

記述情報の開示の好事例集 金融庁 2019年3月19日

### 3. 「MD&Aに共通する事項」の開示例

---

# 目次

---

## 3. 「MD&Aに共通する事項」の開示例

花王(株) ■	3-1	(株)ファーストリテイリング ■	3-6
(株)丸井グループ ■	3-2	(株)リクルートホールディングス ■	3-8
トヨタ自動車(株) ■	3-3	三菱重工業(株) □	3-9
住友金属鉱山(株) ■	3-5	(株)三菱UFJフィナンシャル・グループ □	3-10

■ 有価証券報告書 □ 任意の開示書類（統合報告書等）

## 花王株式会社 有価証券報告書（2017年12月期） P13-15

## 【業績等の概要】 ※ 一部抜粋

## (1) 業績

当社グループは、2017年12月期より日本のコンシューマープロダクツ事業において販売制度の改定を行い、併せてIFRS第15号「顧客との契約から生じる収益」などを早期適用しています（参照104ページ 連結財務諸表に関する注記事項 3.重要な会計方針 (20)会計方針の変更）。なお、比較を容易にするため、これらの影響を補正し、さらに為替変動の影響を除いた増減率を以下、「実質」として記載しております。

(中略)

## 販売実績

通期		日本	アジア	米州	欧州	合計
化粧品	2016年	2,153	186	26	184	2,550
	2017年	1,979	224	28	195	2,427
	増減率	(8.1)	20.6	7.0	6.2	(4.8)
	実質増減率	(0.6)	30.2	3.5	5.4	2.1
スキンケア・ヘアケア製品	2016年	1,983	331	689	464	3,467
	2017年	1,959	308	723	442	3,433
	増減率	(1.2)	(6.7)	4.9	(4.6)	(1.0)
	実質増減率	3.1	7.9	3.0	(7.9)	2.1
ビューティケア事業	2016年	4,137	517	716	648	6,016
	2017年	3,938	533	751	638	5,860
	増減率	(4.8)	3.1	5.0	(1.5)	(2.6)
	実質増減率	1.2	15.9	3.1	(4.1)	2.1
ヒューマンヘルスケア事業	2016年	1,908	822	0	-	2,731
	2017年	1,975	967	0	-	2,943
	増減率	3.5	17.6	-	-	7.8
	実質増減率	7.4	25.8	-	-	13.0
ファブリック&ホームケア事業	2016年	3,011	423	17	-	3,452
	2017年	2,948	388	21	-	3,357
	増減率	(2.1)	(8.3)	21.2	-	(2.7)
	実質増減率	1.6	0.4	17.7	-	1.5
コンシューマープロダクツ事業	2016年	9,056	1,762	733	648	12,198
	2017年	8,862	1,888	773	638	12,160
	増減率	(2.1)	7.1	5.5	(1.5)	(0.3)
	実質増減率	2.6	16.8	3.5	(4.1)	4.4
ケミカル事業	2016年	1,189	588	435	526	2,738
	2017年	1,239	696	526	642	3,103
	増減率	4.2	18.2	21.0	22.1	13.3
	実質増減率	4.3	14.0	17.8	16.2	10.8
セグメント間売上高の消去	2016年	(315)	(31)	(1)	(14)	(360)
	2017年	(318)	(34)	(1)	(16)	(369)
売上高	2016年	9,930	2,320	1,167	1,160	14,576
	2017年	9,782	2,550	1,298	1,264	14,894
	増減率	(1.5)	9.9	11.2	9.0	2.2
	実質増減率	2.9	16.2	8.8	5.0	5.6

注：コンシューマープロダクツ事業は、外部顧客への売上高を記載しており、ケミカル事業では、コンシューマープロダクツ事業に対する売上高を含めています。また比較を容易にするため、前期の売上高を同様の方法で記載しています。地域別の売上高は、販売元の所在地に基づき分類しています。

売上高に占める海外に所在する顧客への売上高の割合は、前期の33.8%から37.0%となりました。

## コンシューマープロダクツ事業

売上高は、前期に対して0.3%減の1兆2,160億円（実質4.4%増）となりました。

日本では、数多くの高付加価値商品の発売や提案型販売活動の強化などに取り組んだほか、Eコマースへの対応を強化し、売上高は、前期に対して2.1%減の8,862億円（実質2.6%増）となりました。

アジアでは、中国やインドネシアなどを中心に好調に伸長し、売上高は、7.1%増の1,888億円（実質16.8%増）となりました。

米州の売上高は、5.5%増の773億円（実質3.5%増）となり、欧州の売上高は、1.5%減の638億円（実質4.1%減）となりました。

営業利益は、ヒューマンヘルスケア事業の増収効果があり、1,723億円（対前期172億円増）となりました。

当社は、〔ビューティケア事業〕、〔ヒューマンヘルスケア事業〕、〔ファブリック&ホームケア事業〕を総称して、コンシューマープロダクツ事業としております。

## 〔ビューティケア事業〕

売上高は、前期に対して2.6%減の5,860億円（実質2.1%増）となりました。

化粧品の売り上げは、前期に対し4.8%減の2,427億円（実質2.1%増）となりました。海外では、中国を中心にアジアが好調に推移し、売り上げを大きく拡大させることができましたが、日本では、実質の売り上げは、前期をわずかに下回りました。2016年に大きく伸長したインバウンドによる売り上げが減少したほか、中価格帯スキンケアブランドが苦戦しました。一方、化粧品ビジネスの大改革は着実に進んでおり、土台美容液「ソフィーナiP」は、アジアでの展開もスタートし好調に推移しています。また、グローバルブランド「KANEBO」は日本、アジアに加えて欧州での展開を開始しました。デパートチャネルで展開しているプレステージブランドの「SUQQU」や2017年秋に発売した「エストザローション」が好調に売り上げを伸ばしました。

- 財務情報におけるセグメント単位に加え、経営方針・経営戦略等の説明に適した単位（「化粧品」、「スキンケア・ヘアケア製品」等、より詳細な事業別セグメント情報を所在地別に分解）で記載
- 為替変動の影響を除いた実質数値（実質増減率）について、前期との期間比較分析を実施

株式会社丸井グループ 有価証券報告書（2018年3月期） P8, 14-15

【経営方針、経営環境及び対処すべき課題等】 ※ 一部抜粋

(1) 経営方針

■ 中長期的な会社の経営戦略

i. 事業環境の変化

消費環境では、モノからコトへ消費のシフトがさらにすすみ、小売業態ではEC市場の成長が続く一方で、今後は物販中心のリアル店舗に依存した業態が衰退するリスクも考えられます。クレジット市場については、2020年のオリンピック・パラリンピック開催に向けてインフラの整備がすすみ、市場の拡大が見込めるものの、新たなテクノロジーによる金融サービスの革新で市場が激変する可能性もあります。

(中略)

iii. 具体的な取り組み

(小売)

- ・店舗事業は、SC・定借化により、従来の百貨店型ビジネスからの事業構造の転換を実現し、次世代型のライフスタイルSCの展開で、資本生産性を高めます。
- ・オムニチャネル事業は、ECに軸足を置いたビジネスを推進し、グループのノウハウを重ね合わせた「体験ストア」など独自のビジネスモデルで事業領域を拡大します。
- ・プラットフォーム事業は、店舗内装や物流、ビルマネジメントなど小売で培ったノウハウを統合的に運営し、B to Bビジネスを推進します。

(フィンテック)

- ・カード事業は、全国でのエポスカードファン拡大に向け商業施設やコンテンツ系企業との提携を強化し、高い収益性の維持と事業規模の拡大の両立をはかります。
- ・サービス事業は、クレジットのノウハウを活用した家賃保証や保険などサービス収入を拡大し、投下資本の少ないビジネスでROI Cを高めます。
- ・IT事業は、新たなテクノロジーの活用によってお客さまの利便性を高め、グループの事業領域拡大をサポートします。

⋮

【経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】 ※ 一部抜粋

(1) 経営成績等の状況の概要

当連結会計年度における当社グループ（当社および連結子会社）の財政状態、経営成績およびキャッシュフロー（以下、「経営成績等」という。）の状況の概要は次のとおりです。

(中略)

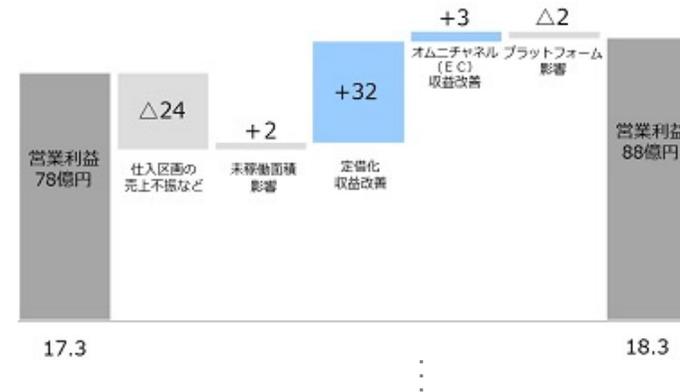
(セグメント別の状況)

(中略)

＜小売セグメント＞

- ・「モノ」から「コト」へ消費者ニーズが変化するなか、2019年3月期までの5年間で、従来の商品を仕入れて販売する百貨店型のビジネスモデルから定期借家契約により家賃を得るSC型商業施設への転換をすすめ、収益の安定化をめざしています。
- ・当期末のSC・定借化率は、87%（前期末差+25%）となり、4年目となる当期末の計画84%を上回りました。
- ・従来のアパレル中心の売場構成から、飲食やサービス・雑貨を中心としたライフスタイル型の店づくりがすすみ、客数増につながっています。
- ・業利益については、プラットフォームは受注環境の悪化などにより前年を下回りましたが、定借化による収益改善等で仕入区画の売上不振を吸収し、店舗・オムニチャネルは増益となりました。その結果、小売全体では前年を11億円上回り2期ぶりの増益となりました。

□ 2018年3月期 小売の営業利益増減要因



- ・ 「iii. 具体的な取り組み」において、脅威となる経営環境の変化に対する経営方針・経営戦略等をセグメント単位で記載
- ・ 記述情報に加えて図を用い分かりやすく記載

## トヨタ自動車株式会社（1/2）有価証券報告書（2018年3月期） P19-20

## 【経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】 ※ 一部抜粋

## (1) 経営成績等の状況の概要

## ① 経営成績の状況

当連結会計年度の経済状況を概観しますと、世界経済については、貿易・生産の世界的拡大と底堅い内需を背景に緩やかな回復が続きました。日本経済については、雇用・所得環境が改善し、緩やかな回復基調が続きました。

自動車業界においては、市場は先進国で安定的に推移し、中国で拡大した一方、一部の資源国で落ち込みがみられました。また、温室効果ガス削減に向け、各国・各地域で規制強化や一定割合の電動車販売を義務化するといった新たな規制導入の動きがみられました。

このような経営環境の中、トヨタは、お客様の期待を超える「もっといいクルマ」づくりに取り組んできました。「トヨタのグローバルミッドサイズセダン」である「カムリ」を、TNGA(トヨタ・ニュー・グローバル・アーキテクチャー)に基づくプラットフォームやパワートレインなどにより一新し、意のままの走り美しいデザインを実現しました。また、日本の「おもてなしの心」を表現した、お子様、高齢者、車いす使用者、外国からの観光客など、あらゆる人に優しい「JPN TAXI(ジャパntaxi)」を新たに発売しました。さらに1968年の発売開始以来、世界各国のお客様にご愛用いただいているピックアップトラック「ハイラックス」を13年ぶりに日本市場に導入しました。レクサスブランドでは、革新的なデザイン、エモーショナルな走り、先進の予防安全技術を兼ね備えた新型高級セダン「LS」を発売しました。その他にも、2017年シーズンより18年ぶりに復帰した世界ラリー選手権(WRC)をはじめとするモータースポーツ活動から得られた技術や知見を織り込んだ商品として、新たなスポーツカーシリーズ「GR」を投入するなど、クルマを楽しむ文化の醸成に向けた取り組みを強化しました。

当連結会計年度における日本、海外を合わせた自動車の連結販売台数は、896万4千台と、前連結会計年度に比べて7万台(0.1%)の減少となりました。日本での販売台数については、225万5千台と、前連結会計年度に比べて1万9千台(0.8%)の減少となりましたが、全国販売店の努力により、軽自動車を除くトヨタ・レクサスブランドの販売シェアは46.9%、軽自動車を含む販売シェア(ダイハツおよび日野ブランドを含む)は44.4%と、前連結会計年度に引き続き高いレベルで推移しました。一方、海外においては、欧州およびその他の地域で販売台数が増加したことにより、670万9千台と、前連結会計年度に比べて1万2千台(0.2%)の増加となりました。

当連結会計年度の業績については、次のとおりです。

売上高	29兆3,795億円(前期比増減)	1兆7,823億円( 6.5%)
営業利益	2兆3,998億円(前期比増減)	4,054億円( 20.3%)
税金等調整前当期純利益	2兆6,204億円(前期比増減)	4,266億円( 19.4%)
当社株主に帰属する当期純利益	2兆4,939億円(前期比増減)	6,628億円( 36.2%)

なお、営業利益の主な増減要因は、次のとおりです。

販売面での影響	△ 1,000億円
為替変動の影響	2,650億円
原価改善の努力	1,650億円
諸経費の減少ほか	600億円
その他	154億円

⋮

⋮

事業別セグメントの業績は、次のとおりです。

## a. 自動車事業

売上高は26兆3,979億円と、前連結会計年度に比べて1兆3,160億円(5.2%)の増収となり、営業利益は2兆111億円と、前連結会計年度に比べて3,181億円(18.8%)の増益となりました。営業利益の増益は、為替変動の影響および原価改善の努力などによるものです。

## b. 金融事業

売上高は2兆170億円と、前連結会計年度に比べて1,934億円(10.6%)の増収となり、営業利益は2,855億円と、前連結会計年度に比べて631億円(28.4%)の増益となりました。営業利益の増益は、販売金融子会社において、融資残高の増加ならびに貸倒関連費用および残価損失関連費用の減少などによるものです。

## c. その他の事業

売上高は1兆6,461億円と、前連結会計年度に比べて3,250億円(24.6%)の増収となり、営業利益は1,008億円と、前連結会計年度に比べて194億円(24.0%)の増益となりました。

所在地別の業績は、次のとおりです。

## a. 日本

売上高は16兆248億円と、前連結会計年度に比べて1兆1,939億円(8.1%)の増収となり、営業利益は1兆6,599億円と、前連結会計年度に比べて4,576億円(38.1%)の増益となりました。営業利益の増益は、為替変動の影響および原価改善の努力などによるものです。

## b. 北米

売上高は10兆5,744億円と、前連結会計年度に比べて3,353億円(3.3%)の増収となりましたが、営業利益は1,388億円と、前連結会計年度に比べて1,722億円(55.4%)の減益となりました。営業利益の減益は、販売諸費用の増加ならびに生産および販売台数の減少などによるものです。

## c. 欧州

売上高は3兆1,852億円と、前連結会計年度に比べて5,041億円(18.8%)の増収となり、営業利益は750億円と、前連結会計年度に比べて872億円の増益となりました。営業利益の増益は、諸経費の減少ほかなどによるものです。

## d. アジア

売上高は5兆1,481億円と、前連結会計年度に比べて3,283億円(6.8%)の増収となりましたが、営業利益は4,331億円と、前連結会計年度に比べて19億円(0.5%)の減益となりました。

## e. その他の地域(中南米、オセアニア、アフリカ、中近東)

売上高は2兆4,532億円と、前連結会計年度に比べて2,922億円(13.5%)の増収となり、営業利益は1,126億円と、前連結会計年度に比べて539億円(91.9%)の増益となりました。営業利益の増益は、生産および販売台数の増加などによるものです。

⋮

⋮

- 営業利益の主な増減要因を記載
- 当期の業績について、販売台数や販売シェアの情報も用いより分かりやすく記載
- 財務情報におけるセグメント単位に加え、経営方針・経営戦略等の説明に適した単位(所在地別セグメント)で記載

## トヨタ自動車株式会社（2/2）有価証券報告書（2018年3月期） P24-25

## 【経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】 ※ 一部抜粋

## (2) 経営者の視点による経営成績等の状況に関する分析・検討内容

本項においては、将来に関する事項が含まれていますが、当該事項は有価証券報告書提出日（2018年6月25日）現在において判断したものです。

## ①概観

トヨタの事業セグメントは、自動車事業、金融事業およびその他の事業で構成されています。自動車事業は最も重要な事業セグメントで、当連結会計年度においてトヨタの売上高合計（セグメント間売上控除前）の88%を占めています。当連結会計年度における車両販売台数ベースによるトヨタの主要な市場は、日本（25.2%）、北米（31.3%）、欧州（10.8%）およびアジア（17.2%）となっています。

## a. 自動車市場環境

世界の自動車市場は、非常に競争が激しく、また予測が困難な状況にあります。さらに、自動車業界の需要は、社会、政治および経済の状況、新車および新技術の導入ならびにお客様が自動車を購入または利用される際に負担いただく費用といった様々な要素の影響を受けます。これらの要素により、各市場および各タイプの自動車に対するお客様の需要は、大きく変化します。

当連結会計年度の自動車市場は、先進国で安定的に推移し、中国で拡大した一方、一部の資源国で落ち込みがみられました。また、温室効果ガス削減に向け、各国・各地域で規制強化や一定割合の電動車販売を義務化するという新たな規制導入の動きがみられました。

次の表は、過去2連結会計年度における各仕向地域別の連結販売台数を示しています。

	千台	
	3月31日に終了した1年間	
	2017年	2018年
日本	2,274	2,255
北米	2,837	2,806
欧州	925	968
アジア	1,588	1,543
その他	1,347	1,392
海外計	6,697	6,709
合計	8,971	8,964

(注) 「その他」は、中南米、オセアニア、アフリカ、中近東ほかからなります。

トヨタの日本における連結販売台数は、当連結会計年度は減少しましたが、全国販売店の努力により、軽自動車を除くトヨタ・レクサスブランドの販売シェアは46.9%、軽自動車を含む販売シェア（ダイハツおよび日野ブランドを含む）は44.4%と、前連結会計年度に引き続き高いレベルで推移しました。トヨタの海外における連結販売台数は、欧州およびその他の地域で販売台数が増加したことにより、全体としては増加となりました。

各市場における全車両販売台数に占めるトヨタのシェアは、製品の品質、安全性、信頼性、価格、デザイン、性能、経済性および実用性についての他社との比較により左右されます。また、時機を得た新車の

導入やモデルチェンジの実施も、お客様のニーズを満たす重要な要因です。変化し続けるお客様の嗜好を満たす能力も、売上および利益に大きな影響をもたらします。

自動車事業の収益性は様々な要因により左右されます。これらには次のような要因が含まれます。

## 車両販売台数

販売された車両モデルとオプションの組み合わせ

部品・サービス売上

価格割引およびその他のインセンティブのレベルならびにマーケティング費用

顧客からの製品保証に関する請求およびその他の顧客満足のための修理等にかかる費用

研究開発費等の固定費

原材料価格

コストの管理能力

生産資源の効率的な利用

特定の仕入先への部品供給の依存による生産への影響

自然災害や社会インフラの障害による市場・販売・生産への影響

日本円およびトヨタが事業を行っている地域におけるその他通貨の為替相場の変動

法律、規制、政策の変更およびその他の政府による措置も自動車事業の収益性に著しい影響を及ぼすことがあります。これらの法律、規制および政策には、車両の製造コストを大幅に増加させる環境問題、車両の安全性、燃費および排ガスに影響を及ぼすものが含まれます。

多くの国の政府が、現地調達率を規定し、関税およびその他の貿易障壁を課し、あるいは自動車メーカーの事業を制限したり本国への利益の移転を困難にするような価格管理あるいは為替管理を行っています。このような法律、規制、政策その他の行政措置における変更は、製品の生産、ライセンス、流通もしくは販売、原価、あるいは適用される税率に影響を及ぼすことがあります。トヨタは、トヨタ車の安全性について潜在的問題がある場合に適宜リコール等の市場処置（セーフティ・キャンペーンを含む）を発表しています。2009年以降、トヨタは、アクセルペダルがフロアマットに引っ掛かり戻らなくなる問題に関するセーフティ・キャンペーンおよびアクセルペダルの不具合に関するリコールを発表しました。前述のリコール等の市場処置をめぐり、トヨタに対する申し立ておよび訴訟が提起されています。これらの申し立ておよび訴訟に関しては、連結財務諸表注記25を参照ください。

世界の自動車産業は、グローバルな競争の時期にあり、この傾向は予見可能な将来まで続く可能性があります。また、トヨタが事業を展開する競争的な環境は、さらに激化する様相を呈しています。トヨタは一独立企業として自動車産業で効率的に競争するための資源、戦略および技術を予見可能な将来において有していると考えています。

- セグメント単位の経営環境及び経営成績に影響を与えるリスク要因を記載
- 「a. 自動車市場環境」において、販売台数や販売シェアの情報を用いて経営成績を分かりやすく記載

## 住友金属鉱山株式会社 有価証券報告書（2018年3月期） P21

## 【経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】 ※ 一部抜粋

## (1) 経営成績等の状況の概要及び経営者の視点による分析・検討内容

当連結会計年度における当社グループの財政状態、経営成績及びキャッシュ・フロー（以下「経営成績等」という。）の状況の概要及び経営者の視点による分析・検討内容は次のとおりであります。

(注)「経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析」に記載している金額のうち、「(1) 経営成績等の状況の概要及び経営者の視点による分析・検討内容 ⑤ キャッシュ・フローの状況」は、消費税等を含んだ金額であります。

## ① 経営成績

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益又は 経常損失(△)	親会社株主に帰属する 当期純利益又は親 会社株主に帰属する 当期純損失(△)
平成30年3月期	933,517	110,203	124,853	91,648
平成29年3月期	786,146	76,390	△1,565	△18,540
増減 (増減率%)	147,371 (18.7)	33,813 (44.3)	126,418 (-)	110,188 (-)

(海外相場、為替)

	単位	前期	当期	増減 (△は減少)
銅	\$/t	5,154	6,444	1,290
金	\$/TOZ	1,258.0	1,285.2	27.2
ニッケル	\$/lb	4.56	5.06	0.50
為替(TTM)	円/\$	108.40	110.86	2.46

当期の世界経済は、米国の保護主義・排外主義が強まり、北朝鮮及び中東を巡る地政学的リスクが高まりましたが、中国の経済成長減速への懸念が和らぎ、企業業績の改善を背景に世界的な株高が継続するなど、全体としては回復基調から拡大基調へと進展しました。

非鉄金属業界におきましては、銅及びニッケル価格ともに概ね上昇基調が継続し、いずれも前期を上回りました。

為替相場については、全般的に狭いレンジで推移しました。英国のEU離脱による円高影響があった前期と比べ、平均為替レートは円安となりました。一方で米国政権の保護主義の動きが先鋭化したことなどにより、当期末にかけて円高が進行しました。

材料事業の関連業界におきましては、車載用電池向け部材の需要が引き続き増加しました。スマートフォン向けなどの部材については、概ね堅調な販売環境が継続しましたが、結晶材料で顧客の長引く在庫調整の影響を大きく受けました。

このような状況のなか、当期の連結売上高は、主要非鉄金属価格の上昇及び円安の影響などにより、前期に比べ1,473億71百万円増加し、9,335億17百万円となりました。

連結営業利益は、増収により前期に比べ338億13百万円増加し、1,102億3百万円となりました。

連結経常利益は、連結営業利益の増加に加え、シエラゴルド鉱山社に関する持分法による投資損失が減少したことなどにより、前期に比べ1,264億18百万円好転し、1,248億53百万円となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益は、連結経常利益が増加したことなどにより、前期に比べ1,101億88百万円好転し、916億48百万円となりました。

⋮

- 財務情報に加えて、重要な指標（銅・金・ニッケルの海外相場や為替相場）の前期比較情報を記載

## 株式会社ファーストリテイリング（1/2） 有価証券報告書（2018年8月期） P15-16

## 【経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】 ※ 一部抜粋

## (1) 業績等の概要

## ① 業績

(中略)

## 〔国内ユニクロ事業〕

国内ユニクロ事業の当連結会計年度の売上収益は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（E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、E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、社内の為替レートの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〕

海外ユニクロ事業の当連結会計年度の売上収益は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〕

ジーユー事業の当連結会計年度の売上収益は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〕

グローバルブランド事業の当連結会計年度の売上収益は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。

⋮

## 株式会社ファーストリテイリング (2/2) 有価証券報告書 (2018年8月期) P17-18

## 【経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】 ※ 一部抜粋

(2) 販売及び仕入の状況

## ① 部門別売上状況

部門	前連結会計年度 (自 2016年9月1日 至 2017年8月31日)		当連結会計年度 (自 2017年9月1日 至 2018年8月31日)	
	売上収益 (百万円)	構成比 (%)	売上収益 (百万円)	構成比 (%)
メンズ	316,601	17.0	341,392	16.0
ウィメンズ	386,075	20.7	403,407	18.9
キッズ・ベビー	60,497	3.2	67,202	3.2
グッズ・その他	21,145	1.2	22,938	1.1
国内ユニクロ商品売上合計	784,320	42.1	834,941	39.2
FC関連収入・補正費売上高	26,413	1.4	29,836	1.4
国内ユニクロ事業合計	810,734	43.5	864,778	40.6
海外ユニクロ事業	708,171	38.0	896,321	42.1
ユニクロ事業合計	1,518,905	81.5	1,761,099	82.7
ジーユー事業	199,139	10.7	211,831	9.9
グローバルブランド事業	141,003	7.6	154,464	7.3
その他事業	2,868	0.2	2,664	0.1
合計	1,861,917	100.0	2,130,060	100.0

- (注) 1 FC関連収入とは、フランチャイズ店に対する商品売上高、フランチャイズ店からのロイヤリティ収入であり、補正費売上高とは、パンツの裾上げ(補正)の加工賃及び刺繍プリントによる収入等であります。
- 2 ユニクロ事業とは、「ユニクロ」ブランドのカジュアル衣料品販売事業であります。
- 3 ジーユー事業とは、「ジーユー」ブランドのカジュアル衣料品販売事業であります。
- 4 グローバルブランド事業は、セオリー事業(「Theory(セオリー)」、「PLST(プラステ)」ブランド等の衣料品販売事業)、コントワー・デ・コトニエ事業(「COMPTOIR DES COTONNIERS(コントワー・デ・コトニエ)」ブランドの衣料品販売事業)、プリンセス タム・タム事業(「PRINCESSE TAM TAM(プリンセス タム・タム)」ブランドの衣料品販売事業)及びJ Brand事業(「J BRAND(ジェイブランド)」ブランドの衣料品販売事業)で構成されております。
- 5 その他事業とは、不動産賃貸業等であります。
- 6 国内ユニクロ事業に含まれるEコマース売上高  
前連結会計年度 48,753百万円、当連結会計年度 63,063百万円
- 7 上記金額には、消費税等は含まれておりません。

## ② 単位当たりの売上状況

概要		当連結会計年度 (自 2017年9月1日 至 2018年8月31日)	前期比(%)
売上収益		1,668,199百万円	115.5%
1㎡当たり売上収益	売場面積(平均)	2,176,567㎡	134.1%
	1㎡当たり期間売上収益	766千円	86.2%
1人当たり売上収益	従業員数(平均)	100,340人	162.7%
	1人当たり期間売上収益	16,625千円	71.0%

- (注) 1 国内・海外ユニクロ事業についてのみ記載しております。
- 2 売上収益は店舗商品売上高であり、国内ユニクロ事業のEコマース事業・FCに対する商品供給高・経営管理料及び補正費売上高は含まれておりません。
- 3 売場面積(平均)は、営業店の稼働月数を基礎として算出しております。
- 4 従業員数(平均)は、準社員、アルバイト社員、委託社員及び受入出向社員を含み、執行役員を除いております。なお、準社員、アルバイト社員は報告日時点の延べ従業員数を記載しております。
- 5 上記金額には、消費税等は含まれておりません。

- 財務情報におけるセグメント単位に加え、経営方針・経営戦略等の説明に適した単位(「メンズ」、「ウィメンズ」等、より詳細な単位)で記載
- 財務情報に加えて、その理解に有用な指標(1㎡当たり売上収益や1人当たり売上収益)の前期比較情報を記載

## 株式会社リクルートホールディングス 有価証券報告書（2018年3月期） P26

## 【経営者による財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況の分析】 ※ 一部抜粋

## (1) 経営成績等の分析

## ii セグメント業績の概況

## ②メディア&amp;ソリューション事業

## (業績の概況)

当報告セグメントは、クライアントの集客や様々な業務支援を行う販促領域と、クライアントの人材採用の支援を行う人材領域の2つの事業領域で構成されています。

当連結会計年度における売上収益は6,799億円（前連結会計年度比3.3%増）となりました。これは主に、販促領域の美容分野が好調に推移したことに加え、人材領域の国内人材募集分野が堅調に推移したことによるものです。

当連結会計年度におけるセグメント利益（セグメントEBITDA）は1,561億円（前連結会計年度比3.1%増）となりました。これは主に、販促領域の増益が寄与したことによるものです。なお、セグメント利益の内訳は、販促領域が952億円（前連結会計年度比9.4%増）、人材領域が745億円（前連結会計年度比0.4%減）となりました。人材領域が減益となったのは、主にユーザー集客のためのマーケティング投資を強化したことによるものです。

当報告セグメントの業績及び関連データ等は、以下のとおりです。

	(単位：十億円)			
	前連結会計年度	当連結会計年度	増減	増減率 (%)
売上収益（合計）	658.2	679.9	21.7	3.3
販促領域	369.6	378.5	8.8	2.4
住宅分野	99.5	98.1	△1.4	△1.4
結婚分野	54.6	55.4	0.8	1.6
旅行分野	58.4	58.8	0.4	0.8
飲食分野	37.4	37.3	△0.1	△0.3
美容分野	56.8	63.8	7.0	12.4
その他	62.8	64.8	2.0	3.2
人材領域	281.9	294.4	12.4	4.4
国内人材募集分野	260.3	270.6	10.3	4.0
その他	21.6	23.7	2.1	9.9
全社/消去（メディア&ソリューション事業）	6.5	7.0	0.4	7.0
セグメント利益 （セグメントEBITDA）（合計）	151.5	156.1	4.6	3.1
販促領域	87.0	95.2	8.1	9.4
人材領域	74.7	74.5	△0.2	△0.4
全社/消去（メディア&ソリューション事業）	△10.3	△13.6	△3.2	—

		2017年 3月期				2018年 3月期			
	(単位)	1Q末	2Q末	3Q末	4Q末	1Q末	2Q末	3Q末	4Q末
事業データ									
「ホットペッパーグルメ」 ネット予約人数累計（注1）	万人	963	1,940	3,692	5,153	1,448	2,828	5,275	7,121
「ホットペッパービューティ」 ネット予約件数累計（注1）	万件	1,388	2,944	4,493	6,138	1,824	3,795	5,758	7,823
Airレジ登録アカウント数	万	24.4	25.5	26.7	27.9	29.2	30.5	31.8	33.3
「スタディサプリ」 高校生向けサービスの有料会員数	万人	21.5	23.0	23.7	24.4	31.8	33.3	33.6	33.9
市場環境指標									
新設住宅着工戸数（注2）	戸	247,079	253,072	250,696	223,290	249,916	246,924	244,511	205,045
有効求人倍率（注3）	倍	1.35	1.37	1.41	1.44	1.49	1.52	1.57	1.59

（注1）キャンセル前予約受付ベース、各連結会計年度期首からの累計数値

（注2）出所：国土交通省「住宅着工統計」

（注3）出所：厚生労働省

## (各事業分野の概況)

## ・販促領域

## 住宅分野：

分譲マンションの住宅着工件数の増加に一服感がある等、市場環境の変化がみられます。当連結会計年度においては、ユーザー集客の推進に加えてクライアントへのソリューション提供の強化に注力したことで、戸建・流通分野及び賃貸分野が伸長しました。一方で当第3四半期での子会社譲渡により売上収益が減少したこと及び前第1四半期においては、カウンターサービスに係る売上収益が契約改定の一時的な影響で増加していたことにより、売上収益は前年同期を下回りました。

この結果、当連結会計年度における売上収益は981億円（前連結会計年度比1.4%減）となりました。なお、上述の一時影響を控除した際の売上収益の前連結会計年度比は4.8%増（注1）となりました。

- 財務情報におけるセグメント単位に加え、経営方針・経営戦略等の説明に適した単位（「住宅分野」、「結婚分野」等の単位）で記載
- 財務情報に加えて、その理解に有用な指標（「ネット予約人数累計」、「ネット予約件数累計」、「新設住宅着工戸数」等）を時系列に記載

セグメント別ハイライト

パワードメイン

主な事業 火力発電システム(GTCC<sup>※1</sup>、汽力発電、環境プラント)、原子力機器(軽水炉、原子燃料サイクル・新分野)、風力発電機器、航空機用エンジン、コンプレッサ、船用機械

2017年度の概況 世界的に低炭素化、再生可能エネルギーへの転換が加速する市場の影響等を受けて、石炭焚きが大幅に減少したほか、GTCCの受注台数も大きく減少したことなどにより、連結受注高は、前年度を下回る1兆4,375億円となりました。連結売上高は、火力発電システムの受注工事が着実に進捗したほか、航空機用エンジンの増加等により前年度を上回る1兆4,939億円となりました。営業利益は、火力発電システムにおけるアフターサービスの採算が改善したものの、原子力機器が減少したことなどにより、前年度並みの1,089億円となりました。

インダストリー&社会基盤ドメイン

主な事業 製鉄機械、環境設備、紙工機械、メカトロシステム、ITS<sup>※2</sup>、物流機器、エンジン、ターボチャージャ、冷熱製品、カーエアコン、工作機械、船舶、交通システム、化学プラント

2017年度の概況 堅調に推移するインフラ投資を背景に製鉄機械が伸長したほか、先進国を中心とする景気の拡大基調を受けて、ターボチャージャ、物流機器、冷熱製品等が増加したことなどにより、連結受注高は、前年度を上回る1兆7,113億円となりました。連結売上高は、受注が堅調であった物流機器、ターボチャージャが増加したことに加え、商船も増加したことなどにより、前年度を上回る1兆8,989億円となりました。営業利益は、売上増による増加があったものの、交通システムや化学プラントで減少したことなどにより、前年度を下回る408億円となりました。

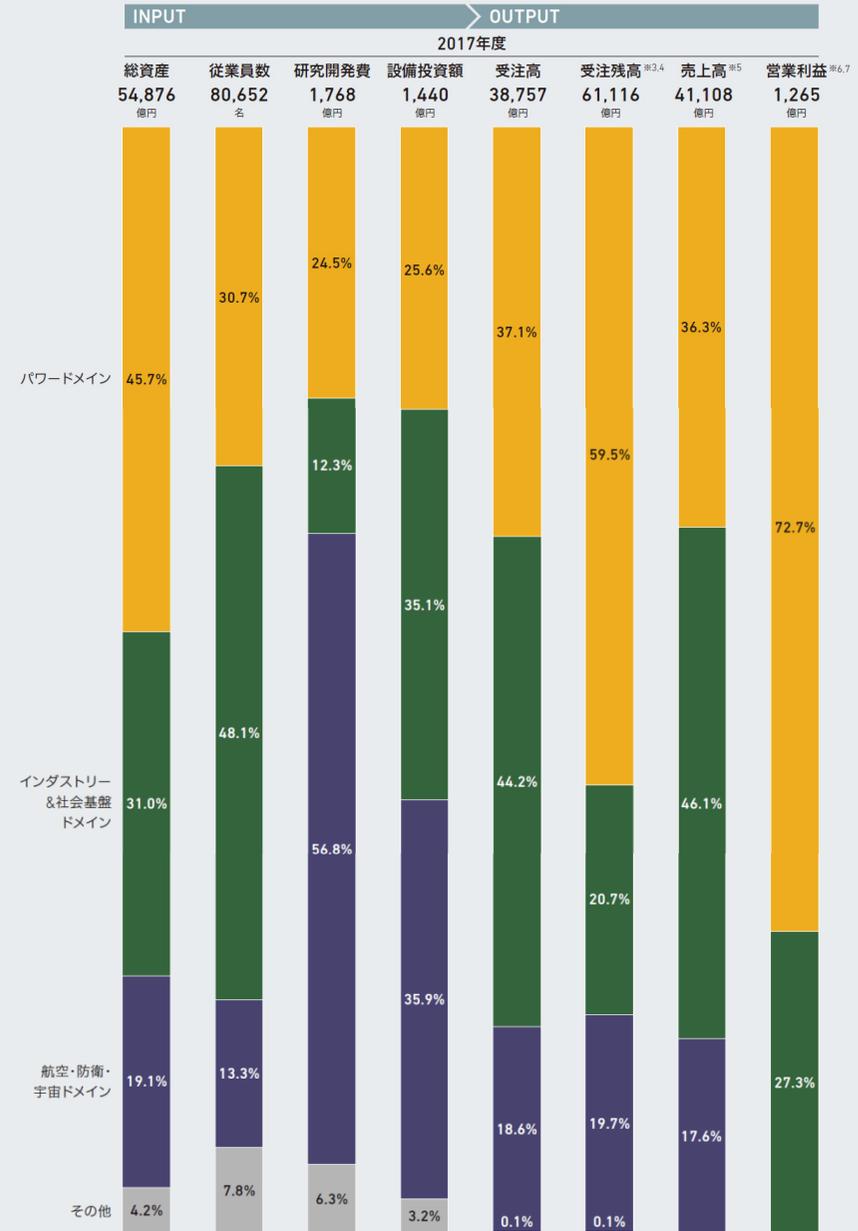
航空・防衛・宇宙ドメイン

主な事業 民間航空機、防衛航空機、飛しょう体、艦艇、特殊車両、特殊機械(魚雷)、宇宙機器

2017年度の概況 民間航空機でボーイング787向け主翼が増加しましたが、前年度に大型受注があった防衛航空機と飛しょう体が減少したことに加え、宇宙機器も減少したことなどにより、連結受注高は、前年度を下回る7,215億円となりました。連結売上高は、H-IIAロケットの打上げ機数を伸ばした宇宙機器が増加したことなどにより前年度を上回る7,229億円となりましたが、営業損益は、MRJ開発費用の増加等により、151億円の損失となりました。

※1 GTCC: Gas Turbine Combined Cycle ※2 ITS: Intelligent Transport Systems

- 研究開発費や設備投資額、受注高等、売上高及び営業利益等の項目に関する各セグメントの割合を、各項目をまとめて図示することによって、各セグメントにおける投資に対する成果を分かりやすく記載



※3 ターボチャージャ、空調機等の量産品は含まない ※4 MRJの過去の受注額を、2017年度末の受注残高より控除して表示しています。  
 ※5 その他、消去・共通△51億円 ※6 航空・防衛・宇宙ドメイン△151億円 ※7 その他、消去・共通△81億円

株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ MUFG Report 2018 (統合報告書) P6-7

財務ハイライト

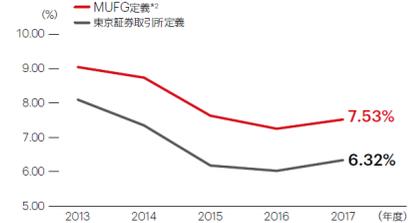
主要財務項目

EPS(成長性) **74.55円**



親会社株主純利益は業務純利益が減少も信用関係費用の減少、利息返還損失引当金の剥落等により増加となり、EPSも上昇

ROE(収益性) **7.53%**



ROEは、親会社株主純利益の増加を受け上昇

経費率(収益性) **68.0%**



経費率は、海外を中心とした経費の増加に加え、国内預貸金収益・債券関連損益の減少に伴う業務粗利益の減少により上昇

普通株式等Tier1比率(健全性) **12.5%**



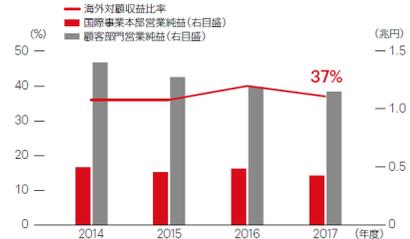
普通株式等Tier1比率は、引き続き規制で求められる水準を維持

手数料収益比率 **38%**



手数料収益比率は、手数料収益が前年同水準となった一方、業務粗利益全体が資金利益を主因に減少となった結果上昇

海外対顧収益比率 **37%**



海外対顧収益比率は、欧米を中心に海外対顧収益が減少したことに加え、リテールを中心に国内対顧収益が増加した結果低下

\*1 親会社株主に帰属する当期純利益 (以降、同じ)

\*2  $\frac{\text{親会社株主純利益}}{(\text{前期末株主資本合計} + \text{期首為替換算調整勘定} + \text{期末株主資本合計} + \text{期末為替換算調整勘定})} \times 100$

\*3 2019年3月末に適用される規制に基づく試算値

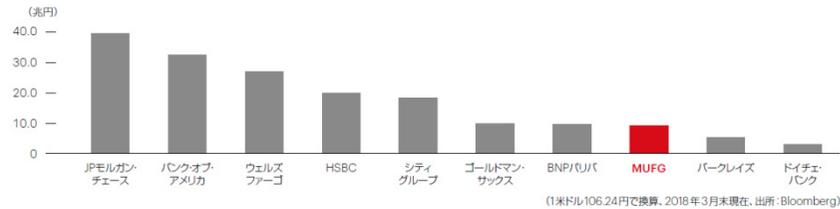
前中期経営計画の財務目標

		2014年度実績	2017年度目標	2017年度実績
成長性	EPS	73.22円	2014年度比+15%以上	<b>74.55円</b>
	ROE*1	8.74%	8%台後半	<b>7.53%</b>
収益性	経費率	61.1%	60%程度	<b>68.0%</b>
	普通株式等Tier1比率*2	12.2%	9.5%以上	<b>12.5%</b>

\*1 MUFG定義 \*2 完全実施ベース

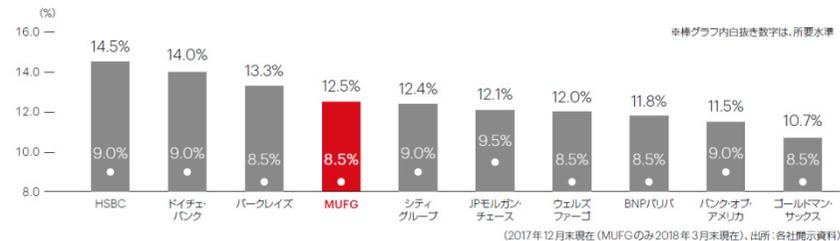
グローバル競合比較\*1

■時価総額



(1米ドル106.24円で換算、2018年3月末現在、出所: Bloomberg)

■普通株式等Tier1比率(完全実施ベース)



\*特グラフ内白抜き数字は、所要水準

(2017年12月末現在 (MUFGのみ2018年3月末現在)、出所: 各社開示資料)

■外部格付



(長期外債建簿簿 / 発行体格付、2018年3月末現在、出所: Bloomberg)

\*1 2017年公表のG-SIB/トップファー1.5%以上の欧米G-SIBsとの比較

- 収益情報だけでなく、重要と考える主要財務項目を記載
- 当期と前期だけでなく、過去数年の実績の趨勢を記載

- グローバルの競合比較情報を記載

！ 本事例集は、随時更新を行う予定です。最新版は金融庁ウェブサイトに掲載しています。 <https://www.fsa.go.jp/policy/kaiji/kaiji.html>  
！ 開示の好事例としての公表をもって、開示例の記載内容に誤りが含まれていないことを保証するものではありません。