

2022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、2022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。

目次

I. 第3四半期 決算概要	P 3	～	P 22
II. 2022年8月期 通期業績予想	P 23	～	P 28
III. ご参考資料	P 29	～	P 31

【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。

現地通貨ベースで9カ月累計、3Q3カ月ともに過去最高益

単位: 億円

	1Q~3Q (2021/9~2022/5)			3Q (2022/3~2022/5)		
	9カ月累計 実績	前年実績	前年同期比	3カ月 実績	前年実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	17,651 100.0%	16,980 100.0%	+3.9%	5,461 100.0%	4,952 100.0%	+10.3%
売上総利益 (売上比)	9,279 52.6%	8,588 50.6%	+8.0% +2.0p	2,988 54.7%	2,583 52.2%	+15.7% +2.5p
販管費 (売上比)	6,555 37.1%	6,157 36.3%	+6.5% +0.8p	2,162 39.6%	1,949 39.4%	+10.9% +0.2p
事業利益 (売上比)	2,724 15.4%	2,431 14.3%	+12.1% +1.1p	826 15.1%	634 12.8%	+30.3% +2.3p
その他収益・費用 (売上比)	▲13 -	▲152 -	- -	▲7 -	▲34 -	- -
営業利益 (売上比)	2,710 15.4%	2,278 13.4%	+19.0% +2.0p	818 15.0%	599 12.1%	+36.5% +2.9p
金融収益・費用 (売上比)	781 4.4%	177 1.0%	+340.2% +3.4p	548 10.0%	142 2.9%	+285.0% +7.1p
税引前四半期利益 (売上比)	3,492 19.8%	2,456 14.5%	+42.2% +5.3p	1,366 25.0%	741 15.0%	+84.3% +10.0p
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	2,378 13.5%	1,513 8.9%	+57.1% +4.6p	909 16.7%	454 9.2%	+100.1% +7.5p

2022年8月期第3四半期9カ月累計の連結の売上収益は1兆7,651億円、前年同期比3.9%増、事業そのものの利益を示す事業利益は2,724億円、同12.1%増、営業利益は2,710億円、同19.0%増と、増収、大幅な増益となりました。

事業利益、営業利益は、ともに過去最高を更新しており、現地通貨ベースでも過去最高となっております。

親会社の所有者に帰属する四半期利益は2,378億円、同57.1%増と大幅な増益となりました。

これは、金融収益・費用で外貨建資産の換算による為替差益など781億円のプラスを計上したためです。

為替差益による押し上げを除いても、親会社の所有者に帰属する四半期利益は、過去最高となっております。

【連結】決算ハイライト(3Q3カ月)

- ・3Q3カ月間の売上収益:5,461億円(+10.3%)、
営業利益:818億円(+36.5%)、**大幅な増収増益。**
円安の影響(+約5%)を除いても、営業利益は**過去最高を達成**
- ・直近の業績予想に対しても、現地通貨ベースで上回る
- ・ユニクロ事業は、グローバルで販売が好調、値引きを抑制した
商売を徹底、売上総利益率が改善、**営業利益は大幅な増益を達成**
- ・好調だった地域は、**東南アジア、欧米、日本。**
特に欧米は、コア商品への支持が高まり、リピート顧客が増加、
事業拡大の手応え
- ・グレーターチャイナのユニクロ事業は、**新型コロナの行動規制で、
大幅な減収減益**

4

次に、この第3四半期3カ月間の決算ハイライトをお伝えいたします。

第3四半期3カ月間の売上収益は5,461億円、前年同期比10.3%増、
営業利益は818億円、同36.5%増と、大幅な増収増益となりました。

為替が円安になったことで、売上、営業利益ともに
約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達成することができました。

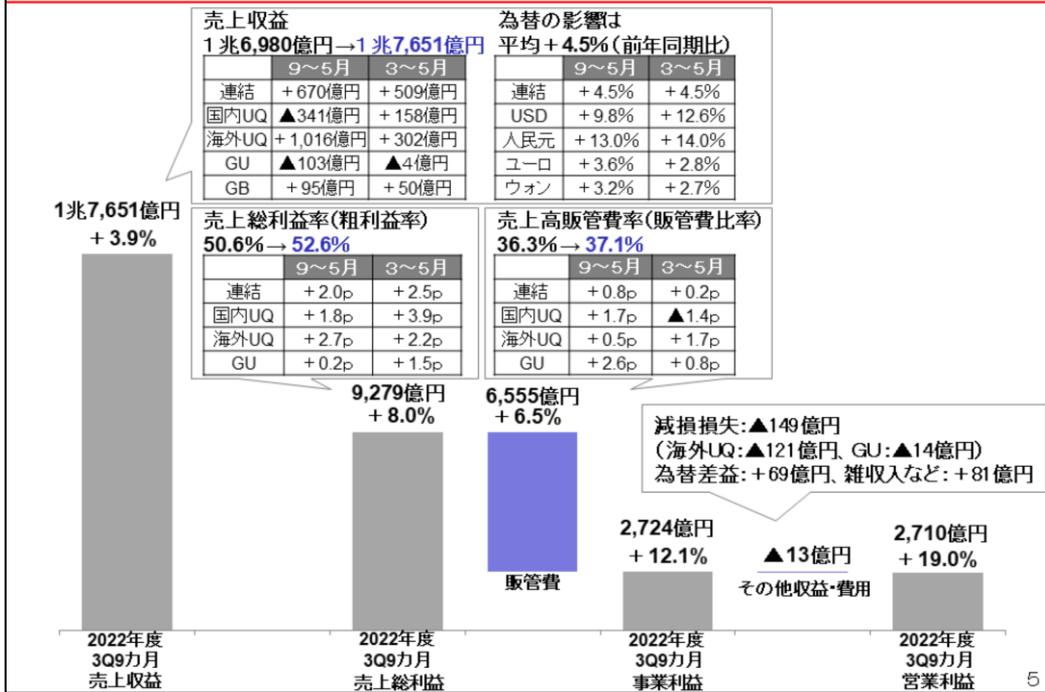
4月に発表した直近の業績予想に対しては、現地通貨ベースで、
上回る結果となりました。
これは、海外ユニクロ事業、国内ユニクロ事業の業績が上回ったことによります。
ジーユー事業、グローバルブランド事業は、若干下回る結果となりました。

ユニクロ事業は、グローバルで、販売が好調だったことに加え、
値引きを抑制した商売を徹底したことで、売上総利益率が改善し、
営業利益は大幅な増益を達成いたしました。
なかでも、好調だった地域は、東南アジア、欧州、北米、日本です。

特に、欧州、北米では、ユニクロが強みにしているコア商品への支持が高まり、
リピート顧客が増えるなど、事業拡大の手応えを感じております。

グレーターチャイナのユニクロ事業は、
新型コロナウイルス感染症(以下、新型コロナ)による行動規制の影響で、
大幅な減収減益となりました。

【連結】第3四半期(9カ月累計) 営業利益



ここからは第3四半期9カ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。

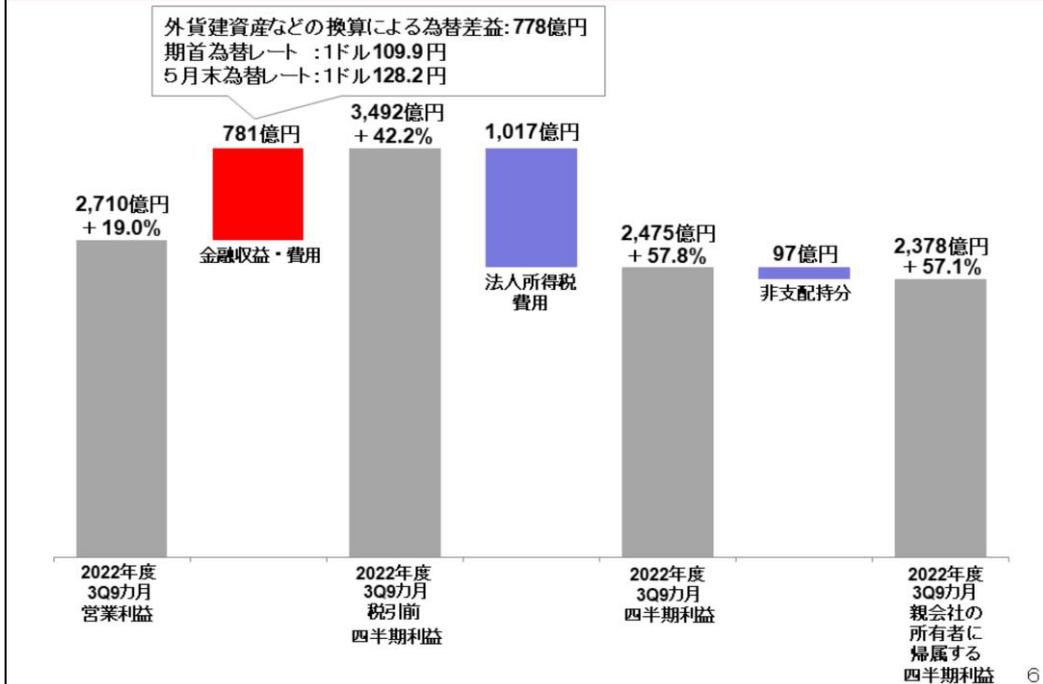
売上収益は1兆7,651億円、前年同期比670億円の増収となりました。これは主に、海外ユニクロ事業が1,016億円の増収となったことによります。

売上総利益率は52.6%と、同2.0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37.1%と、同0.8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13億円のマイナスとなっております。これは、海外ユニクロ事業を中心に減損損失を149億円計上したことに加え、為替差益などを計上したことによります。

これらの結果、営業利益は2,710億円、同19.0%増の大幅な増益となりました。



営業利益以下ですが、金融収益・費用は、ネットで781億円のプラスとなっております。

これは主に、5月末の為替レートが1ドル128.2円と、期初の1ドル109.9円に対し、約18円の大規模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778億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3,492億円、前年同期比42.2%増、親会社の所有者に帰属する四半期利益は2,378億円、同57.1%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 (2021/9~2022/5)			3Q (2022/3~2022/5)		
		9カ月累計 実績	前年 実績	前年 同期比	3カ月 実績	前年 実績	前年 同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	6,409	6,751	▲5.1%	1,984	1,825	+8.7%
	事業利益 (売上比)	1,163 18.2%	1,214 18.0%	▲4.2% +0.2p	369 18.6%	241 13.2%	+52.9% +5.4p
	その他収益・費用	26	▲19	-	12	▲25	-
	営業利益 (売上比)	1,190 18.6%	1,195 17.7%	▲0.4% +0.9p	381 19.2%	216 11.9%	+76.2% +7.3p
海外ユニクロ事業	売上収益	8,412	7,396	+13.7%	2,480	2,177	+13.9%
	事業利益 (売上比)	1,418 16.9%	1,081 14.6%	+31.1% +2.3p	380 15.4%	323 14.8%	+17.8% +0.6p
	その他収益・費用	▲90	▲103	-	▲56	▲16	-
	営業利益 (売上比)	1,327 15.8%	977 13.2%	+35.8% +2.6p	324 13.1%	307 14.1%	+5.6% ▲1.0p
ジーユー事業	売上収益	1,905	2,008	▲5.1%	677	681	▲0.7%
	事業利益 (売上比)	197 10.4%	255 12.7%	▲22.9% ▲2.3p	95 14.1%	91 13.4%	+4.2% +0.7p
	その他収益・費用	▲18	▲12	-	▲10	▲6	-
	営業利益 (売上比)	178 9.4%	243 12.1%	▲26.7% ▲2.7p	84 12.5%	84 12.4%	+0.0% +0.1p
グローバルブランド事業	売上収益	900	805	+11.8%	310	260	+19.5%
	事業利益 (売上比)	3 0.4%	▲53 -	-	▲0 -	▲8 -	-
	その他収益・費用	3	▲35	-	▲2	0	-
	営業利益 (売上比)	7 0.8%	▲89 -	-	▲3 -	▲7 -	-

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)。連結業績には上記の他、ファーストリテイリングの不動産賃貸事業や、各報告セグメントに帰属しない調整額が含まれております

7

セグメント別の業績は、7ページのスライドの通りとなっております。

増収、大幅な増益

- ・新型コロナの感染拡大が収束し、外出ニーズにマッチした商品や、マーケティングで打ち出したコア商品が好調な販売
- ・粗利益率、販管費比率がともに改善したことで、大幅な増益を達成

単位:億円

	1Q~3Q (2021/9~2022/5)			3Q (2022/3~2022/5)		
	9カ月累計 実績	前年 実績	前年 同期比	3カ月 実績	前年 実績	前年 同期比
売上収益 (売上比)	6,409 100.0%	6,751 100.0%	▲5.1%	1,984 100.0%	1,825 100.0%	+8.7%
売上総利益 (売上比)	3,385 52.8%	3,442 51.0%	▲1.6%	1,102 55.6%	943 51.7%	+16.9%
販管費 (売上比)	2,221 34.7%	2,227 33.0%	▲0.3%	733 37.0%	701 38.4%	+4.5%
事業利益 (売上比)	1,163 18.2%	1,214 18.0%	▲4.2%	369 18.6%	241 13.2%	+52.9%
その他収益・費用 (売上比)	26 0.4%	▲19 -	-	12 0.6%	▲25 -	-
営業利益 (売上比)	1,190 18.6%	1,195 17.7%	▲0.4%	381 19.2%	216 11.9%	+76.2%

8

まず、国内ユニクロ事業の第3四半期3カ月間の業績について、ご説明いたします。

売上収益は1,984億円、前年同期比8.7%増、
営業利益は381億円、同76.2%増の、大幅な増益となりました。

第3四半期3カ月間は、新型コロナの感染拡大が収束し、
外出ニーズにマッチした商品や、マーケティングで打ち出した
コア商品が好調な販売となりました。

また、粗利益率、販管費比率がともに改善したことで、大幅な増益を
達成しております。

既存店売上高 +7.8%

- ・外出ニーズの高まりに伴い、感動ジャケット・感動パンツやシャツ、ブラウスの販売が好調
- ・気温の上昇に伴い、TVCMで打ち出したエアリズムインナー、ブラトップ、トレンドの鮮やかなカラーを使ったTシャツなどの販売が好調
- ・ゴールデンウィーク商戦、感謝祭が盛況で、4月、5月は大幅な増収と、特に好調
- ・Eコマース売上高は322億円、同11.7%増。売上構成比は16.2%
- ・6月の既存店売上高は10.2%減。感謝祭の開催時期が、前年は6月だったことに対し、今年は5月27日から実施したため、感謝祭の売上の一部が月ずれ。5月と6月の合計の既存店売上高は前年同期に比べ増収と、好調

既存店 前年同期比	2022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	▲9.0%	▲10.7%	+15.8%	+17.5%	+7.8%	▲4.4%	▲10.2%
客数	▲6.1%	▲15.8%	+3.9%	+9.6%	▲0.4%	▲4.4%	▲15.8%
客単価	▲3.1%	+6.1%	+11.5%	+7.3%	+8.2%	▲0.1%	+6.6%

第3四半期3カ月間の既存店売上高は、前年同期比7.8%増となりました。

外出ニーズの高まりに伴い、感動ジャケット・感動パンツやシャツ、ブラウスの販売が好調だったことに加え、気温の上昇に伴い、TVCMで打ち出したエアリズムインナー、ブラトップ、トレンドの鮮やかなカラーを使ったTシャツなどの販売が好調でした。また、ゴールデンウィーク商戦や感謝祭が盛況で、4月、5月は大幅な増収と、特に好調でした。

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、10.2%減となりました。これは、感謝祭の開催時期が前年は6月だったことに対し、今年は5月27日から実施したため、感謝祭の売上の一部が5月に月ずれしたことによります。5月と6月の合計の既存店売上高は、前年同期に比べて増収と、好調でした。

粗利益率は55.6%、前年同期比3.9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ことにより、粗利益率が改善
- ・値引率が大幅に改善した背景は、(1)期初の計画に沿って、販売価格のコントロールを徹底したことや、(2)生産や物流の遅延の影響で、一部の夏物商品の投入が後ろ倒しになったことにより、4Qに限定値引き販売などのプロモーションがずれ込んだため
- ・原価率は、原材料や輸送費の高騰の影響で若干悪化し始めているが、現段階においては、値引率の改善で吸収

粗利益率 前年同期比	2021年8月期	2022年8月期	
			前年同期比
上期	50.7%	51.6%	+0.9p
3Q3カ月	51.7%	55.6%	+3.9p
3Q9カ月累計	51.0%	52.8%	+1.8p

国内ユニクロ事業の第3四半期3カ月間の粗利益率は55.6%と、前年同期比3.9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。

値引率が大幅に改善した背景としては、期初の計画に沿って、販売価格のコントロールを徹底したこと、また、生産や物流の遅延の影響で、一部の夏物商品の投入が後ろ倒しになったことにより、第4四半期に限定値引き販売などのプロモーションがずれ込んだためです。

原価率は、原材料や輸送費の高騰の影響で、若干悪化し始めておりますが、現段階においては、値引率の改善で吸収できております。

販管費比率は37.0%、前年同期比1.4ポイント改善

比率が改善した項目

✓人件費

- ・売上が好調だったことに加え、店舗オペレーションを効率化できたことで改善
- ・この下期にパートタイム・アルバイトスタッフの時給を平均で約3%アップ
- ・競争力のある給与水準にするために、この秋から時給をさらに、地域によっては10%から最大で30%程度アップ。ジーユーも同様の方針

✓物流費

- ・売上増加に伴う固定費比率の低下に加え、自動倉庫の効率化が進んだことで改善

比率が上昇した項目

✓広告宣伝費

- ・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が増加

✓減価償却費

- ・自動倉庫などへの戦略的な投資を実施

販管費比率は37.0%と、前年同期比1.4ポイント改善いたしました。

比率が改善した主な項目は、人件費、物流費です。

人件費比率が改善した主な理由は、売上が好調だったことに加え、倉庫から店舗へ在庫を投入するタイミングや数量の精度を高めたことなど、店舗オペレーションを効率化できたことによります。

店舗人件費については、この下期に、パートタイム・アルバイトスタッフの時給を平均で約3%アップしておりますが、競争力のある給与水準にするために、この秋から、時給をさらに、地域によっては10%から最大で30%程度アップしていきたいと考えております。これはユニクロだけでなく、ジーユーも同様の方針です。

物流費比率は、売上増加に伴う固定費比率の低下に加え、自動倉庫の効率化が進んだことで改善いたしました。

一方で、広告宣伝費や減価償却費は比率が上昇しております。これは、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増やしたこと、自動倉庫などへの戦略的な投資を実施していることによります。

大幅な増収、事業利益は大幅な増益

- ・その他アジア・オセアニア地区、北米、欧州(ロシアを除く)はいずれも大幅な増収増益と好調
- ・グレーターチャイナは、新型コロナに伴う行動規制の影響を大きく受け、大幅な減収減益
- ・4月に発表した業績予想に対しては、グレーターチャイナは予想を下回るも、その他の地域が予想を上回り、海外ユニクロ事業全体では、現地通貨ベースでも予想を上回る水準

単位:億円

	1Q~3Q (2021/9~2022/5)			3Q (2022/3~2022/5)		
	9カ月累計実績	前年実績	前年同期比	3カ月実績	前年実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	8,412 100.0%	7,396 100.0%	+13.7%	2,480 100.0%	2,177 100.0%	+13.9%
売上総利益 (売上比)	4,654 55.3%	3,889 52.6%	+19.7% +2.7p	1,423 57.4%	1,202 55.2%	+18.4% +2.2p
販管費 (売上比)	3,235 38.5%	2,807 38.0%	+15.3% +0.5p	1,043 42.1%	879 40.4%	+18.7% +1.7p
事業利益 (売上比)	1,418 16.9%	1,081 14.6%	+31.1% +2.3p	380 15.4%	323 14.8%	+17.8% +0.6p
その他収益・費用 (売上比)	▲90 -	▲103 -	-	▲56 -	▲16 -	-
営業利益 (売上比)	1,327 15.8%	977 13.2%	+35.8% +2.6p	324 13.1%	307 14.1%	+5.6% ▲1.0p

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カ月間の売上収益は、2,480億円、前年同期比13.9%増と、大幅な増収となりました。

値引き販売を抑えたことで、粗利益率が改善し、事業利益は380億円、同17.8%増と大幅な増益となりました。

第3四半期3カ月間で減損損失85億円を計上したことから、営業利益は同5.6%増にとどまりました。

なお、現地通貨ベースでは、売上収益は増収、事業利益は増益となっております。

地域別では、その他アジア・オセアニア地区、北米、ロシアを除く欧州はいずれも大幅な増収増益と好調な業績となりました。グレーターチャイナは、新型コロナに伴う行動規制の影響を大きく受け、大幅な減収減益となりました。

4月に発表した業績予想に対しては、グレーターチャイナは予想を下回りましたが、その他の地域が予想を上回っており、海外ユニクロ事業全体では、現地通貨ベースでも予想を上回る水準となっております。

地域別の詳細は、次のスライドでご説明いたします。

なお、地域別の業績については、実態を正しくご理解いただくために、すべて現地通貨ベース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

【中国大陸市場】大幅な減収減益

- ・3月から5月にかけて、上海を中心に最大で169店舗が臨時休業するなど、新型コロナに伴う行動規制が強化されたことで、売上は落ち込む
- ・Eコマース売上高も外出自粛によるアパレルへの購買意欲の低下により、大幅な減収
- ・6月はロックダウンの解除に伴い、店舗の営業が再開されたことで、売上は増収と回復傾向
- ・特に、行動規制が緩和された地域の売上回復が著しく、上海、蘇州、広州などでは、既存店売上高は2桁の増収
- ・中国大陸最大のEコマース商戦の1つである618商戦は過度な値引きに頼らない商売を行いながら、アパレルで1位の売上を達成
- ・6月以降、売上が回復してきた背景としては、店舗の営業ができない時期にも、TVCMやSNSなどでマーケティングを継続したことや、地域ごとに展示会を開催し、ユニクロのLifeWearを訴求し続けたことが奏功
- ・販売が好調な商品は、Tシャツやポロシャツ、ショートパンツといった夏物コア商品
- ・7月10日時点では、臨時休業している店舗数は5店舗

13

グレーターチャイナの第3四半期3カ月間は、大幅な減収減益となりました。

中国大陸は、大幅な減収減益となりました。

3月から5月にかけて、上海を中心に最大で169店舗が臨時休業するなど、新型コロナに伴う行動規制が強化されたことで、売上は落ち込みました。また、Eコマース売上高も外出自粛によるアパレルへの購買意欲の低下により、大幅な減収となりました。

ただし、6月は、ロックダウンの解除に伴い、店舗の営業が再開されたことで、売上は増収と回復傾向にあります。

特に、行動規制が緩和された地域の売上回復が著しく、上海、蘇州、広州などでは、既存店売上高は2桁の増収となっております。

また、中国大陸最大のEコマース商戦の1つである618商戦は過度な値引きに頼らない商売を行いながら、アパレルの中で1位の売上を達成いたしました。

6月以降、売上が回復してきた背景としては、店舗の営業ができない時期にも、TVCMやSNSなどでマーケティングを継続したことや、地域ごとに展示会を開催し、ユニクロのLifeWearを訴求し続けたことが奏功したためです。

販売が好調な商品としては、Tシャツやポロシャツ、ショートパンツといった夏物コア商品です。

【香港市場】減収減益

- ・主に、3月は新型コロナの影響で、大幅な減収減益となったことによる
- ・4月以降は、外出規制が緩和されたことで、売上は回復傾向

【台湾市場】減収、大幅な減益

- ・3月は順調な販売となったものの、4月以降は新型コロナの感染が急拡大し、売上がスローダウン
- ・利益面では、在庫消化のための値引き販売を早めたことで粗利益率が低下、減収となったことで販管費比率も上昇

韓国：増収増益

- ・4月中旬に新型コロナに伴う行動制限が撤廃されたことや、気温が上昇したことで、外出ニーズが回復し、Tシャツやポロシャツなど、夏物商品の販売が好調
- ・粗利益率は主に値引き販売が減少したことで改善
- ・販管費比率は増収となったことで改善

韓国は増収増益となりました。

4月中旬に新型コロナに伴う行動制限が撤廃されたことや、気温が上昇したことで、外出ニーズが回復し、Tシャツやポロシャツなど、夏物商品の販売が好調でした。

粗利益率は主に値引き販売が減少したことで改善、販管費比率は増収と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

- ・過去最高の業績。Eコマース売上高も、約2割の増収
- ・行動規制緩和で外出ニーズが回復、観光客も戻り始め、すべての国で既存店売上高は増収
- ・特に、マレーシア、フィリピン、インドネシア、シンガポールの既存店売上高は、新型コロナの影響がない3年前を上回る水準と、好調
- ・商品面では、アンクルパンツ、ショートパンツ、シャツ、UVカット群などの販売が好調
- ・粗利益率は値引き販売を抑制したことで改善
- ・販管費比率は、売上が好調だったことや継続的な経費コントロールの強化により、改善
- ・ユニクロのプレゼンスが強いその他アジア・オセアニア地区では、新型コロナの収束に伴い、業績が順調に回復
- ・シンガポール、マレーシアは大幅な増収増益。都心部や観光地を中心に売上が拡大
- ・フィリピンは大幅な増収、黒字化。オフィス着需要や観光客需要の回復により、売上が好調
- ・インドネシア、タイは大幅な増収増益。4月の大型連休やハリヤ商戦を中心に販売が好調
- ・ベトナムは大幅な増収、減益。売上は2桁の増収と夏物商品を中心に販売が好調。営業利益は、前年にあった減価償却費の戻し入れの一時的な影響を除くと、増益
- ・インドは大幅な増収、黒字化。リネン商品やポロシャツなど、夏物商品の販売が好調
- ・オーストラリアは大幅な増収増益。秋冬商品の情報発信を強化し、業績が回復

15

その他アジア・オセアニア地区の第3四半期3カ月間は、大幅な増収増益、過去最高の業績を達成いたしました。Eコマース売上高も、約2割の増収となっております。

その他アジア・オセアニア地区では、新型コロナに伴う行動規制の緩和により、外出ニーズが回復したことに加え、観光客も徐々に戻り始めたことで、すべての国で既存店売上高は増収となりました。特に、マレーシア、フィリピン、インドネシア、シンガポールの既存店売上高は、新型コロナの影響がない3年前を上回る水準と、好調です。商品面では、アンクルパンツ、ショートパンツ、シャツ、UVカット群などの販売が好調でした。

粗利益率は値引き販売を抑制したことで改善、販管費比率は、売上が好調だったことや継続的な経費コントロールの強化により、改善しております。

ユニクロのプレゼンスが強いその他アジア・オセアニア地区では、新型コロナの収束に伴い、業績が順調に回復してきております。

北米：大幅な増収、黒字化

・米国、カナダともに業績が大きく改善

【米国】大幅な増収、黒字化

- ・既存店売上高は新型コロナの影響がない3年前を上回る水準と好調
- ・Tシャツやタンクトップ、ショートパンツなど、コア商品を中心に情報発信を継続的に行ってきたことに加え、これらの商品が米国のお客様に支持され始めたことによる
- ・粗利益率は、値引き販売を抑制できたことで、大幅に改善。商品発注、販売期間、在庫水準などのコントロールの精度が高まったことによる
- ・販管費比率も、大幅に改善。増収となったことで、比率が改善したことに加え、自動倉庫の活用により物流費を削減できたこと、不採算店舗の閉店など、経費構造改革の効果が出ていることによる

【カナダ】大幅な増収、黒字化

- ・3月中旬から新型コロナに伴う行動規制が緩和され、スマートアンクルパンツやブラウス、Tシャツ、リネンシャツなどの販売が好調

北米の第3四半期3カ月間は、大幅な増収、黒字化いたしました。
これは、米国、カナダともに業績が大きく改善していることによります。

米国は大幅な増収、黒字化いたしました。
既存店売上高は新型コロナの影響がない3年前を上回る水準と好調です。
これは、Tシャツやタンクトップ、ショートパンツなどの、コア商品を中心に
情報発信を継続的に行ってきたことに加え、
これらの商品が米国のお客様に支持され始めたことによります。

粗利益率は、値引き販売を抑制できたことで、大幅に改善いたしました。
これは、商品発注、販売期間および在庫水準などのコントロールの精度が
高まったことによります。
販管費比率も、大幅に改善しております。これは、増収となったことで、
比率が改善したことに加え、自動倉庫の活用により物流費を削減できたこと、
不採算店舗の閉店など、経費構造改革の効果が出ていることによります。

欧州(ロシアを除く): 大幅な増収、黒字化

- ・既存店売上高は、3年前の水準を大幅に上回る
- ・LifeWearの浸透が進み、顧客層が広がったことに加え、お客様のニーズにマッチした商品を取り揃えることができたため、大幅な増収を達成
- ・新型コロナに伴う行動規制の解除により、アパレル需要が回復していること、観光客需要が盛り上がったことも、追い風
- ・商品面では、シャツやボトムス、ソックスなどのコア商品に加え、外出ニーズを捉えたことで、コートやジャケットなど、アウターの販売も好調
- ・粗利益率は、値引き販売を抑制したことで改善
- ・継続的な経費コントロールにより、販管費比率も大幅に改善した結果、2桁の営業利益率を達成
- ・ロシアは3月21日から営業を一時停止しているため、大幅な減収、営業利益は赤字

17

ロシアを除く欧州の第3四半期3カ月間は、大幅な増収、黒字化いたしました。既存店売上高は、3年前の水準を大幅に上回っております。

LifeWearの浸透が進み、顧客層が広がったことに加え、お客様のニーズにマッチした商品を取り揃えることができたため、大幅な増収を達成いたしました。
また、新型コロナに伴う行動規制の解除により、アパレル需要が回復していること、観光客需要が盛り上がったことも、追い風となりました。
商品面では、シャツやボトムス、ソックスなどのコア商品に加え、外出ニーズを捉えたことで、コートやジャケットなど、アウターの販売も好調でした。

粗利益率は、値引き販売を抑制したことで、改善いたしました。
また、継続的な経費コントロールにより、販管費比率も大幅に改善した結果、2桁の営業利益率を達成いたしました。

ほぼ前年並みの業績

- ・3月に気温が低下、春物商品の販売に苦戦。生産や物流の遅延で、キャンペーン商品をタイムリーに投入できず、販売機会ロス。カラスラックス、ライトデニムタックワイドパンツ、スウェット風のTシャツなどは好調も、タイムリーに必要な量を投入できず、売上を伸ばせず
- ・EC売上高は若干の減収、中国大陸GUが減収となったため。売上構成比は約12%
- ・粗利益率：+1.5p。値引き販売の抑制、遅延でキャンペーン商品を計画通り販促できず
- ・販管費比率：+0.8p。人件費比率が若干上昇。店舗スタッフを戦略的に増やし、接客・サービスの向上を図る

	1Q～3Q (2021/9～2022/5)			3Q (2022/3～2022/5)			単位:億円
	9カ月累計 実績	前年 実績	前年 同期比	3カ月 実績	前年 実績	前年 同期比	
売上収益 (売上比)	1,905 100.0%	2,008 100.0%	▲5.1%	677 100.0%	681 100.0%	▲0.7%	
売上総利益 (売上比)	931 48.9%	977 48.7%	▲4.7%	341 50.4%	333 48.9%	+2.3%	+1.5p
販管費 (売上比)	734 38.5%	721 35.9%	+1.7%	245 36.3%	241 35.5%	+1.5%	+0.8p
事業利益 (売上比)	197 10.4%	255 12.7%	▲22.9%	95 14.1%	91 13.4%	+4.2%	+0.7p
その他収益・費用 (売上比)	▲18 -	▲12 -	-	▲10 -	▲6 -	-	-
営業利益 (売上比)	178 9.4%	243 12.1%	▲26.7%	84 12.5%	84 12.4%	+0.0%	+0.1p

次に、ジーユー事業の第3四半期3カ月間の業績ですが、売上収益は677億円、前年同期比0.7%減、営業利益は84億円と、ほぼ前年並みの業績となりました。

減収となった主な要因は、シーズン初めの3月に気温が低下したことで春物商品の販売に苦戦したことに加え、生産や物流の遅延の影響を受け、キャンペーン商品をタイムリーに投入することができず、販売機会ロスが生じたことによります。商品面では、カラスラックス、ライトデニムタックワイドパンツ、スウェット風のTシャツなど、トレンドを捉えた商品の販売が好調でしたが、タイムリーに必要な量を投入することができず、売上を伸ばし切ることができませんでした。



【グローバルブランド事業】第3四半期(3カ月)

大幅な増収、赤字幅縮小

【セオリー事業】増収減益

- ・上海のロックダウンにより、中国大陸を中心としたアジア事業が減収減益
- ・米国事業は増収、物流費の高騰により営業利益は前年並み
- ・日本事業は増収増益

【プラステ事業】売上はほぼ前年並み、営業利益は若干の増益

- ・ブラウスやパンツ、ワンピースなどの販売が好調も、生産や物流の遅延の影響を受け、欠品が発生し、売上を十分に拡大できず

【コントワー・デ・コトニエ事業】増収、赤字幅は大幅に縮小

- ・不採算店舗の閉店を中心とした事業構造改革を進めた結果、販管費比率が大幅に改善

単位:億円

	1Q~3Q (2021/9~2022/5)			3Q (2022/3~2022/5)			
	9カ月累計 実績	前年 実績	前年 同期比	3カ月 実績	前年 実績	前年 同期比	
	売上収益	900	805	+11.8%	310	260	+19.5%
グローバルブランド事業	事業利益	3	▲53	-	▲0	▲8	-
	(売上比)	0.4%	-	-	-	-	-
	その他収益・費用	3	▲35	-	▲2	0	-
	営業利益	7	▲89	-	▲3	▲7	-
	(売上比)	0.8%	-	-	-	-	-

19

次に、グローバルブランド事業の第3四半期3カ月間の業績について、ご説明いたします。

売上収益は310億円、前年同期比19.5%増、
営業利益は3億円の赤字、前年同期に比べて赤字幅は縮小いたしました。

セオリー事業は、増収減益となりました。

減益となった要因は、上海のロックダウンにより、
中国大陸を中心としたアジア事業が減収減益となったことによります。
米国事業は、増収となりましたが、物流費の高騰により、
営業利益は前年並みとなりました。
日本事業は、増収増益となりました。

プラステ事業は、売上はほぼ前年並み、営業利益は若干の増益でした。
ブラウスやパンツ、ワンピースなどの販売が好調でしたが、
生産や物流の遅延の影響を受け、欠品が生じたことで、
売上を十分に拡大することができませんでした。

コントワー・デ・コトニエ事業は増収、赤字幅は大幅に縮小いたしました。
不採算店舗の閉店を中心とした事業構造改革を進めた結果、
販管費比率が大幅に改善いたしました。

【連結】2022年5月末 B/S

単位:億円

	2021年5月末	2021年8月末	2022年5月末	前年同期末比
資産合計	24,922	25,099	28,595	+3,673
流動資産	17,021	17,246	20,006	+2,984
非流動資産	7,901	7,853	8,589	+688
負債合計	13,326	13,476	13,692	+365
資本合計	11,596	11,622	14,903	+3,307

20

次に、2022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2兆8,595億円、前年同期末比3,673億円増加、
負債合計は1兆3,692億円、同365億円増加、
資本合計は1兆4,903億円、同3,307億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。

資産合計：+3,673億円(2兆4,922億円⇒2兆8,595億円)

- ・現金及び現金同等物：+1,917億円(1兆1,771億円⇒1兆3,689億円)
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：+70億円(3,446億円⇒3,517億円)
【海外UQ】+276億円：主にグレーターチャイナで、1)春夏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、在庫が若干増加、事業拡大によるもので適正水準
【国内UQ】▲231億円：主に生産や物流の混乱で、一部の夏物商品が入庫遅延
【GU】▲34億円、【グローバルブランド】+58億円
- ・デリバティブ金融資産(短期・長期)：+1,152億円(522億円⇒1,675億円)
保有する為替予約の平均レートと5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：+278億円(1,619億円⇒1,898億円)
グローバルで自動倉庫への投資が増えたことによる

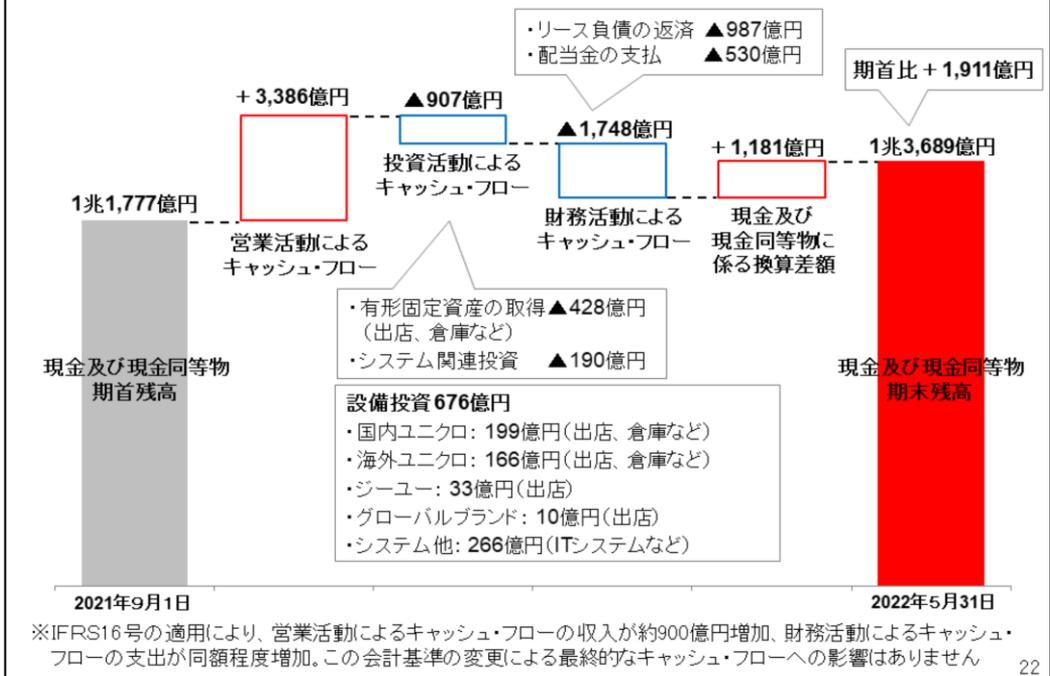
資産合計が前年同期末比3,673億円増加した主な要因をご説明いたします。

現金及び現金同等物は、同1,917億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70億円増加いたしました。
事業別では、海外ユニクロ事業は276億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、
春夏商品を中心に在庫がやや過剰となったことに加え、
人民元に対し円安になったことから円ベースでの在庫金額が
増加したことによります。
その他の地域は、在庫が若干増加しておりますが、
これは事業の拡大によるもので適正な水準となっております。

国内ユニクロ事業は231億円減少いたしました。
これは、主に生産や物流の混乱により一部の夏物商品の入庫が
遅延した影響によります。

【連結】第3四半期(9カ月累計) 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3,386億円の収入、
 投資活動によるキャッシュ・フローは907億円の支出、
 財務活動によるキャッシュ・フローは1,748億円の支出となりました。
 また、為替が円安になったことで、
 現金及び現金同等物に係る換算差額が1,181億円発生しております。

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、1,911億円増加し、1兆3,689億円となっております。

上方修正 営業利益は2,900億円、過去最高を更新する見込み

売上収益	: 2兆2,500億円	前期比 +5.5%
事業利益	: 2,950億円	前期比 +15.4%
営業利益	: 2,900億円	前期比 +16.5%

単位: 億円

	2021年8月期	2022年8月期		2022年8月期		2022年8月期
	通期実績	直近予想 (4/14時点)	前期比	通期予想 (7/14時点)	前期比	3Q9カ月 実績
売上収益 (売上比)	21,329 100.0%	22,000 100.0%	+3.1%	22,500 100.0%	+5.5%	17,651 100.0%
事業利益 (売上比)	2,555 12.0%	2,800 12.7%	+9.6% +0.7p	2,950 13.1%	+15.4% +1.1p	2,724 15.4%
その他収益・費用	▲65	▲100	-	▲50	-	▲13
営業利益 (売上比)	2,490 11.7%	2,700 12.3%	+8.4% +0.6p	2,900 12.9%	+16.5% +1.2p	2,710 15.4%
金融収益・費用	168	232	+37.6%	781	+363.2%	781
税引前利益 (売上比)	2,658 12.5%	2,932 13.3%	+10.3% +0.8p	3,681 16.4%	+38.5% +3.9p	3,492 19.8%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,698 8.0%	1,900 8.6%	+11.9% +0.6p	2,500 11.1%	+47.2% +3.1p	2,378 13.5%

23

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2兆2,500億円、前期比5.5%増、事業利益は2,950億円、同15.4%増を見込んでおります。その他収益・費用は、第4四半期に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、50億円のマイナスを予想しております。この結果、営業利益は2,900億円、同16.5%増を見込んでおります。事業利益、営業利益ともに過去最高を更新する見込みです。

4月に発表した業績予想に対しては、売上収益で500億円、事業利益で150億円、営業利益で200億円、上方修正いたしました。これは、第3四半期3カ月間の業績が好調で、現地通貨ベースでも業績予想を上回る進捗となっていることに加え、円安が進行していることから、第4四半期の業績予想の為替レート的前提を見直したことによります。

金融収益・費用は、急激に円安が進んでいることから、5月末の為替レート1ドル128.2円を期末の為替レート的前提とし、781億円のプラスを見込んでおります。この結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は2,500億円、同47.2%増を見込んでおります。

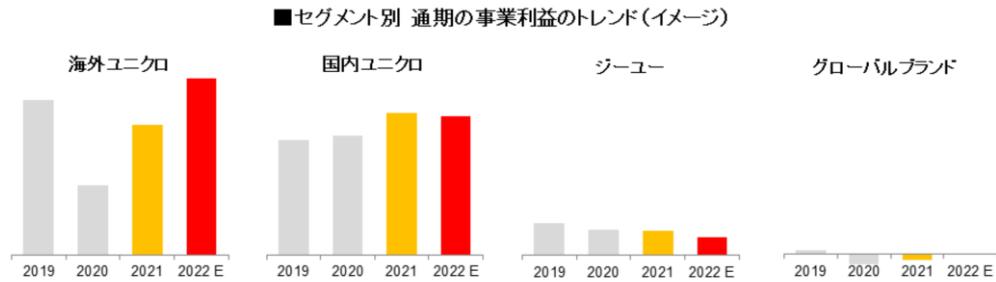
海外ユニクロ事業:下期、通期ともに大幅な増収増益

・現地通貨ベースでも、増収増益となる予想

【グレーターチャイナ】 現地通貨
ベース

・下期、通期ともに減収、大幅な減益となる見込み。新型コロナによる行動規制の影響を受け、3Q9カ月累計で減収、大幅な減益となったため

・ただし、中国大陸、香港、台湾ともに、6月以降は、行動規制の緩和に伴い、売上が回復、4Q3カ月間では、大幅な増収増益となる見込み



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。

海外ユニクロ事業は、下期、通期ともに大幅な増収増益となる見込みです。現地通貨ベースでも、増収増益となる予想です。

海外ユニクロ事業の地域別の業績については、実態を正しくご理解いただくために、すべて現地通貨ベースでご説明いたします。

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。これは新型コロナによる行動規制の影響を受け、第3四半期9カ月累計で減収、大幅な減益となったためです。

ただし、中国大陸、香港、台湾ともに、6月以降は、行動規制の緩和に伴い、売上が回復しており、第4四半期3カ月間では、大幅な増収増益となる見込みです。

【韓国】

・下期、通期ともに増収増益となる見込み。4Q3カ月間も好調な販売が継続することを見込む

【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見込み

・4Q3カ月間も、すべての国で好調な業績、売上、利益ともに大幅に拡大する予想

・2019年8月期に対しては、2桁の増収増益と、過去最高の業績を見込む

【欧州(ロシアを除く)】

・4Q3カ月間も引き続き好調な販売

・下期は大幅な増収、前年の赤字から黒字となる見込み

・通期でも、大幅な増収、営業利益は黒字化、2桁の営業利益率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、通期ともに赤字の予想

【北米】

・下期、通期ともに大幅な増収増益、黒字化する見込み

・足元でも想定を上回る好調な販売、通期で営業利益率は1桁後半の水準を達成できる予想

韓国は、下期、通期ともに増収増益となる見込みです。第4四半期3カ月間も好調な販売が継続することを見込んでおります。

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見込みです。

第4四半期3カ月間も、すべての国で好調な業績となる見込みで、売上、利益ともに大幅に拡大する予想です。

新型コロナの影響がない2019年8月期に対しては、2桁の増収増益と、過去最高の業績を見込んでおります。

ロシアを除く欧州は、第4四半期3カ月間も引き続き好調な販売となっております。

この結果、下期は大幅な増収、前年の赤字から黒字となる見込みです。

通期でも、大幅な増収、営業利益は黒字化、2桁の営業利益率を達成できる見込みです。

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。

足元でも想定を上回る好調な販売が継続しており、通期で営業利益率は1桁後半の水準を達成できる予想です。

国内ユニクロ事業:下期は若干の増収、大幅な増益

- ・通期は上期の減収減益幅が大きかったため、若干の減収、営業利益は前年並みの見込み
- ・4Q3カ月間の売上収益は、感謝祭の期ずれの影響により、減収を見込む。
営業利益は、大幅な増益となる予想。値引率の改善に加え、
海外UQの売上回復によるロイヤリティ収入の増加により、粗利益率が改善する見込み
- ・4Q3カ月間は、生産や物流の遅延で、販売時期がずれ込んだ商品の消化を強化する予定
ユニクロはベーシック、通年で販売できる商品が多いため、翌期にも価値を維持できる
商品は、過度な値引きを行わず、販売する計画。値引率は前年同期比で改善できる予想
- ・遅延していた商品は、6月以降に順次入荷、現時点で、生産や物流の遅延の影響は軽微

ジーユー事業:下期は若干の増収、前年並みの営業利益

- ・4Q3カ月間は、値引き販売を強化するため、前年並みの赤字となる予想。期末の在庫水準は、適正水準を維持できる見込み
- ・ジーユー事業は通期では、減収、大幅な減益となる見込み
- ・遅延していた商品は、6月以降に順次入荷、現時点で、生産や物流の遅延の影響は軽微

26

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。通期では、上期の減収減益幅が大きかったことから、若干の減収、営業利益は前年並みとなる見込みです。

第4四半期3カ月間の売上収益は、感謝祭の期ずれの影響により、減収となることを見込んでおります。
営業利益は、大幅な増益となる予想です。これは値引率の改善に加え、海外ユニクロ事業の売上回復によるロイヤリティ収入の増加により、粗利益率が改善することを見込んでいるためです。

第4四半期3カ月間では、生産や物流の遅延により、販売時期がずれ込んだ商品の消化を強化する予定ですが、ユニクロはベーシックな商品、通年で販売できる商品が多いため、翌期にも価値を維持できる商品は、過度な値引きを行わず、販売していく計画です。このため、値引率は前年同期比で改善できる予想です。

ジーユー事業は、下期は若干の増収、前年並みの営業利益となる見込みです。第4四半期3カ月間は、生産や物流の遅延によりタイムリーに投入できなかった商品の値引き販売を強化するため、前年並みの赤字となる予想です。ただし、これにより期末の在庫水準は、適正水準を維持できる見込みです。

ジーユー事業は通期では、減収、大幅な減益となる見込みです。

なお、ユニクロ、ジーユーともに、遅延していた商品については、6月以降に順次入荷しており、現時点で、生産や物流の遅延の影響は軽微となっております。

グローバルブランド事業： 下期は増収、事業利益は黒字化

- ・営業利益は、前年下期にJ Brand法人の清算益を計上したため、前年同期比で減益の予想
- ・通期では、大幅な増収、黒字化する見込み

【セオリー事業】

- ・下期は、増収、営業利益は若干の減益となる見込み。これは、3Q3カ月間に中国大陸で新型コロナの影響を大きく受け、減益となったため
- ・通期では、大幅な増収増益を達成できる予想

【コントワー・デ・コトニエ事業】

- ・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、下期は増収、事業利益は黒字化する見込みです。営業利益は、前年下期にJ Brand法人の清算益を計上したことから、前年同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

**期末配当金340円、
年間配当金620円を見込む**

	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(4/14 予想)	280円	280円	560円
2022年8月期(7/14 修正予想) ※	280円	340円	620円
前年比	+40円	+100円	+140円

※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。

期末配当金は、4月に発表した1株当たり280円から増額し、1株当たり340円を見込んでおります。これは、前年に対し、100円の増配となっております。

すでに実施した1株当たり中間配当金280円と合わせて、年間配当金は620円を予想しております。年間では140円の増配となっております。

なお、配当性向については、約25%となる見込みですが、外貨建資産の円換算による一時的な為替換算益の影響を除くと、約33%と、過去と同等の水準を維持しております。

以上で私からの説明を終わります。ありがとうございました。

<参考資料> 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(2021/9~2022/5)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	136	76	+60	2,372	191	106	+85	2,397				
国内ユニクロ事業:※	810	33	31	+2	812	50	50	0	810				
直営店	780	32	27	+5	785	-	-	-	-				
FC	30	1	4	▲3	27	-	-	-	-				
海外ユニクロ事業:	1,502	103	45	+58	1,560	141	56	+85	1,587				
中国大陸	832	58	21	+37	869								
香港	31	0	1	▲1	30	92	-	-	-				
台湾	69	3	2	+1	70								
韓国	134	2	9	▲7	127	2	-	-	-				
シンガポール	26	1	0	+1	27								
マレーシア	48	3	1	+2	50								
タイ	54	5	3	+2	56								
フィリピン	63	6	6	0	63	35	-	-	-				
インドネシア	40	9	0	+9	49								
オーストラリア	25	0	0	0	25								
ベトナム	8	4	0	+4	12								
インド	6	0	0	0	6								
米国	43	0	0	0	43	2	-	-	-				
カナダ	14	2	0	+2	16								
英国	15	1	1	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	23	11	+12	451	24	14	+10	449				
グローバルブランド事業合計	776	24	74	▲50	726	27	84	▲57	719				
セオリー事業※	431	18	15	+3	434	-	-	-	-				
ブラステ事業	98	4	11	▲7	91	-	-	-	-				
コントワー・デ・コトニエ事業※	153	2	39	▲37	116	-	-	-	-				
プリンセス・タム・タム事業※	94	0	9	▲9	85	-	-	-	-				
総 合 計	3,527	183	161	+22	3,549	242	204	+38	3,565				

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3四半期(9カ月平均)実績	106.0	126.7	142.9	16.1	9.4
2022年8月期 第3四半期(9カ月平均)実績	116.3	131.3	155.2	18.1	9.7
2021年8月期 通期(12カ月平均)実績	107.0	128.0	145.7	16.3	9.5
2022年8月期 通期(12カ月平均)予想	117.8	132.0	156.2	18.4	9.8
2022年8月期 第4四半期(3カ月平均)旧予想	110.0	131.0	153.0	17.0	9.7
2022年8月期 第4四半期(3カ月平均)新予想	122.3	133.9	159.0	19.0	10.0

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3四半期末為替レート 実績	109.8	133.8	155.7	17.2	9.8
2022年8月期 第3四半期末為替レート 実績	128.2	137.8	161.7	19.2	10.3
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	128.2	137.8	161.7	19.2	10.3

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3四半期実績(9カ月累計)	119	275	32	13	349	790	1,325
2022年8月期 第3四半期実績(9カ月累計)	199	166	33	10	266	676	1,345
2021年8月期 通期実績(12カ月累計)	157	385	38	18	407	1,006	1,779
2022年8月期 通期予想(12カ月累計)	212	232	37	12	325	819	1,809