

2015年8月期 上期決算サマリー

連結業績

(億円)

	2014年8月期		2015年8月期			
	上期実績	通期実績	上期実績	(前年同期比)	通期予想	(前期比)
売上収益	7,643	13,829	9,496	(+24.2%)	16,500	(+19.3%)
売上総利益	3,774	6,997	4,795	(+27.0%)	-	-
(売上比)	49.4%	50.6%	50.5%	(+1.1p)	-	-
販管費	2,725	5,491	3,363	(+23.4%)	-	-
(売上比)	35.7%	39.7%	35.4%	(▲0.3p)	-	-
営業利益	1,070	1,304	1,500	(+40.2%)	2,000	(+53.4%)
(売上比)	14.0%	9.4%	15.8%	(+1.8p)	12.1%	(+2.7p)
税引前四半期利益	1,105	1,354	1,636	(+48.0%)	2,115	(+56.1%)
(売上比)	14.5%	9.8%	17.2%	(+2.7p)	12.8%	(+3.0p)
親会社の所有者に 帰属する当期利益	670	745	1,047	(+56.2%)	1,200	(+61.0%)
(売上比)	8.8%	5.4%	11.0%	(+2.2p)	7.3%	(+1.9p)

グループ事業別業績

(億円)

		2014年8月期		2015年8月期	
		上期実績	通期実績	上期実績	(前年同期比)
国内ユニクロ事業	売上収益	4,055	7,156	4,545	(+12.1%)
	営業利益	717	1,063	894	(+24.7%)
	(売上比)	17.7%	14.9%	19.7%	(+2.0p)
海外ユニクロ事業	売上収益	2,320	4,136	3,455	(+48.9%)
	営業利益	262	329	428	(+63.2%)
	(売上比)	11.3%	8.0%	12.4%	(+1.1p)
グローバル ブランド事業	売上収益	1,253	2,512	1,482	(+18.3%)
	営業利益	95	▲41	117	(+23.4%)
	(売上比)	7.6%	-	7.9%	(+0.3p)

【決算ハイライト】2015年8月期上期は増収増益を達成

■2015年8月期の連結業績実績：全てのセグメントで増収増益

売上収益が9,496億円、前年同期比24.2%増、営業利益が1,500億円、同40.2%増と、増収増益になりました。全てのセグメントで増収増益を達成しており、特に、海外ユニクロ事業が大幅な増収増益となっております。なお、営業利益の増益幅に比べ、税引前四半期利益、および親会社の所有者に帰属する四半期利益の増益幅が大きい理由は、2月期末の為替レートが期首に比べ、円安となったことから、外貨建て資産などの評価額が増え、金融損益135億円計上したことによります。

■国内ユニクロ事業：増収、粗利率改善による計画を上回る増益

ヒートテック、ウルトラライトダウン、スウェットといった冬物コア商品の販売が好調だったことにより、既存店売上高は同8.4%増と好調に推移しました。好調な販売を反映し、値下げロスが減少したことから、売上総利益率が前年比で改善し、営業利益は計画を上回る増益となりました。

■海外ユニクロ事業：大幅な増収増益、グレーターチャイナ、韓国の好調が続く

計画を上回る大幅な増収増益を達成しました。為替の影響を除いた現地通貨ベースでも、計画を上回る増収増益となっております。特に、グレーターチャイナ(中国・香港・台湾)、韓国が計画を上回る大幅な増収増益を達成しました。

■グローバルブランド事業：計画通りの増収増益、ジーユーが好調

計画通りの増収増益を達成しました。特にジーユー事業が好調で、計画を上回る増収増益を達成いたしました。スカート、ニット、冬物アウターといったキャンペーン商品の販売が好調だったこと、ジーユーベーシックといった新しいカテゴリーの商品も順調に推移し、既存店売上高は増収となっております。

■2015年8月期の連結業績予想：

通期の売上高は1兆6,500億円、前期比19.3%増、営業利益は2,000億円、同53.4%増、税引前利益は2,115億円、同56.1%増、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,200億円、同61.0%増、EPSは1,177.41円を見込んでいます。1株当たり年間配当金は、中間配当金175円を含み350円、前期比50円の増配を予想しております。

業績概要

■国内ユニクロ事業：既存店増収、粗利率改善により、計画を上回る増益

国内ユニクロ事業の上期の売上収益は4,545億円(前年同期比12.1%増)、営業利益は894億円(同24.7%増)と、計画を上回る増収増益を達成いたしました。上期の既存店売上高は同8.4%増と好調に推移しました。また、売上総利益率が同1.8ポイント改善したこと、売上販管費比率が同0.4ポイント改善したことから、営業利益は大幅な増益となりました。既存店売上高が増収となったのは、ヒートテック、ウルトラライトダウン、スウェットといった冬物コア商品の販売が好調だったこと、単価が比較的高いウールアウターやジーンズの販売好調によります。好調な販売を反映し、値下げロスが減少したことから、売上高総利益率は前年比で改善いたしました。

2月期末の国内ユニクロの直営店舗数はスクラップ&ビルドを進めた結果、814店舗(フランチャイズ店28店舗除く)と、前年同期末比18店舗減少しております。ただし、このうち9店舗は直営店からフランチャイズ店に転換したものです。2014年10月にはグローバル繁盛店の吉祥寺店とグローバル旗艦店のUNIQLO OSAKA、また、2015年3月には売場面積1,000坪を超える超大型店の札幌エスタ店をオープンし、地域に根ざしたマーケティングを強化、実施することで、地域密着型の店舗としてオープン時から継続して盛り上がりを見せております。

■海外ユニクロ事業：大幅な増収増益、グレーターチャイナ、韓国の好調が続く

海外ユニクロ事業の上期の売上収益は3,455億円(同48.9%増)、営業利益は428億円(同63.2%増)と、計画を上回る大幅な増収増益になりました。為替の影響を除いた現地通貨ベースでも、計画を上回る増収増益となっております。海外ユニクロ事業全体の2月期末の店舗数は716店舗、前年同期末比182店舗増となりました。

エリア別の業績動向としては、グレーターチャイナ(中国・香港・台湾)、韓国が計画を上回る大幅な増収増益を達成しております。東南アジア地区(シンガポール・マレーシア・タイ・フィリピン・インドネシア)、欧州(英国・フランス・ロシア・ドイツ)はほぼ計画通りの増収増益を達成いたしました。オーストラリアは、初の春夏商売により販売が苦戦、赤字となっております。米国では2月末の店舗数が前年同期末比22店舗増の39店舗と出店ペースを加速したこと、秋冬販売の下振れによる粗利益率低下により、業績は計画を下回り、赤字幅が拡大いたしました。

■グローバルブランド事業：計画通りの増収増益、ジーユーが好調

グローバルブランド事業の上期の売上収益は1,482億円(同18.3%増)、営業利益は117億円(同23.4%増)と、計画通りの増収増益になりました。ジーユー事業については、計画を上回る増収増益を達成いたしました。スカート、ニット、冬物アウターといったキャンペーン商品の販売が好調だったこと、ジーユーベシックといった新しいカテゴリーの商品も順調に推移したことから、既存店売上高は増収となっております。セオリー事業とコントワー・デ・コトニエ事業は上期では計画を下回り、若干の減益、プリンセス タム・タム事業は計画通り前年並みの業績となっております。J Brand事業は計画を下回り、赤字幅が若干拡大しております。

■2015年8月期の業績予想：

2015年8月期の連結業績予想は、売上高1兆6,500億円、前期比19.3%増、営業利益2,000億円、同53.4%増、税引前利益2,115億円、同56.1%増、親会社の所有者に帰属する当期利益1,200億円、同61.0%増、基本的1株当たり当期利益は1,177.41円を見込んでおります。

2015年8月期末の店舗数は国内ユニクロ事業で844店舗（フランチャイズ店含む）、前期末比8店舗減、海外ユニクロ事業で818店舗、同185店舗増、グローバルブランド事業で1,338店舗、同70店舗増、合計3,000店舗、同247店舗増を予想しております。

なお、通期の1株当たり年間配当金は、中間配当金175円を含み350円、前期比50円の増配を予想しております。

IR情報 <http://www.fastretailing.com/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。