

## 2021年8月期第1四半期 決算サマリー

### 連結業績

(億円)

|                               | 2020年8月期                 |                  | 2021年8月期        |                  |                 |
|-------------------------------|--------------------------|------------------|-----------------|------------------|-----------------|
|                               | 1Q実績<br>(2019/9~2019/11) | 1Q実績             |                 | 通期予想             |                 |
|                               |                          | (2020/9~2020/11) | 前年同期比           | (2020/9~2021/8)  | 前期比             |
| 売上収益                          | 6,234<br>100.0%          | 6,197<br>100.0%  | ▲0.6%<br>-      | 22,000<br>100.0% | +9.5%<br>-      |
| 売上総利益<br>(売上比)                | 3,129<br>50.2%           | 3,248<br>52.4%   | +3.8%<br>+2.2p  | -                | -               |
| 販管費<br>(売上比)                  | 2,240<br>35.9%           | 2,132<br>34.4%   | ▲4.8%<br>▲1.5p  | -                | -               |
| 事業利益<br>(売上比)                 | 888<br>14.2%             | 1,115<br>18.0%   | +25.6%<br>+3.8p | 2,650<br>12.0%   | +55.9%<br>+3.5p |
| 営業利益<br>(売上比)                 | 916<br>14.7%             | 1,130<br>18.2%   | +23.3%<br>+3.5p | 2,450<br>11.1%   | +64.0%<br>+3.7p |
| 金融収益・費用<br>(売上比)              | 103<br>1.7%              | ▲59<br>-         | -               | -                | -               |
| 税引前利益<br>(売上比)                | 1,020<br>16.4%           | 1,071<br>17.3%   | +5.0%<br>+0.9p  | 2,450<br>11.1%   | +60.3%<br>+3.5p |
| 親会社の所有者へ<br>帰属する当期利益<br>(売上比) | 709<br>11.4%             | 703<br>11.4%     | ▲0.7%<br>-      | 1,650<br>7.5%    | +82.6%<br>+3.0p |

### グループ事業別業績

(億円)

|             |               | 2020年8月期         |                  | 2021年8月期        |       |  |
|-------------|---------------|------------------|------------------|-----------------|-------|--|
|             |               | 1Q実績             |                  | 1Q実績            |       |  |
|             |               | (2019/9~2019/11) | (2020/9~2020/11) | 前年同期比           |       |  |
| 国内ユニクロ事業    | 売上収益          | 2,330            | 2,538            | +8.9%           |       |  |
|             | 事業利益<br>(売上比) | 388<br>16.7%     | 589<br>23.2%     | +51.6%<br>+6.5p |       |  |
|             | 営業利益<br>(売上比) | 385<br>16.5%     | 600<br>23.7%     | +55.8%<br>+7.2p |       |  |
|             | 海外ユニクロ事業      | 売上収益             | 2,807            | 2,606           | ▲7.2% |  |
| 海外ユニクロ事業    | 事業利益<br>(売上比) | 382<br>13.6%     | 413<br>15.9%     | +8.2%<br>+2.3p  |       |  |
|             | 営業利益<br>(売上比) | 378<br>13.5%     | 414<br>15.9%     | +9.5%<br>+2.4p  |       |  |
|             | ジーユー事業        | 売上収益             | 729              | 765             | +4.9% |  |
|             | 事業利益<br>(売上比) | 124<br>17.0%     | 134<br>17.6%     | +8.5%<br>+0.6p  |       |  |
| グローバルブランド事業 | 営業利益<br>(売上比) | 123<br>17.0%     | 136<br>17.8%     | +9.9%<br>+0.8p  |       |  |
|             | 売上収益          | 361              | 280              | ▲22.3%          |       |  |
|             | 事業利益<br>(売上比) | 19<br>5.3%       | ▲3<br>-          | -               |       |  |
|             | 営業利益<br>(売上比) | 18<br>5.2%       | ▲2<br>-          | -               |       |  |

### 【決算ハイライト】

#### ■2021年8月期第1四半期の連結業績：営業利益は大幅増益、計画を上回る

- ・売上収益は6,197億円、前年同期比0.6%減、営業利益は1,130億円、同23.3%増と増収、大幅な増益。売上、営業利益ともに計画を上回る。
- ・国内ユニクロ事業、グレーターチャイナのユニクロ事業が大幅増益、ジーユー事業が増益と好調な業績。
- ・金融損益に為替差損など59億円を計上、赤字継続事業の業績悪化による税金負担率の上昇などにより親会社の所有者に帰属する四半期利益は703億円、同0.7%減。

#### ■国内ユニクロ事業：売上好調で粗利益率、販管費比率が改善し、大幅増益。計画を大幅に上回る

- ・売上収益は2,538億円、前年同期比8.9%増、営業利益は600億円、同55.8%増と増収、大幅な増益。
- ・既存店売上高は同7.3%増。在宅需要にマッチした商品、スポーツユティリティウエア、秋冬商品の販売が好調。

- ・粗利益率は値引率、原価率の改善により、3.8p改善。販管費比率は物流費、広告宣伝費の削減で2.8p改善。

### ■海外ユニクロ事業：減収増益。グレーターチャイナが大幅増益、韓国が黒字に転換

- ・売上収益は2,606億円、前年同期比7.2%減、営業利益はほぼ計画通り414億円、同9.5%増。グレーターチャイナが大幅増益、韓国が前年の赤字から黒字に転換したことで増益を達成。
- ・グレーターチャイナは中国大陆、台湾の業績が好調だったことで増収、大幅な増益。韓国は減収も、粗利益率の改善や販管費比率の改善で黒字に転換。
- ・新型コロナの影響が想定より大きかったその他アジア・オセアニア地区は大幅な減収減益、北米は大幅減収、赤字、欧州は大幅な減収減益。

### ■ジーユー事業：増収増益。計画を若干上回る

- ・売上収益は765億円、前年同期比4.9%増、営業利益は136億円、同9.9%増と、増収増益。
- ・キャンペーンのニット、マストレンド商品、在宅需要にマッチした商品の販売が好調で、既存店売上高は増収。

### ■グローバルブランド事業：新型コロナの影響が大きく大幅減収、若干の赤字。計画を下回る

- ・売上収益は280億円、前年同期比22.3%減、営業利益は2億円の赤字と、大幅な減収、営業利益は若干の赤字。
- ・欧米で新型コロナの影響が大きかったことで、セオリー事業は大幅な減収減益、コントワー・デ・コトニエ事業は赤字幅が拡大。

### ■2021年8月期の連結業績予想：期初予想通り、変更なし

- ・2021年8月期の連結業績は、新型コロナの影響を見通すことが難しいため、期初予想通り、売上収益2兆2,000億円、前期比9.5%増、営業利益2,450億円、同64.0%増、親会社の所有者に帰属する当期利益1,650億円、同82.6%増を見込む。
- ・1株当たり年間配当金は、中間配当金240円、期末配当金240円を合わせて480円を予想。

\*\*\*\*\*

## 業績概要

### ■国内ユニクロ事業：売上好調で粗利益率、販管費比率が改善し、大幅増益。計画を大幅に上回る

国内ユニクロ事業の第1四半期の売上収益は2,538億円(前年同期比8.9%増)、営業利益は600億円(同55.8%増)と、増収、大幅な増益となりました。既存店売上高は同7.3%増でした。ルームウェアやヒートテック毛布といった在宅需要にマッチした商品の販売が好調だったことに加え、ウルトラストレッチアクティブパンツなどのスポーツユティリティウェア、繊維物やスマートアンクルパンツなどの秋冬商品の販売が好調でした。これに加えて、デザイナーのジル・サンダー氏とコラボレーションした+Jやピーナッツとのコラボレーション商品、エアリズムマスクの販売も増収に寄与しました。また、Eコマース売上高は367億円(同48.3%増)と、大幅な増収となりました。売上総利益率は、値引率が大幅に縮小したことに加え、生産効率の改善で原価率が低下したことにより、同3.8ポイント改善しました。売上高販管費率は、物流費、広告宣伝費を中心に削減したことで、同2.8ポイント改善しました。

### ■海外ユニクロ事業：減収増益。グレーターチャイナが大幅増益、韓国が黒字に転換

海外ユニクロ事業の第1四半期の売上収益は2,606億円(前年同期比7.2%減)、営業利益は414億円(同9.5%増)と、減収になったものの、営業利益は増益になりました。増益の背景は、グレーターチャイナで特に中国大陆、台湾が大幅増益だったこと、韓国が赤字から黒字に転換したことによります。一方で、その他アジア・オセアニア地区、北米、欧州は新型コロナウイルス感染症の影響が想定よりも大きく、大幅な減益となりました。なお、Eコマース売上高は各国・各エリアで順調に拡大しました。

地域別では、中国大陆は増収、大幅な増益となりました。防寒衣料の販売や、在宅需要にマッチした商品の販売が好調で、既存店売上高は増収となりました。値引き販売をコントロールし、商品価値の訴求やブランディングを強化する戦略を推し進めたことで、売上総利益率が改善、これに伴い、店舗オペレーションが効率化されたことで、売上高

販管費率も改善しました。また、中国大陸のEコマース売上高は増収、利益率も大幅に改善しました。韓国は、大幅な減収となったものの、売上総利益率の改善、不採算店舗の閉店や経費コントロールの強化による売上高販管費率の改善により、前年同期の赤字から黒字に転換しました。その他アジア・オセアニア地区は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けたことで、大幅な減収減益となりました。ただし、感染が収束したベトナムは、計画を上回る好調な販売となりました。米国は、一部店舗の臨時休業や外出制限の影響により大幅な減収、営業利益は赤字となりました。欧州は、10月までは前年並みの売上と回復基調だったものの、11月に、英国、フランス、ベルギー、イタリアで全店舗が臨時休業となったことで、第1四半期3ヶ月間で大幅な減収減益となりました。ただし、ロシアは冬物商品や在宅需要にマッチした商品の販売が好調で、現地通貨ベースで大幅な増収増益となりました。

### ■ジーユー事業：増収増益。計画を若干上回る

ジーユー事業の第1四半期の売上収益は765億円(前年同期比4.9%増)、営業利益は136億円(同9.9%増)と、増収増益になりました。

キャンペーンとしてTVCMで打ち出したスウェットライクニットや、マストrendを捉えたダブルフェイススウェットやシェフパンツ、在宅需要にマッチしたラウンジウェアの販売が好調で、既存店売上高は増収となりました。売上総利益率は、同0.6ポイント低下しましたが、これは、前年は売上総利益率が大幅に改善し、ハードルが高かったことによるものです。売上高販管費率は、店舗オペレーションの効率化により人件費比率が改善したことに加え、経費コントロールの強化により、広告宣伝費比率が低下したことで、同1.2ポイント改善しました。

### ■グローバルブランド事業：新型コロナの影響が大きく大幅減収、若干の赤字。計画を下回る

グローバルブランド事業の第1四半期の売上収益は280億円(前年同期比22.3%減)、営業利益は2億円の赤字(前年同期は18億円の黒字)と、大幅な減収、営業利益は若干の赤字となりました。セオリー事業は、新型コロナウイルス感染症の影響で、米国、欧州、日本の業績が悪化した結果、大幅な減収減益となりました。プラステ事業は、10月まで前年並みの売上となっていたものの、11月に感染が拡大した影響を受け、減収減益となりました。コントワー・デ・コトニエ事業は、フランスの全店舗が10月末から約1ヶ月間にわたって臨時休業したことで、大幅な減収、赤字が拡大しました。

### ■2021年8月期の業績予想：期初予想通り、変更なし

2021年8月期の連結業績は、売上収益が2兆2,000億円、前期比9.5%増、営業利益が2,450億円、同64.0%増、親会社の所有者に帰属する当期利益が1,650億円、同82.6%増、基本的1株当たり当期利益は1,616.05円と、新型コロナの影響を見通すことが難しいため、10月に発表した期初予想から変更していません。11月以降、グローバルで新型コロナの感染が急拡大していますが、第1四半期の業績が計画を上回る水準となったことで、上期の業績は、現時点では計画を上回る進捗となっています。

海外ユニクロ事業は、上期は減収、大幅な増益となるものの、計画を下回る見込みです。エリア別では、グレートチャイナは上期で計画を上回る増収、大幅な増益となる見込みです。韓国は引き続き厳しい環境下であり、上期は減収となるものの、営業利益は計画通り、黒字化する見込みです。一方で、その他アジア・オセアニア地区、欧州は新型コロナの影響が想定以上に大きく、上期は大幅な減収減益、計画を下回る見込みです。北米も、計画を下回り、赤字幅が拡大する見込みです。国内ユニクロ事業は、上期は計画を上回る増収、粗利益率、販管費比率ともに改善することで大幅な増益となる見込みです。ジーユー事業は、上期は計画通り、ほぼ前年並みの業績となる見込みです。グローバルブランド事業は、セオリー事業、コントワー・デ・コトニエ事業を中心に計画を下回って進捗しているため、上期は大幅な減収減益、計画を下回る見込みです。

1株当たり年間配当金は、直近予想から変更せず、中間配当金240円、期末配当金240円を合わせて480円と、前期と同額の配当金を予想しています。

IR情報 <https://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。