

2008年8月期第1四半期業績 及び業績見通し

吉高 信

株式会社ファーストリテイリング
執行役員 CFO

1

執行役員CFOの吉高です。

2008年8月期第1四半期業績、及び
業績見通しについてご説明をします。

I. 第1四半期決算概要	P3	~	P14
II. 2008年8月期業績予想	P15	~	P25
III. ご参考資料	P26	~	P28

【資料文中のグループ事業の表示について】

- ※ 各グループ事業の構成は、以下のとおりとなっております。
- 国内ユニクロ事業：株式会社ユニクロの数値が表示されています。
 - 海外ユニクロ事業：英国、米国、中国、香港、韓国、フランスにおけるユニクロ事業が含まれています。
 - 国内関連事業：国内を中心に展開しているアパレル小売事業(ユニクロ事業除く)を指します。ジーユー、ワンゾーン、キャビン、アスベジ・ジャパン、持分法適用関連会社であるビューカンパニーが含まれています。
 - グローバルブランド事業：グローバルに展開中、もしくは展開する可能性のあるブランド事業(ユニクロ事業除く)のことです。FRフランス(コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス・タム・タム事業など)、持分法適用関連会社であるリンク・セオリー・ホールディングスが含まれています。

【連結】2008年8月期 第1四半期実績

売上高 : 1,604億円 (前年同期比 +10.6%)
 営業利益 : 281億円 (前年同期比 +12.1%)
 経常利益 : 283億円 (前年同期比 +9.3%)

	2007年8月期	2008年8月期 第1四半期	
	第1四半期実績	実績	前年同期比
売上高 (売上比)	1,450 100.0%	1,604 100.0%	+10.6%
売上高総利益 (売上比)	689 47.5%	809 50.4%	+17.3% +2.9p
販管費 (売上比)	438 30.2%	527 32.9%	+20.3% +2.7p
営業利益 (売上比)	250 17.3%	281 17.5%	+12.1% +0.2p
経常利益 (売上比)	258 17.9%	283 17.6%	+9.3% ▲0.2p
特別損益 (売上比)	▲1 -	▲8 -	- -
純利益 (売上比)	141 9.8%	154 9.6%	+8.7% ▲0.2p

単位：億円

2008年8月期第1四半期 のれん償却額：11億円

3

まず、2008年8月期 第1四半期連結業績についてご説明します。

第1四半期では売上高は1,604億円、前年同期比10.6%増、
 営業利益は281億円、前年同期比12.1%増、
 経常利益は283億円、前年同期比9.3%増と、
 増収増益を達成いたしました。

次のスライドでその要因をご説明します。

【連結】第1四半期 増収増益の要因

売上高 1,604億円 (前年同期比 +10.6%)

- 国内ユニクロ事業 +78億円 ○ 海外ユニクロ事業 +34億円
- グローバルブランド事業 +36億円(プティヴィクル社決算期変更 +16億円)

売上高総利益率 50.4% (前年同期比 +2.9p)

- 国内ユニクロ事業の売上高総益率改善 +2.4p

売上高販管費率 32.9% (前年同期比 +2.7p)

- 国内ユニクロ事業 +42億円
- プティヴィクル社 決算期変更 +11億円 ○ ユニクロUK +10億円

営業利益率 17.5% (前年同期比 +0.2p)

- 営業利益281億円 (前年同期比 +12.1%)

まず売上高ですが、1,604億円と額にして153億円、率にして10.6%の増収となりました。

増収の主な要因は、国内ユニクロ事業が78億円の増収になったこと、海外ユニクロ事業が34億円の増収、グローバルブランド事業が36億円の増収になったことによります。

グローバルブランド事業では、プリンセス タム・タムを展開するプティヴィクル社が決算期を変更したことにより、5ヶ月分の業績がこの第1四半期の連結決算に反映されています。

売上高総利益率は、前期比2.9ポイントの改善となりました。これは、国内ユニクロ事業の売上高総利益率が前期比2.4ポイント上昇したことが主な要因です。

販管費は、前年同期比で89億円増えております。国内ユニクロ事業の経費増が42億円、決算期を変更したプティヴィクル社で決算期変更に伴い11億円、グローバル旗艦店をオープンした英国ユニクロで10億円増加したことが主な要因です。

これらの結果、営業利益は281億円、前年同期比12.1%の増益となり、売上高営業利益率は17.5%と前年同期比で0.2ポイント改善いたしました。

第1四半期 グループ事業別実績

単位：億円

		2007年8月期 第1四半期実績	2008年8月期 実績	第1四半期 前年同期比
国内ユニクロ事業	売上高	1,213	1,292	+6.4%
	営業損益 (売上比)	236 19.5%	260 20.2%	+10.3% +0.7p
海外ユニクロ事業	売上高	36	70	+94.8%
	営業損益 (売上比)	▲4 -	2 3.0%	- -
国内関連事業	売上高	113	116	+3.0%
	営業損益 (売上比)	▲3 -	▲2 -	- -
グローバルブランド事業 ※	売上高	85	122	+43.0%
	営業損益 (売上比)	22 25.8%	24 20.3%	+12.4% ▲5.5p

※ プティヴィクル社については、決算期を変更したため、5ヶ月分の経営成績を連結しております。

適用為替レート

2008年8月期第1四半期 1USD=113.45円 1EUR=163.33円 1GBP=233.04円

2007年8月期第1四半期 1USD=117.35円 1EUR=150.10円 1GBP=223.80円

5

こちらの資料では、各グループ事業別の売上高、営業損益を示しております。

まず、国内ユニクロ事業ですが、売上高は前年同期比6.4%増、
営業損益は10.3%増となりました。

海外ユニクロ事業の売上高は前年同期比ほぼ倍増となり、営業損益は、前期の4億円の赤字
から2億円の黒字となっています。

国内関連事業は売上高がほぼ横ばい、営業損失もほぼ前年並みとなっています。

グローバルブランド事業は、売上高が前年同期比で43.0%増、営業利益は
12.4%増となりました。

なお、当第1四半期におけるのれんの償却額は11億円で、前年同期比で約1億円増加して
おります。

【国内ユニクロ事業】第1四半期実績

売上高 : 1,292億円 (前年同期比 +6.4%)
売上高総利益 : 621億円 (前年同期比 +12.0%)
営業利益 : 260億円 (前年同期比 +10.3%)

単位: 億円

	2007年8月期	2008年8月期	第1四半期
	第1四半期実績	実績	前年同期比
売上高 (売上比)	1,213 100.0%	1,292 100.0%	+6.4%
売上高総利益 (売上比)	554 45.7%	621 48.1%	+12.0% +2.4p
販管費 (売上比)	318 26.2%	360 27.9%	+13.3% +1.7p
営業利益 (売上比)	236 19.5%	260 20.2%	+10.3% +0.7p

6

次に、国内ユニクロ事業について、詳しくご説明いたします。

2008年8月期 第1四半期の国内ユニクロ事業の売上高は1,292億円、前年同期比6.4%増、営業利益は260億円、前年同期比10.3%増の増収増益となりました。

これは計画に対して売上高で約40億円、営業利益で約30億円上回る結果です。

項目ごとの説明につきましては、次のスライドでさせていただきます。

【国内ユニクロ事業】売上高の状況

1Q 売上高 1,292億円 (前年同期比 +6.4%)

- ・ ユニクロ直営店 前年同期末比25店舗増 (2007年11月末 739店舗※)
- ・ 既存店売上高 前年比 0.0%
 - 客数 前年比 ▲0.9% ⇒ (9月) 天候不順により客数減
 - 客単価 前年比 +0.9% ⇒ (11月) ヒートテックインナー、ダウンジャケットなどの販促が奏功し売上好調

前年比増減率		2008年8月期					
		9月	10月	11月	9-11月計	12月	9-12月計
既存店計	売上高	▲12.9%	+4.2%	+3.2%	+0.0%	+6.4%	+2.0%
	客数	▲11.2%	+5.6%	+0.0%	▲0.9%	+4.7%	+0.8%
	客単価	▲1.9%	▲1.4%	+3.2%	+0.9%	+1.6%	+1.2%

※ FC店 19店舗を除く

7

まず、売上高6.4%増の背景としては、直営店が前年同期末比で25店舗増えたことがあげられます。既存店売上高は前年比で横ばいとなっています。既存店売上高前年比0%の内訳としては、客数がマイナス0.9%、客単価がプラス0.9%となっております。

9月は気温が前年に比べ高く推移するなどの天候不順のため、秋物の定番商品の立ち上がりが遅れ、客数がマイナス11.2%となり、売上を大きく落とす結果となりました。

しかし、10月はカシミア、フリース、ヒートテックインナーなどの販促効果や、中旬以降の冷え込みにより、秋冬物が好調に売れ始めたことから、既存店売上高は前年比プラスに転じました。

11月の売上げは極めて好調で、今年初めてキャンペーン商品として打ち出したヒートテックインナーが集客に大きく寄与し、また、ダウンジャケットなども好調で、客単価アップに貢献しました。

なお、12月の売上高も既に発表済ではございますが、既存店売上高6.4%増と好調に推移しております。

1Q 売上高総利益率 48.1% (前年同期比 +2.4p)

- 値引販売のコントロール強化
- 11月に冬物値引の販売を抑制
- ヒートテックインナー、ダウンジャケット、セーターなどの冬物コア商品の売上好調により、限定販売をコントロール

国内ユニクロの第1四半期の売上高総利益率は48.1%と前年同期比で2.4ポイント上昇いたしました。

値引き販売のコントロールの強化が全体の売上高総利益率改善につながっております。

11月は、去年実施したような集客を目的とする戦略的な値引販売を抑えたこと、また、好調な冬物の売れ行きを反映し、ヒートテックインナー、ダウンジャケット、セーターなどの冬物コア商品の限定販売をコントロールしております。

1Q 売上高販管費率 27.9% (前年同期比 +1.7p)

○ 人件費率 +0.5ポイント

新卒採用拡大、地域限定正社員増

○ 広告宣伝費率 +0.3ポイント

キャンペーンが1回増えたことによる電波料の増加

○ 賃借料率 +0.6ポイント

ショッピングセンター、都心ビルイン型店舗出店に伴う家賃比率増

国内ユニクロ事業の販管費は360億円、前年同期比42億円の増加、売上高販管費比率では1.7ポイント上昇しており、計画に対し、約10億円上回る結果となっております。

まず人件費ですが、対売上高比率は前年同期に比べて0.5ポイント上昇しております。

これは、新卒の採用を拡大したこと、地域限定正社員増の影響があったことなどによるものです。

広告宣伝費比率は0.3ポイント上昇しております。

これは、第1四半期にヒートテックキャンペーンを実施したことから、昨年に比べてキャンペーンが1回多かったことにより、電波料などが増加したためです。

賃借料率は0.6ポイント上昇していますが、これは、ショッピングセンター、都心ビルイン型店舗の出店が増えた影響に加え、売上高が上ぶれたことによる売歩家賃増によるものです。

海外ユニクロ事業は計画を上回り、黒字化

- 米国 ニューヨーク グローバル旗艦店は黒字
- 英国 ロンドンにグローバル旗艦店を出店
- アジア 中国・香港・韓国は順調に拡大
(店舗数 8月末 27店舗 ⇒ 11月末 32店舗)

単位：億円

		2007年8月期	2008年8月期	第1四半期
		第1四半期実績	実績	前年同期比
海外ユニクロ事業	売上高	36	70	+94.8%
	営業損益 (売上比)	▲ 4 -	2 3.0%	- -

10

次に海外ユニクロ事業ですが、売上高は70億円と前年同期にくらべ、ほぼ倍増し、この第1四半期では初めて黒字を計上いたしました。

2006年11月にニューヨーク グローバル旗艦店をオープンした米国は、業績が順調に推移したことから、収益が大幅に改善いたしました。

英国では、2007年11月にロンドン、オックスフォードストリートにグローバル旗艦店を出店し、出店コストにより赤字となっております。

一方で、中国、香港、韓国のアジア地域の業績は引き続き好調に推移しています。

経営改革を推進、計画通りの業績を達成

- キャビン 計画通りの売上高、営業利益を達成
- ジュー ウィメンズファッション商品が好調、計画通り採算改善
- ワンゾーン 11月に売上回復、オリジナル商品の構成比高まる

単位：億円

		2007年8月期 第1四半期実績	2008年8月期 実績	第1四半期 前年同期比
国内関連事業	売上高	113	116	+3.0%
	営業損益 (売上比)	▲3 -	▲2 -	- -

※ 持分法適用関連会社である、ビューカンパニーについては、営業外損益として、「持分法による投資損益(07/9～07/11)」▲0.1億円を計上しています。

11

次に国内関連事業ですが、各企業の第1四半期の業績はほぼ計画通りとなっております。

キャビンの第1四半期は、9月の立ち上がりは天候要因により若干弱いものでしたが、10月、11月と回復し、第1四半期全体では計画通りの売上高、営業利益を達成することができました。ブランド別ではエレガンス系のザジが好調でした。

ジューの第1四半期もほぼ計画通りの業績となっております。特にウィメンズのファッション商品の売上が好調であり、採算性は改善しております。

ワンゾーンの第1四半期もほぼ計画通りの業績となりました。9月の立ち上がりは弱いものでしたが、11月に北海道・東北地方で降雪があったことから、レインブーツの販売が前年より早く進み、売上は回復しました。また、オリジナル商品の構成比を高めております。

なお、持分法適用関連会社であるビューカンパニーについては、営業外損失として0.1億円を計上しております。



【グローバルブランド事業】第1四半期実績

コントワー・デ・コトニエ事業は増収増益

- 直営店 前年同期比 52店舗増 (2007年11月末 317店舗)
- 既存店売上高は前年並み
 - フランスは10月、11月のストライキが長引き客数に影響
 - スペイン、イタリアなどフランスを除くヨーロッパでの既存店売上高は二桁増

プリンセス タム・タム事業も計画通り推移

単位：億円

		2007年8月期 第1四半期実績	2008年8月期 実績	第1四半期 前年同期比
グローバルブランド事業	売上高	85	122	+43.0%
	営業損益	22	24	+12.4%
	(売上比)	25.8%	20.3%	▲5.5p

※ 持分法適用関連会社であるリンク・セオリー・ホールディングスについては、営業外損益として、「持分法による投資損益(07/9~07/11)」4.4億円を計上しています。

12

グローバルブランド事業の第1四半期の業績ですが、コントワー・デ・コトニエ事業は、計画通り増収増益を達成しております。増収の要因は、直営店が欧州、日本を中心に前年同期末比で52店舗増加したことです。

既存店売上高は前年並みとなっております。フランスでは、9月は秋物が順調に立ち上がりましたが、10月、11月と、パリを中心にストライキが長引いた影響などから客数が伸び悩み、第1四半期の既存店売上高は1%の減収となりました。一方、スペイン、イタリアでは売上が好調に推移し、フランスを除くヨーロッパの既存店売上高はふた桁増収となりました。

プリンセス タム・タム事業の業績は、ほぼ計画通りに推移しております。決算期を6月末から8月末へ変更したことに伴い、第1四半期の数値は7月から11月の5ヶ月間の業績が連結されております。

この決算期変更による影響は売上高16億円、営業損失2億円であり、その影響を除くと、グローバルブランド事業全体での増収率は約25%、増益率は約20%となります。

なお、持分法適用関連会社であるリンク・セオリー・ホールディングスについては、営業外利益として4.4億円を計上しております。

【連結】2007年11月末 B/S

単位：億円

	2007年8月末	2007年11月末	増 減
総資産	3,597	3,856	+258
流動資産	2,179	2,414	+234
固定資産	1,417	1,441	+23
負債	1,164	1,507	+342
純資産	2,432	2,349	▲83

13

次に2007年11月末の連結バランスシートのご説明をさせていただきます。

2007年8月末との比較では、
流動資産が234億円増加し、固定資産も23億円増えた結果、
全体の総資産は258億円増加して3,856億円となりました。

詳細については、次のスライドでご説明いたします。

現金・預金及び有価証券の増加 +64億円（1,193億円 ⇒ 1,258億円）

- －【国内ユニクロ事業】 営業キャッシュフローの増加 +159億円
- －【FR】 期末配当金 ▲59億円

たな卸資産の増加 +97億円（551億円 ⇒ 649億円）

- －【国内ユニクロ事業】 +71億円 【国内関連事業】 +10億円
- －【グローバルブランド事業】 +10億円

有形固定資産の増加 +20億円（373億円 ⇒ 394億円）

- －【国内ユニクロ事業】 +7億円 【海外ユニクロ事業】 +7億円

まず、流動資産ですが、

現預金及び有価証券の合計額は、2007年8月末比で64億円増加しております。

内訳は、国内ユニクロ事業で営業キャッシュフローの増加により159億円、ファーストリテイリングが59億円の配当を実施したことなどによるものです。

たな卸資産は、8月末比では97億円増加しております。

国内ユニクロで71億円増加しているほか、国内関連事業において10億円、グローバルブランド事業で10億円増加していることによります。

有形固定資産は、20億円増加しております。

出店の増加などに伴い、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業共に7億円増加したことに伴うものです。

【連結】 2008年8月期 業績予想

【変更なし】

単位：億円

	2007年	2008年8月期	
	8月期実績	予想	前期比
売上高 (売上比)	5,252 100.0%	5,700 100.0%	+8.5%
売上高総利益 (売上比)	2,483 47.3%	2,736 48.0%	+10.2% (+0.7p)
販管費 (売上比)	1,834 34.9%	2,008 35.2%	+9.5% (+0.3p)
営業利益 (売上比)	649 12.4%	728 12.8%	+12.1% (+0.4p)
経常利益 (売上比)	646 12.3%	728 12.8%	+12.8% (+0.5p)
特別損益 (売上比)	▲18 -	▲15 -	-
当期純利益 (売上比)	317 6.1%	388 6.8%	+22.1% (+0.7p)

【連結】 2008年8月期予想：設備投資額 200億円、減価償却費 80億円

15

ここからは、2008年8月期の業績予想についてご説明します。
2008年8月期の連結業績予想については、中間期も通期についても従来の予想数値より変更しておりません。



2008年8月期 グループ事業別 業績予想

【変更なし】

単位：億円

		2007年8月期	2008年8月期	
		実績	予想	前期比
国内ユニクロ事業	売上高	4,247	4,480	+5.5%
	営業損益 (売上比)	640 15.1%	710 15.8%	+10.9% +0.7p
海外ユニクロ事業	売上高	169	300	+76.5%
	営業損益 (売上比)	▲ 11	▲ 4	-
国内関連事業	売上高	460	470	+2.1%
	営業損益 (売上比)	▲ 35	▲ 17	-
グローバルブランド事業	売上高	367	430	+16.4%
	営業損益 (売上比)	72 19.5%	74 17.3%	+3.2% ▲2.2p

2008年8月期予想： のれん償却額 46億円

16

なお、通期のグループ事業別業績予想はスライドのとおりです。
こちら、従来の予想より変更しておりません。

【変更なし】

単位：億円

	2007年	2008年8月期通期	
	8月期 実績	予想	前期比
売上高 (売上比)	4,247 100.0%	4,480 100.0%	+5.5%
売上高総利益 (売上比)	1,926 45.4%	2,048 45.7%	+6.3% (+0.3p)
販管費 (売上比)	1,286 30.3%	1,338 29.9%	+4.0% (▲0.4p)
営業利益 (売上比)	640 15.1%	710 15.8%	+10.9% (+0.7p)

まず国内ユニクロ事業の通期の業績予想ですが、
 第1四半期、12月まで売上、利益とも好調に推移いたしましたが、
 1月から2月については、冬物と春物の端境期であり、ひきつづき売上の
 推移を慎重に見極める必要があることから、中間期、通期とも業績
 予想は従来より変更しておりません。

【国内ユニクロ事業】業績予想の前提

	2007年8月期			2008年8月期			前期比
	実績			予想			
売上高	4,247 億円			4,480 億円			+5.5%
既存店伸び率							
通期	+1.4%			▲1.0%			▲2.4p
上期	+2.9%			▲1.9%			▲4.8p
下期	▲0.6%			+0.2%			+0.8p
売上高総利益率							
通期	45.4%			45.7%			+0.3p
上期	44.5%			45.5%			+1.0p
下期	46.4%			46.0%			▲0.4p
出退店数(直営店)	出店	退店	純増	出店	退店	純増	期末店舗数
通期	75	48	+27	70	47	+23	753
大型店	21	0	+21	25	0	+25	53
標準店等	52	47	+5	40	47	▲7	685
専門店	2	1	+1	5	0	+5	15
上期	38	28	+10	34	23	+11	741
大型店	10	0	+10	10	0	+10	38
標準店等	28	28	0	20	23	▲3	689
専門店	0	0	0	4	0	+4	14
下期	37	20	+17	36	24	+12	753
大型店	11	0	+11	15	0	+15	53
標準店等	24	19	+5	20	24	▲4	685
専門店	2	1	+1	1	0	+1	15

ユニクロ直営店出店数のうち、標準店等にエキナカ・エキチカのユニクロ小型店も含む。
 専門店にはウィメンズインナー専門店「BODY by UNIQLO」、キッズ専門店「ユニクロ キッズ」含む。

18

なお、国内ユニクロ事業の業績予想の前提につきましては、
 こちらのスライドのとおりです。

従来予想とのおもな変更点としては、大型店の出店数について、
 下期の予想を従来の30店から15店に変更しております。

これは、「建築基準法」の改正に伴い、新規ショッピングセンターの
 出店が延期となった影響によるものです。

ただし、下期の大型店の出店数の変更が業績に与える影響は
 軽微と考えております。

英国：グローバル旗艦店により、ブランド認知を高める

店舗名： 311オックスフォードストリート店
 売場面積： 約700坪
 オープン： 2007年11月

- ユニクロの最高水準の商品、ビジュアル・マーチャンダイジング、店舗運営、サービスを集結
- 世界へ向けてのショーケース
- 広いエントランスと回転ボックス



ロンドン 311 オックスフォードストリート店

19

海外ユニクロ事業に関しましては、
 旗艦店により、ブランドの認知を高める戦略を継続しております。

英国では、2007年11月、ロンドンのオックスフォードストリートに
 ヨーロッパ初となるグローバル旗艦店をオープンいたしました。
 売場面積は700坪で、いまユニクロが実現できる最高水準の
 商品、ビジュアル・マーチャンダイジング、店舗運営、サービスを
 集結しています。

この旗艦店が位置するオックスフォード・ストリートは、世界の競合他社
 ブランドがひしめくカジュアルウェアの本場であり、ここに「世界へ向けて
 のショーケース」となるグローバル旗艦店を出店し、互角に戦うことで、
 「ユニクロ」ブランドの認知度を上げ、商品の訴求力を高めていくことが
 できると考えています。

店舗は、広い間口のエントランスに、こちらの写真のように、
 2階まで貫通する4台の円筒型のマネキンボックスが配置され、
 このボックスの中で最新のディスプレイが回転します。

この旗艦店につきましては、オープン時の店舗の様子を記録して
 おりますので、つぎの映像をごらんください。

フランス：パリ郊外にユニクロ1号店をオープン

店舗名：ラ・デファンス店

売場面積：約60坪

オープン：2007年12月

- 「コンセプトショップ」
- パリ グローバル旗艦店の布石
 - ・ 市場調査
 - ・ 店舗オペレーションの習熟
- パリ市場で手ごたえ



フランス ラ・デファンス店

また、パリには、12月にフランス初進出となるユニクロの1号店をオープンしました。パリ近郊ラ・デファンス地区のショッピングモール内にある売場面積約60坪の店舗です。

この店舗は、ユニクロのブランドメッセージを伝える「コンセプトショップ」として、ファッション感度の高いパリの人々にユニクロからのメッセージを発信するとともに、パリのグローバル旗艦店の布石として、市場調査をおこない、店舗オペレーションの習熟をはかります。

オープン後は、カシミア、Tシャツなどを中心に売上は好調に推移しており、パリ市場で手ごたえを感じております。

高効率経営により、黒字化を目指す

- 既存4ブランドの強化
 - ・ 主力4ブランドに集約とコンセプトの再定義
エレガンス： ザジ(郊外型) リアルリッシュ(都心型)
カジュアル： アンラシーネ(郊外型)、イーエーピー(都心型)
 - ・ 展示会・プレス活動を強化
- 商品開発
 - ・ マーチャンダイザー業務の見直し
 - ・ ユニクロの素材チームとの取り組み
- 企画・生産・物流・販売管理のサイクル見直し
 - ・ 店舗情報と連動し、お客様の声を反映
- 本部人員数の見直し



ZAZIE 倉敷イオンモール店 21

次に国内関連事業における経営改革の進捗についてご説明します。

まず、キャビンについては、2007年8月にTOBを実施し、完全子会社化いたしました。それにともない、抜本的な組織改革を実施し、2007年11月に、ユニクロの商品担当執行役員であった中島徹郎(なかしまてつろう)がキャビンの社長に就任しました。またユニクロよりマーチャンダイザー、素材担当、経営および商品計画などのノウハウを持つ人材が新たに出向し、グループをあげてキャビンの業績回復にむけた支援を行っています。

まず、既存ブランドを強化するため、主力の4ブランドに集約し、エレガンスのザジ、リアルリッシュ、カジュアルのアンラシーネ、イーエーピーと、各ブランドのコンセプトを明確にしました。

展示会やプレス活動も強化しております。

商品については、マーチャンダイザー業務を見直し、新しいデザイナーの採用を進めるなど、SPAとしての開発力を強化しています。また、ユニクロの素材チームとの取り組みを本格化し、高品質の素材による商品開発をすすめています。

さらに、企画から生産、物流、販売までのサイクルを見直し、店舗情報と連動しての生産調整、例えば、店舗からのお客様のご意見が即座に商品に反映できるようなくみを作ることに着手しています。本部人員数の見直しによる効率の改善も実施しております。

グループ力を活かしたPRを展開し、営業損失を半減

- 様々なメディア媒体により、特色のある商品を訴求
 - ・ ファッション誌への露出増、関西地区でのテレビCMなど
 - ・ ジーユーらしい特色のある低価格商品をアピール
レギンス、カラータイツなどレッグファッション
チュニック、ワンピースなどトレンドをいれたファッション商品、
パジャマ、「上下でえらべるルームウェア」などのベーシック
商品を定番化



- 商品開発のポイント
 - ・ 引き続きウイメンズの商品開発を強化（構成比約6割）
ゆったりシルエットの服など、ミセス商品の開発が進む
 - ・ メンズ商品はデニムなどの定番商品に加え、モード系商品も開発

22

低価格衣料のジーユーについては、グループ力を活かして効果的なPRを展開し、今期は営業損失を半減させる計画です。

この第1四半期は、さまざまなメディア媒体を活用し、ジーユーらしい特色のある商品を訴求していく取り組みを続けました。

女性向けのファッション雑誌への露出が増えたほか、関西地区ではテレビCMを放映し、ブランド認知の向上をはかりました。

ジーユーらしい特色のある低価格商品のアピールとしては、レギンス、カラータイツを豊富なバリエーションで展開したほか、チュニック、ワンピースなどトレンドをとり入れたファッション商品、パジャマや、「上下でえらべるルームウェア」などのベーシック商品も定着しました。

今後の商品開発のポイントとしては、ウイメンズ商品の開発をひきつづき強化し、年齢層の高いお客様むけの、ゆったりとしたシルエットの服などの開発も進めるほか、メンズ商品は、デニムなどの定番商品に加え、今後はモード系商品も開発していきます。

スクラップ&ビルドを進め、収益改善

- 商品構成の見直し・新しい立地への出店
 - ・ 都市型路面店
吉祥寺サンロード店好調
- オリジナル商品の比率増
 - ・ ウィメンズは、よりファッション商品
フラットシューズ、ブーツなど
(オリジナル比率65%)
 - ・ メンズは、ロードサイド店のお客様
のニーズに応える実用的な日常靴
(オリジナル比率50%)



フットパーク 吉祥寺サンロード店

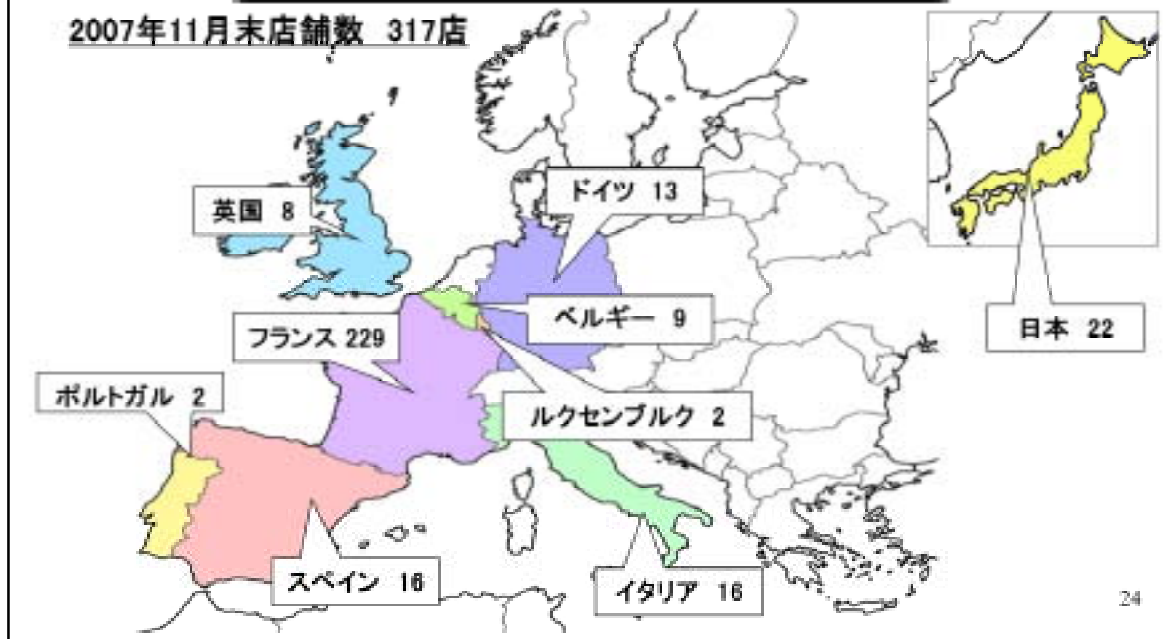
ワンゾーンについては、靴小売業界の厳しい市場環境の中、商品構成を見直し、スクラップ&ビルドをすすめ、収益体質を改善する計画です。この取り組みのなかで、10月にオープンした都市型路面店の「フットパーク吉祥寺サンロード店」の業績は好調であり、こういった成功事例を検証し、今後の商品開発などに活用していきます。

商品面では、オリジナル商品の構成比がウィメンズでは65%、メンズでは50%と高まっています。この秋冬シーズンは、ウィメンズのフラットシューズやブーツの売上が好調であり、こうしたファッション商品の開発を強化していきます。メンズのオリジナル商品に関しては、お客様の実用に即したより日常的な靴の商品開発を進めています。

グローバル化をさらに加速

(単位:店)

2007年11月末店舗数 317店



24

グローバルブランド事業については、コントワー・デ・コトニエのグローバル化を加速させ、持続的な成長を目指します。

コントワー・デ・コトニエは、11月末現在、フランス国内で229店舗を展開しており、今後はフランス以外のヨーロッパを中心に出店を進めていきます。

すでに、16店舗を出店しているイタリア、スペインなどでの業績は好調に推移しており、今期は新たにスイス、米国への出店も開始します。

2008年8月期通期ではフランス国外のヨーロッパで35店舗、日本での7店舗、米国での1店舗を含め、48店舗の出店を計画しています。

【配当金】

2008年8月期 年間配当金 130円を予想

	2007年8月期(実績)			2008年8月期(予想)※		
		中間	期末		中間	期末
1株配当金	130円	70円	60円	130円	65円	65円

※ 業績や資金需要に大きな変動が生じた場合、配当金額を変更することがあります。

2008年8月期の一株当たり配当金は、中間配当で65円、
年間では130円と、前期と同水準の年間配当金を予想しております。

なお、本日リリースにてお伝えしておりますとおり、
株式会社ビューカンパニー株式を公開買付けする旨
発表致しましたので、別添の資料をご覧ください。

最後に、ご参考として、

・出退店の一覧、

また、

・国内ユニクロ事業および連結の中間期の業績予想を
添付いたしておりますのでご参照ください。

以上を持ちまして、私からのご説明とさせていただきます。

ありがとうございました。

連結対象会社別出退店 実績・予想

単位・店舗	07年8月 期末	2008年8月期							
		第1四半期 実績				通期 予想			
		出店	退店	純増減	期末	出店	退店	純増減	期末
ユニクロ事業合計	787	37	20	+17	804	93	50	+43	830
国内ユニクロ事業:	748	30	20	+10	758	73	49	+24	772
直営店*	730	29	20	+9	739	70	47	+23	753
大型店	28	9	0	+9	37	25	0	+25	53
標準店等	692	16	20	▲4	688	40	47	▲7	685
専門店	10	4	0	+4	14	5	0	+5	15
FC	18	1	0	+1	19	3	2	+1	19
海外ユニクロ事業:	39	7	0	+7	46	20	1	+19	58
英国:	11	2	0	+2	13	2	0	+2	13
中国:	9	1	0	+1	10	6	1	+5	14
香港:	4	2	0	+2	6	3	0	+3	7
米国:	1	0	0	0	1	0	0	0	1
韓国:	14	2	0	+2	16	8	0	+8	22
フランス:	0	0	0	0	0	1	0	+1	1
キャビン事業	211	4	2	+2	213	7	21	▲14	197
ジューシー事業	50	5	0	+5	55	11	2	+9	59
ワンゾーン事業	332	8	5	+3	335	18	40	▲22	310
アスベジ事業	12	0	1	▲1	11	0	1	▲1	11
コントワー・デ・コトニエ事業	305	12	0	+12	317	48	5	+43	348
プリンセス・タム・タム事業	131	10	0	+10	141	27	0	+27	158
総合計	1,828	76	28	48	1,878	204	119	+85	1,913

※ ユニクロ直営店のうち、標準店等はエキナカ・エキナカのユニクロ小型店も含まれます。
また専門店には、ウイメンズインナー専門店「BODY by UNIQLO」、キッズ専門店「ユニクロ キッズ」を含みます。

【変更なし】

単位：億円

	2007年2月	2008年2月中間期	
	中間期実績	予想	前期比
売上高 (売上比)	2,342 100.0%	2,430 100.0%	+3.7%
売上総利益 (売上比)	1,043 44.5%	1,105 45.5%	+5.9% +0.9p
販管費 (売上比)	635 27.1%	682 28.1%	+7.2% +0.9p
営業利益 (売上比)	407 17.4%	423 17.4%	+3.8% +0.0p

【変更なし】

単位：億円

	2007年2月	2008年2月	
	中間期実績	中間期予想	前期比
売上高 (売上比)	2,841 100.0%	3,043 100.0%	+7.1%
売上総利益 (売上比)	1,316 46.3%	1,450 47.7%	+10.2% +1.3p
販管費 (売上比)	884 31.1%	991 32.6%	+12.0% +1.4p
営業利益 (売上比)	431 15.2%	459 15.1%	+6.4% ▲0.1p
経常利益 (売上比)	426 15.0%	460 15.1%	+8.0% +0.1p
特別損益 (売上比)	0 +0.0%	▲10 -	- -
当期純利益 (売上比)	226 8.0%	248 8.2%	+9.5% +0.2p