

2024年8月期 業績 および 2025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

CFOの岡崎です。

私から、2024年8月期の業績、および
2025年8月期の業績見通しについて、ご説明いたします。

I. 2024年8月期 決算概要	P 3	～	P 22
II. 2025年8月期 業績予想	P 23	～	P 31
III. 参考資料	P 32	～	P 35

【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、プラスステ事業、コントワー・デ・ゴトニエ事業、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 実績

業績予想を上回り、過去最高の業績を達成

・大幅な増収増益、7月に発表した業績予想に対して、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業の業績が好調で上回る

単位：億円	2023年8月期		2024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 (7/11)
売上収益	27,665	15,989	+9.0%	15,048	+15.8%	31,038	+12.2%	30,700
売上総利益 (売上比)	14,363 51.9%	8,452 52.9%	+14.0% +2.4p	8,278 55.0%	+19.1% +1.5p	16,730 53.9%	+16.5% +2.0p	-
販管費 (売上比)	10,543 38.1%	5,940 37.2%	+13.3% +1.5p	5,936 39.4%	+12.0% ▲1.4p	11,877 38.3%	+12.6% +0.2p	-
事業利益 (売上比)	3,819 13.8%	2,511 15.7%	+15.6% +0.9p	2,341 15.6%	+42.2% +2.9p	4,853 15.6%	+27.1% +1.8p	4,650 15.1%
その他収益・費用	▲9	59	+100.3%	96	-	155	-	100
営業利益 (売上比)	3,810 13.8%	2,570 16.1%	+16.7% +1.1p	2,438 16.2%	+51.6% +3.8p	5,009 16.1%	+31.4% +2.3p	4,750 15.5%
金融収益・費用	568	423	+313.4%	139	▲70.0%	562	▲0.9%	900
税引前利益 (売上比)	4,379 15.8%	2,993 18.7%	+29.9% +3.0p	2,578 17.1%	+24.3% +1.1p	5,572 18.0%	+27.2% +2.2p	5,650 18.4%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	2,962 10.7%	1,959 12.3%	+27.7% +1.8p	1,760 11.7%	+23.3% +0.7p	3,719 12.0%	+25.6% +1.3p	3,650 11.9%

2024年8月期の連結業績ですが、売上収益は3兆1,038億円、前期比12.2%増、営業利益は5,009億円、同31.4%増、親会社の所有者に帰属する当期利益は3,719億円、同25.6%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。

7月に発表した業績予想に対しては、国内ユニクロ事業、海外ユニクロ事業の業績が好調だったことで上回りました。

【連結】決算ハイライト

- ・2024年8月期は、初めて売上収益3兆円、営業利益5,000億円を突破
- ・収益の柱の多様化がさらに加速、グローバル全体で稼げる体制がより強固になる
- ・ユニクロの知名度がグローバルで高まる。各国・各地域で現地の顧客層が拡大、観光客の需要も取り込めたため、非常に好調な業績
- ・上期の利益が大きく、下期が少ない利益構造から、下期も稼げる体質に変革
- ・春夏の柱となる商品が拡充、シーズン末まで戦略的に売れ筋商品の在庫をもち、ニュースを継続的に発信。下期の商売をさらに拡大できた
- ・下期は利益が出にくかった欧米ユニクロ事業も、2桁の営業利益率を継続的に出せる収益構造になった

次に、通期の決算ハイライトをお伝えいたします。

2024年8月期は、初めて売上収益が3兆円、営業利益が5,000億円を突破いたしました。

今期は、収益の柱の多様化がさらに加速し、グローバル全体で稼げる体制がより強固になりました。ユニクロの知名度がグローバルで高まっていることで、各国・各地域で、現地の顧客層が拡大していることに加え、観光客の需要も取り込めたことで、非常に好調な業績となりました。

また、これまでの上期の利益が大きく、下期が少ないといった利益構造から、下期もしっかり稼げる体質に変革いたしました。

これは、春夏商売の柱となる商品が拡充したことに加え、シーズン末まで戦略的に売れ筋商品の在庫をもち、ニュースを継続的に発信したことで、下期の商売をさらに拡大できたためです。

特にこれまで下期は利益が出にくかった欧米のユニクロ事業でも、2桁の営業利益率を継続的に出せる収益構造になりました。

【連結】2024年8月期 営業利益

売上収益 2兆7,665億円 → 3兆1,038億円

	上期	下期	通期
連結	+1,316億円	+2,056億円	+3,372億円
国内UQ	▲100億円	+518億円	+418億円
海外UQ	+1,287億円	+1,459億円	+2,746億円
GU	+140億円	+99億円	+239億円
GB	▲8億円	▲20億円	▲28億円

為替影響

	上期	下期	通期
連結	+3.2%	+5.4%	+4.2%
USD	+5.8%	+12.0%	+8.3%
人民元	+2.9%	+8.8%	+4.8%
ユーロ	+11.6%	+11.2%	+12.1%
ウォン	+7.0%	+7.4%	+8.2%

売上総利益率（粗利益率） 51.9% → 53.9%

	上期	下期	通期
連結	+2.4p	+1.5p	+2.0p
国内UQ	+3.6p	+1.8p	+2.9p
海外UQ	+1.1p	+1.4p	+1.2p
GU	+2.2p	+1.5p	+1.8p

売上高販管費率（販管費比率） 38.1% → 38.3%

	上期	下期	通期
連結	+1.5p	▲1.4p	+0.2p
国内UQ	+1.3p	▲3.1p	▲0.5p
海外UQ	+0.7p	+0.9p	+0.8p
GU	+0.7p	▲0.6p	±0.0p

3兆1,038億円
+12.2%



2024年度
売上収益

1兆6,730億円
+16.5%



2024年度
売上総利益

1兆1,877億円
+12.6%



販管費

4,853億円
+27.1%



2024年度
事業利益

営業利益率 13.8% → 16.1%

	上期	下期	通期
連結	+1.1p	+3.8p	+2.3p
国内UQ	+2.3p	+4.8p	+3.5p
海外UQ	+0.9p	+0.6p	+0.8p
GU	+0.6p	+2.8p	+1.7p

155億円
その他収益・費用



5,009億円
+31.4%



2024年度
営業利益

次に、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3兆1,038億円、前期比3,372億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2,746億円、国内ユニクロ事業が同418億円の増収となったことによりです。

売上総利益率は53.9%と同2.0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です。

売上高販管費比率は38.3%と同0.2ポイントの若干の上昇となりました。

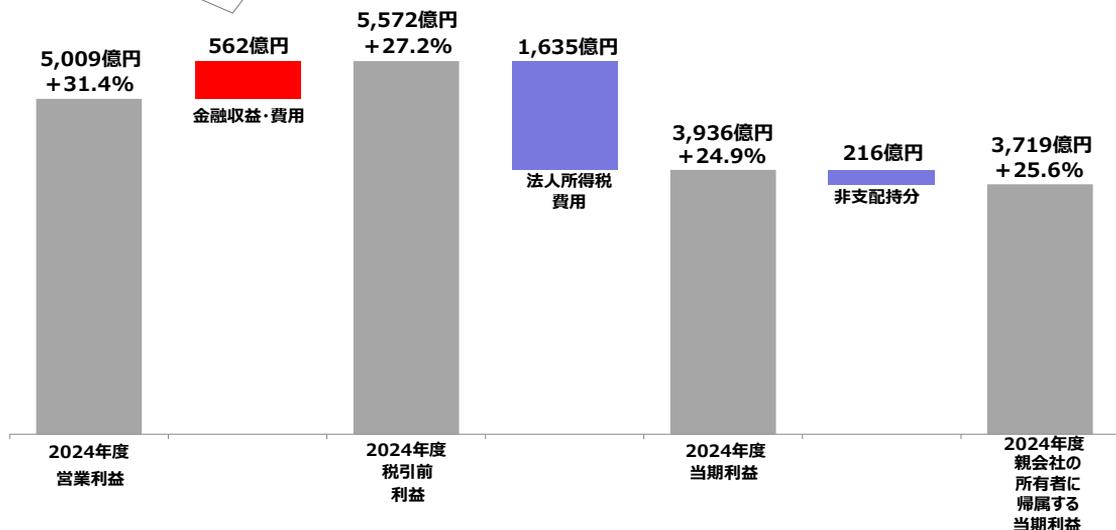
これは主に、グレーターチャイナのユニクロ事業が販売に苦戦し、販管費比率が上昇したためです。

その他収益・費用は、為替差益を中心にネットで155億円のプラスとなりました。

この結果、営業利益は5,009億円、同31.4%増、

営業利益率は16.1%、同2.3ポイントの大幅な改善となりました。

受取・支払利息：556億円
 為替差益：6億円
 ※期首為替レート：1 USD=146.2円
 8月末為替レート：1 USD=144.9円



金融収益・費用は、ネットで562億円のプラスとなりました。
 これは主に、利息がネットで556億円のプラスとなったことによります。

これらの結果、税引前利益は5,572億円、前期比27.2%増、
 親会社の所有者に帰属する当期利益は3,719億円、同25.6%増と大幅な増益となりました。

【セグメント別】2024年8月期 実績

単位：億円		2023年8月期		2024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	8,904	4,851	▲2.0%	4,471	+13.1%	9,322	+4.7%
	事業利益 (売上比)	1,167 13.1%	764 15.8%	+14.2% +2.3p	779 17.4%	+56.3% +4.8p	1,543 16.6%	+32.2% +3.5p
	その他収益・費用	10	8	+75.8%	5	▲8.5%	14	+29.3%
	営業利益 (売上比)	1,178 13.2%	772 15.9%	+14.7% +2.3p	785 17.6%	+55.6% +4.8p	1,558 16.7%	+32.2% +3.5p
海外ユニクロ事業	売上収益	14,371	8,839	+17.0%	8,278	+21.4%	17,118	+19.1%
	事業利益 (売上比)	2,251 15.7%	1,500 17.0%	+20.1% +0.5p	1,259 15.2%	+25.7% +0.5p	2,760 16.1%	+22.6% +0.4p
	その他収益・費用	18	8	-	65	+59.2%	73	+304.7%
	営業利益 (売上比)	2,269 15.8%	1,509 17.1%	+23.0% +0.9p	1,324 16.0%	+27.0% +0.7p	2,834 16.6%	+24.9% +0.8p
ジーユー事業	売上収益	2,952	1,595	+9.6%	1,595	+6.6%	3,191	+8.1%
	事業利益 (売上比)	248 8.4%	151 9.5%	+28.7% +1.4p	173 10.9%	+32.8% +2.2p	324 10.2%	+30.8% +1.8p
	その他収益・費用	13	1	▲85.0%	10	-	12	▲7.0%
	営業利益 (売上比)	261 8.9%	153 9.6%	+17.5% +0.6p	183 11.5%	+40.4% +2.8p	337 10.6%	+28.9% +1.7p
グローバル ブランド事業	売上収益	1,416	694	▲1.2%	694	▲2.8%	1,388	▲2.0%
	事業利益 (売上比)	5 0.4%	▲17 -	-	18 2.7%	+89.7% +1.3p	1 0.1%	▲76.2% ▲0.3p
	その他収益・費用	▲35	▲0	-	5	-	5	-
	営業利益 (売上比)	▲30 -	▲17 -	-	24 3.5%	-	6 0.5%	-

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】2024年8月期 実績

業績予想を大幅に上回り、過去最高の業績を更新

- ・ 1) 下期の販売が好調、2) 粗利益率の大幅な改善で、過去最高の業績を更新
- ・ 7月に発表した業績予想に対しては、大幅に上回る

単位：億円	2023年8月期	2024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	8,904	4,851	▲2.0%	4,471	+13.1%	9,322	+4.7%
売上総利益 (売上比)	4,261 47.9%	2,390 49.3%	+5.7% +3.6p	2,341 52.4%	+17.1% +1.8p	4,732 50.8%	+11.1% +2.9p
販管費 (売上比)	3,093 34.7%	1,626 33.5%	+2.1% +1.3p	1,561 34.9%	+4.1% ▲3.1p	3,188 34.2%	+3.1% ▲0.5p
事業利益 (売上比)	1,167 13.1%	764 15.8%	+14.2% +2.3p	779 17.4%	+56.3% +4.8p	1,543 16.6%	+32.2% +3.5p
その他収益・費用	10	8	+75.8%	5	▲8.5%	14	+29.3%
営業利益 (売上比)	1,178 13.2%	772 15.9%	+14.7% +2.3p	785 17.6%	+55.6% +4.8p	1,558 16.7%	+32.2% +3.5p

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9,322億円、前期比4.7%増、

営業利益は1,558億円、同32.2%増と、増収、大幅な増益となりました。

下期の販売が好調だったことに加え、粗利益率が大幅に改善したことで、

過去最高の業績を更新いたしました。

【国内ユニクロ事業】売上収益

既存店売上高：+3.2%

- ・下期の既存店売上高：+11.7%
1) 気温が高かったこと、2) シーズン未まで夏物コア商品の在庫を戦略的にもち、マーケティングを強化
- ・上期の既存店売上高：▲3.4%
暖冬により冬物商品の販売に苦戦
- ・世界中でユニクロの知名度が拡大、国内のインバウンド販売も好調。
下期の売上全体に占める免税売上の比率は約8%、約2倍に拡大
- ・通期 E C 売上高：1,369億円、+2.3%。売上構成比14.7%



▲2024年8月期、グローバルで店舗当たり売上No. 1となったユニクロ 銀座店

既存店 前年比	2024年8月期											下期	通期
	上期	3月	4月	5月	3Q(3カ月)	9ヶ月累計	6月	7月	8月	4Q(3カ月)			
売上高	▲3.4%	▲1.5%	+18.9%	+8.4%	+9.0%	+0.3%	+14.9%	+8.1%	+25.3%	+15.0%	+11.7%	+3.2%	
客数	▲5.0%	▲7.7%	+6.8%	+0.2%	+0.2%	▲3.4%	+8.1%	+1.1%	+18.4%	+8.3%	+4.1%	▲0.8%	
客単価	+1.8%	+6.7%	+11.3%	+8.2%	+8.9%	+3.9%	+6.3%	+6.8%	+5.8%	+6.2%	+7.3%	+4.1%	

国内ユニクロ事業の通期の既存店売上高は、3.2%増収となりました。

特に下期は、気温が高かったことに加え、シーズン未まで夏物コア商品の在庫を戦略的にもち、マーケティングを強化したことで、既存店売上高は11.7%の大幅な増収となりました。

また、世界中でユニクロの知名度が拡大していることで、国内ユニクロ事業におけるインバウンド販売も好調でした。

【国内ユニクロ事業】粗利益率、販管費比率

粗利益率：50.8%、+2.9 p改善

・上期：+3.6 p改善

売上動向に応じた発注のSTOP&GOの徹底で、追加生産に使用するスポット為替レートの影響の低減し、原価率が改善

・下期：+1.8 p改善

在庫処分のための値引き販売が減少したことによる。下期の原価率はほぼ前年並み

・4 Q 3カ月間：▲0.9 p低下

夏物商品の追加生産を戦略的に行ったことで、スポット為替レートの影響を受け、原価率が上昇

粗利益率	2023年8月期	2024年8月期	
	実績	実績	前年同期比
通期	47.9%	50.8%	+2.9p
上期	45.7%	49.3%	+3.6p
下期	50.6%	52.4%	+1.8p
3 Q	50.4%	54.5%	+4.1p
4 Q	50.8%	49.9%	▲0.9p

販管費比率：34.2%、▲0.5 p改善

・増収となったことで、特に、人件費比率、広告宣伝費比率が低下

・人件費：一人当たりの報酬の継続的な上昇も、店舗運営の効率化で、一人当たり売上高も大幅に改善、人件費比率も改善

広告宣伝費：効果的な施策に絞り、マーケティングを実施、金額ベースでも前期比で減少

国内ユニクロ事業の通期の粗利益率は50.8%と、前期比2.9ポイント改善いたしました。

上期の粗利益率は、前年同期比3.6ポイント改善いたしました。

これは、売上動向に応じた発注のSTOP&GOを徹底したことで、追加生産に使用するスポット為替レートの影響が低減し、原価率が改善したためです。

下期の粗利益率は、前年同期比1.8ポイント改善いたしました。

これは主に、在庫処分のための値引き販売が減少したことによります。

下期の原価率はほぼ前年並みとなっております。

通期の販管費比率は34.2%と、前期比0.5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、広告宣伝費比率が低下いたしました。

人件費に関しては、一人当たりの報酬が継続的に上昇している一方で、店舗運営の効率化により、

一人当たり売上高も前期比で大幅に改善し、人件費比率も改善いたしました。

広告宣伝費に関しては、効果的な施策に絞り、マーケティングを行った結果、

金額ベースでも前期比で減少いたしました。

【海外ユニクロ事業】2024年8月期 実績

大幅な増収増益。業績予想を上回り、過去最高の業績

- ・特に、欧州、北米、東南アジア・インド・豪州地区は、大幅な増収増益
- ・グローバルでLifeWearに対するお客様の支持がさらに高まり、好調な業績が続く
- ・移転価格に関する事前確認(APA : Advance Pricing Arrangement)が、一部の国の税務当局との間で合意。一部の事業でロイヤリティ料率が引き上がり、販管費比率が0.3ポイント上昇。
- グループ全体では、内部取引として相殺されるため、連結全体の業績に影響はなし

単位：億円	2023年8月期		2024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	14,371	8,839	+17.0%	8,278	+21.4%	17,118	+19.1%
売上総利益	7,868	4,868	+19.5%	4,718	+24.4%	9,586	+21.8%
(売上比)	54.8%	55.1%	+1.1p	57.0%	+1.4p	56.0%	+1.2p
販管費	5,616	3,367	+19.2%	3,459	+23.9%	6,826	+21.5%
(売上比)	39.1%	38.1%	+0.7p	41.8%	+0.9p	39.9%	+0.8p
事業利益	2,251	1,500	+20.1%	1,259	+25.7%	2,760	+22.6%
(売上比)	15.7%	17.0%	+0.5p	15.2%	+0.5p	16.1%	+0.4p
その他収益・費用	18	8	-	65	+59.2%	73	+304.7%
営業利益	2,269	1,509	+23.0%	1,324	+27.0%	2,834	+24.9%
(売上比)	15.8%	17.1%	+0.9p	16.0%	+0.7p	16.6%	+0.8p

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1兆7,118億円、前期比19.1%増、営業利益は2,834億円、同24.9%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。

営業利益率は16.6%と、同0.8ポイント改善しております。7月に発表した業績予想を上回りました。

特に、欧州、北米、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、グローバルでLifeWearに対するお客様の支持がさらに高まり、好調な業績が続いております。

なお、海外ユニクロ事業では、2024年8月期に、移転価格に関する事前確認が、一部の国の税務当局との間で合意したことで、一部の事業でロイヤリティ料率が引き上がりました。これに伴い、海外ユニクロ事業では販管費比率が0.3ポイント上昇いたしました。ただし、グループ全体では、内部取引として相殺されるため、連結全体の業績に影響はありません。

すべての地域で営業利益率は15%以上

地域別 売上収益・営業利益

単位：億円	グレートチャイナ		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	6,770	+9.2%	5,405	+20.2%	2,177	+32.8%	2,765	+44.5%
営業利益 (売上比)	1,048 15.5%	+0.5% ▲1.3p	976 18.1%	+24.8% +0.7p	348 16.0%	+65.1% +3.1p	465 16.8%	+70.1% +2.5p

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です。

北米、欧州の営業利益率が大幅に改善したことで、すべての地域で営業利益率は15%以上の水準となっております。

地域別の詳細は、次のスライドより、ご説明いたします。

【海外ユニクロ事業】地域別（1）

グレーターチャイナ：増収、若干の増益

・売上収益は6,770億円、+9.2%、営業利益は1,048億円、+0.5%と、増収、若干の増益

【中国大陸市場】現地通貨ベースで通期は増収、減益

・上期は、販売が好調も、下期は減収、大幅な減益と苦戦

・9月の既存店売上高は、天候不順の影響を受け、一部の地域の販売に苦戦し、減収。ただし足元では、国慶節に入り、カジュアルアウター、フランネルシャツ、スウェットなどを中心に、販売が好調。既存店売上高は前年を上回って推移

・地域のお客ニーズに合わせた商品構成の構築、店舗のスクラップ&ビルド、ブランディング強化など、構造改革を着実に進める

【香港市場】現地通貨ベースで通期は増収、減益

・上期は、冬物コア商品の販売が好調で増収増益も、下期は、天候不順や、消費意欲の伸び悩みの影響を受け、販売に苦戦し、減収、大幅な減益

【台湾市場】現地通貨ベースで通期は増収増益

・特に下期は、夏物コア商品の情報発信を店舗やSNSで強化したことで、好調な販売

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、6,770億円、前期比9.2%増、
営業利益は、1,048億円、同0.5%増と、増収、若干の増益となりました。

現地通貨ベースの地域別の状況ですが、中国大陸は、通期は増収、減益となりました。
上期は、販売が好調だった一方で、下期は減収、大幅な減益と苦戦いたしました。

9月の既存店売上高は、天候不順の影響を受け、一部の地域の販売に苦戦し、減収となりました。
ただし足元では、国慶節に入り、カジュアルアウター、フランネルシャツ、
スウェットなどを中心に販売が好調で、既存店売上高は前年を上回って推移しております。

地域のお客ニーズに合わせた商品構成の構築、店舗のスクラップ&ビルド、
ブランディングの強化など、構造改革を着実に進めていきます。

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5,405億円、+20.2%、営業利益は976億円、+24.8%と、大幅な増収増益

【韓国】現地通貨ベースで増収増益

・特に下期は、情報発信を強化したことに加え、暑い夏に備え、戦略的に在庫をもって商売をしたことで、既存店売上高は増収と好調

【東南アジア・インド・豪州地区】現地通貨ベースで大幅な増収増益

・通期の既存店売上高は増収。上期は、ヒートテックやフリースなど、冬物商品の販売が好調だったことに加え、下期は、夏物商品の在庫を戦略的にもち、情報発信を強化、ブラトップやU Vカットパーカ、ラウンジパンツなどの販売が好調

・地域別では、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム、インド、豪州は増収増益と好調

・シンガポールは減収、大幅な減益。衣料品への消費意欲が低下していることに加え、お客様の需要を喚起するためのマーケティングが十分でなかったことで、売上が伸び悩む。減収となったことや、競争力のある給与水準に見直したことなどで販管費比率が上昇し、大幅な減益

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、5,405億円、前期比20.2%増、営業利益は、976億円、同24.8%増と、大幅な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は、大幅な増収増益となりました。

通期の既存店売上高は増収となりました。

上期は、ヒートテックやフリースなど、冬物商品の販売が好調だったことに加え、下期は、夏物商品の在庫を戦略的にもち、情報発信を強化したことで、ブラトップやU Vカットパーカ、ラウンジパンツなどの販売が好調でした。

地域別では、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム、インド、オーストラリアは増収増益と、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が低下していることに加え、お客様の需要を喚起するためのマーケティングが十分でなかったことで、売上が伸び悩みました。

【海外ユニクロ事業】地域別（3）

北米：大幅な増収増益

- ・売上収益2,177億円、+32.8%、営業利益は348億円、+65.1%と大幅な増収増益
- ・営業利益率は、+3.1 p改善。粗利益率が改善したことで、事業利益率が+2.4 p改善したことに加え、業績の回復に伴い過去に計上した店舗の減損損失の戻入益を計上したため

【米国】大幅な増収増益

- ・継続的に商品の情報発信を行ったことで、プラトップ、リネンシャツ、ワイドパンツなどの販売が好調となり、既存店売上高は大幅な増収
- ・米国のお客様の声を起点にした商品開発も着実に進んでおり、ウォッシュブルニットリブパンツやスポーツユティリティーウェアなどの商品がグローバルで好調な販売
- ・粗利益率が改善したことで、営業利益率は大幅に上昇

【カナダ】大幅な増収増益

- ・コア商品を中心に情報発信を強化したことで、既存店売上高は大幅な増収
- ・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



ユニクロ ニューヨーク5番街店（グローバル旗艦店）

北米の売上収益は、2,177億円、前期比32.8%増、営業利益は348億円、同65.1%増と大幅な増収増益となりました。

米国、カナダともに大幅な増収増益と好調でした。

営業利益率は、3.1ポイント改善いたしました。これは、粗利益率が改善したことで、事業利益率が2.4ポイント改善したことに加え、業績の回復に伴い過去に計上した店舗の減損損失の戻入益を計上したためです。

米国は、継続的に商品の情報発信を行ったことで、

プラトップ、リネンシャツ、ワイドパンツなどの販売が好調となり、既存店売上高は大幅な増収となりました。

また、米国のお客様の声を起点にした商品開発も着実に進んでおり、ウォッシュブルニットリブパンツやスポーツユティリティーウェアなどの商品がグローバルで好調な販売となりました。

【海外ユニクロ事業】地域別（４）

欧州：大幅な増収増益

- ・売上収益2,765億円、+44.5%、営業利益は465億円、+70.1%と、大幅な増収増益
- ・営業利益率は16.8%と、+2.5 p改善。粗利益率が改善したことで、事業利益率が+2.1 p改善したことに加え、過去に計上した店舗の減損損失の戻入益を計上したため
- ・欧州は、新店の販売が非常に好調だったことに加え、既存店売上高も2桁の大幅増収
- ・地元の顧客層が拡大しているだけでなく、ユニクロの知名度がグローバルで上昇していることで、世界各地からの観光客需要も取り込むことができ、旗艦店を中心に販売が非常に好調
- ・特に、カシミヤ、ヒートテック、ブラトップ、ラウンジパンツなどのベーシックな商品を中心に販売が好調で、ユニクロの機能性や品質、デザインに対する支持が高まっていることを実感
- ・大幅な増収となったことに加え、粗利益率が改善したことで、営業利益率も大幅に上昇

9月19日にロンドンにオープンした「UNIQLO Coal Drops Yard」ロンドン中心部の主要駅キングス・クロス駅の近隣にある大規模再開発エリア「Coal Drops Yard」に出店。ロンドンだけでなく、欧州各地からお客様が訪れています。



欧州は、売上収益2,765億円、前期比44.5%増、営業利益は465億円、同70.1%増と、大幅な増収増益となりました。

営業利益率は16.8%と、同2.5ポイント改善いたしました。これは、粗利益率が改善したことで、事業利益率が2.1ポイント改善したことに加え、過去に計上した店舗の減損損失の戻入益を計上したためです。

欧州は、新店の販売が非常に好調だったことに加え、既存店売上高も2桁の大幅増収となりました。地元の顧客層が拡大しているだけでなく、ユニクロの知名度がグローバルで上昇していることで、世界各地からの観光客需要も取り込むことができ、旗艦店を中心に販売が非常に好調でした。

【ジーユー事業】2024年8月期 実績

増収、大幅な増益。ほぼ業績予想通り

- ・ヘビーウェイトスウェットやスウェット、バレルレグジーンズなど、グローバルのマストトレンドを捉えた商品の販売が好調で、既存店売上高は増収
- ・インバウンド販売も好調で、売上を押し上げる
- ・原価改善の取り組みにより、粗利益率が改善し、営業利益は大幅な増益
- ・E C売上高は約8%の増収、売上構成比は約12%

単位：億円	2023年8月期		2024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	2,952	1,595	+9.6%	1,595	+6.6%	3,191	+8.1%
売上総利益 (売上比)	1,392 47.2%	774 48.5%	+14.8% +2.2p	790 49.5%	+10.1% +1.5p	1,564 49.0%	+12.3% +1.8p
販管費 (売上比)	1,144 38.8%	622 39.0%	+11.8% +0.7p	616 38.6%	+5.0% ▲0.6p	1,239 38.8%	+8.3% -
事業利益 (売上比)	248 8.4%	151 9.5%	+28.7% +1.4p	173 10.9%	+32.8% +2.2p	324 10.2%	+30.8% +1.8p
その他収益・費用	13	1	▲85.0%	10	-	12	▲7.0%
営業利益 (売上比)	261 8.9%	153 9.6%	+17.5% +0.6p	183 11.5%	+40.4% +2.8p	337 10.6%	+28.9% +1.7p

次に、ジーユー事業の通期の売上収益は3,191億円、前期比8.1%増、営業利益は337億円、同28.9%増と、増収、大幅な増益となりました。

ヘビーウェイトスウェットやスウェット、バレルレグジーンズなど、グローバルのマストトレンドを捉えた商品の販売が好調で、既存店売上高は増収となりました。また、インバウンド販売も好調で、売上を押し上げました。

【ジーユー事業】米国に海外初の旗艦店、オンラインストアを出店



米国のユニクロと連携し、店舗やSNSでの積極的な情報発信が集客に寄与し、オープン当日は、開店前から多くのお客様にお並びいただき盛況。商品のデザインや品質、価格のバランスの良さや丁寧な接客が米国のお客様にご好評で、オープン以降の売上は計画を上回る好調な滑り出しです。

ジーユーは、9月19日に、米国にブランド初となる海外の旗艦店「ジーユー ソーホー ニューヨーク店」と、オンラインストアをオープンいたしました。

米国のユニクロと連携して、店舗やSNSで積極的な情報発信を行ったことが集客に寄与し、オープン当日は、開店前から多くのお客様にお並びいただくほどの盛況となりました。また、商品のデザインや品質、価格のバランスの良さや丁寧な接客が、米国のお客様にご好評となり、オープン以降の売上は計画を上回る好調な滑り出しとなっております。

【グローバルブランド事業】2024年8月期 実績

減収、事業利益は大幅減益。業績予想を下回る

- ・プラステ事業とコントワー・デ・コトニエ事業で事業構造改革により店舗数が減少したこと、セオリー事業が米国、中国大陸を中心に販売に苦戦したことで減収、大幅な減益
- ・前期に閉店に伴う減損損失が発生していたことにより営業利益は6億円と黒字化

【セオリー事業】増収、大幅な減益。円ベースでの売上収益は増収も、現地通貨ベースでは減収。

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や、商品の新しさが不足していたことで米国事業の販売が伸び悩んだこと、中国大陸市場で消費意欲の低下により、アジア事業でも販売に苦戦

【プラステ事業】大幅な減収、営業利益は黒字化。店舗数が前年から減少、大幅な減収も、業態転換を進めた都心の店舗を中心に好調な販売、既存店売上高は増収。シーズンを通して値引き販売に頼らない商売に転換しつつあり、粗利益率は大幅に改善し、営業利益は黒字化

【コントワー・デ・コトニエ事業】大幅な減収、赤字幅は縮小。店舗数が前年から減少したことで、大幅な減収も、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		2023年8月期			2024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	1,416	694	▲1.2%	694	▲2.8%	1,388	▲2.0%
	事業利益	5	▲17	-	18	+89.7%	1	▲76.2%
	(売上比)	0.4%	-	-	2.7%	+1.3p	0.1%	▲0.3p
	その他収益・費用	▲35	▲0	-	5	-	5	-
	営業利益	▲30	▲17	-	24	-	6	-
	(売上比)	-	-	-	3.5%	-	0.5%	-

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1,388億円、前期比2.0%減、事業利益は1億円、同76.2%減と、業績予想を下回る結果となりました。

プラステ事業とコントワー・デ・コトニエ事業で事業構造改革により店舗数が減少したこと、

セオリー事業が米国、中国大陸を中心に販売に苦戦したことで減収、大幅な減益となりました。

営業利益は6億円と黒字化いたしました。これは前期に閉店に伴う減損損失が発生していたことによります。

【連結】2024年8月末 B/S

単位：億円	2023年8月期末	2024年8月期末	増 減
資産合計	33,036	35,875	+2,838
流動資産	21,766	23,632	+1,865
非流動資産	11,269	12,242	+972
負債合計	14,303	15,193	+889
資本合計	18,733	20,682	+1,948

次に、2024年8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3兆5,875億円、前期末比2,838億円増加、
負債合計は1兆5,193億円、同889億円増加、
資本合計は2兆682億円、同1,948億円増加いたしました。

資産の主な増減は、次のスライドでご説明いたします。

【連結】B/Sのポイント（前期末比）

資産合計：+2,838億円（3兆3,036億円→3兆5,875億円）

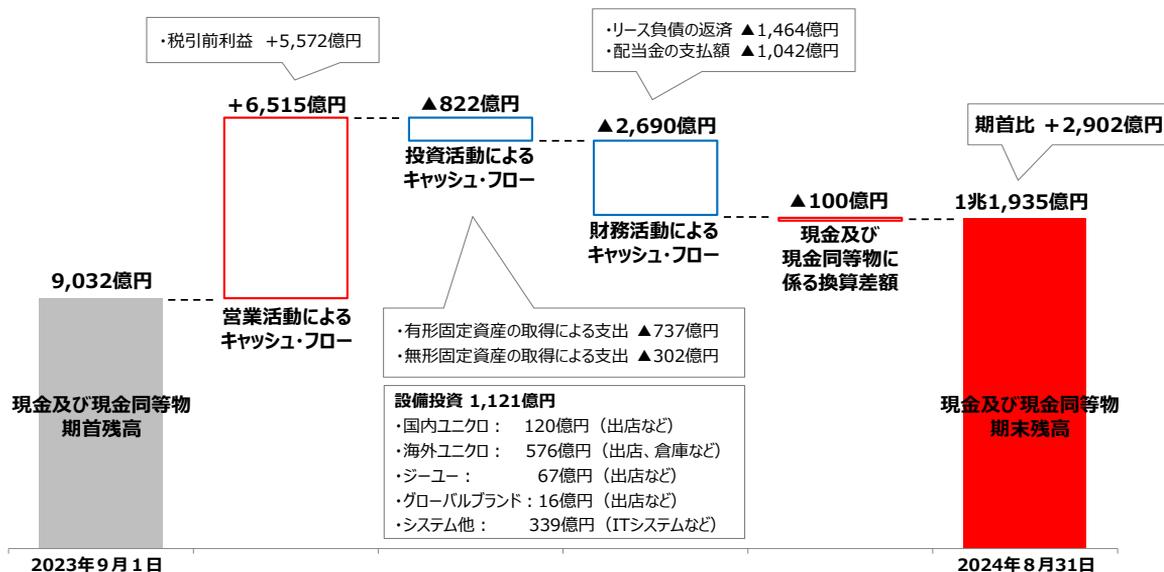
- ・現金及び現金同等物：+2,902億円（9,032億円⇒1兆1,935億円）
主にユニクロ事業を中心に営業キャッシュ・フローの増加による
- ・棚卸資産：+252億円（4,492億円⇒4,744億円）
 - ✓ 海外UQ：+218億円。主に、業績の拡大や店舗数の増加に伴い、欧米で棚卸資産が増加
グレーターチャイナは、販売に苦戦も、売上に応じた機動的な発注コントロールで棚卸資産は若干減少
 - ✓ 国内UQ：+49億円。戦略的に夏物商品を増産し、8月末の棚卸資産は増加
 - ✓ GU：+14億円
 - ✓ グローバルブランド：▲28億円
- ・有形固定資産・使用権資産：+513億円（6,110億円⇒6,624億円）
新規出店の増加、自動化倉庫の投資による
- ・デリバティブ金融資産（短期・長期）：▲675億円（2,462億円⇒1,786億円）
保有する為替予約の平均レートと8月末の為替レートの乖離幅が縮小したため。
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

資産合計が前期末比2,838億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1兆1,935億円、同2,902億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です。

棚卸資産は、同252億円増加いたしました。
海外ユニクロ事業は同218億円増加いたしました。
これは主に、業績の拡大や店舗数の増加に伴い、欧米で棚卸資産が増加したためです。
なお、グレーターチャイナは、販売に苦戦したものの、売上に応じて機動的に発注をコントロールしたことで棚卸資産は若干減少しております。

【連結】2024年8月期 キャッシュ・フロー



※IFRS16号の適用により、営業活動によるキャッシュ・フローの収入が約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、
営業活動によるキャッシュ・フローが6,515億円の収入、
投資活動によるキャッシュ・フローが822億円の支出、
財務活動によるキャッシュ・フローが2,690億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、2,902億円増加し、
1兆1,935億円となっております。

【連結】2025年8月期予想 通期業績

増収増益、過去最高の業績を見込む

・売上収益は3兆4,000億円、+9.5%、事業利益は5,300億円、+9.2%、営業利益は5,300億円、+5.8%、
8月末の為替レート1ドル144.9円、1人民元20.4円を前提とする

単位：億円	2024年8月期		2025年8月期		前期比	
	通期実績	通期予想 (10/10時点)	通期予想 (10/10時点)	前期比		
売上収益	31,038	34,000	34,000	+9.5%	+9.5%	為替影響を除くと約10.9%増 ※
事業利益 (売上比)	4,853 15.6%	5,300 15.6%	5,300 15.6%	+9.2%	+9.2%	為替影響を除くと約10.8%増 ※
その他収益・費用	155	0	0	-	-	
営業利益 (売上比)	5,009 16.1%	5,300 15.6%	5,300 15.6%	+5.8%	+5.8%	▲0.5p 為替影響を除くと約7.6%増 ※
金融収益・費用	562	550	550	▲2.3%	▲2.3%	・利息が前期と同程度発生することを見込む
税引前利益 (売上比)	5,572 18.0%	5,850 17.2%	5,850 17.2%	+5.0%	+5.0%	▲0.8p
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	3,719 12.0%	3,850 11.3%	3,850 11.3%	+3.5%	+3.5%	▲0.7p ・為替差損益は、 期初の為替レート 1ドル144.9円を前提に、 現時点では見込まず

※ 為替影響を除く伸び率の計算は、2025年8月期の業績予想を、2024年8月期の連結決算取込実績為替レート（1ドル：150.9円、1人民元：20.8円。P.34参照）で換算して計算

次に、2025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3兆4,000億円、前期比9.5%増、
事業利益は5,300億円、同9.2%増、
営業利益は5,300億円、同5.8%増を見込んでおります。

海外事業の業績予想における為替レートは、
8月末の為替レート1ドル144.9円、1人民元20.4円を前提としております。
為替レートの影響を除いた現地通貨ベースでは、売上収益は約10.9%増、事業利益は約10.8%増と、
大幅な増収増益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3,850億円、同3.5%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。

2025年8月期 事業方針（1）

**持続的な事業成長を実現し、真のグローバル企業になるために、
引き続き、あらゆる面で質的進化を進める**

- 1. 人材への投資の強化**
- 2. 情報製造小売業の進化**
- 3. グローバル化の加速**
- 4. グループブランドの拡大**
- 5. 事業拡大がサステナビリティにつながるビジネスモデルの構築**

2025年8月期は、持続的な事業成長を実現し、真のグローバル企業になるために、引き続き、あらゆる面で質的進化を進めていく1年です、スライドに掲げている5つの重点課題への取り組みをさらに推進していきます。

1. 人材への投資の強化

- ・会社の最重要課題として、取り組みを一段と加速
- ・グローバルに採用を積極的に行くと同時に、高い基準や理想をもって自ら考え、実行できる経営者マインドをもった社員の育成に注力、少数精鋭の組織を実現
- ・多様な社員が活躍できる環境、成長機会を提供し、公正な評価と高い報酬で報いる

2. 情報製造小売業の進化

- ・お客様のライフスタイルの変化を捉えた商品づくりの強化、数量計画の精度の向上
需要に合わせ、売りながらつくる機動的な生産・販売をより高い水準で実行
- ・数字に根差した働き方を徹底し、個店単位、SKU単位での経営を強化

1つ目に、人材への投資の強化です。

会社の最重要課題として、取り組みを一段と加速していきます。
グローバルに採用を積極的に行くと同時に、高い基準や理想をもって自ら考え、
実行できる経営者マインドをもった社員の育成に注力し、少数精鋭の組織を実現していきます。
そのために、多様な社員が活躍できる環境、成長機会を提供し、
公正な評価と高い報酬で報いていきます。

2つ目に、情報製造小売業の進化です。

お客様のライフスタイルの変化を捉えた商品づくりの強化、数量計画の精度の向上、
需要に合わせ、売りながらつくる機動的な生産、販売を、
より高い水準で、実行していきます。

さらに、数字に根差した働き方を徹底し、個店単位、SKU単位での経営を強化していきます。

3. グローバル化の加速

- ・グローバルで質の高い店舗の出店を継続していくことで、LifeWearのブランディングを強化
- ・各事業で、店舗運営の基本の徹底、商品構成の確立、ローカル人材の育成を進め、事業基盤をより強固なものにする
- ・グローバルヘッドクォーターは、常に各国・各地域とつながり、現場、現物、現実に根差した課題発見、解決、意思決定を行う。日本中心でなく、グローバル視点で現場で経営を推進

3つ目に、グローバル化の加速です。

グローバルで質の高い店舗の出店を継続していくことで、LifeWearのブランディングを強化いたします。

また、各事業で、店舗運営の基本の徹底、商品構成の確立、ローカル人材の育成を進め、事業基盤をより強固なものにしていきます。

グローバルヘッドクォーターは、常に各国・各地域とつながり、現場、現物、現実に根差した課題発見、解決、意思決定を行うと同時に、日本中心ではなく、グローバル視点で現場で経営を推進いたします。

以上の3つの点は、後ほど、塚越より具体的にご説明いたします。

4. グループブランドの拡大

- ・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

5. 事業拡大がサステナビリティにつながるビジネスモデルの構築

- ・LifeWearのコンセプトをもとに、長くご愛用いただける服づくりを進めると同時に、循環型のビジネスモデルの構築を加速
- ・2030年目標の達成に向けて、温室効果ガスの削減、トレーサビリティの確立、多様性の推進、社会貢献活動など、着実の取り組みを進める
- ・具体的な取り組みは、毎年行っているサステナビリティ説明会でご説明

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

最後に、事業拡大がサステナビリティにつながるビジネスモデルの構築をめざします。
具体的な取り組みは、毎年行っているサステナビリティ説明会でご説明いたします。

海外ユニクロ事業：上期、下期、通期ともに、大幅な増収増益

- ・地域別のご説明は、現地通貨ベース。業績予想における為替レートは、前期より円高の前提、円ベースでも同様のトレンド
- ・グレーターチャイナは、それぞれの事業で、上期、下期、通期ともに増収増益、営業利益率は若干改善する見込み
 - ✓ 中国大陸事業は打ち出しを強化している秋冬商品の販売が好調なため、在庫を十分にもち、売上を最大化。ECは継続的に2桁増収と好調なため、店舗とECの連動の強化、ライブコマースや新しい販売チャネルの拡大を図り、通期の既存店売上高は増収を見込む
 - ✓ 店舗のスクラップ&ビルド、ブランディングの強化、個店のニーズに合った商品構成への対応を進め、事業の質的転換を図る
- ・韓国は、上期、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・豪州地区は、上期、下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想
 - ✓ 営業利益率は現在の高い水準を維持する見込み
 - ✓ 継続的な売上拡大を図りながら、将来の成長加速に向けて、人材育成を再優先課題として取り組む。常夏の気候に合った商品構成の確立など、経営基盤の強化をさらに進める
- ・北米、欧州は上期、下期、通期ともに大幅な増収増益となる見込み
 - ✓ 既存店、ECの売上拡大と同時に、旗艦店、大型店の出店を加速することで、高成長をめざす
 - ✓ 事業利益率は、前期と同水準を見込む。営業利益率は、前期に発生した為替差益や減損損失の戻入益を見込んでいないため、若干低下する予想。欧米ともに15%以上の営業利益率を維持できる計画

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、大幅な増収増益となる見込みです。

グレーターチャイナは、それぞれの事業で上期、下期、通期ともに増収増益、営業利益率は若干改善する見込みです。

中国大陸事業は打ち出しを強化している秋冬商品の販売が好調なため、在庫を十分にもち、売上を最大化していくと同時に、ECは継続的に2桁増収と好調なため、店舗とECの連動の強化、ライブコマースや新しい販売チャネルの拡大を図っていくことで、通期の既存店売上高は増収を見込んでおります。

また、事業の質的転換を図るために、店舗のスクラップ&ビルド、ブランディングの強化、個店のニーズに合った商品構成をよりきめ細やかに対応するなど、改革を推進していきます。

韓国は、上期、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は、上期、下期、通期ともに大幅な増収増益となる予想です。

営業利益率は現在の高い水準を維持する見込みです。

継続的な売上拡大を図りながら、将来の成長加速に向けて、人材育成を再優先課題として取り組みます。

また、常夏の気候に合った商品構成の確立など、経営基盤の強化をさらに進めます。

北米、欧州は上期、下期、通期ともに大幅な増収増益となる見込みです。

既存店、ECの売上拡大と同時に、旗艦店、大型店の出店を加速することで、高成長をめざします。

事業利益率は、前期と同水準を見込んでおりますが、

営業利益率は、前期に発生した為替差益や減損損失の戻入益を見込んでいないため、若干低下する予想です。

なお、欧米ともに15%以上の営業利益率を維持できる計画です。

国内ユニクロ事業：上期、下期、通期ともに若干の増収増益の見込み

- ・前期は下期を中心に大変好調な販売となり、業績のハードルは高いが、商品力、マーケティング、個店経営の強化を図り、通期の既存店売上高は若干の増収を見込む
- ・通期の粗利益率は、値引率の抑制により若干改善することを見込む
- ・販管費比率は、報酬の引き上げ、物流への投資により、人件費比率、物流費比率を中心に若干上昇する予想。生産性を向上し、少数精鋭で成果を出していくために、投資を先行して行っているため、中期的には販管費比率は改善させる計画
- ・通期の営業利益率は前期比で横ばいの予想

ジーユー事業：上期、下期、通期ともに増収増益となる見込み

- ・「ファッションと低価格」というジーユー独自のブランド価値を商品、マーケティングを通して、さらに訴求していくことで、グローバルブランドとしてのブランドポジションの確立をめざす
- ・各地域の商品構成の確立、数量計画の精度の向上、機動的な追加生産の対応、人材育成も、まだ改善途上であるため、取り組みを強化。グローバル展開の加速に向けた、経営基盤の強化を図る

次に、国内ユニクロ事業ですが、上期、下期、通期ともに若干の増収増益となる見込みです。

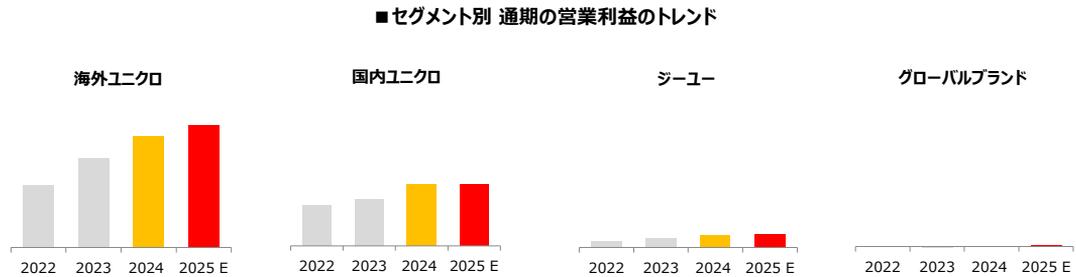
前期は下期を中心に大変好調な販売となり、業績のハードルは高いですが、商品力、マーケティング、個店経営の強化を図り、通期の既存店売上高は若干の増収を見込んでおります。

通期の粗利益率は、値引率の抑制により若干改善することを見込んでおります。販管費比率は、報酬を引き上げていくことに加え、物流への投資を進めていることで、人件費比率、物流費比率を中心に若干上昇する予想です。これは、生産性を向上し、少数精鋭で成果を出していくために、投資を先行して行っているため、中期的には販管費比率は改善させる計画です。この結果、通期の営業利益率は前期比で横ばいとなる予想です。

ジーユー事業は、上期、下期、通期ともに増収増益となる見込みです。今期は、「ファッションと低価格」というジーユー独自のブランド価値を商品、マーケティングを通して、さらに訴求していくことで、グローバルブランドとしてのブランドポジションの確立をめざします。

グローバルブランド事業：上期、下期、通期ともに増収増益となる見込み

- ・セオリー事業は増収増益を見込む。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、経費削減の徹底、人材育成の強化を図る
- ・プラステ事業は大幅な増収増益を見込む。商品の完成度をさらに高め、ブランディングも強化
- ・コントワー・デ・コトニエ事業は、増収、営業利益は黒字化をめざす。お買い求めやすい価格帯へ見直した商品は販売が好調。新しいブランドコンセプトがお客様にまだ十分に浸透していないため、都心店舗の刷新、店舗サービスの向上、ブランドアンバサダーの活用など、ブランディングの強化を図る



グローバルブランド事業は、上期、下期、通期ともに、増収増益となる見込みです。すべての事業で、事業構造改革を推進することで、増収増益と業績を回復させる計画です。

2025年8月期 配当金

2024年8月期 年間配当金400円を予想
2025年8月期 年間配当金450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 ※1	175.0円	225.0円	400.0円
2025年8月期 (10/10 予想) ※2	225.0円	225.0円	450.0円
前期比	+50.0円	±0円	+50.0円

※1 2024年8月期の期末配当金は、2024年11月7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、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。

2024年8月期の期末配当金は、7月に発表した1株当たり225円を見込んでおります。
この結果、年間配当金は400円、前期比で110円の増配となる見込みです。

2025年8月期の配当金は、中間配当金225円、期末配当金225円、
合わせて年間で450円、前期比50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	2023年8月期				2024年8月期（2023/9～2024/8）実績				2025年8月期（2024/9～2025/8）予想				
	期末	出店	退店	純増減	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	181	120	+61	2,495	180	100	+80	2,575				
国内ユニクロ事業 ※	800	37	40	▲3	797	30	30	0	797				
直営店	790	37	40	▲3	787	-	-	-	-				
FC	10	0	0	0	10	-	-	-	-				
海外ユニクロ事業	1,634	144	80	+64	1,698	150	70	+80	1,778				
グレートチャイナ合計	1,031	54	53	+1	1,032	60	-	-	-				
中国大陸	925	49	48	+1	926	-	-	-	-				
香港	33	1	0	+1	34	-	-	-	-				
台湾	73	4	5	▲1	72	-	-	-	-				
韓国	126	10	10	0	126	20	-	-	-				
東南アジア・オセアニア合計	342	54	16	+38	380	30	-	-	-				
シンガポール	29	3	2	+1	30	-	-	-	-				
マレーシア	54	14	10	+4	58	-	-	-	-				
タイ	62	7	1	+6	68	-	-	-	-				
フィリピン	71	7	2	+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	6	0	+6	25	-	-	-	-				
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 (2023/9~2024/8) 実績			2025年8月期 (2024/9~2025/8) 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	18	1	+17	84	25	-	-	-
米国	49	13	1	+12	61	-	-	-	-
カナダ	18	5	0	+5	23	-	-	-	-
欧州合計	68	8	0	+8	76	15	-	-	-
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	38	29	+9	472	32	15	+17	489
グローバルブランド事業合計	681	46	99	▲53	628	27	21	+6	634
セオリー事業 ※	436	33	27	+6	442	-	-	-	-
ブラステ事業	52	6	18	▲12	40	-	-	-	-
コントワー・デ・コトニ事業 ※	108	3	37	▲34	74	-	-	-	-
プリンセス タム・タム事業 ※	85	4	17	▲13	72	-	-	-	-
総 合 計	3,578	265	248	+17	3,595	239	136	+103	3,698

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 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）実績	150.9	163.1	190.3	20.8	11.2
2025年8月期 通期（12カ月平均）予想	144.9	160.5	190.8	20.4	10.9

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 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 実績	144.9	160.5	190.8	20.4	10.9
2025年8月期 期末為替レート 予想	144.9	160.5	190.8	20.4	10.9

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 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 通期実績（12カ月累計）	120	576	67	16	339	1,121	2,043
2025年8月期 通期予想（12カ月累計）	81	1,012	56	14	322	1,485	2,157