

## 2021年8月期上期 決算サマリー

### 連結業績

(単位：億円)

	2020年8月期		2021年8月期			
	上期実績	通期実績	上期実績 (2020/9~2021/2)	通期予想 (2020/9~2021/8)		前期比
	(2019/9~2020/2)	(2019/9~2020/8)		前年同期比		
売上収益	12,085	20,088	12,028	▲0.5%	22,100	+10.0%
売上総利益	5,767	9,758	6,004	+4.1%	-	-
(売上比)	47.7%	48.6%	49.9%	+2.2p	-	-
販管費	4,387	8,058	4,207	▲4.1%	-	-
(売上比)	36.3%	40.1%	35.0%	▲1.3p	-	-
事業利益	1,379	1,700	1,797	+30.2%	2,750	+61.7%
(売上比)	11.4%	8.5%	14.9%	+3.5p	12.4%	+3.9p
営業利益	1,367	1,493	1,679	+22.9%	2,550	+70.7%
(売上比)	11.3%	7.4%	14.0%	+2.7p	11.5%	+4.1p
税引前四半期利益	1,508	1,528	1,714	+13.7%	2,550	+66.8%
(売上比)	12.5%	7.6%	14.3%	+1.8p	11.5%	+3.9p
親会社の所有者に 帰属する当期利益	1,004	903	1,058	+5.4%	1,650	+82.6%
(売上比)	8.3%	4.5%	8.8%	+0.5p	7.5%	+3.0p

### グループ事業別業績

(単位：億円)

		2020年8月期		2021年8月期	
		上期実績	通期実績	上期実績 (2020/9~2021/2)	前年同期比
		(2019/9~2020/2)	(2019/9~2020/8)		
国内ユニクロ事業	売上収益	4,635	8,068	4,925	+6.2%
	事業利益	710	1,068	973	+36.9%
	(売上比)	15.3%	13.2%	19.8%	+4.5p
	営業利益	716	1,046	978	+36.6%
	(売上比)	15.5%	13.0%	19.9%	+4.4p
海外ユニクロ事業	売上収益	5,412	8,439	5,218	▲3.6%
	事業利益	580	635	758	+30.7%
	(売上比)	10.7%	7.5%	14.5%	+3.8p
	営業利益	532	502	670	+25.9%
	(売上比)	9.8%	6.0%	12.9%	+3.1p
ジーユー事業	売上収益	1,322	2,460	1,326	+0.3%
	事業利益	156	228	164	+4.9%
	(売上比)	11.8%	9.3%	12.4%	+0.6p
	営業利益	158	218	158	+0.4%
	(売上比)	12.0%	8.9%	12.0%	-
グローバル ブランド事業	売上収益	701	1,096	545	▲22.2%
	事業利益	9	▲93	▲45	-
	(売上比)	1.4%	-	-	-
	営業利益	7	▲127	▲81	-
	(売上比)	1.1%	-	-	-

### 【決算ハイライト】

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

- ・売上収益は1兆2,028億円、前年同期比0.5%減、営業利益は1,679億円、同22.9%増と増収、大幅増益。
- ・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計画を上回る大幅な増益。
- ・その他収益・費用に海外ユニクロ事業を中心に店舗の減損損失などネットでは117億円のマイナスを計上。

#### ■国内ユニクロ事業：粗利益率、販管費比率が改善し、大幅な増益。計画を上回る

- ・売上収益は4,925億円、前年同期比6.2%増、営業利益は978億円、同36.6%増と増収、大幅な増益。
- ・既存店売上高は同5.6%増。在宅需要にマッチした商品、秋冬コア商品などの販売が好調。Eコマース売上高は同40.5%増の大幅な増収。
- ・粗利益率は値引率、原価率の改善で、2.9p改善。販管費比率は物流費、広告宣伝費の削減で1.4p改善。

### ■海外ユニクロ事業：減収も、営業利益は計画を上回る大幅な増益

- ・売上収益は5,218億円、前年同期比3.6%減、営業利益は670億円、同25.9%増と、減収、大幅な増益。東アジアの事業は総じて好調も、新型コロナ影響が大きかった欧米事業は販売に苦戦。
- ・グレーターチャイナは大幅な増収増益。韓国は若干の黒字に転換。
- ・その他アジア・オセアニア地区、欧州は大幅な減収減益、米国は大幅な減収、赤字幅が拡大。

### ■ジーユー事業：計画通り、ほぼ前年並みの業績

- ・売上収益は1,326億円、前年同期比0.3%増、営業利益は158億円、同0.4%増と、ほぼ前年並みの業績。
- ・スウェットライクニット、ラウンジウェアなどの販売が好調で、既存店売上高はほぼ前年並み。

### ■グローバルブランド事業：新型コロナの影響で大幅減収、赤字。計画を下回る

- ・売上収益は545億円、前年同期比22.2%減、営業利益は81億円の赤字。
- ・セオリー事業は米国、日本の業績が悪化、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月期の業績予想：通期は若干の上方修正、大幅増益を見込む

- ・売上収益2兆2,100億円、前期比10.0%増、営業利益2,550億円、同70.7%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。
- ・上期の上振れを反映し、通期は若干の上方修正。下期は変更せず。
- ・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、前年と同額を予想。

\*\*\*\*\*

### 業績概要

#### ■国内ユニクロ事業：粗利益率、販管費比率が改善し、大幅増益。計画を上回る

国内ユニクロ事業の上期の売上収益は4,925億円(前年同期比6.2%増)、営業利益は978億円(同36.6%増)と、増収、大幅な増益となりました。ラウンジウェアやヒートテック毛布などの在宅需要にマッチした商品、秋冬コア商品、ウルトラストレッチアクティブジョガーパンツなどのスポーツユティリティウェアの販売が好調だったことで、既存店売上高は同5.6%増となりました。また、Eコマース売上高は738億円(同40.5%増)と大幅な増収となりました。粗利益率は、販売が好調だったことに加え、値引き販売を抑制し、値引率が改善したこと、生産効率の改善で原価率が低下したことにより、50.7%と同2.9ポイント改善しました。販管費比率は31.0%と同1.4ポイント改善しました。これは、物流費、広告宣伝費を中心に効率化が進んだことによります。

#### ■海外ユニクロ事業：減収も、営業利益は計画を上回る大幅な増益

海外ユニクロ事業の上期の売上収益は5,218億円(前年同期比3.6%減)、営業利益は670億円(同25.9%増)と、減収、大幅な増益となりました。新型コロナウイルス感染症の影響が大きかった欧米事業は販売に苦戦しましたが、東アジアでの事業は総じて好調でした。なお、Eコマース販売は、各国・各エリアで増収と、好調な販売を維持しています。

地域別では、グレーターチャイナは中国大陸市場に加え、台湾市場、香港市場でも収益改善が進んだことから、大幅な増収増益となりました。粗利益率は値引き販売をコントロールしたことで、4.7ポイント改善、販管費比率は在庫を適正水準で運営し、店舗や物流のオペレーションが効率化したことで、2.5ポイント改善しました。韓国は引き続き厳しい環境にあり、大幅な減収となりましたが、粗利益率、販管費比率が改善した結果、営業利益は前年同期の赤字から若干の黒字となりました。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による臨時休業や行動規制の影響があり、大幅な減収減益となりました。ただし、ベトナムは、新型コロナウイルス感染症の影響が小さく、ユニクロブランドへの人気も高いことから、上期を通して好調な販売となり、大幅増益となっています。米国は店舗の臨時休業や入場規制、外出規制の影響を大きく受けたことで、大幅な減収となり、赤字幅は拡大しました。欧州も店舗の臨時休業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、ロシアは店舗の臨時休業がなく、冬物商品の販売が好調だったことで、既存店売上高は2桁増収、営業利益は大幅な増益となりました。

### ■ジーユー事業：計画通り、ほぼ前年並みの業績

ジーユー事業の上期の売上収益は1,326億円(前年同期比0.3%増)、営業利益は158億円(同0.4%増)と、ほぼ前年並みの業績となりました。新型コロナウイルス感染症の影響で、都心部を中心に客数が減少しましたが、TVCMで打ち出したスウェットライクニット、マストrendを捉えたダブルフェイスのスウェット、在宅需要にマッチしたラウンジウェアなどの販売が好調で、既存店売上高はほぼ前年並みとなりました。粗利益率は前年並み、販管費比率は経費コントロールの強化により、同0.4ポイント改善しました。

### ■グローバルブランド事業：新型コロナの影響で大幅減収、赤字。計画を下回る

グローバルブランド事業の上期の売上収益は545億円(前年同期比22.2%減)の大幅減収、営業利益は81億円の赤字(前年同期は7億円の黒字)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、日本の業績が悪化したことにより大幅な減収減益となりました。プラステ事業は、都心部を中心に客数が減少し、大幅な減収、営業利益は若干の赤字となりました。コントワー・デ・コトニエ事業は、店舗の臨時休業の影響により、大幅な減収、赤字幅が拡大しました。

### ■2021年8月期の業績予想：通期は若干の上方修正、大幅増益を見込む

2021年8月期の通期の連結業績予想は、売上収益が2兆2,100億円、前期比10.0%増、営業利益が2,550億円、同70.7%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%増を見込んでいます。上期の業績が上振れたことを反映し、通期の業績予想は若干の上方修正となりました。下期は期初予想から変更していません。なお、その他収益・費用については、期初予想通り200億円のマイナスを見込んでいます。これは、上期に減損損失など117億円のマイナスを計上しましたが、下期も、ユニクロ事業を中心に、スクラップ&ビルドに伴う除却損・閉店損や、店舗の減損損失などが発生するリスクを織り込んでいるためです。

海外ユニクロ事業は、通期は大幅な増収増益となる見込みです。エリア別には、グレーターチャイナは通期で大幅な増収増益を見込んでおります。韓国は、減収となるものの、粗利益率、販管費比率はともに改善することで、営業利益は黒字化する見込みです。その他アジア・オセアニア地区は、前年の下期のハードルが低いことから、この下期は、大幅な増収、黒字に転じる予想です。通期も大幅な増収増益となる見込みです。米国は、下期も引き続き新型コロナによる営業規制や外出自粛の影響が続くことを想定しているため、通期は大幅な赤字となる見込みです。ただし、前期のハードルが低いため、通期の赤字幅は縮小する予想です。欧州は、下期の赤字幅は縮小する予想ですが、上期の減益幅が大きかったため、通期の赤字幅は若干拡大する見込みです。国内ユニクロ事業は、下期、通期ともに増収増益を見込んでいます。下期は粗利益率は低下するものの、販管費比率は改善する見込みです。ジーユー事業は、下期、通期ともに大幅な増収増益となる見込みです。グローバルブランド事業は、通期は増収、赤字幅が縮小する見込みです。2021年8月期末の店舗数は国内ユニクロで813店舗(フランチャイズ店含む)、海外ユニクロで1,524店舗、ジーユー事業で440店舗、グローバルブランドで886店舗、合計3,663店舗を予想しています。

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。