



FAST RETAILING

www.fastretailing.com

BUSINESS REVIEW 2026

第2四半期累計ビジネスレビュー

2025年9月1日～2026年2月28日

株式会社ファーストリテイリング





代表取締役会長兼社長

柳井 正

Tadashi Yanai

80億人の世界市場へ

世界各地でLifeWearへの支持は大きく広がり、ブームとも言える状況が生まれています。「世界で最もお客様に愛される、真のグローバルブランドになる」という、私たちの目標が、夢物語ではないと思えるところまで来ることができました。

2026年8月期上期の連結業績は、売上収益2兆552億円、前年同期比14.8%増、事業利益3,869億円、同28.3%増と、上期として過去最高の業績を達成しました。なかでも、ユニクロ事業は、北米、欧州、韓国、東南アジア・インド・豪州地区で2桁の増収増益、グレーターチャイナで増収、2桁の増益と、すべての地域で高い事業成長を継続しています。

今、LifeWearは「新たな服のスタンダード」として認知され始めています。お客様が服に求める基準は大きく変わりました。安心、適正な方法で調達された、間違いのない素材、信頼できる工場で生産された服を長く、大切に着る。それをさらにリサイクル、リユースする。そういう服の着方が広がっています。「ブーム」の背景に

は、このような時代の変化があります。今、私たちは、最高のポジションにいて、目の前には大きなチャンスが広がっています。

世界では、国家間の対立が絶えません。しかし、国を越えた企業活動は、着実につながりを深めています。人々のライフスタイルは、ますます共通性が高くなり、ある国や地域で売れる商品は、世界のどこでも売れる傾向が強まっています。世界のマーケットは1つです。かつて私たちが日本一をめざした時、1億2千万人だった市場は、80億人になりました。勇気をもって世界中に打って出て、人々から必要とされるブランドだけが最終的に勝ち残る。私はそう信じています。

この春、ロサンゼルス・ドジャースと歴史的なパートナーシップに合意しました。これは両者が力を合わせ、より良い世界を創り出すための社会貢献活動を含む、広範なパートナーシップです。ドジャースが海外の企業と、このようなパートナーシップを結ぶのは初めてのことです。世界各地で地域社会に貢献する活動を一段と強化していきます。

世界中で広がる UNIQLOブーム

高品質で快適、丁寧につくられた服を、誰でも買い求めやすい価格で提供したい。この考えをカタチにしたのが、LifeWear(究極の普段着)です。今、LifeWearへの共感と評価が高まり、世界中でユニクロへの支持が拡大しています。ユニクロ事業がすべての地域で増収増益と、高い成長を継続し、上期のファーストリテイリングの売上は2兆552億円を達成。同期は売上3兆9,000億円を見込んでいます。

売上収益

2025年8月期上期
1兆7,901億円

2026年8月期上期
2兆552億円
前年比 14.8% ▲

UNIQLO
BOOM

1 世界各国の有力メディアに、 ユニクロが次々と取り上げられています

2025年秋以降、世界の有力メディアでユニクロに注目した特集記事が増えています。「The New York Times」「The New Yorker」「Bloomberg」(米国)、「The Times」(英国)、「Hypebeast」(香港/米国)などが、LifeWearのコンセプトや、ユニクロの成長の源泉に注目して報じ、世界中でユニクロのブランド認知度が向上しています。

WEB 記事の詳細内容はここから



「The New York Times」
(米国)



「Bloomberg」
(米国)



「The Times」
(英国)

UNIQLO
BOOM

2 ユニクロの商品やサービス、 企業活動がお客様に高く評価されています

世界最大級のブランディング専門会社インターブランドが発表する価値評価ランキング「Best Global Brands 2025」に初めてランクイン、ユニクロは世界で47位でした。中国大陸で強い影響力をもつ経済誌「第一財經」が実施する消費者投票による調査・評価でも「トップブランド」を14年連続で獲得しました。



市場調査会社カンターの「最も価値ある
グローバルブランドTOP100」に初選出

INTERBRAND
BEST GLOBAL
BRANDS 2025

「インターブランド」(英国)



「第一財經」(中国大陸)



ユニクロ ビーバーガッセ店(ドイツ)

UNIQLO
BOOM

3 世界中の大都市に旗艦店を 積極的に出店しています

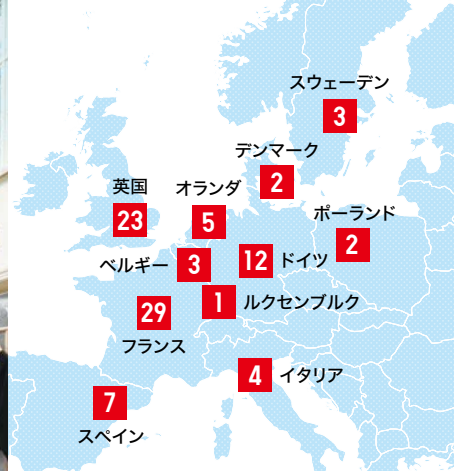
ユニクロは、世界各地で積極的に出店を進め、大成功を収めています。特に、ブランドのショーケースとなる旗艦店は、これまで以上に出店を加速。2026年8月期上期は、日本、ベルギー、英国、ドイツ、豪州、米国、香港、中国大陸、シンガポールなどに旗艦店や地域の象徴となる店舗を出店し、ユニクロの存在感が高まっています。ドイツでは、フランクフルトの1店舗目となるビーバーガッセ店が、国営放送でも紹介されるなど、ユニクロに対する高い関心と期待が集まっています。



ユニクロ ブライアントパーク
5thアベニュー店(米国)

ユニクロ 長沙平和堂店(中国大陸)





合計
91 店舗
 前年同期比 +9
 (2026年2月末時点)

2桁成長を続ける ユニクロ欧州事業

ユニクロの欧州事業は、2022年8月期から毎年、30~50%の売上増を続けており、大変好調です。2026年8月期上期も2桁の大幅な増収増益と、業績拡大の勢いは継続しています。高成長を持續している理由は数多くありますが、なかでも、継続的な旗艦店出店がブランド認知を高める上で最も大きな効果を発揮しています。この上半期は、ベルギーのアントワープに旗艦店を出店し、大成功を収めました。欧州各地の一等地に旗艦店を出店し、より多くのお客様に商品やサービスを提供することで、ユニクロへの理解と共感が大きく進んでいます。また、服に本質的な良さを求める欧州のお客様とLifeWearの親和性はとても高く、カシミアやヒートテック、



UNIQLO MEIR

ユニクロ メイヤー店。もとのベルギー1号店を、アントワープ中心部に立つ優美な歴史的建造物へ移転し、新たな旗艦店として2025年9月にオープンしました。



ダウンなどのコア商品への厚い支持がロイヤルカスタマーの拡大につながっています。近年では、29歳以下のお客様の売上構成比が高まり、若いお客様が最も注目するブランドになっています。

今後も、欧州各地でユニクロのファンを加速度的に増やし、近い将来に売上1兆円の達成をめざしています。ライフスタイルの変化を先取りするヒット商品の開発、さらなる出店の加速、サプライチェーンの改革、経営人材の育成に取り組んでいきます。

成長の勢いが続く 国内ユニクロ事業

国内ユニクロ事業は、2025年8月期に売上1兆円を突破し、2026年8月期上期の売上収益は前年同期比7.4%増、事業利益は同13.4%増と好業績が継続しています。LifeWearへの支持が高まっていることに加え、生産、物流、商品計画、マーケティング、売場が連動し、商品をお客様が欲しい時に提供する体制を構築しつつあることが好調の背景です。店長が、在庫や人材の育成・活用に裁量をもち、1店舗1店舗が、地域のお客様のニーズに応える「個店経営」の実践も、成長の原動力です。

国内ユニクロ事業は、今後もグループ全体をリードする最重要市場の1つです。個店経営の進化、旗艦店の出店、既存店のスクラップ&ビルドを加速し、地域にとって必要不可欠な存在をめざします。



INTERVIEW

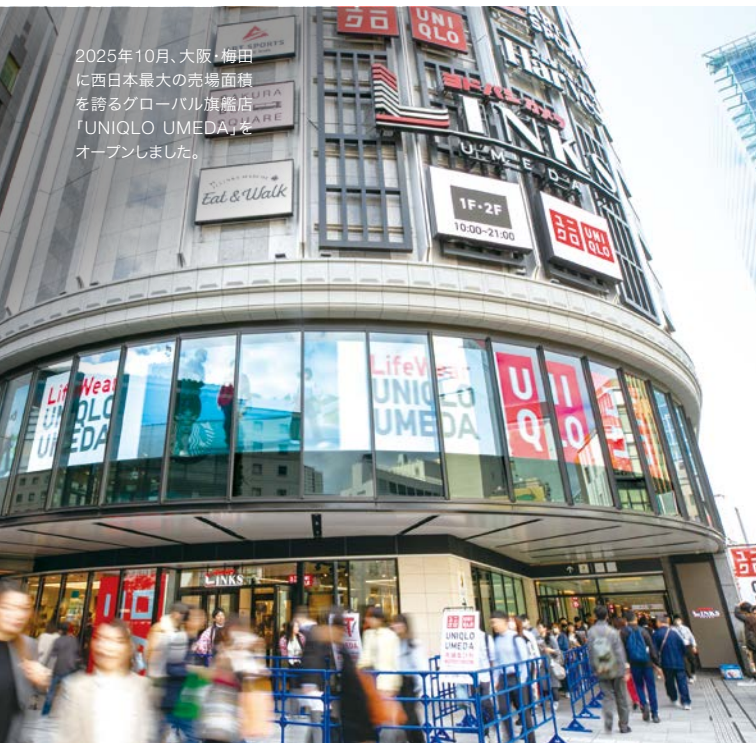
個店経営
とは？

スタッフの声を活かし みんなを主役にする個店経営

お客様のニーズは、店舗ごとに異なります。一人ひとりのお客様に満足していただけるよう、店長は、在庫や人材の育成・活用において多くの裁量が与えられ、地域に根差した「個店経営」を実践しています。そのなかで、私が意識しているのは、スタッフを主役にすることです。みんなの声を積極的に聞き、アイデアを出してもらい、全員でチャレンジを繰り返すことで、個々の成長を後押しすることが大事です。こうした考えをもつきっかけは、米国の旗艦店での店長としての経験でした。売場面積も、売上も大きく、自分一人の力だけでは何もできません。スタッフとよく話して、地域やお客様を理解し、スタッフ中心の運営をすることで、お客様の満足も売上も高められることを実感しました。

銀座店には、世界約150の国と地域からお客様が訪れます。冬でもエアリズムが売れるなど、通年で定番商品が人気です。スタッフから売場で気付いたことを積極的に聞き、来店客の多い国の販売データも確認して、在庫や売場づくりをきめ細かく行っています。業務アプリを活用し、スタッフが販売計画や進捗などを即座に把握する仕組みが整ったことも、個店経営の実践に役立っています。

ユニクロ 銀座店 店長
幸田 勇紀



2025年10月、大阪・梅田に西日本最大の売場面積を誇るグローバル旗艦店「UNIQLO UMEDA」をオープンしました。

Voices of Customers

お客様からの声

ユニクロの商品開発で最も大切にしているのは「お客様の声」です。お客様のニーズを理解し、商品の改良、生活様式の変化を捉えた新商品の開発に活かしています。お客様の声の一部をご紹介します。



こちらから
あなたの声を
聞かせてください

Voice

1

突然のメールを失礼します！2014年頃、ユニクロさんの青い車柄の赤ちゃん服を購入して、代々下の子、姉の子と渡っていき、ついに5代目まで来ました！上の子は11歳になりました。今は一番下の子が7カ月で着ています(笑)。感動したので、ユニクロさん、ありがとう！の気持ちを込めて送らせていただきました。スナップボタンの色が違うのもほんとうにありがたかったです！質のいい着やすい服って意外とないので、これからも私たちに寄り添った服をどうぞ宜しくお願いします。ありがとう。

|日本のお客様より

≫ ベビー商品開発担当: 質が良く、長く着てもらえるベビー服をお届けしたい。そんな思いで商品をつくっています。こんなにも長く愛用していただいていることに、感謝をお伝えしたいです。

ボディスーツ/ポインテール/前開き



Voice

2

週末の広告をすごく楽しみにしています。ユニクロの広告は情報が細かいと改めて思いました。商品と値段の情報が主な広告。素材、カラー展開、着用イメージ、改善点、オンライン販売あり、お客様ボイス…など。限られたスペースの情報が多です。参考になります。すごいなと思いました。これがネットだと探すのがとても大変です。紙面だと個人的にはとてもいいです。じっくり比べて探せるからです。広告費は膨大で大変だと思いますが、何とか長期休みのときだけでも続けてほしいです。これがきっかけで買いに行くことがありますので。新聞広告自体減っていますが、誰かが目にして口伝えやSNSで広めるかもしれません。その週に買わなくてもユニクロのことはずっと気にすることになるので、頻繁にユニクロをチェックするきっかけにもなります。頻度が減っても何とか新聞広告を続けてほしいです。よろしくお願いします。

|日本のお客様より

≫ チラシ制作担当: 隅々まで確認いただいて、チーム一同感謝しております。「チラシはお客様へのラブレター」と考え、細部にこだわって制作しております。さらにわかりやすく伝えられるよう、進化させていきます。

Voice

3

まずは、ユニクロ様、エアリズムの長袖の再販、本当にありがとうございます。私見ですが、この商品は本当にユニクロ製品の中でも名品の1つだと思います。店で売らなくてもいいです。セール価格にしなくてもいいです。必要な人には本当に必要な商品です。レビューにも同じような声が溢れています。どうか定番商品として常に販売をお願い致します。唯一無二の素晴らしい製品です。他に何も言うことはありません。本当にありがとうございます。定番商品化してくれることを信じて今回は4枚の購入にとどめましたw

|日本の商品レビューより

≫ メンズインナー担当: 熱い再販のご要望ありがとうございます。同様の声を多数頂いているため、日本では2026年春夏より、オンラインだけでなく、店頭でも販売いたします。ぜひご利用ください。

エアリズム
クルーネックT/長袖





上：中央左から、株式会社乃村工藝社、トヨタモビリティ神奈川、雪印メグミルク株式会社。
 左下：感動ジャケットやスーパーノンアイロンスリムシャツなどを着用するPeach Aviation株式会社の旅客スタッフ。右下：ドライノンアイロンジーンズを着て、接客に臨むトヨタモビリティ神奈川の社員。

「UNIQLO UNIFORM」 ご好評に応え、事業を拡大

ユニクロの服を制服や作業着、ユニフォームとして活用する学校・企業・スポーツチームなどが、2026年8月期には2万件を超える見通しです。増加する需要にお応えするために、このサービスを担う「UNIQLO UNIFORM」事業の体制を強化し、さらなる事業拡大をめざします。

「UNIQLO UNIFORM」は、ユニクロの多彩な定番商品の中から自由に選べる利便性に加え、涼しさや暖かさ、動きやすさなど、着る人が必要とする機能性を備えた服を、手頃な価格、まとまった数量で確実に揃えられることで、ご好評を得ています。営業・在庫管理・生産体制を強化し、必要な数量を短納期でお届けできる体制を構築していきます。制服・作業着・ユニフォームのあり方を変え、より快適な職場、学校、スポーツシーンを実現します。

温室効果ガス排出量 削減目標を引き上げ

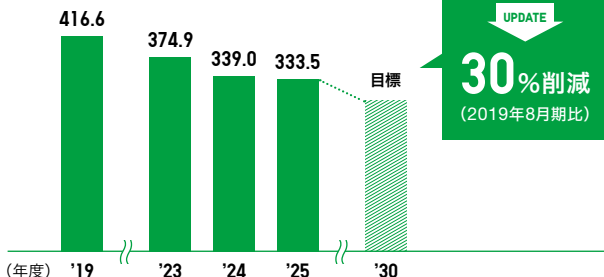
当社は、2050年までに温室効果ガス(GHG)排出量実質ゼロを達成するために、自社の店舗やオフィス、サプライチェーンにおけるGHG排出量の削減に取り組んでいます。自社の店舗やオフィスでの2025年8月期のGHG排出量は、2019年8月期比90.3%削減と、2030年8月期までに同90%削減する目標を前倒しで達成しました。サプライチェーン*は、同19.9%削減と、2030年8月期までに同20%削減する目標を概ね達成しました。これを受け、サプライチェーン*における2030年8月期までの削減目標を30%に引き上げました。目標達成を支えるのは、取引先工場との強固なパートナーシップです。工場とは、品質向上への強い思いに加え、サステナビリティの考え方についても共有し、GHG排出量削減に一体となって取り組んできました。当社の社員が高い頻度で工場を訪問し、削減計画の進捗確認や見直し、高効率なボイラーや再生可能エネルギーの調達先の紹介、専門家による過剰なエネルギー使用の原因特定など、必要な支援を行っています。



過剰なエネルギー使用を特定・解消し、GHG排出量と運営コストの削減に寄与。

GHG排出量削減目標の推移 (サプライチェーン)*

(単位：万t-CO₂e)



*ユニクロ・ジーユーの商品の原材料生産・素材生産・縫製に関わる排出量が対象



上期は過去最高の業績 全地域でユニクロへの 支持がさらに拡大

株式会社ファーストリテイリング取締役
グローバル首席執行役員
CFO
岡崎 健

上期は大幅な増収増益、過去最高の業績

上期の連結業績は、売上収益2兆552億円(前年同期比14.8%増)、事業利益*3,869億円(同28.3%増)、親会社の所有者に帰属する中間利益2,792億円(同19.6%増)と、大幅な増収増益、過去最高の業績となりました。特に、ユニクロ事業はすべての地域で増収増益と好調でした。これは、通年で販売するコア商品を、今のトレンドのシルエットや素材にアップデートし、訴求を強化したことで、冬物商品だけでなく、通年で販売するコア商品の売上も好調となったためです。グローバルでブランドのショーケースとなる旗艦店、大型店を続々と出店していることも、お客様からの支持の拡大につながりました。

国内ユニクロ事業の上期の売上収益は5,817億円(同7.4%増)、事業利益は1,107億円(同13.4%増)と、増収、大幅な増益となりました。通年商品が期を通して好調な販売となったことに加え、気温の低下に伴い、冬物商品も増収に寄与しました。

海外ユニクロ事業の上期の売上収益は1兆2,413億円(同22.4%増)、事業利益は2,330億円(同37.4%増)と、大幅な増収増益となりました。北米と欧州は、2桁の増収増益でした。旗艦店・大型店を通して、ブランドへの理解が深まっていることで、顧客層が拡大し、高い成長を継続しています。東南アジア・インド・豪州地区は、旅行ニーズに合わせて、冬物商品の在庫

を戦略的に拡充したことが奏功し、2桁の増収増益となりました。韓国は、若いお客様の支持が拡大し、2桁の増収増益でした。グレーターチャイナは増収、2桁の増益となりました。W11や旧正月の商戦期に、商品価値やスタイリングを伝えるマーケティングを強化し、好調な販売となりました。

ジーユー事業の上期の売上収益は1,684億円(同1.6%増)、事業利益は157億円(同20.1%増)と、若干の増収、大幅な増益となりました。ソフトシアークルーネックTシャツやバレエスニーカーなど、マストトレンドを捉えた商品の販売が好調だったことに加え、台湾と香港の新店の売上が好調に推移したことで、増収となりました。

グローバルブランド事業の上期の売上収益は627億円(同7.5%減)と減収、7億円の事業赤字(前年同期は11億円の黒字)となりました。これは主に、セオリーの米国事業が、百貨店の業績不振を受け、販売に苦戦したことによります。

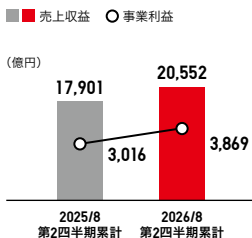
*売上収益から売上原価、販管費を控除して算出

積極的に事業変革を推進し、 より高いお客様満足の実現をめざす

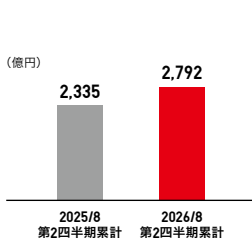
通期の業績予想は、売上収益3兆9,000億円(前期比14.7%増)、事業利益6,900億円(同25.2%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益4,800億円(同10.9%増)と、過去最高の業績を見込んでいます。上期の実績が計画を上振れたことや、春夏の商売の立ち上がりを反映し、直近予想に対し、売上収益は1,000億円、事業利益は400億円増額修正しました。ユニクロ事業を中心に、業績拡大が継続することを見込んでいます。年間配当金は1株当たり640円、前期から140円の増配を予想しています。

LifeWearの需要が世界中で急速に高まっているなか、顧客創造の好循環を持続的に拡大していくために、下期も積極的に商売するとともに、事業基盤を革新し、進化させていく方針です。具体的には、「価値を創る商売の進化」「総在庫削減と欠品撲滅の両立」「個店経営の徹底」「店舗網の質的進化」「グローバル経営体制と人材投資の強化」に重点的に取り組み、より高いお客様満足を実現していきます。

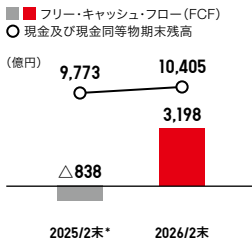
売上収益／事業利益



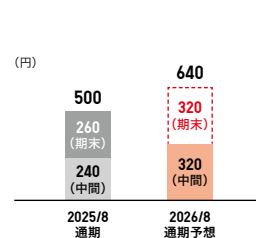
親会社の所有者に帰属する 中間利益



フリー・キャッシュ・フロー/ 現金及び現金同等物期末残高



1株当たり配当金

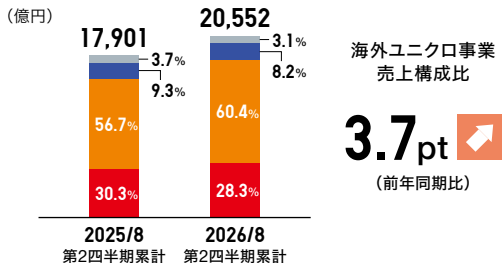


*保有する現金を3カ月超の定期預金や安全性の高い投資有価証券などの運用に振り向けため、現金、FCFが減少

▶ セグメント別売上構成比

ユニクロ事業がグループ全体の業績をけん引。
グローバルでLifeWearの需要が高まる

■ 国内ユニクロ ■ 海外ユニクロ ■ ジューユー ■ グローバルブランド

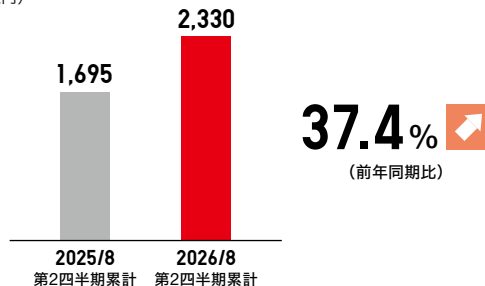


ユニクロ事業はすべての地域で増収増益。旗艦店を軸とした質の高い出店と、通年商品の戦略的な商売の組み立てが奏功。海外のユニクロ事業の売上構成比は合計で60.4%と前年同期比3.7ポイント上昇。

▶ 海外ユニクロ事業：事業利益

すべての地域で増益を達成。
グローバルでLifeWearの需要が急拡大

(億円)

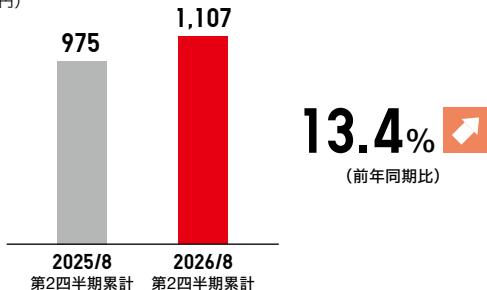


韓国、東南アジア・インド・豪州地区、欧米は、2桁の増収増益。旗艦店出店を中心としたブランディング戦略が奏功。中国大陸は事業構造改革が進み、増収、2桁増益。改革の成果が出始める。

▶ 国内ユニクロ事業：事業利益

売上が拡大したことに加え、生産性がさらに向上し、大幅な増益を達成

(億円)

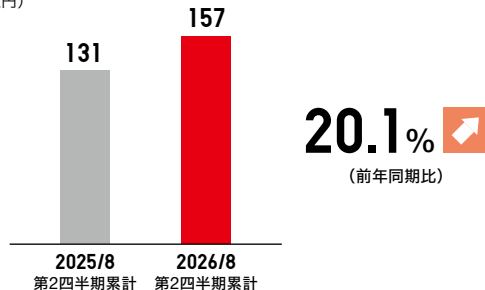


冬物商品だけでなく、期を通してスウェットやパレレルパンツなどの通年商品が好調な販売となったことで、増収を達成。売上拡大に加え、生産性も向上し、売上高販管費比率が改善したことで、2桁増益を達成。

▶ ジューユー事業：事業利益

事業構造改革が進捗。売上総利益率、売上高販管費比率が改善し、2桁増益

(億円)



売れ筋商品への品番数の絞り込みや、数量計画の精度の向上など、オペレーションの改革が着実に進捗し、売上総利益率や売上高販管費比率が改善、2桁増益を達成。

会社・株式データ (2026年2月28日現在)

会社概要

商号	株式会社ファーストリテイリング (FAST RETAILING CO., LTD.)
本社	山口県山口市佐山10717番地1
六本木本部	東京都港区赤坂9丁目7番1号 ミッドタウン・タワー
有明本部	東京都江東区有明1丁目6番7号
設立	1963年5月1日
資本金	102億7,395万円
事業の内容	株式または持分の所有によるグループ全体の事業活動の 支配・管理等
連結従業員数	59,977名

取締役・監査役

代表取締役会長兼社長	柳井 正	取締役(社内)	岡崎 健
取締役(社外)	新宅 正明 大野 直竹 コルキャノン ミヨ 車戸 城二 京谷 裕 國部 毅	取締役(社外)	金子 圭子 櫻谷 隆夫 森 正勝
		監査役(社内)	水澤 真澄 田中 智大

株式の状況

発行可能株式の総数	900,000,000株
発行済株式の総数(自己株式を含む)	318,220,968株
株主数(自己株式を含む)	22,107名

大株主の状況

株主名	持株数(千株)	持株比(%)*
日本マスタートラスト信託銀行株式会社	60,729	19.79
柳井 正	48,621	15.85
株式会社日本カストディ銀行	28,002	9.13
ティティワイマネージメントビーヴイ	15,930	5.19
ステート・ストリート信託銀行	14,732	4.80
柳井 康治	14,345	4.68
柳井 一海	14,345	4.68
有限会社 Fight&Step	14,250	4.64
有限会社 MASTERMIND	10,830	3.53
JP モルガン・チェース銀行	8,591	2.80

*自己株式を除いて算出

所有者別株式分布状況*



単元構成比	比率
個人・その他	31.05%
金融機関	28.48%
外国法人等	30.12%
証券会社	1.84%
事業会社・その他法人	8.51%

*自己株式は「個人・その他」を含む

株主メモ

上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場(証券コード 9983) 香港証券取引所 メインボード市場(証券コード 6288)
単元株式数	100株(東京証券取引所) 300HDR(香港証券取引所)
事業年度	9月1日~翌年8月31日
定時株主総会	11月下旬
剰余金の配当基準日	期末配当:8月末日 中間配当:2月末日
公告方法	電子公告により行います。 公告掲載 URL www.fastretailing.com/jp/ir/ (ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じた時は、日本経済新聞に公告します)

■住所変更、買取請求、その他各種お手続きについて

証券会社等に口座をおもちの株主様	口座を開設されている証券会社まで、お問い合わせください。
特別口座をおもちの株主様	下記連絡先(三菱UFJ信託銀行 証券代行部)まで、お問い合わせください。

■未受領の配当金について

三菱UFJ信託銀行本支店まで、お問い合わせください。

株主名簿管理人・特別口座管理機関へのお問い合わせ

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号

TEL 0120-232-711

9:00~17:00(土・日・祝日等を除く平日)

ウェブサイト掲載内容のご紹介

IR情報



経営方針、会社業績、統合報告書、ニュースリリースなど、投資家向けの情報をご覧ください。

サステナビリティ



ファーストリテイリンググループのサステナビリティ活動に関する情報をご覧ください。

サステナビリティデータブック



環境、社会分野を中心に重要な情報を整理。統合報告書を補完するツールとしてご利用いただけます。

IRメール配信サービス



ご登録いただくと、電子メールで、IRに関する最新ニュースをお知らせします。

ユニクロお客様窓口

TEL 0120-170-296 9:00~17:00(年中無休)