

# 2022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、2022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。

<b>I . 2022年8月期 上期決算概要</b>	<b>P 3</b>	<b>～</b>	<b>P 23</b>
<b>II . 2022年8月期 通期業績予想</b>	<b>P 24</b>	<b>～</b>	<b>P 30</b>
<b>III . ご参考資料</b>	<b>P 31</b>	<b>～</b>	<b>P 33</b>

**【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 上期実績

増収、大幅な増益。業績予想を上回る

単位: 億円

	2021年8月期	2022年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	12,028 100.0%	<b>12,189</b> 100.0%	+1.3%
売上総利益 (売上比)	6,004 49.9%	<b>6,290</b> 51.6%	+4.8% +1.7p
販管費 (売上比)	4,207 35.0%	<b>4,392</b> 36.0%	+4.4% +1.0p
事業利益 (売上比)	1,797 14.9%	<b>1,898</b> 15.6%	+5.6% +0.7p
その他収益・費用 (売上比)	▲117 -	<b>▲5</b> -	-
営業利益 (売上比)	1,679 14.0%	<b>1,892</b> 15.5%	+12.7% +1.5p
金融収益・費用 (売上比)	34 0.3%	<b>232</b> 1.9%	+565.5% +1.6p
税引前四半期利益 (売上比)	1,714 14.3%	<b>2,125</b> 17.4%	+24.0% +3.1p
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	1,058 8.8%	<b>1,468</b> 12.0%	+38.7% +3.2p

3

2022年8月期上期の連結業績ですが、  
売上収益は、1兆2,189億円、前年同期比1.3%増、  
事業そのものの利益を示す事業利益は、1,898億円、同5.6%増、  
営業利益は、1,892億円、同12.7%増と、増収、大幅な増益となりました。

1月に発表した業績予想に対して、  
売上、営業利益ともに上回る結果となりました。

- ・2022年8月期上期の連結業績は、**増収、大幅な増益**を達成
- ・円安の影響を除いても、**営業利益は過去最高**を更新
- ・**北米、欧州は販売が好調、収益構造が改善、営業利益が大幅拡大、東南アジアも、過去最高の売上、営業利益を達成、海外ユニクロ事業の収益の柱が多様化**
- ・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**。1)前年の高いハードル、2)新型コロナに伴う行動規制や生産・物流の遅延、3)気温が高く推移した影響

まず、この上期の決算ハイライトをお伝えいたします。

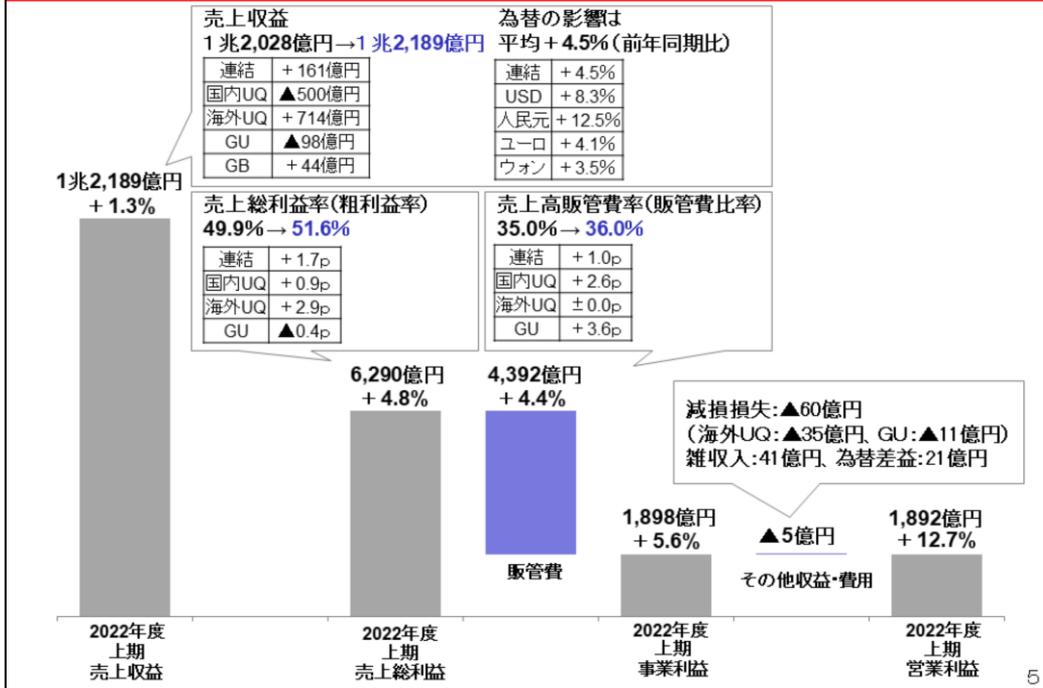
上期の連結業績は、前年同期比で、増収、大幅な増益を達成いたしました。為替が円安になったことで、円換算の業績が、売上、営業利益ともに約4.5%押し上げられておりますが、その影響を除いても、営業利益は過去最高を更新することができました。

特に、北米、欧州のユニクロ事業は販売が好調だったことに加え、収益構造が改善し、営業利益が大幅に拡大いたしました。東南アジアも過去最高の売上、営業利益を達成しており、海外ユニクロ事業の収益の柱が多様化しております。

一方で、国内ユニクロ事業、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。これは主に、前年の業績が好調でハードルが高かったことに加え、新型コロナウイルス感染症(以下、新型コロナ)に伴う行動規制や生産・物流の遅延、シーズン初めに気温が高く推移した影響によります。

1月に発表した業績予想に対しては、海外ユニクロ事業、国内ユニクロ事業が業績予想を上回りました。一方で、ジーユー事業、グローバルブランド事業は業績予想に対して下回っております。

## 【連結】上期 営業利益(1)



次に、連結の損益計算書ですが、  
 売上収益は1兆2,189億円、前年同期比161億円の増収となりました。  
 これは主に、海外ユニクロ事業が714億円の増収となったことによります。

売上総利益率は51.6%と、同1.7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36.0%と、同1.0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。

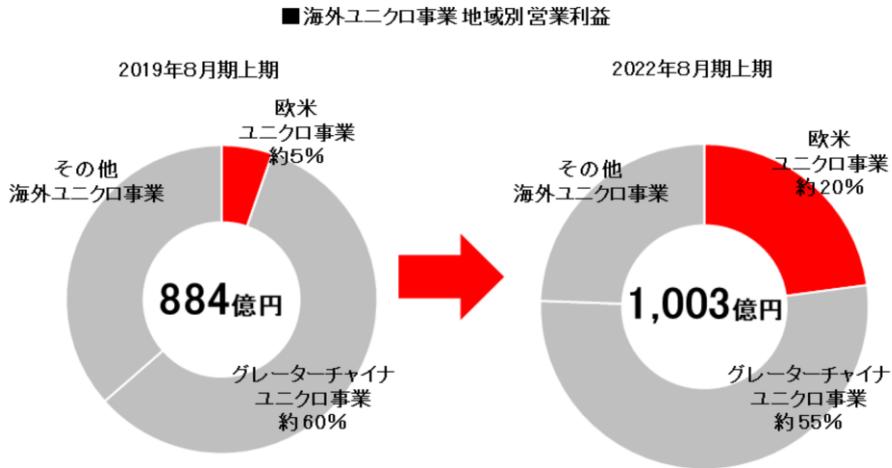
その他収益・費用ですが、ネットで5億円のマイナスとなっております。

これらの結果、営業利益は1,892億円、同12.7%の大幅な増益となりました。

## 【連結】上期 営業利益(2)

### 欧米の利益貢献が拡大、収益の柱の一つへ

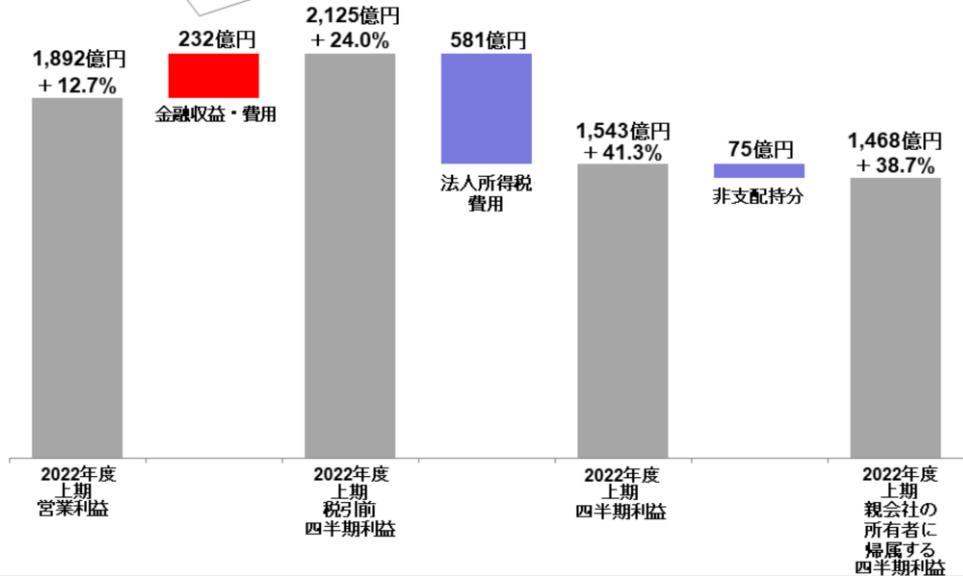
・海外ユニクロ事業の営業利益に占める欧米事業の割合は、約5%から約20%へ拡大



連結の営業利益が大幅な増益を達成できた背景には、欧米のユニクロ事業の利益拡大があります。スライドのチャートは海外ユニクロ事業の地域別の営業利益です。この上期では、海外ユニクロ事業の営業利益に占める欧米の割合は、3年前の約5%から約20%へ拡大しており、グレートチャイナに次ぐ収益の柱の一つになりつつあります。

## 【連結】上期 親会社の所有者に帰属する四半期利益

外貨建資産などの換算による為替差益: 235億円  
 期首為替レート : 1ドル109.9円  
 2月末為替レート: 1ドル115.6円



営業利益以下ですが、金融収益・費用は、ネットで232億円のプラスとなっております。これは主に、2月末の為替レートが1ドル115.6円と、期初に対し大幅な円安となったことで、外貨建資産などの換算による為替差益を235億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2,125億円、前年同期比24.0%増、親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,468億円、同38.7%増となりました。

## 【セグメント別】上期実績

単位: 億円

		2021年8月期	2022年8月期	
		上期実績	上期実績	前年同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	4,925	4,425	▲10.2%
	事業利益	973	794	▲18.4%
	(売上比)	19.8%	18.0%	▲1.8p
	その他収益・費用	5	14	+169.5%
	営業利益	978	809	▲17.3%
	(売上比)	19.9%	18.3%	▲1.6p
海外ユニクロ事業	売上収益	5,218	5,932	+13.7%
	事業利益	758	1,037	+36.8%
	(売上比)	14.5%	17.5%	+3.0p
	その他収益・費用	▲87	▲33	-
	営業利益	670	1,003	+49.7%
	(売上比)	12.9%	16.9%	+4.0p
ジーユー事業	売上収益	1,326	1,228	▲7.4%
	事業利益	164	101	▲38.1%
	(売上比)	12.4%	8.3%	▲4.1p
	その他収益・費用	▲5	▲7	-
	営業利益	158	93	▲40.9%
	(売上比)	12.0%	7.6%	▲4.4p
グローバルブランド事業	売上収益	545	589	+8.1%
	事業利益	▲45	4	-
	(売上比)	-	0.7%	-
	その他収益・費用	▲36	6	-
	営業利益	▲81	10	-
	(売上比)	-	1.8%	-

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、8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

・減収となった主な要因は、前年はラウンジウェアなど在宅需要にマッチした商品やエアリズムマスクの販売が好調で、ハードルが高かったことに加え、この上期は冬物の売れ筋商品に欠品が発生し、機会ロスが生じたことによる

単位:億円

	2021年8月期	2022年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	4,925 100.0%	<b>4,425</b> 100.0%	▲10.2%
売上総利益 (売上比)	2,498 50.7%	<b>2,282</b> 51.6%	▲8.7% + 0.9p
販管費 (売上比)	1,525 31.0%	<b>1,487</b> 33.6%	▲2.5% + 2.6p
事業利益 (売上比)	973 19.8%	<b>794</b> 18.0%	▲18.4% ▲1.8p
その他収益・費用 (売上比)	5 0.1%	<b>14</b> 0.3%	+169.5% + 0.2p
営業利益 (売上比)	978 19.9%	<b>809</b> 18.3%	▲17.3% ▲1.6p

9

まず、国内ユニクロ事業の上期の業績について、ご説明いたします。

売上収益は4,425億円、前年同期比10.2%減、  
営業利益は809億円、同17.3%減となりました。

減収となった主な要因は、前年はラウンジウェアなど在宅需要にマッチした商品やエアリズムマスクの販売が好調で、ハードルが高かったことに加え、この上期は冬物の売れ筋商品に欠品が発生し、機会ロスが生じたことによりです。

## 【国内ユニクロ事業】売上収益の状況

**既存店売上高 上期▲9.0% (1Q▲7.7%、2Q▲10.4%)**

- ・1Qは、前年のハードルが高かったことや、気温の高い日が続いたことで7.7%減収
- ・2Q3カ月は、10.4%減収。ウルトラライトダウンやヒートテックなど防寒衣料は好調な販売も、冬物の売れ筋商品が欠品、お客様の需要に応えきれなかったことに加え、1月、2月は気温が低かったことで、春物商品の立ち上がりに苦戦
- ・上期のEコマース売上高は724億円、前年同期比1.9%減。これは前年は新型コロナによる在宅需要で、Eコマース販売が急拡大した反動による。2年前比では約4割増、売上構成比は16.4%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	1月	2月	2Q	上期	3月
売上高	▲19.1%	▲4.8%	▲4.6%	▲7.7%	▲11.1%	▲7.1%	▲14.0%	▲10.4%	▲9.0%	▲10.7%
客数	▲19.0%	▲4.5%	+0.9%	▲6.0%	▲5.2%	▲3.7%	▲12.6%	▲6.2%	▲6.1%	▲15.8%
客単価	▲0.1%	▲0.3%	▲5.5%	▲1.8%	▲6.3%	▲3.6%	▲1.6%	▲4.5%	▲3.1%	+6.1%

10

上期の既存店売上高は、前年同期比9.0%の減収となりました。

第1四半期は、前年のハードルが高かったことや気温が高い日が続いたことで7.7%の減収となりました。

第2四半期3カ月間は、10.4%の減収となりました。ウルトラライトダウンやヒートテックなど防寒衣料は好調な販売となりましたが、冬物の売れ筋商品が欠品し、お客様の需要に応えきれなかったことに加え、1月、2月は気温が低かったことで、春物商品の立ち上がりに苦戦いたしました。

上期のEコマース売上高は724億円、前年同期比1.9%減となりました。これは、前年は新型コロナによる在宅需要で、Eコマース販売が急拡大した反動によります。2年前比では約4割増、売上構成比は16.4%へ高まっております。

### 粗利益率は51.6%、前年同期比0.9ポイント改善

- ・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ため
- ・原価率は、原材料や輸送費の高騰の影響を受けて悪化するも、値引率の改善で吸収

### 販管費比率は33.6%、前年同期比2.6ポイント上昇

- ・金額ベースでは計画通り
- ・比率が上昇した理由としては、減収となったこと、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を戦略的に増やしたこと、自動倉庫への投資を進めていることによる
- ・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減少

国内ユニクロ事業の上期の粗利益率は、51.6%と、前年同期比0.9ポイント改善いたしました。

これは、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ってロイヤリティ収入が増加したためです。

なお、上期の原価率については、原材料や輸送費の高騰の影響を受けて悪化しておりますが、値引率の改善で吸収できております。

販管費比率は33.6%となり、同2.6ポイント上昇いたしましたが、金額ベースでは計画通りとなりました。

比率が上昇した理由としては、主に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に広告宣伝費を戦略的に増やしたことや、自動倉庫への投資を進めていることによります。

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減少しております。

## 【海外ユニクロ事業】上期実績

### 大幅な増収増益、過去最高の業績

- ・その他アジア・オセアニア地区、北米、欧州はいずれも大幅な増収増益。業績予想に対しても大幅に上回る好調な業績
- ・グレーターチャイナは、若干の減収、大幅な減益。業績予想に対して、やや下回る水準

単位：億円

	2021年8月期	2022年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	5,218 100.0%	5,932 100.0%	+13.7% -
売上総利益 (売上比)	2,687 51.5%	3,230 54.4%	+20.2% +2.9p
販管費 (売上比)	1,928 37.0%	2,192 37.0%	+13.7% -
事業利益 (売上比)	758 14.5%	1,037 17.5%	+36.8% +3.0p
その他収益・費用 (売上比)	▲87 -	▲33 -	- -
営業利益 (売上比)	670 12.9%	1,003 16.9%	+49.7% +4.0p

12

次に、海外ユニクロ事業について、ご説明いたします。

上期の売上収益は5,932億円、前年同期比13.7%増、営業利益は1,003億円、同49.7%増と、大幅な増収増益となり、過去最高の業績を達成しております。

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

#### 【中国大陸市場】減収、大幅な減益

- ・前年の上期は業績が好調でハードルが高かったこと、12月まで気温が高く推移したこと、新型コロナに伴う規制が引き続き実施されていることで、アパレルへの購買意欲が低下
- ・在庫が過剰で、シーズン末の値引き販売が拡大、粗利益率が低下
- ・地域・個店に応じた商品構成や数量計画が十分でなかったことが課題、下期以降に改善する計画
- ・販管費比率は上昇、ブランディングの強化、人材、ITへの投資など、中長期的な事業成長に向けて、戦略的に投資を行っているため
- ・3月は、最大で133店舗が臨時休業し、新型コロナの強い影響が継続、販売に苦戦
- ・新型コロナの影響が少ない、成都や杭州などの地域は、3月は前年並みの売上を達成。中国大陸でLifeWearの浸透を図ってきたことで、お客様のユニクロに対する支持は引き続き高い

グレーターチャイナは、上期は若干の減収、大幅な減益となりました。これは主に、中国大陸が減収、大幅な減益となったことによります。香港、台湾は、増収増益となりました。

中国大陸は、前年の上期は業績が好調でハードルが高かったことに加え、12月まで気温が高く推移したことや、新型コロナに伴う規制が引き続き実施されていることで、アパレルへの購買意欲が低下した影響を受け、売上は伸び悩みました。

また、在庫が過剰になったことで、シーズン末の値引き販売が拡大し、粗利益率が低下いたしました。地域および個店に応じた商品構成や数量計画が十分にできていなかったということが、課題として見えており、下期以降改善させていく計画です。また、販管費比率は上昇いたしました。これはブランディングの強化、人材や、ITへの投資など、中長期的な事業成長に向けて、戦略的に投資を行っているためです。

3月の販売状況ですが、最大で133店舗が臨時休業するなど、新型コロナの強い影響が続いており、販売に苦戦しております。ただし、新型コロナの影響が少ない、成都や杭州などの地域においては、3月は前年並みの売上を達成しております。中国大陸でLifeWearの浸透を図ってきたことで、お客様のユニクロに対する支持は引き続き高いと考えております。

### 【香港市場】増収増益

- ・香港は1Qは秋冬商品の販売が好調で大幅な増収増益。2Q3カ月間は、新型コロナの感染が拡大し、減収減益

### 【台湾市場】大幅な増収増益

- ・台湾は10月の後半から気温が急低下したことで、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需要を取り込むことができた

## 韓国：増収増益

- ・例年より気温が低かったことで、冬物商品の販売が好調、春物商品も早期に売場を立ち上げたことで順調な販売
- ・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

韓国は増収増益となりました。

### その他アジア・オセアニア地区 大幅な増収増益。売上、営業利益ともに過去最高の水準

- ・Eコマース売上高も、約6割の増収となり、引き続き好調
- ・値引き販売の抑制や経費コントロールを強化したことで、営業利益率も大幅に改善
- ・各国で、新型コロナに伴う行動規制の緩和によって、外出需要が増加。SNSや店舗でのマーケティングを集客につなげることができ、好調な業績を達成
- ・特に、マレーシアとインドネシアは、期初から規制が緩和され、大幅な増収増益。  
Tシャツやフランネルシャツ、スポーツユティリティウェア、プラトップ、ワイヤレスブラなどの販売が好調
- ・シンガポール、フィリピン、タイは増収増益。12月末以降、外出規制が緩和されたことで、需要が盛り上がり、クリスマスや旧正月商戦は非常に好調な販売
- ・ベトナムは、増収減益。10月中旬まで店舗の臨時休業を行っていたことで、1Qは減収減益となったため。2Q3カ月間は、規制が緩和され販売は回復傾向にあり、増収増益
- ・インドは増収増益。ウルトラライトダウン、フリースなどのコア商品の販売が好調
- ・オーストラリアは増収、赤字幅は縮小。2Q3カ月間は行動規制が緩和され、業績が回復

その他アジア・オセアニア地区は、大幅な増収増益となりました。  
これは、売上、営業利益ともに過去最高の水準です。  
Eコマース売上高も、約6割の増収となり、引き続き好調です。

各国で、新型コロナに伴う行動規制の緩和によって、外出需要が増加したことに加え、SNSや店舗でのマーケティングを集客につなげることができ、好調な業績を達成することができました。  
特に、マレーシアとインドネシアは、期初から規制が緩和されたことで、大幅な増収増益となりました。

### 北米: 大幅な増収、黒字化

#### 【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の影響を受けていたが、今期は店舗が通常通り営業できたこと、ブランディング強化のための情報発信やコア商品のマーケティングに注力したことで、売上が大きく回復
- ・商品面では、フリース、ダウン、Tシャツなどのコア商品が引き続き好調
- ・値引き販売を抑制したことで粗利益率が大幅に改善、不採算店舗の閉店や店舗オペレーションの効率化など、経費構造を改革したことで販管費比率も大きく改善し、営業利益は黒字化

#### 【カナダ】大幅な増収、営業利益は黒字化

- ・スウェットやラウンジウェアなどの販売が好調
- ・値引きの抑制で粗利益率は改善、経費構造改革で販管費比率も改善

北米は、大幅な増収、黒字化いたしました。

北米事業の現状と今後の事業拡大については、  
後ほどユニクロ米国CEOの塚越より詳しくご説明いたします。

### 欧州：大幅な増収増益、過去最高の業績

- ・既存店売上高は、2年前の水準を上回る
- ・この1年間、新規のお客様へのマーケティングを強化し、顧客層が広がったことに加え、この秋冬では、売れ筋の冬物コア商品の数量を十分にもって、商売できたことで、大幅な増収を達成
- ・今年は気温が例年に比べて低く推移、上期全体を通して、シームレスダウンやカシミヤ、ヒートテックインナーなどの防寒衣料の販売が特に好調
- ・主に値引き販売の抑制により、粗利益率が大幅に改善
- ・販管費比率は、売上が好調だったこと、継続的な経費コントロールにより、大幅に改善
- ・ロシア事業は、3月21日から一時停止。ロシア事業の連結に占める割合は、売上、営業利益ともに2%程度
- ・ロシアを除く欧州事業である、英国とEU諸国合計でも、この上期は大幅な増収、営業利益は前年の若干の赤字から大きな黒字に転じ、2桁の営業利益率を達成

欧州は、大幅な増収増益、過去最高の業績を達成いたしました。  
既存店売上高は、2年前の水準を上回っております。

この1年間、新規のお客様へのマーケティングを強化し、顧客層が広がったことに加え、この秋冬では、売れ筋の冬物コア商品の数量を十分にもって、商売できたことで、大幅な増収を達成することができました。

今年は気温が例年に比べて低く推移したこともあり、上期全体を通して、シームレスダウンやカシミヤ、ヒートテックインナーなどの防寒衣料の販売が特に好調でした。

利益面では、主に値引き販売の抑制により、粗利益率が大幅に改善いたしました。

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、大幅に改善しております。

なお、ロシア事業は、3月21日から一時停止しております。  
ロシア事業の連結に占める割合は、売上、営業利益ともに2%程度です。  
また、ロシアを除く欧州事業である、英国とEU諸国合計でも、この上期は大幅な増収、営業利益は前年の若干の赤字から大きな黒字に転じ、2桁の営業利益率を達成しております。

## グローバルで出店を強化



2021年9月16日オープン  
「ユニクロリヴォリ店」(フランスパリ、約600坪)  
「ファッションとカルチャーの融合」をテーマに、LifeWearと  
アート体験を提供。地元のお客様からも高い支持



2021年11月6日オープン  
「ユニクロ三里屯店」  
(中国大陸、北京初の  
グローバル旗艦店、約730坪)  
LifeWearのアートとサイエンスを  
体感できるインスタレーションを  
展示。中国大陸初の「UNIQLO  
FLOWER」が登場

2022年4月21日  
オープン予定  
「ユニクロ  
リージェントストリート店」  
(英国 ロンドン、約600坪)  
ユニクロとセオリーが同居  
する欧州で初の店舗



海外ユニクロ事業では、グローバルで出店を強化しております。  
2021年9月に、パリにユニクロ リヴォリ店をオープン、2021年11月に、北京初の  
グローバル旗艦店のユニクロ 三里屯店をオープンいたしました。  
また、4月21日には、ロンドンにユニクロ リージェントストリート店をオープンする  
予定です。  
今後も、積極的に出店を行い、ユニクロのプレゼンスの強化と、  
収益の拡大をめざします。

## 【ジーユー事業】上期実績

### 減収、大幅な減益

- ・既存店売上高は減収。1)シーズン初めの気温が高く、秋物商品の販売に苦戦、  
2)冬物のニットやボトムスは好調な販売も、生産・物流の遅延の影響で、機会ロスが生じた
- ・EC売上高は増収、2年前比でも約3割増収。売上構成比は約13%
- ・粗利益率: ▲0.4p。原材料や輸送費の高騰の影響で、原価率が上昇。  
在庫はシーズン初めから不振商品の処分を進めたことで問題のない水準
- ・販管費比率: +3.6p。自動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

	2021年8月期	2022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	1,326	1,228	▲7.4%	
(売上比)	100.0%	100.0%	-	
売上総利益	643	590	▲8.3%	
(売上比)	48.5%	48.1%	▲0.4p	
販管費	479	488	+1.8%	
(売上比)	36.2%	39.8%	+3.6p	
事業利益	164	101	▲38.1%	
(売上比)	12.4%	8.3%	▲4.1p	
その他収益・費用	▲5	▲7	-	
(売上比)	-	-	-	
営業利益	158	93	▲40.9%	
(売上比)	12.0%	7.6%	▲4.4p	

19

次に、ジーユー事業ですが、売上収益は1,228億円、前年同期比7.4%減、営業利益は93億円、同40.9%減と、減収、大幅な減益となりました。

上期の既存店売上高は減収となりました。

これは主に、シーズン初めに気温が高く推移したことで、秋物商品の販売に苦戦したことに加え、冬物のニットやボトムスは好調な販売だったものの、生産や物流の遅延の影響を受け、売れ筋商品をタイムリーに投入することができず、機会ロスが生じたことによります。

なお、EC売上高は、前年同期比で増収、2年前比でも約3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

### 【セオリー事業】大幅な増収増益

- ・米国事業は、新型コロナによる行動規制が緩和されたことで、上期を通して消費意欲が高く、好調な販売
- ・お買い求めやすい価格帯の商品の販売が好調で、若年層を中心に新規顧客が増加

### 【プラステ事業】減収、事業利益の赤字幅は拡大

- ・緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の影響を受け、集客につながる商品やニュース発信ができなかった

### 【コントワー・デ・コトニエ事業】増収、事業利益の赤字幅は大幅に縮小

- ・客数の回復および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

		2021年8月期	2022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	545	589	+8.1%	
	事業利益 (売上比)	▲45	4	-	
	その他収益・費用	-	6	0.7%	
	営業利益	▲81	10	-	
	(売上比)	-	1.8%	-	

20

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。

上期の売上収益は589億円、前年同期比8.1%増、  
営業利益は10億円と、前年の赤字から黒字に転換いたしました。

これは主に、セオリー事業が米国を中心に業績が回復したことによります。

単位:億円

	2021年2月末	2021年8月末	2022年2月末	前年同期末比
資産合計	25,019	25,099	<b>26,415</b>	+1,396
流動資産	17,292	17,246	<b>18,608</b>	+1,315
非流動資産	7,726	7,853	<b>7,807</b>	+81
負債合計	14,031	13,476	<b>13,197</b>	▲833
資本合計	10,988	11,622	<b>13,218</b>	+2,230

21

次に、2022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2兆6,415億円、前年同期末比1,396億円増加、  
負債合計は1兆3,197億円、同833億円減少、  
資本合計は1兆3,218億円、同2,230億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: +1,396億円(2兆5,019億円⇒2兆6,415億円)**

- ・現金及び現金同等物: +765億円(1兆2,208億円⇒1兆2,974億円)  
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: ▲42億円(3,546億円⇒3,503億円)  
【国内UQ】▲244億円: 1) 在庫コントロールの強化、2) 春夏商品の一部で在庫遅延の影響  
【海外UQ】+202億円: グレーターチャイナで、1) 秋冬商品を中心にやや過剰、  
2) 人民元に対し大幅な円安となり、円換算の在庫金額が増加  
その他の地域は、販売が好調、ほぼ前年並みの水準  
【GU】▲9億円、【グローバルブランド】+15億円
- ・デリバティブ金融資産(短期・長期): +450億円(245億円⇒696億円)  
保有する為替予約の平均レートと2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: +241億円(1,518億円⇒1,760億円)  
グローバルで自動倉庫への投資が増えたことによる

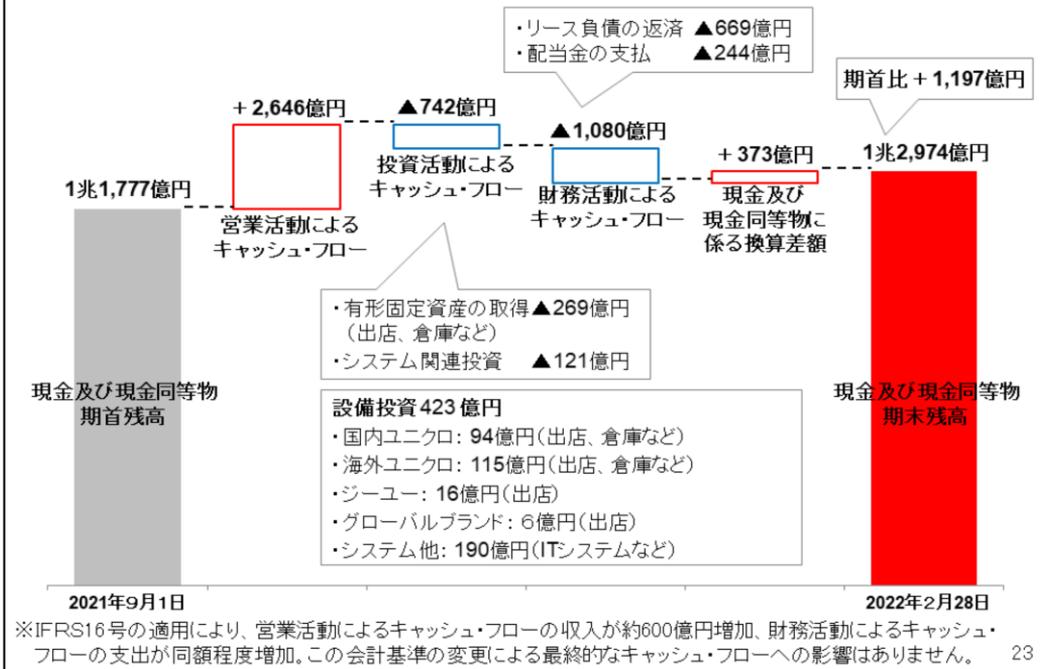
資産合計が前年同期末比1,396億円増加した主な要因をご説明いたします。

現金及び現金同等物は、同765億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42億円減少いたしました。  
このうち、国内ユニクロ事業は244億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在庫水準が低下したことに加え、  
春夏商品の一部においては、生産・物流の混乱による在庫遅延の影響もあったためです。

海外ユニクロ事業は202億円増加いたしました。  
これは主に、グレーターチャイナで売上が計画を下回ったことから、  
秋冬商品を中心に在庫がやや過剰となりました。  
その他の地域は、販売が好調だったことでほぼ前年並みの水準となっております。

## 【連結】上期 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2,646億円の収入、  
投資活動によるキャッシュ・フローは742億円の支出、  
財務活動によるキャッシュ・フローは1,080億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、1,197億円増加し、  
1兆2,974億円となっております。

## 通期は増収増益の見込み

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		2022年8月期 2Q6ヶ月 実績
	通期実績	直近予想 (1/13時点)	前期比	通期予想 (4/14時点)	前期比	
売上収益 (売上比)	21,329 100.0%	22,000 100.0%	+3.1%	22,000 100.0%	+3.1%	12,189 100.0%
事業利益 (売上比)	2,555 12.0%	2,800 12.7%	+9.6% +0.7p	2,800 12.7%	+9.6% +0.7p	1,898 15.6%
その他収益・費用	▲65	▲100	-	▲100	-	▲5
営業利益 (売上比)	2,490 11.7%	2,700 12.3%	+8.4% +0.6p	2,700 12.3%	+8.4% +0.6p	1,892 15.5%
金融収益・費用	168	0	-	232	-	232
税引前利益 (売上比)	2,658 12.5%	2,700 12.3%	+1.6% ▲0.2p	2,932 13.3%	+10.3% +0.8p	2,125 17.4%
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%	1,900 8.6%	+11.9% +0.6p	1,468 12.0%

24

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。

通期の売上収益は2兆2,000億円、前期比3.1%増、  
事業利益は2,800億円、同9.6%増を見込んでおります。  
その他収益・費用は、ユニクロ事業を中心に  
減損損失や除却損・閉店損などが発生するリスクを織り込み、  
100億円のマイナスを予想しております。  
この結果、営業利益は2,700億円、同8.4%増を見込んでおります。

通期の売上収益、事業利益、営業利益は、1月に発表した業績予想から  
変更しておりません。

上期は、1月に発表した業績予想を上回る好調な進捗となりました。  
下期は増収増益を見込んでおります。  
下期の業績予想には、グレーターチャイナでの新型コロナによる行動規制の影響や、  
原材料・輸送費の高騰などによる調達コストの上昇、  
ロシア事業の一時停止に伴う費用などの現時点で想定される影響を  
織り込んでおります。

金融収益・費用は、急激に円安が進んでいることから、  
2月末の為替レート1ドル115.6円を期末の為替レートの前提とし、  
232億円のプラスを見込んでおります。

親会社の所有者に帰属する当期利益は1,900億円、  
同11.9%増を見込んでおります。

### 下期からは攻めの商売を行う

- ・上期は、守りの姿勢となっていたことで、国内ユニクロ事業やジーユー事業で売れ筋商品に欠品が発生するなど、お客様が求めている商品を十分にご提供できなかった
- ・下期からは、収益構造を維持しつつ、攻めの商売に転換
  - ✓ 商品構成、数量計画の精緻化やマーケティングの強化に加え、好調な芽が見えている商品は、期中企画も含め、より積極的に追加生産を行い、お客様の期待に応えていく
  - ✓ Eコマースで、欠品がなく、いつでもどこでも、ほしい商品をご購入いただけるように、店舗とEコマースの在庫を完全に一元化、数量計画の精度を高めるなど、店舗とEコマースの融合をさらに図る  
情報発信を強化し、お客様とのコミュニケーションチャネルの確立をめざす
  - ✓ 出店に向けての準備も着実に進める。各国・各地域で出店立地の選定や、交渉を進め、来期はグループ全体で300店舗以上の出店を行う  
これをてこに、グローバルで収益の柱の多様化をより一層推進する

すでにご説明させていただいております通り、上期は、在庫水準の適正化や値引き販売からの脱却を進めてきたことで、収益構造は着実に改善しております。

一方で、上期は、守りの姿勢となっていたことで、国内ユニクロ事業やジーユー事業で売れ筋商品に欠品が発生するなど、お客様が求めている商品を十分にご提供できなかったという反省がありました。  
下期からは、収益構造を維持しつつ、攻めの商売に転換していきたいと考えております。

具体的には、商品構成、数量計画の精緻化やマーケティングの強化に加え、好調な芽が見えている商品については、期中企画の商品も含め、より積極的に追加生産を行うことで、お客様の期待に応えていきたいと考えております。

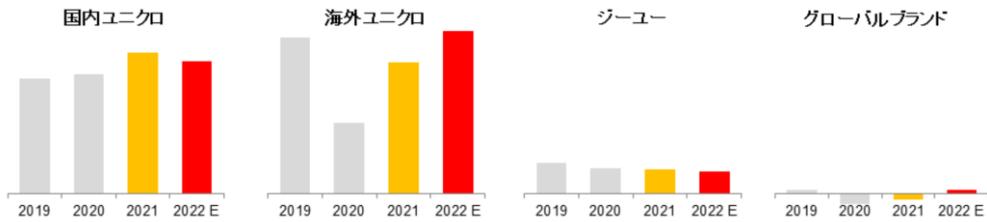
また、Eコマース事業は、この上期は2年前比では大幅な増収と順調に拡大しておりますが、現状の結果に満足しておりません。  
Eコマースで、欠品がなく、いつでもどこでも、ほしい商品をご購入いただけるように、店舗とEコマースの在庫を完全に一元化、数量計画の精度を高めるなど、店舗とEコマースの融合をさらに図っていきます。  
また、情報発信を強化し、お客様とのコミュニケーションチャネルの確立をめざします。

最後に、出店に向けての準備も着実に進めて行きます。各国・各地域で出店立地の選定や、交渉を進め、来期はグループ全体で300店舗以上の出店を行っていきます。  
これをてこに、グローバルで収益の柱の多様化をより一層推進していきます。

## 海外ユニクロ事業:通期は大幅な増収増益の予想

- ・下期は増収、営業利益は、中国大陸で新型コロナによる行動規制が継続していることなどから、前年並みの水準にとどまる見込み
- ・下期も欧州、北米、その他アジア・オセアニア地区の業績が好調で、海外ユニクロ事業をけん引していくことを見込む
- ・通期は大幅な増収増益となる予想

■セグメント別 通期の事業利益のトレンド(イメージ)



ここからは、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、下期の売上収益は増収となる見込みです。下期の営業利益は、中国大陸で新型コロナによる行動規制が継続していることなどから、前年並みの水準にとどまる見込みです。

下期も、欧州、北米、その他アジア・オセアニア地区の業績が好調で、海外ユニクロ事業をけん引していくことを見込んでおります。

この結果、通期は大幅な増収増益となる予想です。

### 【グレーターチャイナ】

- ・下期、通期ともに、減収、大幅な減益の見込み
- ・台湾は、下期も大幅な増収増益と好調な業績を見込む
- ・中国大陸、香港は行動規制の影響を受け、減収減益となる予想

### 【韓国】

- ・下期、通期ともに増収増益となる予想

### 【その他アジア・オセアニア地区】

- ・下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想
- ・新型コロナ前の2019年8月期に対しても2桁の増収増益と、順調に事業が拡大

### 【欧州】

- ・英国とEU諸国合計は、下期は大幅な増収、前年の赤字からブレークイーブンとなる見込み  
通期は、大幅な増収、黒字へ転換し、利益率は約10%を達成できる見込み
- ・ロシアは、事業を一時停止しているため、下期は赤字を見込む

### 【北米】

- ・下期、通期ともに大幅な増収増益、黒字化する見込み

地域別ですが、グレーターチャイナは、下期、通期ともに減収、大幅な減益となる見込みです。

台湾は、下期も大幅な増収増益と好調な業績となることを見込んでおりますが、中国大陸と香港は、行動規制の影響を受け、減収減益となる予想です。

韓国は下期、通期ともに増収増益となる予想です。

その他アジア・オセアニア地区は、下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想です。新型コロナ前の2019年8月期に対しても2桁の増収増益と、順調に事業が拡大しております。

欧州ですが、英国とEU諸国合計では、下期は大幅な増収、前年の赤字からブレークイーブンとなる見込みです。通期では、大幅な増収、黒字へ転換し、利益率は約10%を達成できる見込みです。  
ロシアは、事業を一時停止しているため、下期は赤字を見込んでおります。

北米は、下期、通期ともに大幅な増収増益、黒字化する見込みです。

### 国内ユニクロ事業:通期は減収減益の見込み

- ・下期は若干の増収、営業利益は大幅な増益を見込む
- ・下期の既存店売上高は若干の増収、うち、Eコマース売上高は約3%増収の予想
- ・通期は、上期の減収減益幅が大きいことから、減収減益となる見込み
- ・下期は、商品の価値を訴求し値引率を抑制しながらも、期中企画や売れ筋商品の追加発注に積極的に取り組む。SKU単位で適正な在庫水準を実現することで、粗利益率、販管費比率ともに改善させる

### ジーユー事業:通期は若干の減収減益の見込み

- ・下期は若干の増収、大幅な増益を見込む
- ・春夏商品は品番数を大幅に絞り込み、マストレンドにフォーカスしたマーケティングを強化
- ・通期は、上期の減収減益幅が大きいことから、若干の減収減益となる見込み

国内ユニクロ事業は、下期は若干の増収、営業利益は大幅な増益を見込んでおります。

下期の既存店売上高は若干の増収を見込んでおり、このうち、Eコマース売上高は約3%増収の予想です。

通期は、上期の減収減益幅が大きいことから、減収減益となる見込みです。

ジーユー事業は、下期は若干の増収、大幅な増益となることを見込んでおります。春夏商品は品番数を大幅に絞り込み、マストレンドにフォーカスしたマーケティングを強化していく予定です。

ジーユー事業も通期は、上期の減収減益幅が大きいことから、若干の減収減益となる見込みです。

### グローバルブランド事業： 通期は、大幅な増収、黒字となる見込み

- ・下期は大幅な増収、事業利益は黒字化する見込み
- ・営業利益は、前年にJ Brand法人の清算益を計上したことから、前期比で減益の予想
- ・通期では、大幅な増収、黒字となる見込み
- ・セオリー事業は下期、通期ともに大幅な増収増益
- ・コントワー・デ・コトニエ事業は、下期、通期ともに、増収、赤字幅は大幅に縮小する予想

グローバルブランド事業は、下期は大幅な増収、事業利益は黒字化する見込みです。営業利益は、前年にJ Brand法人の清算益を計上したことから、前期比で減益の予想です。通期では、大幅な増収、黒字化することを見込んでおります。

## 2022年8月期 配当金

**中間配当金 280円を予定**  
**年間配当金 560円を予想**

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2020年8月期	240円	240円	480円
2021年8月期	240円	240円	480円
2022年8月期(1/13 予想)	260円	260円	520円
<b>2022年8月期(4/14 修正予想) ※</b>	<b>280円</b>	<b>280円</b>	<b>560円</b>
前期比	+40円	+40円	+80円

※2022年8月期の中間配当金については、4月14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、2022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280円と決議いたしました。  
 これは前年に対し、40円の増配となっております。

また、期末配当金についても、1株当たり280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560円となる見込みです。  
 年間では80円の増配となっております。

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> 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(2021/9~2022/2)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	90	55	+35	2,347	185	80	+105	2,417				
国内ユニクロ事業:※	810	13	21	▲8	802	30	30	0	810				
直営店	780	12	20	▲8	772	-	-	-	-				
FC	30	1	1	0	30	-	-	-	-				
海外ユニクロ事業:	1,502	77	34	+43	1,545	155	50	+105	1,607				
中国大陸	832	48	17	+31	863								
香港	31	0	1	▲1	30	100	-	-	-				
台湾	69	2	2	0	69								
韓国	134	2	8	▲6	128	2	-	-	-				
シンガポール	26	0	0	0	26								
マレーシア	48	2	1	+1	49								
タイ	54	3	2	+1	55								
フィリピン	63	3	2	+1	64	40	-	-	-				
インドネシア	40	6	0	+6	46								
オーストラリア	25	0	0	0	25								
ベトナム	8	2	0	+2	10								
インド	6	0	0	0	6								
米国	43	0	0	0	43	3	-	-	-				
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	6	1	+5	50								
ドイツ	10	0	0	0	10								
ベルギー	4	0	0	0	4	10	-	-	-				
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	9	8	+1	440	24	11	+13	452				
グローバルブランド事業合計	776	12	47	▲35	741	27	77	▲50	726				
セオリー事業※	431	9	10	▲1	430	-	-	-	-				
プラステ事業	98	1	8	▲7	91	-	-	-	-				
ゴッドワー・デ・ゴトニエ事業※	153	2	20	▲18	135	-	-	-	-				
プリンセス・タム・タム事業※	94	0	9	▲9	85	-	-	-	-				
総合計	3,527	111	110	+1	3,528	236	168	+68	3,595				

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2四半期(6ヶ月平均)実績	104.6	124.9	138.9	15.7	9.2
2022年8月期 第2四半期(6ヶ月平均)実績	113.3	130.0	153.4	17.7	9.6
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	110.0	131.0	153.0	17.0	9.7

### 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2四半期末為替レート 実績	106.2	129.1	148.5	16.4	9.5
2022年8月期 第2四半期末為替レート 実績	115.6	129.3	154.6	18.3	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	115.6	129.3	154.6	18.3	9.6

## 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2四半期実績(6ヶ月累計)	51	217	15	9	223	517	890
2022年8月期 第2四半期実績(6ヶ月累計)	94	115	16	6	190	423	882
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)	212	277	37	12	325	864	1,809