

第2【事業の状況】

1【販売及び仕入の状況】

(1) 部門別売上実績

部門別	当第3四半期連結会計期間 (自 平成22年3月1日 至 平成22年5月31日)		
	売上高 (百万円)	前年同四半期比 (%)	構成比 (%)
メンズ	53,781	100.4	28.6
ウィメンズ	67,986	100.8	36.1
キッズ・ベビー	7,134	111.9	3.8
グッズ・その他	5,975	91.2	3.2
国内ユニクロ商品売上合計	134,879	100.7	71.7
F C 関連収入・補正費売上高	2,488	97.8	1.3
国内ユニクロ事業合計	137,367	100.7	73.0
海外ユニクロ事業	18,105	191.0	9.6
ユニクロ事業合計	155,472	106.5	82.7
国内関連事業	11,619	80.5	6.2
グローバルブランド事業	20,781	111.7	11.0
その他事業	212	34.6	0.1
合計	188,086	104.7	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等であります。
- 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 国内関連事業は、キャビン事業(「アンラシーネ」、「ザジ」ブランド等の国内における婦人向け衣料品販売事業)、ジーユー事業(「ジーユー」ブランドの衣料品販売事業)、靴事業で構成されております。
- 4 グローバルブランド事業は、コントワー・デ・コトニエ事業(「COMPTOIR DES COTONNIERS (コントワー・デ・コトニエ)」ブランドの国内・海外における衣料品販売事業)およびプリンセス タム・タム事業(「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)及びセオリー事業(「Theory (セオリー)」、「Helmut Lang (ヘルムート・ラング)」ブランド等の国内・海外における衣料品販売事業)で構成されております。
- 5 その他事業とは、不動産賃貸業等であります。
- 6 第1四半期連結会計期間より、国内ユニクロ商品の一項目であるインナーの売上高をメンズ・インナーとウィメンズ・インナーに区分集計し、メンズとウィメンズの各項目に含めて表示しております。なお、前年同四半期比は、前年同四半期のメンズとウィメンズの売上高を遡及修正した数値に基づき算出しております。
- 7 上記金額には、消費税等は含まれておりません。

(2) 部門別仕入実績

部門別	当第3半期連結会計期間 (自 平成22年3月1日 至 平成22年5月31日)		
	仕入高 (百万円)	前年同四半期比 (%)	構成比 (%)
メンズ	28,181	100.7	30.9
ウィメンズ	35,163	98.9	38.6
キッズ・ベビー	3,696	120.7	4.1
グッズ・その他	2,957	87.0	3.2
国内ユニクロ事業合計	69,998	100.0	76.8
海外ユニクロ事業	7,597	168.9	8.3
ユニクロ事業合計	77,596	104.1	85.1
国内関連事業	6,624	86.0	7.3
グローバルブランド事業	6,910	97.4	7.6
合計	91,131	102.0	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 国内関連事業は、キャビン事業（「アンラシーネ」、「ザジ」ブランド等の国内における婦人向け衣料品販売事業）、ジーユー事業（「ジーユー」ブランドの衣料品販売事業）、靴事業で構成されております。
- 3 グローバルブランド事業は、コントワー・デ・コトニエ事業（「COMPTOIR DES COTONNIERS（コントワー・デ・コトニエ）」ブランドの国内・海外における衣料品販売事業）およびプリンセス タム・タム事業（「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）及びセオリー事業（「Theory（セオリー）」、「Helmut Lang（ヘルムート・ラング）」ブランド等の国内・海外における衣料品販売事業）で構成されております。
- 4 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。
- 5 第1四半期連結会計期間より、国内ユニクロ商品の一項目であるインナーの仕入高をメンズ・インナーとウィメンズ・インナーに区分集計し、メンズとウィメンズの各項目に含めて表示しております。なお、前年同四半期比は、前年同四半期のメンズとウィメンズの仕入高を遡及修正した数値に基づき算出しております。
- 6 上記金額には、消費税等は含まれておりません。

2 【事業等のリスク】

当第3四半期連結会計期間において、新たに発生した事業等のリスクはありません。
また、前連結会計年度の有価証券報告書に記載した事業等のリスクについて重要な変更はありません。

3 【経営上の重要な契約等】

特記すべき事項はありません。

4【財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】

(1) 経営成績の分析

当第3四半期連結会計期間（平成22年3月1日～平成22年5月31日）におけるわが国の経済は、海外経済の回復による輸出が増加するなど明るい兆しもみられた一方、企業収益や設備投資は低水準にとどまり、個人所得が伸び悩むなか消費者の節約志向が続くなど、厳しい事業環境が続いております。

国内においては、少子高齢化により衣料品の大きな購買層である若年層の購買力が低下していることから、市場規模の縮小が続いております。また、高いファッション性と低価格を強みとする欧米の大手アパレル小売企業が日本を含むアジア市場へ本格的に出店を開始したことから、厳しい競争環境が続くことが予想されます。

このような環境下において当社グループは、「2020年に世界No.1のアパレル製造小売グループになる」ことを目標に、「グローバル化、グループ化、再ベンチャー化」を進めております。特に海外におけるユニクロ事業の拡大に注力しております。当第3四半期までの取り組みとしては、中国・香港、韓国、シンガポールといったアジア地区でのユニクロの店舗数を117店舗まで拡大し、事業基盤を強化しております。また、グローバル旗艦店2店舗（2009年10月に「パリ オペラ店」、2010年5月に「上海 南京西路店」）を出店することで、海外市場におけるユニクロのブランドポジションの確立を図っております。商品開発では、素材メーカーとの協働により、機能性素材を使ったヒートテック、サラファイン、シルキードライといった商品を開発し、需要を拡大しております。また、デザイナーのジル・サンダー氏との取り組みによる「+J」（プラス・ジェイ）を世界中のユニクロで販売することで、ユニクロのブランド力を高めることに傾注しております。

国内ユニクロ事業においては、第2四半期までは冬物の新商品であるプレミアムダウンウルトラライトジャケット、生産数量を拡大したヒートテックなどの販売が好調に推移したことに加え、11月に実施した「ファーストリテイリング創業60周年記念キャンペーン」など積極的な販促活動を展開したことにより、大幅な増収増益を達成いたしました。当第3四半期連結会計期間（平成22年3月1日～平成22年5月31日）は天候不順の影響により客数が減少し、また、1品単価の低いインナー商品などの売上構成比が高まったことにより、客単価も前年を下回り、既存店売上高は前年比で減収となっております。なお国内ユニクロ事業の当第3四半期連結会計期間の業績につきましては、売上高1,373億円（前年同期比0.7%増）、営業利益233億円（同15.6%減）となりました。店舗数につきましては、前年度末より直営店75店舗を出店、36店舗を閉店した結果、当第3四半期末の店舗数は809店舗（フランチャイズ店20店舗含む）となりました。出店した75店舗のうち31店舗は大型店であり、当第3四半期末における大型店は102店舗となっております。

海外ユニクロ事業では、特にアジア地域で事業規模が順調に拡大しております。欧米でも、ユニクロの知名度が高まり、1店舗当たりの売上高、および収益性が改善しております。この結果、当第3四半期連結会計期間の海外ユニクロ事業の業績につきましては、売上高181億円（前年同期比91.0%増）、営業利益6億円（前年同期比118.1%増）と大幅な増収増益を達成しております。当第3四半期末のアジア地区の店舗数は117店舗と、前年度末の76店舗から大幅に増加いたしました。その内訳は2010年5月15日にオープンした上海グローバル旗艦店を含み中国で53店舗、香港13店舗、韓国48店舗、シンガポール3店舗となっております。欧州では、2009年10月にオープンしたパリのグローバル旗艦店が順調な売上を維持していること、英国では「+J」の販売効果により1店舗当たりの売上高が高まり、収益性が改善しております。なお2010年4月に新規出店国となるロシアへ1号店を出店いたしました。

国内関連事業については、低価格衣料のジーユー事業が引き続き好調な業績を維持していることから、当第3四半期連結会計期間の業績は、ほぼ計画通りとなっております。ジーユー事業は2009年3月から発売を開始した「990円ジーンズ」が大きな話題を集めたことで、1店舗当たりの売上高が拡大し、収益性が飛躍的に向上しております。また、当第3四半期連結累計期間では47店舗の出店により当第3四半期末の店舗数は118店舗に達するなど、順調な出店が進んでおります。なお靴事業は、フットパーク店舗の整理縮小を終了したことから、4月1日付で株式会社ユニクロへ統合いたしました。またキャビン事業は、ファッションアパレル業界の消費不振の波を受けて、既存店売上高の前年割れが続いております。

グローバルブランド事業は、2009年第3四半期から株式会社リンク・セオリー・ホールディングス（現株式会社リンク・セオリー・ジャパン）を新規に連結したことから当第3四半期連結会計期間の業績は増収増益となっております。セオリー事業は日米で既存店売上高が増収となり回復基調に転じております。また日本のセオリー事業では円高によるコスト低減メリットによる採算改善により営業利益は大幅な増益となっております。

す。コントロー・デ・コトニエ事業、プリンセスタム・タム事業は計画通りの業績が推移しております。

以上の結果、当第3四半期連結会計期間の売上高は1,880億円（前年同期比4.7%増）、営業利益236億円（同13.6%減）、経常利益224億円（同20.8%減）、四半期純利益118億円（同16.3%減）の増収減益となりました。

（2）財政状態の分析

当第3四半期連結会計期間末における総資産は5,099億円となり、前連結会計年度末に比べ466億円の増加となりました。これは、売上増による営業キャッシュフローの増加により現金及び預金が227億円増加したこと、並びに受取手形及び売掛金が145億円、有価証券が153億円増加したことが主な要因となっています。

負債は1,949億円となり、前連結会計年度末に比べ68億円の減少となりました。これは主として、借入金71億円減少したことによるものです。

純資産は3,149億円となり、前連結会計年度末に比べ535億円の増加となりました。これは主として、利益剰余金が468億円増加したことによるものです。

（3）キャッシュ・フローの状況

キャッシュ・フローの状況につきましては、当第3四半期連結会計期間末における現金及び現金同等物（以下、「資金」といいます）は、第2四半期連結会計期間末に比べ、697億円減少し、2,067億円となりました。

営業活動によるキャッシュフローは、514億円の使用（前年同期は172億円の使用）となりました。これは主として、税金等調整前四半期純利益218億円、仕入債務の減少額432億円、法人税等の支払額225億円によるものです。

投資活動によるキャッシュフローは、65億円の使用（前年同期は198億円の使用）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61億円によるものです。

財務活動によるキャッシュフローは、118億円の使用（前年同期は73億円の使用）となりました。これは主として、配当金の支払額116億円によるものです。

（4）事業上及び財務上の対処すべき課題

当第3四半期連結会計期間において、当社グループが対処すべき課題について重要な変更はありません。

（5）研究開発活動

該当事項はありません。