

2019年8月期第1四半期 決算サマリー

連結業績

(億円)

	2018年8月期	2019年8月期			
	1Q実績 (2017/9~2017/11)	1Q実績 (2018/9~2018/11)		通期予想 (2018/9~2019/8)	
			前年同期比		前年同期比
売上収益	6,170	6,444	+4.4%	23,000	+8.0%
売上総利益 (売上比)	3,170 51.4%	3,248 50.4%	+2.4% ▲1.0p	-	-
販管費 (売上比)	2,042 33.1%	2,215 34.4%	+8.5% +1.3p	-	-
事業利益 (売上比)	1,128 18.3%	1,032 16.0%	▲8.5% ▲2.3p	2,750 12.0%	+8.9% +0.1p
営業利益 (売上比)	1,139 18.5%	1,046 16.2%	▲8.1% ▲2.3p	2,700 11.7%	+14.3% +0.6p
金融収益・費用 (売上比)	39 0.6%	64 1.0%	+63.3% +0.4p	0 -	-
税引前利益 (売上比)	1,178 19.1%	1,110 17.2%	▲5.7% ▲1.9p	2,700 11.7%	+11.3% +0.3p
親会社の所有者へ 帰属する当期利益 (売上比)	785 12.7%	734 11.4%	▲6.4% ▲1.3p	1,650 7.2%	+6.6% ▲0.1p

グループ事業別業績

(億円)

		2018年8月期	2019年8月期		
		1Q実績 (2017/9~2017/11)	1Q実績 (2018/9~2018/11)		
				前年同期比	
国内ユニクロ事業	売上収益	2,570	2,461	▲4.3%	
	事業利益 (売上比)	534 20.8%	379 15.4%	▲29.1% ▲5.4p	
	営業利益 (売上比)	541 21.1%	379 15.4%	▲29.9% ▲5.7p	
	海外ユニクロ事業	売上収益	2,582	2,913	+12.8%
海外ユニクロ事業	事業利益 (売上比)	467 18.1%	528 18.1%	+13.0% 0.0p	
	営業利益 (売上比)	466 18.1%	525 18.0%	+12.6% ▲0.1p	
	ジーユー事業	売上収益	608	654	+7.7%
	事業利益 (売上比)	89 14.8%	86 13.1%	▲4.1% ▲1.7p	
グローバルブランド事業	営業利益 (売上比)	90 14.8%	85 13.1%	▲4.9% ▲1.7p	
	売上収益	400	407	+1.8%	
	事業利益 (売上比)	31 7.9%	28 6.9%	▲10.4% ▲1.0p	
	営業利益 (売上比)	30 7.6%	27 6.7%	▲9.9% ▲0.9p	

【決算ハイライト】

■2019年8月期第1四半期の連結業績：増収減益。国内ユニクロ事業の減益が主因

- ・売上収益は6,444億円、前年同期比4.4%増、営業利益は1,046億円、同8.1%減と増収減益。海外ユニクロ事業が好調な一方で、国内ユニクロ事業が暖冬により大幅減益となったため。
- ・金融損益に為替差益など64億円を計上した結果、税引前四半期利益は1,110億円、同5.7%減、親会社の所有者に帰属する四半期利益が734億円、同6.4%減。

■国内ユニクロ事業：暖冬による冬物商品の販売苦戦で、大幅な減益

- ・売上収益は2,461億円、前年同期比4.3%減、営業利益は379億円、同29.9%減と減収減益。
- ・既存店売上高は同4.3%減。特に気温の高かった10月、11月に冬のコア商品が全般的に苦戦。
- ・Eコマースの売上は237億円、前年同期比30.9%増。売上構成比は7.0%から9.7%へと上昇、順調に拡大。

■海外ユニクロ事業：増収増益。営業利益が国内ユニクロ事業を大きく上回る

- ・売上収益は2,913億円、前年同期比12.8%増、営業利益は525億円、同12.6%増と、増収増益を達成。営業利益が国内ユニクロ事業を大きく上回る。
- ・グレーターチャイナ、韓国は暖冬の影響を受けたものの、増収増益を達成。東南アジア・オセアニアは大幅な増収増益が継続。米国は大幅な増収増益で、今期の黒字化に向けて順調な進捗。欧州も大幅な増収増益。

■ジーユー事業：増収減益だが、既存店売上高は増収に転じ、業績は回復基調

- ・売上収益は654億円、前年同期比7.7%増、営業利益は85億円、同4.9%減と、増収減益。
- ・既存店売上高は、10月は気温の影響で減収も、9月、11月、12月は増収と、増収基調に転じる。商品構成を修正したこと、マーケティングを強化したことが、売上の回復に寄与。

■グローバルブランド事業：増収減益

- ・売上収益は407億円、前年同期比1.8%増、営業利益は27億円、同9.9%減と、増収減益。
- ・セオリー事業は、米国セオリーが好調で大幅な増益。プラステ事業は出店数の増加により若干の減益。その他の事業は赤字が継続。

■2019年8月期の連結業績予想：期初予想から変更なし

- ・2019年8月期の連結業績は、期初予想通り、売上収益2兆3,000億円、前期比8.0%増、営業利益2,700億円、同14.3%増、親会社の所有者に帰属する当期利益1,650億円、同6.6%増を見込む。
- ・1株当たり年間配当金は480円を予想。

業績概要

■国内ユニクロ事業：暖冬による冬物商品の販売苦戦で、大幅な減益

国内ユニクロ事業の第1四半期の売上収益は2,461億円(前年同期比4.3%減)、営業利益は379億円(同29.9%減)と、減収減益となりました。既存店売上高(Eコマースを含む)は同4.3%減でした。プレミアムラムセーター、ポアスウェット、ファーリーフリース、ニットコートなどの新商品やトレンド商品は好調でしたが、特に気温の高かった10月や11月には、冬のコア商品が全般的に苦戦しました。一方で、Eコマース売上高は同30.9%の増収と好調に推移し、売上構成比は前年同期の7.0%から9.7%へと上昇しました。収益面では、社内の為替レートの円安による原価率の上昇に加え、冬物商品の値引き販売を強めた結果、売上総利益率は同3.2ポイント低下しました。売上高販管費率は、物流費の増加に加え、有明倉庫の自動化などによる減価償却費の増加で、同2.2ポイント上昇しています。

■海外ユニクロ事業：営業利益が国内ユニクロ事業を大きく上回る

海外ユニクロ事業の第1四半期の売上収益は2,913億円(前年同期比12.8%増)、営業利益は525億円(同12.6%増)と、増収増益になりました。海外ユニクロ事業の売上収益及び営業利益は国内ユニクロ事業を大きく上回り、最大の事業セグメントとなっています。地域別では、グレーターチャイナは、暖冬の影響を受けたものの増収増益を達成しました。なかでも、中国大陸の営業利益は2桁増益と好調を維持しています。また、中国大陸におけるEコマース販売は、店舗とEコマースの融合の強化により、2桁増収を継続しています。韓国は、値引率のコントロール、ICタグ(RFID)を活用した業務の効率化により、営業利益は増益となりました。東南アジア・オセアニア地区は、全ての国の既存店売上高が増収と好調で、大幅な増収増益となりました。また、米国は、地域ごとの

商品構成を見直したことや、Eコマース販売の高い成長が継続したことで、大幅な増収増益となり、当期の黒字達成に向けた取り組みが順調に進捗しています。欧州も大幅な増収増益を達成しています。なかでも、ロシアの業績が好調です。なお、2018年9月にはオランダ初の店舗をアムステルダムに出店、同年10月には東南アジア最大規模のグローバル旗艦店をフィリピンのマニラに出店しました。

■ジーユー事業：商品構成の修正とマーケティング強化により、増収基調に転じる

ジーユー事業の第1四半期の売上収益は654億円(前年同期比7.7%増)、営業利益は85億円(同4.9%減)と、増収減益になりました。売上総利益率が若干低下し、広告宣伝を強化するなど経費が増加した結果、営業利益は若干の減益となりました。ただし、マストレンドにフォーカスした商品構成に修正したこと、TVCMを再開してマーケティングを強化したことにより、売上収益は増収基調に転じています。特に、キャンペーン商品のスウェットやオーバーサイズニットが好調だったことに加え、気温の低下に伴って、アウターの販売も好調に推移しました。

■グローバルブランド事業：増収減益

グローバルブランド事業の当第1四半期連結累計期間の売上収益は407億円(前年同期比1.8%増)、営業利益は27億円(同9.9%減)と、増収減益になりました。セオリー事業は、米国セオリーの売上が好調で、値引きロスが減少したことで、大幅な増益となりました。プラステ事業は増収となりましたが、出店の増加に伴う経費増により若干の減益となりました。コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス タム・タム事業及び J Brand 事業は赤字が継続しました。

■2019年8月期の業績予想：期初予想から変更なし

2019年8月期の連結業績は、売上収益が2兆3,000億円、前期比8.0%増、営業利益が2,700億円、同14.3%増、親会社の所有者に帰属する当期利益が1,650億円、同6.6%増、基本的1株当たり当期利益は1,617.33円と、期初予想から変更していません。

海外ユニクロ事業は、通期では引き続き大幅な増収増益を見込んでいます。第2四半期は、第1四半期に暖冬の影響を受けたグレーターチャイナ、韓国を中心に冬物商品の販促を強化し、値引率が若干拡大する予想ですが、上期全体でも期初計画を上回る増収増益を達成する見込みです。一方、国内ユニクロ事業は、第1四半期が暖冬の影響で計画を下回ったことから、第2四半期は値引きを強化する計画のため、上期では期初計画以上の減益となる見通しです。ただし、下期は、粗利益率の改善や経費コントロールにより大幅増益を見込み、通期でも増収増益をめざします。ジーユー事業は、商品構成の見直しによる売上の増収トレンドを継続させ、通期で増収、大幅な増益を予想しています。グローバルブランド事業は、セオリー事業、プラステ事業の増収増益により、増収、大幅な増益を見込んでいます。

なお、1株当たり年間配当金は、期初予想通り、中間配当金240円、期末配当金240円を合わせて480円を見込んでいます。

IR情報 <http://www.fastretailing.com/jp/ir/> に決算データや各種リリースなどを開示しております。