

2024年8月期第1四半期業績 および通期 見通し

岡﨑 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。

それでは私から、2024年8月期第1四半期の業績、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. 第1四半期 決算概要

 $P3 \sim P21$

Ⅱ. 2024年8月期 業績予想

P 22 ∼ P 24

Ⅲ. 参考資料

P 25 ∼ P 28

【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。

【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】2024年8月期第1四半期実績

大幅な増収増益を達成。業績予想を上回る

単位:億円	2023年8月期	2024年	8月期
	第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比
売上収益	7,163	8,108	+13.2%
売上総利益 (売上比)	3,802 53.1%	4,428 54.6%	+16.4% +1.5p
販管費 (売上比)	2,650 ^{37.0%}	3,014 37.2%	+13.7% +0.2p
事業利益	1,152 16.1%	1,414 17.4%	+22.7% +1.3p
その他収益・費用	18	52	+188.1%
営業利益 (売上比)	1,170 16.3%	1,466 18.1%	+25.3% +1.8p
金融収益·費用	97	157	+62.2%
税引前四半期利益	1,268 17.7%	1,624 20.0%	+28.1% +2.3p
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	850	1,078	+26.7%
(売上比)	11.9%	13.3%	+1.4p

2024年8月期第1四半期の連結業績ですが、 売上収益は8,108億円、前年同期比13.2%増、

営業利益は1,466億円、同25.3%増、

親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,078億円、同26.7%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。

次のページで、第1四半期の決算ハイライトをお伝えいたします。



【連結】第1四半期 決算ハイライト

- ・大幅な増収増益を達成。好調な背景として
- ✓ 継続的なブランディングの強化、グローバルのお客様ニーズを反映した 商品開発で、北米、欧州が販売好調、海外ユニクロ事業が大幅な増収増益
- ✓ 暖冬で冬物需要が伸び悩む中、売上動向に応じた発注や経費の STOP&GO(停止と進行)の判断を機動的に行い、 粗利益率、販管費比率をコントロール
- ・事業の課題もより明確に。今後のさらなる成長の加速に向け、 以下を推進できる人材の育成を含め、対策を強化
 - ✓ 各地域のお客様の生活ニーズに根差した商品構成、
 - ✓ SKUごとの在庫管理、個店経営

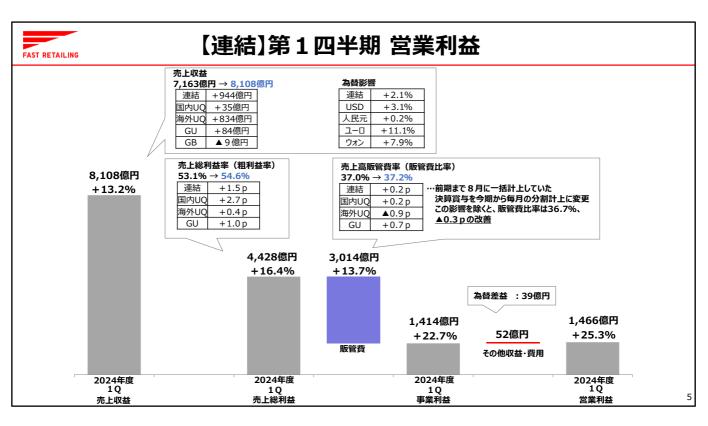
2024年8月期の第1四半期は、大幅な増収増益を達成いたしました。

好調な業績を達成できた背景として、大きく2点あげられます。 一つ目は、継続的にブランディングを強化したことや、 グローバルのお客様のニーズを反映した商品開発が奏功したことで、 北米、欧州を中心に好調な販売となり、海外ユニクロ事業が 大幅な増収増益と好調な業績となったことによります。

二つ目は、暖冬により冬物需要が伸び悩む中でも、 売上動向に応じて、発注や経費のSTOP&GO(停止と進行)の判断を機動的に行ったことで 粗利益率、販管費比率をコントロールすることができました。

第1四半期の業績は好調でしたが、同時に、事業の課題もより明確になりました。 特に、各地域のお客様の生活ニーズに根差した商品構成、SKUごとの在庫管理、個店経営の点において、 まだまだ改善の余地が大きいと考えています。

今後のさらなる成長の加速に向けて、これらを推進できる人材の育成を含め、対策を強化していきます。



連結損益計算書について、ご説明いたします。

売上収益は8,108億円、前年同期比944億円の増収となりました。 これは主に、海外ユニクロ事業で834億円の増収となったことによります。

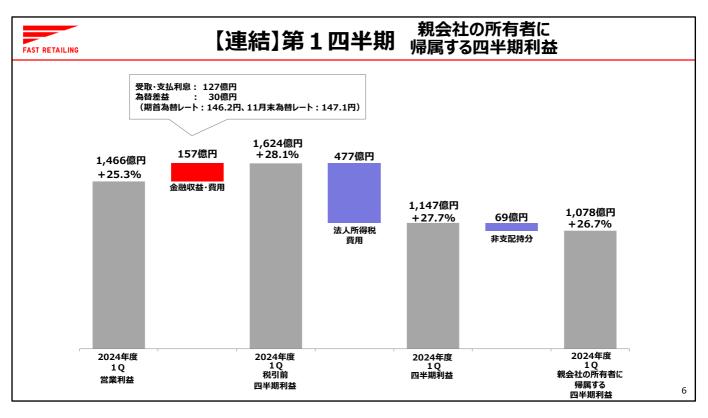
売上総利益率は、54.6%と同1.5ポイント改善いたしました。 これは主に、国内ユニクロ事業で粗利益率が改善したことによります。

売上高販管費比率は37.2%と同0.2ポイント上昇いたしました。

これは、前期まで8月に一括計上していた決算賞与を、今期から毎月の分割計上に変更したためです。 この計上タイミングの変更の影響を除くと、

連結の販管費比率は36.7%、同0.3ポイントの改善となっております。

その他収益・費用は、ネットで52億円のプラスとなりました。 この結果、営業利益は1,466億円、同25.3%の大幅な増益、 営業利益率は18.1%、同1.8ポイント改善いたしました。



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157億円のプラスとなりました。 これは主に、利息がネットで127億円のプラス、 外貨建資産などの換算による為替差益が30億円発生したためです。

これらの結果、税引前四半期利益は1,624億円、前年同期比28.1%増、 親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,078億円、同26.7%増となりました。



【セグメント別】第1四半期 実績

With them		2022/2017#	2024 £	T0 = #0
単位:億円		2023年8月期 第1四半期	2024 1 第1四半期	‡8月期
		第1四千期 実績	第1四千期 実績	前年同期比
	売上収益	2,409	2,444	+1.5%
	事業利益	392	460	+17.2%
国内ユニクロ事業	(売上比)	16.3%	18.8%	+2.5p
四「ユニノロデ来	その他収益・費用	2	5	+158.9%
	営業利益	394	465	+18.0%
	(売上比)	16.4%	19.0%	+2.6p
	売上収益	3,578	4,413	+23.3%
	事業利益	579	769	+32.8%
海外ユニクロ事業	(売上比)	16.2%	17.4%	+1.2p
	その他収益・費用	▲ 6	8	-
	営業利益	572	778	+35.8%
	(売上比)	16.0%	17.6%	+1.6p
	売上収益	793	878	+10.7%
	事業利益	103	116	+12.7%
ジーユー事業	(売上比) その他収益・費用	13.0%	13.3% 7	+0.3p +145.5%
		2	_	
	営業利益 (売上比)	106 13.4%	123	+16.4% +0.7p
	売上収益	376	366	±0.7p
	事業利益	7/0	2	▲ 66.5%
グローバルブランド事業	学来が亜 (売上比)	1.9%	0.7%	▲00.3% ▲1.2p
	その他収益・費用	▲ 0	1	-1.25
	営業利益	- 5	3	▲ 43.9%
	(売上比)	1.9%	1.1%	▲43.570 ▲0.8p

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1四半期 実績

増収、大幅な増益。営業利益はほぼ業績予想通り

・業績予想に対して、売上は若干下回るも、粗利益率が想定以上に改善し、営業利益はほぼ業績予想通り

単位:億円	2023年8月期	2024年	8月期
	第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比
売上収益	2,409	2,444	+1.5%
売上総利益 (売上比)	1,192 49.5%	1,277 52.2%	+7.1% +2.7p
販管費 (売上比)	800 33.2%	816 33.4%	+2.1% +0.2p
事業利益 (売上比)	392 _{16.3%}	460 18.8%	+17.2% +2.5p
その他収益・費用	2	5	+158.9%
営業利益 (売上比)	394 _{16.4%}	465 19.0%	+18.0% +2.6p

R

まず、国内ユニクロ事業の第1四半期の業績について、ご説明いたします。

売上収益は2,444億円、前年同期比1.5%増、 営業利益は465億円、同18.0%増と、増収、大幅な増益となりました。

業績予想に対しては、売上は若干下回りましたが、 粗利益率が想定以上に改善できた結果、営業利益は、ほぼ業績予想通りとなりました。



【国内ユニクロ事業】売上収益

10(9月~11月) 既存店売上高 +0.2%

- ・9月、10月は、例年よりも気温が高く推移したことで、秋冬商品の需要が伸び悩み、減収
- ・11月は、1)気温の低下で、ヒートテックインナーやフリースなどの冬物防寒衣料、2)コラボレーション商品の販売が好調、
 - 3)感謝祭が盛況だったことで、大幅な増収
- ·10のEC売上高:352億円、▲10.1%。売上構成比14.4%
- ・12月の既存店売上高は、▲15.4%。月を通して気温が高く推移し、冬物商品の販売に苦戦したことによる

既存店	2024年8月期							
前年同期比	9月	10月	11月	1 Q	12月			
売上高	▲ 4.6%	▲8.5%	+10.0%	+0.2%	▲ 15.4%			
客数	▲ 6.8%	▲ 10.3%	+6.0%	▲2.8%	▲ 14.6%			
客単価	+2.3%	+2.0%	+3.8%	+3.2%	▲0.9%			

9

国内ユニクロ事業の第1四半期の既存店売上高は、前年同期比0.2%の増収となりました。

9月、10月は、例年よりも気温が高く推移したことで、秋冬商品の需要が伸び悩み、減収となりました。一方で、11月は、気温の低下により、ヒートテックインナーやフリースなどの冬物防寒衣料、コラボレーション商品などの販売が好調だったことに加え、感謝祭が盛況だったことにより、大幅な増収となりました。

12月の既存店売上高は、既にお伝えしている通り、前年同期比15.4%の減収となりました。これは主に、月を通して気温が高く推移し、冬物商品の販売に苦戦したことによります。



【国内ユニクロ事業】粗利益率、販管費比率

<u>粗利益率:52.2%、+2.7p改善</u>

・粗利益率の改善は、主に原価率の改善による

・原価率:昨年は、追加生産分に使用するスポット為替レートが急激に円安になった影響で、大幅に悪化も、

今年は、発注コントロール強化により、追加生産が減り、スポット為替の影響が減少したことで、大幅に改善

・値引率:9月、10月の販売に苦戦し、値引き販売を強化したことで、若干上昇

販管費比率:33.4%、+0.2p上昇

・減価償却費比率、人件費比率が若干上昇した一方、物流費比率は改善

✓ 減価償却費の上昇:昨年に新設した自動化倉庫の稼働に伴い、減価償却費が増加

✓ 人件費比率の上昇:前期まで8月末に一括計上していた決算賞与を、今期より毎月の分割計上に変更したため。

その影響を除くと若干の改善

√ 物流費比率の改善:発注コントロールを強化したことで在庫水準が改善、物流倉庫のコストが減少

・決算賞与の計上タイミングの変更の影響を除くと、販管費比率は33.1%、同0.1 pの改善

10

国内ユニクロ事業の第1四半期の粗利益率は、52.2%と前年同期比2.7ポイント改善いたしました。 これは主に、原価率が改善したことによります。

昨年は追加生産分に使用するスポット為替レートが急激に円安になった影響で、 原価率は大幅に悪化いたしましたが、今年は、発注コントロールを強化したことで、 追加生産が減り、スポット為替の影響が減少したことで、原価率は大幅に改善いたしました。

値引率については、9月、10月の販売に苦戦し、値引き販売を強化したことで、若干上昇いたしました。

販管費比率は33.4%と、同0.2ポイントの上昇となりました。 内訳としては、減価償却費比率、人件費比率が若干上昇した一方で、 物流費比率は改善いたしました。

減価償却費比率の上昇は、昨年に新設した自動化倉庫の稼働に伴い、減価償却費が増加したためです。 人件費比率の上昇は、前期まで8月末に一括計上していた決算賞与を、 今期より毎月の分割計上に変更したためで、その影響を除くと若干の改善となりました。 物流費比率の改善は、発注コントロールを強化したことで在庫水準が改善したことにより、

物流倉庫のコストが減少したためです。

なお、決算賞与の計上タイミングの変更の影響を除くと、 販管費比率は33.1%、同0.1ポイントの改善となりました。



【海外ユニクロ事業】第1四半期 実績

大幅な増収増益を達成。業績予想を上回る

・すべての地域で大幅な増収増益

特に、北米、欧州は、業績予想を上回る大幅な増収増益と大変好調。グローバルのお客様のニーズを反映した 商品開発が進捗し、顧客層がさらに拡大。暖冬により冬物需要が弱い中でも、機動的に発注や 経費のコントロールを徹底したことで、粗利益率、販管費比率ともに改善し、好調な業績を達成

・グレーターチャイナは、ほぼ計画通り大幅な増収増益。東南アジア・インド・豪州地区は大幅な増収増益も、業績予想を若干下回る

単位:億円	2023年8月期	2024年8月期		
	第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比	
売上収益	3,578	4,413	+23.3%	
売上総利益 (売上比)	2,001 55.9%	2,483 56.3%	+24.1% +0.4p	
販管費 (売上比)	1,422 39.7%	1,713 38.8%	+20.5% ▲0.9p	
事業利益 (売上比)	579 16.2%	769 17.4%	+32.8% +1.2p	
その他収益・費用	▲ 6	8	-	
営業利益	572	778	+35.8%	
(売上比)	16.0%	17.6%	+1.6p	

次に、海外ユニクロ事業について、ご説明いたします。

第1四半期の売上収益は、4,413億円、前年同期比23.3%増、 営業利益は778億円、同35.8%増と、大幅な増収増益を達成いたしました。 現地通貨ベースでも、大幅な増収増益を達成、業績予想を上回る結果となりました。

地域別では、すべての地域で大幅な増収増益となりました。

特に、北米、欧州は、業績予想を上回る大幅な増収増益と大変好調でした。 これらの地域では、グローバルのお客様のニーズを反映した商品開発が進捗し、 顧客層がさらに拡大したことに加え、暖冬により冬物需要が弱い中でも、 機動的に発注や経費のコントロールを徹底したことで、粗利益率、販管費比率ともに改善し、 好調な業績を達成いたしました。

グレーターチャイナは、ほぼ計画通りの大幅な増収増益、 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なりましたが、 業績予想を若干下回る結果となりました。

次のスライドより、地域別の詳細を現地通貨ベースで、ご説明いたします。



【海外ユニクロ事業】地域別(1)

現地通貨 ベース

グレーターチャイナ:大幅な増収増益

【中国大陸市場】

- ・大幅な増収増益
- ・9月、10月は、気温が高かった影響を受け、秋冬商品の立ち上がりにやや苦戦も、11月に気温が低下し、フリースやニット、 ウルトラライトダウンなど、冬物コア商品のマーケティングを強化し、大変好調な販売
- ・103カ月間の既存店売上高は約2割の増収
- ・店舗スタッフによるライブコマースでの情報発信、国際輸入博覧会への出展など、継続的にブランディングを強化。 こうした取り組みにより、実需期にしっかりと需要を取り込むことができ、W11期間は、大幅な増収を達成、 アパレルの中で10年連続で総合1位
- ・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たことで販管費比率が改善、営業利益率は改善



国際輸入博覧会では、LifeWearの 品質や機能性、歴史をご紹介



出展期間中のライブコマースでは、

12

グレーターチャイナは大幅な増収増益となりました。

まず中国大陸ですが、第1四半期は大幅な増収増益となりました。 9月、10月は、気温が高かった影響を受け、秋冬商品の立ち上がりにやや苦戦しましたが、 11月に気温が低下したことに加え、フリースやニット、ウルトラライトダウンなど、

冬物コア商品のマーケティングを強化したことで、

大変好調な販売となりました。第1四半期3カ月間の既存店売上高は約2割の増収となりました。

中国大陸では、店舗スタッフによるライブコマースでの情報発信、

国際輸入博覧会への出展など、継続的にブランディングの強化を図っています。

こうした取り組みにより、実需期にしっかりと需要を取り込むことができ、

特にW11の期間では、大幅な増収を達成、アパレルの中で10年連続で総合1位となりました。

利益面では、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たことで販管費比率が改善し、営業利益率は改善いたしました。



【海外ユニクロ事業】地域別(2)

現地通貨ベース

【香港市場、台湾市場】

- ・ともに大幅な増収増益
- ・気温が高く推移した期初は、戦略的にTシャツやブラトップ、エアリズムインナーなど通年商品の在庫を増やし、 気温が低下した11月以降は、防寒衣料を打ち出すなど、
- 1 Q 3 カ月間を通してお客様のニーズにマッチした商売ができ、好調な業績

韓国: 増収増益

・特に、11月は、気温の低下に合わせ、ヒートテックインナーや暖パンなどの冬物商品の打ち出しを強化したことで、 販売が好調に推移

13

香港と台湾は、ともに大幅な増収増益となりました。 気温が高く推移した期初は、戦略的にTシャツやブラトップ、エアリズムインナーなど 通年商品の在庫を増やし、気温が低下した11月以降は、防寒衣料を打ち出すなど、

韓国は、増収増益となりました。

特に、11月は気温の低下に合わせ、ヒートテックインナーや暖パンなどの 冬物商品の打ち出しを強化したことで、販売が好調に推移いたしました。

3カ月間を通してお客様のニーズにマッチした商売ができ、好調な業績となりました。



【海外ユニクロ事業】地域別(3)



14

東南アジア・インド・豪州地区:大幅な増収増益

- ・ヒートテックインナー、フリース、ウルトラライトダウンなどの冬物コア商品やKAWSなどのコラボレーション商品の販売が好調で、 既存店売上高は増収
- ・前年同期末に比べて店舗数が45店舗増加したことで、大幅な増収を達成
- ・常夏の気候にマッチした商品構成への対応が不十分で、地元のお客様のニーズを十分に取り込めなかったことや、 景気の低迷による消費意欲の低下の影響を受けたことで、業績予想に対しては若干下回る結果
- ・インドネシア、インド、オーストラリアは2桁の大幅な増収増益
- ・マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナムは増収増益
- ・シンガポールは増収も、減益。冬物商品の販売が好調で増収となるも、競争力のある給与水準へ見直したことや 倉庫キャパシティの拡張に投資したことで販管費比率が上昇し、減益
- ・東南アジア・インド・豪州地区は、この1Qでは商売の課題がより明確化。今後は常夏の気候にマッチした商品構成の実現、 人材育成の強化などに取り組み、中長期的な成長に向けて経営基盤の強化を加速
- ・営業利益率はほぼ前年並みの水準
 - √ 粗利益率は改善:主に、インドネシアで現地生産比率を高めたことで、セーフガードの影響が低下したことによる
 - ✓ 販管費比率は上昇:主に、給与水準を見直したことや、販売が業績予想を下回ったことによる

東南アジア・インド・オーストラリア地区は、大幅な増収増益となりました。 ヒートテックインナー、フリース、ウルトラライトダウンなどの冬物コア商品や KAWSなどのコラボレーション商品の販売が好調だったことで、既存店売上高は増収となりました。 また、前年同期末に比べて店舗数が45店舗増加したことで、大幅な増収を達成いたしました。 ただし、常夏の気候にマッチした商品構成への対応が不十分で、 地元のお客様のニーズを十分に取り込めなかったことや、 景気の低迷による消費意欲の低下の影響を受けたことで、売上、利益ともに業績予想に対しては 若干下回る結果となりました。

国別では、インドネシア、インド、オーストラリアは2桁の大幅な増収増益、 マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナムは増収増益となりました。 シンガポールは増収でしたが、減益となりました。 冬物商品の販売が好調で増収となりましたが、競争力のある給与水準へ見直したことや 倉庫キャパシティの拡張に投資したことで販管費比率が上昇し、減益となりました。

東南アジア・インド・オーストラリア地区は、この第1四半期では商売の課題がより明確になりました。 今後は常夏の気候にマッチした商品構成の実現、人材育成の強化などに取り組み、 中長期的な成長に向けて経営基盤の強化を加速していきます。



【海外ユニクロ事業】地域別(4)



北米:大幅な増収増益

- ・米国、カナダともに大幅な増収増益
- ・既存店売上高は2桁増収を達成
- ・KAWSやUNIQLO:Cなどのコラボレーション商品や、
- ニュース性のある商品の打ち出しにより、

新規顧客層が拡大したことに加え、ブラックフライデーに合わせて、 コア商品の在庫を十分にもち、戦略的に売り込みを行ったことで、 1 Qは大幅な増収。

- ・特に、ワイドパンツ、カシミヤセーター、ヒートテックインナーなどの 商品の販売が好調
- ・利益面では、商売動向を見ながらタイムリーに販売計画を修正し、 発注や経費のコントロールを行ったことで、
- 粗利益率、販管費比率がともに改善、営業利益率は大幅に改善



グローバル旗艦店の「ユニクロ ニューヨーク5番街店」。 2023年秋冬は「MODERN LAYERING」をテーマに、色、柄、素材、機能の組み合わせなど、 秋冬に欠かせない新しい重ね着のスタイリングを提案しています。

15

北米は、米国、カナダともに大幅な増収増益となりました。 既存店売上高は2桁増収を達成いたしました。

KAWSやUNIQLO:Cなどのコラボレーション商品や、ニュース性のある商品の打ち出しにより、 新規顧客層が拡大したことに加え、

ブラックフライデーに合わせて、コア商品の在庫を十分にもち、

戦略的に売り込みを行ったことで、第1四半期は大幅な増収となりました。

特に、ワイドパンツ、カシミヤセーター、ヒートテックインナーなどの商品の販売が好調でした。

利益面では、商売動向を見ながらタイムリーに販売計画を修正し、 発注や経費のコントロールを行ったことで、

粗利益率、販管費比率がともに改善し、営業利益率は大幅に改善いたしました。



【海外ユニクロ事業】地域別(5)



欧州:大幅な増収増益

- ・大幅な増収増益となり、営業利益率も改善
- ・UNIQLO:Cなどのコラボレーション商品、ワイドパンツやバッグなどのトレンドを捉えた 商品の販売が好調で、若年層の女性を中心に新規の顧客層がさらに拡大
- ・カシミヤセーターやヒートテックインナー、スフレヤーンニットなどのコア商品の品質、 機能性、デザイン性への支持がさらに高まり、大変好調な販売、 既存店売上高は2桁増収
- ・昨年からグローバル視点での商品開発を強化してきたことで、 ウォッシャブルニット群、コーデュロイ素材のラウンドミニショルダーバッグなど、 欧米のお客様のニーズを捉えた商品開発も順調に進み、好業績につながる



左:2023年11月にドイツで行われた 「ヒートテック®20周年」記念イベント。 薄くて暖かいヒートテックは欧州でも 年々注目が高まっています。





16

欧州は、大幅な増収増益となり、営業利益率も改善いたしました。

UNIQLO:Cなどのコラボレーション商品、ワイドパンツやバッグなどのトレンドを捉えた商品の販売が好調で、若年層の女性を中心に新規の顧客層がさらに拡大いたしました。また、カシミヤセーターやヒートテックインナー、スフレヤーンニットなどのコア商品の品質、機能性、デザイン性への支持がさらに高まり、大変好調な販売となり、既存店売上高は2桁増収となりました。

昨年からグローバル視点での商品開発を強化してきたことで、ウォッシャブルニット群、コーデュロイ素材のラウンドミニショルダーバッグなど、 欧米のお客様のニーズを捉えた商品開発も順調に進み、好業績につながりました。



【ジーユー事業】第1四半期 実績

大幅な増収増益。ほぼ業績予想通り

- ・9月、10月は気温が高く推移し、秋冬商品の販売が伸び悩むも、気温が低下した11月は、冬物の売れ筋商品の在庫を 十分に準備したことが奏功し、好調な販売。特に、ヘビーウェイトスウェットやヒートパデッドアウター、パラシュートカーゴパンツなど、 マストレンドを捉えた商品の販売が好調
- ・営業利益率は0.7 p 改善。生産効率の改善などにより、原価率が改善し、粗利益率が1.0 p 改善したことによる
- ・販管費比率は0.7 p 上昇。戦略的に広告宣伝費を強化したことや、決算賞与の計上タイミングの変更により、 人件費比率が上昇したため。決算賞与の計上タイミングの変更の影響を除くと、販管費比率は、同0.3 p の上昇
- ・E C売上高は、増収、 売上構成比は約13%

単位:億円	2023年8月期	2024年	8月期
	第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比
売上収益	793	878	+10.7%
売上総利益	388	439	+13.0%
(売上比)	49.0%	50.0%	+1.0p
販管費	285	322	+13.1%
(売上比)	36.0%	36.7%	+0.7p
事業利益	103	116	+12.7%
(売上比)	13.0%	13.3%	+0.3p
その他収益・費用	2	7	+145.5%
営業利益	106	123	+16.4%
(売上比)	13.4%	_{14.1%}	+0.7p

17

次に、ジーユー事業ですが、売上収益は878億円、前年同期比10.7%増、 営業利益は123億円、同16.4%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。

9月、10月は気温が高く推移し、秋冬商品の販売が伸び悩みましたが、 気温が低下した11月は、冬物の売れ筋商品の在庫を十分に準備したことが奏功し、 好調な販売となりました。

特に、ヘビーウェイトスウェットやヒートパデッドアウター、パラシュートカーゴパンツなど、マストレンドを捉えた商品の販売が好調でした。

営業利益率は同0.7ポイント改善いたしました。

これは、生産効率の改善などにより原価率が改善し、粗利益率が同1.0ポイント改善したことによります。



【グローバルブランド事業】第1四半期 実績

減収減益。業績予想を下回る

・気温が高く推移したことで各事業で販売に苦戦したことに加え、セオリー事業を中心に、人件費が増加したことで 販管費比率が上昇したことにより減収減益

【セオリー事業】売上収益は前年並み、営業利益は減益

- ・暖冬の影響で販売に苦戦したことに加え、米国事業を中心に人件費が増加したことで販管費比率が上昇し、減益 【プラステ事業】減収減益
- ・事業利益はブレークイーブンも、為替の影響により、営業利益は若干の赤字
- ・減収となったのは、主に店舗数が前年同期末で35店舗減少したことによる

【コントワー・デ・コトニエ事業】減収、粗利益率、経費比率の改善により赤字幅は縮小

・欧州市場での消費意欲の低下や暖冬の影響で、既存店売上高は減収

単位:億円		2023年8月期	2024年	8月期
		第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比
	売上収益	376	366	▲2.4%
	事業利益	7	2	▲66.5%
グローバルブランド事業	(売上比)	1.9%	0.7%	▲1.2p
グローハルノフノト手来	その他収益・費用	▲0	1	-
	営業利益	7	3	▲ 43.9%
	(売上比)	1.9%	1.1%	▲ 0.8p

18

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366億円、前年同期比2.4%減、営業利益は3億円、同43.9%減と、 業績予想を下回り、減収減益となりました。

これは、主に気温が高く推移したことで各事業で販売に苦戦したことに加え、 セオリー事業を中心に、人件費が増加したことで販管費比率が上昇したためです。

セオリー事業は、売上収益は前年並み、営業利益は減益となりました。 暖冬の影響で販売に苦戦したことに加え、 米国事業を中心に人件費が増加したことで販管費比率が上昇し、減益となりました。



【連結】2023年11月末 B/S

単位:億円	2022年11月末	2023年8月末	2023年11月末	前年同期末比
資産合計	31,968	33,036	34,349	+2,381
流動資産	21,088	21,766	23,120	+2,032
非流動資産	10,879	11,269	11,228	+349
負債合計	15,790	14,303	14,985	▲805
資本合計	16,177	18,733	19,364	+3,186

10

次に、2023年11月末のバランスシートをご説明いたします。

資産合計は3兆4,349億円、前年同期末比2,381億円増加、

負債合計は1兆4,985億円、同805億円減少、

資本合計は1兆9,364億円、同3,186億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(前年同期末比)

資産合計:+2,381億円(3兆1,968億円→3兆4,349億円)

・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:+1,786億円(1兆5,495億円⇒1兆7,281億円)

√ その他金融資産(短期・長期): +2,053億円(6,354億円⇒8,408億円)

√ 現金及び現金同等物: ▲266億円(9,140億円⇒8,873億円)

主に保有する現金を定期預金(3カ月超)に振り替えたため、その他金融資産が増加、現金及び現金同等物が減少

・棚卸資産:▲845億円 (5,703億円⇒4,857億円)

1) グレーターチャイナ、欧米が大幅な増収、2) 全事業で発注コントロールを強化し、海外・国内UQの棚卸資産が大幅に減少

【海外UO】▲461億円:グレーターチャイナ、東南アジア・インド・豪州地区、欧州、韓国は、棚卸資産が減少

北米はほぼ前年並みの水準

【国内UQ】▲344億円:発注コントロールを強化したことで棚卸資産が減少

【GU】+19億円:事業拡大に伴って棚卸資産が増加、【グローバルブランド】▲58億円

·有形固定資産:+317億円(2,010億円⇒2,327億円)

グローバルで自動化倉庫、出店への投資が増加

負債合計:▲805億円(1兆5,790億円→1兆4,985億円)

・その他金融負債(短期・長期): ▲1,553億円(4,741億円⇒3,188億円)

社債1,300億円の償還(第3回:2022年12月 ▲500億円、第5回: 2023年6月 ▲800億円)

資産合計が前年同期末比2,381億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1兆7,281億円、同1,786億円増加いたしました。

棚卸資産は、同845億円減少いたしました。

これは主に、グレーターチャイナ、欧米が大幅な増収となったことに加え、

すべての事業で発注コントロールを強化したことで、

海外ユニクロ事業、国内ユニクロ事業を中心に棚卸資産が大幅に減少したためです。

海外ユニクロ事業の棚卸資産は、同461億円減少いたしました。

このうち、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、欧州、韓国は、 棚卸資産が減少いたしました。

北米はほぼ前年並みの水準となりました。

国内ユニクロ事業の棚卸資産は、同344億円減少いたしました。

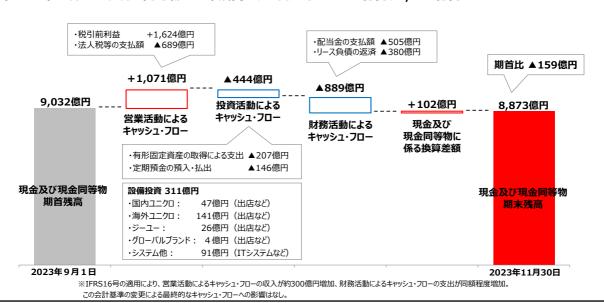
負債合計は同805億円減少いたしました。

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】第1四半期 キャッシュ・フロー

・前期の業績が好調だったことから、法人税や、配当金の支払いが例年よりも大幅に増加、これらは1Qに支払われるため、 2023年11月末の現金及び現金同等物の期末残高は、期首に比べ▲159億円、8,873億円



21

次に、第1四半期のキャッシュフローですが、

営業活動によるキャッシュ・フローが1,071億円の収入、

投資活動によるキャッシュ・フローが444億円の支出、

財務活動によるキャッシュ・フローが889億円の支出となりました。

前期の業績が好調だったことから、

法人税や、配当金の支払いが例年よりも大幅に増加しており、

これらは第1四半期に支払われるため、

2023年11月末における現金及び現金同等物の期末残高は、

期首に比べて159億円減少し、8,873億円となりました。



【連結】2024年8月期予想 通期業績

期初予想から変更なし、大幅な増収増益を見込む

- ・1 Qは業績予想を上回る結果、12月は暖冬の影響を受け、売上がスローダウンしているものの 上期全体では、業績予想を達成できる見込み
- ・各セグメントの業績予想についても、現時点では修正せず、秋冬商売を終えた時点で、見直しを検討する予定
- ・金融収益・費用は、足元で為替レートの変動が大きいことを踏まえ、現時点では、修正せず

単位:億円	2023年8月期	2024年	F8月期	2024年8月期					
	通期実績	通期予想 (1/11時点)	前期比	1Q3カ月 実績					
売上収益	27,665	30,500	+10.2%	8,108					
事業利益	3,819	4,500	+17.8%	1,414					
(売上比)	13.8%	14.8%	+1.0p	17.4%					
その他収益・費用	▲ 9	0	-	52					
営業利益	3,810	4,500	+18.1%	1,466					
(売上比)	13.8%	14.8%	+1.0p	18.1%					
金融収益・費用	568	300	-	157					
税引前利益	4,379	4,800	+9.6%	1,624					
(売上比)	15.8%	15.7%	▲ 0.1p	20.0%					
親会社の所有者に 帰属する当期利益	2,962	3,100	+4.6%	1,078					
(売上比)	10.7%	10.2%	▲ 0.5 p	13.3%					

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。

通期の業績予想は期初予想から変更しておりません。 第1四半期は業績予想を上回る結果となっており、12月は暖冬の影響を受け、 売上がスローダウンしておりますが、上期全体で、業績予想を達成できる見込みです。

セグメント別では、海外ユニクロ事業は、業績予想を若干上回る進捗となっております。 国内ユニクロ事業、ジーユー事業は、営業利益はほぼ業績予想通りの推移、 グローバルブランド事業は業績予想を下回っておりますが、 各セグメントの業績予想についても、現時点では修正しておりません。 秋冬商売を終えた時点で、見直しを検討する予定です。

なお、金融収益・費用については、第1四半期に受取利息、為替差益などの計上により 157億円のプラスとなっておりますが、足元で為替レートの変動が大きいことを踏まえ、 現時点では、修正しておりません。



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、12月前半は暖冬の影響を受け、販売がややスローダウンも、
 - 12月後半からは北米、欧州を中心に売上が回復、上期全体でも大幅な増収増益、
- 業績予想を若干上回る見込み。通期でも、大幅な増収増益となる予想
- ・グレーターチャイナは、上期はほぼ業績予想通り、増収増益を見込む。通期は大幅な増収増益となる予想
- ・韓国は、上期、通期ともにほぼ業績予想通りの増収増益となる見込み
- ・東南アジア・インド・豪州地区は、上期、通期ともに大幅な増収増益となる予想
 - ✓ 1 Qは業績予想を下回ったことから、上期全体でも業績予想を下回る見込み
 - ✓ 東南アジアでは、現地のニーズに根差した商品構成への見直しやマーケティングの強化を進めており、 下期から成果が出ることを見込む
 - ✓ 経営チームやグローバルヘッドクオーターが、東南アジアの店舗に、高い頻度で入り込み、現場の課題解決、人材教育に注力、 早期により強固な経営体制を構築できると考える
- ・北米、欧州は、上期は業績予想を上回り、大幅な増収増益、通期でも大幅な増収増益となる予想

23

次に、セグメント別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、12月前半は暖冬の影響を受け、販売がややスローダウンしましたが、12月後半からは、北米、欧州を中心に売上が回復したことで、 上期全体でも大幅な増収増益、業績予想を若干上回る見込みです。 通期でも、大幅な増収増益となる予想です。

地域別では、グレーターチャイナは、上期はほぼ業績予想通り、増収増益となることを見込んでおります。 通期は大幅な増収増益となる予想です。

韓国は、上期、通期ともにほぼ業績予想通りの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、通期ともに大幅な増収増益となる予想です。 ただし、第1四半期は業績予想を下回ったことから、上期全体でも業績予想を下回る見込みです。

東南アジアでは、現地のニーズに根差した商品構成への見直しやマーケティングの強化を進めており、 下期から成果が出ることを見込んでおります。また、経営チームやグローバルヘッドクオーターが、 東南アジアの店舗に、高い頻度で入り込み、現場の課題解決、人材教育に注力しているため、 早期により強固な経営体制を構築できると考えています。

北米、欧州は、上期は業績予想を上回り、大幅な増収増益、通期でも大幅な増収増益となる予想です。



2024年8月期各事業の通期業績予想(2)

国内ユニクロ事業:通期は若干の増収、増益を見込む

- ・12月に暖冬の影響を受け、冬物商品の販売が鈍化したことで、上期の売上収益は業績予想を下回り、若干の減収となる見込み
- ・上期は発注精度が高まり、追加生産の仕入れに使用するスポット為替レートの影響が低減し原価率が改善、上期の粗利益率は 前年比で大幅に改善する見込み。経費削減も強化することで、営業利益は増益、ほぼ業績予想通りの水準を見込む
- ・通期は、売上収益は若干の増収、営業利益は増益となる予想

ジーユー事業:通期は増収、大幅な増益となる見込み

- ・12月までほぼ業績予想通りの進捗
- ・上期は、ほぼ業績予想通りの増収、大幅な増益。通期でも、増収、大幅な増益となる見込み

グローバルブランド事業:通期は増収、黒字化の見込み

- ・上期は増収、営業利益は前年並みの若干の黒字、業績予想を下回る見込み。通期は、増収、前年の赤字から黒字化する予想
- ・セオリー事業は、上期は若干の増収も、減益となる見込み。通期は増収増益を見込む
- ・プラステ事業は、上期は、店舗数の減少により、減収、前年並みの営業赤字となる見込み。通期は減収も、赤字幅は縮小の予想
- ・コントワー・デ・コトニエ事業は上期、通期ともに、若干の減収、赤字幅は縮小する見込み

24

次に、国内ユニクロ事業ですが、12月に暖冬の影響を受け、冬物商品の販売が鈍化したことで、 上期の売上収益は業績予想を下回り、若干の減収となる見込みです。

ただし、発注精度の高まりにより追加生産の仕入れに使用するスポット為替レートの影響が低減し、原価率が改善することで、上期の粗利益率は前年比で大幅に改善することを見込んでおります。 経費削減も強化することで、営業利益は増益、ほぼ業績予想通りの水準となる見込みです。 この結果、通期では、売上収益は若干の増収、営業利益は増益となる予想です。

ジーユー事業は、12月までほぼ業績予想通りの進捗となっていることから、 上期はほぼ業績予想通りの増収、大幅な増益、通期でも、増収、大幅な増益となる見込みです。

グローバルブランド事業は、上期は増収、営業利益は前年並みの若干の黒字と、 業績予想を下回る見込みです。 通期では、増収、前年の赤字から黒字化する予想です。

事業別では、セオリー事業は上期は若干の増収も、減益となる見込みです。 通期は増収増益を見込んでおります。

最後に、配当金については、中間配当金165円、期末配当金165円、 あわせて年間で330円を見込んでおり、期初予想から変更しておりません。

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。



FAST RETAILING <参考資料>連結対象会社別出退店 実績と予想(1)

単位:店舗	2023年8月期	2024年8	月期(2023	3/9~202	3/11)実績	2024年8	月期(2023	3/9~202	4/8)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	2,434	89	35	+54	2,488	220	110	+110	2,544
国内ユニクロ事業 ※	800	25	14	+11	811	40	40	0	800
直営店	790	25	14	+11	801	-	-	-	-
FC	10	0	0	0	10	-	-	-	-
海外ユニクロ事業	1,634	64	21	+43	1,677	180	70	+110	1,744
グレーターチャイナ合計	1,031	24	16	+8	1,039	80	-	-	-
中国大陸	925	21	16	+5	930	-	-	-	-
香港	33	0	0	0	33	-	-	-	-
台湾	73	3	0	+3	76	-	-	-	-
韓国	126	7	2	+5	131	10	-	-	-
東南アジア・オセアニア合計	342	25	3	+22	364	60	-	-	-
シンガポール	29	1	0	+1	30	-	-	-	-
マレーシア	54	6	3	+3	57	-	-	-	-
タイ	62	4	0	+4	66	-	-	-	-
フィリピン	71	3	0	+3	74	-	-	-	-
インドネシア	64	3	0	+3	67	-	-	-	-
オーストラリア	33	3	0	+3	36	-	-	-	-
ベトナム	19	3	0	+3	22	-	-	-	-
インド	10	2	0	+2	12	-	-	-	-

25

(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

※ フランチャイズ店を含む



FAST RETAILING <参考資料>連結対象会社別出退店 実績と予想(2)

単位:店舗	2023年8月期	2024年8	月期(2023	8/9~202	3/11)実績	2024年8	月期(2023	3/9~202 ⁴	4/8)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									
北米合計	67	5	0	+5	72	20	-	-	-
米国	49	4	0	+4	53	-	-	-	-
カナダ	18	1	0	+1	19	-	-	-	-
欧州合計	68	3	0	+3	71	10	-	-	-
英国	17	0	0	0	17	-	-	-	-
フランス	25	2	0	+2	27	-	-	-	-
ドイツ	10	0	0	0	10	-	-	-	-
ベルギー	3	0	0	0	3	-	-	-	-
スペイン	6	0	0	0	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	1	0	+1	1	-	-	-	-
ジーユー事業	463	20	11	+9	472	37	20	+17	480
グローバルブランド事業合計	681	9	11	▲ 2	679	37	91	▲ 54	627
セオリー事業 ※	436	7	3	+4	440	-	-	-	-
プラステ事業	52	2	2	0	52	-	-	-	-
コントワー・デ・コト二工事業 ※	108	0	5	▲ 5	103	-	-	-	-
プリンセス タム・タム事業 ※	85	0	1	▲ 1	84	-	-	-	-
総 合 計	3,578	118	57	+61	3,639	294	221	+73	3,651

注 ミーナ事業、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
2023年8月期 第1四半期(3カ月平均)実績	143.9	143.0	165.2	20.3	10.3
2024年8月期 第1四半期(3カ月平均)実績	148.4	158.8	183.5	20.3	11.1
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
2023年8月期 第1四半期末為替レート 実績	138.8	143.4	166.1	19.4	10.5
2024年8月期 第1四半期末為替レート 実績	147.1	161.6	186.9	20.6	11.4
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



<参考資料>設備投資·減価償却費

設備投資・減価償却費

単位:億円	設備投資						
	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	減価償却費
2023年8月期 第1四半期実績(3カ月累計)	28	101	27	3	67	230	467
2024年8月期 第1四半期実績(3カ月累計)	47	141	26	4	91	311	493
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