

2019年8月期業績 2020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
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月期の業績、および
2020年8月期の業績見通しについてご説明いたします。

I. 2019年8月期 決算概要	P3	～	P19
II. 2020年8月期 業績予想	P20	～	P23
III. 参考資料	P24	～	P26

【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。

【連結】2019年8月期 実績

過去最高の業績を達成
営業利益は前期比9.1%増

単位：億円

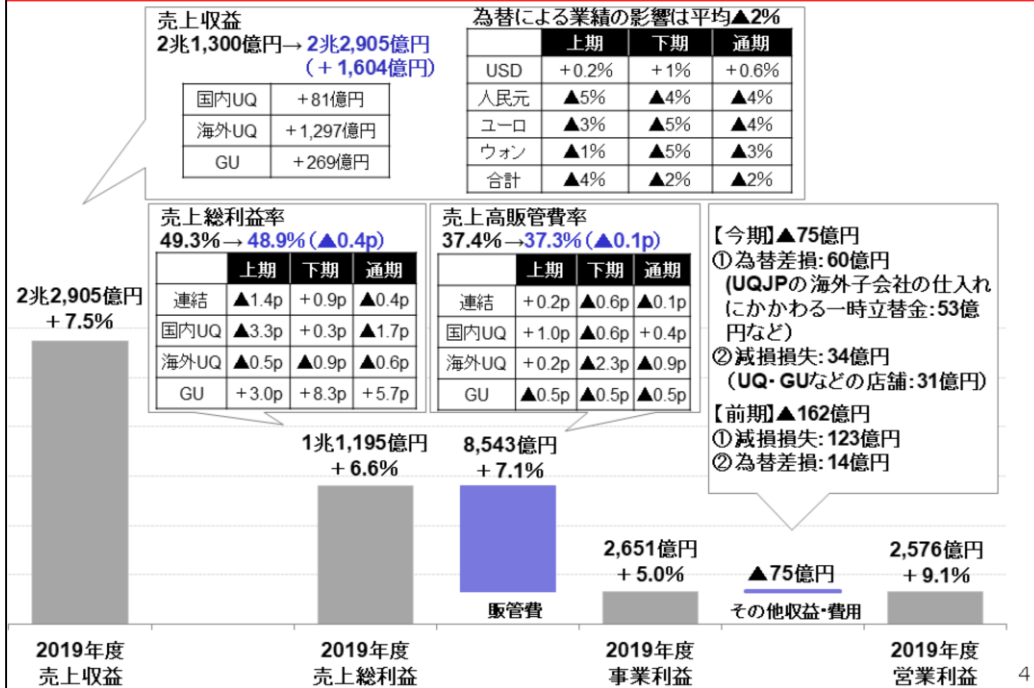
	2018年8月期 通期実績	2019年8月期						直近予想 (7/11)
		上期実績	前年同期比	下期実績	前年同期比	通期実績	前期比	
売上収益 (売上比)	21,300 100.0%	12,676 100.0%	+6.8%	10,228 100.0%	+8.4%	22,905 100.0%	+7.5%	23,000 100.0%
売上総利益 (売上比)	10,499 49.3%	6,067 47.9%	+3.6%	5,127 50.1%	+10.4%	11,195 48.9%	+6.6%	-
販管費 (売上比)	7,974 37.4%	4,334 34.2%	+7.4%	4,209 41.2%	+6.9%	8,543 37.3%	+7.1%	-
事業利益 (売上比)	2,524 11.9%	1,733 13.7%	▲4.8%	918 9.0%	+30.4%	2,651 11.6%	+5.0%	2,650 11.5%
その他収益・費用 (売上比)	▲162 -	▲3 -	-	▲71 -	-	▲75 -	-	▲50 -
営業利益 (売上比)	2,362 11.1%	1,729 13.6%	+1.4%	846 8.3%	+28.9%	2,576 11.2%	+9.1%	2,600 11.3%
金融収益・費用 (売上比)	64 0.3%	12 0.1%	-	▲64 -	+1.3p	▲51 -	+0.1p	0 -
税引前利益 (売上比)	2,426 11.4%	1,742 13.7%	+5.5%	782 7.6%	+1.0%	2,524 11.0%	+4.0%	2,600 11.3%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,548 7.3%	1,140 9.0%	+9.5%	485 4.7%	▲4.2%	1,625 7.1%	+5.0%	1,650 7.2%

2019年8月期の連結業績ですが、売上収益は2兆2,905億円、前期比7.5%増、事業そのものの収益を示す事業利益は2,651億円、同5.0%増、営業利益は2,576億円、同9.1%増、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,625億円、同5.0%増と増収増益、過去最高の業績を達成いたしました。

直近の予想に対して売上収益は若干下回りましたが、事業利益はほぼ計画通りとなりました。

営業利益は、その他収益・費用にネットで75億円のマイナスを計上したことから、直近予想の2,600億円を若干下回りました。

【連結】2019年8月期 営業利益



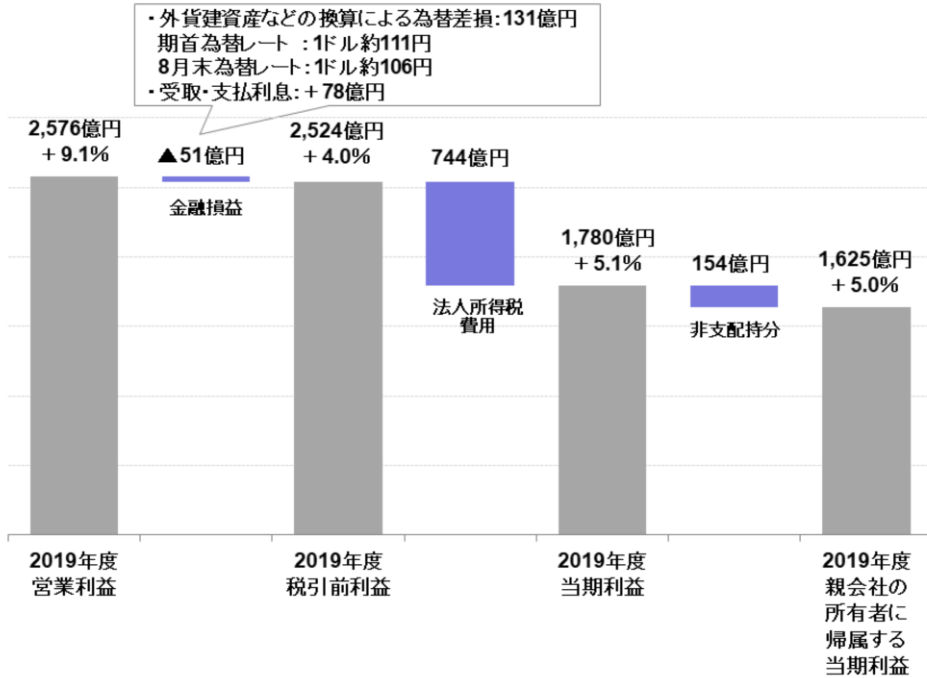
まず、連結の損益計算書ですが、売上収益は前期比1,604億円の増収となりました。これは主に、海外ユニクロ事業が1,297億円、ジーユー事業が269億円と、大幅な増収となったことによります。

売上総利益率は、国内ユニクロ事業と海外ユニクロ事業で低下したことで、同0.4ポイント低下いたしました。売上高販管費率は、海外ユニクロ事業とジーユー事業で改善したことで、連結では同0.1ポイント改善いたしました。

事業利益は2,651億円と、同5.0%増となりました。

その他収益・費用は、主に為替差損やユニクロ店舗の減損損失などを計上したことから、75億円のマイナスとなっております。

これらの結果、営業利益は2,576億円、同9.1%増の増益となりました。



次に、金融損益ですが、ネットで51億円のマイナスとなりました。
 これは、受取利息および支払利息をネットでプラス78億円計上した一方で、
 外貨建資産などの換算による為替差損を131億円計上したことによります。

この結果、税引前利益は2,524億円と同4.0%増、
 親会社の所有者に帰属する当期利益は1,625億円、同5.0%増となりました。

2019年8月期 セグメント別 実績

単位: 億円

		2018年8月期		2019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
国内ユニクロ事業	売上収益	8,647	4,913	▲0.5%	3,816	+2.8%	8,729	+0.9%	
	事業利益	1,201	676	▲23.9%	355	+13.9%	1,032	▲14.1%	
	(売上比)	13.9%	13.8%	▲4.2p	9.3%	+0.9p	11.8%	▲2.1p	
	その他収益・費用	▲10	1	-	▲8	-	▲7	-	
海外ユニクロ事業	売上収益	8,963	5,800	+14.3%	4,460	+14.7%	10,260	+14.5%	
	事業利益	1,206	886	+9.6%	516	+29.8%	1,403	+16.3%	
	(売上比)	13.5%	15.3%	▲0.6p	11.6%	+1.4p	13.7%	+0.2p	
	その他収益・費用	▲17	▲1	-	▲12	-	▲14	-	
ジーユー事業	売上収益	2,118	1,171	+10.7%	1,215	+14.7%	2,387	+12.7%	
	事業利益	119	141	+56.1%	140	+381.1%	281	+135.4%	
	(売上比)	5.6%	12.0%	+3.5p	11.6%	+8.8p	11.8%	+6.2p	
	その他収益・費用	▲1	0	▲95.5%	0	-	0	-	
グローバルブランド事業	売上収益	1,544	777	▲0.9%	721	▲5.0%	1,499	▲2.9%	
	事業利益	62	32	▲2.3%	7	▲75.7%	39	▲36.6%	
	(売上比)	4.1%	4.2%	-	1.0%	▲2.9p	2.6%	▲1.5p	
	その他収益・費用	▲103	▲1	-	▲1	-	▲2	-	
	営業利益	▲41	31	-	5	▲63.6%	36	-	
	(売上比)	-	4.0%	-	0.8%	▲1.2p	2.5%	-	

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となっております。

通期は減益も、下期の営業利益は増益に転じる

- ・通期の営業利益は計画に対して若干下回る
- ・既存店売上高は、前期比+1.0%増収。Eコマース販売が引き続き好調
- ・通期の売上総利益率は同1.7ポイント低下。下期は原価率の低下により改善
- ・通期の経費比率は同0.4ポイント上昇。下期は経費削減の強化により改善

単位:億円

	2018年8月期	2019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
売上収益 (売上比)	8,647 100.0%	4,913 100.0%	▲0.5%	3,816 100.0%	+2.8%	8,729 100.0%	+0.9%
売上総利益 (売上比)	4,185 48.4%	2,241 45.6%	▲7.2% ▲3.3p	1,832 48.0%	+3.5% +0.3p	4,074 46.7%	▲2.7% ▲1.7p
販管費 (売上比)	2,984 34.5%	1,565 31.9%	+2.5% +1.0p	1,477 38.7%	+1.3% ▲0.6p	3,042 34.9%	+1.9% +0.4p
事業利益 (売上比)	1,201 13.9%	676 13.8%	▲23.9% ▲4.2p	355 9.3%	+13.9% +0.9p	1,032 11.8%	▲14.1% ▲2.1p
その他収益・費用 (売上比)	▲10 -	1 0.0%	- -	▲8 -	- -	▲7 -	- -
営業利益 (売上比)	1,190 13.8%	677 13.8%	▲23.7% ▲4.2p	347 9.1%	+14.6% +0.9p	1,024 11.7%	▲13.9% ▲2.1p

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通期の業績ですが、売上収益は8,729億円、前期比0.9%増、営業利益は1,024億円、同13.9%減と、増収減益となりました。営業利益は、計画に対して若干下回っております。

通期の営業利益は、減益となりましたが、下期は、前年同期比で増益に転じております。

通期の既存店売上高は、前期比1.0%増収となりました。Eコマース販売が引き続き好調に推移したことが貢献しております。

通期の売上総利益率は、同1.7ポイントの低下となりましたが、下期は原価率の低下により、改善いたしました。

また、通期の経費比率は、同0.4ポイント上昇いたしましたが、下期の経費比率は、経費削減を強化したことから、前年同期比で改善しております。

【国内ユニクロ事業】売上収益の状況

**既存店売上高 通期+1.0%(上期▲0.9%、下期+3.5%)
下期の売上収益は計画を若干上回る**

- ・既存店売上高は、上期は暖冬の影響により、0.9%の減収。下期は3.5%増へ回復
- ・下期は、UT、Tシャツ、UVカットメッシュパーカ、感動パンツ、ワイドパンツなどの夏物商品の販売が好調、下期の売上収益は、計画に対して若干上回る
- ・Eコマースの通期の売上高は832億円、同32.0%増と順調に拡大
売上構成比は、前期の7.3%から9.5%へと高まる

既存店 前年比	2019年8月期								
	上期	3月	4月	5月	6月	7月	8月	下期	通期
売上高	▲0.9%	+4.5%	▲1.7%	▲1.8%	+27.3%	▲10.0%	+9.9%	+3.5%	+1.0%
客数	+0.4%	+10.1%	+0.7%	+1.3%	+25.6%	▲5.8%	+13.5%	+6.6%	+3.3%
客単価	▲1.3%	▲5.1%	▲2.4%	▲3.1%	+1.4%	▲4.5%	▲3.2%	▲2.9%	▲2.2%

国内ユニクロ事業の既存店売上高ですが、上期は暖冬の影響により、前年同期比0.9%の減収となりましたが、下期は同3.5%増へと回復いたしました。

下期は、UT、Tシャツ、UVカットメッシュパーカ、感動パンツ、ワイドパンツなどの夏物商品の販売が好調で、下期の売上収益は、計画に対して若干上回っております。

また、Eコマースの通期の売上高は832億円、同32.0%増と順調に拡大し、売上構成比は、前期の7.3%から9.5%へと高まっております。

【国内ユニクロ事業】売上総利益率

通期の売上総利益率46.7% (前期比▲1.7p)
下期は、原価率改善により同+0.3p

- ・上期は、暖冬の影響により、値引き販売を強化したことから、粗利益率は同▲3.3p減
- ・下期は、社内の為替レートが円高に転じたことから、原価率が改善
- ・一方、この春から在庫水準の適正化をさらに強化、動きの鈍い商品の在庫処分を早めたことから、下期の値引率は計画以上に拡大。下期の粗利益率は同+0.3p改善、計画を若干下回る
- ・8月末の在庫は、より健全化。金額ベースでも前年同期末比で、大幅に削減

	2018年8月期	2019年8月期	
			前期比
通 期	48.4%	46.7%	▲1.7p
上 期	48.9%	45.6%	▲3.3p
下 期	47.7%	48.0%	+0.3p

次に、国内ユニクロ事業の通期の売上総利益率ですが、46.7%と、前期比で1.7ポイント低下いたしました。

上期は、暖冬の影響により、値引き販売を強化したことから、粗利益率は同3.3ポイント減と、大幅に低下いたしました。

下期は、社内の為替レートが円高に転じたことから、原価率が改善いたしました。一方、この春から在庫水準の適正化をさらに強化し、動きの鈍い商品の在庫処分を早めたことから、下期の値引率は計画以上に拡大しております。この結果、下期の粗利益率は0.3ポイントの改善と、改善幅は計画を若干下回っております。

ただし、8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末比で、大幅に削減することができました。

【国内ユニクロ事業】販管費

**通期の売上販管費率は34.9%(前期比+0.4p)
下期は同0.6pの改善**

- ・人件費:RFIDの活用など、店舗業務の改善、生産性が向上
- ・賃借料:ECコマースの売上比率が上昇した一方で、店舗売上の比率が減少
- ・物流費:上期は冬物商品の在庫増により倉庫費や配送費が増加
下期はECコマースの物流改革が進み、比率の上昇が抑えられる
- ・広告宣伝費:下期にチラシやTVCMの本数を増加し、戦略的にマーケティングを強化
- ・その他経費:上期は有明プロジェクトに伴うIT投資で比率が上昇
下期は店舗の棚卸作業の委託費が減少
- ・減価償却費:有明倉庫の自動化、マテハンの一部で償却期間短縮で増加

	通期 (前期比)	上期 (前年同期比)	下期 (前年同期比)
販管費合計	+0.4p	+1.0p	▲0.6p
物流費	+0.4p	+0.5p	+0.1p
広告宣伝費	+0.2p	+0.0p	+0.3p
減価償却費	+0.1p	+0.2p	+0.0p
その他経費	+0.1p	+0.4p	▲0.3p
人件費	▲0.2p	▲0.1p	▲0.5p
賃借料	▲0.2p	+0.0p	▲0.3p

10

次に、国内ユニクロ事業の通期の販管費率ですが、34.9%と、前期比で0.4ポイント上昇いたしました。

上期の経費比率は同1.0ポイント上昇いたしました。下期は経費削減を強化した結果、同0.6ポイント削減することができました。

通期で経費比率が改善した項目は人件費と賃借料です。

人件費比率は、通期で同0.2ポイント改善いたしました。これは、主に、RFIDの活用などで、店舗業務が改善し、生産性が向上したためです。

賃借料比率は、通期で同0.2ポイント改善いたしました。これは、ECコマースの売上比率が上昇した一方で、店舗売上の比率が減少したことによります。

通期で経費比率が上昇したのは、物流費、広告宣伝費、その他経費、減価償却費です。

通期の物流費比率は同0.4ポイント上昇いたしました。上期は冬物商品の在庫増により倉庫費や配送費が増加したため、物流費比率は0.5ポイント上昇いたしました。下期は、ECコマースの物流改革が進んだことにより、物流費比率の上昇幅は同0.1ポイントに抑えることができいております。

広告宣伝費比率は、通期で同0.2ポイント上昇いたしました。これは、下期にチラシやTVCMの本数を増加させるなど、戦略的にマーケティングを強化したことによります。

その他経費比率は、通期で同0.1ポイント上昇いたしました。上期は、有明プロジェクトに伴うIT投資により比率が上昇いたしました。下期は、店舗の棚卸作業の委託費の減少などにより、比率は0.3ポイント改善しております。

売上収益は初めて1兆円を超える 営業利益は2桁増益、計画を若干上回る

- ・グレーターチャイナの高成長が継続していること、東南アジア・オセアニア地区の20%を超える増収増益が、海外ユニクロ事業全体の好業績につながる
- ・各国・各エリアで在庫コントロールを強化し、値引率が拡大、粗利益率は0.6ポイント低下
- ・経費比率は、グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区で経費コントロールを強化、店舗における生産性を向上させたことにより、0.9ポイント改善
- ・欧州は、ロシア事業の好調な業績に支えられ、増益
- ・米国は、赤字幅が大幅に縮小したが、計画に対しては未達
- ・韓国は減益

単位:億円

		2018年8月期		2019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	8,963	5,800	+14.3%	4,460	+14.7%	10,260	+14.5%	
	事業利益	1,206	886	+9.6%	516	+29.8%	1,403	+16.3%	
	(売上比)	13.5%	15.3%	▲0.6p	11.6%	+1.4p	13.7%	+0.2p	
	その他収益・費用	▲17	▲1	-	▲12	-	▲14	-	
	営業利益	1,188	884	+9.6%	504	+32.2%	1,389	+16.8%	
	(売上比)	13.3%	15.3%	▲0.6p	11.3%	+1.5p	13.5%	+0.2p	

11

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1兆260億円、前期比14.5%増、営業利益は1,389億円、同16.8%増と、大幅な増収増益となりました。これは、計画を若干上回っております。海外ユニクロ事業の売上収益は、初めて1兆円を超えました。

グレーターチャイナの高成長が継続していることに加え、東南アジア・オセアニア地区が20%を超える増収増益となったことが、海外ユニクロ事業全体の好業績につながりました。

海外ユニクロ事業でも各国・各エリアで在庫コントロールを強化したことから、値引率が拡大し、粗利益率は0.6ポイント低下いたしました。

一方、経費比率は、グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区で経費コントロールを強化したこと、店舗における生産性を向上させたことにより、0.9ポイント改善いたしました。

欧州は、ロシア事業の好調な業績に支えられ、増益となりました。

米国は、赤字幅が大幅に縮小いたしました。計画に対しては、未達となっております。

韓国は、下期が減益となったことから、通期でも減益となりました。

グレーターチャイナ: 2桁の増収増益

2019年8月期: 売上5,025億円+14.3%、営業利益890億円+20.8%

【中国大陸】通期の営業利益は30%を超える増益、高成長を維持

- ・ユニクロのLifeWearのコンセプトが浸透、No.1アパレルブランドとしてポジションを確立
- ・上期は、暖冬の影響を受けたものの、12月以降は気温の低下に伴い冬物販売が好調
下期は、春夏商品の立ち上がりを早めた結果、総じて好調な販売が継続
- ・Eコマース販売も引き続き好調、前期比約3割の増収、売上構成比は約20%
- ・販売計画の精度が改善したことで、粗利益率は若干改善
- ・経費比率は広告宣伝費、賃借料、人件費など比率の低下で大幅に改善

【香港・台湾】営業利益は減益

- ・香港は、天候不順やデモの影響などを受け、既存店売上高は減収、営業利益は減益
- ・台湾は、通期は減益も、下期は既存店売上高は増収、RFID導入による人時生産性の改善などにより、増益に転じる

韓国: 減収減益

- ・上期は増収増益も、下期は気温が低く推移したことによる春物販売の不振に加え、7月、8月は不買運動の影響を受け、売上が大幅に低下、減収減益

12

次に、各地域別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全体の通期の売上収益は、5,025億円、前期比14.3%増、営業利益は890億円、同20.8%増と、2桁の増収増益を達成いたしました。営業利益率は17.7%と、前年から0.9ポイント改善しております。

まず中国大陸ですが、通期の営業利益は30%を超える増益で、高成長を維持しております。これは、ユニクロのLifeWearのコンセプトが浸透し、中国大陸でNo.1アパレルブランドとしてのポジションを確立していることが寄与しております。

上期は、暖冬の影響を受けたものの、12月以降は気温の低下に伴い、冬物販売が好調に推移しました。

下期は、春夏商品の立ち上がりを早めた結果、総じて好調な販売が継続しました。Eコマース販売も引き続き好調で、前期比約3割の増収、売上構成比は約20%となっております。

収益面では、販売計画の精度が改善したことで、粗利益率は若干改善いたしました。また、経費比率は広告宣伝費、賃借料、人件費などの比率が低下したことにより、大幅に改善いたしました。

香港は、天候不順やデモの影響などを受け、既存店売上高は減収、営業利益は減益となりました。

台湾は、通期は減益となったものの、下期は、既存店売上高が増収となったことに加え、RFID導入による人時生産性の改善などにより、増益に転じました。

次に韓国ですが、通期は減収減益となりました。

上期は増収増益となりましたが、下期は気温が低く推移したことによる春物販売の不振に加え、7月、8月は不買運動の影響を受け、売上が大幅に低下したことから、減収減益となりました。

東南アジア・オセアニア:20%を超える増収増益
2019年8月期:売上規模は約1,700億円、営業利益率は約16%

【東南アジア】大幅な増収増益

- ・マニラの旗艦店(2018年10月にオープン)や、大量出店により、ユニクロのプレゼンスが一段と高まる
- ・特に好調だったエリアはインドネシア、フィリピン、タイ
- ・在庫コントロールを強化、値引きを強めた結果、粗利益率が低下
- ・1店舗あたりの売上が拡大したことにより、経費効率が改善
- ・2019年10月4日にインドに1号店をオープン
- ・ベトナム1号店は、今年のオープンを予定

【オーストラリア】増収増益が継続



10月4日にインド1号店をニューデリーの人気のショッピングモール アンビエンスモールにオープン

13

東南アジア・オセアニア地区の業績は、好調なトレンドが継続いたしました。通期の売上収益は約1,700億円、前年比約20%増、営業利益も約20%増益を達成いたしました。

インドやベトナムなどの新規国の出店による経費が増加しているにもかかわらず、営業利益率は約16%と高い水準を維持しております。

東南アジアでは、マニラの旗艦店がオープンしたこと、東南アジア全体で32店舗の大量出店を行ったことなどにより、ユニクロのプレゼンスが一段と高まっております。

特に好調だったエリアは、インドネシア、フィリピン、タイです。

東南アジア地区では、在庫コントロールを強化し、値引きを強めた結果、粗利益率が低下いたしました。

一方で、1店舗あたりの売上が拡大したことにより、経費効率が改善しております。

なお、2019年10月4日にインドに1号店をオープンし、多くのお客様にご来店いただきました。

ベトナム1号店は、今年のオープンを予定しております。

北米:米国の赤字幅が大幅に縮小

【米国】赤字幅が大幅に縮小

- ・上期は、地域ごとの商品構成の見直し、販売計画の精度の改善により、順調に業績を改善し、黒字に転換
- ・下期は、天候不順により春夏商品の販売に苦戦
- ・通期の収益改善は、計画に対しては未達
- ・Eコマース販売は約3割増収と引き続き好調、売上構成比は約25%

【カナダ】出店増により、増収も若干の減益

欧州:増収増益

- ・欧州全体の売上規模は1,000億円を超え、前期比2割増収
- ・ロシア事業が引き続き大幅な増益
- ・EC事業が3割増収、売上構成比は約20%
- ・新規に出店したスウェーデン、オランダ、デンマークは順調に業績を拡大
- ・2019年9月にイタリアミラノに1号店をオープン、好調なスタート



9月13日にイタリアの1号店としてオープンした
コルドゥージオ広場店
オープン初日は1,200人が行列

14

次に北米ですが、米国事業は赤字幅が大幅に縮小いたしました。上期は、地域ごとの商品構成の見直しや、販売計画の精度の改善により、順調に業績を改善し、黒字となりましたが、下期は、天候不順により春夏商品の販売に苦戦いたしました。このため、通期の収益改善は計画に対して、未達となっております。なお、Eコマース販売は約3割増収と引き続き好調で、売上構成比は約25%まで高まっております。

欧州は増収増益となりました。欧州全体の通期の売上収益は1,000億円を超え、前期比2割増収となりました。ロシア事業が引き続き大幅な増益となったことに加え、EC事業が3割増収と好調で、売上構成比は約20%となりました。

また、新規に出店したスウェーデン、オランダ、デンマークは順調に業績を拡大しております。

なお、2019年9月にイタリア ミラノに1号店をオープンし、約1,200の方にお並びいただくなど好調なスタートとなりました。

過去最高の業績 営業利益は計画を上回り、前期比で倍増

- ・品番数を絞り込み、マストトレンドにフォーカスした商品構成に転換したこと、TVCMを中心にマーケティングを強化したことで、通期の既存店売上高は同4.0%増と好調
- ・秋冬ではオーバーサイズのスウェット・ニット、春夏ではオーバーサイズT、スムーズTが、数百万点を超えた大型商品として、全体の売上をけん引。このほか、トレンドを捉えたカットソーワンピース、マシュマロパンプスなども好調
- ・粗利益率は+5.7p。早期発注や素材の集約により原価率が改善、シーズンの立ち上げを早めたこと、追加生産を機動的に実施し、値引率が減少。下期の粗利益率は+8.3p改善
- ・動きの鈍い商品の在庫処分を早めに実施、8月末在庫は前年同期末比で削減
- ・経費比率は▲0.5p。店舗のオペレーションの効率化により人件費比率が改善、経費削減プロジェクトによる、その他経費の削減

単位: 億円

	2018年8月期	2019年8月期						
		通期実績	上期実績		下期実績		通期実績	前期比
			前期実績	前年同期比	前期実績	前年同期比		
売上収益	2,118	1,171	+10.7%	1,215	+14.7%	2,387	+12.7%	
事業利益	119	141	+56.1%	140	+381.1%	281	+135.4%	
(売上比)	5.6%	12.0%	+3.5p	11.6%	+8.8p	11.8%	+6.2p	
その他収益・費用	▲1	0	▲95.5%	0	-	0	-	
営業利益	117	141	+54.3%	140	+436.4%	281	+139.2%	
(売上比)	5.6%	12.1%	+3.5p	11.6%	+9.1p	11.8%	+6.2p	

15

ジーユー事業の売上収益は2,387億円、前期比12.7%増、営業利益は281億円、同139.2%増と、過去最高の業績を達成いたしました。営業利益は計画を上回り、前期比で倍増しております。

品番数を絞り込み、マストトレンドにフォーカスした商品構成に転換したことに加え、TVCMを中心にマーケティングを強化したことにより、通期の既存店売上高は、同4.0%増と、好調に推移いたしました。

特に、秋冬ではオーバーサイズのスウェット・ニット、春夏ではオーバーサイズT、スムーズTが、数百万点を超えた大型商品として、全体の売上をけん引いたしました。このほか、トレンドを捉えたカットソーワンピース、マシュマロパンプスなども好調な販売となりました。

収益面では、通期の粗利益率が同5.7ポイントの大幅な改善となりました。これは、早期発注や素材の集約により、原価率が大幅に改善したこと、シーズンの立ち上げを早めたことや、好調な商品の追加生産を機動的に行ったことにより、値引率が減少したためです。特に、下期の粗利益率は、値引率が改善したことにより、前年同期比で8.3ポイントの改善となっております。一方で、動きの鈍い商品の在庫処分を早めに実施したことから、8月末の在庫は前年同期末比で削減できております。

経費比率は、通期で同0.5ポイント改善いたしました。これは、店舗のオペレーションの効率化による人件費比率の改善や、経費削減プロジェクトによる、その他経費の削減によります。

事業利益は計画を下回る

- ・主にコントワー・デ・コトニエ事業の赤字幅が計画以上に拡大
- ・営業利益は、前期に減損損失約99億円を計上したため、36億円の黒字に転じる

【セオリー事業】増収増益

- ・セオリーブランドは、安定的な成長

【プラステ事業】増収、営業利益は前年並み

- ・年間で21店舗を出店したことから経費が増加

【コントワー・デ・コトニエ事業】事業利益の赤字幅は拡大

- ・2019年8月期下期より経営体制を大幅に強化、事業構造改革を進めているが、現段階では、販売不振が続いており、在庫健全化による値引き販売が増加

単位：億円

		2018年8月期		2019年8月期				
		透期実績	上期実績		下期実績		透期実績	前期比
			前期実績	前年同期比	前期実績	前年同期比		
グローバル ブランド事業	売上収益	1,544	777	▲0.9%	721	▲5.0%	1,499	▲2.9%
	事業利益	62	32	▲2.3%	7	▲75.7%	39	▲36.6%
	(売上比)	4.1%	4.2%	-	1.0%	▲2.9p	2.6%	▲1.5p
	その他収益・費用	▲103	▲1	-	▲1	-	▲2	-
	営業利益	▲41	31	-	5	▲63.6%	36	-
	(売上比)	-	4.0%	-	0.8%	▲1.2p	2.5%	-

16

グローバルブランド事業の売上収益は1,499億円、前期比2.9%減、事業利益は39億円、同36.6%減と、計画を下回る結果となりました。これは、主にコントワー・デ・コトニエ事業の赤字幅が計画以上に拡大したことによります。

ただし、営業利益は、前期に減損損失約99億円を計上したため、36億円の黒字に転じております。

セオリー事業は、安定的に成長し、増収増益となりました。

プラステ事業は増収となったものの、年間で21店舗を出店したことから、経費が増加し、営業利益はほぼ前年並みとなりました。

コントワー・デ・コトニエ事業は、2019年8月期下期より経営体制を大幅に強化し、事業構造改革を進めておりますが、現段階では、販売不振が続いており、在庫健全化による値引き販売が増加したこともあり、事業利益の赤字幅は拡大いたしました。

【連結】2019年8月期末 B/S

単位:億円

	2018年8月期末	2019年8月期末	増 減
資産合計	19,534	20,105	+570
流動資産	16,180	16,381	+200
非流動資産	3,353	3,723	+370
負債合計	10,506	10,270	▲236
資本合計	9,027	9,835	+807

17ページのスライドは、2019年8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(前期末比)

流動資産の増加+200億円(1兆6,180億円⇒1兆6,381億円)

- ・現金及び現金同等物の増加: +868億円(9,996億円⇒1兆865億円)
- ・棚卸資産の減少: ▲542億円(4,647億円⇒4,105億円)

動きの鈍い春夏商品の在庫処分を早期に実施

発注進捗管理を強化し、在庫水準の適正化を図る

【国内UQ】▲302億円【海外UQ】▲180億円【GU】▲27億円【グローバルブランド】▲33億円

- ・デリバティブ金融資産の減少: ▲207億円(355億円⇒147億円)

保有する為替予約の平均レートが8月末の為替レートより円高となり、その乖離幅が縮小し、デリバティブ金融資産全体では112億円の減少。ヘッジ会計適用のため、損益への影響はなし

非流動資産の増加+370億円(3,353億円⇒3,723億円)

- ・デリバティブ金融資産の増加: +94億円(0億円⇒94億円)
- ・無形資産の増加: +141億円(460億円⇒601億円) 有明プロジェクトのIT投資

負債の減少 ▲236億円(1兆506億円⇒1兆270億円)

- ・買掛金及びその他の短期債務: ▲227億円(2,145億円⇒1,917億円)

在庫の減少に伴い、買掛金が減少

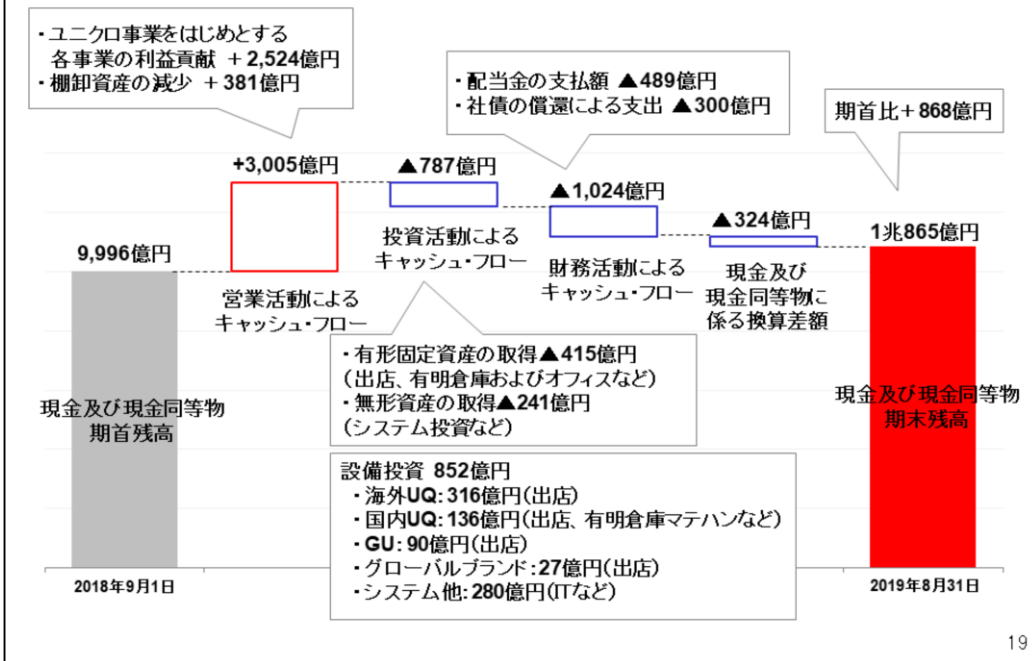
資産の大半を占める流動資産が、前期末比200億円増加した主な要因をご説明いたします。

まず、現金及び現金同等物は、前期末比868億円増加いたしました。これは、海外ユニクロ事業を中心に、営業キャッシュ・フローが増加したためです。

棚卸資産は、同542億円減少しておりますが、これは、動きの鈍い春夏商品の在庫処分を早期に実施したことに加え、発注進捗管理を強化し、在庫水準の適正化を図ったことによります。

また、保有する為替予約の平均レートが8月末の為替レートより円高となり、その乖離幅が縮小したことから、デリバティブ金融資産全体では112億円の減少となりました。

【連結】2019年8月期 キャッシュ・フロー



次に、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3,005億円の収入、
 投資活動によるキャッシュ・フローが787億円の支出、
 財務活動によるキャッシュ・フローが1,024億円の支出となった結果、
 2019年8月末における現金及び現金同等物の期末残高は1兆865億円となりました。

なお、設備投資額は年間で852億円と、前年の693億円から、
 158億円増加いたしました。
 主な投資対象としては、海外ユニクロ事業に316億円、
 システム投資などに280億円です。

【連結】2020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	: 2兆4,000億円	前期比 +4.8%
事業利益	: 2,800億円	前期比 +5.6%
営業利益	: 2,750億円	前期比 +6.7%

	2019年8月期	2020年8月期	
	通期実績	通期予想 (10/10時点)	前期比
売上収益 (売上比)	22,905 100.0%	24,000 100.0%	+4.8%
事業利益 (売上比)	2,651 11.6%	2,800 11.7%	+5.6% +0.1p
その他収益・費用	▲75	▲50	-
営業利益 (売上比)	2,576 11.2%	2,750 11.5%	+6.7% +0.3p
金融収益・費用	▲51	0	-
税引前利益 (売上比)	2,524 11.0%	2,750 11.5%	+8.9% +0.5p
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,625 7.1%	1,750 7.3%	+7.6% +0.2p

単位: 億円

注: IFRS16号の適用により、2020年8月期の営業利益の予想には、約3%の押し上げ効果を見込んでいます。 20

次に、2020年8月期の通期業績予想について、ご説明いたします。

2020年8月期は、過去最高の業績を見込んでおります。

売上収益は2兆4,000億円、前期比4.8%増、

事業利益は2,800億円、前期比5.6%増を見込んでおります。

その他収益・費用は、50億円のマイナスを予想しておりますが、

これは主に、海外ユニクロ事業を中心にスクラップ&ビルドに伴う除却損・閉店損を見込んでいるためです。

この結果、営業利益は2,750億円、前期比6.7%増を見込んでおります。

金融収益・費用は、期初の為替レート1ドル106.4円を前提とし、為替換算差損益は見込んでおりません。

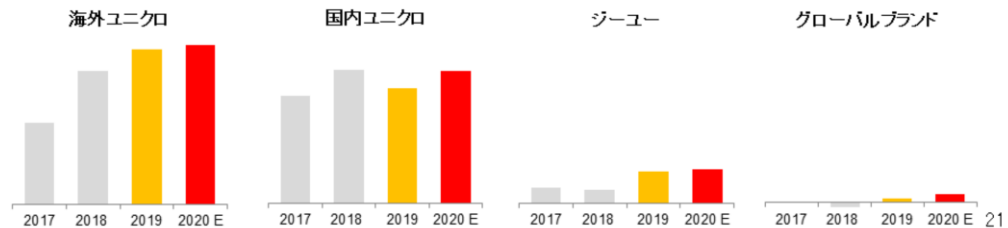
この結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,750億円、

前期比7.6%増を見込んでおります。

海外ユニクロ事業:順調な業績拡大が続く

- ・円高による業績の押し下げ影響が約5%、為替影響を除くと増収ペースは前年と同水準
- ・粗利益率が若干低下する見込み、経費比率は若干改善する見込み
- ・グレーターチャイナが引き続き好調な業績を継続する見込み。足元の為替を反映し、通期で約8%の元安の前提。為替の影響を除くと、2桁の増収増益となる見込み
- ・東南アジア・オセアニア地区は大幅な増収増益が継続する予想
- ・韓国は、大幅な減収減益を見込む。欧州は増収増益。米国は、通期で黒字化を見込む
- ・海外ユニクロ全体は168店舗の出店。グレーターチャイナは、年間約100店舗の出店、東南アジア・オセアニア地区は年間約40店舗の出店を見込む

セグメント別 営業利益のトレンド(イメージ)



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、順調な業績拡大が続く見込みです。円高による業績の押し下げ影響が約5%あるため、1桁の増収を見込んでおりますが、為替の影響を除くと増収ペースは前年と同水準となる見込みです。収益面では、粗利益率が若干低下することを見込み、経費比率は若干改善する見込みです。

エリア別では、グレーターチャイナが引き続き好調な業績を継続する見込みです。足元の為替を反映し、通期で約8%の元安を前提としていますが、為替の影響を除くと、2桁の増収増益となる見込みです。

東南アジア・オセアニア地区は大幅な増収増益が継続する予想です。韓国は、大幅な減収減益を見込んでおります。欧州は増収増益、米国は通期で黒字化を見込んでおります。

出店戦略については、海外ユニクロ全体では、168店舗の出店を見込んでおります。このうち、グレーターチャイナが、年間約100店舗の出店、東南アジア・オセアニア地区は、年間約40店舗の出店を見込んでおります。

国内ユニクロ事業: 2桁増益

- ・上期、下期ともに増収増益を予想し、通期では2桁の増益となる見込み
- ・既存店売上高は+2.5%。うち、Eコマースは約30%増収、構成比は11%を超える見込み
- ・原価率の改善、値引率のコントロールにより、粗利益率は若干改善の見込み
- ・在庫の適正化による物流費比率の改善、RFIDやセルフレジ導入による店舗作業の効率化による人件費比率の改善で、経費比率は若干の改善を予想

ジーユー事業: 増収増益

- ・引き続きマストトレンド商品にフォーカスすることで売上の拡大をめざす
- ・ファッション商品の拡大と、低価格商品のラインナップを増やすことで、ジーユーの強みである“ファッションと低価格”をより一層強化する予定
- ・粗利益率と経費比率は前年並みを見込む

グローバルブランド事業: 増収増益

- ・セオリー事業は安定的な成長が継続
- ・プラステ事業は、事業規模を順調に拡大する予想
- ・コントワー・デ・コトニエ事業は、事業構造改革を進め、赤字幅を縮小

国内ユニクロ事業は、上期、下期ともに増収増益を予想し、通期では2桁の増益を見込んでおります。

既存店売上高は2.5%の増収を見込んでおり、このうち、Eコマースは約30%増収、売上構成比は11%を超える見込みです。

原価率の改善、値引率のコントロールにより、粗利益率は若干改善する見込みです。また、在庫の適正化による物流費比率の改善、RFIDやセルフレジ導入による店舗作業の効率化による人件費比率の改善で、経費比率は若干の改善を予想しております。

ジーユー事業は、通期で増収増益を見込んでおります。引き続きマストトレンド商品にフォーカスすることで売上の拡大をめざすと同時に、ファッション商品の拡大と、低価格商品のラインナップを増やすことで、ジーユーの強みである“ファッションと低価格”をより一層強化していく予定です。粗利益率と経費比率は前年並みを見込んでいます。

グローバルブランド事業は、増収増益を見込んでおります。

セオリー事業は安定的な成長が継続する見込みです。また、プラステ事業は、事業規模を順調に拡大する予想です。

コントワー・デ・コトニエ事業は、事業構造改革を進め、赤字幅を縮小させていきます。

2020年8月期 配当金予想

2019年8月期 年間配当金 480円を予定
2020年8月期 年間配当金 500円を見込む

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2018年8月期	200円	240円	440円
2019年8月期 ※1	240円	240円	480円
2020年8月期（10/10予想）※2	250円	250円	500円
前年比	+10円	+10円	+20円

※1 2019年8月期の期末配当金は、2019年11月5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。

2019年8月期の期末配当金は、直近予想通り240円を予定しております。
 この結果、2019年8月期の年間配当金は、1株当たり480円を見込んでおります。

2020年8月期の配当金につきましては、中間配当金250円、期末配当金250円、
 あわせて年間で500円、前期比20円の増配を見込んでおります。

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(2018/9~2019/8)実績				2020年8月期(2019/9~2020/8)予想				
	期末	出店	退店	純増減	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	200	72	+128	2,196	198	57	+141	2,337				
国内ユニクロ事業※	827	34	44	▲10	817	30	30	0	817				
直営店	784	30	40	▲10	774	-	-	-	774				
大型店	215	19	4	+15	230	-	-	-	230				
標準店等	569	11	36	▲25	544	-	-	-	544				
FC	43	4	4	0	43	-	-	-	43				
海外ユニクロ事業	1,241	166	28	+138	1,379	168	27	+141	1,520				
中国	633	86	8	+78	711	-	-	-	711				
香港	28	1	0	+1	29	100	-	-	29				
台湾	65	4	2	+2	67	-	-	-	67				
韓国	186	10	8	+2	188	7	-	-	188				
シンガポール	26	4	2	+2	28	-	-	-	28				
マレーシア	48	2	1	+1	49	-	-	-	49				
タイ	40	10	0	+10	50	-	-	-	50				
フィリピン	51	8	1	+7	58	40	-	-	58				
インドネシア	18	8	0	+8	26	-	-	-	26				
オーストラリア	15	5	0	+5	20	-	-	-	20				
ベトナム	0	0	0	0	0	-	-	-	0				
インド	0	0	0	0	0	-	-	-	0				
米国	48	5	2	+3	51	6	-	-	51				
カナダ	5	6	0	+6	11	-	-	-	11				
英国	11	2	0	+2	13	-	-	-	13				
フランス	25	2	3	▲1	24	-	-	-	24				
ロシア	31	7	1	+6	37	-	-	-	37				
ドイツ	5	4	0	+4	9	-	-	-	9				
ベルギー	3	0	0	0	3	15	-	-	3				
スペイン	2	0	0	0	2	-	-	-	2				
スウェーデン	1	0	0	0	1	-	-	-	1				
オランダ	0	1	0	+1	1	-	-	-	1				
デンマーク	0	1	0	+1	1	-	-	-	1				
イタリア	0	0	0	0	0	-	-	-	0				
ジーユー事業	393	44	16	+28	421	36	12	+24	445				
グローバルブランド事業合計	984	58	70	▲12	972	39	48	▲9	963				
セオリー事業※	450	30	29	+1	451	-	-	-	451				
PLST事業※	87	21	7	+14	101	-	-	-	101				
コントワール・デ・コトニエ事業※	320	7	31	▲24	296	-	-	-	296				
プリンス タム・タム事業※	127	0	3	▲3	124	-	-	-	124				
総 合 計	3,445	302	158	+144	3,589	273	117	+156	3,745				

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

連結取込 為替レート(12ヶ月平均)

単位: 円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
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)実績	110.9	125.9	142.3	16.2	9.7
2020年8月期 通期(12ヶ月平均)予想	109.0	123.0	143.0	14.8	9.6

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 期末為替レート 実績	111.1	129.5	144.6	16.2	9.9
2019年8月期 期末為替レート 実績	106.4	117.6	129.6	14.8	8.8
2020年8月期 期末為替レート 予想	106.4	117.6	129.6	14.8	8.8

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	ジーユー	グローバル ブランド	システム他	合計	
2017年8月期 通期実績(12ヶ月累計)	66	243	76	29	181	597	396
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 通期実績(12ヶ月累計)	136	316	90	27	280	852	484
2020年8月期 通期予想(12ヶ月累計)	78	351	74	35	463	1,001	543

- ・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。
- ・2020年8月期よりIFRS16号を適用する予定ですが、減価償却費の2020年8月期通期予想にその影響額は含まれていません。