

2019年8月期：第3四半期決算説明会 Q&A

決算説明会の主なQ&Aのテキストです。内容については、ご理解いただきやすいよう部分的に加筆・修正しています。

Q1：在庫についての質問です。2Q末でも、在庫水準は少し改善していましたが、3Qで国内も海外も一気に前年対比で減少しています。在庫が減っている割に、3Qの粗利益率が悪化していない印象ですが、今の在庫の状況について、もう少し詳しく説明をお願いします。

A1 岡崎 CFO：在庫水準の適正化は継続して行ってきており、1Qで増えた在庫を、2Qで処分を進めてきました。その流れの中で、3Qも継続して在庫を抑制しています。これまでに比べて強化したのは、春夏商品から、シーズンの前半であっても、売れ行きが良くないものについては、売価変更を行って処分したことです。それが日本だけではなく、グローバルでも徹底されました。その結果、3Qの値引き率は想定より拡大しましたが、在庫については健全な運営ができました。在庫を圧縮しつつも、売上を伸ばすことができているので、今まで、いかにそこに無駄があったかを表していると思います。在庫については、まだまだ改善の余地はあると思っています。在庫マネジメントの強化をさらに行っていきます。

Q2：中国ユニクロ事業に関する質問です。売上げのモメンタムは非常に良いですが、その背景について教えてください。

A2 岡崎 CFO：中国では、基本的には好調な業績トレンドが継続しています。既存店売上高も2桁に近いぐらいの水準で成長していますし、新店の出店状況も順調で、非常に安定感のある経営ができていると思います。この3Qに関しては、UTのコラボ商品などが好調で、新しいニュースを次々と発信することで、集客ができていると思います。

Q3：出店計画についてですが、この3Qで、グレーターチャイナと東南アジアの今期の出店予定数が、上期時点に比べて減っている要因を教えてください。また、来期の出店の考え方も教えてください。

A3 岡崎 CFO：グレーターチャイナと東南アジア・オセアニアは、それぞれ100店舗、50店舗のペースの出店を目指していくという基本方針を変えていません。今期の出店数が減ったのは、出店交渉を1店舗1店舗まとめた上で、やや進捗が下ぶれしたということです。出店方針を変えたとか、出店状況が難しくなってきたということは全くないです。

Q4：3Qでは、在庫の適正化を海外ユニクロでも進めた結果、粗利益率の悪化があったということですが、これを考えると、4Qでの粗利益率の改善は、国内ユニクロだけではなく、海外ユニクロでも期待できますか？今までは、シーズン後半の大幅値下げにより、4Qの利益率が悪化するというイメージでしたが、こういった商売のバランスは変わると考えてよいですか？

A4 岡崎 CFO：今期は、在庫が良い状況でシーズン後半に入るので、通常の売上げ状況であれば、4Qの粗利益率は良くなると思います。売価変更がシーズン後半に大きく増える、ということは減ると思います。今後も、適正水準を維持することで、シーズン後半に、売価変更に追い込まれるような運営はしないことを目標に、早い段階で在庫の適正化を図る運営にしたいと思っています。

Q5：ジュー事業の業績が改善していますが、今後も改善は続きますか？

A5 岡崎 CFO：ジューについては、前期の業績が悪過ぎたということも、正直あります。今期の業績は急回復していますが、これは、在庫マネジメントをきっちりしたこと、マストレンドのど真ん中に絞り

込んだ商品を展開したこと、それらのマストトレンド商品にフォーカスしたマーケティングを、あわせて実施したことによります。来期以降もジーユー事業は期待できるのではないかと思います。

Q6: 国内ユニクロ事業では、物流費比率が、9ヶ月累計で0.5ポイント上昇しています。物流費比率の上昇傾向は、来期以降は一巡しますか？

A6 岡崎CFO: 今期、物流費比率が上がった要因は、やはり1Qに在庫を過剰につくってしまったことがあります。2Qで消化を進めてきましたが、一部、冬物を残しています。こういったことが、計画以上に物流費(倉庫費)を押し上げてしまったと思います。一方で、世の中の物流費の単価は上がっており、我々も影響を免れないですが、物流の生産性改善については継続的に行っているため、単価アップは吸収できています。在庫内容の適正化とともに、物量も適正化することができれば、物流費は、今のようペースで上昇することはないですし、むしろ来期は抑制していけると考えています。

Q7: 3Q末に在庫が減少した背景として、「動きの悪い春夏商品の処分を早めた」というコメントでしたが、これは、アイテムごとにより絞って売価変更をしたのでしょうか？それとも、ダイナミックプライシングと言ったら大げさかもしれませんが、柔軟に価格を変えたのでしょうか？

A7 岡崎CFO: ダイナミックプライシングという考え方をとっているわけではないですが、単品ごと、色柄も含めて、売れ行きが如実に違いますので、きめ細かく販売状況を見ながら、適正価格に早い段階で修正しています。価格をどんどん柔軟に変更させることを意図しているわけでは全くありません。基本的にはエブリデー・ロー・プライスで、同じ価格で買っていただくことを大前提にしています。

Q8: 決済レートが円高になったことで、原価率が改善したのは、主に国内ユニクロ事業と考えてよいですか？そうすると、国内の3Qでの在庫処分の影響は、結構大きかったと思いますが、こういった在庫処分損は、次の秋冬シーズンが始まる1Qでも起きる可能性はありますか？

A8 岡崎CFO: まず原価率については、主に改善したのは国内ユニクロ事業です。次の秋冬シーズンでも、在庫についての考え方は同じです。現段階では、秋冬商品の販売が始まっていないのでわかりませんが、基本的には、シーズン終盤につけを回すような運営はしないように心がけてやっていくと思います。

Q9: 現在、国内ユニクロで保有している秋冬在庫によって、1Qで在庫処分損は出ないですか？

A9 岡崎CFO: キャリーしている商品は、継続商品がほとんどですので、処分品を大量に抱えていることはないです。ただし、秋冬の商売の立ち上がりを見ながら、適切に売価変更を判断していきます。

Q10: 中国事業が好調ですが、中国の消費動向や景況感、出店の条件など、環境面でのコメントをお願いします。また、4月から増値税が3%引き下げられましたが、これは業績にプラスですか？

A10 岡崎CFO: 中国経済や消費全般については、世の中で報道されているように、やや減退傾向だと思いますが、我々のビジネスにおいては、それを感じることは今のところはない、という状況が続いています。出店の状況についても基本的に手応えは変わっていません。増値税の引き下げは、我々の業績にはプラスですが、商品によっては、値下げをするものもあるし、そうではないものがありますので、すべてのメリットを享受しているわけではないです。

以上