

2017年8月期業績 2018年8月期業績見通し

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、2017年8月期の業績、および
2018年8月期の業績見通しについてご説明いたします。

I. 2017年8月期 決算概要	P3	～	P21
II. 2018年8月期 業績予想	P22	～	P25
III. 参考資料	P26	～	P28

【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。

【連結】2017年8月期 実績

**過去最高の売上収益、営業利益、当期利益を達成
海外ユニクロ事業が大きく貢献**

単位：億円

	2016年8月期		2017年8月期						
	通期実績	上期実績	前期		下期実績		通期実績	前期比	直近予想 (7/13)
			前年同期比		前年同期比				
売上収益 (売上比)	17,864 100.0%	10,175 100.0%	+0.6%		8,444 100.0%	+9.0%	18,619 100.0%	+4.2%	18,500 100.0%
売上総利益 (売上比)	8,649 48.4%	4,942 48.6%	+3.6%	+1.5p	4,150 49.2%	+7.0%	9,092 48.8%	+5.1%	-
販管費 (売上比)	7,029 39.3%	3,654 35.9%	▲1.4%	▲0.7p	3,597 42.6%	+8.3%	7,252 38.9%	+3.2%	-
事業利益 (売上比)	1,620 9.1%	1,287 12.7%	+21.2%	+2.2p	553 6.6%	▲0.9%	1,840 9.9%	+13.6%	1,800 9.7%
その他収益・費用 (売上比)	▲347 -	19 0.2%	-		▲95 -	-	▲76 -	-	-
営業利益 (売上比)	1,272 7.1%	1,306 12.8%	+31.5%	+3.0p	457 5.4%	+63.7%	1,764 9.5%	+38.6%	1,750 9.5%
金融収益・費用 (売上比)	▲370 -	169 1.7%	-		0 0.0%	-	169 0.9%	-	-
税引前利益 (売上比)	902 5.1%	1,476 14.5%	+79.9%	+6.4p	457 5.4%	+458.7%	1,933 10.4%	+114.3%	1,750 9.5%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	480 2.7%	972 9.6%	+106.7%	+4.9p	220 2.6%	+21x	1,192 6.4%	+148.2%	1,000 5.4%

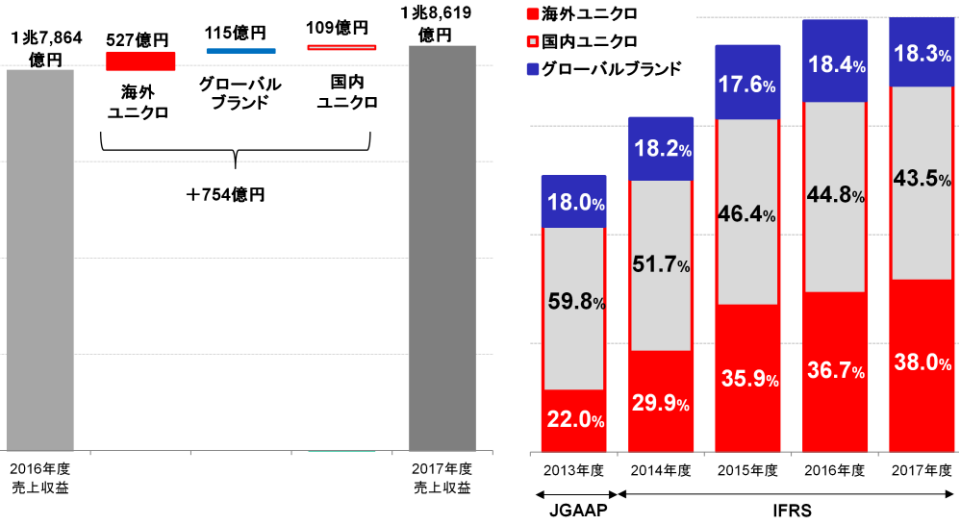
3

2017年8月期の連結業績は、売上収益が1兆8,619億円、前期比4.2%増、事業そのものの収益を示す事業利益が1,840億円、同13.6%増、営業利益が1,764億円、同38.6%増、親会社の所有者に帰属する当期利益が1,192億円、同148.2%増と過去最高の業績を達成することができました。特に、海外ユニクロ事業の増益が、連結業績に大きく貢献したことや、減損損失が大幅に減少したこと、為替差益を計上したことで、当期利益は計画を大きく上回り、前期比2.5倍となりました。

【連結】2017年8月期 売上収益

売上収益は754億円の増収

海外ユニクロの売上構成比が拡大

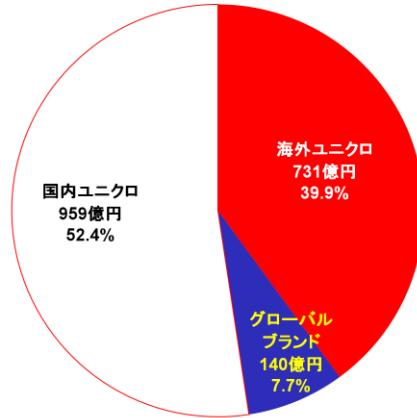
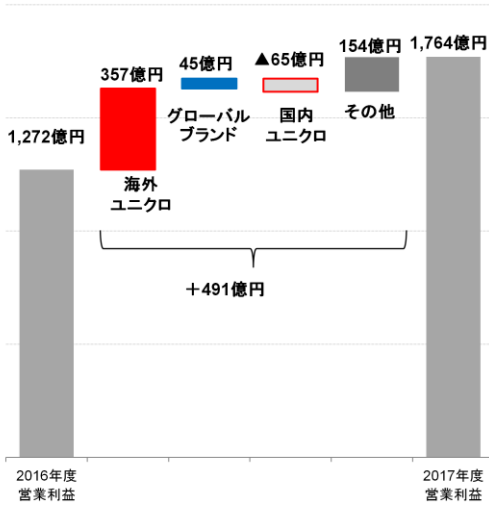


まず、売上収益は前期比754億円の増収となりました。
これは、海外ユニクロ事業が527億円の大幅な増収となったことによります。

【連結】2017年8月期 営業利益

海外ユニクロの大幅な増益が寄与

セグメント別営業利益の合計に占める
海外ユニクロの構成比は39.9%まで拡大

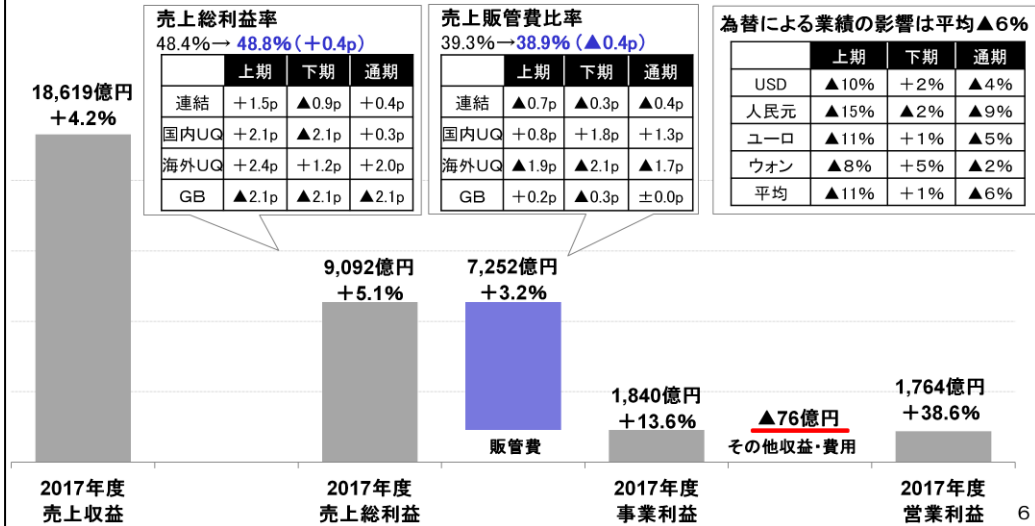


注: 上記はセグメント別の営業利益の合計であり、ファーストリテイリング単体の営業利益および連結調整は含まれておりません。

営業利益についても、海外ユニクロ事業が357億円の大幅な増益と、大きく寄与いたしました。これにより、セグメント別の営業利益の合計に占める、海外ユニクロ事業の構成比は、39.9%まで拡大いたしました。

営業利益率は2.4p改善

売上総利益率は0.4p改善、売上販管費比率0.4p改善



続いて、連結の損益計算書のポイントをご説明いたします。

営業利益は1,764億円、同38.6%増の増益となり、
営業利益率は同2.4ポイント改善いたしました。

まず、売上総利益率ですが、48.8%と、同0.4ポイント改善いたしました。
これは、主に海外ユニクロ事業で2.0ポイント、国内ユニクロ事業で0.3ポイント
改善したことによりです。

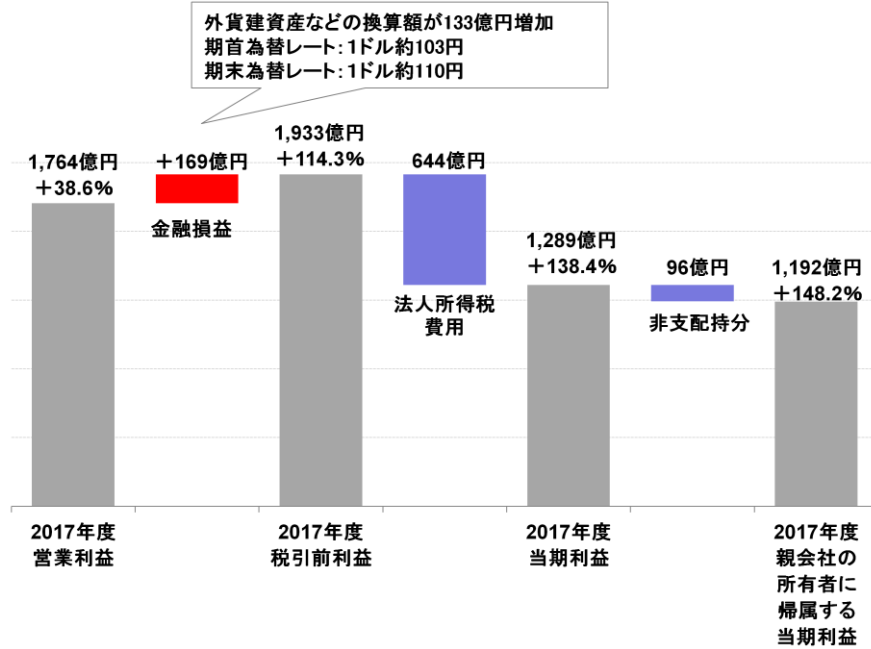
売上販管費比率は38.9%と、同0.4ポイント改善しております。
これは、海外ユニクロ事業で1.7ポイント改善したためです。

この結果、事業利益は1,840億円と、同13.6%の増益となりました。

その他収益・費用の合計は76億円のマイナスとなっております。
詳細は、スライド7ページの一覧表をご参照ください。

【連結】その他収益・費用の主な内訳

	2016年8月期	2017年8月期	
事業利益	1,620億円	1,840億円	
為替差損益	▲110億円	21億円	期首為替レート:1ドル約103円 期末為替レート:1ドル約110円 海外子会社の仕入れにかかわる 一時立替金などから生じる為替差損益
減損損失	▲223億円	▲93億円	
J Brand	▲138億円	▲36億円	
システム	-	▲35億円	グローバルブランドのシステム入れ替えに伴う損失
米国店舗	▲57億円	▲14億円	
その他店舗	▲21億円	▲7億円	
店舗閉店に伴う閉店損・除却損	▲24億円	▲27億円	
米国店舗	▲18億円	▲11億円	米国での5店舗閉店に伴う、閉店損・除却損
その他店舗	▲6億円	▲15億円	中国などでの店舗閉店に伴う固定資産除却損
その他	11億円	23億円	減損損失戻入益、持分法による投資利益など
合計	▲347億円	▲76億円	
営業利益	1,272億円	1,764億円	



次に、金融損益ですが、期首に比べ、為替が円安になったことから、外貨建資産などの換算額が増加し、金融損益はネットで169億円のプラスとなっております。

この結果、税引前利益は1,289億円と同138.4%増、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,192億円、同148.2%増となりました。

2017年8月期 セグメント別 実績

単位: 億円

		2016年8月期	2017年8月期				通期実績	前期比
		通期実績	上期実績	前年同期比	下期実績	前年同期比		
国内ユニクロ事業	売上収益	7,998	4,551	+0.3%	3,556	+2.7%	8,107	+1.4%
	事業利益	1,038	695	+9.3%	272	▲32.3%	967	▲6.9%
	(売上比)	13.0%	15.3%	+1.3p	7.7%	▲3.9p	11.9%	▲1.1p
	その他収益・費用	▲14	▲7	-	▲1	-	▲8	-
海外ユニクロ事業	売上収益	6,554	3,928	+0.9%	3,153	+18.5%	7,081	+8.1%
	事業利益	461	498	+53.1%	264	+93.5%	762	+65.1%
	(売上比)	7.0%	12.7%	+4.3p	8.4%	+3.3p	10.8%	+3.8p
	その他収益・費用	▲87	▲10	-	▲20	-	▲31	-
グローバル ブランド事業	売上収益	3,285	1,681	+0.5%	1,719	+6.6%	3,401	+3.5%
	事業利益	241	104	▲27.0%	75	▲23.7%	179	▲25.6%
	(売上比)	7.3%	6.2%	▲2.3p	4.4%	▲1.7p	5.3%	▲2.0p
	その他収益・費用	▲146	▲3	-	▲35	-	▲39	-
	営業利益	95	100	▲29.7%	39	-	140	+47.5%
	(売上比)	2.9%	6.0%	▲2.6p	2.3%	+5.3p	4.1%	+1.2p

注: 連結業績には上記の他、ファーストリテイリング単体の業績、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)。

セグメント別の業績は、9ページのスライドの通りです。

売上収益は増収も、営業利益は減益

単位: 億円

	2016年8月期 通期実績	2017年8月期					
		上期実績	前年同期比	下期実績	前年同期比	通期実績	
						前期比	
売上収益 (売上比)	7,998 100.0%	4,551 100.0%	+0.3%	3,556 100.0%	+2.7%	8,107 100.0%	+1.4%
売上総利益 (売上比)	3,818 47.7%	2,187 48.1%	+4.7% +2.1p	1,703 47.9%	▲1.6% ▲2.1p	3,890 48.0%	+1.9% +0.3p
販管費 (売上比)	2,780 34.8%	1,492 32.8%	+2.7% +0.8p	1,430 40.2%	+7.8% +1.8p	2,923 36.1%	+5.1% +1.3p
事業利益 (売上比)	1,038 13.0%	695 15.3%	+9.3% +1.3p	272 7.7%	▲32.3% ▲3.9p	967 11.9%	▲6.9% ▲1.1p
その他収益・費用 (売上比)	▲14 -	▲7 -	- -	▲1 -	- -	▲8 -	- -
営業利益 (売上比)	1,024 12.8%	687 15.1%	+7.3% +1.0p	271 7.6%	▲29.3% ▲3.5p	959 11.8%	▲6.4% ▲1.0p

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)。

10

まず、国内ユニクロ事業の通期の業績ですが、
 売上収益は8,107億円、前期比1.4%増、
 営業利益は959億円、同6.4%減と、増収減益の結果となりました。

減益となった理由は、粗利益率の改善が0.3ポイントにとどまった一方で、
 経費比率が1.3ポイント上昇したことによります。
 詳細については、後ほどご説明させていただきます。

【国内ユニクロ事業】売上収益の状況

2017年8月期：売上収益8,107億円（前期比+1.4%）
既存店売上高は、通期で+1.1%（上期 +0.1%、下期+2.4%）

- ✓ 上期は売上規模の大きい12月に気温が高かった影響により、+0.1%にとどまるものの、下期は+2.4%。ワイヤレスブラ、感動パンツ、イージーアングルパンツ、UTなどの話題性のある商品の販売が好調で、客数が増加
- ✓ Eコマースの販売は、上期は、物流の混乱の影響のため、+11.7%にとどまる3月24日のスマートフォンサイトの刷新、商品やサービスを拡大した結果、4月以降は平均23%増と順調に成長
 2017年8月期のEコマース販売：487億円（+15.6%）、売上構成比5.3%→6.0%
- ✓ 客数（+2.9%）：キャンペーン商品の販売が好調で集客につながったことによる
- ✓ 客単価（▲1.8%）：単価の高いボトムスの構成比の伸びが一巡した一方で、単価の低いインナー、カットソーの構成比が高まった影響

直営既存店 前年比	2017年8月期							
	上期	3Q	6月	7月	8月	下期	通期	9月
売上高	+0.1%	+2.7%	+4.1%	+3.7%	▲3.4%	+2.4%	+1.1%	+6.3%
客数	+0.2%	+8.5%	+8.2%	+5.6%	▲4.1%	+6.1%	+2.9%	+3.9%
客単価	▲0.1%	▲5.3%	▲3.8%	▲1.9%	+0.7%	▲3.5%	▲1.8%	+2.3%

2017年8月末 直営店舗数790店舗、前期末比▲8店舗(21店舗出店、29店舗閉店)
 FC店 41店舗、同 +2店舗

11

まず、国内ユニクロ事業の売上ですが、既存店売上高は、通期で1.1%増となりました。

上期は、売上規模の大きい12月に気温が高かった影響により、前年同期比0.1%増にとどまりましたが、下期は同2.4%増となりました。これは、ワイヤレスブラ、感動パンツ、イージーアングルパンツ、UTなどの話題性のある商品の販売が好調で客数が増加したことによります。

また、Eコマースの販売は、3月24日にスマートフォンサイトの刷新、商品やサービスを拡大した結果、4月以降の伸び率は平均23%増と順調に成長しております。

2017年8月期：売上総利益率 48.0%（前期比+0.3p）

通期の粗利益率は前期比0.3ポイント改善

- ・為替の社内レートが円安傾向にあったため、原価率は上昇が続いた
- ・上期は、「毎日お買い求めやすい価格」戦略により、値引率をコントロール。これに加え、値引率が大きかった前年度に対して、値引きロスが改善、上期の粗利益率は前年同期比2.1ポイント上昇
- ・下期は、「毎日お買い求めやすい価格」戦略の開始から一年が経過したこと、第4四半期には在庫処分を積極的に進めたことから、値引率の改善幅が縮小、下期の粗利益率は計画を下回り、同2.1ポイント低下

	2016年8月期	2017年8月期	
			前期比
通期	47.7%	48.0%	+0.3p
上期	46.0%	48.1%	+2.1p
下期	50.0%	47.9%	▲2.1p

12

次に、通期の売上総利益率ですが、48.0%と前期比0.3ポイント改善いたしました。

為替の社内レートが円安傾向にあったため、原価率の上昇が続いている中で、上期は、「毎日お買い求めやすい価格」戦略により、値引率をコントロールいたしました。これに加え、値引率が大きかった前年度に対して、値引きロスが改善したことから、上期の粗利益率は前年同期比2.1ポイント上昇いたしました。

一方、下期は「毎日お買い求めやすい価格」戦略の開始から一年が経過したこと、第4四半期には在庫処分を積極的に進めたことから、値引率の改善幅は縮小いたしました。

下期の粗利益率は計画を下回り、同2.1ポイント低下しております。

【国内ユニクロ事業】販管費

2017年8月期：売上販管費比率 36.1%（前期比+1.3p）
通期は1.3pの上昇、うち会計・税制上の変更の影響は0.4p

- ・下期に、制度上の変更に伴う経費増を34億円計上。通期0.4p、下期1.0pの影響
 - ✓減価償却費：退店時の原状回復費用である資産除去債務の増加。資産除去債務は毎期末に見直しを実施。直近の実績に基づき、今期末に引当を増やした
 - ✓租税公課（その他経費）：税制改正による外形標準課税の税率引上げに伴う増加
- ・人件費：売上が計画を下回ったことによる比率の上昇。下期から一部地域での時給の上昇、繁忙期の臨時雇用の増加による店舗人件費の増加
- ・物流費：下期は配送の効率化や予備倉庫の削減などにより、着実に改善が進む
- ・広告宣伝費：チラシや新聞広告の効率化

	通期 (前期比)	上期 (前年同期比)	下期 (前年同期比)
販管費合計	+1.3p	+0.8p	+1.8p
人件費	+0.3p	+0.2p	+0.5p
賃借料	+0.1p	+0.2p	+0.0p
物流費	+0.5p	+0.8p	+0.1p
広告宣伝費	▲0.1p	▲0.2p	+0.0p
減価償却費	+0.2p	▲0.1p	+0.6p
その他経費	+0.2p	▲0.1p	+0.6p

13

通期の売上販管費比率は36.1%と、前期比1.3ポイント上昇しております。

上期は、物流改革に伴う一時的な費用の増加などにより、経費比率は前年同期比0.8ポイント上昇いたしました。

下期の経費比率は同1.8ポイント増加しておりますが、これは減価償却費と租税公課の増加といった、会計および税制上の変更が影響しております。これら制度上の変更に伴う経費の増加金額は合計で34億円、経費比率への影響は、通期では同0.4ポイント、下期のみでは同1.0ポイントとなっております。

次に、主な経費項目について、ご説明いたします。

まず人件費ですが、売上比率は同0.3ポイント上昇いたしました。これは、売上が計画を下回ったことによる比率の上昇に加え、下期から一部地域での時給の上昇、繁忙期の臨時雇用が増加したことにより、店舗人件費が増加したためです。

物流費は、同0.5ポイント上昇いたしました。

上期は同0.8ポイント上昇いたしました。下期は、配送の効率化や予備倉庫の削減などにより、同0.1ポイントの上昇に留まるなど、着実に改善が進んでおります。

広告宣伝費は、同0.1ポイント改善いたしました。これは、チラシや新聞広告の効率化によるものです。

営業利益は計画を上回り、前期比ほぼ倍増

グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区での成長がめざましく、中でも東南アジアは、グレーターチャイナ、韓国に次ぐ海外ユニクロ事業の柱として、成長ステージに突入

- ・売上収益は8.1%増にとどまるも、為替による押し下げ要因が通期で約6%。
現地通貨ベースでは約15%の増収と、計画を上回って拡大
- ・営業利益が前期比で倍増となった要因は、
 - ✓ 各エリアで値引きを抑えた商売に転換したことで、粗利益率が大幅に改善
 - ✓ 各エリアでの経費削減の効果がみられた
 - ✓ 米国の赤字幅が半減

単位：億円

	2016年8月期	2017年8月期						
		通期実績	上期実績	前年同期比	下期実績	前年同期比	通期実績	前期比
海外ユニクロ事業	売上収益	6,554	3,928	+0.9%	3,153	+18.5%	7,081	+8.1%
	事業利益	461	498	+53.1%	264	+93.5%	762	+65.1%
	(売上比)	7.0%	12.7%	+4.3p	8.4%	+3.3p	10.8%	+3.8p
	その他収益・費用	▲87	▲10	-	▲20	-	▲31	-
	営業利益	374	487	+65.9%	243	+203.3%	731	+95.4%
(売上比)	5.7%	12.4%	+4.8p	7.7%	+4.7p	10.3%	+4.6p	

14

次に、海外ユニクロ事業についてご説明いたします。

通期の売上収益は7,081億円、前期比8.1%増、営業利益は731億円、同95.4%増と、営業利益は計画を上回り、前期比でほぼ倍増となりました。

特に、グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区での成長がめざましく、中でも東南アジアは、グレーターチャイナ、韓国に次ぐ海外ユニクロ事業の柱として、成長ステージに突入しております。

売上収益は8.1%増にとどまっておりますが、これは為替による押し下げ要因が通期で約6%あったことによるもので、現地通貨ベースでは約15%の増収と、計画を上回って拡大しております。

営業利益が前期比で倍増となった要因は、各エリアで値引きを抑えた商売に転換したことで、粗利益率が大幅に改善したこと、各エリアで経費削減の効果がみられたことに加え、米国の赤字幅が半減したことによります。

グレーターチャイナ：計画を上回る増収増益

2017年8月期：売上 3,464億円+4.1%、営業利益501億円+37.0%

韓国：増収増益、経営改革により計画を上回る大幅な増益

【中国大陸】

- ・既存店売上高が増収、営業利益は計画を上回る大幅な増益
- ・時節や祝日にあわせたキャンペーンで集客できたこと、中国大陸の気候の違いを考慮した商品構成での商売が好調
- ・発注・販売計画の精度が改善したことで、粗利益率が改善
- ・購買プロジェクトにより、店舗・本部での経費コントロールを強化し、経費比率が改善
- ・Eコマース販売は2桁増収と好調

【香港、台湾】

- ・香港、台湾ともに、粗利益率の改善、経費削減により、計画を上回り、増益を達成
- ・香港の既存店売上高は、通期では減収も、下期は回復に転じ増収
- ・台湾では、消費低迷および天候不順の影響で、既存店売上高は減収が続く

【韓国】

- ・既存店売上高は通期で減収も、商品構成の見直し、デジタルマーケティングへのシフトにより、感動パンツやエアリズム、ブラトップなどが話題を集め、下期は増収に転じる
- ・値引きに頼る商売から脱却し、通期の粗利益率は改善
- ・店頭の在庫水準を見直したことにより、人件費、物流費も大幅に改善

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。

グレーターチャイナの通期の売上収益は3,464億円、前期比4.1%増、営業利益は501億円、同37.0%増と、計画を上回る増収増益を達成いたしました。グレーターチャイナの増収率は4.1%にとどまっておりますが、これは為替による押し下げ要因が通期で約7%あったことによりです。詳細については、後ほど、上席執行役員の潘よりご説明させていただきます。

韓国は増収増益となりました。経営改革を進めたことにより、計画を上回る大幅な増益を達成しております。既存店売上高は通期では減収となったものの、商品構成を見直したこと、デジタルマーケティングへのシフトにより、感動パンツやエアリズム、ブラトップなどのコア商品が話題を集めることができ、下期から増収に転じております。また、値引きに頼る商売から脱却し、通期の粗利益率は改善いたしました。店頭の在庫水準を見直したことにより、人件費、物流費も大幅に改善しております。

東南アジア・オセアニア：計画を大幅に上回り、 営業利益は前期比で倍増 北米：米国は計画通り、赤字幅が半減

【東南アジア・オセアニア地区】

- ・既存店売上高の2桁増収が続く
- ・現地の気候に合った、日常生活に欠かせない夏物の品番数を増やし、売上がさらに拡大
- ・比較的買やすい価格の「東南アジア企画商品」の開発で、客層が拡大
- ・秋冬商品の機能性をしっかり伝えることで、海外旅行需要を取り込む
- ・コンフォートファッション需要が高い地域では、ヒジャブ、バジマラユなどを提案
- ・プレス活動やデジタルを活用したマーケティング活動で、若い女性の認知度アップ
- ・粗利益率は改善、店頭在庫の見直しによる物流費・人件費の削減など、経費比率も改善
- ・今後は出店加速により、事業拡大を見込む

【北米(米国・カナダ)】

- ・デニム、UTなどのコア商品やコラボ商品の情報発信が成功し、既存店売上高は増収
- ・地域の特性に応じた商品構成へ見直したことで、値引率が改善、粗利益率は上昇
- ・経営改革が進んだことから、経費比率も大幅に改善
- ・店舗減損損失14億円、5店舗閉店による除却損・閉店損7億円、合計21億円を計上
- ・カナダ事業は、2016年秋に2店舗、2017年10月にバンクーバーに出店、順調な売上

16

東南アジア・オセアニア地区も、計画を大幅に上回り、営業利益は前期比で倍増いたしました。

東南アジア・オセアニア地区は、経営基盤がさらに強化されたことから、今後は出店を加速していくことにより、より一層の事業拡大が見込まれると考えております。詳細については、後ほど、上席執行役員の守川よりご説明させていただきます。

米国は計画通り、赤字幅が半減いたしました。

デニム、UTなどのコア商品や、コラボ商品の情報発信が成功し、既存店売上高は増収となりました。

また、地域の特性に応じた商品構成へ見直したことで、値引率が改善し、粗利益率は上昇いたしました。

加えて、経営改革が進み、経費比率も大幅に改善しております。

カナダ事業は、2016年秋にトロントに2店舗、2017年10月にバンクーバーに出店し、順調な売上となっております。

欧州：計画通り、営業利益は若干の減益

【欧州】

- ・欧州全体で通期で20店舗の出店と、出店数が増えたことによる経費増で、若干の減益
- ・2017年9月、スペイン初の店舗をバルセロナにオープン、好調なスタート



スペイン初の店舗「ユニクロ パッセージ・デ・グラシア店」(バルセロナ)

17

欧州は、計画通りの増収、営業利益は若干の減益となりました。
ロシア、フランスを中心に、欧州全体で合計20店舗の出店と、前期比で出店数が増えたことによる経費増により、営業利益は若干の減益となっております。

なお、2017年9月に、スペイン初の店舗をバルセロナにオープンし、好調なスタートとなっております。

計画を下回るも、増収増益

- ・**ジーユー事業**: 売上1,991億円+6.0%、営業利益135億円▲39.0%
 - ・デザインブラウスやビッグシルエットトップス、デザインボトムス、パジャマ、シューズなど好調な商品に、欠品による機会ロスが生じた一方で、想定したほどのヒットにはならなかった商品もあったため、既存店売上高は3%の減収
 - ・昨年の既存店売上高が+17%とハードルが高かったことも減収の一因
 - ・売上が計画を下回ったこと、円安による原価率の上昇により、粗利益率が低下
 - ・デジタルマーケティングへのシフトで広告宣伝費が減少も、物流費・人件費増で経費比率は上昇
 - ・海外事業は、3月に香港に初出店し成功を収める。中国・台湾の収益性も大幅に改善
- ・**セオリー事業**: 計画を上回る大幅な増益
- ・**コントワー・デ・コトニエ事業**: 減収も、経費削減で赤字幅が縮小
- ・**プリンセス タム・タム事業**: 赤字継続
- ・**J Brand事業**: 赤字が継続、減損損失36億円を計上

		2016年8月期		2017年8月期				単位:億円
		通期実績	上期実績	前年同期比	下期実績	前年同期比	通期実績	
グローバル ブランド事業	売上収益	3,285	1,681	+0.5%	1,719	+6.6%	3,401	+3.5%
	事業利益	241	104	▲27.0%	75	▲23.7%	179	▲25.6%
	(売上比)	7.3%	6.2%	▲2.3p	4.4%	▲1.7p	5.3%	▲2.0p
	その他収益・費用	▲146	▲3	-	▲35	-	▲39	-
	営業利益	95	100	▲29.7%	39	-	140	+47.5%
	(売上比)	2.9%	6.0%	▲2.6p	+2.3%	+5.3p	4.1%	+1.2p

グローバルブランド事業の売上収益は3,401億円、前期比3.5%増、営業利益は140億円、同47.5%増と、計画を下回ったものの、増収増益を達成いたしました。これは、セオリー事業が大幅な増益となったこと、J Brand事業の減損損失が縮小したことによります。

まず、ジーユー事業ですが、売上は1,991億円、同6.0%増、営業利益は135億円、同39.0%減と、売上、利益ともに計画を下回る結果となりました。デザインブラウスやビッグシルエットトップス、デザインボトムス、パジャマ、シューズなど好調な商品に、欠品による機会ロスが生じた一方で、想定したほどのヒットにはならなかった商品もあったため、既存店売上高は3%の減収となりました。昨年の既存店売上高が17%増とハードルが高かったことも減収の一因です。売上が計画を下回ったこと、円安による原価率の上昇により、粗利益率が低下いたしました。デジタルマーケティングへのシフトにより、広告宣伝費が減少したものの、物流費や人件費が増加したため、経費比率は上昇しております。なお、ジーユーの海外事業は、3月に香港に初出店し、成功を収めており、中国および台湾の収益性も大幅に改善いたしました。

セオリー事業は、計画を上回る大幅な増益となりました。これは、米国のセオリーブランドが好調なことに加え、PLSTブランドの収益性が改善したことによります。

コントワー・デ・コトニエ事業は、減収となりましたが、経費削減を進めたことで、赤字幅が縮小いたしました。

プリンセス タム・タム事業は、赤字が継続しております。

J Brand事業も赤字が継続し、減損損失36億円を計上いたしました。

【連結】2017年8月期末 B/S

単位：億円

	2016年8月期末	2017年8月期末	増 減
資産合計	12,381	13,884	+1,503
流動資産	9,245	10,775	+1,530
非流動資産	3,135	3,108	▲26
負債合計	6,404	6,264	▲140
資本合計	5,976	7,620	+1,643

19

次に2017年8月期末のバランスシートについて、ご説明いたします。

資産合計は1兆3,884億円と、前期末比1,503億円増加、
資本合計は7,620億円と、同1,643億円増加いたしました。

詳細については、次のスライドでご説明いたします。

【連結】B/Sのポイント(前期末比)

流動資産の増加 +1,530億円(9,245億円⇒1兆775億円)

- ・現金及び現金同等物の増加: +2,983億円(3,854億円⇒6,838億円)
営業キャッシュ・フローの増加、3ヶ月超の定期預金の取り崩し
- ・その他の短期金融資産の減少: ▲1,538億円(1,842億円⇒304億円)
3ヶ月超の定期預金の取り崩し
- ・たな卸資産の増加: +196億円(2,700億円⇒2,896億円)
【国内UQ】▲40億円 春夏商品の在庫消化が進む
【海外UQ】+227億円 店舗数+131店舗と事業が拡大
【グローバルブランド】+9億円

負債の減少 ▲140億円(6,404億円⇒6,264億円)

- ・デリバティブ金融負債の減少: ▲663億円(723億円⇒60億円)
保有する為替予約の平均レートが、期末の為替レートより円高となったことにより、一部のデリバティブ金融負債が資産に転じる。ヘッジ会計を適用していることから、損益への影響はない

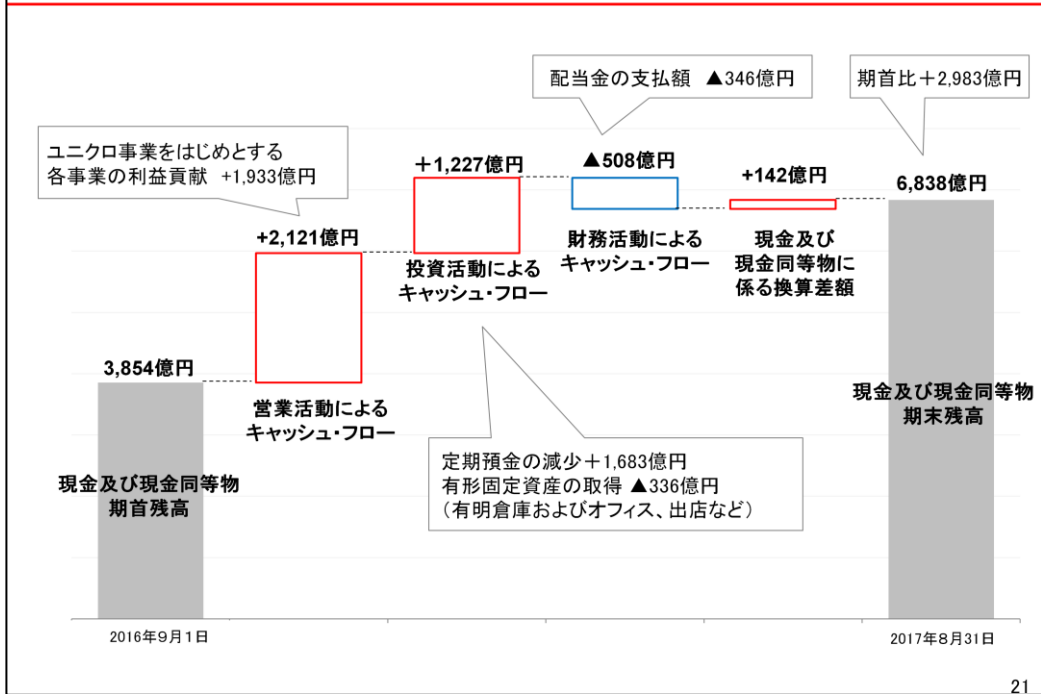
資本の増加 +1,643億円(5,976億円⇒7,620億円)

- ・利益剰余金の増加: +846億円(6,139億円⇒6,985億円)
- ・キャッシュ・フロー・ヘッジの増加: +469億円(▲446億円⇒22億円)

まず、流動資産が1,530億円増加した要因をご説明いたします。
現金及び現金同等物は6,838億円と、前期末比2,983億円増加いたしました。
これは、営業キャッシュ・フローの増加および3ヶ月超の定期預金の取り崩しによるものです。
定期預金を取り崩したことで、その他短期金融資産は同1,538億円減少しております。

なお、たな卸資産は2,896億円と、同196億円増加しております。
これは主に、海外ユニクロ事業の事業拡大に伴って、在庫が拡大したことによります。

【連結】2017年8月期 キャッシュ・フロー



次に、2017年8月期のキャッシュ・フローですが、
 営業活動によるキャッシュ・フローが2,121億円の収入と、大幅に増加した結果、
 2017年8月末における現金及び現金同等物の期末残高は6,838億円となりました。

過去最高の業績を見込む

売上収益	: 2兆500億円	前期比 +10.1%
営業利益	: 2,000億円	前期比 +13.4%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	: 1,200億円	前期比 +0.6%

	2017年8月期		2018年8月期	
	通期実績		通期予想 (10/12)	前期比
売上収益 (売上比)	18,619 100.0%		20,500 100.0%	+10.1%
事業利益 (売上比)	1,840 9.9%		2,050 10.0%	+11.4% +0.1p
その他収益・費用	▲76		▲50	-
営業利益 (売上比)	1,764 9.5%		2,000 9.8%	+13.4% +0.3p
金融収益・費用	169		0	-
税引前利益 (売上比)	1,933 10.4%		2,000 9.8%	+3.4% ▲0.6p
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,192 6.4%		1,200 5.9%	+0.6% ▲0.5p

単位: 億円

22

ここからは、2018年8月期の通期業績予想について、ご説明いたします。

2018年8月期も過去最高の業績となる見込みです。

売上収益は2兆500億円、前期比10.1%増、

事業利益は2,050億円、同11.4%増、

その他収益・費用として、50億円の費用を予想しております。このうち25億円は、中国、米国など海外ユニクロ事業での店舗閉店に伴う除却損・閉店損です。

この結果、営業利益は2,000億円、同13.4%増となる見込みです。

金融収益・費用は、前期ではネットで169億円のプラスとなりましたが、

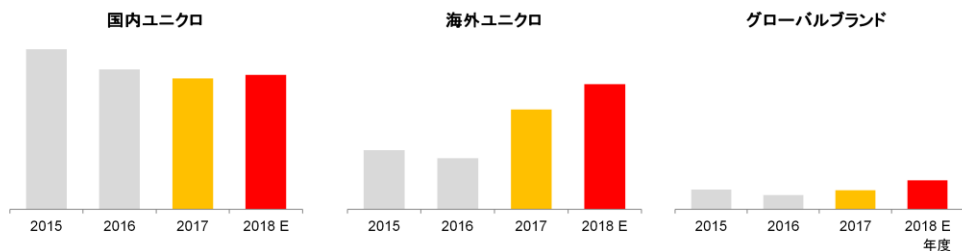
今期の予想には、期初の為替レート1ドル110円を前提とし、為替換算差損益は見込んでおりません。

この結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,200億円、同0.6%増を見込んでおります。

海外ユニクロ事業：大幅な増収増益を見込む。売上は国内UQを上回り、営業利益も国内UQに迫る水準まで拡大

- ・グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区は引き続き大幅な増収増益を見込む
- ・東南アジア・オセアニア地区は、40店舗の出店と、出店ペースを加速、さらなる事業の拡大をめざす
- ・韓国、欧州事業も増収増益見込み
- ・北米事業(米国、カナダ)は今期も赤字が半減する見込み

セグメント別 営業利益のトレンド(イメージ)



次に、各セグメントの業績予想についてご説明いたします。

まず、全体の業績を大きく牽引していく海外ユニクロ事業ですが、大幅な増収増益を見込んでおり、売上金額は、初めて国内ユニクロ事業の売上を上回る見込みです。

また、営業利益の水準も、国内ユニクロ事業に迫る勢いです。

エリア別では、グレーターチャイナおよび東南アジア・オセアニア地区が引き続き大幅な増収増益を見込んでおります。

中でも、東南アジア・オセアニア地区は、今期は約40店舗の出店と、出店ペースを加速し、さらなる事業の拡大をめざしていきます。

韓国、欧州事業も増収増益を見込んでおります。

また、北米事業は今期も赤字が半減することを見込んでおります。

国内ユニクロ事業:若干の増収増益を見込む

- ・既存店売上高は1.9%の増収を見込む。うち、Eコマースは約30%増収の計画
- ・粗利益率は、値引率のコントロールをするものの、原価率の上昇により、若干の低下を見込む
- ・経費削減策を引き続き強化。特に、在庫水準を見直し、人件費、物流費を効率化

グローバルブランド事業:増収増益を見込む

- ・ジーユー事業は増収増益を見込む
- ・ジーユー事業の業績回復に向けての対策
 - ✓ 数値計画の精度を高めると共に、期中企画商品・追加生産商品の比率を大幅に拡大、ヒット商品の芽を逃さない体制へ変革
 - ✓ 生産地の見直しも含め、生産リードタイムの短縮
 - ✓ 2016年に立ち上げたロンドンのR&Dセンターと連携し、商品開発力の強化を図る
 - ✓ 中国大陸を中心に、海外出店を約10店舗計画、海外での事業拡大を進める
- ・セオリー事業は大幅な増収増益
- ・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事業は、赤字幅を縮小

24

国内ユニクロ事業ですが、若干の増収増益を見込んでおります。既存店売上高は1.9%の増収を見込んでおり、このうち、Eコマースは約30%の増収の計画です。

粗利益率は、値引率をコントロールしていくものの、原価率の上昇により、若干の低下を見込んでおります。

一方、経費削減策は引き続き強化していく計画で、特に、在庫水準を見直し、人件費、物流費の効率化を進めていく予定です。

次に、グローバルブランド事業ですが、増収増益を見込んでおります。

ジーユー事業は増収増益の見込みです。

今期は業績回復に向けて、数値計画の精度を高めると共に、期中企画商品および追加生産商品の比率を大幅に拡大することで、ヒット商品の芽を逃さない体制へ変革していきます。

また、これを実現するために、生産地の見直しも含め、生産リードタイムの短縮を進めていきます。これに加え、ロンドンのR&Dセンターと連携し、商品開発力の強化も図っていきます。

また、今期は、中国大陸を中心に、海外出店を約10店舗計画しており、海外での事業拡大を進めていく予定です。

セオリー事業は引き続き大幅な増収増益、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事業は、赤字幅が縮小する見込みです。

2017年8月期 配当金予想

2017年8月期 年間配当金 350円を予定
2018年8月期 年間配当金 350円を見込む

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2016年8月期	185円	165円	350円
2017年8月期 ※1	175円	175円	350円
2018年8月期(10/12予想) ※2	175円	175円	350円

※1 2017年8月期の期末配当金は、2017年11月2日開催予定の当社取締役会での決議を前提としています。

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

最後に、配当金についてご説明させていただきます。

2017年8月期の配当金は、期末配当金175円を含み、
1株当たりの年間配当金350円を予定しています。

2018年8月期の配当金につきましては、中間、期末ともに175円、
あわせて年間で350円、前期と同額の配当金を見込んでいます。

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。

＜参考資料＞連結対象会社別出退店 実績と予想

【単位: 店舗】	16年8月期	2017年8月期(2016/9～2017/8)実績			2018年8月期(2017/9～2018/8)予想				
	期末	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	1,795	176	51	+125	1,920	207	50	+157	2,077
国内ユニクロ事業: ※	837	23	29	▲6	831	30	30	0	831
直営店	798	21	29	▲8	790	-	-	-	-
大型店	205	10	6	+4	209	-	-	-	-
標準店等	593	11	23	▲12	581	-	-	-	-
FC	39	2	0	+2	41	-	-	-	-
海外ユニクロ事業:	958	153	22	+131	1,089	177	20	+157	1,246
中国	472	90	7	+83	555	-	-	-	-
香港	25	0	0	0	25	100	-	-	-
台湾	63	3	1	+2	65	-	-	-	-
韓国	173	13	7	+6	179	7	-	-	-
シンガポール	24	1	1	0	24	-	-	-	-
マレーシア	35	6	0	+6	41	-	-	-	-
タイ	32	2	0	+2	34	40	-	-	-
フィリピン	32	8	0	+8	40	-	-	-	-
インドネシア	9	3	0	+3	12	-	-	-	-
オーストラリア	12	1	1	0	12	-	-	-	-
米国	45	4	5	▲1	44	-	-	-	-
カナダ	0	2	0	+2	2	10	-	-	-
英国	10	0	0	0	10	-	-	-	-
フランス	10	9	0	+9	19	-	-	-	-
ロシア	11	9	0	+9	20	20	-	-	-
ドイツ	3	2	0	+2	5	-	-	-	-
ベルギー	2	0	0	0	2	-	-	-	-
スペイン	0	0	0	0	0	-	-	-	-
グローバルブランド事業合計	1,365	81	72	+9	1,374	81	30	+51	1,425
ジーユー事業	350	41	19	+22	372	49	-	-	-
セオリー事業※	530	30	22	+8	538	25	-	-	-
コントワール・デ・コトニエ事業※	348	8	23	▲15	333	6	-	-	-
プリンセス・タム・タム事業※	137	2	8	▲6	131	1	-	-	-
総 合 計	3,160	257	123	+134	3,294	288	80	+208	3,502

注: ミーナ事業、グラミンユニクロ事業の店舗は含まない ※フランチャイズ店を含む

<参考資料> 為替レート

連結取込 為替レート(12ヶ月平均)

単位: 円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2016年8月期 通期(12ヶ月平均)実績	115.1	127.2	167.4	17.7	9.8
2017年8月期 通期(12ヶ月平均)実績	110.1	120.7	139.7	16.1	9.7
2018年8月期 通期(12ヶ月平均)予想	110.0	120.0	142.0	16.1	9.9

バランスシート適用 為替レート

単位: 円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2016年8月期 期末為替レート 実績	103.2	114.9	134.9	15.4	9.2
2017年8月期 期末為替レート 実績	110.4	131.3	142.7	16.7	9.8
2018年8月期 期末為替レート 予想	110.4	131.3	142.7	16.7	9.8

設備投資(ファイナンスリース含む)・減価償却費

単位: 億円

	設備投資					減価償却費
	国内 ユニクロ	海外 ユニクロ	グローバル ブランド	システム他	合計	
2015年8月期 通期実績(12ヶ月累計)	108	377	109	76	672	377
2016年8月期 通期実績(12ヶ月累計)	67	268	99	154	589	367
2017年8月期 通期実績(12ヶ月累計)	66	243	105	181	597	396
2018年8月期 通期予想(12ヶ月累計)	45	281	113	358	797	432

2017年8月期より設備投資にファイナンスリースを含めて開示いたします。

2015年8月期、2016年8月期の設備投資の実績もファイナンスリースを含めた数字で掲載しております。