

2025年8月期 業績 および 2026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、2025年8月期の業績、および
2026年8月期の業績予想について、ご説明いたします。

目次

I. 2025年8月期 決算概要	P. 3	～	P. 21
II. 2026年8月期 業績予想	P. 22	～	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。
- ・2025年8月期 通期決算発表より、利益に関しては、特段の記載がない限り、事業利益を示しております。
- ・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 実績

増収、大幅な増益、過去最高の業績を達成

- ・業績予想に対しては、売上収益はほぼ予想通り、事業利益は上回る水準
- ・現地通貨ベースでは、売上収益は約10%増、事業利益は約14%増

単位：億円	2024年8月期	2025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 (7/10)
売上収益	31,038	17,901	+12.0%	16,103	+7.0%	34,005	+9.6%	34,000
売上総利益	16,730	9,548	+13.0%	8,740	+5.6%	18,288	+9.3%	-
(売上比)	53.9%	53.3%	+0.4p	54.3%	▲0.7p	53.8%	▲0.1p	-
販管費	11,877	6,531	+9.9%	6,245	+5.2%	12,777	+7.6%	-
(売上比)	38.3%	36.5%	▲0.7p	38.8%	▲0.6p	37.6%	▲0.7p	-
事業利益	4,853	3,016	+20.1%	2,494	+6.5%	5,511	+13.6%	5,400
(売上比)	15.6%	16.9%	+1.2p	15.5%	▲0.1p	16.2%	+0.6p	15.9%
その他収益・費用	155	25	▲57.0%	105	+9.7%	131	▲15.7%	50
営業利益	5,009	3,042	+18.3%	2,600	+6.7%	5,642	+12.6%	5,450
(売上比)	16.1%	17.0%	+0.9p	16.1%	▲0.1p	16.6%	+0.5p	16.0%
金融収益・費用	562	595	+40.6%	268	+91.6%	863	+53.3%	900
税引前利益	5,572	3,637	+21.5%	2,868	+11.3%	6,505	+16.8%	6,350
(売上比)	18.0%	20.3%	+1.6p	17.8%	+0.7p	19.1%	+1.1p	18.7%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,719	2,335	+19.2%	1,994	+13.3%	4,330	+16.4%	4,100
(売上比)	12.0%	13.0%	+0.7p	12.4%	+0.7p	12.7%	+0.7p	12.1%

2025年8月期の連結業績ですが、
売上収益は3兆4,005億円、前期比9.6%増、
事業利益は5,511億円、同13.6%増、
親会社の所有者に帰属する当期利益は4,330億円、同16.4%増と、
増収、大幅な増益、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、売上収益はほぼ予想通り、
事業利益は上回る水準となりました。

なお、現地通貨ベースでは、売上収益は約10%増、事業利益は約14%増となっております。

次のページで、通期の決算ハイライトをお伝えいたします。

【連結】決算ハイライト

- ・ **4期連続で過去最高の業績を達成**
- ・ 質の高い出店を継続し、**新規出店した店舗が大成功**を収めた
- ・ LifeWearへのお客様の支持が高まり、グローバル各地でメディアに取り上げられるなど、**ユニクロの存在感がグローバルでさらに高まる**
- ・ **事業利益率は16.2%と0.6 p 改善**。3 Q 3 カ月間は1.3 p 低下も、4 Q 3 カ月間は、1.2 p 改善。商売の組み立て方や、シーズン末にかけての在庫運営の精度などが向上したため、4 Q 3 カ月間の収益構造が改善。**シーズン末でも利益を出せる体質に転換しつつある**
- ・ **日本、韓国、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州のユニクロ事業は、通期で大幅な増収増益と、好調**
- ・ **中国大陆のユニクロ事業やジーユー事業は、通期では減益も、事業構造改革は順調に進捗。中期的に大きな成果を出していける見込み**

今期は、4期連続で過去最高の業績を達成いたしました。

質の高い出店を継続し、新規出店した店舗が大成功を収めたことや、LifeWearへのお客様の支持が高まり、グローバル各地でメディアに取り上げられるなど、ユニクロの存在感がグローバルでさらに高まっています。

連結の事業利益率は16.2%と0.6ポイント改善いたしました。

第3四半期3カ月間は、早期の値引き販売や一時的なコスト増などにより、事業利益率が1.3ポイント低下いたしました。

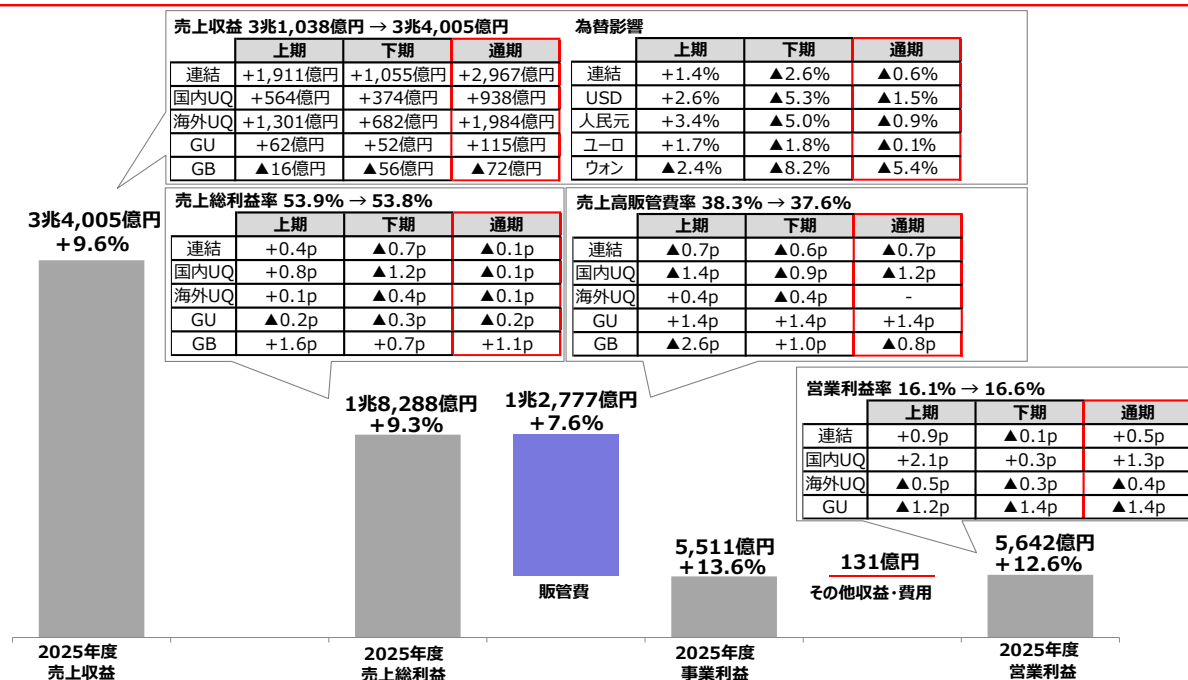
第4四半期3カ月間では、事業利益率は1.2ポイント改善いたしました。

商売の組み立て方や、シーズン末にかけての在庫運営の精度などが向上したため、第4四半期3カ月間の収益構造が改善し、シーズン末でも利益を出せる体質に転換しつつあります。

地域別では、日本、韓国、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は、通期で大幅な増収増益と、好調でした。

中国大陆のユニクロ事業やジーユー事業は、通期では減益となりましたが、事業構造改革は順調に進捗しており、中期的に大きな成果を出していける見込みです。

【連結】2025年8月期 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3兆4,005億円、前期比2,967億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1,984億円、国内ユニクロ事業が同938億円の増収となったことによりです。

売上総利益率は53.8%と、同0.1ポイントの若干の低下となりました。

これは主に、国内ユニクロ事業や海外ユニクロ事業で、粗利益率が若干低下したことによりです。

売上高販管費比率は37.6%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、販管費比率が改善したことによりです。

この結果、事業利益は5,511億円、同13.6%の大幅な増益、

事業利益率は16.2%、同0.6ポイント改善いたしました。

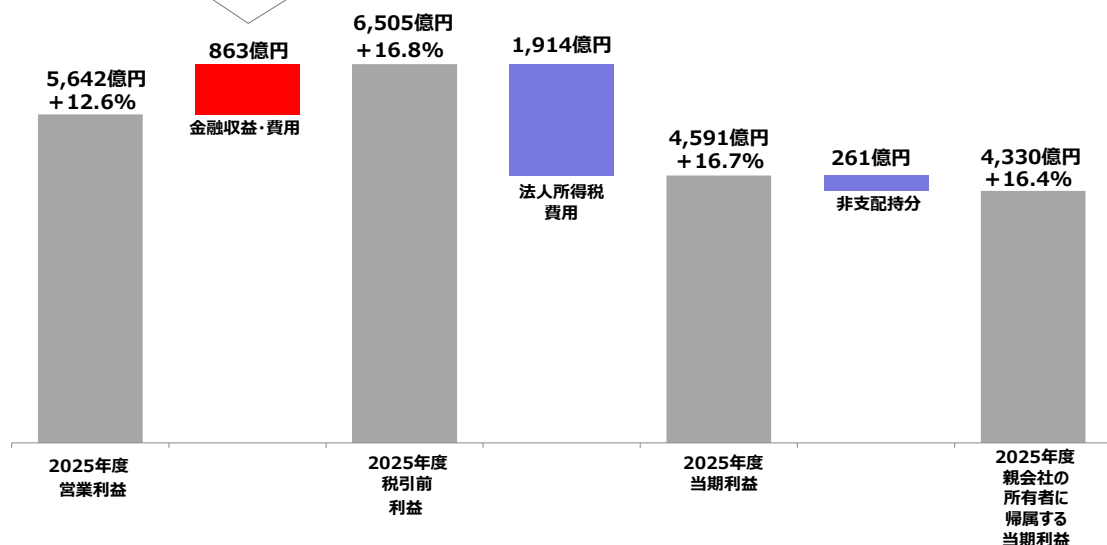
また、その他収益・費用が、為替差益や

国内ユニクロ事業の減損損失の戻し入れ益を中心にネットで131億円のプラスとなったことで、

営業利益は5,642億円、同12.6%の大幅な増益、

営業利益率は16.6%、同0.5ポイント改善いたしました。

受取・支払利息 : 524億円
為替差益 : 338億円
※期首為替レート : 1 USD = 144.9円
8月末為替レート : 1 USD = 146.9円



営業利益以下の項目ですが、金融収益・費用は、ネットで863億円のプラスとなりました。これは、利息がネットで524億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338億円発生したことによります。

これらの結果、税引前利益は6,505億円、前期比16.8%増、親会社の所有者に帰属する当期利益は4,330億円、同16.4%増となりました。

【セグメント別】2025年8月期 実績

単位：億円		2024年8月期		2025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	9,322	5,415	+11.6%	4,845	+8.4%	10,260	+10.1%
	事業利益 (売上比)	1,543 16.6%	975 18.0%	+27.7% +2.2p	837 17.3%	+7.4% ▲0.1p	1,813 17.7%	+17.5% +1.1p
	その他収益・費用	14	0	▲91.7%	30	+446.6%	30	+118.6%
	営業利益 (売上比)	1,558 16.7%	976 18.0%	+26.4% +2.1p	867 17.9%	+10.5% +0.3p	1,844 18.0%	+18.4% +1.3p
海外ユニクロ事業	売上収益	17,118	10,141	+14.7%	8,961	+8.2%	19,102	+11.6%
	事業利益 (売上比)	2,760 16.1%	1,695 16.7%	+13.0% ▲0.3p	1,357 15.1%	+7.8% ▲0.1p	3,053 16.0%	+10.6% ▲0.1p
	その他収益・費用	73	▲10	-	50	▲22.8%	40	▲45.7%
	営業利益 (売上比)	2,834 16.6%	1,685 16.6%	+11.7% ▲0.5p	1,407 15.7%	+6.2% ▲0.3p	3,093 16.2%	+9.1% ▲0.4p
ジーユー事業	売上収益	3,191	1,658	+3.9%	1,648	+3.3%	3,307	+3.6%
	事業利益 (売上比)	324 10.2%	131 7.9%	▲13.3% ▲1.6p	152 9.2%	▲12.1% ▲1.7p	283 8.6%	▲12.6% ▲1.6p
	その他収益・費用	12	7	+299.0%	13	+32.2%	21	+74.3%
	営業利益 (売上比)	337 10.6%	139 8.4%	▲9.3% ▲1.2p	165 10.1%	▲9.6% ▲1.4p	305 9.2%	▲9.5% ▲1.4p
グローバル ブランド事業	売上収益	1,388	677	▲2.3%	637	▲8.2%	1,315	▲5.3%
	事業利益 (売上比)	1 0.1%	11 1.7%	-	15 2.4%	▲18.3% ▲0.3p	26 2.0%	- +1.9p
	その他収益・費用	5	▲1	-	▲34	-	▲36	-
	営業利益 (売上比)	6 0.5%	9 1.4%	-	▲18 -	-	▲9 -	- -

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】2025年8月期 実績

業績予想通り、大幅な増収増益。過去最高の業績を達成

- ・その他収益・費用に店舗の減損損失の戻し入れ益を計上したため、営業利益は1,844億円、+18.4%
- ・気温に対応した商売の組み立てや、商品、マーケティング戦略が奏功し、売上収益は初めて1兆円を突破

単位：億円	2024年8月期	2025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	9,322	5,415	+11.6%	4,845	+8.4%	10,260	+10.1%
売上総利益	4,732	2,715	+13.6%	2,483	+6.0%	5,198	+9.9%
(売上比)	50.8%	50.1%	+0.8p	51.2%	▲1.2p	50.7%	▲0.1p
販管費	3,188	1,739	+7.0%	1,645	+5.3%	3,384	+6.2%
(売上比)	34.2%	32.1%	▲1.4p	34.0%	▲0.9p	33.0%	▲1.2p
事業利益	1,543	975	+27.7%	837	+7.4%	1,813	+17.5%
(売上比)	16.6%	18.0%	+2.2p	17.3%	▲0.1p	17.7%	+1.1p
その他収益・費用	14	0	▲91.7%	30	+446.6%	30	+118.6%
営業利益	1,558	976	+26.4%	867	+10.5%	1,844	+18.4%
(売上比)	16.7%	18.0%	+2.1p	17.9%	+0.3p	18.0%	+1.3p

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1兆260億円、前期比10.1%増、
事業利益は、1,813億円、同17.5%増と、業績予想通り、大幅な増収増益となり、
過去最高の業績を達成いたしました。
その他収益・費用に店舗の減損損失の戻し入れ益を計上したことで、
営業利益は1,844億円、同18.4%増となりました。

気温に対応した商売の組み立てや、商品、マーケティング戦略が奏功したことで、
国内ユニクロ事業の売上収益は初めて1兆円を突破いたしました。

【国内ユニクロ事業】売上収益

既存店売上高：+8.1%

- ・上期の既存店売上高：+9.8%、下期の既存店売上高：+6.2%
 - 1) 気温に合わせて戦略的に商品を準備し、マーケティングの打ち出しと連動したことで、実需を捉えられた
 - 2) スウェットやストレートジーンズなど、コア商品に今のシルエットやデザインを反映し、新しい需要を喚起
- ・インバウンド販売も、引き続き大幅な増収と、好調。売上構成比は約9%まで拡大
- ・通期 E C 売上高：1,523億円、+11.2%、売上構成比14.8%

既存店 前年比	2025年8月期											
	上期	3月	4月	5月	3Q3カ月	9カ月累計	6月	7月	8月	4Q3カ月	下期	通期
売上高	+9.8%	+11.5%	▲1.3%	+13.1%	+7.5%	+9.1%	+6.4%	+2.4%	+5.3%	+4.7%	+6.2%	+8.1%
客数	+5.3%	+9.6%	▲1.4%	+12.5%	+6.8%	+5.8%	+7.4%	+3.7%	+5.5%	+5.5%	+6.2%	+5.7%
客単価	+4.3%	+1.7%	+0.2%	+0.5%	+0.6%	+3.1%	▲0.9%	▲1.2%	▲0.2%	▲0.8%	+0.0%	+2.2%

国内ユニクロ事業の通期の既存店売上高は、前期比8.1%の増収となりました。
 上期は前年同期比9.8%増、下期は同6.2%増と、期を通して販売は好調でした。

気温に合わせて戦略的に商品を準備し、マーケティングの打ち出しと連動したことで、実需を捉えることができました。
 また、スウェットやストレートジーンズなど、コア商品に今の時代のシルエットやデザインを反映したことで、
 新しい需要の喚起につながり、大変好調な販売となりました。

【国内ユニクロ事業】粗利益率、販管費比率

粗利益率：50.7%、▲0.1 p 低下

・上期：+0.8 p 改善

主に値引率が改善

・下期：▲1.2 p 低下

1) 調達に使用する為替予約レートが円安となり、原価率が上昇

2) 一部の春夏商品の値引き販売を早期に行い、値引率が上昇

・3 Q 3 カ月間から早期に不振商品の値引き販売を行ったことで、
シーズン末の深い値引き販売を抑制

・4 Q 3 カ月間の粗利益率は、主に原価率が改善し、前年並み

粗利益率	2024年8月期	2025年8月期	
	実績	実績	前年同期比
通期	50.8%	50.7%	▲0.1p
上期	49.3%	50.1%	+0.8p
下期	52.4%	51.2%	▲1.2p
3 Q	54.5%	52.4%	▲2.1p
4 Q	49.9%	49.9%	±0.0p

販管費比率：33.0%、▲1.2 p 改善

・販売が好調で、賃借料比率や人件費比率が改善

・人件費比率は、期を通して改善。報酬を継続的に引き上げると同時に、働き方改革を進めてきたことで、
店舗業務の効率化や、売上の拡大につながり、人時生産性が改善

国内ユニクロ事業の通期の粗利益率は50.7%と、前期比0.1ポイント低下いたしました。

上期の粗利益率は、主に値引率が改善したことで、前年同期比0.8ポイント改善いたしました。

下期の粗利益率は、同1.2ポイント低下いたしました。

これは、調達に使用する為替予約レートが円安となり、原価率が上昇したことに加え、
一部の春夏商品の値引き販売を行ったため、値引率が上昇したことによります。

ただし、第3四半期3カ月間から早期に不振商品の値引き販売を行ったことで、
シーズン末の深い値引き販売を抑制できております。

なお、第4四半期3カ月間の粗利益率は、主に原価率が改善し、前年並みでした。

通期の販管費比率は33.0%と、前期比1.2ポイント改善いたしました。

これは主に、販売が好調だったことで、賃借料比率や人件費比率が改善したことによります。

人件費比率は、期を通して改善いたしました。

報酬を継続的に引き上げると同時に、働き方改革を進めてきたことで、
店舗業務の効率化や、売上の拡大につながり、人時生産性が改善いたしました。

【海外ユニクロ事業】2025年8月期 実績

大幅な増収増益、過去最高の業績。業績予想を上回る

- ・現地通貨ベースの業績は、売上収益+約13%、事業利益+約12%
- ・北米、欧州、韓国、東南アジア・インド・豪州地区が大幅な増収増益と好調。
 - 1) コア商品に対するお客様からの支持が高まる、2) 効果的なマーケティング、3) 質の高い出店を実施したことによる
- ・2024年8月期に引き続き、2025年8月期も、移転価格に関する事前確認が、一部の国の税務当局と合意したことで、一部の事業でロイヤリティ料率が引き上がり、海外ユニクロ事業の販管費比率が+0.2p。
- この影響を除けば、海外ユニクロ事業の事業利益率は+0.1p改善。
- グループ全体では、内部取引として相殺、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						
	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	17,118	10,141	+14.7%	8,961	+8.2%	19,102	+11.6%	為替影響を除いた 現地通貨ベース： +約13%	
売上総利益 (売上比)	9,586 56.0%	5,600 55.2%	+15.0% +0.1p	5,069 56.6%	+7.4% ▲0.4p	10,669 55.9%	+11.3% ▲0.1p		
販管費 (売上比)	6,826 39.9%	3,904 38.5%	+16.0% +0.4p	3,711 41.4%	+7.3% ▲0.4p	7,616 39.9%	+11.6% -	為替影響を除いた 現地通貨ベース： +約12%	
事業利益 (売上比)	2,760 16.1%	1,695 16.7%	+13.0% ▲0.3p	1,357 15.1%	+7.8% ▲0.1p	3,053 16.0%	+10.6% ▲0.1p		
その他収益・費用	73	▲10	-	50	▲22.8%	40	▲45.7%	為替影響を除いた 現地通貨ベース： +約10%	
営業利益 (売上比)	2,834 16.6%	1,685 16.6%	+11.7% ▲0.5p	1,407 15.7%	+6.2% ▲0.3p	3,093 16.2%	+9.1% ▲0.4p		

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、1兆9,102億円、前期比11.6%増、事業利益は3,053億円、同10.6%増となりました。
現地通貨ベースでは、売上収益は約13%増、事業利益は約12%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、7月に発表した業績予想に対して、上回る結果となりました。

なかでも、北米、欧州、韓国、東南アジア・インド・オーストラリア地区が大幅な増収増益と好調でした。
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、効果的なマーケティング、質の高い出店を実施したことによります。

なお、海外ユニクロ事業では、2024年8月期に引き続き、2025年8月期も、移転価格に関する事前確認が、一部の国の税務当局と合意したことで、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、海外ユニクロ事業の販管費比率が0.2ポイント増加いたしました。
この影響を除けば、海外ユニクロ事業の事業利益率は、0.1ポイントの改善となっております。
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。

【海外ユニクロ事業】地域別 実績

すべての地域で高い利益率を維持

- ・グレートチャイナ、韓国と東南アジア・インド・豪州地区、欧米の売上、利益はほぼ同じ規模に成長、収益の柱の多様化がより確固たるものになる
- ・事業利益率は、韓国、東南アジア・インド・豪州地区、北米で改善
- ・欧州の事業利益率は、一時的なコスト増により若干低下も、14.7%と高い水準を維持

<地域別 売上収益・事業利益・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	6,502	▲4.0%	6,194	+14.6%	2,711	+24.5%	3,695	+33.6%
事業利益	899	▲12.5%	1,169	+20.5%	442	+35.1%	542	+23.7%
(売上比)	13.8%	▲1.4p	18.9%	+0.9p	16.3%	+1.2p	14.7%	▲1.2p
営業利益	926	▲11.6%	1,163	+19.2%	446	+28.1%	554	+19.2%
(売上比)	14.2%	▲1.3p	18.8%	+0.7p	16.5%	+0.5p	15.0%	▲1.8p

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の業績は、12ページのスライドの通りです。

グレートチャイナ、韓国と東南アジア・インド・オーストラリア地区、欧米の売上、利益はほぼ同じ規模に成長し、収益の柱の多様化がより確固たるものになりました。

事業利益率は、韓国、東南アジア・インド・オーストラリア地区、北米で改善いたしました。
欧州の事業利益率は、一時的なコスト増により若干低下いたしましたが、14.7%と、高い水準を維持しております。

地域別の詳細は、次のスライドより、ご説明いたします。

グレートチャイナ：減収、大幅な減益 事業構造改革は順調に進行中

- ・円ベースの売上収益は6,502億円、▲4.0%、事業利益は899億円、▲12.5%、業績予想を若干上回る
- 【中国大陸市場】約４％減収、約10%減益
- ・４Ｑ３カ月間は、消費意欲の低下、事業構造改革の過渡期にあるため、▲約４％減収と、３Ｑまでの傾向と大きく変わらず
- ・４Ｑ３カ月間の事業利益は、約11%増益と改善傾向
 - ✓ 経費コントロールを強化したことで販管費比率が改善
 - ✓ 機動的な生産調整により無駄な在庫が減少したことで、値引率が低下、粗利益率も若干改善
 - ✓ ８月末の在庫水準は前年同期末比で大幅に減少、効率的な在庫運営が進む
 - ✓ 営業利益は減益。前年度は４Ｑ３カ月間に雑収入を計上。今年度は３Ｑ３カ月間に計上したため
- ・８月、９月は若干の増収。事業構造改革は、順調に進捗、中期的に大きな成果につなげていきたい
- ・通期の事業利益率は、若干低下。粗利益率は、原価率の上昇により、若干低下。販管費比率は、減収となったことで若干上昇
- 【香港市場】減収、大幅な減益。商品構成に課題、消費意欲の低下の影響を受けたため
- 【台湾市場】増収、減益。ロイヤリティ費用の増加による。その影響を除けば若干の増益

13

グレートチャイナの売上収益は、6,502億円、前期比4.0%減、事業利益は899億円、同12.5%減となりましたが、7月に発表した業績予想に対しては、若干上回る水準となりました。

現地通貨ベースの状況ですが、中国大陸は、通期で約４％減収、事業利益は約10%減益となりました。

第４四半期３カ月間は、消費意欲の低下や、事業構造改革の過渡期にあるため、売上収益は約４％減収と、第３四半期までの傾向と大きく変わりませんでした。

一方で、事業利益は、約11%増益と改善傾向にあります。利益が改善した背景としては、経費コントロールを強化したことで販管費比率が改善したことによります。また、機動的な生産調整により無駄な在庫が減少したことで、値引率が低下し、粗利益率も若干改善いたしました。これに伴い、８月末の在庫水準は前年同期末比で大幅に減少し、効率的な在庫運営が進んでおります。

なお、８月、９月は若干の増収となりました。事業構造改革は、順調に進捗しており、中期的に大きな成果につなげていきたいと考えています。

韓国、東南アジア・インド・豪州地区：大幅な増収増益

- ・円ベースの売上収益は6,194億円、+14.6%、事業利益は1,169億円、+20.5%と、大幅な増収増益
- ・事業利益率は、粗利益率、販管費比率がともに若干改善したことで、改善
- ・業績予想を上回る

【韓国】大幅な増収増益

- ・期を通して、気温に対応した商売を実践、マーケティング戦略とそれに基づく在庫計画や売場づくりを連動、好調な業績
- ・SNSなどでスタイリングを戦略的に発信、ジャージーバレルレッグパンツやUNIQLO：Cのスウェットをはじめとする新商品を
お客様が自らSNS上で情報を拡散、大きな話題になる。若年層のお客様が大幅に増加、好調な販売につながる

【東南アジア・インド・豪州地区】大幅な増収増益

- ・ヒートテック、リネンシャツ、半袖ニットなどに加え、スウェットやジーンズといった年間定番商品も好調で、既存店売上高は増収
- ・タイ、フィリピン、インドネシア、インド、ベトナム、オーストラリアは増収増益
- ・シンガポールは減収減益、マレーシアは、増収減益
 - ✓ シンガポール：上期は販売に苦戦し、減収減益。下期は老朽化店舗のリニューアル、値引き販売の抑制で、増収増益と回復
 - ✓ マレーシア：給与水準の引き上げやロイヤリティ費用の増加により減益

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、6,194億円、前期比14.6%増、事業利益は1,169億円、同20.5%増と、大幅な増収増益となりました。
事業利益率は、粗利益率、販管費比率がともに若干改善したことで、改善いたしました。
これは、業績予想を上回る水準です。

韓国は、大幅な増収増益となりました。
期を通して、気温に対応した商売を実践できたことに加え、
マーケティング戦略とそれに基づく在庫計画や売場づくりが連動し、好調な業績につながりました。

特にマーケティング面では、SNSなどでスタイリングを戦略的に発信したことや、
ジャージーバレルレッグパンツやUNIQLO：Cのスウェットをはじめとする新商品を、
お客様が自らSNS上で情報を拡散したことで、大きな話題となりました。
これにより若年層のお客様が大幅に増加し、好調な販売につながりました。

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。
ヒートテック、リネンシャツ、半袖ニットなどに加え、スウェットやジーンズといった年間定番商品の販売も好調だったことで、
既存店売上高は増収となりました。

地域別では、タイ、フィリピン、インドネシア、インド、ベトナム、オーストラリアは増収増益となりました。
一方で、シンガポールは減収減益、マレーシアは、増収減益となりました。
シンガポールは、上期は販売に苦戦し、減収減益となりましたが、
下期は、老朽化した店舗のリニューアルや、値引き販売の抑制により、増収増益と回復基調にあります。
マレーシアは、給与水準の引き上げやロイヤリティ費用の増加により、減益となりました。

北米：大幅な増収増益

- ・円ベースの売上収益：2,711億円、+24.5%、事業利益：442億円、+35.1%、事業利益率：16.3%、+1.2 p
- ・業績予想を上回る
- 【米国】大幅な増収増益
 - ・シームレスダウンやスウェット、リネンなど、コア商品の在庫を戦略的に準備。マーケティングを強化し、期を通して好調な販売
 - ・テキサスやカリフォルニアなどに新規出店した店舗が大成功。店舗がメディアとなり、E C 販売もさらに拡大する好循環。ブランド認知度と顧客層の拡大が継続
 - ・4 Q 3 カ月間も、大幅な増収増益と好調。追加関税など、景気動向が不透明ななか、ユニクロの商品の価格と価値に対するお客様の支持がさらに高まる
 - ・米国の通期の事業利益率は改善
 - ・関税の影響が出始めた4 Q 3 カ月間も、事業利益率は改善。価格の見直しや値引率の改善、経費コントロールの徹底により、販管費比率が大幅に改善し、関税によるコスト増を吸収
- 【カナダ】大幅な増収増益
 - ・スウェットやTシャツ、スポーツユ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コア商品の販売が好調

北米の売上収益は、2,711億円、前期比24.5%増、事業利益は442億円、同35.1%増と、業績予想を上回り、大幅な増収増益となりました。事業利益率は16.3%と、同1.2ポイント改善いたしました。

米国は、大幅な増収増益となりました。シームレスダウンやスウェット、リネンなど、コア商品の在庫を戦略的に準備し、マーケティングを強化したことで、期を通して好調な販売となりました。また、テキサスやカリフォルニアなどに新規出店した店舗が大成功を収めたことに加え、店舗がメディアとなり、Eコマース販売もさらに拡大する好循環ができました。ブランドの認知度と顧客層の拡大が継続しています。

なお、第4四半期3カ月間も、大幅な増収増益と、好調でした。追加関税など、景気動向が不透明ななかで、ユニクロの商品の価格と価値に対するお客様の支持がさらに高まっております。

米国の通期の事業利益率は、改善いたしました。関税の影響が出始めた第4四半期3カ月間も、事業利益率は、改善しております。価格の見直しや値引率の改善に加え、経費コントロールの徹底により、販管費比率が大幅に改善したことで、関税によるコスト増を吸収することができました。

欧州：大幅な増収増益

- ・円ベースの売上収益3,695億円、+33.6%、事業利益542億円、+23.7%と、大幅な増収増益
- ・ほぼ業績予想通りの水準
- ・既存店売上高が期を通して２桁増収、新規出店した９店舗がいずれも好調な業績
- ・期を通して、売れ筋商品の在庫を十分にもち、マーケティングと連動して商品価値を効果的に訴求、コア商品に今らしいデザインや新しさを加えたことで、お客様のニーズを捉えた
- ・オックスフォードシャツやストレートジーンズ、スウェット、カシミアなどが好調な販売
- ・通期の事業利益率は14.7%、▲1.2 p
新設した自動化倉庫の立ち上げに伴う一時的な物流オペレーションの混乱で、コストが増加したため物流オペレーションの混乱が解消したことで、４Ｑ３カ月間の事業利益率は+0.4 p改善

欧州の売上収益は3,695億円、前期比33.6%増、事業利益は542億円、同23.7%増と、ほぼ業績予想通り、大幅な増収増益となりました。

欧州では、既存店売上高が期を通して２桁増収となったことに加え、新規出店した９店舗がいずれも好調な業績となりました。

販売が好調だった理由としては、期を通して売れ筋商品の在庫を十分にもち、マーケティングと連動して商品価値を効果的に訴求したことに加え、コア商品に今らしいデザインや新しさを加えたことで、お客様のニーズを捉えることができました。特にオックスフォードシャツやストレートジーンズ、スウェット、カシミアなどが好調な販売となりました。

通期の事業利益率は14.7%と、同1.2ポイント低下いたしました。これは、新設した自動化倉庫の立ち上げに伴う一時的な物流オペレーションの混乱により、コストが増加したためです。

なお、物流オペレーションの混乱が解消したことで第４四半期３カ月間の事業利益率は、同0.4ポイント改善いたしました。

【ジーユー事業】2025年8月期 実績

増収、大幅な減益。業績予想を下回る

- ・マストトレンドを捉えたヒット商品が十分でなかったこと、売れ筋商品の欠品が発生したことで売上を最大化できず、通期の既存店売上高は前年並み
- ・通期の事業利益は、報酬引き上げに伴う人件費の増加、米国出店に伴う費用増により、販管費比率が上昇し、減益

単位：億円	2024年8月期	2025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	3,191	1,658	+3.9%	1,648	+3.3%	3,307	+3.6%
売上総利益 (売上比)	1,564 49.0%	801 48.3%	+3.5% ▲0.2p	811 49.2%	+2.7% ▲0.3p	1,612 48.8%	+3.1% ▲0.2p
販管費 (売上比)	1,239 38.8%	669 40.4%	+7.5% +1.4p	659 40.0%	+6.9% +1.4p	1,328 40.2%	+7.2% +1.4p
事業利益 (売上比)	324 10.2%	131 7.9%	▲13.3% ▲1.6p	152 9.2%	▲12.1% ▲1.7p	283 8.6%	▲12.6% ▲1.6p
その他収益・費用	12	7	+299.0%	13	+32.2%	21	+74.3%
営業利益 (売上比)	337 10.6%	139 8.4%	▲9.3% ▲1.2p	165 10.1%	▲9.6% ▲1.4p	305 9.2%	▲9.5% ▲1.4p

次に、ジーユー事業ですが、通期の売上収益は3,307億円、前期比3.6%増、事業利益は283億円、同12.6%減と、増収、大幅な減益となりました。

マストトレンドを捉えたヒット商品が十分でなかったことや、売れ筋商品の欠品が発生したことにより売上を最大化できず、通期の既存店売上高は前年並みとなりました。
通期の事業利益は、報酬引き上げに伴う人件費の増加や、米国出店に伴う費用増により、販管費比率が上昇した結果、減益となりました。

【グローバルブランド事業】2025年8月期 実績

減収、事業利益は増益。業績予想を下回る

- ・売上収益は、セオリー事業で販売に苦戦したことで、減収。事業利益は、コントワー・デ・コトニエ事業の赤字幅が半減し、増益
- ・営業利益は、コントワー・デ・コトニエ事業で事業構造改革に伴う減損損失などを39億円計上したことで、9億円の赤字
- 【セオリー事業】減収減益。マストトレンドやお客ニーズを捉えることが不十分で主力商品の販売に苦戦、
中国大陸で消費意欲の低下が影響
- 【ブラステ事業】大幅な増収増益。ワイドパンツやシアースーター、シャンプレーラップパンツの販売が好調、既存店売上高は増収。
経費コントロールの強化で、販管費比率が改善、事業利益率も改善
- 【コントワー・デ・コトニエ事業】減収、事業利益の赤字は半減。ユニクロとコントワー・デ・コトニエとのコラボ商品の販売が好調、
ユニクロからのライセンス収益が増加し、粗利益率が改善。経費コントロールの強化、店舗の集約で販管費比率が改善
- ・事業構造改革にかかる

減損損失などを
39億円計上、
営業赤字は拡大

単位：億円	2024年8月期		2025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	1,388	677	▲2.3%	637	▲8.2%	1,315	▲5.3%
事業利益	1	11	-	15	▲18.3%	26	-
(売上比)	0.1%	1.7%	-	2.4%	▲0.3p	2.0%	+1.9p
その他収益・費用	5	▲1	-	▲34	-	▲36	-
営業利益	6	9	-	▲18	-	▲9	-
(売上比)	0.5%	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1,315億円、前期比5.3%減、事業利益は26億円と、増益になりました。
業績予想に対しては、下回る結果となりました。

売上収益は、セオリー事業で販売に苦戦したことで、減収となりました。

事業利益は、コントワー・デ・コトニエ事業の赤字幅が半減したことで、増益となりました。

なお、営業利益は、コントワー・デ・コトニエ事業で事業構造改革に伴う減損損失などを39億円計上したことで、
9億円の赤字となりました。

【連結】2025年8月末 B/S

単位：億円	2024年8月期末	2025年8月期末	増 減
資産合計	35,875	38,593	+ 2,717
流動資産	23,632	25,278	+ 1,645
非流動資産	12,242	13,315	+ 1,072
負債合計	15,193	15,318	+ 125
資本合計	20,682	23,275	+ 2,592

次に、2025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3兆8,593億円、前期末比2,717億円増加、
負債合計は1兆5,318億円、同125億円増加、
資本合計は2兆3,275億円、同2,592億円増加いたしました。

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（前期末比）

資産合計：+2,717億円（3兆5,875億円→3兆8,593億円）

- ・現金及び現金同等物：▲3,003億円（1兆1,935億円→8,932億円）
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
- ・その他金融資産（短期・長期）：+4,052億円（8,068億円→1兆2,121億円）
- ・棚卸資産：+364億円（4,744億円→5,109億円）
 - ✓ 国内UQ：+213億円。通年商品の在庫を戦略的に増やしているため、増加。期末の在庫は問題ない水準
 - ✓ 海外UQ：+173億円。欧米、東南アジアで継続的に事業が拡大しているため、増加
 - ✓ GU：+20億円、グローバルブランド：▲43億円
- ・有形固定資産・使用権資産：+1,470億円（6,624億円→8,094億円）
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：+125億円（1兆5,193億円→1兆5,318億円）

- ・リース負債：+354億円（4,780億円→5,135億円）
欧米を中心に、積極的な出店や自動化倉庫への投資を行っているため

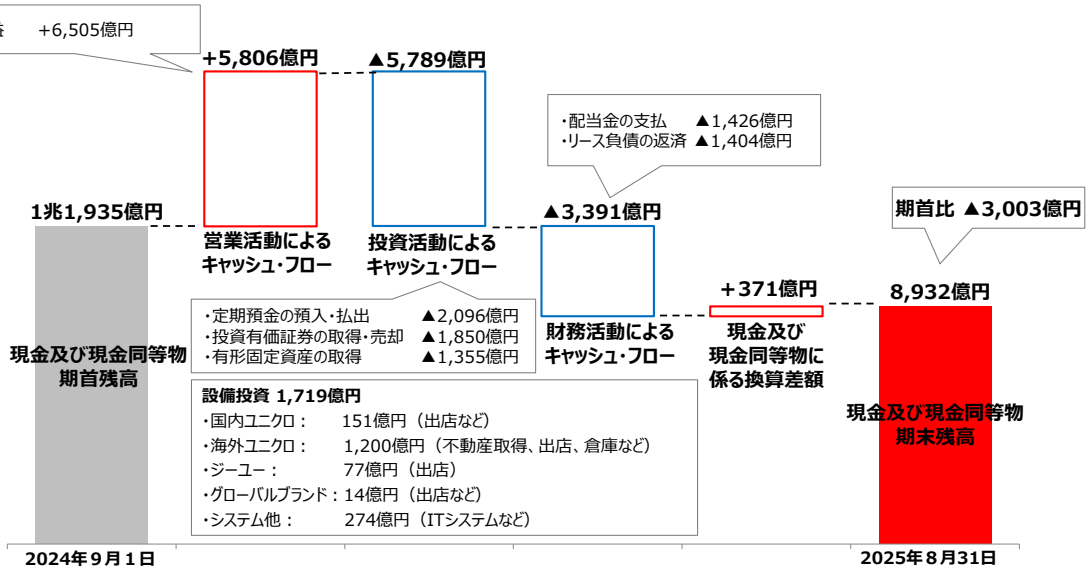
資産合計が前期末比2,717億円増加した要因をご説明いたします。

現金及び現金同等物は、8,932億円、同3,003億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4,052億円増加いたしました。

棚卸資産は、同364億円増加いたしました。
これは主に、国内ユニクロ事業で同213億円増加、海外ユニクロ事業で同173億円増加したことによります。
国内ユニクロ事業は、通年商品の在庫を戦略的に増やしているため、
棚卸資産は増加いたしました。期末の在庫は問題ない水準です。
海外ユニクロ事業は、欧米や東南アジアで継続的に事業が拡大しているため、
棚卸資産が増加いたしました。

また、有形固定資産と使用権資産は、合わせて同1,470億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】2025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1,300億円増加、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5,806億円の収入、
投資活動によるキャッシュ・フローが5,789億円の支出、
財務活動によるキャッシュ・フローが3,391億円の支出、となりました。

【連結】2026年8月期 通期業績予想

過去最高の業績を見込む

- ・売上収益は3兆7,500億円、前期比10.3%増、事業利益は6,100億円、同10.7%増
- ・金融収益・費用は500億円のプラスを見込む。債券運用などに伴う受取利息と支払利息が、前期実績と同程度発生する見込み
- ・為替差損益は、期初の為替レート1ドル146.9円を前提とし、現時点では見込まず

単位：億円	2025年8月期 通期実績	2026年8月期	
		通期予想 (10/9時点)	前期比
売上収益	34,005	37,500	+10.3%
事業利益	5,511	6,100	+10.7%
(売上比)	16.2%	16.3%	+0.1 p
その他収益・費用	131	-	-
営業利益	5,642	6,100	+8.1%
(売上比)	16.6%	16.3%	▲0.3 p
金融収益・費用	863	500	▲42.1%
税引前利益	6,505	6,600	+1.4%
(売上比)	19.1%	17.6%	▲1.5 p
親会社の所有者に 帰属する当期利益	4,330	4,350	+0.5%
(売上比)	12.7%	11.6%	▲1.1 p

・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、期初の為替レート1ドル146.9円を前提

次に、2026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3兆7,500億円、前期比10.3%増、事業利益は6,100億円、同10.7%増、営業利益は6,100億円、同8.1%増と、過去最高の業績を見込んでおります。

金融収益・費用ですが、500億円のプラスを見込んでおります。これは、債券の運用などに伴う受取利息と支払利息が、前期実績と同程度発生することを見込んでいるためです。為替差損益は、期初の為替レート1ドル146.9円を前提とし、現時点では見込んでおりません。

これらの結果、親会社の所有者に帰属する当期利益は、4,350億円、同0.5%増を見込んでおります。

海外ユニクロ事業：上期、下期、通期ともに、大幅な増収増益

・すべて現地通貨ベースで記載

【グレーターチャイナ】

・上期、下期、通期ともに、増収増益を見込む

✓ 中国大陸は、事業構造改革を推進することで、再成長をめざす

上期、下期、通期ともに増収増益を予想。通期の事業利益率も改善する見込み

✓ 香港、台湾は通期で増収増益を見込む

【韓国】上期、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】

・通期は大幅な増収増益を見込む

・上期は、大幅な増収を見込むが、戦略的な商品価格の見直しにより粗利益率が若干低下、ロイヤリティ費用の増加により販管費比率が若干上昇することで、営業利益は1桁の増益を見込む

・下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。
具体的な事業戦略については、後ほど塚越よりご説明いたしますので、
私からは、今期の見通しを中心にお話しいたします。

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。

海外ユニクロ事業は、上期、下期、通期ともに、大幅な増収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、上期、下期、通期ともに、増収増益を見込んでおります。

中国大陸は、事業構造改革を推進することで、再成長をめざします。

上期、下期、通期ともに増収増益を予想しております。

通期の事業利益率も改善する見込みです。

韓国は、上期、下期、通期ともに、大幅な増収増益となる見込みです。

東南アジア・インド・オーストラリア地区は、通期は大幅な増収増益を見込んでおります。

上期は、大幅な増収を見込んでおりますが、

戦略的な商品価格の見直しにより粗利益率が若干の低下、

ロイヤリティ費用の増加により販管費比率が若干上昇することで、営業利益は1桁の増益を見込んでおります。

下期は大幅な増収増益となる見込みです。

海外ユニクロ事業：上期、下期、通期ともに、大幅な増収増益

【北米】

- ・通期は大幅な増収増益、力強い事業拡大が続く見込み
- ・通期の事業利益率は約15%を見込む
- ・ブランディングの強化、個店経営の推進により、企業の競争力をさらに高めていくと同時に、一部の商品価格の見直し、販売計画の精緻化による値引率の改善、経費削減を実施することで、追加関税の影響を吸収できる見込み
- ・追加関税の影響は上期がやや大きいため、上期は大幅な増収、事業利益は1桁の増益、下期は大幅な増収増益となる予想

【欧州】

- ・通期で大幅な増収増益と、引き続き高い成長を維持していく計画
- ・上期は大幅な増収、事業利益は1桁の増益。2025年春に自動化倉庫の立ち上げに伴い、複数倉庫での運営を行っていることで物流費が一時的に増加するため
- ・下期は、複数倉庫の運営体制が解消、大幅な増収増益を見込む
- ・通期の販管費比率は前期比で改善、事業利益率も若干改善する予想

北米は、通期は大幅な増収増益、力強い事業拡大が続く見込みです。

通期の事業利益率は約15%を見込んでおります。

ブランディングの強化、個店経営の推進により、企業の競争力をさらに高めていくと同時に、一部の商品価格の見直し、販売計画の精緻化による値引率の改善、経費削減を実施することで、追加関税の影響を吸収できる見込みです。

なお、追加関税の影響は上期のほうがやや大きいため、

上期は大幅な増収、事業利益は1桁の増益を見込んでおります。

下期は大幅な増収増益となる予想です。

欧州は、通期で大幅な増収増益と、引き続き高い成長を維持していく計画です。

上期は大幅な増収、事業利益は1桁の増益となる見込みです。

これは、2025年春に自動化倉庫の立ち上げに伴い、複数倉庫での運営を行っていることで物流費が一時的に増加するためです。

下期は、複数倉庫の運営体制が解消されるため、大幅な増収増益を見込んでおります。

通期の販管費比率は前期比で改善し、事業利益率も若干改善する予想です。

2026年8月期 各事業の通期業績予想（3）

国内ユニクロ事業：若干の増収、事業利益は前年並み

- ・上期、下期、通期ともに売上収益は若干の増収、事業利益は前年並み
- ・既存店売上高は＋約３％を見込む
- ・通期の粗利益率は、若干の低下を見込むが、50％程度の水準を維持する計画。販管費比率はほぼ前年並みを見込む
- ・円安による調達コストの増加、人件費、物流費の上昇など、コストが上昇する局面。
お客様にご支持いただける商品づくり、価値を伝えるマーケティングを強化すると同時に、適切な価格設定、値引率、生産性の改善、ローコスト経営により、15％以上の事業利益率を継続的に確保する

ジーユー事業：上期、下期、通期ともに増収増益を見込む

- ・2026年8月期は、事業構造改革をさらに推進し、業績の回復をめざす
- ・商品やスタイリングの完成度を引き上げると同時に、お買い物しやすい売場づくり、数量計画・販売計画の精度向上、商品の欠品、過剰の改善などオペレーションの質の向上に取り組む
- ・グローバルで勝負ができるブランドに再構築していくために、経営基盤を強化

次に、国内ユニクロ事業ですが、上期、下期、通期ともに売上収益は若干の増収、事業利益は前年並みとなる見込みです。

既存店売上高は約３％増収を見込んでおります。
通期の粗利益率は、若干の低下を見込んでおりますが、50％程度の水準を維持する計画です。
販管費比率はほぼ前年並みを見込んでおります。

円安による調達コストの増加、人件費、物流費の上昇など、コストが上昇する局面ではありますが、お客様にご支持いただける商品づくり、価値を伝えるマーケティングを強化すると同時に、適切な価格設定、値引率、生産性の改善、ローコスト経営により15％以上の事業利益率を継続的に確保していきます。

ジーユー事業は、上期、下期、通期ともに増収増益を見込んでおります。
2026年8月期は、事業構造改革をさらに推進し、業績の回復をめざします。

商品やスタイリングの完成度を引き上げると同時に、お買い物しやすい売場づくり、数量計画・販売計画の精度向上、商品の欠品、過剰の改善などオペレーションの質の向上に取り組みます。

グローバルで勝負ができるブランドに再構築していくために、経営基盤を強化します。

2026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：通期は増収、大幅な増益となる見込み

- ・すべての事業で、ブランドの再確立をめざし、事業構造改革を進めることで、業績の改善を見込む
- ・セオリー事業は、通期は増収増益を見込んでおります。
 - ✓ 上期はE C アウトレットサイトの閉鎖に伴い減収、事業利益は増益を見込む
 - ✓ 下期は増収増益の見込み
 - ✓ ブランディングと主力商品の開発・マーケティングを強化することで、ブランドポジションの再確立をめざす
- ・プラステ事業は、大幅な増収増益を見込む
 - ✓ 中価格帯のLifeWearという新しいポジションを確立するために、ブランディング、マーケティング、商品を刷新
 - ✓ 情報製造小売業の基盤を活かし、商売の水準を引き上げる
- ・コントワー・デ・コトニエ事業は、通期は増収、事業赤字は大幅に縮小する計画
 - ✓ 主要都市への店舗網の集約やコントワー・デ・コトニエとプリンセス タム・タムの両ブランドを同一店舗で販売するなど、事業構造改革を推進

グローバルブランド事業は、通期は増収、大幅な増益となる見込みです。
すべての事業で、ブランドの再確立をめざし、事業構造改革を進めることで、業績が改善することを見込んでおります。

セオリー事業は、通期は増収増益を見込んでおります。

上期はE コマースのアウトレットサイトの閉鎖に伴い減収、事業利益は増益を見込んでおります。

下期は増収増益の見込みです。

ブランディングと主力商品の開発、マーケティングを強化することで、ブランドポジションの再確立をめざします。

2026年8月期 配当金

2025年8月期 年間配当金500円を予定
2026年8月期 年間配当金520円を見込む

	1株当たり配当金		
	中間	期末	通期
2024年8月期	175円	225円	400円
2025年8月期（7/10 予想）	240円	240円	480円
2025年8月期（10/9 修正予想）※1	240円	260円	500円
2026年8月期（10/9 予想）※2	260円	260円	520円
前期比	+20円	-	+20円

※1 2025年8月期の期末配当金は、2025年11月6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。

最後に、配当金について、ご説明いたします。

2025年8月期の期末配当金は、7月に発表した1株当たり240円から増額し、1株当たり260円を予定しております。

この結果、年間配当金は500円、前期比で100円の増配となる見込みです。

2026年8月期の配当金は、中間配当金260円、期末配当金260円、合わせて年間で520円、前期比で20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	2024年8月期	2025年8月期（2024/9～2025/8）実績				2026年8月期（2025/9～2026/8）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	154	130	+24	2,519	140	100	+40	2,559
国内ユニクロ事業 ※	797	32	35	▲3	794	20	20	0	794
直営店	787	31	34	▲3	784	-	-	-	-
FC	10	1	1	0	10	-	-	-	-
海外ユニクロ事業	1,698	122	95	+27	1,725	120	80	+40	1,765
グレーターチャイナ	1,032	44	68	▲24	1,008	45	-	-	-
中国大陸	926	35	59	▲24	902	-	-	-	-
香港	34	4	3	+1	35	-	-	-	-
台湾	72	5	6	▲1	71	-	-	-	-
韓国	126	14	8	+6	132	10	-	-	-
東南アジア・インド・豪州	380	32	15	+17	397	25	-	-	-
シンガポール	30	1	2	▲1	29	-	-	-	-
マレーシア	58	7	6	+1	59	-	-	-	-
タイ	68	3	1	+2	70	-	-	-	-
フィリピン	76	4	3	+1	77	-	-	-	-
インドネシア	72	7	2	+5	77	-	-	-	-
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	4	1	+3	16	-	-	-	-

（次のページへ続く）

注１） ミーナ事業、ポップアップストアの店舗は含まない

注２） コントワー・デ・コトニエ（CDC）事業とプリンセス タム・タム（PTT）事業の店舗数は、店舗を統合したため、同一事業としてカウント

※ 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（2024/9～2025/8）実績				2026年8月期（2025/9～2026/8）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	23	1	+22	106	25	-	-	-
米国		61	15	1	+14	75	-	-	-	-
カナダ		23	8	0	+8	31	-	-	-	-
欧州		76	9	3	+6	82	15	-	-	-
英国		19	2	0	+2	21	-	-	-	-
フランス		28	0	1	▲1	27	-	-	-	-
ドイツ		10	0	1	▲1	9	-	-	-	-
ベルギー		3	0	1	▲1	2	-	-	-	-
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	39	25	+14	486	15	12	+3	489
グローバルブランド事業		628	46	109	▲63	565	16	35	▲19	546
セオリー事業 ※		442	20	36	▲16	426	-	-	-	-
ブラステ事業		40	6	5	+1	41	-	-	-	-
CDC/PTT事業 ※		146	20	68	▲48	98	-	-	-	-
総 合 計		3,595	239	264	▲25	3,570	171	147	+24	3,594

注1） ミーナ事業、ポップアップストアの店舗は含まない

注2） コントワー・デ・コトニエ（CDC）事業とプリンセス タム・タム（PTT）事業の店舗数は、店舗を統合したため、同一事業としてカウント

※ 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 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）実績	148.7	162.9	193.9	20.6	10.6
2026年8月期 通期（12カ月平均）予想	148.0	172.0	198.0	20.8	10.7

＜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 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 実績	146.9	171.4	198.5	20.6	10.6
2026年8月期 期末為替レート 予想	146.9	171.4	198.5	20.6	10.6

<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	
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 通期実績（12カ月累計）	151	1,200	77	14	274	1,719	2,164
2026年8月期 通期予想（12カ月累計）	75	824	43	16	304	1,263	2,569