

2022年8月期 第1四半期業績 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、2022年8月期第1四半期の業績、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1四半期決算概要	P 3 ~ P 20
II . 2022年8月期 通期業績予想	P 21 ~ P 23
III . ご参考資料	P 24 ~ P 26

【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】2022年8月期 第1四半期実績

増収増益、計画を大幅に上回る。
 その他アジア・オセアニア、欧米が好調、収益の柱が多様化

単位: 億円

	2021年8月期	2022年8月期	
	第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	6,197 100.0%	6,273 100.0%	+1.2% -
売上総利益 (売上比)	3,248 52.4%	3,386 54.0%	+4.3% +1.6p
販管費 (売上比)	2,132 34.4%	2,224 35.5%	+4.3% +1.1p
事業利益 (売上比)	1,115 18.0%	1,161 18.5%	+4.1% +0.5p
その他収益・費用 (売上比)	15 0.2%	32 0.5%	+112.9% +0.3p
営業利益 (売上比)	1,130 18.2%	1,194 19.0%	+5.6% +0.8p
金融収益・費用 (売上比)	▲59 -	148 2.4%	- -
税引前四半期利益 (売上比)	1,071 17.3%	1,342 21.4%	+25.2% +4.1p
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	703 11.4%	935 14.9%	+33.0% +3.5p

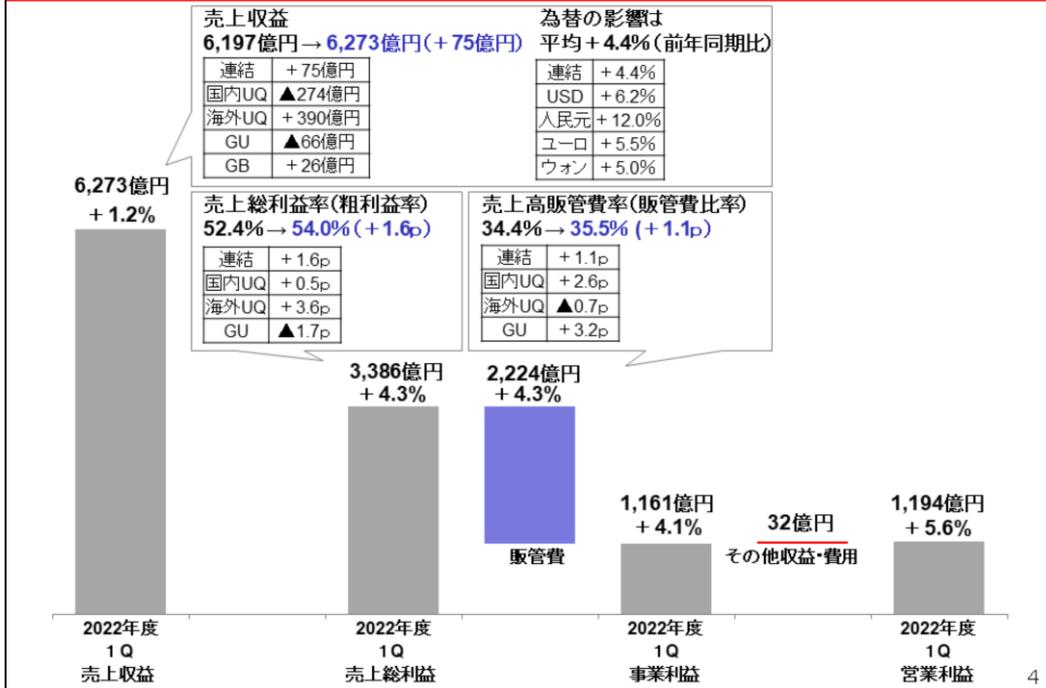
3

2022年8月期第1四半期の連結業績ですが、売上収益は6,273億円、前年同期比1.2%増、事業そのものの利益を示す事業利益は1,161億円、同4.1%増、営業利益は1,194億円、同5.6%増と、計画を大幅に上回る結果となりました。

特に、その他アジア・オセアニア地区、北米、欧州のユニクロ事業は大幅な増収増益と、好調でした。北米、欧州では、ブランディング活動を強化し、顧客層が広がっていることに加え、値引き販売の抑制、経費コントロールを強化したことで、利益体質が大幅に改善いたしました。

国内、グレーターチャイナのユニクロ事業、ジーユー事業は、減収減益となりましたが、グローバルで収益の柱が多様化したことで、連結ベースでは、計画を大幅に上回り、増収増益となりました。

【連結】第1四半期 営業利益



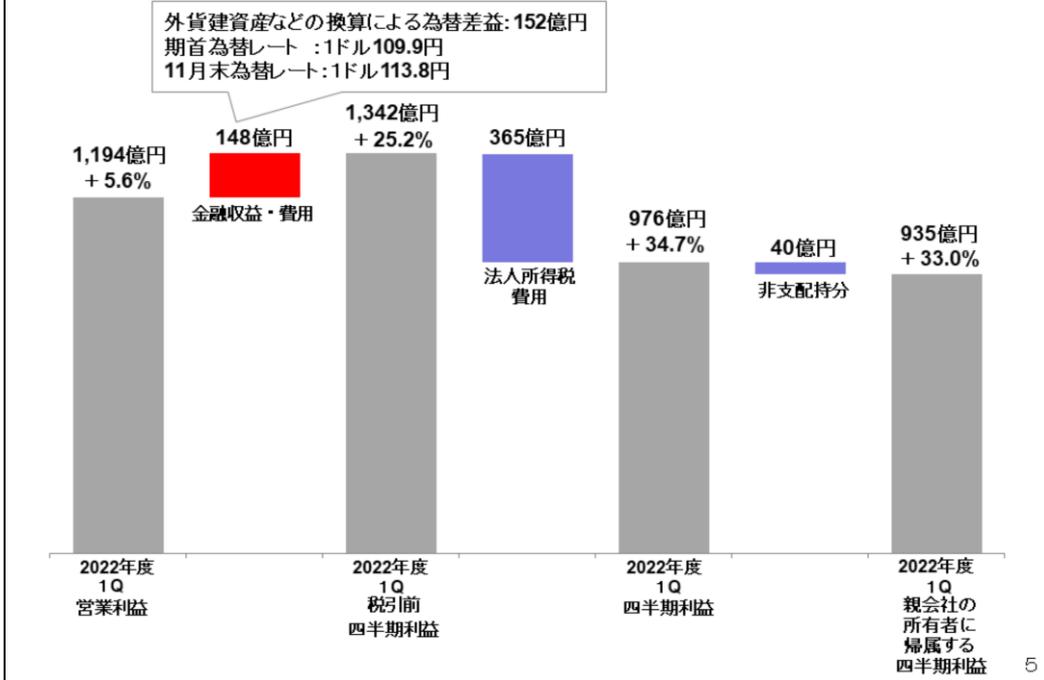
まず、連結の損益計算書ですが、
 売上収益は6,273億円、前年同期比75億円の増収となりました。
 これは、海外ユニクロ事業が390億円、
 グローバルブランド事業が26億円の増収となりました。
 国内ユニクロ事業は274億円、ジーユー事業は66億円の減収となりました。

売上総利益率は54.0%と、同1.6ポイント改善いたしました。
 これは主に、海外ユニクロ事業、国内ユニクロ事業で粗利益率が
 改善したことによります。

売上高販管費率は35.5%と、同1.1ポイント上昇いたしました。
 これは主に、国内ユニクロ事業、ジーユー事業で販管費比率が上昇したことによります。

その他収益・費用の合計は、32億円のプラスとなりました。

これらの結果、営業利益は1,194億円、同5.6%の増益となりました。



次に、金融収益・費用ですが、ネットで148億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152億円計上したことによります。

この結果、税引前四半期利益は1,342億円、前年同期比25.2%増、親会社の所有者に帰属する四半期利益は935億円、同33.0%増となりました。

【セグメント別】第1四半期実績

単位:億円

		2021年8月期	2022年8月期	
		第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	2,538	2,264	▲10.8%
	事業利益	589	480	▲18.6%
	(売上比)	23.2%	21.2%	▲2.0p
	その他収益・費用	11	7	▲29.3%
	営業利益	600	487	▲18.8%
	(売上比)	23.7%	21.5%	▲2.2p
海外ユニクロ事業	売上収益	2,606	2,997	+15.0%
	事業利益	413	607	+46.7%
	(売上比)	15.9%	20.3%	+4.4p
	その他収益・費用	0	▲7	-
	営業利益	414	599	+44.6%
	(売上比)	15.9%	20.0%	+4.1p
ジーユー事業	売上収益	765	698	▲8.7%
	事業利益	134	88	▲34.1%
	(売上比)	17.6%	12.7%	▲4.9p
	その他収益・費用	1	0	▲78.6%
	営業利益	136	89	▲34.5%
	(売上比)	17.8%	12.8%	▲5.0p
グローバルブランド事業	売上収益	280	307	+9.5%
	事業利益	▲3	14	-
	(売上比)	-	4.6%	-
	その他収益・費用	1	11	+657.0%
	営業利益	▲2	25	-
	(売上比)	-	8.3%	-

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)

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。

大幅な減収減益も、計画を上回る水準を達成

- ・前年同期は、在宅需要やエアリズムマスクの販売が盛り上がったことで業績のハードルが高かったため、1Qは減収減益
- ・計画に対しては、上回る水準

単位:億円

	2021年8月期	2022年8月期	
	第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	2,538 100.0%	2,264 100.0%	▲10.8%
売上総利益 (売上比)	1,365 53.8%	1,228 54.3%	▲10.0% +0.5p
販管費 (売上比)	775 30.5%	748 33.1%	▲3.4% +2.6p
事業利益 (売上比)	589 23.2%	480 21.2%	▲18.6% ▲2.0p
その他収益・費用 (売上比)	11 0.4%	7 0.3%	▲29.3% ▲0.1p
営業利益 (売上比)	600 23.7%	487 21.5%	▲18.8% ▲2.2p

7

まず、国内ユニクロ事業の第1四半期の業績について、ご説明いたします。

第1四半期の売上収益は2,264億円、前年同期比10.8%減、
営業利益は487億円、同18.8%減となりました。

前年同期は、在宅需要やエアリズムマスクの販売が盛り上がったことで
業績のハードルが高かったため、この第1四半期は減収減益となりましたが、
計画に対しては、上回る結果となりました。

【国内ユニクロ事業】売上収益の状況

1Q(9月～11月)既存店売上高 ▲7.7%

- ・既存店売上高は7.7%の減収も、主に10月、11月の販売が計画を上回ったため計画に対しては上回る水準
- ・9月から10月の中旬にかけて気温が高い日が続いたため、秋冬商品の販売に苦戦したが、10月中旬から気温が大幅に低下したことで防寒衣料の販売が好調。11月に実施したユニクロ感謝祭の販売も好調に推移
- ・Eコマース売上高は366億円、前年同期比0.2%減。これは前年同期が大幅増収と急拡大したことによるもので、2年前比では約5割増、売上構成比は16.2%へ高まる

既存店 前年同期比	2022年8月期				
	9月	10月	11月	1Q	12月
売上高	▲19.1%	▲4.8%	▲4.6%	▲7.7%	▲11.1%
客数	▲19.0%	▲4.5%	+0.9%	▲6.0%	▲5.2%
客単価	▲0.1%	▲0.3%	▲5.5%	▲1.8%	▲6.3%

既存店売上高は、前年同期比7.7%の減収となりましたが、主に、10月、11月の販売が計画を上回ったことから、計画に対しては、上回る水準となりました。

9月から10月の中旬にかけて気温が高い日が続いたため、秋冬商品の販売に苦戦いたしました。10月中旬から気温が大幅に低下したことで、アウターやインナーなどの防寒衣料の販売が好調でした。11月は、後半に実施したユニクロ感謝祭の販売が好調に推移いたしました。

Eコマース売上高は366億円、前年同期比0.2%減となりました。これは、前年同期が大幅増収と急拡大したことによります。2年前比では約5割増、売上構成比は16.2%へ高まっております。

粗利益率は54.3%、前年同期比0.5ポイント改善 計画を上回る

- ・集客のための過度な値引き販売を抑制したことによる値引率の改善、欧米をはじめ海外ユニクロ事業の売上の急回復に伴い、ロイヤリティ収入が増加したことによる
- ・原価率については、足元の素材高や輸送費の高騰の影響を受け、悪化傾向。当1Qも影響は受けたが、悪化幅は若干にとどまる

販管費比率は33.1%、前年同期比2.6ポイント上昇 金額ベースではほぼ計画通り

- ・金額ベースではほぼ計画通り
- ・売上が減収となったことに加え、中長期を見据え、ブランディング強化のための広告宣伝費が増加。また、物流倉庫の自動化投資を進めていることにより、一時的に物流費が増加
- ・店舗での生産性改善により必要人時を抑制できており、店舗人件費は金額ベースでは減少

国内ユニクロ事業の第1四半期の粗利益率は、54.3%と、前年同期比0.5ポイント改善し、計画を上回る水準となりました。

粗利益率が改善した主な要因は、集客のための過度な値引き販売を抑制したことによる値引率の改善に加え、欧米をはじめ海外ユニクロ事業の売上の急回復に伴い、ロイヤリティ収入が増加したことによります。

なお、原価率については、足元の素材高や輸送費の高騰の影響を受け、悪化傾向にあります。この第1四半期も影響は受けましたが、悪化幅は若干にとどまっております。

販管費比率は33.1%と、同2.6ポイント上昇いたしました。これは金額ベースでは、ほぼ計画通りの水準でした。

比率が上昇した理由としては、主に売上が減収となったことに加え、中長期を見据え、ブランディング強化のための広告宣伝費が増加したことによります。また、物流倉庫の自動化投資を進めていることにより、一時的に物流費が増加しております。

なお、店舗での生産性改善により必要人時を抑制できており、店舗人件費は金額ベースでは減少しております。

大幅な増収増益。計画を大幅に上回る

- ・その他アジア・オセアニア地区、北米、欧州は販売が好調で、いずれも大幅な増収増益
- ・グレーターチャイナは若干の減収、大幅な減益
- ・収益の柱が多様化し、海外ユニクロ全体では1Qは過去最高の業績を達成

単位:億円

	2021年8月期	2022年8月期	
	第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	2,606 100.0%	2,997 100.0%	+15.0% -
売上総利益 (売上比)	1,394 53.5%	1,712 57.1%	+22.8% +3.6p
販管費 (売上比)	980 37.6%	1,105 36.9%	+12.7% ▲0.7p
事業利益 (売上比)	413 15.9%	607 20.3%	+46.7% +4.4p
その他収益・費用 (売上比)	0 0.0%	▲7 -	- -
営業利益 (売上比)	414 15.9%	599 20.0%	+44.6% +4.1p

10

次に、海外ユニクロ事業について、ご説明いたします。

第1四半期の売上収益は2,997億円、前年同期比15.0%増、営業利益は599億円、同44.6%増と、大幅な増収増益となりました。これは、計画を大幅に上回る水準です。

地域別では、その他アジア・オセアニア地区、北米、欧州は販売が好調で、いずれも大幅な増収増益となりました。

グレーターチャイナは若干の減収、大幅な減益となっております。

収益の柱が多様化したことで、海外ユニクロ事業全体では第1四半期は過去最高の業績を達成いたしました。

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 若干の減収、大幅な減益。ほぼ計画通り

【中国大陸市場】減収、大幅な減益

- ・新型コロナウイルスに伴う厳しい規制が継続的に実施されたことで、アパレルへの購買意欲が低下した影響に加え、前年の売上が好調でハードルが高かったことによる
- ・10月中旬に一時的な気温の低下はあったが、1Qでは気温が高く推移したことで、冬物商品の販売も苦戦
- ・Eコマース売上高も減収
- ・販管費比率は上昇するも、これは、売上が減収となったことに加え、ブランディングの強化、より競争力のある給与水準への見直し、IT投資などを進め、中長期的な事業成長に向けて、投資を継続しているため
- ・お客様の購買意欲が低い中で、大型のセール期に売上が集中する傾向にあるが、ユニクロは値引き販売を抑制し、商品価値を伝える方針を継続、W11においても、過度な値引き販売に頼らない商売を行い、アパレルの中で8年連続で総合1位を達成
- ・主要雑誌「YiMagazine」が優れたブランドを選ぶ「トップブランドリスト」において、10年連続で「トップブランド」に選出

グレーターチャイナは、若干の減収、大幅な減益となりました。
これは、期初に見込んでいた通り、中国大陸の業績が前年を下回ったことによるもので、ほぼ計画通りの水準です。

中国大陸は、減収、大幅な減益となりました。
これは、新型コロナウイルス感染症(以下、新型コロナ)に伴う厳しい規制が継続的に実施されたことで、アパレルへの購買意欲が低下した影響に加え、前年の売上が好調でハードルが高かったことによります。
また、10月中旬に一時的な気温の低下はありましたが、第1四半期全体では気温が高く推移したことから、冬物商品の販売も苦戦しました。
Eコマース売上高も減収となりました。

販管費比率は上昇いたしました。これは、売上が減収となったことに加え、ブランディングの強化、より競争力のある給与水準への見直し、IT投資などを進め、中長期的な事業成長に向けて、投資を継続しているためです。

中国大陸は、お客様の購買意欲が低い中で、大型のセール期に売上が集中する傾向にありますが、ユニクロは中でも、値引き販売を抑制し、商品価値を伝える方針を継続しております。
W11においても、過度な値引き販売に頼らない商売を行い、アパレルの中でも8年連続で総合1位を達成しました。
また、主要雑誌の「YiMagazine」が優れたブランドを選ぶ「トップブランドリスト」において、10年連続で「トップブランド」に選ばれております。

【海外ユニクロ事業】地域別(2)

【香港、台湾市場】大幅な増収増益。計画を上回る

- ・香港は、フリースやスウェットなどの秋冬商品のマーケティングを強化、アウトドアニーズを捉えたことで、気温が低下した10月中旬以降の販売が好調に推移
- ・台湾は、10月後半に気温が急低下したことや10月から始まった政府による消費刺激策により、ヒートテックやフリース、ウルトラライトダウンなどの冬物商品の販売が好調
- ・売上が好調だったことから、香港、台湾ともに、粗利益率、販管費比率が改善し、大幅な増益

韓国：増収増益、計画通りの業績

- ・増収となった要因は、気温が大幅に低下したことで、実需に応じた冬物商品の販売が好調だったことによる
- ・粗利益率は、値引き販売が減少したことで改善
- ・販管費比率は、1店舗当たりの売上が増収になったことで、改善

12

香港と台湾は、大幅な増収増益となりました。これは計画を上回る水準です。

香港は、フリースやスウェットなどの秋冬商品のマーケティングを強化し、アウトドアニーズを捉えたことで、気温が低下した10月中旬以降の販売が好調に推移いたしました。

台湾は、10月後半に気温が急低下したことや10月から始まった政府による消費刺激策により、ヒートテックやフリース、ウルトラライトダウンなどの冬物商品の販売が好調でした。売上が好調だったことから、香港、台湾ともに、粗利益率、販管費比率が改善したことで、大幅な増益となりました。

韓国は増収増益と、計画通りの業績となりました。

増収となった要因としては、気温が大幅に低下したことで、実需に応じた冬物商品の販売が好調だったことによります。粗利益率は、値引き販売が減少したことで改善いたしました。販管費比率は、1店舗当たりの売上が増収になったことで、改善いたしました。

その他アジア・オセアニア地区 大幅な増収増益、計画を大幅に上回る

- ・売上、利益ともに、新型コロナの影響がない2年前の水準まで回復
- ・外出規制や行動制限が段階的に緩和され、売上が回復
- ・値引き販売の抑制により粗利益率が改善、経費コントロールも強化し、販管費比率も改善
- ・シンガポール、マレーシア、フィリピン、インドネシア、インド、オーストラリアは増収増益
- ・特に好調だったマレーシアとインドネシアは、期初から外出規制が緩和されたことに加え、ドライEXやジョガーパンツなどアウトドアやスポーツの需要にマッチした商品やTシャツ、フランネルシャツ、ボトムスといったユニクロのコア商品がお客様から支持され、好調な販売
- ・タイは、10月まで店舗の時短営業が続いたことで若干の減収となるが、粗利益率が改善したことで増益、足元では前年を上回る水準まで売上が回復
- ・ベトナムは、10月中旬まで店舗の臨時休業が続いたことや外出自粛の影響で減収減益。感染者数が高止まりしていることから、引き続き厳しい状況が続く
- ・その他アジア・オセアニア地区全体のEコマース売上高は、約6割増収と引き続き好調
- ・この1QにインドネシアとベトナムでもEコマース販売を開始し、すべての地域でEコマースを展開

その他アジア・オセアニア地区は、大幅な増収増益となり、売上、利益ともに、新型コロナの影響がない2年前の水準まで回復いたしました。これは、計画に対しても大幅に上回っております。

前年は新型コロナの影響を大きく受けましたが、この第1四半期は外出規制や行動制限が段階的に緩和され、売上が回復いたしました。利益面では、主に値引き販売の抑制により粗利益率が改善いたしました。経費コントロールも強化したことで、販管費比率も改善しております。

地域別では、シンガポール、マレーシア、フィリピン、インドネシア、インド、オーストラリアは増収増益となりました。特に好調だったのは、マレーシアとインドネシアです。これは、期初から外出規制が緩和されたことに加え、ドライEXやジョガーパンツなどアウトドアやスポーツの需要にマッチした商品やTシャツ、フランネルシャツ、ボトムスといったユニクロのコア商品がお客様から支持され、好調な販売となったことによります。

タイは、10月まで店舗の時短営業が続いたことで若干の減収となりましたが、粗利益率が改善したことで増益となっております。足元では前年を上回る水準まで売上が回復しております。

ベトナムは、10月中旬まで店舗の臨時休業が続いたことや外出自粛の影響で減収減益となりました。感染者数が高止まりしていることから、引き続き厳しい状況が続いております。

その他アジア・オセアニア地区全体のEコマース売上高は、約6割増収と引き続き好調です。この第1四半期にインドネシアとベトナムでもEコマース販売を開始し、すべての地域でEコマースを展開いたしました。

北米：大幅な増収、黒字化。計画を大幅に上回る

【米国】大幅な増収、黒字へ転換

- ・前年は新型コロナによる店舗の臨時休業や行動規制により、大幅減収となったが、今年は店舗が通常通り営業できたことに加え、旅行需要が一部回復したことで、販売が好調に推移
- ・ブランディング強化のための情報発信やコア商品の商品特性、新商品のニュース発信など、きめ細かいマーケティングを継続し、売上は前年を大きく上回る
- ・特に、アウターやフリースなどのコア商品の販売が好調
- ・値引き販売を抑制したことで、粗利益率が大幅に改善し、営業利益は黒字

【カナダ】大幅な増収増益、ほぼ計画通りの水準

- ・シャツやボトムス、アウターを中心に販売が好調で、売上が回復

北米は、大幅な増収、黒字化いたしました。これは、計画を大幅に上回る水準です。

米国は大幅な増収、黒字へ転換いたしました。

前年は新型コロナによる店舗の臨時休業や行動規制により、大幅減収となりましたが、今年は店舗が通常通り営業できたことに加え、旅行需要が一部回復したことで、販売が好調に推移いたしました。

また、ブランディング強化のための情報発信やコア商品の商品特性、新商品のニュース発信など、きめ細かいマーケティングを継続したことで、売上は前年を大きく上回りました。

特に、アウターやフリースなどのコア商品の販売が好調でした。

また、値引き販売を抑制したことで、粗利益率が大幅に改善し、営業利益は黒字となりました。

欧州：大幅な増収増益、計画を大幅に上回る

- ・既存店売上高は、新型コロナの影響がない2年前の水準を上回る
- ・今年は経済活動の再開に伴い、お客様の購買意欲が高まったこと、気温が例年に比べて低く推移したことで商売環境が良好に転じる
- ・この1年間、コロナの環境下で、Eコマースのアプリ会員を増やしたことに加え、ブランド認知度を高めるための取り組みを強化したことで、ユニクロへのお客様の支持を高めることができ、新規のお客様も増加
- ・特にこの第1四半期は外出や国内旅行に伴う外着ニーズが高まる中、シームレスダウンなどのアウターやヒートテックインナーをしっかりと訴求することができ、大幅な増収
- ・粗利益率、販管費比率ともに改善したことで、営業利益は大幅な増益
 - ✓粗利益率：主に値引き販売の抑制により改善
 - ✓販管費比率：売上が好調だったことに加え、継続的な経費コントロールにより、改善

欧州は、大幅な増収増益、計画を大幅に上回る業績となりました。
既存店売上高は、新型コロナの影響がない2年前の水準を上回っております。

今年は経済活動の再開に伴い、お客様の購買意欲が高まったこと、
気温が例年に比べて低く推移したことで商売環境が良好に転じました。

また、この1年間、コロナの環境下で、Eコマースのアプリ会員を増やしたことに加え、
ブランド認知度を高めるための取り組みを強化したことで、
ユニクロへのお客様の支持を高めることができ、新規のお客様も増加いたしました。

特にこの第1四半期は外出や国内旅行に伴う外着ニーズが高まる中、
シームレスダウンなどのアウターやヒートテックインナーをしっかりと
訴求することができ、大幅な増収となりました。

粗利益率、販管費比率ともに改善したことで、営業利益は大幅な増益となりました。
粗利益率は、主に値引き販売の抑制により改善しております。
また販管費比率は、売上が好調だったことに加え、
継続的な経費コントロールにより、改善いたしました。

【ジーユー事業】第1四半期実績

減収、大幅な減益。ほぼ計画通り

- ・前年のハードルが高いこと、9月～10月上旬に気温が高く推移し、秋物商品の販売に苦戦、生産・物流の遅延で冬物商品の立ち上げが遅れたことにより、1Qの既存店売上高は減収
- ・粗利益率: ▲1.7p。立ち上がりが不振だった秋物商品の在庫処分を進め値引率が上昇、素材高・輸送費の高騰で原価率が若干上昇
- ・販管費比率: +3.2p。自動化倉庫の稼働による一時的な物流費増、ブランディングの強化
- ・Eコマース売上高は、増収、2年前比でも約4割の増収と好調。売上構成比は約13%

	2021年8月期	2022年8月期		単位: 億円
	第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比	
売上収益	765	698	▲8.7%	
(売上比)	100.0%	100.0%	-	
売上総利益	384	338	▲11.8%	
(売上比)	50.2%	48.5%	▲1.7p	
販管費	249	249	+0.3%	
(売上比)	32.6%	35.8%	+3.2p	
事業利益	134	88	▲34.1%	
(売上比)	17.6%	12.7%	▲4.9p	
その他収益・費用	1	0	▲78.6%	
(売上比)	0.2%	0.0%	▲0.2p	
営業利益	136	89	▲34.5%	
(売上比)	17.8%	12.8%	▲5.0p	

16

次に、ジーユー事業ですが、売上収益は698億円、前年同期比8.7%減、営業利益は89億円、同34.5%減と、減収、大幅な減益となりました。これは、ほぼ計画通りの水準です。

前年同期の業績のハードルが高かったことに加え、9月から10月上旬にかけて気温が高く推移し、秋物商品の販売に苦戦したこと、生産や物流の遅延の影響で、冬物商品の立ち上げが遅れたことにより、第1四半期の既存店売上高は減収となりました。

粗利益率は、同1.7ポイント低下いたしました。これは主に、立ち上がりが不振だった秋物商品の在庫処分を進めたことで値引率が上昇したことに加え、素材高や輸送費の高騰の影響を受け、原価率が若干上昇したためです。

販管費比率は、同3.2ポイント上昇いたしました。これは主に、Eコマースの拡大に向けて西日本に自動化倉庫を稼働したことにより一時的に物流費が増加したこと、ブランディングのためにマーケティングを強化したことによります。

なお、Eコマース売上高は、前年同期比で増収、2年前比でも約4割の増収と好調でした。売上構成比は約13%となっております。

増収、黒字に転換、ほぼ計画通り

【セオリー事業】大幅な増収増益

・米国事業は、通常通り店舗営業ができたことに加え、行動規制が緩和されたことで消費意欲が高まり黒字に転換。11月のブラックフライデー商戦を中心に好調な販売

【プラステ事業】減収減益

・緊急事態宣言の影響を受けたことや気温が高い日が続いたことで集客に苦戦

【コントワー・デ・コトニエ事業】大幅な増収、事業利益の赤字幅は縮小

・通常通り営業ができ、不採算店舗の閉店を中心とした事業構造改革により経費効率が改善

単位:億円

		2021年8月期		2022年8月期	
		第1四半期実績	第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比
グローバルブランド事業	売上収益	280	307	+9.5%	
	事業利益	▲3	14	-	
	(売上比)	-	4.6%	-	
	その他収益・費用	1	11	+657.0%	
	営業利益	▲2	25	-	
	(売上比)	-	8.3%	-	

17

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1四半期の売上収益は307億円、前年同期比9.5%増、
営業利益は25億円、前年の赤字から黒字に転換いたしました。
これは、ほぼ計画通りの水準です。

セオリー事業は、大幅な増収増益となりました。

これは主に、米国事業の業績が回復し、黒字に転換したことによります。
米国事業は、新型コロナによる規制がなく通常通りの店舗営業ができたことに加え、
行動規制が緩和されたことで消費意欲が高まり、
11月のブラックフライデー商戦を中心に好調な販売となっております。
また、お買い求めやすい価格帯の商品の販売も好調で、顧客層が広がっております。

プラステ事業は、減収減益となりました。

これは、9月に緊急事態宣言の影響を受けたことや、気温が高い日が続いたことで、
集客に苦戦したことによります。

コントワー・デ・コトニエ事業は、大幅な増収、事業利益の赤字幅は縮小いたしました。

これは、前年同期に新型コロナの影響で、フランスで店舗の臨時休業などがあり、
大幅な減収となった一方で、
この第1四半期は、通常通り営業ができたことに加え、
不採算店舗の閉店を中心とした事業構造改革を進めたことで、
経費効率が改善したことによります。

単位:億円

	2020年11月末	2021年8月末	2021年11月末	前年同期末比
資産合計	25,394	25,099	26,587	+1,192
流動資産	17,633	17,246	18,542	+908
非流動資産	7,760	7,853	8,044	+283
負債合計	15,004	13,476	13,938	▲1,065
資本合計	10,390	11,622	12,648	+2,258

18

次に、2021年11月末のバランスシートをご説明いたします。

資産合計は2兆6,587億円、前年同期末比1,192億円増加、
負債合計は1兆3,938億円、同1,065億円減少、
資本合計は1兆2,648億円、同2,258億円増加いたしました。

資産合計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。

【連結】B/Sのポイント(前年同期末比)

資産合計: +1,192億円(2兆5,394億円⇒2兆6,587億円)

・現金及び現金同等物: +495億円(1兆1,546億円⇒1兆2,041億円)

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: +9億円(4,041億円⇒4,051億円)

【国内UQ】▲148億円: 在庫コントロールの強化で秋冬商品を中心に減少したこと、在庫遅延の影響

【海外UQ】+139億円: 人民元に対し大幅な円安、中国大陸で円ベースの在庫金額増の影響が大きい。

その他の地域は、販売が好調、在庫遅延の影響を受けたことから、在庫が減少

【GU】+45億円: 販売不振が継続。夏物商品、秋物商品の在庫にやや過剰感。

2022年8月期下期にかけて、適正化していく予定

【グローバルブランド】▲20億円: J Brand事業を清算したことによる

・デリバティブ金融資産(短期・長期): +591億円(123億円⇒714億円)

保有する為替予約の平均レートと11月末の為替レートがともに円安になったものの、

その乖離幅が拡大したため、ヘッジ会計を適用していることから、損益への影響はなし

・有形固定資産: +311億円(1,435億円⇒1,747億円)

日本、中国大陸、オーストラリア、米国で自動倉庫への投資が増えたこと、

2021年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を新設したことによる

19

資産合計が前年同期末比1,192億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495億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9億円増加と、ほぼ前年並みとなりました。

国内ユニクロ事業は148億円減少いたしました。

これは、在庫コントロールを強化したことで、秋冬商品を中心に減少したことに加え、物流の混乱による在庫遅延の影響もあります。

海外ユニクロ事業は139億円増加いたしました。

これは主に、人民元に対し、為替が大幅な円安となったことから、

中国大陸で円ベースの在庫金額が増加した影響が大きいです。

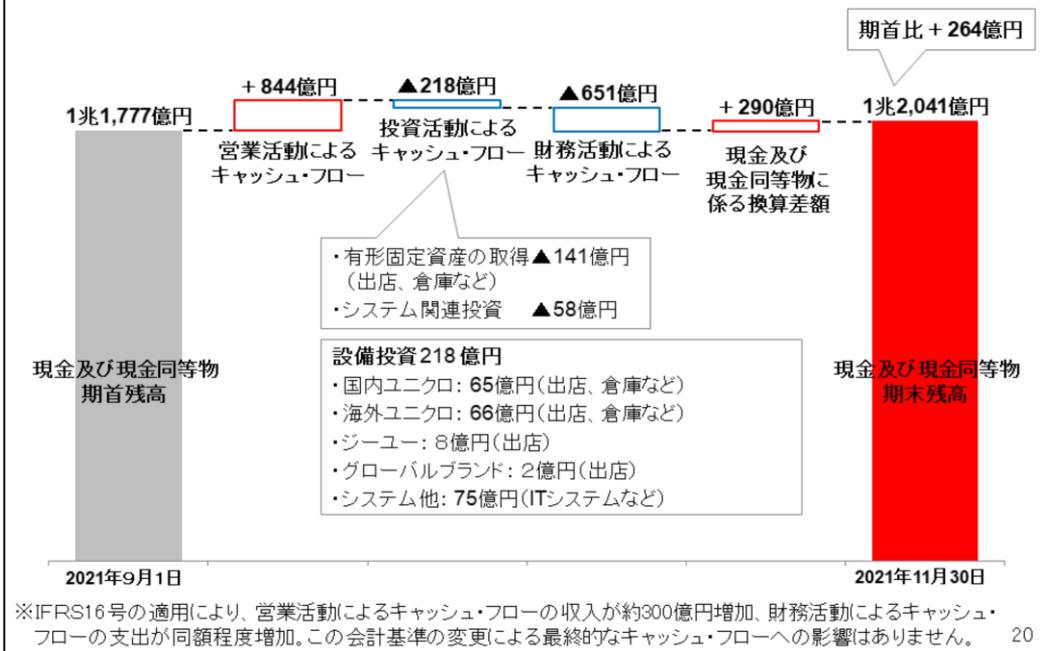
その他の地域は、販売が好調だったことに加え、在庫遅延の影響を受けたことから、在庫が減少しております。

ジーユー事業は45億円増加いたしました。

これは、販売不振が継続していることから、夏物商品、秋物商品の在庫にやや過剰感があるためです。

2022年8月期下期にかけて、在庫を適正化していく予定です。

【連結】第1四半期 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・フローは844億円の収入、
 投資活動によるキャッシュ・フローは218億円の支出、
 財務活動によるキャッシュ・フローは651億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、264億円増加し、
 1兆2,041億円となっております。

【連結】2022年8月期予想 通期業績

業績予想は期初計画通り、増収増益を見込む

売上収益 : 2兆2,000億円 前期比 +3.1%
 事業利益 : 2,800億円 前期比 +9.6%
 営業利益 : 2,700億円 前期比 +8.4%

単位: 億円

	2021年8月期	2022年8月期		2022年8月期 1Q3ヶ月 実績
	通期実績	通期予想 (1/13時点)	前期比	
売上収益 (売上比)	21,329 100.0%	22,000 100.0%	+3.1%	6,273 100.0%
事業利益 (売上比)	2,555 12.0%	2,800 12.7%	+9.6% +0.7p	1,161 18.5%
その他収益・費用	▲65	▲100	-	32
営業利益 (売上比)	2,490 11.7%	2,700 12.3%	+8.4% +0.6p	1,194 19.0%
金融収益・費用	168	0	-	148
税引前利益 (売上比)	2,658 12.5%	2,700 12.3%	+1.6% ▲0.2p	1,342 21.4%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,698 8.0%	1,750 8.0%	+3.0%	935 14.9%

21

次に、2022年8月期の通期業績予想について、ご説明いたします。

通期の業績予想は、期初予想から変更しておらず、増収増益を見込んでおります。

第1四半期は、売上収益、営業利益ともに、計画を大きく上回る結果となり、年末年始を終えた現時点でも、順調な進捗となっております。

新型コロナのオミクロン株の感染がグローバルで拡大しており、今後の状況を見通すことは難しいですが、現時点では、通期の業績予想は達成できると考えております。

なお、金融収益・費用の前提としている為替レート1ドル109.9円に対して、現在は円安傾向にありますが、為替動向が不透明なため、通期の業績予想における為替レートも、期初予想から変更しておりません。

海外ユニクロ事業：上期は大幅な増収増益

- ・12月は、中国大陸は、新型コロナによる厳しい行動規制が継続、アパレル消費が低迷していることから、業績が計画を下回る
 - ・その他アジア・オセアニア地区、北米、欧州を中心に計画を上回る好調な販売
 - ・上期では、計画を上回り、大幅な増収増益を達成できる見込み
- 【グレーターチャイナ】上期は減収、大幅な減益、計画を下回る見込み
- 【韓国】計画通り、上期は増収増益を見込む
- 【その他アジア・オセアニア地区】上期は大幅な増収増益、新型コロナの影響がない2年前の水準まで回復する見込み
- 【北米】上期は大幅な増収、営業利益は黒字化の見込み
- 【欧州】上期は、大幅な増収増益を見込む

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。

海外ユニクロ事業は、第1四半期は計画を大きく上回る結果となりました。

12月は、中国大陸は、新型コロナによる厳しい行動規制が続いており、アパレル消費が低迷していることから、業績が計画を下回りました。ただし、その他アジア・オセアニア地区、北米、欧州を中心に計画を上回る好調な販売となっていることから、上期では、計画を上回り、大幅な増収増益を達成できる見込みです。

地域別では、グレーターチャイナは、上期は減収、大幅な減益、計画を下回る見込みです。
韓国は、計画通り、上期は増収増益を見込んでおります。
その他アジア・オセアニア地区は、上期は大幅な増収増益、新型コロナの影響がない2年前の水準まで回復する見込みです。
北米は、上期は大幅な増収、営業利益は黒字化、
欧州は上期は、大幅な増収増益を見込んでいます。

国内ユニクロ事業：上期は減収、大幅な減益

- ・1Qは計画を上回る結果。12月の既存店売上高は11.1%減と、ほぼ計画通り
- ・遅延した一部の商品が、2Qに本来のタイミングより遅れて入庫、シーズン末にかけて、在庫処分のための値引き販売を強化。2Q3ヶ月間の粗利益率は期初計画より低下の見込み
- ・上期全体では、減収、大幅な減益、計画をやや上回る水準を達成できる見込み

ジーユー事業：上期は減収、大幅な減益

- ・1Q、12月ともに、ほぼ計画通りの業績
- ・上期は、前年の販売が好調でハードルが高いため、減収、大幅な減益となる見込み

グローバルブランド事業：上期は大幅な増収、黒字化

- ・1Qは計画通りの進捗、上期は期初予想通り、大幅な増収、黒字化する見込み
- ・セオリー事業は、上期は大幅な増収増益
- ・コントワー・デ・コトニエ事業は、大幅な増収、赤字幅は縮小する予想

国内ユニクロ事業は、第1四半期は計画を上回る業績となりました。
12月の既存店売上高は11.1%減と、ほぼ計画通りの進捗となりました。

ただし、遅延していた一部の商品が、第2四半期に本来のタイミングより遅れて入庫しているため、シーズン末にかけて、在庫処分のための値引き販売を強化する予定です。
この結果、第2四半期3ヶ月間の粗利益率は期初計画より低下する見込みです。
上期全体では、減収、大幅な減益となる見込みですが、計画をやや上回る水準を達成できる見込みです。

ジーユー事業は、第1四半期、12月ともに、ほぼ計画通りの業績となりました。
上期は、前年の販売が好調でハードルが高いことから、減収、大幅な減益となる見込みです。

グローバルブランド事業は、第1四半期は計画通りの進捗となったことから、
上期は、期初予想通り、大幅な増収、黒字化する見込みです。
事業別では、セオリー事業は、上期は大幅な増収増益、
コントワー・デ・コトニエ事業は、大幅な増収、赤字幅は縮小する予想です。

最後に、配当金につきましては、中間配当金260円、期末配当金260円、
あわせて年間で520円と見込んでおり、期初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。

<参考資料> 連結対象会社別出退店実績と予想

【単位:店舗】	2021年8月期				2022年8月期(2021/9~2021/11)実績				2022年8月期(2021/9~2022/8)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	2,312	74	28	+46	2,358	200	70	+130	2,442				
国内ユニクロ事業:※	810	13	12	+1	811	30	30	0	810				
百貨店	780	12	11	+1	781	-	-	-	-				
FC	30	1	1	0	30	-	-	-	-				
海外ユニクロ事業:	1,502	61	16	+45	1,547	170	40	+130	1,632				
中国大陸	832	40	8	+32	864								
香港	31	0	0	0	31	100	-	-	-				
台湾	69	1	0	+1	70								
韓国	134	2	2	0	134	10	-	-	-				
シンガポール	26	0	0	0	26								
マレーシア	48	0	1	▲1	47								
タイ	54	3	2	+1	55								
フィリピン	63	2	2	0	63	40	-	-	-				
インドネシア	40	5	0	+5	45								
オーストラリア	25	0	0	0	25								
ベトナム	8	1	0	+1	9								
インド	6	0	0	0	6								
米国	43	0	0	0	43	5	-	-	-				
カナダ	14	0	0	0	14								
英国	15	0	0	0	15								
フランス	23	3	0	+3	26								
ロシア	45	4	1	+3	48								
ドイツ	10	0	0	0	10								
ベルギー	4	0	0	0	4	15	-	-	-				
スペイン	5	0	0	0	5								
スウェーデン	3	0	0	0	3								
オランダ	2	0	0	0	2								
デンマーク	1	0	0	0	1								
イタリア	1	0	0	0	1								
ジーユー事業	439	8	4	+4	443	36	16	+20	459				
グローバルブランド事業合計	776	7	16	▲9	767	39	51	▲12	764				
セオリー事業※	431	4	5	▲1	430	-	-	-	-				
プラステ事業	98	1	2	▲1	97	-	-	-	-				
コントワー・デ・コトニエ事業※	153	2	4	▲2	151	-	-	-	-				
プリンセス・タム・タム事業※	94	0	5	▲5	89	-	-	-	-				
総合計	3,527	89	48	+41	3,568	275	137	+138	3,665				

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
2021年8月期 第1四半期(3ヶ月平均)実績	105.3	123.9	137.3	15.5	9.1
2022年8月期 第1四半期(3ヶ月平均)実績	111.8	130.8	152.9	17.4	9.5
2021年8月期 通期(12ヶ月平均)実績	107.0	128.0	145.7	16.3	9.5
2022年8月期 通期(12ヶ月平均)予想	106.0	126.0	143.0	16.8	9.5

バランスシート適用 為替レート

単位:円

	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2021年8月期 第1四半期末為替レート 実績	103.9	124.4	138.5	15.8	9.4
2022年8月期 第1四半期末為替レート 実績	113.8	128.5	151.6	17.8	9.6
2021年8月期 期末為替レート 実績	109.9	129.7	151.3	17.0	9.4
2022年8月期 期末為替レート 予想	109.9	129.7	151.3	17.0	9.4

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	
2021年8月期 第1四半期実績(3ヶ月累計)	36	99	7	6	159	309	445
2022年8月期 第1四半期実績(3ヶ月累計)	65	66	8	2	75	218	439
2021年8月期 通期実績(12ヶ月累計)	157	385	38	18	407	1,006	1,779
2022年8月期 通期予想(12ヶ月累計)	350	307	44	21	234	959	1,809