

# 2026年8月期 第1四半期業績 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

<b>I. 第1四半期 決算概要</b>	<b>P. 3</b>	<b>～</b>	<b>P. 25</b>
<b>II. 2026年8月期 業績予想</b>	<b>P. 26</b>	<b>～</b>	<b>P. 32</b>
<b>III. 参考資料</b>	<b>P. 33</b>	<b>～</b>	<b>P. 36</b>

#### 【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/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】2026年8月期 第1四半期 実績

## 大幅な増収増益、過去最高の業績を達成

- ・国内ユニクロ事業や海外ユニクロ事業が好調な業績となったことで、10月に発表した業績予想に対し、売上収益、事業利益ともに大幅に上回る水準

単位：億円	2025年8月期	2026年8月期	
	第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比
売上収益	8,951	<b>10,277</b>	+14.8%
売上総利益 (売上比)	4,875 54.5%	<b>5,677</b> <b>55.2%</b>	+16.4% +0.7p
販管費 (売上比)	3,305 36.9%	<b>3,620</b> <b>35.2%</b>	+9.5% ▲1.7p
事業利益 (売上比)	1,569 17.5%	<b>2,056</b> <b>20.0%</b>	+31.0% +2.5p
その他収益・費用	5	<b>52</b>	+832.2%
営業利益 (売上比)	1,575 17.6%	<b>2,109</b> <b>20.5%</b>	+33.9% +2.9p
金融収益・費用	390	<b>157</b>	▲59.7%
税引前四半期利益 (売上比)	1,966 22.0%	<b>2,266</b> <b>22.1%</b>	+15.3% +0.1p
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	1,319 14.7%	<b>1,474</b> <b>14.3%</b>	+11.7% ▲0.4p

## 【連結】決算ハイライト

- 1 Qは、**ユニクロ事業がすべての地域で増収増益を達成し、好調な業績**
- **旗艦店を中心とする質の高い出店、戦略的な情報発信がブランディングに大きく寄与したことや、端境期の商売の組み立てが改善し、秋物商品、通年商品の販売が売上をけん引したことで、計画を大幅に上回る業績を達成**
- **ユニクロに対するお客様の支持や信頼がさらに高まっており、グローバルで全方位成長が加速**
- **ジーユー事業は若干の増収、大幅な増益、グローバルブランド事業は、減収減益。両事業ともに、事業構造改革の途上のため、さらに取り組みを強化**

# 【連結】第1四半期 事業利益

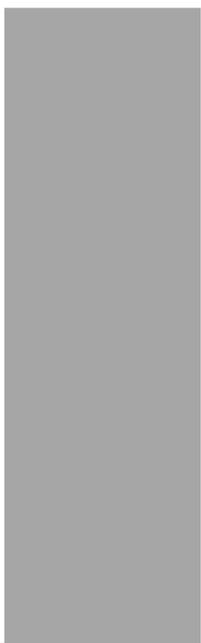
売上収益 8,951億円→1兆277億円

連結	+1,325億円
国内UQ	+324億円
海外UQ	+1,020億円
GU	+7億円
GB	▲27億円

為替影響

連結	+1.4%
USD	+1.9%
人民元	+1.2%
ユーロ	+7.6%
ウォン	▲2.8%

1兆277億円  
+14.8%



2026年度  
1Q  
売上収益

売上総利益率 54.5%→55.2%

連結	+0.7p
国内UQ	▲0.5p
海外UQ	+1.2p
GU	+2.0p
GB	+0.4p

5,677億円  
+16.4%



2026年度  
1Q  
売上総利益

売上高販管費率 36.9%→35.2%

連結	▲1.7p
国内UQ	▲1.9p
海外UQ	▲1.4p
GU	±0.0p
GB	+0.8p

3,620億円  
+9.5%



販管費

2,056億円  
+31.0%



2026年度  
1Q  
事業利益

事業利益率 17.5%→20.0%

連結	+2.5p
国内UQ	+1.4p
海外UQ	+2.4p
GU	+2.0p
GB	▲0.4p

52億円  
その他収益・費用

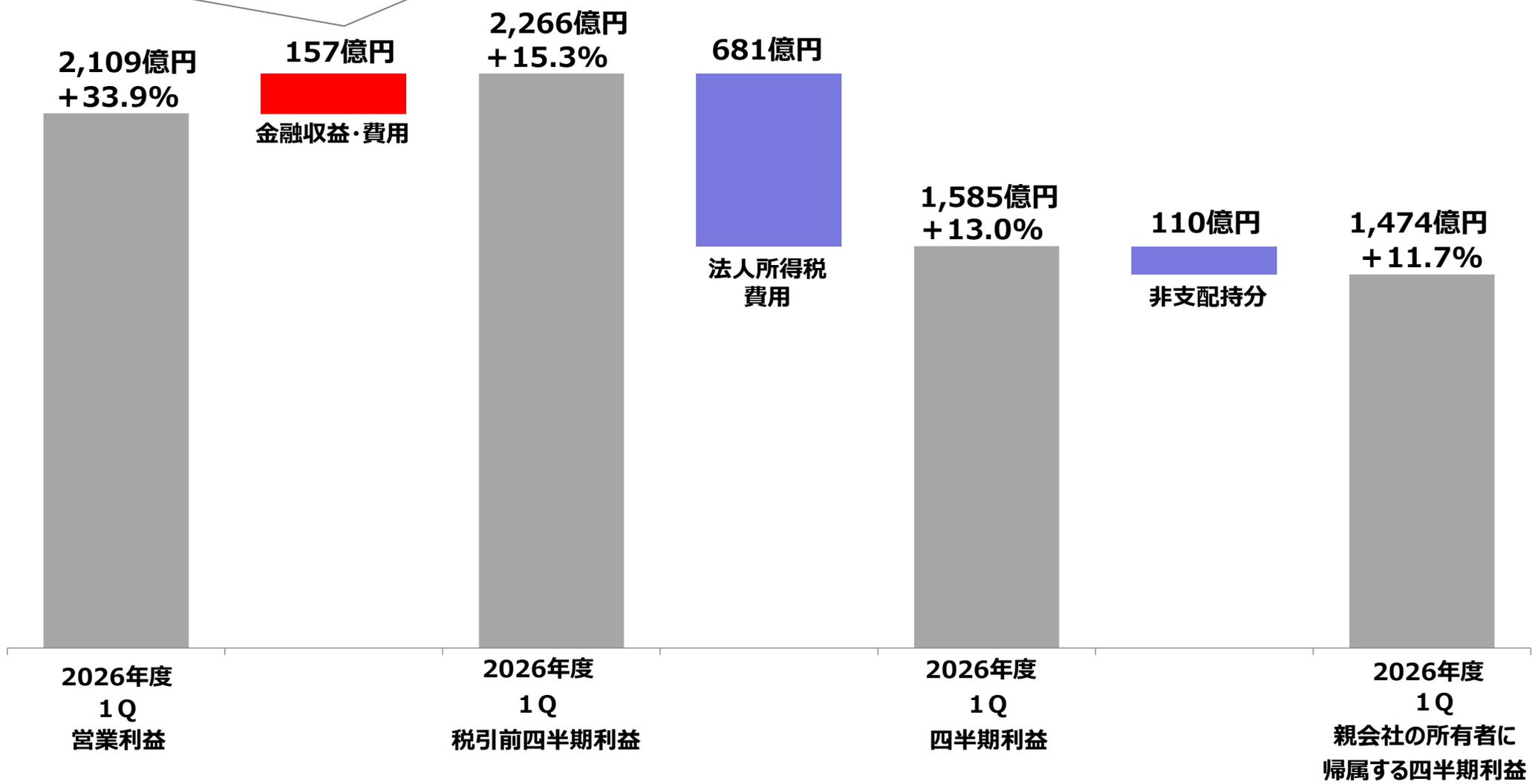
2,109億円  
+33.9%



2026年度  
1Q  
営業利益

# 【連結】第1四半期 親会社の所有者に 帰属する四半期利益

受取・支払利息 : 114億円  
 為替差益 : 42億円  
 ※期首為替レート : 1 USD = 146.9円、11月末為替レート : 1 USD = 156.2円



# 【セグメント別】第1四半期実績

単位：億円		2025年8月期	2026年8月期	
		第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	2,666	<b>2,990</b>	+12.2%
	事業利益	519	<b>624</b>	+20.2%
	(売上比)	19.5%	20.9%	+1.4p
	その他収益・費用	2	<b>4</b>	+102.3%
	営業利益	521	<b>629</b>	+20.6%
	(売上比)	19.6%	21.0%	+1.4p
海外ユニクロ事業	売上収益	5,017	<b>6,038</b>	+20.3%
	事業利益	850	<b>1,173</b>	+38.0%
	(売上比)	17.0%	19.4%	+2.4p
	その他収益・費用	▲15	<b>9</b>	-
	営業利益	835	<b>1,183</b>	+41.6%
	(売上比)	16.7%	19.6%	+2.9p
ジーユー事業	売上収益	906	<b>913</b>	+0.8%
	事業利益	95	<b>114</b>	+20.0%
	(売上比)	10.5%	12.5%	+2.0p
	その他収益・費用	3	<b>3</b>	▲15.4%
	営業利益	98	<b>117</b>	+18.6%
	(売上比)	10.9%	12.8%	+1.9p
グローバルブランド事業	売上収益	357	<b>330</b>	▲7.6%
	事業利益	20	<b>17</b>	▲14.8%
	(売上比)	5.6%	5.2%	▲0.4p
	その他収益・費用	▲1	<b>1</b>	-
	営業利益	18	<b>18</b>	+1.0%
	(売上比)	5.2%	5.7%	+0.5p

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

# 【国内ユニクロ事業】第1四半期実績

## 大幅な増収増益、業績予想を上回る

・端境期の商品構成や売場づくりなど、商売の組み立てが改善し、秋物商品や通年商品の販売が特に好調

単位：億円	2025年8月期	2026年8月期	
	第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比
売上収益	2,666	<b>2,990</b>	+12.2%
売上総利益 (売上比)	1,385 52.0%	<b>1,540</b> 51.5%	+11.2% ▲0.5p
販管費 (売上比)	865 32.5%	<b>915</b> 30.6%	+5.7% ▲1.9p
事業利益 (売上比)	519 19.5%	<b>624</b> 20.9%	+20.2% +1.4p
その他収益・費用	2	<b>4</b>	+102.3%
営業利益 (売上比)	521 19.6%	<b>629</b> 21.0%	+20.6% +1.4p

# 【国内ユニクロ事業】売上収益

**1Q（9月～11月）既存店売上高：+11.0%**

- ・1Qは好調な販売
  - 1) 期を通して、スウェットやバギーカーブジーンズなど、秋物商品、通年商品が売上をけん引
  - 2) 10月は、気温の低下と打ち出しがマッチし、ヒートテックインナーやパフテックなど、冬物商品が好調な販売
  - 3) 11月は、感謝祭商戦が盛況
- ・インバウンド販売も2桁の増収。売上構成比は約10%まで拡大
- ・E C売上高：447億円、+15.9%。売上構成比14.9%
- ・12月の既存店売上高は、▲6.6%の減収。気温が高く推移し、冬物商品の需要が盛り上がり、販売に苦戦
- ・ただし、12月の最終週や足元の1月は、気温が低下し、好調な販売

既存店 前年同期比	2026年8月期				
	9月	10月	11月	1Q	12月
売上高	▲1.0%	+25.1%	+7.6%	<b>+11.0%</b>	▲6.6%
客数	▲3.3%	+16.3%	+2.8%	<b>+5.4%</b>	▲10.2%
客単価	+2.4%	+7.6%	+4.7%	<b>+5.3%</b>	+4.0%

# 【国内ユニクロ事業】粗利益率、販管費比率

**粗利益率：51.5%、▲0.5 p 低下**

- ・調達に使用する為替予約レートが円安となり、原価率が上昇したため
- ・値引率は、お客様のニーズにマッチした商品開発の精度が向上し、在庫処分のための値引き販売を抑制できたことで、改善

**販管費比率：30.6%、▲1.9 p 改善**

- ・主に、販売が好調だったことで、人件費比率や賃借料比率が改善
- ・人件費比率の改善は、店舗の在庫やオペレーションの効率化を継続して進めていることや、商戦期に向けて、在庫や人員を計画的に準備したことで、生産性が向上したため

# 【海外ユニクロ事業】第1四半期 実績

## 大幅な増収増益、業績予想を上回る

- すべての地域で、粗利益率、販管費比率が改善、海外ユニクロ事業全体の事業利益率は19.4%、+2.4p改善
- 韓国、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、業績予想を上回り、2桁の増収増益。  
グレーターチャイナは、業績予想通り、増収、2桁の増益
- 1) グローバルで質の高い新規出店を行い、ブランドの存在感や信頼感が高まっていること、  
2) お客様の需要を捉えた商品開発、マーケティング戦略が奏功したことで、大変好調な業績

単位：億円	2025年8月期	2026年8月期	
	第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比
売上収益	5,017	<b>6,038</b>	+20.3%
売上総利益 (売上比)	2,821 56.2%	<b>3,463</b> 57.4%	+22.8% +1.2p
販管費 (売上比)	1,970 39.3%	<b>2,290</b> 37.9%	+16.2% ▲1.4p
事業利益 (売上比)	850 17.0%	<b>1,173</b> 19.4%	+38.0% +2.4p
その他収益・費用	▲15	9	-
営業利益 (売上比)	835 16.7%	<b>1,183</b> 19.6%	+41.6% +2.9p

為替影響を除いた現地通貨ベース：  
+約18%

移転価格税制による事前の合意で、  
一部の国でロイヤリティ料率が  
引き上がり、販管費比率は+0.4p。  
連結全体の業績には影響なし

為替影響を除いた現地通貨ベース：  
+約35%

為替影響を除いた現地通貨ベース：  
+約39%

## グレートチャイナ：増収、2桁の増益

### 【中国大陸市場】増収、2桁の増益

- ・10月の後半から気温の低下、商品の価値を伝えるマーケティングが奏功し、秋冬商品を中心に増収
- ・JD.comとの協業がスタート、Eコマースの新規顧客が増加したことも増収に寄与
- ・販管費比率は、店舗オペレーションの効率化や、効果的なマーケティングに絞ったことで、人件費比率、広告宣伝費比率を中心に改善
- ・粗利益率は、効率的な在庫運営で、値引率が低下し、若干の改善

### 【香港市場】増収増益、【台湾市場】増収減益

- ・香港、台湾ともに、10月後半から気温が低下し、秋冬商品の販売が好調
- ・台湾は、ロイヤリティ費用の増加影響を除くと増益

## 韓国：2桁の増収増益

- ・UNIQLO:Cの展示会、グローバルブランドアンバサダーによる次世代育成イベントなど、ユニクロの商品や企業姿勢を積極的に伝えたことに加え、戦略的に売り込む商品を絞り込み、マーケティングを実施、お客様からの支持が高まり、既存店売上高は2桁の増収、好調な販売
- ・2桁の増収により、粗利益率、販管費比率ともに改善

## 東南アジア・インド・豪州地区：2桁の増収増益

- ・既存店売上高も2桁の増収
  - ✓ 旅行ニーズに合わせて、冬物コア商品の在庫を戦略的に拡充し、ヒートテックインナー、パフテックなどの販売が好調
  - ✓ スウェット、カジュアルアウターなどの秋物の新商品も、増収に寄与
- ・粗利益率、販管費比率が改善、事業利益率も改善
- ・すべての国で増収増益

## 北米：2桁の増収増益

- ・既存店売上高は、2桁の増収と好調

### 【米国】2桁の増収増益

- ・LifeWearマガジンと連動し、店舗やE Cで商品価値やスタイリングの情報発信を強化したことで、ブランドや商品に対する認知が高まり、来店動機につながったことで、1Qは好調な販売
- ・特に、スウェットやジーンズなど、秋物商品の販売が期を通して好調だったことに加え、10月中旬以降は、気温の低下に伴い、ヒートテックインナーやカシミア、フリースなど、冬物コア商品の販売も好調
- ・1Qは、追加関税の影響を吸収し、事業利益率は計画を上回り、若干の改善
- ・商品価値の訴求を強化し、値引き販売を抑制したことや、一部商品の価格の見直しにより、粗利益率を若干の低下にとどめた
- ・店舗や物流のオペレーションの効率化により、人件費比率や物流費比率を中心に、販管費比率が改善

### 【カナダ】2桁の増収増益

- ・気温が低下し、ダウンやフリースなど、冬物コア商品の販売が好調だったことや、1Qに5店舗の新規出店を行い、大成功を収めたことで、好調な業績
- ・事業利益率は、粗利益率が改善したことで、上昇

## 欧州：２桁の増収増益

- ・既存店売上高も２桁の増収
- ・シーズン初めは、ボトムス、シャツ、スウェットなど、トレンドのシルエットや新しい素材にアップデートした秋物商品の販売が好調
- ・寒波が到来した１１月以降は、ダウンやヒートテックインナー、カシミアなどの冬物商品が売上をけん引し、期を通して好調な販売
- ・１Ｑに９店舗オープンし、ブランド認知が高まったことで、さらなる顧客層の拡大が継続
- ・特に、旗艦店を移転オープンした、ベルギーのアントワープや、初進出した英国のグラスゴー、バーミンガム、ドイツのミュンヘン、フランクフルトの店舗は大きな話題となり、大成功
- ・初進出した都市では、実店舗を出店することで、ＥＣ売上高が倍増するなど、出店が事業成長のドライバーとなる
- ・事業利益率は改善
- ・好調な販売に合わせて追加生産を実施、生産地からの輸送手段を工夫し、空輸の使用を抑制したことで、粗利益率が改善
- ・売上拡大により固定費を中心に販管費比率も改善

# Meir店

ベルギー アントワープ  
2025.9.25 open





**Argyle Street店**  
英国 グラスゴー  
2025.10.2 open



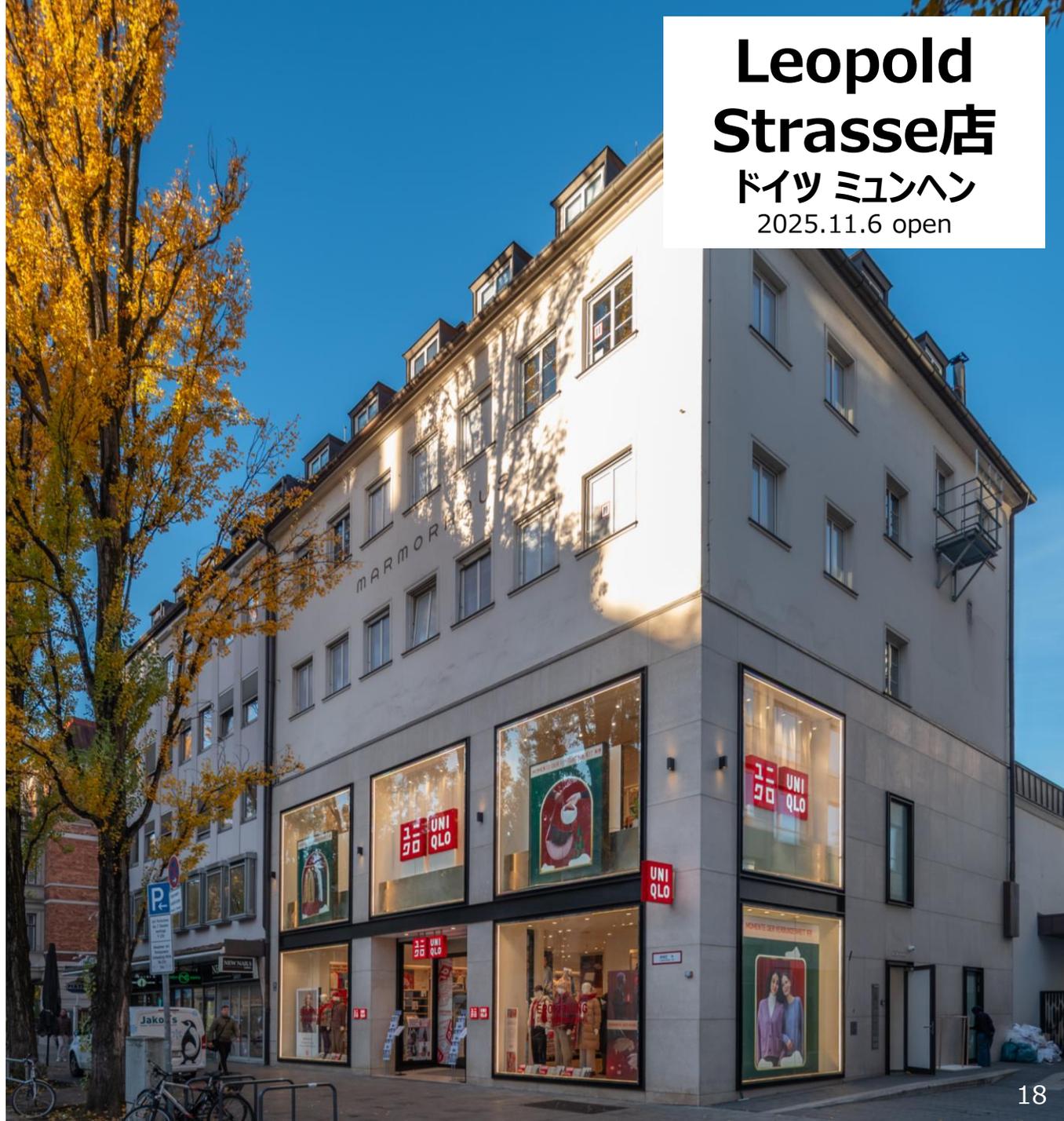
**Bullring店**  
英国 バーミンガム  
2025.10.16 open



## Biebergasse店

ドイツ フランクフルト

2025.10.16 open



## Leopold Strasse店

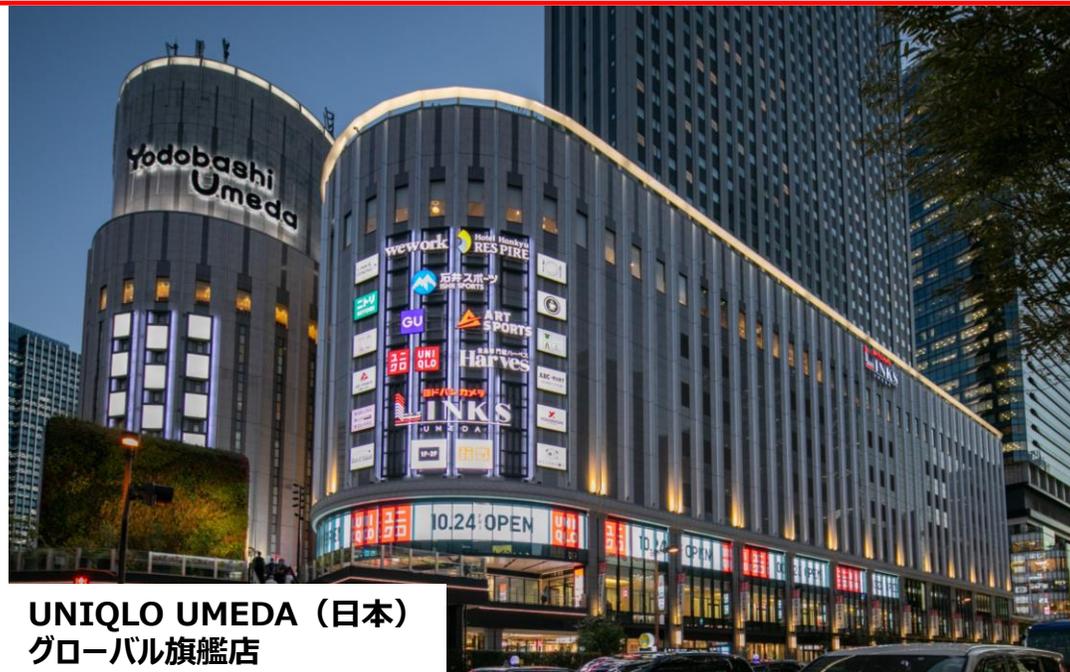
ドイツ ミュンヘン

2025.11.6 open

# アジアでも旗艦店級の店舗を続々と出店



エンポリウム メルボルン店 (豪州)  
1号店を増床、改装、旗艦店化



UNIQLO UMEDA (日本)  
グローバル旗艦店



BGCハイストリート店 (フィリピン)  
超大型店



ミラプレイス店 (香港)  
1号店を増床、改装



長沙平和堂店 (中国大陸)  
長沙初の旗艦店



オーチャードセントラル店 (シンガポール)  
グローバル旗艦店を全面改装

# 米国でも旗艦店級の店舗を続々と出店予定



Michigan Avenue店 (シカゴ)



Westfield World Trade Center店 (ニューヨーク)



Downtown Crossing店 (ボストン)



Union Square店 (ニューヨーク)



Bryant Park on 5th Avenue店 (ニューヨーク)

# 【ジーユー事業】第1四半期 実績

## 若干の増収、大幅な増益。業績予想を下回る

- ・既存店売上高は、若干の減収
- ・10月下旬から気温が低下し、秋冬商品の需要が高まり、ソフトシアートシャツや、ウォームカジュアルインナー、スウェットなどの販売が好調も、集客の柱となるマストトレンド商品が不足し、販売が伸び悩む
- ・前期からオペレーションの質の向上に取り組み、1Qでは、品番数を絞り込み、売れ筋商品に在庫やマーケティングを集中、数量計画の精度が向上し、欠品が改善、値引き販売も縮小
- ・粗利益率は同2.0 p 改善し、大幅な増益

単位：億円	2025年8月期	2026年8月期	
	第1四半期 実績	第1四半期 実績	前年同期比
売上収益	906	<b>913</b>	+0.8%
売上総利益 (売上比)	440 48.6%	<b>462</b> <b>50.6%</b>	+5.0% +2.0p
販管費 (売上比)	345 38.1%	<b>348</b> <b>38.1%</b>	+0.9% -
事業利益 (売上比)	95 10.5%	<b>114</b> <b>12.5%</b>	+20.0% +2.0p
その他収益・費用	3	<b>3</b>	▲15.4%
営業利益 (売上比)	98 10.9%	<b>117</b> <b>12.8%</b>	+18.6% +1.9p

# 【グローバルブランド事業】第1四半期実績

## 減収減益、業績予想を下回る

- ・セオリー事業が販売に苦戦したことで、グローバルブランド事業全体で減収減益、業績予想を下回る
- ・営業利益は、前期にコントワー・デ・コトニエ事業で事業構造改革に伴う損失を数億円計上した一方、当期はその計上がなかったことで、若干の増益

### 【セオリー事業】減収減益

米国事業は減収減益、日本事業とアジア事業はほぼ前年並み。販売に苦戦した要因は、1) コア商品を中心にお客様ニーズを捉えられなかったこと、2) 2025年3月に米国でE Cアウトレットサイトの閉鎖による

### 【プラステ事業】増収増益と好調

2025年秋冬にクリエイティブディレクターを迎え、ブランドを刷新、店頭やE Cで、スタイリングや商品マーケティングを強化。ウィメンズは、ウールのコートやニット、メンズは、レーヨンブレンドのシャツ、パンツの販売が好調、1Qの既存店売上高は増収

### 【CDC/PTT事業】減収、赤字幅は縮小

減収の要因は、事業構造改革に伴い、店舗網を都心店に集約、両ブランドの店舗統合により、店舗数が前年11月末の152店舗から、当年11月末では85店舗に減少したため。閉店に伴い、経費構造が効率化し、販管費比率が改善

単位：億円	2025年8月期	2026年8月期	
	第1四半期実績	第1四半期実績	前年同期比
売上収益	357	<b>330</b>	▲7.6%
事業利益 (売上比)	20 5.6%	<b>17</b> 5.2%	▲14.8% ▲0.4p
その他収益・費用	▲1	<b>1</b>	-
営業利益 (売上比)	18 5.2%	<b>18</b> 5.7%	+1.0% +0.5p

# 【連結】2025年11月末 B/S

単位：億円	2024年11月末	2025年8月末	2025年11月末	前年同期末比
資産合計	37,951	38,593	<b>42,864</b>	+ 4,913
流動資産	24,993	25,278	<b>28,966</b>	+ 3,973
非流動資産	12,957	13,315	<b>13,897</b>	+ 939
負債合計	15,981	15,318	<b>17,175</b>	+ 1,193
資本合計	21,969	23,275	<b>25,688</b>	+ 3,719

# 【連結】B/Sのポイント（前年同期末比）

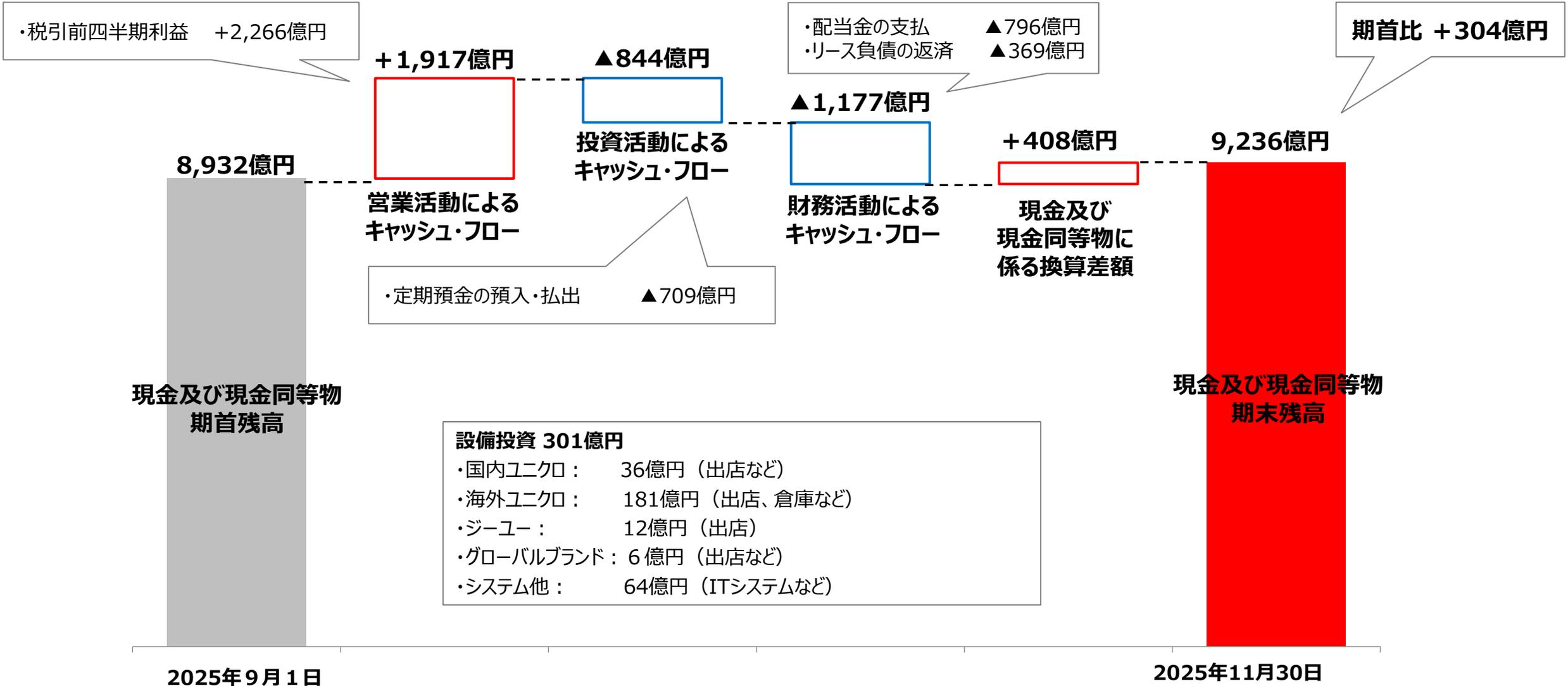
**資産合計：+4,913億円（3兆7,951億円→4兆2,864億円）**

- ・現金及び現金同等物：▲2,751億円（1兆1,988億円→9,236億円）  
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）：+5,295億円（8,014億円→1兆3,310億円）
- ・棚卸資産：+329億円（5,131億円→5,460億円）
  - ✓ 国内UQ：+193億円。好調な販売に対応するため、冬物商品を中心に、在庫を積み増したため、増加。  
12月末の在庫水準はやや高いものの、シーズン末にかけて適正化する計画
  - ✓ 海外UQ：+122億円。欧米や東南アジアを中心に、事業成長が続いているため、増加。  
グレートチャイナは効率的な在庫運営が進み、減少
  - ✓ GU：+31億円、グローバルブランド：▲33億円
- ・有形固定資産・使用権資産：+1,879億円（6,802億円→8,681億円）  
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、  
将来の成長を見据え、戦略的に投資を進めているため

**負債合計：+1,193億円（1兆5,981億円→1兆7,175億円）**

- ・リース負債：+645億円（4,848億円→5,494億円）欧米を中心に、積極的な出店や自動化倉庫への投資
- ・買掛金：+542億円（4,543億円→5,086億円）国内UQ事業を中心に、好調な販売に対応するため、仕入が増加

# 【連結】第1四半期 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320億円増加、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。

# 【連結】2026年8月期 通期業績予想

## 売上収益で500億円、事業利益、営業利益で400億円の増額修正

- ・1Qが大幅に上振れしたこと、12月は気温が高く推移した影響を受け、日本、中国大陸のユニクロ事業を中心に販売がスローダウンしたことを織り込む。下期の業績予想は、直近予想から変更せず
- ・金融収益・費用は、400億円のプラスを見込む。米国において債券などを運用、金利の引き下げに伴い、受取利息と支払利息の見込み額を引き下げ

単位：億円	2025年8月期 通期実績	2026年8月期		2026年8月期		2026年8月期 1Q3カ月 実績
		直近予想 (10/9時点)	前期比	通期予想 (1/8時点)	前期比	
売上収益	34,005	37,500	+10.3%	<b>38,000</b>	+11.7%	10,277
事業利益 (売上比)	5,511 16.2%	6,100 16.3%	+10.7% +0.1 p	<b>6,500</b> 17.1%	+17.9% +0.9 p	2,056 20.0%
その他収益・費用	131	-	-	-	-	52
営業利益 (売上比)	5,642 16.6%	6,100 16.3%	+8.1% ▲0.3 p	<b>6,500</b> 17.1%	+15.2% +0.5 p	2,109 20.5%
金融収益・費用	863	500	▲42.1%	<b>400</b>	▲53.7%	157
税引前利益 (売上比)	6,505 19.1%	6,600 17.6%	+1.4% ▲1.5 p	<b>6,900</b> 18.2%	+6.1% ▲0.9 p	2,266 22.1%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	4,330 12.7%	4,350 11.6%	+0.5% ▲1.1 p	<b>4,500</b> 11.8%	+3.9% ▲0.9 p	1,474 14.3%

## 海外ユニクロ事業：通期は2桁の増収増益を見込む

- ・海外ユニクロ事業は、上期、下期、通期ともに、2桁の増収増益を見込む

### 【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、12月は気温が高く推移したことで、冬物を中心に販売に苦戦し、2Q3カ月間は若干の減収減益を見込む  
ただし、1月の足元は、気温の低下に伴い、冬物コア商品を中心に好調な販売と、売上は回復

上期全体では、増収増益を達成できる見込み

下期、通期は増収増益。通期の事業利益率は改善する予想

- ✓ 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、2桁の増収増益となる予想

### 【東南アジア・インド・豪州地区】

- ・上期、下期、通期ともに2桁の増収増益を見込む

## 海外ユニクロ事業：通期は2桁の増収増益を見込む

### 【北米】

- ・上期、下期、通期ともに2桁の増収増益を見込む
- ・ブランディングの強化、個店経営を推進してきたことで、ブランド認知度や競争力が高まっており、2桁の売上増と好調な業績が継続
- ・店舗や物流のオペレーションの質の向上、効率化も手応えを得ているため、通期の事業利益率は15%以上の水準を見込む

### 【欧州】

- ・上期、下期、通期ともに2桁の増収増益、通期の事業利益率も改善する予想
- ・旗艦店の出店や新規都市への出店がドライバーとなり、ユニクロへの共感、理解が加速度的に広がっており、好調な業績が継続

## 国内ユニクロ事業：通期は増収増益となる見込み

- ・2Q3カ月間は、売上収益は横ばい、事業利益は減益を見込む。  
12月は気温が高く推移し、冬物商品の需要がスローダウン、減収となったため
- ・冬物商品の値引き販売を強化し、2Q3カ月間の粗利益率は低下の見込み
- ・上期全体では、10月公表の業績予想を上回る増収増益を達成できる見込み
- ・下期は、若干の増収、事業利益は前年並みの予想
- ・通期は増収増益、既存店売上高は約4%増を見込む
  - ✓ 粗利益率は若干の低下も、50%程度の水準を維持する計画
  - ✓ 販管費比率は若干改善することを見込む

# 2026年8月期 各事業の通期業績予想（4）

## ジーユー事業：通期は増収増益を見込む

- ・1 Qに販売が計画を下振れたことで、2 Q 3 カ月間は値引き販売を強化し、粗利益率が低下、事業利益は減益を見込む
- ・上期全体では増収、若干の増益となる見込み
- ・下期、通期は増収増益を予想
- ・ジーユーのクリエイティブ・ディレクターとして、フランチェスコ・リッツ氏が就任
  - ✓ リッツ氏は、MARNIのクリエイティブ・ディレクターを長年務め、2022年には、ユニクロと2シーズンにわたりコラボレーションを実施
  - ✓ ジーユーの商品を刷新し、グローバルに通用するブランドポジションを追求
  - ✓ リッツ氏は、ユニクロとのコラボレーションも予定しております。

# 2026年8月期 各事業の通期業績予想（5）

## グローバルブランド事業：通期は若干の増収増益となる見込み

### 【セオリー事業】

- ・上期は米国を中心に秋冬商品の販売に苦戦したことや卸売りの業績不振により、減収、大幅な減益となる見込み
- ・ブランディングや商品開発を強化することで、下期から業績を回復させる計画。通期は減収減益を見込む

### 【プラステ事業】

- ・上期、下期、通期ともに増収増益を見込む
- ・新しく生まれ変わった商品は、お客様から好評と、手応えを感じているため、引き続き、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、商品開発を強化

### 【コントワー・デ・コトニエ/プリンセス タム・タム事業】

- ・上期、下期、通期ともに赤字幅が大幅に縮小する見込み
- ・事業構造改革を推進し、着実に利益が出せる体制を構築

# 2026年8月期 配当金

2026年8月期 年間配当金540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	240円	260円	500円
2026年8月期（10/9 予想）	260円	260円	520円
2026年8月期（1/8 修正予想）※	270円	270円	540円
前期比	+30円	+10円	+40円

※ 業績や資金需要に大きな変動が生じた場合、配当金を変更することがあります。

# ＜参考資料＞ 出退店 実績と予想（1）

単位：店舗	2025年8月期	2026年8月期（2025/9～2025/11）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
<b>ユニクロ事業</b>	<b>2,519</b>	<b>51</b>	<b>27</b>	<b>+24</b>	<b>2,543</b>	<b>140</b>	<b>100</b>	<b>+40</b>	<b>2,559</b>
<b>国内ユニクロ事業 ※</b>	<b>794</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>794</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>794</b>
直営店	784	7	7	0	784	-	-	-	-
FC	10	0	0	0	10	-	-	-	-
<b>海外ユニクロ事業</b>	<b>1,725</b>	<b>44</b>	<b>20</b>	<b>+24</b>	<b>1,749</b>	<b>120</b>	<b>80</b>	<b>+40</b>	<b>1,765</b>
グレーターチャイナ	1,008	10	16	▲6	1,002	45	-	-	-
中国大陸	902	8	16	▲8	894	-	-	-	-
香港	35	0	0	0	35	-	-	-	-
台湾	71	2	0	+2	73	-	-	-	-
韓国	132	6	2	+4	136	10	-	-	-
東南アジア・インド・豪州	397	11	1	+10	407	25	-	-	-
シンガポール	29	0	0	0	29	-	-	-	-
マレーシア	59	1	0	+1	60	-	-	-	-
タイ	70	2	0	+2	72	-	-	-	-
フィリピン	77	5	0	+5	82	-	-	-	-
インドネシア	77	1	1	0	77	-	-	-	-
オーストラリア	40	0	0	0	40	-	-	-	-
ベトナム	29	1	0	+1	30	-	-	-	-
インド	16	1	0	+1	17	-	-	-	-

（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＞ 出退店 実績と予想（2）

単位：店舗	2025年8月期	2026年8月期（2025/9～2025/11）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
<b>海外ユニクロ事業</b>									
北米	106	8	1	+7	<b>113</b>	25	-	-	-
米国	75	3	1	+2	<b>77</b>	-	-	-	-
カナダ	31	5	0	+5	<b>36</b>	-	-	-	-
欧州	82	9	0	+9	<b>91</b>	15	-	-	-
英国	21	2	0	+2	<b>23</b>	-	-	-	-
フランス	27	2	0	+2	<b>29</b>	-	-	-	-
ドイツ	9	3	0	+3	<b>12</b>	-	-	-	-
ベルギー	2	1	0	+1	<b>3</b>	-	-	-	-
スペイン	7	0	0	0	<b>7</b>	-	-	-	-
スウェーデン	3	0	0	0	<b>3</b>	-	-	-	-
オランダ	5	0	0	0	<b>5</b>	-	-	-	-
デンマーク	2	0	0	0	<b>2</b>	-	-	-	-
イタリア	4	0	0	0	<b>4</b>	-	-	-	-
ルクセンブルク	1	0	0	0	<b>1</b>	-	-	-	-
ポーランド	1	1	0	+1	<b>2</b>	-	-	-	-
<b>ジーユー事業</b>	<b>486</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>+6</b>	<b>492</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>+4</b>	<b>490</b>
<b>グローバルブランド事業</b>	<b>565</b>	<b>11</b>	<b>17</b>	<b>▲6</b>	<b>559</b>	<b>20</b>	<b>42</b>	<b>▲22</b>	<b>543</b>
セオリー事業 ※	426	7	3	+4	<b>430</b>	-	-	-	-
プラステ事業	41	3	0	+3	<b>44</b>	-	-	-	-
CDC/PTT事業 ※	98	1	14	▲13	<b>85</b>	-	-	-	-
<b>総合計</b>	<b>3,570</b>	<b>71</b>	<b>47</b>	<b>+24</b>	<b>3,594</b>	<b>178</b>	<b>156</b>	<b>+22</b>	<b>3,592</b>

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
2025年8月期 第1四半期（3カ月平均）実績	147.1	162.3	193.6	20.8	11.0
2026年8月期 第1四半期（3カ月平均）実績	149.9	174.7	200.2	21.1	10.7
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	148.5	172.7	198.6	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
2025年8月期 第1四半期末為替レート 実績	150.8	159.2	191.6	20.8	10.8
2026年8月期 第1四半期末為替レート 実績	156.2	181.1	206.7	22.1	10.6
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	
2025年8月期 第1四半期実績（3カ月累計）	48	149	19	5	86	309	533
2026年8月期 第1四半期実績（3カ月累計）	36	181	12	6	64	301	564
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	2,324