

2020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

CFOの岡崎です。
私から、2020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。

I. 第3四半期決算概要	P3	～	P22
II. 2020年8月期 通期業績予想	P23	～	P29
III. ご参考資料	P30	～	P34

【業績開示について】

- ・2014年8月期末より国際財務報告基準(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。

9ヶ月累計、3Q(3ヶ月)ともに減収減益、計画を下回る 新型コロナウイルス感染症の影響が大きい

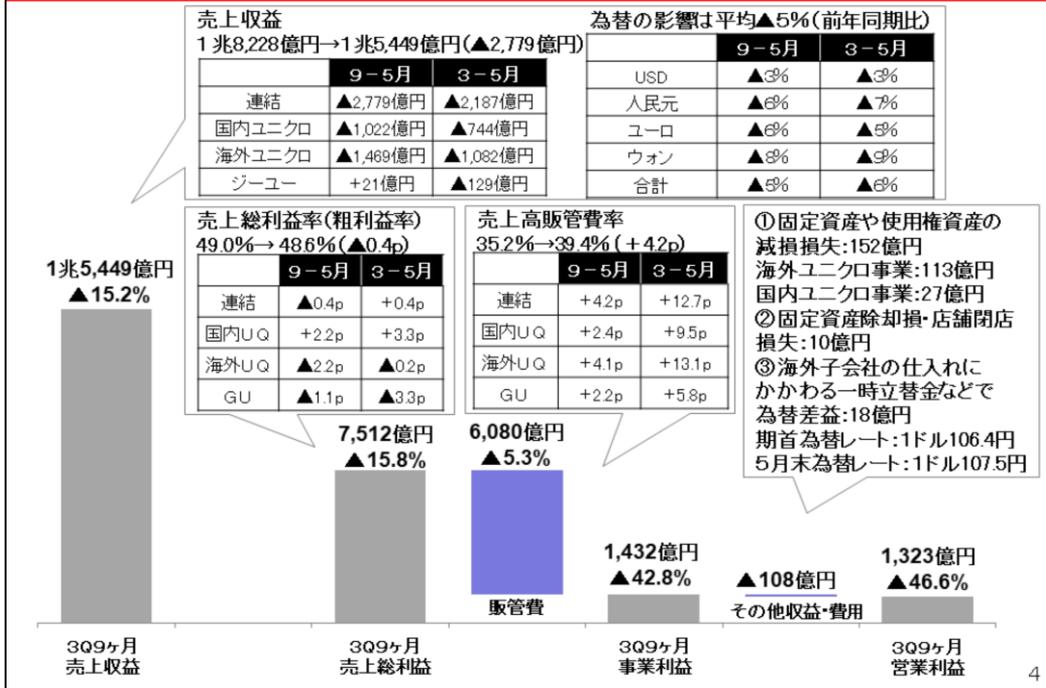
	1Q~3Q (2019/9~2020/5)			3Q (2020/3~2020/5)			単位: 億円
	9ヶ月累計 実績	前年実績	前年同期比	3ヶ月 実績	前年実績	前年同期比	
売上収益 (売上比)	15,449 100.0%	18,228 100.0%	▲15.2% -	3,364 100.0%	5,551 100.0%	▲39.4% -	
売上総利益 (売上比)	7,512 48.6%	8,926 49.0%	▲15.8% ▲0.4p	1,744 51.9%	2,859 51.5%	▲39.0% +0.4p	
販管費 (売上比)	6,080 39.4%	6,420 35.2%	▲5.3% +4.2p	1,692 50.3%	2,086 37.6%	▲18.9% +12.7p	
事業利益 (売上比)	1,432 9.3%	2,505 13.7%	▲42.8% ▲4.4p	52 1.6%	772 13.9%	▲93.2% ▲12.3p	
その他収益・費用 (売上比)	▲108 -	▲28 -	- -	▲96 -	▲25 -	- -	
営業利益 (売上比)	1,323 8.6%	2,476 13.6%	▲46.6% ▲5.0p	▲43 -	747 13.5%	- -	
金融収益・費用 (売上比)	100 0.6%	▲4 -	- -	▲40 -	▲17 -	- -	
税引前四半期利益 (売上比)	1,424 9.2%	2,472 13.6%	▲42.4% ▲4.4p	▲84 -	729 13.1%	- -	
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	906 5.9%	1,586 8.7%	▲42.9% ▲2.8p	▲98 -	446 8.0%	- -	

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、9ヶ月累計で事業利益51億円押し上げ、営業利益58億円の押し下げ 3

2020年8月期第3四半期3ヶ月間の連結の売上収益は3,364億円、前年同期比39.4%減、事業そのものの収益を示す事業利益は52億円、同93.2%減、営業利益は減損損失98億円をその他収益・費用に計上したため、43億円の赤字となりました。

第3四半期3ヶ月間では、新型コロナウイルス感染症(以下、新型コロナ)の影響で、各国・各エリアで店舗の臨時休業や時間短縮営業を行ったことから、すべてのセグメントにおいて計画を大きく下回り、大幅な減収減益となりました。

なお、2020年8月期9ヶ月累計の連結業績は、売上収益は1兆5,449億円、同15.2%減、営業利益は1,323億円、同46.6%減と大幅な減収減益となっております。



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9ヶ月累計で2,779億円の減収となりました。
これは主に新型コロナウイルスによる影響で、第3四半期3ヶ月間に全セグメントで合計2,187億円の大幅減収となったことによります。

粗利益率は、9ヶ月累計で48.6%と、同0.4ポイント低下いたしました。
これは主に、海外ユニクロ事業、ジーユー事業で粗利益率が低下したためです。
ただし、第3四半期3ヶ月間の粗利益率は国内ユニクロ事業で3.3ポイントと大幅に改善したことから、前年同期比で0.4ポイント改善しております。

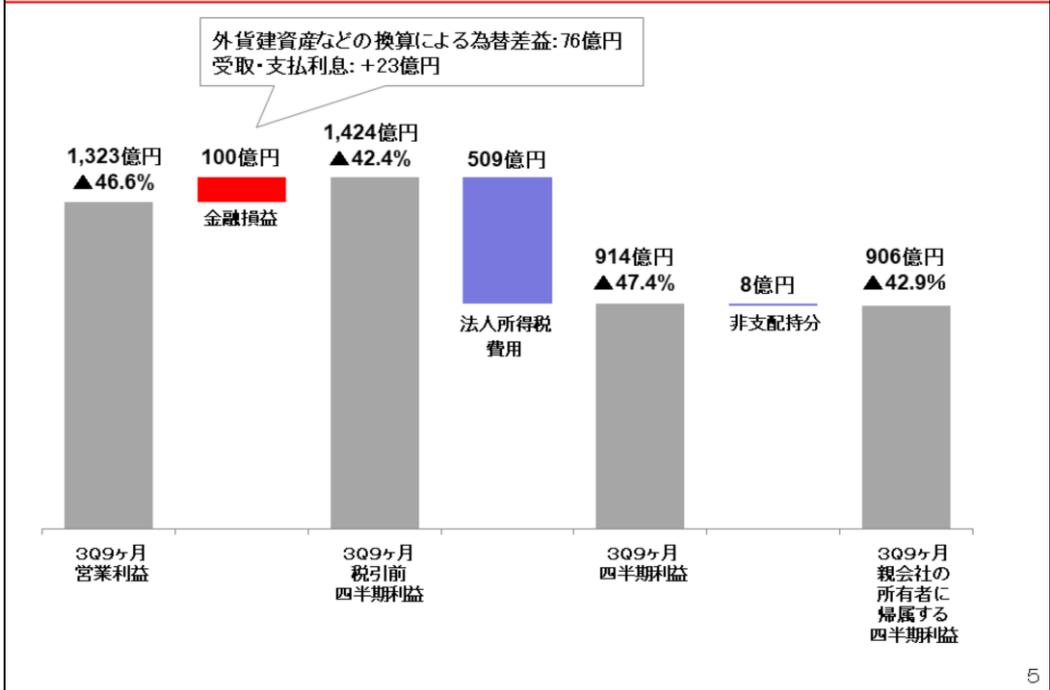
売上販管费率は9ヶ月累計で4.2ポイントと大幅に上昇いたしました。
これは、第3四半期3ヶ月間の売上収益が大幅に減少したことで、売上販管费率が12.7ポイント上昇したためです。

事業利益は9ヶ月累計で1,432億円と、同42.8%減となりました。

その他収益・費用の合計は、108億円のマイナスとなっております。
これは、新型コロナウイルスにより業績が悪化したことで、赤字店舗の固定資産や使用権資産の減損損失を152億円計上したことによります。内訳としては、主に海外ユニクロ事業で113億円、国内ユニクロ事業で27億円となっております。

このように、減損損失が拡大したのは、IFRS16号の適用に伴いバランスシートに使用権資産が計上され、それに減損損失が発生したためです。
減損損失152億円のうち使用権資産に対しては117億円の計上となっております。

この結果、営業利益は9ヶ月累計で1,323億円、同46.6%減となりました。



次に、金融損益ですが、ネットで100億円のプラスとなっております。
これは外貨建資産などの換算による為替差益を76億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1,424億円と同42.4%減、
親会社の所有者に帰属する四半期利益は906億円、同42.9%減となりました。

【セグメント別】第3四半期実績

単位: 億円

		1Q~3Q 9ヶ月累計 実績	(2019/9~2020/5)		3Q 実績	(2020/3~2020/5)	
			前年 実績	前年 同期比		前年 実績	前年 同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	5,988	7,010	▲14.6%	1,352	2,097	▲35.5%
	事業利益 (売上比)	814 13.6%	967 13.8%	▲15.8% ▲0.2p	104 7.7%	291 13.9%	▲64.2% ▲6.2p
	その他収益・費用	▲23	▲0	-	▲28	▲1	-
	営業利益 (売上比)	791 13.2%	967 13.8%	▲18.1% ▲0.6p	75 5.6%	289 13.8%	▲74.0% ▲8.2p
海外ユニクロ事業	売上収益	6,735	8,205	▲17.9%	1,322	2,405	▲45.0%
	事業利益 (売上比)	603 9.0%	1,250 15.2%	▲51.7% ▲6.2p	23 1.7%	363 15.1%	▲93.6% ▲13.4p
	その他収益・費用	▲85	▲2	-	▲37	▲0	-
	営業利益 (売上比)	518 7.7%	1,248 15.2%	▲58.5% ▲7.5p	▲14 -	363 15.1%	-
ジーユー事業	売上収益	1,874	1,853	+1.1%	551	681	▲19.0%
	事業利益 (売上比)	204 10.9%	262 14.2%	▲22.3% ▲3.3p	47 8.6%	121 17.8%	▲60.8% ▲9.2p
	その他収益・費用	0	0	+47.1%	▲1	0	-
	営業利益 (売上比)	204 10.9%	263 14.2%	▲22.2% ▲3.3p	46 8.4%	121 17.9%	▲61.8% ▲9.5p
グローバルブランド事業	売上収益	833	1,136	▲26.7%	132	359	▲63.2%
	事業利益 (売上比)	▲53 -	48 4.3%	-	▲63 -	16 4.5%	-
	その他収益・費用	▲6	▲2	-	▲4	▲1	-
	営業利益 (売上比)	▲60 -	46 4.1%	-	▲67 -	14 4.2%	-

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

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。

新型コロナウイルス感染症の影響で大幅な減収減益

- ・新型コロナウイルス感染症の影響で3月下旬から商売規模が大きい5月のGWにかけて、多くの店舗を臨時休業、既存店売上高が前年同期比で34.0%減の大幅減収
- ・4月の公表値では緊急事態宣言の影響を織り込んでいなかったため、計画を下回る
- ・5月中旬以降は、店舗の営業再開に伴い、売上は回復、6月の既存店売上高は26.2%増
- ・3Qでは、赤字が継続する店舗の減損損失を合計21億円計上

	1Q～3Q (2019/9～2020/5)			3Q (2020/3～2020/5)			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)	5,988 100.0%	7,010 100.0%	▲14.6% -	1,352 100.0%	2,097 100.0%	▲35.5% -	
売上総利益 (売上比)	2,920 48.8%	3,267 46.6%	▲10.6% +2.2p	706 52.2%	1,025 48.9%	▲31.2% +3.3p	
販管費 (売上比)	2,105 35.2%	2,299 32.8%	▲8.5% +2.4p	601 44.5%	734 35.0%	▲18.1% +9.5p	
事業利益 (売上比)	814 13.6%	967 13.8%	▲15.8% ▲0.2p	104 7.7%	291 13.9%	▲64.2% ▲6.2p	
その他収益・費用 (売上比)	▲23 -	▲0 -	- -	▲28 -	▲1 -	- -	
営業利益 (売上比)	791 13.2%	967 13.8%	▲18.1% ▲0.6p	75 5.6%	289 13.8%	▲74.0% ▲8.2p	

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、9ヶ月累計で事業利益19億円押し上げ、営業利益2億円押し下げ

7

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1,352億円、前年同期比35.5%減、営業利益は75億円、同74.0%減と、大幅な減収減益となりました。

これは主に、新型コロナの影響で3月下旬から商売規模が大きい5月のゴールデンウィークにかけて、多くの店舗を臨時休業した結果、既存店売上高が同34.0%減と、大幅減収となったことによります。

4月の公表値では、緊急事態宣言の影響を織り込んでいなかったため、この3ヶ月間の業績は計画を下回る水準となりました。

ただし、5月中旬以降は、店舗の営業再開に伴い、売上は回復基調となり、6月の既存店売上高は26.2%の大幅増収と、好調な販売となっております。

なお、この第3四半期では、赤字が継続する店舗の減損損失を合計21億円計上いたしました。



【国内ユニクロ事業】売上収益(3Q3ヶ月)実績

既存店売上高 ▲34.0%

- ・既存店売上高は新型コロナウイルス感染症の影響で、店舗の臨時休業や営業時間短縮、外出自粛要請による客数減により、前年同期比で34.0%の大幅減収
- ・3月下旬から5月のGWにかけては、最大311店舗が臨時休業したことで大幅減収、5月中旬から気温上昇で夏物需要が高まり、営業再開した多くの店舗で増収、売上は回復
- ・外出自粛により在宅時間が増えたことで、ユニクロのベーシックアイテムの需要が高まる。特にスポーツユティリティウェアのキャンペーンが好調で、ウルトラストレッチアクティブジョガーパンツ、エアリズムコットンオーバーサイズTなどが好調な販売
- ・新商品のワッシャーサテンスカートパンツ、クレープジャージーTなど、トレンド商品も好調
- ・3Q3ヶ月間のEC売上高は281億円、同47.7%増と大幅に上昇。デジタル広告やTVCMでオンラインストアへの誘導を強化、アプリ会員特別限定価格を開始、新規顧客は大幅に増加
- ・6月の既存店売上高は、同26.2%増。空港内の6店舗を除くすべての店舗で営業を再開、エアリズムインナー、ブラトップ、Tシャツなどの夏物コア商品が売上を大きくけん引。6月の感謝祭は日程を前年から大幅延長、15日間行ったことで売上に大きく寄与

既存店	2020年8月期							
	前年同期比	上期累計	3月	4月	5月	3Q(3ヶ月)	9ヶ月累計	6月
売上高		▲4.6%	▲27.8%	▲56.5%	▲18.1%	▲34.0%	▲13.4%	+26.2%
客数		▲1.2%	▲32.4%	▲60.6%	▲31.3%	▲41.4%	▲14.0%	+13.9%
客単価		▲3.5%	+6.9%	+10.4%	+19.1%	+12.5%	+0.8%	+10.8%

8

国内ユニクロ事業の第3四半期3ヶ月間の既存店売上高は、新型コロナの影響で、店舗の臨時休業や営業時間の短縮があったこと、外出自粛要請による客数減により、前年同期比で34.0%の大幅な減収となりました。

3月下旬から5月のゴールデンウィークにかけては、最大で311店舗が臨時休業したことで大幅減収となりましたが、5月中旬以降は、気温の上昇に伴い夏物需要が高まり、営業を再開した多くの店舗で前年を超える販売を達成するなど、売上は回復いたしました。

外出自粛により在宅時間が増えたことで、ユニクロのベーシックアイテムの需要が高まりました。特にスポーツユティリティウェアのキャンペーンが好調で、ウルトラストレッチアクティブジョガーパンツ、エアリズムコットンオーバーサイズTなどが好調な販売となりました。また、新商品のワッシャーサテンスカートパンツ、クレープジャージーTなど、トレンドを捉えた商品も好調な販売となりました。

第3四半期3ヶ月間のEC売上高は281億円、同47.7%増と、大幅に上昇いたしました。デジタル広告やTVCMでオンラインストアへの誘導を強化したこと、アプリ会員特別限定価格を開始したことなどにより、新規顧客は大幅に増加しております。

なお、6月の既存店売上高は、同26.2%増と、前年を大きく上回る結果となりました。6月は、空港内の6店舗を除くすべての店舗で営業を再開し、エアリズムインナー、ブラトップ、Tシャツなどの夏物コア商品が売上を大きくけん引いたしました。また、6月の感謝祭は日程を前年から大幅に延長し、15日間行ったことで売上に大きく寄与いたしました。

横浜、原宿、TOKYOの新店3店舗が大成功を収める

- ・この春、これまでの店舗をさらに進化させ、お買い物するだけでなく、LifeWearの概念や商品を体験できる新しいコンセプトの店舗を横浜、原宿、銀座にオープン
- ・それぞれの店舗でご来店いただくための工夫を凝らしており、3店舗ともオープン当初から多くのお客様にご来店いただき、好調な滑り出し



UNIQLO PARK 横浜ベイサイド店

ユニクロとジーユーの複合店。屋上に公園を設け、ファミリー層が、買い物だけでなく滞在自体を楽しめる店舗



ユニクロ 原宿店

世界最大級のUT売場、デジタル技術を使った着こなし発見アプリ「StyleHint」と連動した売場を設け、新しいファッション・新しいカルチャーを発信する店舗



UNIQLO TOKYO

日本最大級のグローバル旗艦店をマロニエゲート銀座にオープン。機能性商品を紹介する「LifeWear Square」を設け、ユニクロを知って楽しんでいただける工夫を凝らした店舗

この春、これまでの店舗をさらに進化させ、お買い物するだけでなく、LifeWearの概念や商品を体験できる新しいコンセプトの店舗を横浜、原宿、銀座にオープンいたしました。

横浜ベイサイド店は公園一体型の店舗、原宿店は着こなし発見アプリ「StyleHint」と連動した売場、UNIQLO TOKYOは機能性商品を紹介する売場など、それぞれの店舗でご来店いただくための工夫を凝らしており、3店舗ともオープン当初から多くのお客様にご来店いただき、好調な滑り出しとなっております。

粗利益率は52.2%、前年同期比3.3ポイント改善 計画を上回る水準

- ・在庫消化のために必要な値引きは行いながらも、集客のための過度な値引きを抑制、値引率は大幅に改善
- ・商品仕入の為替レートの高傾向が続いているため、原価率は引き続き改善
- ・5月末在庫は、店舗の臨時休業により、3月、4月の売上が計画を大きく下回ったことから、前年同期末比で216億円増加。現時点で在庫は例年に比べて高い水準も、売り切るべき商品は値引きを強化して今期末までに消化する一方で、継続商品は無理な値引きをせずに、来年度にかけて販売していく方針

	2019年8月期	2020年8月期	
			前期同期比
上期(累計)	45.6%	47.8%	+2.2p
3Q(3ヶ月)	48.9%	52.2%	+3.3p
9ヶ月累計	46.6%	48.8%	+2.2p

次に、国内ユニクロ事業の第3四半期3ヶ月間の粗利益率ですが、52.2%と、前年同期比3.3ポイント改善いたしました。これは計画を上回る水準となっております。

在庫消化のために必要な値引きは行いながらも、集客のための過度な値引きを抑制したことから、値引率は大幅に改善いたしました。また、商品仕入の為替レートの高傾向が続いているため、原価率は引き続き改善しております。

5月末の在庫は、店舗の臨時休業により、3月、4月の売上が計画を大きく下回ったことから、前年同期末比で216億円増加いたしました。現時点で在庫は例年に比べて高い水準にありますが、売り切るべき商品は値引きを強化して今期末までに消化する一方で、継続商品は無理な値引きをせずに、来年度にかけて販売していく方針です。

売上高販管费率は44.5%と、前年同期比9.5ポイント上昇 金額ベースでは前年同期比、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、経費は店舗が臨時休業したことにより、金額ベースでは、前年同期比で大幅に減少。主に店舗物流費、広告宣伝費、賃借料、人件費が減少
 - 物流費は、店舗の臨時休業により、店舗関連の物流費が大幅に減少。
Eコマースの配送費は売上増に伴って増加も、1件あたりのコストは低下し、効率化が進む
 - 広告宣伝費は、デジタル広告を強化した一方で、緊急事態宣言が発出された期間にチラシやTVCMを削減したことで減少
 - 賃借料は、主に店舗売上減に伴う売歩家賃が減少
 - 人件費は、店舗の臨時休業の影響により従業員の勤務時間、残業代が減少
 - 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

売上高販管费率は44.5%と、売上が大きく低下したため、前年同期比9.5ポイント上昇いたしました。

ただし、金額ベースでは、前年同期比、計画比ともに大きく削減することができております。

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いたしました。

IFRS16号の影響を除くと、経費は店舗が臨時休業したことにより、金額ベースでは、前年同期比で大幅に減少いたしました。主に店舗物流費、広告宣伝費、賃借料、人件費が減少しております。

大幅な減収、営業利益は赤字、計画を大幅に下回る

- ・新型コロナウイルス感染症の影響などにより、各国・各エリアで大幅な減収減益
- ・計画に対しては、店舗の営業再開が想定より遅れたことで、大幅に下回る
- ・グレーターチャイナは5月単月で増収増益を達成、順調なペースで回復
- ・デジタルマーケティングの強化や無料配送の拡大などで、3Q3ヶ月のEC売上高は増収
- ・業績が悪化したことで、米国や韓国を中心に赤字店舗の減損損失を3Q3ヶ月で69億円計上

	1Q~3Q (2019/9~2020/5)			3Q (2020/3~2020/5)		
	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)	6,735 100.0%	8,205 100.0%	▲17.9% -	1,322 100.0%	2,405 100.0%	▲45.0% -
売上総利益 (売上比)	3,344 49.6%	4,250 51.8%	▲21.3% ▲2.2p	711 53.8%	1,298 54.0%	▲45.2% ▲0.2p
販管費 (売上比)	2,740 40.7%	2,999 36.6%	▲8.6% +4.1p	688 52.0%	935 38.9%	▲26.4% +13.1p
事業利益 (売上比)	603 9.0%	1,250 15.2%	▲51.7% ▲6.2p	23 1.7%	363 15.1%	▲93.6% ▲13.4p
その他収益・費用 (売上比)	▲85 -	▲2 -	- -	▲37 -	▲0 -	- -
営業利益 (売上比)	518 7.7%	1,248 15.2%	▲58.5% ▲7.5p	▲14 -	363 15.1%	- -

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、9ヶ月累計で事業利益20億円押し上げ、営業利益64億円の押し下げ 12

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1,322億円、前年同期比45.0%減、営業利益は14億円の赤字となりました。これは、新型コロナの影響などにより、各国・各エリアで大幅な減収減益となったことによります。計画に対しては、店舗の営業再開が想定より遅れたことで、大幅に下回りました。

ただし、グレーターチャイナは5月単月で増収増益を達成し、順調なペースで回復しております。また、各国・各エリアで、デジタルマーケティングの強化や無料配送の拡大などの取り組みを行ったことで、第3四半期3ヶ月間のECコマース売上高は増収と好調でした。

なお、業績が悪化したことにより、米国や韓国を中心に赤字店舗の減損損失を第3四半期3ヶ月間で69億円計上いたしました。

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: 大幅な減収減益も 売上、利益は計画を上回り、想定より速い回復ペース

- ・既存店売上高は、3Q3ヶ月で大幅減収も、月を追うごとに回復、5月は中国大陸、台湾で増収を達成
 - ・粗利益率は前年同期比0.9ポイント低下、原価率の上昇による
 - ・販管費は金額ベースで大幅に削減、販管費比率は、同2.7ポイントの上昇にとどまる
- 【中国大陸】大幅な減収減益も、計画より速いペースで回復**
- ・新型コロナの感染拡大が収束した3月下旬からほぼ全店舗の営業を再開、春夏コア商品やUTの新コンテンツの情報発信、LifeWearのブランディングを強化、売上は順調に回復
 - ・5月初旬の労働節以降に客数が大きく回復、5月単月の既存店売上高は増収、増益を達成
 - ・外出自粛ムードが続くなか、商品をEコマースで受注し、店舗から発送するO2O(On-line to Off-line)の売上が拡大、3Q3ヶ月のEコマース販売(O2O含む)は増収と好調
- 【香港】大幅な減収、営業利益は若干の赤字**
- ・5月は労働節、母の日などの催事に合わせた打ち出しが成功、売上は大幅に回復するも、入国制限による観光客の減少で、前年を下回る水準が続く
- 【台湾】減収減益**
- ・3月、4月は売上、利益が大きく落ち込む。5月の母の日をきっかけに消費が大幅に回復、デジタルマーケティングを強化、5月の既存店売上高は2桁増収、営業利益も増益を達成

13

グレーターチャイナの第3四半期3ヶ月間は、大幅な減収減益となりましたが、計画に対しては売上、利益ともに上回る水準となり、4月に想定していたよりも速い回復ペースとなっております。既存店売上高は、3ヶ月間では大幅な減収となりましたが、月を追うごとに回復しており、5月単月は中国大陸、台湾で増収を達成いたしました。

粗利益率は前年同期比0.9ポイント低下いたしました。これは主に人民元安の影響により原価率が上昇したためです。販管費は金額ベースで大幅に削減できたことで、販管費比率は、同2.7ポイントの上昇にとどまりました。

中国大陸は、大幅な減収減益となりましたが、計画より速いペースで回復することができております。新型コロナの感染拡大が収束した3月下旬からほぼ全店舗の営業を再開したことに加え、春夏コア商品やUTの新コンテンツの情報発信、LifeWearのブランディングを強化したことで、売上は順調に回復いたしました。

特に、5月初旬の労働節以降に客数が大きく回復したことで、5月単月の既存店売上高は増収、営業利益も増益を達成いたしました。

また、外出自粛ムードが続くなかで、商品をEコマースで受注し、店舗から発送するO2Oの売上が拡大し、第3四半期3ヶ月間のO2Oを含むEコマース販売は増収と好調なトレンドが継続いたしました。

香港は、大幅な減収、営業利益は若干の赤字となりました。

5月は労働節、母の日などの催事に合わせた打ち出しが成功し、売上は大幅に回復いたしました。しかし、入国制限による観光客の減少で、前年を下回る水準が続いております。

台湾は、減収減益となりました。

3月と4月に新型コロナの影響を受け、売上、利益ともに大きく落ち込みましたが、5月の母の日をきっかけに台湾全体で消費が大幅に回復したこと、それに合わせてデジタルマーケティングを強化したことで、5月単月の既存店売上高は2桁増収、営業利益も増益を達成いたしました。

韓国:大幅な減収、営業利益は赤字

- ・日韓関係の影響、新型コロナウイルス感染症による客数減で、既存店売上高が大幅な減収
- ・売上収益が計画を下回り、店舗の減損損失を計上したことで、赤字幅は計画以上に拡大

その他アジア・オセアニア:大幅な減収、営業利益は赤字 店舗の営業再開が想定より遅れ、計画を大幅に下回る

- ・3月中旬から店舗を臨時休業、営業再開が5月上旬から6月と、想定より遅れる
- ・ロックダウンの解除が比較的早かったベトナムは、順調に業績が回復するも、そのほかの国と地域では新型コロナウイルス感染症の影響が継続していることや観光客の減少により業績の回復に時間がかかる
- ・ベトナムは、4月24日に営業を再開し、再開後はポロシャツやエアリズムUVカットメッシュパーカなどの販売が好調。5月に3号店、6月に4号店を出店、計画を上回る好調な業績
- ・インドネシア、フィリピン、マレーシア、タイは、5月から段階的に店舗の営業を再開するも、外出自粛ムードが継続、行動制限や観光客の減少などで、都心部の店舗で販売が苦戦
- ・シンガポールとインドは、ロックダウンにより5月末までは店舗の営業再開ができず
- ・シンガポール、タイのEコマースは通常通り営業、第3四半期3ヶ月の売上はほぼ倍増
5月から営業を再開したマレーシアのEコマース売上高も5月単月では倍増
- ・オーストラリアは、4月2日から5月11日まで全22店舗が臨時休業、3Q3ヶ月は大幅な減収、営業利益は若干の赤字。Eコマース売上高は前年同期比約3倍の大幅増収

韓国の第3四半期3ヶ月間の売上は大幅な減収、営業利益は赤字となりました。これは、日韓関係の影響に加え、新型コロナによる客数減により、既存店売上高が大幅な減収となったことによります。売上収益が計画を下回ったことに加え、店舗の減損損失を計上したことから、営業利益の赤字幅は計画以上に拡大いたしました。

その他アジア・オセアニア地区の第3四半期3ヶ月間の売上は大幅な減収、営業利益は赤字、計画を大幅に下回りました。これは、東南アジア・オセアニア各国で3月中旬から店舗を臨時休業し、店舗の営業再開が5月上旬から6月にかけてと、想定より遅れたことによります。ロックダウンの解除が比較的早かったベトナムは、順調に業績が回復していますが、そのほかの国と地域では新型コロナの影響が継続していることや観光客の減少により業績の回復に時間がかかっております。

ベトナムは、4月24日に営業を再開し、営業再開後はポロシャツやエアリズムUVカットメッシュパーカなどの商品の販売が好調となりました。また、5月に3号店、6月に4号店をホーチミンに出店し、計画を上回る好調な業績となっております。

インドネシア、フィリピン、マレーシア、タイは、5月から段階的に店舗の営業を再開しているものの、外出自粛ムードが継続していることに加え、行動制限や観光客の減少などにより、特に都心部の店舗で販売苦戦が続いております。シンガポールとインドは、ロックダウンにより5月末までは店舗の営業再開ができませんでした。

なお、シンガポール、タイのEコマースは通常通り営業しており、第3四半期3ヶ月間の売上はほぼ倍増となりました。また、5月から営業を再開したマレーシアのEコマース売上高も5月単月では倍増しております。

オーストラリアは、4月2日から5月11日まで全22店舗が臨時休業となったことで、第3四半期3ヶ月間は大幅な減収、営業利益は若干の赤字となりました。ただし、Eコマース売上高は前年同期比約3倍の大幅な増収を達成しております。

北米：大幅な減収、赤字幅は計画以上に拡大

【米国】既存店売上高は大幅な減収

- ・新型コロナウイルス感染症の影響で3月17日より全50店舗が臨時休業、5月末でも営業を再開した店舗は1店舗にとどまる
- ・Eコマース売上高は増収も、全体を押し上げるほどにはならず

【カナダ】大幅な減収、営業利益は赤字

- ・3月17日より全12店舗が臨時休業、5月21日から5店舗のみ営業を再開、既存店売上高は大幅な減収
- ・Eコマース売上高はほぼ倍増と好調

欧州：計画を大きく下回り大幅な減収、赤字幅は拡大

- ・3月中旬からほぼすべての店舗が臨時休業、5月末でも約6割の店舗は営業を再開できず
- ・Eコマースでの需要が高まり、Eコマース売上高は前年同期比約5割増収
- ・事業規模が大きい英国、フランス、ロシアの店舗のほとんどが営業できず、この3ヶ国で大幅な減益となったことで、第3四半期3ヶ月の業績は大きく落ち込む

次に北米ですが、大幅な減収となり、赤字幅は計画以上に拡大いたしました。

米国は、新型コロナの影響で3月17日より全50店舗が臨時休業となり、5月末でも営業を再開した店舗は1店舗にとどまったことにより、既存店売上高は大幅な減収となりました。

なお、第3四半期3ヶ月間のEコマース売上高は増収となりましたが、全体を押し上げるほどにはなりませんでした。

欧州は、計画を大きく下回り大幅な減収、赤字幅は拡大いたしました。3月中旬からほぼすべての店舗が臨時休業となり、5月末でも約6割の店舗は営業を再開していない状況でした。

このような状況のなかで、Eコマースの需要が高まり、Eコマース売上高は前年同期比約5割増収となりました。ただし、事業規模が大きい英国、フランス、ロシアの店舗のほとんどが営業できず、この3ヶ国で大幅な減益となったことにより、第3四半期3ヶ月間の業績は大きく落ち込みました。

新型コロナウイルス感染症の影響で大幅な減収減益

- ・4月の公表値では緊急事態宣言の影響を織り込んでいなかったため、計画を下回る
- ・3月下旬から5月のGWにかけて、最大192店舗を臨時休業、3Qの既存店売上高は27.0%減
- ・休業店舗が多い4月は業績が大きく落ち込むも、5月以降は既存店売上高はほぼ前年並みまで回復。6月も想定を上回る回復ペース、特にマストトレンドを捉えた商品やインナー、ルームウェアなどの在宅需要にマッチした商品が好調、6月の既存店売上高は16.4%増
- ・粗利益率(▲3.3p):前年のハードルが高い、春夏商品の値引きを強化
- ・販管費比率(+5.8p):金額ベースでは、前年同期比、計画比ともに削減

	1Q~3Q (2019/9~2020/5)			3Q (2020/3~2020/5)			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)	1,874 100.0%	1,853 100.0%	+1.1% -	551 100.0%	681 100.0%	▲19.0% -	
売上総利益 (売上比)	910 48.5%	918 49.6%	▲0.9% ▲1.1p	268 48.7%	354 52.0%	▲24.2% ▲3.3p	
販管費 (売上比)	705 37.6%	655 35.4%	+7.6% +2.2p	221 40.0%	232 34.2%	▲5.1% +5.8p	
事業利益 (売上比)	204 10.9%	262 14.2%	▲22.3% ▲3.3p	47 8.6%	121 17.8%	▲60.8% ▲9.2p	
その他収益・費用 (売上比)	0 0.0%	0 0.0%	+47.1% +0.0p	▲1 -	0 0.0%	- -	
営業利益 (売上比)	204 10.9%	263 14.2%	▲22.2% ▲3.3p	46 8.4%	121 17.9%	▲61.8% ▲9.5p	

※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。

16

次に、ジーユー事業の第3四半期3ヶ月間の業績ですが、売上収益は551億円、前年同期比19.0%減、営業利益は46億円、同61.8%減と、大幅な減収減益となりました。4月の公表値では、緊急事態宣言の影響を織り込んでいなかったため、3ヶ月間の業績は計画を下回る水準となりました。

日本では、新型コロナの影響で3月下旬から5月のゴールデンウィークにかけて、最大で192店舗が臨時休業し、第3四半期の既存店売上高は同27.0%の大幅減収となりました。

特に休業店舗が多かった4月は、業績が大きく落ち込みましたが、5月以降は店舗の営業再開に伴い、既存店売上高はほぼ前年並みまで回復いたしました。6月も想定を上回る回復ペースとなっており、特に、マストトレンドを捉えた商品やインナー、ルームウェアなどの在宅需要にマッチした商品の販売が好調だったことで、既存店売上高は16.4%増となりました。

粗利益率は同3.3ポイント低下いたしました。これは、前年の粗利益率が大幅に改善しハードルが高いことに加え、春夏商品の値引きを強化したことによります。

販管費比率は、同5.8ポイント上昇いたしました。ただし、金額ベースでは、前年同期比、計画比ともに削減することができております。

- ・第3四半期は、マストトレンド商品や低価格商品、在宅需要にマッチした商品が好調な販売
- ・この春夏は、気持ち良く着られる楽なファッションがトレンドで、ワンピースや透け感のあるシアー素材のトップス、ストレッチテーパードパンツ、メンズのシェフパンツが特に好調
- ・新型コロナによる生活環境の変化や需要の変化により、低価格商品やインナー、ルームウェアのニーズが今まで以上に高まる。特に、990円のワンピースは、トレンドを低価格で楽しめることがお客様から評価され、大幅増収と売上をけん引
- ・3ヶ月間のEコマース売上高は、前年同期比で倍増。Eコマースでの人気商品の欠品率を改善、着こなし発見アプリ「StyleHint」を活用し、スタッフの着こなしをオンラインサイトに掲載、情報発信を強化したことが奏功



シアーロングシャツ 1,990円



シェフパンツ 1,490円



Aラインワンピース 990円



サテンパジャマ 1,990円

第3四半期は、マストトレンド商品や低価格商品、在宅需要にマッチした商品が好調な販売となりました。

この春夏は、気持ち良く着られる楽なファッションがトレンドだったことで、ワンピースや透け感のあるシアー素材のトップス、ストレッチテーパードパンツ、メンズのシェフパンツが特に好調な販売となりました。

また、新型コロナによる生活環境の変化や需要の変化により、低価格商品やインナー、ルームウェアのニーズが今まで以上に高まりました。特に、990円のワンピースは、トレンドを低価格で楽しめることがお客様から評価され、大幅増収と売上をけん引いたしました。

第3四半期3ヶ月間のEコマース売上高は、前年同期比で倍増と、大幅な増収となりました。これは主に、Eコマースでの人気商品の欠品率を改善したことに加え、着こなし発見アプリ「StyleHint」を活用し、スタッフの着こなしをオンラインサイトに掲載するなど、情報発信を強化したことが奏功したためです。

大幅な減収、営業利益は赤字、計画を下回る

【セオリー事業】計画を大幅に下回り、減収、営業利益は赤字

- ・日本で4月下旬から5月中旬にほぼ全店舗、米国で3月中旬から5月末に全店舗を臨時休業
- ・アジアは、2月16日より順次営業再開、月を追う毎に売上が回復、5月は前年を上回る水準
- ・日本では6月1日より、米国では6月26日より全店舗営業を再開

【プラステ事業】計画を大幅に下回り、減収、営業利益は赤字

- ・4月は104店舗中最大102店舗を臨時休業、5月から順次営業を再開、最終週は25店舗まで休業数が減少。営業再開した店舗では売上が回復も、3月、4月の落ち込みが大きい
- ・6月1日より全店舗営業を再開

【コントワー・デ・コトニエ事業】赤字幅が拡大

- ・3月中旬から5月中旬まで欧州でほぼ全店舗を臨時休業
- ・6月15日から全店舗営業を再開

単位:億円

		1Q~3Q (2019/9~2020/5)			3Q (2020/3~2020/5)		
		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	833	1,136	▲26.7%	132	359	▲63.2%
	事業利益 (売上比)	▲53	48	-	▲63	16	-
	その他収益・費用	-	4.3%	-	-	4.5%	-
	営業利益	▲6	▲2	-	▲4	▲1	-
	営業利益 (売上比)	▲60	46	-	▲67	14	-
			4.1%			4.2%	

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、9ヶ月累計で事業利益10億円、営業利益7億円押し上げ

18

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132億円、前年同期比63.2%減、営業利益は67億円の赤字となりました。売上、営業利益ともに大幅に計画を下回る水準です。

セオリー事業は、計画を大幅に下回り、減収、営業利益は赤字となりました。

これは、日本で4月下旬から5月中旬までほぼ全店舗を臨時休業していたこと、米国で3月中旬から5月末まで全店舗を臨時休業していたことによります。

中国大陸、香港などで展開しているセオリーアジアは、2月16日より順次営業を再開したことで、月を追うごとに売上が回復し、5月は前年を上回る水準まで回復いたしました。なお、日本では6月1日より、米国では6月26日より全店舗営業を再開しております。

プラステ事業は、計画を大幅に下回り、減収、営業利益は赤字となりました。

4月は104店舗中最大102店舗を臨時休業し、5月から順次営業を再開、最終週には25店舗まで休業数が減少いたしました。営業を再開した店舗では売上が回復しているものの、3月、4月の落ち込みが大きかったことで、3ヶ月間では赤字となりました。なお、6月1日より全店舗営業を再開しております。

コントワー・デ・コトニエ事業は3月中旬から5月中旬まで欧州でほぼ全店舗を臨時休業していたことにより、赤字幅が拡大いたしました。

なお、6月15日から全店舗営業を再開しております。

最前線で戦う国内外の医療機関などへの支援

- ・3月から医療機関や介護施設などへ支援を開始、現時点では日本を含む世界26の国や地域で、合計マスク約1,500万枚、アイソレーションガウン120万着、エアリズム43万着、インナーやアウター8万着、および25万ドル以上の金銭的支援
- ・そのなかの取り組みとして、京都大学iPS細胞研究所 山中伸弥所長の提言に呼応し、日本の医療機関への支援を拡大。アイソレーションガウンは感染症医療機関や重篤患者受け入れ大学病院などへ100万着支援。マスクは、マスク支援要請窓口を開設、約16,000件以上のご要望があったすべての医療機関に合計467万枚支援
- ・配達会社の配達員やゴミ回収に携わる作業員の方々にエアリズム15万着を寄贈



米国の支援先医療機関



台湾の支援先医療機関

次に、この3ヶ月間で注力してきた、新型コロナへの取り組みについて、ご説明させていただきます。

我々は、世界的な危機の中で、感染防止策を徹底しながら、経済活動と雇用の維持を図ると同時に、医療崩壊の阻止に少しでも貢献することが重要だと考えております。

このような考えから、3月から医療機関や介護施設などへの支援を開始しており、現時点では日本を含む世界26の国や地域で、合計、マスク1,500万枚、アイソレーションガウン120万着、エアリズム43万着、インナーやアウター8万着、および25万ドル以上の金銭的支援を行っております。

そのなかの取り組みのひとつとして、京都大学iPS細胞研究所の山中伸弥所長が、医療機関や介護施設での医療資材の不足について様々な提言をされており、我々もその呼びかけに呼応して、日本の医療機関への支援を拡大いたしました。アイソレーションガウンは感染症医療機関や重症患者を受け入れている大学病院などのニーズを聞き、合計100万着支援しております。マスクについては、必要とする多くの医療機関や介護施設に行き渡るように、マスク支援要請窓口を開設し、ニーズの把握に努めました。この結果、約16,000件以上の機関からご要望をいただき、リクエストいただいたすべての医療機関に合計467万枚支援いたしました。

このほか、日本の生活インフラを支えてくださっている配達会社の配達員やゴミ回収に携わる作業員の方々にエアリズム15万着を寄贈しております。

今後も、国や企業の境界を超えて連携し、服のビジネスを行う企業として、社会のためになにができるかを考え、実行していきたいと思っております。

【連結】2020年5月末 B/S

単位: 億円

	2019年5月末	2019年8月末	2020年5月末	前年同期末比
資産合計	19,744	20,105	23,377	+3,632
流動資産	16,216	16,381	16,076	▲140
非流動資産	3,528	3,723	7,301	+3,772
負債合計	9,643	10,270	13,281	+3,638
資本合計	10,101	9,835	10,095	▲5

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことにより、2020年5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）3,731億円を含んでおります。

次に、2020年5月末のバランスシートをご説明いたします。

資産合計は2兆3,377億円、前年同期末比3,632億円増加、
負債合計は1兆3,281億円、同3,638億円増加、
資本合計は1兆95億円、同5億円減少いたしました。

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)

流動資産の減少 ▲140億円(1兆6,216億円⇒1兆6,076億円)

- ・現金及び現金同等物の減少: ▲593億円(1兆1,050億円⇒1兆457億円)
各事業の利益が減少したことにより、営業活動によるキャッシュ・フローが減少
- ・棚卸資産の増加: +651億円(3,155億円⇒3,806億円)
新型コロナの影響で多くの店舗が臨時休業し、各セグメントで春夏商品を中心に在庫が増加
【国内UQ】+216億円: 秋冬商品の在庫水準は発注を抑制し減少、春夏商品の在庫は大幅に増加
【海外UQ】+391億円: 全エリアで在庫は増加、特に休業期間が長い東南アジア・オセアニア地区、北米、欧州の在庫水準が大幅に上昇 【GU】+37億円 【グローバルブランド】+1億円
- ・デリバティブ金融資産の減少: ▲167億円(382億円⇒214億円)
保有する為替予約の平均レート、5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81億円の増加

非流動資産の増加 +3,772億円(3,528億円⇒7,301億円)

- ・使用権資産の増加: +3,731億円(―⇒3,731億円) IFRS16号の適用による
- ・デリバティブ金融資産の増加: +249億円(―⇒249億円)

負債の増加 +3,638億円(9,643億円⇒1兆3,281億円)

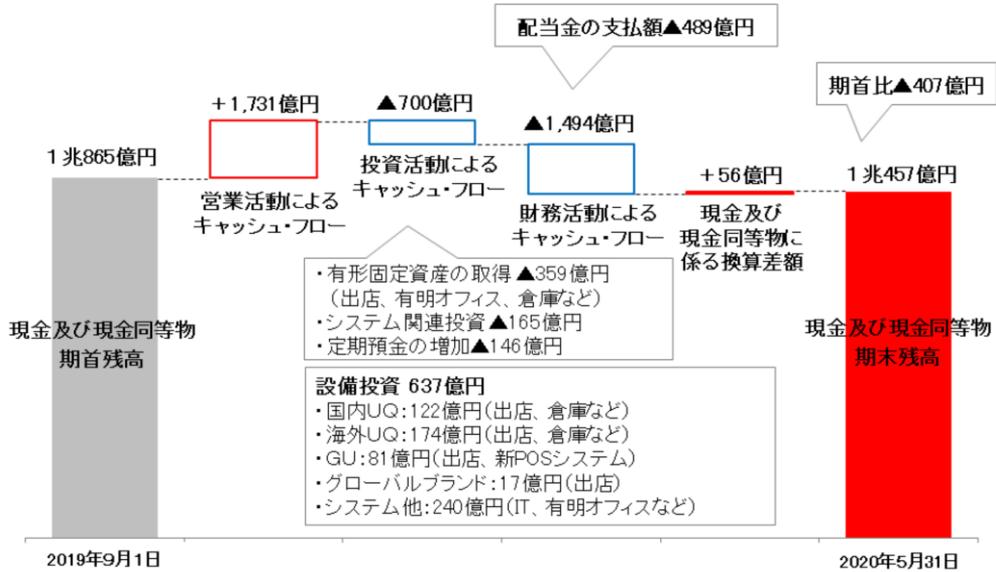
- ・リース負債の増加: +4,362億円(―⇒4,362億円)
IFRS16号の適用により、リース負債(短期、長期)を計上

流動資産が前年同期末比140億円減少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593億円減少いたしました。
これは、各事業の利益が減少したことにより、営業活動によるキャッシュ・フローが減少したことによります。

次に、棚卸資産は、同651億円増加いたしました。
主に新型コロナの影響で多くの店舗が臨時休業していたことにより、各セグメントで春夏商品を中心に在庫が増加したことが要因です。
内訳としては、国内ユニクロ事業は216億円増加いたしました。秋冬商品の在庫水準については、すでに発注を抑制しているため減少しておりますが、春夏商品の在庫は大幅に増加しております。
海外ユニクロ事業は391億円増加いたしました。全エリアで在庫は増加しておりますが、特に休業期間が長い東南アジア・オセアニア地区、北米、欧州の在庫水準が大幅に上昇しております。
ジーユー事業は春物を中心に在庫が37億円増加しております。

【連結】第3四半期(9ヶ月累計) 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930億円増加、財務活動によるキャッシュ・フローが約930億円減少。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、9ヶ月累計のキャッシュ・フローですが、
 営業活動によるキャッシュ・フローが1,731億円の収入、
 投資活動によるキャッシュ・フローが700億円の支出、
 財務活動によるキャッシュ・フローが1,494億円の支出となった結果、
 2020年5月末における現金及び現金同等物の期末残高は1兆457億円となりました。

事業利益の予想は変更なし 営業利益は、減損損失により150億円の減額修正

- ・事業利益は、直近予想から変更せず。グローバルで集客のための過度な値引きを抑制、経費削減を強化、国内ユニクロ事業、ジーユー事業、グレーターチャイナのユニクロ事業の業績が想定を上回るペースで回復
- ・営業利益は、直近予想に対し150億円の減額修正。3Q累計で減損損失を152億円計上、4Qでも、海外ユニクロ事業を中心に約50億円の減損損失のリスクを見込む

	2019年8月期	2020年8月期		2020年8月期		2020年8月期
	通期実績	直近予想 (4/9時点)	前期比	通期予想 (7/9時点)	前期比	3Q9ヶ月 実績
売上収益 (売上比)	22,905 100.0%	20,900 100.0%	▲8.8%	19,900 100.0%	▲13.1%	15,449 100.0%
事業利益 (売上比)	2,651 11.6%	1,500 7.2%	▲43.4% ▲4.4p	1,500 7.5%	▲43.4% ▲4.1p	1,432 9.3%
その他収益・費用	▲75	▲50	-	▲200	-	▲108
営業利益 (売上比)	2,576 11.2%	1,450 6.9%	▲43.7% ▲4.3p	1,300 6.5%	▲49.5% ▲4.7p	1,323 8.6%
金融収益・費用	▲51	0	-	0	-	100
税引前利益 (売上比)	2,524 11.0%	1,450 6.9%	▲42.6% ▲4.1p	1,300 6.5%	▲48.5% ▲4.5p	1,424 9.2%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,625 7.1%	1,000 4.8%	▲38.5% ▲2.3p	850 4.3%	▲47.7% ▲2.8p	906 5.9%

※2020年8月期よりIFRS16号を適用したことで、事業利益約45%押し上げ、営業利益約3%押し下げを見込む

23

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。

まず売上収益ですが、第3四半期3ヶ月間は、日本の緊急事態宣言の影響を業績予想に織り込んでいなかったこと、海外においても、新型コロナにより、店舗の営業再開が想定より遅れたことから、全セグメントで計画を下回る水準となりました。

これを踏まえ、通期の売上収益は、4月に発表した直近予想に対し、1,000億円減額修正し、1兆9,900億円、前期比13.1%減としております。

一方、事業利益は1,500億円、同43.4%減と、直近予想から変更しておりません。

グローバルで集客のための過度な値引きを抑制したこと、経費削減を強化したことに加え、国内ユニクロ事業、ジーユー事業、グレーターチャイナのユニクロ事業の業績が想定を上回るペースで回復していることから、事業利益は直近予想を達成できるペースで進捗しております。

営業利益は1,300億円、同49.5%減と、直近予想に対し、150億円の減額修正となりました。これは、第3四半期累計で減損損失を152億円計上したことに加え、第4四半期でも、海外ユニクロ事業を中心に約50億円の減損損失のリスクを見込んでいるためです。

この結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は850億円、同47.7%減と、直近予想に対し、150億円の減額修正となっております。

なお、第4四半期3ヶ月間は、各国・各エリアで店舗の通常営業が再開していることを前提としております。新型コロナが、感染再拡大するなど、状況が変化する場合は、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。

- ・6月以降は、日本、グレーターチャイナは、新型コロナの影響が収束、店舗は通常どおり営業できていることを前提として算出
- ・その他の国と地域は、概ねすべての店舗が通常営業を再開も、行動自粛や観光客の減少による影響が継続することを前提としている

■売上収益 前年同期比 一覧表

		7月9日時点 新公表値		4月9日時点 公表値		
		実績	前提	実績	前提	
		3Q	6月～8月	3月	4月～5月	6月～8月
国内ユニクロ事業	日本	▲35.5%	±0%～+25%	▲28%	▲30%～▲10%	▲10%～▲5%
海外ユニクロ事業	グレーターチャイナ	▲23.1%	▲15%～±0%	▲40%	▲40%～▲10%	▲10%～±0%
	韓国 その他アジア・オセアニア	▲66.6%	▲40%～▲10%	▲50%	▲70%～▲40%	▲40%～±0%
	北米・欧州	▲67.1%	▲50%～▲10%	▲50%	▲70%～▲50%	▲40%～±0%
ジーユー事業	日本	▲19.2%	±0%～+25%	▲1%	▲5%～±0%	▲5%～+5%
グローバル ブランド事業	セオリー	▲62.4%	▲30%～▲10%	▲55%	▲90%～▲50%	▲30%～▲5%

スライド24ページは、6月～8月の売上収益の前年同期比の前提です。

6月以降は、日本、グレーターチャイナは、新型コロナの影響が収束し、店舗は通常どおり営業できていることを前提として算出しております。
その他の国と地域は、概ねすべての店舗が通常営業を再開しているものの、行動自粛や観光客の減少による影響が継続することを前提としております。

海外ユニクロ事業：4Qは赤字、通期は大幅な減収減益

【グレーターチャイナ】：4Q3ヶ月間、通期ともに減収、大幅減益となることを見込むが、売上、利益ともに4月に想定していたよりも順調な回復ペース

- ・中国大陸は、感染拡大が収束した3月中旬以降、春夏商品の情報発信を強化、時節に合わせた打ち出しを行ったことで、売上、利益ともに着実に回復基調
- ・4Qは、前年の業績が非常に好調でハードルが高いことから、減収、大幅減益を見込む
- ・香港、台湾の業績は順調に回復も、渡航制限による観光客の減少が継続しているため、4Qは若干の減収減益を見込む

【韓国】：4Qは減損損失の計上で赤字幅が拡大。通期は大幅減収、大きな赤字となる見込み

- ・4Q3ヶ月間の業績は、新型コロナウイルスの影響や日韓関係の影響が継続しているため、売上収益は大幅減収の見込み
- ・夏物商品の発注を抑制、在庫水準が前年より改善したことで、事業利益は前年並みの赤字となる見込み
- ・営業利益は減損損失などを織り込み、赤字幅は拡大する予想

スライド25ページからは、セグメント別の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、第4四半期3ヶ月間は減収、営業利益は赤字となる見込みです。この結果、通期でも大幅な減収減益となる見込みです。

グレーターチャイナは、第4四半期3ヶ月間、通期ともに減収、大幅減益となることを見込んでおりますが、売上、利益ともに4月に想定していたよりも順調な回復ペースとなっております。

中国大陸は、感染拡大が収束した3月中旬以降、春夏商品の情報発信を強化し、時節に合わせた打ち出しを行ったことで、売上、利益ともに着実に回復基調にあります。ただし、第4四半期は、前年の業績が非常に好調でハードルが高いことから、減収、大幅な減益を見込んでおります。

香港、台湾の業績は順調に回復しているものの、渡航制限による観光客の減少が継続していることから、第4四半期は若干の減収減益を見込んでおります。

韓国の第4四半期の業績ですが、新型コロナの影響や日韓関係の影響が継続していることから、売上収益は大幅減収となる見込みです。

ただし、夏物商品の発注を抑制し、在庫水準が前年より改善したことで、事業利益は前年並みの赤字となる見込みです。

営業利益は減損損失などを織り込み、赤字幅は拡大する予想です。

通期は大幅減収、営業利益は大きな赤字となる見込みです。

- 【その他アジア・オセアニア地区】:4Q3ヶ月間、通期ともに、大幅な減収減益を見込む
- ・4月下旬にロックダウンが解除されたベトナムの回復がもっとも早く、4Q3ヶ月間も好調な販売トレンドを維持する見込み。2019年12月に初進出、下期の営業利益は黒字の見込み
 - ・5月中旬にロックダウンが解除されたタイ、マレーシアも、売上は回復基調、4Q3ヶ月間の売上は約2割減の水準まで回復できる予想
 - ・シンガポール、フィリピン、インドネシアは、業績回復にはやや時間がかかり、4Q3ヶ月間の売上は約5割減と想定
 - ✓ シンガポールは、店舗の営業再開が6月下旬以降と遅いこと、観光客の減少が影響
 - ✓ フィリピン、インドネシアは新型コロナの影響が極めて大きいことが主な要因
 - ・オーストラリアは、好調なEコマース販売に支えられ、4Qの売上はほぼ前年並みの水準まで回復の見通し
- 【北米】:4Q3ヶ月間は大幅減収、営業利益は、減損損失を織り込み、赤字幅が大幅に拡大、通期は大幅減収、大きな赤字となることを見込む
- ・米国は、6月中旬まで約半数の店舗が臨時休業と、店舗の営業再開が遅いことから、4Qは大幅減収が継続、回復には時間がかかる見込み
- 【欧州】:4Q3ヶ月間は大幅な減収、赤字となる見込み。通期は大幅な減収減益の見通し
- ・売上はやや回復も、観光客の減少により都心の店舗が苦戦、業績回復には時間がかかる見通し

その他アジア・オセアニア地区は、第4四半期3ヶ月間、通期ともに、大幅な減収減益となる見込みです。

東南アジアは、国や地域によって状況が大きく異なりますが、4月下旬にロックダウンが解除されたベトナムの回復がもっとも早く、第4四半期3ヶ月間も好調な販売トレンドを維持する見込みです。

2019年12月に初進出したばかりですが、下期全体で営業利益は黒字となる見込みです。

5月中旬にロックダウンが解除されたタイ、マレーシアも、売上は回復基調にあり、第4四半期3ヶ月間の売上は約2割減の水準まで回復できる予想です。

一方で、シンガポール、フィリピン、インドネシアは、業績回復にはやや時間がかかり、第4四半期3ヶ月間の売上は約5割減と想定しております。

シンガポールは、店舗の営業再開が6月下旬以降と遅いこと、観光客の減少が影響しております。フィリピン、インドネシアは新型コロナの影響が極めて大きいことが主な要因です。

オーストラリアは、好調なEコマース販売に支えられ、第4四半期の売上はほぼ前年並みの水準まで回復する見通しです。

北米の第4四半期3ヶ月間は、大幅減収、営業利益は、減損損失を織り込んでいることから、赤字幅が大幅に拡大する見込みです。

この結果、通期でも、大幅減収、大きな赤字となることを見込んでおります。

米国は、新型コロナの影響が大きく、6月中旬まで約半数の店舗が臨時休業と、店舗の営業再開が遅いことから、第4四半期は大幅減収が継続し、回復には時間がかかる見込みです。

欧州の第4四半期3ヶ月間は大幅な減収、営業利益は赤字となる見込みです。通期でも大幅な減収減益となる見通しです。売上はやや回復しているものの、観光客の減少により都心の店舗が苦戦していることから、業績回復には、時間がかかる見通しです。

国内ユニクロ事業：4Qは大幅な増収増益 通期は1桁の減収減益

- ・5月のゴールデンウィーク以降、売上は想定を上回るペースで回復
- ・6月は26.2%増収と前年を大きく上回る業績、7月、8月も前年並みの売上を見込む
- ・通期では、1桁の減収減益にとどまる見込み

ジーユー事業：4Qは大幅な増収増益 通期では、若干の増収、営業利益は減益

- ・3Qの減益幅が大きかったため、通期では、若干の増収、営業利益は減益の見込み
- ・特に国内ジーユー事業の業績回復が強く、6月の既存店売上高は16.4%増と、好調な販売
- ・7月、8月の販売も、前年並みの水準まで回復する予想

次に、国内ユニクロ事業ですが、第4四半期3ヶ月間は、大幅な増収増益となることを見込んでおります。

5月のゴールデンウィーク以降、売上は想定を上回るペースで回復しており、6月は26.2%増収と前年を大きく上回る業績となりました。7月、8月も前年並みの売上となることを見込んでおります。この結果、通期では、1桁の減収減益にとどまる見込みです。

ジーユー事業も、第4四半期3ヶ月間は、大幅な増収増益となることを見込んでおります。第3四半期の減益幅が大きかったことから、通期では、若干の増収、営業利益は減益となる見込みです。

エリア別では、特に国内ジーユー事業の業績回復が強く、6月の既存店売上高は16.4%増と、好調な販売となりました。7月、8月の販売も、前年並みの水準まで回復する予想です。

グローバルブランド事業:通期は赤字を予想

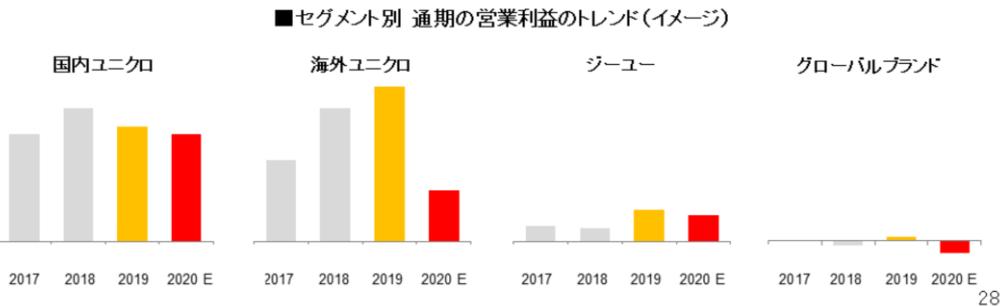
・4Q3ヶ月間は大幅減収、赤字店舗や無形資産の減損損失を見込み、赤字幅は大幅に拡大
通期でも赤字となる予想

【セオリー事業】4Q3ヶ月間も大幅な減収減益の見込み

・アジア、日本の業績は、5月以降徐々に回復しているものの、売上の半分を占める米国は、6月末まで店舗の営業を再開できず、売上回復には時間がかかる見通し

【コントワー・デ・コトニエ事業】4Q3ヶ月間も減収、赤字幅が拡大する見込み

・欧州各国で5月、6月にかけてロックダウンが解除も、外出自粛ムードで街の人出が増加せず、衣料品の消費意欲も弱いため、引き続き厳しい販売状況が継続する見込み



グローバルブランド事業は、第4四半期3ヶ月間は、大幅減収となる見込みです。赤字店舗や無形資産の減損損失を見込んでいることから、赤字幅は大幅に拡大する見込みです。

この結果、通期でもセグメント全体で赤字となる予想です。

セオリー事業は、第4四半期3ヶ月間も大幅な減収減益となる見込みです。

アジア、日本の業績は、5月以降徐々に回復しているものの、売上の半分を占める米国では、6月末まで店舗の営業を再開できなかったことから、売上回復には時間がかかる見通しです。

コントワー・デ・コトニエ事業は、第4四半期3ヶ月間も減収、赤字幅が拡大する見込みです。

欧州各国で5月、6月にかけてロックダウンが解除となったものの、外出自粛ムードで街の人出が増加していないことに加え、衣料品の消費意欲も弱いことから、引き続き厳しい販売状況が継続する見込みです。

8月末の在庫水準の見通し

春夏在庫に過剰感も、来期にかけて正常化

- ・新型コロナによる影響で、2月から5月にかけて、多くの店舗が臨時休業や時間短縮営業、正常な店舗運営ができない状況にあり、春夏商品の在庫水準は例年に比べて増加
- ・在庫は、トレンド要素が強い商品を中心に、売り切るべき商品は今期中に消化できるよう、値引きを強化。来期以降も価値を訴求できるコア商品は、過度な値引きをせずに、来期も販売していく計画
- ・日本、韓国、グレーターチャイナのユニクロ事業は、春物在庫に過剰感があるが、コア商品が中心なため、来年度にかけて正常化できる見込み。夏物商品は、足元の販売が好調で、シーズン末までには、大きな問題のない水準まで消化できる見込み
- ・東南アジア、北米、欧州のユニクロ事業については、春物商品、夏物商品ともに過剰、来期にかけて消化をしていく方針。在庫の正常化にはやや時間がかかる見通し
- ・ジーユー事業は、春物商品は若干過剰も、ベーシックなインナーやTシャツが中心、大きな問題はない。夏物商品は、足元の販売が好調なため、8月末までに正常化の見込み
- ・グローバルブランド事業は、春物商品、夏物商品ともに過剰感があり、来期にかけて消化をしていく方針。正常化にはやや時間がかかる見通し

29

次に、8月末の在庫水準の見通しについて、ご説明いたします。

新型コロナによる影響で、2月から5月にかけて、多くの店舗が臨時休業や時間短縮営業を行うなど、正常な店舗運営ができない状況にあり、春夏商品の在庫水準は例年に比べて増加しております。

在庫については、トレンド要素が強い商品を中心に、売り切るべき商品は今期中に消化できるように、値引きを強化しております。その一方で、来期以降も価値を訴求できるコア商品は、過度な値引きをせずに、来期も販売していく計画です。

事業別では、日本、韓国、グレーターチャイナのユニクロ事業は、春物在庫に過剰感がありますが、コア商品が中心なため、来年度にかけて正常化できる見込みです。

夏物商品については、足元の販売が好調なため、シーズン末までには、大きな問題のない水準まで消化できる見込みです。

一方、東南アジア、北米、欧州のユニクロ事業については、春物商品、夏物商品ともに過剰となっているため、来期にかけて消化していく方針です。

正常化にはやや時間がかかる見通しです。

ジーユー事業は、春物商品は若干過剰となっておりますが、ベーシックなインナーやTシャツが中心のため、大きな問題はありません。夏物商品については、足元の販売が好調なことから、8月末までに正常化する見込みです。

グローバルブランド事業は、春物商品、夏物商品ともに過剰感があるため、来期にかけて消化をしていく方針です。正常化にはやや時間がかかる見通しです。

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、前年と同額の配当金と、直近予想から変更していません。

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。

■ 稼働店舗比率

		3月	4月	5月	6月
国内ユニクロ事業	日本	90%	70%	80%	100%
海外ユニクロ事業	グレーターチャイナ	90%	100%	100%	100%
	韓国	100%	100%	100%	100%
	その他アジア・オセアニア	60%	10%	50%	80%
	北米	60%	0%	0%	40%
	欧州	60%	0%	30%	60%
GU事業	日本	100%	70%	70%	100%
グローバルブランド事業	セオリー	90%	30%	40%	100%

※稼働店舗比率はすべて概数で示しております。

※稼働店舗には、時間短縮営業店舗も含んでおります。

<参考資料> ユニクロ店舗の営業状況②

【単位:店舗】	2020年6月末 店舗数	2020年7月7日時点 臨時休業 店舗数
ユニクロ事業合計	2,243	36
国内ユニクロ事業:	813	10
海外ユニクロ事業:	1,430	26
中国	752	0
香港	31	0
台湾	69	0
韓国	173	0
シンガポール	27	1
マレーシア	49	0
タイ	50	0
フィリピン	60	3
インドネシア	31	0
オーストラリア	22	1
ベトナム	4	0
インド	3	0
米国	50	7
カナダ	12	0
英国	15	0
フランス	22	0
ロシア	40	14
ドイツ	9	0
ベルギー	3	0
スペイン	4	0
スウェーデン	1	0
オランダ	1	0
デンマーク	1	0
イタリア	1	0

＜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(2019/9～2020/5)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
ユニクロ事業合計	2,196	117	79	+38	2,234	162	91	+71	2,267
国内ユニクロ事業※	817	30	34	▲4	813	33	37	▲4	813
店舎店	774	26	33	▲7	767	-	-	-	-
大型店	230	16	9	+7	237	-	-	-	-
標準店等	544	10	24	▲14	530	-	-	-	-
FC	43	4	1	+3	46	-	-	-	-
海外ユニクロ事業:	1,379	87	45	+42	1,421	129	54	+75	1,454
中国	711	44	10	+34	745	-	-	-	-
香港	29	2	0	+2	31	77	-	-	-
台湾	67	2	1	+1	68	-	-	-	-
韓国	188	6	19	▲13	175	6	-	-	-
シンガポール	28	0	1	▲1	27	-	-	-	-
マレーシア	49	2	2	0	49	-	-	-	-
タイ	50	1	1	0	50	-	-	-	-
フィリピン	58	3	1	+2	60	-	-	-	-
インドネシア	26	7	3	+4	30	30	-	-	-
オーストラリア	20	2	0	+2	22	-	-	-	-
ベトナム	0	3	0	+3	3	-	-	-	-
インド	0	3	0	+3	3	-	-	-	-
米国	51	2	3	▲1	50	-	-	-	-
カナダ	11	1	0	+1	12	4	-	-	-
英国	13	2	0	+2	15	-	-	-	-
フランス	24	0	3	▲3	21	-	-	-	-
ロシア	37	4	1	+3	40	-	-	-	-
ドイツ	9	0	0	0	9	-	-	-	-
ベルギー	3	0	0	0	3	-	-	-	-
スペイン	2	2	0	+2	4	12	-	-	-
スウェーデン	1	0	0	0	1	-	-	-	-
オランダ	1	0	0	0	1	-	-	-	-
デンマーク	1	0	0	0	1	-	-	-	-
イタリア	0	1	0	+1	1	-	-	-	-
スターユー事業	421	34	14	+20	441	35	17	+18	439
グローバルブランド事業合計	972	32	45	▲13	959	36	57	▲21	951
セオリー事業※	451	21	11	+10	461	-	-	-	-
ブラスタ事業※	101	8	5	+3	104	-	-	-	-
ユントワー・デ・コトニエ事業※	296	2	25	▲23	273	-	-	-	-
プリンセス・タム・タム事業※	124	0	4	▲4	120	-	-	-	-
J Brand 事業	0	1	0	+1	1	-	-	-	-
総合計	3,589	183	138	+45	3,634	233	165	+68	3,657

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
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
2020年8月期 第3四半期(9ヶ月平均)実績	108.5	119.6	137.6	15.4	9.1
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	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3四半期末為替レート 実績	109.4	121.7	137.9	15.8	9.2
2020年8月期 第3四半期末為替レート 実績	107.5	119.1	132.5	15.0	8.7
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	
2019年8月期 第3四半期実績(9ヶ月累計)	102	249	77	23	199	652	366
2020年8月期 第3四半期実績(9ヶ月累計)	122	174	81	17	240	637	1,311
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)	147	302	84	24	266	823	1,651

※2020年8月よりIFRS16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。