

2014年7月10日

2014年8月期第3四半期 決算説明会 質疑応答

2014年7月10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：通期の業績予想を変更していませんが、第4四半期はどのように推移すると考えていますか？

A1 岡崎 CFO：基本的には第3四半期のトレンドを続けていきたいと思っています。

Q2：来期（2015年8月期）も、国内ユニクロ事業は収益性重視の方向性でしょうか？

A2 岡崎 CFO：当然、収益性を重視していきます。今まで、国内ユニクロ事業では収益性が落ちていたことが大きな課題だと認識しており、それを改善すべく経営努力を続けてきました。当然、売上を伸ばしながら、減益傾向に歯止めをかけていくことを考えています。

Q3：国内ユニクロ事業の収益性を重視するために、出店数や商品の投入量を抑えますか？

A3 岡崎 CFO：抑え気味にすることはいいです。確かに日本では、店舗は相当数出店していますので、これからはより良い立地へスクラップ&ビルドを行っていきます。ですので、店舗数全体ではあまり増えないと思います。商品投入の面では、我々は欠品を一番避けたいので、欠品を起こさない十分な量を確保しつつ、過剰在庫を起こさないオペレーションを実施していきたいと思っています。

Q4：5月末の国内ユニクロの在庫が前年同期末比で3割ぐらい増えています。店舗什器の高層化の影響による在庫増は一巡していると思いますが、在庫の過剰感はないのでしょうか？「定番商品を増やした」という説明がありましたが、定番商品も今後の値下げ要因になりませんか？

A4 岡崎 CFO：在庫が増えているのは定番商品が増えたためです。定番商品を充実させたことで、売上も非常に堅調です。欠品を起こさないことを念頭に、在庫も前倒しで持つということを行っています。在庫の中身についても、去年に比べるとかなり定番商品のウエイトが高くなっていますので、期末にかけての無理な消化ということは起きないと思います。そういった意味では、去年に比べると在庫の内容は良いのではないかと思います。ご指摘の通り、店舗什器の高層化による在庫増はこの5月末で一巡しています。

Q5：海外ユニクロ事業で、「東南アジアの売上が計画を下回った」という説明がありました。第2四半期まで好調だったのに、なぜ、第3四半期での販売が悪くなったのでしょうか？

A5 岡崎 CFO：東南アジアでは、ご存じの通り、タイの政情不安や、インドネシアでもデモが頻発したということがあり、これらの国で売上が一時的に落ち込みました。これらの国では事業規模が小さいた

め、売上が計画を下回ると在庫のバランスが崩れ、結果、利益にも影響が出たということです。

Q6：2014年8月期から国際会計基準（IFRS）ベースの業績開示になるのですか？また、IFRS導入後の収益への影響額を説明してください。

A6 岡崎 CFO：2014年8月期の通期からIFRSベースでの開示となりますが、日本基準も開示します。2014年8月期は、のれん償却費がなくなることと、経費計上のタイミングが変わることの影響など、合計40億円程度の営業利益の押し上げ効果が見込まれています。来期以降については、のれん償却費がなくなるという押し上げ要素と、あとは例えば外貨MMFの時価評価の影響、経費認識のタイミングが早くなる影響といった点があります。

Q7：国内ユニクロとジーユーは、この秋冬から5%程度の値上げを実施する、と報道されていますが、今後の価格戦略を教えてください。

A7 岡崎 CFO：国内ユニクロでは、この秋冬の商品から、順次、平均すると5%程度の値上げをします。ただ、単純に値上げをするということではなくて、デザインや機能性に工夫を加えて、5%程度値上げさせていただきます。円安、素材の高騰、人件費の高騰ということから、適正な利益を確保していく上で、ぎりぎりの水準で価格を設定させていただいたということです。ジーユーに関しては、ファッションやトレンドをよりうまく捉えた商品を投入しながら、値上げさせていただく予定です。

Q8：J Brandは減損の可能性があるので、特別損失を予想に織り込みましたが、J Brandはどういった課題があったのでしょうか？また、今後の貴社のM&A戦略に変更が出ることはありますか？

A8 岡崎 CFO：J Brandは、買収後の米国景気の減速により、価格帯の高いアフォーダブルラグジュアリー全般の販売が不調だった影響を受けています。プレミアムデニム業界が逆風であったということです。また、プレミアムデニム業界でもトレンドの変化もありましたが、J Brandでは十分に対応できなかったという反省があります。今後は、トレンドの変化への対応、また、ファーストリテイリングの強みでもある商品計画、販売計画、在庫管理といった能力をJ Brandのビジネスに根付かせることで、業績を回復させていきたいと思っています。今回、減損の兆候を否定できないため、保守的な観点から特別損失を業績予想に織り込ませていただきました。J Brandの減損については残念ですが、これによって、今後の我々のM&A戦略を根本的に見直すことは考えていません。

Q9：米国ユニクロでは、出店の前倒しがありました。何か特別な背景があったのでしょうか？また、米国ユニクロの赤字幅は縮小しているのでしょうか？来期は黒字化できますか？

A9 岡崎 CFO：米国の出店前倒しというのは、それほど特別な理由ではなく、もともと来期に計画していた出店が8月にできることになったので、前倒しで出店することにしました。ただ、オープン前の準備

備をするため、経費が計画以上に増えています。米国ユニクロ事業の今期の赤字幅は縮小しており、また、来期はブレークイーブンを目指し、悪くても再来期には黒字化したいと考えています。

Q10：国内ユニクロの粗利益率が第3四半期に大きく改善した理由を教えてください。オペレーション、仕組みでの変化があったのでしょうか？

A10 岡崎 CFO：国内ユニクロの粗利益率改善については、従来から大きな課題で、改善への取り組みはずっと続けています。第3四半期に改善した理由としては、まずは集客のための「期間限定値引き」を抑制ぎみに運営したことがあります。また、在庫処分の値引きも相当抑制できています。その背景としては、SKU（Stock Keeping Unit）のマネジメント力が上がったことがあります。同じ商品でも、色、サイズの不マッチがある場合、売れ残りが大きく発生し、値引きせざるを得ません。SKU マネジメント力が上がった結果、値引きせずに販売できる商品の比率が上がったということです。

Q11：国内ユニクロの店舗人員3万人のうち約半分を地域正社員にするという計画ですが、正社員化の進捗を教えてください。また、これによって、来期以降の業績はどのようなインパクトを受けますか？

A11 岡崎 CFO：地域正社員化への方針は、以前ご説明したものと全く変わっていません。この実現に向けて粛々と進めている状況です。また、正社員採用は立ち上がったばかりですので、数値的な進捗については、まだご報告できる段階ではありません。今期の業績へのインパクトは極めて限定的です。今後、正社員化はどんどん進めていきますので、来期以降は、業績へのインパクトはある程度予想されます。短期的には人件費の上昇がありますが、店舗スタッフの定着率が高まることで、店舗の生産性は高まるのが予想されます。売上高人件費比率という観点では、一時的に上昇することがあっても、中期的にはむしろ改善していくだろうと考えています。

Q12：海外ユニクロの来期の出店数は今期に比べて増えますか？

A12 岡崎 CFO：今期より増やしていきたいと思っています。中国、韓国、台湾では今までのペースで出店し、東南アジアでは今まで以上に出店数を増やしていきたいと思っています。また、米国は20店舗ぐらいの出店を続けていきたいと思っています。欧州は、なかなか良い案件がないのですが、見つけ次第、出店していきたいと思っています。

以上