

**2006年2月中間期 決算サマリー**

**連結業績**

(単位：億円)

(億円)	2005年2月	2006年2月中間期		2005年8月期	2006年8月期	
	中間期実績	実績	前期比	通期 実績	通期 新予想	前年比
<b>売上高</b> (売上比)	2,018 100.0%	<b>2,386</b> 100.0%	+18.2%	3,839 100.0%	<b>4,449</b> 100.0%	+ 15.9%
<b>売上総利益</b> (売上比)	898 44.5%	<b>1,124</b> 47.1%	+25.1%	1,702 44.3%	<b>2,087</b> 46.9%	+ 22.6%
<b>販管費</b> (売上比)	545 27.0%	<b>669</b> 28.0%	+22.7%	1,135 29.6%	<b>1,383</b> 31.1%	+ 21.8%
<b>営業利益</b> (売上比)	353 17.5%	<b>455</b> 19.1%	+28.7%	566 14.7%	<b>702</b> 15.8%	+ 24.0%
<b>経常利益</b> (売上比)	362 18.0%	<b>471</b> 19.8%	+30.2%	586 15.2%	<b>723</b> 16.3%	+ 23.4%
<b>当期利益</b> (売上比)	213 10.6%	<b>265</b> 11.1%	+24.3%	338 8.8%	<b>400</b> 9.0%	+ 18.0%

**【サマリー】2006年2月中間期の経常利益は前年同期比30.2%増の大幅増益を達成**

2006年2月中間期(2005年9月～2006年2月)の売上高は2,386億円(前年同期比18.2%増)、経常利益は471億円(同30.2%増)、当期純利益は265億円(同24.3%増)となりました。主力の国内ユニクロ事業が売上、利益ともに好調だったこと、ネルソンフィナンス社などのグループ会社の拡大により、大幅な増収、増益を達成することができました。

国内ユニクロ事業は既存店売上高が前年比0.5%と前年を上回ることができ、また順調な新店数の増加、売場面積500坪の大型店などの新店好調により7.4%の増収となりました。また、売上高総利益率を前年中間期に比べて改善させることができ、経費も広告宣伝費・人件費を中心にコントロールし、利益率を大幅に改善させることができました。新規連結子会社では、フランスで「コントワー・デ・コトニエ」ブランドを展開するネルソンフィナンス社の業績が好調だった他、2005年秋に進出した韓国、香港の海外ユニクロ事業子会社の業績が好調で、連結利益の押し上げ要因となっています。

2006年8月通期の業績予想は、中間期業績が期初計画を若干上回ったことから増額修正しております。売上高は期初計画の4,350億円を4,449億円(前年同期比15.9%増)に、経常利益は690億円を723億円(同23.4%増)に、当期純利益は379億円を400億円(同18.0%増)に修正いたしました。なお、当期の1株当たり配当金につきましては、中間配当金65円、年間配当金130円を予定しております。

**売上高**

連結売上高の約90%を占める国内ユニクロ事業の売上高は7.4%増収となりました。増収の要因としては、

ユニクロ直営店(除く小型専門店)が前年同期比24店舗増加したこと(期末直営店：677店舗、含むフランチャイズ店：696店舗) 既存店売上高が前年比+0.5%とプラスになったこと、銀座店など売場面積500坪の大型店を中心とする新店の売上が順調に推移したことによるものです。11月以降の気温の低下に伴い、ニット、アウターなど防寒物を中心とする冬物商品が好調に推移いたしました。客単価は、消費税総額表示の影響の一巡、厳冬で防寒衣料の販売が好調だったこと、カシミアやヒートテックインナー、こだわり感のあるメンズの新しいジーンズなど比較的単価の高い商品が売れたことなどにより前年比2.0%増となりました。

中間期には新規連結子会社として、ワンゾーン、ネルソンフィナンス社に続いて、海外でユニクロを展開する米国、韓国、香港子会社などが加ったことから、売上高の伸び率は18.2%増となりました。

### 売上高総利益率

売上高総利益率は47.1%と前年同期比2.6ポイントの改善となっております。これは、主に国内ユニクロ事業の売上高総利益率が同2.0ポイント改善して46.5%となったこと、売上高総利益率の高いネルソン フィナンス社が連結されたことの影響です。国内ユニクロ事業では、需要動向を見極めてよりの確な商品発注を実施したことや年末商戦が好調だったことなどにより、値引きロスを縮小させることができました。

### 売上高販管費比率

売上高販管費比率は28.0%と前年同期比1.0ポイント悪化しています。これは主に連結対象子会社が増加した影響によるものです。国内ユニクロ事業では、店舗数増加に伴う経費増がありましたが、広告宣伝費や人件費をコントロールした結果、売上高販管費比率は0.7ポイント改善しております。

### バランスシート

2006年2月中間期末の現預金及び有価証券の合計額は1,562億円と8月末比で352億円増加しております。これはおもに営業キャッシュ・フローによるものです。たな卸資産が、8月末比13億円増加しておりますが、これは新規連結対象会社の増加とワンゾーンの在庫増加によるものです。ワンゾーンの8月末の在庫はセールにより不良在庫を一掃したため低い水準にとどまっておりますが、2月末は適正な水準となっております。国内ユニクロ事業の在庫は冬物の売上が好調だったことから減少しております。無形固定資産は、8月末比68億円増加しております。このうち52億円はフランスで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 ヴィクル社取得に伴い発生した営業権を計上したことによるものです。有利子負債は、70億円増加しております。これはプティ ヴィクル社買収のためのユーロ建て長期借入金の増加によるものです。

### 海外ユニクロ事業

2006年秋に進出したしました米国事業につきましては、売上・利益ともに計画を下回る結果となっております。2006年秋にはニューヨーク、ソーホーに1,000坪規模の旗艦店出店し、米国市場におけるブランド認知度を高める予定です。通期の業績予想は、旗艦店出店コスト含み10億円の赤字に修正いたしました。また、2005年秋に進出したしました韓国・香港事業の中間期の業績は売上高・利益ともに計画を上回り、通期では黒字を見込んでおります。韓国・香港事業は今後のユニクロの海外オペレーションの成功例となると考えております。

### グループ事業

この他のグループ事業では、2005年3月に買収したワンゾーン、2005年5月に経営権を取得したネルソン フィナンス社が新規に中間期の連結業績に寄与しています。

ワンゾーン中間期の業績は売上高が計画を若干下回り、経常赤字となりました。ただ、中間期に約200店舗を「フットパーク」へ改装、3月には3店舗の新規出店を行うなどの営業改革を進めており、下期から増収に転じる見込みです。ワンゾーンの通期の業績は売上高240億円、経常利益0.3億円を予想しています。

ネルソン フィナンス社の中間期の業績は、秋冬コレクションが成功したこと、納品のしくみを改善して販売機会ロスが軽減されたことなどにより、前期比で約4割の増収となり、利益率も改善いたしました。通期はフランス事業の持株会社であるFRフランスの業績予想(売上高184億円、経常利益36億円)にネルソン フィナンス社と、2006年2月に買収を終了したプティ ヴィクル社の業績予想が含まれております。なお、持分法適用関連会社である、リンク・セオリー・ホールディングズの「持分法による投資利益」は中間期では3.0億円を計上し、通期では6.4億円を見込んでおります。

### 2006年8月期の通期業績予想

2006年8月通期の業績予想は、中間期の実績が期初計画を若干上回ったことから増額修正しております。売上高は期初計画の4,350億円を4,449億円(前年同期比15.9%増)に、経常利益は690億円を723億円(同23.4%増)に、当期純利益は379億円を400億円(同18.0%増)に修正しております。

尚、下期の国内ユニクロ事業予想については、既存店売上高は前年同期比横ばい、直営店の出店35店舗、閉店15店舗(直営店期末店舗数:697店舗、含むフランチャイズ店716店舗)、売上高総利益率46.0%(前年同期比+1.5ポイント)としております。

なお、当期の1株当たり配当金につきましては、中間配当金65円、年間配当金130円を予定しております(連結配当性向33.1%)。

(注)IR情報 <http://www.fastretailing.co.jp/ir/> に決算データや各種リリースなどを開示しております。詳細についてはこちらをご確認ください。