

2016年8月期 第1四半期決算サマリー

連結業績

(億円)

	2015年8月期	2016年8月期			
	第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比	通期予想	前期比
売上収益	4,795	5,203	+8.5%	18,000	+7.0%
売上総利益 (売上比)	2,532 52.8%	2,662 51.2%	+5.1% (▲1.6p)	-	-
販管費 (売上比)	1,680 35.0%	1,906 36.6%	+13.5% (+1.6p)	-	-
営業利益 (売上比)	913 19.1%	759 14.6%	▲16.9% (▲4.5p)	1,800 10.0%	+9.4% (+0.2p)
税引前四半期利益 (売上比)	1,067 22.3%	776 14.9%	▲27.2% (▲7.4p)	1,800 10.0%	▲0.4% (▲0.7p)
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	688 14.4%	480 9.2%	▲30.2% (▲5.2p)	1,100 6.1%	▲0.0% (▲0.4p)

グループ事業別業績

(億円)

		2015年8月期	2016年8月期	
		1Q実績	1Q実績	前年同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	2,326	2,309	▲0.7%
	営業利益 (売上比)	511 22.0%	448 19.4%	▲12.4% (▲2.6p)
海外ユニクロ事業	売上収益	1,680	1,969	+17.2%
	営業利益 (売上比)	243 14.5%	208 10.6%	▲14.2% (▲3.9p)
グローバルブランド事業	売上収益	781	918	+17.4%
	営業利益 (売上比)	95 12.2%	124 13.5%	+29.7% (+1.3p)

【決算ハイライト】2016年8月期第1四半期は増収減益

■2016年8月期第1四半期の連結業績：グローバルブランド事業で増収増益

売上収益は5,203億円、前年同期比8.5%増、営業利益は759億円、同16.9%減と、増収減益となりました。セグメント別の業績としては、グローバルブランド事業では増収増益を達成いたしました。国内ユニクロ事業は減収減益、海外ユニクロ事業は増収減益の結果となりました。その他収益・費用、および金融損益で計上される為替差益の合計が、円安が大きく進んだ前年同期に比べて189億円減少したことにより、税引前四半期利益は同290億円の減益となっております。

■国内ユニクロ事業：暖冬による冬物実需商品の販売が苦戦、計画を下回り減益

9月、10月は、秋冬商品の出足が好調で、既存店売上高は増収となりましたが、11月の既存店売上高は、気温が例年に比べ極めて高く推移したことから、冬物実需商品の販売が苦戦し、大幅な減収となりました。収益面では、11月に値引き販売を強化したことにより、売上総利益率が低下、また、売上が計画未達となったことから対売上販管費比率が上昇したことにより、営業利益は同12.4%の減益となりました。

■海外ユニクロ事業：国内同様、世界的な暖冬の影響などにより、計画を下回り減益

世界的な暖冬の影響により、グレーターチャイナ(中国大陸・香港・台湾)、韓国、米国の既存店売上高が減収となったため、これらのエリアの業績は計画を下回り減益となりました。海外ユニクロ事業の11月期末の店舗数は864店舗(前年同期比169店舗増)となりました。2001年秋にロンドンに海外1号店を出店してから15年目のこの11月に、海外ユニクロの店舗数が国内ユニクロの店舗数を上回りました。

■グローバルブランド事業：計画を上回る増収増益、ジーユーが好調

ジーユー事業は、計画を上回る大幅な増収増益を達成したものの、セオリー事業は若干の減益、J Brand 事業は赤字幅が拡大いたしました。

■2016年8月期の連結業績予想：減額修正

連結業績は、売上収益1兆8,000億円、前期比7.0%増、営業利益1,800億円、同9.4%増、親会社の所有者に帰属する当期利益1,100億円、同0.0%減、基本的1株当たり当期利益は1,079.01円を予想しております。これは期初予想より売上収益で1,000億円、営業利益で200億円、親会社の所有者に帰属する当期利益で50億円の減額修正となっております。通期の1株当たり年間配当金は370円を予想しております。

業績概要

■国内ユニクロ事業：暖冬による冬物実需商品の販売が苦戦、計画を下回り減益

国内ユニクロ事業の2016年8月期の売上収益は2,309億円(同0.7%減)、営業利益は448億円(同12.4%減)と、計画を下回り減収減益となりました。減収となったのは、Eコマースの売上が同23.2%増収となったものの、既存店売上高が同2.3%減収となったことによります。9月、10月は、カシミアセーター、メリノセーター、ガウチョパンツ、ワイドパンツといった秋冬商品の出足が好調で、既存店売上高は増収となりましたが、11月の既存店売上高は、気温が例年に比べ極めて高く推移したことから、冬物実需商品の販売が苦戦し、大幅な減収となりました。収益面では、11月に値引き販売を強化したことにより、第1四半期の売上総利益率が低下、また、売上が計画未達となったことから対売上販管費比率が上昇したことにより、営業利益は同12.4%の減益となりました。なお、11月期末の国内ユニクロの直営店舗数は806店舗(フランチャイズ店38店舗除く)と、前年同期末比で18店舗の減少となっております。このうち、10店舗は直営店がフランチャイズ店に転換したものです。

■海外ユニクロ事業：国内同様、世界的な暖冬の影響などにより、計画を下回り減益

海外ユニクロ事業の第1四半期の売上収益は1,969億円(同17.2%増)、営業利益は208億円(同14.2%減)と、計画を下回り増収減益の結果となりました。世界的な暖冬の影響により、グレーターチャイナ(中国大陸・香港・台湾)、韓国、米国の既存店売上高が減収となったため、これらのエリアの業績は計画を下回り減益となりました。欧州は、計画を上回る増収増益を達成、東南アジア・オセアニア地区は計画通り前年並みの営業利益となりました。海外ユニクロ事業全体の店舗数は、グレーターチャイナ、東南アジアを中心に計画通り出店が進み、同期間で66店舗の純増、11月期末の店舗数は864店舗(前年同期末比169店舗増)となりました。2001年秋にロンドンに海外1号店を出店してから15年目のこの11月に、海外ユニクロの店舗数が国内ユニクロの店舗数を上回りました。なお、米国は赤字が継続しているものの、大都市への出店とEコマース拡大による事業計画のもと、10月にはシカゴに1,200坪の旗艦店を出店、また、ボストン市への出店により、ユニクロブランドの認知度を向上させております。欧州では10月にベルギー1号店をアントワープに出店、順調なスタートを切っております。

■グローバルブランド事業：計画を上回る増収増益、ジーユーが好調

グローバルブランド事業の同期間の売上収益は918億円(同17.4%増)、営業利益は124億円(同29.7%増)と、計画を上回る増収増益となりました。ジーユー事業は、計画を上回る大幅な増収増益を達成いたしました。ワイドパンツ、ボリュームセーター、ニットボトムスといったキャンペーン商品の販売が好調で、既存店売上高は2桁増収となっております。一方で、米国ラグジュアリー市場の不振の影響を受け、セオリー事業は若干の減益、J Brand 事業については赤字幅が拡大いたしました。また、11月にフランスで起きた同時多発テロで店舗を一時閉鎖するなどの影響を受け、コントワー・デ・コトニエ事業は若干の減益、プリンセス タム・タム事業は前年並みの赤字となりました。

■2016年8月期の業績予想：減額修正

連結業績は、売上収益1兆8,000億円、前期比7.0%増、営業利益1,800億円、同9.4%増、親会社の所有者に帰属する当期利益1,100億円、同0.0%減、基本的1株当たり当期利益は1,079.01円を予想しております。期初予想より売上収益で1,000億円、営業利益で200億円、親会社の所有者に帰属する当期利益で50億円の減額修正となっております。国内および海外ユニクロ事業の第1四半期の業績の下振れ、および第2四半期における国内および海外ユニクロ事業の粗利益率の悪化を想定しております。なお、予想には為替差損益を見込んでおりません。また、通期の1株当たり年間配当金は、中間配当金185円を含み370円と予想は変更しておりません。

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。