

2023年8月期 業績 2024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

それでは、私から2023年8月期の業績、および
2024年8月期の業績予想について、ご説明いたします。

目次

I. 2023年8月期 決算概要	P 3	～	P 21
II. 2024年8月期 業績予想	P 22	～	P 30
III. 参考資料	P 31	～	P 34

【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：日本で展開するユニクロ事業が含まれております。

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：日本・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 実績

業績予想を上回り、大幅な増収増益
3期連続で過去最高の業績を達成

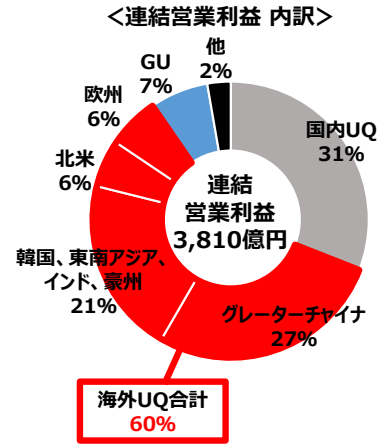
単位：億円	2022年8月期		2023年8月期					
	通期実績	上期実績	前年同期比	下期実績	前年同期比	通期実績	前期比	直近予想 (7/13)
売上収益	23,011	14,673	+20.4%	12,992	+20.1%	27,665	+20.2%	27,300
売上総利益 (売上比)	12,068 52.4%	7,415 50.5%	+17.9% ▲1.1p	6,948 53.5%	+20.3% +0.1p	14,363 51.9%	+19.0% ▲0.5p	-
販管費 (売上比)	9,001 39.1%	5,242 35.7%	+19.3% ▲0.3p	5,301 40.8%	+15.0% ▲1.8p	10,543 38.1%	+17.1% ▲1.0p	-
事業利益 (売上比)	3,067 13.3%	2,173 14.8%	+14.5% ▲0.8p	1,646 12.7%	+40.9% +1.9p	3,819 13.8%	+24.5% +0.5p	3,700 13.6%
その他収益・費用	▲93	29	-	▲38	-	▲9	-	-
営業利益 (売上比)	2,973 12.9%	2,202 15.0%	+16.4% ▲0.5p	1,608 12.4%	+48.8% +2.4p	3,810 13.8%	+28.2% +0.9p	3,700 13.6%
金融収益・費用	1,162	102	▲56.0%	465	▲49.9%	568	▲51.1%	286
税引前利益 (売上比)	4,135 18.0%	2,304 15.7%	+8.4% ▲1.7p	2,074 16.0%	+3.2% ▲2.6p	4,379 15.8%	+5.9% ▲2.2p	3,986 14.6%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	2,733 11.9%	1,533 10.5%	+4.5% ▲1.5p	1,428 11.0%	+12.9% ▲0.7p	2,962 10.7%	+8.4% ▲1.2p	2,600 9.5%

2023年8月期の連結業績ですが、
売上収益は2兆7,665億円、前期比20.2%増、
営業利益は3,810億円、同28.2%増と、
7月に発表した業績予想を上回り、大幅な増収増益となりました。

税引前利益は、4,379億円、5.9%増、
親会社の所有者に帰属する当期利益は、2,962億円、同8.4%増となり、
3期連続で過去最高の業績を達成いたしました。

【連結】決算ハイライト

- ・2023年8月期は、連結で**過去最高**の業績を達成
- ・海外ユニクロ事業は、すべての地域で大幅な増収増益と好調。連結全体に占める**海外ユニクロ事業の売上収益は、初めて5割を超え、営業利益に占める割合も約6割まで拡大**
- ・北米、欧州、東南アジアのユニクロ事業は、継続的に顧客層が拡大、成長ステージに入った。グレーターチャイナも下期から業績が回復、拡大フェーズに回帰。
収益の柱の多様化が確固たるものとなる
- ・国内ユニクロ事業は、原材料の高騰や円安など厳しい商売環境のなか、お客様のニーズに合った商品のご提供、ローコスト経営の徹底で、増収増益を達成
- ・ジーユー事業は、マストトレンド商品の開発体制を強化、大幅な増収増益



次に、通期の決算ハイライトをお伝えいたします。

2023年8月期は、連結で過去最高の業績を達成いたしました。

特に、海外ユニクロ事業は、すべての地域で大幅な増収増益と好調でした。連結全体に占める海外ユニクロ事業の売上収益は、初めて5割を超え、営業利益に占める割合も約6割まで拡大いたしました。

北米、欧州、東南アジアのユニクロ事業は、継続的に顧客層が拡大し、成長ステージに入ったことに加え、グレーターチャイナも下期から業績が回復し、拡大フェーズに回帰したことで、収益の柱の多様化が確固たるものとなりました。

国内ユニクロ事業は、原材料の高騰や円安など厳しい商売環境のなかでも、お客様のニーズに合った商品をご提供できたこと、ローコスト経営を徹底したことで、増収増益を達成することができました。

ジーユー事業は、マストトレンド商品の開発体制が強化されたことで、大幅な増収増益となりました。

【連結】2023年8月期 営業利益

売上収益

2兆3,011億円 → 2兆7,665億円

	上期	下期	通期
連結	+2,483億円	+2,170億円	+4,654億円
国内UQ	+526億円	+275億円	+801億円
海外UQ	+1,619億円	+1,563億円	+3,183億円
GU	+227億円	+264億円	+491億円
GB	+112億円	+72億円	+185億円

為替影響

	上期	下期	通期
連結	+7.2%	+2.4%	+4.8%
USD	+22.6%	+8.3%	+15.0%
人民元	+11.7%	+0.9%	+6.0%
ユーロ	+9.6%	+10.0%	+9.8%
ウォン	+8.7%	+3.6%	+6.0%

売上総利益率（粗利益率）

52.4% → 51.9%

	上期	下期	通期
連結	▲1.1 p	+0.1 p	▲0.5 p
国内UQ	▲2.2 p	+0.4 p	▲1.0 p
海外UQ	▲0.4 p	▲0.7 p	▲0.5 p
GU	▲1.8 p	▲0.3 p	▲1.0 p

売上高販管費率（販管費比率）

39.1% → 38.1%

	上期	下期	通期
連結	▲0.3 p	▲1.8 p	▲1.0 p
国内UQ	▲0.5 p	▲0.5 p	▲0.6 p
海外UQ	+0.4 p	▲3.1 p	▲1.2 p
GU	▲1.5 p	▲1.2 p	▲1.3 p

2兆7,665億円
+20.2%



2023年度
売上収益

1兆4,363億円
+19.0%



2023年度
売上総利益

1兆543億円
+17.1%



販管費

3,819億円
+24.5%



2023年度
事業利益

為替差益 : 5億円
減損損失 : ▲39億円
雑収入・損失 : 23億円

▲9億円
その他収益・費用

3,810億円
+28.2%



2023年度
営業利益

通期の連結損益計算書について、ご説明いたします。

売上収益は前期比4,654億円の増収となりました。

これは主に、海外ユニクロ事業で3,183億円の増収になったことによりです。

売上総利益率は、51.9%と同0.5ポイント低下いたしました。

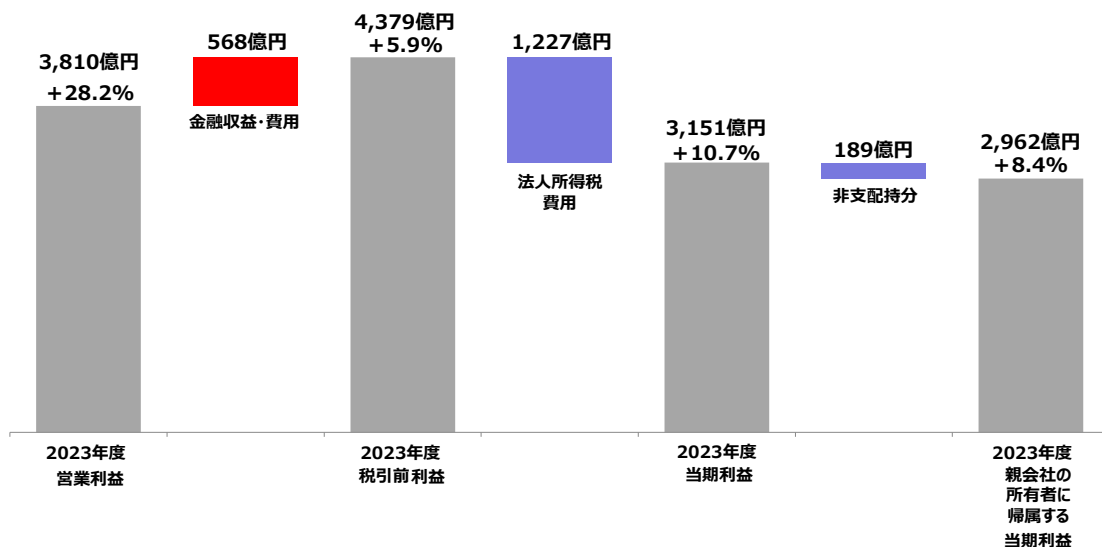
これは主に、国内ユニクロ事業と海外ユニクロ事業で粗利益率が低下したことによりです。

売上高販管費比率は38.1%と同1.0ポイント改善いたしました。

これは、グループ全体で販売が好調だったことで販管費比率が改善したことによりです。

その結果、営業利益は3,810億円、同28.2%の大幅な増益となりました。

受取・支払利息：315億円
 為替差益：253億円
 (期首為替レート：138.7円、8月末為替レート：146.2円)



営業利益以下の項目についてご説明いたします。
 金融収益・費用は、ネットで568億円のプラスとなりました。
 この主な内訳は、利息がネットで315億円のプラス、
 外貨建資産などの換算による為替差益が253億円発生したためです。

これらの結果、税引前利益は4,379億円、前期比5.9%増、
 親会社の所有者に帰属する当期利益は2,962億円、同8.4%増となりました。

【セグメント別】2023年8月期 実績

単位：億円		2022年8月期			2023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	8,102	4,951	+11.9%	3,952	+7.5%	8,904	+9.9%	
	事業利益 (売上比)	1,103 13.6%	669 13.5%	▲0.4% ▲1.7p	498 12.6%	+15.5% +0.9p	1,167 13.1%	+5.9% ▲0.5p	
	その他収益・費用	▲23	4	▲63.7%	6	-	10	-	
	営業利益 (売上比)	1,079 13.3%	673 13.6%	▲1.6% ▲1.9p	504 12.8%	+27.9% +2.1p	1,178 13.2%	+9.2% ▲0.1p	
海外ユニクロ事業	売上収益	11,187	7,552	+27.3%	6,818	+29.8%	14,371	+28.5%	
	事業利益 (売上比)	1,679 15.0%	1,249 16.5%	+20.4% ▲1.0p	1,002 14.7%	+56.1% +2.5p	2,251 15.7%	+34.1% +0.7p	
	その他収益・費用	▲96	▲22	-	40	-	18	-	
	営業利益 (売上比)	1,583 14.2%	1,226 16.2%	+22.2% ▲0.7p	1,043 15.3%	+79.9% +4.3p	2,269 15.8%	+43.3% +1.6p	
ジーユー事業	売上収益	2,460	1,455	+18.5%	1,496	+21.4%	2,952	+20.0%	
	事業利益 (売上比)	198 8.1%	117 8.1%	+15.7% ▲0.2p	130 8.7%	+34.6% +0.8p	248 8.4%	+24.9% +0.3p	
	その他収益・費用	▲32	12	-	0	-	13	-	
	営業利益 (売上比)	166 6.8%	130 9.0%	+39.2% +1.4p	130 8.7%	+79.6% +2.8p	261 8.9%	+56.8% +2.1p	
グローバル ブランド事業	売上収益	1,231	702	+19.1%	714	+11.3%	1,416	+15.0%	
	事業利益 (売上比)	▲2 -	▲4 -	-	9 1.4%	-	5 0.4%	-	
	その他収益・費用	▲5	5	▲12.8%	▲41	-	▲35	-	
	営業利益 (売上比)	▲7 -	1 0.2%	▲85.3% ▲1.6p	▲31 -	-	▲30 -	-	

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】2023年8月期 実績

増収増益。業績予想を上回り、過去最高

・上期は若干の減益も、下期は気温が高く推移し販売が好調、粗利益率、経費比率が改善したことにより、増収、大幅な増益

単位：億円	2022年8月期		2023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	8,102	4,951	+11.9%	3,952	+7.5%	8,904	+9.9%
売上総利益 (売上比)	3,965 48.9%	2,262 45.7%	+6.8% ▲2.2p	1,998 50.6%	+8.2% +0.4p	4,261 47.9%	+7.4% ▲1.0p
販管費 (売上比)	2,862 35.3%	1,593 32.2%	+10.1% ▲0.5p	1,500 38.0%	+6.0% ▲0.5p	3,093 34.7%	+8.1% ▲0.6p
事業利益 (売上比)	1,103 13.6%	669 13.5%	▲0.4% ▲1.7p	498 12.6%	+15.5% +0.9p	1,167 13.1%	+5.9% ▲0.5p
その他収益・費用	▲23	4	▲63.7%	6	-	10	-
営業利益 (売上比)	1,079 13.3%	673 13.6%	▲1.6% ▲1.9p	504 12.8%	+27.9% +2.1p	1,178 13.2%	+9.2% ▲0.1p

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8,904億円、前期比9.9%増、
 営業利益は1,178億円、同9.2%増と、増収増益を達成いたしました。
 これは、7月に発表した業績予想を上回り、過去最高の業績となりました。

【国内ユニクロ事業】売上収益

既存店売上高 通期 +7.6%

- ・上期 既存店売上高：+10.0% 大幅な増収
気温が低く推移したことでヒートテックインナーなどの冬物商品の販売が好調
- ・下期 既存店売上高：+4.7% 増収
エアリズムインナー、感動ジャケットなどの春夏コア商品、タックパンツやカーゴパンツなどのトレンドのボトムスの販売が好調に推移
- ・通期 客単価：+11.1% 上昇
1) 期を通して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による
- ・通期 E C売上高：1,338億円、+2.3% 増収、売上構成比：15.0%
上期 +9.7% 増収も、下期 ▲6.9% 減収。1) 5月以降、新型コロナによる外出自粛ムードがなくなり、店舗に多くのお客様がご来店いただいたこと、2) E Cで情報発信の不足による。
お客様が店頭にご来店いただいていることをチャンスと捉え、今後は、接客を通じた新規アプリ会員の獲得を強化、店頭と連動した情報発信を強化、店舗とE Cが一体となった新しい購買体験の構築を再加速

既存店 前年同期比	2023年8月期										
	上期	3月	4月	5月	3Q(3カ月)	6月	7月	8月	4Q(3カ月)	下期	通期
売上高	+10.0%	+11.9%	+1.7%	+4.4%	+5.5%	▲3.4%	+8.7%	+7.1%	+3.6%	+4.7%	+7.6%
客数	▲1.6%	+0.8%	▲5.4%	▲3.7%	▲3.1%	▲14.5%	▲2.0%	▲1.4%	▲6.5%	▲4.7%	▲3.1%
客単価	+11.8%	+11.0%	+7.5%	+8.4%	+8.8%	+12.9%	+10.9%	+8.7%	+10.8%	+9.9%	+11.1%

国内ユニクロ事業の通期の既存店売上高は7.6%の増収でした。
これは、期を通してコア商品の販売が好調だったことに加え、タックパンツやカーゴパンツなどの
トレンド商品の販売も好調だったことによります。

【国内ユニクロ事業】粗利益率、販管費比率

粗利益率：47.9%、▲1.0p低下

- ・追加生産分に使用するスポット為替レートが大幅な円安、上期の粗利益率が2.2ポイントと大きく低下したことによる
- ・一方、下期の粗利益率は、4Q3カ月間に値引率と原価率が改善したことで、0.4ポイント改善
- ・4Q3カ月間は、値引率は、売上が好調だったことにより改善。

原価率は、昨年は原材料、輸送費の高騰、追加生産分のスポット為替レートの影響により悪化したことが、今年、一部商品の価格を見直し、発注の精度を高めたことで、追加生産の必要性が低減、スポット為替レートの影響が減少したことなどにより、改善

粗利益率	2022年8月期	2023年8月期	
	実績	実績	前年比
通期	48.9%	47.9%	▲1.0p
上期	47.9%	45.7%	▲2.2p
下期	50.2%	50.6%	+0.4p
3Q	52.1%	50.4%	▲1.7p
4Q	48.0%	50.8%	+2.8p

販管費比率：34.7%、▲0.6p改善

- ・好調な販売により賃借料比率、物流費比率などが改善
- ・人件費比率は、給与水準の引き上げにより若干上昇も、一人当たり売上高は改善、生産性の向上は順調に進捗。今後は、早期に人件費比率を改善させるために、業務の適正化をさらに推進

国内ユニクロ事業の通期の粗利益率は、47.9%と前期比1.0ポイント低下いたしました。これは、追加生産分に使用するスポット為替レートが大幅な円安となったことで、上期の粗利益率が前年同期比2.2ポイントと大きく低下したことによります。

一方で、下期の粗利益率は、第4四半期3カ月間に値引率と原価率が改善したことで、0.4ポイント改善いたしました。

第4四半期3カ月間は、値引率は売上が好調だったことにより改善いたしました。原価率は、昨年は原材料、輸送費の高騰や、追加生産分のスポット為替レートの影響により悪化いたしました。今年、一部商品の価格を見直したことや、発注の精度を高めたことで、追加生産の必要性が低減し、スポット為替レートの影響が減少したことなどにより、改善いたしました。

通期の販管費率は34.7%と、前期比0.6ポイント改善いたしました。

これは主に、好調な販売により賃借料比率、物流費比率などが改善したためです。なお、人件費比率は、給与水準を引き上げたことにより若干上昇いたしました。一人当たり売上高は改善しており、生産性の向上は順調に進捗しております。

大幅な増収増益。業績予想を大幅に上回り、過去最高の業績

- ・すべての地域で大幅な増収増益と好調
- ・特に、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、LifeWearが浸透し、顧客層が拡大したことで、好調な業績
- ・グレーターチャイナは、上期は新型コロナの影響で販売に苦戦したものの、下期は、業績が想定以上に回復し、通期で大幅な増収増益を達成

単位：億円	2022年8月期		2023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	11,187	7,552	+27.3%	6,818	+29.8%	14,371	+28.5%
売上総利益 (売上比)	6,186 55.3%	4,074 54.0%	+26.1% ▲0.4p	3,793 55.6%	+28.3% ▲0.7p	7,868 54.8%	+27.2% ▲0.5p
販管費 (売上比)	4,506 40.3%	2,825 37.4%	+28.9% +0.4p	2,791 40.9%	+20.6% ▲3.1p	5,616 39.1%	+24.6% ▲1.2p
事業利益 (売上比)	1,679 15.0%	1,249 16.5%	+20.4% ▲1.0p	1,002 14.7%	+56.1% +2.5p	2,251 15.7%	+34.1% +0.7p
その他収益・費用	▲96	▲22	-	40	-	18	-
営業利益 (売上比)	1,583 14.2%	1,226 16.2%	+22.2% ▲0.7p	1,043 15.3%	+79.9% +4.3p	2,269 15.8%	+43.3% +1.6p

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1兆4,371億円、前期比28.5%増、
営業利益は2,269億円、同43.3%増、と大幅な増収増益となりました。
これは、7月に発表した業績予想を大幅に上回り、過去最高の業績となりました。

地域別 売上収益・営業利益

単位：億円	グレーターチャイナ		韓国、東南アジア・インド・豪州		北米		欧州	
		前期比		前期比		前期比		前期比
売上収益	6,202	+15.2%	4,498	+46.1%	1,639	+43.7%	1,913	+49.1%
営業利益 (売上比)	1,043 16.8%	+25.0% +1.3p	782 17.4%	+36.4% ▲1.2p	211 12.9%	+91.9% +3.3p	273 14.3%	+82.5% +2.6p

注：ロシア事業は営業を停止しているため、欧州の業績には含まない

海外ユニクロ事業の地域別売上収益・営業利益は、12ページのスライドの通りとなっております。

グレーターチャイナ：大幅な増収増益。過去最高の業績

・売上収益は6,202億円、+15.2%、営業利益は1,043億円、+25.0%と、大幅な増収増益。過去最高の業績

【中国大陸市場】現地通貨ベースで通期は増収、大幅な増益

・特に下期は、新型コロナが収束したことや高い気温が続いたことで、大幅な増収増益と、過去最高の業績

・ブランディングや商品価値を訴求するためのマーケティング、人材への投資や販売体制の強化など、コロナ禍での積極的な投資が実を結び、消費回復の局面で、お客様のニーズを捉えることができ、下期は好調な販売

・通期の営業利益率は約17%まで上昇。主に、下期の粗利益率と販管費比率が大きく改善できたことによる

・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、増収となったことやローコスト経営を徹底したことで改善

【香港市場】現地通貨ベースで通期は大幅な増収増益

・ブランディングを強化していることに加え、旅行需要が回復したことで、Tシャツやインナーなど、コア商品の販売が好調

【台湾市場】現地通貨ベースで通期は大幅な増収も、若干の減益

・期を通して、コア商品を中心に販売は好調も、為替の影響で原価率が上昇したことで粗利益率が低下、営業利益は減益

ここからは、地域別の詳細について、ご説明いたします。

グレーターチャイナの売上収益は6,202億円、前期比15.2%増、営業利益は1,043億円、同25.0%増と、大幅な増収増益となり、過去最高の業績を達成いたしました。

中国大陸は、現地通貨ベースで通期は増収、大幅な増益となりました。特に下期は、新型コロナが収束したことや高い気温が続いたことで、大幅な増収増益と、過去最高の業績となりました。

ブランディングや商品価値を訴求するためのマーケティング、人材への投資や販売体制の強化など、コロナ禍での積極的な投資が実を結び、消費回復の局面で、お客様のニーズを捉えることができ、下期は好調な販売となりました。

通期の営業利益率は約17%まで上昇いたしました。これは主に、下期の粗利益率と販管費比率が大きく改善できたことによります。

韓国、東南アジア・インド・豪州地区：大幅な増収増益

・売上収益は、4,498億円、+46.1%、営業利益は、782億円、+36.4%と、大幅な増収増益

【韓国】現地通貨ベースで増収増益

・期を通して、コア商品の情報発信を強化したことで好調な販売。特に、ヒートテック、ニット、U T、ブラトップは大幅な増収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】現地通貨ベースで売上収益は、4割弱の大幅な増収、営業利益は約2割の大幅な増益

・上期は、顧客層が拡大したことに加え、旅行需要が回復してきたことで、コア商品を中心に、大幅な増収増益を達成

・下期は大幅な増収も、新型コロナ収束後の反動需要が一巡しつつあることで、増収幅は若干スローダウン

・下期の営業利益は、前年は物流遅延による在庫不足で販促を行えなかった一方、

今年は一定の値引き販売を行ったこと、インドネシアのセーフガードの影響により、粗利益率が低下したことで、若干の減益

・インドネシアを除くすべての地域で大幅な増収増益

・インドネシアは、大幅な増収と販売は好調も、セーフガードの影響により粗利益率が低下し、営業利益は大幅な減益。

ただし、現地生産比率がすでに高まってきていることから、下期は影響が低減

韓国と東南アジア・インド・オーストラリア地区の売上収益は、4,498億円、前期比46.1%増、営業利益は、782億円、同36.4%増と、大幅な増収増益となりました。

韓国は、現地通貨ベースで増収増益となりました。

東南アジア・インド・オーストラリア地区の現地通貨ベースの売上収益は、同4割弱の大幅な増収、営業利益は同約2割の大幅な増益となりました。

上期は、顧客層が拡大したことに加え、旅行需要が回復してきたことで、コア商品を中心に、大幅な増収増益を達成いたしました。

下期は大幅な増収となりましたが、新型コロナ収束後の反動需要が一巡しつつあることで、増収幅は若干スローダウンいたしました。

下期の営業利益は、前年は物流遅延による在庫不足で販促を行えなかった一方で、

今年はある一定の値引き販売を行ったことに加え、インドネシアのセーフガードの影響により、粗利益率が低下したことで、若干の減益となりました。

北米：大幅な増収増益

- ・売上収益は1,639億円、+43.7%、営業利益は211億円、+91.9%と、大幅な増収増益
 - ・営業利益率は12.9%と、+3.3ポイント改善
- 【米国】現地通貨ベースで通期は大幅な増収増益、期を通して好調な販売
- ・営業利益率も、販管費比率の改善により、大きく改善
 - ・戦略的に売り込むべき商品を明確にし、数量を十分にもち、SNSなどのデジタルで情報発信を強化したことでヒートテックインナー、ダウンアウター、リネンシャツ、ブラトップなどのコア商品の販売が大きく伸長
 - ・この数年間で、人材が育ってきたことで、マーケティング、商品企画、店舗運営など各機能が連動した経営チームが確立されたことも好調の要因の一つ
- 【カナダ】現地通貨ベースで通期は大幅な増収増益
- ・品番数を絞り込み、売れ筋商品の在庫を拡大したことで、既存店売上高は大幅な増収
 - ・ブラトップ、ラウンドミニショルダーバッグ、感動パンツ・ジャケットが増収に寄与

北米は、売上収益は1,639億円、前期比43.7%増、営業利益は211億円、同91.9%増と、大幅な増収増益となりました。
営業利益率は12.9%と、同3.3ポイント改善いたしました。

米国は、現地通貨ベースで通期は大幅な増収増益と、期を通して好調な販売となりました。
営業利益率も、販管費比率の改善により、大きく改善いたしました。

戦略的に売り込むべき商品を明確にし、数量を十分にもち、SNSなどのデジタルで情報発信を強化したことで、ヒートテックインナー、ダウンアウター、リネンシャツ、ブラトップなどのコア商品の販売が大きく伸長いたしました。また、この数年間で、人材が育ってきたことで、マーケティング、商品企画、店舗運営など、各機能が連動した経営チームが確立されたことも好調の要因の一つです。

欧州：大幅な増収増益

- ・売上収益は1,913億円、+49.1%、営業利益は273億円、+82.5%と、大幅な増収増益
- ・営業利益率は14.3%と、+2.6ポイント改善
- ・SNSなどを活用した情報発信を強化し、継続的に商品の機能性や価値を訴求したことで、カシミヤやメリノウールといった天然素材の商品だけでなく、ヒートテックやエアリズムなどの機能性商品の売上も大きく伸長
- ・ブラトップやラウンドミニショルダーバッグ、ワイドパンツなど、トレンドを捉えた商品が女性や若年層にも高く評価され、顧客層が大幅に拡大
- ・欧州のお客様に、LifeWearのコンセプトが浸透し、支持が拡大していることを実感



9月15日にリニューアルオープンした、ユニクロ パリ オペラ店（フランス）オープン当日は、約400人の行列ができ、順調なスタートとなりました。

16

注：ロシア事業は営業を停止しているため、欧州の業績には含まない

欧州は、売上収益は1,913億円、前期比49.1%増、営業利益は273億円、同82.5%増と、大幅な増収増益となりました。
営業利益率は14.3%と、同2.6ポイント改善いたしました。

SNSなどを活用した情報発信を強化し、継続的に商品の機能性や価値を訴求したことで、カシミヤやメリノウールといった天然素材の商品だけでなく、ヒートテックやエアリズムなどの機能性商品の売上も大きく伸長しております。

また、トレンドを捉えた商品が女性や若年層にも高く評価され、顧客層が大幅に拡大いたしました。欧州のお客様に、LifeWearのコンセプトが浸透し、支持が拡大していることを実感しております。

【ジーユー事業】2023年8月期 実績

大幅な増収増益。ほぼ業績予想通り

- ・品番数を絞り込み、マストトレンド商品の数量を戦略的に準備したことが奏功し、期を通して好調な販売
- ・人材の強化や組織の変革により、商品開発体制が強化されたことに加え、ニューヨークのポップアップストアでの販売を通じて、グローバルでヒットするマストトレンド商品の傾向をつかむ基盤が整いつつあることも、好調な業績の要因
- ・ヘビーウェイトスウェット、スーパーワイドカーゴパンツ、プルオンパンツといった商品の販売が特に好調
- ・大幅な増収となったことや、経費コントロールの強化により、販管費比率が改善、営業利益率は同2.1ポイント改善
- ・通期のE C売上高：+約15%、売上構成比は約12%

単位：億円	2022年8月期		2023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	2,460	1,455	+18.5%	1,496	+21.4%	2,952	+20.0%
売上総利益 (売上比)	1,185 48.2%	674 46.3%	+14.3% ▲1.8p	717 48.0%	+20.6% ▲0.3p	1,392 47.2%	+17.5% ▲1.0p
販管費 (売上比)	986 40.1%	556 38.3%	+14.0% ▲1.5p	587 39.2%	+17.9% ▲1.2p	1,144 38.8%	+16.0% ▲1.3p
事業利益 (売上比)	198 8.1%	117 8.1%	+15.7% ▲0.2p	130 8.7%	+34.6% +0.8p	248 8.4%	+24.9% +0.3p
その他収益・費用	▲32	12	-	0	-	13	-
営業利益 (売上比)	166 6.8%	130 9.0%	+39.2% +1.4p	130 8.7%	+79.6% +2.8p	261 8.9%	+56.8% +2.1p

次に、ジーユー事業ですが、通期の売上収益は2,952億円、前期比20.0%増、営業利益は261億円、同56.8%増と、大幅な増収増益となりました。これはほぼ業績予想通りの水準です。

品番数を絞り込み、マストトレンド商品の数量を戦略的に準備したことが奏功し、期を通して好調な販売となりました。また、人材の強化や組織の変革により、商品開発体制が強化されたことに加え、ニューヨークのポップアップストアでの販売を通じて、グローバルでヒットするマストトレンド商品の傾向をつかむ基盤が整いつつあることも、好調な業績の要因です。

【グローバルブランド事業】2023年8月期 実績

事業利益は黒字化も、減損損失などにより営業赤字は拡大

- ・事業利益は、セオリー事業とプラステ事業の増益に支えられ、前年の赤字から黒字化。営業利益は30億円の赤字と、赤字幅が拡大。コントワー・デ・コトニエ事業で不採算店舗の閉店による減損損失、事業再編に伴う費用を計上したため。業績予想通り
- 【セオリー事業】大幅な増収増益。すべての地域で増収増益、特にアジア事業と日本事業がけん引
- ・コア商材を中心に訴求した結果、ジャケット、パンツ、ドレスなど外出需要にマッチした商品の販売が好調で、大幅な増収増益
- 【プラステ事業】増収、赤字幅は縮小
- ・外出需要の回復により、客数が増加、主力商品のパンツ、シャツ、ジャケットなどの販売が好調で、既存店売上高は2桁増収
- ・UNIQLO TOKYO店などユニクロ店舗内の店舗は好調、新しい店舗形態のチャンスが見え、事業構造改革は着実に進む
- 【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やストライキの影響を受け、集客に苦戦、客数が低下したことで、減収

単位：億円		2022年8月期		2023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
グローバルブランド事業	売上収益	1,231	702	+19.1%	714	+11.3%	1,416	+15.0%
	事業利益	▲2	▲4	-	9	-	5	-
	(売上比)	-	-	-	1.4%	-	0.4%	-
	その他収益・費用	▲5	5	▲12.8%	▲41	-	▲35	-
	営業利益	▲7	1	▲85.3%	▲31	-	▲30	-
	(売上比)	-	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1,416億円、前期比15.0%増、事業利益は5億円の黒字と、
 セオリー事業とプラステ事業の増益に支えられ、前年の赤字から黒字に転換いたしました。
 営業利益は30億円の赤字と、赤字幅が拡大しております。
 これは、コントワー・デ・コトニエ事業で、不採算店舗の閉店による減損損失と
 事業再編に伴う費用を計上したためです。

【連結】2023年8月末 B/S

単位：億円	2022年8月期末	2023年8月期末	増 減
資産合計	31,837	33,036	+1,199
流動資産	21,788	21,766	▲21
非流動資産	10,049	11,269	+1,220
負債合計	15,683	14,303	▲1,380
資本合計	16,154	18,733	+2,579

次に、2023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3兆3,036億円、前期末比1,199億円増加、
負債合計は1兆4,303億円、同1,380億円減少、
資本合計は1兆8,733億円、同2,579億円増加いたしました。

資産、負債の主な増減について、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：+1,199億円（3兆1,837億円→3兆3,036億円）

- ・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1兆7,198億円、+737億円
 - ✓ その他金融資産（短期・長期）：+5,287億円（2,877億円⇒8,165億円）
 - ✓ 現金及び現金同等物：▲4,550億円（1兆3,582億円⇒9,032億円）
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
- ・棚卸資産：▲366億円（4,859億円⇒4,492億円）
 - 【国内UQ】▲306億円：在庫処分を促進、発注コントロールを強化したことで春夏商品を中心に在庫が減少
 - 【海外UQ】▲90億円：主にグレーターチャイナは好調な販売、発注コントロールを強化したことで在庫が減少
そのほかの地域は、事業の拡大に伴い在庫金額は増加
 - 【GU】+37億円：事業拡大に伴って在庫が増加、【グローバルブランド】▲5億円
- ・有形固定資産：+266億円（1,952億円⇒2,218億円）
グローバルで自動化倉庫、出店への投資が増加

負債合計：▲1,380億円（1兆5,683億円→1兆4,303億円）

- ・その他金融負債（短期・長期）：▲1,473億円（4,503億円⇒3,029億円）
社債1,300億円の償還（第3回：500億円、第5回：800億円）

資産合計が前期末比1,199億円増加した要因をご説明いたします。

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1兆7,198億円、同737億円増加いたしました。

棚卸資産は、同366億円減少いたしました。
これは主に、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業で在庫が減少したためです。

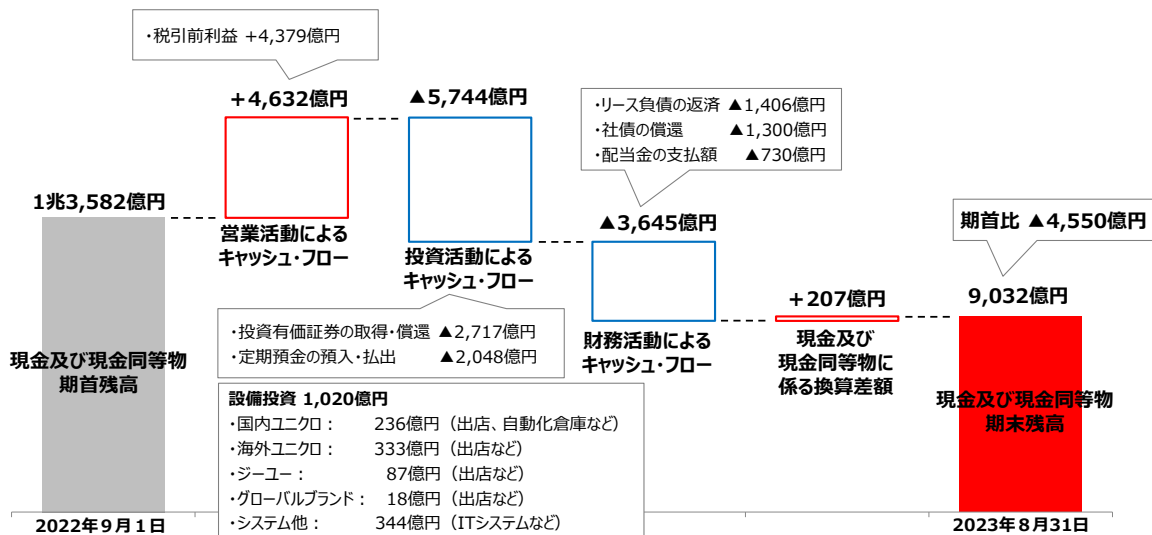
このうち、国内ユニクロ事業は、306億円減少いたしました。
在庫処分を促進したことに加え、発注コントロールを強化したことで春夏商品を中心に在庫が減少しております。
海外ユニクロ事業は、90億円減少いたしました。
これは主に、グレーターチャイナは販売が好調だったことに加え、発注コントロールを強化したことで在庫が減少したことによります。
そのほかの地域は、事業の拡大に伴い在庫金額は増加いたしました。

負債合計は同1,380億円減少いたしました。
これは主に、社債を1,300億円償還したことによります。

【連結】2023年8月期 キャッシュ・フロー

フリー・キャッシュ・フロー

- ・投資有価証券や定期預金など現金を安全性の高い運用に振り向けたため、投資CFは▲5,744億円、FCFは▲1,111億円
- ・投資有価証券や定期預金の影響を除くと、実質的には、FCFは+3,653億円、高い水準を維持



※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・フローへの影響はなし。

次に、キャッシュ・フローですが、21ページに記載の通りです。
投資有価証券や定期預金など保有する現金を安全性の高い運用に振り向けたことにより
投資活動によるキャッシュ・フローは5,744億円の支出となっております。

そのため、フリー・キャッシュ・フローが1,111億円のマイナスとなっておりますが、
投資有価証券や定期預金の影響を除くと
実質的には、フリー・キャッシュ・フローは、3,653億円と高い水準を維持しております。

【連結】2024年8月期予想 通期業績

大幅な増収増益、売上収益は3兆円を突破する予想

- ・金融収益・費用は、300億円を見込む。債券の運用などに伴う受取利息と、支払利息が、前期実績と同程度発生する見込み
- ・期初の為替レート1ドル146.2円を前提とし、為替換算差損益は見込まず

単位：億円	2023年8月期	2024年8月期	
	通期実績	通期予想 (10/12時点)	前期比
売上収益	27,665	30,500	+10.2%
事業利益	3,819	4,500	+17.8%
(売上比)	13.8%	14.8%	+1.0 p
その他収益・費用	▲9	0	-
営業利益	3,810	4,500	+18.1%
(売上比)	13.8%	14.8%	+1.0 p
金融収益・費用	568	300	-
税引前利益	4,379	4,800	+9.6%
(売上比)	15.8%	15.7%	▲0.1 p
親会社の所有者に 帰属する当期利益	2,962	3,100	+4.6%
(売上比)	10.7%	10.2%	▲0.5 p

次に、2024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3兆500億円、前期比10.2%増、
事業利益は4,500億円、同17.8%増、
営業利益は4,500億円、同18.1%増と、
大幅な増収増益を見込んでおります。

なお、金融収益・費用ですが、300億円のプラスを見込んでおります。
これは、債券の運用などに伴う受取利息と支払利息が、前期実績と同程度発生することを見込んでいるためです。
なお、期初の為替レート1ドル146.2円を前提とし、為替換算差損益は見込んでおりません。

この結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は3,100億円、同4.6%増となる見込みです。

2024年8月期 事業方針

**攻めの姿勢でグローバルで成長を加速
同時に、商売の原理原則を徹底し、経営基盤の強化に注力**

1. **グローバルに最適な商品開発、ブランディングの強化**
2. **質の高い出店の強化**
3. **SKU単位、個店単位にこだわった経営の実行**
4. **グループブランドの強化**
5. **グローバル視点の経営へ変革**

2024年8月期は、中期目標である売上収益5兆円の達成に向けて、重要な1年です。攻めの姿勢でグローバルで成長を加速させていくと同時に、基本に立ち返り、商売の原理原則を徹底しながら、経営基盤の強化にも注力していきます。

2023年4月にご説明した中期の視点からの重点課題を踏まえ、今期は、スライドに掲げている5つの重点課題への取り組みを強化していきます。

1. グローバルに最適な商品開発、ブランディングの強化

- ・日本中心の商品開発ではなく、グローバルのお客様のニーズを的確に捉え、グローバルで売れる商品を開発
- ・戦略的にマーケティングを仕掛け、お客様に商品価値を伝えることを強化

2. 質の高い出店の強化

- ・北米は年間20店舗、欧州は年間10店舗と出店を加速する計画
- ・グレーターチャイナは年間80店舗の出店を見込む
今後はより良い立地、より収益性の高い店舗を厳選して、質の高い出店を行う方針
収益性が比較的低い店舗、集客力が低下している立地の店舗を中心に年間50店舗程度、スクラップ&ビルドし、1店舗当たり売上高を引き上げ、事業構造の強化を図る
- ・東南アジア・インド・豪州地区は年間60店舗程度の出店を計画
大量出店を継続しながらも、1店舗、1店舗の出店の質と店舗オペレーションの水準を高め、将来の成長に向けて基盤を固める方針
- ・グローバルでの中期的な事業拡大を見据え、出店ペースを維持しながら、各国・各地域、店舗拡大を支えられる水準へ経営の質を向上させ、事業基盤の強化に取り組む

1つ目に、グローバルに最適な商品開発と、ブランディングの強化に取り組めます。
この点については、のちほど塚越から、ご説明いたします。

2つ目に、質の高い出店を強化いたします。

北米では年間20店舗、欧州では年間10店舗と出店を加速する計画です。

グレーターチャイナは、年間80店舗の出店を見込んでおります。
今後は、より良い立地で、より収益性の高い店舗を厳選して、質の高い出店を行う方針です。
同時に、収益性が比較的低い店舗や、集客力が低下している立地にある店舗を中心に年間50店舗程度、スクラップ&ビルドをすることで、1店舗当たり売上高を引き上げ、グレーターチャイナ全体の事業構造の強化を図ります。

東南アジア・インド・オーストラリア地区は、引き続き年間60店舗程度の出店を計画しています。
大量出店を継続しながらも、1店舗、1店舗の出店の質と店舗オペレーションの水準を高め、将来の成長に向けて基盤を固めていく方針です。

グローバルでの中期的な事業拡大を見据え、出店ペースを維持しながら、各国・各地域、店舗拡大を支えられる水準へ経営の質を向上させ、事業基盤の強化に取り組めます。

3. SKU単位、個店単位にこだわった経営の実行

- ・需要予測の精緻化、発注コントロールの強化を図ってきたことで、数量計画や在庫コントロールの精度は、大きく改善、在庫効率も改善傾向
- ・今期は特に、SKU単位で、追加生産のコントロールを強化、売れ行きを見ながらSTOP&GOを徹底売りながら作る体制の強化をめざす
- ・各店舗の個店経営の水準を上げ、より各地域の生活ニーズに根差した商売を行う

4. グループブランドの強化

- ・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く

SKU (Stock Keeping Unit) : 在庫管理を行うときの最小管理単位

3つ目に、SKU単位、個店単位にこだわった経営を実行していきます。
この数年間に需要予測の精緻化、発注コントロールの強化を図ってきたことで、
数量計画や在庫コントロールの精度は、大きく改善し、在庫効率も改善傾向にあります。

今期は特に、SKU単位で、追加生産のコントロールを強化し、
売れ行きを見ながらSTOP&GOを徹底することで、売りながら作る体制の強化をめざします。
また、各店舗の個店経営の水準を上げ、より各地域の生活ニーズに根差した商売を行っていきます。

4つ目に、グループブランドの強化です。
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。

5. グローバル視点の経営へ変革

- ・2022年9月にニューヨークのグローバルヘッドクォーターを立ち上げ、グローバル視点で、商品開発、新しいお買い物体験、サービスの開発に取り組み始めている
- ・商品面では、すでにグローバルのニーズを反映したヒット商品が次々と生まれている
- ・店舗やECも、各事業で良い事例が生まれているため、これらをグローバルに展開、グローバル視点の新しいお買い物体験やサービスの開発を行っていく計画
- ・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する体制も稼働

最後に、グローバル視点の経営へ変革いたします。

2022年9月にニューヨークのグローバルヘッドクォーターを立ち上げ、グローバル視点で、商品開発、新しいお買い物体験、サービスの開発に取り組み始めています。

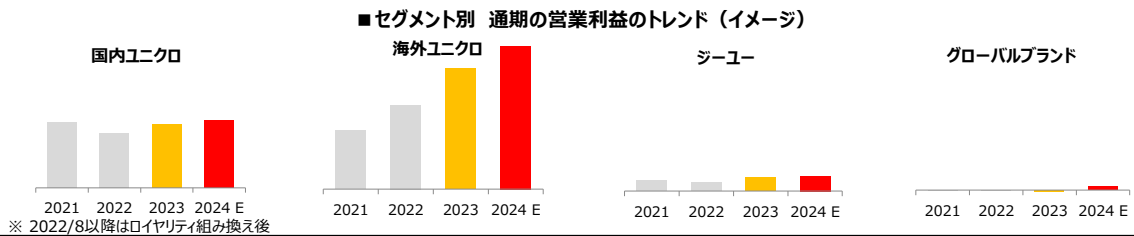
また、各国・各地域、そしてグローバルヘッドクォーターが常に相互につながり、課題発見や解決、意思決定をグローバルの視点で推進する体制も稼働しています。

この点についても、後ほど塚越よりご説明いたします。

2024年8月期 各事業の通期業績予想（1）

海外ユニクロ事業：通期は大幅な増収増益を見込む

- 海外ユニクロ事業は、上期、下期、通期ともに大幅な増収増益、グローバルでの事業拡大が継続することを見込む
- グレーターチャイナ：通期は大幅な増収増益、特に上期は大幅な増収増益、既存店売上高は大幅に回復することを見込み、下期も増収増益、既存店売上高は増収を見込む
- 韓国は増収増益の見込み
- 東南アジア・インド・豪州地区：上期、下期、通期ともに大幅な増収増益、既存店売上高は増収となる予想。足元では、一部の地域で消費のスローダウンが見られるものの、中長期の成長ポテンシャルは非常に大きいため、今期は、現地のお客様のニーズに合った商品構成の確立、新しい店舗立地の創造、人材育成、店舗オペレーションの質の向上など、将来の事業拡大を見据えて、経営基盤を強化することに注力していく方針
- 北米、欧州：上期、下期、通期ともに大幅な増収増益。出店ペースを加速することに加え、既存店売上高は2桁成長を見込む



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、上期、下期、通期ともに大幅な増収増益、グローバルでの事業拡大が継続することを見込んでおります。

グレーターチャイナは、通期は大幅な増収増益、特に上期は大幅な増収増益、既存店売上高は大幅に回復することを見込んでおります。下期も増収増益、既存店売上高は増収を見込んでおります。

韓国は増収増益となる見込みです。

東南アジア・インド・オーストラリア地区は上期、下期、通期ともに大幅な増収増益、既存店売上高は増収となる予想です。足元では一部の地域で消費のスローダウンが見られるものの、中長期の成長ポテンシャルは非常に大きいため、今期は、現地のお客様のニーズに合った商品構成の確立、新しい店舗立地の創造、人材育成、店舗オペレーションの質の向上など、将来の事業拡大を見据えて、経営基盤を強化することに注力していく方針です。

北米、欧州は、上期、下期、通期ともに大幅な増収増益。出店ペースを加速することに加え、既存店売上高は2桁成長を見込んでおります。

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を見込む
- ・既存店売上高は、通期で若干の増収を見込む
- ・粗利益率は通期で改善する見込み。特に上期は大幅に改善する予想
- ・販管費比率は、戦略的にマーケティングを強化することで広告宣伝費が増加することを見込むが、生産性の改善、経費コントロールの強化で、通期では前年並みになる予想
- ・営業利益率は改善することを見込む

ジーユー事業：通期は増収増益を見込む

- ・上期、下期ともに増収増益を見込む
- ・グローバルに事業拡大を加速していくため、今年は足固めの1年
- ・ジーユーのブランドコンセプトをより明確にし、世界中のお客様に喜ばれるマストトレンド商品の開発を強化することで、グローバルで確かなブランドポジションを築く

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

既存店売上高は、通期で若干の増収を見込んでおります。
粗利益率は通期で改善する見込みです。特に上期は大幅に改善する予想です。
販管費比率は、戦略的にマーケティングを強化することで広告宣伝費が増加することを見込んでおりますが、生産性の改善、経費コントロールを強化することで、
通期では前年並みになる予想です。
この結果、営業利益率は改善することを見込んでおります。

ジーユー事業は、上期、下期、通期ともに増収増益を見込んでおります。
グローバルに事業拡大を加速していくために、今年は足固めの1年にしたいと考えています。
ジーユーのブランドコンセプトをより明確にし、世界中のお客様に喜ばれる
マストトレンド商品の開発を強化することで、グローバルで確かなブランドポジションを築きます。

2024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：通期は増収、黒字化の見込み

- ・グローバルブランド事業は、上期、下期ともに増収、昨年の赤字から、黒字化する見込み
- ・セオリー事業は、大幅な増収増益を見込む
 - ✓ 商品開発、ブランディングを強化すると同時に、ユニクロで培われた情報製造小売業の基盤をセオリーでも応用し、数量計画の精緻化、在庫コントロールの強化と働き方の改革を推進
- ・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・タム事業は、再成長に向けて、事業構造改革を加速
- ・プラステ事業は、不採算店舗の閉店により店舗数が減少し、通期では減収、赤字からブレイクイーブンとなる見込み
 - ✓ UNIQLO TOKYO店など、ユニクロの店舗内への出店で見えた成功事例を水平展開し、既存店舗の水準を引き上げると同時に、E Cを強化する方針
- ・コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス タム・タム事業は、通期で増収、赤字幅は縮小することを見込む
 - ✓ ユニクロ店舗内に出店している店舗は販売が好調なため、さらに出店を増やす計画
 - ✓ フランス発のブランドアイデンティティを大切にしながら、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す計画。こうした商品はすでに2023年春夏に一部販売を開始、好調
 - ✓ 引き続き、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は、上期、下期、通期ともに増収、昨年の赤字から、黒字化する見込みです。

セオリー事業は、大幅な増収増益を見込んでおります。商品開発、ブランディングを強化すると同時に、ユニクロで培われた情報製造小売業の基盤をセオリーでも応用し、数量計画の精緻化、在庫コントロールの強化と働き方改革を推進いたします。

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・タム事業は、再成長に向けて、事業構造改革を加速していきます。

2024年8月期 配当金

2023年8月期 年間配当金290円を予定
2024年8月期 年間配当金330円を見込む

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2022年8月期	93.3円	113.3円	206.7円
2023年8月期 (7/13 予想)	125.0円	155.0円	280.0円
2023年8月期 (10/12 修正予想) ※1	125.0円	165.0円	290.0円
2024年8月期 (10/12 予想) ※2	165.0円	165.0円	330.0円
前期比	+40.0円	±0円	+40.0円

※1 2023年8月期 期末配当金は、2023年11月6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、年間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、ご説明いたします。

2023年8月期の期末配当金は、7月に発表した1株当たり155円から増額し、1株当たり165円を予定しております。
この結果、2023年8月期の年間配当金は、1株当たり290円となる見込みです。

2024年8月期の配当金につきましては、中間配当金165円、期末配当金165円、合わせて年間で330円、前期比40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 (1)

単位：店舗	2022年8月期	2023年8月期 (2022/9~2023/8) 実績				2024年8月期 (2023/9~2024/8) 予想			
	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	2,345	192	103	+89	2,434	220	110	+110	2,544
国内ユニクロ事業 ※ 1	809	34	43	▲9	800	40	40	0	800
直営店	799	34	43	▲9	790	-	-	-	-
FC	10	0	0	0	10	-	-	-	-
海外ユニクロ事業 ※ 2	1,536	158	60	+98	1,634	180	70	+110	1,744
グレートチャイナ合計	996	77	42	+35	1,031	80	-	-	-
中国大陸	897	70	42	+28	925	-	-	-	-
香港	30	3	0	+3	33	-	-	-	-
台湾	69	4	0	+4	73	-	-	-	-
韓国	122	8	4	+4	126	10	-	-	-
東南アジア・オセアニア合計	293	62	13	+49	342	60	-	-	-
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	6	+6	62	-	-	-	-
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	7	0	+7	19	-	-	-	-
インド	7	3	0	+3	10	-	-	-	-

(次のページへ続く)

注 ミーナ事業、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

※ 2 ロシア事業は営業を停止しているため集計には含まない

<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 (2022/9~2023/8) 実績				2024年8月期 (2023/9~2024/8) 予想			
	期末	出店	退店	純増減	期末	出店	退店	純増減	期末
海外ユニクロ事業 ※2									
北米合計	59	8	0	+8	67	20	-	-	-
米国	43	6	0	+6	49	-	-	-	-
カナダ	16	2	0	+2	18	-	-	-	-
欧州合計 ※2	66	3	1	+2	68	10	-	-	-
英国	15	2	0	+2	17	-	-	-	-
フランス	26	0	1	▲1	25	-	-	-	-
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	-	-	-	-
ルクセンブルク	0	0	0	0	0	-	-	-	-
ジーユー事業	449	52	38	+14	463	43	26	+17	480
グローバルブランド事業合計	719	41	79	▲38	681	27	72	▲45	636
セオリー事業 ※1	437	18	19	▲1	436	-	-	-	-
ブラステ事業	88	3	39	▲36	52	-	-	-	-
コントワー・デ・コトニエ事業 ※1	111	11	14	▲3	108	-	-	-	-
プリンセス・タム・タム事業 ※1	83	9	7	+2	85	-	-	-	-
総 合 計 ※2	3,513	285	220	+65	3,578	290	208	+82	3,660

注 ミーナ事業、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

※2 ロシア事業は営業を停止しているため集計には含まない

＜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 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）実績	138.6	146.4	168.2	19.7	10.5
2024年8月期 通期（12カ月平均）予想	137.0	148.0	169.0	19.6	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 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 実績	146.2	159.8	186.0	20.0	11.1
2024年8月期 期末為替レート 予想	146.2	159.8	186.0	20.0	11.1

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	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	通期実績（12カ月累計）	236	333	87	18	344	1,020	1,868
2024年8月期	通期予想（12カ月累計）	97	383	55	8	268	813	1,983