FAST RETAILING

2025年７月10日

2025年８月期 第３四半期業績
および通期 業績予想

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の岡﨑です。

私から、2025年８月期第３四半期の業績、および
通期の業績予想について、ご説明いたします。

目次

Ⅰ．第３四半期 決算概要	P. 3	～	P. 21
Ⅱ．2025年８月期 通期業績予想	P. 22	～	P. 26
Ⅲ．参考資料	P. 27	～	P. 30

【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 第３四半期 実績

増収増益、過去最高の業績を達成

・業績予想に対しては、売上収益は若干の下振れ、営業利益は上回る水準

単位：億円	１Q～３Q (2024/9～2025/5)			３Q (2025/3～2025/5)		
	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	26,167	23,665	+10.6%	8,265	7,675	+7.7%
売上総利益	14,085	12,789	+10.1%	4,537	4,337	+4.6%
（売上比）	53.8%	54.0%	▲0.2p	54.9%	56.5%	▲1.6p
販管費	9,649	8,858	+8.9%	3,118	2,917	+6.9%
（売上比）	36.9%	37.4%	▲0.5p	37.7%	38.0%	▲0.3p
事業利益	4,435	3,931	+12.8%	1,418	1,419	▲0.0%
（売上比）	17.0%	16.6%	+0.4p	17.2%	18.5%	▲1.3p
その他収益・費用	74	87	▲14.9%	48	27	+74.4%
営業利益	4,509	4,018	+12.2%	1,467	1,447	+1.4%
（売上比）	17.2%	17.0%	+0.2p	17.8%	18.9%	▲1.1p
金融収益・費用	695	759	▲8.4%	100	336	▲70.1%
税引前四半期利益	5,205	4,777	+8.9%	1,567	1,783	▲12.1%
（売上比）	19.9%	20.2%	▲0.3p	19.0%	23.2%	▲4.2p
親会社の所有者に帰属する四半期利益	3,390	3,128	+8.4%	1,055	1,169	▲9.7%
（売上比）	13.0%	13.2%	▲0.2p	12.8%	15.2%	▲2.4p

為替影響を除いた現地通貨ベース：＋約11%

為替影響を除いた現地通貨ベース：＋約３%

為替影響を除いた現地通貨ベース：＋約４%

2025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２兆6,167億円、前年同期比10.6%増、
営業利益は4,509億円、同12.2%増、
親会社の所有者に帰属する四半期利益は3,390億円、同8.4%増と、
増収増益、過去最高の業績を達成いたしました。

業績予想に対しては、売上収益は若干の下振れ、
営業利益は上回る水準となりました。

【連結】３Ｑ３カ月 決算ハイライト

・３Ｑ３カ月は、現地通貨ベースで**売上収益は＋約11%**、**営業利益は＋約４%**。
業績予想に対して、**売上収益は若干下振れ**も、**営業利益は上回る**水準

・**日本、欧州、北米、東南アジア・インド・豪州地区、韓国のユニクロ事業**が、
グループ全体の業績をけん引

・マーケティングを強化した**夏物コア商品**の販売が好調、
通年商品の在庫を十分にもち、**気温に左右されにくい商売を展開**できたことで、
グローバルで好調な販売

・グローバル各地域で、LifeWearのブランド価値を体現し、地域のお客様に
必要とされる**質の高い出店を継続**していることも、好調な業績の要因

・**中国大陸のユニクロ事業、ジーユー事業**は、事業構造改革の過渡期にあり、
３Ｑ３カ月では減益

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。

第３四半期３カ月間の連結業績は、
為替影響を除いた現地通貨ベースで、売上収益は約11%の増収、営業利益は約４%の増益となりました。
業績予想に対して、売上収益は若干下振れましたが、営業利益は上回る水準となっております。

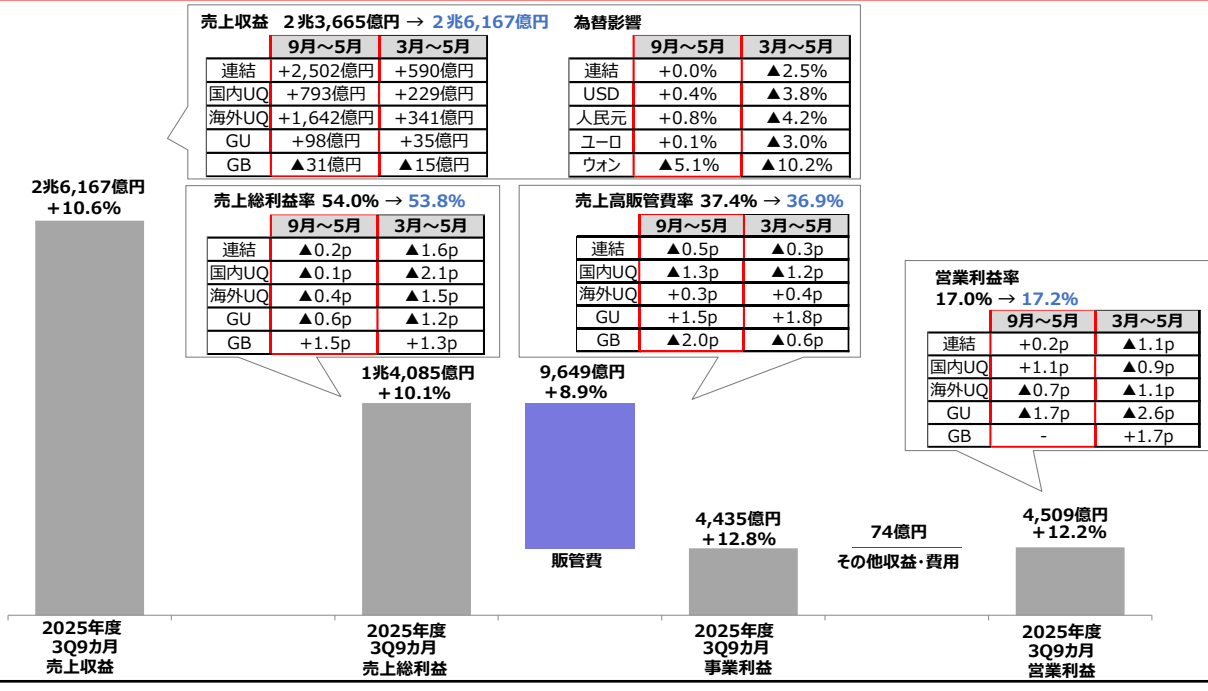
特に、日本、欧州、北米、東南アジア・インド・オーストラリア地区、韓国のユニクロ事業が、
グループ全体の業績をけん引いたしました。

マーケティングを強化した夏物コア商品の販売が好調だったことに加え、
通年商品の在庫を十分にもち、
気温に左右されにくい商売を展開できたことで、グローバルで好調な販売となりました。

また、グローバル各地域で、LifeWearのブランド価値を体現し、
地域のお客様に必要とされる質の高い出店を継続していることも、好調な業績の要因です。

一方で、中国大陸のユニクロ事業とジーユー事業は、事業構造改革の過渡期にあり、
第３四半期３カ月間では、減益となりました。

【連結】第３四半期（９カ月累計） 営業利益



売上収益　２兆3,665億円 → ２兆6,167億円

	9月～5月	3月～5月
連結	+2,502億円	+590億円
国内UQ	+793億円	+229億円
海外UQ	+1,642億円	+341億円
GU	+98億円	+35億円
GB	▲31億円	▲15億円

為替影響

	9月～5月	3月～5月
連結	+0.0%	▲2.5%
USD	+0.4%	▲3.8%
人民元	+0.8%	▲4.2%
ユーロ	+0.1%	▲3.0%
ウォン	▲5.1%	▲10.2%

売上総利益率 54.0% → 53.8%

	9月～5月	3月～5月
連結	▲0.2p	▲1.6p
国内UQ	▲0.1p	▲2.1p
海外UQ	▲0.4p	▲1.5p
GU	▲0.6p	▲1.2p
GB	+1.5p	+1.3p

売上高販管費率 37.4% → 36.9%

	9月～5月	3月～5月
連結	▲0.5p	▲0.3p
国内UQ	▲1.3p	▲1.2p
海外UQ	+0.3p	+0.4p
GU	+1.5p	+1.8p
GB	▲2.0p	▲0.6p

営業利益率
17.0% → 17.2%

	9月～5月	3月～5月
連結	+0.2p	▲1.1p
国内UQ	+1.1p	▲0.9p
海外UQ	▲0.7p	▲1.1p
GU	▲1.7p	▲2.6p
GB	-	+1.7p

次に、第３四半期９カ月間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２兆6,167億円、前年同期比2,502億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1,642億円、国内ユニクロ事業が同793億円の増収となったことによります。

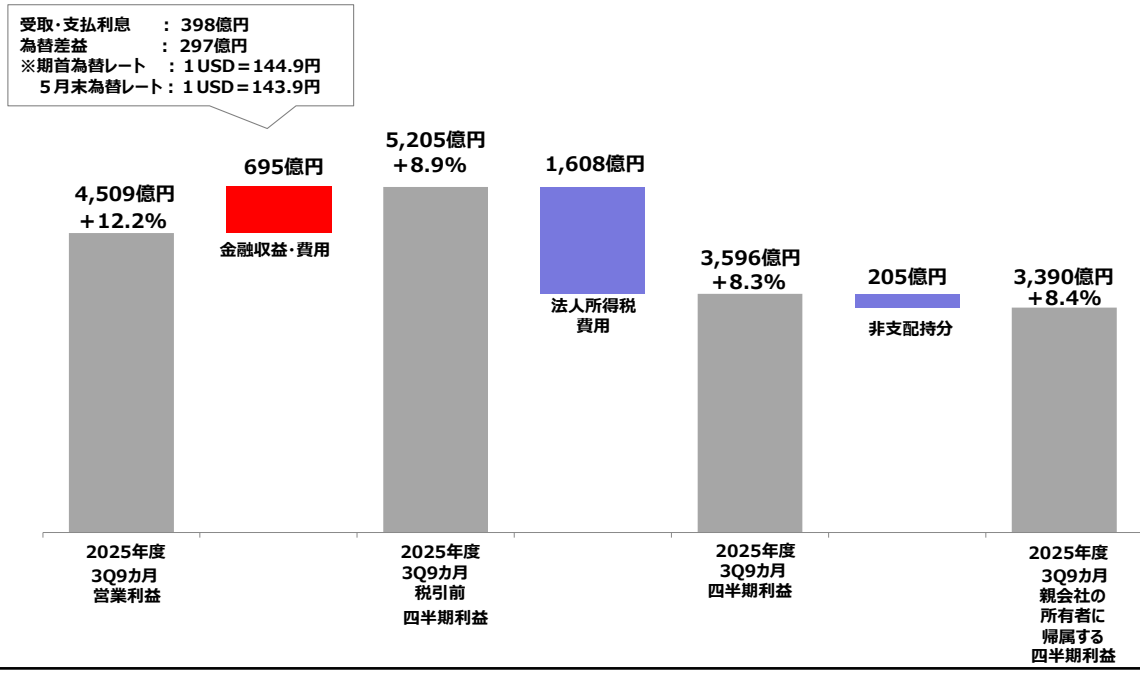
売上総利益率は53.8%と、同0.2ポイント低下いたしました。
これは主に、ジーユー事業や海外ユニクロ事業で、粗利益率が低下したことによります。

売上高販管費比率は36.9%と、同0.5ポイント改善いたしました。
これは主に、国内ユニクロ事業の販売が好調だったことで、販管費比率が改善したことによります。

その他収益・費用は、ネットで74億円のプラスとなりました。
この結果、営業利益は4,509億円、同12.2%の大幅な増益、
営業利益率は17.2%、同0.2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



営業利益以下の項目ですが、金融収益・費用は、ネットで695億円のプラスとなりました。
これは、利息がネットで398億円のプラスとなったことに加え、
外貨建資産の換算などによる為替差益が297億円発生したことによります。

これらの結果、税引前四半期利益は5,205億円、前年同期比8.9%増、
親会社の所有者に帰属する四半期利益は3,390億円、同8.4%増となりました。

【セグメント別】第３四半期 実績

単位：億円		1Q～3Q(2024/9～2025/5)			3Q (2025/3～2025/5)		
		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	**8,014**	7,220	+11.0%	**2,598**	2,369	+9.7%
	事業利益	**1,502**	1,267	+18.5%	**526**	503	+4.6%
	(売上比)	18.7%	17.6%	+1.1p	20.2%	21.2%	▲1.0p
	その他収益・費用	**3**	10	▲63.9%	**3**	2	+50.9%
	営業利益	**1,506**	1,278	+17.8%	**529**	505	+4.7%
	(売上比)	18.8%	17.7%	+1.1p	20.4%	21.3%	▲0.9p
海外ユニクロ事業	売上収益	**14,571**	12,928	+12.7%	**4,429**	4,088	+8.3%
	事業利益	**2,375**	2,205	+7.7%	**679**	705	▲3.6%
	(売上比)	16.3%	17.1%	▲0.8p	15.3%	17.3%	▲2.0p
	その他収益・費用	**31**	13	+126.8%	**41**	4	+731.8%
	営業利益	**2,406**	2,219	+8.4%	**721**	710	+1.5%
	(売上比)	16.5%	17.2%	▲0.7p	16.3%	17.4%	▲1.1p
ジーユー事業	売上収益	**2,562**	2,464	+4.0%	**904**	868	+4.1%
	事業利益	**251**	292	▲14.2%	**119**	141	▲15.3%
	(売上比)	9.8%	11.9%	▲2.1p	13.2%	16.3%	▲3.1p
	その他収益・費用	**12**	2	+505.5%	**4**	0	-
	営業利益	**263**	294	▲10.7%	**124**	141	▲12.1%
	(売上比)	10.3%	12.0%	▲1.7p	13.7%	16.3%	▲2.6p
グローバルブランド事業	売上収益	**1,005**	1,037	▲3.1%	**327**	343	▲4.6%
	事業利益	**29**	▲4	-	**18**	12	+44.2%
	(売上比)	2.9%	-	-	5.5%	3.7%	+1.8p
	その他収益・費用	**▲0**	1	-	**0**	1	▲37.9%
	営業利益	**28**	▲3	-	**19**	14	+35.1%
	(売上比)	2.8%	-	-	5.8%	4.1%	+1.7p

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】第３四半期（３カ月） 実績

増収増益、業績予想を上回る

・期を通して通年商品の販売が好調、感謝祭やゴールデンウィーク商戦で夏物コア商品が売上をけん引し、好調な業績

単位：億円	１Q～３Q(2024/9～2025/5)			３Q（2025/3～2025/5）		
	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	**8,014**	7,220	+11.0%	**2,598**	2,369	+9.7%
売上総利益	**4,076**	3,682	+10.7%	**1,360**	1,292	+5.3%
（売上比）	50.9%	51.0%	▲0.1p	52.4%	54.5%	▲2.1p
販管費	**2,574**	2,415	+6.6%	**834**	788	+5.8%
（売上比）	32.1%	33.4%	▲1.3p	32.1%	33.3%	▲1.2p
事業利益	**1,502**	1,267	+18.5%	**526**	503	+4.6%
（売上比）	18.7%	17.6%	+1.1p	20.2%	21.2%	▲1.0p
その他収益・費用	**3**	10	▲63.9%	**3**	2	+50.9%
営業利益	**1,506**	1,278	+17.8%	**529**	505	+4.7%
（売上比）	18.8%	17.7%	+1.1p	20.4%	21.3%	▲0.9p

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2,598億円、前年同期比9.7%増、
営業利益は529億円、同4.7%増と、業績予想を上回り、増収増益となりました。

期を通して通年商品の販売が好調だったことに加え、
感謝祭やゴールデンウィーク商戦で夏物コア商品が売上をけん引したことで、
好調な業績となりました。

【国内ユニクロ事業】売上収益（３Q３カ月）

既存店売上高：+7.5%

・３Q３カ月間は、１）ＵＶカットやエアリズムインナーなど、キャンペーンで打ち出した夏物コア商品の販売が好調、
２）気温の変動が大きいなかで、通年商品の在庫を十分にもった商売を行ったことで、スウェットパンツやカジュアルアウター、ジーンズなどの販売が好調

・感謝祭やゴールデンウィーク商戦も大盛況で、増収に寄与

・ＥＣ売上高：393億円、＋13.8%。売上構成比：15.1%

・６月の既存店売上高は＋6.4%。１）気温とキャンペーンがマッチし、夏物コア商品の販売が好調、
２）お客様需要を捉えた新商品の販売が好調

既存店 前年同期比	2025年８月期						
	上期	３月	４月	５月	３Q３カ月	９カ月累計	６月
売上高	**+9.8%**	+11.5%	▲1.3%	+13.1%	**+7.5%**	**+9.1%**	+6.4%
客数	**+5.3%**	+9.6%	▲1.4%	+12.5%	**+6.8%**	**+5.8%**	+7.4%
客単価	**+4.3%**	+1.7%	+0.2%	+0.5%	**+0.6%**	**+3.1%**	▲0.9%

第３四半期３カ月間の既存店売上高は、前年同期比7.5%の増収となりました。

この３カ月間は、UVカットやエアリズムインナーなど、
キャンペーンで打ち出した夏物コア商品の販売が好調だったことに加え、
気温の変動が大きいなかで、通年商品の在庫を十分にもった商売を行ったことで、
スウェットパンツやカジュアルアウター、ジーンズなどの販売が好調でした。
また、感謝祭やゴールデンウィーク商戦も大盛況となったことで、増収に寄与いたしました。

【国内ユニクロ事業】粗利益率、販管費比率（３Q３カ月）

粗利益率：52.4%、▲2.1ｐ低下

・調達に使用している為替予約レートが円安となった影響で、原価率が上昇

・春物商品を中心に、在庫処分のための値引き販売を早期に行ったことで、値引率が上昇

販管費比率：32.1%、▲1.2ｐ改善

・増収となったことで、賃借料比率や人件費比率、広告宣伝費比率が改善

・前年11月以降の店舗販売員の時給アップや、今年３月の正社員の報酬引き上げにより、人件費は、金額ベースでは増加も、店舗オペレーションのさらなる効率化により、報酬の引き上げを生産性向上で吸収する好循環が実現

国内ユニクロ事業の第３四半期３カ月間の粗利益率は52.4%と、
前年同期比2.1ポイント低下いたしました。

これは、調達に使用している為替予約レートが円安となった影響で、原価率が上昇したことに加え、
春物商品を中心に、在庫処分のための値引き販売を早期に行ったことで、値引率が上昇したことによります。

販管費比率は32.1%と、同1.2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、賃借料比率や人件費比率、広告宣伝費比率が改善したことによります。
前年11月以降の店舗販売員の時給アップや、今年３月の正社員の報酬引き上げにより、
人件費は、金額ベースでは増加いたしましたが、
店舗オペレーションのさらなる効率化により、
報酬の引き上げを生産性向上で吸収する好循環が実現できております。

【海外ユニクロ事業】第３四半期（３カ月） 実績

増収増益、営業利益は業績予想を上回る

- 為替影響を除いた現地通貨ベースの業績は、売上収益は＋約14%、営業利益は＋約７%
- 韓国、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、増収増益と好調。１）グローバルで戦略的にマーケティングを強化した商品が大幅な増収と好調、２）ブランド価値が伝わる質の高い出店により、新規出店した店舗の販売が好調
- グレーターチャイナは、消費意欲の低下、気温が低く推移したことで実需が盛り上がらず、減収減益
- 販管費比率は＋0.4ｐ。「移転価格に関する事前確認」を合意した国が増加、ロイヤリティ費用が増加したため。この影響を除くと、販管費比率はほぼ前年並み。グループ全体では、内部取引で相殺、連結全体の業績に影響なし
- 粗利益率は1.5ｐ低下。原価率の上昇、輸送費の高騰による

単位：億円	１Q～３Q(2024/9～2025/5)			３Q（2025/3～2025/5）		
	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	14,571	12,928	＋12.7%	4,429	4,088	＋8.3%
売上総利益	8,106	7,243	＋11.9%	2,506	2,375	＋5.5%
（売上比）	55.6%	56.0%	▲0.4p	56.6%	58.1%	▲1.5p
販管費	5,731	5,037	＋13.8%	1,826	1,669	＋9.4%
（売上比）	39.3%	39.0%	＋0.3p	41.2%	40.8%	＋0.4p
事業利益	2,375	2,205	＋7.7%	679	705	▲3.6%
（売上比）	16.3%	17.1%	▲0.8p	15.3%	17.3%	▲2.0p
その他収益・費用	31	13	＋126.8%	41	4	＋731.8%
営業利益	2,406	2,219	＋8.4%	721	710	＋1.5%
（売上比）	16.5%	17.2%	▲0.7p	16.3%	17.4%	▲1.1p

為替影響を除いた現地通貨ベース：＋約14%

為替影響を除いた現地通貨ベース：＋約２%

為替影響を除いた現地通貨ベース：＋約７%

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、4,429億円、前年同期比8.3%増、
営業利益は、721億円、同1.5%増と、増収増益となりました。
業績予想に対しては、売上収益は下振れたものの、営業利益は上振れました。
なお、為替影響を除いた現地通貨ベースの業績は、
売上収益は約14%増、営業利益は約７%増となっております。

特に、韓国、東南アジア・インド・オーストラリア地区、北米、欧州は、増収増益と好調でした。
これは主に、グローバルで戦略的にマーケティングを強化した商品が大幅な増収と好調だったことに加え、
ユニクロのブランド価値が伝わる質の高い出店を行ったことで、新規出店した店舗の販売が好調だったことによります。
一方で、グレーターチャイナは、消費意欲の低下や、気温が低く推移したことで実需が盛り上がらず、
減収減益となりました。

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。

FAST RETAILING

【海外ユニクロ事業】地域別３Ｑ３カ月（１）

現地通貨ベース

グレーターチャイナ：約３％減収、約８％減益（現地通貨ベース）

・業績予想を下回る。現地通貨ベース：売上収益約３％減、営業利益約８％減（円ベース：8.2%減収、11.5%減益）

【中国大陸市場】約５％減収、約３％減益

・市場全体で消費意欲が低下、５月初旬まで低い気温が続き、実需が盛り上がらなかったため、既存店売上高は減収

・事業構造改革は過渡期にあるものの、一部の成果は見え始める

- ✓ グローバルの売れ筋商品のマーケティングを強化し、リネン、ＵＶカット、イージーパンツなどのコア商品は、好調な販売。売れ行きを見ながら高い頻度で生産調整する体制も整いつつあり、５月末の在庫は減少、３Ｑ３カ月間の値引率も改善
- ✓ 低月商店舗のスクラップ＆ビルドも順調。スクラップ＆ビルドした店舗の平均月商は約1.5倍。店舗の質の改善が進む。中国大陸南西部初の旗艦店「ユニクロ 成都店」をオープン、大成功。既存店舗を増床、地域の文化に根差し、ブランド価値を伝える店舗にリブランディング。中国大陸で売上５位となる。個店経営やスクラップ＆ビルドの好事例として、今後、横展開

・営業利益率は改善。前年度の４Ｑ３カ月間に計上された雑収入が、今年度は、３Ｑ３カ月間に計上されたため

・粗利益率は、原価率の上昇により低下。販管費比率は、減収となったことで人件費比率を中心に上昇

【香港・台湾市場】ともに増収、大幅な減益

・３月、４月に低い気温が続いたことで販売に苦戦、３Ｑ３カ月間の既存店売上高は若干の減収

・原価率の上昇により粗利益率が低下、販管費比率が上昇したことで、営業利益率は低下

まず、グレーターチャイナの第３四半期３カ月間ですが、業績予想を下回り、
現地通貨ベースで、売上収益は約３％減、営業利益は約８％減となりました。

中国大陸ですが、第３四半期３カ月間の売上収益は約５％減、営業利益は約３％減となりました。

第３四半期３カ月間では、市場全体の消費意欲が低下していたことや、
５月初旬まで低い気温が続いたなかで、実需が盛り上がらなかったことから、
既存店売上高は減収となりました。

なお、事業構造改革は過渡期にありますが、一部の成果は見え始めております。

具体的には、グローバルの売れ筋商品のマーケティングを強化したことで、
リネンシャツ、UVカット群、イージーパンツなどのコア商品は、好調な販売となりました。
また、売れ行きを見ながら高い頻度で生産調整する体制も整いつつあることで、
５月末の在庫水準は前年同期末比で減少し、第３四半期３カ月間の値引率も改善いたしました。

また、低月商店舗のスクラップ＆ビルドも順調に進んでおります。
引き続き、スクラップ＆ビルドした店舗の平均月商は約1.5倍になっており、店舗の質が改善しつつあります。
そのなかで、５月16日に中国大陸南西部初の旗艦店として、「ユニクロ 成都店」をオープンし、大成功を収めました。
この店舗は、既存店舗を増床し、地域の文化に根差しながら、
ユニクロのブランド価値を伝える店舗にリブランディングしたことで、中国大陸で売上５位の店舗に生まれ変わりました。
この店舗を、個店経営やスクラップ＆ビルドの好事例として、今後、横展開していく計画です。

中国大陸南西部初の旗艦店「ユニクロ 成都店」
開店前に1,000名を超えるお客様でにぎわう

オープン当日、1,000名を超えるお客様でにぎわう。地元アーティストとコラボしたUTme!の販売や、成都の街の文化を「LifeWear」を通じて紹介するガイドブックを刊行

こちらが、５月16日にオープンした、中国大陸南西部初の旗艦店「ユニクロ 成都店」です。

成都のお客様の需要に合わせ、夏のエッセンシャル商品を打ち出したことに加え、
地域の文化を取り入れたUTme!や、マーケティングを実施したことで、
オープン初日は、開店前に1,000名を超えるお客様が並び、大変なにぎわいになりました。
２日目以降も口コミで情報が拡散され、好調な販売が継続しております。

FAST RETAILING

【海外ユニクロ事業】地域別３Ｑ３カ月（２）

現地通貨ベース

韓国：大幅な増収増益

・業績予想通りの水準

・戦略的に、春物商品や通年商品の在庫を準備したことで、端境期の商売が上手くいったことに加え、
SNSなどのデジタル広告での着こなしの発信や、コア商品の訴求強化などマーケティング戦略が奏功したことで大幅な増収

・ジャージーバレルレッグパンツ、UNIQLO：Ｃスウェットワイドパンツ、ポケッタブルＵＶカットパーカ、ＵＴが好調な販売

東南アジア・インド・豪州地区：大幅な増収、営業利益は増益

・業績予想通りの水準

・一部の国で「移転価格に関する事前確認」によりロイヤリティ費用が増加するも、その影響を除くと大幅な増益

・グローバルでキャンペーンを展開したリネンシャツやイージーパンツが売上をけん引。各国の催事に合わせて戦略的に
マーケティングを強化したことで、ＵＶカット、ブラトップ、半袖ニットなど、夏物商品を中心に好調な販売。既存店売上高は増収

・地域別では、シンガポール、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
タイは増収減益、マレーシアは減収減益。タイは、隣国ミャンマーの大地震により消費意欲の低下の影響を受けたこと、
マレーシアは、感謝祭期間が４Ｑに期ずれしたことで、販売に苦戦

・３Ｑ３カ月間の東南アジア・インド・豪州地区の営業利益率は低下
１）ロイヤリティ費用の増加、２）戦略的に商品価格の見直しを行ったことで粗利益率が低下したことによる

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、営業利益は増益となりました。
なお、一部の国で「移転価格に関する事前確認」によるロイヤリティ費用の増加がありましたが、
その影響を除くと、営業利益は、大幅な増益となっております。

この３カ月間は、グローバルでキャンペーンを展開したリネンシャツやイージーパンツが売上をけん引したことに加え、
各国の催事に合わせて戦略的にマーケティングを強化したことで、
UVカット、ブラトップ、半袖ニットなど、夏物商品を中心に好調な販売となり、
既存店売上高は増収となりました。

地域別では、シンガポール、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、タイは増収減益、マレーシアは減収減益となりました。
タイは、隣国ミャンマーの大地震により消費意欲の低下の影響を受けたこと、
マレーシアは、感謝祭期間が第４四半期に期ずれしたことで、販売に苦戦いたしました。

FAST RETAILING

【海外ユニクロ事業】地域別３Ｑ３カ月（３）

現地通貨ベース

北米：大幅な増収増益

・米国、カナダともに、好調な業績が継続。業績予想を上回る

【米国】大幅な増収増益

・スウェットやリネン、スポーツユーティリティウェアなど、戦略的にマーケティングを強化した商品が売上をけん引したことや、イースター商戦や感謝祭など、催事に合わせて情報発信を強化したことで、既存店売上高は大幅な増収

・３Ｑ３カ月間にニュージャージーやカリフォルニアなどに、新規出店した５店舗がオープン当初からの好調な販売、上期にオープンしたテキサスやサンディエゴの店舗も継続的に計画を上回る好調な販売となり、新規顧客の獲得と認知度の向上が続く

・営業利益率は改善。売上が拡大したことに加え、物流費比率の改善により、販管費比率が低下

・粗利益率は低下。不振商品の在庫処分のために、早期に値引き販売を強化したため。３Ｑ３カ月間では、米国政府による追加関税や相互関税の影響はほとんどなし

【カナダ】大幅な増収、営業利益は増益

・戦略的に販売を拡大する商品のマーケティングや情報発信を強化し、スポーツユーティリティウェアやリネン、ブラトップなどのコア商品の販売が好調で、既存店売上高は増収

北米は、業績予想を上回り、大幅な増収増益となりました。
米国、カナダともに、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。
スウェットやリネン、スポーツユーティリティウェアなど、戦略的にマーケティングを強化した商品が
売上をけん引したことに加え、
イースター商戦や感謝祭など、催事に合わせて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。
また、第３四半期３カ月間にニュージャージーやカリフォルニアなどに、
新規出店した５店舗がオープン当初から好調な販売となっていることに加え、
上期にオープンしたテキサスやサンディエゴの店舗も
継続的に計画を上回る好調な販売となり、新規顧客の獲得と認知度の向上が続いております。

FAST RETAILING

【海外ユニクロ事業】地域別３Ｑ３カ月（４）

現地通貨ベース

欧州：大幅な増収、営業利益は増益

- 業績予想通りの水準
- 既存店売上高は３カ月間を通して大幅な増収
- 春夏の売れ筋商品の在庫を十分にもち、情報発信を強化したことで、リネンシャツ、イージーパンツなど
  コア商品を中心に販売が好調
- UNIQLO：C スウェットワイドショーツや、mofusandとのコラボＵＴなどの新商品の販売も好調、
  若年層の新規顧客の獲得につながる
- ３Ｑ３カ月間は、アムステルダム、マドリードにそれぞれ３号店を出店したことに加え、新規都市のリバプールにも出店。
  いずれも計画を大幅に上回る業績で、欧州各都市で、お客様のユニクロに対する高い期待を実感
- 営業利益率は低下
  - ✓ 粗利益率：輸送費や原材料の高騰により原価率が上昇、値引率が拡大したことで低下
  - ✓ 販管費比率：新たな自動化倉庫の立ち上げに伴い、一時的に複数倉庫で運用し、物流費比率が増加したことで、若干上昇

欧州は、業績予想通り、大幅な増収、営業利益は増益となりました。

既存店売上高は３カ月間を通して大幅な増収となりました。

春夏の売れ筋商品の在庫を十分にもち、情報発信を強化したことで、
リネンシャツ、イージーパンツなど、コア商品を中心に販売が好調でした。
また、UNIQLO：Cのスウェットワイドショーツや、モフサンドとコラボしたUTなどの新商品の販売も好調で、
若年層の新規顧客の獲得につながりました。

第３四半期３カ月間は、アムステルダムとマドリードにそれぞれ３号店を出店したことに加え、
新規都市であるリバプールにも出店いたしました。
いずれも計画を大幅に上回る業績となっており、
欧州の各都市で、お客様のユニクロに対する高い期待を実感しております。

【ジーユー事業】第３四半期（３カ月）実績

増収、大幅な減益。業績予想を下回る

・既存店売上高は若干の増収。マストレンド商品のバレルレッグパンツ群の販売が好調、気温が上昇した5月以降、スウェＴ、ドライＴなどの夏物商品の販売が好調。一方で羽織物やロングＴシャツなど、チャンスの見えた商品もあったものの、数量とマーケティングが不足し、売上は業績予想を下回る

・粗利益率は、調達に使用している為替予約レートが円安となった影響を受け、原価率が上昇したことで、低下。販管費比率は上昇。給与水準を引き上げた一方、売上を十分に拡大できず、人件費比率を中心に上昇したことによる

・ＥＣは大幅な増収、売上構成比は約13%

・商品構成、数量計画、マーケティングにまだ課題が残るも、３Ｑ３カ月間は、組織体制の改革やオペレーションのあるべき基準の浸透を図り、経営の質は改善しつつある

・この秋冬から新たなチームで企画した商品を発売、数量計画の精度の改善、お客様がお買い物をしやすい売場づくり、より効果的なマーケティングを実行することで、次の上期から徐々に改革の成果が出てくる見込み

単位：億円

	1Q～3Q(2024/9～2025/5)			3Q (2025/3～2025/5)		
	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	2,562	2,464	+4.0%	904	868	+4.1%
売上総利益	1,256	1,222	+2.8%	455	447	+1.7%
(売上比)	49.0%	49.6%	▲0.6p	50.3%	51.5%	▲1.2p
販管費	1,005	929	+8.2%	335	306	+9.5%
(売上比)	39.2%	37.7%	+1.5p	37.1%	35.3%	+1.8p
事業利益	251	292	▲14.2%	119	141	▲15.3%
(売上比)	9.8%	11.9%	▲2.1p	13.2%	16.3%	▲3.1p
その他収益・費用	12	2	+505.5%	4	0	-
営業利益	263	294	▲10.7%	124	141	▲12.1%
(売上比)	10.3%	12.0%	▲1.7p	13.7%	16.3%	▲2.6p

次にジーユー事業ですが、第３四半期３カ月間の売上収益は904億円、前年同期比4.1%増、
営業利益は124億円、同12.1%減と、増収、大幅な減益となりました。
これは、業績予想を下回る水準です。

既存店売上高は若干の増収となりました。
これは、マストレンド商品のバレルレッグパンツ群の販売が好調だったことに加え、
気温が上昇した５月以降に、スウェＴ、ドライＴなどの夏物商品の販売が好調だったことによります。
一方で、羽織物やロングＴシャツなど、チャンスの見えた商品もありましたが、
数量とマーケティングが不足したことで、売上は業績予想を下回りました。

利益面では、粗利益率は、調達に使用している為替予約レートが円安となった影響を受け、
原価率が上昇したことで、低下いたしました。
販管費比率は、上昇いたしました。
これは、給与水準の引き上げを行った一方で、売上を十分に拡大できなかったため、
人件費比率を中心に上昇したことによります。

商品構成、数量計画、マーケティングにまだ課題が残っていますが、第３四半期３カ月間は、
組織体制の改革やオペレーションのあるべき基準の浸透を図ってきたことにより、
経営の質は改善しつつあります。

この秋冬からは、新たなチームで企画した商品が発売されることに加え、数量計画の精度の改善、
お客様がお買い物をしやすい売場づくり、より効果的なマーケティングを実行することで、
次の上期からは徐々に改革の成果が出てくる見込みです。

【グローバルブランド事業】第３四半期（３カ月） 実績

減収増益、業績予想を下回る

・主に、セオリー事業が減収。コントワー・デ・コトニエ事業の赤字幅縮小により、増益

【セオリー事業】減収減益

・主に、日本事業とアジア事業が減収減益となったことによる。日本事業は、百貨店の販売に苦戦したことから減収減益。
アジア事業は、主に中国大陸市場で、消費意欲の低下の影響を受けたことで減収、値引き販売を強化した結果、減益

・米国事業は増収増益。デジタルマーケティングを強化したことによりＥＣ販売が好調

【プラステ事業】大幅な増収増益と好調

・シャンブレーラップパンツ、シアードルマンシャツなど、目新しさのある新商品の販売が好調、５月の感謝祭はニュース性のあるコラボ商品やマーケティングの打ち出しが奏功し大幅な増収。経費コントロールを強化、販管費比率が改善、営業利益率も改善

【コントワー・デ・コトニエ事業】減収、赤字幅は縮小

・５月末時点の店舗数が前年の85店舗から
今年は73店舗へ減少したことで、減収

・既存店売上高は増収。お買い求めやすい価格帯へ
見直した商品の販売が好調、改装した店舗の売上も好調

・粗利益率、販管費比率ともに改善し、赤字幅は縮小

単位：億円	１Q～３Q(2024/9～2025/5)			３Q（2025/3～2025/5）		
	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	1,005	1,037	▲3.1%	327	343	▲4.6%
事業利益	29	▲4	-	18	12	+44.2%
（売上比）	2.9%	-	-	5.5%	3.7%	+1.8p
その他収益・費用	▲0	1	-	0	1	▲37.9%
営業利益	28	▲3	-	19	14	+35.1%
（売上比）	2.8%	-	-	5.8%	4.1%	+1.7p

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327億円、前年同期比4.6%減となりました。
これは主に、セオリー事業が減収となったことによります。
営業利益は19億円、同35.1%増となりました。
これは、コントワー・デ・コトニエ事業の赤字幅が縮小したことによります。
業績予想に対しては、下回る水準となりました。

セオリー事業は減収減益となりました。
これは主に、日本事業とアジア事業が減収減益となったことによります。
日本事業は、百貨店の販売に苦戦したことから、減収減益となりました。
アジア事業は、主に中国大陸市場で、消費意欲の低下の影響を受けたことで減収、
値引き販売を強化した結果、減益となりました。
一方で、米国事業は増収増益となりました。
デジタルマーケティングを強化したことによりＥコマース販売が好調でした。

【連結】2025年５月末 B/S

単位：億円	2024年５月末	2024年８月末	**2025年５月末**	前年同期末比
資産合計	36,841	35,875	**36,981**	＋140
流動資産	23,729	23,632	**23,227**	▲502
非流動資産	13,112	12,242	**13,754**	＋642
負債合計	14,885	15,193	**15,304**	＋418
資本合計	21,955	20,682	**21,677**	▲278

次に、2025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３兆6,981億円、前年同期末比140億円増加、
負債合計は１兆5,304億円、同418億円増加、
資本合計は２兆1,677億円、同278億円減少いたしました。

資産、負債の主な増減は、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：＋140億円（３兆6,841億円→３兆6,981億円）

・現金及び現金同等物：▲1,059億円（１兆977億円 → 9,917億円）
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減少

・その他金融資産（短期・長期）：＋1,220億円（8,872億円 → １兆92億円）

・棚卸資産：＋441億円（4,047億円 → 4,489億円）

✓ 海外UQ：＋277億円。欧米、東南アジアを中心に事業拡大が続き、増加。グレーターチャイナの在庫水準は減少

✓ 国内UQ：＋184億円。好調な販売に対応するために、戦略的に夏物商品を準備し、増加

✓ GU：＋26億円、グローバルブランド：▲49億円

・有形固定資産・使用権資産：＋999億円（6,741億円 → 7,740億円）
ユニクロ ニューヨーク５番街店やスペイン グランビア店の不動産の取得、新規出店、自動化倉庫への投資などによる

負債合計：＋418億円（１兆4,885億円→１兆5,304億円）

・デリバティブ金融負債（短期・長期）：＋472億円（50億円 → 522億円）
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

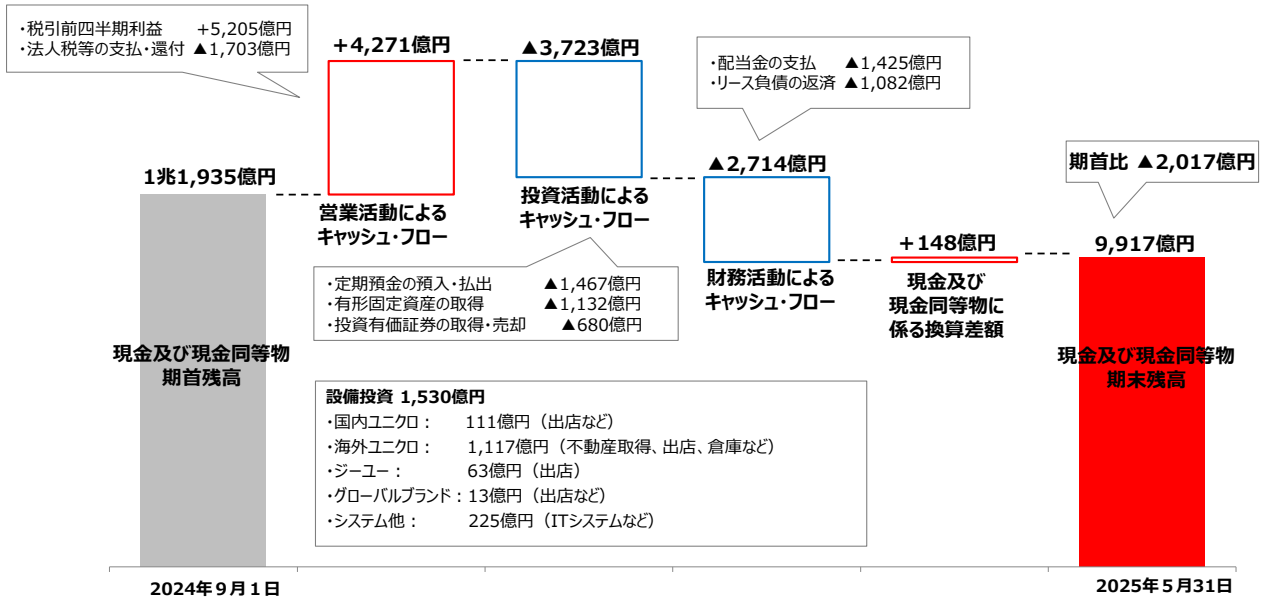
資産合計が前年同期末比140億円増加した要因をご説明いたします。

現金及び現金同等物は、9,917億円、同1,059億円減少いたしました。
これは、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ことによります。
これに伴い、その他金融資産は、同1,220億円増加いたしました。

棚卸資産は、同441億円増加いたしました。
これは主に、海外ユニクロ事業で同277億円増加、国内ユニクロ事業で同184億円増加したことによります。
海外ユニクロ事業は、欧米、東南アジアを中心に事業拡大が続いていることで増加いたしました。
グレーターチャイナの在庫水準は、減少しております。
国内ユニクロ事業は、好調な販売に対応するために、戦略的に夏物商品を準備していることで、
増加いたしました。

また、有形固定資産と使用権資産は、合わせて同999億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番街店やスペイン グランビア店の不動産の取得、
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】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4,271億円の収入、
投資活動によるキャッシュ・フローが3,723億円の支出、
財務活動によるキャッシュ・フローが2,714億円の支出、となりました。

【連結】2025年８月期 通期業績予想

業績予想は変更せず、過去最高の業績を予想

・４Q３カ月間も、ユニクロ事業を中心に増収増益と好調なトレンドが継続する見込み

・コントワー・デ・コトニエ事業とプリンセス タム・タム事業の事業構造改革に伴う減損損失など約40億円の費用を織り込んでも、通期の営業利益予想は達成できる見通し

・米国政府が発表した相互関税や追加関税の影響額は、７月９日時点の最新の状況を踏まえ、前提を見直した。
業績予想に織り込んだ影響額は、下期の連結事業利益の１%程度の水準
すでに相当量の商品が米国国内に入庫しているため、今期は、関税の税率にかかわらず、影響は限定的

単位：億円	2024年８月期 通期実績	2025年８月期 通期予想（7/10時点）	2025年８月期 前期比	2025年８月期 3Q9カ月実績
売上収益	31,038	34,000	+9.5%	26,167
事業利益	4,853	5,400	+11.3%	4,435
（売上比）	15.6%	15.9%	+0.3p	17.0%
その他収益・費用	155	50	▲67.8%	74
営業利益	5,009	5,450	+8.8%	4,509
（売上比）	16.1%	16.0%	▲0.1p	17.2%
金融収益・費用	562	900	+59.9%	695
税引前利益	5,572	6,350	+14.0%	5,205
（売上比）	18.0%	18.7%	+0.7p	19.9%
親会社の所有者に帰属する当期利益	3,719	4,100	+10.2%	3,390
（売上比）	12.0%	12.1%	+0.1p	13.0%

為替影響を除くと約10%増 ※

為替影響を除くと約12%増 ※

為替影響を除くと約９%増 ※

・利息は前期と同程度発生することを見込む

・為替差損益は、５月末の為替レート１ドル143.9円を前提

※ 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.29参照）で換算して計算

次に、2025年８月期の通期業績予想ですが、４月に発表した直近の業績予想から変更しておりません。

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。

第３四半期９カ月間の連結売上収益は、業績予想に対し若干下回って進捗しておりますが、
連結営業利益は、業績予想を上回る進捗となっております。
第４四半期３カ月間も、ユニクロ事業を中心に増収増益と好調なトレンドが継続する見込みです。

なお、第４四半期３カ月間では、
コントワー・デ・コトニエ事業とプリンセス タム・タム事業の事業構造改革に伴い、
減損損失など約40億円の費用を見込んでおりますが、
この費用を織り込んでも、通期の営業利益予想は達成できる見通しです。

また、米国政府が発表した相互関税や追加関税の影響額については、
７月９日時点の最新の状況を踏まえ、前提の見直しを行いました。
業績予想に織り込んだ影響額は、下期の連結事業利益の１%程度の水準です。
なお、すでに相当量の商品が米国国内に入庫しているため、
今期に関しては、関税の税率にかかわらず、影響は限定的です。

2025年８月期 各事業の通期業績予想（１）

現地通貨ベース

海外ユニクロ事業：下期、通期ともに大幅な増収、増益

・すべて現地通貨ベースで記載

・売上収益は大幅な増収、営業利益は、１桁の増益の見込む

【グレーターチャイナ】

・下期、通期ともに減収、10%程度の減益となる見込み

- ✓ 中国大陸は、下期、通期ともに減収減益の予想
  春夏最大の商戦である618商戦は、ユニクロがＴモールのアパレル取引額ランキングでメンズ、ウィメンズともに１位。
  ユニクロへの支持は高いが、市場全体の消費意欲の低下の影響で、６月は減収。４Ｑ３カ月間でも減収減益の見込み
- ✓ 香港は、下期、通期ともに売上収益は前年並み、営業利益は減益の予想
- ✓ 台湾は、下期は増収減益の見込み。通期は、増収、ロイヤリティ費用の増加の影響を除くと増益となる予想

【韓国】下期、通期ともに、大幅な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、大幅な増益となる予想

・通期は、大幅な増収増益となる見込み

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、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、営業利益は増益を見込んでおります。

地域別では、グレーターチャイナは、下期、通期ともに減収、10%程度の減益となる見込みです。
中国大陸は、下期、通期ともに減収減益の予想です。
春夏最大の商戦である618商戦では、ユニクロがＴモールのアパレル取引額ランキングで
メンズ、ウィメンズともに１位を獲得いたしました。
ユニクロへの支持は引き続き高いですが、市場全体の消費意欲の低下の影響を受け、 ６月は減収となりました。
このため、第４四半期３カ月間でも減収減益となる見込みです。

香港は、下期、通期ともに売上収益は前年並み、営業利益は減益となる予想です。
台湾は、下期は増収減益となる見込みです。
通期では、増収、ロイヤリティ費用の増加の影響を除くと増益となる予想です。

韓国は、下期、通期ともに、大幅な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、下期は大幅な増収となる見込みです。
営業利益は、ロイヤリティ費用の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。

2025年８月期 各事業の通期業績予想（２）

現地通貨ベース

海外ユニクロ事業：下期、通期ともに大幅な増収、増益

【北米】

・下期、通期ともに大幅な増収増益、営業利益率も前年並みの水準となる見込み

- ✓ **６月も好調な販売トレンドが継続**
- ✓ **４Q３カ月間も大幅な増収増益を達成できる見込み**

【欧州】下期、通期ともに大幅な増収増益を見込む

・通期の営業利益率は、前年比で低下する見込み

- ✓ **輸送費や原材料の高騰による原価率の上昇、自動化倉庫の立ち上げに伴う一時的な販管費の増加**
- ✓ **今年は減損損失の戻し入れ益を見込んでいない**

次に、北米は下期、通期ともに大幅な増収増益、営業利益率も前年並みの水準となる見込みです。

６月も好調な販売トレンドが継続しているため、
第４四半期３カ月間も大幅な増収増益を達成できる見込みです。

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。
通期の営業利益率は、前年比で低下する見込みです。
これは、輸送費や原材料の高騰による原価率の上昇、
自動化倉庫の立ち上げに伴う一時的な販管費の増加が見込まれていることに加え、
今年は減損損失の戻し入れ益を見込んでいないためです。

2025年８月期 各事業の通期業績予想（３）

国内ユニクロ事業：下期は増収増益。通期は増収、大幅な増益の見込み

・下期の営業利益率はほぼ前年並みの水準となる見込み

✓ 粗利益率は、為替の影響による原価率の上昇で、低下する一方で、販管費比率は、売上拡大に伴う生産性の改善により、前年比で改善する計画

・通期の営業利益率は、販管費比率の低下により、改善する予想

・４Ｑ３カ月間も好調な販売が継続し、増収、大幅な増益を見込む

ジーユー事業：下期、通期ともに増収減益を見込む

・４Ｑ３カ月間は増収増益を見込むも、３Ｑ３カ月間の減益幅が大きかったことから、下期全体では、増収減益となる予想

・通期も増収減益となる見込み

・新しいチームで企画した秋冬商品の一部は、すでに販売を開始、計画を上回る売上。商品面では手応えを感じている

・商品構成、数量計画の精度、マーケティングや売場づくりなどのオペレーションの課題に対しても、改善策をすでに打ち始めており、来上期から徐々に成果が見えてくる見込み

次に、国内ユニクロ事業ですが、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。

利益面では、下期の営業利益率はほぼ前年並みの水準となる見込みです。
粗利益率は、為替の影響による原価率の上昇で、低下する一方で、
販管費比率は、売上拡大に伴う生産性の改善により、前年比で改善する計画です。
通期の営業利益率は、販管費比率の低下により、改善する予想です。

なお、第４四半期３カ月間も好調な販売が継続し、増収、大幅な増益を見込んでおります。

ジーユー事業は、第４四半期３カ月間は増収増益を見込んでおりますが、
第３四半期３カ月間の減益幅が大きかったことから、下期全体では、増収減益となる予想です。
この結果、通期も増収減益となる見込みです。

新しいチームで企画した秋冬商品の一部は、すでに販売を開始し、計画を上回る売上となっております。
商品面では手応えを感じていることに加え、商品構成、数量計画の精度、マーケティングや売場づくりなどの
オペレーションの課題に対しても、改善策をすでに打ち始めており、
来上期から徐々に成果が見えてくる見込みです。

2025年８月期 各事業の通期業績予想（４）

グローバルブランド事業：下期、通期ともに、減収、営業利益は若干の赤字の予想

・セオリー事業を中心に販売に苦戦。コントワー・デ・コトニエ事業とプリンセス タム・タム事業の事業構造改革に伴い、
減損損失など約40億円の費用を見込む

・コントワー・デ・コトニエ事業は、お買い求めやすい価格帯の商品の拡大や、ユニクロの店舗内に出店するなど
改革を進めてきたが、これらは成果が出てきており、既存店売上高の増収や、収益性の改善に寄与

・さらにお客様ニーズや市場の変化に対応するために、業態の転換を加速
コントワー・デ・コトニエとプリンセス タム・タムの商品を１つの店舗でワンストップで、より便利かつ快適に
お買い物いただけるように、主要都市へ店舗の集約をスピーディに進める

【セオリー事業】

・下期は減収減益、通期は減収、営業利益は前年並みとなる見込み

【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、減収、事業利益の赤字幅は縮小する見込み
減損損失などの費用を見込んでいることから、営業利益の赤字幅は拡大する見込み

グローバルブランド事業ですが、下期、通期ともに、減収、営業利益は若干の赤字となる見込みです。
これは、セオリー事業を中心に販売に苦戦していることに加え、
コントワー・デ・コトニエ事業とプリンセス タム・タム事業の事業構造改革に伴い、
減損損失など約40億円の費用を見込んでいるためです。

コントワー・デ・コトニエ事業は、お買い求めやすい価格帯の商品の拡大や、ユニクロの店舗内に出店するなど
改革を進めてきましたが、これらは成果が出てきており、既存店売上高の増収や、収益性の改善に寄与しております。

ここからは、さらにお客様ニーズや市場の変化に対応するために、業態の転換を加速していきます。
コントワー・デ・ コトニエとプリンセス タム・タムの商品を１つの店舗でワンストップで、
より便利かつ快適にお買い物いただけるように、主要都市へ店舗の集約をスピーディに進めていきます。

最後に、配当金ですが、期末配当金は直近予想通り１株当たり240円を見込んでおります。
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（2024/９～2025/５）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	**2,495**	**141**	**90**	**+51**	**2,546**	**157**	**126**	**+31**	**2,526**
国内ユニクロ事業 ※	**797**	**32**	**28**	**+4**	**801**	**32**	**32**	**0**	**797**
直営店	787	31	27	+4	**791**	-	-	-	**-**
FC	10	1	1	0	**10**	-	-	-	**-**
海外ユニクロ事業	**1,698**	**109**	**62**	**+47**	**1,745**	**125**	**94**	**+31**	**1,729**
グレーターチャイナ	1,032	39	48	▲9	**1,023**	45	-	-	-
中国大陸	926	30	39	▲9	**917**	-	-	-	**-**
香港	34	4	3	+1	**35**	-	-	-	**-**
台湾	72	5	6	▲1	**71**	-	-	-	**-**
韓国	126	13	4	+9	**135**	14	-	-	**-**
東南アジア・インド・豪州	380	28	9	+19	**399**	30	-	-	**-**
シンガポール	30	0	2	▲2	**28**	-	-	-	**-**
マレーシア	58	6	4	+2	**60**	-	-	-	**-**
タイ	68	3	0	+3	**71**	-	-	-	**-**
フィリピン	76	3	3	0	**76**	-	-	-	**-**
インドネシア	72	7	0	+7	**79**	-	-	-	**-**
オーストラリア	38	2	0	+2	**40**	-	-	-	**-**
ベトナム	25	4	0	+4	**29**	-	-	-	**-**
インド	13	3	0	+3	**16**	-	-	-	**-**

（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（2024/９～2025/５）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	84	20	1	+19	**103**	27	-	-	**-**
米国	61	14	1	+13	**74**	-	-	-	**-**
カナダ	23	6	0	+6	**29**	-	-	-	**-**
欧州	76	9	0	+9	**85**	9	-	-	**-**
英国	19	2	0	+2	**21**	-	-	-	**-**
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	1	0	+1	**7**	-	-	-	**-**
スウェーデン	3	0	0	0	**3**	-	-	-	**-**
オランダ	2	3	0	+3	**5**	-	-	-	**-**
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**	**37**	**18**	**+19**	**491**	**38**	**19**	**+19**	**491**
グローバルブランド事業	**628**	**40**	**37**	**+3**	**631**	**43**	**87**	**▲44**	**584**
セオリー事業 ※	442	14	12	+2	**444**	-	-	-	**-**
プラステ事業	40	6	3	+3	**43**	-	-	-	**-**
コントワー・デ・コトニエ事業 ※	74	10	11	▲1	**73**	-	-	-	**-**
プリンセス タム・タム事業 ※	72	10	11	▲1	**71**	-	-	-	**-**
総　合　計	**3,595**	**218**	**145**	**+73**	**3,668**	**238**	**232**	**+6**	**3,601**

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　第３四半期（９カ月平均）実績	149.0	161.1	187.1	20.6	11.2
2025年8月期　第３四半期（９カ月平均）実績	149.6	161.2	192.9	20.8	10.6
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	161.4	192.5	20.5	10.5
2025年8月期　第４四半期（３カ月）予想	142.6	162.1	191.1	19.6	10.0

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　第３四半期末為替レート 実績	156.8	169.7	199.5	21.6	11.4
2025年8月期　第３四半期末為替レート 実績	143.9	163.6	194.2	20.0	10.5
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	143.9	163.6	194.2	20.0	10.5

＜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３四半期実績（９カ月累計）	106	377	55	13	270	822	1,515
2025年8月期　第３四半期実績（９カ月累計）	111	1,117	63	13	225	1,530	1,611
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	70	16	327	1,711	2,161