

2024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^o上席執行役員 CFO

CFOの岡崎です。

私から、2024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

I. 第3四半期 決算概要	P 3	～	P 22
II. 2024年8月期 通期業績予想	P 23	～	P 27
III. 参考資料	P 28	～	P 31

【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3四半期 実績

大幅な増収増益、過去最高の業績を達成

・現地通貨ベースの業績予想に対して、売上は若干下回る進捗も、営業利益は上回る

単位：億円	1Q～3Q (2023/9～2024/5)			3Q (2024/3～2024/5)		
	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	23,665	21,435	+10.4%	7,675	6,761	+13.5%
売上総利益 (売上比)	12,789 54.0%	11,055	+15.7%	4,337 56.5%	3,640	+19.1%
販管費 (売上比)	8,858 37.4%	7,801	+13.5%	2,917 38.0%	2,559	+14.0%
事業利益 (売上比)	3,931 16.6%	3,254	+20.8%	1,419 18.5%	1,081	+31.3%
その他収益・費用	87	51	+68.6%	27	22	+26.3%
営業利益 (売上比)	4,018 17.0%	3,305	+21.5%	1,447 18.9%	1,103	+31.2%
金融収益・費用	759	286	+165.3%	336	183	+83.0%
税引前四半期利益 (売上比)	4,777 20.2%	3,592	+33.0%	1,783 23.2%	1,287	+38.6%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	3,128 13.2%	2,385	+31.2%	1,169 15.2%	851	+37.4%

2024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2兆3,665億円、前年同期比10.4%増、営業利益は4,018億円、同21.5%増、親会社の所有者に帰属する四半期利益は3,128億円、同31.2%増と、大幅な増収増益、過去最高の業績を達成いたしました。

現地通貨ベースの業績予想に対しては、売上は若干下回る進捗でしたが、営業利益は上回りました。

【連結】決算ハイライト（3Q3カ月）

- ・3Q3カ月間の売上収益+13.5%、営業利益+31.2%、大幅な増収増益
- ・北米、欧州、東南アジア、日本のユニクロ事業が大幅な増収増益と業績をけん引
- ・グローバルでLifeWearを体現できる店舗を続々と出店してきたことで、各国でのユニクロの知名度が向上、業績拡大の良い循環が生まれている
- ・グレーターチャイナのユニクロ事業は、減収、大幅な減益（現地通貨ベース）
前年の高いハードル、消費意欲の低下、天候不順といった外部要因、地域のお客様のニーズに合った商品構成が不十分で販売に苦戦。
再び高い成長に向けて、チェーンストア経営を超えた個店経営へ変革を推進
- ・ジーユー事業は、マストトレンド商品の販売が好調、増収、大幅な増益

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。

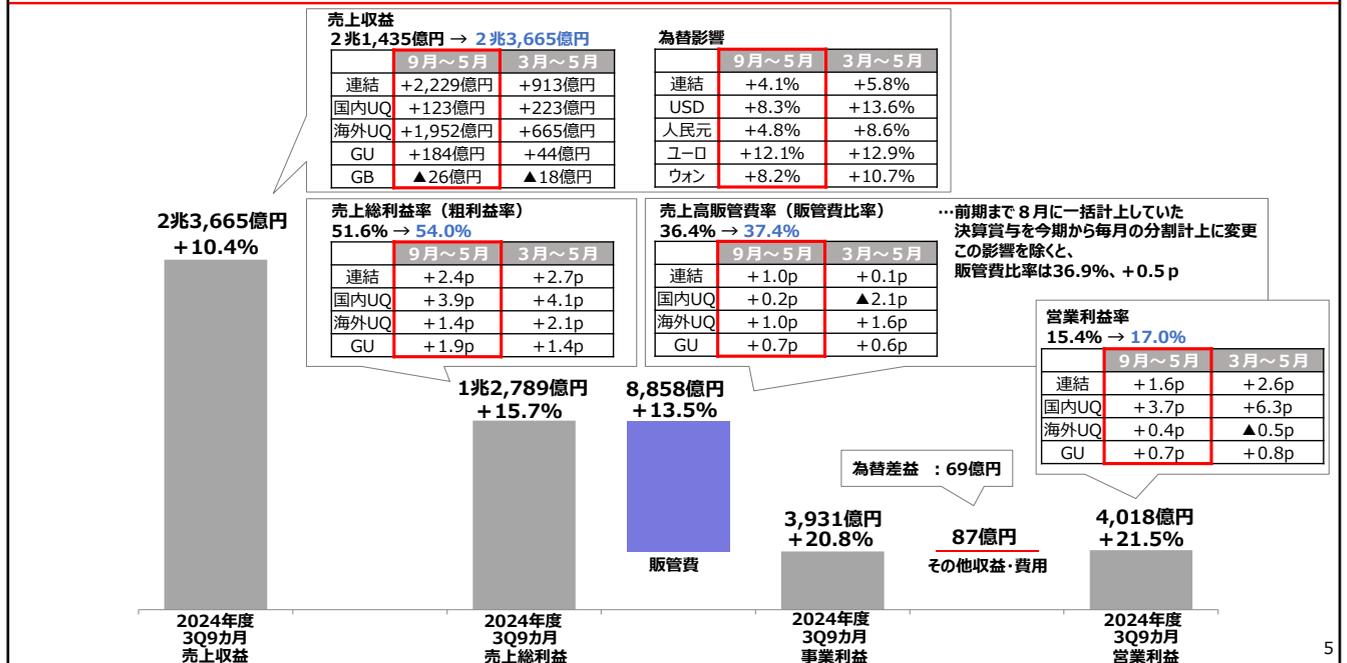
3カ月間の売上収益は前年同期比13.5%増、営業利益は同31.2%増と、大幅な増収増益を達成いたしました。

なかでも、北米、欧州、東南アジアに加え、日本のユニクロ事業が大幅な増収増益と業績をけん引いたしました。グローバルでLifeWearを体現できる店舗を続々と出店してきたことで、各国でのユニクロの知名度が向上しており、業績拡大の良い循環が生まれております。

グレーターチャイナのユニクロ事業は、現地通貨ベースで減収、大幅な減益となりました。前年のハードルが高かったこと、消費意欲の低下、天候不順といった外部要因に加え、地域のお客様のニーズに合った商品構成が不十分だったことで販売に苦戦いたしました。再び高い成長を達成するために、チェーンストア経営を超えた個店経営への変革を推進していきます。

ジーユー事業は、マストトレンド商品の販売が好調で、増収、大幅な増益となりました。

【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カ月累計の連結損益計算書について、ご説明いたします。
売上収益は2兆3,665億円、前年同期比2,229億円の増収となりました。
これは主に、海外ユニクロ事業で同1,952億円の増収となったことによります。

売上総利益率は、54.0%と同2.4ポイント改善いたしました。
これは主に、国内ユニクロ事業を中心に粗利益率が改善したことによります。

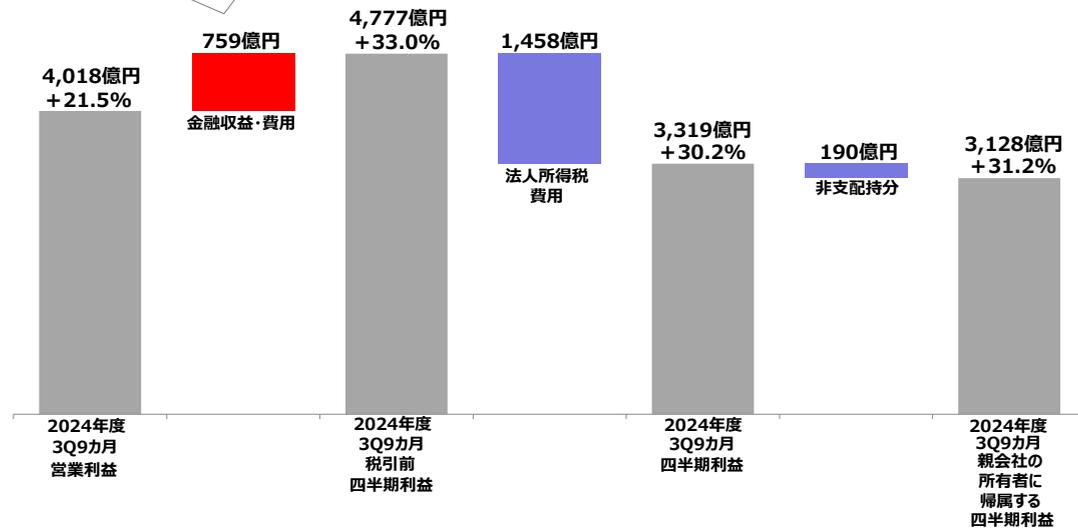
売上高販管費比率は37.4%と同1.0ポイント上昇いたしました。
これは主に、グローバルで決算賞与の計上タイミングを変更したことに加え、
グレーターチャイナのユニクロ事業が減収となったことで販管費比率が上昇したためです。

前期まで、グローバルで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ております。
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36.9%、同0.5ポイントの若干の上昇となっております。

その他収益・費用は、ネットで87億円のプラスとなりました。
この結果、営業利益は4,018億円、同21.5%の大幅な増益、
営業利益率は17.0%、同1.6ポイント改善いたしました。

【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：404億円
 為替差益：355億円
 ※期首為替レート：1 USD = 146.2円
 5月末為替レート：1 USD = 156.8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759億円のプラスとなりました。
 これは主に、利息がネットで404億円のプラス、
 外貨建資産などの換算による為替差益が355億円発生したためです。

これらの結果、税引前四半期利益は4,777億円、前年同期比33.0%増、
 親会社の所有者に帰属する四半期利益は3,128億円、同31.2%増と大幅な増益となりました。

【セグメント別】第3四半期 実績

単位：億円		1Q~3Q(2023/9~2024/5)			3Q (2024/3~2024/5)		
		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	7,220	7,097	+1.7%	2,369	2,145	+10.4%
	事業利益	1,267	990	+28.0%	503	321	+56.7%
	(売上比)	17.6%	14.0%	+3.6p	21.2%	15.0%	+6.2p
	その他収益・費用	10	5	+84.7%	2	0	+134.1%
海外ユニクロ事業	売上収益	12,928	10,976	+17.8%	4,088	3,423	+19.4%
	事業利益	2,205	1,826	+20.8%	705	577	+22.2%
	(売上比)	17.1%	16.6%	+0.5p	17.3%	16.9%	+0.4p
	その他収益・費用	13	14	▲4.4%	4	36	▲86.6%
ジーユー事業	売上収益	2,464	2,279	+8.1%	868	824	+5.4%
	事業利益	292	244	+19.7%	141	126	+11.4%
	(売上比)	11.9%	10.7%	+1.2p	16.3%	15.4%	+0.9p
	その他収益・費用	2	13	▲85.2%	0	0	▲88.8%
グローバルブランド事業	売上収益	1,037	1,064	▲2.5%	343	362	▲5.1%
	事業利益	▲4	13	-	12	17	▲29.6%
	(売上比)	-	1.3%	-	3.7%	4.9%	▲1.2p
	その他収益・費用	1	0	+56.4%	1	▲4	-
	営業利益	▲3	14	-	14	13	+7.0%
	(売上比)	-	1.4%	-	4.1%	3.7%	+0.4p

注：連結業績には上記のほか、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所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。

業績予想を上回り、大幅な増収増益

- ・実需とマーケティングの打ち出しがマッチしたことで夏物コア商品の販売が好調
- ・粗利益率、販管費比率ともに改善したことで、大幅な増益を達成

単位：億円	1Q～3Q(2023/9～2024/5)			3Q (2024/3～2024/5)		
	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	7,220	7,097	+1.7%	2,369	2,145	+10.4%
売上総利益 (売上比)	3,682 51.0%	3,343 47.1%	+10.1% +3.9p	1,292 54.5%	1,081 50.4%	+19.5% +4.1p
販管費 (売上比)	2,415 33.4%	2,353 33.2%	+2.6% +0.2p	788 33.3%	760 35.4%	+3.8% ▲2.1p
事業利益 (売上比)	1,267 17.6%	990 14.0%	+28.0% +3.6p	503 21.2%	321 15.0%	+56.7% +6.2p
その他収益・費用	10	5	+84.7%	2	0	+134.1%
営業利益 (売上比)	1,278 17.7%	996 14.0%	+28.3% +3.7p	505 21.3%	322 15.0%	+56.9% +6.3p

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2,369億円、前年同期比10.4%増、
 営業利益は505億円、同56.9%増と、
 業績予想を上回り、大幅な増収増益となりました。

実需とマーケティングの打ち出しがマッチしたことで夏物コア商品の販売が好調でした。
 また、粗利益率、販管費比率ともに改善したことで、大幅な増益を達成いたしました。

【国内ユニクロ事業】売上収益（3Q3カ月）

既存店売上高 +9.0%

- ・ 1) 気温が高く推移したことで、キャンペーンで打ち出したTシャツ、ブラトップ、ウルトラストレッチ素材のボトムスの販売が好調、
- ・ 2) ゴールデンウィーク商戦、40周年感謝祭が大盛況で、4月、5月に大幅な増収
- ・ 免税売上も好調で増収に寄与。売上全体に占める免税売上の比率は2倍に上昇。世界中でユニクロの知名度が高まっていることで、国内ユニクロ事業の業績拡大にもつながる
- ・ EC売上高：345億円、+12.1%。売上構成比14.6%
- ・ 6月の既存店売上高は、+14.9%。1) 気温と販促がマッチし、夏物商品の販売が好調、
- ・ 2) トレンドを捉えた新商品の販売も好調



UNIQLO SHINSAIBASHI
2023年11月オープン。店内に大阪らしさを表現し、地元のお客様だけでなく、旅行・外国人のお客様にも楽しんでいただける店舗に生まれ変わりました。

既存店 前年同期比	2024年8月期						
	上期	3月	4月	5月	3Q(3カ月)	9ヶ月累計	6月
売上高	▲3.4%	▲1.5%	+18.9%	+8.4%	+9.0%	+0.3%	+14.9%
客数	▲5.0%	▲7.7%	+6.8%	+0.2%	+0.2%	▲3.4%	+8.1%
客単価	+1.8%	+6.7%	+11.3%	+8.2%	+8.9%	+3.9%	+6.3%

第3四半期3カ月間の既存店売上高は、前年同期比9.0%増となりました。気温が高く推移したことで、キャンペーンで打ち出したTシャツ、ブラトップ、ウルトラストレッチ素材のボトムスの販売が好調だったことに加え、ゴールデンウィーク商戦、40周年感謝祭が大盛況だったことで、4月、5月に大幅な増収となりました。また、免税売上も好調で増収に寄与いたしました。売上全体に占める免税売上の比率は前年同期比で2倍に上昇いたしました。世界中でユニクロの知名度が高まっていることで、国内ユニクロ事業の業績拡大にもつながっております。

粗利益率：54.5%、+4.1 p 改善

- ・値引率、原価率ともに改善
- ・値引率：在庫処分のための値引き販売が減少したことで改善
- ・原価率：追加生産に使用するスポット為替レートの影響が前年同期比で減少したため改善。
ただし、売上が非常に好調で、売れ筋商品の追加生産を行っていることで、
4Q3カ月間にスポット為替レートの影響が出てくる見込み。
下期全体の原価率は前年同期比でほぼ横ばいの予想

販管費比率：33.3%、▲2.1 p 改善

- ・増収となったことで、特に、人件費比率、賃借料比率、広告宣伝費比率が低下
- ・人件費は、決算賞与の計上方法の変更の影響を除いた金額ベースでも、前年同期比で減少。
在庫水準の適正化や、店舗作業のデジタル化、効率化による。一人当たり売上高も上昇、生産性が改善

国内ユニクロ事業の第3四半期3カ月間の粗利益率は54.5%と、前年同期比4.1ポイント改善いたしました。これは主に、値引率、原価率ともに改善したことによります。

値引率は、在庫処分のための値引き販売が減少したことで、改善いたしました。

原価率は、追加生産に使用するスポット為替レートの影響が前年同期比で減少したため、改善いたしました。ただし、売上が非常に好調なことから、売れ筋商品の追加生産を行っており、第4四半期3カ月間にスポット為替レートの影響が出てくる見込みで、下期全体の原価率は前年同期比でほぼ横ばいとなる予想です。

第3四半期3カ月間の販管費比率は33.3%と、同2.1ポイント改善いたしました。増収となったことで、特に、人件費比率、賃借料比率、広告宣伝費比率が低下いたしました。

人件費は、決算賞与の計上方法の変更の影響を除いた金額ベースでも、前年同期比で減少いたしました。これは主に、在庫水準の適正化や、店舗作業のデジタル化、効率化によります。一人当たり売上高も上昇しており、生産性が改善しております。

大幅な増収増益。営業利益は業績予想を上回る

- ・特に北米、欧州、東南アジア・インド・豪州地区は大幅な増収増益と好調な業績で、全体をけん引
- ・業績予想に対しては、売上収益はグレーターチャイナの業績が下振れし、全体でも下回る。一方で営業利益は、北米、欧州の業績が上振れしたことや、すべての地域で粗利益率が改善したことで、業績予想を上回る結果

単位：億円	1Q～3Q(2023/9～2024/5)			3Q(2024/3～2024/5)		
	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	12,928	10,976	+17.8%	4,088	3,423	+19.4%
売上総利益 (売上比)	7,243 56.0%	5,992 54.6%	+20.9% +1.4p	2,375 58.1%	1,917 56.0%	+23.8% +2.1p
販管費 (売上比)	5,037 39.0%	4,166 38.0%	+20.9% +1.0p	1,669 40.8%	1,340 39.2%	+24.6% +1.6p
事業利益 (売上比)	2,205 17.1%	1,826 16.6%	+20.8% +0.5p	705 17.3%	577 16.9%	+22.2% +0.4p
その他収益・費用	13	14	▲4.4%	4	36	▲86.6%
営業利益 (売上比)	2,219 17.2%	1,841 16.8%	+20.6% +0.4p	710 17.4%	614 17.9%	+15.6% ▲0.5p

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4,088億円、前年同期比19.4%増、営業利益は710億円、同15.6%増と、大幅な増収増益となりました。特に北米、欧州、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好調な業績となり、全体をけん引いたしました。

業績予想に対しては、売上収益はグレーターチャイナの業績が下振れしたことで、全体でも下回る結果となりました。一方で、営業利益は、北米、欧州の業績が上振れしたことに加え、すべての地域で粗利益率が改善したことで、業績予想を上回る結果となりました。

地域別の詳細は、次のスライドよりご説明いたします。
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】減収、大幅な減益（円ベースでは増収、大幅な減益）

・前年のハードルが高かったことや消費意欲の伸び悩み、天候不順などの外部要因に加え、お客様のニーズにマッチした商品構成や情報発信、マーケティング不足などの内部要因により、販売に苦戦

【香港市場】減収、大幅な減益

・天候不順の影響を受けたことで、減収

【台湾市場】大幅な増収増益

・シーズンの早い時期から夏物商品を投入し、販売を強化したことで、気温の上昇に伴うお客様のニーズを捉えることができ、販売は好調

グレーターチャイナの第3四半期3カ月間は、減収、大幅な減益となりました。

中国大陸と香港は減収、大幅な減益となりました。

中国大陸では、前年のハードルが高かったことや消費意欲の伸び悩み、天候不順などの外部要因に加え、お客様のニーズにマッチした商品構成や情報発信、マーケティング不足などの内部要因により、販売に苦戦いたしました。

香港は、天候不順の影響を受けたことで、減収となりました。

台湾は大幅な増収増益となりました。シーズンの早い時期から夏物商品を投入し、販売を強化したことで、気温の上昇に伴うお客様のニーズを捉えることができ、販売は好調でした。

後ほどグレーターチャイナCEOの潘より、今後の成長に向けた事業変革について、詳しくご説明いたします。

韓国：増収増益

- ・気温の上昇に伴い、UT、パラシュートパンツ、ブラトップなどの夏物商品の販売が好調だったことで増収
- ・値引率が改善したことで、粗利益率が上昇し、営業利益率は改善

東南アジア・インド・豪州地区：増収、大幅な増益

- ・値引率が改善したこと、インドネシアのセーフガードの影響が低下したことで、粗利益率が改善し、営業利益率は上昇
- ・地域別では、タイ、インドネシア、ベトナム、インドは大幅な増収増益、マレーシア、フィリピンは増収、大幅な増益、豪州は増収増益と好調。感謝祭などの商戦時期に、夏物商品の情報発信を強化し、ブラトップ、UVカット、Tシャツなど、コア商品の販売が好調
- ・シンガポールは減収、大幅な減益。衣料品への消費意欲の低下や、情報発信の不足で販売に苦戦。利益面では、販管費比率が上昇し、大幅な減益

東南アジア・インド・オーストラリア地区は、増収、大幅な増益となりました。値引率が改善したこと、インドネシアのセーフガードの影響が低下したことで粗利益率が改善し、営業利益率は上昇いたしました。

地域別では、タイ、インドネシア、ベトナム、インドは大幅な増収増益、マレーシア、フィリピンは増収、大幅な増益、オーストラリアは増収増益と好調でした。感謝祭などの商戦時期に、夏物商品の情報発信を強化したことで、ブラトップ、UVカット、Tシャツなど、コア商品の販売が好調でした。

一方で、シンガポールは減収、大幅な減益となりました。衣料品への消費意欲の低下や、情報発信の不足で販売に苦戦いたしました。利益面では、販管費比率が上昇したことで、大幅な減益となりました。

北米：大幅な増収増益

・粗利益率、販管費比率がともに改善したことで、営業利益率は大幅に上昇

【米国】大幅な増収増益

- ・戦略的に販売を強化する商品のマーケティングや情報発信を強化したことで、既存店売上高は大幅な増収
- ・ブラトップ、リネン、スポーツユティリティーウェアの販売が好調
- ・アプリを活用し、一人ひとりのお客様のニーズに沿った情報発信を継続的に行ってきたことで、EC販売も大幅な増収

【カナダ】大幅な増収増益

- ・Tシャツやブラトップなど戦略的に販売を強化する商品を軸に、新店オープンや催事などに合わせ、情報発信を強化したことで既存店売上高は大幅な増収

欧州：大幅な増収増益

・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上昇

・新規出店した店舗の販売が計画を大幅に上回り好調、既存店売上高も2桁成長となったことで大幅な増収

- ・3Q3カ月間では、エディンバラ、ローマ、ロンドン、ミラノ、ニースに5店舗を新規出店。特に、初進出となったエディンバラ、ローマは、ユニクロの出店を長年待ちわびたお客様で大変な賑わいとなり、欧州全体での知名度の上昇とファン層の拡大を実感
- ・リネンやブラトップがヒット商品となったことに加え、ニット、ブロックテック、ダウンなどの年間定番商品の販売が好調

14

北米は、米国、カナダともに大幅な増収増益となりました。

粗利益率、販管費比率がともに改善したことで、営業利益率は大幅に上昇いたしました。

米国は大幅な増収増益となりました。

戦略的に販売を強化する商品のマーケティングや情報発信を強化したことで、既存店売上高は大幅な増収となりました。

特に、ブラトップ、リネン、スポーツユティリティーウェアの販売が好調でした。

また、アプリを活用し、一人ひとりのお客様のニーズに沿った情報発信を継続的に行ってきたことで、EC販売も大幅な増収となりました。

欧州は、大幅な増収増益となりました。

粗利益率、販管費比率がともに改善したことで、営業利益率は大幅に上昇いたしました。

新規出店した店舗の販売が計画を大幅に上回り、好調だったことに加え、既存店売上高も2桁成長となったことで大幅な増収となりました。

この第3四半期3カ月間では、エディンバラ、ローマ、ロンドン、ミラノ、ニースに5店舗を新規出店し、特に、初進出となったエディンバラ、ローマは、ユニクロの出店を長年お待ちいただいたお客様で大変な賑わいとなりました。欧州全体での知名度の上昇とファン層の拡大を実感しております。

商品面では、リネンやブラトップがヒット商品となったことに加え、

ニット、ブロックテック、ダウンなどの年間定番商品の販売が好調でした。

グレートチャイナ



中国大陸 武漢楚河漢街店
2024年5月オープン

商業エリアであり、武漢の中心的文化エリアである、楚河漢街に中国大陸華中地方初の旗艦店をオープン。オープン初日は3万人以上のお客様にご来店いただき、大盛況。



東南アジア・インド・豪州地区



**インド ムンバイ
フェニックスマーケットシティモール店**
2023年10月オープン

インドの金融・商業の中心地であるムンバイの最大規模のショッピングモールにムンバイ1号店をオープン。オープン以降、大盛況で、インド国内でのユニクロの知名度が向上。



マレーシア The Exchange TRX店
2024年1月オープン



ベトナム ホアンキエム店
2023年11月オープン

ユニクロでは、グローバルでLifeWearを体現する店舗を続々と出店しておりますのでいくつか代表的な店舗をご紹介します。

中国大陸では、5月に武漢に旗艦店をオープンし、初日には3万人以上のお客様がご来店し、大盛況となりました。

インドでは、ムンバイ最大規模のショッピングモール内にムンバイ初のユニクロを出店いたしました。オープン以降、好調な販売が継続しており、インド国内でのユニクロの知名度は確実に向上しております。

マレーシアやベトナムでも、各地域の象徴的な立地に出店し、地元のお客様や観光客に多くご来店いただいております。

世界中にLifeWearを体現する店舗を続々出店（2）

欧州

イタリア ミラノ ガエ・アウレンティ広場店

2024年5月オープン
ミラノの新名所として注目されているガエ・アウレンティ広場の地下の駐車場だった場所に約800㎡のユニークな新店舗をオープン。地元のメディアから、この地区の近代的な美観を損なうことなく価値を高める「未来的」で「型破りな建築上の実験」であると評価。



イタリア ローマ コルソ通り店 2024年4月オープン
ローマの中心部でも屈指の賑わいを誇るコルソ通りに面した店舗は、1922年に建てられたアルヌーヴォ様式の商業施設に出店。地元のお客様からは、街の伝統や建物の美しさとユニクロのもつエレガンスが調和していると評判。



英国 スコットランド エディンバラ プリンセスストリート店

2024年4月オープン



スコットランドへ初出店。歴史ある美しい街並みで知られるエディンバラの中心部、プリンセスストリートに面した新店舗には、オープンを待ちわびたお客様が午前4時から列を作り、BBCニュースをはじめ、多くのメディアでその様子が報道。

◀オープン初日の様子

イタリアでは、ローマとミラノそれぞれに特徴的な店舗を出店いたしました。それぞれの地域の美しい景観や歴史的建造物と調和した店舗が地元のお客様から高い支持を得ており、オープン以降、大変好調な販売となっております。

英国のスコットランドには1店舗目となる店舗をエディンバラにオープンいたしました。オープンをお待ちいただいたお客様が午前4時から列を作り、BBCニュースをはじめ、多くのメディアでもその様子が取り上げられ、話題になりました。

世界中にLifeWearを体現する店舗を続々出店（3）

欧州



フランス パリ オペラ店 2023年9月リニューアルオープン



フランス ニース アイコニック店 2024年4月オープン

ルクセンブルク グラン・リュ店

2023年10月オープン
ルクセンブルクへ初進出。ベルギー、オランダに次いでベネルクス地方での店舗網を拡大。



◀世界最大規模の売上を誇るグローバル旗艦店。19世紀後半の歴史的建造物の外観はそのままに、売場面積を増床。パリと日本の文化やライフスタイルの交流地点として世界中のお客様にLifeWearを発信。

北米



米国 ボストン South Shore Plaza店
2024年4月オープン



カナダ トロント Scarborough Town Centre店
2024年4月オープン

北米では、ショッピングモールを中心に、2024年8月期3Q 9か月間で14店舗を出店。オープンを待ちわびたお客様で行列。

フランスでは、パリ オペラ店をリニューアルオープンしたことに加え、ニースに2店舗目をオープンし、フランスでの存在感がますます高まっております。

また、2023年10月には、ルクセンブルクにも初となる店舗をオープンいたしました。

北米では、ショッピングモールを中心に、2024年8月期第3四半期までの9か月間で、14店舗を出店いたしました。

今後はショッピングモールだけでなく、旗艦店級の店舗も積極的に出店していく方針です。

各地でユニクロの価値観を伝える店舗をオープンしていることで、グローバルでのユニクロの知名度の向上につながっております。

【ジーユー事業】第3四半期（3カ月）実績

増収、大幅な増益。業績予想を若干下回る

- ・スウェット風のTシャツやコクーンジョガープルオンパンツ、ライトデニムワイドパンツなど、グローバルのマストトレンドを取り入れた商品の販売が好調。海外展開に向けてのチャンスの芽が見える
- ・一方で、販売を押し上げるチャンスのあった商品の数量を十分に準備できず、売上を伸ばし切れなかった点が課題
- ・今後は、完成度の高いマストトレンド商品の開発をグローバルで強化、これらの商品の在庫を戦略的に準備し、シーズンの立ち上がりから売り込むことで、売上の最大化をめざす
- ・E C売上高は増収、売上構成比は約12%

単位：億円	1Q～3Q(2023/9～2024/5)			3Q (2024/3～2024/5)		
	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	2,464	2,279	+8.1%	868	824	+5.4%
売上総利益 (売上比)	1,222 49.6%	1,087 47.7%	+12.4% +1.9p	447 51.5%	412 50.1%	+8.5% +1.4p
販管費 (売上比)	929 37.7%	842 37.0%	+10.3% +0.7p	306 35.3%	285 34.7%	+7.2% +0.6p
事業利益 (売上比)	292 11.9%	244 10.7%	+19.7% +1.2p	141 16.3%	126 15.4%	+11.4% +0.9p
その他収益・費用	2	13	▲85.2%	0	0	▲88.8%
営業利益 (売上比)	294 12.0%	258 11.3%	+14.2% +0.7p	141 16.3%	127 15.5%	+10.9% +0.8p

18

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868億円、前年同期比5.4%増、営業利益は141億円、同10.9%増と、増収、大幅な増益となりましたが、業績予想に対しては若干下回る水準となりました。

スウェット風のTシャツやコクーンジョガープルオンパンツ、ライトデニムワイドパンツなど、グローバルのマストトレンドを取り入れた商品の販売が好調で、海外展開に向けてのチャンスの芽が見えました。

一方で、販売を押し上げるチャンスのあった商品の数量を十分に準備できず、売上を伸ばし切れなかった点が課題でした。

今後は、完成度の高いマストトレンド商品の開発をグローバルで強化することに加え、これらの商品の在庫を戦略的に準備し、シーズンの立ち上がりから売り込むことで、売上の最大化をめざします。

減収、事業利益は大幅減益、業績予想を下回る

- ・プラステ事業で店舗数が半減、セオリー事業、コントワー・デ・コトニエ事業で販売に苦戦したことで減収、事業利益は大幅な減益
- ・営業利益は増益。前年にプラステ事業とコントワー・デ・コトニエ事業で閉店に伴う減損損失が発生したため

【セオリー事業】若干の減収、大幅な減益。ジャケット・パンツに商品構成が偏り、お客様の生活の変化に合ったカジュアルウェアを十分に提供できず、商品の新しさも不足し、米国を中心に減収。人件費など経費を十分に抑制できず、営業利益は大幅な減益。今後は、経費削減を進め、よりカジュアル化するお客様のニーズを商品構成に反映、商品企画やマーケティングを改革に着手

【プラステ事業】減収増益。店舗数半減で減収。既存店売上高は、業態転換を進めた都心の店舗を中心に好調な販売となり、増収。値引き販売の抑制により、粗利益率が改善、事業構造改革に伴う経費構造の改善により、営業利益は増益

【コントワー・デ・コトニエ事業】減収、赤字幅は縮小。店舗数の減少に伴い、減収。新ブランドコンセプトが十分に伝わらず、集客に苦戦し、既存店売上高も減収。事業構造改革に伴う経費構造の改善により、赤字幅は縮小

単位：億円		1Q～3Q(2023/9～2024/5)			3Q(2024/3～2024/5)		
		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	1,037	1,064	▲2.5%	343	362	▲5.1%
	事業利益 (売上比)	▲4	13	-	12	17	▲29.6%
	その他収益・費用	-	1.3%	-	3.7%	4.9%	▲1.2p
	営業利益 (売上比)	1	0	+56.4%	1	▲4	-
		▲3	14	-	14	13	+7.0%
		-	1.4%	-	4.1%	3.7%	+0.4p

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343億円、前年同期比5.1%減、事業利益は12億円、同29.6%減と減収、大幅な減益、業績予想を下回る結果となりました。

これは、プラステ事業で店舗数が半減したことに加え、

セオリー事業、コントワー・デ・コトニエ事業で販売に苦戦したことによります。

営業利益は14億円、同7.0%増となりましたが、

これは前年にプラステ事業とコントワー・デ・コトニエ事業で閉店に伴う減損損失が発生したことによります。

セオリー事業は、若干の減収、大幅な減益となりました。

ジャケット・パンツに商品構成が偏っており、お客様のライフスタイルの変化に合ったカジュアルウェアを十分に提供できていなかったこと、商品の新しさが不足していたことで米国を中心に減収となりました。

利益面では、人件費などの経費を十分に抑制できず、営業利益は大幅な減益となりました。

今後は利益改善に向けてさらに経費削減を進めるとともに、よりカジュアル化するお客様のニーズを

しっかりと商品構成に反映するために商品企画のプロセスやマーケティングの改革に着手しております。

【連結】2024年5月末 B/S

単位：億円	2023年5月末	2023年8月末	2024年5月末	前年同期末比
資産合計	31,006	33,036	36,841	+5,835
流動資産	20,121	21,766	23,729	+3,607
非流動資産	10,884	11,269	13,112	+2,227
負債合計	13,530	14,303	14,885	+1,354
資本合計	17,475	18,733	21,955	+4,480

次に、2024年5月末のバランスシートについてご説明いたします。

資産合計は3兆6,841億円、前年同期末比5,835億円増加、
負債合計は1兆4,885億円、同1,354億円増加、
資本合計は2兆1,955億円、同4,480億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：+5,835億円（3兆1,006億円→3兆6,841億円）

- ・現金及び現金同等物：+1,751億円（9,225億円⇒1兆977億円）
主にユニクロ事業を中心に営業キャッシュ・フローの増加による
- ・その他金融資産（短期・長期）：+1,558億円（7,314億円⇒8,872億円）
- ・棚卸資産：+174億円（3,873億円⇒4,047億円）
主に海外ユニクロ事業で棚卸資産が増加したことによる
 - ✓ 海外UQ：+216億円。出店や業績の拡大に伴い、北米、欧州、東南アジア・インド・豪州地区で棚卸資産が増加
グレートチャイナの棚卸資産はほぼ前年並み
このうち、中国大陸は売上動向に応じた機動的な発注コントロールにより棚卸資産は減少
 - ✓ 国内UQ：▲44億円。販売が好調で棚卸資産が減少
 - ✓ GU：+30億円。業績の拡大に伴い棚卸資産が増加
 - ✓ グローバルブランド：▲25億円
- ・デリバティブ金融資産（短期・長期）：+1,118億円（2,000億円⇒3,118億円）
保有する為替予約の平均レートと5月末の為替レートの乖離幅が拡大したため。
将来の商品輸入に対するヘッジ見合いであり、実質的な業績への影響なし

21

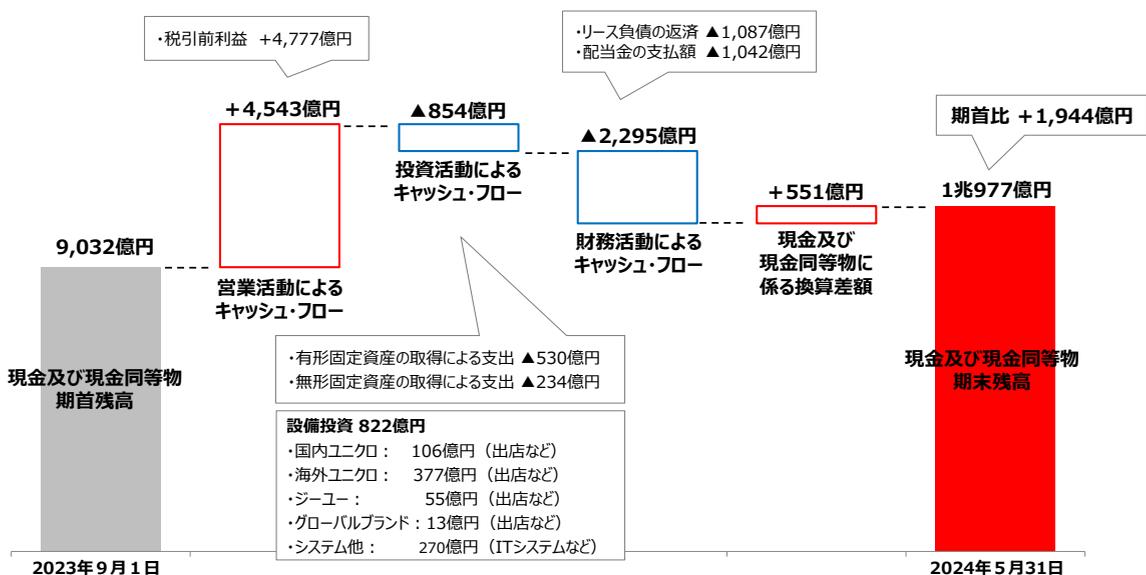
資産合計が前年同期末比5,835億円増加した要因をご説明いたします。

現金及び現金同等物は1兆977億円、同1,751億円増加いたしました。
これは主に、ユニクロ事業を中心に営業キャッシュ・フローが増加したことによります。
また、その他金融資産は、8,872億円、同1,558億円増加いたしました。

棚卸資産は、同174億円増加いたしました。
これは主に、海外ユニクロ事業で216億円増加したことによります。
出店や業績の拡大に伴い、北米、欧州、東南アジア・インド・オーストラリア地区で棚卸資産が増加いたしました。
グレートチャイナの棚卸資産はほぼ前年並みとなりました。
このうち、中国大陸は売上動向に応じた機動的な発注コントロールにより棚卸資産は減少しております。
国内ユニクロ事業は、販売が好調だったため、棚卸資産は44億円減少いたしました。

また、デリバティブ金融資産は、3,118億円、同1,118億円増加いたしました。
これは、保有する為替予約の平均レートと5月末の為替レートの乖離幅が拡大したためです。
将来の商品輸入に対するヘッジ見合いであり、実質的な業績への影響はありません。

【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、
 営業活動によるキャッシュ・フローが4,543億円の収入、
 投資活動によるキャッシュ・フローが854億円の支出、
 財務活動によるキャッシュ・フローが2,295億円の支出となりました。
 現金及び現金同等物の期末残高は期首に比べ、1,944億円増加し、
 1兆977億円となっております。

【連結】2024年8月期予想 通期業績

上方修正、過去最高の業績を見込む

- ・売上収益で400億円、事業利益で150億円、営業利益で250億円上方修正
6月までの業績を反映、4Q3カ月の業績予想の前提となっている為替レートを足元の実態に合わせて修正
- ・金融収益・費用は、利息と為替差益など、ネットで900億円のプラスを見込む
このうち、為替差益は、5月末の為替レート1ドル156.8円を期末の為替レートの前提とし355億円を見込む

単位：億円	2023年8月期 通期実績	2024年8月期		2024年8月期		2024年8月期 3Q9カ月 実績	
		直近予想 (4/11時点)	前期比	通期予想 (7/11時点)	前期比		
売上収益	27,665	30,300	+9.5%	30,700	+11.0%	23,665	為替影響を除くと 約7%増 ※1
事業利益 (売上比)	3,819 13.8%	4,500 14.9%	+17.8% +1.1 p	4,650 15.1%	+21.7% +1.3 p	3,931 16.6%	
その他収益・費用	▲9	0	-	100	-	87	
営業利益 (売上比)	3,810 13.8%	4,500 14.9%	+18.1% +1.1 p	4,750 15.5%	+24.6% +1.7 p	4,018 17.0%	為替影響を除くと 約20%増 ※1
金融収益・費用	568	500	▲12.0%	900	+58.4%	759	
税引前利益 (売上比)	4,379 15.8%	5,000 16.5%	+14.2% +0.7 p	5,650 18.4%	+29.0% +2.6 p	4,777 20.2%	為替影響を除くと 約17%増 ※2
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	2,962 10.7%	3,200 10.6%	+8.0% ▲0.1 p	3,650 11.9%	+23.2% +1.2 p	3,128 13.2%	

※1 2024年8月期の業績予想を、2023年8月期の連結決算取込 為替レート（1ドル：138.6円、1人民元：19.7円、P.30参照）で換算して計算
 ※2 2024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・費用の為替差益・差損の金額を2023年8月期の253億円と仮定して計算

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3兆700億円、前期比11.0%増、
 事業利益は4,650億円、同21.7%増、
 営業利益は4,750億円、同24.6%増を見込んでおります。

4月に発表した業績予想に対しては、売上収益で400億円、事業利益で150億円、
 営業利益で250億円、上方修正いたしました。
 これは、6月までの業績を反映したことに加え、
 第4四半期3カ月間の業績予想の前提となっている為替レートを、
 足元の実態に合わせて修正したことによります。

なお、その他収益・費用は、為替差益を中心に100億円のプラスを見込んでおります。

金融収益・費用は、利息と為替差益など、ネットで900億円のプラスを見込んでおります。
 このうち、為替差益については、5月末の為替レート1ドル156.8円を期末の為替レートの前提とし、
 355億円を見込んでおります。

この結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は、3,650億円、同23.2%増を見込んでおります。
 売上、利益ともに過去最高の業績を更新する予想です。

海外ユニクロ事業：通期は大幅な増収増益となる見込み

- ・海外ユニクロ事業は、下期、通期ともに大幅な増収増益となる見込み。現地通貨ベースでも同様のトレンド
- ・グレーターチャイナは、下期は減収、大幅な減益、通期は増収、若干の減益となる予想
事業変革を進めることで、来期から再成長をめざす
 - ✓ 中国大陸、香港は下期は減収、大幅な減益、通期は増収減益となる見込み
 - ✓ 台湾は下期は増収、大幅増益、通期は増収増益となる見込み
- ・韓国は、下期、通期ともに増収増益となる見込み
- ・東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、4 Q 3 カ月間も好調な業績が継続。下期、通期ともに大幅な増収増益、営業利益率も前期比で改善する予想

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、下期、通期ともに、大幅な増収増益となる見込みです。現地通貨ベースでも同様のトレンドとなる予想です。

海外ユニクロ事業の地域別の業績予想については、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、下期は減収、大幅な減益となることを見込んでおります。この結果、通期は増収、若干の減益となる予想です。後ほど、潘からも説明いたしますが、事業変革を進めることで、来期から再成長をめざします。

韓国は、下期、通期ともに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、北米、欧州は第4四半期3カ月間も好調な業績が継続する見込みです。下期、通期ともに大幅な増収増益、営業利益率も前期比で改善する予想です。

2024年8月期 各事業の通期業績予想（2）

国内ユニクロ事業：通期は増収、大幅な増益の予想

- ・下期、通期ともに増収、大幅な増益となる見込み
- ・通期の粗利益率は改善、販管費比率は横ばいとなるため、営業利益率も改善する予想
- ・4Q3カ月間は、好調な販売が継続していることから、増収となる見込み。売れ筋商品の追加生産を行ったことで、スポット為替レートの影響により原価率が悪化、粗利益率が低下し、営業利益は若干の減益となる予想

ジーユー事業：通期は増収、大幅な増益となる見込み

- ・下期は増収増益、通期は増収、大幅な増益となる見込み
- ・4Q3カ月間にスポット為替レートの影響が出てくることに加え、一部商品の在庫処分のための値引き販売を強化していることから、下期の粗利益率は若干低下することを見込む
- ・通期では、粗利益率は改善する見込み

次に、国内ユニクロ事業ですが、下期、通期ともに増収、大幅な増益となる見込みです。通期の粗利益率は改善、販管費比率は横ばいとなるため、営業利益率も改善する予想です。

第4四半期3カ月間は、好調な販売が継続していることから、増収となる見込みです。一方で、売れ筋商品の追加生産を行ったことで、スポット為替レートの影響により原価率が悪化するため、第4四半期3カ月間では、粗利益率が低下し、営業利益は若干の減益となる予想です。

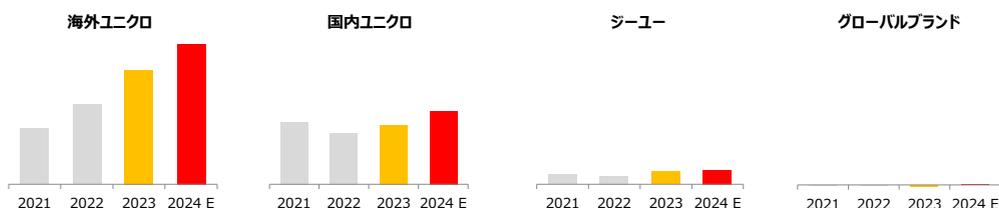
ジーユー事業は、下期は増収増益、通期は増収、大幅な増益となる見込みです。第4四半期3カ月間にスポット為替レートの影響が出てくることに加え、一部商品の在庫処分のための値引き販売を強化していることから、下期の粗利益率は若干低下することを見込んでおります。なお、通期では、粗利益率は改善する見込みです。

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：通期は売上は前年並み、営業利益は黒字化

- ・下期、通期ともに、売上収益は前年並み、営業利益は、前年の赤字から、黒字化できる見込み
- ・セオリー事業は通期では増収も、販管費比率の上昇により、大幅な減益となる見込み
- ・プラステ事業は店舗数が減少したことで、通期では大幅な減収となるものの、営業利益は前年の赤字から黒字化できる見込み
- ・コントワー・デ・コトニエ事業は、通期は減収となるものの、赤字幅は若干縮小する予想

■セグメント別 通期の営業利益のトレンド（イメージ）



グローバルブランド事業は、下期、通期ともに、売上収益は前年並み、営業利益は、前年の赤字から黒字化できる見込みです。

2024年8月期 配当金

期末配当金225円を予定、年間配当金400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	125.0円	165.0円	290.0円
2024年8月期 (4/11 予想)	175.0円	175.0円	350.0円
2024年8月期 (7/11 修正予想) ※	175.0円	225.0円	400.0円
前期比	+ 50.0円	+ 60.0円	+ 110.0円

※ 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、ご説明いたします。

期末配当金は、4月に発表した1株当たり175円から増額し、1株当たり225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175円と合わせて、年間配当金は400円を予想しております。
年間では110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	2023年8月期	2024年8月期 (2023/9~2024/5) 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	2,434	163	102	+61	2,495	184	112	+72	2,506
国内ユニクロ事業 ※	800	35	37	▲2	798	37	39	▲2	798
直営店	790	35	37	▲2	788	-	-	-	-
FC	10	0	0	0	10	-	-	-	-
海外ユニクロ事業	1,634	128	65	+63	1,697	147	73	+74	1,708
グレートチャイナ合計	1,031	46	47	▲1	1,030	55	-	-	-
中国大陸	925	42	43	▲1	924	-	-	-	-
香港	33	0	0	0	33	-	-	-	-
台湾	73	4	4	0	73	-	-	-	-
韓国	126	10	8	+2	128	10	-	-	-
東南アジア・オセアニア合計	342	50	10	+40	382	54	-	-	-
シンガポール	29	2	0	+2	31	-	-	-	-
マレーシア	54	14	7	+7	61	-	-	-	-
タイ	62	7	1	+6	68	-	-	-	-
フィリピン	71	6	1	+5	76	-	-	-	-
インドネシア	64	9	1	+8	72	-	-	-	-
オーストラリア	33	5	0	+5	38	-	-	-	-
ベトナム	19	4	0	+4	23	-	-	-	-
インド	10	3	0	+3	13	-	-	-	-

(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

<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 (2023/9~2024/5) 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									
北米合計	67	14	0	+14	81	20	-	-	-
米国	49	9	0	+9	58	-	-	-	-
カナダ	18	5	0	+5	23	-	-	-	-
欧州合計	68	8	0	+8	76	8	-	-	-
英国	17	2	0	+2	19	-	-	-	-
フランス	25	3	0	+3	28	-	-	-	-
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	2	0	+2	3	-	-	-	-
ルクセンブルク	0	1	0	+1	1	-	-	-	-
ポーランド	0	0	0	0	0	-	-	-	-
ジーユー事業	463	37	24	+13	476	39	26	+13	476
グローバルブランド事業合計	681	44	73	▲29	652	44	103	▲59	622
セオリー事業 ※	436	31	21	+10	446	-	-	-	-
ブラステ事業	52	6	18	▲12	40	-	-	-	-
コントワー・デ・コトニ工事業 ※	108	3	26	▲23	85	-	-	-	-
プリンセス タム・タム事業 ※	85	4	8	▲4	81	-	-	-	-
総 合 計	3,578	244	199	+45	3,623	267	241	+26	3,604

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3四半期（9カ月平均）実績	137.5	143.7	164.5	19.7	10.3
2024年8月期 第3四半期（9カ月平均）実績	149.0	161.1	187.1	20.6	11.2
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	152.0	164.1	191.5	21.0	11.3

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3四半期末為替レート 実績	139.8	150.0	173.6	19.7	10.6
2024年8月期 第3四半期末為替レート 実績	156.8	169.7	199.5	21.6	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	156.8	169.7	199.5	21.6	11.4

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	
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
2024年8月期 第3四半期実績（9カ月累計）	106	377	55	13	270	822	1,515
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）	108	464	65	19	314	970	1,970