

# 2016年8月期 第1四半期業績 および通期見通し

**岡崎 健**

---

株式会社ファーストリテイリング  
グループ上席執行役員 CFO

1

CFOの岡崎です。

私から、2016年8月期第1四半期の業績、および  
通期の業績見通しについてご説明いたします。

I. 第1四半期決算概要	P3	～	P25
II. 2016年8月期 通期業績予想	P26	～	P29
III. ご参考資料	P30	～	P32

【業績開示について】

- ・2014年8月期末より国際会計基準(IFRS)を適用、本資料上の数字については、すべてIFRSベースで記載しております。
- ・事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。
- ・各セグメントの構成は、以下のとおりです。
  - 国内ユニクロ事業： 国内ユニクロ事業の数値が表示されています。
  - 海外ユニクロ事業： 海外で展開するユニクロ事業が含まれています。
  - グローバルブランド事業： ジューシー事業、セオリー事業、コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス タム・タム事業、J Brand事業が含まれています。
- ・連結業績には上記の他、ファーストリテイリングの業績、連結調整が含まれております。

【将来予測に関するご注意】

本資料に掲載されている業績予想、計画、目標数値などのうち、歴史的事実でないものは、作成時点で入手可能な情報に基づき作成した将来情報です。実際の業績は、経済環境、市場の需要・価格競争に対する対応、為替などの変動により、この業績予想、計画、目標数値と大きく異なる場合があります。

## 増収減益

	2015年8月期 第1四半期実績	2016年8月期		単位：億円
		第1四半期実績	前年同期比	
売上収益 (売上比)	4,795 100.0%	5,203 100.0%	+8.5%	
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	
事業利益 (売上比)	852 17.8%	755 14.5%	▲11.4% ▲3.3p	
その他収益・費用 (売上比)	61 1.3%	3 0.1%	▲94.6% ▲1.2p	
営業利益 (売上比)	913 19.1%	759 14.6%	▲16.9% ▲4.5p	
税引前四半期利益 (売上比)	1,067 22.3%	776 14.9%	▲27.2% ▲7.4p	
親会社の所有者に帰属する 四半期利益 (売上比)	688 14.4%	480 9.2%	▲30.2% ▲5.2p	

注：事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

3

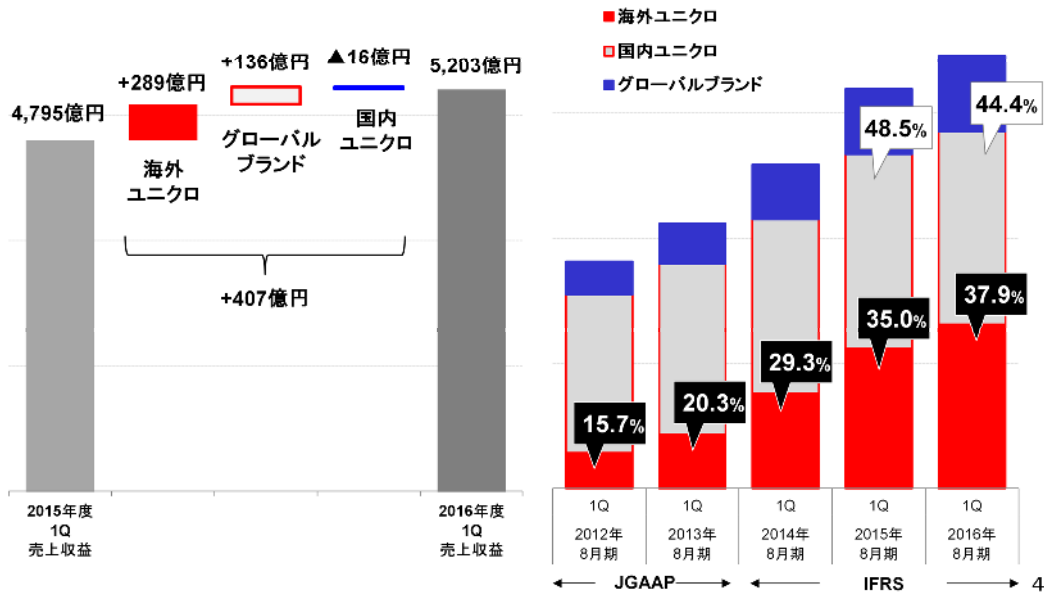
2016年8月期 第1四半期の連結業績ですが、  
 売上収益は5,203億円、前年同期比8.5%増、  
 営業利益は759億円、同16.9%減、  
 税引前四半期利益は776億円、同27.2%減、  
 親会社の所有者に帰属する四半期利益は480億円、同30.2%減となりました。

これは、会社計画を下回っております。

# 【連結】第1四半期 売上収益

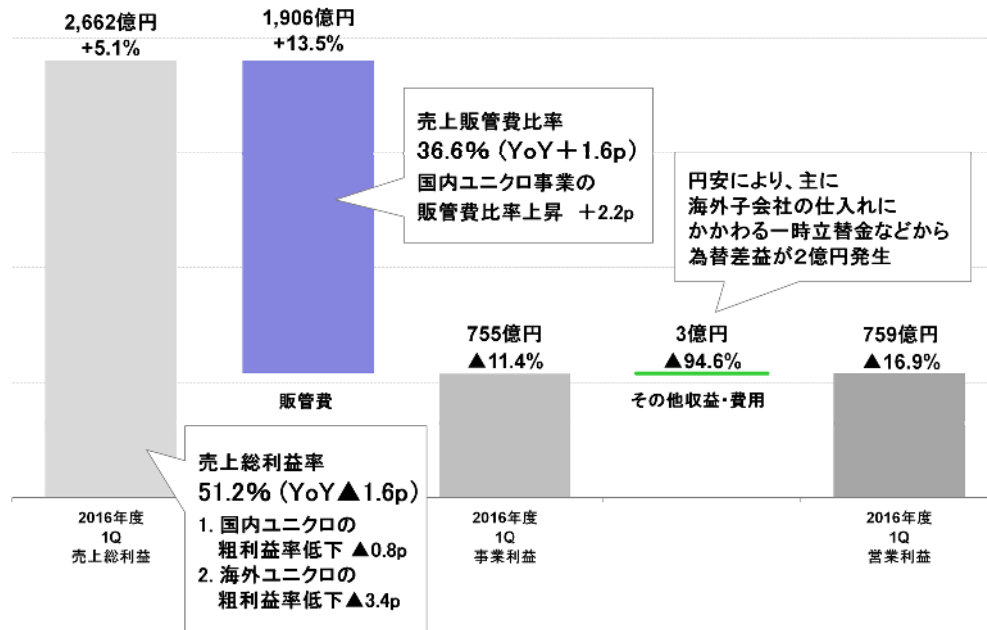
売上収益5,203億円、407億円の増収  
海外ユニクロが289億円の増収

海外ユニクロの売上構成比が38%へ拡大



まず、売上収益ですが、5,203億円と前年同期比8.5%増、407億円の増収となりました。その内訳ですが、海外ユニクロ事業が289億円の増収、グローバルブランド事業が136億円の増収となった一方で、国内ユニクロ事業は16億円の減収となりました。

## 【連結】第1四半期 営業利益



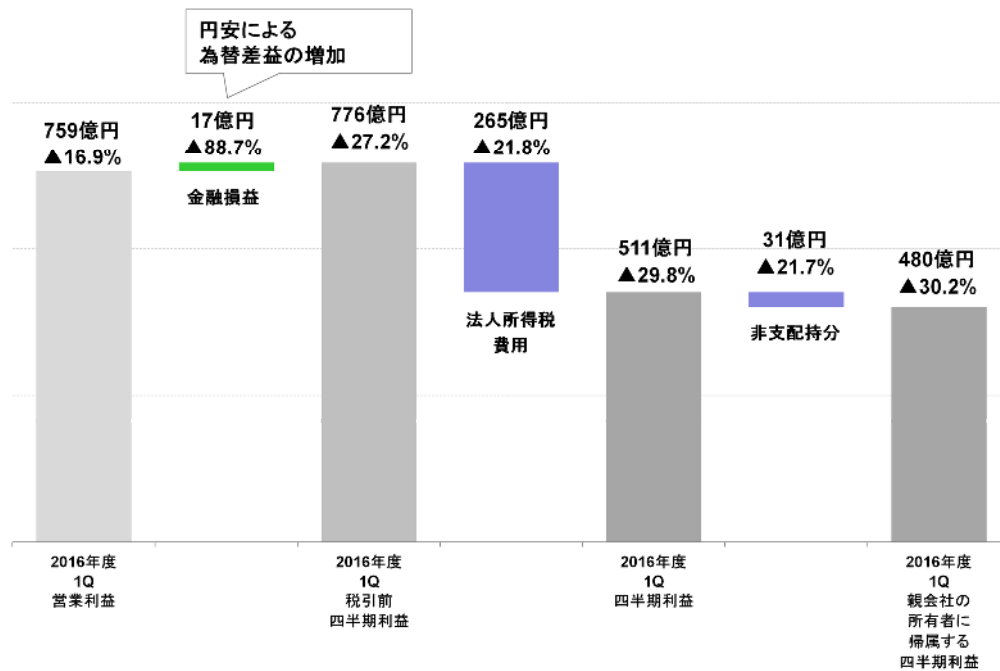
売上総利益は2,662億円と前年同期比5.1%増の増益となりました。なお、売上総利益率は51.2%と、同1.6ポイント低下しております。これは主に、国内ユニクロ事業の粗利益率が同0.8ポイント低下したことに加え、海外ユニクロ事業の粗利益率が低下したためです。

販管費は1,906億円と同13.5%増となりました。売上販管費比率は36.6%と、同1.6ポイント上昇しております。これは主に国内ユニクロ事業の販管費比率が同2.2ポイント上昇したことによります。

売上総利益から、販管費を除いた事業利益は、755億円と同11.4%の減益となりました。

その他収益・費用の合計は3億円となりました。これは、11月末の為替レートが1ドル約123円と、8月末の1ドル約121円に比べ、若干円安となったことにより為替差益が約2億円発生したためです。

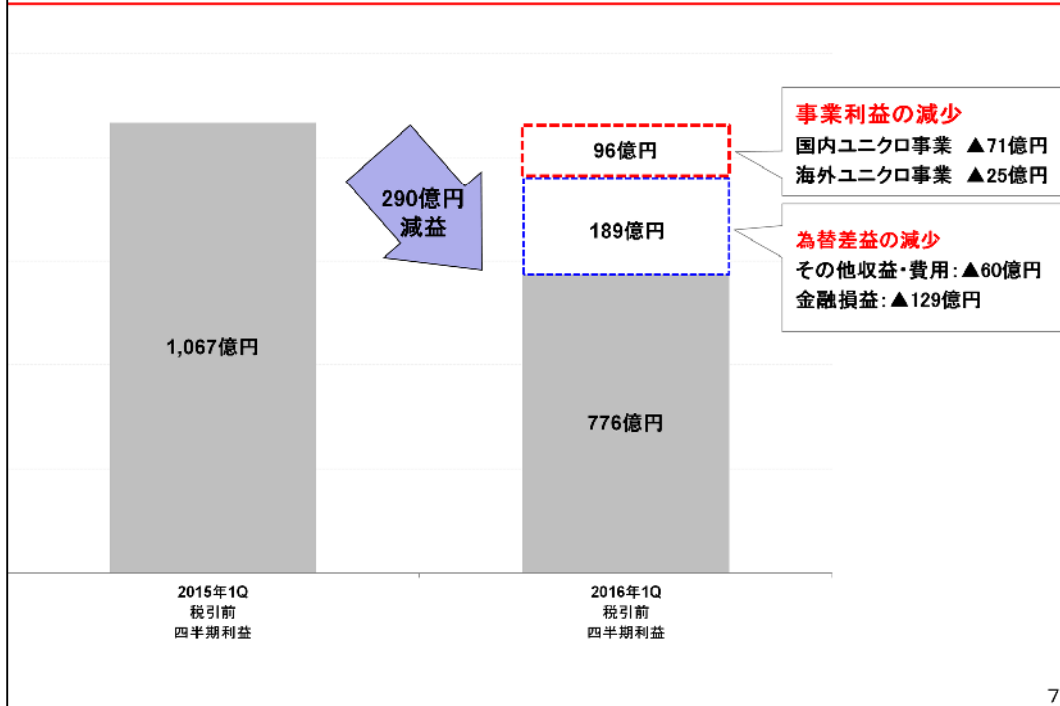
これらの結果、営業利益は759億円、同16.9%の減益となりました。



次に、金融損益ですが、為替が若干円安になったことから、外貨建資産などの換算差額が増え、金融損益はネットで17億円のプラスとなっております。

この結果、税引前四半期利益は776億円と同27.2%減、親会社の所有者に帰属する四半期利益は480億円、同30.2%減となりました。

## 【連結】第1四半期 減益要因



この第1四半期の税引前四半期利益は前年同期比290億円の減益となりましたが、その要因分析としては、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業などの事業利益で同96億円の減少となったこと、為替差益が合計で189億円減少したことによります。

為替差益の減少は、その他収益・費用に計上されている為替差益が60億円減少したこと、金融損益で計上されている外貨建資産などの換算差額が129億円減少したことによります。

## 【セグメント別】第1四半期実績

		2015年8月期	2016年8月期		単位: 億円
		第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比	
国内ユニクロ事業	売上収益	2,326	2,309	▲0.7%	
	事業利益 (売上比)	515 22.2%	444 19.3%	▲13.8%	▲2.9p
	その他収益・費用	▲4	3	-	
	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%	
	事業利益 (売上比)	240 14.3%	214 10.9%	▲10.6%	▲3.4p
	その他収益・費用	2	▲6	-	
	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%	
	事業利益 (売上比)	100 12.8%	123 13.4%	+23.3%	+0.6p
	その他収益・費用	▲4	0	-	
	営業利益 (売上比)	95 12.2%	124 13.5%	+29.7%	+1.3p

注：連結業績には上記の他、ファーストリテイリングの業績、連結調整が含まれております。  
国内ユニクロの業績にはグループ間取引が含まれております(売上収益を除く)。  
事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

次にセグメント別の業績についてご説明します。

国内ユニクロ事業の売上収益は2,309億円、営業利益は448億円、  
海外ユニクロ事業の売上収益は1,969億円、営業利益は208億円、  
グローバルブランド事業の売上収益は918億円、営業利益は124億円と  
なっております。

グローバルブランド事業は増収増益を達成いたしましたが、  
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。



# 【国内ユニクロ事業】第1四半期実績

## 1Q (9~11月) 計画を下回り減益

	2015年8月期 実績		2016年8月期 実績	
	第1四半期	第1四半期	第1四半期	前年同期比
売上収益 (売上比)	2,326 100.0%	2,309 100.0%	2,309 100.0%	▲0.7%
売上総利益 (売上比)	1,200 51.6%	1,174 50.8%	1,174 50.8%	▲2.2% ▲0.8p
販管費 (売上比)	684 29.4%	729 31.6%	729 31.6%	+6.5% +2.2p
事業利益 (売上比)	515 22.2%	444 19.3%	444 19.3%	▲13.8% ▲2.9p
その他収益・費用 (売上比)	▲4 -0.2%	3 0.2%	3 0.2%	- +0.4p
営業利益 (売上比)	511 22.0%	448 19.4%	448 19.4%	▲12.4% ▲2.6p

単位: 億円

注: 国内ユニクロの業績にはグループ間取引が含まれております(売上収益を除く)。  
事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

9

まず、国内ユニクロ事業の第1四半期の業績ですが、売上収益は2,309億円、前年同期比0.7%減、営業利益は448億円、同12.4%減の減収減益、計画を下回る結果となりました。

**売上収益 2,309億円（前年同期比▲0.7%）**  
**1Q 既存店売上高が2.3%減、Eコマースの売上が23.2%増**  
**（9～11月）** ・暖冬により、冬物実需商品の販売が苦戦  
 ・暖冬でも売れる商品構成になっていなかった  
 ・品番数の増加により、個々の商品の付加価値を伝えきれなかった

直営既存店 前年比	2016年8月期				
	9月	10月	11月	1Q累計	12月
売上高	+2.6%	+5.5%	▲8.9%	▲2.3%	▲11.9%
客数	▲4.2%	▲3.6%	▲12.9%	▲8.1%	▲14.6%
客単価	+7.1%	+9.4%	+4.6%	+6.3%	+3.1%

- ・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
- ・11月は気温が例年に比べて極めて高く、暖冬だったことから、冬物実需商品の販売が苦戦、既存店売上高は大幅な減収

2015年11月末 直営店 806店舗、前年同期末比 ▲18店舗  
 FC店 38店舗、 同 +10店舗

- ・12月の既存店売上高：前年比11.9%減

10

まず国内ユニクロ事業の売上ですが、前年同期比で0.7%の減収となりました。これは、既存店売上高が同2.3%の減収となった一方で、Eコマースの売上が同23.2%の増収となったことによります。

減収の背景としては、暖冬により、冬物実需商品の販売が苦戦したことに加え、暖冬でも売れる商品構成になっていなかったこと、品番数の増加により、焦点がぼやけ、個々の商品の付加価値を伝えきれなかったことにあると考えております。

既存店売上高2.3%減の内訳は、客数で8.1%の減少、客単価で6.3%の増加となっております。

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。一方、11月は気温が例年に比べて極めて高く、暖冬だったことから、冬物実需商品の販売が苦戦し、既存店売上高は大幅な減収となりました。

なお、11月末の直営店舗数は806店舗と、前年同期末比で18店舗減少しております。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。ユニクロでは、ベテラン店長が直営店からフランチャイズ店に転換できる「フランチャイズ制度」があります。フランチャイズ店の店長は店舗経営者の立場から、より地域に密着した店舗運営や、商品、マーケティングの改善策を積極的に発信することで、ユニクロ全体の経営を活性化させる役割を担っています。

本日2015年12月の既存店売上高の速報を発表いたしました。前年比11.9%減となりました。12月も引き続き気温が極めて高く推移したことから、冬物実需商品の販売の苦戦が続きました。

1Q  
(9~11月) 売上総利益率 50.8% (前年同期比 ▲0.8p)

### 計画比を若干下回る

- ・ 売上規模が大きい11月に暖冬となったことから、冬物販売の動きが鈍く、値引き販売を強めた
- ・ 12月も、値引き販売や在庫処分を進めたため、粗利益率は計画を下回る

次に、国内ユニクロ事業の売上総利益率ですが、50.8%と前年同期比0.8ポイント低下いたしました。

期初の業績予想では、通期の粗利益率は横ばい、上期は、前年の粗利益率が高かったためやや弱含みを見込んでいました。この第1四半期の実績としては、計画を若干下回る結果となっております。

粗利益率が計画に比べ低下した主な要因は、売上規模が大きい11月が暖冬となったことから、冬物販売の動きが鈍く、値引き販売を強めたことによります。

なお、12月も暖冬が続いたことから、値引き販売や在庫処分を進めたため、粗利益率は計画を下回っております。

1Q  
(9~11月) 売上販管費比率 31.6% (前年同期比 +2.2p)

金額ベースでは計画を若干下回るも、  
売上比率では計画よりも悪化

人件費比率	前年同期比	+ 0.9 ポイント
その他経費比率	同	+ 0.9 ポイント
広告宣伝費比率	同	+ 0.4 ポイント
減価償却費比率	同	+ 0.1 ポイント
賃借料率	同	± 0.0 ポイント

12

売上販管費比率は31.6%と、前年同期比2.2ポイント上昇いたしました。これは、金額ベースでは計画を若干下回ったものの、売上比率では計画に対して悪化しております。

経費比率の内訳としては、人件費比率が0.9ポイント、その他経費比率が0.9ポイント、広告宣伝費比率が0.4ポイント、減価償却費比率が0.1ポイント上昇しております。

人件費比率の上昇は、主に売上が計画を下回ったことによる比率の上昇、および地域正社員が前年同期末比に比べ大幅に増加した影響によります。

その他経費比率の上昇は、主に、物流費や委託費が上昇したことによります。

広告宣伝費比率の上昇は、売上が計画を下回ったことによる比率の上昇です。

## 1Q (9~11月) 計画を下回り、減益

- ・世界的な暖冬の影響などにより、日本同様、グレーターチャイナ、韓国、および米国の売上が計画を大きく下振れ
- ・欧州は、計画を上回る増収増益
- ・東南アジア・オセアニア地区は計画通り、前年並みの業績
- ・店舗数：計画通り、66店舗の純増、11月末は864店舗
- ・ロンドン1号店から15年目、海外が国内の店舗数を上回る

		2015年8月期	2016年8月期		単位：億円
		第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比	
海外ユニクロ事業	売上収益	1,680	1,969	+17.2%	
	事業利益	240	214	▲10.6%	
	(売上比)	14.3%	10.9%	▲3.4p	
	その他収益・費用	2	▲6	-	
	営業利益	243	208	▲14.2%	
(売上比)	14.5%	10.6%	▲3.9p		

注：事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

13

次に海外ユニクロ事業についてご説明いたします。

売上収益は1,969億円、前年同期比17.2%増、営業利益は208億円、同14.2%減と、計画を下回り減益の結果となりました。

これは、世界的な暖冬の影響などにより、日本同様、グレーターチャイナ、韓国、および米国の売上が計画を大きく下振れしたことによります。一方で、欧州では、計画を上回る増収増益、東南アジア・オセアニア地区は計画通り前年並みの業績となりました。

出店については、この第1四半期では、グレーターチャイナを中心に、計画通り70店舗を出店、4店舗を閉店し、66店舗の純増、海外ユニクロ事業全体での店舗数は11月末で864店舗となりました。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月に海外ユニクロ事業の店舗数が国内ユニクロ事業の店舗数を上回りました。

### 各エリアの業績トレンド

#### ・グレーターチャイナ：計画を下回り、増収減益

暖冬で、冬物商品を中心に販売が計画を下回り、既存店売上高が各エリアで減収  
中国大陸は増収増益。香港・台湾は、暖冬に加え、景気低迷の影響などで減益

#### ・韓国：計画を下回り、増収減益

暖冬の影響により、冬物実需商品の販売が苦戦し、既存店売上高は減収

#### ・東南アジア・オセアニア地区：営業利益は計画通り前年並み

東南アジア地区の営業利益は計画を下回り、若干の減益  
対ドルで各国の為替が通貨安となり、仕入原価が上昇、粗利益率が悪化  
オーストラリアは、赤字幅が縮小

#### ・米国：計画を下回り、減益

気温が例年より高かったことにより、秋冬商品の販売が苦戦し、  
値引き販売を強めた

#### ・欧州：計画を上回る増収増益を達成

9月から気温が低下したことから、既存店売上高は2桁増収

次に、各エリアの業績トレンドについてご説明いたします。

中国大陸、香港、台湾といったグレーターチャイナの業績は計画を下回り、増収減益の結果となりました。これは、暖冬の影響から、冬物商品を中心に販売が計画を下回り、既存店売上高が各エリアで減収になったことによります。

中国大陸では増収増益を維持することが出来ましたが、香港、台湾については、暖冬に加え、景気低迷の影響などもあり、減益となっております。

出店については、第1四半期では計画通り、グレーターチャイナ全体で34店舗を出店、4店舗を閉店し、11月末の店舗数は497店舗に達しております。

韓国でも、暖冬の影響により、冬物実需商品の販売が苦戦し、既存店売上高は減収となりました。この結果、第1四半期の業績は計画を下回り、増収減益となりました。第1四半期では8店舗を出店し、163店舗となりました。

シンガポール、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、オーストラリアといった東南アジア・オセアニア地区については、営業利益はほぼ計画通り前年並みの業績となりました。東南アジア地区は、売上は計画通りの増収、営業利益は計画を下回り、若干の減益となりました。この要因としては、対ドルで各国の為替が通貨安となり、仕入原価が上昇、粗利益率が悪化したためです。オーストラリアは、計画通りの増収、赤字幅が縮小いたしました。東南アジア・オセアニア地区全体では、第1四半期では18店舗出店し、11月末で126店舗に達しております。

米国は、売上、営業利益ともに計画を下回り減益となりました。

これは、気温が例年より高かったことにより、秋冬商品の販売が苦戦し、値引き販売を強めたことによります。なお、第1四半期では、10月にオープンしたシカゴ旗艦店を含め、6店舗を出店し、11月末の店舗数は48店舗となりました。

欧州は、9月から気温が低下したことから、既存店売上高は2桁増収、計画を上回る増収増益を達成いたしました。第1四半期では、ベルギーの1号店を含む4店舗を出店し、11月末の店舗数は30店舗となりました。

### 海外ユニクロ事業のグローバル化が着実に進む

- ・新規国・新都市への出店が成功を収め続けている
- ・アジアを中心としたさまざまなアワード受賞に示されるように現地でのプレゼンスが大きく向上

### ファッションリーダーシップに向けた新しい取り組みが本格化

- ・R&Dセンターの強化や新進気鋭のデザイナーとのコラボレーションが成功を収める

### デジタル化に向けた、さまざまな取り組みが始動

- ・2016年秋の日本でのデジタルフラッグシップストアのオープンに向けた準備が着実に進む

暖冬の影響を強く受け、足元の業績は計画を大幅に下回る推移となっておりますが、今後の成長に向けて着実な手応えを感じた第1四半期となりました。

まず、一つ目のポイントとしては、海外ユニクロ事業のグローバル化が着実に進んでいることです。新規国・新都市への出店が成功を収め続けているほか、アジアを中心としたさまざまなアワード受賞に示されるように現地でのプレゼンスが大きく向上しています。

二つ目は、ファッションリーダーシップに向けた新しい取り組みが本格化していることです。R&Dセンターの強化や新進気鋭のデザイナーとのコラボレーションが成功を収めております。

三つ目は、デジタル化に向けた、さまざまな取り組みが始動し、2016年秋の日本でのデジタルフラッグシップストアのオープンに向けた準備が着実に進んできていることです。

## グローバル化の進展(欧州)

10月2日にベルギーの1号店として  
アントワープに出店  
オープン前には多くのお客様が行列



ロシアでは、第2の都市サンクト  
ペテルブルグに出店しプレゼンスを高める



フランスでは、南フランス  
ニースへの初出店、大盛況



まず、グローバル化の進展についての事例をご紹介します。

10月2日にベルギーのユニクロ1号店としてアントワープに売場面積約400坪の大型店を出店し、順調なスタートを切ることが出来ました。

また、ロシアでは、モスクワに次ぐ第2の都市サンクトペテルブルグに出店し、ロシアでのプレゼンスを高めることに成功しています。

フランスでは、南フランスのニースへ初出店し、大盛況となっております。

これらの店舗では、欧州事業で育った現地人材を中心に、グローバルヘッドクォーターから派遣された人材とともに、チームで欧州事業が成長できる好循環を生み出せるようになってきています。

今後、欧州では、Eコマース事業と店舗を組み合わせた新しい戦略により、積極的な事業拡大を進めていきます。



## グローバル化の進展(米国)

10月23日にシカゴ ノース・  
ミシガン・アベニューに1,200坪の  
ユニクロ旗艦店を出店



大都市、好立地への大型店出店と  
Eコマース事業を両輪として、事業を拡大

10月9日にボストンの観光名所  
ファニエル・ホール・マーケットプレイス、  
歴史的建造物にユニクロがオープン



17

米国では、10月23日に米国中西部シカゴの高級ファッション街ノース・ミシガン・アベニューに、約1,200坪の旗艦店を出店いたしました。

また、10月9日には、ボストンの観光名所ファニエル・ホール・マーケットプレイスにユニクロがオープンし、フランスのマレ店に次いで、歴史的建造物内への出店として注目を集めています。

米国事業においては、今後、積極的なスクラップ&ビルドを進めていきます。シカゴ、ボストンのような大都市、好立地への大型店出店により、ユニクロのブランド認知度を上げると同時に、Eコマース事業を両輪とした新しい戦略で、広い国土を持つ米国で事業を伸ばしていく計画です。

## 各国でのプレゼンスが大きく向上(中国)

中国で最も影響力がある経済紙「第一財經週刊」が選ぶ、中国ブランドトップ30に4年連続、ファッション・アパレル分野で1位を獲得



グレーターチャイナでは、従業員育成に取り組んでいる企業として「Top Employers China 2016 (優秀雇用主)」に選出  
働きがいがある会社として「2015 Great Place to Work in China (働きがいのある会社)」にも選出



ユニクロは全業種で4位と高い人気

中国で「独身の日」とされる11月11日にTモールで、前年比約2倍、6億人民元強(約120億円)の売上を1日で達成。アパレル部門で1位、全業種で4位の売上



ユニクロは各国で、さまざまなアワードを受賞するなど、各国でのプレゼンスがさらに高まっております。

例えば、中国では、最も影響力がある経済紙、「第一財經週刊」が選ぶ、中国ブランドトップ30にユニクロは4年連続、ファッション・アパレル分野で1位を獲得しました。

また、中国で「独身の日」とされる11月11日にTモールで、ユニクロは前年比約2倍の6億人民元強、日本円で約120億円の売上を1日で達成しました。これは、Tモールの当日の売上、アパレル部門で1位、全業種でも4位という極めて高い売上でした。

この他、グレーターチャイナでは、従業員育成に取り組んでいる企業として「Top Employers China 2016」に選出されたほか、働きがいがある会社として「2015 Great Place to Work in China」にも選出されました。

## FAST RETAILING 各国でのプレゼンスが大きく向上(その他)

アパレル業界のベスト・カスタマー・サービス賞を受賞(台湾)  
サービス評価調査(Taiwan Service Evaluation Survey)の金賞を受賞(台湾)



知的および身体的障がい者へのトレーニングプログラムと雇用機会の提供を評価され、最も優秀な雇用主としてEmployer of the Yearを受賞(米国 サンフランシスコ)

アジアのブランドアワード『2015 Putra Brand Awards』で、アパレル・アクセサリ部門で銀賞を受賞(マレーシア)

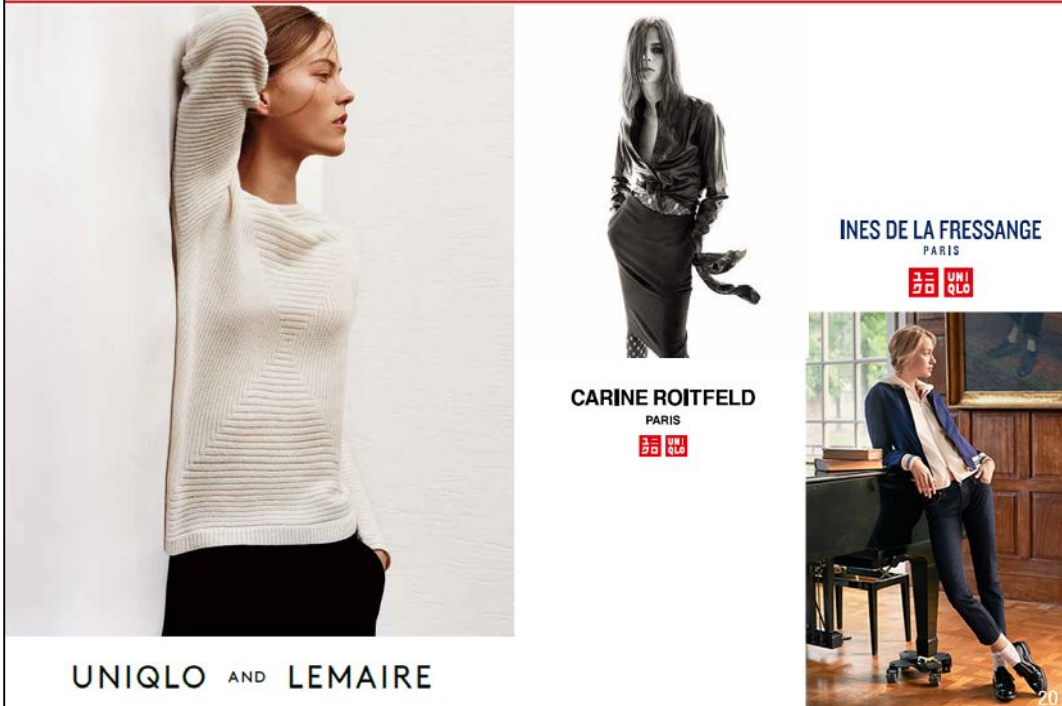


19

また、台湾では、ベスト・カスタマー・サービス賞や、サービス評価調査の金賞、マレーシアでは、アジアのブランドアワードで銀賞を受賞いたしました。

米国サンフランシスコでは、Employer of the Yearを受賞するなど、世界各国でプレゼンスを高めてきております。今後も各エリアに根差したグローバル化を推進してまいりたいと思います。

## FAST RETAILING ファッションリーダーシップに向けた取り組み



二つ目のポイントとして、ファッションリーダーシップに向けた新しい取り組みが本格化しています。

2015年秋冬には、新進気鋭のデザイナーやアーティスティックディレクターとのコラボレーションにより、今までのユニクロにはなかった新しさや驚きを表現することができました。

ルメールとのコラボレーションは、パリの都会的な息吹を感じさせる新しいユニクロのラインとして、ファッション界でも大きな話題となりました。また、3シーズン目となるイネス・ド・ラ・フレサンジュとのコラボレーションは、ユニクロの重要な商品ラインアップとしてお客様に定着しつつあります。

今後は、これらのコラボレーションにとどまらず、マストトレンドを取り入れた新しいベーシックも、積極的に打ち出してまいります。そのために、ニューヨーク・パリ・ロサンゼルスなどに立ち上げたR&Dセンターをフルに活用したグローバルな商品開発体制を強化していきます。

# デジタル化に向けた取り組み

ユニクロのアプリをリニューアル

有明の多機能倉庫は  
2016年春から稼働予定



店舗在庫確認

店舗名	在庫状況
ユニクロ 東京ミッドタウン店	1.00m なし
ユニクロ 渋谷駅中央口店	2.8km なし
ユニクロ 市ヶ谷駅店	2.8km なし
ユニクロ 銀座店	2.9km 残りわずか
ユニクロ 渋谷スペイン坂店	3km なし
ユニクロ 渋谷道玄坂店	3.1km 残りわずか
ユニクロ プランタン銀座店【※女性専門店】	3.1km なし



アクセンチュア(株)様との  
共同事業会社  
ウェアレクスが稼働  
IT人材採用、デジタル化に向けた  
プロジェクトがスタート

三つ目は、デジタル化に向けた、さまざまな取り組みが始動していることです。

例えば、2015年10月にリニューアルしたユニクロのアプリでは、会員IDのバーコードを搭載し、EC、リアル店舗を問わず購買履歴により、おすすめ商品の情報を提供したり、個別の商品の店舗在庫の確認が出来る機能が加わるなど、お客様の利便性が高まりました。今後はさらに、機能を充実させていきます。

また、建設中の有明の多機能倉庫も2016年春からの稼働に向け、準備が進んでおり、お客様への配送サービスが飛躍的にスピードアップすることが見込まれています。これらの新しい機能を組み合わせることにより、今後、お客様に新しいお買い物体験を提供してまいります。

さらに、2015年9月に設立したアクセンチュア様との共同事業会社ウェアレクスが稼働し始め、IT人材の採用も順調に進んでおり、デジタル化に向けた具体的なプロジェクトがスタートしております。

## 計画を上回る増収増益

- ・ジーユー事業：計画を大幅に上回る増収増益

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が好調  
既存店売上高は2桁増収

- ・セオリー事業は若干の減益

- ・J Brand事業は赤字幅が拡大

- ・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

		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
グローバルブランド事業	売上収益	781	918	+17.4%
	事業利益	100	123	+23.3%
	(売上比)	12.8%	13.4%	+0.6p
	その他収益・費用	▲ 4	0	-
	営業利益	95	124	+29.7%
	(売上比)	12.2%	13.5%	+1.3p

単位：  
億円

注：事業利益は、売上収益から売上原価、販管費を控除して算出しております。

22

次に、グローバルブランド事業の第1四半期の業績ですが、売上収益は918億円、前年同期比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を達成いたしました。

ジーユー事業については、計画を大幅に上回る増収増益となりました。特に、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だったことにより、既存店売上高は2桁増収となりました。第1四半期では22店舗を出店、6店舗を閉店し、11月末の店舗数は335店舗まで拡大いたしました。

一方で、米国の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店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。

単位: 億円

	2014年11月末	2015年8月末	2015年11月末	前年同期比
資産合計	12,810	11,637	12,645	▲164
流動資産	9,806	8,743	9,689	▲117
非流動資産	3,004	2,893	2,956	▲47
負債合計	4,967	3,889	4,596	▲370
資本合計	7,843	7,748	8,049	+205

23

次に2015年11月末のバランスシートの説明をさせていただきます。

資産合計は1兆2,645億円と、前年同期末比164億円減少いたしました。これは、流動資産が同117億円減少したこと、および非流動資産が同47億円減少したためです。

詳細については、次のスライドでご説明いたします。

### 流動資産の減少 ▲117億円(9,806億円 ⇒ 9,689億円)

- ・現金及び現金同等物の増加：+159億円(3,715億円 ⇒ 3,875億円)  
各事業の営業キャッシュ・フローが増加
- ・たな卸資産の増加：+280億円(2,448億円 ⇒ 2,729億円)
  - 【国内ユニクロ事業】▲8億円 直営店が18店舗減少
  - 【海外ユニクロ事業】+237億円 11月末店舗数が169店舗増加
  - 【グローバルブランド事業】+52億円  
ジーユー事業、セオリー事業の事業拡大による在庫増
- ・デリバティブ金融資産：▲642億円(資産2,125億円 ⇒ 1,483億円)  
国内ユニクロ事業などでは、11月末の為替レートが保有する為替予約の平均レートより円安となり、その乖離が縮小したため、前年同期末に比べ642億円減少。  
ヘッジ会計を適用していることから損益への影響はございません。

### 非流動資産の減少 ▲47億円(3,004億円 ⇒ 2,956億円)

- ・無形資産の減少：▲104億円(787億円 ⇒ 683億円)  
【グローバルブランド事業】2015年8月期末にシステム関連、J Brandの減損損失を計上

まず、流動資産が117億円減少した要因をご説明いたします。  
現金及び現金同等物は3,875億円と、前年同期末比で159億円増加いたしました。これは、ユニクロ事業をはじめとする各事業の営業キャッシュ・フローが増加したことによるものです。

たな卸資産は2,729億円と、前年同期末比280億円増加しております。  
国内ユニクロ事業の在庫は同8億円減少いたしました。これは、11月末の直営店舗数が前年同期末比18店舗減少した影響によります。  
海外ユニクロ事業の在庫は、同237億円増加いたしました。これは、11月末の店舗数が、同169店舗増えたことによります。  
グローバルブランド事業の在庫は、同52億円増加しております。これは、ジーユー事業、セオリー事業の事業拡大に伴って在庫が増加したことによります。

デリバティブ金融資産は、資産側で1,483億円と前年同期末比642億円減少いたしました。国内ユニクロ事業などでは、長期的なヘッジ方針に従って為替予約を行っております。11月末の為替レートが、保有する為替予約の平均レートより円安となり、その乖離が縮小したため、前年同期末に比べ642億円減少しております。なお、ヘッジ会計を適用していることから損益への影響はございません。

非流動資産は、前年同期末比で47億円減少しております。  
これは、2015年8月期末にシステム関連、およびJ Brandの減損損失を計上したことにより、無形資産が104億円減少したためです。



単位:億円

	2015年8月期 第1四半期	2016年8月期 第1四半期	コメント
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>+718</b>	<b>+585</b>	
税引前四半期利益	+1,067	+776	ユニクロ事業をはじめとする各事業の利益貢献
減価償却費及びその他の償却費	+84	+92	
運転資金の増減額	▲207	▲108	
法人税等の支払い・還付	▲298	▲340	
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>▲192</b>	<b>▲71</b>	
定期預金の増減額(▲は増加)	+8	+60	3ヵ月超の定期預金が減少
有形固定資産の取得による支出	▲152	▲111	旗艦店や出店拡大に伴う投資
無形資産の取得による支出	▲22	▲23	システム投資など
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>▲171</b>	<b>▲214</b>	
配当金の支払額	▲152	▲178	期末配当金1株当たり175円の支払い
現金及び現金同等物に係る換算差額	+220	+24	
現金及び現金同等物の増加額	574	323	
現金及び現金同等物期首残高	3,140	3,552	
現金及び現金同等物期末残高	3,715	3,875	

25

次に、第1四半期のキャッシュ・フローについてご説明いたします。

営業活動によるキャッシュ・フローは、585億円の収入となりました。ユニクロ事業をはじめとする各事業の利益貢献776億円と、収入が増加した一方で、運転資金が108億円の支出となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは71億円の支出となりました。支出の主な内訳としては、有形固定資産の取得で111億円、システム投資などによる無形資産の取得で23億円となっております。

なお、連結の設備投資額は151億円、内訳としては、国内ユニクロ事業で16億円、海外ユニクロ事業で86億円、グローバルブランド事業で19億円、システム投資などで28億円となっております。

財務活動によるキャッシュ・フローは、214億円の支出となりました。主な内訳としては、配当金の支払額178億円の支出となっております。

以上の結果、2015年11月末における現金及び現金同等物の期末残高は3,875億円となりました。

### 世界最高水準の商品開発力を強化

- ・R&Dセンターでのグローバルな情報収集、商品開発体制の強化
- ・マーケティングとマーチャンダイジングが一体となった商品開発
- ・気候に影響されにくい商品構成の強化
- ・SKU単位での商品計画の精度を向上

### グローバルで最適な生産・物流ネットワークの再構築

- ・企画から販売までのリードタイムの短縮
- ・シーズン中の追加生産、減産といった柔軟な生産・物流体制を確立
- ・東レ株式会社様との第Ⅲ次パートナーシップに伴い、高機能性素材を使った付加価値商品の開発

### 好調なジーユー事業の高い成長を継続

- ・国内における大量出店と、海外への展開



ここからは、グループ全体の今後の成長戦略についてご説明いたします。

今後の成長に向けて、まずは世界最高水準の商品開発力の一層の強化を進めていきます。R&Dセンターでのグローバルな情報収集、商品開発体制の強化ばかりではなく、マーケティングとマーチャンダイジングが一体となった商品開発、気候に影響されにくい商品構成の強化、SKU単位での商品計画のさらなる精度の向上です。

また、グローバルで最適な生産・物流ネットワークの再構築を進めていきたいと考えています。特に、企画から販売までのリードタイムを極力短縮し、シーズン中の追加生産、減産といった柔軟な生産・物流体制を確立いたします。さらに、先日発表しました、東レ株式会社様との第Ⅲ次パートナーシップの締結に伴い、高機能性素材を使った付加価値商品の開発をさらに進めてまいります。

好調なジーユー事業については、引き続き国内における大量出店と、海外への展開により、高い成長を継続していきたいと考えております。

### 産業を変えるデジタルイノベーションの推進

- ・リアルとバーチャルが連動した、新しいお買物体験を実現するべく、新しい仕組みを有明プロジェクトを通し、開発、構築
- ・会員化を進め、お客様とデジタルを通して直接つながることで、付加価値のある情報提供や買い物の利便性を高める仕組みを構築
- ・Eコマース事業の売上構成比を現在の5%から将来的には30%以上へ
- ・同様の取り組みを海外でも同時に展開をしていく準備が始まる

### デジタルを活用し社員の働き方を変える

- ・従来の固定化した組織からフラットなネットワーク型の組織へ
- ・企画、生産、マーケティング、物流、販売を世界各地のそれぞれの領域でデジタルなネットワークを介して連携し、世界同時進行で進む組織に変革



27

産業を変えるデジタルイノベーションの推進については、リアルとバーチャルが連動した、新しいお買物体験を実現するべく、新しい仕組みを有明プロジェクトを通し、開発、構築しつつあります。

例えば、会員化を進めることで、お客様とデジタルを通して直接つながることで、付加価値のある情報提供や、買い物の利便性を高める仕組みを構築し、店舗・ECへの集客力を飛躍的に高めていきたいと考えています。また、デジタルフラッグシップストアでは、豊富なサイズバリエーションやフラッグシップ専用商品など商品の魅力を大幅に向上させる準備も進めています。

これにより、Eコマース事業の売上構成比を現在の5%から将来的には30%以上へ引き上げていきたいと考えています。また、同様の取り組みを海外でも同時に展開をしていく準備がすでに始まっています。

さらにデジタルイノベーションにおいては、デジタルを活用して社員の働き方そのものを変えていきます。従来の固定化した組織からフラットなネットワーク型の組織へ変革していきます。これにより、企画、生産、マーケティング、物流、販売を世界各地でデジタルなネットワークを介して連携し、世界同時進行で進める組織に変革してまいります。

これによって、お客様への商品・サービス提供のスピードとクオリティーを、飛躍的に高めてまいります。

## 【連結】2016年8月期 通期業績予想

### 減額修正

売上収益 : 1兆8,000億円(前期比+7.0%)  
 営業利益 : 1,800億円(前期比+9.4%)

- ・第1四半期の国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業の下振れ
- ・第2四半期の国内、海外ユニクロ事業の売上、粗利益率の悪化を織り込む
- ・下期、ユニクロ事業で売上、粗利益率が期初計画比で若干の弱含みも、大幅な経費削減により、期初計画と同水準の営業利益を確保
- ・予想には為替差損益を見込まず

	2015年8月期 通期実績	2016年8月期 直近予想 (10/8時点)		2016年8月期 修正予想 (1/7時点)	
			前期比		前期比
売上収益 (売上比)	16,817 100.0%	19,000 100.0%	+13.0%	18,000 100.0%	+7.0%
営業利益 (売上比)	1,644 9.8%	2,000 10.5%	+21.6% +0.7p	1,800 10.0%	+9.4% +0.2p
税引前利益 (売上比)	1,806 10.7%	2,000 10.5%	+10.7% ▲0.2p	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)	1,100 6.5%	1,150 6.1%	+4.5% ▲0.4p	1,100 6.1%	▲0.0% ▲0.4p

単位：  
億円

※事業利益は営業利益と同水準を想定

28

2016年8月期の通期業績予想について、ご説明いたします。

通期の売上収益は、期初予想に対して1,000億円の減額修正とし、1兆8,000億円、営業利益は200億円減額修正し、1,800億円といたしました。

これは、第1四半期の国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業の下振れ分と、第2四半期の国内、海外ユニクロ事業の売上、粗利益率の悪化を織り込んでおります。

下期の業績予想につきましては、国内、海外ユニクロ事業で売上、粗利益率が期初計画比で若干の弱含みを想定しているものの、大幅な経費削減により、期初計画と同水準の営業利益の増益を確保したいと考えております。

経費に関しては、費用対効果を踏まえた物流オペレーションの見直し、店舗バックヤードにおける作業の効率化、委託費など本部コストの削減、マーケティング費用の最適化など、あらゆる領域で経費削減を進めてまいります。

なお、この業績予想につきましては、為替差損益は見込んでおりません。事業利益については、営業利益と同水準を想定しております。

## 国内ユニクロ事業：若干の減益

- ・上期は減益、下期は計画通り前年同期比で増益の見込み
- ・通期の売上収益は前年比でほぼ横ばい、営業利益は若干の減益
- ・通期の既存店売上高は横ばい。下期の販売は、気温に左右されにくい商品、売れ筋商品の投入、追加生産・減産により機動的な対応ができる体制でのぞむ

## 海外ユニクロ事業：増収増益

- ・上期は減益、下期は計画通り前年同期比で増益、通期は増収増益

## グローバルブランド事業：増収増益

- ・ジュー事業の好調により、上期は増収増益、通期でも増収増益

海外ユニクロ事業 出店予想	
グレーターチャイナ	約100店舗
韓国	約20店舗
東南アジア・オセアニア地区	約40店舗
米国	約7店舗
欧州	約10店舗
合計	約177店舗

グローバルブランド 出店予想	
GU事業	約50店舗
セオリー事業	約25店舗
CDC事業	約5店舗
合計	約80店舗

次に、セグメント別のトレンドを申し上げます。

国内ユニクロ事業の上期は減益の見込みですが、下期は計画通り、前年同期比で増益を見込んでおります。  
通期の売上収益は前年比でほぼ横ばい、営業利益は若干の減益を見込んでおります。

なお、通期の既存店売上高は横ばいを見込んでおります。  
下期の販売については、気温に左右されにくい商品や、売れ筋商品の投入、追加生産・減産により機動的な対応ができる体制でのぞむ予定です。

海外ユニクロ事業は、上期は減益の見込みですが、下期は計画通り前年同期比で増益、通期は、増収増益を見込んでおります。

グローバルブランド事業では、ジュー事業の好調により、上期は増収増益、通期でも増収増益を見込んでおります。

最後に配当金につきましては、期初予想通り上期185円、下期185円と、通期で370円から変更はございません。

以上で、私からの説明を終わります。ありがとうございました。

## 連結対象事業別出退店 実績

【単位：店舗】	15年8月期 期末	2016年8月期 1Q実績（2015/11末）				期末
		出店	退店	増減	期末	
ユニクロ事業合計	1,639	93	24	+69	1,708	
国内ユニクロ事業：※	841	23	20	+3	844	
直営店	811	15	20	▲5	806	
大型店	208	4	9	▲5	203	
標準店等	603	11	11	0	603	
FC	30	8	0	+8	38	
海外ユニクロ事業：	798	70	4	+66	864	
中国	387	31	4	+27	414	
香港	25	0	0	+0	25	
台湾	55	3	0	+3	58	
韓国	155	8	0	+8	163	
シンガポール	23	0	0	0	23	
マレーシア	25	6	0	+6	31	
タイ	23	6	0	+6	29	
フィリピン	23	4	0	+4	27	
インドネシア	8	1	0	+1	9	
オーストラリア	6	1	0	+1	7	
米国	42	6	0	+6	48	
英国	9	0	0	0	9	
フランス	8	1	0	+1	9	
ロシア	8	1	0	+1	9	
ドイツ	1	1	0	+1	2	
ベルギー	0	1	0	+1	1	
グローバルブランド事業	1,339	39	16	+23	1,362	
ジーユー事業	319	22	6	+16	335	
セオリー事業※	504	9	3	+6	510	
コントワー・デ・コトニエ事業※	368	5	3	+2	370	
プリンセス・タム・タム事業※	145	3	4	▲1	144	
J Brand 事業	3	0	0	0	3	
総合計	2,978	132	40	+92	3,070	

注：ミーナ事業、グラミンユニクロ  
事業は含まず

※ フランチャイズ店は含む

## 連結対象事業別出退店 予想

【単位：店舗】	15年8月期	2016年8月期 予想			
	期末	出店	退店	純増減	期末
ユニクロ事業合計	1,639	217	50	+167	1,806
国内ユニクロ事業 ※	841	40	35	+5	846
海外ユニクロ事業	798	177	15	+162	960
グローバルブランド事業 ※	1,339	80	50	+30	1,369
総 合 計	2,978	297	100	+197	3,175

注：ミーナ事業、グラミンユニクロ事業は含まず ※フランチャイズ店は含む

## 為替レート、設備投資、減価償却費

### 適用為替レート

単位：円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2016年8月期 第1四半期実績（3ヶ月平均）	120.7	134.6	184.7	18.9	10.3
2015年8月期 第1四半期実績（3ヶ月平均）	107.5	137.8	174.9	17.5	10.3
2016年8月期 通期予想レート（1/7時点）	120.5	132.5	185.0	19.0	10.6
2015年8月期 通期実績（12ヶ月平均）	117.3	137.1	183.1	18.9	10.7

### 設備投資・減価償却費

単位：億円

	設備投資	減価償却費
2016年8月期 第1四半期実績（3ヶ月累計）	151	92
2015年8月期 第1四半期実績（3ヶ月累計）	211	84
2016年8月期 通期予想（12ヶ月累計）	640	403
2015年8月期 通期実績（12ヶ月累計）	624	377

#### 設備投資内訳

2015年8月期 1Q実績：国内ユニクロ 43億円、海外ユニクロ 116億円、グローバルブランド事業 27億円、システム他 22億円

2016年8月期 1Q実績：国内ユニクロ 16億円、海外ユニクロ 86億円、グローバルブランド事業 19億円、システム他 28億円

2016年8月期 通期予想：国内ユニクロ 42億円、海外ユニクロ 367億円、グローバルブランド事業 118億円、システム他 113億円