



ユニクロ グローバルアンバサダーの原点である国枝選手は、  
 11歳で車いすテニスを始め、車いすテニス史上初の  
 生涯ゴールドスラム※を2022年に達成  
 国枝選手の活躍は、障がいのある方もない方も  
 垣根なく活躍できる社会へと世界を変えていきます  
 世界中の人の心を動かし、あらゆる人の生活をより豊かに  
 国枝選手とユニクロの挑戦は続きます



[www.fastretailing.com](http://www.fastretailing.com)

※全4大大会とオリンピック/パラリンピックで優勝すること

# BUSINESS REVIEW 2023



第2四半期累計ビジネスレビュー

2022年9月1日～2023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

# 世界No.1ブランドになる

新型コロナウイルス感染症の収束が進み、世界は新たな世の中をつくるための転換の時を迎えています。我々にとっても世界最高のグローバルブランドになるための実行の年です。あらゆる人々の快適な日常生活に欠かせない「服のインフラ」として、世界中のお客様から最も愛されるNo.1ブランドになることを本気でめざします。

No.1ブランドになるということは、「ユニクロで買えば安心」だと思ってもらえる、世界中の人たちから信頼されるブランドになるということです。我々は世界中でLifeWear(究極の普段着)のコンセプトを繰り返しお伝えし、その価値に共感していただく商売を追求してきました。進出した国や地域でどんな貢献ができるかを常に考え、行動してきました。そうした積み重ねの上に、信頼が生まれます。

今期の連結業績は売上収益2兆6,800億円を見込んでいます。来期は3兆円程度になり、その先に10兆円の目標を掲げます。過去20年の成長を見ると、ほぼ10年で売上が3倍ずつ伸びてきました。次の10年で3倍以上に成長すれば、10兆円を達成できます。これまでと同じように高い目標と理想を掲げ、達成する方法を考え、実行していきます。

我々が従事する服のビジネスは平和産業であり、人々の暮らしに密着しています。平和で安心して暮らせる世界でなければ、我々のビジネスは成り立ちません。現在は地球環境の悪化や貧富の格差拡大、難民問題などの課題が山積し、困難な生活を余儀なくされている人々が世界中にたくさんいます。我々の事業の利益の一部を、そうした困難な境遇にある人々の支援をはじめ、より良い社会を実現するための活動に使っていきます。

我々の使命は、LifeWearという、より快適で質の高い生活を実現するための「服のインフラ」を世界中の人々に提供することです。こうした理念を掲げ、実際に行動しているのは、世界のなかで我々しかないと思います。世界最高水準の技術力をもつパートナーと力を合わせ、これからもお客様の生活をより快適で豊かにするLifeWearをつくり続け、世界で最もお客様に支持される企業になりたいと思います。グローバル化、デジタル化が進み、世界は一つにつながっています。お客様のご要望にしっかりと応えし、服のビジネスを通じて、より平和で豊かな世界の実現に貢献していきます。

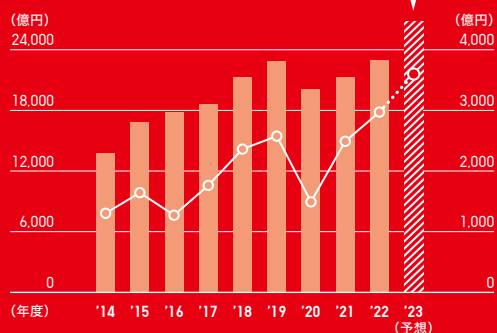
# GROUP HIGHLIGHTS 2023



決算ハイライト

連結の売上収益と営業利益の推移

■ 売上収益 (左軸)  
○ 営業利益 (右軸)



売上収益  
**2兆6,800億円**  
営業利益  
**3,600億円**

## 2023年8月期 上期連結実績

連結の売上収益は1兆4,673億円、前年同期比20.4%増、営業利益は2,202億円、同16.4%増と大幅な増収増益となり、上期では過去最高の売上、利益を達成。特に東南アジア、北米、欧州のユニクロ事業は大幅な増収増益で本格的な成長フェーズに入る。ジーユー事業も大幅な増収増益で、再び高成長していく体制が整う。

## 2023年8月期 通期連結業績予想

上期の業績の上振れを反映し、通期の連結業績予想を売上収益で300億円、営業利益で100億円増額修正。売上収益は2兆6,800億円、前期比16.5%増、営業利益は3,600億円、同21.1%増と過去最高を予想。年間配当金は1株当たり250円、前期から43.3円の増配の見込み(株式分割1:3考慮後の金額)。

ユニクロ事業

### 国内ユニクロ 大幅な増収、若干の減益

冬物商品や新生活需要にマッチした商品の販売が好調だったことから既存店売上高は10.0%増の大幅な増収。営業利益は、急激な円安による調達コストの上昇で売上総利益率が低下した結果、若干の減益。

### 海外ユニクロ 東南アジア、北米、欧州が好調

大幅な増収増益を達成。特に、東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は大幅な増収増益と好調。グレートチャイナは新型コロナの影響を受け、上期は減収減益。ただし、1月以降は業績が急回復。



ユニクロ グランピア店(スペイン)  
©MARTIN\_MENDEZ

### 大幅な増収増益を達成

品番数を絞り込み、マストトレンド商品がシーズン後半まで欠品しない準備をした積極的な商売により、既存店売上高は大幅な増収。ヒートパデッドアウター、スーパーワイドカーゴパンツ、バギースラックスなどの販売が好調。

ジーユー事業

サステナビリティの推進

『服のチカラ』は下記のウェブサイトからご覧いただけます。

<https://www.uniqlo.com/jp/ja/contents/power-of-clothing/>



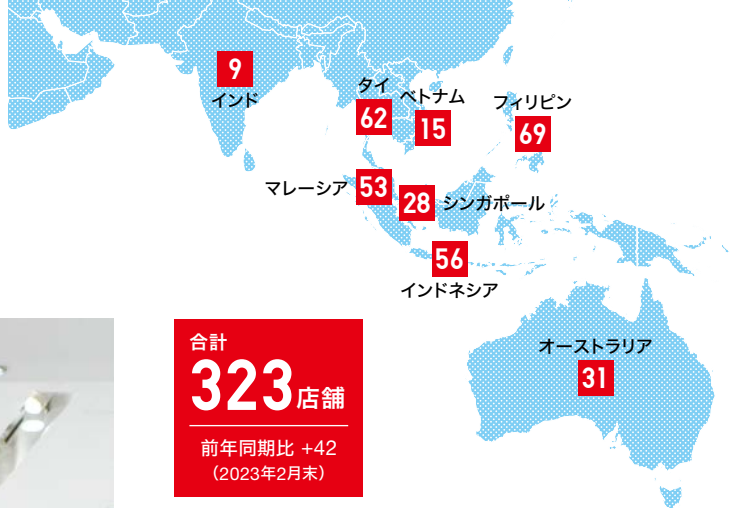
### 『服のチカラ』を読みやすくリニューアル

『服のチカラ』は、服を通して持続的な社会への貢献をめざすユニクロのサステナビリティ活動をお知らせする小冊子です。2022年9月からタブロイド判になり、読みやすい大きな誌面になりました。発行は四半期ごとで、国内のユニクロ全店舗でお手に取っていただけます。2023年1月配布の24号では、ファーストリテイリングの柳井正代表取締役会長兼社長とユニクロ グローバルブランドアンバサダーであるロジャー・フェデラー氏が、次世代への思いを語っています。テニス界のレジェンド、フェデラー氏は自身の財団を創設し、教育支援を実践しています。多方面にわたり次世代へのサポートを行ってきた当社は、彼が思い描く目標や関心を反映したグローバルなプログラムを始める準備をしています。今後の活動にご期待ください。

# 飛躍の軌道にのった 東南アジア事業



ユニクロ オーチャード セントラル店(シンガポール)



長かったコロナ禍を越え、東南アジア・インド・豪州地区の事業は大きな成長を遂げています。2023年8月期は、売上収益目標である3,000億円を確実に達成できる見込みです。LifeWear(究極の普段着)の商品価値を伝えるコンテンツや店頭のイベントなどによりお客様の理解が深まったことに加え、マスクの寄贈や洪水被災地域への衣料提供、植樹活動など、地域に必要とされている支援活動を積極的に行ってきたことで、ユニクロに対する信頼度が高まりました。地元のお客様からの支持は年々高まり、なかでも人口の層が厚い10~20代からの支持が拡大しています。

2023年2月末現在の店舗数は323店舗です。ショッピングモールを中心に出店を進めてきましたが、ロードサイド店舗の売上も好調です。今後はロードサイド店舗への出店を一段と強化し、ユニクロで目的買いするという新しい購買行動を確立していきます。スクラップ&ビルドを進めながら、年間70~100店舗の出店をめざしていきます。

東南アジア・インド・豪州地区には、世界最大の成長ポテンシャルがあります。人材育成の強化、少数精鋭の経営体制への変革、亜熱帯地域の気候に合った商品づくりに力を入れ、売上収益1兆円の達成をめざします。お客様から最も信頼されるNo.1ブランドになるため、今後も着実に歩みを進めていきます。

# Details of LifeWear

LifeWearのものづくりの姿勢、  
細部の工夫、素材へのこだわりを  
ご覧いただけます。



シンプルなのに、ずっと着ていなくなる工夫が込められています。

素材、デザイン、着る人を快適にする機能性、  
そんなLifeWear(究極の普段着)のことを  
深く知っていただきたいと思います。



U AIRism Cotton Oversized Crew Neck T-Shirt

## エアリズムコットン オーバーサイズTシャツ

アーティスティック・ディレクター  
のクリストフ・ルメール氏とデザ  
インチームが綿密にコンセプト  
を考え、お届けするUniqlo U。  
リサーチを重ね、洗練されたカ  
ララインナップを展開。

### Details 1

#### 美しさと快適さを兼ね備えた1枚



なめらかな肌触りで、汗をすぐに吸収  
する人気の素材エアリズムと、風合い  
のあるコットン生地をかけ合わせた  
エアリズムコットンオーバーサイズT  
シャツ。エアリズムならではの機能性  
と、コットンの美しい見た目が両立して  
います。ストレッチ性のある中糸を使用  
して着心地をアップ。快適でスタイ  
リッシュなTシャツに仕上がりました。

### Details 2

#### こだわり抜いた5分丈袖で上品に



ゆったりした身幅のオーバーシルエット  
に上品さをプラスするのは5分丈の  
袖。肩位置を落としたドロップショル  
ダーにすることでモダンな印象に仕  
上げました。さらにリブ襟のネックポ  
イントを高くして、品のある雰囲気  
を演出。何度もフィッティングを重ねて、  
数ミリ単位のこだわりを追求し、満足  
のいくスタイルを完成させました。

# 服を大切に 長く着続ける ために



ユニクロ 世田谷千歳台店



## REMAKE リメイク

(1カ所 ¥700~)

お手持ちのユニクロを新しいアイテムに作り替えたり、自分好みにカスタマイズします。

2022年10月にユニクロ 世田谷千歳台店にトライアルオープンしたRE.UNIQLO STUDIO(リ・ユニクロ スタジオ)は、リペア(補修)やリメイクの有料サービスをご提供し、お客様が愛着のある服を長く着続けていただくためのお手伝いをしています。

サービス開始後、お客様がユニクロの服を想像以上に長く着用されていることがわかりました。なかでも印象的だったのは、長年愛用されていたジーンズにあいた穴の修理依頼です。2カ所の穴を補修するためにかかる費用は、新

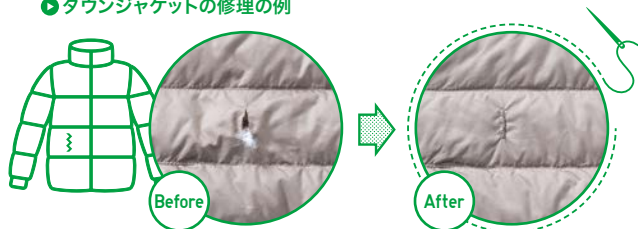


## REPAIR リペア

(1カ所 ¥500~)

愛着のある服をいつまでも大切に着続けていただくために、傷んだところを丁寧に修理します。

### ダウンジャケットの修理の例





GU

「ファッションと低価格」の  
両立で、グローバル展開を強化

2023年度上期は、売上収益1,455億円（前年同期比18.5%増）、営業利益130億円（同39.2%増）と、大幅な増収増益を達成しました。品番数を絞り込んで、売れ筋商品をシーズン後半まで欠品させない販売で、既存店売上高は大幅な増収となりました。マストレンドを捉えた商品開発や、数量計画の精度を高めることができたため、再び高成長していくことができる体制が整いました。

2022年10月にオープンした米国ニューヨーク・ソーホーのポップアップストアは、売場面積が約270m<sup>2</sup>と小さいため、グローバルのマストレンドを中心に商品をセレクトして展開しています。トレンドを捉えたメンズ商品が人気で、ジェンダーフリーの流れを受け、女性にも好評です。販売は順調ですが、一方で売れ筋商品の欠品や商品構成、マーケティングなどに課題が見つかりました。米国で得た気付きをグローバルの商売に反映していくことで、ジーユー事業の商品づくり、店舗づくりを高めていきます。

これからも、ファッションを低価格で自由に楽しむことができるジーユーらしさを強みに、日本やグレートチャイナで事業を拡大し、米国をはじめ、東南アジア、欧州へのグローバル展開もめざします。ユニクロの成長過程で学んだことを、ジーユーは、ユニクロの何倍ものスピードで吸収し、将来的には年間売上高1兆円の達成をめざします。



米国ニューヨーク・ソーホーのポップアップストア

## グローバルで LifeWear への支持が高まり 本格的な成長が加速

ファーストリテイリング取締役  
グループ上席執行役員  
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1兆4,673億円(前年同期比20.4%増)、営業利益2,202億円(同16.4%増)、親会社の所有者に帰属する四半期利益1,533億円(同4.5%増)と、大幅な増収増益で、過去最高の業績を達成しました。昨年から「収益の柱の多様化」を掲げ、ブランディングの強化、お客様のニーズにお応えし価値を伝える商売、出店の加速を推し進め、その成果が着実に現れました。

国内ユニクロ事業の上期の売上収益は4,951億円(同11.9%増)、営業利益は673億円(同1.6%減)となりました。上期は、冬物商品や新生活需要にマッチした商品の販売が好調だったことから、大幅な増収となりました。営業利益は、急激な円安による調達コストの上昇で売上総利益率が低下した結果、若干の減益となりました。

海外ユニクロ事業の上期の売上収益は7,552億円(同27.3%増)、営業利益は1,226億円(同22.2%増)と、大幅な増収増益となりました。パンデミックやインフレの進行により、人々の服への需要が急速に変化し、高品質でベーシック、長く着られるLifeWearへの支持が高まったことに加え、ブランディングや地域に根差した商売を強化するなど、積極的に事業拡大を進めたことで、好調な業績を達成しました。地域別(現地通貨ベース)では、グレーターチャイナ(中国大陸、香港、台湾)は減収、大幅な減益となりました。

これは、中国大陸が第1四半期に新型コロナの影響を大きく受けたためです。中国大陸は、1月以降売上が回復したことで、第2四半期3カ月間は大幅な増益で業績は回復しました。韓国は増収増益となりました。東南アジア・インド・豪州地区、北米、欧州は、コア商品を中心とした情報発信が奏功し顧客層が拡大。いずれの地域も大幅な増収増益と好調な業績を達成し、本格的な成長フェーズに入りました。

ジーユー事業の上期の売上収益は1,455億円(同18.5%増)、営業利益は130億円(同39.2%増)と、大幅な増収増益を達成しました。品番数を絞り込み、シーズン後半までマスト商品が欠品しない数量を準備し、積極的に商売を行ったことで、既存店売上高は大幅な増収となりました。

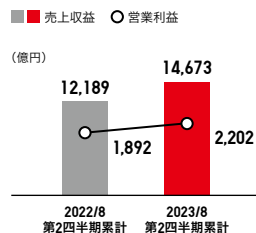
グローバルブランド事業の上期の売上収益は702億円(同19.1%増)、営業利益は1億円(同85.3%減)となりました。これは主にセオリー事業が減益となったことによります。

### グローバルNo.1ブランドをめざし、成長を加速

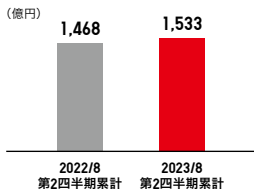
通期の業績予想は、売上収益は2兆6,800億円(前期比16.5%増)、営業利益は3,600億円(同21.1%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益は2,400億円(同12.2%減)と、上期の好調な業績を反映し、期初予想から上方修正しました。下期は、全セグメントで増収増益を見込んでおり、特に海外ユニクロ事業が大幅な増収増益と、全体の業績をけん引する予想です。年間配当金は中間配当金125円を含み、1株当たり250円となる見込みで、前期から43.3円の増配を予想しています。

グローバルでLifeWearの価値が浸透し、収益の柱の多様化が着実に進みました。ここからはさらに成長を加速します。2023年を「第4創業」と位置付け、世界中のあらゆるお客様から信頼され、生活に必要な不可欠なブランドになることを目標に、5年程度で売上収益5兆円をめざします。そのために、1)情報製造小売業のさらなる進化、2)グローバル視点の商売への変革、3)事業の発展そのものがサステナビリティに寄与する事業モデルの追求、4)ジーユー事業、セオリー事業などグローバルブランドの拡大、5)グローバルで人材の能力を最大限引き出す組織運営を柱に重点的に取り組みます。

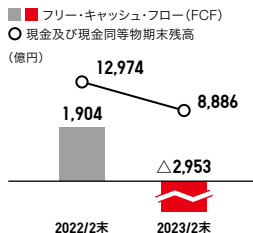
#### 売上収益／営業利益



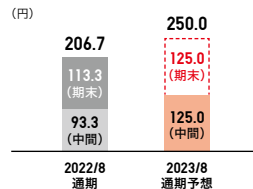
#### 親会社の所有者に帰属する 四半期利益



#### 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



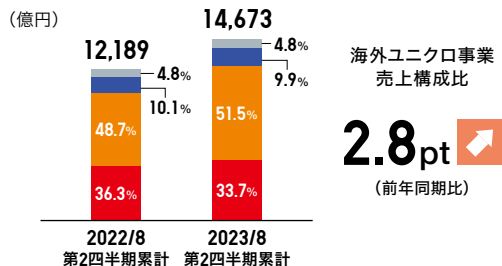
\* 保有する現金を短期的な安全性の高い債券の購入に充てたため、現金、FCFが減少



🔴 セグメント別売上構成比

すべてのセグメントが増収  
特に海外ユニクロ事業が好調

■ 国内ユニクロ ■ 海外ユニクロ ■ ジーユー ■ グローバルブランド

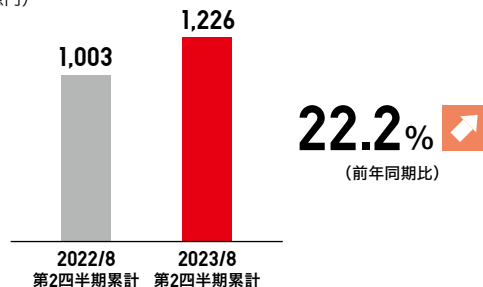


すべてのセグメントが増収。なかでも海外ユニクロ事業が好調で、売上構成比は51.5%へ拡大。東南アジア、北米、欧州が本格的な成長フェーズに入ったことで、収益の柱の多様化が一段と進む。

🔴 海外ユニクロ事業:セグメント営業利益

大幅な増益を達成  
グローバルでLifeWearの価値が浸透

(億円)

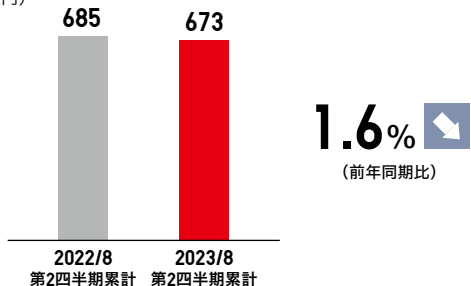


東南アジア、北米、欧州はLifeWearの価値が浸透、顧客層が拡大、大幅な増収増益を達成。グレーターチャイナは新型コロナの影響で上期は減益も、第2四半期3カ月間は大幅増益で業績は回復。

🔴 国内ユニクロ事業:セグメント営業利益

販売が好調で大幅な増益だったものの、  
円安で調達コストが上昇し、若干の減益

(億円)

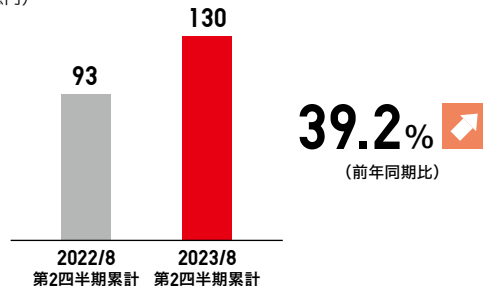


既存店売上高は10.0%増、冬物商品や新生活需要に合った商品の販売が好調。営業利益は若干減益。急激な円安の進行により、追加発注した商品の調達コストが大幅に増加、売上総利益率の低下が要因。

🔴 ジーユー事業:セグメント営業利益

大幅な増収増益を達成  
マストトレンド商品の販売が好調

(億円)



品番数を絞り込み、シーズン後半までマストトレンド商品の量を十分に準備したことで、既存店売上高は大幅増収。ヒートパッドアウター、スーパーワイドカーゴパンツ、バギースラックスなどが好調。

# 会社・株式データ (2023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	58,505名		

## 取締役・監査役

代表取締役会長兼社長	柳井 正	監査役(社外)	金子 圭子 櫻谷 隆夫
取締役(社外)	服部 暢達 新宅 正明 大野 直竹 コルキャシ-ミツコ 車戸 城二 京谷 裕	常勤監査役	新庄 正明 水澤 真澄
取締役(社内)	岡崎 健 柳井 一海 柳井 康治		

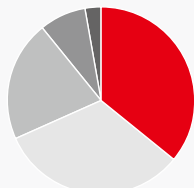
## 株式の状況

発行可能株式の総数	300,000,000株
発行済株式の総数(自己株式を含む)	106,073,656株
株主数(自己株式を含む)	12,657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(信託口)	22,466	21.98
柳井 正	20,977	20.52
株式会社日本カस्टディ銀行(信託口)	11,054	10.81
ティティワイマネージメントビーヴィ	5,310	5.19
柳井 一海	4,781	4.68
柳井 康治	4,781	4.68
有限会社 Fight&Step	4,750	4.65
有限会社 MASTERMIND	3,610	3.53
JP モルガン・チェース銀行	2,405	2.35
ステート・ストリート信託銀行	2,359	2.31

## 所有者別状況\*



■ 個人・その他	35.98%
■ 金融機関	32.44%
■ 外国人	20.83%
■ 事業会社・その他法人	8.01%
■ 証券会社	2.74%

\*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 <a href="http://www.fastretailing.com/jp/ir/">www.fastretailing.com/jp/ir/</a> (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ときは、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持ちの株主様 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。

特別口座をお持ちの株主様 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

**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提供いただけます。

### 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いただけます。

### 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

**0120-170-296**

9:00～17:00(年中無休)