

2014年8月期 第1四半期決算説明会 質疑応答

2014年1月9日開催の決算説明会の主な質疑応答をテキストでご覧いただけます。内容につきましては、ご理解いただきやすいよう部分的に加筆・修正しております。

Q1: 海外ユニクロ事業で、計画に対して大幅な上ぶれというコメントがありましたが、具体的にはどれぐらいでしょうか？また、上ぶれ幅のうち為替によって影響する部分がどのぐらいあるかを教えてください。

A1 岡崎 CFO: 具体的な数字については開示しておりませんので、コメントは差し控えさせていただきますが、中華圏、韓国、それからアメリカ、ヨーロッパともに、我々としてもうれしいペースで、計画を大幅に上回る、増収増益が続いています。アジアについても、悪いというわけではなく、計画どおりです。かなり第1四半期は良かったと考えています。

為替の影響については、決算資料の23ページに、外貨を円に換算する換算レートが出ております。こちらを使っていただけると、影響度は推測していただけたと思います。

Q2: 生産体制や、物流でユニクロのインフラに変化が起きていますか？また起ころうとしていますか？

A2 岡崎 CFO: 生産、物流体制について、過去3カ月の間にすごく大きな変化はありませんでした。ただ、グローバル化を進める中で当然改革をしていかなければいけないので、我々なりの構想を持って準備を進めようとしているということです。ただ、具体的には、まだここでお話できる段階ではありません。

Q3: 米国ユニクロ事業で、この3カ月間で新店を10店出店されたそうですが、その立ち上がり状況は計画と比べてどうですか？また来期、業績がブレークイーンできるペースで推移していますか？

A3 岡崎 CFO: 米国ユニクロ事業については、中期的な戦略を考えています。旗艦店中心に大型店を出店していた第1フェーズから、昨年ぐらいから第2フェーズの、モールへの標準店出店で収益を出していくフェーズへ入っています。まさに今、その計画に沿って、出店を進めております。これら新規出店の店舗については、非常に手応えはいいです。ほぼ我々のシナリオどおり進んでいると、今のところ考えております。また業績のブレークイーンですが、明確に申し上げることはできないですが、目指してやっています。

Q4: 国内ユニクロ事業の、第1四半期で営業利益は計画比でどうですか？経費が40億円程度、計画に比べて削減できたというお話でした。第2四半期以降、粗利益率が落ちるといった予想や、経費の削減がより進むのかなど、収益への見方について、第1四半期と第2四半期のコメントをください。

A4 岡崎 CFO: 国内ユニクロの第1四半期につきましては、売上高については申し上げたとおり、残念ながら計画を下回りました。特に10月のまだ暖かい時期の立ち上がりが非常によくなかったというのがありまして、11月中旬以降気温の低下とともに売上が回復しましたが、挽回できませんでした。粗利益率については、基本的には限定品番数をややコントロールするようにしましたので、まずまずの水準だったと思います。結果として営業利益は、経費が下ぶれたこともあるので増益を達成しました。第2四半期についても申し上げたとおり、通常通り、値引きはある程度強化していくということになりますが、手応えとして、世の中の景気が非常に良くなってきているとは言われていますが、やはりお客様の価格に関する感応度は非常に高いと思っています。値引きをよく見ていらしゃって、値引き商品に売上げが集中する現象が起きているというのが正直な感想です。従って、粗利率については、第2四半期は厳しくなっていくだろうと考えています。もちろん、経費削減等の努力によって挽回をしていきたいと思いますが、営業利益についても、弱含みになるの

ではないかというのが、先ほどご説明したとおりの内容です。

Q5: 今期末の海外ユニクロの出店計画数が、期初予想の644から629に、若干ですが引き下げられています。台湾や一部東南アジアが修正されていますが、その詳細を教えてください。

A5 岡崎 CFO: 若干下方修正をしておりますが、これは主に台湾や、アジアの幾つかの国において、出店を予定していたモールの開業の遅れや、交渉自体が長引いて契約をまとめ切れなかったためです。その他営業努力の不足もあったと思いますが、これらによって一部、出店の遅れが発生したということです。出店方針を変えて、計画を変えたということではなく、むしろ当初どおり出店していこうと思ってやっていますが、そういう事情で若干下げざるを得ないのが現状です。

Q6: 先ほど、米国のモール出店が順調に推移していますというお話がありましたが、今後、米国の出店方針の見方が変わりますか？

A6 岡崎 CFO: 米国については基本的に順調です。だからといって何か方針を変えるということではなく、粛々と、東海岸と西海岸にチェーン展開をしていくということで、年間20店舗ぐらいのペースで出店していきたいと思っています。当面このペースは維持していけるようにはやっていきたいと思っています。

Q7: 海外ユニクロ事業での、営業利益率改善のドライバーを教えてください。既存店の増収ですか、それとも粗利益率や経費面での改善ですか？

A7 岡崎 CFO: 既存店売上高の成長率が高かったのが、これが営業利益率の改善に寄与しました。

Q8: 国内ユニクロ事業の経費で、広告宣伝費で期ずれがあったというお話ですが、額としてはいくらぐらいですか？第2四半期は、売上高は取り返していくというお話だったのですが、経費は、第2四半期では計画どおり使うと見ておいた方がいいのか、それとも経費削減が進んでいるのでしょうか？

A8 岡崎 CFO: 期ずれについて具体的な金額はご容赦下さい。イメージとしては40億円の4分の1程度と考えて下さい。これについては単純に期ずれと申し上げているとおり、翌第2四半期にずれたということです。

Q9: 第2四半期での経費コントロールとは、何か施策があるのでしょうか？

A9 岡崎 CFO: 特定の領域で具体的に何を下げるといってはありませぬので、全般的な経費削減努力をやっていきます。

Q10: 欧州も好調ということですが、具体的に好調な国や要因、手応え等教えてください。

A10 岡崎 CFO: 欧州について、特にこの3カ月で良かったのは英国とフランスだと思っています。これは、やはり我々のブランドの浸透力が高まってきているということと、我々の商売の仕方も上手くなってきているからだと思います。現地の状況に合わせた商品構成であるとか、売場の作り方などが、かなり良くなってきたということだと思います。こういうことの積み重ねで、既存店の売上げが非常に伸びてきているのが好調の結果だと思います。

Q11: グローバルブランド事業の営業利益が前年同期比で 9.2%増ですが、伸びが低いように見えます。理由があれば教えてください。

A11 岡崎 CFO: 3カ月については、ジーユーは2桁の増収増益です。また、コントワー・デ・コトニエの方も増収増益ですが、セオリーは営業利益が計画を下回り減益です。特に米国の減益が若干、全体の足を引っ張っていると思います。

Q12: セオリー米国の減益は、この3カ月の一過性のものですか？

A12 岡崎 CFO: そう思います。米国市場が、全体的に価格競争があったということもありまして、その影響を受けたということです。

Q13: 国内ユニクロの在庫が増えている背景として、定番商品を増やした、あるいは什器を高層化したというお話がありました。このような在庫の捉え方、管理の仕方というのは、海外ユニクロ事業についても適用していますか？

A13 岡崎 CFO: 適用できるところではしています。什器の高層化というのは、基本的に、手狭なお店で、もっと高層化した方がお客様にいいサービスを提供できるため実施しています。従って、そこまで坪当たりの売上が大きくないような店では、まだあえてする必要もないので、それが必要なところではしていますし、そうでない国ではしていないということです。

以上