

2018年8月期 決算サマリー

連結業績

(億円)

	2017年8月期	2018年8月期				2019年8月期			
	通期実績	上期実績		下期実績		通期実績			
	(2016/9~2017/8)	(2017/9~2018/2)	前年同期比	(2018/3~2018/8)	前年同期比	(2017/9~2018/8)	前期比		
売上収益	18,619	11,867	+16.6%	9,432	+11.7%	21,300	+14.4%	23,000	+8.0%
売上総利益	9,092	5,856	+18.5%	4,642	+11.9%	10,499	+15.5%	-	-
(売上比)	48.8%	49.3%	+0.7p	49.2%	±0.0p	49.3%	+0.5p	-	-
販管費	7,252	4,036	+10.4%	3,938	+9.5%	7,974	+10.0%	-	-
(売上比)	38.9%	34.0%	▲1.9p	41.8%	▲0.8p	37.4%	▲1.5p	-	-
事業利益	1,840	1,819	+41.4%	704	+27.4%	2,524	+37.2%	2,750	+8.9%
(売上比)	9.9%	15.3%	+2.6p	7.5%	+0.9p	11.9%	+2.0p	12.0%	+0.1p
営業利益	1,764	1,704	+30.5%	657	+43.6%	2,362	+33.9%	2,700	+14.3%
(売上比)	9.5%	14.4%	+1.6p	7.0%	+1.6p	11.1%	+1.6p	11.7%	+0.6p
金融収益・費用	169	▲52	-	117	-	64	▲61.9%	0	-
(売上比)	0.9%	-	-	1.2%	-	0.3%	▲0.6p	-	-
税引前利益	1,933	1,651	+11.9%	774	+69.2%	2,426	+25.5%	2,700	+11.3%
(売上比)	10.4%	13.9%	▲0.6p	8.2%	+2.8p	11.4%	+1.0p	11.7%	+0.3p
親会社の所有者へ 帰属する当期利益	1,192	1,041	+7.1%	506	+129.8%	1,548	+29.8%	1,650	+6.6%
(売上比)	6.4%	8.8%	▲0.8p	5.4%	+2.8p	7.3%	+0.9p	7.2%	▲0.1p

グループ事業別業績

(億円)

		2017年8月期	2018年8月期					
		通期実績	上期実績		下期実績		通期実績	
		(2016/9~2017/8)	(2017/9~2018/2)	前年同期比	(2018/3~2018/8)	前年同期比	(2017/9~2018/8)	前期比
国内 ユニクロ事業	売上収益	8,107	4,936	+8.5%	3,711	+4.4%	8,647	+6.7%
	事業利益	967	888	+27.8%	312	+14.7%	1,201	+24.1%
	(売上比)	11.9%	18.0%	+2.7p	8.4%	+0.7p	13.9%	+2.0p
	営業利益	959	887	+29.0%	303	+11.7%	1,190	+24.1%
(売上比)	11.8%	18.0%	+2.9p	8.2%	+0.6p	13.8%	+2.0p	
海外 ユニクロ事業	売上収益	7,081	5,074	+29.2%	3,888	+23.3%	8,963	+26.6%
	事業利益	762	808	+62.3%	397	+50.5%	1,206	+58.2%
	(売上比)	10.8%	15.9%	+3.2p	10.2%	+1.8p	13.5%	+2.7p
	営業利益	731	807	+65.6%	381	+56.5%	1,188	+62.6%
(売上比)	10.3%	15.9%	+3.5p	9.8%	+2.1p	13.3%	+3.0p	
ジーユー事業	売上収益	1,991	1,058	+8.3%	1,059	+4.6%	2,118	+6.4%
	事業利益	137	90	+22.0%	29	▲53.9%	119	▲13.0%
	(売上比)	6.9%	8.5%	+0.9p	2.8%	▲3.5p	5.6%	▲1.3p
	営業利益	135	91	+23.3%	26	▲57.2%	117	▲13.1%
(売上比)	6.8%	8.6%	+1.0p	2.5%	▲3.5p	5.6%	▲1.2p	
グローバル ブランド事業	売上収益	1,410	784	+11.4%	760	+7.7%	1,544	+9.5%
	事業利益	41	33	+11.4%	29	+143.0%	62	+49.2%
	(売上比)	3.0%	4.2%	▲0.1p	3.9%	+2.2p	4.1%	+1.1p
	営業利益	5	▲56	-	15	-	▲41	-
(売上比)	0.4%	-	-	2.0%	-	-	-	

【決算ハイライト】

■2018年8月期の連結業績：過去最高の業績を達成

・売上収益は2兆1,300億円、前期比14.4%増、営業利益は2,362億円、同33.9%増と、過去最高の業績を達成。特に、海外ユニクロ事業、国内ユニクロ事業の増益が貢献。

・親会社の所有者に帰属する当期利益は1,548億円、同29.8%増。期末配当金は、直近予想から40円増額修正し、240円を予定。年間の配当金は前期の350円から440円へ増配となる予定。

■国内ユニクロ事業：売上好調、収益性の改善により、営業利益は大幅な増益

・売上収益は8,647億円、前期比6.7%増、営業利益は1,190億円、同24.1%増と増収増益。

・通期の既存店売上高は、上期、下期ともに好調で、同6.2%増収。上期は、防寒衣料の販売が好調で、前年同期比8.4%増と非常に高い伸び率を達成。

・好調な売上を背景に、売上総利益率が改善。また、売上高販管費率も改善。

■海外ユニクロ事業：売上収益が国内ユニクロを超え、営業利益は国内ユニクロと同水準に

- ・売上収益は8,963億円、前期比26.6%増、営業利益は1,188億円、同62.6%増と、大幅な増収増益。
- ・売上収益は、今期初めて国内ユニクロ事業を超え、営業利益も国内ユニクロ事業と同水準にまで拡大。
- ・すべての地域で、大幅な増益を達成。グレーターチャイナの高成長が継続し、東南アジア・オセアニア地区が、海外ユニクロ事業の成長の柱として利益成長を加速。米国の赤字幅は計画通り半減。

■ジーユー事業：販売不振により、営業利益は減益

- ・売上収益は2,118億円、前期比6.4%増、営業利益は117億円、同13.1%減と、増収減益。
- ・既存店売上高は減収。商品構成や数値計画に課題。
- ・販売不振により売上総利益率が低下、売上高販管費率が上昇した結果、営業利益は減益。

■グローバルブランド事業：事業利益は増益。減損損失の計上により、営業利益は赤字

- ・売上収益は1,544億円、前期比9.5%増、事業そのものの収益を示す事業利益は62億円、同49.2%増と、セオリー事業の増益に支えられ、増収増益。
- ・ただし、コントワー・デ・コトニエ事業などで減損損失を99億円計上したため、営業利益は41億円の赤字。
- ・セオリー事業は増収増益。セオリーブランドは安定的に成長、PLST(プラステ)ブランドも順調に規模を拡大。

■2019年8月期の連結業績予想：すべてのセグメントで増収増益、過去最高の業績を見込む

- ・2019年8月期の連結業績は、売上収益2兆3,000億円、前期比8.0%増、営業利益2,700億円、同14.3%増、親会社の所有者に帰属する当期利益1,650億円、同6.6%増を見込む。全セグメントで増収増益、過去最高の業績を見込む。1株当たり年間配当金は、480円を予想。前期から40円の増配を予想。
- ・海外ユニクロ事業は、引き続き大幅な増収増益を見込み、海外ユニクロ事業の営業利益は、国内ユニクロ事業を大幅に上回る見込み。国内ユニクロ事業は、上期は減益も、下期の大幅増益から通期では増収増益を確保できる見込み。ジーユー事業は商品構成の見直しによる売上の回復を見込み、大幅な増益を予想。

業績概要

■国内ユニクロ事業：売上好調、収益性の改善により、営業利益は大幅な増益

国内ユニクロ事業の売上収益は8,647億円(前期比6.7%増)、営業利益は1,190億円(同24.1%増)と、大幅な増益となりました。通期の既存店売上高(ECコマースを含む)は、客数増により、同6.2%増でした。上期は例年以上の寒い冬になり、タイムリーに増産対応ができたことで、上期の既存店売上高は同8.4%増と非常に高い伸び率となり、下期はエアリズム、UT、ドライ系シャツといった夏物販売が好調だったことにより、同3.3%増となりました。また、ECコマース売上高は630億円、同29.4%の増収、売上構成比は7.3%へと上昇しています。

収益面では、社内の為替レート円安による原価率の上昇がありましたが、その影響は値引率の改善により吸収できた結果、売上総利益率は、前期比で0.4ポイント改善しました。売上高販管費率は、広告宣伝費、物流費、人件費の大幅な削減が寄与し、同1.6ポイント改善しています。

■海外ユニクロ事業：売上収益が国内ユニクロを超え、営業利益は国内ユニクロと同水準に

海外ユニクロ事業の売上収益は8,963億円(前期比26.6%増)、営業利益は1,188億円(同62.6%増)と、大幅な増収増益を達成しました。これは、各国・各エリアで順調に出店が進み好調な売上が継続したことに加え、値引きに頼らない商売への転換などにより売上総利益率が同1.1ポイント改善したことによります。また、経費削減を引き続き推進した結果、売上高販管費率は1.5ポイント改善しています。海外ユニクロ事業の売上収益は、今期初めて国内ユニクロ事業を超え、営業利益も国内ユニクロ事業と同水準にまで拡大しました。

地域別では、グレーターチャイナは、ユニクロのLifeWearのコンセプトが浸透し、エリアごとの商品構成が確立

できたことで、期を通して既存店売上高は増収が継続しました。Eコマース販売は2桁増収と好調で、売上構成比は15%に上昇しています。韓国は、マーケティングと売り場が連動した商売ができたことで、値引率が低下し、売上総利益率が大幅に改善しています。東南アジア・オセアニア地区も、UT、ショートパンツの販売が好調で、既存店売上高の2桁増収が続いています。また、米国は、東海岸・西海岸の地域に合わせた商品構成の見直し、販売計画の精度の改善により、赤字幅が半減しました。欧州は、ロシア、フランス、英国が好調で営業利益は倍増しました。なお、2017年9月にはスペイン初の店舗をバルセロナに、2018年8月にはスウェーデン初の店舗をストックホルムに、同年9月にはオランダ初の店舗をアムステルダムにオープンし、好調なスタートとなっています。

■ジーユー事業：販売不振により、営業利益は減益

ジーユー事業の売上収益は2,118億円(前期比6.4%増)、営業利益は117億円(同13.1%減)と、増収減益になりました。通期の既存店売上高は、商品構成、数値計画に課題があったことにより減収となりました。上期は、防寒衣料のアイテム数が少なかったことで、実需をとりこむことができなかったこと、下期は、キャンペーン商品が計画を下回ったことに加え、品番数の大幅な増加により、売れ筋商品に欠品が発生しました。販売不振により通期の売上総利益率が0.1ポイント低下し、売上高販管費率は1.2ポイント上昇した結果、営業利益は同13.1%の減益となりました。

■グローバルブランド事業：事業利益は増益。減損損失の計上により、営業利益は赤字

グローバルブランド事業の売上収益は1,544億円(前期比9.5%増)、営業利益は41億円の赤字(前期は5億円の黒字)と、増収減益になりました。減益となった要因は、コントワー・デ・コトニエ事業などで減損損失を99億円計上したことによります。セオリー事業は増収増益となりました。これは、米国、日本のいずれも安定的に成長を続けており、日本で展開しているPLST(プラステ)ブランドも順調に事業規模を拡大しているためです。コントワー・デ・コトニエ事業、プリンセス タム・タム事業及びJ Brand 事業は赤字が継続しました。

■2019年8月期の業績予想：すべてのセグメントで増収増益、過去最高の業績を見込む

2019年8月期の連結業績は、売上収益が2兆3,000億円、前期比8.0%増、営業利益が2,700億円、同14.3%増、親会社の所有者に帰属する当期利益が1,650億円、同6.6%増、基本的1株当たり当期利益は1,617.33円を見込んでいます。いずれのセグメントも増収増益、過去最高の業績を見込んでいます。なお、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、前期から40円の増配を予想しています

海外ユニクロ事業は、引き続き大幅な増収増益を見込んでいます。海外ユニクロ事業の営業利益は、国内ユニクロ事業を大幅に上回る見込みです。グレーターチャイナ、東南アジア・オセアニア地区、欧州が大幅な増収増益、北米事業(米国・カナダ)は黒字化を予想しています。一方、国内ユニクロ事業は、前年の寒波の影響で大幅増益となった反動により、上期の営業利益は減益を見込んでいますが、下期の大幅増益により、通期では増収増益を確保できる見込みです。ジーユー事業は、商品構成の見直しによる売上の回復を見込み、大幅な増益を予想しています。グローバルブランド事業は、セオリー事業の増収増益により、大幅な増益を見込んでいます。

IR情報 <http://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。