

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

I. 上期決算概要	P3	～	P19
II. 2020年8月期 通期業績予想	P20	～	P29
III. ご参考資料	P30	～	P33

【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おります。
  - 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おります。
  - 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おります。
  - 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事業が含まれております。
- ・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。

## 減収減益、計画を大幅に下回る

	2019年8月期	2020年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	12,676 100.0%	12,085 100.0%	▲4.7% -
売上総利益 (売上比)	6,067 47.9%	5,767 47.7%	▲4.9% ▲0.2p
販管費 (売上比)	4,334 34.2%	4,387 36.3%	+1.2% +2.1p
事業利益 (売上比)	1,733 13.7%	1,379 11.4%	▲20.4% ▲2.3p
その他収益・費用 (売上比)	▲3 -	▲12 -	- -
営業利益 (売上比)	1,729 13.6%	1,367 11.3%	▲20.9% ▲2.3p
金融収益・費用 (売上比)	12 0.1%	141 1.2%	- +1.1p
税引前四半期利益 (売上比)	1,742 13.7%	1,508 12.5%	▲13.4% ▲1.2p
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	1,140 9.0%	1,004 8.3%	▲11.9% ▲0.7p

単位: 億円

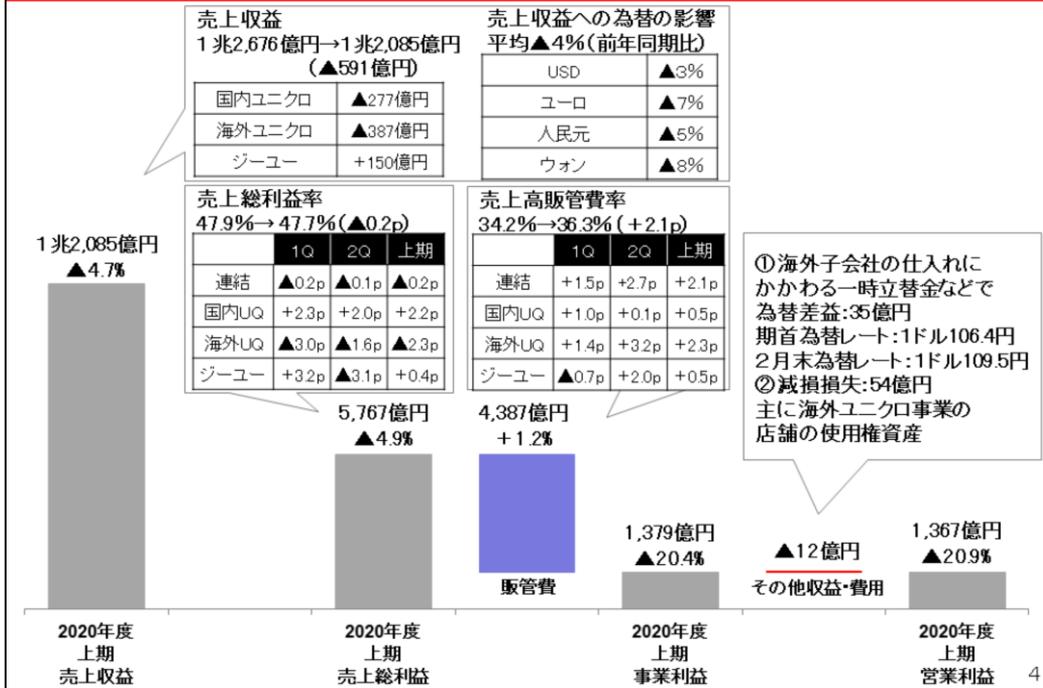
※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、事業利益で32億円押し上げ、営業利益で6億円の押し下げ

3

2020年8月期上期の連結業績ですが、  
 売上収益は1兆2,085億円、前年同期比4.7%減、  
 事業そのものの収益を示す事業利益は1,379億円、同20.4%減、  
 営業利益は1,367億円、同20.9%減、  
 税引前四半期利益は1,508億円、同13.4%減、  
 親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,004億円、同11.9%減となりました。

ジーユー事業以外、すべてのセグメントで計画を大きく下回る結果となりました。  
 減益の要因は、新型コロナウイルス感染症(以下、新型コロナ)の影響  
 などにより韓国、グレーターチャイナが大幅な減収減益となったことによります。

## 【連結】上期 営業利益



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1兆2,085億円、前年同期比591億円の減収となりました。これは、ジーユー事業が150億円の増収となった一方で、海外ユニクロ事業が387億円の減収、国内ユニクロ事業が277億円の減収となったことによります。

売上総利益率は47.7%と、前年同期比で0.2ポイント低下いたしました。これは、国内ユニクロ事業、ジーユー事業で売上総利益率が改善した一方で、海外ユニクロ事業の売上総利益率が2.3ポイント低下したことによります。

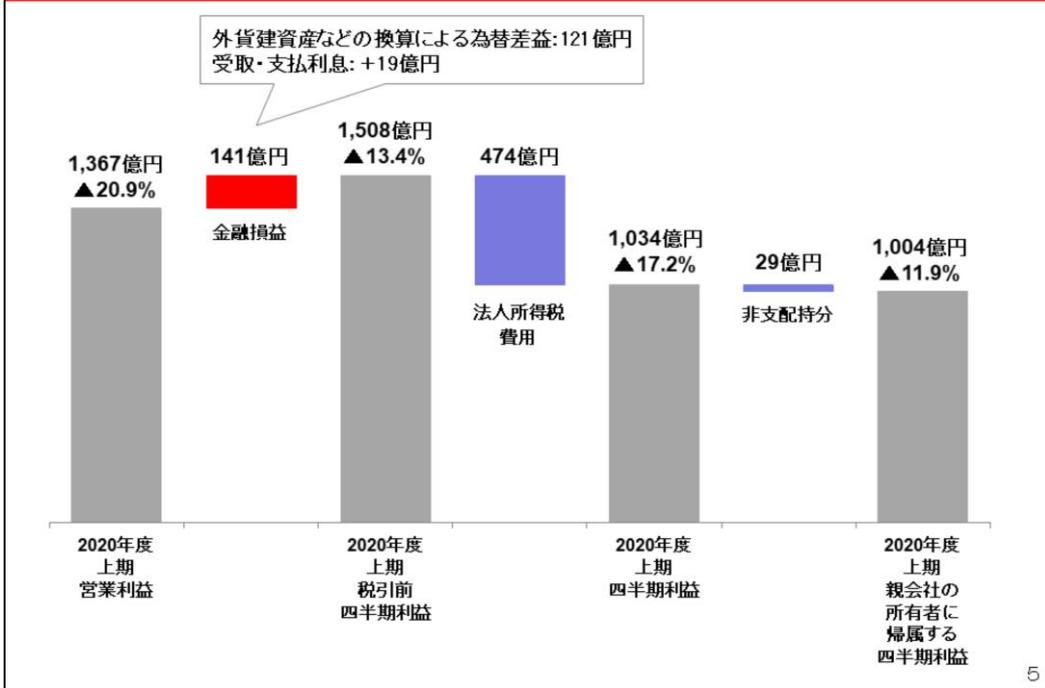
売上高販管費率は36.3%と、同2.1ポイント上昇いたしました。これは主に、海外ユニクロ事業、国内ユニクロ事業で売上高販管費率が上昇したためです。

事業利益は1,379億円、同20.4%の減益となりました。

その他収益・費用の合計は12億円のマイナ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35億円発生した一方で、主に海外ユニクロ事業で店舗の使用権資産で減損損失が54億円発生したことなどによります。

これらの結果、営業利益は1,367億円、同20.9%の減益となりました。

## 【連結】上期 親会社の所有者に帰属する四半期利益



次に、金融損益ですが、ネットで141億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121億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1,508億円と同13.4%減、  
親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,004億円、同11.9%減となりました。

## 【セグメント別】 上期実績

		2019年8月期		2020年8月期	
		上期実績	上期実績	前期実績	前年同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	4,913	4,635		▲5.7%
	事業利益 (売上比)	676 13.8%	710 15.3%		+5.1% +1.5p
	その他収益・費用	1	5		+391.9%
	営業利益 (売上比)	677 13.8%	716 15.5%		+5.7% +1.7p
海外ユニクロ事業	売上収益	5,800	5,412		▲6.7%
	事業利益 (売上比)	886 15.3%	580 10.7%		▲34.6% ▲4.6p
	その他収益・費用	▲1	▲47		-
	営業利益 (売上比)	884 15.3%	532 9.8%		▲39.8% ▲5.5p
ジュー事業	売上収益	1,171	1,322		+12.9%
	事業利益 (売上比)	141 12.0%	156 11.8%		+11.0% ▲0.2p
	その他収益・費用	0	1		-
	営業利益 (売上比)	141 12.1%	158 12.0%		+12.0% ▲0.1p
グローバルブランド事業	売上収益	777	701		▲9.8%
	事業利益 (売上比)	32 4.2%	9 1.4%		▲70.4% ▲2.8p
	その他収益・費用	▲1	▲2		-
	営業利益 (売上比)	31 4.0%	7 1.1%		▲76.3% ▲2.9p

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)。

6

セグメント別の業績ですが、国内ユニクロ事業については減収増益、ジュー事業も増収増益と利益の改善が進んだ一方で、海外ユニクロ事業については、日韓関係の影響や新型コロナの影響で大幅な減収減益の結果となっております。

## 【国内ユニクロ事業】上期実績

### 売上収益は減収も、粗利益率の改善により若干の増益

- ・上期は暖冬の影響で防寒衣料の販売に苦戦、売上収益が減収、計画に対しても下回る
- ・営業利益は、粗利益率が改善、販管費が前年よりも削減できたことから、若干の増益。  
ただし、営業利益は、計画に対しては若干下回る

単位:億円

	2019年8月期	2020年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	4,913 100.0%	4,635 100.0%	▲5.7% -
売上総利益 (売上比)	2,241 45.6%	2,214 47.8%	▲1.2% +2.2p
販管費 (売上比)	1,565 31.9%	1,503 32.4%	▲4.0% +0.5p
事業利益 (売上比)	676 13.8%	710 15.3%	+5.1% +1.5p
その他収益・費用 (売上比)	1 0.0%	5 0.1%	+391.9% +0.1p
営業利益 (売上比)	677 13.8%	716 15.5%	+5.7% +1.7p

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、事業利益で16億円、営業利益で13億円の押し上げ影響

7

まず、国内ユニクロ事業の上期の業績ですが、  
売上収益は4,635億円、前年同期比5.7%減、  
営業利益は716億円、同5.7%増と、減収増益となりました。

上期は、暖冬の影響で防寒衣料の販売に苦戦したことから、  
売上収益は減収、計画に対しても下回りました。

営業利益は、粗利益率が改善したことや、販管費が前年よりも削減できたことから、  
前年同期比で若干の増益となりました。  
ただし、営業利益は、計画に対しては若干下回る結果となっております。

## 【国内ユニクロ事業】売上収益の状況

**既存店売上高 上期▲4.6% (1Q▲4.1%、2Q▲5.1%)**

- ・既存店売上高が減収となった要因は、暖冬により防寒衣料の需要が弱く、冬物コア商品の販売に苦戦
- ・2月は春物商品が順調に立ち上がったこと、うるう年で日数が増えたことで増収  
春物商品は、ジャケット、マウンテンパーカなどの軽めの羽織物や、トレンドのロングスカート、ワイドパンツ、新商品のミラクルエア-3Dジーンズ、スラウチテーパードアングルジーンズが好調。2月21日から販売を開始したユニクロUも好調で、エアリズムコットンオーバーサイズT、クーネックTが売上に寄与
- ・上期のEコマース販売は525億円、同8.3%増、暖冬の影響を受けたことで伸び率が鈍化
- ・新型コロナウイルス感染症の影響で、3月の既存店売上高は同27.8%減

既存店	2020年8月期							
	前年同期比	1Q	12月	1月	2月	2Q	上期	3月
売上高		▲4.1%	▲5.3%	▲7.9%	+0.8%	▲5.1%	▲4.6%	▲27.8%
客数		+0.4%	▲2.2%	▲5.1%	▲0.1%	▲2.8%	▲1.2%	▲32.4%
客単価		▲4.5%	▲3.1%	▲2.9%	+0.8%	▲2.4%	▲3.5%	+6.9%

国内ユニクロ事業の上期の既存店売上高は、前年同期比で4.6%の減収となりました。

既存店売上高が減収となった要因は、暖冬により防寒衣料の需要が弱く、冬物コア商品の販売に苦戦したことによります。

上期のEコマース販売は525億円、同8.3%増と、暖冬の影響を受けたことにより、伸び率が鈍化いたしました。

なお、新型コロナの影響により、3月の既存店売上高は同27.8%の減収となりました。



## 【国内ユニクロ事業】売上総利益率、販管費率

### 売上総利益率は47.8%、前年同期比2.2ポイント改善 計画通り

- ・商品仕入の為替レートの高傾向が続いているため、原価率は大幅に改善
- ・一方、動きの鈍い秋冬商品の在庫処分を行ったことで、値引率は前年同期比で若干拡大
- ・2月末在庫は、発注進捗管理を強化した結果、前年同期末比で▲258億円減少

### 売上高販管費率は32.4%と、前年同期比0.5ポイント上昇 金額ベースでは前年比、計画比ともに削減

- ・IFRS16号の適用により、減価償却費は大きく増加した一方で、賃借料は大きく減少
- ・IFRS16号の影響を除くと、経費が金額ベースで前年から減少した項目は、人件費、減価償却費、賃借料、広告宣伝費。物流費は前年並み
  - 人件費は、RFIDの活用などにより、店舗業務の効率化で減少
  - 減価償却費は、前期に有明倉庫のマテハンの一部で行った加速償却(減価償却期間の短縮)の影響がなくなったことで、売上比率でも減少
  - 広告宣伝費は、ノベルティ制作や回数を見直したことで減少
  - 物流費は、店舗関連の物流費が在庫削減により大幅に減少した一方で、Eコマース販売の拡大に伴った配送費の増加で、金額ベースでは、ほぼ前年並み

次に、売上総利益率ですが、47.8%と、前年同期比2.2ポイント改善いたしました。これは計画通りの水準となっております。

商品仕入の為替レートの高傾向が続いているため、原価率は大幅に改善いたしました。

一方で、動きの鈍い秋冬商品の在庫処分を行ったことで、値引率は前年同期比で若干拡大しております。

2月末在庫は、発注進捗管理を強化した結果、前年同期末比で258億円減少いたしました。

売上高販管費率は32.4%と、前年同期比0.5ポイント上昇いたしました。ただし、金額ベースでは、前年比、計画比ともに削減することができました。

## 計画を大きく下回り、大幅な減収減益

- ・新型コロナの影響などにより、韓国、グレーターチャイナが大幅な減収減益
- ・東南アジア、オーストラリア、インドを含む、その他アジア・オセアニア地区は2桁の増収増益
- ・欧州も新規出店した店舗が好調で、2桁の増収増益
- ・各国・各エリアで在庫処分を進めた結果、粗利益率は2.3ポイント低下  
販管費比率は売上が計画を下回ったことで、2.3ポイント上昇

	2019年8月期	2020年8月期		単位: 億円
	上期実績	上期実績	前年同期比	
売上収益 (売上比)	5,800 100.0%	5,412 100.0%	▲6.7%	-
売上総利益 (売上比)	2,951 50.9%	2,632 48.6%	▲10.8%	▲2.3p
販管費 (売上比)	2,064 35.6%	2,052 37.9%	▲0.6%	+2.3p
事業利益 (売上比)	886 15.3%	580 10.7%	▲34.6%	▲4.6p
その他収益・費用 (売上比)	▲1 -	▲47 -	-	-
営業利益 (売上比)	884 15.3%	532 9.8%	▲39.8%	▲5.5p

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、事業利益で10億円押し上げ、営業利益で23億円の押し下げ 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5,412億円、前年同期比6.7%減、営業利益は532億円、同39.8%減と計画を大きく下回り、大幅な減収減益の結果となりました。

これは、新型コロナの影響などにより、韓国、グレーターチャイナが大幅な減収減益になったことによります。

一方で、東南アジア、オーストラリア、インドを含む、その他アジア・オセアニア地区は2桁の増収増益と順調に事業の拡大が継続しております。  
欧州も新規出店した店舗が好調で、2桁の増収増益を達成いたしました。

### グレーターチャイナ: 減収、営業利益は大幅な減益

- ・主に新型コロナウイルス感染症の影響で、中国大陸の一部店舗を1月末から臨時休業  
グレーターチャイナの売上収益は計画を大幅に下回る
  - ・この結果、粗利益率は前年同期比で▲2.0ポイント、販管費比率は同+1.5ポイント
- 【中国大陸】若干の減収、営業利益は大幅な減益**
- ・1月下旬まで既存店売上高が増収と、好調な業績を維持するも、1月末に蔓延した新型コロナウイルス感染症の影響により売上は急激に落ち込む
  - ・1月23日から武漢市の店舗を中心に臨時休業、2月は最大395店舗を臨時休業  
2月単月の既存店売上高は約8割減収。上期6ヶ月間の既存店売上高も若干の減収
  - ・粗利益率は、値引き販売を強化し低下、販管費比率は在庫増加による物流費増で上昇
  - ・Eコマース販売は、2月単月で約2割の減収も、上期全体で前年同期比約20%の増収
  - ・中国大陸の既存店売上高、Eコマースともに3月以降は回復基調
- 【香港】計画を下回り減収減益**
- ・デモや、2月は新型コロナウイルス感染症の影響で客数が減少、既存店売上高は大幅減収
- 【台湾】減収増益**
- ・2019年11月のW11商戦と感謝祭、旧正月商戦の販売が好調も、  
2月の新型コロナウイルス感染症の影響で、上期の既存店売上高は若干の減収
  - ・経費コントロールの強化により営業利益は増益

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、減収、営業利益は大幅な減益となりました。  
主に新型コロナの影響で、中国大陸の一部店舗を1月末から臨時休業したことで、  
グレーターチャイナの売上収益は計画を大幅に下回りました。  
この結果、粗利益率は前年同期比2.0ポイント低下、販管費比率は同1.5ポイント  
上昇いたしました。

中国大陸は、若干の減収、営業利益は大幅な減益となりました。  
1月下旬まで既存店売上高が増収と、好調な業績を維持していましたが、1月末に  
蔓延した新型コロナの影響により、売上は急激に落ち込みました。  
1月23日から武漢市の店舗を中心に臨時休業し、2月は最大395店舗を臨時休業  
したことで、2月単月の既存店売上高は約8割減収となりました。上期6ヶ月間の  
既存店売上高も若干の減収となりました。  
Eコマース販売については、2月単月では約2割の減収となりましたが、上期全体では、  
前年同期比約20%の増収となりました。  
なお、中国大陸の既存店売上高、Eコマースともに3月以降は回復基調にあります。

## 【海外ユニクロ事業】 エリア別(2)

### 韓国：大幅な減収、計画を下回り赤字幅は拡大

・2019年7月からの日韓関係の影響に加え、2020年2月からの新型コロナウイルス感染症の影響で、上期の既存店売上高は計画を下回る大幅な減収

### その他アジア・オセアニア：ほぼ計画通り2桁の増収増益

・2月にシンガポール、マレーシア、タイで新型コロナウイルス感染症の影響が出始めるも上期はほぼ計画通り2桁の増収増益

【東南アジア】2桁の増収増益

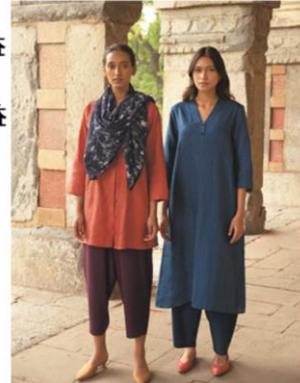
・特にインドネシア、フィリピン、タイが好調、2桁の大幅な増収増益

・UT、レギンス、ジーンズなどの夏物商品の販売が好調  
フANNELシャツなどの羽織物、ヒートテックなどの  
秋冬商品の販売も増収に寄与

・2019年12月に1号店を出店したベトナムは、計画を上回る業績  
UVカットメッシュパーカ、ドライEXポロシャツなど  
現地の気候に合った商品が特にお客様から高い評価を得る  
2020年3月には、ハノイに2号店を出店

【インド】2019年10月に初進出、好調な業績

・2月には3号店をニューデリーに出店、冬物防寒衣料やUTに  
加え、インド人の日常着である伝統服クルタが好調な販売



インド人デザイナー、リナ・シン氏との  
初コラボレーションとなる  
「クルタコレクション」

韓国は大幅な減収、営業利益は計画を下回り赤字幅は拡大いたしました。  
これは、2019年7月からの日韓関係の影響に加え、2020年2月からの  
新型コロナの影響により、上期の既存店売上高が計画を下回る  
大幅な減収となったためです。

その他アジア・オセアニア地区の業績は、2月にシンガポール、マレーシア、タイで  
新型コロナの影響が出始めたものの、上期は、ほぼ計画通り  
2桁の増収増益となりました。

特に、この上期はインドネシア、フィリピン、タイの業績が好調で、2桁の大幅な  
増収増益を達成いたしました。

2019年12月に1号店を出店したベトナムは、計画を上回る業績となっております。  
2019年10月に初進出したインドも、好調な業績となっております。

### 北米：計画を下回り、増収減益

【米国】計画を下回り、営業利益は赤字

- ・暖冬の影響により、冬物商品の販売に苦戦したことから、値引き販売が拡大し粗利益率が低下

【カナダ】増収増益

- ・Eコマース販売が好調、前年同期末比で3店舗増加

### 欧州：2桁の増収増益

- ・欧州全体の既存店売上高は増収、Eコマース販売も前年同期比で約3割増収と、好調な売上トレンドが継続
- ・経費コントロールを強化し、販管費比率が改善、営業利益は大幅増益
- ・欧州では、2019年9月に初進出したイタリア、上期に新たに2店舗出店したスペインの販売が好調
- ・ロシアは既存店売上高は2桁の増収と、好調な販売も為替の影響で原価率が上昇した結果、若干の減益



2019年10月にオープンしたスペインのマドリッド・セラー店

次に北米ですが、計画を下回り、増収減益となりました。

米国は、計画を下回り、営業利益は赤字となりました。

これは主に、暖冬の影響により、冬物商品の販売に苦戦したことから、値引き販売が拡大し、粗利益率が低下したためです。

カナダは、Eコマース販売が好調なことに加え、前年同期末比で店舗数が3店舗増加したことにより、増収増益となりました。

欧州は、2桁の増収増益を達成いたしました。

欧州全体の既存店売上高は増収、Eコマース販売も約3割増収と、好調な売上トレンドが継続いたしました。

また、経費コントロールを強化したことで販管費比率が改善し、営業利益は大幅増益となりました。

欧州では、2019年9月に初進出したイタリア、上期に新たに2店舗出店したスペインの販売が好調でした。

## 【ジーユー事業】上期実績

### 計画通り、大幅な増収増益

- ・マストトレンドを捉えたニットや、暖冬に対応した薄手のアウターがヒットしたことなどにより、既存店売上高は同3.8%の増収
- ・粗利益率(+0.4p): 好調な販売、素材の集約、早期発注による原価率改善
- ・販管費比率(+0.5p): 計画通りの水準

	2019年8月期	2020年8月期		単位:億円
	上期実績	上期実績	前年同期比	
売上収益 (売上比)	1,171 100.0%	1,322 100.0%	+12.9% -	
売上総利益 (売上比)	563 48.1%	641 48.5%	+13.7% +0.4p	
販管費 (売上比)	422 36.1%	484 36.6%	+14.6% +0.5p	
事業利益 (売上比)	141 12.0%	156 11.8%	+11.0% ▲0.2p	
その他収益・費用 (売上比)	0 0.0%	1 0.1%	- +0.1p	
営業利益 (売上比)	141 12.1%	158 12.0%	+12.0% ▲0.1p	

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことによる影響はほとんどありません。

14

次に、ジーユー事業ですが、  
 上期の売上収益は1,322億円、前年同期比12.9%増、  
 営業利益は158億円、同12.0%増と、計画通り、大幅な増収増益を達成いたしました。

上期は、マストトレンドを捉えたニットや、暖冬に対応した薄手のアウターがヒットしたことなどにより、既存店売上高は同3.8%の増収となりました。

利益面では、素材の集約、早期発注による原価率の改善で、粗利益率は同0.4ポイント上昇いたしました。  
 販管費比率は、同0.5ポイント上昇いたしましたが、これは計画通りの水準となっております。

### マストrendを捉えたニットや、暖冬に対応した薄手のアウターがヒット

- ・ウィメンズファッションにおいて、ニット・羽織のtrendを捉えたニットカーディガンキャンペーン、ニットセットアップキャンペーンが成功。暖冬に対応した薄手のアウターの品揃えが充実
- ・ヒット商品: コクーンカーディガン、ニットセットアップ、ポアアウター

### 売れ筋商品の期中企画が本格化

- ・trendを分析、ディレクションする企画開発チームが活躍、期中企画商品の開発が本格化
- ・trendの素材を見極め、早期の素材調達、短リードタイムで生産する体制も確立
- ・ヒット商品: スウェットライクニット(スウェットのようにさらっと気軽に着られるニットセーター)



マシュマロパンプスは、低反発クッションの中敷で履き心地の良さを実現。2,490円(税抜)という低価格で、累計170万足以上を販売。

### お客様の声を反映した定番商品の改善

- ・ユーザーレビューや店舗スタッフからの声を反映し、改善を進めたことで、百万点以上を販売する大ヒット商品が生まれる
- ・ヒット商品: スウェット、マシュマロパンプス、K'sのびのびパンツ

上期の販売が好調だった背景としては、ウィメンズファッションにおいて、ニット・羽織のtrendを捉えたニットカーディガンキャンペーン、ニットセットアップキャンペーンが成功を収めたことです。また、暖冬に対応した薄手のアウターの品揃えが充実したことも増収に寄与いたしました。

この上期から、trendを分析し、ディレクションする企画開発チームが活躍したことで、期中企画商品の開発を本格化させることができました。trendの素材を見極め、早期の素材調達、短リードタイムで生産する体制も確立いたしました。

また、定番商品に関しては、ユーザーレビューや店舗スタッフからの声を反映し、改善を進めたことで、百万点以上を販売する大ヒット商品が生まれました。

## 計画を下回り、大幅な減益

### 【セオリー事業】減収減益

- ・日本、米国市場ともに暖冬の影響でアウターやセーターなどの冬物商品の販売に苦戦、日本では、2月に新型コロナウイルス感染症の影響により客数が減少し、既存店売上高が大きく減少
- ・値引き販売を強化したことで、粗利益率が低下

### 【プラステ事業】売上収益は前年並み、営業利益は減益

- ・暖冬により防寒衣料の販売に苦戦したことから、売上収益はほぼ前年並み
- ・利益面では、在庫処分を強化したことで、粗利益率が低下

### 【コントワー・デ・コトニエ事業】前年並みの赤字

		2019年8月期	2020年8月期		単位:億円
		上期実績	上期実績	前年同期比	
グローバルブランド事業	売上収益	777	701	▲9.8%	
	事業利益	32	9	▲70.4%	
	(売上比)	4.2%	1.4%	▲2.8p	
	その他収益・費用	▲1	▲2	-	
	営業利益	31	7	▲76.3%	
	(売上比)	4.0%	1.1%	▲2.9p	

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、事業利益で5億円、営業利益で3億円の押し上げ

16

グローバルブランド事業の売上収益は701億円、前年同期比9.8%減、営業利益は7億円、同76.3%減と、計画を下回り、大幅な減益となりました。

これは主に、セオリー事業とプラステ事業が計画を下回り減益となったことによります。

事業別では、セオリー事業は減収減益となりました。

日本、米国市場ともに暖冬の影響でアウターやセーターなどの冬物商品の販売に苦戦したほか、日本では、2月に新型コロナの影響により客数が減少し、既存店売上高が大きく減少いたしました。値引き販売を強化したことで、粗利益率が低下し、減益となりました。

プラステ事業は、暖冬により防寒衣料の販売に苦戦したことから、売上収益はほぼ前年並みとなりました。利益面では、在庫処分を強化したことで、粗利益率が低下し、減益となりました。

コントワー・デ・コトニエ事業は前年並みの赤字となりました。

## 【連結】2020年2月末 B/S

単位: 億円

	2019年2月末	2019年8月末	2020年2月末	前年同期末比
資産合計	20,152	20,105	<b>24,542</b>	+4,390
流動資産	16,663	16,381	<b>17,023</b>	+360
非流動資産	3,488	3,723	<b>7,519</b>	+4,030
負債合計	10,057	10,270	<b>13,895</b>	+3,837
資本合計	10,094	9,835	<b>10,647</b>	+553

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことにより、2020年2月末の資産合計は、使用权資産（IFRS16号の導入により新たに設けられた勘定科目で、リースを使用する権利の価値を見積もったもの）3,902億円を含んでおります。

次に、2020年2月末のバランスシートをご説明いたします。

資産合計は2兆4,542億円と、前年同期末比4,390億円増加、  
負債合計は1兆3,895億円と、同3,837億円増加、  
資本合計は1兆647億円と、同553億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+360億円(1兆6,663億円⇒1兆7,023億円)

・現金及び現金同等物の増加: +732億円(1兆1,110億円⇒1兆1,843億円)

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

・棚卸資産の減少: ▲251億円(3,791億円⇒3,539億円)

主に国内ユニクロ事業で発注を抑制したことより、春夏商品を中心に在庫が減少

冬物商品の在庫水準はやや過剰感も、主に通年で販売のコア商品のため、大きな問題はなし

海外ユニクロ事業は、新型コロナウイルス感染症の影響により、中国大陸で在庫が増加

【国内UQ】▲258億円【海外UQ】+74億円【GU】▲1億円【グローバルブランド】▲66億円

・デリバティブ金融資産の減少: ▲173億円(384億円⇒211億円)

保有する為替予約の平均レート、2月末の為替レートがともに円高となったものの、その乖離幅が拡大したことで、デリバティブ金融資産は全体で105億円の増加

### 非流動資産の増加+4,030億円(3,488億円⇒7,519億円)

・使用権資産の増加: +3,902億円(―⇒3,902億円) IFRS16号の適用による

・デリバティブ金融資産の増加: +279億円(―⇒279億円)

### 負債の増加+3,837億円(1兆57億円⇒1兆3,895億円)

・リース負債の増加: +4,443億円(―⇒4,443億円)

IFRS16号の適用により、リース負債(短期、長期)を計上

資産の大半を占める流動資産が前年同期末比360億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732億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ります。

次に、棚卸資産ですが、同251億円減少しております。

これは、主に国内ユニクロ事業で発注を抑制したことにより、

春夏商品を中心に在庫が減少したことによります。

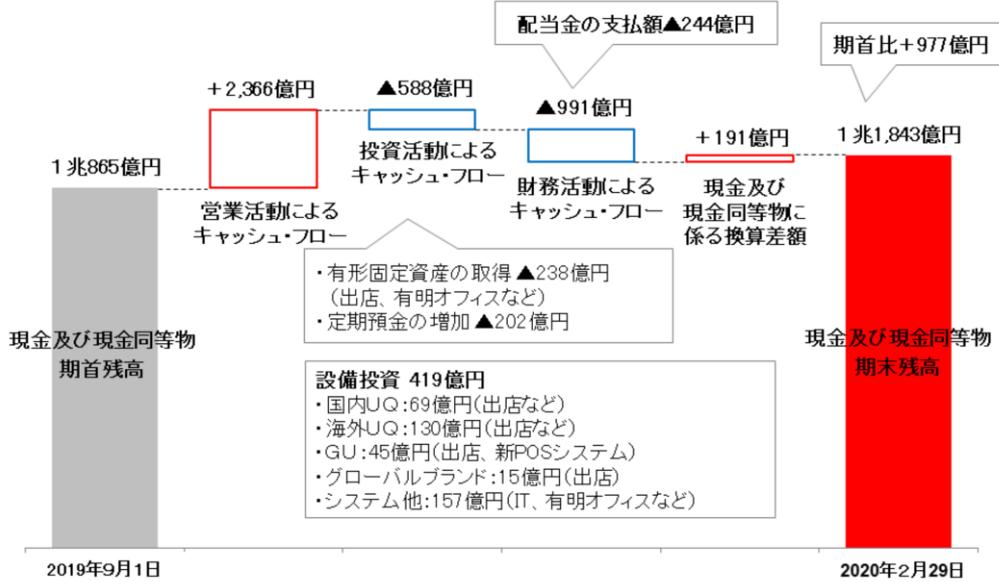
暖冬により、冬物商品の在庫水準はやや過剰感がありますが、

これは主に通年で販売しているコア商品のため、大きな問題はありません。

なお、海外ユニクロ事業は、新型コロナの影響により、

中国大陸で在庫が増加した結果、74億円増加いたしました。

## 【連結】上期 キャッシュ・フロー



※IFRS16号の適用により、営業活動によるキャッシュ・フローが約620億円増加、財務活動によるキャッシュ・フローが約620億円減少。この会計基準の変更による最終的なキャッシュ・フローへの影響はありません。

次に、2020年8月期上期のキャッシュ・フローですが、営業活動によるキャッシュ・フローが2,366億円の収入、投資活動によるキャッシュ・フローが588億円の支出、財務活動によるキャッシュ・フローが991億円の支出となった結果、2020年2月末における現金及び現金同等物の期末残高は1兆1,843億円となりました。

## 減額修正

- ・各国・各エリアでの新型コロナウイルス感染症の終息時期を合理的に見積もることができないため、現段階では確度の高い業績予想の算出が難しい状況
- ・3月の実績と、新型コロナウイルス感染症の影響が、下期後半に終息すると仮定して算出
- ・世界の新型コロナの終息状況によっては、業績見直しを変更する可能性がある

単位: 億円

	2019年8月期	2020年8月期		2020年8月期		2020年8月期 上期6ヶ月 実績
	通期実績	直近予想 (1/9時点)	前期比	通期予想 (4/9時点)	前期比	
売上収益 (売上比)	22,905 100.0%	23,400 100.0%	+2.2%	20,900 100.0%	▲8.8%	12,085 100.0%
事業利益 (売上比)	2,651 11.6%	2,500 10.7%	▲5.7% ▲0.9p	1,500 7.2%	▲43.4% ▲4.4p	1,379 11.4%
その他収益・費用	▲75	▲50	-	▲50	-	▲12
営業利益 (売上比)	2,576 11.2%	2,450 10.5%	▲4.9% ▲0.7p	1,450 6.9%	▲43.7% ▲4.3p	1,367 11.3%
金融収益・費用	▲51	0	-	0	-	141
税引前利益 (売上比)	2,524 11.0%	2,450 10.5%	▲2.9% ▲0.5p	1,450 6.9%	▲42.6% ▲4.1p	1,508 12.5%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,625 7.1%	1,650 7.1%	+1.5%	1,000 4.8%	▲38.5% ▲2.3p	1,004 8.3%

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、事業利益で約3.5%、営業利益で約1.5%の押し上げを見込む 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。

各国・各エリアでの新型コロナの終息時期を合理的に見積もることができないため、現段階では確度の高い業績予想の算出が難しい状況です。

そのなかで、3月の実績に加え、新型コロナの影響が、下期後半に終息すると仮定した場合、通期の売上収益は、2兆900億円、営業利益は1,450億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,000億円となることを想定しております。

なお、世界の新型コロナの終息状況によっては、業績見直しを変更する可能性があることをご理解ください。

## 2020年8月期 下期の売上収益予想の前提

- ・足元の状況を踏まえた、下期の売上収益の前年同期比の前提
- ・4月、5月は、引き続き大幅減収、6月以降に、事業活動が徐々に正常化すると仮定

### ■売上収益 前年同期比 一覧表

		実績	前提	
		3月	4月～5月	6月～8月
国内ユニクロ事業	日本	▲28%	▲30%～▲10%	▲10%～▲5%
海外ユニクロ事業	グレーターチャイナ	▲40%	▲40%～▲10%	▲10%～±0%
	韓国・その他アジア・オセアニア	▲50%	▲70%～▲40%	▲40%～±0%
	北米・欧州	▲50%	▲70%～▲50%	▲40%～±0%
GU事業	日本	▲1%	▲5%～±0%	▲5%～+5%
グローバルブランド事業	セオリー	▲55%	▲90%～▲50%	▲30%～▲5%

※3月の実績については、国内ユニクロおよび国内ジーユー以外、概数となっております

スライド21ページは、足元の状況を踏まえた、下期の売上収益の前年同期比の前提です。

現時点での推定になりますが、4月、5月は、引き続き大幅減収、6月以降に、事業活動が徐々に正常化すると仮定しております。

### 海外ユニクロ事業:下期、通期ともに大幅な減収減益

【グレーターチャイナ】:新型コロナウイルス感染症の影響を受けた中国大陸は終息傾向も下期は大幅な減収減益を見込む

- ・中国大陸は、2月に約半数の店舗を臨時休業し、8割減収、2月単月では大幅な赤字
- ・3月は、中国政府から新型コロナウイルスの終息宣言が発表されて以降、週を追うごとに売上が回復。3月22日以降の既存店売上高は、3割減まで回復。春物商品の販売が好調
- ・SNSで商品の情報発信、Eコマースで受注した商品の店舗発送を拡大、Eコマースと店舗の融合を強化したことが奏功。3月のO2O(On-line to Off-line)を含むEコマースの売上高はほぼ前年並みの水準
- ・現在の臨時休業の店舗数は5店舗
- ・香港、台湾は、2月から現在にかけて臨時休業している店舗はなく、一部の店舗で時間を短縮して営業。消費意欲が低下していることから、3月は大幅減収

【韓国】:下期、通期ともに大幅な減収減益を見込む

- ・臨時休業の店舗はないものの、日韓関係の影響に加え、新型コロナウイルス感染症の影響による消費意欲の低下で、通期の赤字幅は直近予想に比べ、拡大する見込み

22

スライド22ページからは、セグメント別に詳細についてご説明させていただきます。

まず、海外ユニクロ事業ですが、下期、通期ともに大幅な減収減益となる見込みです。

グレーターチャイナですが、新型コロナによる影響を受けた中国大陸は終息の傾向にあるものの、下期は大幅な減収減益を見込んでおります。

中国大陸は、2月に約半数の店舗を臨時休業し、売上が8割減収となったことで、2月単月では大幅な赤字となりました。

3月は、中国政府から新型コロナの終息宣言が発表されて以降、週を追うごとに売上が回復しております。3月22日以降の既存店売上高は、3割減まで回復いたしました。特に、春物商品の販売が好調となっております。

また、SNSで商品の情報発信を行ったり、Eコマースで受注した商品の店舗発送を拡大するなど、Eコマースと店舗の融合を強化したことが奏功し、3月のO2Oを含むEコマースの売上高はほぼ前年並みの水準となっております。なお、現在の臨時休業の店舗数は5店舗です。

香港、台湾は、2月から現在にかけて臨時休業している店舗はなく、一部の店舗で時間を短縮して営業しておりますが、消費意欲が低下していることから、3月は大幅減収となっております。

韓国は、下期、通期ともに大幅な減収減益を見込んでおります。臨時休業の店舗はないものの、日韓関係の影響に加え、新型コロナの影響による消費意欲の低下で、通期の赤字幅は直近予想に比べ、拡大する見込みです。

【その他アジア・オセアニア地区】:下期は減収減益を見込む

- ・東南アジアは、インドネシア、フィリピンを中心に3月前半まで好調な販売トレンドを維持
- ・3月中旬に、各国政府より外出制限、行動規制および活動の自粛要請があったことで、状況が大きく変化
- ・現在、その他アジア・オセアニア地区は、すべての国で全244店舗を臨時休業  
シンガポールは4月7日より全28店舗、マレーシアは、3月18日より全49店舗  
タイは3月22日より最大で全50店舗、フィリピンは3月16日より全60店舗、  
インドネシアは3月27日より全30店舗、インドは3月20日より全3店舗、  
ベトナムは3月28日より全2店舗、オーストラリアは4月2日より全22店舗を臨時休業

【北米】:下期、通期ともに赤字幅が大幅に拡大する見込み

- ・3月17日より、米国、カナダの全62店舗が臨時休業していることから、3月は大幅減収
- ・現在も、引き続き全店舗が臨時休業

【欧州】:下期、通期ともに赤字となる見通し

- ・欧州では、3月中旬から各国の政府の要請により、スウェーデンを除くすべての国で、ユニクロ店舗を臨時休業
- ・98店舗中97店舗が臨時休業となったことで、3月の売上は大幅減収
- ・現在も、同様の状況が継続

【Eコマース】:マレーシアを除いて、通常通り営業

その他アジア・オセアニア地区は、下期は減収減益を見込んでおります。

東南アジアは、インドネシア、フィリピンを中心に3月前半まで好調な販売トレンドを維持していましたが、3月中旬に、各国政府より、外出制限、行動規制および活動の自粛要請があったことで、状況が大きく変化いたしました。

現在、その他アジア・オセアニア地区は、すべての国で全244店舗を臨時休業しております。

北米は、新型コロナの影響により、下期、通期ともに赤字幅が大幅に拡大する見込みです。

3月17日より、米国、カナダの全62店舗が臨時休業していることから、3月は大幅減収となりました。なお、現在も、引き続き全店舗が臨時休業となっております。

欧州も同様に、新型コロナの影響により、下期、通期ともに赤字となる

見通しです。欧州では、3月中旬から各国の政府の要請により、スウェーデンを除くすべての国で、ユニクロ店舗を臨時休業しております。

98店舗中97店舗が臨時休業となったことから、3月の売上は大幅減収となりました。現在も、同様の状況が継続しております。

なお、Eコマースは、マレーシアを除いて、通常通り営業しております。

### 国内ユニクロ事業：下期、通期ともに減収減益

- ・3月は、約260店舗で時間を短縮して営業、28日から29日の週末は首都圏を中心に63店舗を臨時休業したことで、客数は大幅に減少し、3月の既存店売上高は27.8%減
- ・緊急事態宣言を受けて、該当地域については、まずは銀座、渋谷、池袋、梅田、心齋橋などの繁華街の店舗および大型商業施設の店舗を臨時休業。それ以外にも、全店舗で時短営業を決定

### ジーユー事業：下期は若干の減収、営業利益は減益 通期は増収減益

- ・国内ジーユー事業の3月の既存店売上高は約9%減。3月3週目までの既存店売上高が増収と好調も、新型コロナウイルス感染症の影響により、最終週に客数が大きく減少
- ・3月は、春物の立ち上がりが順調で、特にTVCMで「無敵ワンピース」として打ち出しをしたAラインワンピースが人気の商品。低価格ラインのスウェットや、エアリーシャツ、メンズのブロードシャツも好調な販売
- ・緊急事態宣言を受けて、該当地域については、まずは銀座、渋谷、池袋、梅田、心齋橋などの繁華街の店舗および大型商業施設の店舗を臨時休業。それ以外にも、全店舗で時短営業を決定
- ・海外ジーユー事業(中国大陸、香港、台湾、韓国)は、3月は外出規制や行動制限により、中国大陸、韓国を中心に客数が減少、大幅減収

24

次に、国内ユニクロ事業ですが、下期、通期ともに減収減益となる見込みです。

3月は、新型コロナの影響で、約260店舗で時間を短縮して営業、また3月28日から29日の週末は首都圏を中心に63店舗を臨時休業したことで、客数は大幅に減少し、3月の既存店売上高は27.8%減となっております。

ジーユー事業は、下期は若干の減収、営業利益は減益となる見通しです。この結果、通期は増収減益を見込んでおります。

国内ジーユー事業の3月の既存店売上高は約9%減となりました。3月3週目までの既存店売上高が増収と、好調な販売を維持しておりましたが、新型コロナの影響により、最終週に客数が大きく減少いたしました。

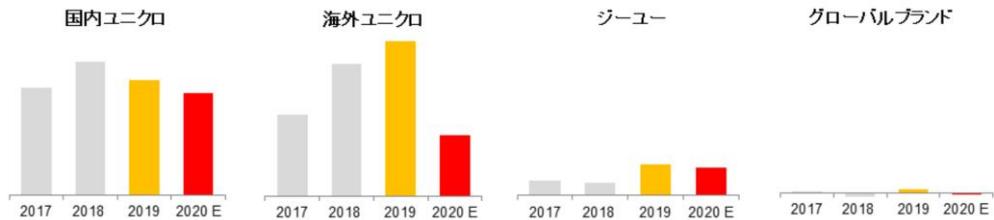
なお、国内のユニクロ、ジーユーともに緊急事態宣言を受けて、該当地域については、まずは銀座、渋谷、池袋、梅田、心齋橋などの繁華街の店舗および大型商業施設の店舗を臨時休業いたします。また、それ以外にも、全店舗で時短営業を決めております。

中国大陸、香港、台湾、韓国で展開している海外ジーユー事業ですが、3月は外出規制や行動制限により、中国大陸、韓国を中心に客数が減少、大幅減収となりました。

## グローバルブランド事業：下期、通期ともに減益、赤字

- ・米国のセオリーの店舗が3月17日より全店臨時休業
- ・コントワー・デ・コトニエ事業が欧州の全店舗を臨時休業

■セグメント別 通期の営業利益のトレンド(イメージ)



グローバルブランド事業は、下期、通期ともに減益、赤字となる見込みです。  
 グローバルブランド事業は、主に米国のセオリーの店舗が3月17日より全店舗を臨時休業、コントワー・デ・コトニエ事業が欧州の全店舗を臨時休業しております。

今までにない新しい価値の服、  
生活をより豊かにする服をつくる



スポーツユーティリティウェアを拡充:  
ウルトラストレッチアクティブジョガー  
パンツ、エアリズムシームレス  
ロングTなど豊富なラインナップ



エアリズムコットンT:  
内側は、エアリズム素材、外側は  
コットン素材を使用。速乾性は維持  
したまま、スタイリッシュなシルエット



ドライEXポロシャツ:  
ペットボトルから作られた  
リサイクル・ポリエステル繊維を、  
素材の一部に使用

今ご説明いたしましたように、2020年8月期は各セグメントが減収減益と、  
厳しい業績となる見通しです。

このような世界的な危機のなかですが、我々は、従業員、お取引先さまと  
力を合わせることで、必ず乗り越えていけると考えております。

ファーストリテイリングのメインの事業であるユニクロ事業の取り組みを  
ご説明させていただきます。

まずは、LifeWearの強化です。この春夏は、スポーツユーティリティウェアと、  
エアリズムの商品ラインナップを拡充しております。スポーツユーティリティウェアは、  
スポーツにも着用できて、日常着としてもおしゃれに着られる商品です。

エアリズムは、インナーとしてのエアリズムだけでなく、アウターとしても着用できる  
商品ラインナップがさらに拡大いたしました。

その中でも「エアリズムコットンT」が好調な販売となっております。

また、環境配慮型の商品も強化しております。この春から発売している  
ドライEXポロシャツは、ペットボトルから作られたリサイクル・ポリエステル繊維を、  
素材の一部に使用するなど、環境にやさしい商品です。

### LifeWearを体験いただける取り組みも加速

- ・この下期、横浜、原宿、銀座に大型店をそれぞれオープン予定
- ・横浜は、ユニクロとジーユーの併設店で、ファミリーでお買い物を楽しんでいただける店舗
- ・原宿は、日本で最大級のUT売場に加え、ユニクロとジーユーが展開する着こなし発見アプリ「StyleHint」専用の売場が登場し、ECと店舗の融合を体験できる
- ・銀座では、マロニエゲート銀座にグローバル旗艦店をオープン予定

- ・StyleHintは、世界中の着こなしをチェック、画像検索で着こなしのアイデアを探せるアプリ
- ・画像解析技術によって、StyleHint上でお客様がほしいと思った商品を、ユニクロやジーユーの商品から選び出し、お客様にご提案
- ・StyleHint上で得た情報をもとに、Eコマースや店舗で購入されるお客様も増加

着こなし発見アプリ  
StyleHint



27

さらに、LifeWearを体験いただける取り組みも加速しております。

この下期、横浜、原宿、銀座に大型店をオープンする予定です。

横浜は、ユニクロとジーユーの併設店で、ファミリーでお買い物を楽しんでいただける店舗となっております。

原宿は、日本で最大級のUT売場に加え、ユニクロとジーユーが展開する着こなし発見アプリ「StyleHint」専用の売場が登場し、Eコマースと店舗の融合を体験いただけます。

銀座では、マロニエゲート銀座にグローバル旗艦店をオープンする予定です。

## 今後の取り組み:在庫、出店方針

### 在庫は来年度にかけて正常化

- ・2月以降、売上が急低下しているため、春夏商品の在庫が過剰になることを予想
- ・秋冬商品は、生産工場と綿密に連携をとり、生産のコントロールを進めている
- ・過剰な在庫については、来年度にかけて、正常化させる

### 中長期的な出店方針は変わらない

- ・今期の出店は、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、ショッピングモールの開発の遅延のため、グレーターチャイナの出店は、通期で約78店舗の見込み、その他アジア・オセアニア地区では、現在通期で40店舗を出店する見込みも、新型コロナの終息時期によっては一部遅延となる可能性
- ・ただし、グレーターチャイナ、その他アジア・オセアニア地区は、成長の2大柱であるため、中長期的な出店方針は変わらない
- ・世界各国でスクラップ&ビルドを進めることで、より良い立地、収益性の高い店舗へと変革していく

次に、在庫への取り組みです。

2月以降、売上が急低下していることから、春夏商品の在庫が過剰になることを予想しております。

一方で、秋冬商品については、生産工場と綿密に連携をとり、生産のコントロールを進めております。過剰となっている在庫については、来年度にかけて、正常化させていただきます。

また、今期の出店ですが、新型コロナの影響を受け、各エリアでショッピングモールの開発の遅延が起きており、グレーターチャイナの出店は、通期で約78店舗となる見込みです。

また、その他アジア・オセアニア地区では、現在通期で40店舗を出店する見込みですが、新型コロナの終息時期によっては一部遅延となる可能性がございます。

ただし、グレーターチャイナ、その他アジア・オセアニア地区は、我々の成長の2大柱であるため、中長期的な出店方針に変わりはありません。

世界各国でスクラップ&ビルドを進めることで、より良い立地、収益性の高い店舗へと変革していきます。

## 2020年8月期 配当金

**中間配当金 240円を予定、期末配当金 240円を予想  
前年と同額の配当金に修正**

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2019年8月期	240円	240円	480円
2020年8月期（従来予想）	250円	250円	500円
2020年8月期（修正予想）※1	240円	240円	480円
修正額	-10円	-10円	-20円
前年比	±0円	±0円	±0円

※2020年8月期の中間配当金については、4月9日開催の取締役会にて決議しております。  
なお、業績や資金需要に大きな変動が生じた場合、期末配当金を変更することがあります。

最後に、2020年8月期の1株当たり配当金についてご説明いたします。

本日の取締役会にて、中間配当金を、1株当たり240円と決議いたしました。  
上期は、大幅な減益となったことから、前年と同額の配当へ修正しております。

また、期末配当金についても、1株当たり240円を予想しております。  
この結果、年間の配当金は1株当たり480円、前年と同額の配当金を  
予想しております。

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> ユニクロ店舗の営業状況

【単位:店舗】	2020年3月末 店舗数	2020年4月7日時点 臨時休業 店舗数
ユニクロ事業合計	2,246	412
国内ユニクロ事業:	813	4
海外ユニクロ事業:	1,433	408
中国	748	5
香港	31	0
台湾	68	0
韓国	182	0
シンガポール	28	28
マレーシア	49	49
タイ	50	50
フィリピン	60	60
インドネシア	30	30
オーストラリア	22	22
ベトナム	2	2
インド	3	3
米国	50	50
カナダ	12	12
英国	15	15
フランス	22	22
ロシア	41	41
ドイツ	9	9
ベルギー	3	3
スペイン	4	4
スウェーデン	1	0
オランダ	1	1
デンマーク	1	1
イタリア	1	1

# ＜参考資料＞ 連結対象会社別出退店実績と予想

【単位：店舗】	19年8月期				2020年8月期(2019/9～2020/2)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
<b>ユニクロ事業合計</b>	<b>2,196</b>	<b>101</b>	<b>55</b>	<b>+46</b>	<b>2,242</b>	<b>173</b>	<b>86</b>	<b>+87</b>	<b>2,283</b>				<b>2,283</b>
国内ユニクロ事業※	817	19	25	▲6	811	30	30	0	817				817
直営店	774	18	25	▲9	765	-	-	-	774				774
大型店	230	10	7	+3	233	-	-	-	230				230
標準店等	544	6	18	▲12	532	-	-	-	544				544
FO	43	3	0	+3	46	-	-	-	43				43
海外ユニクロ事業:	1,379	82	30	+52	1,431	143	56	+87	1,466				1,466
中国	711	44	7	+37	748	-	-	-	711				711
香港	29	2	0	+2	31	78	-	-	29				29
台湾	67	2	1	+1	68	-	-	-	67				67
韓国	188	4	10	▲6	182	6	-	-	188				188
シンガポール	28	0	0	0	28	-	-	-	28				28
マレーシア	49	2	2	0	49	-	-	-	49				49
タイ	50	1	1	0	50	-	-	-	50				50
フィリピン	58	3	1	+2	60	40	-	-	58				58
インドネシア	26	6	3	+3	29	-	-	-	26				26
オーストラリア	20	2	0	+2	22	-	-	-	20				20
ベトナム	0	1	0	+1	1	-	-	-	0				0
インド	0	3	0	+3	3	-	-	-	0				0
米国	51	2	3	▲1	50	4	-	-	51				51
カナダ	11	1	0	+1	12	-	-	-	11				11
英国	13	2	0	+2	15	-	-	-	13				13
フランス	24	0	2	▲2	22	-	-	-	24				24
ロシア	37	4	0	+4	41	-	-	-	37				37
ドイツ	9	0	0	0	9	-	-	-	9				9
ベルギー	3	0	0	0	3	-	-	-	3				3
スペイン	2	2	0	+2	4	15	-	-	2				2
スウェーデン	1	0	0	0	1	-	-	-	1				1
オランダ	1	0	0	0	1	-	-	-	1				1
デンマーク	1	0	0	0	1	-	-	-	1				1
イタリア	0	1	0	+1	1	-	-	-	0				0
J Brand 事業	421	23	4	+19	440	34	18	+16	437				437
<b>グローバルブランド事業合計</b>	<b>972</b>	<b>25</b>	<b>31</b>	<b>▲6</b>	<b>966</b>	<b>35</b>	<b>55</b>	<b>▲20</b>	<b>952</b>				<b>952</b>
セオリー事業※	451	18	5	+13	464	-	-	-	451				451
プラスネ事業※	101	5	4	+1	102	-	-	-	101				101
コントワー・デ・コトニエ事業※	296	1	19	▲18	278	-	-	-	296				296
プリンセス・タム・タム事業※	124	0	3	▲3	121	-	-	-	124				124
J Brand 事業	0	1	0	+1	1	-	-	-	0				0
<b>総 合 計</b>	<b>3,589</b>	<b>149</b>	<b>90</b>	<b>+59</b>	<b>3,648</b>	<b>242</b>	<b>159</b>	<b>+83</b>	<b>3,672</b>				<b>3,672</b>

注：ミナ事業、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
2019年8月期 第2四半期(6ヶ月平均)実績	111.9	128.5	144.2	16.3	10.0
2020年8月期 第2四半期(6ヶ月平均)実績	108.6	120.1	138.5	15.4	9.2
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	121.4	140.6	15.2	9.4

### バランスシート適用 為替レート

単位: 円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2019年8月期 第2四半期末為替レート 実績	110.9	126.1	147.7	16.6	9.9
2020年8月期 第2四半期末為替レート 実績	109.5	120.3	141.1	15.6	9.0
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	109.5	120.3	141.1	15.6	9.0

### 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	
2019年8月期 第2四半期実績(6ヶ月累計)	49	176	42	12	126	406	240
2020年8月期 第2四半期実績(6ヶ月累計)	69	130	45	15	157	419	878
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	317	68	24	361	848	1,668

※2020年8月よりFFS16号を適用したことで、減価償却費は通期で約1,100億円増加することを見込んでおります。  
 なお、この約1,100億円は使用权資産に係る減価償却費として計上されております。