

# 2022年8月期 業績 2023年8月期 業績予想

**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月期の業績、および  
2023年8月期の業績予想について、ご説明いたします。

## 目次

I . 2022年8月期 決算概要	P 3 ~	P 23
II . 2023年8月期 業績予想	P 24 ~	P 32
III . ご参考資料	P 33 ~	P 35

### 【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 実績

増収、大幅な増益。  
為替の影響を除いても、過去最高の業績を達成

単位: 億円

	2021年8月期			2022年8月期				
	通期実績	上期実績	前年同期比	下期実績	前年同期比	通期実績	前期比	前年同期(7/14)
売上収益 (売上比)	21,329 100.0%	12,189 100.0%	+1.3%	10,821 100.0%	+16.3%	23,011 100.0%	+7.9%	22,500 100.0%
売上総利益 (売上比)	10,739 50.3%	6,290 51.6%	+4.8%	5,777 53.4%	+22.0%	12,068 52.4%	+12.4%	-
販管費 (売上比)	8,184 38.4%	4,392 36.0%	+4.4%	4,608 42.6%	+15.9%	9,001 39.1%	+10.0%	-
事業利益 (売上比)	2,555 12.0%	1,898 15.6%	+5.6%	1,168 10.8%	+54.1%	3,067 13.3%	+20.0%	2,950 13.1%
その他収益・費用 (売上比)	▲65 -	▲5 -	-	▲88 -	-	▲93 -	-	▲50 -
営業利益 (売上比)	2,490 11.7%	1,892 15.5%	+12.7%	1,080 10.0%	+33.3%	2,973 12.9%	+19.4%	2,900 12.9%
金融収益・費用 (売上比)	168 0.8%	232 1.9%	+565.5%	929 8.6%	+595.9%	1,162 5.1%	+589.6%	781 3.5%
税引前利益 (売上比)	2,658 12.5%	2,125 17.4%	+24.0%	2,010 18.6%	+113.0%	4,135 18.0%	+55.6%	3,681 16.4%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,698 8.0%	1,468 12.0%	+38.7%	1,264 11.7%	+97.7%	2,733 11.9%	+60.9%	2,500 11.1%

為替影響除くと  
約14%増\*1

為替影響除くと  
約16%増\*2

※1 2022年8月期の業績を、2021年8月期の連結決算取込 為替レート(ドル:107.0円、1人民元:16.3円、P.34参照)で換算して計算  
※2 2022年8月期の親会社の所有者に帰属する当期利益は、金融収益・費用を2021年8月期の168億円と仮定して計算

3

2022年8月期の連結業績ですが、売上収益は2兆3,011億円、前期比7.9%増、営業利益は2,973億円、同19.4%増となりました。  
大幅に円安が進行したことで、金融収益・費用は外貨建資産の換算による為替差益など1,162億円のプラスを計上しております。  
この結果、税引前利益は4,135億円、同55.6%増、  
親会社の所有者に帰属する当期利益は2,733億円、同60.9%増と、  
過去最高の業績を更新いたしました。  
これは、7月に発表した業績予想を上回る結果となりました。

2022年8月期は、円安の影響で円ベースの業績が押し上げられた面がありますが、それを除いても、事業利益、営業利益ともに前期比で約14%増益と、過去最高となっております。  
また、親会社の所有者に帰属する当期利益は、金融収益における為替の一時的な影響を除いても、前期比で約16%の増益と、  
過去最高を更新いたしました。

## 【連結】決算ハイライト(1)

- ・通期の売上収益:2兆3,011億円(+7.9%)、  
営業利益:2,973億円(+19.4%)、**増収、大幅な増益。**  
円安の影響を除いても、**営業利益は過去最高**を達成。  
7月発表の業績予想に対し、海外ユニクロ中心に**連結全体で上振れ**
- ・新型コロナが収束に向かい、服の需要が回復。  
各国・各地域で継続的にLifeWearのブランディングを強化、  
**LifeWearの需要**がグローバルで強くなった。  
商品構成や数量計画、生産や物流など**環境変化へ機動的に対応**、  
各国・各地域の経済活動の再開のタイミングに売上は大きく伸長
- ・新型コロナの影響でグレーターチャイナが減益も、東南アジア、  
欧米は大幅な増収増益。**欧米は黒字化、営業利益率は約10%。**  
グレーターチャイナ、東南アジアに次ぐ**収益の柱**に
- ・グローバルで**値引きを抑制した商売**を実行、粗利益率が改善

次に、通期の決算ハイライトをお伝えいたします。

2022年8月期は、新型コロナウイルス感染症(以下、新型コロナ)が収束に向かうなかで、服に対する需要が回復いたしました。各国・各地域で継続的にLifeWearのブランディングを強化したことで、LifeWearに対する需要がグローバルで強くなったと感じております。また、商品構成や数量計画、生産や物流など環境変化に機動的に対応できたことで、各国・各地域の経済活動の再開のタイミングで、売上を大きく伸ばすことができました。

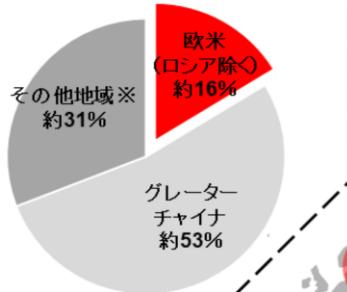
新型コロナの影響でグレーターチャイナが減益となった一方で、東南アジア、北米、欧州は大幅な増収増益と好調でした。特に、北米、欧州は黒字化、約10%の営業利益率となり、グレーターチャイナ、東南アジアに次ぐ収益の柱になりつつあります。

また、グローバルで値引きを抑制した商売を実行したことで、粗利益率を改善することができました。

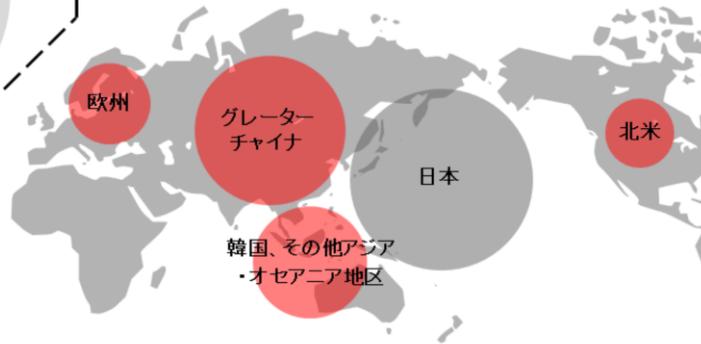
## 【連結】決算ハイライト(2)

### アジアが引き続き成長ドライバー。欧米も収益の柱へ

■海外ユニクロ事業 地域別 営業利益



■海外ユニクロ事業 地域別売上



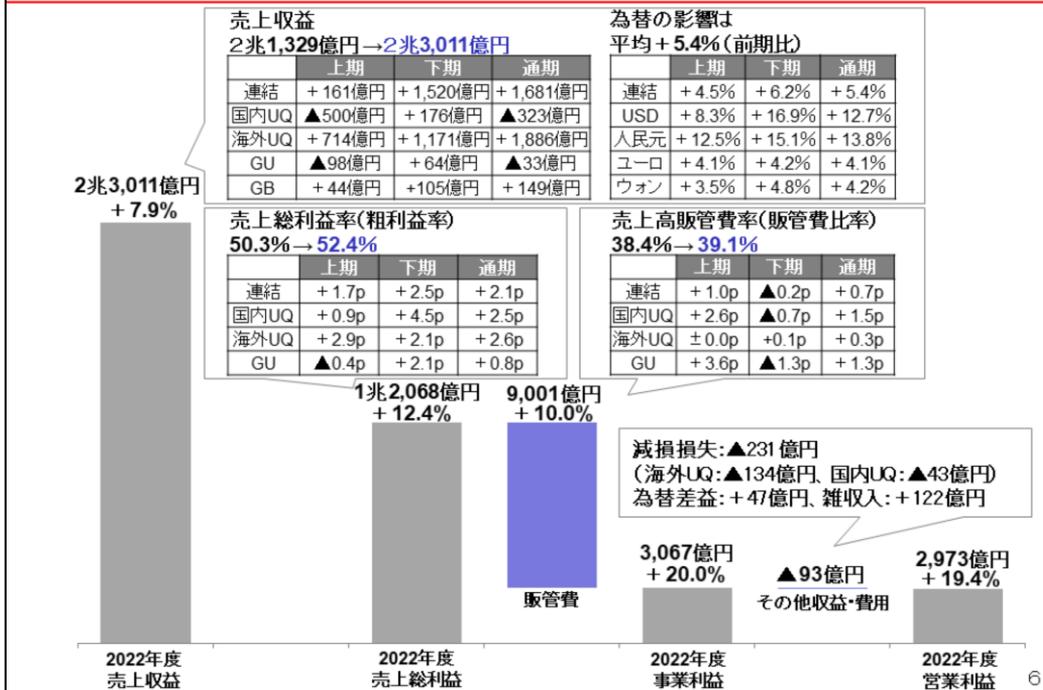
※韓国、その他アジア・オセアニア地区、ロシア

5

スライド5ページは海外ユニクロ事業の各国・各地域の売上と営業利益の規模を表しております。

グレートチャイナとその他アジア・オセアニア地区は引き続き全社の成長ドライバーとして売上、営業利益ともに大きな割合を占めております。北米、欧州においても、LifeWearに対する需要を喚起することができ、売上が大幅に拡大、営業利益は海外ユニクロ全体の約16%を占めるまでに成長いたしました。それぞれの地域の事業基盤が強固になってきたことで、今後、加速度的に成長をめざしていけると考えております。

## 【連結】2022年8月期 営業利益



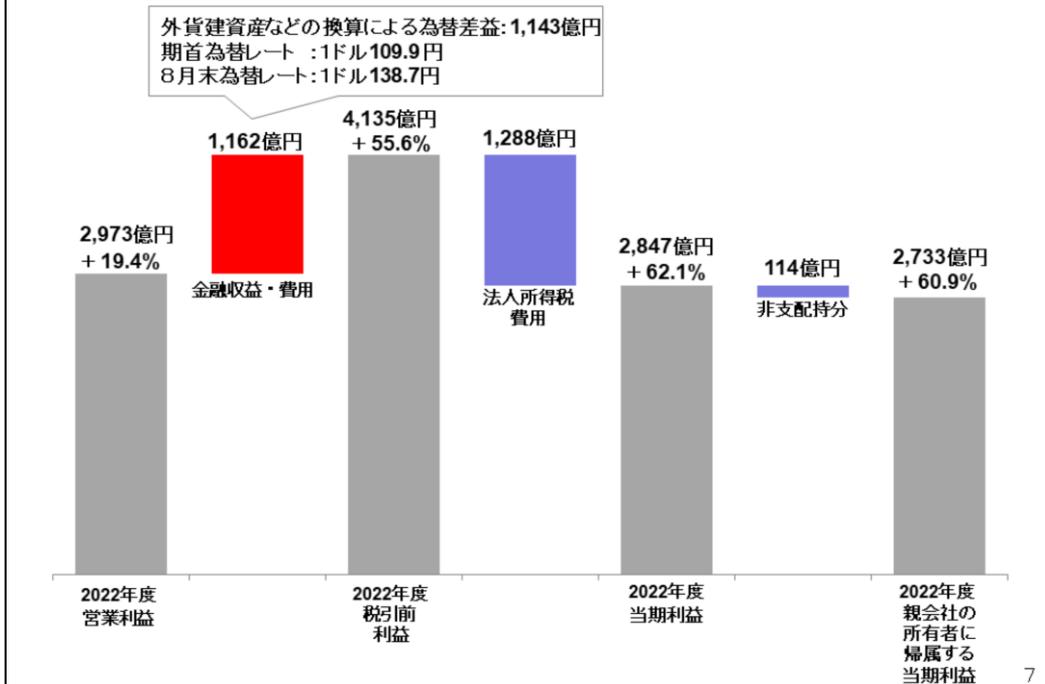
連結の損益計算書ですが、  
売上収益は前期比1,681億円の増収となりました。  
これは主に、海外ユニクロ事業で1,886億円の増収となったことによります。

売上総利益率は52.4%と、同2.1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  
値引き販売を抑制したことで、粗利益率が改善したことによります。

売上高販管费率は39.1%と、同0.7ポイント上昇いたしました。  
国内ユニクロ事業、ジーユー事業が減収となったことに加え、  
グローバルにマーケティングや人材に対する投資を増やしたことにより、  
販管費比率が上昇いたしました。

その他収益・費用ですが、ネットで93億円のマイナスとなりました。  
これは、海外ユニクロ事業を中心に減損損失を231億円計上した一方で、  
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2,973億円、同19.4%増の大幅な増益を  
達成いたしました。



営業利益以下の項目ですが、金融収益・費用は、ネットで1,162億円のプラスとなっております。

これは主に、8月末の為替レートが1ドル138.7円と、期初の1ドル109.9円に対し、約29円の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1,143億円計上したことによります。

この結果、税引前利益は4,135億円、前期比55.6%増、親会社の所有者に帰属する当期利益は2,733億円、同60.9%増となりました。

# 【セグメント別】2022年8月期 実績

単位: 億円

		2021年8月期		2022年8月期				
		通期実績	上期実績	前年同期比	下期実績	前年同期比	通期実績	前期比
国内ユニクロ事業	売上収益	8,426	4,425	▲10.2%	3,677	+5.0%	8,102	▲3.8%
	事業利益 (売上比)	1,266 15.0%	794 18.0%	▲18.4% ▲1.8p	499 13.6%	+70.2% +5.2p	1,293 16.0%	+2.1% +1.0p
	その他収益・費用	▲33	14	+169.5%	▲67	-	▲53	-
	営業利益 (売上比)	1,232 14.6%	809 18.3%	▲17.3% ▲1.6p	431 11.7%	+69.9% +4.5p	1,240 15.3%	+0.6% +0.7p
海外ユニクロ事業	売上収益	9,301	5,932	+13.7%	5,254	+28.7%	11,187	+20.3%
	事業利益 (売上比)	1,182 12.7%	1,037 17.5%	+36.8% +3.0p	642 12.2%	+51.6% +1.8p	1,679 15.0%	+42.1% +2.3p
	その他収益・費用	▲70	▲33	-	▲62	-	▲96	-
	営業利益 (売上比)	1,112 12.0%	1,003 16.9%	+49.7% +4.0p	579 11.0%	+31.4% +0.2p	1,583 14.2%	+42.4% +2.2p
ジーユー事業	売上収益	2,494	1,228	▲7.4%	1,232	+5.5%	2,460	▲1.4%
	事業利益 (売上比)	216 8.7%	101 8.3%	▲38.1% ▲4.1p	96 7.9%	+85.6% +3.4p	198 8.1%	▲8.2% ▲0.6p
	その他収益・費用	▲14	▲7	-	▲24	-	▲32	-
	営業利益 (売上比)	201 8.1%	93 7.6%	▲40.9% ▲4.4p	72 5.9%	+69.9% +2.2p	166 6.8%	▲17.4% ▲1.3p
グローバル ブランド事業	売上収益	1,082	589	+8.1%	641	+19.6%	1,231	+13.8%
	事業利益 (売上比)	▲58 -	4 0.7%	-	▲6 -	-	▲2 -	-
	その他収益・費用	42	6	-	▲11	-	▲5	-
	営業利益 (売上比)	▲16 -	10 1.8%	-	▲18 -	-	▲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

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。

## 通期は減収、増益

・上期は、減収減益となったが、下期は、増収、大幅な増益と業績は回復

単位:億円

	2021年8月期	2022年8月期					
	通期 実績	上期 実績	前年 同月比	下期 実績	前年 同月比	通期 実績	前期比
売上収益 (売上比)	8,426 100.0%	4,425 100.0%	▲10.2%	3,677 100.0%	+5.0%	8,102 100.0%	▲3.8%
売上総利益 (売上比)	4,256 50.5%	2,282 51.6%	▲8.7% +0.9p	2,012 54.7%	+14.4% +4.5p	4,294 53.0%	+0.9% +2.5p
販管費 (売上比)	2,990 35.5%	1,487 33.6%	▲2.5% +2.6p	1,513 41.1%	+3.3% ▲0.7p	3,000 37.0%	+0.3% +1.5p
事業利益 (売上比)	1,266 15.0%	794 18.0%	▲18.4% ▲1.8p	499 13.6%	+70.2% +5.2p	1,293 16.0%	+2.1% +1.0p
その他収益・費用 (売上比)	▲33 -	14 0.3%	+169.5% +0.2p	▲67 -	-	▲53 -	-
営業利益 (売上比)	1,232 14.6%	809 18.3%	▲17.3% ▲1.6p	431 11.7%	+69.9% +4.5p	1,240 15.3%	+0.6% +0.7p

まず、国内ユニクロ事業の通期の業績について、ご説明いたします。  
売上収益は8,102億円、前期比3.8%減、  
営業利益は1,240億円、同0.6%増となりました。

上期は、減収減益となりましたが、下期は、増収、大幅な増益と  
業績は回復いたしました。

## 【国内ユニクロ事業】売上収益の状況

### 既存店売上高 通期▲3.3%

- ・上期は、前年のハードルが高かったことに加え、ウルトラライトダウンやヒートテックなど冬物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で前年同期比9.0%減
- ・下期は、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、7月以降は気温が高く推移したことから、夏物商品を中心に好調な販売となり、下期の既存店売上高は前年同期比4.7%増と回復
- ・通期のEコマース売上高は1,309億円、前期比3.1%増。売上構成比は16.2%

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)	6月	7月	8月	4Q(3ヶ月)	下期	通期
売上高	▲9.0%	▲10.7%	+15.8%	+17.5%	+7.8%	▲10.2%	+6.4%	+14.9%	+1.1%	+4.7%	▲3.3%
客数	▲6.1%	▲15.8%	+3.9%	+9.6%	▲0.4%	▲15.8%	▲6.3%	+0.2%	▲8.6%	▲4.6%	▲5.4%
客単価	▲3.1%	+6.1%	+11.5%	+7.3%	+8.2%	+6.6%	+13.6%	+14.8%	+10.6%	+9.7%	+2.1%

国内ユニクロ事業の既存店売上高は、前期比3.3%の減収となりました。

上期は、前年のハードルが高かったことに加え、ウルトラライトダウンやヒートテックなど冬物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で、前年同期比9.0%減となりました。

下期は、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、7月以降は気温が高く推移したことから、夏物商品を中心に好調な販売となり、下期の既存店売上高は前年同期比4.7%増と回復いたしました。

## 【国内ユニクロ事業】粗利益率

### 粗利益率は53.0%、前期比2.5ポイント改善

- ・特に下期の粗利益率が4.5ポイントと大幅に改善。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に加え、価値を伝えるマーケティングを強化したことにより、値引率が大幅に改善
- ・欧米をはじめ海外ユニクロ事業の売上の急回復に伴って、ロイヤリティ収入が増加したことも押し上げ要因
- ・原価率は、原材料や輸送費の高騰の影響で悪化し始めているが、この下期は値引率の抑制で吸収

粗利益率 前年同期比	2021年8月期	2022年8月期	
			前期比
通期	50.5%	<b>53.0%</b>	+2.5p
上期	50.7%	<b>51.6%</b>	+0.9p
下期	50.2%	<b>54.7%</b>	+4.5p

国内ユニクロ事業の通期の粗利益率は53.0%と、前期比2.5ポイント改善いたしました。特に、下期の粗利益率が4.5ポイント増と大幅に改善しております。

これは、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に加え、価値を伝えるマーケティングを強化したことにより、値引率が大幅に改善したためです。

また、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ことも、押し上げ要因になっております。

原価率は、原材料や輸送費の高騰の影響で、悪化し始めておりますが、この下期は、値引率の抑制で吸収できております。

## 【国内ユニクロ事業】販管費比率

### 販管費比率は37.0%、前期比1.5ポイント上昇

- ・通期で販管費比率が上昇した主な項目は、広告宣伝費、減価償却費および賃借料
  - ✓ 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増加
  - ✓ 減価償却費および賃借料: 自動倉庫などへの戦略的な投資
- ・通期の人件費比率は、店舗オペレーションの効率化を継続的に進めたことで、ほぼ横ばい

通期の販管費比率は37.0%、前期比1.5ポイント上昇いたしました。

通期で販管費比率が上昇した主な項目としては、広告宣伝費、減価償却費および賃借料です。

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。

通期の人件費比率は店舗オペレーションの効率化を継続的に進めたことで、ほぼ横ばいとなりました。

## 【国内ユニクロ事業】開示変更

### 2023年8月期よりロイヤリティのセグメントを変更

- ・これまでは、国内および海外ユニクロ事業からのロイヤリティ収入と、ロイヤリティ部門の経費を、国内ユニクロ事業のセグメントに含めて開示していたが、2023年8月期より、セグメントに帰属しない収益及び全社費用である「調整額」に含めて開示する予定
- ・海外ユニクロ事業がこれまで以上に会社の成長ドライバーになってきており、海外からのロイヤリティ収入が大きくなってきていることから、より実態に合った適切なセグメントに変更
- ・2022年8月期のロイヤリティ組替後の国内ユニクロ事業の営業利益は1,017億円、6.4%減
- ・連結業績への影響はない

単位: 億円

	組替前			ロイヤリティを除外した場合の組替			組替前との差額	
	2021年 8月期	2022年8月期		2021年 8月期	2022年8月期		2021年 8月期	2022年 8月期
	通期 実績	通期 実績	前期比	通期 実績	通期 実績	前期比	通期 実績	通期 実績
売上収益 (売上比)	8,426 100.0%	8,102 100.0%	▲3.8%	8,426 100.0%	8,102 100.0%	▲3.8%	-	-
売上総利益 (売上比)	4,256 50.5%	4,294 53.0%	+0.9% +2.5p	4,018 47.7%	3,967 49.0%	▲1.3% +1.3p	▲238 -2.9%	▲327 -4.0%
営業利益 (売上比)	1,232 14.6%	1,240 15.3%	+0.6%	1,087 12.9%	1,017 12.6%	▲6.4% ▲0.3p	▲145 -1.7%	▲222 -2.7%

※ロイヤリティを除外した場合の組替数値は概算値(監査前)

13

なお、2023年8月期より、ロイヤリティを計上するセグメントの変更を行います。

これまでは、国内および海外ユニクロ事業からのロイヤリティ収入とロイヤリティ部門の経費を、国内ユニクロ事業のセグメントに含めて開示しておりましたが、これを、2023年8月期より、セグメントに帰属しない収益及び全社費用である「調整額」に含めて開示いたします。

海外ユニクロ事業がこれまで以上に、会社の成長ドライバーになってきており、海外からのロイヤリティ収入が大きくなってきていることから、より実態に合った適切なセグメントに変更いたします。

2022年8月期における国内ユニクロ事業のロイヤリティ組み替え後の営業利益は1,017億円、6.4%の減益となります。

なお、連結業績への影響はございません。

## 大幅な増収増益

- ・現地通貨ベースでも、売上収益は増収、営業利益は大幅な増益、業績予想を上回る水準
- ・グレーターチャイナを除くすべての地域でいずれも大幅な増収増益と好調な業績
- ・グレーターチャイナは、期を通して新型コロナに伴う行動規制の影響を大きく受けており、若干の増収、大幅な減益

単位:億円

	2021年8月期	2022年8月期					
	通期 実績	上期 実績	前年 同期比	下期 実績	前年 同期比	通期 実績	前期比
売上収益	9,301	5,932	+13.7%	5,254	+28.7%	11,187	+20.3%
(売上比)	100.0%	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-
売上総利益	4,902	3,230	+20.2%	2,956	+33.5%	6,186	+26.2%
(売上比)	52.7%	54.4%	+2.9p	56.3%	+2.1p	55.3%	+2.6p
販管費	3,719	2,192	+13.7%	2,314	+29.2%	4,506	+21.2%
(売上比)	40.0%	37.0%	-	44.0%	+0.1p	40.3%	+0.3p
事業利益	1,182	1,037	+36.8%	642	+51.6%	1,679	+42.1%
(売上比)	12.7%	17.5%	+3.0p	12.2%	+1.8p	15.0%	+2.3p
その他収益・費用	▲70	▲33	-	▲62	-	▲96	-
(売上比)	-	-	-	-	-	-	-
営業利益	1,112	1,003	+49.7%	579	+31.4%	1,583	+42.4%
(売上比)	12.0%	16.9%	+4.0p	11.0%	+0.2p	14.2%	+2.2p

14

次に、海外ユニクロ事業について、ご説明いたします。

通期の売上収益は、1兆1,187億円、前期比20.3%増、  
営業利益は1,583億円、同42.4%増、と大幅な増収増益となりました。  
なお、現地通貨ベースでも、売上収益は増収、  
営業利益は大幅な増益、業績予想を上回る水準となりました。

地域別では、グレーターチャイナを除くすべての地域で  
いずれも大幅な増収増益と好調な業績でした。

地域別の詳細は、次のスライドでご説明いたします。

## 【海外ユニクロ事業】地域別(1)

**グレーターチャイナ:増収、大幅な減益**  
**2022年8月期:売上5,385億円 +1.2%、営業利益834億円 ▲16.8%**

- 【中国大陸市場】円ベース、現地通貨ベースともに、減収、大幅な減益
- ・4Q3カ月間では、円ベース、現地通貨ベースともに、増収、大幅な増益。6月1日に上海のロックダウンが解除、消費が回復。マーケティングの強化や、経済活動の再開に向けて、販売体制や売場の構築など、準備を行ったことで、需要を取り込めた
  - ・積極的な出店を継続、通期で89店舗の新規出店を実現
  - ・将来の成長に向けた人材への投資やブランディング活動に経費を使いながらも、それ以外は、ローコスト経営を徹底、通期の営業利益率は15%弱の水準を確保
  - ・一つ一つの課題に着実に取り組んだ結果、事業の経営基盤はより強固に
  - ・9月は感染再拡大に伴い、行動規制が強化された一部の地域は、売上が大きく落ち込むも上海や蘇州など行動規制のない地域では、気温の低下に加え、継続的なブランディングが奏功し、売上は好調。中国大陸全体の既存店売上高は前年を上回る
  - ・9月は最大で100店舗が臨時休業、10月9日時点でも23店舗が臨時休業

グレーターチャイナの売上収益は、5,385億円、前期比1.2%増、営業利益は834億円、同16.8%減と、増収、大幅な減益となりました。これは主に、中国大陸が期を通して新型コロナの影響を受けたためです。

中国大陸は、円ベース、現地通貨ベースともに、通期で、減収、大幅な減益となりましたが、第4四半期3カ月間は、増収、大幅な増益となりました。これは、6月1日に上海のロックダウンが解除され、消費が回復してきたことに加え、マーケティングの強化や、経済活動の再開に向けて、販売体制や売場の構築など、準備を行ってきたことで、需要を取り込めたためです。厳しい経営環境が続いている中で、積極的な出店を継続し、通期で89店舗の新規出店を実現いたしました。また、将来の成長に向けた人材への投資やブランディング活動に経費を使いながらも、それ以外の部分ではローコスト経営を徹底したことで、通期の営業利益率は15%弱の水準を確保いたしました。一つ一つの課題に着実に取り組んできた結果、経営基盤はより強固になったと考えております。

なお、9月は感染再拡大に伴い、行動規制が強化された一部の地域では、売上が大きく落ち込んでおりますが、上海や蘇州など行動規制のない地域では、気温の低下に加え、継続的なブランディングが奏功し、売上は好調に推移しております。中国大陸全体の既存店売上高は前年を上回る水準でした。

## 【海外ユニクロ事業】地域別(2)

【香港市場】円ベースでは、大幅な増収増益、現地通貨ベースでは、若干の減収、増益

- ・今期は、新型コロナによる行動規制の影響で、販売に苦戦
- ・利益面では、値引き販売を抑制し、粗利益率が改善したことで増益
- ・4Q3カ月間は行動規制が緩和されたことで、増収、大幅な増益

【台湾市場】円ベース、現地通貨ベースともに、大幅な増収増益

- ・4月から6月にかけて、新型コロナの感染が急拡大したことで、売上が一時的にスローダウンしたものの、それ以外の時期はダウンやTシャツなどのコア商品を中心に販売が好調

### 韓国：増収増益

- ・韓国のお客様のニーズに応じた商品構成やスタイリングの提案を強化したことや、SNSを活用したマーケティングが奏功したことで期を通して好調な販売
- ・粗利益率、販管費比率が改善したことで、営業利益率も改善

韓国は通期で、円ベース、現地通貨ベースともに、増収増益となりました。韓国のお客様のニーズに応じた商品構成やスタイリングの提案を強化したことや、SNSを活用したマーケティングが奏功したことで期を通して好調な販売となりました。

## 【海外ユニクロ事業】地域別(3)

### その他アジア・オセアニア地区:大幅な増収増益

2022年8月期:売上収益 約2,400億円、約6割増収、営業利益率 約19%

- ・営業利益は、3倍を超える大幅な増益
- ・現地通貨ベースでも、その他アジア・オセアニア地区すべての国で、大幅な増収増益を達成
- ・今期は新型コロナが収束し、外出ニーズが回復したことに加え、積極的なマーケティングにより地元のお客様からの支持がさらに高まり、新規のお客様も増加
- ・売上は新型コロナの影響がなかった3年前をも大幅に上回る
- ・特に4Q3カ月間は、徐々に観光客需要が回復したことも追い風、業績の回復がさらに加速
- ・商品面では、エアリズムコットンオーバーサイズTシャツなどのコア商品や、外着需要を捉えたシャツ、ボトムスなどの販売が好調
- ・値引率が大幅に改善したことで粗利益率が改善
- ・販管費比率は、大幅な増収となったことや、継続的な経費コントロールの強化により、大幅に改善
- ・Eコマース売上高は現地通貨ベースで増収、売上構成比は約10%

その他アジア・オセアニア地区の円ベースの業績は、売上収益は約2,400億円、前期比約6割の大幅な増収、営業利益も3倍を超える大幅な増益となりました。営業利益率は、約19%と、大きく改善しております。現地通貨ベースでも、その他アジア・オセアニア地区のすべての国で、大幅な増収増益を達成いたしました。

今期は新型コロナが収束し、外出ニーズが回復したことに加え、積極的なマーケティングにより地元のお客様からの支持がさらに高まり、新規のお客様も増えたことで、売上は新型コロナの影響がなかった3年前をも大幅に上回っております。特に第4四半期3カ月間は、徐々に観光客需要が回復したことも追い風となり、業績の回復がさらに加速しております。

## 【海外ユニクロ事業】地域別(4)

### 北米：大幅な増収、黒字化

- ・粗利益率と販管費比率が大きく改善、北米全体の営業利益率は10%弱を達成
- 【米国】大幅な増収、黒字化
- ・期を通してコア商品を中心に情報発信、継続的なブランディングの強化でLifeWearの浸透を図ったことで、ユニクロのプレゼンスが徐々に確立、売上を大きく伸ばす
  - ・特に、Tシャツやアンクルパンツなどのコア商品に加え、クロップドシャツやドレスなど、米国のお客様のニーズから開発された商品の販売が好調
  - ・売上好調に加え、値引き販売の抑制で粗利益率が大幅に改善、経費構造改革により家賃比率や人件費比率が低下し、販管費比率も大幅に改善
  - ・Eコマース売上高は、経済活動の再開で店舗にお客様が戻ったことや、過度な値引きを抑制する方針を継続し、大幅な減収も、利益が出る体質に変革し、過去最高の利益を達成
- 【カナダ】大幅な増収、黒字化。3年前を大幅に上回る

### 欧州(ロシアを除く)：大幅な増収、黒字化

- ・LifeWearへの支持が高まり、新規のお客様が增加、地域旗艦店を中心に販売好調
- ・ロシア事業は、3月以降、営業を停止、大幅な減収。営業利益は、減損損失を計上し、赤字
- ・売上収益、営業利益ともに、連結の業績に与える影響は限定的

18

北米は、円ベース、現地通貨ベースともに、通期で大幅な増収、黒字化いたしました。米国、カナダともに大幅な増収、黒字化と大変好調でした。粗利益率と販管費比率が大きく改善したことで、北米全体の営業利益率は10%弱を達成いたしました。

米国は、期を通してコア商品を中心に情報発信を行ってきたことや、継続的なブランディングの強化によりLifeWearの浸透を図ったことで、ユニクロのプレゼンスが徐々に確立され、売上を大きく伸ばすことができました。特に、Tシャツやアンクルパンツなどのコア商品に加え、クロップドシャツやドレスなど、米国のお客様のニーズから開発された商品の販売が好調でした。

ロシアを除く欧州は、大幅な増収、黒字化いたしました。ロシアを除く欧州事業の現状と今後の事業拡大については、後ほどユニクロ欧州CEOの守川より詳しくご説明いたします。

ロシア事業は、3月以降、営業を停止しているため、大幅な減収、営業利益は、減損損失を計上したため赤字となりました。ただし、売上収益、営業利益ともに、連結の業績に与える影響は限定的です。

## 減収、大幅減益。下期は大幅な増益と業績は回復

- ・上期：品番数を十分に絞り込めず、生産や物流の遅延で、売れ筋商品が欠品、販売に苦戦
- ・下期：品番数の絞り込み、マストレンド商品の数量拡充、マーケティングの強化を実施  
キャンペーン商品のカラースラックスやスウェット風のTシャツ、  
マストレンドを捉えたタックワイドパンツの販売が好調で増収、売上は回復  
値引きの抑制で粗利益率は改善、販管費比率も改善した結果、大幅な増益
- ・通期のEコマース売上高は、前期比約1割の増収、売上構成比は約12%

単位：億円

	2021年8月期		2022年8月期				
	通期 実績	上期 実績	前年 同期比	下期 実績	前年 同期比	通期 実績	前期比
売上収益 (売上比)	2,494 100.0%	1,228 100.0%	▲7.4%	1,232 100.0%	+5.5%	2,460 100.0%	▲1.4%
売上総利益 (売上比)	1,183 47.4%	590 48.1%	▲8.3% ▲0.4p	594 48.3%	+10.3% +2.1p	1,185 48.2%	+0.2% +0.8p
販管費 (売上比)	966 38.8%	488 39.8%	+1.8% +3.6p	497 40.4%	+2.3% ▲1.3p	986 40.1%	+2.0% +1.3p
事業利益 (売上比)	216 8.7%	101 8.3%	▲38.1% ▲4.1p	96 7.9%	+85.6% +3.4p	198 8.1%	▲8.2% ▲0.6p
その他収益・費用 (売上比)	▲14 -	▲7 -	-	▲24 -	-	▲32 -	-
営業利益 (売上比)	201 8.1%	93 7.6%	▲40.9% ▲4.4p	72 5.9%	+69.9% +2.2p	166 6.8%	▲17.4% ▲1.3p

ジーユー事業の通期の売上収益は2,460億円、前期比1.4%減、  
営業利益は166億円、同17.4%減と、減収、大幅な減益となりました。  
これは、上期の減収減益幅が大きかったためで、  
下期は増収、大幅な増益と、業績が回復しております。

上期は、品番数を十分に絞り込めていなかったことや、  
生産や物流の遅延の影響で、売れ筋商品に欠品が発生し、  
販売に苦戦いたしました。

一方で、下期は、その反省を踏まえ、品番数の絞り込み、  
マストレンド商品の数量拡充、マーケティングの強化を行いました。  
この結果、キャンペーン商品のカラースラックスやスウェット風のTシャツ、  
マストレンドを捉えたタックワイドパンツの販売が好調で増収と、  
売上は回復いたしました。

## 大幅な増収、赤字幅は縮小

### 【セオリー事業】大幅な増収増益

- ・新型コロナの収束とともに米国や日本を中心に業績が回復。着心地がよく完成度の高い軽衣料や、プライスラインを見直した商品を戦略的に拡充したことで、客層が拡大

### 【プラステ事業】減収、赤字幅は拡大

- ・上期は新型コロナの影響を受け客数が減少し、減収、赤字幅は拡大
- ・下期は生産や物流の遅延の影響を受け、売れ筋商品に欠品が生じたことで減収、不採算店舗の閉店や販管費の削減により赤字幅は縮小

### 【コントワー・デ・コトニエ事業】増収、赤字幅は大幅に縮小

- ・不採算店舗の閉店により、前期末に比べて店舗数が約3割減少するも、一店舗当たりの売上は改善。事業構造改革を進めたことで、販管費比率が大幅に改善

単位：億円

		2021年8月期		2022年8月期				
		通期実績	上期実績		下期実績		通期実績	前年比
			前年同月比	前年同月比	前年同月比			
グローバルブランド事業	売上収益	1,082	589	+8.1%	641	+19.6%	1,231	+13.8%
	事業利益	▲58	4	-	▲6	-	▲2	-
	(売上比)	-	0.7%	-	-	-	-	-
	その他収益・費用	42	6	-	▲11	-	▲5	-
	営業利益	▲16	10	-	▲18	-	▲7	-
	(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。  
 売上収益は1,231億円、前期比13.8%増、  
 営業利益は7億円の赤字と、赤字幅が縮小しました。  
 これは主にセオリー事業の業績が回復したことによります。

## 【連結】2022年8月末 B/S

単位:億円

	2021年8月期末	2022年8月期末	増 減
資産合計	25,099	<b>31,837</b>	+6,737
流動資産	17,246	<b>21,788</b>	+4,541
非流動資産	7,853	<b>10,049</b>	+2,196
負債合計	13,476	<b>15,683</b>	+2,206
資本合計	11,622	<b>16,154</b>	+4,531

21

次に、2022年8月末のバランスシートをご説明いたします。

資産合計は3兆1,837億円、前期末比6,737億円増加、  
負債合計は1兆5,683億円、同2,206億円増加、  
資本合計は1兆6,154億円、同4,531億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。

## 【連結】B/Sのポイント(前期末比)

**資産合計：+6,737億円(2兆5,099億円⇒3兆1,837億円)**

- ・現金及び現金同等物：+1,805億円(1兆1,777億円⇒1兆3,582億円)  
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：+910億円(3,948億円⇒4,859億円)  
【海外UQ】+544億円、【国内UQ】+184億円  
【GU】+58億円、【グローバルブランド】+122億円  
すべての地域で増加も適正な水準で、大きな問題はない。増加した背景は、
  - 1) 各国・各地域で売上成長に向けて仕入金額を増やしていること
  - 2) 前年は在庫遅延により著しく低かった8月末の在庫水準が、今年は概ね正常化
  - 3) 円安による円ベース金額の増加
- ・その他金融資産(短期・長期)：+1,645億円(1,232億円⇒2,877億円)  
保有する現金を比較的短期の安全性の高い債券の購入に充てたため
- ・デリバティブ金融資産(短期・長期)：+2,091億円(496億円⇒2,587億円)  
保有する為替予約の平均レートと8月末の為替レートがともに円安になったものの、その乖離幅が大幅に拡大したため。ヘッジ会計を適用していることから、損益へ影響なし

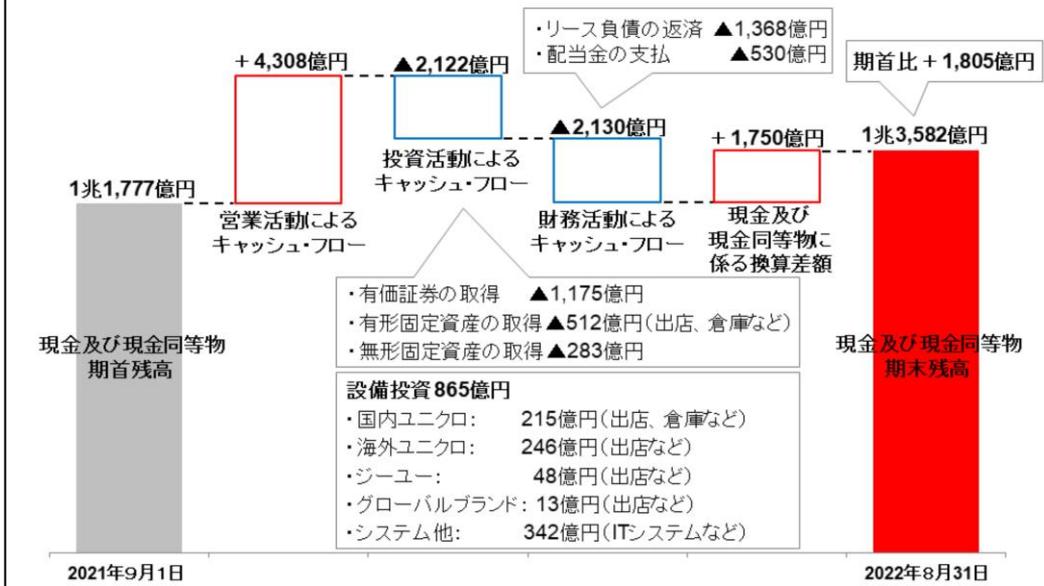
22

資産合計が前期末比6,737億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1,805億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910億円増加いたしました。  
海外ユニクロは同544億円増加、国内ユニクロは同184億円増加いたしました。  
これは、各国・各地域で売上成長に向けて仕入金額を増やしていることに加え、  
前年は在庫遅延により著しく低かった8月末の在庫水準が、  
今年は概ね正常化していることによります。  
また、円安による円ベースでの在庫金額の増加の影響もあります。  
なお、すべての地域で在庫金額が増加しておりますが、  
適正な水準で大きな問題はありません。

# 【連結】2022年8月期 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・フローの収入が約1,200億円増加、財務活動によるキャッシュ・フローの支出が同額程度増加。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、キャッシュ・フローですが、23ページの記載の通りです。

現金及び現金同等物の期末残高は期首に比べ、1,805億円増加し、1兆3,582億円となっております。

# 【連結】2023年8月期 通期業績予想

## 大幅な増収増益

**売上収益** : 2兆6,500億円 前期比 +15.2%  
**事業利益** : 3,500億円 前期比 +14.1%  
**営業利益** : 3,500億円 前期比 +17.7%

	2022年8月期	2023年8月期		単位: 億円
	通期実績	通期予想 (10/13時点)	前期比	
売上収益 (売上比)	23,011 100.0%	26,500 100.0%	+15.2%	為替影響除くと約10%増 <sup>※1</sup>
事業利益 (売上比)	3,067 13.3%	3,500 13.2%	+14.1% ▲0.1p	
その他収益・費用	▲93	0	-	為替影響除くと約13%増 <sup>※1</sup>
営業利益 (売上比)	2,973 12.9%	3,500 13.2%	+17.7% +0.3p	
金融収益・費用	1,162	0	-	
税引前利益 (売上比)	4,135 18.0%	3,500 13.2%	▲15.4% ▲4.8p	為替影響除くと約10%増 <sup>※2</sup>
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	2,733 11.9%	2,300 8.7%	▲15.9% ▲3.2p	

※1 2023年8月期の業績予想を、2022年8月期の連結決算取込為替レート(1ドル:120.5円、1人民元:18.6円、P.34参照)で換算して計算  
 ※2 2023年8月期の親会社の所有者に帰属する当期利益の予想は、金融収益・費用を2022年8月期の1,162億円と仮定して計算 24

次に、2023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2兆6,500億円、前期比15.2%増、  
 事業利益は3,500億円、同14.1%増、  
 営業利益は3,500億円、同17.7%増を見込んでおります。  
 なお、海外事業の業績予想における為替レートの前提は、  
 期初の為替レートである1ドル138.7円、1人民元20.0円としております。

金融収益・費用は、期初の為替レート1ドル138.7円を前提とし、  
 為替換算差損益は見込んでおりません。  
 なお、2022年8月期期中から、2023年8月期期初にかけて、米国事業の長期的な  
 成長に向けて、ファーストリテイリング米国の資本を30億米ドル  
 増強したこともあり、金融収益・費用の為替変動に対する会計上の振れ幅は  
 前期に比べ、大幅に低減する見込みです。

これらの結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は2,300億円、  
 同15.9%減となる見込みです。

なお、為替影響を加味しない場合の業績としては、  
 売上収益で約10%の増収、営業利益で約13%の増益、  
 親会社の所有者に帰属する当期利益で約10%の増益の水準となっております。

### 攻めの姿勢で事業構造を変革し、 グローバルNo.1ブランドとしての基盤を創る

1. お客様のニーズに応え、  
価値に共感していただける商売を実現
2. ヘッドクォーター機能のグローバル化を進め、  
世界で稼ぐ
3. 事業と一体でサステナビリティの取り組みを加速
4. 生産性を重視し、インフレ環境下での  
ローコスト経営を徹底

2023年8月期は、攻めの姿勢で事業構造を変革し、  
グローバルNo.1ブランドとしての基盤を創る一年にしたいと考えております。

インフレの進行や、急激な円安など、事業環境は厳しい状況が続いておりますが、  
今期はスライドに掲げている4つの重点課題への取り組みを加速し、  
着実に成果を上げていきます。

1. お客様のニーズに応え、価値に共感していただける商売を実現
  - ✓ より付加価値の高い商品やサービスを提供し、値引きに頼らない商売を行うことで、粗利益率を維持しながら、売上の拡大をめざす
  - ✓ グローバルのお客様のニーズを商品やサービスに反映
  - ✓ 店舗とECが一体となった購買体験、デジタルの情報発信、店舗接客といった、お客様接点の在り方全体を変革
  - ✓ 空輸も有効に使いながら、実売期に入った後の企画から店舗投入までのリードタイムを短縮、SKUごとの発注と追加生産の精度を高めることで、欠品や過剰を減らす
2. ヘッドクォーター機能のグローバル化を進め、世界で稼ぐ
  - ✓ 成長を加速させるために、グローバルヘッドクォーターの在り方を大きく変革
  - ✓ 米国にもグローバルヘッドクォーターを立ち上げ、商品開発や顧客体験の変革、これらを支えるIT機能などを構築
  - ✓ 店舗の新規出店も加速。収益の柱の多様化を一層進める
  - ✓ 2023年8月期はグローバルで年間310店舗の出店、前年から約3割、新規出店が増加する計画

まず、一つ目に、「お客様のニーズに応え、価値に共感していただける商売を実現」いたします。

インフレの加速、円安により、商品の生産原価が大幅に高まっております。一部の商品では値上げしておりますが、大部分の商品は、価格を据え置き販売しております。その中で、より付加価値の高い商品やサービスを提供し、値引きに頼らない商売を行うことで、粗利益率を維持しながら、売上の拡大をめざします。

これを達成するために、グローバルのお客様のニーズを商品やサービスに反映させていきます。

また、店舗とEコマースが一体となった購買体験、デジタルでの情報発信、店舗での接客といった、お客様との接点の在り方全体を変革していきます。さらに、空輸も有効に使いながら、実売期に入った後の企画から店舗投入までのリードタイムを短縮し、SKUごとの発注と追加生産の精度を高めることで、在庫の欠品や過剰を減らします。

2つ目に、「ヘッドクォーター機能のグローバル化を進め、世界で稼ぐ」です。

成長を加速させるために、グローバルヘッドクォーターの在り方を大きく変革いたします。

重要な点ですので、後ほど柳井から具体的な説明をさせていただきます。

また、店舗の新規出店も加速し、収益の柱の多様化を一層進めていきます。2023年8月期はグローバルで年間310店舗の出店と、前年から約3割新規出店が増加する計画です。

3. 中期成長戦略として、事業と一体でサステナビリティの取り組みを加速
  - ✓ 我々の服づくりのコンセプトであるLifeWearは、ベーシックなデザイン、高い品質で長くご愛用いただける服。このコンセプトを大切にしながら服づくりを進めると同時に、トレーサビリティを追求することが、最良のサステナビリティにつながると考え、取り組みを加速していく
  - ✓ 温室効果ガスの削減、循環型のビジネスモデルの構築、ダイバーシティの推進、社会貢献活動など、すでに発表している目標の達成に向けて、着実に取り組みを進める
4. 生産性を重視し、インフレ環境下での、ローコスト経営を徹底
  - ✓ 有明プロジェクトで取り組んできた、「無駄なものを作らない、運ばない、売らない」をより高いレベルで実行し、在庫効率、経費効率の高い商売を追求
  - ✓ グローバルに業務プロセスの標準化、自動化を進め、業務の効率を高めると同時に、チームの働き方を変革し、生産性を高める
  - ✓ そのための人材への投資を積極的に行う

3つ目に、中期成長戦略として、事業と一体でサステナビリティの取り組みを加速いたします。  
我々の服づくりのコンセプトであるLifeWearは、ベーシックなデザイン、高い品質で長くご愛用いただける服です。  
このコンセプトを大切にしながら服づくりを進めると同時に、トレーサビリティを追求することが、最良のサステナビリティにつながると考え、取り組みを加速していきます。

また、温室効果ガスの削減、循環型のビジネスモデルの構築、ダイバーシティの推進、社会貢献活動など、すでに発表している目標の達成に向けて、着実に取り組みを進めていきます。

最後に、生産性を重視し、インフレ環境下でのローコスト経営を徹底いたします。  
有明プロジェクトで取り組んできた、「無駄なものを作らない、運ばない、売らない」をより高いレベルで実行し、在庫効率、経費効率の高い商売を追求いたします。  
また、グローバルで業務プロセスの標準化、自動化を進め、業務の効率を高めると同時に、チームの働き方を変革し、生産性を高めていきます。  
そのための人材への投資を積極的に行ってまいります。

### 海外ユニクロ事業:通期は大幅な増収増益の見込み

- ・円ベース、現地通貨ベースともに、大幅な増収増益、上期、下期ともに増収増益を見込む
- ・LifeWearに対する需要が世界で高まっている手応えを感じており、この機会を捉え、グローバルでのマーケティングを本格的に強化、売上を拡大する
- ・9月は、各国・各地域で大幅な増収、秋冬商品の立ち上がりは好調
- ・粗利益率は通期で若干低下する見込み。前期は在庫遅延の影響により一部の商品で在庫が不足し、販促が十分に行えなかったため。今期は過度な値引き販売を抑制しながら、適度に販促を行い、売上の拡大を図る。販管費比率は、若干の改善を見込む
- ・地域別の業績は、すべて現地通貨ベース

#### 【グレーターチャイナ】通期は大幅な増収増益の見込み

- ・上期は増収、営業利益は前年並みとなる見込み。中国大陸で新型コロナに伴う行動規制が継続、一部の地域で、売上へ影響が出ているため。下期は大幅な増収増益を見込む
- ・グレーターチャイナ全体で年間100店舗の出店を継続していく方針
- ・中国大陸、香港は通期で大幅な増収増益、台湾は大幅な増収、増益の見込み

#### 【韓国】上期、下期、通期ともに増収増益の見込み

28

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、通期は、円ベース、現地通貨ベースともに、大幅な増収増益となる見込みです。上期、下期ともに、増収増益を見込んでおります。

LifeWearに対する需要が世界で高まっている手応えを感じており、この機会を捉え、グローバルでのマーケティングを本格的に強化することで、売上を拡大していきます。

なお、9月の販売状況は、各国・各地域で大幅な増収と、秋冬商品の立ち上がりは好調となっております。

地域別の業績については、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、通期は大幅な増収増益を見込んでおります。

上期は増収も、営業利益は前年並みとなる見込みです。これは、中国大陸で新型コロナに伴う行動規制が継続し、一部の地域で売上へ影響が出ているためです。

下期は、大幅な増収増益を見込んでおります。

グレーターチャイナ全体で年間100店舗の出店を継続していく方針です。

韓国ですが、上期、下期、通期ともに増収増益となる見込みです。

【その他アジア・オセアニア地区】上期、下期、通期ともに、大幅な増収増益

- ・年間で70店舗の出店と、ショッピングモールへの出店を強化するだけでなく、ロードサイド店舗への出店も増やすことで、これまでの出店ペースを倍増させる計画

【北米】上期、下期、通期ともに増収増益の見込み

- ・今期は10店舗の新規出店を予定、来期以降は、さらに出店を加速して行く予定

【欧州(ロシアを除く)】上期、下期、通期ともに大幅な増収増益を予想

- ・大都市の良い立地にユニクロの世界観を表現できる大型店を出店する方針、2023年8月期は5店舗を新規出店する計画
- ・ロシアは、前年並みの営業赤字となる予想、連結全体の損益への影響は限定的

その他アジア・オセアニア地区は、上期、下期、通期ともに、大幅な増収増益となる見込みです。

年間で70店舗の出店と、ショッピングモールへの出店を強化するだけでなく、ロードサイド店舗への出店も増やすことで、これまでの出店ペースを倍増させる計画です。

北米は、上期、下期、通期ともに増収増益となる見込みです。

今期は10店舗の新規出店を予定しておりますが、来期以降は、さらに出店を加速して行く予定です。

ロシアを除く欧州は、上期、下期、通期ともに大幅な増収増益を予想しております。

欧州は、大都市の良い立地にユニクロの世界観を表現できる大型店を出店する方針で、2023年8月期は5店舗を新規出店する計画です。

ロシアは、前年並みの営業赤字となる予想ですが、連結全体の損益への影響は限定的です。

### 国内ユニクロ事業：通期は増収増益を見込む

- ・上期、下期ともに増収増益の予想
- ・既存店売上高は、通期で約4%の増収、このうちEコマース売上高は約6%増の予想
- ・原価率は、急激な円安や原材料高により、悪化傾向、価値に共感していただく商売をさらに推進することで、値引率を改善し、粗利益率は若干の低下に留める計画
- ・今後の成長投資として、パート・アルバイトの時給アップや自動倉庫への投資により、販管費比率は一時的に若干上昇の見込み。効率化で中期的には販管費比率は改善

### ジーユー事業：通期は大幅な増収増益を見込む

- ・上期は増収も、急激な円安による粗利益率の低下や物流投資が先行するため、営業利益は前年並みを見込む。下期は大幅な増収増益の予想
- ・マストレンド商品に数量を張り、マーケティングを強化。生産や物流の遅延が解消し、数量計画の精緻化と機動的な生産調整をより高いレベルで実行し、売上を拡大する
- ・10月7日にニューヨークのソーホーに米国初の店舗をオープン
- ・1年間のポップアップストアだが、現地のお客様のニーズを肌で感じることで、今後はグローバルのお客様をより意識した商品づくり、マーケティングを強化

30

次に、国内ユニクロ事業は、通期は増収増益を見込んでおります。

上期、下期ともに増収増益の予想です。

既存店売上高は、通期で約4%の増収、このうちEコマース売上高は約6%増の予想です。

原価率は、急激な円安や原材料高により、悪化傾向にあるものの、価値に共感していただく商売をさらに推進することで、値引率を改善し、粗利益率は若干の低下に留める計画です。

また、今後の成長投資として、パート・アルバイトの時給アップや自動倉庫への投資により、販管費比率は一時的に若干上昇する見込みです。ただし、効率化を同時に推し進めることで、中期的には販管費比率は改善していきます。

ジーユー事業は、通期は大幅な増収増益を見込んでおります。

上期は増収を見込んでおりますが、急激な円安による粗利益率の低下や物流投資が先行するため、営業利益は前年並みを見込んでおります。

下期は大幅な増収増益の予想です。

なお、10月7日にニューヨークのソーホーに米国初の店舗をオープンいたしました。

1年間のポップアップストアですが、現地のお客様のニーズを肌で感じることで、今後はグローバルのお客様をより意識した商品づくり、マーケティングを強化していきます。

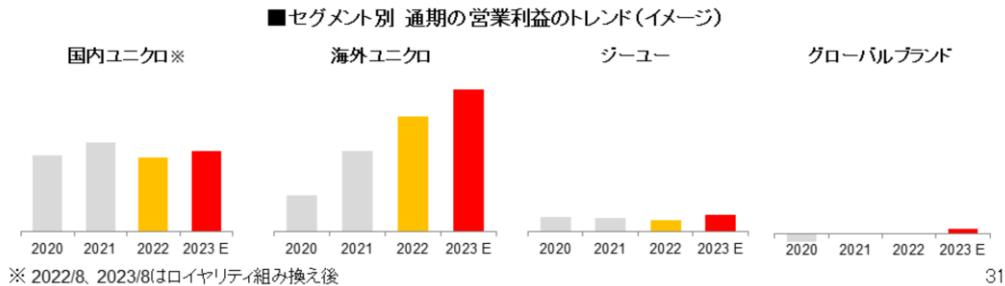
### グローバルブランド事業： 通期は大幅な増収、黒字化する見込み

【セオリー事業】通期は大幅な増収増益を見込む

- ・コア商品の生産体制やマーケティングの強化、店舗とEコマースの在庫一元化により、欠品をなくし、売上を拡大。改めて、ニューヨーク発の米国を代表するブランドをめざす

【コントワー・デ・コトニエ事業】通期は大幅な増収、赤字幅は大幅に縮小する見込み

- ・ユニクロ店内に出店している店舗は、販売が好調、今後もこの形態の店舗を増す計画
- ・生産調達においても、ファーストリテイリングの経営資源を活用し、より競争力の高い商売を実現することで、早期の黒字化をめざす



グローバルブランド事業は、通期は大幅な増収、黒字化する見込みです。

## 2023年8月期 配当金

**2022年8月期 年間配当金620円を予定  
2023年8月期 年間配当金680円を見込む**

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2021年8月期	240円	240円	480円
2022年8月期 ※1	280円	340円	620円
2023年8月期(10/13 予想) ※2	340円	340円	680円
前期比	+60円	±0円	+60円

※1 2022年8月期の期末配当金は、2022年11月1日開催予定の当社取締役会での決議を前提としております。

※2 業績や資金需要に大きな変動が生じた場合、配当金を変更することがあります。

最後に、配当金について、ご説明いたします。

2022年8月期の期末配当金は、直近予想通り340円を予定しております。  
この結果、2022年8月期の年間配当金は、1株当たり620円となる見込みです。

2023年8月期の配当金につきましては、中間配当金340円、期末配当金340円、  
合わせて年間で680円、前期比60円の増配を見込んでおります。

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(2021/9~2022/8)実績				2023年8月期(2022/9~2023/8)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>2,312</b>	<b>191</b>	<b>109</b>	<b>+82</b>	<b>2,394</b>	<b>235</b>	<b>80</b>	<b>+155</b>	<b>2,549</b>				
国内ユニクロ事業※	810	50	51	▲1	809	40	40	0	809				
直営店	780	49	30	+19	799	-	-	-	-				
FC	30	1	21	▲20	10	-	-	-	-				
<b>海外ユニクロ事業:</b>	<b>1,502</b>	<b>141</b>	<b>58</b>	<b>+83</b>	<b>1,585</b>	<b>195</b>	<b>40</b>	<b>+155</b>	<b>1,740</b>				
中国大陸	832	89	24	+65	897								
香港	31	0	1	▲1	30	100	-	-	-				
台湾	69	3	3	0	69								
韓国	134	2	14	▲12	122	10	-	-	-				
シンガポール	26	2	1	+1	27								
マレーシア	48	4	1	+3	51								
タイ	54	6	4	+2	56								
フィリピン	63	8	6	+2	65	70	-	-	-				
インドネシア	40	9	0	+9	49								
オーストラリア	25	1	0	+1	26								
ベトナム	8	4	0	+4	12								
インド	6	1	0	+1	7								
米国	43	0	0	0	43	10	-	-	-				
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	2	+4	49								
ドイツ	10	0	0	0	10								
ベルギー	4	0	1	▲1	3	5	-	-	-				
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								
<b>ジーユー事業</b>	<b>439</b>	<b>24</b>	<b>14</b>	<b>+10</b>	<b>449</b>	<b>50</b>	<b>30</b>	<b>+20</b>	<b>469</b>				
<b>グローバルブランド事業合計</b>	<b>776</b>	<b>27</b>	<b>84</b>	<b>▲57</b>	<b>719</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>+10</b>	<b>729</b>				
セオリー事業※	431	21	15	+6	437	-	-	-	-				
プラステ事業	98	4	14	▲10	88	-	-	-	-				
コントワー・デ・コトニエ事業※	153	2	44	▲42	111	-	-	-	-				
プリンセス タム・タム事業※	94	0	11	▲11	83	-	-	-	-				
<b>総 合 計</b>	<b>3,527</b>	<b>242</b>	<b>207</b>	<b>+35</b>	<b>3,562</b>	<b>310</b>	<b>125</b>	<b>+185</b>	<b>3,747</b>				

注:ミーン事業、  
グラミンユニクロ事業、  
ポップアップストア  
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 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)実績	120.5	133.3	157.4	18.6	9.9
2023年8月期 通期(12カ月平均)予想	138.7	139.0	161.8	20.0	10.3

### 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 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 実績	138.7	139.0	161.8	20.0	10.3
2023年8月期 期末為替レート 予想	138.7	139.0	161.8	20.0	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	
2020年8月期 通期実績(12カ月累計)	136	316	90	27	280	852	1,778
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 通期実績(12カ月累計)	215	246	48	13	342	865	1,802
2023年8月期 通期予想(12カ月累計)	219	348	63	17	305	953	1,894