



www.fastretailing.com

「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」

BUSINESS REVIEW 2022

第2四半期累計ビジネスレビュー
2021年9月1日～2022年2月28日
株式会社 ファーストリテイリング



より良い未来をつくる

世界は今、さまざまな問題に直面し、多くの方々が困難な状況に身を置かれています。そうした方々が、一日も早く、平和で安定した生活を取り戻されることを心より願っております。

私たち服の産業は、人々の暮らしをより豊かに、快適にする平和産業です。私たちの使命は、快適な日常着を継続的に人々に提供することにあります。年初にファーストリテイリングの年度方針を「世界で稼ぐ」としたのは、快適で豊かな生活を実現する高品質な日常着であるLifeWearを、世界中のさまざまな国や地域で、現地の人々と一緒に作り、売っていくという姿勢を徹底したいと思ったからです。

ファーストリテイリングは現在、世界27の国と地域に 3,500店舗以上を展開しています。2022年度上期は計画を上回る増収増益となりましたが、コロナ禍で滞っていたユニクロの出店を今期から加速し、店舗とEコマースの融合を世界各地で実現していきたいと思っています。同時に、サプライチェーンにおける人権や労働環境の尊重、気候変動などの地球環境問題、障がい者雇用、難民支援などの社会的な問題解決への取り組みを、より積極的に進めていきます。

私は企業の本当のガバナンスとは、10年後、20年後、30年後、さらに次の次の世代まで見据えた経営を指向することだと思っています。企業の最大の意義は「継続」にあり、上場企業の最大の目的は、成長して収益を上げることです。そのためには、企業が世の中にとって良いことをする存在でなければなりません。

世界各地で安定的に事業を継続し、経済の成長や雇用の創出に貢献しています。この3月には非常事態下にあるウクライナに国連難民高等弁務官事務所 (UNHCR) を通じて、1,000万米ドルの寄付や、20万点の衣料の提供をしています。平和な世界が実現しない限り、グローバルな企業として成長することは不可能です。世界中のあらゆる人々との協働を通じて、自分たちの力で未来をつくり出す。そうした考え方に立ち、今後も行動していきます。

あらゆる人のためのLifeWearには、「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」という強い思いが込められています。この原点を大切に、平和な世界とより良い社会の実現のために力を尽くします。

代表取締役会長兼社長 柳井 正

LifeWear

「新しい産業」

LifeWear(究極の普段着)のコンセプトを大切に服づくりを追求し続けることが、サステナブルな社会への貢献と事業の成長につながると、ファーストリテイリングは考えています。2021年12月に発表した新しいビジョン“LifeWear=「新しい産業」”にもとづき、製品としての服だけでなく、服を生産する過程や販売方法、販売後の服にも責任をもつという、これまでにない服の在り方を世界に提示していきます。その一環として、サステナビリティ領域における2030年度目標とアクションプランを策定しました。

これからもLifeWearを通し、社会をより豊かにするための事業活動を続けていきます。

温室効果ガス(GHG)排出量削減



90% ↓



20% ↓

2050年のGHG排出量実質ゼロに向けて、2030年度までに店舗や主要オフィスなどで2019年度比90%削減、ユニクロ・ジーユーのサプライチェーンで同20%削減をめざす

廃棄物削減



廃棄物ゼロ

お客様に商品をお届けする過程で使う資材の削減・再利用などで廃棄物ゼロへ

リサイクル素材

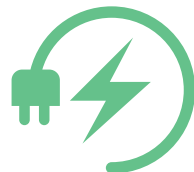
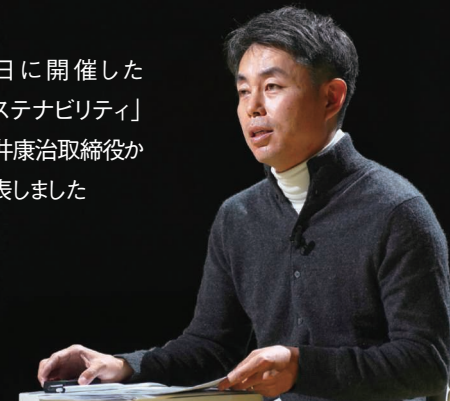


50%

2030年度までに全使用素材の約50%をリサイクル素材などに切り替え



2021年12月2日に開催した「LifeWear=サステナビリティ」説明会の様子。柳井康治取締役から新ビジョンを発表しました



再生可能エネルギー

100%

2030年度までに、全世界の店舗と主要オフィスの使用電力を100%再生可能エネルギーに切り替えていく



社会貢献活動

100億円

2025年度までに、単年度で100億円規模(柳井正個人およびファーストリテイリング財団などと協働)の社会貢献活動を実施。社会の安定と持続的な発展に寄与する活動をグローバルで推進

持続可能な 社会に貢献する 進化する服づくり

ファーストリテイリングは、2030年度のサステナビリティに関する目標と具体的なアクションプランにもとづき、商品領域での取り組みを加速しています。2019年以降、段階的にリサイクル素材の導入を推進し、2030年度までに全使用素材の約50%をリサイクル素材など温室効果ガス排出量が非常に少ない素材への切り替えを進めています。

写真の女性が着用している2022年モデルの「ポケットブルUVカットパーカ」は、生地地の41~54%*にペットボトルを再生したリサイクルポリエステルを使用しています。これにより、廃棄物と石油資源の使用量を削減することができます。再生技術の進化とともに、服づくりの可能性も広がっています。

ポケットブルUVカットパーカは、付属の小さなポーチに収納して持ち運ぶことのできる便利なユーティリティウェアです。少しの雨なら気にならない耐水撥水機能を持ち、UPF40のUVカット機能で晴天時の紫外線対策もできます。春、夏、秋の3シーズンにわたり着用することができる、うれしい1着です。

高い機能性をもつユニクロの服は、これからも進化し続けます。

*色や柄により混率が異なります。

ポケットブルUVカットパーカ

¥2,990

ウルトラストレッチアクティブエアリーショートパンツ

¥1,990

クルーネックT(半袖)

¥1,000



ユニクロ リヴォリ店



事業拡大の道筋がついたユニクロ欧州事業

2021年9月にフランスのパリにオープンしたユニクロ リヴォリ店は、オープン以来、大変多くのお客様にご来店いただいています。ルーブル美術館をはじめ、多くの美術館が立ち並ぶパリのリヴォリ通りにあり、「ファッションとカルチャーの融合」をテーマにした店舗展開は、地元の皆様にも大変好評です。

2022年8月期上期（9月～2月）のユニクロ欧州事業は、大幅な増収増益で、新型コロナウイルス前（2年前）の

ファーストリテイリンググループ
上席執行役員
ユニクロヨーロッパCEO

守川 卓

業績を大きく上回る水準へ成長しました。コロナ禍にEコマースのサービスの向上や、新規のお客様へのアプローチに力を入れたこともあり、これまでユニクロの店舗にいらしたことがないお客様にも、商品を購入していただけるようになったおかげです。

2022年4月には英国ロンドンに、ユニクロ リージェントストリート店をオープンし、多くのお客様で賑わっています。2001年に海外1号店を英国に出店して以来、ユニクロはグローバルに展開するブランドとして成長してきました。これからも欧州の大都市の最高の立地に大型店を出店することで、世界に向けてブランドの確かな存在感を発信していきます。欧州では、ローカルの優秀な人材が多く育っています。欧州の生活圏に根差したブランドになるためにも、人材育成により力を入れ、日本発のブランドらしいきめ細かいサービスを提供していきます。今後はさらに出店を加速させ、欧州のお客様に最も愛されるブランドになりたいと考えています。



お客様の声を生かす 商品づくりで 大きな満足をお届け

LifeWearは、お客様の生活の中のニーズから生まれる「究極の普段着」です。ファーストリテイリングは、お客様が本当にほしい服が、ほしいときにそこにあり、すぐにも買える、ということを実現しようとしています。そのために、お客様の声を毎日分析し、新しい商品の開発や商品を改善するためのアイデアにつなげています。お客様の声を起点につくられる商品は年々増加し、この1年間では50品番以上の商品が開発・改善されました。これらの商品は、ユニクロのEコマースサイトの「UNIQLO UPDATE(ユニクロ アップデート)」でご覧いただくことができます。

お客様からのご要望にお応えして2022年春夏に新登場したのが、ウィメンズの感動ジャケットと感動パンツです。メンズの商品で大好評のストレッチ性、驚きの軽量感、汗をかいてもすぐ乾くドライ機能はそのままで。感動ジャケットは、ボタンを開けて羽織ったときにもきれいに見えるように、フロントのカッティングと丈感にこだわりました。感動パンツは、脚がきれいに見えるスリムフィットのフルレングス丈になっています。洗濯後もしわになりにくいイージーケア素材なので、ご自宅の洗濯機でお手入れをしていただくことができます。今後も、お客様が本当に求めている服をつくり、大きな満足をお届けしていきます。



お客様の声によって進化した最新の商品は、こちらのページからご覧いただけます。

UNIQLO UPDATE

www.uniqlo.com/jp/ja/contents/feature/update/



感動ジャケット
¥5,990
感動パンツ
¥3,990



ファッションの楽しさを あらゆる人に

2022年8月期上期(9月～2月)は、気温や新型コロナウイルス感染症の影響を受けて減収減益となりました。そうしたなかでも、ジェンダーレスやエイジレスな着こなし提案に対しては、多くの反響をいただきました。トレンド商品やトレンドカラーの売れ行きが好調だったことを受け、2022年春夏は「～カラフル～ファッションで毎日に彩りを」のテーマで展開しています。

この春夏の一押しの商品は、「カラースラックス」です。ビビッドなカラーが特徴で、センタープレス仕様で美脚見えます。ファッション、メイクアップ、ヘアカラーなどさまざまな場面で、自分に似合うパーソナルカラーが注目を集めています。年齢、性別、体型を問わず、カラースラックスのような多彩なカラーを身にまとい、自分らしく自由にファッションを楽しんでほしいと、ジーユーは考えています。ジェンダーレス、エイジレスであらゆる人に楽しんでいただける「カラー×ファッション」の提案を通し、ジーユーらしい楽しさ、自由さを広くアピールしていきます。

今期は、これまで以上にトレンドを的確に捉えた無駄のない商品構成を実現し、お客様が旬のファッションを選びやすく、着こなしやすくなることをめざします。そのためお客様の声を集め、分析し、商品づくりに反映するカスタマーセンターを有明本部に新設しました。また、2022年春夏からは主力商品の「スタイルドライ」や「ブラフィール」をサステナブル素材(リサイクルポリエステル、再生可能な木材を原料とするレーヨンなど)へ変更しています。

お客様のより便利なお買い物体験のために、出店の加速と同時に、Eコマースのサービスの向上をめざします。オンラインで注文し、最短で2時間後には店舗で受け取れるサービスを約400店舗で開始しています。これからもジーユーは、お求めやすい価格のファッション性と実用性を兼ね備えた、あらゆる人に楽しんでいただける、より良い商品とサービスを提供していきます。



北米、欧州、東南アジアの業績拡大が力強い グローバルで収益の柱が多様化



取締役
グループ上席執行役員CFO
岡崎 健

上期は過去最高の業績

上期の連結業績は、売上収益1兆2,189億円(前年同期比1.3%増)、営業利益1,892億円(同12.7%増)と、増収、大幅な増益となりました。期初に比べ為替レートが円安になったことで、金融収益・費用は232億円のプラスでした。この結果、親会社の所有者に帰属する四半期利益は1,468億円(同38.7%増)となりました。北米、欧州、東南アジア・オセアニア・インド地区の業績が拡大したことで、上期は過去最高の業績を達成しました。

国内ユニクロ事業の上期の売上収益は4,425億円(同10.2%減)、営業利益は809億円(同17.3%

減)と、大幅な減収減益となりました。前年同期は在宅需要やエアリズムマスクの販売が好調で、業績のハードルが高かったことに加え、冬物の売れ筋商品に欠品が発生し、機会ロスが生じたことによります。売上総利益率は値引き販売を抑制したことで、0.9ポイント改善、売上高販管費率は、減収となったことで同2.6ポイント上昇しました。

海外ユニクロ事業の上期の売上収益は5,932億円(同13.7%増)、営業利益は1,003億円(同49.7%増)と、大幅な増収増益となりました。地域別では、中国大陸を中心に新型コロナウイルス感染症(新型コロナ)に伴う行動規制によって消費意欲が低下した影響を受け、グレーターチャイナ

(中国大陸、香港、台湾)は減収減益となりました。韓国は増収増益。東南アジア・オセアニア・インド地区は大幅な増収増益、過去最高の業績を更新しました。欧州、北米は、顧客層が広がったことに加え、経費構造改革の成果により、業績が大幅に拡大しました。欧州は大幅な増収増益、北米は、大幅な増収となり、黒字化しました。海外ユニクロ事業は、収益の柱が多様化したことで、過去最高の収益となりました。

ジーユー事業の上期の売上収益は1,228億円(同7.4%減)、営業利益は93億円(同40.9%減)と、減収、大幅な減益となりました。シーズン初めに気温が高く推移し、秋物の販売に苦戦したことに加え、新型コロナに伴う生産や物流の遅延の影響で売れ筋商品をタイムリーに投入することができず、機会ロスが生じたことで、既存店売上高は減収となりました。

グローバルブランド事業の上期の売上収益は589億円(同8.1%増)、営業利益は10億円の黒字(同81億円の赤字)と、増収、黒字に転換しました。主に、セオリー事業の米国を中心に業績が回復しました。

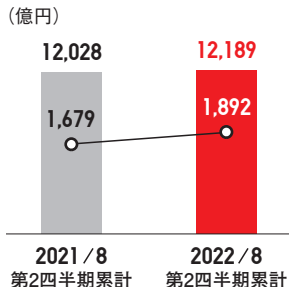
下期はより積極的に商売し、お客様の期待に応えていく

通期の業績予想は、売上収益は2兆2,000億円(前期比3.1%増)、営業利益は2,700億円(同8.4%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益は1,900億円(同11.9%増)と、期初予想から上方修正しました。1株当たりの年間配当金は、中間配当金280円を含み560円と、前期から80円の増配を予想しています。

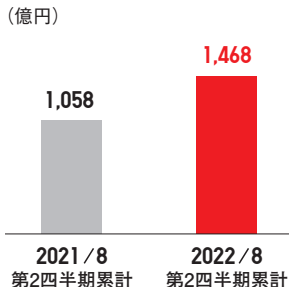
上期は過去最高の業績と好調な進捗となりましたが、一部の事業では、売れ筋商品が欠品し、お客様にご迷惑をおかけしました。下期はこうした反省を踏まえ、より積極的に商売をしていきます。具体的には、商品構成、数量計画の精緻化やマーケティングの強化に加えて、好調な芽が見えている商品については、期中企画も含めて積極的に追加生産を行っていきます。また、店舗とEコマースの在庫を完全に一元化するなどで、欠品なく、いつでもどこでも、Eコマースでほしい商品を購入できるように、店舗とEコマースの融合をさらに図っていきます。加えて、出店加速のための準備を着実に進め、2023年8月期はグループ全体で300店舗以上の出店をしていきます。Eコマースの拡大、出店の加速により、グローバルで収益の柱の多様化を一層推進していきます。

売上収益／営業利益

■ 売上収益 ○ 営業利益

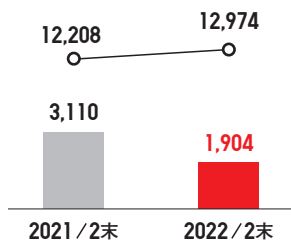


親会社の所有者に帰属する 四半期利益

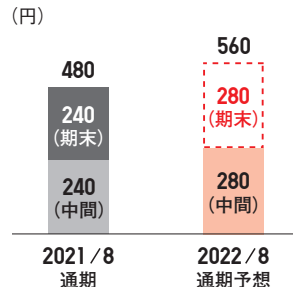


フリー・キャッシュ・フロー/ 現金及び現金同等物期末残高

■ フリー・キャッシュ・フロー
○ 現金及び現金同等物期末残高

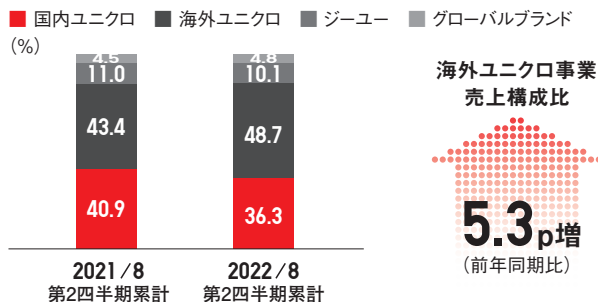


1株当たり配当金



セグメント別売上構成比

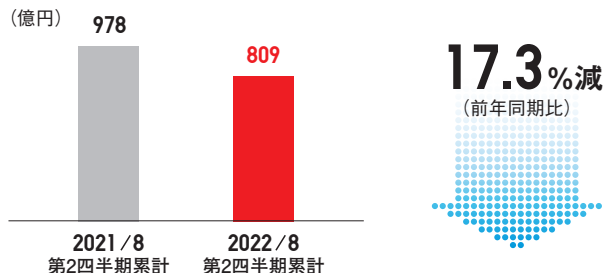
海外ユニクロ事業の売上構成比は48.7%、
前年同期比5.3ポイント上昇



海外ユニクロ事業は大幅な増収、売上構成比は48.7%へ拡大。
特にその他アジア・オセアニア地区、北米、欧州の販売が好調。
一方で、国内ユニクロ事業、ジューユー事業は減収

国内ユニクロ事業：セグメント営業利益

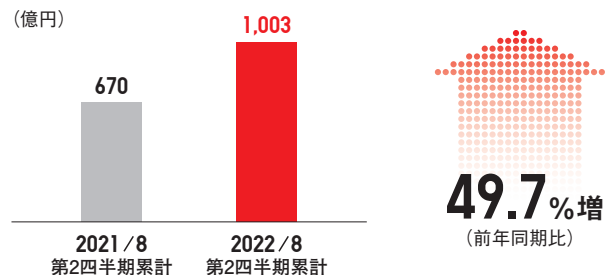
営業利益は前年同期比17.3%減
販管費比率は悪化も、粗利益率は改善



前年の在宅需要の反動減や、冬物の売れ筋商品に欠品が発生したことで、既存店売上高は9.0%減。減収となったことで販管費比率は悪化。粗利益率は、値引き販売の抑制により前年比で改善

海外ユニクロ事業：セグメント営業利益

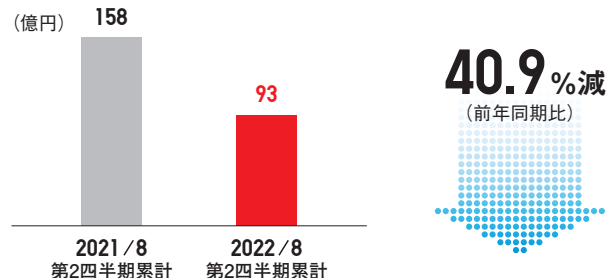
収益の柱が多様化し、
過去最高の営業利益を達成



北米、欧州のユニクロ事業は販売が好調、収益構造も改善し、大幅な増益。海外ユニクロ事業に占める、北米、欧州の営業利益の構成比は約20%と、グレーターチャイナの約55%に次ぐ収益の柱の一つへ

ジューユー事業：セグメント営業利益

気温の影響や、新型コロナに伴う生産や
物流の遅延により、減収、大幅な減益



期初に気温が高く推移し秋物の販売に苦戦。冬物はニット、ボトムスの販売が好調だったものの、新型コロナに伴う生産や物流の遅延により売れ筋商品をタイムリーに投入できず、機会ロスが発生

■ 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.		
本社事務所	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	株式又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	55,610名		

■ 取締役・監査役

代表取締役会長兼社長	柳井 正	常勤監査役	新庄 正明
取締役(社外)	服部 暢達		水澤 真澄
	新宅 正明	監査役(社外)	金子 圭子
	名和 高司		榎谷 隆夫
	大野 直竹		森 正勝
	コルキヤン ソロ		
取締役(社内)	岡崎 健		
	柳井 一海		
	柳井 康治		

■ 株式の状況

発行可能株式総数	300,000,000株
期末発行済株式数(自己株式を含む)	106,073,656株
株主数	13,595人

■ 大株主

	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	22,962	22.47
柳井 正	22,037	21.57
株式会社日本カस्टディ銀行(信託口)	11,400	11.16
TTY Management B.V.	5,310	5.20
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
柳井 照代	2,327	2.28
ステート・ストリート信託銀行	2,186	2.14

*自己株式を控除して算出

■ 所有者別株式分布状況

■ 個人・その他	37.22%
■ 金融機関	33.31%
■ 外国人	18.76%
■ 事業会社・その他法人	8.05%
■ 証券会社	2.66%



*自己株式を控除して算出

■ 株主メモ

上市証券取引所	東京証券取引所 市場第一部 (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	毎年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・祝祭日等を除く平日)

IRホームページ紹介

www.fastretailing.com/jp/ir/

経営方針

最新の決算情報

IRニュース

有価証券報告書や
ビジネスレビュー、
統合報告書などの
資料