

CONTENTS

CEOからのメッセージ	08	2020年8月期：事業概況	58
サステナビリティ	20	2020年8月期：財務ハイライト	60
環境	22	財務セクション	62
社会	24	主要財務データ	62
ガバナンス	28	CFOメッセージ	64
ユニクロ事業	34	事業等のリスク	68
ユニクロのビジネスモデル	36	連結財務諸表	70
ユニクロのグローバル展開	42	沿革	74
ユニクロトピックス	50	株主・投資家情報	76
ジーユー事業	54	会社概要	77
グローバルブランド事業	56		

ユニクロの高機能アウターは、日常でもアウトドアでも大活躍。東レ株式会社と協働で開発した吸湿発熱中綿と、プレミアムダウンを組み合わせ、暖かさとスタイリッシュさを実現したハイブリッドダウンパーカ(左)と、ポアフリースに風を通しにくい防風機能をプラスした防風フリースフルジップパーカ(右)を着用





シームレスダウンは、縫い目がないため、風を通しにくく、暖かいのが特徴です。耐久撥水性にも優れ、スタイリッシュなシルエットも人気の秘密です。

ファーストリテイリングは、 LifeWearの 世界唯一の会社です

ファーストリテイリングは、「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」を企業理念に掲げ、世界中のあらゆる人々に、良い服を着る喜び、幸せ、満足を提供することをめざしている企業です。ユニクロをはじめ、ジーユー、セオリーなど複数のブランドを世界中で展開し、売上規模は、世界のアパレル製造小売業の中で第3位です。グループの中核事業であるユニクロは、25の国と地域に2,252店舗を出店し、売上高は約1兆6,500億円となっています（2020年8月期末）。ユニクロは、LifeWear（究極の普段着）のコンセプトを大切に、素材調達から企画、生産、販売までの一貫したプロセスにより、高品質な素材や、機能性素材を使った独自商品をリーズナブルな価格で販売しています。ユニクロの成長の原動力は、日本からグレーターチャイナ、東南アジアのエリアへと広がっています。また、「ファッションと低価格」を強みとするジーユーは、日本市場を中心に、約2,500億円の売上規模のブランドに育っています。

ファーストリテイリングは、情報を商品化する新しい産業、「情報製造小売業」に業態を変革させる、有明プロジェクトを全社一丸となって進めています。あらゆる先端技術を駆使することで、ファーストリテイリングと世界中の生産工場、倉庫、店舗がシームレスに連動するサプライチェーンの構築をめざしています。この有明プロジェクトによる変革は、環境負荷を最小限にし、人権に配慮した生産環境を整えるなど、サステナブル（持続可能）な社会の実現に向けた取り組みにもつながります。ファーストリテイリングは服のビジネスを通じて、世界中の人々の生活をより豊かなものに変え、社会の持続的な発展に貢献していきます。





LifeWearが 人々の生活を豊かにする

抜群のリラックス感とデザイン性が両立した新素材ニット。フラフイソフトモックネックセーターとフラフイソフトストレートパンツのセットアップは、家で最高のくつろぎを約束するだけでなく、近所への外出にも着用いただけます。



LifeWearが 持続可能な社会をつくる

お客様のもとで不要になった服を店舗で回収し、服を必要としている人に届ける「全商品リサイクル活動」。UNHCR(国連難民高等弁務官事務所)を通じ、2020年はマラウイ共和国の難民などに服を届けました。