

# 2023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

CFOの岡崎です。  
私から2023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

<b>I. 第3四半期 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 25</b>
<b>III. 参考資料</b>	<b>P 26</b>	～	<b>P 29</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 第3四半期 実績

## 業績予想を上回り、大幅な増収増益 過去最高の業績を達成

単位：億円	1Q～3Q (2022/9～2023/5)			3Q (2023/3～2023/5)		
	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)	<b>21,435</b> 100.0%	17,651 100.0%	+21.4%	<b>6,761</b> 100.0%	5,461 100.0%	+23.8%
売上総利益 (売上比)	<b>11,055</b> 51.6%	9,279 52.6%	+19.1%	<b>3,640</b> 53.8%	2,988 54.7%	+21.8%
販管費 (売上比)	<b>7,801</b> 36.4%	6,555 37.1%	+19.0%	<b>2,559</b> 37.9%	2,162 39.6%	+18.4%
事業利益 (売上比)	<b>3,254</b> 15.2%	2,724 15.4%	+19.5%	<b>1,081</b> 16.0%	826 15.1%	+30.9%
その他収益・費用 (売上比)	<b>51</b> 0.2%	▲13 -	-	<b>22</b> 0.3%	▲7 -	-
営業利益 (売上比)	<b>3,305</b> 15.4%	2,710 15.4%	+21.9%	<b>1,103</b> 16.3%	818 15.0%	+34.8%
金融収益・費用 (売上比)	<b>286</b> 1.3%	781 4.4%	▲63.4%	<b>183</b> 2.7%	548 10.0%	▲66.5%
税引前四半期利益 (売上比)	<b>3,592</b> 16.8%	3,492 19.8%	+2.8%	<b>1,287</b> 19.0%	1,366 25.0%	▲5.8%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	<b>2,385</b> 11.1%	2,378 13.5%	+0.3%	<b>851</b> 12.6%	909 16.7%	▲6.4%

2023年8月期第3四半期9カ月累計の連結業績ですが、売上収益は2兆1,435億円、前年同期比21.4%増、営業利益は3,305億円、同21.9%増と、業績予想を上回り、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2,385億円、同0.3%増となり、売上、利益ともに過去最高を達成いたしました。

## 【連結】決算ハイライト（3Q3カ月）

- ・連結全体で、売上（前年同期比+23.8%）、営業利益（同+34.8%）ともに計画を大きく上回り、大幅な増収増益を達成  
引き続きグローバルで収益の柱が多様化、在庫の正常化が着実に進んだ3カ月
- ・海外ユニクロ事業は、大幅な増収増益、力強い成長が継続  
特にグレーターチャイナは計画を大きく上回る業績、順調に回復  
東南アジア・インド・豪州地区、欧米も計画通り好調な業績
- ・ジーユー事業も大幅な増収増益と好調  
商品開発体制などの組織改革が進み、持続的な業績拡大に手応え
- ・国内ユニクロ事業は、3Q3カ月間は減益も、4Q3カ月間は増益を見込み、通期の事業利益は前年並みの予想
- ・3Q3カ月間の業績の上振れを反映し、通期の業績予想を上方修正  
売上収益：2兆7,300億円（+500億円）、営業利益3,700億円（+100億円）<sup>4</sup>

次に、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。

連結全体では、売上、営業利益ともに計画を大きく上回り、大幅な増収増益を達成いたしました。引き続きグローバルで収益の柱が多様化したことに加え、在庫の正常化が着実に進んだ3カ月間でした。

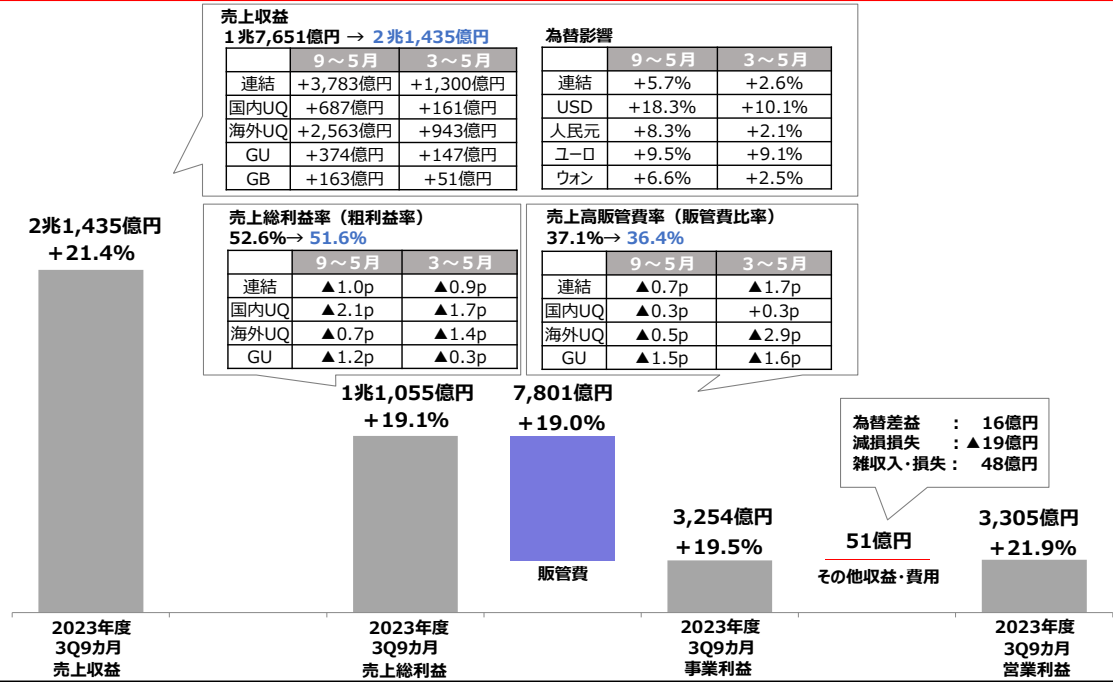
海外ユニクロ事業は、大幅な増収増益と力強い成長が継続しております。特にグレーターチャイナは計画を大きく上回る業績となり、順調に回復しております。東南アジア・インド・オーストラリア地区、欧米も計画通り好調な業績となりました。

ジーユー事業も、大幅な増収増益と好調でした。商品開発体制などの組織改革が進んだことで、持続的な業績拡大に手応えを得ております。

国内ユニクロ事業は、第3四半期3カ月間は減益となりましたが、第4四半期3カ月間は増益を見込んでおり、通期の事業利益は前年並みとなる予想です。

第3四半期3カ月間の業績の上振れを反映し、通期の売上収益は2兆7,300億円、営業利益は3,700億円と、売上収益で500億円、営業利益で100億円上方修正いたしました。

# 【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カ月累計の連結の損益計算書について、ご説明いたします。

売上収益は2兆1,435億円、前年同期比3,783億円の増収となりました。

これは主に、海外ユニクロ事業で2,563億円の増収、国内ユニクロ事業で687億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1.0ポイント低下いたしました。

これは主に、国内ユニクロ事業は、急激な円安により粗利益率が低下したことに加え、海外ユニクロ事業は、東南アジア、欧米を中心に前年は物流遅延による在庫不足で、本来の販促が出来なかった一方で、在庫が正常化した今年は、戦略的に販促活動を行ったことで、値引率が前年比で増加したことによります。

売上高販管費率は36.4%と、同0.7ポイント改善いたしました。

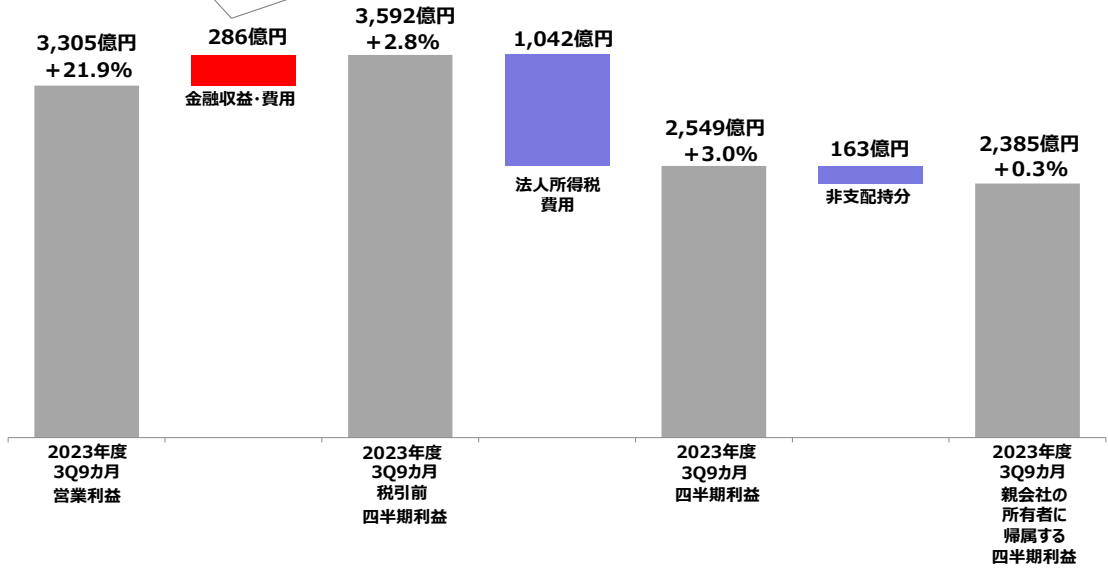
これは、すべてのセグメントで販売が好調だったため販管費比率が改善したことによります。

其他収益・費用ですが、ネットで51億円のプラスとなりました。

この結果、営業利益は3,305億円、同21.9%の大幅な増益となりました。

# 【連結】第3四半期（9カ月累計） 親会社の所有者に 帰属する四半期利益

受取・支払利息：207億円  
為替差益：79億円  
(期首為替レート：138.7円、5月末為替レート：139.8円)



営業利益以下の項目ですが、金融収益・費用は、ネットで286億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3,592億円、前年同期比2.8%増、親会社の所有者に帰属する四半期利益は2,385億円、同0.3%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 (2022/9～2023/5)			3Q (2023/3～2023/5)		
		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	<b>7,097</b>	6,409	+10.7%	<b>2,145</b>	1,984	+8.1%
	事業利益 (売上比)	<b>990</b> 14.0%	1,009 15.7%	▲1.9% ▲1.7p	<b>321</b> 15.0%	337 17.0%	▲4.9% ▲2.0p
	その他収益・費用	<b>5</b>	17	▲67.0%	<b>0</b>	4	▲78.3%
	営業利益 (売上比)	<b>996</b> 14.0%	1,026 16.0%	▲3.0% ▲2.0p	<b>322</b> 15.0%	341 17.2%	▲5.7% ▲2.2p
海外ユニクロ事業	売上収益	<b>10,976</b>	8,412	+30.5%	<b>3,423</b>	2,480	+38.0%
	事業利益 (売上比)	<b>1,826</b> 16.6%	1,418 16.9%	+28.8% ▲0.3p	<b>577</b> 16.9%	380 15.4%	+51.6% +1.5p
	その他収益・費用	<b>14</b>	▲90	-	<b>36</b>	▲56	-
	営業利益 (売上比)	<b>1,841</b> 16.8%	1,327 15.8%	+38.6% +1.0p	<b>614</b> 17.9%	324 13.1%	+89.5% +4.8p
ジーユー事業	売上収益	<b>2,279</b>	1,905	+19.7%	<b>824</b>	677	+21.7%
	事業利益 (売上比)	<b>244</b> 10.7%	197 10.4%	+24.0% +0.3p	<b>126</b> 15.4%	95 14.1%	+32.8% +1.3p
	その他収益・費用	<b>13</b>	▲18	-	<b>0</b>	▲10	-
	営業利益 (売上比)	<b>258</b> 11.3%	178 9.4%	+44.6% +1.9p	<b>127</b> 15.5%	84 12.5%	+50.6% +3.0p
グローバルブランド事業	売上収益	<b>1,064</b>	900	+18.2%	<b>362</b>	310	+16.5%
	事業利益 (売上比)	<b>13</b> 1.3%	3 0.4%	+318.4% +0.9p	<b>17</b> 4.9%	▲0 -	-
	その他収益・費用	<b>0</b>	3	▲75.8%	<b>▲4</b>	▲2	-
	営業利益 (売上比)	<b>14</b> 1.4%	7 0.8%	+105.4% +0.6p	<b>13</b> 3.7%	▲3 -	-

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】第3四半期（3カ月）実績

### 増収減益。営業利益は業績予想をやや下回る

- ・夏物商品や羽織物、トレンドを捉えたボトムスの販売が好調、業績予想を上回る増収
- ・粗利益率は円安による原価率の上昇や在庫の適正化を図ったことで低下、営業利益は業績予想をやや下回り、減益

単位：億円	1Q～3Q (2022/9～2023/5)			3Q (2023/3～2023/5)		
	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
<b>売上収益</b> (売上比)	<b>7,097</b> 100.0%	6,409 100.0%	+10.7%	<b>2,145</b> 100.0%	1,984 100.0%	+8.1%
<b>売上総利益</b> (売上比)	<b>3,343</b> 47.1%	3,153 49.2%	+6.0% ▲2.1p	<b>1,081</b> 50.4%	1,034 52.1%	+4.5% ▲1.7p
<b>販管費</b> (売上比)	<b>2,353</b> 33.2%	2,144 33.5%	+9.8% ▲0.3p	<b>760</b> 35.4%	697 35.1%	+9.0% +0.3p
<b>事業利益</b> (売上比)	<b>990</b> 14.0%	1,009 15.7%	▲1.9% ▲1.7p	<b>321</b> 15.0%	337 17.0%	▲4.9% ▲2.0p
<b>その他収益・費用</b> (売上比)	<b>5</b> 0.1%	17 0.3%	▲67.0% ▲0.2p	<b>0</b> 0.0%	4 0.2%	▲78.3% ▲0.2p
<b>営業利益</b> (売上比)	<b>996</b> 14.0%	1,026 16.0%	▲3.0% ▲2.0p	<b>322</b> 15.0%	341 17.2%	▲5.7% ▲2.2p

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2,145億円、前年同期比8.1%増、  
営業利益は322億円、同5.7%減と、増収減益となりました。

第3四半期3カ月間は、夏物商品や羽織物、トレンドを捉えたボトムスの販売が好調で、  
業績予想を上回る増収となりました。  
一方で、粗利益率は円安による原価率の上昇や在庫の適正化を図ったことで低下いたしました。  
その結果、営業利益は業績予想をやや下回り、減益となりました。



# 【国内ユニクロ事業】売上収益（3Q3カ月）

## 既存店売上高 +5.5%

- ・3月は気温が高く推移、エアリズムインナーやTシャツなどの夏物商品が好調な立ち上がり。  
4月、5月は、夏物商品、感動ジャケットなどの羽織物、トレンドを捉えたタックワイドパンツやカーゴパンツが増収に寄与
- ・客単価：+8.8%  
1）比較的単価の高いアウターやボトムスの販売が好調、2）一部商品の価格の見直し
- ・EC売上高：▲4.3%  
1）新型コロナの規制が撤廃、外出ムードの高まりで、店舗に多くのお客様がご来店、2）ECで商品のニュース性を十分に訴求できず。今後はコア商品の情報発信強化、新規アプリ会員の獲得、店舗とEコマースが融合したサービスの利用促進を行い、顧客基盤の拡大を図る
- ・6月の既存店売上高：▲3.4%  
月の前半は増収と好調だったものの、後半は気温が低下、夏物商品の販売が伸び悩む

既存店 前年同期比	2023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	+10.0%	+11.9%	+1.7%	+4.4%	+5.5%	+8.6%	▲3.4%
客数	▲1.6%	+0.8%	▲5.4%	▲3.7%	▲3.1%	▲2.1%	▲14.5%
客単価	+11.8%	+11.0%	+7.5%	+8.4%	+8.8%	+10.9%	+12.9%

第3四半期3カ月間の既存店売上高は、前年同期比5.5%増となりました。

3月は気温が高く推移したことで、エアリズムインナーやTシャツなどの夏物商品が好調な立ち上がりとなりました。  
4月、5月は、夏物商品に加え、感動ジャケットなどの羽織物や、トレンドを捉えたタックワイドパンツやカーゴパンツが増収に寄与いたしました。

客単価は、同8.8%上昇いたしました。  
これは、比較的単価の高いアウターやボトムスの販売が好調だったこと、一部商品の価格を見直したことにあります。

EC売上高は、同4.3%減となりました。  
これは、新型コロナの規制が撤廃され、外出ムードが高まったことで、店舗に多くのお客様がご来店いただけただけに加え、ECで商品のニュース性を十分に訴求できなかったことにあります。  
今後は、コア商品の情報発信の強化や、新規のアプリ会員の獲得、店舗とEコマースが融合したサービスの利用促進を行い、顧客基盤の拡大を図っていきます。

# 【国内ユニクロ事業】粗利益率、販管費比率（3Q3カ月）

**粗利益率：50.4%、▲1.7p 低下**

- ・粗利益率は4月発表の業績予想でも前年同期比で低下を見込んでいたが、低下幅は予想に比べ若干拡大。追加生産分に使用するスポット為替レートが想定以上に円安になったこと、在庫適正化を図るため一部商品の値引き販売を強めたことによる
- ・売れ筋商品の追加生産は、発注量のコントロールを強化したことで、計画通りに進むも、期中でスポット為替レートが想定よりも円安となり、原価率が計画に対し若干上昇
- ・在庫は、より高効率な商売を推進するため、過年度からの春物商品を中心に処分を進めた

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
3Q3カ月	52.1%	50.4%	▲1.7p
3Q9カ月	49.2%	47.1%	▲2.1p

**販管費比率：35.4%、+0.3p 上昇**

- ・3月から給与水準を引き上げ、人件費比率が上昇。3Q3カ月間の一人当たり売上高は前年同期比で改善。生産性改善は順調に進むも、在庫運営・店舗オペレーションの効率化にさらに取り組むことで、早期に人件費比率を改善させる
- ・販管費比率は、計画に対しては改善。売上が好調だったことで、広告宣伝費、物流費を中心に経費効率が向上

国内ユニクロ事業の第3四半期3カ月間の粗利益率は50.4%と、前年同期比1.7ポイント低下いたしました。

4月に発表した業績予想でも前年同期比で低下することを見込んでおりましたが、低下幅は予想に比べ、若干ですが拡大いたしました。これは、追加生産分に使用するスポット為替レートが想定以上に円安になったことに加え、在庫の適正化を図るために、一部商品の値引き販売を強めたことによります。

売れ筋商品の追加生産は、発注量のコントロールを強化したことで、計画通りに進めることができましたが、期中でスポット為替レートが想定よりも円安となったため、原価率が計画に対し、若干上昇いたしました。

在庫については、より高効率な商売を推進するため、過年度からの春物商品を中心に処分を進めました。

販管費比率は35.4%と同0.3ポイント上昇いたしました。これは主に、3月から給与水準を引き上げたことで人件費比率が上昇したためです。第3四半期3カ月間の一人当たり売上高は前年同期比で改善しており、生産性の改善は順調に進んでおりますが、在庫運営や店舗オペレーションの効率化にさらに取り組むことで、早期に人件費比率を改善させていく計画です。

なお、販管費比率は、計画に対しては改善できております。これは売上が好調だったことで、広告宣伝費、物流費を中心に経費効率が向上したためです。

## 【海外ユニクロ事業】第3四半期（3カ月）実績

### 大幅な増収増益。業績予想を大幅に上回る

- ・特に、グレーターチャイナの業績が、想定以上に回復したことで、海外ユニクロ事業全体でも、業績予想を大幅に上回る結果
- ・東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、計画通り好調な業績を維持

単位：億円	1Q～3Q (2022/9～2023/5)			3Q (2023/3～2023/5)		
	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
<b>売上収益</b> (売上比)	<b>10,976</b> 100.0%	8,412 100.0%	+30.5%	<b>3,423</b> 100.0%	2,480 100.0%	+38.0%
<b>売上総利益</b> (売上比)	<b>5,992</b> 54.6%	4,654 55.3%	+28.8% ▲0.7p	<b>1,917</b> 56.0%	1,423 57.4%	+34.7% ▲1.4p
<b>販管費</b> (売上比)	<b>4,166</b> 38.0%	3,235 38.5%	+28.8% ▲0.5p	<b>1,340</b> 39.2%	1,043 42.1%	+28.5% ▲2.9p
<b>事業利益</b> (売上比)	<b>1,826</b> 16.6%	1,418 16.9%	+28.8% ▲0.3p	<b>577</b> 16.9%	380 15.4%	+51.6% +1.5p
<b>その他収益・費用</b> (売上比)	<b>14</b> 0.1%	▲90 -	-	<b>36</b> 1.1%	▲56 -	-
<b>営業利益</b> (売上比)	<b>1,841</b> 16.8%	1,327 15.8%	+38.6% +1.0p	<b>614</b> 17.9%	324 13.1%	+89.5% +4.8p

11

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3,423億円、前年同期比38.0%増、営業利益は614億円、同89.5%増、と大幅な増収増益となりました。特に、グレーターチャイナの業績が、想定以上に回復したことで、海外ユニクロ事業全体でも、業績予想を大幅に上回る結果となりました。

東南アジア・インド・オーストラリア地区、北米、欧州は、計画通り好調な業績を維持しております。

地域別の詳細は、次のスライドでご説明いたします。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：大幅な増収増益

・中国大陸、香港、台湾いずれのエリアでも大幅な増収増益と、業績が回復

### 【中国大陸市場】

- ・3Q3 カ月間の既存店売上高は4割超の増収と好調
- ・新型コロナが収束し、消費が回復、3月からの気温が上昇で、Tシャツやポロシャツ、UVカット群といった夏物コア商品が好調
- ・継続的に商品価値の訴求やブランディングを強化してきたことで、消費回復のタイミングで計画を上回る売上を達成
- ・大幅な増収となったことで、粗利益率、販管費比率ともに改善

### 【香港市場】

- ・3Q3 カ月間の、既存店売上高は大幅な増収
- ・特に、Tシャツや感動ジャケット、感動パンツなど、マーケティングを強化した商品の販売が好調
- ・粗利益率は、値引き販売が拡大したことで、若干低下
- ・販管費比率は、給与水準の改定により人件費比率が上がったことで上昇

### 【台湾市場】

- ・夏物コア商品の情報発信を強化し、TシャツやUVカット群といった商品の販売が好調となり、既存店売上高は大幅な増収
- ・粗利益率は、為替の影響により原価率が上昇したことで低下したものの、販管費比率は、大幅な増収となったことで改善

12

グレーターチャイナの第3四半期3カ月間は、大幅な増収増益となりました。  
中国大陸、香港、台湾いずれのエリアでも大幅な増収増益と、業績が回復しております。

中国大陸は、第3四半期3カ月間の既存店売上高は4割超の増収と好調でした。  
これは、新型コロナが収束し、消費が回復してきたことに加え、3月から気温が上昇したことで、Tシャツやポロシャツ、UVカット群といった、夏物コア商品の販売が好調だったためです。  
継続的に商品価値の訴求やブランディングを強化してきたことで、消費回復のタイミングで計画を上回る売上を達成することができました。  
大幅な増収となったことで、粗利益率、販管費比率ともに改善いたしました。

## 韓国：増収増益

- ・デジタルだけでなく、店頭でも商品価値を積極的に訴求、UVカット群やUT、ポロシャツを中心に夏物コア商品の販売が好調
- ・増収となったことで、販管費比率が改善、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、営業利益は増益

- ・国別では、シンガポール、タイ、インド、オーストラリアは増収増益と好調
  - ✓ LifeWearが着実に浸透していることで、Tシャツ、UVカット群、ポロシャツなどの夏物コア商品の販売が好調
  - ✓ UTやラウンドミニショルダーバッグといったニュース性のある新商品も増収に貢献
- ・マレーシア、フィリピン、インドネシア、ベトナムは増収と販売は好調だったものの、営業利益は減益
  - ✓ 粗利益率が低下したことに加え、販管費比率が上昇したことによる
  - ✓ 粗利益率の低下は、前年は物流遅延による在庫不足で販促が十分にできなかった一方、今年は戦略的に販促し値引率が拡大したため
  - ✓ 販管費比率の上昇は、中長期的な成長を見据えて、給与水準の見直しやマーケティングの強化を行ったことによる
  - ✓ インドネシアは、主にセーフガードの影響で粗利益率が低下。現地生産比率を高めることで、上期に比べると影響は低減
- ・東南アジア・インド・豪州地区のEC売上高は、約3割の増収

韓国は、増収増益となりました。

デジタルだけでなく、店頭でも商品価値を積極的に訴求したことで、UVカット群やUT、ポロシャツを中心に夏物コア商品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の第3四半期3カ月間は、大幅な増収、営業利益は増益となりました。

国別では、シンガポール、タイ、インド、オーストラリアは増収増益と好調でした。LifeWearが着実に浸透していることで、Tシャツ、UVカット群、ポロシャツなどの夏物コア商品の販売が好調でした。また、UTやラウンドミニショルダーバッグといったニュース性のある新商品も増収に貢献いたしました。

マレーシア、フィリピン、インドネシア、ベトナムは増収と販売は好調だったものの、営業利益は減益となりました。これは、粗利益率が低下したことに加え、販管費比率が上昇したことによります。粗利益率の低下は、前年は物流遅延による在庫不足で販促が十分にできなかった一方で、今年は戦略的に販促を行い、値引率が拡大したことによります。また、販管費比率の上昇は、中長期的な成長を見据えて、給与水準の見直しやマーケティングの強化を行ったことによります。

なお、インドネシアは、粗利益率が低下しておりますが、これは主にセーフガードの影響によります。現地生産比率を高めることで、上期に比べると影響は低減しております。

## 北米：大幅な増収増益

### 【米国】

- ・大幅な増収増益
- ・シーズン初めからコア商品のマーケティングを強化、積極的に売り込んだことで既存店売上高は大幅な増収
- ・特に、リネンシャツやTシャツといったコア商品の販売が好調、米国のお客様のニーズを基に開発したアメリカンスリーブブラタンクトップやカーゴパンツも増収に大きく寄与
- ・3Q3 カ月間の営業利益率は、粗利益率の低下により、若干低下も計画通り。4Q3 カ月間の収益性が大きく改善することから、下期、通期の営業利益率は改善の見込み

### 【カナダ】

- ・大幅な増収、若干の増益
- ・情報発信を強化したTシャツやジョガーパンツなどの夏物コア商品が売上を牽引、期を通して好調な販売



アメリカンスリーブブラタンクトップ着用画像

北米は米国、カナダ共に好調な業績となったことで大幅な増収増益となりました。

米国は、大幅な増収増益となりました。シーズン初めからコア商品のマーケティングを強化し、積極的に売り込んだことで既存店売上高は大幅な増収となりました。

特に、リネンシャツやTシャツといったコア商品の販売が好調だったことに加え、米国のお客様のニーズを基に開発したアメリカンスリーブブラタンクトップやカーゴパンツも増収に大きく寄与いたしました。

第3四半期3カ月間の営業利益率は、粗利益率の低下により、若干低下いたしました。これは計画通りで、第4四半期3カ月間の収益性が大きく改善することから、下期、通期では営業利益率は改善する見込みです。

## 欧州：大幅な増収増益

- ・ボトムスやTシャツ、リネンシャツなどのコア商品の販売が好調、ラウンドミニショルダーバッグやブラトップの情報発信を強化、SNSで話題。女性や若年層を中心に、顧客層が拡大
- ・既存店売上高は大幅な増収
- ・3 Q 3 カ月間の営業利益率は粗利益率の低下により、若干低下も、計画通り。4 Q 3 カ月間の収益性が大きく改善することから、下期、通期では改善できる見込み



Instagramユニクロ公式アカウントで、ラウンドミニショルダーバッグやブラトップの着こなしを紹介

欧州は、大幅な増収増益となりました。

ボトムスやTシャツ、リネンシャツなどのコア商品の販売が好調だったことに加え、ラウンドミニショルダーバッグやブラトップの情報発信を強化し、SNSで話題になったことで、女性や若年層を中心に、顧客層が拡大、既存店売上高は大幅な増収となりました。

第3四半期3カ月間の営業利益率は、粗利益率の低下により、若干低下いたしました。これは計画通りで、第4四半期3カ月間の収益性が大きく改善することから、下期、通期では営業利益率は改善する見込みです。

# 【ジーユー事業】第3四半期（3カ月）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、マストトレンド商品の数量を十分にもち、これらの商品のマーケティングを強化したことで、スーパーワイドカーゴパンツ、プルオンパンツ、スウェット風のTシャツなどのヒット商品が生まれ、好調な業績
- ・この数年の間に、人材の強化や組織の変革を進め、商品開発体制が強化されたことで、トレンドを捉えた完成度の高い商品を生み出す基盤が整ってきたことも、好調な業績の背景
- ・営業利益率は3.0p改善。大幅な増収となったこと、経費コントロールの強化により、家賃や物流費を中心に販管費比率が改善

単位：億円	1Q~3Q (2022/9~2023/5)			3Q (2023/3~2023/5)		
	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)	2,279 100.0%	1,905 100.0%	+19.7%	824 100.0%	677 100.0%	+21.7%
売上総利益 (売上比)	1,087 47.7%	931 48.9%	+16.7% ▲1.2p	412 50.1%	341 50.4%	+21.0% ▲0.3p
販管費 (売上比)	842 37.0%	734 38.5%	+14.8% ▲1.5p	285 34.7%	245 36.3%	+16.4% ▲1.6p
事業利益 (売上比)	244 10.7%	197 10.4%	+24.0% +0.3p	126 15.4%	95 14.1%	+32.8% +1.3p
その他収益・費用 (売上比)	13 0.6%	▲18 -	- -	0 0.1%	▲10 -	- -
営業利益 (売上比)	258 11.3%	178 9.4%	+44.6% +1.9p	127 15.5%	84 12.5%	+50.6% +3.0p

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824億円、前年同期比21.7%増、営業利益は127億円、同50.6%増と、大幅な増収増益となりました。これは業績予想を上回る水準です。

品番数を絞り込み、マストトレンド商品の数量を十分にもち、これらの商品のマーケティングを強化したことで、スーパーワイドカーゴパンツ、プルオンパンツ、スウェット風のTシャツなどのヒット商品が生まれ、好調な業績となりました。また、この数年の間に、人材の強化や組織の変革を進め、商品開発体制が強化されたことで、トレンドを捉えた完成度の高い商品を生み出す基盤が整ってきたことも、好調な業績となった背景です。

営業利益率は同3.0ポイント改善いたしました。これは、大幅な増収となったことに加え、経費コントロールを強化し、家賃や物流費を中心に販管費比率が改善したことによります。



## 大幅な増収、黒字化。ほぼ業績予想通り

・セオリー事業が大幅な増収増益

【セオリー事業】全ての地域で増収増益。アジア事業が特に好調

・アジア事業：新型コロナが収束。外出需要の回復に加え、コア商品の打ち出しを強化し、大幅な増収増益

【プラステ事業】増収、事業利益は増益。減損損失を計上し、営業利益は若干の減益

・外出需要が高まったことで、シャツ、ブラウス、ジャケットなどの販売が好調、

ユニクロ店舗内に出店している店舗の販売は好調、業績は回復傾向

・不採算店舗を閉店するなど、事業構造改革を進めていることで、減損損失を計上

【コントワー・デ・コトニエ事業】減収、赤字幅は若干拡大

・店舗数が多いフランスでストライキの影響を受け、集客に苦戦し減収、赤字幅は拡大

単位：億円		1Q～3Q (2022/9～2023/5)			3Q (2023/3～2023/5)		
		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
グローバルブランド事業	売上収益	1,064	900	+18.2%	362	310	+16.5%
	事業利益 (売上比)	13	3	+318.4%	17	▲0	-
	その他収益・費用	0	3	▲75.8%	▲4	▲2	-
	営業利益 (売上比)	14	7	+105.4%	13	▲3	-
		1.4%	0.8%	+0.6p	3.7%	-	-

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362億円、前年同期比16.5%増、

営業利益は13億円と前年の3億円の赤字から黒字化と、ほぼ業績予想通りの水準となりました。

これは、主にセオリー事業が大幅な増収増益となったことによります。

セオリー事業は、全ての地域で増収増益となりましたが、アジア事業が特に好調でした。

アジア事業は、新型コロナが収束したことで、外出需要が回復したことに加え、

コア商品の打ち出しを強化したことで、大幅な増収増益となりました。

## 【連結】2023年5月末 B/S

単位：億円	2022年5月末	2022年8月末	2023年5月末	前年同期末比
資産合計	28,595	31,837	<b>31,006</b>	+2,410
流動資産	20,006	21,788	<b>20,121</b>	+115
非流動資産	8,589	10,049	<b>10,884</b>	+2,295
負債合計	13,692	15,683	<b>13,530</b>	▲162
資本合計	14,903	16,154	<b>17,475</b>	+2,572

次に、2023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3兆1,006億円、前年同期末比2,410億円増加、  
負債合計は1兆3,530億円、同162億円減少、  
資本合計は1兆7,475億円、同2,572億円増加いたしました。

資産の主な増減については、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：+2,410億円（2兆8,595億円→3兆1,006億円）**

- ・その他金融資産（短期・長期）：+5,669億円（1,645億円⇒7,314億円）
- ・現金及び現金同等物：▲4,463億円（1兆3,689億円⇒9,225億円）  
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1兆6,539億円、1,205億円増加
- ・棚卸資産：+356億円（3,517億円⇒3,873億円）  
【海外UQ】+196億円：東南アジア、北米を中心に事業の拡大に伴い在庫が増加。  
中国大陸は、在庫コントロールの強化に加え、計画以上の販売となり、在庫は減少、適正な水準  
【GU】+86億円：事業拡大に伴って在庫が増加  
【グローバルブランド】+77億円：セオリー事業を中心に在庫が増加  
【国内UQ】+23億円：昨年は物流遅延があった一方、今年は秋冬商品の入庫が正常化のため。  
春夏商品は在庫処分を強化し、大幅に減少
- ・デリバティブ金融資産（短期・長期）：+324億円（1,675億円⇒2,000億円）  
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、損益へ影響なし

資産合計が前年同期末比2,410億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5,669億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4,463億円減少いたしました。

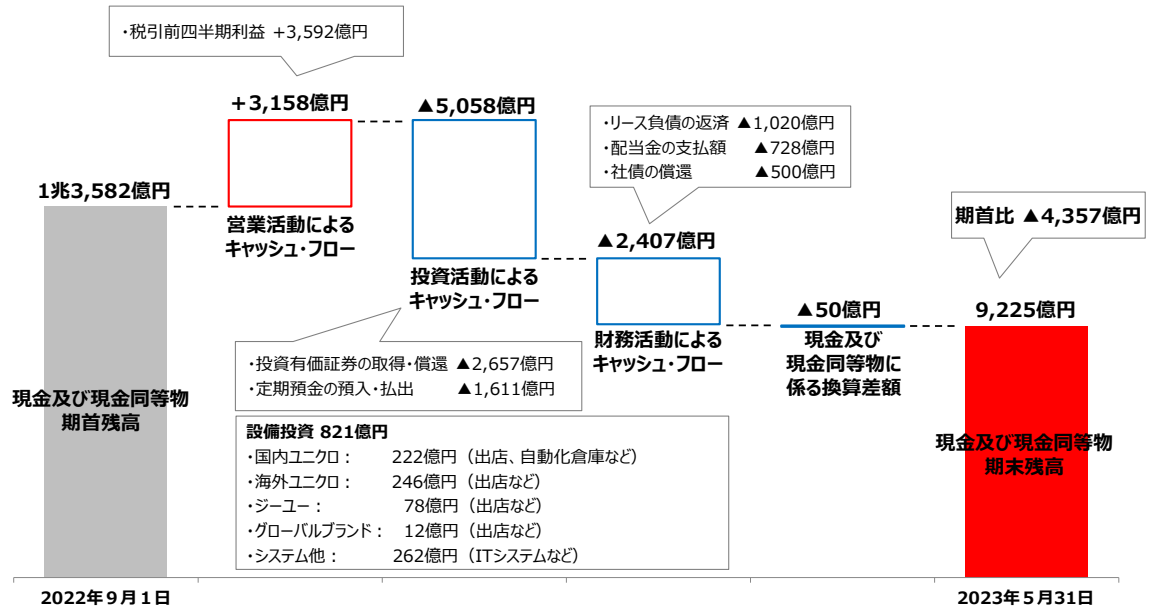
なお、現金及び現金同等物とその他金融資産を合わせた流動性の高い資産は合計で1兆6,539億円、同1,205億円増加しております。

棚卸資産は、同356億円増加いたしました。  
これは主に、海外ユニクロ事業で196億円、ジーユー事業で86億円増加したためですが、売上拡大によるものであり、在庫の水準に問題はありません。

海外ユニクロ事業の内訳としては、東南アジア、北米を中心に事業の拡大に伴い在庫が増加いたしました。  
中国大陸は、在庫コントロールを強化したことに加え、計画以上の販売となったことで、在庫は減少し、適正な水準となりました。

国内ユニクロ事業の棚卸資産は同23億円増加いたしました。  
これは主に、昨年は物流遅延があった一方で、今年は秋冬商品の入庫が正常化したためです。  
春夏商品は在庫処分を強化したことにより大幅に減少しております。

# 【連結】第3四半期（9カ月累計）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900億円増加、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、4,357億円減少し、9,225億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2,657億円、  
3カ月超の定期預金の増加による支出が1,611億円と  
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5,058億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500億円、営業利益で100億円の増額修正

- ・ 3Q3カ月間の業績が、中国大陸のユニクロ事業を中心に上振れしたことを反映
- ・ 3Q9カ月間で計上した為替差益および受取利息など、ネットで286億円のプラスを織り込む

単位：億円	2022年8月期 通期実績	2023年8月期		2023年8月期		2023年8月期 3Q9カ月 実績	
		直近予想 (4/13時点)	前期比	通期予想 (7/13時点)	前期比		
売上収益 (売上比)	23,011 100.0%	26,800 100.0%	+16.5%	27,300 100.0%	+18.6%	21,435 100.0%	為替影響除くと 約14%増 ※1
事業利益 (売上比)	3,067 13.3%	3,600 13.4%	+17.4% +0.1 p	3,700 13.6%	+20.6% +0.3 p	3,254 15.2%	
その他収益・費用	▲93	0	-	0	-	51	
営業利益 (売上比)	2,973 12.9%	3,600 13.4%	+21.1% +0.5 p	3,700 13.6%	+24.4% +0.7 p	3,305 15.4%	為替影響除くと 約20%増 ※1
金融収益・費用	1,162	102	▲91.2%	286	▲75.4%	286	
税引前利益 (売上比)	4,135 18.0%	3,702 13.8%	▲10.5% ▲4.2 p	3,986 14.6%	▲3.6% ▲3.4 p	3,592 16.8%	為替影響除くと 約22%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%	2,400 9.0%	▲12.2% ▲2.9 p	2,600 9.5%	▲4.9% ▲2.4 p	2,385 11.1%	

※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.28参照）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・費用に含まれる為替差損益の影響を除いて計算

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2兆7,300億円、前期比18.6%増、  
 事業利益は3,700億円、同20.6%増、  
 営業利益は3,700億円、同24.4%増を見込んでおります。

第3四半期3カ月間の業績が、中国大陸のユニクロ事業を中心に上振れしたことを反映し、  
 売上で500億円、事業利益、営業利益でそれぞれ100億円、増額修正いたしました。

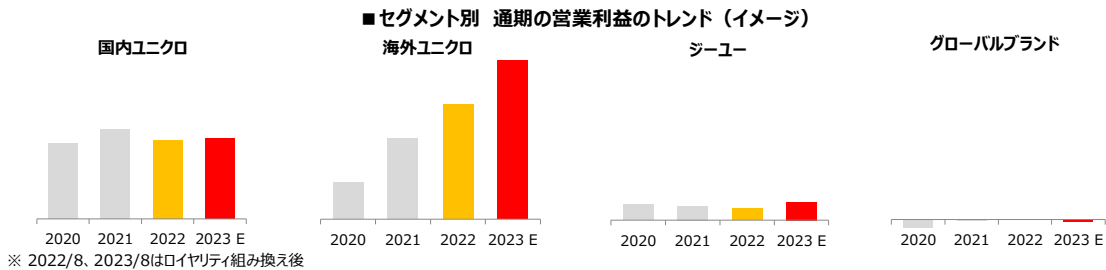
なお、金融収益・費用ですが、第3四半期9カ月間で計上した為替差益および受取利息など  
 ネットで286億円のプラスを織り込んでおります。

この結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は2,600億円、同4.9%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14%の増収、営業利益で約20%の増益、  
 親会社の所有者に帰属する当期利益で約22%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

- ・海外ユニクロ事業は4Q3カ月間も大幅な増収増益を見込む。  
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
- ・グレーターチャイナは、中国大陸の業績が順調に回復していることから、下期は大幅な増収増益、過去最高の業績となる見込み  
通期でも増収、大幅な増益、営業利益率は改善する予想
- ・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・豪州地区は下期は大幅な増収、営業利益は増益。通期は大幅な増収増益となる見込み  
通期の粗利益率は、戦略的に販促を行ったことで、前年の高い水準から若干低下、営業利益率は若干の低下を見込む
- ・北米、欧州は、下期、通期ともに大幅な増収増益、営業利益率も改善する予想



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、第4四半期3カ月間も大幅な増収増益を見込んでおります。この結果、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、中国大陸の業績が順調に回復していることから、下期は大幅な増収増益、過去最高の業績となる見込みです。この結果、通期でも増収、大幅な増益、営業利益率は改善する予想です。

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、下期は大幅な増収、営業利益は増益、通期は大幅な増収増益となる見込みです。通期の粗利益率は、戦略的に販促を行ったことで、前年の高い水準から、若干低下する見込みです。この結果、営業利益率は若干の低下を見込んでおります。

北米、欧州は、下期、通期ともに大幅な増収増益、営業利益率も改善する予想です。

## 2023年8月期 各事業の通期業績予想（2）

### 国内ユニクロ事業：下期、通期の事業利益は前年並みを見込む

- ・4 Q 3 カ月間に業績を回復させることで、下期、通期ともに増収、事業利益は前年並みを見込む。営業利益は、昨年は4 Q に店舗の減損損失を計上した一方で、今年は減損損失を見込んでいないため、若干の増益を達成できる予想
- ・粗利益率は、下期、通期ともに低下することを見込む
- ・販管費比率は効果的なマーケティングへの絞り込みに加え、物流費や人件費など、経費コントロールを一層強化することで、下期は前年同期比でほぼ横ばい、通期は若干改善の見込み
- ・4 Q 3 カ月間は、増収増益を見込む。6月の既存店売上高は3.4%の減収となったが、7月、8月は売れ筋商品の打ち出しの強化や秋物の新商品の早期立ち上げを行うことで、増収をめざす。7月の足元の販売は計画通りの進捗
- ・4 Q 3 カ月間の粗利益率は改善できる見込み。7月、8月は値引き販売の強化を計画しているものの、在庫の水準や中身が昨年比べて改善しているため、粗利益率は改善できる見込み

### 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

- ・6月の既存店売上高が大幅な増収と、好調な業績
- ・下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想

次に、国内ユニクロ事業についてご説明いたします。

第3四半期9カ月間は減益となりましたが、第4四半期3カ月間に業績を回復させることで、下期、通期ともに増収、事業利益は前年並みの業績を見込んでおります。営業利益は、昨年は第4四半期に店舗の減損損失を計上した一方で、今年は減損損失を見込んでいないため、若干の増益を達成できる予想です。

粗利益率は、下期、通期ともに低下することを見込んでおります。販管費比率は効果的なマーケティングへの絞り込みに加え、物流費や人件費など、経費コントロールを一層強化することで、下期は前年同期比でほぼ横ばい、通期は若干改善の見込みです。

第4四半期3カ月間については、増収増益を見込んでおります。6月の既存店売上高は3.4%の減収となりましたが、7月、8月は売れ筋商品の打ち出しの強化や秋物の新商品の早期立ち上げを行うことで、増収をめざします。なお、7月の足元の販売は計画通りの進捗となっております。

第4四半期3カ月間の粗利益率は改善できる見込みです。7月、8月は値引き販売の強化を計画しているものの、在庫の水準や中身が昨年比べて改善していることから、粗利益率は改善できる見込みです。

ジーユー事業は、6月の既存店売上高が大幅な増収と、好調な業績となったことから、下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想です。

## 2023年8月期 各事業の通期業績予想（3）

### グローバルブランド事業：下期、通期ともに増収、事業利益は黒字化の見込み 営業利益は赤字幅拡大の予想

- ・営業利益は、コントワー・デ・コトニエ事業で、店舗の閉店に伴う減損損失、閉店損などを見込んでいるため、赤字幅は拡大する予想
- ・コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス タム・タム事業、プラステ事業は、ブランドを再定義し、気軽に買える最高品質のカジュアルウェアブランドをめざすために、事業構造改革を進める
  - ✓ ユニクロ店舗内への出店を進めるとともに、不採算店舗を閉店し、既存店舗の水準を上げることで、店舗の質の向上を図る
  - ✓ 各ブランドの特性を大事にしながら、生産や物流はユニクロのリソースを徹底的に生かすことで、中間価格帯のブランドの中でも、品質、価格ともにより競争力のある商品を増やしていく計画
  - ✓ ローコスト経営を徹底しながら、変革を推進することで、早期の黒字化をめざす
- ・グローバルブランド事業の主力事業であるセオリー事業は順調に業績が回復、下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想

グローバルブランド事業は、下期、通期ともに増収、事業利益は黒字化する見込みです。営業利益は、コントワー・デ・コトニエ事業で、店舗の閉店に伴う減損損失、閉店損などを見込んでいるため、赤字幅は拡大する予想です。

コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス タム・タム事業、プラステ事業は、ブランドを再定義し、気軽に買える最高品質のカジュアルウェアブランドをめざすために、事業構造改革を進めています。

ユニクロ店舗内への出店を進めるとともに、不採算店舗を閉店し、既存店舗の水準を上げることで、店舗の質の向上を図ります。

また、各ブランドの特性を大事にしながら、生産や物流はユニクロのリソースを徹底的に生かすことで、中間価格帯のブランドの中でも、品質、価格ともにより競争力のある商品を増やしていく計画です。ローコスト経営を徹底しながら、変革を推進することで、早期の黒字化をめざします。

なお、グローバルブランド事業の主力事業であるセオリー事業は順調に業績が回復しており、下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想です。



## 2023年8月期 配当金

**期末配当金155円、年間配当金280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（4/13 予想）	125.0円	125.0円	250.0円
<b>2023年8月期（7/13 修正予想） ※</b>	125.0円	155.0円	280.0円
前期比	+31.7円	+41.7円	+73.3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。

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。

期末配当金は、4月に発表した1株当たり125円から増額し、1株当たり155円を見込んでおります。すでに実施した1株当たり中間配当金125円と合わせて、年間配当金は280円を予想しております。年間では73.3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 (2022/9~2023/5) 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>167</b>	<b>72</b>	<b>+95</b>	<b>2,440</b>	<b>199</b>	<b>100</b>	<b>+99</b>	<b>2,444</b>
国内ユニクロ事業 ※1	809	33	35	▲2	807	35	42	▲7	802
直営店	799	33	35	▲2	797	-	-	-	-
FC	10	0	0	0	10	-	-	-	-
<b>海外ユニクロ事業</b>	<b>1,585</b>	<b>134</b>	<b>37</b>	<b>+97</b>	<b>1,633</b>	<b>164</b>	<b>58</b>	<b>+106</b>	<b>1,642</b>
グレートチャイナ合計	996	59	22	+37	1,033	78	-	-	-
中国大陸	897	54	22	+32	929	-	-	-	-
香港	30	2	0	+2	32	-	-	-	-
台湾	69	3	0	+3	72	-	-	-	-
韓国	122	8	4	+4	126	8	-	-	-
東南アジア・オセアニア合計	293	60	11	+49	342	65	-	-	-
シンガポール	27	5	3	+2	29	-	-	-	-
マレーシア	51	4	1	+3	54	-	-	-	-
タイ	56	12	4	+8	64	-	-	-	-
フィリピン	65	9	3	+6	71	-	-	-	-
インドネシア	49	15	0	+15	64	-	-	-	-
オーストラリア	26	7	0	+7	33	-	-	-	-
ベトナム	12	5	0	+5	17	-	-	-	-
インド	7	3	0	+3	10	-	-	-	-

(次のページへ続く)

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

※1 フランチャイズ店を含む

## <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 (2022/9~2023/5) 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	4	0	+4	63	10	-	-	-
米国	43	4	0	+4	47	-	-	-	-
カナダ	16	0	0	0	16	-	-	-	-
欧州合計	115	3	0	+3	69	3	-	-	-
英国	15	2	0	+2	17	-	-	-	-
フランス	26	0	0	0	26	-	-	-	-
ロシア (営業停止中)	49	-	-	-	-	-	-	-	-
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	-	-	-	-
<b>ジーユー事業</b>	<b>449</b>	<b>47</b>	<b>32</b>	<b>+15</b>	<b>464</b>	<b>50</b>	<b>32</b>	<b>+18</b>	<b>467</b>
<b>グローバルブランド事業合計</b>	<b>719</b>	<b>38</b>	<b>35</b>	<b>+3</b>	<b>722</b>	<b>43</b>	<b>79</b>	<b>▲36</b>	<b>683</b>
セオリー事業 ※1	437	15	11	+4	441	-	-	-	-
ブラステ事業	88	3	9	▲6	82	-	-	-	-
コントワー・デ・コトニエ事業 ※1	111	11	9	+2	113	-	-	-	-
プリンセス タム・タム事業 ※1	83	9	6	+3	86	-	-	-	-
<b>総合計</b>	<b>3,562</b>	<b>252</b>	<b>139</b>	<b>+113</b>	<b>3,626</b>	<b>292</b>	<b>211</b>	<b>+81</b>	<b>3,594</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

※2

※1 フランチャイズ店を含む

※2 ロシア事業は営業を停止しているため、2023年8月期以降の集計には含まない (2022年8月期末には含む)

## ＜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
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
2023年8月期 第3四半期（9カ月平均）実績	137.5	143.7	164.5	19.7	10.3
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	143.2	163.2	19.4	10.4

### 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3四半期末為替レート 実績	128.2	137.8	161.7	19.2	10.3
2023年8月期 第3四半期末為替レート 実績	139.8	150.0	173.6	19.7	10.6
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	139.8	150.0	173.6	19.7	10.6

### 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	
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
2023年8月期 第3四半期実績（9カ月累計）	222	246	78	12	262	821	1,392
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	331	80	14	325	994	1,920