

# 2021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、2021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	P 3 ~	P 21
II. 2021年8月期 通期業績予想	P 22 ~	P 26
III. ご参考資料	P 27 ~	P 29

【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、以下の通りです。  
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ほか、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もと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】2021年8月期 第3四半期 実績

9ヶ月累計、3Q3ヶ月ともに大幅な増収増益  
ただし、新型コロナの影響などにより、計画を下回る

	1Q～3Q (2020/9～2021/5)			3Q (2021/3～2021/5)			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)	16,980 100.0%	15,449 100.0%	+9.9%	4,952 100.0%	3,364 100.0%	+47.2%	
売上総利益 (売上比)	8,588 50.6%	7,512 48.6%	+14.3%	2,583 52.2%	1,744 51.9%	+48.1%	+0.3p
販管費 (売上比)	6,157 36.3%	6,080 39.4%	+1.3%	1,949 39.4%	1,692 50.3%	+15.2%	▲10.9p
事業利益 (売上比)	2,431 14.3%	1,432 9.3%	+69.7%	634 12.8%	52 1.6%	-	+11.2p
その他収益・費用 (売上比)	▲152 -	▲108 -	-	▲34 -	▲96 -	-	-
営業利益 (売上比)	2,278 13.4%	1,323 8.6%	+72.1%	599 12.1%	▲43 -	-	-
金融収益・費用 (売上比)	177 1.0%	100 0.6%	+76.9%	142 2.9%	▲40 -	-	-
税引前四半期利益 (売上比)	2,456 14.5%	1,424 9.2%	+72.5%	741 15.0%	▲84 -	-	-
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	1,513 8.9%	906 5.9%	+67.0%	454 9.2%	▲98 -	-	-

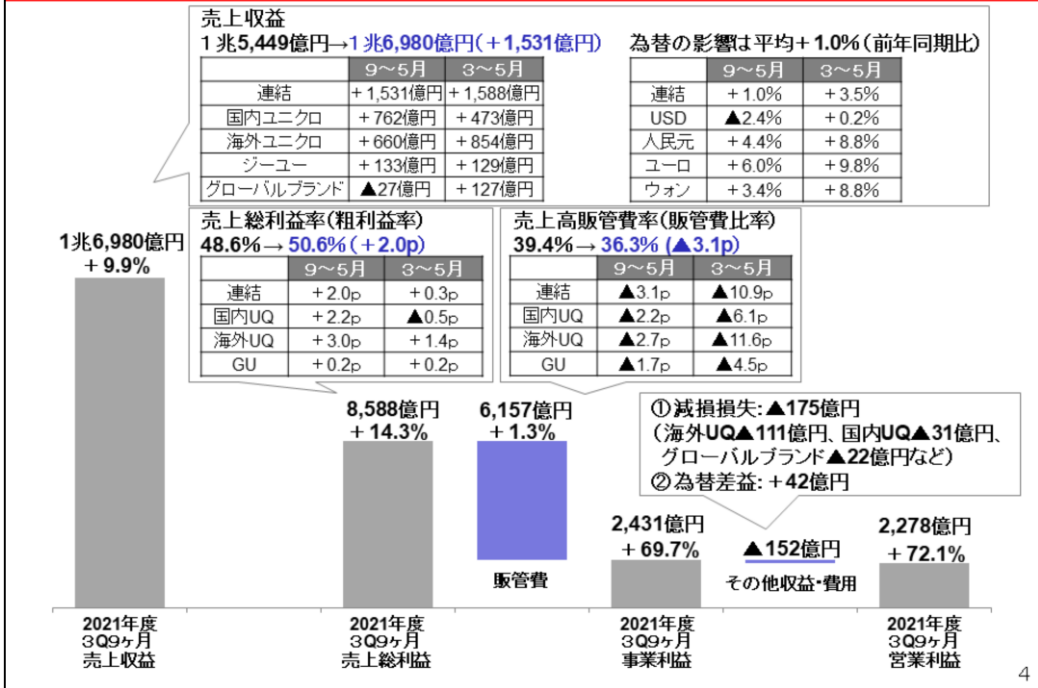
2021年8月期第3四半期3ヶ月間の連結の売上収益は4,952億円、前年同期比47.2%増、事業そのものの利益を示す事業利益は634億円と、前年の52億円から大幅な増益となりました。  
営業利益は599億円と、前年の赤字から黒字に転換いたしました。

前年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大規模に行ったことから赤字となりましたが、この第3四半期3ヶ月間では、すべての事業で業績が大幅に回復いたしました。

ただし、4月8日に発表した直近の計画に対しては、大幅に下回る結果となりました。これは、国内ユニクロ事業やジーユー事業を中心に新型コロナの影響が想定より大きかったことに加え、商品の新しさや、情報の発信力が不足していたことによります。海外ユニクロ事業は、グレーターチャイナの業績が計画を下回ったものの、北米、欧州などで収益性の改善が進んだことから、ほぼ計画通りの結果となりました。

なお、2021年8月期9ヶ月累計の連結の売上収益は1兆6,980億円、前年同期比9.9%増、営業利益は2,278億円、同72.1%増と大幅な増収増益となっております。

# 【連結】第3四半期(9ヶ月累計) 営業利益



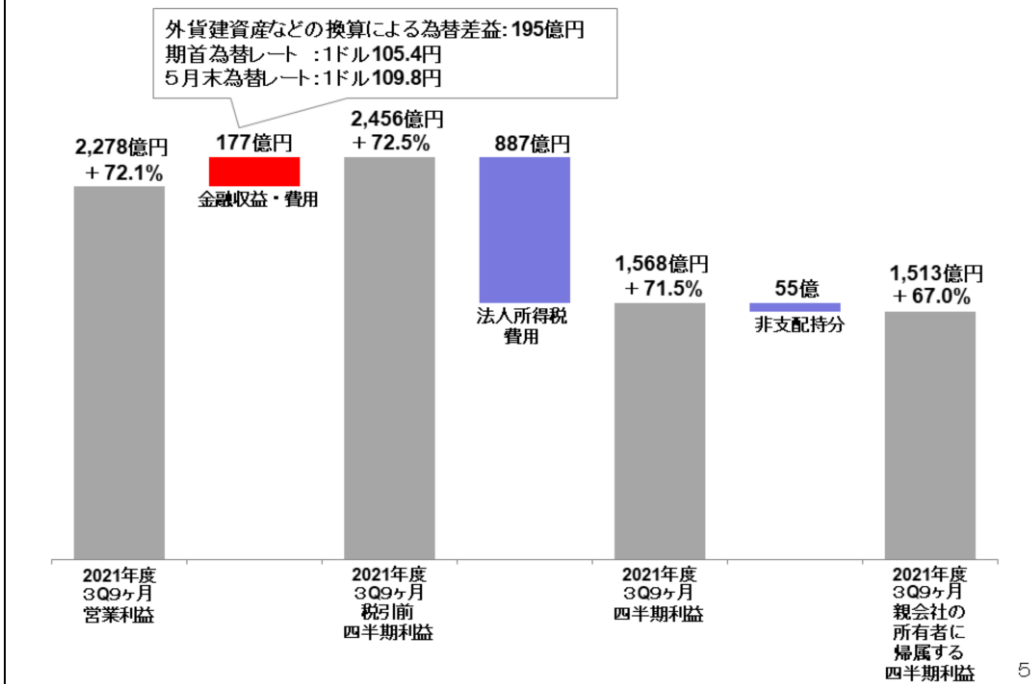
ここからは、9ヶ月累計の連結損益計算書のポイントについて、ご説明いたします。  
連結の売上収益は1兆6,980億円、前年同期比1,531億円の増収となりました。  
国内ユニクロ事業が762億円の増収、海外ユニクロ事業が660億円の増収、  
ジーユー事業が133億円の増収となっております。

売上総利益率は50.6%となりました。  
海外ユニクロ事業、国内ユニクロ事業を中心に粗利益率が改善したことで、  
同2.0ポイント改善いたしました。

売上高販管费率は36.3%と、同3.1ポイント改善いたしました。  
これは、すべてのセグメントで販管費比率が改善したことによります。

その他収益・費用は、ネットで152億円のマイナスとなっております。  
これは主に、海外ユニクロ事業を中心に店舗などの減損損失を175億円  
計上したことによります。

これらの結果、営業利益は2,278億円、同72.1%の増益となりました。



次に、金融収益・費用ですが、ネットで177億円のプラスとなっております。これは主に、外貨建資産などの換算による為替差益を195億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2,456億円、前年同期比72.5%増、親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,513億円、同67.0%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 (2020/9~2021/5)			3Q (2021/3~2021/5)		
		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	6,751	5,988	+12.7%	1,825	1,352	+35.0%
	事業利益 (売上比)	1,214 18.0%	814 13.6%	+49.1% +4.4p	241 13.2%	104 7.7%	+131.8% +5.5p
	その他収益・費用	▲19	▲23	-	▲25	▲28	-
	営業利益 (売上比)	1,195 17.7%	791 13.2%	+51.0% +4.5p	216 11.9%	75 5.6%	+187.3% +6.3p
海外ユニクロ事業	売上収益	7,396	6,735	+9.8%	2,177	1,322	+64.6%
	事業利益 (売上比)	1,081 14.6%	603 9.0%	+79.3% +5.6p	323 14.8%	23 1.7%	- +13.1p
	その他収益・費用	▲103	▲85	-	▲16	▲37	-
	営業利益 (売上比)	977 13.2%	518 7.7%	+88.7% +5.5p	307 14.1%	▲14 -	- -
ジーユー事業	売上収益	2,008	1,874	+7.1%	681	551	+23.5%
	事業利益 (売上比)	255 12.7%	204 10.9%	+25.2% +1.8p	91 13.4%	47 8.6%	+92.2% +4.8p
	その他収益・費用	▲12	0	-	▲6	▲1	-
	営業利益 (売上比)	243 12.1%	204 10.9%	+18.9% +1.2p	84 12.4%	46 8.4%	+81.5% +4.0p
グローバルブランド事業	売上収益	805	833	▲3.3%	260	132	+96.4%
	事業利益 (売上比)	▲53 -	▲53 -	- -	▲8 -	▲63 -	- -
	その他収益・費用	▲35	▲6	-	0	▲4	-
	営業利益 (売上比)	▲89 -	▲60 -	- -	▲7 -	▲67 -	- -

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。

## 大幅な増収増益も、計画に対しては大幅に下回る

- ・新型コロナの影響を大きく受けた前年に比べて、業績は大幅に改善
- ・直近の計画に対しては、売上、営業利益ともに、大幅に下回る結果
- ・想定以上に臨時休業や時間短縮営業の店舗が増加、商品の新しさやニュース性が不足していたことで、販売に苦戦したことによる

単位:億円

	1Q~3Q (2020/9~2021/5)			3Q (2021/3~2021/5)		
	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)	6,751 100.0%	5,988 100.0%	+12.7%	1,825 100.0%	1,352 100.0%	+35.0%
売上総利益 (売上比)	3,442 51.0%	2,920 48.8%	+17.9% +2.2p	943 51.7%	706 52.2%	+33.6% ▲0.5p
販管費 (売上比)	2,227 33.0%	2,105 35.2%	+5.8% ▲2.2p	701 38.4%	601 44.5%	+16.6% ▲6.1p
事業利益 (売上比)	1,214 18.0%	814 13.6%	+49.1% +4.4p	241 13.2%	104 7.7%	+131.8% +5.5p
その他収益・費用 (売上比)	▲19 -	▲23 -	-	▲25 -	▲28 -	-
営業利益 (売上比)	1,195 17.7%	791 13.2%	+51.0% +4.5p	216 11.9%	75 5.6%	+187.3% +6.3p

7

まず、国内ユニクロ事業の第3四半期3ヶ月間の業績について、ご説明いたします。  
 売上収益は1,825億円、前年同期比35.0%増、  
 営業利益は216億円、同187.3%増と、大幅な増収増益となりました。  
 新型コロナの影響を大きく受けた前年に比べて、業績は大幅に改善しております。

ただし、直近の計画に対しては、売上、営業利益ともに大幅に下回る結果となりました。  
 これは、想定以上に臨時休業や時間短縮営業の店舗が増加したことに加え、  
 商品の新しさやニュース性が不足していたことで、販売に苦戦したことによります。

## 既存店売上高 +31.1%

- ・Uniqlo UのTシャツ、感動パンツ、ラウンジウエア、ウルトラストレッチアクティブパンツなどの販売が好調で増収に寄与
- ・EC売上高は288億円、同2.3%増。前年はEC売上高が急拡大、ハードルが高かったため、若干の増収にとどまる。2年前比では約5割増、売上構成比は15.8%、順調に拡大
- ・既存店売上高は、計画に対しては、大幅に下回る。3月は、春物商品が順調に立ち上がり、ほぼ計画通りの売上、4月、5月は、店舗の臨時休業や時間短縮営業の影響が想定以上に大きく、店舗の売上高は計画を下回る。EC売上高は、ほぼ計画通りも、商品の新しさや情報の発信力が不足していたことで、事業全体で売上が下振れ
- ・6月の既存店売上高は19.2%減。前年のハードルが高く、減収となったが、2年前比では2.0%増収と、ほぼ計画通りの水準

既存店 前年同期比	2021年8月期						
	上期	3月	4月	5月	3Q(3ヶ月)	9ヶ月累計	6月
売上高	+5.6%	+40.2%	+84.5%	▲0.6%	+31.1%	+11.4%	▲19.2%
客数	+0.3%	+46.7%	+117.3%	+19.2%	+50.1%	+11.2%	▲8.2%
客単価	+5.3%	▲4.4%	▲15.1%	▲16.6%	▲12.6%	+0.2%	▲11.9%

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、前年同期比31.1%増と、大幅な増収となりました。

商品面では、ユニクロUのTシャツ、感動パンツなどの夏物商品や、ラウンジウエア、ウルトラストレッチアクティブパンツなど、家でも外でも着用できる商品の販売が好調で増収に寄与いたしました。

EC売上高は288億円、同2.3%増となりました。

前年はEC売上高が急拡大し、ハードルが高かったことで、若干の増収にとどまりましたが、2年前比では約5割の増収、売上構成比は15.8%まで高まるなど、順調に拡大しております。

既存店売上高は、前年に対しては大幅な増収となったものの、計画に対しては、大幅に下回りました。

3月は、春物商品が順調に立ち上がり、ほぼ計画通りの売上となりましたが、4月、5月は、店舗の臨時休業や時間短縮営業の影響が想定以上に大きかったことで、店舗の売上高は計画を下回る水準となりました。

EC売上高は、ほぼ計画通りとなりましたが、事業全体では、商品の新しさや情報の発信力が不足していたことで、売上が下振れする結果となりました。

なお、6月の既存店売上高は、すでにお知らせしている通り、19.2%減となりました。前年のハードルが高く、減収となりましたが、2年前比では2.0%増収と、ほぼ計画通りの水準となっております。



**粗利益率は51.7%、前年同期比0.5ポイント低下  
計画に対しては、上回る水準**

- ・粗利益率が計画を上回る水準となったのは、主に5月に実施する計画だったユニクロ誕生感謝祭を、6月に後ろ倒しにした影響で、値引率が改善したため
- ・3月12日から消費税の総額表示対応のため、これまでの商品本体価格を、そのまま消費税込みの価格とし、お客様へお買い求めやすい価格で提供粗利益率への影響を軽減するために、原価改善の取り組みを進めてきたことで、3Q3ヶ月間の粗利益率は、0.5ポイントの低下にとどまる
- ・現在の原価率は、2年前とほぼ同水準で、計画通りの水準。  
原価を改善できたのは、主に素材の共通化、品番数のコントロール、生地のロス率の最小化など、パートナー工場と一体で進めた施策の成果による

国内ユニクロ事業の第3四半期3ヶ月間の粗利益率は51.7%と、前年同期比0.5ポイント低下いたしました。計画に対しては、上回る水準となりました。

粗利益率が計画を上回る水準となったのは、主に5月に実施する計画だったユニクロ誕生感謝祭を、6月に後ろ倒しにした影響で、値引率が改善したことによります。

当社では、3月12日から消費税の総額表示対応のため、これまでの商品本体価格を、そのまま消費税込みの価格とし、お客様へお買い求めやすい価格で提供しております。粗利益率への影響を軽減するために、原価改善の取り組みを進めてきたことで、第3四半期3ヶ月間の粗利益率は、0.5ポイントの低下にとどまりました。

現在の原価率は、2年前とほぼ同水準で、計画通りの水準となっております。原価を改善できたのは、主に素材の共通化、品番数のコントロール、生地のロス率の最小化など、パートナー工場と一体で進めた施策の成果によるものです。



## 【国内ユニクロ事業】販管費比率(3Q3ヶ月)

### 販管費比率は38.4%、前年同期比6.1ポイント改善 計画比では、金額ベースで削減

- ・大幅な増収となったことにより、人件費、減価償却費、物流費を中心に販管費比率が大きく改善
- ・計画に対しては、金額ベースで、物流費、賃借料、広告宣伝費を中心に削減
  - ✓ 物流費:店舗への配送頻度の見直しや倉庫運営の効率化、Eコマース関連の物流費の効率化により、削減
  - ✓ 賃借料:店舗の臨時休業や時間短縮営業による影響で減少
  - ✓ 広告宣伝費:チラシの本数の見直し、デジタル広告を費用対効果が高いものに絞り込んだことにより、削減

10

販管費比率は38.4%と、前年同期比6.1ポイント改善いたしました。  
売上が大幅な増収となったことにより、人件費、減価償却費、  
物流費を中心に販管費比率が大きく改善しております。

計画に対しては、金額ベースで、物流費、賃借料、広告宣伝費を中心に  
削減することができました。

物流費は、店舗への配送頻度の見直しや倉庫運営の効率化、Eコマース関連の  
物流費の効率化により、削減いたしました。

賃借料は、店舗の臨時休業や時間短縮営業による影響で減少いたしました。

広告宣伝費は、チラシの本数の見直しに加え、デジタル広告を費用対効果が  
高いものに絞り込んだことにより、削減することができました。

## 大幅な増収、営業利益は黒字化。営業利益は、計画通り

- ・新型コロナの影響を大きく受けた前年に比べて、業績は大幅に改善
- ・直近の計画に対しては、売上は下回るも、北米、欧州などで計画以上に業績が回復、各国・各エリアで経費コントロールを強化したことで、営業利益は計画通りの水準

単位:億円

	1Q~3Q (2020/9~2021/5)			3Q (2021/3~2021/5)		
	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)	7,396 100.0%	6,735 100.0%	+9.8%	2,177 100.0%	1,322 100.0%	+64.6%
売上総利益 (売上比)	3,889 52.6%	3,344 49.6%	+16.3% +3.0p	1,202 55.2%	711 53.8%	+69.0% +1.4p
販管費 (売上比)	2,807 38.0%	2,740 40.7%	+2.4% ▲2.7p	879 40.4%	688 52.0%	+27.7% ▲11.6p
事業利益 (売上比)	1,081 14.6%	603 9.0%	+79.3% +5.6p	323 14.8%	23 1.7%	- +13.1p
その他収益・費用 (売上比)	▲103 -	▲85 -	-	▲16 -	▲37 -	-
営業利益 (売上比)	977 13.2%	518 7.7%	+88.7% +5.5p	307 14.1%	▲14 -	-

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2,177億円、前年同期比64.6%増、営業利益は307億円と、前年の赤字から黒字に転換いたしました。新型コロナの影響を大きく受けた前年に比べて、業績は大幅に改善しております。

直近の計画に対しては、売上は下回りましたが、北米、欧州などで、計画以上に業績が回復したことに加え、各国・各エリアで経費コントロールを強化したことで、営業利益は計画通りの水準となりました。

地域別の詳細は、次のスライドからご説明いたします。

## グレーターチャイナ 大幅な増収増益も、計画を下回る

・直近の計画に対しては、中国大陸市場の業績が下振れしたことで、グレーターチャイナ全体でも計画を下回る

【中国大陸市場】大幅な増収増益、計画を下回る

- ・既存店売上高は2桁増収、EC売上高も増収。ジョガーパンツ、Tシャツ、UVカットなどの夏物商品やラウンジウエアなどが増収に寄与
- ・計画に対しては、売上、営業利益ともに下回る。前年は5月の労働節商戦が新型コロナ収束後の反動消費で非常に好調だった一方で、今年は国内旅行に消費がシフトするなどの変化があり、小売市場全体の需要がやや低下傾向。これまで売上をけん引してきたUTのニュース性やお客様への訴求が弱かったことで、3Q3ヶ月間は想定ほどの売上にはならなかった

グレーターチャイナは、大幅な増収増益となりました。  
ただし、直近の計画に対しては、中国大陸の業績が下振れしたことで、グレーターチャイナ全体でも計画を下回る結果となりました。

まず、中国大陸ですが、大幅な増収増益となりました。  
既存店売上高は2桁増収、Eコマース売上高も増収となりました。  
商品面では、ジョガーパンツ、Tシャツ、UVカットなどの夏物商品やラウンジウエアなどが増収に寄与いたしました。

ただし、計画に対しては、売上、営業利益ともに下回る結果となっております。  
これは、前年は、5月の労働節商戦が、新型コロナ収束後の反動消費で非常に好調だった一方で、今年は国内旅行に消費がシフトするなどの変化があり、小売市場全体の需要がやや低下傾向にあったためです。これに加えて、商品面では、これまで売上をけん引してきたUTのニュース性やお客様への訴求が弱かったことで、第3四半期3ヶ月間は想定ほどの売上にはなりませんでした。

【香港市場】大幅な増収、営業利益は黒字化。計画を上回る

- ・4月のイースターや5月の感謝祭で、UVカット群やTシャツ、スポーツユティリティウエアなど、香港のお客様のニーズを捉えた商品をしっかりと訴求、既存店売上高は大幅な増収

【台湾市場】大幅な増収増益。売上収益は計画を下回るも、営業利益は計画通り

- ・3月、4月は、エアリズムインナーやカットパンツなどの夏物商品の販売が好調で、計画を上回る業績も、5月から新型コロナの感染拡大で客数が減少し、売上がスローダウン
- ・経費コントロールを強化したことで、営業利益は計画通り

### 韓国

#### 増収、営業利益は黒字化。計画を若干上回る

- ・今年は感染状況が改善したことに加え、粗利益率、販管費比率が改善した結果、黒字化
- ・在庫を適正水準で運営し、店舗のオペレーションが効率化したこと、広告宣伝費を精査し、効果的なものに絞って実施したことにより、販管費を削減、営業利益は計画を若干上回る

韓国は増収、営業利益は黒字化いたしました。

前年は新型コロナの影響などにより、業績が大きく悪化いたしました。今年度は感染状況が改善したことに加え、粗利益率、販管費比率が改善した結果、営業利益は黒字となりました。

計画に対しては、在庫を適正水準で運営し、店舗のオペレーションが効率化したことに加え、広告宣伝費を精査し、効果的なものに絞って実施したことにより、販管費を削減できたことで、営業利益は計画を若干上回る水準となりました。

### その他アジア・オセアニア地区 大幅な増収、営業利益は黒字化。営業利益は計画通り

- ・前年に比べ、臨時休業の店舗数が減少したため、大幅な増収
- ・EC売上高も、約2割増収と、ハードルが高かった前年を上回り、引き続き好調
- ・Tシャツ、UVカット、アンクルパンツ、ショートパンツなどが好調な販売
- ・計画に対しては、一部の国で新型コロナの影響が想定よりも大きかったことにより、売上は下回ったものの、経費コントロールの強化で、営業利益は計画通り
- ・マレーシア、インドネシア、オーストラリアは、計画を上回る好調な業績
- ・シンガポール、ベトナム、フィリピン、タイ、インドは、新型コロナの影響が大きく、業績は計画を下回る。シンガポール、ベトナムは、4月までは好調な販売を維持も、5月に新型コロナの感染拡大で、売上がスローダウン。フィリピン、タイ、インドは、店舗の臨時休業や外出規制など、3Q3ヶ月間を通して、新型コロナの影響が大きい
- ・その他アジア・オセアニア地区は、断続的に新型コロナの感染拡大が起きており、影響を引き続き大きく受けていることから、売上の変動が非常に大きい。ただし、感染拡大が抑えられている時期には売上が大幅に回復、ユニクロに対するニーズは引き続き強い

14

その他アジア・オセアニア地区は、前年に比べ、臨時休業の店舗数が減少したことにより、大幅な増収、営業利益は黒字化いたしました。Eコマース売上高も、約2割増収と、ハードルが高かった前年を上回り、引き続き好調です。商品面では、Tシャツ、UVカットなどの夏物商品や、アンクルパンツ、ショートパンツなどのボトムスが好調な販売となりました。

計画に対しては、一部の国で新型コロナの影響が想定よりも大きかったことにより、売上は下回ったものの、経費コントロールを強化したことで、営業利益は計画通りの水準となりました。

国別では、マレーシア、インドネシア、オーストラリアは、新型コロナの影響が想定よりも小さかったことで、計画を上回る好調な業績となりました。一方で、シンガポール、ベトナム、フィリピン、タイ、インドは、新型コロナの影響が大きく、業績は計画を下回りました。シンガポール、ベトナムは、4月までは好調な販売を維持していたものの、5月に新型コロナの感染が拡大したことで、売上がスローダウンいたしました。フィリピン、タイ、インドは、店舗の臨時休業や外出規制など、第3四半期3ヶ月間を通して、新型コロナの影響を大きく受けました。

その他アジア・オセアニア地区は、断続的に新型コロナの感染拡大が起きており、その影響を引き続き大きく受けていることから、売上の変動が非常に大きいです。ただし、感染拡大が抑えられている時期には売上が大幅に回復しており、お客様のユニクロに対するニーズは引き続き強いと考えております。

## 北米 大幅な増収、赤字幅は計画以上に縮小

【米国】大幅な増収、赤字幅は大幅に縮小。計画を上回る

- ・前年は新型コロナの影響でほぼ全店舗が臨時休業、業績が大きく悪化も、今年は店舗の営業を継続できたことで、郊外の店舗を中心に売上が回復、既存店売上高は大幅な増収
- ・エアリズムソフトレギンス、バイカーショーツなどのスポーツユティリティウエア、Tシャツ、ショートパンツなどの夏物商品の販売が好調
- ・大幅な増収、在庫水準の改善で、粗利益率、販管費比率ともに大幅に改善
- ・EC売上高は、若干の増収。前年に集客のために行っていた過度な値引き販売やフリー SHIPPING をコントロールしたことで、売上の伸びは若干にとどまるも、利益率は大幅に改善

【カナダ】大幅な増収、赤字幅は縮小。計画を下回る

- ・前年のハードルが低かったため、既存店売上高は大幅な増収。EC売上高は、約6割増収
- ・4月上旬から5月末まで約半数の店舗が臨時休業した影響で業績は計画を若干下回る

次に北米ですが、大幅な増収、赤字幅は計画以上に縮小いたしました。

米国は、大幅な増収、赤字幅は大幅に縮小いたしました。これは計画を上回る水準です。

前年は新型コロナの影響でほぼ全店舗が臨時休業したことにより、業績が大きく悪化いたしましたが、今年は店舗の営業を継続できたことで、郊外の店舗を中心に売上が回復し、既存店売上高は大幅な増収となりました。

商品面では、エアリズムソフトレギンス、バイカーショーツなどのスポーツユティリティウエア、Tシャツ、ショートパンツなどの夏物商品の販売が好調でした。

売上が大幅な増収となったことや在庫水準が改善したことで、粗利益率、販管費比率ともに大幅に改善いたしました。

なお、Eコマース売上高は、若干の増収となりました。前年に集客のために行っていた過度な値引き販売やフリー SHIPPING をコントロールしたことで、売上の伸びは若干にとどまりましたが、利益率は大幅に改善しております。

## 欧州

## 大幅な増収、赤字幅は計画以上に縮小

- ・前年の業績のハードルが低かったこと、EC売上高が、大幅な増収となった前年に比べて、さらに倍増と、好調だったことによる
- ・前年は、ほぼすべての店舗が臨時休業となった一方で、今年は最大で約4割の店舗の臨時休業にとどまったことにより、既存店売上高は大幅な増収。特に、5月は、下旬にすべての店舗の営業を再開したことで、既存店売上高は2年前を上回る水準を達成、業績は順調に回復
- ・カットソー、インナー、ラウンジウェアに加え、リネンシャツ、ドレスなどの夏物商品の販売が好調

欧州は、大幅な増収、赤字幅は計画以上に、縮小いたしました。  
これは、前年の業績のハードルが低かったこともありますが、Eコマース売上高が、大幅な増収となった前年に比べて、さらに倍増と、好調だったことによります。

前年は、ほぼすべての店舗が臨時休業となった一方で、今年は最大で約4割の店舗の臨時休業にとどまったことにより、既存店売上高は大幅な増収となりました。  
特に、5月は、下旬にすべての店舗の営業を再開したことで、既存店売上高は2年前を上回る水準を達成するなど、業績は順調に回復しております。  
商品面では、カットソー、インナー、ラウンジウェアに加え、リネンシャツ、ドレスなどの夏物商品の販売が好調となっております。



## 大幅な増収増益も、計画を大幅に下回る

- ・既存店売上高は17.9%増。EC売上高も増収、2年前比でも倍以上
- ・シェフパンツ、エアリーシャツ、カットソーカラーフレアスラックスなどの販売が好調
- ・計画に対しては、売上、営業利益ともに大幅に下回る。緊急事態宣言の影響を織り込んでいなかったこと、一部の商品がトレンドを捉え切れていなかったことで、販売に苦戦。売上が下振れしたことで、値引き販売が拡大、営業利益も大幅に下回る
- ・この春夏は、商品構成に課題があったため、秋冬からは見直していく予定

	1Q~3Q (2020/9~2021/5)			3Q (2021/3~2021/5)			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)	2,008 100.0%	1,874 100.0%	+7.1%	681 100.0%	551 100.0%	+23.5%	
売上総利益 (売上比)	977 48.7%	910 48.5%	+7.4% +0.2p	333 48.9%	268 48.7%	+24.1% +0.2p	
販管費 (売上比)	721 35.9%	705 37.6%	+2.2% ▲1.7p	241 35.5%	221 40.0%	+9.5% ▲4.5p	
事業利益 (売上比)	255 12.7%	204 10.9%	+25.2% +1.8p	91 13.4%	47 8.6%	+92.2% +4.8p	
その他収益-費用 (売上比)	▲12 -	0 0.0%	-	▲6 -	▲1 -	-	
営業利益 (売上比)	243 12.1%	204 10.9%	+18.9% +1.2p	84 12.4%	46 8.4%	+81.5% +4.0p	

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681億円、前年同期比23.5%増、営業利益は84億円、同81.5%増と、大幅な増収増益となりました。

既存店売上高は17.9%の大幅な増収となりました。Eコマース売上高も増収、2年前比でも倍以上の増収となっております。商品面では、シェフパンツ、エアリーシャツ、カットソーカラーフレアスラックスなどの販売が好調でした。

ただし、直近の計画に対しては、売上、営業利益ともに大幅に下回りました。これは、緊急事態宣言の影響を織り込んでいなかったことに加え、一部の商品がトレンドを捉え切れていなかったことで、販売に苦戦したことによります。売上が下振れしたことで、値引き販売が拡大し、営業利益も大幅に下回りました。

この春夏は、商品構成に課題があったため、秋冬からは見直していく予定です。

## 大幅な増収、赤字幅縮小も、計画を若干下回る

・新型コロナの影響を大きく受けた前年に比べて、業績は回復も、計画を若干下回る水準

【セオリー事業】大幅な増収、黒字に転換、計画を若干下回る

・米国、日本は大幅な増収、黒字に転換

・アジアは好調な業績が続いており、中国大陸を中心に大幅な増収増益と順調に拡大

・計画に対しては、日本の緊急事態宣言の影響や、米国の百貨店の回復が想定を下回ったことから、セオリー事業全体で若干下回る水準

【プラステ事業】大幅な増収、黒字に転換、計画を若干下回る

【コントワー・デ・コトニエ事業】大幅な増収、赤字幅は若干縮小、計画を若干下回る

・フランスを中心に店舗の臨時休業期間が想定より長引いたため、計画を若干下回る水準

		1Q~3Q (2020/9~2021/5)			3Q (2021/3~2021/5)			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	
グローバルブランド事業	売上収益	805	833	▲3.3%	260	132	+96.4%	
	事業利益 (売上比)	▲53	▲53	-	▲8	▲63	-	
	その他収益・費用	▲35	▲6	-	0	▲4	-	
	営業利益 (売上比)	▲89	▲60	-	▲7	▲67	-	
		-	-	-	-	-	-	

18

次に、グローバルブランド事業の第3四半期3ヶ月間の業績ですが、売上収益は260億円、前年同期比96.4%増、営業赤字は、前年の67億円から7億円に大きく改善いたしました。新型コロナの影響を大きく受けた前年に比べて、業績は回復いたしましたが、計画に対しては、若干下回る水準となりました。

セオリー事業は、大幅な増収、黒字に転じました。

米国、日本のセオリー事業は、大幅な増収、黒字に転換しております。

アジアのセオリー事業は好調な業績が続いており、中国大陸を中心に大幅な増収増益と順調に拡大しております。

ただし、計画に対しては、日本の緊急事態宣言の影響や、米国の百貨店の回復が想定を下回ったことから、セオリー事業全体で若干下回る水準となりました。

プラステ事業は、大幅な増収、黒字に転換いたしましたが、

計画に対しては、若干下回る結果となりました。

コントワー・デ・コトニエ事業は、大幅な増収、赤字幅が若干縮小いたしました。

ただし、フランスを中心に店舗の臨時休業期間が想定より長引いたため、計画に対しては、若干下回る水準となりました。

## 【連結】2021年5月末 B/S

単位:億円

	2020年5月末	2020年8月末	2021年5月末	前年同期末比
資産合計	23,377	24,119	<b>24,922</b>	+1,545
流動資産	16,076	16,551	<b>17,021</b>	+945
非流動資産	7,301	7,567	<b>7,901</b>	+600
負債合計	13,281	14,159	<b>13,326</b>	+45
資本合計	10,095	9,960	<b>11,596</b>	+1,500

19

次に、2021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2兆4,922億円、前年同期末比1,545億円増加、  
負債合計は1兆3,326億円、同45億円増加、  
資本合計は1兆1,596億円、同1,500億円増加いたしました。

資産の増減の詳細については、次のスライドでご説明いたします。

**流動資産の増加+945億円(1兆6,076億円⇒1兆7,021億円)****・現金及び現金同等物の増加: +1,314億円(1兆457億円⇒1兆1,771億円)**

ユニクロ事業を中心に営業キャッシュ・フローが増加

**・棚卸資産の減少: ▲360億円(3,806億円⇒3,446億円)**

前年の在庫水準が高かったことで、ユニクロ事業を中心に在庫が減少

【国内UQ】▲154億円: 春夏在庫はやや高い水準、シーズン末にかけて消化する予定

【海外UQ】▲174億円: その他アジア・オセアニア地区、欧米は、在庫が減少、韓国は在庫コントロールの強化で大幅に減少。一方で、グレーターチャイナは売上が計画を下回ったことで、在庫は若干増加も、期末にかけて消化できる見込みで、問題のない水準。その他アジア・オセアニア地区、欧米は、在庫水準は低下も、一部の在庫に過剰感があり、来期にかけて消化していける見込み

【GU】+40億円: 夏物商品を中心に在庫が増加。シーズン末にかけて消化していく予定

【グローバルブランド】▲68億円: セオリー事業を中心に減少

**非流動資産の増加+600億円(7,301億円⇒7,901億円)****・有形固定資産の増加: +291億円(1,327億円⇒1,619億円)**

主に、グローバルで自動倉庫への投資が増えたことに加え、4月に有明本部4階に日本最大級の撮影スタジオやカスタマーセンターなどを新設したことによる

流動資産が前年同期末比945億円増加した主な要因をご説明いたします。

現金及び現金同等物は、同1,314億円増加いたしました。

これは、ユニクロ事業を中心に営業キャッシュ・フローが増加したことによります。

棚卸資産は、同360億円減少いたしました。

これは、前年の在庫水準が高かったことで、ユニクロ事業を中心に在庫が減少したことによります。

内訳としては、国内ユニクロ事業は、154億円減少しております。ただし、春夏商品の在庫はやや高い水準にあり、シーズン末に向けて消化していく予定です。

海外ユニクロ事業は、174億円の減少となりました。

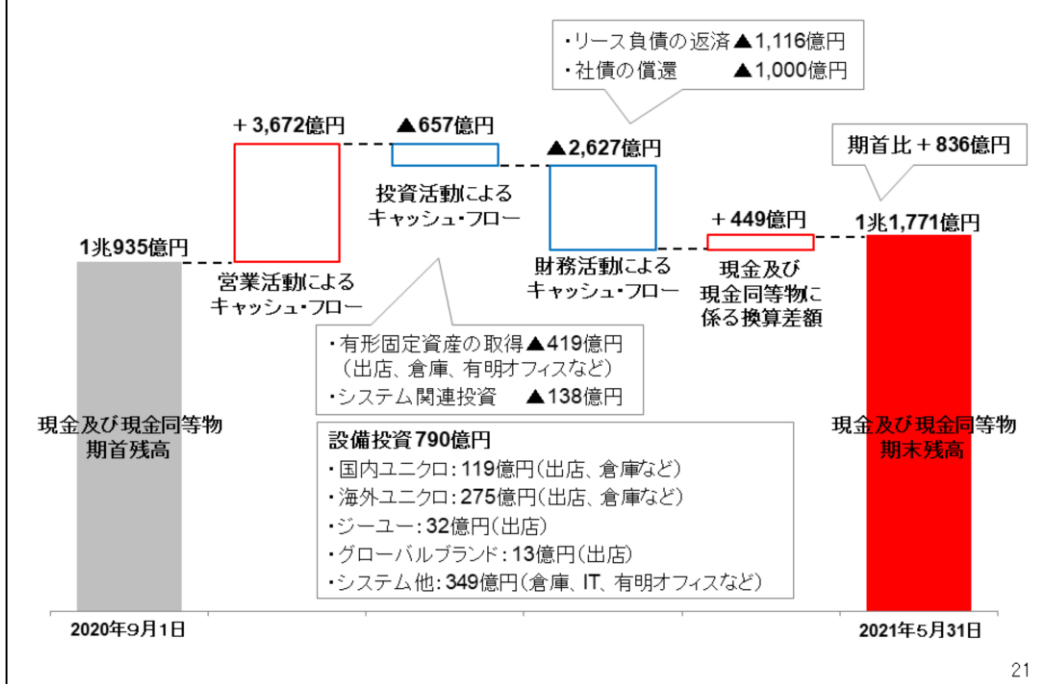
その他アジア・オセアニア地区、欧米は、前年の在庫水準が高かったため、在庫が減少したことに加えて、韓国は在庫コントロールを強化したことで大幅に減少いたしました。

一方で、グレーターチャイナは売上が計画を下回ったことで、在庫は若干増加いたしました。期末にかけて消化できる見込みで、問題のない水準です。その他アジア・オセアニア地区、欧米は、在庫水準は低下したものの、一部の在庫に過剰感があり、来期にかけて消化していける見込みです。

非流動資産は同600億円増加いたしました。

これは主に、グローバルで自動倉庫への投資が増えたことに加え、4月に有明本部4階に日本最大級の撮影スタジオやカスタマーセンターなどを新設したことで、有形固定資産が同291億円増加したことによります。

# 【連結】第3四半期(9ヶ月累計) キャッシュ・フロー



次に、2021年8月期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・フローは3,672億円の収入、  
投資活動によるキャッシュ・フローは657億円の支出、  
財務活動によるキャッシュ・フローは2,627億円の支出となりました。

これらの結果、現金及び現金同等物の期末残高は期首に比べ、836億円増加し、  
1兆1,771億円となっております。

## 減額修正

営業利益は2,450億円、64.0%増益を見込む

売上収益 : 2兆1,500億円 前期比 +7.0%  
 事業利益 : 2,550億円 前期比 +50.0%  
 営業利益 : 2,450億円 前期比 +64.0%

単位: 億円

	2019年8月期	2020年8月期	2021年8月期		2021年8月期		2021年8月期
	通期実績	通期実績	直近予想 (4/8時点)	前期比	通期予想 (7/15時点)	前期比	3Q9ヶ月 実績
売上収益 (売上比)	22,905 100.0%	20,088 100.0%	22,100 100.0%	+10.0%	21,500 100.0%	+7.0%	16,980 100.0%
事業利益 (売上比)	2,651 11.6%	1,700 8.5%	2,750 12.4%	+61.7% +39p	2,550 11.9%	+50.0% +3.4p	2,431 14.3%
その他収益・費用	▲75	▲206	▲200	-	▲100	-	▲152
営業利益 (売上比)	2,576 11.2%	1,493 7.4%	2,550 11.5%	+70.7% +4.1p	2,450 11.4%	+64.0% +4.0p	2,278 13.4%
金融収益・費用	▲51	35	0	-	177	-	177
税引前利益 (売上比)	2,524 11.0%	1,528 7.6%	2,550 11.5%	+66.8% +3.9p	2,627 12.2%	+71.8% +4.6p	2,456 14.5%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,625 7.1%	903 4.5%	1,650 7.5%	+82.6% +3.0p	1,650 7.7%	+82.6% +3.2p	1,513 8.9%

22

次に、2021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2兆1,500億円、前期比7.0%増、  
 営業利益は2,450億円、同64.0%増、  
 親会社の所有者に帰属する当期利益は1,650億円、同82.6%増を見込んでおります。

第3四半期3ヶ月間の業績が計画を大幅に下回ったことに加え、  
 足元の業績を反映し、売上収益で600億円、営業利益で100億円、  
 減額修正いたしました。

その他収益・費用については、通期で100億円のマイナスを見込んでおります。  
 これは、第3四半期9ヶ月累計で、減損損失や為替差益など、  
 ネットで152億円のマイナスを計上しておりますが、  
 第4四半期3ヶ月間は、J Brand法人を清算することを決定したことに伴い、  
 買収時の為替レートに対し、買収以降、為替レートが円安に進んでいることから、  
 為替変動による清算益の計上を見込んでいるためです。

なお、J Brandのブランドは、引き続きファーストリテイリンググループで所有し、  
 グループブランドを通して、商品を提供していく予定です。

金融収益・費用については、足元の為替レートが円安傾向にあるため、  
 5月末の為替レート 1ドル109.8円を2021年8月末の為替レートと  
 想定し、177億円のプラスを見込んでおります。

### 海外ユニクロ事業:通期は増収、大幅な増益の見込み

- ・3Q3ヶ月間の営業利益はほぼ計画通り、4Q3ヶ月間は、足元での新型コロナの感染拡大の影響を踏まえ、売上、営業利益ともに若干減額修正
- 【グレーターチャイナ】通期は大幅な増収増益、2年前に対しても、大きく上回る予想
- ・足元では、台湾の業績が新型コロナの影響を受け、大きく悪化しているため、グレーターチャイナの4Q3ヶ月間は、減益となる見込み
- 【韓国】通期は若干の減収も、黒字に転じる見込み
- ・在庫水準の適正化や、不採算店舗の閉店などにより、営業利益は前年の赤字から、黒字に転じる見込み

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、通期では増収、大幅な増益となる見込みです。第3四半期3ヶ月間の営業利益は、ほぼ計画通りとなりましたが、第4四半期3ヶ月間は、足元での新型コロナの感染拡大の影響を踏まえ、売上、営業利益ともに若干減額修正いたしました。

地域別では、グレーターチャイナは、通期は大幅な増収増益、2年前に対しても、大きく上回る水準を達成できる予想です。ただし、足元では、台湾の業績が新型コロナの影響を受け、大きく悪化しているため、グレーターチャイナの第4四半期3ヶ月間は、減益となる見込みです。

韓国は、通期では、若干の減収となるものの、在庫水準の適正化や、不採算店舗の閉店などにより、営業利益は前年の赤字から、黒字に転換する見込みです。

**【その他アジア・オセアニア地区】通期は増収増益となる見込み**

- ・足元では、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受け、東南アジアのほぼすべての国で、売上がスローダウン、4Q3ヶ月間は減収減益となる見込み

**【北米】通期は減収も、事業利益の赤字幅は半減**

- ・営業利益は、減損損失を計上しているため、赤字となるが、赤字幅は大幅に縮小の見込み
- ・新型コロナウイルスの感染状況が改善してきたことで、3Qから業績が大きく回復  
6月の足元も計画を上回る販売となっていることから、4Q3ヶ月間は大幅な増収、事業利益はブレークイーブンの水準まで回復できる見込み

**【欧州】通期は増収、営業利益は前年の赤字から黒字化する見込み**

- ・5月下旬から、業績が大きく回復、足元でも、好調な販売を維持しているため、4Q3ヶ月間は大幅な増収、黒字化できる見込み

次に、その他アジア・オセアニア地区ですが、通期は増収増益となる見込みです。足元では、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受け、東南アジアのほぼすべての国で、売上がスローダウンしているため、第4四半期3ヶ月間は減収減益となる見込みです。

北米は、通期では、減収となるものの、事業利益の赤字幅は半減する見込みです。営業利益は、減損損失を計上していることから、赤字とはなりますが、赤字幅は大幅に縮小する見込みです。

北米は、新型コロナウイルスの感染状況が改善してきたことで、第3四半期から業績が大きく回復しております。6月の足元も計画を上回る販売となっていることから、第4四半期3ヶ月間は大幅な増収、事業利益はブレークイーブンの水準まで回復できる見込みです。

欧州は、通期は増収、営業利益は前年の赤字から黒字化する見込みです。5月下旬から、業績が大きく回復し、足元でも、好調な販売を維持しているため、第4四半期3ヶ月間は大幅な増収、黒字化できる見込みです。



### 国内ユニクロ事業：通期は増収、大幅な増益の見込み

- ・3Q3ヶ月間の業績の下振れを反映し、通期の業績予想は、減額修正
- ・4Q3ヶ月間は、大幅な減収減益となる見込み
  - ✓ 前年は緊急事態宣言の解除後に反動需要があったことや、エアリズムマスクのヒットにより業績のハードルが高い
  - ✓ 利益面では、値引き販売の強化により、粗利益率は低下を見込むが、物流費、広告宣伝費を中心に経費コントロールを強化することで、販管費比率は改善できる見込み

### ジーユー事業：通期は増収、営業利益は前年並みの予想

- ・3Q3ヶ月の業績が計画を大幅に下振れしたことに加え、4Q3ヶ月間は在庫処分の強化により、粗利益率が悪化することを見込んでいるため、通期の業績予想は減額修正

次に、国内ユニクロ事業は、通期は、増収、大幅な増益となる見込みです。第3四半期3ヶ月間の業績が下振れしたことを反映し、通期の業績予想は減額修正しております。

第4四半期3ヶ月間は、大幅な減収減益となる見込みです。これは、前年は緊急事態宣言の解除後に反動需要があったことや、エアリズムマスクのヒットにより業績のハードルが高いためです。

利益面では、値引き販売の強化により、粗利益率は低下を見込んでおりますが、物流費、広告宣伝費を中心に経費コントロールを強化することで、販管費比率は改善できる見込みです。

ジーユー事業は、通期は増収、営業利益は前年並みとなる予想です。第3四半期3ヶ月間の業績が計画を大幅に下振れしたことに加え、第4四半期3ヶ月間は在庫処分の強化により、粗利益率が悪化することを見込んでいるため、通期の業績予想は減額修正しております。

## グローバルブランド事業:通期の赤字幅は縮小の見込み

【セオリー事業】通期は増収、黒字に転じる予想

【コントワー・デ・コトニエ事業】通期の営業利益の赤字幅は拡大する予想

- ・4Q3ヶ月間は赤字幅が縮小する見込みも、上期の業績の悪化幅が大きかったこと、減損損失を計上したことで、通期の営業利益の赤字幅は拡大する予想
- ・事業構造改革の一環として、店舗網の見直しを加速。今期は不採算店舗を中心に通期で約90店舗を閉店する見込み。これに加え、商品構成の抜本的な見直し、マーケティングの強化、販売計画の精緻化などを行い、早期に収益性の改善をめざす

■セグメント別 通期の事業利益のトレンド(イメージ)



次に、グローバルブランド事業は、通期は若干の増収、赤字幅は縮小する見込みです。

事業別では、セオリー事業は、通期は増収、営業利益は黒字に転じる予想です。

コントワー・デ・コトニエ事業は、第4四半期3ヶ月間は赤字幅が縮小する見込みですが、上期の業績の悪化幅が大きかったこと、減損損失を計上したことで、通期の営業利益の赤字幅は拡大する予想です。

コントワー・デ・コトニエ事業は、事業構造改革の一環として、店舗網の見直しを加速させていく予定です。今期は不採算店舗を中心に通期で約90店舗を閉店する見込みとなっております。これに加え、商品構成の抜本的な見直し、マーケティングの強化、販売計画の精緻化などを行い、早期に収益性の改善をめざします。

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円と、直近の予想から変更してありません。

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。

# ＜参考資料＞ 連結対象会社別出退店実績と予想

【単位：店舗】	20年8月期				2021年8月期(2020/9～2021/5)実績				2021年8月期(2020/9～2021/8)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>2,252</b>	<b>142</b>	<b>84</b>	<b>+58</b>	<b>2,310</b>	<b>173</b>	<b>108</b>	<b>+65</b>	<b>2,317</b>				<b>2,317</b>
<b>国内ユニクロ事業※</b>	<b>813</b>	<b>33</b>	<b>35</b>	<b>▲2</b>	<b>811</b>	<b>36</b>	<b>37</b>	<b>▲1</b>	<b>812</b>				<b>812</b>
直営店	767	30	22	+8	775	-	-	-	-				-
FO	46	3	13	▲10	36	-	-	-	-				-
<b>海外ユニクロ事業</b>	<b>1,439</b>	<b>109</b>	<b>49</b>	<b>+60</b>	<b>1,499</b>	<b>137</b>	<b>71</b>	<b>+66</b>	<b>1,505</b>				<b>1,505</b>
中国大陸	767	63	12	+51	818		-	-	-				-
香港	31	1	1	0	31	89	-	-	-				-
台湾	68	3	1	+2	70		-	-	-				-
韓国	163	2	24	▲22	141	2	-	-	-				-
シンガポール	25	3	2	+1	26		-	-	-				-
マレーシア	50	3	3	0	50		-	-	-				-
タイ	51	3	1	+2	53		-	-	-				-
フィリピン	60	4	1	+3	63	35	-	-	-				-
インドネシア	32	8	0	+8	40		-	-	-				-
オーストラリア	23	2	0	+2	25		-	-	-				-
ベトナム	4	4	0	+4	8		-	-	-				-
インド	3	3	0	+3	6		-	-	-				-
米国	50	1	4	▲3	47	3	-	-	-				-
カナダ	12	2	0	+2	14		-	-	-				-
英国	15	0	0	0	15		-	-	-				-
フランス	22	1	0	+1	23		-	-	-				-
ロシア	42	2	0	+2	44		-	-	-				-
ドイツ	9	1	0	+1	10		-	-	-				-
ベルギー	3	0	0	0	3	8	-	-	-				-
スペイン	4	1	0	+1	5		-	-	-				-
スウェーデン	2	1	0	+1	3		-	-	-				-
オランダ	1	1	0	+1	2		-	-	-				-
デンマーク	1	0	0	0	1		-	-	-				-
イタリア	1	0	0	0	1		-	-	-				-
<b>ジーユー事業</b>	<b>436</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>+6</b>	<b>442</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>+3</b>	<b>439</b>				<b>439</b>
<b>グローバルブランド事業合計</b>	<b>942</b>	<b>27</b>	<b>75</b>	<b>▲48</b>	<b>894</b>	<b>35</b>	<b>190</b>	<b>▲155</b>	<b>787</b>				<b>787</b>
セオリー事業※	460	12	30	▲18	442	-	-	-	-				-
プラスチ事業※	102	8	11	▲3	99	-	-	-	-				-
コントワー・デ・コトエ事業※	260	4	26	▲22	238	-	-	-	-				-
プリンセス・タム・タム事業※	119	3	7	▲4	115	-	-	-	-				-
J Brand 事業	1	0	1	▲1	0	-	-	-	-				-
<b>総合計</b>	<b>3,630</b>	<b>190</b>	<b>174</b>	<b>+16</b>	<b>3,646</b>	<b>229</b>	<b>316</b>	<b>▲87</b>	<b>3,543</b>				<b>3,543</b>

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

## ＜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
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
2021年8月期 第3四半期(9ヶ月平均)実績	106.0	126.7	142.9	16.1	9.4
2020年8月期 通期(12ヶ月平均)実績	108.0	120.1	136.7	15.3	9.0
2021年8月期 通期(12ヶ月平均)予想	106.0	122.0	136.0	15.3	9.0

### バランスシート適用 為替レート

単位:円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
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
2021年8月期 第3四半期末為替レート 実績	109.8	133.8	155.7	17.2	9.8
2020年8月期 期末為替レート 実績	105.4	125.5	140.7	15.4	8.9
2021年8月期 期末為替レート 予想	109.8	133.8	155.7	17.2	9.8

## 設備投資・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	
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
2021年8月期 第3四半期実績(9ヶ月累計)	119	275	32	13	349	790	1,325
2020年8月期 通期実績(12ヶ月累計)	178	235	85	24	304	827	1,778
2021年8月期 通期予想(12ヶ月累計)	141	400	34	22	365	964	1,843