	0.6	7
	高知県	1,155	98.0	0.4	4
	福岡県	6,934	105.0	2.4	24
	大分県	1,869	113.7	0.7	8
	佐賀県	1,197	103.5	0.4	5
	長崎県	1,826	103.9	0.6	8
	宮崎県	1,512	115.2	0.5	8
	熊本県	2,520	104.9	0.9	10
	鹿児島県	2,073	105.6	0.7	9
沖縄県	1,222	105.4	0.4	5	
店舗計		223,085	109.0	78.5	713
通信販売事業		6,981	121.6	2.5	—
F C 商品供給高		2,998	98.3	1.1	18
経営管理料		844	98.9	0.3	—
補正費売上高		379	123.1	0.1	—
国内ユニクロ事業計		234,288	109.1	82.5	731

地域別	当中間連結会計期間 (自 平成18年9月1日 至 平成19年2月28日)			
	売上高(百万円)	前年同期比(%)	構成比(%)	期末店舗数(店)
英国	2,105	150.7	0.7	9
中国	1,127	136.7	0.4	9
米国	1,884	402.7	0.7	5
香港	1,145	175.9	0.4	2
韓国	2,366	191.1	0.8	14
海外ユニクロ事業計	8,629	188.4	3.0	39
ユニクロ事業合計	242,918	110.8	85.5	770
キャビン事業	11,746	—	4.1	213
ワンゾーン事業	9,578	95.5	3.4	329
CDC事業	12,206	149.0	4.3	274
PV事業	5,646	—	2.0	107
その他衣料品関連事業	1,698	190.7	0.6	34
その他事業	356	114.8	0.1	—
総合計	284,151	119.1	100.0	1,727

- (注) 1 FC商品供給高とは、フランチャイズ店に対する商品売上高、経営管理料とはフランチャイズ店からのロイヤリティ収入であり、補正費売上高とは、パンツの裾上げ(補正)の加工賃及び刺繍プリントによる収入であります。
- 2 ユニクロ事業とは「ユニクロ」ブランドのカジュアル衣料品販売事業であります。
- 3 キャビン事業とは「ザジ」、「イー・エー・ピー」、「アンラシーネ」ブランド等の国内における婦人向け衣料品等販売事業であります。
- 4 ワンゾーン事業とは、靴小売事業であります。
- 5 CDC事業とは「COMPTOIR DES COTONNIERS(コントワー・デ・コトニエ)」ブランドの国内外における衣料品販売事業であります。
- 6 PV事業とは、主として「PRINCESSE tam.tam(プリンセス タム・タム)」ブランドの欧州における衣料品販売事業であります。
- 7 その他事業とは不動産賃貸業等であります。
- 8 上記金額には、消費税等は含まれておりません。

### (3) 単位当たりの売上状況

摘 要		当中間連結会計期間 (自 平成18年9月1日 至 平成19年2月28日)	前年同期比(%)
売上高		231,714百万円	110.7
1㎡当たり売上高	売場面積(平均)	466,195㎡	110.2
	1㎡当たり期間売上高	497千円	100.5
1人当たり売上高	従業員数(平均)	15,197人	110.5
	1人当たり期間売上高	15,247千円	100.2

- (注) 1 国内外ユニクロ事業についてのみ記載しております。
- 2 売上高は店舗商品売上高であり、通信販売事業・FCに対する商品供給高・経営管理料及び補正費売上高は含まれておりません。
- 3 売場面積(平均)は、営業店の稼働月数を基礎として算出しております。
- 4 従業員数(平均)は、パート社員、アルバイト社員、嘱託社員及び受入出向社員を含み、役員を除いております。なお、パート社員、アルバイト社員は1日8時間換算で算出し、加算しております。
- 5 上記金額には、消費税等は含まれておりません。

## (4) 部門別仕入実績

部 門 別	当中間連結会計期間 (自 平成18年9月1日 至 平成19年2月28日)		
	仕入高(百万円)	前年同期比(%)	構成比(%)
メンズ	45,758	97.9	29.7
ウィメンズ	43,005	118.5	27.9
キッズ・ベビー	8,334	115.6	5.4
インナー	27,217	159.0	17.7
グッズ・その他	6,394	117.2	4.2
国内ユニクロ事業合計	130,710	115.8	84.9
海外ユニクロ事業	4,064	209.2	2.6
ユニクロ事業合計	134,774	117.4	87.5
キャビン事業	6,081	—	3.9
ワンゾーン事業	5,829	82.1	3.8
CDC事業	3,513	124.0	2.3
PV事業	2,189	—	1.4
その他衣料品関連事業	1,618	424.6	1.1
合計	154,007	123.1	100.0

- (注) 1 ユニクロ事業とは「ユニクロ」ブランドのカジュアル衣料品販売事業であります。
- 2 キャビン事業とは「ザジ」、「イー・エー・ピー」、「アンラシーネ」ブランド等の国内における婦人向け衣料品等販売事業であります。
- 3 ワンゾーン事業とは靴小売事業であります。
- 4 CDC事業とは「COMPTOIR DES COTONNIERS (コントワー・デ・コトニエ)」ブランドの国内外における衣料品販売事業であります。
- 5 PV事業とは、主として「PRINCESSE tam.tam (プリンセス タム・タム)」ブランドの欧州における衣料品販売事業であります。
- 6 上記以外に、その他事業(不動産賃貸業等)がありますが、事業の性格上、仕入は発生しません。
- 7 上記金額には、消費税等は含まれておりません。

### 3 【対処すべき課題】

当中間連結会計期間において、当社グループの事業上及び財務上の対処すべき課題に重要な変更及び新たに生じた課題はありません。

### 4 【経営上の重要な契約等】

該当事項はありません。

### 5 【研究開発活動】

特記すべき事項はありません。