

2019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
取締役 グループ上席執行役員 CFO

1

CFOの岡崎です。
私から、2019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	～	P18
II. 2019年8月期 通期業績予想	P19	～	P21
III. ご参考資料	P22	～	P24

【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。
 - ジーユー事業： 国内・海外で展開するジーユー事業が含まれています。
 - グローバルブランド事業： セオリー事業、プラステ事業、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】2019年8月期 第1四半期実績

**増収減益、計画を若干下回る
海外UQは計画を上回る増収増益も、国内UQが下振れ**

単位：億円

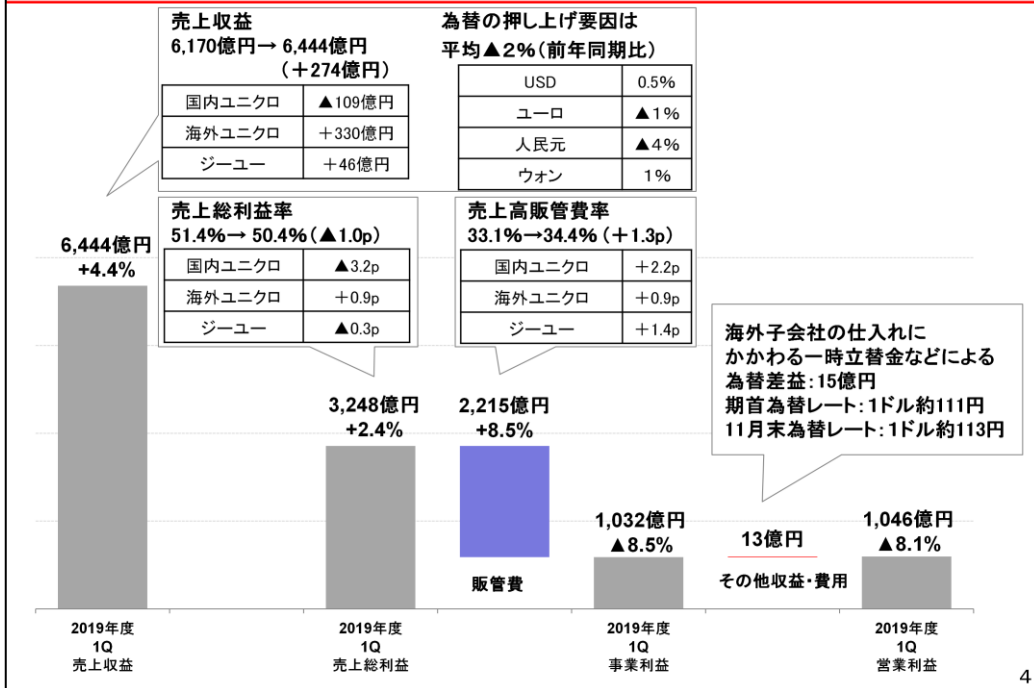
	2018年8月期 第1四半期実績	2019年8月期	
		第1四半期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	6,170 100.0%	6,444 100.0%	+4.4%
売上総利益 (売上比)	3,170 51.4%	3,248 50.4%	+2.4% ▲1.0p
販管費 (売上比)	2,042 33.1%	2,215 34.4%	+8.5% +1.3p
事業利益 (売上比)	1,128 18.3%	1,032 16.0%	▲8.5% ▲2.3p
その他収益・費用 (売上比)	10 0.2%	13 0.2%	+29.1% 0.0p
営業利益 (売上比)	1,139 18.5%	1,046 16.2%	▲8.1% ▲2.3p
金融収益・費用 (売上比)	39 0.6%	64 1.0%	+63.3% +0.4p
税引前四半期利益 (売上比)	1,178 19.1%	1,110 17.2%	▲5.7% ▲1.9p
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	785 12.7%	734 11.4%	▲6.4% ▲1.3p

3

2019年8月期 第1四半期の連結業績ですが、
売上収益は6,444億円、前年同期比4.4%増、
事業そのものの収益を示す事業利益は1,032億円、同8.5%減、
営業利益は1,046億円、同8.1%減、
税引前四半期利益は1,110億円、同5.7%減、
親会社の所有者に帰属する四半期利益は734億円、同6.4%減となりました。

海外ユニクロ事業は計画を上回る増収増益となったものの、国内ユニクロ事業が計画に対して下振れたため、連結の売上、営業利益は計画を若干下回る結果となりました。

【連結】第1四半期 営業利益



4

まず、連結の損益計算書のポイントについて、ご説明いたします。

連結の売上収益は6,444億円、前年同期比274億円の増収となりました。これは、国内ユニクロ事業が109億円の減収となった一方で、海外ユニクロ事業が330億円、ジーユー事業が46億円の増収となったことによります。

売上総利益率は50.4%と、前年同期比で1.0ポイント低下いたしました。これは、海外ユニクロ事業で0.9ポイント改善した一方で、国内ユニクロ事業で3.2ポイント低下したことによります。

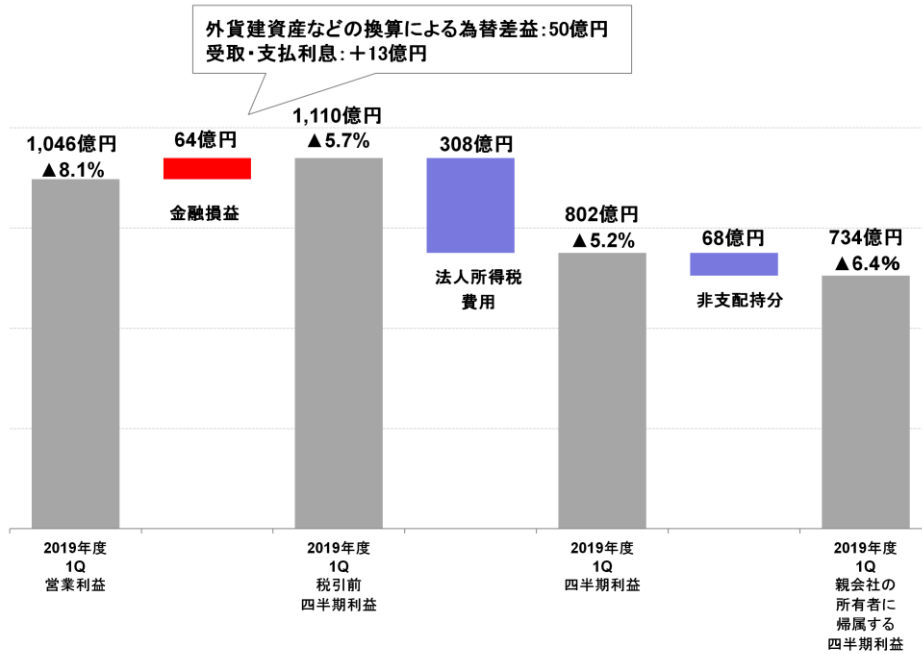
売上高販管费率は34.4%と、同1.3ポイント上昇いたしました。これは、国内ユニクロ事業、ジーユー事業、海外ユニクロ事業で上昇したためです。

事業利益は1,032億円と、同8.5%の減益となりました。

その他収益・費用の合計は13億円のプラスとなっております。これは主に、海外子会社の仕入れにかかわる一時立替金などに、為替差益が15億円発生したことによります。

これらの結果、営業利益は1,046億円、同8.1%の減益となりました。

【連結】第1四半期 親会社の所有者に 帰属する四半期利益



5

次に、金融損益ですが、ネットで64億円のプラスとなりました。
これは、外貨建資産などの換算による為替差益を50億円計上したことなどによります。

この結果、税引前四半期利益は1,110億円と同5.7%減、
親会社の所有者に帰属する四半期利益は734億円、同6.4%減となりました。

【セグメント別】 第1四半期実績

単位：億円

		2018年8月期 第1四半期実績	2019年8月期 第1四半期実績	前年同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	2,570	2,461	▲4.3%
	事業利益	534	379	▲29.1%
	(売上比)	20.8%	15.4%	▲5.4p
	その他収益・費用	6	0	▲92.7%
	営業利益	541	379	▲29.9%
海外ユニクロ事業	(売上比)	21.1%	15.4%	▲5.7p
	売上収益	2,582	2,913	+12.8%
	事業利益	467	528	+13.0%
	(売上比)	18.1%	18.1%	0.0p
	その他収益・費用	▲0	▲2	—
ジーユー事業	営業利益	466	525	+12.6%
	(売上比)	18.1%	18.0%	▲0.1p
	売上収益	608	654	+7.7%
	事業利益	89	86	▲4.1%
	(売上比)	14.8%	13.1%	▲1.7p
グローバルブランド事業	その他収益・費用	0	▲0	—
	営業利益	90	85	▲4.9%
	(売上比)	14.8%	13.1%	▲1.7p
	売上収益	400	407	+1.8%
	事業利益	31	28	▲10.4%
グローバルブランド事業	(売上比)	7.9%	6.9%	▲1.0p
	その他収益・費用	▲1	▲0	—
	営業利益	30	27	▲9.9%
	(売上比)	7.6%	6.7%	▲0.9p

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)。

6

セグメント別の業績は、6ページのスライドの通りです。

国内ユニクロ事業の売上収益が2,461億円、営業利益が379億円となった一方で、海外ユニクロ事業の売上収益は2,913億円、営業利益は525億円となり、この第1四半期は、海外ユニクロ事業の売上、営業利益が国内ユニクロ事業を大きく上回る結果となりました。

売上の下振れにより、大幅な減益

- ・大幅な減益となった理由は、暖冬の影響で、売上が計画を下回ったこと
- ・値引販売を強化したことにより、粗利益率も計画に対して若干下回る
- ・経費は、削減努力により、金額ベースでは計画の範囲内におさまる

単位:億円

	2018年8月期 実績	2019年8月期 実績	
	第1四半期	第1四半期	前年同期比
売上収益 (売上比)	2,570 100.0%	2,461 100.0%	▲4.3%
売上総利益 (売上比)	1,307 50.9%	1,174 47.7%	▲10.2% ▲3.2p
販管費 (売上比)	772 30.1%	795 32.3%	+3.0% +2.2p
事業利益 (売上比)	534 20.8%	379 15.4%	▲29.1% ▲5.4p
その他収益・費用 (売上比)	6 0.2%	0 0.0%	▲92.7% ▲0.2p
営業利益 (売上比)	541 21.1%	379 15.4%	▲29.9% ▲5.7p

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)。

7

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2,461億円、前年同期比4.3%減、営業利益は379億円、同29.9%減と、計画を下回り、大幅な減益となりました。

大幅な減益となった理由は、暖冬の影響で、売上が計画を下回ったことによります。また、値引販売を強化したことにより、粗利益率も計画に対して若干下回りました。ただし、経費に関しては、削減努力により、金額ベースでは計画の範囲内におさまっております。

【国内ユニクロ事業】売上収益の状況

1Q(9~11月)既存店売上高 ▲4.3%

- ・既存店売上高が減収となった要因:暖冬の影響で、防寒衣料の需要が弱かったこと、商品構成が防寒衣料に偏りすぎていたこと、前年のハードルが高かったこと
- ・プレミアムラムセーター、ボアスウェット、ファーリーフリース、ニットコートなどの新商品やトレンド商品は好調も、特に気温の高かった10月、11月には、ヒートテック、ウルトラライトダウン、カシミアセーター、メリノセーターといった冬のコア商品が全般的に苦戦
- ・Eコマースの売上は237億円、+30.9%、売上構成比は7.0%から9.7%へと計画通り上昇
アプリ会員の増加、話題性のあるコラボ商品や検索数の多い商品を中心に、SNSで積極的にニュース発信、店舗受取りサービスの拡大
- ・12月は、前年が18.1%増とハードルが高かったにもかかわらず、5.2%の増収を達成。
12月中旬からの気温低下により、防寒衣料の販売が好調だったことに加え、値引販売を強めたことによる

既存店 前年同期比	2019年8月期				
	9月	10月	11月	1Q累計	12月
売上高	+6.0%	▲10.0%	▲4.3%	▲4.3%	+5.2%
客数	+3.4%	▲5.5%	▲1.7%	▲1.8%	+4.3%
客単価	+2.5%	▲4.7%	▲2.7%	▲2.5%	+0.9%

8

国内ユニクロ事業の既存店売上高は、前年同期比で4.3%減収となりました。

既存店売上高が減収となった要因は、暖冬の影響で、防寒衣料の需要が弱かったこと、商品構成が防寒衣料に偏りすぎていたこと、前年のハードルが高かったことによります。

プレミアムラムセーター、ボアスウェット、ファーリーフリース、ニットコートなどの新商品やトレンド商品は好調な販売となりましたが、特に気温の高かった10月、11月には、ヒートテック、ウルトラライトダウン、カシミアセーター、メリノセーターといった冬のコア商品が全般的に苦戦しました。

一方、Eコマースの売上は237億円、同30.9%増、売上構成比は7.0%から9.7%へと、計画通り順調に高まっております。

Eコマースの売上が拡大した要因は、アプリ会員が増加したこと、話題性のあるコラボ商品や検索数の多い商品を中心に、SNSで積極的にニュース発信をおこなったこと、店舗受取りサービスが拡大したことによります。

なお、12月の既存店売上高は前年が18.1%増とハードルが高かったにもかかわらず、5.2%の増収を達成いたしました。これは、12月中旬からの気温低下により、防寒衣料の販売が好調だったことに加え、値引販売を強めたことによります。

売上総利益率は47.7%、前年同期比3.2ポイント低下 計画を若干下回る水準

- ・為替の社内レートが円安傾向が続いていることで、原価率が上昇
- ・売上が好調だった前年に比べ、今年の秋冬は暖冬となったことから販売に苦戦し、値引き販売を強めたことによる

売上高販管費率は32.3%、前年同期比2.2ポイント上昇 金額では計画の範囲内

- ・物流費：店舗関連の物流費、Eコマース関連の物流費が増加
 - ・店舗関連：売上が計画を下振れ、在庫が増加し、倉庫費が増えた
 - ・Eコマース関連：Eコマース販売の売上構成比の上昇による増加。ただし、有明倉庫の自動化により、1件あたりの物流費は低下、効率化が進む
- ・その他経費：有明プロジェクトによるIT投資の増加
- ・減価償却費：有明倉庫の自動化、従来使用していたマテハンの一部で償却期間を短縮、店舗のLED導入

	売上比率 前年同期比
販管費合計	+2.2p
物流費	+0.8p
その他経費	+0.6p
減価償却費	+0.4p
人件費	+0.3p
広告宣伝費	+0.1p
賃借料	+0.1p

9

売上総利益率は47.7%と、計画を若干下回り、前年同期比3.2ポイント低下いたしました。

これは、為替の社内レートが円安傾向が続いていることで、原価率が上昇したことに加え、売上が好調だった前年に比べ、今年の秋冬は暖冬となったことから販売に苦戦し、値引き販売を強めたことによります。

売上高販管費率は32.3%と、前年同期比2.2ポイント上昇いたしました。

ただし、引き続き、経費削減を実施した結果、広告宣伝費や賃借料を削減できたことから、経費全体の金額は、計画の範囲内におさまっております。

各経費項目ですが、まず、物流費比率は、前年同期比で0.8ポイント上昇いたしました。これは、店舗関連の物流費、Eコマース関連の物流費が増加したことによります。

店舗関連の物流費が増加した要因は、売上が計画を下振れたことに伴い、在庫が増加し、倉庫費が増えたためです。

また、Eコマース関連の物流費が増加した要因は、Eコマース販売の売上構成比の上昇によるものです。ただし、有明倉庫の自動化により、1件あたりの物流費は低下しており、効率化が進んでおります。

その他経費比率は、同0.6ポイント上昇いたしました。

これは、有明プロジェクトによるIT投資の増加によります。

減価償却費比率は、同0.4ポイント上昇いたしました。

これは、有明倉庫の自動化に伴う減価償却費の増加に加え、従来使用していたマテハンの一部で償却期間を短縮したこと、店舗のLED導入などによります。

営業利益は、計画を上回る増益 国内ユニクロの営業利益を大幅に超えた

- ・暖冬の影響により、海外ユニクロ事業の売上は計画を若干下回ったが、全てのエリアで粗利益率が改善し、営業利益は計画を上回る
- ・地域別では、グレートチャイナ、韓国が増収増益、東南アジア・オセアニア地区が大幅な増収増益
- ・米国は大幅な増収増益、今期の黒字化に向けて順調な進捗
- ・欧州も大幅な増収増益、オランダなどの新規国への出店も進み、事業を拡大

単位：億円

		2018年8月期	2019年8月期	
		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	2,582	2,913	+12.8%
	事業利益	467	528	+13.0%
	(売上比)	18.1%	18.1%	0.0p
	その他収益・費用	▲0	▲2	-
	営業利益	466	525	+12.6%
	(売上比)	18.1%	18.0%	▲0.1p

10

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2,913億円、前年同期比12.8%増、営業利益は525億円、同12.6%増と、増収増益を達成いたしました。暖冬の影響により、海外ユニクロ事業の売上は計画を若干下回りましたが、全てのエリアで粗利益率が改善し、営業利益は計画を上回っております。

なお、この第1四半期で、海外ユニクロ事業の営業利益は、国内ユニクロ事業を大幅に超えました。

地域別では、グレートチャイナ、韓国が増収増益、東南アジア・オセアニア地区が大幅な増収増益となりました。

米国は大幅な増収増益となり、今期の黒字化に向けて順調な進捗となっております。

欧州も大幅な増収増益で、オランダなどの新規国への出店も進んでおり、事業を拡大しております。

**グレーターチャイナ:売上は暖冬で計画を若干下回るも、
中国大陸の2桁増益により、計画を上回る増益**

【中国大陸】営業利益は計画を上回り、2桁増益を達成

- ・プレミアムラムセーター、ファーリーフリース、スウェット、ニットコートといった新商品やマストレンドの商品が好調で、既存店売上高(ECOMARSを含まない)は増収
- ・ECOMARS販売も、店舗とECOMARSの融合であるO2O(Online-to-Offline)の強化により好調が継続、第1四半期も2桁増収を達成
- ・ただし、期を通して気温が高く推移したことから、防寒衣料の販売が苦戦、第1四半期の売上は計画に対して若干下回る
- ・収益面では、値引率のコントロールにより、営業利益は計画を上回る2桁増益

【香港・台湾】営業利益は減益

- ・既存店売上高は、暖冬の影響などにより、計画を下回り、減収
- ・売上が計画を下回ったことで、営業利益は減益

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は増収増益となりました。売上収益は暖冬により計画を若干下回りましたが、営業利益は中国大陸の2桁増益により、計画を上回る増益を達成いたしました。

中国大陸は、プレミアムラムセーター、ファーリーフリース、スウェット、ニットコートといった新商品やマストレンドの商品が好調で、既存店売上高は増収となりました。また、ECOMARS販売も、店舗とECOMARSの融合であるO2Oの強化により好調が継続しており、第1四半期も2桁増収を達成しております。

ただし、期を通して気温が高く推移したことから、防寒衣料の販売が苦戦し、第1四半期の売上は計画に対して若干下回っております。

収益面では、値引率のコントロールにより、中国大陸の営業利益は計画を上回る2桁増益となりました。

香港、台湾の既存店売上高は、暖冬の影響などにより、計画を下回り、減収となりました。売上が計画を下回ったことで、営業利益は減益となりました。

【海外ユニクロ事業】 エリア別(2)

韓国:計画を上回り、営業利益は増益

- ・9月、10月は気温が低く推移したことにより、ウルトラライトダウン、フリースの販売が好調。商売の規模が大きい11月に気温が高くなり、防寒衣料の需要が弱まる
- ・これに加え、前年のハードルが高かったこともあり、第1四半期の既存店売上高は、計画を若干下回り、減収
- ・値引率のコントロール、RFIDを活用した業務の効率化で、営業利益は計画を上回る増益

東南アジア・オセアニア:計画通り、大幅な増収増益

- ・既存店売上高は、すべての国で増収と、好調が続く
- ・なかでもインドネシア、フィリピンの売上の伸びが顕著
- ・フィリピンでは、10月に東南アジアで最大の売場面積を誇るグローバル旗艦店、ユニクロ マニラ店をオープンしたことで、ユニクロの人气がますます高まる

(右写真)
ユニクロ マニラ店(グローバル旗艦店)
オープン前に600人の行列ができた



12

韓国は、計画を上回り、営業利益は増益となりました。

9月、10月は気温が低く推移したことにより、ウルトラライトダウン、フリースの販売が好調だったものの、商売の規模が大きい11月に気温が高くなり、防寒衣料の需要が弱まりました。これに加え、前年のハードルが高かったこともあり、第1四半期の既存店売上高は、計画を若干下回り、減収となりました。

収益面では、値引率のコントロール、RFIDを活用した業務の効率化により、営業利益は計画を上回る増益となっております。

東南アジア・オセアニア地区の業績は、計画通り、大幅な増収増益となりました。

既存店売上高は、すべての国で増収と、好調が続いております。

なかでもインドネシア、フィリピンの売上の伸びが顕著です。

フィリピンでは、10月に東南アジアで最大の売場面積を誇るグローバル旗艦店、ユニクロ マニラ店をオープンしたことで、ユニクロの人气がますます高まりました。

【海外ユニクロ事業】 エリア別(3)

北米：米国は計画通り、営業利益は大幅な増益

- ・米国は、地域ごとの商品構成を見直したことにより、特にカシミアセーター、ダウンが売上をけん引し、既存店売上高は計画通り増収
- ・Eコマース販売も、特別サイズ、特別商品といった商品の拡充に加え、店舗受取りを全店で開始したことにより、2桁増収と高い成長が継続
- ・売上好調に加え、粗利益率、経費比率が改善したことで、大幅な増益
- ・今期の黒字化達成に向けて、第1四半期の黒字基調を継続していく

欧州：計画通り、大幅な増益

- ・既存店売上高は、欧州全体で計画通り増収
- ・なかでも、ロシアの売上が好調で、大幅な増益
- ・これまで好調だったフランスは、暖冬と政情不安の影響により、前年並みの業績
- ・9月に初出店をしたオランダを含め、第1四半期3ヶ月間で9店舗出店

(右写真)
ユニクロ ユニクロ カルファー通り店 (オランダ)



次に北米ですが、米国は計画通り、営業利益は大幅な増益となりました。
米国は、地域ごとの商品構成を見直したことにより、特にカシミアセーター、ダウンが売上をけん引し、既存店売上高は計画通り増収となりました。
Eコマース販売も、特別サイズ、特別商品といった商品の拡充に加え、店舗受取りを全店で開始したことにより、2桁増収と高い成長が継続しております。
売上が好調なことに加え、粗利益率、経費比率が改善したことで、大幅な増益となりました。
今期の黒字化達成に向けて、第1四半期の黒字基調を継続していきます。

欧州は計画通り、大幅な増益となりました。
既存店売上高は、欧州全体で計画通り増収となっております。
なかでも、ロシアの売上が好調で、大幅な増益となっております。
一方、これまで好調だったフランスは、暖冬と政情不安の影響により、前年並みの業績となりました。
欧州での出店については、9月に初出店をしたオランダを含め、第1四半期3ヶ月間で9店舗出店いたしました。

【ジーユー事業】第1四半期 実績

若干の減益。売上、営業利益はほぼ計画通り

- ・既存店売上高(Ｅコマースを含まない)は、計画通り、前年並み。９月は増収と好調なスタート
１０月は気温が高く、減収。１１月、１２月は増収に転じ、売上は着実に増収基調
- ・この秋冬シーズンからは、マストトレンドにフォーカスした商品構成に修正したこと、TVCMを再開し、マーケティングを強化したことが売上回復に寄与
- ・秋は、スウェットやオーバーサイズニットが好調な販売、気温の低下に伴って、中綿・ダウン・ウールのアウター、ウォームボトムス、コーデュロイボトムスなどの販売も好調
- ・ただし、好調な秋物商品の一部で欠品が生じるなど、数値計画の精度には課題が残る
- ・粗利益率(▲0.3ポイント):計画に対しては若干上回る。前年同期比で低下した要因は、前年は2Qに在庫処分を実施したが、今年は1Qから適時に在庫処分をおこなったため
- ・経費比率(+1.4ポイント):金額は計画通り。売上比率の上昇は、TVCM再開による広告宣伝費の増加、IT投資の増加による

単位:億円

		2018年8月期	2019年8月期	
		第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比
ジーユー事業	売上収益	608	654	+7.7%
	事業利益	89	86	▲4.1%
	(売上比)	14.8%	13.1%	▲1.7p
	その他収益・費用	0	▲0	—
	営業利益	90	85	▲4.9%
	(売上比)	14.8%	13.1%	▲1.7p

14

次に、ジーユー事業ですが、

売上収益は654億円、前年同期比7.7%増、営業利益は85億円、同4.9%減と増収、若干の減益となりましたが、売上、営業利益はほぼ計画通りの水準です。

第1四半期の既存店売上高は、計画通り、前年並みとなりました。

9月の既存店売上高は増収と好調なスタートとなりましたが、10月は気温が高かったため、減収となりました。しかし、11月、12月は再び増収に転じており、売上は着実に増収基調となっております。

この秋冬シーズンからは、マストトレンドにフォーカスした商品構成に修正したこと、TVCMを再開し、マーケティングを強化したことが売上回復に寄与いたしました。

秋は、スウェットやオーバーサイズニットが好調な販売となり、気温の低下に伴って、中綿・ダウン・ウールのアウター、ウォームボトムス、コーデュロイボトムスなどの販売も好調となりました。

ただし、好調な秋物商品の一部で欠品が生じるなど、数値計画の精度にはまだ課題が残っています。

収益面では、粗利益率が、前年同期比で0.3ポイント低下いたしました。計画に対しては若干上回る水準となっております。粗利益率が前年同期比で低下した要因は、前年は第2四半期に在庫処分を実施しましたが、今年は第1四半期から適時に在庫処分をおこなったことによりです。

また、経費は、金額ベースでは計画通りとなりました。売上比率は、前年同期比で1.4ポイント増加しましたが、これはTVCMを再開したことに伴う広告宣伝費の増加、IT投資の増加によりです。

増収減益、営業利益は計画を若干下回る

【セオリー事業】増収、営業利益は大幅な増益

・特に米国セオリーの売上が好調で、値引きロスが減少

【プラステ事業】営業利益は若干の減益

・売上は順調に推移

・1Q3ヶ月間で12店舗の出店と、出店数の増加により経費が増加

【コントワー・デ・コトニエ事業】計画以上の減益、赤字

【プリンセス タム・タム事業、J Brand事業】赤字が継続

		2018年8月期	2019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	
グローバルブランド事業	売上収益	400	407	+1.8%	
	事業利益	31	28	▲10.4%	
	(売上比)	7.9%	6.9%	▲1.0p	
	その他収益・費用	▲1	▲0	-	
	営業利益	30	27	▲9.9%	
	(売上比)	7.6%	6.7%	▲0.9p	

15

グローバルブランド事業の売上収益は407億円、前年同期比1.8%増、営業利益は27億円、同9.9%減と、増収減益となりました。

コントワー・デ・コトニエ事業が計画以上の減益となったことにより、グローバルブランド事業の営業利益は計画を若干下回る結果となりました。

事業別では、セオリー事業は増収、営業利益は大幅な増益となりました。

特に米国セオリーの売上が好調で、値引きロスが減少しております。

プラステ事業は、営業利益は若干の減益となりました。

売上は順調に推移したものの、第1四半期3ヶ月間で12店舗の出店と、出店数が増えたことに伴い、経費が増加したことによります。

コントワー・デ・コトニエ事業は計画以上の減益で、赤字となりました。

プリンセス タム・タム事業、J Brand事業は赤字が継続しております。

【連結】2018年11月末 B/S

単位: 億円

	2017年11月末	2018年8月末	2018年11月末	前年同期末比
資産合計	16,330	19,534	20,317	+3,986
流動資産	13,141	16,180	16,920	+3,778
非流動資産	3,188	3,353	3,396	+207
負債合計	7,900	10,506	10,504	+2,604
資本合計	8,429	9,027	9,812	+1,382

16

次に、2018年11月末のバランスシートをご説明いたします。

資産合計は2兆317億円と、前年同期末比3,986億円増加、
負債合計は1兆504億円と、同2,604億円増加、
資本合計は9,812億円と、同1,382億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(前年同期末比)

流動資産の増加+3,778億円(1兆3,141億円⇒1兆6,920億円)

- ・現金及び現金同等物の増加：+1,901億円(7,888億円⇒9,790億円)

2018年6月に2,500億円の社債を発行したことに伴う現金の増加

- ・棚卸資産の増加：+1,517億円(3,011億円⇒4,528億円)

前期末(2018年8月末)に実施した、在庫の計上タイミングの変更の影響が合計580億円(国内UQ:469億円、GU:111億円)。この影響を除くと、実質的には+937億円(従来は、国内倉庫から店舗へ商品を出庫した時点で、在庫としてBSに計上。2018年8月期末より商社との契約の一部変更に伴い、海外から国内倉庫に到着した時点でBSに計上)

【国内UQ】+484億円 暖冬による販売不振に伴い、防寒衣料の在庫が増加

【海外UQ】+454億円 店舗数が前年同期末比+154店舗、

暖冬の影響を受けたグレーターチャイナ、韓国を中心に冬物の在庫が増加

【GU】▲22億円 売上回復による 【グローバルブランド】+21億円

- ・デリバティブ金融資産の増加：+416億円(146億円⇒563億円)

保有する為替予約の平均レートが円高、11月末の為替レートが前年同期末比で円安、乖離幅が拡大ヘッジ会計を適用していることから、損益への影響はなし

負債の増加 +2,604億円(7,900億円⇒1兆504億円)

- ・長期金融負債の増加：+2,307億円(2,740億円⇒5,047億円)

2018年6月 総額2,500億円の社債を発行

17

資産の大半を占める流動資産が前年同期末比3,778億円増加した主な要因をご説明いたします。

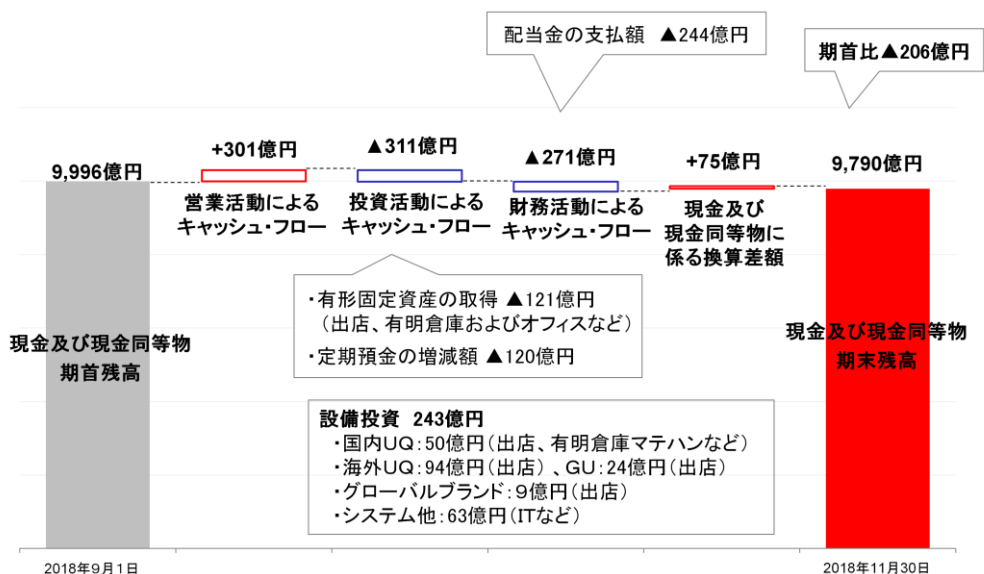
まず、現金及び現金同等物は、同1,901億円増加いたしました。これは、2018年6月に2,500億円の社債を発行したことによります。

次に、棚卸資産は、同1,517億円増加しております。これは、前期末に実施した国内ユニクロ事業およびジーユー事業における、在庫の計上タイミングの変更に伴う影響が合計580億円含まれているため、この影響額を除くと、実質的には同937億円の増加となります。

内訳として、国内ユニクロ事業の棚卸資産の実質的な増加は、同484億円でした。これは、暖冬による販売不振に伴い、防寒衣料の在庫が増加したことによります。

海外ユニクロ事業は、同454億円増加いたしました。これは、店舗数の増加に加え、暖冬の影響を受けたグレーターチャイナ、韓国を中心に冬物商品の在庫が増加していることによります。

【連結】第1四半期 キャッシュ・フロー



次に、2019年8月期 第1四半期のキャッシュ・フローですが、
営業活動によるキャッシュ・フローが301億円の収入、
投資活動によるキャッシュ・フローが311億円の支出、
財務活動によるキャッシュ・フローが271億円の支出となった結果、
2018年11月末における現金及び現金同等物の期末残高は9,790億円となりました。

【連結】2019年8月期予想 通期業績

業績予想は期初計画通り、変更なし

- ・上期は、国内UQが計画以上の減益になる予想
- ・一方で、海外UQが計画を上回る増益と、好調を維持
- ・ジーユーの業績が回復基調

売上収益	: 2兆3,000億円	前期比 +8.0%
営業利益	: 2,700億円	前期比 +14.3%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	: 1,650億円	前期比 +6.6%

	2018年8月期 通期実績	2019年8月期 通期予想 (1/10)		2019年8月期 1Q3ヶ月 実績	単位: 億円
			前期比		
売上収益 (売上比)	21,300 100.0%	23,000 100.0%	+8.0%	6,444 100.0%	
事業利益 (売上比)	2,524 11.9%	2,750 12.0%	+8.9% +0.1p	1,032 16.0%	
その他収益・費用	▲162	▲50	-	13	
営業利益 (売上比)	2,362 11.1%	2,700 11.7%	+14.3% +0.6p	1,046 16.2%	
金融収益・費用	64	0	-	64	
税引前利益 (売上比)	2,426 11.4%	2,700 11.7%	+11.3% +0.3p	1,110 17.2%	
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,548 7.3%	1,650 7.2%	+6.6% ▲0.1p	734 11.4%	

19

次に、2019年8月期の通期業績予想について、ご説明いたします。

第1四半期は、海外ユニクロ事業が計画を上回ったものの、国内ユニクロ事業の業績が計画を下振れことから、連結の売上収益、営業利益は計画を若干下回る進捗となっております。

上期は、国内ユニクロ事業が計画以上の減益となることを予想していますが、海外ユニクロ事業が計画を上回る増益と、好調な業績を維持していること、ジーユーの業績が回復基調にあることから、通期の連結業績予想は期初から変更しておりません。

なお、営業外の金融収益・費用の前提としている為替レート1ドル111円に対して、現在は円高傾向にありますが、為替動向が不透明なことから、通期の業績予想における為替レートは、期初予想から変更しておりません。

海外ユニクロ事業:通期は大幅な増収増益を見込む

- ・2Q3ヶ月間は、暖冬の影響を受けたグレーターチャイナ、韓国を中心に、冬物の販促を強化するため、値引き率が若干拡大する予定。ただし、上期全体では、営業利益は計画を上回る業績を見込む
- ・通期は、引き続き大幅な増収増益を見込む
- ・グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区、欧州が大幅な増収増益
韓国は若干の増収増益、米国は黒字化を見込む

国内ユニクロ事業:通期は若干の増収増益をめざす

- ・12月の既存店売上高は増収と好調、年始の商戦も、大変盛況だったが、1Qの販売が計画を下回ったことから、年末年始のセールでは値引きを強化、上期の営業利益は計画以上の減益となる見込み
- ・下期は、原価率の低下による粗利益率の改善、経費コントロールをさらに強化することで、増収、大幅な増益を見込む
- ・通期では若干の増収増益をめざす

次に、セグメント別の通期の業績予想について、ご説明いたします。

まず、海外ユニクロ事業ですが、第1四半期の営業利益は計画を上回る進捗となりました。

第2四半期3ヶ月間は、暖冬の影響を受けたグレーターチャイナ、韓国を中心に、冬物の販促を強化するため、値引き率が若干拡大する予定ですが、上期全体では、営業利益は計画を上回る業績を達成することを見込んでいます。

通期では、引き続き大幅な増収増益を見込んでおります。

エリア別では、グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区、欧州が大幅な増収増益を見込んでいます。

韓国は若干の増収増益、米国は黒字化することを見込んでおります。

国内ユニクロ事業の第1四半期は、暖冬の影響により、計画を下回る業績となりました。12月の既存店売上高は増収と好調な結果となり、年始の商戦も、多くのお客様にご来店いただき、大変盛況でした。ただし、第1四半期の販売が計画を下回ったことから、年末年始のセールでは値引きを強化しており、上期の営業利益は計画以上の減益となる見通しです。

下期は、原価率の低下による粗利益率の改善や、経費コントロールをさらに強化することで、増収、大幅な増益を見込んでおり、通期では若干の増収増益をめざしております。

ジーユー事業： 増収、大幅な増益を見込む

- ・1Qでは、商品構成を見直し、マストトレンドにフォーカスしたことによる効果が見えはじめ、業績も回復基調に転換
- ・下期も、売上収益の拡大、粗利益率の改善、在庫の効率化と人時生産性の改善による経費の効率化を見込む
- ・通期の業績予想は、増収、大幅な増益を見込む



グローバルブランド事業：増収、大幅な増益を見込む

- ・セオリー事業、プラステ事業は、ともに増収増益
- ・その他の事業は、赤字幅の継続を見込む

21

ジーユー事業の第1四半期は、営業利益はほぼ計画通りの進捗となりました。ジーユーでは商品構成を見直し、マストトレンドにフォーカスしたことによる効果が見えはじめ、業績も回復基調に転換しています。

これにより、下期も、売上収益の拡大、粗利益率の改善、在庫の効率化と人時生産性の改善による経費の効率化を見込んでいることから、通期の業績予想は、増収、大幅な増益を見込んでおります。

グローバルブランド事業の第1四半期の業績は、計画に対して若干の下振れとなりましたが、通期は、引き続き増収、大幅な増益を見込んでおります。セオリー事業、プラステ事業は、ともに増収増益、その他の事業は赤字が継続する見込みです。

配当金の予想ですが、中間配当金240円、期末配当金240円、あわせて年間で480円と、期初予想通りです。

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】	18年8月期	2019年8月期(2018/9～2018/11) 実績				2019年8月期(2018/9～2019/8) 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	2,068	78	19	+59	2,127	211	45	+166	2,234
国内ユニクロ事業：※	827	14	9	+5	832	30	30	0	827
直営店	784	12	8	+4	788	-	-	-	-
大型店	215	8	3	+5	220	-	-	-	-
標準店等	569	4	5	▲1	568	-	-	-	-
FC	43	2	1	+1	44	-	-	-	-
海外ユニクロ事業：	1,241	64	10	+54	1,295	181	15	+166	1,407
中国	633	29	4	+25	658	-	-	-	-
香港	28	0	0	0	28	100	-	-	-
台湾	65	3	1	+2	67	-	-	-	-
韓国	186	3	3	0	186	7	-	-	-
シンガポール	26	2	0	+2	28	-	-	-	-
マレーシア	48	0	0	0	48	-	-	-	-
タイ	40	4	0	+4	44	50	-	-	-
フィリピン	51	5	1	+4	55	-	-	-	-
インドネシア	18	3	0	+3	21	-	-	-	-
オーストラリア	15	1	0	+1	16	-	-	-	-
米国	48	1	0	+1	49	10	-	-	-
カナダ	5	4	0	+4	9	-	-	-	-
英国	11	0	0	0	11	-	-	-	-
フランス	25	1	0	+1	26	-	-	-	-
ロシア	31	3	1	+2	33	-	-	-	-
ドイツ	5	4	0	+4	9	14	-	-	-
ベルギー	3	0	0	0	3	-	-	-	-
スペイン	2	0	0	0	2	-	-	-	-
スウェーデン	1	0	0	0	1	-	-	-	-
オランダ	0	1	0	+1	1	-	-	-	-
ジーユー事業	393	21	5	+16	409	40	10	+30	423
グローバルブランド事業合計	984	29	10	+19	1,003	52	52	0	984
セオリー事業※	450	14	3	+11	461	26	-	-	-
PLST事業※	87	12	2	+10	97	21	-	-	-
コントワール・デ・コトニエ事業※	320	3	4	▲1	319	5	-	-	-
プリンセス・タム・タム事業※	127	0	1	▲1	126	0	-	-	-
総 合 計	3,445	128	34	+94	3,539	303	107	+196	3,641

注：ミナナ事業、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

連結決算取込 為替レート

単位：円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2018年8月期 第1四半期(3ヶ月平均)実績	112.1	131.9	147.8	16.9	9.9
2019年8月期 第1四半期(3ヶ月平均)実績	112.6	130.0	145.7	16.3	10.0
2018年8月期 通期(12ヶ月平均)実績	110.3	131.5	148.8	16.9	10.1
2019年8月期 通期(12ヶ月平均)予想	105.0	130.0	150.0	16.7	9.8

バランスシート適用 為替レート

単位：円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2018年8月期 第1四半期末為替レート 実績	112.1	132.8	150.3	16.9	10.4
2019年8月期 第1四半期末為替レート 実績	113.5	129.2	145.0	16.4	10.1
2018年8月期 期末為替レート 実績	111.1	129.5	144.6	16.2	10.0
2019年8月期 期末為替レート 予想	111.1	129.5	144.6	16.2	10.0

<参考資料> 設備投資・減価償却費

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	ジーユー	グローバル ブランド	システム他	合計	
2018年8月期 第1四半期実績(3ヶ月累計)	22	54	28	6	37	149	99
2019年8月期 第1四半期実績(3ヶ月累計)	50	94	24	9	63	243	119
2018年8月期 通期実績(12ヶ月累計)	99	263	45	27	258	693	450
2019年8月期 通期予想(12ヶ月累計)	65	328	67	31	287	778	530