

# 2023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

CFOの岡崎です。  
私から2023年8月期上期の業績、および  
2023年8月期通期の業績予想について、ご説明いたします。

<b>I. 2023年8月期 上期決算概要</b>	<b>P 3</b>	～	<b>P 20</b>
<b>II. 2023年8月期 通期業績予想</b>	<b>P 21</b>	～	<b>P 28</b>
<b>III. 参考資料</b>	<b>P 29</b>	～	<b>P 32</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、連結調整などが含まれております。

- ・2023年8月期より従来国内ユニクロ事業に表示していたロイヤリティ部門の業績は、全社費用として調整額に含めて表示しております。

【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】2023年8月期 上期実績

大幅な増収増益。業績予想を上回り、過去最高の業績を達成

単位：億円	2022年8月期		2023年8月期	
	上期実績		上期実績	前年同期比
売上収益	12,189		<b>14,673</b>	+20.4%
(売上比)	100.0%		<b>100.0%</b>	-
売上総利益	6,290		<b>7,415</b>	+17.9%
(売上比)	51.6%		<b>50.5%</b>	▲1.1p
販管費	4,392		<b>5,242</b>	+19.3%
(売上比)	36.0%		<b>35.7%</b>	▲0.3p
事業利益	1,898		<b>2,173</b>	+14.5%
(売上比)	15.6%		<b>14.8%</b>	▲0.8p
その他収益・費用	▲5		<b>29</b>	-
(売上比)	-		<b>0.2%</b>	-
営業利益	1,892		<b>2,202</b>	+16.4%
(売上比)	15.5%		<b>15.0%</b>	▲0.5p
金融収益・費用	232		<b>102</b>	▲56.0%
(売上比)	1.9%		<b>0.7%</b>	▲1.2p
税引前四半期利益	2,125		<b>2,304</b>	+8.4%
(売上比)	17.4%		<b>15.7%</b>	▲1.7p
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	1,468		<b>1,533</b>	+4.5%
(売上比)	12.0%		<b>10.5%</b>	▲1.5p

2023年8月期上期の連結業績ですが、  
売上収益は1兆4,673億円、前年同期比20.4%増、  
営業利益は2,202億円、同16.4%増と、大幅な増収増益となりました。  
親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,533億円、同4.5%増となりました。  
上期は業績予想を上回り、過去最高の業績を達成いたしました。

次のページで、上期の決算ハイライトをお伝えいたします。

## 【連結】 上期 決算ハイライト

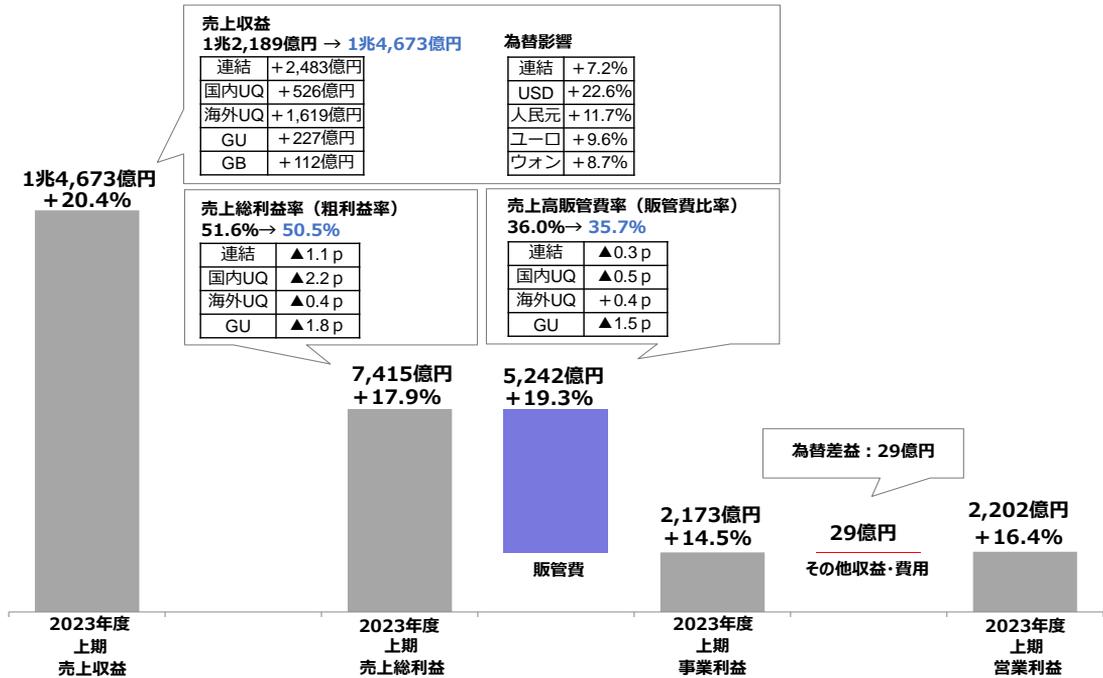
- ・ 「**収益の柱の多様化**」を掲げ、ブランディングの強化、お客様のニーズに応え価値を伝える商売、出店の加速を推し進めた成果は着実に現れる
- ・ 特に**東南アジア、北米、欧州のユニクロ事業は大幅な増収増益、本格的な成長フェーズに入る**
- ・ 連結で309億円の増益、うち**東南アジア、北米、欧州の増益額が約8割**を占める
- ・ **ジーユー事業も大幅な増収増益**と、再び高成長していく体制が整う
- ・ 国内ユニクロ事業は大幅増収と好調も、急激な円安による調達コスト上昇で若干減益
- ・ 中国大陸のユニクロ事業は新型コロナの影響で減収減益も、1月以降は大きく回復
- ・ **LifeWearの価値観が世界中のお客様から支持され、グローバルでブランドポジションが確かなものになってきたと確信を深めたことで、ここから本格的に成長を加速**

昨年度から「収益の柱の多様化」を掲げ、ブランディングの強化、お客様のニーズに応え価値を伝える商売、出店の加速を推し進めてきましたが、その成果は着実に現れてきました。  
特に東南アジア、北米、欧州のユニクロ事業は大幅な増収増益と、本格的な成長フェーズに入りました。この上期は連結で309億円の増益となりましたが、このうち東南アジア、北米、欧州の増益額が約8割を占めております。また、ジーユー事業も大幅な増収増益と、再び高成長していく体制が整いました。

国内ユニクロ事業は大幅な増収と販売が好調だったものの、急激な円安による調達コストの上昇により若干の減益となりました。  
中国大陸のユニクロ事業は、新型コロナの影響を受け減収減益となりましたが、1月以降の業績は大きく回復しております。

LifeWearという価値観が世界中のお客様から支持され、グローバルでブランドポジションが確かなものになってきていると確信を深めたことで、ここから本格的に成長を加速させていただきます。

# 【連結】上期 営業利益



連結の損益計算書について、ご説明いたします。

売上収益は1兆4,673億円、前年同期比2,483億円の増収となりました。

これは主に、海外ユニクロ事業で1,619億円の増収、国内ユニクロ事業で526億円の増収となったことによりです。

売上総利益率は50.5%と、同1.1ポイント低下いたしました。

これは主に、国内ユニクロ事業、ジーユー事業で円安による調達コストの上昇の影響を受け、粗利益率が低下したことによりです。

売上高販管費率は35.7%と、同0.3ポイント改善いたしました。

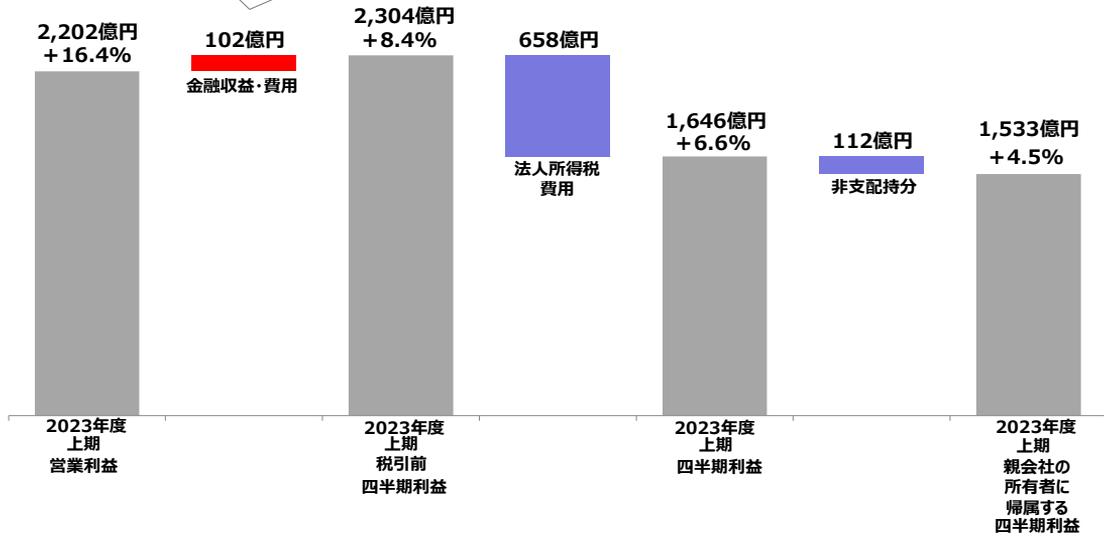
これは主に、国内ユニクロ事業、ジーユー事業を中心に販管費比率が改善したことによりです。

その他収益・費用ですが、ネットで29億円のプラスとなりました。

この結果、営業利益は2,202億円、同16.4%の大幅な増益となりました。

## 【連結】 上期 親会社の所有者に帰属する四半期利益

受取・支払利息：119億円  
 為替差損：▲17億円  
 (期首為替レート：138.7円、2月末為替レート：136.3円)



営業利益以下の項目ですが、金融収益・費用は、ネットで102億円のプラスとなりました。これは主に、前年に比べ債券の運用額が増加したことで、受取利息が増加したためです。

これらの結果、税引前四半期利益は2,304億円、前年同期比8.4%増、親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,533億円、同4.5%増となりました。

## 【セグメント別】 上期 実績

単位：億円		2022年8月期	2023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	4,425	<b>4,951</b>	+ 11.9%
	事業利益 (売上比)	671 15.2%	<b>669</b> 13.5%	▲0.4% ▲1.7p
	その他収益・費用	13	<b>4</b>	▲63.7%
	営業利益 (売上比)	685 15.5%	<b>673</b> 13.6%	▲1.6% ▲1.9p
海外ユニクロ事業	売上収益	5,932	<b>7,552</b>	+ 27.3%
	事業利益 (売上比)	1,037 17.5%	<b>1,249</b> 16.5%	+ 20.4% ▲1.0p
	その他収益・費用	▲33	<b>▲22</b>	-
	営業利益 (売上比)	1,003 16.9%	<b>1,226</b> 16.2%	+ 22.2% ▲0.7p
ジーユー事業	売上収益	1,228	<b>1,455</b>	+ 18.5%
	事業利益 (売上比)	101 8.3%	<b>117</b> 8.1%	+ 15.7% ▲0.2p
	その他収益・費用	▲7	<b>12</b>	-
	営業利益 (売上比)	93 7.6%	<b>130</b> 9.0%	+ 39.2% + 1.4p
グローバルブランド事業	売上収益	589	<b>702</b>	+ 19.1%
	事業利益 (売上比)	4 0.7%	<b>▲4</b> -	-
	その他収益・費用	6	<b>5</b>	▲12.8%
	営業利益 (売上比)	10 1.8%	<b>1</b> 0.2%	▲85.3% ▲1.6p

注：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などを含む

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。

## 【国内ユニクロ事業】 上期 実績

### 大幅な増収、若干の減益

- ・ 上期は、特に2Q3カ月間に冬物商品の販売が好調で、業績予想を上回る大幅な増収
- ・ 急激な円安による調達コストの上昇により粗利益率が低下したことで、営業利益は若干の減益、業績予想に対して下回る

単位：億円	2022年8月期	2023年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益	4,425	<b>4,951</b>	+11.9%
(売上比)	100.0%	<b>100.0%</b>	-
売上総利益	2,118	<b>2,262</b>	+6.8%
(売上比)	47.9%	<b>45.7%</b>	▲2.2p
販管費	1,446	<b>1,593</b>	+10.1%
(売上比)	32.7%	<b>32.2%</b>	▲0.5p
事業利益	671	<b>669</b>	▲0.4%
(売上比)	15.2%	<b>13.5%</b>	▲1.7p
その他収益・費用	13	<b>4</b>	▲63.7%
(売上比)	0.3%	<b>0.1%</b>	▲0.2p
営業利益	685	<b>673</b>	▲1.6%
(売上比)	15.5%	<b>13.6%</b>	▲1.9p

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。

上期の売上収益は4,951億円、前年同期比11.9%増、営業利益は673億円、同1.6%減と、若干の減益となりました。

上期は、特に第2四半期3カ月間に冬物商品の販売が好調だったことから、業績予想を上回る大幅な増収となりました。一方で、急激な円安による調達コストの上昇により粗利益率が低下したことで、営業利益は若干の減益、業績予想に対して下回る結果となりました。

## 上期 既存店売上高 +10.0% (1Q : +4.7%、2Q : +15.8%)

- ・ 1Q 既存店売上高 : 4.7%増収
- ・ 2Q 3カ月間 既存店売上高 : 15.8%の大幅な増収と好調。ヒートテックインナーなどの冬物商品が好調な販売、2月は気温が高く推移したことで、タックワイドパンツなどの春物商品、感動ジャケット、感動パンツ、シャツなど新生活需要にマッチした商品の販売が増収に寄与
- ・ 上期 客単価 : 11.8%増  
1) 比較的単価の高いアウターやニットなどの販売が好調、2) 一部商品の価格の見直し、3) 値引率の改善
- ・ 上期 E C売上高 : 794億円、9.7%増、売上構成比16.0%
- ・ 3月 既存店売上高 : 11.9%の大幅な増収、好調な販売を継続。気温が高く推移したこと、外出需要が高まったことで、春夏商品の販売が好調

既存店 前年同期比	2023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	+11.0%	+12.8%	▲3.8%	<b>+4.7%</b>	+16.9%	+10.9%	+21.3%	<b>+15.8%</b>	<b>+10.0%</b>	+11.9%
客数	▲2.9%	+1.4%	▲9.7%	<b>▲4.4%</b>	+1.8%	▲1.5%	+3.9%	<b>+1.1%</b>	<b>▲1.6%</b>	+0.8%
客単価	+14.4%	+11.3%	+6.5%	<b>+9.5%</b>	+14.8%	+12.6%	+16.8%	<b>+14.5%</b>	<b>+11.8%</b>	+11.0%

国内ユニクロ事業の上期の既存店売上高は、前年同期比10.0%の大幅な増収となりました。

第1四半期は4.7%の増収でしたが、  
第2四半期3カ月間は15.8%の大幅な増収と好調でした。  
ヒートテックインナーなどの冬物商品が好調な販売となったことに加え、  
2月は気温が高く推移したことで、タックワイドパンツなどの春物商品や、  
感動ジャケット、感動パンツ、シャツなどの新生活需要にマッチした商品の販売が  
増収に寄与いたしました。

3月の既存店売上高は、すでに発表しております通り、  
前年同期比11.9%の大幅な増収と、好調な販売を継続しております。

## 【国内ユニクロ事業】粗利益率、販管費比率

**粗利益率：45.7%、▲2.2 p 低下**

- ・特に2Q3カ月間の粗利益率が2.9 p 減
- ・売上計画の大部分に対して長期で為替予約を実施しているが、計画を上回る追加発注は、スポットの為替レートで仕入れている。上期に急激に円安が進行したことで、追加発注した商品の調達コストが大幅に増加。  
12月以降、これらの追加発注した商品を含め冬物商品の販売が好調だったことで、2Q3カ月間の粗利益率が大きく低下。
- ・春夏シーズン以降は、為替変動による粗利益率に対する影響は軽微と想定
- ・値引率：1Q、2Qともに前年比で改善

粗利益率	2022年8月期	2023年8月期	
	実績	実績	前年同期比
上期	47.9%	45.7%	▲2.2p
1Q	50.6%	49.5%	▲1.1p
2Q	45.0%	42.1%	▲2.9p

**販管費比率：32.2%、▲0.5 p 改善**

- ・2Q3カ月間の売上が好調で、賃借料、人件費、物流費を中心に販管費比率が改善
- ・昨年度からパート・アルバイトの時給をアップ。店舗オペレーションの効率化をさらに進めたことで、一人当たりの売上高は改善

10

国内ユニクロ事業の上期の粗利益率は45.7%と、前年同期比2.2ポイント低下いたしました。

特に第2四半期3カ月間の粗利益率が2.9ポイント減と、大幅に低下しております。国内ユニクロ事業は、売上計画の大部分に対して長期で為替予約を実施しておりますが、計画を上回る追加発注に関しては、スポットの為替レートで仕入れております。この上期は急激に円安が進行したことで、追加発注した商品の調達コストが大幅に増加いたしました。12月以降に、これらの追加発注した商品を含め冬物商品の販売が好調だったことから、第2四半期3カ月間の粗利益率が大きく低下いたしました。

なお、春夏シーズン以降は、為替変動による粗利益率に対する影響は軽微だと想定しております。

値引率については、第1四半期、第2四半期ともに前年に比べて改善できております。

上期の販管費比率は32.2%と同0.5ポイント改善いたしました。これは第2四半期3カ月間の売上が好調で、賃借料、人件費、物流費を中心に販管費比率が改善したためです。なお、昨年度からパート・アルバイトの時給をアップいたしましたが、店舗オペレーションの効率化をさらに進めたことで、一人当たりの売上高は改善いたしました。

## 【海外ユニクロ事業】 上期 実績

### 大幅な増収増益。業績予想を大幅に上回る

- ・特に、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州（ロシアを除く）の業績が大幅な増収増益、業績予想を大きく上回る
- ・グレーターチャイナは1Qに新型コロナの影響を大きく受け、上期は減収減益も、1月以降は業績が回復
- ・パンデミックやインフレの進行などにより、服への需要が急速に変化し、LifeWearへのニーズが高まった。ブランディングや地域に根差した商売を強化するなど、積極的に事業拡大を進めたことで、グローバルで好調な業績を達成

単位：億円	2022年8月期	2023年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
<b>売上収益</b>	5,932	<b>7,552</b>	+27.3%
(売上比)	100.0%	<b>100.0%</b>	-
<b>売上総利益</b>	3,230	<b>4,074</b>	+26.1%
(売上比)	54.4%	<b>54.0%</b>	▲0.4p
<b>販管費</b>	2,192	<b>2,825</b>	+28.9%
(売上比)	37.0%	<b>37.4%</b>	+0.4p
<b>事業利益</b>	1,037	<b>1,249</b>	+20.4%
(売上比)	17.5%	<b>16.5%</b>	▲1.0p
<b>その他収益・費用</b>	▲33	<b>▲22</b>	-
(売上比)	-	-	-
<b>営業利益</b>	1,003	<b>1,226</b>	+22.2%
(売上比)	16.9%	<b>16.2%</b>	▲0.7p

11

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7,552億円、前年同期比27.3%増、営業利益は1,226億円、同22.2%増と、大幅な増収増益となりました。これは業績予想を大幅に上回る水準です。

特に、東南アジア・インド・オーストラリア地区、北米、ロシアを除く欧州の業績が大幅な増収増益と、業績予想を大きく上回りました。

グレーターチャイナは第1四半期に新型コロナの影響を大きく受け、上期は減収減益となりましたが、1月以降は業績が回復しております。

パンデミックやインフレの進行などにより、この数年で人々の服への需要が急速に変化し、高品質、ベーシックで長く着られるLifeWearへのニーズが高まりました。

また、全地域でブランディングや地域に根差した商売を強化するなど、積極的に事業拡大を進めたことで、グローバルで好調な業績を達成できました。

地域別の詳細は、次のスライドでご説明いたします。

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：減収、大幅な減益

### 【中国大陸市場】大幅な減収減益

- ・ 1Qは、新型コロナの影響により、販売に苦戦
- ・ 2Q3カ月間は、12月まで新型コロナの影響が残ったため、売上は若干の減収も、営業利益は大幅な増益
- ・ 1月以降は業績が急回復し、1月、2月合計の売上は、過去最高の水準
- ・ 商品面では、外出需要の高まりにより、アウターなどの冬物商品の販売が好調。2月からはUT、感動ジャケット、感動パンツ、エアリズムコットンオーバーサイズTシャツ、などの夏物商品も順調に立ち上がり始める
- ・ 粗利益率は改善。1月以降に販売が好調だったことで、2Q3カ月間の値引率が改善したため
- ・ 販管費比率は、大幅な減収となったことや、ブランディングのためのマーケティング、人材への投資を継続していることで上昇

### 【香港市場】大幅な増収増益

- ・ 2Q3カ月間は大幅な増収増益
- ・ 12月は、ヒートテックインナーやダウンアウターなど冬物商品の販売が好調で、過去最高の売上を達成
- ・ 2Q3カ月間の販売が好調だったことで、粗利益率、販管費率ともに改善。上期でも営業利益率は改善

### 【台湾市場】増収減益

- ・ 12月に気温が低下したことで、ヒートテックインナーなど冬物商品の需要が高まり、売上が伸長
- ・ 為替の影響による原価率の上昇、報酬を引き上げたことによる人件費の増加で減益

グレーターチャイナは、上期は減収、大幅な減益となりました。

まず中国大陸ですが、上期は大幅な減収減益となりました。

これは、第1四半期は新型コロナの影響により、販売に苦戦したためです。

第2四半期3カ月間は、12月まで新型コロナの影響が残ったため、売上は若干の減収となりましたが、営業利益は大幅な増益となっております。

なお、1月以降は業績が急回復しており、1月、2月合計の売上は、過去最高の水準となりました。

上期の粗利益率は、改善いたしました。これは、1月以降に販売が好調だったことで、

第2四半期3カ月間の値引率が改善したためです。

販管費比率は、大幅な減収となったことに加え、

ブランディングのためのマーケティングや人材への投資を継続していることで上昇いたしました。

### 韓国：増収増益

- ・気温の低下に合わせて冬物商品の打ち出しを強化した結果、ヒートテックインナーやニットの販売が好調
- ・増収となったことで、販管費比率が改善し、営業利益率も改善

### 東南アジア・インド・豪州地区：大幅な増収増益

- ・地域別では、インドネシアはセーフガードの影響を受け、減益も、それ以外の地域はすべて大幅な増収増益と、大変好調
- ・各国で、コア商品を中心に情報発信を継続。商品の機能性に対する認知が高まり、顧客層が拡大
- ・商品面では、Tシャツやワイヤレスブラなどの定番商品の販売が特に好調だったことや、旅行需要の回復が追い風となり、ヒートテックインナーなどの冬物商品の販売も伸長
- ・E C売上高は、約4割の増収

韓国は、増収増益となりました。  
気温の低下に合わせて冬物商品の打ち出しを強化した結果、ヒートテックインナーやニットの販売が好調でした。  
増収となったことで、販管費比率が改善し、営業利益率も改善いたしました。

東南アジア・インド・オーストラリア地区は、大幅な増収増益と、引き続き好調な業績です。  
地域別では、インドネシアはセーフガードの影響を受け、減益となりましたが、それ以外の地域はすべて大幅な増収増益と、大変好調でした。

各国で、コア商品を中心に情報発信を継続していることで、商品の機能性に対する認知が高まり、顧客層が拡大しております。  
商品面では、Tシャツやワイヤレスブラなどの定番商品の販売が特に好調だったことに加え、旅行需要の回復が追い風となり、ヒートテックインナーなどの冬物商品の販売も伸長いたしました。

後ほどシンガポール、マレーシア、フィリピンのCEOの山田より、東南アジア・インド・オーストラリア地区の業績と成長戦略について、詳しくご説明いたします。

## 北米：大幅な増収増益

・ 米国、カナダともに好調な業績が継続

### 【米国】

- ・ 冬物コア商品のマーケティングを強化したことに加え、ブラックフライデー、クリスマスといったイベントに合わせて店頭とSNS両方での情報発信に注力したことで、既存店売上高は大幅な増収
- ・ 特に、ヒートテックインナーやダウンアウターなどの冬物商品、Tシャツ、レーヨンブラウス、スーパーノンアイロンシャツなどの通年商品の販売が好調
- ・ 販管費比率が改善したことで大幅な増益を達成、営業利益率も改善

### 【カナダ】

- ・ ヒートテックインナー、ダウンアウター、ニットなどの冬物商品の販売が好調で、大幅な増収増益を達成



左：ユニクロのライブコマースで  
ホリデー商戦にヒートテックインナーを紹介  
右：公式InstagramでUniqlo UのクルーネックTシャツを紹介

北米は、大幅な増収増益となりました。米国、カナダともに好調な業績が継続しております。

米国は、冬物コア商品のマーケティングを強化したことに加え、ブラックフライデー、クリスマスといったイベントに合わせて店頭とSNS両方での情報発信に注力したことで、既存店売上高は大幅な増収となりました。

特に、ヒートテックインナーやダウンアウターなどの冬物商品が好調だったことに加え、Tシャツ、レーヨンブラウス、スーパーノンアイロンシャツなどの通年商品の販売も好調でした。

利益面では、販管費比率が改善したことで大幅な増益を達成、営業利益率も改善いたしました。

## 欧州（ロシアを除く）：大幅な増収増益

- ・ 継続的に商品の機能性や価値を訴求してきたことで、LifeWearが欧州のお客様に浸透、業績の拡大が続く
- ・ コア商品であるヒートテックインナーやニットなどの防寒衣料に加え、ワイドパンツ、ラウンドミニショルダーバッグといった商品の販売が大変好調
- ・ ヒートテックインナー、ラウンドミニショルダーバッグなどがSNSや雑誌で多く取り上げられ、これまでユニクロを購入したことのない若年層や、女性のお客様などから大きな支持を獲得し、顧客層の拡大につながる
- ・ 売上が好調だったことで、販管費比率は改善し、営業利益率は若干改善
- ・ ロシアは、2022年3月から営業を停止しており、営業赤字



左：仏ファッションメディア「Fashion-Spider」でパリで実施したヒートテックカフェイベントが紹介された記事(2023/2/6)

中：イギリスのメディア「The Independent」でラウンドミニショルダーバッグが紹介された記事(2023/2/7)

右：スペインのファッション誌「GRAZIA」でヒートテックインナーが紹介された記事(2022/12/22)

ロシアを除く欧州は、大幅な増収増益となりました。

継続的に商品の機能性や価値を訴求してきたことで、LifeWearが欧州のお客様に浸透し、業績の拡大が続いております。

特に、ヒートテックインナー、ラウンドミニショルダーバッグなどがSNSや雑誌で多く取り上げられ、これまでユニクロを購入したことのない若年層や女性のお客様などから大きな支持を獲得し、顧客層の拡大につながっております。

売上が好調だったことで、販管費比率は改善し、営業利益率は若干改善いたしました。

## 【ジーユー事業】 上期 実績

### 大幅な増収増益。業績予想を上回る

- ・品番数を絞り込み、シーズン後半までマストトレンド商品の数量を準備し、積極的に商売を行い、既存店売上高は大幅な増収
- ・商品面では、ヒートパデッドアウター、スーパーワイドカーゴパンツ、バギースラックスなどの販売が好調
- ・粗利益率は低下。上期に急激に円安が進行したことで、追加発注した商品の調達コストが大幅に増加し、原価率が上昇
- ・販管費比率は、売上が好調だったこと、販管費を適正にコントロールしたことで改善
- ・上期のEC売上高は前年同期比で大幅な増収。売上構成比は約13%

単位：億円	2022年8月期	2023年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益 (売上比)	1,228 100.0%	<b>1,455</b> 100.0%	+18.5%
売上総利益 (売上比)	590 48.1%	<b>674</b> 46.3%	+14.3% ▲1.8p
販管費 (売上比)	488 39.8%	<b>556</b> 38.3%	+14.0% ▲1.5p
事業利益 (売上比)	101 8.3%	<b>117</b> 8.1%	+15.7% ▲0.2p
その他収益・費用 (売上比)	▲7 -	<b>12</b> 0.9%	- -
営業利益 (売上比)	93 7.6%	<b>130</b> 9.0%	+39.2% +1.4p

次に、ジーユー事業ですが、売上収益は1,455億円、前年同期比18.5%増、営業利益は130億円、同39.2%増と、大幅な増収増益を達成いたしました。これは業績予想を上回る水準です。

上期は、品番数を絞り込み、シーズン後半までマストトレンド商品の数量を準備し、積極的に商売を行ったことで、既存店売上高は大幅な増収となりました。

粗利益率は低下しておりますが、これは主に、上期に急激に円安が進行したことで、追加発注した商品の調達コストが大幅に増加し、原価率が上昇したためです。

販管費比率は、売上が好調だったことに加え、販管費を適正にコントロールしたことで、改善いたしました。

## 【グローバルブランド事業】 上期 実績

### 増収も、大幅な減益、業績予想を下回る

【セオリー事業】 大幅な増収、減益。米国事業とグレーターチャイナを中心とするアジア事業が減益

- ・ 米国事業：大幅な増収も、在庫処分を強化した結果、粗利益率が低下、営業利益は減益

- ・ アジア事業：新型コロナの影響を受け、若干の増収にとどまる

営業利益は、店舗数が前年同期末比約2割増加したことで固定費が増加し、減益

- ・ 日本事業：百貨店の客数が回復したことに加え、戦略的に売れ筋商品の在庫を積み増したことで大幅な増収増益

【プラスデ事業】 若干の増収、赤字幅はやや縮小

- ・ 外出需要の高まりにより、ジャケット、ブルゾン、カーディガンなどアウトターの販売が増収に寄与

【コントワー・デ・コトニエ事業】 減収、赤字幅は拡大

- ・ インフレによる消費意欲の低下の影響で、既存店売上高は前年並みにとどまる。

為替の影響で原価率が上昇したこと、減収となったことで販管費比率が上昇、赤字幅は拡大

単位：億円		2022年8月期		2023年8月期	
		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	589	702	+19.1%	
	事業利益	4	▲4	-	
	(売上比)	0.7%	-		
	その他収益・費用	6	5	▲12.8%	
	営業利益	10	1	▲85.3%	
	(売上比)	1.8%	0.2%	▲1.6p	

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702億円、前年同期比19.1%増、

営業利益は1億円、同85.3%減となりました。

これは主にセオリー事業が減益となったためです。

業績予想に対しては、売上、営業利益ともに下回りました。

## 【連結】2023年2月末 B/S

単位：億円	2022年2月末	2022年8月末	2023年2月末	前年同期末比
資産合計	26,415	31,837	<b>30,156</b>	+3,740
流動資産	18,608	21,788	<b>19,488</b>	+879
非流動資産	7,807	10,049	<b>10,667</b>	+2,860
負債合計	13,197	15,683	<b>13,576</b>	+378
資本合計	13,218	16,154	<b>16,579</b>	+3,361

次に、2023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3兆156億円、前年同期末比3,740億円増加、  
負債合計は1兆3,576億円、同378億円増加、  
資本合計は1兆6,579億円、同3,361億円増加いたしました。

資産の主な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：+3,740億円（2兆6,415億円→3兆156億円）**

- ・その他金融資産（短期・長期）：+5,372億円（1,603億円⇒6,975億円）
- ・現金及び現金同等物：▲4,088億円（1兆2,974億円⇒8,886億円）  
保有する現金を比較的安全性の高い債券の購入に充てたため、投資有価証券が増加、現金及び現金同等物が減少  
現金及び現金同等物とその他金融資産を合わせた流動性の高い資産は合計で1兆5,861億円、同約1,300億円増加
- ・棚卸資産：+873億円（3,503億円⇒4,376億円）  
1）海外ユニクロ事業を中心に事業拡大が進んだこと、2）入庫遅延により前年は春夏商品の在庫水準が低かった一方で、今年の商品の入庫が正常化、2月末の在庫水準が適正化  
【海外UQ】+423億円：東南アジア、北米、欧州を中心に在庫が増加。事業拡大に伴うもので適正な水準  
グレートチャイナの在庫は、1月以降好調な販売で減少も、  
コア商品を中心に若干の過剰感があるため、2023年冬に適正化の予定  
【国内UQ】+264億円：春夏商品が正常に入庫したためで問題のない水準  
【GU】+101億円：売上成長に伴って増加【グローバルブランド】+81億円：セオリー事業を中心に在庫が増加
- ・デリバティブ金融資産（短期・長期）：+999億円（696億円⇒1,695億円）  
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、損益へ影響なし

資産合計が前年同期末比3,740億円増加した要因をご説明いたします。

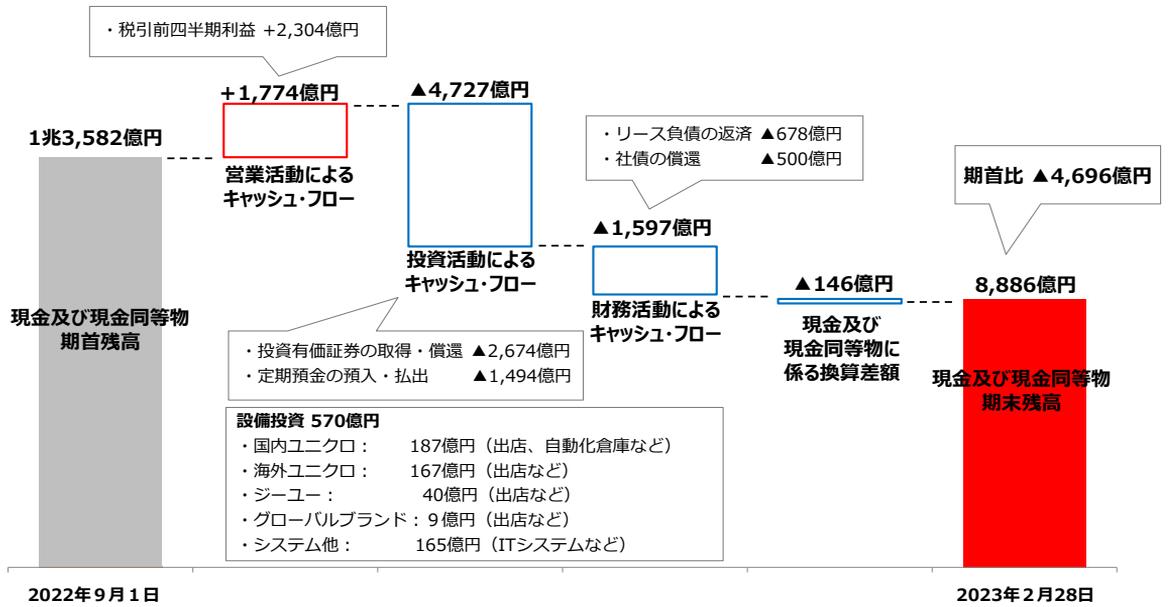
その他金融資産は、同5,372億円増加いたしました。  
これは主に、保有する現金を比較的安全性の高い債券の購入に充てたことで、投資有価証券が増加したためです。  
これに伴い、現金及び現金同等物は、同4,088億円減少いたしました。

なお、現金及び現金同等物と、その他金融資産を合わせた流動性の高い資産は合計で1兆5,861億円、同約1,300億円増加しております。

棚卸資産は、同873億円増加いたしました。  
これは主に、海外ユニクロ事業を中心に事業拡大が進んでいることに加え、  
入庫遅延により前年は春夏商品の在庫水準が低かった一方で、  
今年の商品の入庫が正常化し、2月末の在庫水準が適正化したためです。  
内訳として、海外ユニクロ事業で423億円、国内ユニクロ事業で264億円増加いたしました。

海外ユニクロ事業は、東南アジア、北米、欧州を中心に在庫が増加しておりますが、  
これは事業拡大に伴うもので適正な水準となっております。  
グレートチャイナの在庫は、1月以降好調な販売により減少いたしました。が、  
コア商品を中心に若干の過剰感があるため、2023年冬に適正化していく予定です。  
国内ユニクロ事業は、在庫が増加いたしました。が、春夏商品が正常に入庫したためで問題のない水準です。

# 【連結】 上期 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600億円増加、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・フローへの影響はなし。

次に、キャッシュ・フローですが、20ページに記載の通りです。  
現金及び現金同等物の期末残高は期首に比べ、4,696億円減少し、8,886億円となっております。

これは主に、投資有価証券の取得による支出が2,674億円、  
3カ月超の定期預金の増加による支出が1,494億円と  
保有する現金を安全性の高い運用に振り向けたことで、  
投資活動によるキャッシュ・フローが合計で4,727億円の支出となったことによります。

# 【連結】2023年8月期予想 通期業績

## 通期は売上収益で300億円、営業利益で100億円の増額修正

- ・下期の連結業績予想は、直近予想から変更せず。足元の販売動向を踏まえ、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業は若干の増額修正、ジーユー事業は業績を据え置き、グローバルブランド事業は若干の減額修正
- ・金融収益・費用は、上期に計上した為替差損および受取利息、支払利息などネットで102億円のプラスを織り込む。下期は、為替や金利の変動が不透明なことから、現時点では織り込んでいない

単位：億円	2022年8月期		2023年8月期		2023年8月期		2023年8月期 2Q6カ月 実績	
	通期実績	直近予想 (1/12時点)	前期比	通期予想 (4/13時点)	前期比			
売上収益 (売上比)	23,011 100.0%	26,500 100.0%	+15.2%	<b>26,800</b> 100.0%	<b>+16.5%</b>		14,673 100.0%	為替影響除くと 約13%増 ※1
事業利益 (売上比)	3,067 13.3%	3,500 13.2%	+14.1% ▲0.1 p	<b>3,600</b> 13.4%	<b>+17.4%</b> +0.1 p		2,173 14.8%	
その他収益・費用	▲93	0	-	<b>0</b>	-		29	
営業利益 (売上比)	2,973 12.9%	3,500 13.2%	+17.7% +0.3 p	<b>3,600</b> 13.4%	<b>+21.1%</b> +0.5 p		2,202 15.0%	為替影響除くと 約18%増 ※1
金融収益・費用	1,162	0	-	<b>102</b>	-		102	
税引前利益 (売上比)	4,135 18.0%	3,500 13.2%	▲15.4% ▲4.8 p	<b>3,702</b> 13.8%	<b>▲10.5%</b> ▲4.2 p		2,304 15.7%	為替影響除くと 約17%増 ※2
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% ▲3.2 p	<b>2,400</b> 9.0%	<b>▲12.2%</b> ▲2.9 p		1,533 10.5%	

※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.31参照）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・費用から為替差益・差損の金額を除いて計算

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。

通期の売上収益は2兆6,800億円、前期比16.5%増、  
 事業利益は3,600億円、同17.4%増、  
 営業利益は3,600億円、同21.1%増を見込んでおります。

上期の業績の上振れを反映させたことで、売上で300億円、事業利益、営業利益でそれぞれ100億、増額修正いたしました。

下期の連結業績予想は、直近予想から変更しておりませんが、  
 足元の販売動向を踏まえ、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業は若干の増額修正、  
 ジーユー事業は業績を据え置き、グローバルブランド事業は若干の減額修正をしております。

なお、金融収益・費用ですが、上期に計上した為替差損および受取利息、支払利息など  
 ネットで102億円のプラスを織り込んでおります。  
 下期については、為替や金利の変動が不透明なことから、現時点では織り込んでおりません。

この結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は、2,400億円、同12.2%減を見込んでおります。

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13%の増収、営業利益で約18%の増益、  
 親会社の所有者に帰属する当期利益で約17%の増益の水準となっております。

## 海外ユニクロ事業：下期、通期ともに大幅な増収増益を見込む

- ・海外ユニクロ事業全体の営業利益率は若干改善する見込み
- ・グレーターチャイナは、中国大陸の業績が回復基調にあることから、下期は大幅な増収増益、通期でも増収増益の見込み
- ・中国大陸は1月以降、ウィズコロナの生活が定着しつつあり、外出ニーズが高まっていることから、Uniqlo UのTシャツ、感動ジャケット、感動パンツなどの春夏商品の販売が好調  
特に3月の既存店売上高は約4割増と大幅な増収を達成
- ・韓国は、下期、通期ともに増収増益を見込む
- ・東南アジア・インド・豪州地区は、コア商品の情報発信や地域に密着した商品構成の強化を行うことで、下期、通期ともに大幅な増収増益を見込む
- ・北米、欧州（ロシアを除く）は、3月以降も好調な販売を維持していることから、下期、通期ともに大幅な増収増益を達成できる見込み。  
営業利益率は、事業拡大に伴い経費効率が改善することで、若干改善することを見込む

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。

まず、海外ユニクロ事業ですが、  
下期、通期ともに大幅な増収増益、営業利益率は若干改善する見込みです。

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、中国大陸の業績が回復基調にあることから、  
下期は大幅な増収増益、通期でも増収増益となる見込みです。

中国大陸は1月以降は、ウィズコロナの生活が定着しつつあり、  
外出ニーズが高まっていることから、Uniqlo UのTシャツ、感動ジャケット、感動パンツなどの  
春夏商品の販売が好調です。  
特に3月の既存店売上高は約4割増と大幅な増収を達成いたしました。

韓国は、下期、通期ともに増収増益を見込んでおります。

東南アジア・インド・オーストラリア地区は、コア商品の情報発信や地域に密着した商品構成の強化を  
行うことで、下期、通期ともに大幅な増収増益を見込んでおります。

北米、ロシアを除く欧州は、3月以降も好調な販売を維持していることから、  
下期、通期ともに大幅な増収増益を達成できる見込みです。  
営業利益率は、事業拡大に伴い経費効率が改善することで、若干改善することを見込んでおります。

## 国内ユニクロ事業：下期、通期ともに若干の増収増益を見込む

- ・ 下期の既存店売上高は約2%増、うちEコマースは約6%増を見込む
- ・ 下期の粗利益率は、商品価値を訴求し値引き販売を抑制することで、若干の改善を見込む。  
為替による原価率の悪化の影響は若干あるが、業績予想にすでに織り込んでいる
- ・ 下期の販管費比率は若干上昇する予想。これは、給与水準の引き上げに伴う短期的な人件費の増加や、自動化倉庫への投資が先行するため、早期に販管費比率を改善させる計画



4月14日にヨドバシAkibaにオープンする「ユニクロ ヨドバシAkiba店」  
駅から徒歩0分、駅前の好立地の都心大型店

4月28日にリニューアルオープンの「ミーナ天神」内に、九州最大の売場面積で展開する「ユニクロ 天神店」



4月21日オープンの「ユニクロ 前橋南インター店」  
外観に7m×7mの巨大ロゴを配置したロードサイド店舗

次に、国内ユニクロ事業ですが、下期、通期ともに若干の増収増益を見込んでおります。

下期の既存店売上高は約2%増、うちEコマースは約6%増を見込んでおります。  
下期の粗利益率は、商品価値を訴求し値引き販売を抑制することで、若干改善することを見込んでおります。  
為替による原価率の悪化の影響は若干ありますが、業績予想にすでに織り込んでおります。  
下期の販管費比率は若干上昇する予想です。  
これは、給与水準の引き上げに伴う短期的な人件費の増加や、自動化倉庫への投資が先行するため、早期に改善させていく計画です。

国内ユニクロでは、4月にヨドバシAkiba店、前橋南インター店、天神店と新しい都心大型店、ロードサイド大型店が毎週オープンいたします。  
新型コロナを越えて、より多くのお客様に安心して楽しくお買い物ができる環境を、これからもご提供いたします。

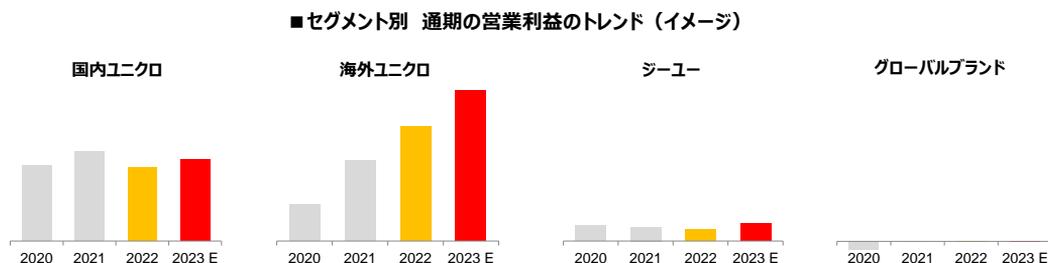
## 2023年8月期 各事業の通期業績予想（3）

### ジーユー事業：下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想

- ・3月の既存店売上高は2桁の増収と好調な販売を維持

### グローバルブランド事業：下期、通期ともに増収、若干の黒字の見込み

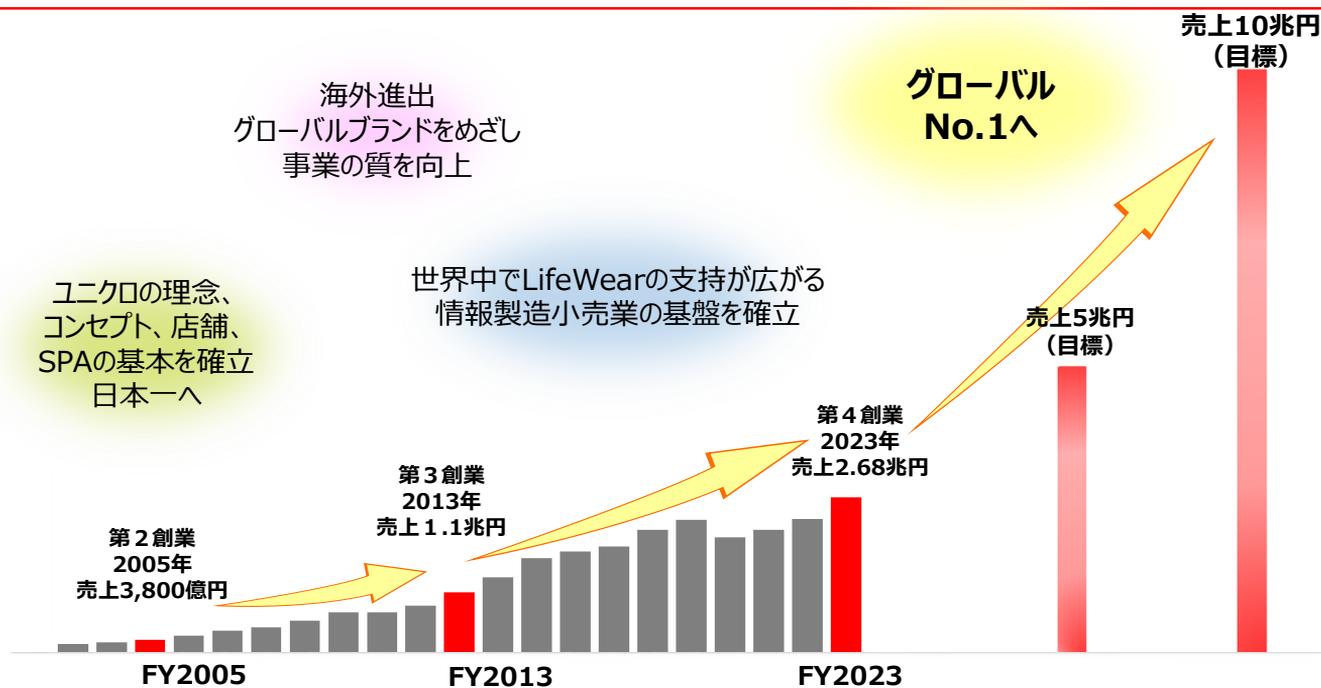
- ・セオリー事業は下期、通期ともに増収増益の見込み
- ・プラステ事業は、下期は若干の減益、通期は前年並みの業績となる見込み
- ・コントワー・デ・コトニエ事業は、下期は若干の増収増益、通期では前年並みの業績になる見込み



ジーユー事業は、3月の既存店売上高は2桁の増収と好調な販売を維持していることから、下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想です。

グローバルブランド事業は、下期、通期ともに増収、営業利益は若干の黒字となる見込みです。

## 第4創業 グローバルNo.1への挑戦を加速



こちらのチャートは、我々のこれまでの歩みと、中長期的な成長目標です。

後ほど柳井から説明いたしますが、これまでの第2創業、第3創業では、売上をそれぞれ約3倍に拡大してきました。

2023年を第4創業と位置づけ、2桁成長を継続し、早期に売上収益3兆円を実現、10兆円への中間目標として、5年程度で売上収益5兆円の達成をめざします。

世界中のあらゆるお客様から信頼され、生活に必要不可欠なブランドになることを目標に、事業規模だけでなく、企業風土を含めた事業の質の面でも、圧倒的なグローバルNo.1をめざします。

1. お客様ニーズに応え、価値に共感していただける商売を実現するために、**情報製造小売業をさらに進化**
2. 世界最高のグローバルブランドになるために、海外事業の業容を拡大、**グローバル視点の事業運営へ変革**
3. 事業の発展そのものが、**サステナビリティ**に寄与する事業モデルを追求
4. ジーユー事業、セオリー事業など、**グループブランドの拡大**
5. グローバルで**人材の能力を最大限に引き出せる組織運営**に注力、社員一人ひとりを世界で勝てる水準に成長させていく

これを達成するために、当面、全社で注力して取り組んでいくこととしては、

1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するために、情報製造小売業をさらに進化させます。

2つ目に、真のグローバルブランドになるために、人材採用や出店、物流投資など、海外事業の業容拡大を加速するとともに、事業運営のあり方をグローバル視点へ大きく変革いたします。日本主導ではなく、各国・各地域、そしてグローバルヘッドクォーターが常に相互につながり、課題発見や解決、意思決定をグローバルの視点で推進いたします。また、経営陣は、常に世界中の店舗を回り、現場に根差した経営を行います。

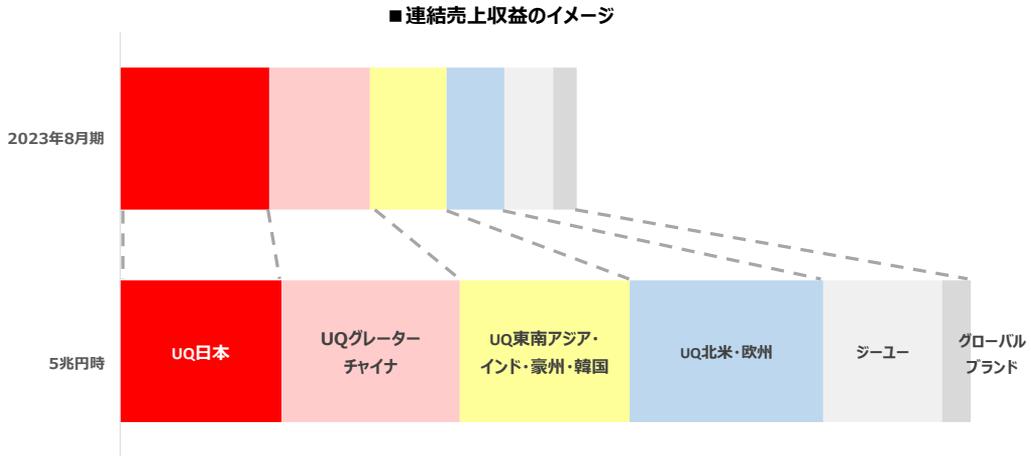
3つ目に、事業の発展そのものが、サステナビリティに寄与する事業モデルを追求いたします。

4つ目に、ジーユー事業、セオリー事業などグループブランドの拡大です。ユニクロで培った商売の原理原則や情報製造小売業の基盤を活用し、グループブランドの経営の水準を高め、それぞれがグローバルで確かなブランドポジションを築いていきます。

最後に、グローバルで人材の能力を最大限に引き出せる組織運営に注力し、社員一人ひとりを世界で勝てる水準に成長させていきます。

# 成長の柱

- ・グループ全体の成長の柱は、グレーターチャイナ、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州のユニクロ事業、ジーユー事業
- ・グレーターチャイナ、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、出店の加速と、Eコマースと店舗が一体となった購買体験を強化することで、5年程度で、売上収益は国内ユニクロ事業を超える規模までに拡大することをめざす
- ・ジーユー事業は、日本だけでなく、海外展開にも注力し、5年程度で、事業規模を倍以上に拡大させたい



グループ全体の成長の柱は、グレーターチャイナ、東南アジア・インド・オーストラリア地区、北米、欧州のユニクロ事業と、ジーユー事業です。

グレーターチャイナ、東南アジア・インド・オーストラリア地区、北米、欧州は、出店の加速と、Eコマースと店舗が一体となった購買体験を強化することで、5年程度で、売上収益は国内ユニクロ事業を超える規模までに拡大することをめざします。

ジーユー事業は、日本だけでなく、海外展開にも注力し、5年程度で、事業規模を倍以上に拡大させたいと考えております。

## 中間配当金125円を予定、年間配当金250円を見込む

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2021年8月期	80.0円	80.0円	160.0円
2022年8月期	93.3円	113.3円	206.7円
2023年8月期（1/12 予想）	115.0円	115.0円	230.0円
<b>2023年8月期（4/13 修正予想）※</b>	<b>125.0円</b>	<b>125.0円</b>	<b>250.0円</b>
前期比	+31.7円	+11.7円	+43.3円

※ 2023年8月期の中間配当金については、4月13日開催の取締役会で決議しております。  
なお、業績や資金需要に大きな変動が生じた場合、配当金を変更することがあります。

注 2023年3月1日を効力発生日として、普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施いたしました。  
過年度の配当金も、株式分割を考慮した金額を記載しております。

最後に、配当金について、ご説明させていただきます。

本日の取締役会にて、中間配当金を、1株当たり125円と決議いたしました。  
これは前年に対し、31.7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125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250円となる見込みです。  
年間では43.3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（1）

単位：店舗	2022年8月期	2023年8月期（2022/9～2023/2）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
<b>ユニクロ事業合計</b>	<b>2,394</b>	<b>108</b>	<b>73</b>	<b>+35</b>	<b>2,429</b>	<b>235</b>	<b>130</b>	<b>+105</b>	<b>2,499</b>
国内ユニクロ事業：※	809	14	16	▲2	807	40	40	0	809
直営店	799	14	16	▲2	797	-	-	-	-
FC	10	0	0	0	10	-	-	-	-
海外ユニクロ事業：	<b>1,585</b>	<b>94</b>	<b>57</b>	<b>+37</b>	<b>1,622</b>	<b>195</b>	<b>90</b>	<b>+105</b>	<b>1,690</b>
グレーターチャイナ合計	996	45	13	+32	1,028	100	-	-	-
中国大陸	897	41	13	+28	925	-	-	-	-
香港	30	2	0	+2	32	-	-	-	-
台湾	69	2	0	+2	71	-	-	-	-
韓国	122	6	3	+3	125	10	-	-	-
東南アジア・オセアニア合計	293	39	9	+30	323	70	-	-	-
シンガポール	27	4	3	+1	28	-	-	-	-
マレーシア	51	3	1	+2	53	-	-	-	-
タイ	56	8	2	+6	62	-	-	-	-
フィリピン	65	7	3	+4	69	-	-	-	-
インドネシア	49	7	0	+7	56	-	-	-	-
オーストラリア	26	5	0	+5	31	-	-	-	-
ベトナム	12	3	0	+3	15	-	-	-	-
インド	7	2	0	+2	9	-	-	-	-

注：ミーナ事業、  
 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

(次のページへ続く)

## ＜参考資料＞ 連結対象会社別出退店 実績と予想（2）

単位：店舗	2022年8月期	2023年8月期（2022/9～2023/2）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
<b>海外ユニクロ事業：</b>									
北米合計	59	2	0	+2	61	10	-	-	-
米国	43	2	0	+2	45	-	-	-	-
カナダ	16	0	0	0	16	-	-	-	-
欧州合計	115	2	32	▲30	85	5	-	-	-
英国	15	1	0	+1	16	-	-	-	-
フランス	26	0	0	0	26	-	-	-	-
ロシア	49	0	32	▲32	17	-	-	-	-
ドイツ	10	0	0	0	10	-	-	-	-
ベルギー	3	0	0	0	3	-	-	-	-
スペイン	5	1	0	+1	6	-	-	-	-
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	449	25	19	+6	455	50	30	+20	469
グローバルブランド事業合計	719	12	23	▲11	708	34	47	▲13	706
セオリー事業※	437	5	9	▲4	433	-	-	-	-
プラスデ事業	88	1	4	▲3	85	-	-	-	-
コントワー・デ・コトニエ事業※	111	4	6	▲2	109	-	-	-	-
プリンセス タム・タム事業※	83	2	4	▲2	81	-	-	-	-
<b>総 合 計</b>	<b>3,562</b>	<b>145</b>	<b>115</b>	<b>+30</b>	<b>3,592</b>	<b>319</b>	<b>207</b>	<b>+112</b>	<b>3,674</b>

注：ミーナ事業、  
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

### 連結決算取込 為替レート

単位：円	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2022年8月期 第2四半期（6カ月平均）実績	113.3	130.0	153.4	17.7	9.6
2023年8月期 第2四半期（6カ月平均）実績	139.0	142.6	163.8	19.8	10.4
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	134.5	141.8	161.9	19.4	10.5

### バランスシート適用 為替レート

単位：円	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
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
2023年8月期 第2四半期末為替レート 実績	136.3	144.6	164.5	19.6	10.4
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	136.3	144.6	164.5	19.6	10.4

### 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	
2022年8月期 第2四半期実績（6カ月累計）	94	115	16	6	190	423	882
2023年8月期 第2四半期実績（6カ月累計）	187	167	40	9	165	570	932
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）	243	353	76	14	292	981	1,920