

2026年8月期 第3四半期業績 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

目次

I. 第3四半期 決算概要	P. 3	～	P. 24
II. 2026年8月期 通期業績予想	P. 25	～	P. 28
III. 参考資料	P. 29	～	P. 32

【業績開示について】

- ・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。
- ・利益は、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3四半期 実績

大幅な増収増益、業績予想を上回る

・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、売上収益、事業利益ともに、業績予想を上回る

単位：億円	1 Q～3 Q (2025/9～2026/5)			3 Q (2026/3～2026/5)		
	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	30,651	26,167	+17.1%	10,099	8,265	+22.2%
売上総利益 (売上比)	16,836 54.9%	14,085 53.8%	+19.5% +1.1p	5,720 56.6%	4,537 54.9%	+26.1% +1.7p
販管費 (売上比)	10,908 35.6%	9,649 36.9%	+13.0% ▲1.3p	3,662 36.3%	3,118 37.7%	+17.5% ▲1.4p
事業利益 (売上比)	5,927 19.3%	4,435 17.0%	+33.6% +2.3p	2,057 20.4%	1,418 17.2%	+45.0% +3.2p
その他収益・費用	216	74	+192.7%	79	48	+64.0%
営業利益 (売上比)	6,143 20.0%	4,509 17.2%	+36.2% +2.8p	2,137 21.2%	1,467 17.8%	+45.7% +3.4p
金融収益・費用	438	695	▲37.0%	157	100	+56.4%
税引前四半期利益 (売上比)	6,582 21.5%	5,205 19.9%	+26.5% +1.6p	2,294 22.7%	1,567 19.0%	+46.3% +3.7p
親会社の所有者に 帰属する四半期利益 (売上比)	4,260 13.9%	3,390 13.0%	+25.6% +0.9p	1,467 14.5%	1,055 12.8%	+39.1% +1.7p

【連結】3Q3カ月 決算ハイライト

- ・ 3Q3カ月間の連結業績は、**売上収益、事業利益ともに大幅な増収増益**
- ・ **ユニクロ事業は、すべての地域で増収増益を達成し、大変好調**
- ・ 素材やシルエットをアップデートした通年商品や、あらゆるシーンで着用できる夏物商品を継続的に提供したことで、**お客様のライフスタイルや気温の変化に対応した商売を実践**
- ・ 欧米を中心に**ブランドを代表する店舗を続々とオープン**したことで、グローバルでブランド力がさらに高まり、**大変好調な業績**
- ・ **ジーユー事業は、増収、大幅な増益**。マストトレンドを捉えた商品の開発や、オペレーション精度の向上など、事業構造改革が着実に進捗

【連結】第3四半期（9カ月累計） 事業利益

売上収益 2兆6,167億円→3兆651億円

	9月～5月	3月～5月
連結	+4,484億円	+1,834億円
国内UQ	+662億円	+260億円
海外UQ	+3,768億円	+1,496億円
GU	+93億円	+67億円
GB	▲42億円	+8億円

為替影響

	9月～5月	3月～5月
連結	+3.7%	+6.6%
USD	+3.5%	+7.8%
人民元	+6.7%	+14.2%
ユ-ロ	+12.1%	+15.7%
ウォン	+0.8%	+5.4%

3兆651億円
+17.1%

売上総利益率 53.8%→54.9%

	9月～5月	3月～5月
連結	+1.1p	+1.7p
国内UQ	▲0.2p	±0.0p
海外UQ	+1.6p	+2.4p
GU	+1.2p	+1.1p
GB	+0.9p	+0.9p

1兆6,836億円
+19.5%

売上高販管費率 36.9%→35.6%

	9月～5月	3月～5月
連結	▲1.3p	▲1.4p
国内UQ	▲1.3p	▲1.5p
海外UQ	▲1.0p	▲1.1p
GU	▲1.1p	▲2.5p
GB	+1.8p	▲1.5p

1兆908億円
+13.0%

販管費

事業利益率 17.0%→19.3%

	9月～5月	3月～5月
連結	+2.3p	+3.2p
国内UQ	+1.2p	+1.6p
海外UQ	+2.5p	+3.6p
GU	+2.3p	+3.6p
GB	▲0.9p	+2.5p

5,927億円
+33.6%

216億円
その他収益・費用

6,143億円
+36.2%

2026年8月期
3Q9カ月
売上収益

2026年8月期
3Q9カ月
売上総利益

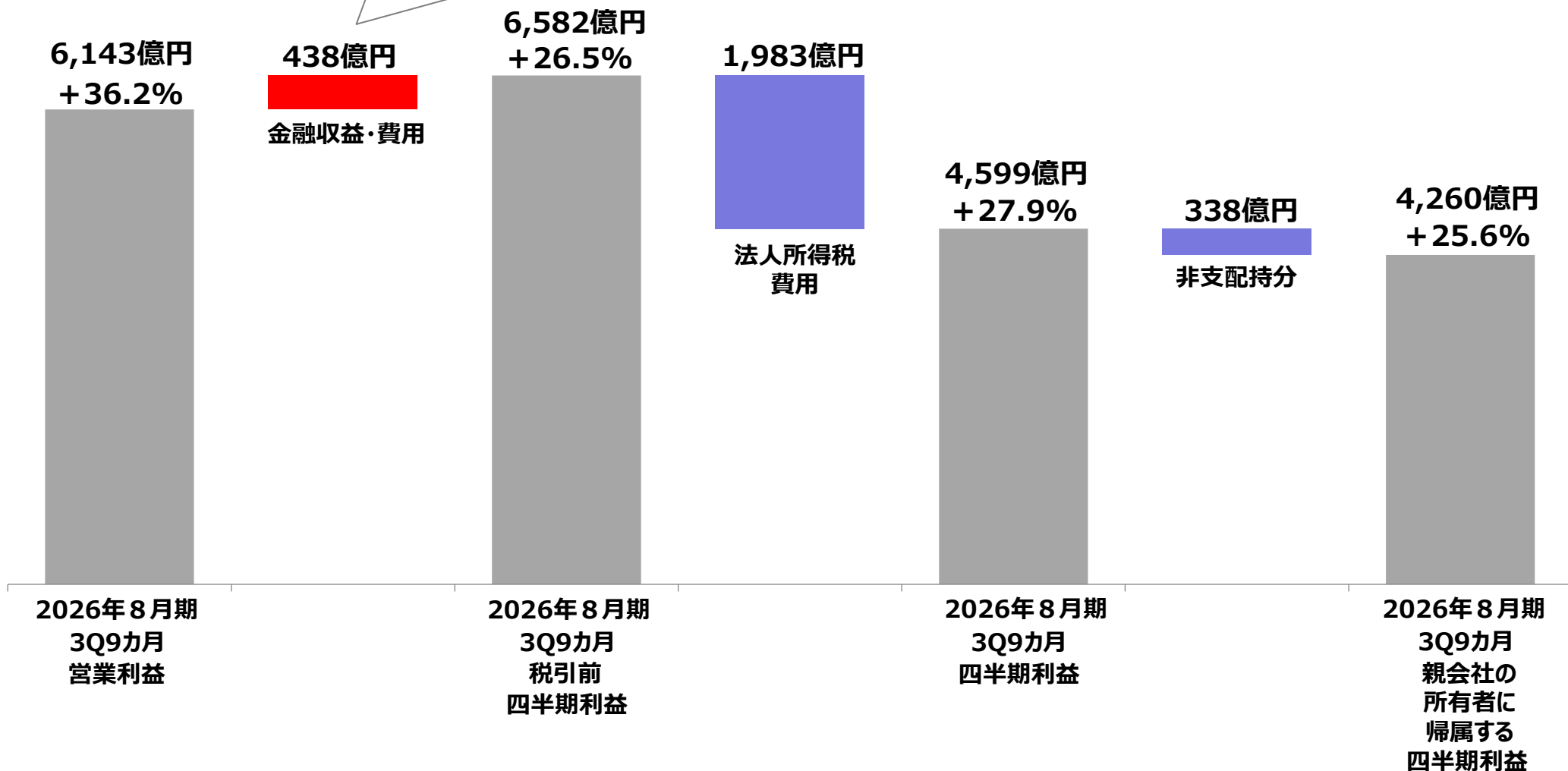
2026年8月期
3Q9カ月
事業利益

2026年8月期
3Q9カ月
営業利益

【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

受取・支払利息 : 378億円
為替差益 : 59億円
※期首為替レート : 1 USD = 146.9円
5月末為替レート : 1 USD = 159.3円



【セグメント別】第3四半期 実績

単位：億円		1Q～3Q(2025/9～2026/5)			3Q (2026/3～2026/5)		
		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	8,676	8,014	+8.3%	2,859	2,598	+10.0%
	事業利益 (売上比)	1,729 19.9%	1,502 18.7%	+15.1% +1.2p	622 21.8%	526 20.2%	+18.3% +1.6p
	その他収益・費用	3	3	+3.4%	▲3	3	-
	営業利益 (売上比)	1,733 20.0%	1,506 18.8%	+15.1% +1.2p	619 21.6%	529 20.4%	+16.9% +1.2p
海外ユニクロ事業	売上収益	18,340	14,571	+25.9%	5,926	4,429	+33.8%
	事業利益 (売上比)	3,453 18.8%	2,375 16.3%	+45.4% +2.5p	1,123 18.9%	679 15.3%	+65.2% +3.6p
	その他収益・費用	65	31	+112.2%	54	41	+33.4%
	営業利益 (売上比)	3,519 19.2%	2,406 16.5%	+46.2% +2.7p	1,178 19.9%	721 16.3%	+63.4% +3.6p
ジーユー事業	売上収益	2,656	2,562	+3.7%	971	904	+7.5%
	事業利益 (売上比)	321 12.1%	251 9.8%	+28.0% +2.3p	163 16.8%	119 13.2%	+36.7% +3.6p
	その他収益・費用	10	12	▲13.1%	3	4	▲15.3%
	営業利益 (売上比)	332 12.5%	263 10.3%	+26.1% +2.2p	167 17.2%	124 13.7%	+34.8% +3.5p
グローバルブランド事業	売上収益	963	1,005	▲4.2%	336	327	+2.5%
	事業利益 (売上比)	19 2.0%	29 2.9%	▲33.4% ▲0.9p	26 8.0%	18 5.5%	+48.3% +2.5p
	その他収益・費用	10	▲0	-	5	0	+405.2%
	営業利益 (売上比)	30 3.1%	28 2.8%	+5.2% +0.3p	31 9.5%	19 5.8%	+66.7% +3.7p

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

【国内ユニクロ事業】第3四半期（3カ月）実績

大幅な増収増益、業績予想を上回る

- ・3Q3カ月間は、トレンドのシルエットを反映したボトムスや、UVカットパーカ、イージーパンツなど、気温の変化に対応した機能性商品の販売が好調
- ・ゴールデンウィークや感謝祭商戦も盛況
- ・好調な販売や継続的な生産性の改善が寄与したことで、販管費比率が改善し、大幅な増益

単位：億円	1Q～3Q(2025/9～2026/5)			3Q（2026/3～2026/5）		
	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	8,676	8,014	+8.3%	2,859	2,598	+10.0%
売上総利益 (売上比)	4,399 50.7%	4,076 50.9%	+7.9% ▲0.2p	1,497 52.4%	1,360 52.4%	+10.0% ±0.0p
販管費 (売上比)	2,670 30.8%	2,574 32.1%	+3.7% ▲1.3p	874 30.6%	834 32.1%	+4.8% ▲1.5p
事業利益 (売上比)	1,729 19.9%	1,502 18.7%	+15.1% +1.2p	622 21.8%	526 20.2%	+18.3% +1.6p
その他収益・費用	3	3	+3.4%	▲3	3	-
営業利益 (売上比)	1,733 20.0%	1,506 18.8%	+15.1% +1.2p	619 21.6%	529 20.4%	+16.9% +1.2p

【国内ユニクロ事業】売上収益（3Q3カ月）

既存店売上高：+9.9%

- ・3月と4月は、寒暖差があるなかで、カーディガンや長袖Tシャツなど、通年商品の販売が好調、バギーバレルレグジーンズやバレルパンツなど、トレンドを反映したボトムスが売上をけん引
- ・5月は、気温の上昇と打ち出しがマッチし、ウルトラストレッチアクティブパンツなど、家でも外でも着用できるイージーパンツや、Tシャツ、UVカット群などの夏物コア商品の販売が好調
- ・インバウンド売上高：大幅な増収。売上構成比約11%
- ・E C売上高：430億円、+9.5%。売上構成比15.1%
- ・6月の既存店売上高は▲14.1%の大幅な減収。気温が低く推移したことや台風など天候不順が重なり、特に月の後半に夏物商品の需要が盛り上がりず、減収

既存店 前年同期比	2026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	+6.5%	+9.2%	+10.2%	+10.1%	+9.9%	+7.6%	▲14.1%
客数	+1.0%	+4.5%	+6.9%	+8.4%	+6.9%	+2.9%	▲15.0%
客単価	+5.4%	+4.5%	+3.1%	+1.6%	+2.9%	+4.5%	+1.1%

【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%、±0.0 p

- ・原価率が若干低下した一方、ゴールデンウィークや感謝祭商戦で、戦略的に販促を増やし、値引率が若干上昇
- ・原価率は、3Q3カ月間の調達に対応する為替予約が比較的円高の水準で、若干低下。下期全体では上昇する見込み

販管費比率：30.6%、▲1.5 p 改善

- ・増収となったことで、特に人件費比率や賃借料比率が改善
- ・人件費比率の改善は、店舗業務の効率化を継続し、人時生産性がさらに向上したことによる

【海外ユニクロ事業】第3四半期（3カ月）実績

大幅な増収増益、業績予想を上回る

- ・すべての地域で、事業利益率が改善した結果、海外ユニクロ事業全体の事業利益率は18.9%、+3.6 p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、大幅な増収増益。
グレートチャイナは業績予想通り、増収、2桁の増益
- ・3Q3カ月間は、LifeWearを体現する店舗の出店やコア商品のアップデートなど、継続的なニュース発信が好調な業績につながる

単位：億円	1Q～3Q(2025/9～2026/5)			3Q（2026/3～2026/5）		
	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	18,340	14,571	+25.9%	5,926	4,429	+33.8%
売上総利益 (売上比)	10,486 57.2%	8,106 55.6%	+29.4% +1.6p	3,497 59.0%	2,506 56.6%	+39.5% +2.4p
販管費 (売上比)	7,032 38.3%	5,731 39.3%	+22.7% ▲1.0p	2,374 40.1%	1,826 41.2%	+30.0% ▲1.1p
事業利益 (売上比)	3,453 18.8%	2,375 16.3%	+45.4% +2.5p	1,123 18.9%	679 15.3%	+65.2% +3.6p
その他収益・費用	65	31	+112.2%	54	41	+33.4%
営業利益 (売上比)	3,519 19.2%	2,406 16.5%	+46.2% +2.7p	1,178 19.9%	721 16.3%	+63.4% +3.6p

為替影響を除いた現地通貨ベース：
+約20%

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
の影響。連結全体の業績は影響なし

為替影響を除いた現地通貨ベース：
+約48%

為替影響を除いた現地通貨ベース：
+約47%

グレーターチャイナ：増収、２桁の増益

【中国大陸市場】増収、２桁増益

- ・既存店売上高は増収。マーケティングの強化、気温が上昇した５月に夏物需要が盛り上がったことで、イージーパンツ、ＵＶカット群、ＵＴなどの販売が好調
- ・ＥＣ売上高は２桁増収
- ・事業利益率は改善
 - ✓ 粗利益率：機動的な発注コントロールにより値引率が低下したことで改善
 - ✓ 販管費比率：不採算店舗の閉店による固定費の圧縮、店舗オペレーションの効率化により人件費比率を中心に改善

【香港・台湾市場】増収増益

- ・ミニＴやバギーバレルレグジーンズなど、お客様の需要を捉えた商品の販売が好調
- ・値引き販売を抑制した結果、粗利益率が改善、増益に寄与

韓国：２桁の増収増益

- ・既存店売上高も２桁増収
- ・ウィメンズの好調な販売が継続していることに加え、メンズ、キッズの商品もSNSなどで話題となったことで、計画を上回る販売
- ・ジャージ・バレルレグパンツや、バギーバレルレグジーンズ、スウェット、ポケットブルパーカが好調な販売
- ・粗利益率、販管費比率はともに改善し、事業利益率が改善

東南アジア・インド・豪州地区：２桁の増収増益

- ・UVカットパーカ、Tシャツといった夏物商品、ジーンズ、スウェットなどの通年商品の販売も増収に寄与
- ・５月の既存店売上高は２桁の増収、感謝祭商戦の販売が好調
- ・粗利益率、販管費比率がともに改善、事業利益率も改善
- ・地域別では、ほぼすべての国で２桁の増収増益、既存店売上高も増収
- ・フィリピンやタイは、２桁の増収増益も、業績予想に対しては若干下回る。
エネルギー問題により、在宅推奨やモールの営業時間短縮などの行動規制があったことで、消費行動に影響したため。
ただし、東南アジア・インド・豪州地区全体で見ると、影響は限定的

北米：２桁の増収増益

- ・米国、カナダともに２桁の増収増益と、好調な業績

【米国】

- ・出店と商品による継続的なニュース発信が奏功し、既存店売上高も２桁の増収
- ・ニューヨークやシカゴ、ボストンに６店舗を新規出店し、すべての店舗で好調な販売
- ・商品面では、バレルパンツやイージーパンツなど、あらゆるシーンで着用できるボトムスを中心に、新しい価値やニュース性を発信したことで、ボトムスだけでなく、これらに合わせるトップスも販売が好調
- ・事業利益率は、値引率が低下し、粗利益率が改善したことで、改善
- ・販管費比率は、新規出店やロサンゼルス・ドジャースとのパートナーシップ費用により、広告宣伝費比率を中心に、上昇

【カナダ】

- ・カジュアルアウターやジーンズなどの通年商品に加え、イージーパンツやショートパンツなど、夏物のボトムスの販売が好調で、既存店売上高は２桁の増収
- ・粗利益率と販管費比率がともに改善し、事業利益率は改善

欧州：２桁の増収増益

- ・既存店売上高も２桁の増収
- ・トレンドのデザインやシルエットにアップデートした、スウェットやジーンズ、シャツ、カジュアルアウターなど、通年商品が、好調な販売。５月下旬から気温の高まりに伴い、リネンシャツや半袖ニットなどの夏物商品も増収に寄与
- ・３Ｑ３カ月間では４店舗をオープンし、いずれも計画を上回る業績
- ・粗利益率、販管費比率が改善し、事業利益率は改善
 - ✓ 粗利益率　：在庫コントロールを強化したことで、値引き販売が抑制され、改善
 - ✓ 販管費比率：物流費比率を中心に改善。昨年は自動化倉庫の立ち上げに伴い、一時的に、複数倉庫で運用したことで物流費比率が上昇した一方、今年の３Ｑより複数倉庫の運営体制を解消し、物流のオペレーション効率が改善したため

新しいシルエット × 気候に対応した商品が需要を捉える

- ・スウェットやジーンズなどの通年商品が売上を底上げ
- ・新しいシルエットを取り入れた夏物商品の販売も好調。
キュロットやジョーツなど、トレンドを捉えたボトムス、
それらに合わせる短丈のトップスの販売も伸長
- ・気候に対応した機能性商品の需要も高まる。
リネンブレンドイージーパンツやウルトラストレッチ
アクティブワイドパンツ、UVカットパーカなど、
暑い季節でも快適に着用でき、幅広いシーンで
活用できる商品がお客様のニーズを捉えた



象徴的な店舗がグローバルで続々オープン！

旗艦店
米国・シカゴ
ミシガンアベニュー店
(3/27 オープン)



米国・NY
ウィリアムズバーグ店
(3/20 オープン)



米国・NY
ユニオンスクウェア店
(4/3 オープン)



米国・NY
ブライアントパーク
5thアベニュー店
(3/6 オープン)



象徴的な店舗がグローバルで続々オープン！

グローバル旗艦店
韓国・ソウル
明洞店
(5/22 オープン)



フランス・バスティーユ初出店
ワグラム店
(4/16 オープン)



英国・ロンドン
コベントガーデン店
(3/26 増床・リニューアル)



オランダ・ユトレヒト初出店
アウトデグラハト店
(4/30 オープン)



英国・ブリストル初出店
キャボットサーカス店
(4/16 オープン)



LifeWearの価値が、世界各地で高く評価される

- ・世界に大きな影響を与えている企業を選出する、TIME誌「TIME 100 Most Influential Companies（世界で最も影響力のある企業100社）」に初選出
- ・TIME誌は、ユニクロの強みは「シンプルさ」にあると指摘し、高機能でデザイン性に優れた日常着を、世界中の人々に手に取りやすい価格で提供している点が、ブランドの際立った特長だとコメント
- ・世界有数のマーケティング・データ&アナリティクス企業であるカンター社が選ぶ「Kantar BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands 2026（世界で最も価値のあるグローバルブランドTOP100）」に2年連続で選出され、アパレル企業の中では世界3位。
ブランドランキング責任者は、ユニクロの評価ポイントとして、独自の価値観により立ち位置を確立し、他社との差別化を図り、データ活用などによる継続的なイノベーションを起こし、さらに積極的なマーケティング活動でブランド価値を高め続けている点をあげた

【ジーユー事業】第3四半期（3カ月）実績

増収、大幅な増益、業績予想通り

- ・戦略的に売り込む商品の情報発信を強化した結果、バレルアングルパンツや、シアートシャツ、バレエスニーカーなど、トレンドやお客様のニーズを捉えた商品の販売が好調で、既存店売上高も増収
- ・粗利益率、販管費比率が改善し、事業利益率は改善
 - ✓ 粗利益率：素材や調達など原価低減の取り組みを進めたことにより、改善
 - ✓ 販管費比率：品番数の削減や在庫の適正化を進めたことで、店舗オペレーションが効率化し、人件費比率を中心に改善

単位：億円	1Q～3Q(2025/9～2026/5)			3Q（2026/3～2026/5）		
	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	2,656	2,562	+3.7%	971	904	+7.5%
売上総利益 (売上比)	1,332 50.2%	1,256 49.0%	+6.1% +1.2p	499 51.4%	455 50.3%	+9.8% +1.1p
販管費 (売上比)	1,011 38.1%	1,005 39.2%	+0.6% ▲1.1p	336 34.6%	335 37.1%	+0.2% ▲2.5p
事業利益 (売上比)	321 12.1%	251 9.8%	+28.0% +2.3p	163 16.8%	119 13.2%	+36.7% +3.6p
その他収益・費用	10	12	▲13.1%	3	4	▲15.3%
営業利益 (売上比)	332 12.5%	263 10.3%	+26.1% +2.2p	167 17.2%	124 13.7%	+34.8% +3.5p

現地通貨ベースで減収増益、業績予想をやや下回る

・現地通貨ベースで、売上は約4%減。構造改革を進めているセオリー事業の影響が大きかったことによる

【セオリー事業】減収、増益。グローバルで卸売り販売が減少、シーズン初めに気温が低く推移し、夏物商品の販売が伸び悩む。利益面では、米国事業を中心に値引率が低下したことで増益

【プラスデ事業】増収増益。プレシャスドライ群を中心にメンズの販売が好調、E Cはマーケティングを強化したことで売上が伸長。経費コントロールを強化したことで増益

【CDC/PTT事業】減収、赤字幅は縮小。構造改革の一環で、不採算店舗を中心に、店舗網の集約を進めた結果、5月末時点の店舗数が、前年同期の144店舗から77店舗へ、ほぼ半減したことによる

単位：億円	1Q～3Q(2025/9～2026/5)			3Q (2026/3～2026/5)		
	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	963	1,005	▲4.2%	336	327	+2.5%
事業利益 (売上比)	19 2.0%	29 2.9%	▲33.4% ▲0.9p	26 8.0%	18 5.5%	+48.3% +2.5p
その他収益・費用	10	▲0	-	5	0	+405.2%
営業利益 (売上比)	30 3.1%	28 2.8%	+5.2% +0.3p	31 9.5%	19 5.8%	+66.7% +3.7p

為替影響を除いた
現地通貨ベース：
▲約4%

為替影響を除いた
現地通貨ベース：
+約48%

為替影響を除いた
現地通貨ベース：
+約64%

【連結】2026年5月末 B/S

単位：億円	2025年5月末	2025年8月末	2026年5月末	前年同期末比
資産合計	36,981	38,593	44,323	+ 7,341
流動資産	23,227	25,278	29,307	+ 6,080
非流動資産	13,754	13,315	15,016	+ 1,261
負債合計	15,304	15,318	16,229	+ 925
資本合計	21,677	23,275	28,094	+ 6,416

【連結】B/Sのポイント（前年同期末比）

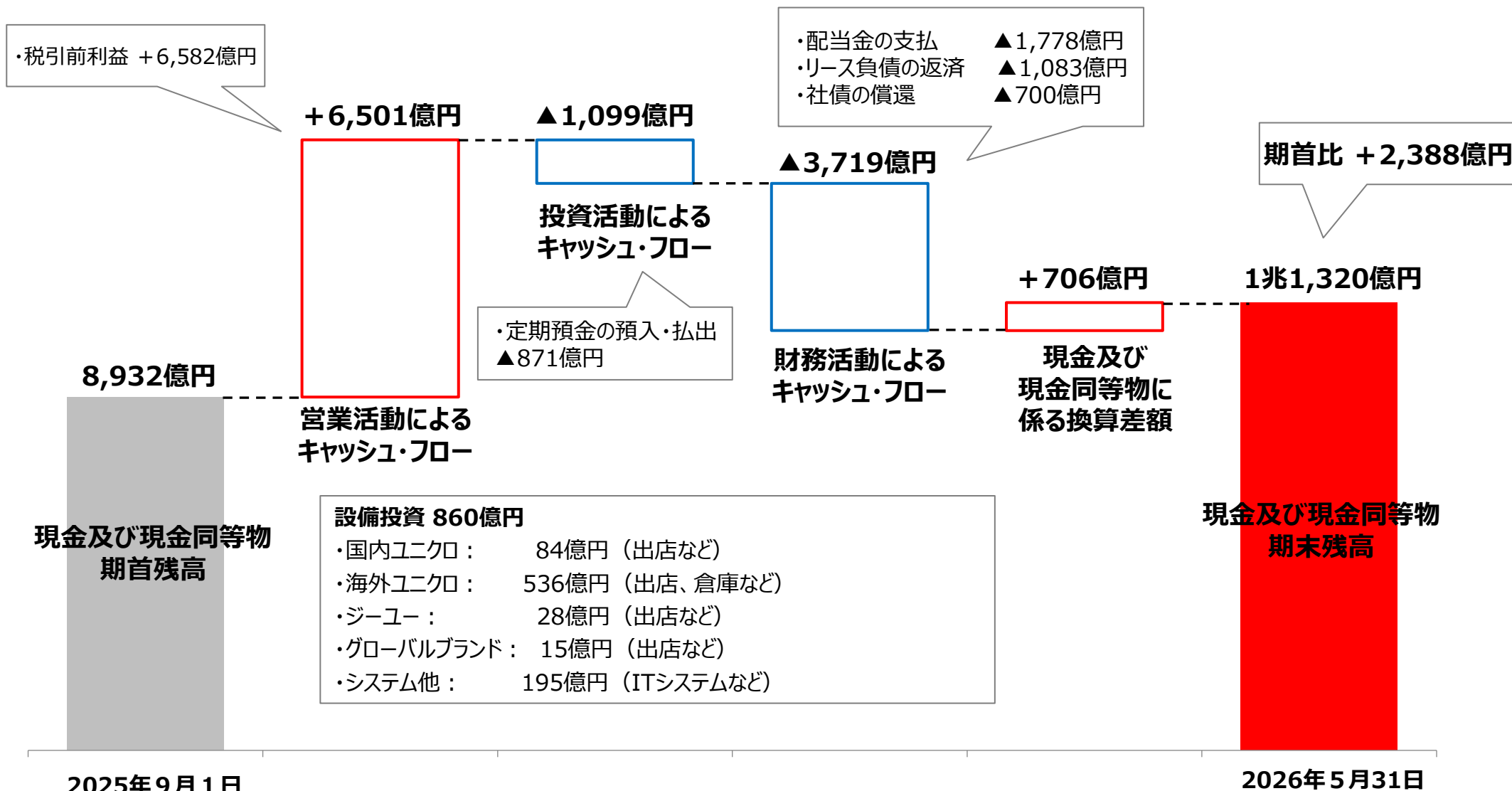
資産合計：+7,341億円（3兆6,981億円→4兆4,323億円）

- ・現金及び現金同等物・その他金融資産：+4,539億円（2兆10億円⇒2兆4,549億円）
ユニクロ事業を中心に、営業キャッシュ・フローの増加による
- ・有形固定資産・使用権資産：+1,193億円（7,740億円→8,934億円）
新規出店や自動化倉庫など、事業拡大に向けた成長投資を積極的に行っていることによる
- ・棚卸資産：+487億円（4,489億円→4,976億円）
✓ 海外UQ：+389億円、国内UQ：+129億円。売上成長に伴い、棚卸資産は増加も、適正な水準
✓ GU：▲36億円、グローバルブランド：+4億円
- ・デリバティブ金融資産（短期・長期）：+1,081億円（1,129億円→2,210億円）
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拡大したため。
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

負債合計：+925億円（1兆5,304億円→1兆6,229億円）

- ・買掛金及びその他の短期債務：+907億円（3,585億円→4,493億円） 事業成長に伴い、仕入が増加したため
- ・リース負債（短期・長期）：+731億円（4,923億円→5,655億円） 出店や自動化倉庫へ積極的に投資しているため

【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1,000億円増加、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700億円、事業利益で200億円の増額修正

・6月までの業績を反映したことに加え、4Q3カ月間の業績予想の前提となっている為替レートを足元の実態に合わせて修正

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 3Q9カ月 実績
		直近予想 (4/9時点)	前期比	通期予想 (7/9時点)	前期比	
売上収益	34,005	39,000	+14.7%	39,700	+16.7%	30,651
事業利益 (売上比)	5,511 16.2%	6,900 17.7%	+25.2% +1.5 p	7,100 17.9%	+28.8% +1.7 p	5,927 19.3%
その他収益・費用	131	100	▲23.7%	200	+52.6%	216
営業利益 (売上比)	5,642 16.6%	7,000 17.9%	+24.1% +1.3 p	7,300 18.4%	+29.4% +1.8 p	6,143 20.0%
金融収益・費用	863	400	▲53.7%	500	▲42.1%	438
税引前利益 (売上比)	6,505 19.1%	7,400 19.0%	+13.7% ▲0.1 p	7,800 19.6%	+19.9% +0.5 p	6,582 21.5%
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	4,330 12.7%	4,800 12.3%	+10.9% ▲0.4 p	5,000 12.6%	+15.5% ▲0.1 p	4,260 13.9%

海外ユニクロ事業：下期、通期ともに、2桁の増収増益を見込む

- ・韓国、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、3Q3カ月間の業績の上振れを反映し、業績予想を引き上げ
- ・グレーターチャイナは、業績予想通りの進捗。直近予想から変更せず

【グレーターチャイナ】

- ・下期は増収増益、通期は増収、2桁の増益を見込む
 - ✓ 中国大陸：4Q3カ月間も増収基調が継続し、下期も増収増益の見込み
通期は、増収、2桁の増益を達成できる見込み
粗利益率、販管費比率は、ともに改善し、通期の事業利益率は改善する予想
 - ✓ 香港、台湾：下期、通期ともに、増収増益を見込む

【韓国、東南アジア・インド・豪州地区】

- ・4Q3カ月間も増収と、好調な販売トレンドが継続し、下期、通期ともに、2桁の増収増益となる予想
通期の事業利益率も改善する見込み

【北米、欧州】

- ・下期、通期ともに、2桁の増収増益を見込む。6月以降も、高い売上成長が継続し、好調
- ・通期の事業利益率は、北米、欧州ともに、改善する見込み

2026年8月期 各事業の通期業績予想（2）

国内ユニクロ事業：下期は増収、事業利益は前年並み、通期は増収増益の予想

- ・4Q3カ月間は、若干の減収、事業利益は2桁の減益となる予想
 - ✓4Q3カ月間は、昨年、一昨年と2年連続で、業績が大きく拡大し、ハードルが高いことに加え、円安の影響により原価率が上昇することを踏まえ、期初から、減収減益を見込んでいた
 - ✓6月に天候不順の影響を受け、売上が計画を下回ったことから、人件費比率、物流費比率が上昇し、4Q3カ月間の販管費比率が上昇する見込み
 - ✓4Q3カ月間の営業利益は、昨年は店舗の減損損失の戻し入れ益を約30億円計上した一方で、今年は見込んでいないことから、事業利益以上の減益となる見込み
- ・3Q3カ月間は、業績予想を上回る結果となったため、6月の業績を踏まえても、下期全体では業績予想通りで着地する見込み
- ・下期は、増収、事業利益はほぼ前年並み、通期は増収増益となる予想
- ・通期の事業利益率は、前年と同水準となる見込み

ジーユー事業：下期、通期ともに増収、2桁の増益を見込む

- ・業績予想通りの進捗となっているため、直近予想から変更せず
- ・下期、通期ともに増収、2桁の増益。粗利益率、販管費比率が改善することで、事業利益率が改善することを見込む
- ・6月は、気温が低く推移した影響を受け、販売がややスローダウンしたものの、すでに一部投入し始めている新たな秋物商品が、好調な販売となっているため、7月、8月は、夏物商品、秋物商品をコーディネートで組み合わせ、売上を伸ばしていく計画
- ・8月下旬から、新たな秋冬商品の本格展開を予定。販売員教育、マーケティングを強化することで、新しいジーユーの浸透を図る

グローバルブランド事業：下期、通期ともに減収増益となる予想

- ・3Q3カ月間の業績を反映し、業績予想を若干引き下げ

【セオリー事業】下期は減収、事業利益は増益を見込む、上期が減益となったことから、通期は減収減益となる見込み

【プラステ事業】下期、通期ともに増収増益を見込む

【コントワー・デ・コトニエ/プリンセス タム・タム事業】下期、通期ともに、減収、赤字幅は縮小する予想

＜参考資料＞ 出退店（１）

単位：店舗	2025年8月期	2026年8月期（2025/9～2026/5）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	2,519	100	90	+10	2,529	118	130	▲12	2,507
国内ユニクロ事業 ※	794	19	28	▲9	785	22	34	▲12	782
直営店	784	19	28	▲9	775	-	-	-	-
FC	10	0	0	0	10	-	-	-	-
海外ユニクロ事業	1,725	81	62	+19	1,744	96	96	0	1,725
グレートチャイナ	1,008	19	44	▲25	983	24	-	-	-
中国大陆	902	15	42	▲27	875	-	-	-	-
香港	35	0	0	0	35	-	-	-	-
台湾	71	4	2	+2	73	-	-	-	-
韓国	132	13	11	+2	134	13	-	-	-
東南アジア・インド・豪州	397	20	5	+15	412	25	-	-	-
シンガポール	29	0	0	0	29	-	-	-	-
マレーシア	59	2	1	+1	60	-	-	-	-
タイ	70	4	1	+3	73	-	-	-	-
フィリピン	77	6	1	+5	82	-	-	-	-
インドネシア	77	3	2	+1	78	-	-	-	-
オーストラリア	40	0	0	0	40	-	-	-	-
ベトナム	29	2	0	+2	31	-	-	-	-
インド	16	3	0	+3	19	-	-	-	-

（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＞ 出退店（２）

単位：店舗	2025年8月期	2026年8月期（2025/9～2026/5）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	106	16	2	+14	120	21	-	-	-
米国	75	10	2	+8	83	-	-	-	-
カナダ	31	6	0	+6	37	-	-	-	-
欧州	82	13	0	+13	95	13	-	-	-
英国	21	3	0	+3	24	-	-	-	-
フランス	27	3	0	+3	30	-	-	-	-
ドイツ	9	4	0	+4	13	-	-	-	-
ベルギー	2	1	0	+1	3	-	-	-	-
スペイン	7	0	0	0	7	-	-	-	-
スウェーデン	3	0	0	0	3	-	-	-	-
オランダ	5	1	0	+1	6	-	-	-	-
デンマーク	2	0	0	0	2	-	-	-	-
イタリア	4	0	0	0	4	-	-	-	-
ルクセンブルク	1	0	0	0	1	-	-	-	-
ポーランド	1	1	0	+1	2	-	-	-	-
ジーユー事業	486	16	18	▲2	484	16	23	▲7	479
グローバルブランド事業	565	19	48	▲29	536	22	55	▲33	532
セオリー事業 ※	426	13	20	▲7	419	-	-	-	-
プラステ事業	41	5	6	▲1	40	-	-	-	-
CDC/PTT事業 ※	98	1	22	▲21	77	-	-	-	-
総 合 計	3,570	135	156	▲21	3,549	156	208	▲52	3,518

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
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
2026年8月期 第3四半期（9カ月平均）実績	154.8	180.8	207.5	22.1	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	155.9	182.0	209.2	22.5	10.7
2026年8月期 第4四半期（3カ月）予想	159.3	185.7	214.4	23.5	10.6

＜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3四半期末為替レート 実績	143.9	163.6	194.2	20.0	10.5
2026年8月期 第3四半期末為替レート 実績	159.3	185.7	214.4	23.5	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	159.3	185.7	214.4	23.5	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3四半期実績（9カ月累計）	111	1,117	63	13	225	1,530	1,611
2026年8月期 第3四半期実績（9カ月累計）	84	536	28	15	195	860	1,742
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）	92	724	35	20	287	1,160	2,324