

2025年8月期 上期業績 および通期 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

1

CFOの岡崎です。

私から、2025年8月期上期の業績、および
2025年8月期の業績予想について、ご説明いたします。

I. 2025年8月期 上期実績	P. 3	～	P.20
II. 2025年8月期 通期業績予想	P.21	～	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】2025年8月期 上期 実績

大幅な増収増益。業績予想を上回る

単位：億円	2024年8月期	2025年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益	15,989	17,901	+12.0%
売上総利益 (売上比)	8,452 52.9%	9,548 53.3%	+13.0% +0.4p
販管費 (売上比)	5,940 37.2%	6,531 36.5%	+9.9% ▲0.7p
事業利益 (売上比)	2,511 15.7%	3,016 16.9%	+20.1% +1.2p
その他収益・費用	59	25	▲57.0%
営業利益 (売上比)	2,570 16.1%	3,042 17.0%	+18.3% +0.9p
金融収益・費用	423	595	+40.6%
税引前中間利益 (売上比)	2,993 18.7%	3,637 20.3%	+21.5% +1.6p
親会社の所有者に 帰属する中間利益 (売上比)	1,959 12.3%	2,335 13.0%	+19.2% +0.7p

2025年8月期上期の連結業績ですが、
売上収益は1兆7,901億円、前年同期比12.0%増、
営業利益は3,042億円、同18.3%増、
親会社の所有者に帰属する中間利益は2,335億円、同19.2%増と、
大幅な増収増益となりました。

業績予想に対しては、売上収益、営業利益ともに上回る水準となりました。

次のページで上期の決算ハイライトをお伝えいたします。

【連結】上期 決算ハイライト

- ・**日本、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州のユニクロ事業が**
大幅な増収増益と大変好調。グループ全体で、**過去最高の業績を達成**
- ・グローバルで、ユニクロの**コア商品に対するお客様からの支持**が高まったこと、
戦略的なマーケティングの打ち出しと、シーズン末まで冬物在庫を十分にもった
商売により、販売が好調
- ・**北米、欧州を中心に、新規出店が大成功**。「店舗がメディア」となり、
E C も大幅な増収、**顧客層拡大の好循環**が生まれている
- ・**中国大陆のユニクロ事業やジーユー事業は減益**。次の成長ステージに進むための、
変革期。課題は明確なため、着実に事業構造改革を実行

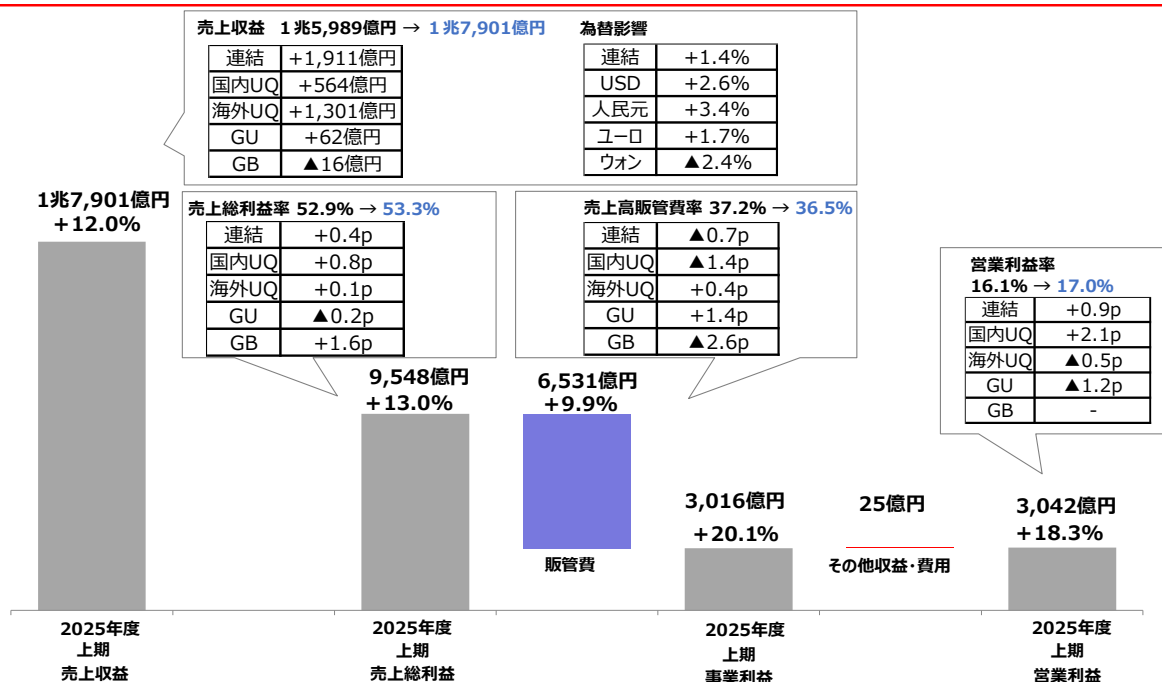
この上期は、日本、東南アジア・インド・オーストラリア地区、北米、欧州のユニクロ事業が大幅な増収増益と、大変好調な業績となったことで、グループ全体で、過去最高の業績を達成いたしました。

グローバルで、ユニクロのコア商品に対するお客様からの支持が高まっていることに加え、戦略的にマーケティングを打ち出し、シーズン末まで冬物在庫を十分にもった商売を行ったことで、好調な販売となりました。

また、北米、欧州を中心に、新規出店が大成功を収めており、店舗の販売が好調だけでなく、「店舗がメディア」となることで、Eコマース販売も大幅な増収となるなど、顧客層拡大の好循環が生まれています。

一方で、中国大陆のユニクロ事業やジーユー事業は、減益となりました。両事業ともに、次の成長ステージに進むための、変革期にあり、課題は明確になっているため、解決に向けて着実に事業構造改革を実行しております。

【連結】上期 営業利益



次に、連結損益計算書について、ご説明いたします。

売上収益は1兆7,901億円、前年同期比1,911億円の増収となりました。

これは主に、海外ユニクロ事業が同1,301億円、国内ユニクロ事業が同564億円の増収となったことによりです。

売上総利益率は53.3%と、同0.4ポイント改善、

売上高販管費比率は36.5%と、同0.7ポイント改善いたしました。

これは主に、国内ユニクロ事業の販売が好調だったことで、

粗利益率、販管費比率が改善したことによりです。

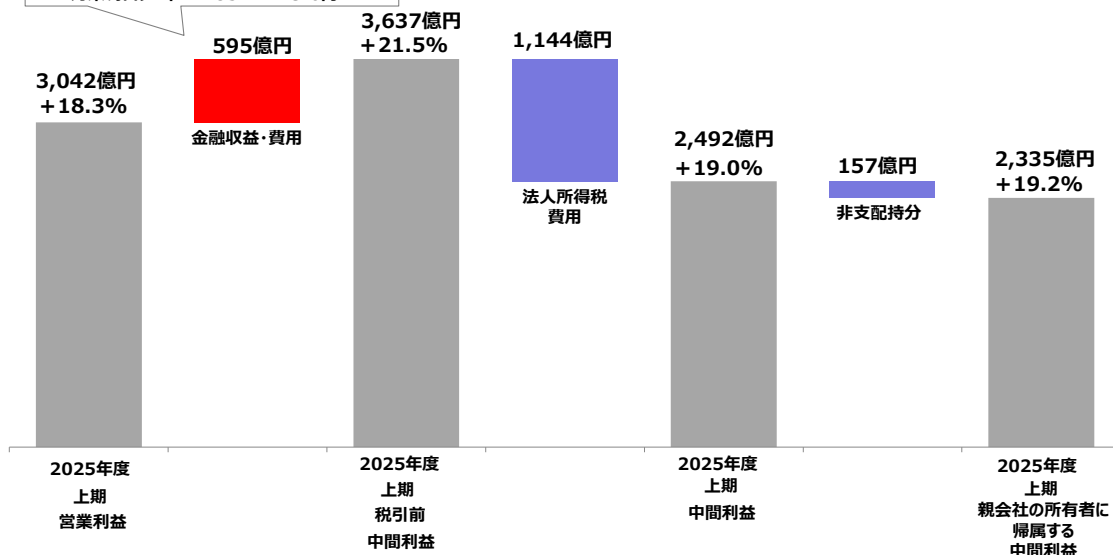
その他収益・費用は、ネットで25億円のプラスとなりました。

この結果、営業利益は3,042億円、同18.3%の大幅な増益、

営業利益率は17.0%、同0.9ポイント改善いたしました。

【連結】上期 親会社の所有者に帰属する中間利益

為替差益 : 319億円
 受取・支払利息 : 275億円
 ※期首為替レート : 1 USD = 144.9円
 2月末為替レート : 1 USD = 149.6円



営業利益以下の項目ですが、金融収益・費用は、ネットで595億円のプラスとなりました。
 これは、外貨建資産の換算などによる為替差益が319億円発生したことに加え、
 利息がネットで275億円のプラスとなったことによります。

これらの結果、税引前中間利益は3,637億円、前年同期比21.5%増、
 親会社の所有者に帰属する中間利益は2,335億円、同19.2%増となりました。

【セグメント別】上期 実績

単位：億円		2024年8月期	2025年8月期	
		上期実績	上期実績	前年同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	4,851	5,415	+11.6%
	事業利益	764	975	+27.7%
	(売上比)	15.8%	18.0%	+2.2p
	その他収益・費用	8	0	▲91.7%
海外ユニクロ事業	営業利益	772	976	+26.4%
	(売上比)	15.9%	18.0%	+2.1p
	売上収益	8,839	10,141	+14.7%
	事業利益	1,500	1,695	+13.0%
ジーユー事業	(売上比)	17.0%	16.7%	▲0.3p
	その他収益・費用	8	▲10	-
	営業利益	1,509	1,685	+11.7%
	(売上比)	17.1%	16.6%	▲0.5p
グローバルブランド事業	売上収益	1,595	1,658	+3.9%
	事業利益	151	131	▲13.3%
	(売上比)	9.5%	7.9%	▲1.6p
	その他収益・費用	1	7	+299.0%
グローバルブランド事業	営業利益	153	139	▲9.3%
	(売上比)	9.6%	8.4%	▲1.2p
	売上収益	694	677	▲2.3%
	事業利益	▲17	11	-
グローバルブランド事業	(売上比)	-	1.7%	-
	その他収益・費用	▲0	▲1	-
	営業利益	▲17	9	-
	(売上比)	-	1.4%	-

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】上期 実績

大幅な増収増益。業績予想を上回り、過去最高の業績

- ・気温に合わせて戦略的に商品を準備し、マーケティングを強化。お客様のニーズにマッチした商売を展開でき、大幅な増収
- ・インバウンド販売も大変好調で、増収に寄与
- ・粗利益率、販管費比率がともに改善し、大幅な増益を達成

単位：億円	2024年8月期	2025年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益	4,851	5,415	+11.6%
売上総利益	2,390	2,715	+13.6%
(売上比)	49.3%	50.1%	+0.8p
販管費	1,626	1,739	+7.0%
(売上比)	33.5%	32.1%	▲1.4p
事業利益	764	975	+27.7%
(売上比)	15.8%	18.0%	+2.2p
その他収益・費用	8	0	▲91.7%
営業利益	772	976	+26.4%
(売上比)	15.9%	18.0%	+2.1p

8

まず、国内ユニクロ事業の上期の業績について、ご説明いたします。

売上収益は5,415億円、前年同期比11.6%増、
営業利益は976億円、同26.4%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。
これは、業績予想を大幅に上回る水準です。

上期は、気温に合わせて戦略的に商品を準備し、マーケティングを強化したことで、
お客様のニーズにマッチした商売を展開でき、大幅な増収となりました。
また、インバウンド販売も大変好調で、増収に寄与いたしました。

利益面では、粗利益率、販管費比率が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

上期 既存店売上高：+9.8%（1Q：+7.3%、2Q：+12.5%）

- ・2Q3カ月間は、気温が低く推移したなか、シーズン末まで戦略的に防寒衣料の在庫を準備したことが奏功し、ヒートテックインナーやパフテック、ダウンなどの販売が期を通して好調
- ・年末年始の商戦も盛況で、増収に寄与
- ・上期のEC売上高：824億円、+10.9%。売上構成比15.2%
- ・3月の既存店売上高は+11.5%。気温と打ち出しがマッチし、通年商品や春夏商品の販売が好調

既存店 前年同期比	2025年8月期									
	9月	10月	11月	1Q	12月	1月	2月	2Q	上期	3月
売上高	+22.1%	▲7.5%	+12.2%	+7.3%	+15.3%	+8.6%	+12.2%	+12.5%	+9.8%	+11.5%
客数	+18.1%	▲6.9%	+7.2%	+4.8%	+11.0%	▲2.3%	+8.2%	+5.9%	+5.3%	+9.6%
客単価	+3.4%	▲0.7%	+4.7%	+2.4%	+3.9%	+11.2%	+3.7%	+6.3%	+4.3%	+1.7%

上期の既存店売上高は、前年同期比9.8%の増収となりました。

第1四半期は同7.3%の増収、

第2四半期3カ月間も同12.5%の大幅な増収と、好調な販売が継続しております。

なお、3月の既存店売上高は、同11.5%の大幅な増収となりました。

気温と打ち出しがマッチし、通年商品や春夏商品の販売が好調でした。

【国内ユニクロ事業】粗利益率、販管費比率

粗利益率：50.1%、+0.8 p 改善

- ・期を通して販売が好調で、シーズン末の在庫処分を抑制でき、2 Q 3 カ月間の値引率が改善
- ・1 Qは、40周年感謝祭の販促のため、戦略的に値引き販売を強化。値引率が若干拡大し、粗利益率は同0.2 p 低下

粗利益率	2024年8月期	2025年8月期	
	実績	実績	前年同期比
上期	49.3%	50.1%	+0.8p
1 Q	52.2%	52.0%	▲0.2p
2 Q	46.3%	48.4%	+2.1p

販管費比率：32.1%、▲1.4 p 改善

- ・増収となったことで、人件費比率や賃借料比率が改善
- ・期を通して、人時生産性は改善。店舗作業の効率化を継続的に行っていること、11月や12月の繁忙期に向けて、計画的に店舗へ在庫を投入し、より効率的な店舗運営を行ったことが、人件費比率の改善に寄与

国内ユニクロ事業の上期の粗利益率は50.1%と、前年同期比0.8ポイント改善いたしました。これは主に、期を通して好調な販売となったことから、シーズン末の在庫処分を抑制でき、第2四半期3カ月間の値引率が改善したことによります。

販管費比率は32.1%と、同1.4ポイント改善いたしました。これは主に、増収となったことで、人件費比率や賃借料比率が改善したことによります。期を通して、人時生産性は改善いたしました。店舗作業の効率化を継続的に行っていることに加え、11月や12月の繁忙期に向けて、計画的に店舗へ在庫を投入し、より効率的な店舗運営を行ったことが、人件費比率の改善に寄与いたしました。

【海外ユニクロ事業】上期 実績

大幅な増収増益、過去最高の業績。業績予想通り

- ・東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、大幅な増収増益と好調。
コア商品に対する支持が高まり、特に北米、欧州では新規出店した店舗の販売が好調、業績の拡大が継続
- ・グレーターチャイナは、事業改革の途上にあり、減収減益
- ・2024年8月期下期から、「移転価格に関する事前確認」を、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る。2025年8月期上期は、海外ユニクロ事業で販管費比率が0.4p上昇も、この影響を除くと、販管費比率は前年並み。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なし

単位：億円	2024年8月期	2025年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益	8,839	10,141	+14.7%
売上総利益 (売上比)	4,868 55.1%	5,600 55.2%	+15.0% +0.1p
販管費 (売上比)	3,367 38.1%	3,904 38.5%	+16.0% +0.4p
事業利益 (売上比)	1,500 17.0%	1,695 16.7%	+13.0% ▲0.3p
その他収益・費用	8	▲10	-
営業利益 (売上比)	1,509 17.1%	1,685 16.6%	+11.7% ▲0.5p

「移転価格に関する事前確認」の影響を除くと、前年並み

11

次に、海外ユニクロ事業について、ご説明いたします。

上期の売上収益は、1兆141億円、前年同期比14.7%増、
営業利益は、1,685億円、同11.7%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。
これは、ほぼ業績予想通りの水準です。

東南アジア・インド・オーストラリア地区、北米、欧州は、大幅な増収増益と好調でした。
コア商品に対する支持が高まっていることに加え、特に北米、欧州では新規出店した店舗の販売が好調で、
業績の拡大が継続しております。
グレーターチャイナは、事業改革の途上にあり、減収減益となりました。

2024年8月期下期から、「移転価格に関する事前確認」を、
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っております。
これに伴い、2025年8月期上期では、海外ユニクロ事業で販管費比率が0.4ポイント上昇いたしましたが、
この影響を除くと、販管費比率は前年並みとなっております。
なお、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。

次のスライドより、地域別の業績を現地通貨ベースでご説明いたします。

グレートチャイナ：約３％減収、約９％減益（現地通貨 ベース）

【グレートチャイナ】

- ・現地通貨ベース：売上収益 約３％減、営業利益 約９％減（円ベース：売上収益 0.3％増、営業利益 約６％減）
- ・業績予想を下回る

【中国大陸市場】約４％減収、約１１％減益

- ・市場全体で消費意欲が低下、過去に比べて地域間の気温差が激しく、各地のニーズに合った商品構成への対応が不十分
- ・２Ｑ３カ月間は、約５％減収。１月の旧正月商戦は増収と好調も、大型商戦後に需要が低下、１２月、２月は減収
- ・上期の営業利益率は若干低下。減収により、販管費比率が上昇、原価率の上昇により、粗利益率が低下

【香港市場】減収、大幅な減益

- ・消費意欲の低下、商品構成に課題があったことで、既存店売上高は減収
- ・粗利益率が低下、販管費比率が上昇し、営業利益率は低下

【台湾市場】増収増益

- ・特に、２Ｑ３カ月間が大幅な増収増益。気温が低下したことに伴い、パフテックやヒートテックなどの冬物商品の販売が好調

ここからは、地域別の詳細について、ご説明いたします。

グレートチャイナは、業績予想を下回り、

現地通貨ベースの上期の売上収益は、前年同期比約３％減、営業利益は、同約９％減となりました。

まず、中国大陸ですが、上期の売上収益は、同約４％減、営業利益は同約１１％減となりました。

これは主に、市場全体で消費意欲が低下していることに加え、過去に比べて地域間の気温差が激しいなかで、各地のニーズに合った商品構成への対応が不十分だったことによります。

第２四半期３カ月間は、同約５％減収となりました。

これは主に、１月の旧正月商戦は、前年同期比で増収と好調だったものの、大型商戦後に需要が低下したことで、１２月、２月は減収となったことによります。

韓国：増収増益

- ・業績予想通りの水準
- ・スウェットなどの年間定番商品、パフテックやダウンなどの防寒衣料の販売が好調だったことで既存店売上高は増収
- ・上期を通して、気温に対応した商売を実践できたことで好調な業績

東南アジア・インド・豪州地区：大幅な増収増益

- ・業績予想通りの水準
- ・ブラトップやイージーボトムス、ジーンズといった夏物商品、年間定番商品に加え、ヒートテックやパフテックなどの冬物商品の販売も好調で、既存店売上高は増収
- ・営業利益率は若干改善。主に値引率が低下し、粗利益率が改善したため。販管費比率は前年並み
- ・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
- ・シンガポールは、消費意欲の低下、商品構成に課題があったことで、減収、大幅な減益
- ・東南アジアでは、常夏の地域にマッチした商品構成や、春夏の新商品の開発を着実に進めている。この下期末から、新しい商品構成で商売を行っていくため、より高い成長を実現できると考える

東南アジア・インド・オーストラリア地区は、業績予想通り、大幅な増収増益となりました。

上期は、ブラトップやイージーボトムス、ジーンズといった夏物商品、年間定番商品に加え、ヒートテックやパフテックなどの冬物商品の販売も好調だったことにより、既存店売上高は増収となりました。

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なりました。

一方で、シンガポールは、消費意欲の低下に加え、商品構成に課題があったことで、減収、大幅な減益となりました。

北米：大幅な増収増益

・北米は、約25%の大幅な増収増益となりました。米国、カナダともに業績予想通り、好調な業績

【米国】大幅な増収増益

- ・上期は特に、テキサス州やカリフォルニア州などに新規出店した店舗の販売が非常に好調で、全体の売上を大きく押し上げる
- ・店舗での好調な販売に伴い、ユニクロの認知度がさらに高まり、E C 販売も拡大
- ・11月末から気温が低下したことに加え、冬物在庫を十分にもって商売したことで、シームレスダウンやフリースなどのコア商品の販売が好調で、2 Q 3 カ月間の既存店売上高は大幅な増収
- ・営業利益率は、粗利益率や販管費比率が改善したことで若干上昇
- ・粗利益率は、値引率の低下により改善
- ・販管費比率は、売上が拡大したことに加え、自動化倉庫による物流の生産性の向上により、改善

【カナダ】大幅な増収増益

- ・11月末のブラックフライデー以降、気温が低下し、冬物商品の販売が好調で既存店売上高が増収だったことに加え、2 月末の店舗数が前年の19店舗から28店舗へ増加

北米は約25%の大幅な増収増益となりました。
米国、カナダともに業績予想通り、好調な業績が継続しております。

米国は大幅な増収増益となりました。
上期は特に、テキサス州やカリフォルニア州などに新規出店した店舗の販売が非常に好調で、全体の売上を大きく押し上げました。
店舗での好調な販売に伴い、ユニクロの認知度がさらに高まり、E コマース販売も拡大しております。

また、11月末から気温が低下したことに加え、冬物在庫を十分にもって商売したことで、シームレスダウンやフリースなどのコア商品の販売が好調で、
第 2 四半期 3 カ月間の既存店売上高は大幅な増収となりました。

欧州：大幅な増収増益

- ・約３割の大幅な増収、約２割の大幅な増益、既存店売上高も２桁の大幅な増収
- ・業績予想を上回る水準
- ・冬物商品を早期に立ち上げ、シーズン末まで十分に在庫をもって商売したことに加え、実需に合わせて戦略的にマーケティングを行ったことで、カシミア、パフテック、スフレイーンなどが好調な販売
- ・コア商品のシルエットや素材に新しさを加えたストレートジーンズやオックスフォードシャツを中心に、春物商品も好調な販売となり、増収に寄与
- ・ユニクロのコア商品に対する欧州のお客様の高い支持を改めて確認したことに加え、デザイン性や目新しさを加えることで、コア商品のさらなるポテンシャルを実感
- ・商品面で高い評価をいただいていることに加え、新規出店した店舗はすべて好調な業績となっていることで、顧客層の拡大が継続
- ・営業利益率は低下。輸送費の高騰により、原価率が上昇し、粗利益率が低下したため
- ・販管費比率は、売上の拡大に伴い改善

欧州は、売上収益は約３割の大幅な増収、営業利益は約２割の大幅な増益、既存店売上高も２桁の大幅な増収となりました。
これは、業績予想を上回る水準です。

冬物商品を早期に立ち上げ、シーズン末まで十分に在庫をもって商売したことに加え、実需に合わせて戦略的にマーケティングを行ったことで、カシミア、パフテック、スフレイーンなどが好調な販売となりました。
また、コア商品のシルエットや素材に新しさを加えたストレートジーンズやオックスフォードシャツを中心に、春物商品も好調な販売となり、増収に寄与いたしました。

ユニクロのコア商品に対する欧州のお客様の高い支持を改めて確認したことに加え、デザイン性や目新しさを加えることで、コア商品のさらなるポテンシャルを実感いたしました。
商品面で高い評価をいただいていることに加え、新規出店した店舗はすべて好調な業績となっていることで、顧客層の拡大が継続しております。

【ジーユー事業】上期 実績

増収減益、業績予想を下回る

- ・上期は、バレルレグパンツ、ヒートパデッドアウター、コーギーメルトンアウターが好調な販売となった一方、気温に左右されにくいマストレンドのヒット商品の不足や、売れ筋商品の欠品により、既存店売上高は若干の増収にとどまる
- ・米国の旗艦店出店による賃借料、本部費の増加に加え、日本で戦略的にTVCMを増やしたことによる広告宣伝費の増加により、上期の営業利益は減益
- ・2Q3カ月間は、増収増益。12月、1月の気温が低下したタイミングでアウター群の販売が好調、既存店売上高は増収、値引率の改善により粗利益率が上昇し、営業利益は増益
- ・上期のEC売上高は、大幅な増収、売上構成比は約14%
- ・ジーユー事業は次の成長ステージに向けた変革期にあり、4月1日付で、ユニクロの台湾事業やベトナム事業のCEOなどを歴任し、ジーユーのグローバルCOOを務めていた黒瀬友和が代表取締役社長兼CEOに就任
- ・「ファッションと低価格」というジーユー独自の価値をより強化しながら、店舗、商品、生産など、あらゆる面で経営の質を上げるために、ユニクロの経営者やユニクロで培った実践知を徹底的に導入し、組織体制の強化を図る

単位：億円	2024年8月期	2025年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益	1,595	1,658	+3.9%
売上総利益	774	801	+3.5%
(売上比)	48.5%	48.3%	▲0.2p
販管費	622	669	+7.5%
(売上比)	39.0%	40.4%	+1.4p
事業利益	151	131	▲13.3%
(売上比)	9.5%	7.9%	▲1.6p
その他収益・費用	1	7	+299.0%
営業利益	153	139	▲9.3%
(売上比)	9.6%	8.4%	▲1.2p

16

ジーユー事業ですが、売上収益は1,658億円、前年同期比3.9%増、営業利益は139億円、同9.3%減と、増収減益となりました。これは、業績予想を下回る水準です。

上期は、バレルレグパンツ、ヒートパデッドアウター、コーギーメルトンアウターが好調な販売となった一方で、気温に左右されにくいマストレンドのヒット商品が不足していたことや、売れ筋商品の欠品が発生したことで既存店売上高は若干の増収にとどまりました。利益面では、米国に旗艦店を出店したことによる賃借料、本部費の増加に加え、日本で戦略的にTVCMを増やしたことによる広告宣伝費の増加により、上期の営業利益は減益となりました。

ジーユー事業は次の成長ステージに向けての変革期にあります。4月1日付で、ユニクロの台湾事業やベトナム事業のCEOなどを歴任し、ジーユーのグローバルCOOを務めていた黒瀬友和が、代表取締役社長兼CEOに就任いたしました。「ファッションと低価格」というジーユー独自の価値をより強化しながら、店舗、商品、生産など、あらゆる面で経営の質を上げるために、ユニクロの経営者やユニクロで培った実践知を徹底的に導入し、組織体制の強化を図っていきます。

【グローバルブランド事業】上期 実績

減収、営業利益は黒字化。業績予想を下回る

- ・セオリー事業が販売に苦戦し、グローバルブランド事業全体で減収
- ・すべての事業で、粗利益率、販管費比率が改善したことで、営業利益は、前年の赤字から黒字に転換

【セオリー事業】減収増益

- ・アジア事業が、消費意欲の低下の影響を受け、大幅な減収、今のライフスタイルに合ったカジュアルウェアの提供が不十分で、米国事業と、日本事業が若干減収。セオリー事業全体の営業利益は、粗利益率、販管費比率が改善し、増益

【プラステ事業】増収、営業利益は、前年の赤字から黒字に転換

- ・売れ筋商品の在庫を戦略的に準備、店舗オペレーション、売り場づくりの改革を進めたことで、売上規模の大きい11月から1月の販売が好調、既存店売上高は大幅な増収。フェザーヤーンカーディガン、ラメシアーリーブセーター、プレシャスニットメルトン群の販売が好調

- ・粗利益率、販管費比率ともに改善、営業利益は黒字化

【コントワー・デ・コトニエ事業】減収、赤字幅は縮小

- ・事業改革に伴い、2月末の店舗数が約3割減少し、減収も、お買い求めやすい価格帯へ見直した商品の販売が好調で、既存店売上高は大幅な増収

- ・粗利益率、販管費比率ともに改善、赤字幅は縮小

単位：億円	2024年8月期	2025年8月期	
	上期実績	上期実績	前年同期比
売上収益	694	677	▲2.3%
事業利益	▲17	11	-
(売上比)	-	1.7%	-
その他収益・費用	▲0	▲1	-
営業利益	▲17	9	-
(売上比)	-	1.4%	-

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677億円、前年同期比2.3%減となりました。
これは主に、セオリー事業が販売に苦戦し、減収となったことによります。

一方で、すべての事業で、粗利益率、販管費比率が改善したことで、
営業利益は9億円と、前年の赤字から黒字に転換いたしました。
なお、業績予想に対しては、下回る結果となりました。

【連結】2025年2月末 B/S

単位：億円	2024年2月末	2024年8月末	2025年2月末	前年同期末比
資産合計	34,958	35,875	37,291	+ 2,332
流動資産	22,579	23,632	23,547	+ 967
非流動資産	12,378	12,242	13,743	+ 1,365
負債合計	14,281	15,193	14,704	+ 422
資本合計	20,676	20,682	22,587	+ 1,910

次に、2025年2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3兆7,291億円、前年同期末比2,332億円増加、
負債合計は1兆4,704億円、同422億円増加、
資本合計は2兆2,587億円、同1,910億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（前年同期末比）

資産合計：+2,332億円（3兆4,958億円→3兆7,291億円）

- ・その他金融資産（短期・長期）：+2,314億円（8,529億円→1兆844億円）
- ・現金及び現金同等物：▲885億円（1兆658億円⇒9,773億円）
保有する現金を3カ月超の定期預金や投資有価証券など、安全性の高い運用に振り向けたため、現金及び現金同等物が減少
- ・棚卸資産：+450億円（4,144億円⇒4,594億円）
 - ✓ 海外UQ：+358億円。欧米を中心に事業拡大が続いていることで、棚卸資産が増加
中国大陸の棚卸資産は前年並みと、問題ない水準
 - ✓ 国内UQ：+138億円。販売が好調なことや、戦略的に春夏商品を準備していることで増加も、適正な水準
 - ✓ GU：▲19億円、グローバルブランド：▲29億円
- ・有形固定資産・使用権資産：+1,117億円（6,278億円⇒7,396億円）
ユニクロ ニューヨーク5番街店の不動産の取得や新規出店、自動化倉庫への投資による
- ・デリバティブ金融資産（短期・長期）：▲721億円（2,724億円⇒2,003億円）
保有する為替予約の平均レートと2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

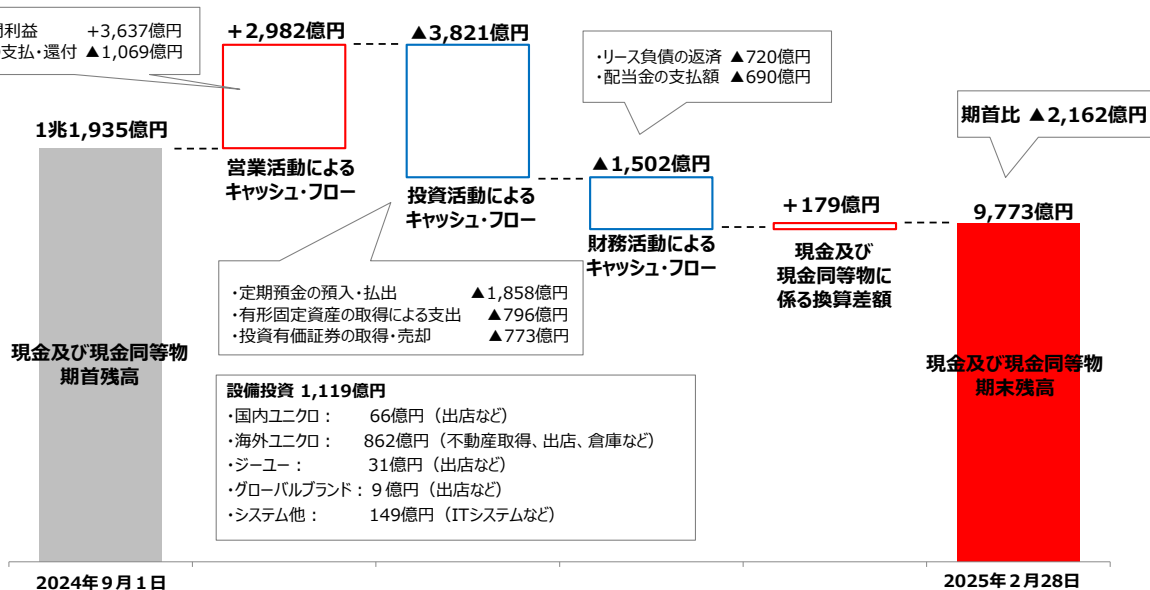
資産合計が前年同期末比2,332億円増加した要因をご説明いたします。

その他金融資産は、同2,314億円増加いたしました。
これは主に、保有する現金を、3カ月超の定期預金や投資有価証券など、
安全性の高い運用に振り向けたためです。
そのため、現金及び現金同等物は9,773億円、同885億円減少いたしました。

棚卸資産は、同450億円増加いたしました。
これは主に、海外ユニクロ事業で同358億円増加、国内ユニクロ事業で同138億円増加したことによります。
海外ユニクロ事業は、欧米を中心に事業拡大が続いていることで、棚卸資産が増加いたしました。
なお、中国大陸の棚卸資産は前年並みと、問題ない水準です。
国内ユニクロ事業は、販売が好調であることに加え、
戦略的に春夏商品を準備していることで、棚卸資産は増加しておりますが、適正な水準です。

また、有形固定資産と使用権資産は、合わせて同1,117億円増加いたしました。
これは主に、ユニクロ ニューヨーク5番街店の不動産の取得や新規出店、自動化倉庫への投資など、
事業成長のために必要な投資を進めていることによります。

【連結】上期 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600億円増加、財務活動によるキャッシュ・フローの支出が同額程度増加。
この会計基準の変更による最終的なキャッシュ・フローへの影響はなし。

次に、キャッシュフローですが、20ページに記載の通りです。

【連結】2025年8月期 通期業績予想（1）

事業利益を100億円、営業利益を150億円増額修正、過去最高の業績を予想

単位：億円	2024年8月期 通期実績	2025年8月期		2025年8月期		2025年8月期 上期 実績	
		直近予想 (1/9時点)	前期比	通期予想 (4/10時点)	前期比		
売上収益	31,038	34,000	+9.5%	34,000	+9.5%	17,901	為替影響を除くと 約10%増※
事業利益	4,853	5,300	+9.2%	5,400	+11.3%	3,016	
(売上比)	15.6%	15.6%	-	15.9%	+0.3 p	16.9%	
その他収益・費用	155	0	-	50	▲67.8%	25	為替影響を除くと 約12%増※
営業利益	5,009	5,300	+5.8%	5,450	+8.8%	3,042	為替影響を除くと 約9%増※
(売上比)	16.1%	15.6%	▲0.5 p	16.0%	▲0.1 p	17.0%	
金融収益・費用	562	550	▲2.3%	900	+59.9%	595	
税引前利益	5,572	5,850	+5.0%	6,350	+14.0%	3,637	・利息は前期と同程度 発生することを見込む
(売上比)	18.0%	17.2%	▲0.8 p	18.7%	+0.7 p	20.3%	・為替差損益は、 2月末の為替レート 1ドル149.6円を前提
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,719	3,850	+3.5%	4,100	+10.2%	2,335	
(売上比)	12.0%	11.3%	▲0.7 p	12.1%	+0.1 p	13.0%	

※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.32参照）で換算して計算

21

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5,400億円、同11.3%増、
営業利益は5,450億円、同8.8%増と、過去最高の業績を見込んでおります。
直近の通期業績予想に対し、事業利益で100億円、営業利益で150億円の増額修正となっております。

通期の金融収益・費用は、ネットで900億円のプラスを見込んでおります
利息がネットで550億円と前年と同水準を見込んでいることに加え、
為替差益は、2月末の為替レートを期末の為替レートの前提とし、上期で計上した319億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4,100億円、同10.2%増を見込んでおります。

なお、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%増、事業利益は約12%増、
営業利益は約9%増と、大幅な増収増益を見込んでおります。

【連結】2025年8月期 通期業績予想（2）

- ・上期は、事業利益で約200億円の上振れ。下期は、直近の業績予想に対して、事業利益で約100億円減額修正
- ・下期の売上収益、事業利益は増収増益。営業利益は若干の減益の見込み。昨年は、減損損失の戻し入れ益などの一過性の利益により、その他収益・費用がネット59億円のプラス、今年は25億円のプラスにとどまる見込みのため
- ・米国の相互関税、追加関税の影響額は、4月2日（米国時間）発表の税率がすべて適用されること、下期は商品価格の値上げを行わないと仮定し試算。グループの下期事業利益へ約2～3%の影響
前提が変わる場合は、業績見通しを変更する可能性がある

<直近の業績予想（1月9日時点）に対する進捗>

	売上収益	事業利益	要因
上期	約150億円 上振れ	約200億円 上振れ	・国内ユニクロ事業、欧州のユニクロ事業が業績予想を上回る
下期	約150億円 減額修正	約100億円 減額修正	・グレーターチャイナのユニクロ事業、ジーユー事業を中心に、 期初の業績予想から、売上、営業利益ともに若干減額修正
			・米国のユニクロ事業・セオリー事業は、米国政府が発表した 相互関税や追加関税の影響の試算を加味し、営業利益を減額修正

22

こちらのスライドで、業績予想修正の内訳を簡単にお伝えいたします。

上期は、事業利益で約200億円の上振れとなっておりますが、
下期は、直近の業績予想に対して、事業利益で約100億円減額修正いたしました。

具体的には、グレーターチャイナのユニクロ事業、ジーユー事業を中心に、
期初の業績予想から、売上、営業利益ともに若干、減額修正いたしました。
加えて、米国のユニクロ事業およびセオリー事業は、米国政府が発表した相互関税や追加関税の影響の試算を加味し、
営業利益を減額修正しております。

この結果、連結全体の下期の売上収益、事業利益は、増収増益となる見込みです。
営業利益は、若干の減益の見込みです。
これは、昨年の下期は、減損損失の戻し入れ益などの一過性の利益により、
その他収益・費用がネット59億円のプラスとなった一方で、今年は25億円のプラスにとどまることを見込んでいるためです。

なお、米国の相互関税、追加関税の影響額については、
米国時間4月2日に発表されている税率がすべて適用されること、下期は商品価格の値上げを行わないことを仮定し、
グループ全体の下期の事業利益への影響は約2～3%と試算しております。
状況が流動的なため、この前提が変わる場合は、業績見通しを変更する可能性があることをご理解ください。

2025年8月期 下期事業方針

「個店経営」「SKU管理」「グローバルワン・全員経営」を強化

- ・上期は、世界中のお客様から、ユニクロの商品、店舗、サービスが高く評価され、LifeWearの可能性がさらに広がっていると実感
- ・一方で、現時点では、LifeWearの価値を最大限に実現できておらず、「個店経営」「SKU管理」「グローバルワン・全員経営」の課題が見えた
- ・下期も引き続き、期初に説明した5つの重点領域に取り組む
 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」
- ・経営者自身が課題解決によりコミットすると同時に、経営者の視点をもって実行できる人材の育成を強化
- ・ユニクロ事業、ジーユー事業ともに、商売の基本の徹底と、情報製造小売業のさらなる進化を図ることで、「お客様を起点とした商売」の実践と、「価値を売る商売」の強化を行う

上期は、世界中のお客様から、ユニクロの商品、店舗、サービスが高く評価され、LifeWearの可能性がさらに広がっていると実感しております。

一方で、現時点では、LifeWearの価値を最大限に実現できておらず、「個店経営」「SKU管理」「グローバルワン・全員経営」の課題が見えました。

下期も引き続き、期初にご説明いたしました5つの重点領域「人材への投資の強化」、「情報製造小売業の進化」、「グローバル化の加速」、「グループブランドの拡大」、「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」に取り組んでいく方針です。

なかでも、下期は、経営者自身が課題解決によりコミットすると同時に、経営者の視点をもって実行できる人材の育成を強化していきます。

これに加え、ユニクロ事業、ジーユー事業ともに、商売の基本の徹底と、情報製造小売業のさらなる進化を図ることで、「お客様を起点とした商売」の実践と、「価値を売る商売」の強化を行っていきます。

次のページから、地域別に具体的にご説明いたします。

海外ユニクロ事業：下期、通期ともに大幅な増収、営業利益は増益を見込む

- ・すべて現地通貨ベースで記載
- ・下期、通期ともに、売上収益は大幅な増収。営業利益は、1桁の増益の見込み
 - ✓ 昨年は減損損失の戻し入れ益など一過性の利益を計上している一方で、今期は、見込んでいない
 - ✓ 米国のユニクロ事業が、米国政府が発表した相互関税や追加関税の影響を受けるとの仮定を織り込む

【グレーターチャイナ】

- ・下期は若干の増収増益、通期は若干の減収、営業利益は減益となる見込み
 - ✓ 中国大陸は、下期は若干の増収増益、通期では若干の減収、営業利益は減益の予想
 - ✓ 香港は、下期は増収の見込み。営業利益は減益の見込みも、これは昨年は、資産除去債務の戻し入れ益を計上したため。この影響を除くと、営業利益はほぼ前年並みの予想
通期は、売上収益は前年並み、営業利益は減益となる見込み
 - ✓ 台湾は、下期は大幅な増収を見込む。営業利益は減益となる見込みですが、ロイヤリティ費用増加の影響を除くと、増益となる見込み。通期では、増収増益となる予想

まず、海外ユニクロ事業ですが、すべて現地通貨ベースでご説明いたします。

下期、通期ともに、売上収益は大幅な増収、営業利益は、1桁の増益を見込んでおります。これは、昨年は減損損失の戻し入れ益などの一過性の利益を計上している一方で、今期は見込んでいないことに加え、米国のユニクロ事業が、米国政府が発表した相互関税や追加関税の影響を受けるとの仮定を織り込んだためです。

地域別では、グレーターチャイナは、下期は若干の増収増益、通期は若干の減収、営業利益は減益となる見込みです。

中国大陸は、下期は若干の増収増益の見込みですが、通期では若干の減収、営業利益は減益の予想です。

2025年8月期 各事業の通期業績予想（2）

中国大陸のユニクロ事業：事業構造改革を着実に進める

1. LifeWearのブランド価値を最大化し、価値を売る商売の実現

下期から、グローバルでの売れ筋商品やチャンスが見えている商品の在庫を十分にもち、商品の機能性や価値が伝わる戦略的なマーケティング、売り場づくりを行う。売上の最大化と、値引率の改善を実現

2. 広い国土・異なる気候・文化に合わせた商品構成への対応

下期からは、地域ごとに、売上上位の商品を中心に在庫数量や、投入時期を変える
華南では通年商品や、常夏の気候にあった商品を拡充、東北や華北では、早期に秋冬商品を投入する計画
生産地でもあり、販売地でもある中国大陸の強みを活かし、これまで以上に、期初の発注量を抑え、
期中で、売れ行きを確認しながら、高い頻度で生産調整する体制へ変更

3. 店舗の質の向上

地域に根差し、地域のお客様にとって、訪れる価値がある店舗につくりかえる。低月商店舗のスクラップ&ビルドは着実に進む
既存店舗のリニューアルにも着手。5月には成都、秋には長沙にそれぞれに地域を代表する旗艦店をオープンする計画

4. 経営人材の育成の強化

成果を出すために業務を自ら変革できる人材の育成を強化。店長一人ひとりが経営者視点で課題を発見し、
解決できるよう、現場でのOJT教育の強化と、経営者による教育の機会を大幅に増やす

25

中国大陸は、個店経営を強化するための事業構造改革を着実に進めております。
現在の進捗や、この下期からの実行方針について、改めてご説明いたします。

1つ目に、LifeWearのブランド価値を最大化し、価値を売る商売の実現です。
この下期からは、グローバルでの売れ筋商品やチャンスが見えている商品の在庫を十分にもち、
商品の機能性や価値が伝わる戦略的なマーケティング、売り場づくりを行っていきます。
これにより、売上の最大化と、値引率の改善を実現します。

2つ目に、広い国土・異なる気候・文化に合わせた商品構成への対応です。
下期からは、地域ごとに、売上上位の商品を中心に在庫数量や、投入時期を変えていきます。
具体的には、華南では通年商品や、常夏の気候にあった商品を拡充、
東北や華北では、早期に秋冬商品を投入する計画です。
また、生産地でもあり、販売地でもある中国大陸の強みを活かし、
これまで以上に、期初の発注量を抑え、期中で、売れ行きを確認しながら、
高い頻度で生産調整する体制へ変更します。

3つ目に、店舗の質の向上です。
地域に根差し、地域のお客様にとって、訪れる価値がある店舗に、つくりかえていきます。
低月商店舗のスクラップ&ビルドは着実に進んでおり、同時に、
既存店舗のリニューアルにも着手し始めております。
さらに、5月には成都、秋には長沙にそれぞれに地域を代表する旗艦店をオープンする計画です。

4つ目に、経営人材の育成の強化です。
成果を出すために、業務を自ら変革できる人材の育成を強化しております。
店長一人ひとりが経営者視点で課題を発見し、解決できるよう、現場でのOJT教育の強化と、
経営者による教育の機会を大幅に増やしております。

下期から、徐々に成果が出てくる見込みであり、1～2年程度で事業全体が大きく変革し、
より大きな成果につながると考えております

海外ユニクロ事業：下期、通期ともに大幅な増収、営業利益は増益を見込む

【韓国】 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】

- ・下期は、大幅な増収、営業利益はロイヤリティ費用増加の影響を除くと、大幅な増益の予想
- ・通期は、大幅な増収増益となる見込み
- ・下期から、商品構成の見直しを図っていくことで、成果が着実に出る見込み
 1. 通年商品である春、夏、秋の商品構成を見直し、常夏の気候に合わせて、売れ筋商品の拡充と、目新しさのある商品の提案を行う
 2. 冬物商品の商品構成の適正化。常夏の地域でも旅行需要により、冬物商品も非常にチャンスがある
上期は、冬物の売れ筋商品の欠品が発生し、機会ロスが生じたため、
今後は、さらに需要動向に合わせて、売れ筋商品の在庫を十分に準備していく計画

東南アジア・インド・オーストラリア地区は、下期は大幅な増収となる見込みです。
営業利益は、ロイヤリティ費用増加の影響を除くと、大幅な増益となる予想です。
通期は、大幅な増収増益となる見込みです。

この下期から、商品構成の見直しを図っていくことで、成果が着実に出ると考えております。
具体的には、1つ目に、通年商品である春、夏、秋の商品構成を見直し、
常夏の気候に合わせて、売れ筋商品の拡充と、目新しさのある商品の提案を行っていきます。

2つ目に、冬物商品の商品構成の適正化です。
常夏の地域でも旅行需要により、冬物商品も非常にチャンスがあります。
上期は、冬物商品の売れ筋商品の欠品が発生し、機会ロスが生じたため、
今後はさらに需要動向に合わせて、売れ筋商品の在庫を十分に準備していく計画です。

海外ユニクロ事業：下期、通期ともに大幅な増収、営業利益は増益を見込む

【北米】

- ・下期の売上収益は大幅な増収、事業利益は減益となる見込み
主に米国政府が発表した相互関税、追加関税の影響を受け、粗利益率が低下すると仮定しているため
- ・下期の営業利益は、昨年一時的に発生した減損損失の戻し入れ益を、今期は見込んでいないため、約2割程度の減益を見込む
- ・通期は、売上収益、事業利益は大幅な増収増益、営業利益は1桁の増益を見込む
- ・下期は、すでに相当量の商品が米国国内に入庫し、関税の影響は限定的と見込む。
来年度以降については、情勢を見極め、適切に対応

【欧州】

- ・下期、通期ともに大幅な増収増益を見込む
- ・今年は減損損失の戻し入れ益を見込んでいないこと、ユーロ安や輸送費の高騰による原価率の上昇により、営業利益率は前年比で若干低下する予想

次に、北米ですが、下期の売上収益は大幅な増収となる予想ですが、事業利益は減益となる見込みです。
これは、主に米国政府が発表した相互関税、追加関税の影響を受け、粗利益率が低下すると仮定しているためです。

下期の営業利益は、昨年一時的に発生した減損損失の戻し入れ益を、今期は見込んでいないため、約2割程度の減益を見込んでおります。
この結果、通期では、売上収益、事業利益は大幅な増収増益、営業利益は1桁の増益を見込んでおります。

この下期は、すでに相当量の商品が米国国内に入庫しており、関税の影響は限定的と見込んでおります。
来年度以降については、情勢を見極め、適切に対応してまいります。

欧州は、下期、通期ともに大幅な増収増益を見込んでおります。
今年は減損損失の戻し入れ益を見込んでいないことに加え、ユーロ安や輸送費の高騰による原価率の上昇により、営業利益率は、前年比で若干低下する予想です。

2025年8月期 各事業の通期業績予想（5）

国内ユニクロ事業：下期は増収、若干の増益。通期は増収、大幅増益の見込み

- ・下期の既存店売上高は、増収を見込む
 - ✓ 粗利益率は、値引率の改善を見込んでいるものの、為替の影響による原価率の上昇で、やや低下する見込み
 - ✓ 販管費比率は、前年並みとなる見込み
- ・通期は、増収、販管費比率が改善することで、大幅な増益を見込む

ジーユー事業：下期は若干増収、営業利益は前年並み。通期は増収減益を見込む

- ・下期からは、商売の基本の徹底と、ジーユー独自のブランド価値を商売で具現化していくことに注力
- ・商品構成や数量計画に課題があるため、品番数をさらに絞り込み、効率の悪い商品をなくすと同時に、商品一つひとつの完成度を上げる。ジーユーらしいマストトレンドを捉えた商品の在庫を十分に準備し、マーケティング、売り場づくりと連動させることで、売上の最大化を図る
- ・販売計画を軸に各部門が連携した働き方に変え、生産調整能力も高めることで、欠品や在庫過剰をなくし、売上、利益を拡大

次に、国内ユニクロ事業ですが、下期は増収、若干の増益を見込んでおります。
通期では、増収、販管費比率が改善することで、大幅な増益を見込んでおります。

ジーユー事業は、下期は若干の増収、営業利益は前年並みとなる見込みです。
この結果、通期は増収となるものの、営業利益は減益を見込んでおります。

下期からは、商売の基本の徹底と、ジーユー独自のブランド価値を商売で具現化していくことに注力します。

具体的には、商品構成や数量計画に課題があるため、品番数をさらに絞り込み、
効率の悪い商品をなくすと同時に、商品一つひとつの完成度を上げます。
ジーユーらしいマストトレンドを捉えた商品の在庫を十分に準備し、マーケティング、売り場づくりと連動させることで、
売上の最大化を図ります。
また、販売計画を軸に各部門が連携した働き方に変え、生産調整能力も高めることで、
欠品や在庫過剰をなくし、売上、利益の両面を拡大していきます。

2025年8月期 各事業の通期業績予想（6）

グローバルブランド事業：下期は減収、営業利益は前年並み。通期は減収増益

【セオリー事業】

- ・下期、通期ともに、売上収益は減収、追加関税や相互関税の影響を受け、営業利益は減益を見込む
- ・売上の拡大を図るために、カジュアルウェアの商品の拡大やスタイリング提案を行っていくと同時に、セオリーのブランド価値が伝わるマーケティング、店舗づくりを強化していく方針

【プラステ事業】

- ・下期、通期ともに大幅な増収増益を見込む

【コントワー・デ・コトニエ事業】

- ・下期、通期ともに、売上収益は前年並み、赤字幅は縮小する見込み

グローバルブランド事業ですが、下期は減収、営業利益は前年並み、通期は減収増益を見込んでおります。

2025年8月期 配当金

中間配当金240円を予定、年間配当金480円を見込む

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2023年8月期	125.0円	165.0円	290.0円
2024年8月期	175.0円	225.0円	400.0円
2025年8月期（1/9 予想）	225.0円	225.0円	450.0円
2025年8月期（4/10 予想）※	240.0円	240.0円	480.0円
前期比	+65.0円	+15.0円	+80.0円

※ 2025年8月期の中間配当金については、4月10日開催の取締役会で決議しております。

なお、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。

本日の取締役会にて、中間配当金を、1株当たり240円と決議いたしました。
これは、前年に対し、65円の増配となります。

また、期末配当金についても、1株当たり240円を予想しております。
この結果、年間の配当金は、1株当たり480円、前年に対し80円の増配となる見込みです。

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	2024年8月期	2025年8月期（2024/9～2025/2）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
ユニクロ事業合計	2,495	82	64	+18	2,513	170	100	+70	2,565
国内ユニクロ事業 ※	797	15	20	▲5	792	30	30	0	797
直営店	787	15	19	▲4	783	-	-	-	-
FC	10	0	1	▲1	9	-	-	-	-
海外ユニクロ事業	1,698	67	44	+23	1,721	140	70	+70	1,768
グレートチャイナ合計	1,032	26	35	▲9	1,023	60	-	-	-
中国大陸	926	20	28	▲8	918	-	-	-	-
香港	34	4	2	+2	36	-	-	-	-
台湾	72	2	5	▲3	69	-	-	-	-
韓国	126	7	2	+5	131	15	-	-	-
東南アジア・オセアニア合計	380	14	6	+8	388	30	-	-	-
シンガポール	30	0	2	▲2	28	-	-	-	-
マレーシア	58	2	1	+1	59	-	-	-	-
タイ	68	3	0	+3	71	-	-	-	-
フィリピン	76	1	3	▲2	74	-	-	-	-
インドネシア	72	3	0	+3	75	-	-	-	-
オーストラリア	38	1	0	+1	39	-	-	-	-
ベトナム	25	2	0	+2	27	-	-	-	-
インド	13	2	0	+2	15	-	-	-	-

（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	2024年8月期	2025年8月期（2024/9～2025/2）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	84	14	1	+13	97	25	-	-	-
米国	61	9	1	+8	69	-	-	-	-
カナダ	23	5	0	+5	28	-	-	-	-
欧州合計	76	6	0	+6	82	10	-	-	-
英国	19	1	0	+1	20	-	-	-	-
フランス	28	0	0	0	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	2	0	+2	4	-	-	-	-
デンマーク	1	1	0	+1	2	-	-	-	-
イタリア	3	1	0	+1	4	-	-	-	-
ルクセンブルク	1	0	0	0	1	-	-	-	-
ポーランド	0	1	0	+1	1	-	-	-	-
ジーユー事業	472	14	8	+6	478	38	19	+19	491
グローバルブランド事業合計	628	22	25	▲3	625	39	41	▲2	626
セオリー事業 ※	442	7	6	+1	443	-	-	-	-
プラスデ事業	40	3	2	+1	41	-	-	-	-
コントワー・デ・コトニエ事業 ※	74	6	10	▲4	70	-	-	-	-
プリンセス タム・タム事業 ※	72	6	7	▲1	71	-	-	-	-
総 合 計	3,595	118	97	+21	3,616	247	160	+87	3,682

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
2024年8月期 上期（6カ月平均）実績	147.0	159.2	184.2	20.3	11.1
2025年8月期 上期（6カ月平均）実績	150.8	161.9	193.9	21.0	10.9
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	147.9	161.0	190.1	20.7	10.9
2025年8月期 下期（6カ月）予想	145.0	160.0	186.3	20.4	10.9

注 2025年8月期 通期予想レートは、上期実績レートと下期予想レートの平均値

バランスシート適用 為替レート

単位：円	1USD	1EUR	1GBP	1RMB	100KRW
2024年8月期 上期末為替レート 実績	150.7	163.3	190.8	20.9	11.3
2025年8月期 上期末為替レート 実績	149.6	155.5	188.6	20.5	10.3
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	149.6	155.5	188.6	20.5	10.3

<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						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	
2024年8月期 第2四半期実績（6カ月累計）	61	211	33	8	179	494	997
2025年8月期 第2四半期実績（6カ月累計）	66	862	31	9	149	1,119	1,079
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）	119	1,179	47	16	327	1,688	2,161