

# 2019年8月期 第3四半期業績 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3四半期の業績、および  
通期の業績見通しについてご説明いたします。

第3四半期決算概要	P3	～	P18
2019年8月期 通期業績予想	P19	～	P21
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：日本で展開するユニクロ事業が含まれています。
  - 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。

## 9ヶ月累計は過去最高の業績 3Q(3ヶ月)は、ほぼ計画通りの増収増益

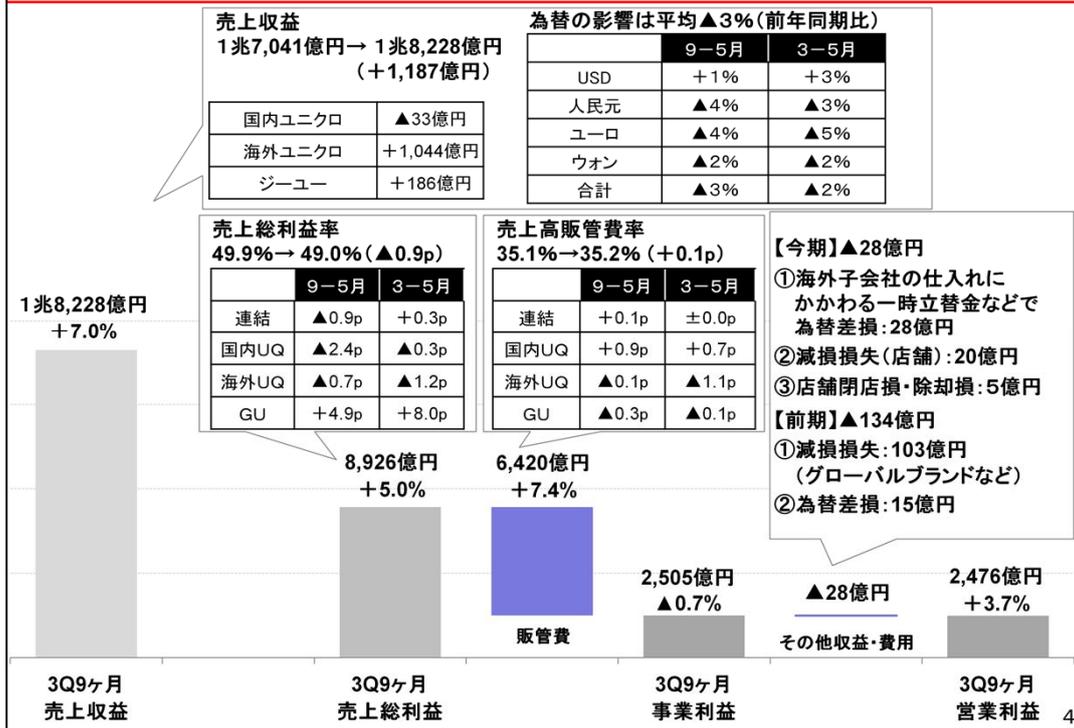
	1Q~3Q (2018/9~2019/5)			3Q (2019/3~2019/5)			単位: 億円
	9ヶ月累計 実績	前年 実績	前年 同期比	3ヶ月 実績	前年 実績	前年 同期比	
売上収益 (売上比)	18,228 100.0%	17,041 100.0%	+7.0%	5,551 100.0%	5,173 100.0%	+7.3%	
売上総利益 (売上比)	8,926 49.0%	8,503 49.9%	+5.0% ▲0.9p	2,859 51.5%	2,647 51.2%	+8.0% +0.3p	
販管費 (売上比)	6,420 35.2%	5,980 35.1%	+7.4% +0.1p	2,086 37.6%	1,943 37.6%	+7.3% 0.0p	
事業利益 (売上比)	2,505 13.7%	2,523 14.8%	▲0.7% ▲1.1p	772 13.9%	703 13.6%	+9.8% +0.3p	
その他収益・費用 (売上比)	▲28 -	▲134 -	-	▲25 -	▲19 -	-	
営業利益 (売上比)	2,476 13.6%	2,388 14.0%	+3.7% ▲0.4p	747 13.5%	684 13.2%	+9.3% +0.3p	
金融収益・費用 (売上比)	▲4 -	▲14 -	-	▲17 -	38 0.7%	-	
税引前四半期利益 (売上比)	2,472 13.6%	2,374 13.9%	+4.1% ▲0.3p	729 13.1%	722 14.0%	+1.0% ▲0.9p	
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	1,586 8.7%	1,483 8.7%	+7.0% 0.0p	446 8.0%	441 8.5%	+1.0% ▲0.5p	

3

2019年8月期9ヶ月累計の連結業績は、計画通りの増収増益、過去最高の業績を達成いたしました。

なお、第3四半期3ヶ月間では、  
売上収益は5,551億円、前年同期比7.3%増、  
事業そのものの収益を示す事業利益は772億円、同9.8%増、  
営業利益は747億円、同9.3%増と、ほぼ計画通りの増収増益でした。

# 【連結】第3四半期(9ヶ月累計) 営業利益



まず、9ヶ月累計の連結損益計算書のポイントをご説明いたします。

売上収益は、海外ユニクロ事業とジーユー事業が大幅な増収となったことから、前年同期比1,187億円の増収となりました。

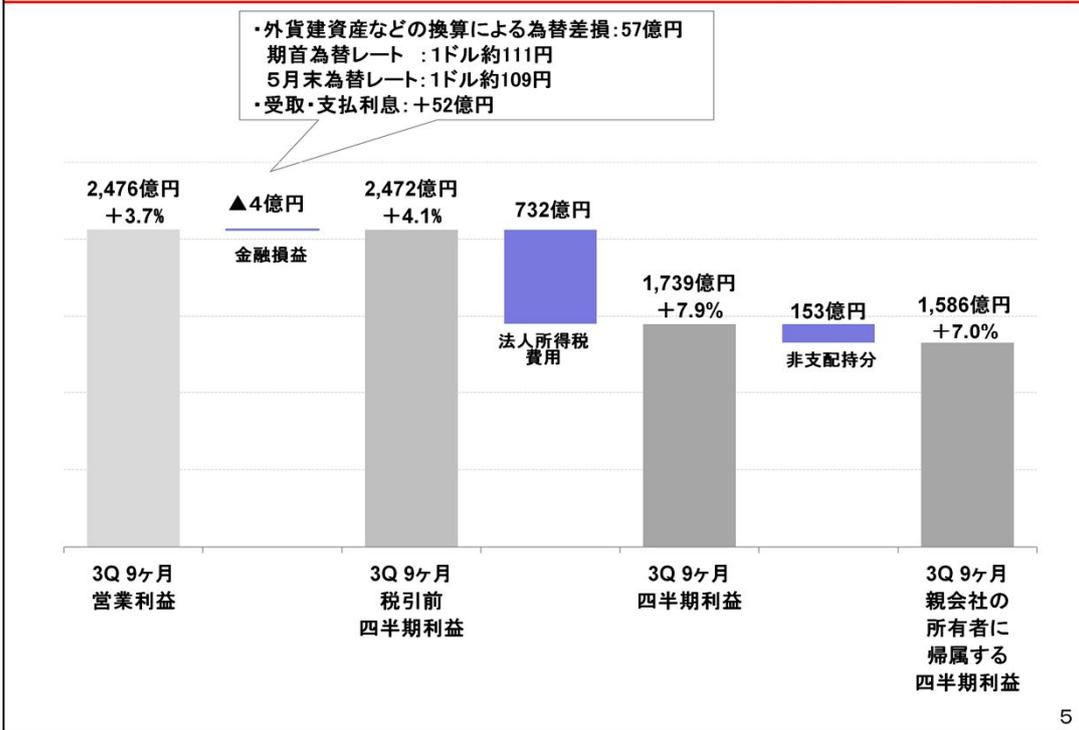
売上総利益率は、ジーユー事業で4.9ポイント改善した一方で、国内ユニクロ事業で2.4ポイント、海外ユニクロ事業で0.7ポイント低下したことにより、同0.9ポイント低下しております。

売上高販管費率は、ジーユー事業で0.3ポイント、海外ユニクロ事業で0.1ポイント改善した一方で、国内ユニクロ事業で0.9ポイント上昇したことにより、同0.1ポイント上昇いたしました。

事業利益は2,505億円と、同0.7%減となりました。

その他収益・費用の合計は、28億円のマイナスと、前期の134億円のマイナスに比べ、大幅に改善しております。

この結果、営業利益は2,476億円、同3.7%増となりました。



次に、金融損益はネットで4億円のマイナスとなっております。

この結果、税引前四半期利益は2,472億円と同4.1%増、  
親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,586億円、同7.0%増となりました。

## 【セグメント別】第3四半期 実績

単位: 億円

		1Q~3Q (2018/9~2019/5)			3Q (2019/3~2019/5)		
		9ヶ月累計 実績	前年 実績	前年 同期比	3ヶ月 実績	前年 実績	前年 同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	7,010	7,044	▲0.5%	2,097	2,107	▲0.5%
	事業利益 (売上比)	967 13.8%	1,202 17.1%	▲19.6% ▲3.3p	291 13.9%	314 14.9%	▲7.3% ▲1.0p
	その他収益・費用	▲0	▲2	-	▲1	▲0	-
	営業利益 (売上比)	967 13.8%	1,200 17.0%	▲19.5% ▲3.2p	289 13.8%	313 14.9%	▲7.5% ▲1.1p
海外ユニクロ事業	売上収益	8,205	7,160	+14.6%	2,405	2,086	+15.3%
	事業利益 (売上比)	1,250 15.2%	1,125 15.7%	+11.1% ▲0.5p	363 15.1%	317 15.2%	+14.8% ▲0.1p
	その他収益・費用	▲2	▲1	-	▲0	▲0	-
	営業利益 (売上比)	1,248 15.2%	1,124 15.7%	+11.1% ▲0.5p	363 15.1%	316 15.2%	+14.9% ▲0.1p
ジーユー事業	売上収益	1,853	1,666	+11.2%	681	608	+12.1%
	事業利益 (売上比)	262 14.2%	149 9.0%	+75.5% +5.2p	121 17.8%	59 9.8%	+105.1% +8.0p
	その他収益・費用	0	1	▲66.7%	0	▲0	-
	営業利益 (売上比)	263 14.2%	150 9.0%	+74.5% +5.2p	121 17.9%	59 9.7%	+105.8% +8.2p
グローバル ブランド事業	売上収益	1,136	1,147	▲1.0%	359	363	▲1.1%
	事業利益 (売上比)	48 4.3%	54 4.8%	▲10.6% ▲0.5p	16 4.5%	21 5.9%	▲23.6% ▲1.4p
	その他収益・費用	▲2	▲90	-	▲1	▲0	-
	営業利益 (売上比)	46 4.1%	▲35 -	-	14 4.2%	21 5.8%	▲29.0% ▲1.6p

注: 国内ユニクロ事業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

6ページのスライドは、セグメント別の業績です。

各セグメントの第3四半期3ヶ月間の詳細については、次のスライドからご説明いたします。

## 減収減益、ほぼ計画通り

・前年の3Q(3ヶ月)の業績が好調だったこと、感謝祭を6月に後ろ倒す予定だったことから、計画段階より、減収減益を見込む

単位:億円

	1Q~3Q (2018/9~2019/5)			3Q (2019/3~2019/5)		
	9ヶ月累計 実績	前年 実績	前年 同期比	3ヶ月 実績	前年 実績	前年 同期比
売上収益 (売上比)	7,010 100.0%	7,044 100.0%	▲0.5%	2,097 100.0%	2,107 100.0%	▲0.5%
売上総利益 (売上比)	3,267 46.6%	3,452 49.0%	▲5.4% ▲2.4p	1,025 48.9%	1,037 49.2%	▲1.1% ▲0.3p
販管費 (売上比)	2,299 32.8%	2,249 31.9%	+2.2% +0.9p	734 35.0%	722 34.3%	+1.6% +0.7p
事業利益 (売上比)	967 13.8%	1,202 17.1%	▲19.6% ▲3.3p	291 13.9%	314 14.9%	▲7.3% ▲1.0p
その他収益・費用 (売上比)	▲0 -	▲2 -	- -	▲1 -	▲0 -	- -
営業利益 (売上比)	967 13.8%	1,200 17.0%	▲19.5% ▲3.2p	289 13.8%	313 14.9%	▲7.5% ▲1.1p

注: 国内ユニクロ事業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)。

まず、国内ユニクロ事業の第3四半期3ヶ月間の業績ですが、売上収益は前年同期比0.5%減、営業利益は同7.5%減と、減収減益となりました。

前年の第3四半期の業績が好調だったこと、感謝祭を6月に後ろ倒す予定だったことから、計画段階より、減収減益を見込んでいたため、これはほぼ計画通りの業績となっております。

## 既存店売上高 ▲0.1%

- ・3Q(3ヶ月)の既存店売上高は、ほぼ計画通りの水準
- ・スウェット、UVカット、レギンス、Tシャツなどの販売が好調
- ・感謝祭の開催日4日間のうち3日間を、例年の5月から6月へ後ろ倒したことにより、商売規模の大きな5月の既存店売上高が減収となり、3ヶ月間は若干の減収
- ・客数+3.5%、客単価▲3.4%
  - ✓ 客単価が減少した要因は、レギンス、UTなどの比較的単価の低い商品の販売が好調だったため
- ・3Q(3ヶ月)のEコマース売上高は190億円、同16.1%増収
  - ✓ 感謝祭の後ろ倒しの影響により、伸び率が低下も、ほぼ計画通りの順調な販売
  - ✓ 売上構成比は前年同期の7.8%から9.1%に上昇
- ・6月の既存店売上高は+27.3%、このうち、Eコマースの販売が7割増
  - ✓ 感謝祭の後ろ倒しの影響と、夏物商品の販売好調

既存店 前年同期比	2019年8月期						
	上期累計	3月	4月	5月	3Q(3ヶ月)	9ヶ月累計	6月
売上高	▲0.9%	+4.5%	▲1.7%	▲1.8%	▲0.1%	▲0.7%	+27.3%
客数	+0.4%	+10.1%	+0.7%	+1.3%	+3.5%	+1.3%	+25.6%
客単価	▲1.3%	▲5.1%	▲2.4%	▲3.1%	▲3.4%	▲2.0%	+1.4%

8

まず、第3四半期3ヶ月間の既存店売上高は、前年同期比0.1%の減収となりましたが、これはほぼ計画通りの水準となっております。

この3ヶ月間では、スウェット、UVカット、レギンス、Tシャツなどの販売が好調に推移いたしました。

ただし、感謝祭の開催日4日間のうち3日間を、例年の5月から6月へ後ろ倒したことにより、商売規模の大きな5月の既存店売上高が減収となり、3ヶ月間の既存店売上高は若干の減収となりました。

3ヶ月間のEコマース売上高は190億円、同16.1%増収となりました。感謝祭の後ろ倒しの影響により、伸び率が低くなっておりますが、ほぼ計画通りの順調な販売となっております。第3四半期のEコマース売上構成比は前年同期の7.8%から9.1%に上昇いたしました。

なお、6月の既存店売上高は、同27.3%増の高い伸び率となっており、このうち、Eコマースの販売は7割増収と好調でした。これは、感謝祭の後ろ倒しの影響に加え、夏物商品の販売が好調だったことによります。

## 売上総利益率48.9% (前年同期比▲0.3p) 計画を若干下回る水準

- ・社内の為替レートは、この春から円高に転じており、原価率は改善
- ・この春から在庫水準の適正化をさらに強化し、動きの鈍い春夏商品の在庫処分を早めたことから、値引率は計画以上に拡大
- ・3ヶ月間の粗利益率は前年同期比で低下したものの、5月末の在庫は、より健全化し、金額ベースでも前年同期比で削減

	2018年8月期	2019年8月期	
			前期同期比
上期累計	48.9%	45.6%	▲3.3p
3Q(3ヶ月)	49.2%	48.9%	▲0.3p
9ヶ月累計	49.0%	46.6%	▲2.4p

次に、国内ユニクロ事業の第3四半期3ヶ月間の売上総利益率ですが、48.9%と、前年同期比0.3ポイント低下いたしました。これは、計画を若干下回る水準です。

社内の為替レートは、この春から円高に転じており、原価率は改善いたしました。

しかし、この春から在庫水準の適正化をさらに強化し、動きの鈍い春夏商品の在庫処分を早めたことから、値引率は計画以上に拡大いたしました。

これにより、3ヶ月間の粗利益率は前年同期比で低下いたしました。5月末の在庫は、より健全化を図ることができ、金額ベースでも前年同期比で削減することができました。

### 売上高販管費率 35.0% (前年同期比+0.7p) 金額ベースでは計画より若干削減

- ・前年同期比で比率が上昇した理由は、物流費の増加と、感謝祭の後ろ倒しの影響による
- ・物流費:上期末の冬物在庫の増加、春夏商品の値引販売が増加し、物量が増え、倉庫費・配送費が計画より増加。Eコマースの配送費は売上増に伴い増加も、有明倉庫の自動化の効果により、1件あたりのコストは低下、効率化が進む
- ・広告宣伝費:GW10連休のチラシやTVCMなど、マーケティングを強化
- ・人件費:RFIDの活用などにより店舗業務が改善し、生産性が向上
- ・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

	9ヶ月累計 (前年同期比)	3Q(3ヶ月) (前年同期比)
販管費合計	+0.9p	+0.7p
物流費	+0.5p	+0.5p
広告宣伝費	+0.2p	+0.4p
減価償却費	+0.2p	+0.2p
人件費	▲0.1p	▲0.2p
賃借料	▲0.1p	▲0.2p
その他経費	+0.2p	▲0.1p

10

次に、第3四半期3ヶ月間の販管費ですが、金額ベースでは計画より若干削減することができております。

ただし、売上高販管費率は35.0%と、前年同期比0.7ポイント上昇しております。

売上高販管費率が前年同期比で上昇した理由は、物流費の増加と、感謝祭の後ろ倒しの影響によるものです。

物流費比率が、同0.5ポイント上昇した理由は、上期末の冬物在庫が前年より増えたこと、春夏商品の値引販売が増加し、物量が増えたため、倉庫費や配送費が計画より増加したためです。なお、Eコマースの配送費は売上増に伴って増加しましたが、有明倉庫の自動化の効果により、1件あたりのコストは低下し、効率化が進んでおります。

広告宣伝費比率は同0.4ポイント上昇いたしました。これは、主に、ゴールデンウィーク10連休のチラシやTVCMなど、マーケティングを強化したことによりです。

一方、人件費比率は、同0.2ポイント改善いたしました。これは、RFIDの活用などにより店舗業務が改善し、生産性が向上したためです。

## 計画通りの増収増益。グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニアが2桁の増収増益と好調

- ・粗利益率は、計画を若干下回り、1.2ポイント低下。前年のハードルが高かったことに加え、動きの鈍い春夏商品の在庫処分を早期に実施したことから、値引率が拡大したため
- ・経費比率は1.1ポイント改善。各地域での経費コントロールの強化や、店舗における生産性の向上により、比率、金額ともに、計画以上に削減
- ・地域別では、グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区が2桁の増収増益と、計画を上回る好調な業績で、全体をけん引
- ・前年のハードルが高かった韓国は、若干の減益
- ・天候不順や政情不安の影響を受けた欧州は、減益
- ・米国は赤字幅が縮小したが、計画に対しては下振れ

単位：億円

		1Q~3Q (2018/9~2019/5)			3Q (2019/3~2019/5)		
		9ヶ月累計実績	前年実績	前年同期比	3ヶ月実績	前年実績	前年同期比
海外ユニクロ事業	売上収益	8,205	7,160	+14.6%	2,405	2,086	+15.3%
	事業利益 (売上比)	1,250 15.2%	1,125 15.7%	+11.1% ▲0.5p	363 15.1%	317 15.2%	+14.8% ▲0.1p
	その他収益・費用	▲2	▲1	-	▲0	▲0	-
	営業利益	1,248	1,124	+11.1%	363	316	+14.9%
	(売上比)	15.2%	15.7%	▲0.5p	15.1%	15.2%	▲0.1p

11

次に、海外ユニクロ事業についてご説明いたします。

第3四半期3ヶ月間の売上収益は前年同期比15.3%増、営業利益は同14.9%増と、計画通りの増収増益を達成いたしました。

収益面では、粗利益率が計画を若干下回り、1.2ポイント低下いたしました。

これは、前年のハードルが高かったことに加え、動きの鈍い春夏商品の在庫処分を早期に実施したことから、値引率が拡大したためです。

一方で、経費比率は1.1ポイント改善いたしました。各地域での経費コントロールの強化や、店舗における生産性の向上により、比率、金額ともに計画以上に削減できております。

地域別では、グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区が2桁の増収増益と、計画を上回る好調な業績で、全体をけん引しております。

前年のハードルが高かった韓国は、若干の減益、  
天候不順や政情不安の影響を受けた欧州は、減益となりました。

米国は赤字幅が縮小いたしました。計画に対しては下振れとなっております。

地域別の詳細は、次のスライドでご説明いたします。

## グレーターチャイナ: 中国大陸が好調で、 計画を上回り、引き続き2桁の増収増益を達成

【中国大陸】計画を上回り、前年同期比で20%を超える増益、引き続き好調

- ・3Q(3ヶ月)の既存店売上高(ECコマースを含まない)は計画を上回る増収と、増収トレンドが継続。特にUVカット群、UT、ジョガーパンツといった夏物商品の販売が好調
- ・ECコマース販売も約30%の増収、好調な販売が続く
- ・収益面では、売上好調で、粗利益率は若干改善、経費比率も改善

【香港・台湾】営業利益は減益

- ・天候不順や景気の影響を受け、既存店売上高は減収
- ・売上が計画を下回ったことから、営業利益は計画を下回り、減益

## 韓国: 計画を下回り、若干の減益

- ・3月、4月に気温が低く推移したことにより、既存店売上高は減収
- ・売上が計画を下回り、春物商品の値引きを強化したことに加え、前年のハードルが高かったことで、粗利益率は低下
- ・経費比率は若干上昇

12

まず、グレーターチャイナ全体の業績ですが、香港、台湾は減益だったものの、中国大陸の業績が好調で、計画を上回り、引き続き2桁の増収増益を達成いたしました。

中国大陸の営業利益は、計画を上回り、前年同期比で20%を超える増益となり、引き続き好調となっております。

第3四半期3ヶ月間の既存店売上高は計画を上回る増収と、増収トレンドが継続しております。特にUVカット群、UT、ジョガーパンツといった夏物商品の販売が好調に推移いたしました。

また、ECコマース販売も約30%の増収と、好調な販売が続いております。収益面では、売上が好調だったことにより、粗利益率は若干改善、経費比率も改善いたしました。

次に韓国ですが、計画を下回り、若干の減益となりました。

3月、4月に気温が低く推移したことにより、既存店売上高は減収となりました。売上が計画を下回り、春物商品の値引きを強化したことに加え、前年のハードルが高かったことで、粗利益率は低下いたしました。

**東南アジア・オセアニア:計画を上回り、2桁の増収増益**

- ・Tシャツ、ポロシャツ、ショートパンツといった夏物商品の販売が好調、東南アジア・オセアニア地区全体の既存店売上高は、計画を上回り、2桁増収を達成
- ・特に、タイ、インドネシアが計画を大幅に上回る
- ・粗利益率は低下。前年のハードルが高かったこと、春夏商品の在庫処分を早めに実施
- ・1店舗あたりの売上が増加したこと、経費削減の効果により、経費比率は改善

**北米:米国は3Q(3ヶ月)の赤字幅が縮小も、計画を下回る**

- ・気温が例年以上に低く推移し、春夏商品の販売に苦戦。既存店売上高は、計画を下回り減収に転じた
- ・Eコマース販売は、引き続き2桁増収と、高い伸び率が続く。売上構成比は20%強
- ・5月末の店舗数は51店舗、前年同期末比で4店舗増加したため、米国全体の売上は増収
- ・経費削減の効果により、経費比率が改善

**欧州:増収、営業利益は計画を下回り、減益**

- ・営業利益が減益となった要因は、フランス、英国、ドイツなどで、天候不順や政情不安の影響により、春夏商品の販売が苦戦したため
- ・ただし、ロシア事業は既存店売上高が2桁増収、営業利益は増益と、好調な業績が継続

東南アジア・オセアニア地区は、計画を上回り、2桁の増収増益となりました。Tシャツ、ポロシャツ、ショートパンツといった夏物商品の販売が好調で、東南アジア・オセアニア地区全体の既存店売上高は、計画を上回り、2桁増収を達成いたしました。

特に、タイ、インドネシアが計画を大幅に上回っております。

収益面では、粗利益率は低下しておりますが、これは、前年のハードルが高かったこと、春夏商品の在庫処分を早めに実施したことによりです。

一方で、1店舗あたりの売上が増加したことに加え、経費削減の効果により、経費比率は改善いたしました。

次に北米ですが、米国は第3四半期3ヶ月間での赤字幅が前年同期比で縮小したものの、計画を下回る結果となりました。

気温が例年以上に低く推移し、春夏商品の販売に苦戦したことにより、既存店売上高は、計画を下回り、減収に転じております。

一方で、Eコマース販売は、引き続き2桁増収と、高い伸び率が続き、売上構成比は20%強となっております。5月末の店舗数は51店舗と、前年同期末比で4店舗増加したため、米国全体の売上は増収となりました。

収益面では、経費削減の効果により、経費比率が改善いたしました。

欧州は増収、営業利益は計画を下回り、減益となりました。

営業利益が減益となった要因は、フランス、英国、ドイツなどで、天候不順や政情不安の影響により、春夏商品の販売が苦戦したことによりです。

ただし、ロシア事業は、既存店売上高が2桁増収、営業利益が増益と、好調な業績が継続しております。

## 営業利益は、計画を上回り、倍増 9ヶ月累計でも前年同期比74.5%増と、利益が大きく回復

- ・春夏の商売も引き続き、品番数を絞り、マストトレンドにフォーカスした商品構成にしたことで、3Q(3ヶ月)の既存店売上高は、計画通りの増収トレンドが継続
  - ✓ トレンドのオーバーサイズTやスウェットは数百万点の販売を記録、計画を上回る大ヒットとなった
  - ✓ ワンピース、スカート、マシュマロパンプス、サンダルなども好調な販売
- ・粗利益率(+8.0ポイント): 原価率の大幅な改善、値引率の低下、前年が低かったため
  - ✓ 原価率の改善: 早期発注や素材集約の効果
  - ✓ 値引率の低下: 2月末までに冬物処分を終わらせたことにより、春の商売が順調に立ち上がったこと、3Q(3ヶ月)の販売が好調だったため
- ・経費比率(▲0.1ポイント): 売上好調による比率の改善効果の一方で、TVCMを今年はシーズン初期からおこなうなど、マーケティングを強化

単位: 億円

		1Q~3Q (2018/9~2019/5)			3Q (2019/3~2019/5)		
		9ヶ月累計実績	前年実績	前年同期比	3ヶ月実績	前年実績	前年同期比
ジーユー事業	売上収益	1,853	1,666	+11.2%	681	608	+12.1%
	事業利益 (売上比)	262 14.2%	149 9.0%	+75.5% +5.2p	121 17.8%	59 9.8%	+105.1% +8.0p
	その他収益・費用	0	1	▲66.7%	0	▲0	-
	営業利益 (売上比)	263 14.2%	150 9.0%	+74.5% +5.2p	121 17.9%	59 9.7%	+105.8% +8.2p

14

次に、ジーユー事業ですが、第3四半期3ヶ月間の売上収益は、前年同期比12.1%増、営業利益は同105.8%増と、営業利益は、計画を上回り、倍増いたしました。9ヶ月累計でも同74.5%増と、利益が大きく回復しております。

春夏の商売も引き続き、品番数を絞り、マストトレンドにフォーカスした商品構成にしたことで、第3四半期3ヶ月間の既存店売上高は、計画通りの増収トレンドが継続しております。特に、トレンドのオーバーサイズTやスウェットは数百万点の販売を記録し、計画を上回る大ヒットとなりました。この他、ワンピース、スカート、マシュマロパンプス、サンダルなども好調な販売となっております。

収益面では、粗利益率が前年同期比8.0ポイント上昇と、大幅に改善いたしました。これは、原価率が大幅に改善したこと、値引率が低下したこと、前年のハードルが低かったことによります。

原価率が大幅に改善した要因は、早期発注や素材を集約した効果によります。また、値引率が低下した要因は、2月末までに冬物処分を終わらせたことにより、春の商売が順調に立ち上がったことに加え、第3四半期3ヶ月間の販売が好調だったためです。

## 減収減益、計画を下回る

【セオリー事業】増収、営業利益は、計画を若干下回り、前年並み

・天候不順の影響により、春物商品の販売に苦戦し、値引率が拡大

【プラステ事業】増収、若干の増益

・3Q(3ヶ月)では、特にウィメンズのジャケット、パンツの販売が好調

【コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス タム・タム事業】計画以上の赤字

・販売不振が継続、値引販売が増加、赤字幅が計画以上に拡大

【J Brand事業】赤字が継続

単位: 億円

		1Q~3Q (2018/9~2019/5)			3Q (2019/3~2019/5)		
		9ヶ月累計 実績	前年 実績	前年 同期比	3ヶ月 実績	前年 実績	前年 同期比
グローバルブランド 事業	売上収益	1,136	1,147	▲1.0%	359	363	▲1.1%
	事業利益 (売上比)	48 4.3%	54 4.8%	▲10.6% ▲0.5p	16 4.5%	21 5.9%	▲23.6% ▲1.4p
	その他収益・費用	▲2	▲90 <sup>※</sup>	-	▲1	▲0	-
	営業利益 (売上比)	46 4.1%	▲35 -	-	14 4.2%	21 5.8%	▲29.0% ▲1.6p

※前年実績(9ヶ月累計)のその他収益・費用▲90億円には、コントワー・デ・コトニエ事業などの減損損失が合計89億円計上されております。

15

次に、グローバルブランド事業についてご説明いたします。

第3四半期3ヶ月間の売上収益は、前年同期比1.1%減、営業利益は同29.0%減と、減収減益となりました。売上、営業利益ともに計画を下回る水準です。

事業別では、セオリー事業は増収、営業利益は計画を若干下回り、前年並み

となりました。これは、天候不順の影響により、春物商品の販売に苦戦し、値引率が拡大したことによります。

プラステ事業は増収、若干の増益となりました。

第3四半期3ヶ月間では、特にウィメンズのジャケット、パンツの販売が好調でした。

コントワー・デ・コトニエ事業とプリンセス タム・タム事業は、販売不振が続いており、値引販売が増加した結果、赤字幅が計画以上に拡大いたしました。

## 【連結】2019年5月末 B/S

単位：億円

	2018年5月末	2018年8月末	2019年5月末	前年同期末比
資産合計	16,488	19,534	19,744	+3,256
流動資産	13,144	16,180	16,216	+3,071
非流動資産	3,343	3,353	3,528	+184
負債合計	7,717	10,506	9,643	+1,925
資本合計	8,770	9,027	10,101	+1,331

16ページのスライドは、2019年5月末のバランスシートの概要です。

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 +3,071億円(1兆3,144億円⇒1兆6,216億円)

・現金及び現金同等物の増加: +2,467億円(8,583億円⇒1兆1,050億円)

2018年12月に300億円の社債償還の一方で、2018年6月に2,500億円の社債発行、営業CF増加

・棚卸資産の増加: +408億円(2,746億円⇒3,155億円)

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595億円

(国内UQ:500億円、GU:95億円)。この影響を除くと、実質的には▲187億円

(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】▲46億円 【海外UQ】▲73億円

この春から在庫水準の適正化をさらに強化し、動きの鈍い春夏商品の在庫処分を早期化

【GU】▲56億円 販売好調、在庫管理が改善

【グローバルブランド】▲12億円

・デリバティブ金融資産の増加: +219億円(162億円⇒382億円)

保有する為替予約の平均レートが、5月末の為替レートより円高となったため

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 +1,925億円(7,717億円⇒9,643億円)

・長期金融負債の増加: +2,496億円(2,498億円⇒4,994億円)

2018年6月 総額2,500億円の社債を発行

資産の大半を占める流動資産が、前年同期末比3,071億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2,467億円増加いたしました。

これは、2018年12月に300億円の社債を償還した一方で、2018年6月に

2,500億円の社債を発行したこと、営業キャッシュ・フローが増加したことなどによります。

次に、棚卸資産は、同408億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、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595億円含まれているため、この影響を除くと、実質的には

同187億円の減少となります。

各セグメントの内訳としては、国内ユニクロ事業で46億円、海外ユニクロ事業で73億円、

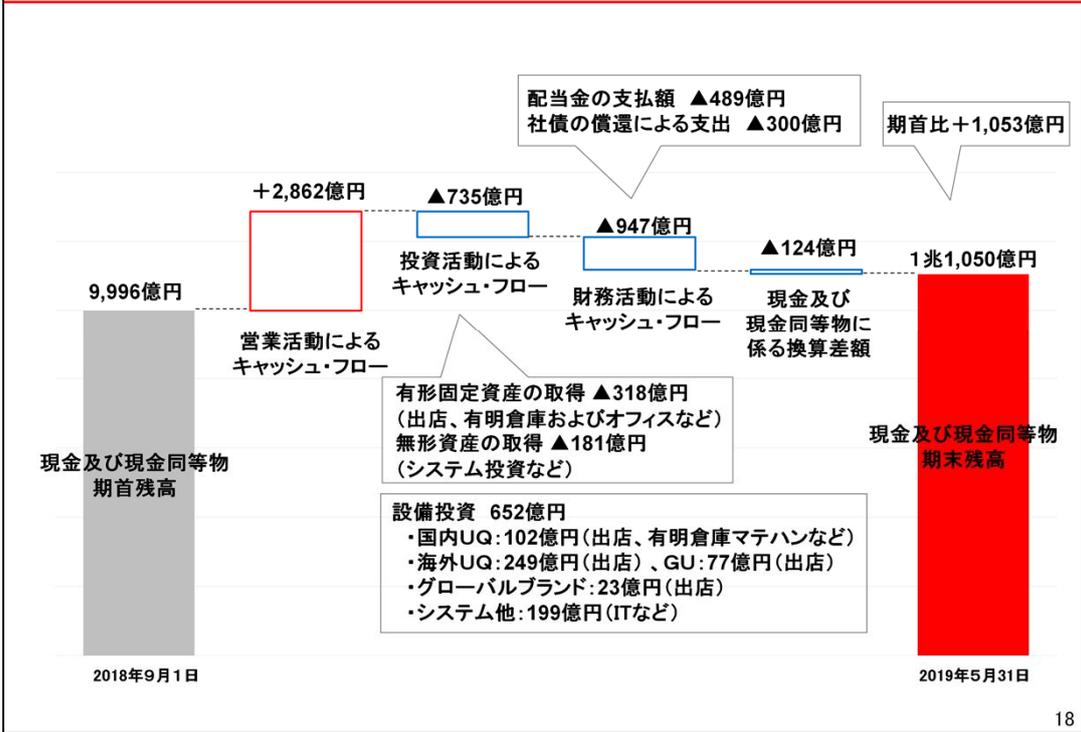
ジーユー事業で56億円、グローバルブランド事業で12億円の減少となっております。

ユニクロ事業では、この春から在庫水準の適正化をさらに強化し、

動きの鈍い春夏商品の在庫処分を早めたことで在庫が減少いたしました。

ジーユー事業は、販売が好調なことに加え、早期に在庫処分を進めるなど、在庫管理が改善しております。

**FAST RETAILING** 【連結】第3四半期(9ヶ月累計)キャッシュ・フロー



次に、第3四半期累計のキャッシュ・フローですが、  
 営業活動によるキャッシュ・フローは、2,862億円の収入、  
 投資活動によるキャッシュ・フローは、735億円の支出、  
 財務活動によるキャッシュ・フローは、947億円の支出となった結果、  
 2019年5月末における現金及び現金同等物の期末残高は1兆1,050億円となりました。

## 【連結】2019年8月期予想 通期業績

### 通期は過去最高の業績を予想

**売上収益** : 2兆3,000億円 前期比 +8.0%  
**営業利益** : 2,600億円 前期比 +10.1%

	2018年8月期	2019年8月期		2019年8月期 9ヶ月累計 実績	単位: 億円
	通期実績	通期予想 (7/11時点)	前期比		
売上収益 (売上比)	21,300 100.0%	23,000 100.0%	+8.0%	18,228 100.0%	
事業利益 (売上比)	2,524 11.9%	2,650 11.5%	+5.0% ▲0.4p	2,505 13.7%	
その他収益・費用	▲162	▲50	-	▲28	
営業利益 (売上比)	2,362 11.1%	2,600 11.3%	+10.1% +0.2p	2,476 13.6%	
金融収益・費用	64	0	-	▲4	
税引前利益 (売上比)	2,426 11.4%	2,600 11.3%	+7.1% ▲0.1p	2,472 13.6%	
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	1,586 8.7%	

注: 通期予想の金融収益・費用の為替レートは、5月末の1ドル109.4円を前提としております。

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。

売上収益は2兆3,000億円、営業利益は2,600億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,650億円と、過去最高の業績を見込んでおります。

第3四半期9ヶ月累計では、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業はほぼ計画通りの業績となっております。

グローバルブランド事業の業績は計画を下回りましたが、ジーユー事業が計画を上回る業績となったことから、連結ベースでは、ほぼ計画通りの進捗となっております。

このため、通期の業績予想は、4月に発表した直近予想から変更しておりません。ただし、為替動向が不透明なことから、金融収益・費用における為替の前提は、5月末の為替レート1ドル109円に変更しております。

**海外ユニクロ事業:下期、通期ともに、大幅な増収増益**

- ・海外ユニクロ事業の4Qは、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・オセアニア地区は増収増益と好業績が継続する見込み
- ・韓国は現時点では、4Qは若干の増収増益の予想
- ・欧州は事業規模が小さいため、4Qは赤字の見込みも、赤字幅は縮小する予想
- ・米国は、4Qの赤字幅は縮小することを見込むも、3Q3ヶ月間の業績が計画を下回ったため、通期では若干の赤字となる見込み
- ・海外ユニクロ事業は下期、通期ともに、大幅な増収増益を見込んでおります。

**国内ユニクロ事業:下期は大幅な増収増益、通期は減益**

- ・国内ユニクロ事業の4Qは、大幅な増収増益を見込む
  - ✓ 感謝祭が6月に後ろ倒しのため、6月の売上、営業利益が、前年同期比で大幅に増加
  - ✓ 4Qは在庫処分による値引販売が減少、粗利益率の大幅改善を見込む
  - ✓ 4Qの経費比率は大幅改善を予想。感謝祭の後ろ倒しに伴う売上増で、経費比率が低下、RFIDの活用による店舗業務の生産性の向上や、委託費の削減を見込む
  - ✓ 前4Qは、販売苦戦で、営業利益が赤字と、ハードルが低い
- ・下期は大幅な増収増益、通期では、上期の減益幅が大きかったため、増収減益となる見込み

20

次に、セグメント別の業績予想について、ご説明いたします。

まず、海外ユニクロ事業の第4四半期は、大幅な増収増益を見込んでおります。グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区は増収増益と好業績が継続する見込みです。

韓国は、情勢が不透明ではあるものの、現時点では、第4四半期は若干の増収増益を予想しております。

欧州は事業規模が小さいため、第4四半期は赤字となる見込みですが、赤字幅は前年同期比で縮小する予想です。

米国は、第4四半期の赤字幅は縮小することを見込んでおりますが、第3四半期3ヶ月間の業績が計画を下回ったため、通期では、若干の赤字となる見込みです。

これらの結果、海外ユニクロ事業は、下期、通期ともに、大幅な増収増益を見込んでおります。

国内ユニクロ事業の第4四半期は、大幅な増収増益を見込んでおります。これは、感謝祭が6月に後ろ倒しとなったことにより、6月の売上、営業利益が、前年同期比で大幅に増加すること、動きが鈍い春夏商品の売価変更を早めに行ったことで、第4四半期は在庫処分による値引販売が減少し、粗利益率が大幅に改善するためです。

また、第4四半期は経費比率が大幅に改善する予想です。感謝祭の後ろ倒しに伴う売上増で、経費比率が低下することに加え、RFIDの活用による店舗業務の生産性の向上や、委託費の削減を見込んでおります。

これに加え、前期の第4四半期は、春夏商品の販売に苦戦し、営業利益が赤字と、ハードルが低いため、今期の第4四半期3ヶ月間では、大幅な増益を見込んでおります。

この結果、国内ユニクロ事業の下期は、大幅な増収増益、通期では、上期の減益幅が大きかったことから、増収減益となる見込みです。

**ジーユー事業：下期、通期ともに、  
大幅な増収増益を予想**

- ・4Qも好調な売上トレンドが継続、収益性も大幅改善を見込む
- ・6月の既存店売上高は増収、夏物商品の販売が好調
- ・4Qの粗利益率も3Q同様、大幅に改善する見込み
- ・通期では、大幅な増収増益、過去最高の業績を予想

**グローバルブランド事業：  
通期の売上は前年並み、営業利益は増益**

- ・4Qは増収増益を見込む
- ・通期は、売上は前年並み、営業利益は昨年の減損損失の反動により、増益となる見込み

21

ジーユー事業は、第4四半期も好調な売上トレンドが継続し、収益性も大幅に改善する見込みです。

6月の既存店売上高は増収と、夏物商品の販売が好調に推移しております。第4四半期の粗利益率も第3四半期と同様に、大幅に改善する見込みです。通期では、大幅な増収増益、過去最高の業績を達成する予想です。

グローバルブランド事業の第4四半期は、増収増益を見込んでおります。通期では、売上は前年並み、営業利益は昨年の減損損失の反動により、増益となる見込みです。

最後に配当金ですが、すでに実施した1株当たり中間配当金240円と、期末配当金240円をあわせて、年間配当金480円、前期比40円の増配を予定しております。

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＞連結対象事業別出退店 実績

【単位:店舗】	18年8月期	2019年8月期(2018/9~2019/5)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	161	56	+105	2,173	205	61	+144	2,212
国内ユニクロ事業:※	827	31	36	▲5	822	33	40	▲7	820
直営店	784	27	32	▲5	779	-	-	-	-
大型店	215	18	4	+14	229	-	-	-	-
標準店等	569	9	28	▲19	550	-	-	-	-
FC	43	4	4	0	43	-	-	-	-
海外ユニクロ事業:	1,241	130	20	+110	1,351	172	21	+151	1,392
中国	633	59	5	+54	687	-	-	-	-
香港	28	0	0	0	28	93	-	-	-
台湾	65	4	1	+3	68	-	-	-	-
韓国	186	8	8	0	186	11	-	-	-
シンガポール	26	3	1	+2	28	-	-	-	-
マレーシア	48	1	1	0	48	-	-	-	-
タイ	40	10	0	+10	50	-	-	-	-
フィリピン	51	7	1	+6	57	41	-	-	-
インドネシア	18	8	0	+8	26	-	-	-	-
オーストラリア	15	3	0	+3	18	-	-	-	-
米国	48	5	2	+3	51	11	-	-	-
カナダ	5	6	0	+6	11	-	-	-	-
英国	11	2	0	+2	13	-	-	-	-
フランス	25	2	0	+2	27	-	-	-	-
ロシア	31	6	1	+5	36	-	-	-	-
ドイツ	5	4	0	+4	9	-	-	-	-
ベルギー	3	0	0	0	3	16	-	-	-
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	-	-	-	-
デンマーク	0	1	0	+1	1	-	-	-	-
ジーユー事業	393	44	15	+29	422	46	19	+27	420
グローバルブランド事業合計	984	54	45	+9	993	60	62	▲2	982
セオリー事業※	450	28	17	+11	461	-	-	-	-
PLST事業※	87	20	5	+15	102	-	-	-	-
コントワー・デ・コトニエ事業※	320	6	20	▲14	306	-	-	-	-
プリンセス タム・タム事業※	127	0	3	▲3	124	-	-	-	-
総 合 計	3,445	259	116	+143	3,588	311	142	+169	3,614

注:ミナナ事業、グラミンユニクロ事業は含まない ※フランチャイズ店は含む

## ＜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3四半期(9ヶ月平均)実績	110.4	132.5	150.0	17.0	10.1
2019年8月期 第3四半期(9ヶ月平均)実績	111.7	127.4	144.7	16.4	9.9
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	110.0	128.0	146.0	16.3	10.0

### 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3四半期末為替レート 実績	108.7	126.7	144.6	17.0	10.1
2019年8月期 第3四半期末為替レート 実績	109.4	121.7	137.9	15.8	9.2
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	109.4	121.7	137.9	15.8	9.2

## 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					合計	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		
2018年8月期 第3四半期実績(9ヶ月累計)	104	176	42	21	160	506	329
2019年8月期 第3四半期実績(9ヶ月累計)	102	249	77	23	199	652	366
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)	150	353	82	26	298	909	511