

第2【事業の状況】

1【業績等の概要】

(1) 業績

当連結会計年度におけるわが国の経済は、原油高や米国経済の動向への懸念を残すものの、企業業績の好転に伴う雇用改善や設備投資の増加傾向は続き、その効果が緩やかながらもようやく家計セクターに波及してまいりました。一方、当社グループの属するアパレル小売業界におきましては、国内外の同業他社との競争環境の激化や、天候不順の影響などもあり、依然として厳しい状況が続いております。

国内ユニクロ事業におきましては、店舗面積1000坪級の神戸ハーバーランド店（平成19年3月開店）や世田谷千歳台店（平成19年5月開店）を始め、ユニクロの魅力を最大限に発揮するための大型店21店舗をオープンいたしました。また、平成19年4月に、ユニクロ原宿店を改装し、新たにTシャツ専門店『UT STORE HARA JUKU.』をオープンしました。同店のコンセプトは、「Tシャツの未来のコンビニエンスストア」であり、Tシャツの情報発信基地として、お客様からご好評をいただいております。

国内ユニクロ事業の業績につきましては、シーズン毎のキャンペーン商品の販促が奏功したことに加え、スキニージーンズなどのボトムスが好調に推移したことによる客単価の上昇により、既存店の売上高は増加しました。直営店舗数も27店舗の純増となったことから、全体としても増収となりました。しかしながら、天候要因などによる在庫処分に伴う上期における粗利益率の低下、また、事業成長のための新卒採用の拡大等による人件費増に加え、ブランディングの強化のための広告宣伝・販促費等のコスト増により減益となりました。

海外ユニクロ事業におきましては、平成18年11月にニューヨークのソーホー地区に売場面積約1000坪のグローバル旗艦店を、また、同年12月には上海・浦東（プートン）地区にもアジア最大規模の旗艦店をオープンしました。いずれもユニクロにおける最高水準の商品・売場・サービスを提供する旗艦店として売上は好調に推移しており、ユニクロの認知度とブランド力のアップに大きく貢献しております。地域別では、中国、香港、韓国の業績はきわめて順調で、それぞれの地域において売上をほぼ倍増させることができ、利益面でも黒字化を達成しております。英国、米国は、旗艦店出店に伴うコスト増により収益面では赤字が続いているものの、売上は順調に伸びております。海外ユニクロ事業全体では、大幅な増収を達成しており、赤字幅も縮小しております。

国内の衣料品関連事業におきましては、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）」での店舗展開を開始しました。同社は、創業赤字の状態ではあるものの、平成19年8月末現在で50店舗をオープンし、事業基盤の早期構築に努めております。婦人服専門店チェーンを展開する株式会社キャビン（東証1部上場）は、夏物商戦が振るわず若干の営業赤字となっております。また、同社を完全子会社化することを目的とした友好的な公開買付けを実施し、議決権の所有割合を51.7%から96.9%といたしました。靴事業を営む株式会社ワンゾーンは、業界を取り巻く厳しい経営環境の中、継続的に事業構造改革に取り組んでおります。また、平成18年11月に、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、持分法適用の関連会社といたしました。

海外の衣料品関連事業では、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 ネルソン社と、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 ヴィクトル社を傘下にもつエファール・フランス社の業績が、引き続き好調に推移しており、欧州におけるグループの事業基盤拡充に大きく貢献しております。

以上の結果、当連結会計年度におきましては、連結売上高5,252億円（前年同期比17.0%増）、営業利益649億6千万円（同7.7%減）、経常利益646億円（同11.7%減）、当期純利益317億7千万円（同21.4%減）と増収減益となりました。

(2) キャッシュ・フローの状況

当連結会計年度における現金及び現金同等物（以下、「資金」と言います）は、前連結会計年度に比べ、221億8千万円減少し、1,192億円1千万円となりました。

（営業活動によるキャッシュ・フロー）

営業活動による収入は、前連結会計年度と比べ386億3千万円減少し、188億4千万円（前年同期比67.2%減）となりました。これは主として、税金等調整前当期純利益627億1千万円、法人税等の支払額559億9千万円、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、前連結会計年度と比べ131億2千万円減少し、287億8千万円（前年同期比31.3%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144億2千万円、関係会社への出資による支出154億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、前連結会計年度と比べ146億9千万円増加し、127億5千万円となりました。これは主として、配当金の支払額137億4千万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	当連結会計年度 (自 平成18年 9月 1日 至 平成19年 8月 31日)		
	売上高(百万円)	前年同期比(%)	構成比(%)
メンズ	149,094	95.9	28.4
ウィメンズ	135,341	111.0	25.8
キッズ・ベビー	24,014	104.7	4.6
インナー	88,515	133.4	16.9
グッズ・その他	20,394	105.9	3.9
国内ユニクロ商品売上計	417,359	108.1	79.5
F C関連収入・補正費売上高	7,342	96.4	1.4
国内ユニクロ事業合計	424,701	107.9	80.9
海外ユニクロ事業	16,998	194.5	3.2
ユニクロ事業合計	441,699	109.8	84.1
キャビン事業	21,770	—	4.1
ワンゾーン事業	20,047	93.4	3.8
C D C事業	24,267	140.3	4.6
P V事業	12,471	228.6	2.4
その他衣料品関連事業	4,269	261.2	0.8
その他事業	678	109.0	0.1
合計	525,203	117.0	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 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。なお、キャビン事業は当連結会計年度より損益計算書を連結しておりますので、「前年同期比」の計算は省略しております。

4 ワンゾーン事業とは、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、「前年同期比」は平成18年1月1日～平成18年6月30日(6ヶ月)の売上高を基準にしております。

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		当連結会計年度 (自 平成18年9月1日 至 平成19年8月31日)			
		売上高(百万円)	前年同期比(%)	構成比(%)	期末店舗数(店)
国内ユニクロ 店舗商品売上高	北海道	14,689	107.0	2.8	29
	青森県	3,397	105.3	0.6	8
	岩手県	3,166	103.8	0.6	7
	宮城県	7,002	105.9	1.3	13
	秋田県	2,548	104.8	0.5	6
	山形県	3,415	104.9	0.7	8
	福島県	5,350	102.0	1.0	10
	茨城県	9,209	105.8	1.8	16
	栃木県	6,628	104.5	1.3	13
	群馬県	7,172	101.3	1.4	14
	千葉県	20,881	106.9	4.0	41
	埼玉県	20,918	106.5	4.0	38
	東京都	61,231	107.1	11.7	89
	神奈川県	35,024	110.4	6.7	62
	新潟県	7,176	111.7	1.4	11
	富山県	3,222	105.1	0.6	6
	石川県	3,077	110.0	0.6	6
	福井県	2,558	105.6	0.5	5
	山梨県	2,767	103.3	0.5	4
	長野県	6,709	111.5	1.3	11
	静岡県	12,541	114.1	2.4	20
	岐阜県	5,574	111.5	1.1	10
	愛知県	22,396	108.5	4.3	37
	三重県	5,321	113.8	1.0	9
	奈良県	4,145	99.8	0.8	8
	和歌山県	933	103.8	0.2	2
	滋賀県	3,583	120.7	0.7	6
	京都府	9,282	106.9	1.8	16
	大阪府	32,564	111.1	6.2	61
	兵庫県	18,995	107.2	3.6	35
	鳥取県	1,857	108.7	0.4	3
	島根県	332	98.3	0.1	1
	岡山県	4,450	138.7	0.8	8
	広島県	8,637	105.2	1.6	16
	山口県	2,632	104.3	0.5	6
	徳島県	2,192	100.2	0.4	4
	香川県	2,591	112.5	0.5	5
	愛媛県	3,176	99.7	0.6	7
	高知県	2,140	98.5	0.4	4
	福岡県	12,596	104.3	2.4	22
	大分県	3,404	110.3	0.6	8
	佐賀県	2,155	102.9	0.4	5
	長崎県	3,345	101.6	0.6	8

地域別		当連結会計年度 (自 平成18年9月1日 至 平成19年8月31日)			
		売上高(百万円)	前年同期比(%)	構成比(%)	期末店舗数(店)
国内ユニクロ 店舗商品売上高	宮崎県	2,829	116.7	0.5	8
	熊本県	4,606	103.7	0.9	10
	鹿児島県	3,883	102.4	0.7	9
	沖縄県	2,479	102.1	0.5	5
国内ユニクロ店舗計		404,798	107.7	77.1	730
通販		12,560	121.9	2.4	—
F C商品供給高		5,084	95.2	1.0	18
経営管理料		1,476	97.8	0.3	—
補正費売上高		780	101.9	0.1	—
国内ユニクロ事業計		424,701	107.9	80.9	748
英国		3,831	141.6	0.7	11
中国		2,649	172.4	0.5	9
米国		3,441	431.9	0.7	1
香港		2,736	228.0	0.5	4
韓国		4,338	173.6	0.8	14
海外ユニクロ事業計		16,998	194.5	3.2	39
ユニクロ事業合計		441,699	109.8	84.1	787
キャビン事業		21,770	—	4.1	211
ワンゾーン事業		20,047	93.4	3.8	332
C D C事業		24,267	140.3	4.6	305
P V事業		12,471	228.6	2.4	131
その他衣料品関連事業		4,269	261.2	0.8	62
その他事業		678	109.0	0.1	1
合計		525,203	117.0	100.0	1,829

(注) 1 F C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があります。

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。なお、キャビン事業は当連結会計年度より損益計算書を連結しておりますので、「前年同期比」の計算は省略しております。

4 ワンゾーン事業とは、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、「前年同期比」は平成18年1月1日～平成18年6月30日(6ヶ月)の売上高を基準にしております。

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		当連結会計年度 (自 平成18年9月1日 至 平成19年8月31日)	前年同期比(%)
売上高		421,773百万円	109.7
1㎡当たり売上高	売場面積(平均)	459,618㎡	105.9
	1㎡当たり期間売上高	917千円	103.6
1人当たり売上高	従業員数(平均)	15,466人	116.4
	1人当たり期間売上高	27,269千円	94.2

(注) 1 国内・海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、営業店の稼動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、委託社員及び受入出向社員を含み、役員(執行役員を除く)を除いております。なお、パート社員、アルバイト社員は期中加重平均(1日8時間換算)で算出しております。

5 上記金額には、消費税等は含まれておりません。

(4) 仕入実績

商品部門別	当連結会計年度 (自 平成18年9月1日 至 平成19年8月31日)		
	仕入高(百万円)	前年同期比(%)	構成比(%)
メンズ	85,652	97.5	29.9
ウイメンズ	83,960	122.5	29.3
キッズ・ベビー	13,978	110.5	4.9
インナー	47,014	137.8	16.4
グッズ・その他	11,383	106.7	4.0
国内ユニクロ事業合計	241,989	113.2	84.4
海外ユニクロ事業	7,321	147.8	2.6
ユニクロ事業合計	249,310	114.0	87.0
キャビン事業	10,467	—	3.7
ワンゾーン事業	11,710	84.1	4.1
CDC事業	7,288	116.6	2.5
PV事業	4,584	216.2	1.6
その他衣料品関連事業	3,351	506.0	1.2
合計	286,713	118.6	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。なお、キャビン事業は当連結会計年度より損益計算書を連結しておりますので、「前年同期比」の計算は省略しております。
- 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・海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、「前年同期比」は平成18年1月1日～平成18年6月30日(6ヶ月)の仕入高を基準にしております。
- 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】

- ・ 国内関連事業の再建

株式会社キャビン、株式会社ワンズーン、株式会社ジーユーにつきまして、早期の再建が重要な経営課題と認識しております。ユニクロの事業インフラと事業展開方法を共有することで、早期の収益改善を目指してまいります。

- ・ M&A戦略の推進

当社グループのブランド・事業ポートフォリオの拡充、グループ全体の成長に資するプラットフォームの獲得ならびにグローバル化推進のため、M&Aの実施が必須と考えております。

これにより、ノウハウ・情報・人材の相互交流による業務プロセスの強化及び事業インフラのシェアリングが実現できると考えております。

4【事業等のリスク】

当社及び当社グループの事業に関連するリスク要因で、投資者の判断に重要な影響を及ぼす可能性のある主な事項を、以下に記載しております。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識した上で、発生の前回避や管理の徹底を図るとともに、発生時の適切な対応に努めてまいります。

なお、記載された事項で、将来に関するものは、有価証券報告書提出日現在（平成19年11月26日）、入手可能な情報に基づく当社の経営判断や予測によるものです。

(1) 経営戦略遂行上の（Specific）リスク

当社グループの経営戦略上の固有リスクとして、以下を認識しております。

① 企業買収リスク

当社グループは、M&Aによる事業の拡大を経営戦略のひとつとしております。対象企業や対象事業とのシナジー効果を追求し、事業ポートフォリオの最適化を図ることにより、グループ事業価値の最大化を目指してまいります。期待した収益や効果が得られないことにより、業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

② 経営人材リスク

当社代表取締役会長兼社長柳井正をはじめとするグループ企業経営陣は、各担当業務分野において、重要な役割を果たしております。これら役員が業務執行できなくなった場合、当社の業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

③ 競合リスク

当社グループは、いずれの事業におきましても、一般消費者を顧客としていることから、常に顧客の、商品やサービス、価格に対する厳しい選別にさらされていること、並びに、国内の競合企業との厳しい競争状態にあることから、事業競争力が相対的に低下した場合、業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

④ 生産の特定地域への依存リスク

グループの中核であるユニクロ事業で販売する商品の大半は、主として中国を始めとするアジア各国での生産及び輸入によるものです。このため、中国など生産国の政治・経済情勢、法制度に著しい変動があった場合や、大規模な自然災害の発生などにより、商品供給体制に影響を及ぼす可能性があります。

⑤ 海外ユニクロ事業リスク

当社グループは、M&Aにより事業拡大を図るとともに、ユニクロ事業の海外展開（英国、中国、米国、韓国、香港、フランス）を積極的に進めております。現時点では、ユニクロ海外事業の連結売上高に締める割合は比較的小さいものとなっておりますが、今後、各国で旗艦店の出店や多店舗展開を進めていくことや、他の地域でユニクロ事業を立ち上げていく中で、海外ユニクロ事業のグループに占める売上高比率は高まっていくものと思われます。その中で、各国の市場ニーズや商品トレンドの変化などの不確実性や、景気変動、政治的・社会的混乱、法規制等の変更などが、業績に悪影響を及ぼす可能性があります。

⑥ 為替リスク

グループの中核事業であるユニクロ事業の商品輸入の大半が、米ドル建となっております。当面3年程度の輸入相当分につきましては、為替先物予約契約を締結し、輸入為替レートの平準化を図ることにより、仕入コストの安定化を図っておりますが、将来的に円安ドル高へ為替が大幅に変動し、その状況が長期化した場合、当社業績に悪影響を与える可能性があります。

(2) 一般（General）事業リスク

当社グループの経営並びに事業運営上、①製造物責任リスク、②個人情報漏洩リスク、③天候リスク、④災害リスク、⑤係争・訴訟リスク及び⑥経済環境・消費動向の変化のリスクを認識しております。

5【経営上の重要な契約等】

特記すべき事項はありません。

6【研究開発活動】

特記すべき事項はありません。

7【財政状態及び経営成績の分析】

(1) 重要な会計方針及び見積り

当社グループの連結財務諸表は、わが国において一般に公正妥当と認められている会計基準に基づき作成されております。この連結財務諸表の作成にあたり、見積りが必要な事項につきましては、一定の会計基準の範囲内にて合理的な基準に基づき、会計上の見積りを行っております。

詳細につきましては、「第1部 企業情報 第5 経理の状況 1. 連結財務諸表等 連結財務諸表作成のための基本となる重要事項」に記載しております。

(2) 当連結会計年度の経営成績の分析

① 概要

当連結会計年度の業績は、国内ユニクロ事業が増収となったことに加え、当連結会計年度から国内の衣料品関連事業2社を新規に連結したこと及び海外の衣料品関連事業の増収等により、グループ全体として増収となりました。利益面におきましては、国内ユニクロ事業の粗利益率の低下、経費の増加が影響し、営業利益及び経常利益は前連結会計年度を下回る結果となりました。

② 売上高及び売上総利益

売上高は、前連結会計年度に比べて763億8千万円増加し、5,252億円となりました。売上高の内訳の詳細については、「1 業績等の概要 (1)業績」と「2 販売及び仕入の状況」をご参照ください。

売上高が増加した主な要因は、国内ユニクロ事業において、客単価の上昇等による既存店売上の増加したこと、直営店舗数が前年比27店舗の純増となったこと、当連結会計年度から株式会社キャビン及び株式会社ジーユーが新たに連結子会社として加わったこと、欧州において事業を行なっているクリエーション ネルソン社、プティ ヴィクル社の増収によるものです。

売上総利益は、前連結会計年度に比べて359億7千万円増加し、2,483億9千万円となり、売上に対する比率は前年と同じ47.3%となりました。主な要因は、国内ユニクロ事業において前期比1.1%低下いたしました。欧州において事業を行なっているクリエーション ネルソン社、プティ ヴィクル社などの、売上高総利益率の比較的高い連結子会社が寄与したことによるものです。

③ 販売費及び一般管理費及び営業利益

販売費及び一般管理費は、前連結会計年度に比べて413億6千万円増加し、1,834億3千万円となり、売上高に対する比率は31.7%から34.9%に上昇しました。主な要因は、国内ユニクロ事業における事業成長のための新卒採用の拡大等による人件費の増加やブランディングの強化のための広告宣伝・販促費等が増加したこと、新規連結子会社による増加及びキャビン株式の追加取得により発生したのれん償却額が増加したことによるものです。

この結果、営業利益は前連結会計年度に比べて53億9千万円減少し、649億6千万円となり、売上に対する比率は前連結会計年度の15.7%から12.4%に低下いたしました。

④ 営業外損益及び経常利益

営業外収益は、前連結会計年度に比べて0.7千万円増加し、42億6千万円となりました。一方、営業外費用は、前連結会計年度に比べて31億4千万円増加し、46億2千万円となりました。主な要因は、関連会社である株式会社リンク・セオリー・ホールディングスの子会社の減損損失の計上等による、持分法による投資損失を20億7千万円を計上したことによるものです。

この結果、経常利益は前連結会計年度に比べて85億3千万円減少し、646億円となり、売上高に対する比率は前連結会計年度の16.3%から12.3%に低下いたしました。

⑤ 特別損益及び当期純利益

特別利益は、前連結会計年度に比べて6億円増加し、19億円となりました。主な要因は、株式会社キャビンで発生した固定資産売却益によるものです。一方、特別損失は、前連結会計年度に比べて21億円増加し、37億9千万円となりました。主な要因は、株式会社キャビンの店舗資産の減損損失及びビューカンパニー株式の時価下落に伴い発生したのれんの減損損失を計上したことによるものです。

この結果、税金等調整前当期純利益は前連結会計年度に比べて100億3千万円減少し、627億1千万円となりました。当期純利益は前連結会計年度に比べて86億6千万円減少し、317億7千万円となり、1株当たり当期純利益は前連結会計年度に比べて85円40銭減少し、311円98銭となりました。

(3) 資本の財源及び資金の流動性についての分析

① 資産

資産は、前連結会計年度末に比べて198億8千万円減少し、3,597億7千万円となりました。これは主として、現金及び預金の減少578億5千万円、たな卸資産の増加123億1千万円、有形固定資産の増加74億4千万円等によるものです。

② 負債

負債は、前連結会計年度末に比べて226億8千万円減少し、1,164億8千万円となりました。これは主として、未払法人税等の減少159億4千万円等によるものです。

③ 純資産

純資産は、前連結会計年度末に比べて28億円増加し、2,432億8千万円となりました。これは主として、当期純利益317億7千万円、繰延ヘッジ利益の減少59億9千万円及び少数株主持分の減少91億1千万円等によるものです。この結果、自己資本比率は前連結会計年度の60.1%から66.7%と上昇しました。

④ 資金の状況

当社グループの資金の状況につきましては、「1. 業績等の概要 (2) キャッシュ・フローの状況」に記載しております。