

2020年8月期 第1四半期: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。

**Q: 韓国ユニクロについてですが、現在も非常に厳しい状態が続いているのでしょうか。また、通期の連結業績を下方修正されていますが、韓国ユニクロの赤字幅はどれくらいを想定しているのでしょうか。**

岡崎 取締役 グループ上席執行役員 CFO: 韓国は非常に厳しい状況が続いており、昨年7月の売上トレンドがまだ続いています。通期では大幅な減収減益、営業利益は赤字を見込んでいます。赤字幅ですが、3桁にはいかないと思いますが、2桁の大きな水準の赤字となる見込みです。昨年までの韓国の利益水準が非常に高かったことを考えると、大きな減益要因となります。

**Q: 韓国ユニクロの販売動向や、お客様の心理面で、改善していると感じる点がありますか。**

岡崎 CFO: 波はありますが、総じて大きな変化はないです。我々としては、ひたすら真摯に韓国市場に向き合っており、お客様に向き合っており商売をしていくのみだと考えています。

**Q: 国内ユニクロの粗利益率が大幅に改善したのは、商品仕入れの為替が円高に転じたことによる影響だけでなく、11月末の在庫も減少しているため、有明プロジェクトで在庫管理が改善したためですか。**

岡崎 CFO: 総在庫の管理については、発注進捗管理の強化、早めの売価変更を行うことで、従来よりもコントロールできるようになっています。暖冬で売上収益が計画を下回っているため、決して満足はしておりませんが、在庫コントロールはうまく対応できたと考えています。ただし、暖冬にも対応できる新しいニュース性のある商品を出していくというのも有明プロジェクトの課題の1つですので、去年の暖冬と同様に売上収益を落としているということは、大きな反省点です。

**Q: 中国ユニクロですが、既存店売上高は増収だったものの、防寒衣料の販売に苦戦というコメントがありました。中国ユニクロの売上動向に変化はあるのでしょうか。**

岡崎 CFO: 中国大陸も日本と同様に気温が高く推移したことで、防寒衣料の販売が伸び悩みましたが、中国なりに商品構成を工夫して対応したことで、既存店は1桁の増収を維持できました。満足いく水準ではありませんでしたが、成長スピードが揺らいでいるといったことは全く感じていません。

**Q: 韓国ユニクロについて、非支配持分から逆算すると、第1四半期だけで、営業利益で150億円以上の減益と推測できるのですが、考え方はありますか。**

岡崎 CFO: 韓国に関しては、数字については申し上げられませんが、考え方はあります。

**Q:在庫は第1四半期末では減っていますが、現在の在庫水準は健全な状況でしょうか。第2四半期に値引きを強化していくことはありますか。**

在庫については、11月末で減少しておりますので、夏物、秋物は健全な水準です。ただし、12月は国内ユニクロの既存店売上高が減収と、計画を下回ったので、冬物商品については、若干過剰感が出てくると思います。売り切るべきものはきっちり売り切り、定番商品など、在庫として持ち越せるものは、ある程度時間をかけて消化していきます。問題なく対応していける水準と考えています。

**Q:韓国ユニクロは、第1四半期の商売規模が大きいと思いますので、第1四半期が赤字だと、残りの四半期も赤字になるのではないですか？**

岡崎 CFO:通期で大きな赤字になるという見通しですが、赤字は下期にかけて改善していけると思います。

**Q:海外ユニクロの粗利益率の低下幅が大きかったですが、これは、海外ユニクロの第1四半期末の在庫水準が健全だったと見てよいでしょうか。海外ユニクロの方が、国内ユニクロに比べて、在庫コントロールでは進んでいる面もあったと思いますが、在庫、粗利の状況はいかがでしょうか。**

岡崎 CFO:粗利益率の低下は、韓国と香港の粗利益率が大きく低下しているためで、全体的に大きく悪化しているわけではないです。昨年と比べて、早めの売価変更を行ったことも一部影響していますが、海外ユニクロ事業の粗利益率については、懸念していません。在庫については、冬物在庫が計画よりも多い状況ではありますが、十分に対応できる水準だと思っており、大きな心配はしていません。

**Q:国内ユニクロ事業では、一部品番数が増えたというご説明がありましたが、商品とマーケティング戦略についての今後の課題、改善点について教えてください。**

岡崎 CFO:気温が高かった中で、ジーユー事業は非常に好調だったのですが、これはファッションだからということだけではなく、中間アウターなどの気候に適した服を打ち出すことができたためです。一方、ユニクロは、その点を今後改善していくべきだと考えています。ただ単に品番数を増やせばいいということではないので、どのようにバランスをとっていくのかが、我々の今後の課題です。課題は明確に見えているので、それに対して十分に準備をし、対策を打っていきます。

以上