

## 2024年8月期 上期 決算サマリー

### 連結業績

(単位：億円)

	2023年8月期		2024年8月期			
	上期実績 (2022/9~2023/2)	通期実績 (2022/9~2023/8)	上期実績 (2023/9~2024/2)		通期予想 (2023/9~2024/8)	
				前年同期比		前期比
売上収益	14,673	27,665	15,989	+9.0%	30,300	+9.5%
売上総利益 (売上比)	7,415 50.5%	14,363 51.9%	8,452 52.9%	+14.0% +2.4p	- -	- -
販管費 (売上比)	5,242 35.7%	10,543 38.1%	5,940 37.2%	+13.3% +1.5p	- -	- -
事業利益 (売上比)	2,173 14.8%	3,819 13.8%	2,511 15.7%	+15.6% +0.9p	4,500 14.9%	+17.8% +1.1p
営業利益 (売上比)	2,202 15.0%	3,810 13.8%	2,570 16.1%	+16.7% +1.1p	4,500 14.9%	+18.1% +1.1p
税引前利益 (売上比)	2,304 15.7%	4,379 15.8%	2,993 18.7%	+29.9% +3.0p	5,000 16.5%	+14.2% +0.7p
親会社の所有者に 帰属する当期利益 (売上比)	1,533 10.5%	2,962 10.7%	1,959 12.3%	+27.7% +1.8p	3,200 10.6%	+8.0% ▲0.1p

### グループ事業別業績

(単位：億円)

		2023年8月期		2024年8月期	
		上期実績 (2022/9~2023/2)	通期実績 (2022/9~2023/8)	上期実績 (2023/9~2024/2)	
					前年同期比
国内ユニクロ事業	売上収益	4,951	8,904	4,851	▲2.0%
	事業利益 (売上比)	669 13.5%	1,167 13.1%	764 15.8%	+14.2% +2.3p
	営業利益 (売上比)	673 13.6%	1,178 13.2%	772 15.9%	+14.7% +2.3p
海外ユニクロ事業	売上収益	7,552	14,371	8,839	+17.0%
	事業利益 (売上比)	1,249 16.5%	2,251 15.7%	1,500 17.0%	+20.1% +0.5p
	営業利益 (売上比)	1,226 16.2%	2,269 15.8%	1,509 17.1%	+23.0% +0.9p
ジーユー事業	売上収益	1,455	2,952	1,595	+9.6%
	事業利益 (売上比)	117 8.1%	248 8.4%	151 9.5%	+28.7% +1.4p
	営業利益 (売上比)	130 9.0%	261 8.9%	153 9.6%	+17.5% +0.6p
グローバル ブランド事業	売上収益	702	1,416	694	▲1.2%
	事業利益 (売上比)	▲4 -	5 0.4%	▲17 -	- -
	営業利益 (売上比)	1 0.2%	▲30 -	▲17 -	- -

### 【決算ハイライト】

#### ■2024年8月期上期の連結業績：増収、大幅な増益。過去最高の業績

- ・売上収益は1兆5,989億円、前年同期比9.0%増、営業利益は2,570億円、同16.7%増。
- ・欧米、東南アジアのユニクロ事業、ジーユー事業の業績が好調で、グループ全体の事業拡大をけん引。
- ・親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,959億円、同27.7%増。中間配当金175円を含め、年間の配当金は350円、前期比で60円の増配を予定。

#### ■国内ユニクロ事業：減収も、売上総利益率が改善し、大幅な増益

- ・売上収益は4,851億円、前年同期比2.0%減、営業利益は772億円、同14.7%増。
- ・暖冬にマッチした商品構成や情報発信が不足し、既存店売上高は3.4%減。
- ・売上総利益率は3.6pの大幅な改善。発注精度の改善に伴い、追加生産に使用するスポット為替レートの影響が低減し、原価率が大幅に改善。

### ■海外ユニクロ事業：大幅な増収増益、欧米は成長の好循環へ

- ・売上収益は8,839億円、前年同期比17.0%増、営業利益は1,509億円、同23.0%増。
- ・北米と欧州は大幅な増収増益。新規顧客層が継続的に拡大し、お客様のLifeWearへ支持がさらに高まる。
- ・東南アジア・インド・豪州地区は大幅な増収増益、韓国は増収増益。
- ・グレーターチャイナは、増収、営業利益は前年並み。暖冬や消費意欲の低下の影響で、売上が伸び悩む。

### ■ジーユー事業：増収、大幅な増益

- ・売上収益は1,595億円、前年同期比9.6%増、営業利益は153億円、同17.5%増。
- ・マストレンド商品の数量を十分に準備し、販売を強化したことで、好調な業績。

### ■グローバルブランド事業：減収、営業利益は赤字

- ・売上収益は694億円、前年同期比1.2%減、営業利益は17億円の赤字。
- ・セオリー事業は増収も、販管費比率が上昇し、減益。プラステ事業とコントワー・デ・コトニエ事業は、店舗数が減少したことで減収、前年並みの赤字。

### ■2024年8月期の連結業績予想：過去最高の業績、年間で前期比60円の増配を予想

- ・売上収益3兆300億円、前期比9.5%増、営業利益4,500億円、同18.1%増、親会社の所有者に帰属する当期利益3,200億円、同8.0%増を見込む。
- ・売上収益は上期の下振れを反映し、200億円の減額修正。親会社の所有者に帰属する当期利益は、受取・支払利息の見込み額を修正し、100億円増額修正。
- ・1株当たり年間配当金は、中間配当金175円を含み、年間350円を予想。年間で前期比60円の増配を見込む。

\*\*\*\*\*  
**業績概要**

### ■国内ユニクロ事業：減収も、売上総利益率が改善し、大幅な増益

国内ユニクロ事業の上期の売上収益は4,851億円（前年同期比2.0%減）、営業利益は772億円（同14.7%増）と、減収、大幅な増益となりました。既存店売上高は同3.4%の減収となりました。これは、シーズン初めの9月、10月、及び商売規模の大きい12月に、気温が例年よりも高く推移し、冬物需要が高まらなかったことに加え、暖冬にマッチした商品構成や情報発信が十分にできなかったことによります。売上総利益率は、主に原価率の改善により、同3.6ポイントの大幅な改善となりました。原価率は、前年は追加生産に使用するスポット為替レートが急激に円安になった影響で悪化しましたが、今年は、発注精度の改善に伴い、追加生産の総量が減り、スポット為替レートの影響が低減したことで、大幅に改善しました。売上高販管費比率は、同1.3ポイント上昇しました。これは主に、減収となったことで、人件費比率、減価償却費比率が上昇したことによります。

### ■海外ユニクロ事業：大幅な増収増益、欧米は成長の好循環へ

海外ユニクロ事業の上期の売上収益は8,839億円（前年同期比17.0%増）、営業利益は1,509億円（同23.0%増）と、大幅な増収増益となりました。特に、北米、欧州のユニクロ事業は、LifeWearが浸透し顧客層が拡大していることに加え、出店の加速により、事業成長の好循環に入っています。

地域別の業績（現地通貨ベース）については、中国大陸は、増収、若干の減益となりましたが、決算賞与の計上タイミングの変更の影響を除くと、若干の増益でした。中国大陸は、第1四半期3カ月間に冬物商品の販売が好調だったことで、既存店売上高が約2割の増収となり、上期全体でも増収となりました。第2四半期3カ月間は、暖冬や不安定な気温の中、実需にマッチした商売を行えなかったことに加え、消費意欲が伸び悩んだことで、既存店売上高は若干の減収となりました。香港は増収増益、台湾は増収、営業利益は前年並みの水準となりました。韓国は気温の低下と冬物商品の打ち出しがマッチしたことで、増収増益となりました。東南アジア・インド・豪州地区は、冬物商品や売場を早期に立ち上げた春夏商品の販売が好調で、大幅な増収増益

となりました。北米と欧州は、いずれも大幅な増収増益となりました。新規顧客層が継続的に拡大し、地元のお客様の LifeWear に対する支持がさらに高まっていることで、大変好調な業績となりました。

### ■ジーユー事業：増収、大幅な増益

ジーユー事業の上期の売上収益は1,595億円（前年同期比9.6%増）、営業利益は153億円（同17.5%増）と、増収、大幅な増益となりました。マストトレンド商品の数量を十分に準備し、販売を強化した結果、ヘビーウェイトスウェット、ヒートパデッドアウター、カーゴパンツ、ワイドジーンズなどの販売が好調で、上期の既存店売上高は増収となりました。営業利益率は同0.6ポイント改善しました。これは、生産効率の改善などにより原価率が改善し、売上総利益率が改善したことによります。

### ■グローバルブランド事業：減収、営業利益は赤字

グローバルブランド事業の上期の売上収益は694億円（前年同期比1.2%減）と減収、営業利益は17億円の赤字（前年同期は1億円の黒字）となりました。セオリー事業は、日本事業とアジア事業の販売が好調で、増収となりましたが、給与水準の引き上げにより人件費が増加し、売上高販管費比率が上昇したことで、減益となりました。プラステ事業は、主に事業構造改革に伴い店舗数が前年同期末比で約6割減となったことで、減収、営業利益は前年並みの若干の赤字となりました。コントワー・デ・コトニエ事業は、事業構造改革により、店舗数が前年同期末比で約1割減少したことに加え、冬物主力商品が欠品したことで、集客に苦戦し、減収、前年並みの赤字となりました。

### ■2024年8月期の業績予想：過去最高の業績、年間で前期比60円の増配を予想

2024年8月期の通期の連結業績は、売上収益3兆300億円（前期比9.5%増）、事業利益4,500億円（同17.8%増）、営業利益4,500億円（同18.1%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益3,200億円（同8.0%増）と、過去最高の業績を見込んでいます。売上収益は1月に発表した直近予想から、上期の下振れを反映し、200億円減額修正しました。営業利益はほぼ業績予想通りの進捗のため、変更していません。親会社の所有者に帰属する当期利益は、受取・支払利息の見込み額を修正し、100億円の増額修正となりました。

グループの収益の柱の多様化を加速させるために、下期も引き続き、以下5つの重点課題への取り組みを強化していきます。

- ①グローバルに最適な商品開発、ブランディングの強化
- ②質の高い出店の強化
- ③SKU単位、個店単位にこだわった経営の実行
- ④グループブランドの強化
- ⑤グローバル視点の経営へ変革

セグメント別では、海外ユニクロ事業は、下期、通期ともに大幅な増収増益を予想しています。特に、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、下期、通期ともに大幅な増収増益と、引き続きグループ全体の事業拡大を牽引する見込みです。グレーターチャイナは下期、通期ともに増収、若干の増益。韓国は下期、通期ともに増収増益となる見込みです。国内ユニクロ事業は、下期は増収、売上総利益率と売上高販管費比率がともに若干改善することで、営業利益は大幅な増益を見込んでいます。通期では若干の増収、大幅な増益を予想しています。ジーユー事業は、下期、通期ともに増収、大幅な増益、グローバルブランド事業は、下期、通期ともに若干の増収、黒字化を見込んでいます。

なお、1株当たり年間配当金は、直近予想から年間で20円増額修正し、中間配当金175円、期末配当金175円、合わせて350円を予想しています。前期と比べて年間で60円の増配となっています。

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います。

以上