

2021年8月期 決算サマリー

連結業績

(単位：億円)

	2020年8月期		2021年8月期						2022年8月期	
	通期実績 (19/9~20/8)	上期実績		下期実績		通期実績		通期予想		
		(20/9~21/2)	前年同期比	(21/3~21/8)	前年同期比	(20/9~21/8)	前期比	(21/9~22/8)	前期比	
売上収益	20,088 100.0%	12,028 100.0%	▲0.5% -	9,301 100.0%	+16.2% -	21,329 100.0%	+6.2% -	22,000 100.0%	+3.1% -	
売上総利益 (売上比)	9,758 48.8%	6,004 49.9%	+4.1% +2.2p	4,735 50.9%	+18.7% +1.0p	10,739 50.3%	+10.1% +1.7p	- -	- -	
販管費 (売上比)	8,058 40.1%	4,207 35.0%	▲4.1% ▲1.3p	3,976 42.8%	+8.4% ▲3.1p	8,184 38.4%	+1.6% ▲1.7p	- -	- -	
事業利益 (売上比)	1,700 8.5%	1,797 14.9%	+30.2% +3.5p	758 8.2%	+136.7% +4.2p	2,555 12.0%	+50.3% +3.5p	2,800 12.7%	+9.6% +0.7p	
その他収益・費用 (売上比)	▲206 -	▲117 -	- -	52 0.6%	- -	▲65 -	- -	▲100 -	- -	
営業利益 (売上比)	1,493 7.4%	1,679 14.0%	+22.9% +2.7p	810 8.7%	+542.6% +7.1p	2,490 11.7%	+66.7% +4.3p	2,700 12.2%	+8.4% +0.6p	
金融収益・費用 (売上比)	35 0.2%	34 0.3%	▲75.2% ▲0.9p	133 1.4%	- -	168 0.8%	+378.8% +0.6p	0 0.0%	- -	
税引前利益 (売上比)	1,528 7.6%	1,714 14.3%	+13.7% +1.8p	943 10.1%	- +9.8p	2,658 12.5%	+73.9% +4.9p	2,700 12.2%	+1.6% ▲0.2p	
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	903 4.5%	1,058 8.8%	+5.4% +0.5p	639 6.9%	- -	1,698 8.0%	+88.0% +3.5p	1,750 7.9%	+3.0% -	

グループ事業別業績

(単位：億円)

		2020年8月期		2021年8月期					
		通期実績 (19/9~20/8)	上期実績		下期実績		通期実績		
			(20/9~21/2)	前年同期比	(21/3~21/8)	前年同期比	(21/9~22/8)	前期比	
国内ユニクロ事業	売上収益	8,068	4,925	+6.2%	3,501	+2.0%	8,426	+4.4%	
	事業利益 (売上比)	1,068 13.2%	973 19.8%	+36.9% +4.5p	293 8.4%	▲18.0% ▲2.0p	1,266 15.0%	+18.5% +1.8p	
	営業利益 (売上比)	1,046 13.0%	978 19.9%	+36.6% +4.4p	253 7.2%	▲23.3% ▲2.4p	1,232 14.6%	+17.7% +1.8p	
	海外ユニクロ事業	売上収益	8,439	5,218	▲3.8%	4,083	+34.9%	9,301	+10.2%
海外ユニクロ事業	事業利益 (売上比)	635 7.5%	758 14.5%	+30.7% +3.8p	423 10.4%	+668.8% +8.6p	1,182 12.7%	+86.1% +5.2p	
	営業利益 (売上比)	502 6.0%	670 12.9%	+25.9% +3.1p	441 10.8%	- -	1,112 12.0%	+121.4% +6.0p	
	ジーユー事業	売上収益	2,460	1,326	+0.3%	1,167	+2.6%	2,494	+1.4%
	事業利益 (売上比)	228 9.3%	164 12.4%	+4.9% +0.6p	52 4.5%	▲27.0% ▲1.8p	216 8.7%	▲5.2% ▲0.8p	
グローバル ブランド事業	営業利益 (売上比)	218 8.9%	158 12.0%	+0.4% -	42 3.7%	▲28.7% ▲1.6p	201 8.1%	▲7.6% ▲0.8p	
	売上収益	1,096	545	▲22.2%	536	+35.7%	1,082	▲1.3%	
	事業利益 (売上比)	▲93 -	▲45 -	- -	▲13 -	- -	▲58 -	- -	
	営業利益 (売上比)	▲127 -	▲81 -	- -	65 12.2%	- -	▲16 -	- -	

【決算ハイライト】

■2021年8月期の連結業績：増収、大幅な増益、営業利益はほぼ計画通り

- ・売上収益は2兆1,329億円、前期比6.2%増、営業利益は2,490億円、同66.7%増、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,698億円、同88.0%の大幅増益。
- ・新型コロナウイルス感染症（以下、新型コロナ）の影響を大きく受けた前年に比べ、ユニクロ事業を中心に業績が回復。
- ・1株当たり期末配当金は240円の予定。年間配当金は480円と前年と同額の予定。

■国内ユニクロ事業：通期は大幅な増益。計画を若干下回る

- ・上期は売上が好調だったことに加え、売上総利益率の改善、経費の効率化が進み、大幅な増益。
- ・下期は減益。3Q3ヶ月間は増益も、新型コロナによる臨時休業や外出自粛の影響が大きく売上が計画を下回ったことから、4Q3か月間は在庫処分を強化し大幅減益。

- ・売上総利益率は、値引き販売の抑制、原価改善により1.4ポイント改善。売上高販管費率は物流費、広告宣伝費の効率化で0.4ポイント改善。

■海外ユニクロ事業：通期は大幅な増収増益。計画を若干上回る

- ・売上収益は9,301億円、前期比10.2%増、営業利益は1,112億円、同121.4%増。
- ・Eコマース売上高は、約20%の増収、売上構成比は約20%へ順調に拡大。
- ・グレーターチャイナは、大幅な増収増益、過去最高の業績。
- ・北米、欧州は、5月以降は行動規制や店舗の入場規制が緩和されたことで、売上が急回復。収益構造の改革を進めたことで、北米は赤字幅が半減、欧州は黒字化。
- ・その他アジア・オセアニア地区は、期を通して新型コロナの影響が大きく減収、大幅な減益。

■ジーユー事業：通期は増収減益。計画を若干下回る

- ・売上収益は2,494億円、前期比1.4%増、営業利益は201億円、同7.6%減。
- ・通期の既存店売上高は若干の減収。上期は、シェフパンツなどの商品の販売が好調。下期は、緊急事態宣言に加え、売れ筋商品の欠品、一部の商品がトレンドを捉え切れず、販売に苦戦。
- ・売上総利益率は、シーズン末に在庫処分を強化したことで、前期比0.9p低下。

■グローバルブランド事業：通期は減収、赤字幅が大幅縮小。ほぼ計画通り

- ・売上収益は1,082億円、前期比1.3%減、営業利益は16億円の赤字。
- ・J Brand法人の清算益に加え、セオリー事業の業績改善により赤字幅が大幅縮小。
- ・J Brand法人は8月に清算したが、引き続きグループブランドを通してJ Brand商品を提供していく予定。
- ・セオリー事業は増収、黒字に転換。米国の赤字幅が縮小、アジアが大幅な増収増益。

■2022年8月期の業績予想：増収増益を見込む

- ・売上収益2兆2,000億円、前期比3.1%増、営業利益2,700億円、同8.4%増、親会社の所有者に帰属する当期利益1,750億円、同3.0%増を見込む。
- ・1株当たり年間配当金は、中間配当金260円、期末配当金260円を合わせて520円を予想。
- ・上期は、足元で発生している新型コロナによる行動規制や臨時休業などの影響が一定程度継続することに加え、生産遅延、輸送遅延の影響を一部見込み、減収、大幅な減益を見込む。
- ・下期は、規制が緩和され、商売が通常通りできることを想定し、大幅な増収増益を見込む。

業績概要

■国内ユニクロ事業：通期は大幅な増益。計画を若干下回る

国内ユニクロ事業の当連結会計年度の売上収益は8,426億円（前期比4.4%増）、営業利益は1,232億円（同17.7%増）と、大幅な増益となりました。既存店売上高（Eコマースを含む）は、同3.6%の増収となりました。上期は、在宅需要にマッチした商品や秋冬コア商品の販売が好調で、前年同期比5.6%増収となりました。下期は、緊急事態宣言や天候不順の影響を受け、同0.9%増収にとどまりました。通期のEコマース売上高は1,269億円、前期比17.9%増、売上構成比は15.1%と、順調に拡大しております。

売上総利益率は前期比1.4ポイント改善しました。これは、主に値引き販売を抑制したこと、原価改善の取り組みを進めたことによります。当社では3月12日から消費税の総額表示対応として、これまでの販売価格をそのまま消費税込みの価格とし、お客様のお求めやすい価格で販売しています。素材の共通化、品番数のコントロール、生地ロス率の最小化など、パートナー工場と一体で進めた原価改善の施策の成果により、原価率はほぼ例年の水準を維持しています。売上高販管費率は、物流費や広告宣伝費の効率化により、同0.4ポイント改善しました。

■海外ユニクロ事業：通期は大幅な増収増益。計画を若干上回る

海外ユニクロ事業の当連結会計年度の売上収益は9,301億円（前期比10.2%増）、営業利益は1,112億円（121.4%増）と、大幅な増収増益となりました。新型コロナウイルスの感染拡大が引き続き業績に対して大きな影響を与えましたが、感染が抑えられた地域や期間に関しては、業績が大幅に回復しました。

地域別では、新型コロナウイルスの影響が少なかったグレーターチャイナは大幅増益と好調でした。グレーターチャイナは、売上収益が5,322億円（同16.7%増）、営業利益が1,002億円（同52.7%増）と、過去最高の業績を達成しました。売上総利益率、売上高販管費率とも改善したことで、営業利益率は18.8%と大幅に改善しています。韓国は通期で若干の減収も、黒字化しました。一方で、その他アジア・オセアニア地区（東南アジア・オーストラリア・インド）は期を通して新型コロナウイルスの影響を大きく受けたことで、営業利益は約15%の減益となりました。国別では、新型コロナウイルスの影響が最も大きかったマレーシア、タイ、フィリピンは減収減益となりました。シンガポール、インドネシア、インド、オーストラリアは増収増益となりました。ベトナムは通期で大幅な増収、黒字を達成しました。その他アジア・オセアニア地区の各国は新型コロナウイルスの影響を受けたものの、店舗営業を再開した期間は好調な販売となりました。北米は、5月以降は規制が緩和されたことで売上が急回復し、下期は黒字化、通期で赤字幅が半減しました。欧州は、Eコマース事業とロシアの業績が好調だったことで、大幅な増収、黒字を達成しました。北米と欧州は、コロナ禍で、売上総利益率の改善、不採算店舗の閉店、固定費の削減や在庫水準の適正化など収益構造の改革を進めたことで、売上の回復に伴い収益性を大きく改善させることができました。

■ジーユー事業：通期は増収減益。計画を若干下回る

ジーユー事業の当連結会計年度の売上収益は2,494億円（前期比1.4%増）、営業利益は201億円（同7.6%減）と増収減益となりました。上期はシェフパンツ、スウェットライクセーターなどの販売が好調だった一方で、下期は緊急事態宣言の影響を受けたことに加え、売れ筋商品の欠品による機会ロスが生じたこと、一部の商品がトレンドを捉え切れず想定ほどの売上にならなかったため、通期の既存店売上高は若干の減収となりました。売上総利益率は、シーズン末に在庫処分を強化した結果、同0.9ポイント低下しました。なお、Eコマース売上高は、情報発信の強化により増収、2年前比で約5割増収、売上構成比は約11%となりました。

■グローバルブランド事業：通期は減収、赤字幅が大幅縮小。ほぼ計画通り

グローバルブランド事業の当連結会計年度の売上収益は1,082億円（前期比1.3%減）、営業利益は16億円の赤字（前期は127億円の赤字）となりました。J Brand 法人の清算益に加え、セオリー事業の業績が改善したことにより大幅に赤字が縮小しました。セオリー事業は、増収、黒字に転換しました。これは、米国の赤字幅が縮小したことに加え、アジア（中国大陸、香港）が大幅な増収増益と好調な業績となったことによります。プラステ事業は、減収、前年並みの赤字となりました。コントワー・デ・コトニエ事業は、減収、赤字幅は拡大しました。これは主に、5月までフランスを中心に新型コロナウイルスの影響で断続的に店舗を臨時休業したためです。なお、J Brand 法人は清算しましたが、J Brand のブランドは引き続きファーストリテイリンググループで所有し、グループブランドを通して、商品を提供していきます。

■2022年8月期の業績予想：増収増益を見込む

通期の業績予想につきましては、売上収益2兆2,000億円（前期比3.1%増）、営業利益2,700億円（同8.4%増）、税引前利益2,700億円（同1.6%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益1,750億円（同3.0%増）を予想しています。

上期は足元で発生している新型コロナウイルスによる行動規制や臨時休業などの影響が一定程度継続することに加え、生産遅延、輸送遅延の影響を一部見込み、減収減益を予想しています。下期については、規制が緩和され、商売が通常通りできることを想定し、増収、大幅な増益を見込んでいます。

2022年8月期は、「情報製造小売業」への変革を加速する年度として、以下4つの取り組みに注力します。

① 質の高い売上により、収益構造を変革します。値引きに依存した商売から脱却し、商品やブランドの価値

を訴求すると同時に品番数を削減し、無駄のない商売を推進します。

② 情報製造小売業の基盤としてのEコマースの拡大を加速します。Eコマースはお客様とダイレクトにつながるができるため、Eコマースを拡大することで、事業全体の売上拡大につなげます。

③ グローバルで収益の柱を多様化します。グレーターチャイナ、東南アジアに加え、北米、欧州も収益を拡大していきます。

④ 中長期成長戦略として、事業と一体でサステナビリティの取り組みを加速します。

各セグメントでは、国内ユニクロ事業は在庫の適正化や値引き販売の抑制などの事業構造変革に取り組むことから業績が一時的に低下すると予想し、減収減益を見込んでいます。ジーユー事業は若干の減収、営業利益は前年並みとなる見込みです。これは上期は前年の業績が好調でハードルが高いことに加え、生産遅延の影響を見込んでいるためです。下期は業績が大幅に回復することを見込んでいます。海外ユニクロ事業は大幅な増収増益、グローバルブランド事業は大幅な増収、黒字化を予想しています。なお、2022年8月期の業績予想については、新型コロナの影響により、想定以上に店舗が通常営業できない状態が続くなど、状況が変化する場合は、業績見直しを変更する可能性があります。

1株当たり年間配当金は、中間配当金260円、期末配当金260円を合わせて520円を予想しています。

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。

以 上