記述情報の開示の好事例集　金融庁　2019年12月20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

① 企業価値向上（資本コスト）の視点での分析

(株)丸井グループ ■ 3-1

キリンホールディングス(株) ■ 3-2

三菱重工業(株) □ 3-3

② 詳細なセグメント単位や非財務指標の分析

トヨタ自動車(株) ■ 3-4

住友金属鉱山(株) ■ 3-6

(株)ファーストリテイリング■ 3-7

(株)リクルートホールディングス■ 3-9

(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）

株式会社丸井グループ　有価証券報告書（2019年3月期） P15-17

3 【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

（連結業績）

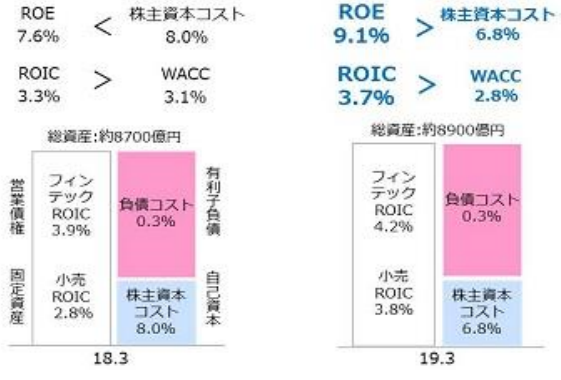
- 企業価値創造に向けた事業構造・資本構造への転換を着実に進めたことで、５ヵ年の中期経営計画において３年目の目標とした経営指標（ＥＰＳ・ＲＯＥ・ＲＯＩＣ）および営業利益計画をすべて達成しました。
- ＥＰＳは116.0円（前年比＋24%、前年差＋22.8円）、1991年以来28年ぶりに過去最高を更新。ＲＯＥは9.1%（前年差＋1.5%）となり初めて株主資本コスト（6.8%）を上回り、ＲＯＩＣは3.7%（前年差＋0.4%）となり、３期連続で資本コスト（WACC 2.8%）を上回りました。
- グループ総取扱高は２兆5,396億円（前年比＋16%）、フィンテックのショッピングクレジット取扱高が全体を牽引し、前年を3,503億円上回りました。
- 売上収益は2,514億円（前年比＋５%）、営業利益は412億円（前年比＋13%）、10期連続の増益、当期利益は253億円（前年比＋21%）８期連続の増益となり、２期連続の増収増益となりました。

（中略）

□ 2019年３月期連結業績

	18年3月期	19年3月期	前年比	前年差	計画差
ＥＰＳ（円）	93.2	**116.0**	124	+22.8	+1.6
ＲＯＥ（%）	7.6	**9.1**	—	+1.5	+0.2
ＲＯＩＣ（%）	3.3	**3.7**	—	+0.4	+0.1
株主資本コスト（%）	8.0	**6.8**	—	△1.2	—
ＷＡＣＣ（%）	3.1	**2.8**	—	△0.3	—
	兆 億円	兆 億円	%	億円	億円
グループ総取扱高	2 1,894	**2 5,396**	116	+3,503	+67
売上収益	2,405	**2,514**	105	+109	△16
売上総利益	1,759	**1,905**	108	+146	+5
販管費	1,395	**1,493**	107	+98	+3
営業利益	364	**412**	113	+48	+2
当期利益	209	**253**	121	+44	+3

□ ＲＯＥ・ＲＯＩＣの状況



（注）資本コスト（ＷＡＣＣ）の算出方法を、当期より株主資本の期末簿価から時価総額へ変更しました。

これにともない前期の資本コストを3.0%から3.1%に変更しています。

［ 算出方法 ］

株主資本コスト × 時価総額 ／（有利子負債 ＋ 時価総額）＋ 借入レート ×（１－税率）× 有利子負債 ／（有利子負債 ＋ 時価総額）

＊時価総額は、機関投資家の当社株式平均保有年数に相当する期間の平均値を使用しています

（セグメント別の状況）

＜フィンテックセグメント＞

- エポスカードのご利用客数の拡大に向け、丸井店舗やネットでの入会促進を強化するとともに、全国の商業施設との提携拡大を進めています。当期は新たに８施設との提携をスタートし25施設に拡大しました。また、ＥＣやサービス・コンテンツ関連など成長性の高い分野での企業提携にも取り組んでいます。
- カード会員数は688万人（前年比＋５%）、お得意さまづくりを着実に進め、プラチナ・ゴールド会員は215万人（前年比＋17%）と大きく伸長しました。
- 取扱高については、ショッピングクレジット取扱高が引き続き高伸長し１兆8,770億円（前年比＋17%）となったことに加え、家賃保証などのサービス取扱高が2,812億円（前年比＋25%）と順調に拡大しました。

□ 2019年３月期フィンテックセグメントの状況

	18年3月期	19年3月期	前年比	前年差
	万人	万人	%	万人
新規会員数	75	**81**	108	+6
（うち商圏外入会）	(19)	**(22)**	(113)	(+2)
カード会員数	657	**688**	105	+31
プラチナ・ゴールド	184	**215**	117	+31
	兆 億円	兆 億円	%	億円
フィンテック取扱高	1 9,725	**2 3,106**	117	+3,382
ショッピング	1 6,009	**1 8,770**	117	+2,761
（外部加盟店）	(1 4,893)	**(1 7,689)**	(119)	(+2,796)
サービス	2,251	**2,812**	125	+561
カードキャッシング	1,380	**1,433**	104	+53

- **ROEとROICの状況について、対前年比も含め、株主資本コストとWACCと比較して分析**
- **WACCの算定方法について記載**
- **財務情報に加えて、その理解に有用な指標（カード会員数など）の前期比較情報を記載**
- **図表を用いて分かりやすく記載**

キリンホールディングス株式会社　有価証券報告書（2018年12月期） P24-26

【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

⑵ 経営成績の状況

②セグメント情報に記載された区分ごとの状況

セグメント別の業績は次のとおりです。

（中略）

＜日本綜合飲料事業＞

キリンビール㈱はビール類全体の魅力化に注力するとともに、ブランドを絞り込んだ効率の高いマーケティング活動を実行しました。ビールカテゴリーでは、フラッグシップブランドである「キリン一番搾り生ビール」が市場平均前年比を上回り、クラフトビール市場の拡大と活性化を目指した「Tap Marché（タップ・マルシェ）」は、合計7ブルワリー・19銘柄のラインアップを展開し、累計展開店舗数は全国で約7,000店となりました。新ジャンルカテゴリーでは「本麒麟」の貢献や、5月にリニューアルした「キリン のどごし＜生＞」の復調等により、ビール類市場が前年比マイナスとなる中、当社のビール類全体の販売数量は増加（＋5.2％）しました。RTDカテゴリーでは、主力商品である「キリン 氷結」が堅調に推移し、「キリン 本搾りTMチューハイ」や4月に発売した「キリン・ザ・ストロング」も非常に好調で販売数量は増加（＋13.1％）しました。結果、売上収益は211億円の増収（＋3.3％）、事業利益は93億円の増益（＋13.0％）となりました。

キリンビバレッジ㈱は一層強固なブランド体系の構築と事業基盤の強化に取り組みました。基盤ブランドである「キリン 午後の紅茶」は、お客様のニーズに対応した「おいしい無糖」が堅調に推移し、3月にリニューアルした「キリン 生茶」は、3年連続で販売数量が増加しました。また、4月にリニューアルした「キリンレモン」は販売数量が前年の2倍を超え、事業全体の販売数量増に貢献しました。一方、コーヒーの「キリン ファイア」は、缶コーヒー市場の縮小傾向の影響を受けて販売数量が伸び悩みました。結果、販売数量は増加したものの、売上収益は商品・容器構成の悪化などの影響により9億円の減収（△0.3％）となりました。一方、事業利益は広告費等の減少により、16億円増加（＋7.5％）しました。

メルシャン㈱はワイン事業の活性化及び事業の収益構造改革を目指し、ワイン各カテゴリーの注力ブランドに集中したマーケティング活動を実行しました。注目が高まる日本ワイン市場では、商品ポートフォリオを刷新した「シャトー・メルシャン」の販売が好調に推移しました。また、国内製造ワインの主力商品である「おいしい酸化防止剤無添加ワイン」、輸入ワインではデイリーワインの「フロンテラ」、中価格帯の「カッシェロ・デル・ディアブロ」等、主力ブランドの販売が好調に推移しました。その結果、ワイン市場全体の販売数量は対前年△3％程度と推定される中、メルシャン全体では△2％程度に留まりました。売上収益は5億円の減収（△0.8％）、事業利益は原材料費高騰や物流コスト上昇の影響等もあり、14億円の減益（△34.4％）となりました。

（中略）

③目標とする経営指標の達成状況等

2016年中計では“構造改革による、キリングループの再生”の実現を目指し、重要成果指標としてROE15％以上及び平準化EPS年平均成長率6％以上を定量目標としていました。各事業が目標達成に向けて順調に収益性を向上させるとともに、グループ全体でのコスト削減施策が着実に成果を上げ、目標を上回る業績を上げることができました。

成果指標※1	2015年実績	2016年実績	2017年実績	2018年実績	年平均成長率
ROE※2	△0.3％	21.9％	29.1％	17.5％	—
平準化EPS	117円	125円	151円	167円	12.6％

「キリングループ2019年-2021年中期経営計画」（略称：2019年中計）では、将来成長に向けた投資を最優先とするため、有利子負債活用も含めた資本効率を評価すべく、ROEに代えてROICを重要成果指標として採用し、引き続き企業価値向上を図っていきます。

成果指標	2019年中計目標※3
ROIC	10％以上
平準化EPS 年平均成長率	５％以上

※1 2016年以前は日本基準、2017年以降はIFRSに基づく

※2 2016年以前の日本基準のROEはのれん等償却前

※3 ROICは中計最終年度、平準化EPSは中計3年間の年平均成長率

- **財務情報に加えて、その理解に有用な指標（販売数量）の前期比較情報を記載**
- **ROEを含むKPIの実績を時系列に記載するとともに、当期の達成状況についても記載**

三菱重工業株式会社　MHI REPORT 2019　P24-25

＞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※1、スチームパワー）、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、環境プラント、舶用機械

2018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進む中、石炭火力発電プラントの受注キャンセルが発生したものの、運転中の発電システムのサービス事業やコンプレッサ、航空機用エンジンが伸長したことなどにより、連結受注高は、ほぼ前年度並みの1兆4,265億円となりました。売上収益は、原子力、コンプレッサや航空機用エンジンの増加等により前年度を上回る1兆5,251億円となりました。事業利益は、売上増に伴う利益の増加のほか、洋上風車の持分法投資損益の改善などにより、前年度を上回る1,328億円となりました。

インダストリー&社会基盤ドメイン

主な事業　物流機器、ターボチャージャ、エンジン、冷熱製品、カーエアコン、製鉄機械、船舶、交通システム、化学プラント、環境設備、機械システム、工作機械

2018年度の概況　海外を中心に堅調に推移するインフラ投資を背景に化学プラントや商船が伸長したほか、新興国を中心とする穏やかな景気の拡大基調を受けて、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1兆8,520億円となりました。売上収益は、受注が堅調であった物流機器、冷熱製品が増加したことに加え、製鉄機械も増加したことなどにより、前年度を上回る1兆9,078億円となりました。事業利益は、交通システムの収益改善や物流機器の売上の増加等により、前年度を上回る701億円となりました。

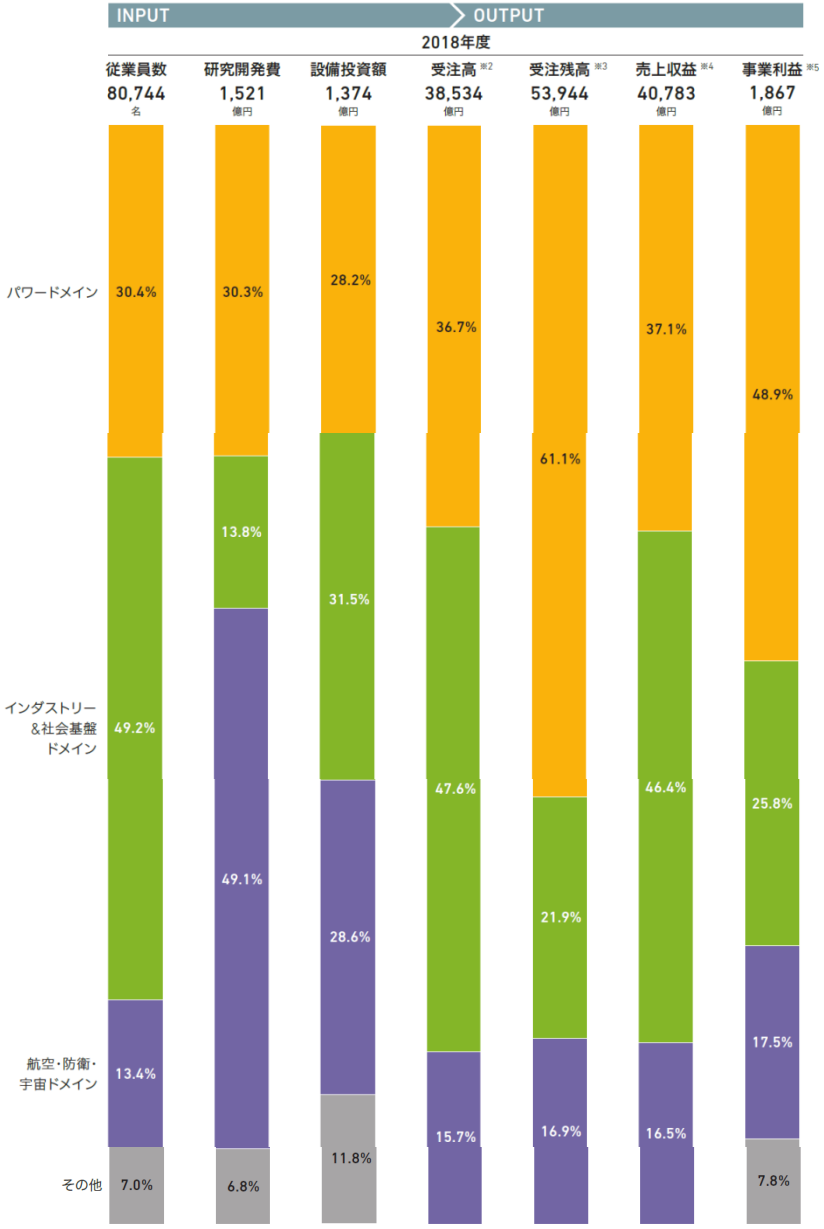
航空・防衛・宇宙ドメイン

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

2018年度の概況　新型護衛艦の受注があった艦艇が増加したものの、その他の防衛関連製品、宇宙機器、民間航空機がいずれも減少したため、連結受注高は前年度を下回る6,106億円となりました。売上収益は、一部機種が次世代機種への移行期にある民間航空機に加えて、防衛関連、宇宙機器のいずれも減少したため、前年度を下回る6,775億円となりました。事業利益は、MRJ開発費用の減少等によって前年度から改善し、374億円の損失となりました。

※1 GTCC:Gas Turbine Combined Cycle

- **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**



※2 その他、消去・共通△358億円　※3 ターボチャージャ、空調機等の量産品は含まない　※4 その他、消去・共通△367億円　※5 MRJ投資△851億円

トヨタ自動車株式会社（1/2） 有価証券報告書（2019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、世界経済は、一部に弱さがみられたものの、全体としては緩やかな回復が続きました。日本経済は、雇用・所得環境が改善し、緩やかな回復基調が続きました。

自動車市場は、先進国では安定的に推移したものの、拡大を続けてきた中国や一部の資源国で落ち込みがみられました。

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コアモデルのひとつである「ＲＡＶ４」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ーンなどにより一新し、意のままの走りと力強く洗練されたデザインを実現しました。また、新たなモビリティライフを提案する初代コネクティッドカーとして、「クラウン」をフルモデルチェンジするとともに、新たに「カローラ スポーツ」を発売しました。さらに、50年以上にわたりご愛用いただいている「センチュリー」を、「匠の技」と「高品質のモノづくり」を継承しつつ、乗り心地や走行安定性を一段と向上させました。加えて、新興国を中心に拡大する乗客輸送などのニーズにお応えするため、「ハイエース」に海外向け新シリーズを追加しました。レクサスブランドでは、数多くの国・地域において基幹モデルとしてブランドの歴史を創り上げてきた「ＥＳ」を日本で初めて発売し、また、新たなライフスタイルを提供する都会派コンパクトクロスオーバー「ＵＸ」をラインアップに加えました。その他にも、スポーツカーシリーズ「ＧＲ」初のグローバルモデルである新型「スープラ」を、米国で開催された北米国際自動車ショーで披露するなど、モータースポーツの知見をフィードバックした商品開発を進めました。

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、897万７千台と、前連結会計年度に比べて１万３千台（0.1%）の増加となりました。日本での販売台数については、222万６千台と、前連結会計年度に比べて２万９千台（1.3%）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45.9%、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43.6%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、アジアおよび欧州で販売台数が増加したことにより、675万１千台と、前連結会計年度に比べて４万２千台（0.6%）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	30兆2,256億円	（ 前期比増減	8,461億円	（ 6.5%） ）
営業利益	２兆4,675億円	（ 前期比増減	676億円	（ 2.8%） ）
税金等調整前当期純利益	２兆2,854億円	（ 前期比増減	△ 3,349億円	（△12.8%） ）
当社株主に帰属する当期純利益	１兆8,828億円	（ 前期比増減	△ 6,111億円	（△24.5%） ）

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	2,750億円
為替変動の影響	△ 500億円
原価改善の努力	800億円
諸経費の減少ほか	△ 1,650億円
その他	△ 724億円

⋮

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27兆790億円と、前連結会計年度に比べて6,811億円（2.6%）の増収となり、営業利益は２兆388億円と、前連結会計年度に比べて277億円（1.4%）の増益となりました。営業利益の増益は、原価改善の努力ならびに生産および販売台数の増加などによるものです。

b. 金融事業

売上高は２兆1,535億円と、前連結会計年度に比べて1,365億円（6.8%）の増収となり、営業利益は3,228億円と、前連結会計年度に比べて372億円（13.1%）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、残価損失関連費用が減少したことおよび融資残高が増加したことなどによるものです。

c. その他の事業

売上高は１兆6,763億円と、前連結会計年度に比べて302億円（1.8%）の増収となり、営業利益は1,055億円と、前連結会計年度に比べて47億円（4.7%）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16兆6,253億円と、前連結会計年度に比べて6,005億円（3.7%）の増収となり、営業利益は１兆6,916億円と、前連結会計年度に比べて317億円（1.9%）の増益となりました。営業利益の増益は、原価改善の努力および輸出台数の増加などによるものです。

b. 北米

売上高は10兆8,172億円と、前連結会計年度に比べて2,428億円（2.3%）の増収となりましたが、営業利益は1,145億円と、前連結会計年度に比べて243億円（17.6%）の減益となりました。営業利益の減益は、販売金融子会社において、金利スワップ取引などの時価評価による評価損が計上されたことなどによるものです。

c. 欧州

売上高は３兆2,388億円と、前連結会計年度に比べて536億円（1.7%）の増収となり、営業利益は1,248億円と、前連結会計年度に比べて498億円（66.4%）の増益となりました。営業利益の増益は、諸経費の減少・低減努力などによるものです。

d. アジア

売上高は５兆5,130億円と、前連結会計年度に比べて3,648億円（7.1%）の増収となり、営業利益は4,574億円と、前連結会計年度に比べて242億円（5.6%）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。

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２兆3,334億円と、前連結会計年度に比べて1,198億円（4.9%）の減収となり、営業利益は、911億円と、前連結会計年度に比べて215億円（19.1%）の減益となりました。営業利益の減益は、為替変動の影響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て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（2019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（2019年６月21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（24.8％）、北米（30.6％）、欧州（11.1％）およびアジア（18.7％）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、先進国では安定的に推移したものの、拡大を続けてきた中国や一部の資源国で落ち込みがみられました。

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	
	2018年	2019年
日本	2,255	2,745
北米	2,806	2,806
欧州	968	994
アジア	1,543	1,684
その他	1,392	1,327
海外計	6,709	6,751
合計	8,964	8,977

（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45.9％、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43.6％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、アジアおよび欧州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、地域別の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（2019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　※ 一部抜粋

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」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	税引前当期利益	親会社の所有者に帰属する当期利益
当連結会計年度	912,208	89,371	66,790
前連結会計年度	929,746	108,286	90,227
増減	△17,538	△18,915	△23,437
増減率（%）	△1.9	△17.5	△26.0

（海外相場、為替）

	単位	前連結会計年度	当連結会計年度	増減（△は減少）
銅	$/t	6,444	6,341	△103
金	$/TOZ	1,285.2	1,263.1	△22.1
ニッケル	$/lb	5.06	5.85	0.79
為替(TTM)	円/$	110.86	110.92	0.06

当期の世界経済は、好調な米国経済が牽引役となり、各地域とも概ね拡大を維持しましたが、後半にかけて景気減速懸念が高まりました。

為替相場については、日米間の金利差などを背景に円安ドル高傾向で推移しました。しかし、世界的な景気減速懸念が更なる円安ドル高の進展に歯止めをかけたことで、平均為替レートは前期並みとなりました。

主要非鉄金属価格につきましては、第２四半期連結会計期間以降、米中の貿易摩擦のエスカレート及び米国の金融引き締めなどにより市場から資金の引上げが進んだことで、銅及びニッケル価格は下落基調に転じましたが、第４四半期連結会計期間に入り、需給バランスに沿って緩やかな上昇が見られました。その結果、銅価格は前期を小幅に下回りましたが、ニッケル価格は第１四半期連結会計期間の価格上昇の影響により前期を上回りました。

材料事業の関連業界におきましては、中国市場の不振が懸念される中で車載用電池向け部材の需要が引き続き増加しました。スマートフォン市場は、普及率が頭打ちとなったことでマイナス成長に転じ、一部の部材では在庫調整の長期化などが懸念されています。

このような状況のなか、当期の連結売上高は、電池材料の増販があったものの、Sumitomo Metal Mining Pogo LLCの売却に伴う減収などにより、前期に比べ17,538百万円減少し、912,208百万円となりました。

連結税引前当期利益は、為替差益などによる金融収益の増加及びSumitomo Metal Mining Pogo LLCの売却などによるその他の収益の増加があったものの、売上総利益及び持分法による投資損益の悪化などにより、前期に比べ18,915百万円減少し、89,371百万円となりました。

親会社の所有者に帰属する当期利益は、連結税引前当期利益が減少したことなどにより、前期に比べ23,437百万円減少し、66,790百万円となりました。

⋮

- **財務情報のほかに重要な指標（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（2019年8月期） P14-15

【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8,729億円（前期比0.9%増）、営業利益は1,024億円（同13.9%減）と、増収減益となりました。通期の既存店売上高（Ｅコマースを含む）は、同1.0%増でした。上期は暖冬による冬物商品の販売に苦戦し、同0.9%減となりましたが、下期はＴシャツ、ＵＴ（グラフィックＴシャツ）、ＵＶカットパーカ、感動パンツなどの夏物商品の販売が好調だったことにより、同3.5%増となりました。また、Ｅコマース売上高は832億円、同32.0%増、売上構成比は前期の7.3%から9.5%へ上昇しています。売上総利益率は、暖冬の影響や春夏商品の早期の在庫処分により、同1.7ポイント低下しましたが、８月末の在庫水準は前年同期末比で大幅に縮小しました。売上高販管費率は、同0.4ポイント上昇しました。上期は在庫の増加やＥコマース販売の拡大により物流費比率が上昇しましたが、下期はICタグ（RFID）の活用による業務の効率化で、人件費比率や委託費比率が低下しました。

［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１兆260億円（前期比14.5%増）、営業利益は1,389億円（同16.8%増）と、大幅な増収増益を達成しました。売上収益は初めて１兆円を超え、売上収益営業利益率は13.5%と高い水準を継続しています。

地域別では、グレーターチャイナは、売上収益が5,025億円（同14.3%増）、営業利益が890億円（同20.8%増）と、大幅な増収増益となりました。ユニクロのLifeWearのコンセプトが支持され、No.１アパレルブランドとしてのポジションを確立できたことで、既存店売上高は増収となりました。Ｅコマース売上高は同約30%増と好調です。東南アジア・オセアニア地区は、売上収益は約1,700億円の規模となり、売上収益、営業利益ともに同約20%の増収増益と好調な業績となりました。韓国は、減収減益となりました。米国は、赤字幅が大幅に縮小しました。欧州は、売上収益が1,000億円の規模となり、増収増益となりました。特にロシアが引き続き大幅な増収増益を達成しました。

なお、2018年９月にはオランダ初の店舗をアムステルダムに、2019年４月にはデンマーク初の店舗をコペンハーゲンに、同年９月にはイタリア初の店舗をミラノに、同年10月にはインド初の店舗をニューデリーにオープンし、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2,387億円（前期比12.7%増）、営業利益は281億円（同139.2%増）と、過去最高の業績を達成しました。通期の既存店売上高は、マストレンドにフォーカスした商品構成に転換したこと、マーケティングを強化したことにより増収となりました。特に、オーバーサイズのスウェット・ニット・Ｔシャツは数百万点の販売を記録するヒット商品になりました。早期発注や素材の集約により原価率が改善したことに加え、値引率が低下したことで、売上総利益率が大幅に改善しました。売上収益営業利益率も11.8%、同6.2ポイントと大幅に改善しています。

［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1,499億円（前期比2.9%減）、営業利益は36億円（前期は41億円の赤字）と、減収増益になりました。増益となった要因は、前連結会計年度にコントワー・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。セオリー事業は安定的に成長し増収増益となりました。プラステ事業は増収となったものの、出店による経費増で、営業利益は前期並みになりました。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。

［サステナビリティ（持続可能性）］

「服のチカラを、社会のチカラに。」というステートメントのもと、服のビジネスを通じて、環境や社会のサステナビリティに貢献する事業の構築をめざしています。６つの重点領域を中心に、人権・環境保護や社会貢献などを推進しています。2018年10月には、国連が提唱する人権・労働基準・環境・腐敗防止の分野で企業が遵守すべき原則「国連グローバル・コンパクト」に署名しました。また、2019年５月には、アパレル産業における女性の地位向上に貢献することを目的に国連女性機関（UN Women）とのグローバルパートナーシップを締結しました。

■重点領域１「商品と販売を通じた新たな価値創造」：当社グループのジーンズ研究・開発施設「ジーンズイノベーションセンター」にて、ジーンズ加工工程の水使用量を大幅に削減する技術を開発しました。2020年までに、グループ傘下の全ブランドで生産・販売するジーンズにこの技術を導入し、生産を拡大していきます。

■重点領域２「サプライチェーンの人権・労働環境の尊重」：当社及び生産拠点も含めたサプライチェーン全体の人権課題への対応を目的に2018年７月に「人権委員会」を設置しました。また、取引先工場の従業員から当社のホットラインに通報された、賃金問題、セクシャルハラスメント等の重要案件については、工場への改善要請や、現地NGOとの協働などを通じて解決を図っています。

■重点領域３「環境への配慮」：2019年２月に、パリ協定の目標に基づく温室効果ガス排出量の長期削減目標「Science-Based Targets」策定へのコミットメントを表明しました。また、ショッピングバッグや商品パッケージについては、使用量の削減及び環境配慮型素材への切り替えを行う方針を2019年７月に発表し、2020年中を目処に、ショッピングバッグと商品パッケージの85%に当たる約7,800トンの使い捨てプラスチック削減を全世界のグループ全社でめざしています。

（中略）

■重点領域６「正しい経営」：2018年12月に税務の基本方針、コンプライアンスにおける腐敗防止の取組みを当社ホームページの正しい経営（ガバナンス）にそれぞれ開示しました。また、2019年８月には、「指名報酬アドバイザリー委員会」を設立し、取締役及び監査役候補の要件・指名方針、最高経営責任者（CEO）の要件、サクセッションプランなど、当社のガバナンスに関する重要事項を討議し、取締役会に助言することとしています。

- **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や、より詳細な事業別セグメント）を記載**

株式会社ファーストリテイリング（2/2） 有価証券報告書（2019年8月期） P16-17

【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 2017年９月１日 至 2018年８月31日）		当連結会計年度（自 2018年９月１日 至 2019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	341,392	16.0	343,243	15.0
ウィメンズ	403,407	18.9	409,105	17.9
キッズ・ベビー	67,202	3.2	66,303	2.9
グッズ・その他	22,938	1.1	22,947	1.0
国内ユニクロ商品売上合計	834,941	39.2	841,600	36.7
ＦＣ関連収入・補正費売上高	29,836	1.4	31,357	1.4
国内ユニクロ事業合計	864,778	40.6	872,957	38.1
海外ユニクロ事業	896,321	42.1	1,026,032	44.8
ユニクロ事業合計	1,761,099	82.7	1,898,990	82.9
ジーユー事業	211,831	9.9	238,741	10.4
グローバルブランド事業	154,464	7.3	149,939	6.5
その他事業	2,664	0.1	2,877	0.1
合計	2,130,060	100.0	2,290,548	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）」ブランド等の衣料品販売事業）、プラステ事業（「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 63,063百万円、当連結会計年度 83,228百万円
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

摘要		当連結会計年度（自 2018年９月１日 至 2019年８月31日）	前期比(%)
売上収益		1,784,404百万円	107.0
1㎡当たり売上収益	売場面積（平均）	2,275,204㎡	104.5
	1㎡当たり期間売上収益	784千円	102.3
1人当たり売上収益	従業員数（平均）	105,588人	105.2
	1人当たり期間売上収益	16,899千円	101.6

（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、直営店売場の昨年度期末面積数と今年度期末面積数を平均算出しております。
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、アルバイト社員は在籍する年間の平均人員により記載しております。
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（2019年3月期） P30-31

【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　※ 一部抜粋

ⅱ セグメント業績の概況

②メディア＆ソリューション事業

（業績の概況）

当報告セグメントは販促領域及び人材領域の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7,214億円（前連結会計年度比6.1%増）となりました。これは主に、販促領域の住宅分野及び美容分野並びに人材領域の国内人材募集分野が増収になったことによるものです。当第４四半期の売上収益は1,937億円（前年同期比6.9%増）となりました。

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1,724億円（前連結会計年度比10.4%増）となりました。これは販促領域及び人材領域が増益となり、特に販促領域の増益が寄与したことによるものです。当第４四半期のセグメント利益は322億円（前年同期比16.2%増）となりました。また、当連結会計年度から新たな経営体制に移行したことに伴い、連結グループ内取引に関する費用、具体的には経営指導料や管理機能に係る業務委託費の配賦方針に変更があり、この変更がセグメント利益を押し上げました。この影響を控除した際の当連結会計年度及び当第４四半期のセグメント利益の前連結会計年度比及び前年同期比は、それぞれ6.3%増及び10.1%増、販促領域11.3%増及び15.1%増、人材領域4.2%増及び6.6%増（注）となりました。

（注）影響額は管理会計上の数値を用いて算出

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）

	前第４四半期	当第４四半期	増減	増減率（%）	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）	181.2	193.7	12.4	6.9	679.9	721.4	41.4	6.1
販促領域	96.4	105.2	8.7	9.0	378.5	400.4	21.9	5.8
住宅分野	24.7	28.1	3.3	13.5	98.1	104.1	6.0	6.1
結婚分野	13.1	13.0	△0.1	△1.2	55.4	54.9	△0.5	△0.9
旅行分野	14.2	14.9	0.7	5.1	58.8	61.6	2.7	4.7
飲食分野	9.7	10.0	0.3	3.4	37.3	38.8	1.4	4.0
美容分野	16.8	18.7	1.8	11.1	63.8	72.0	8.2	12.9
その他	17.8	20.3	2.5	14.5	64.8	68.7	3.9	6.0
人材領域	83.0	86.6	3.6	4.3	294.4	316.8	22.4	7.6
国内人材募集分野	76.8	78.2	1.3	1.8	270.6	283.9	13.3	4.9
その他	6.1	8.3	2.2	36.7	23.7	32.8	9.0	38.3
全社／消去（メディア＆ソリューション事業）	1.7	1.9	0.1	9.8	7.0	4.1	△2.8	△41.2
セグメント利益（セグメントEBITDA）（合計）	27.8	32.2	4.4	16.2	156.1	172.4	16.2	10.4
販促領域	15.5	18.8	3.3	21.4	95.2	109.8	14.5	15.3
人材領域	16.4	17.9	1.4	9.1	74.5	79.2	4.7	6.3
全社／消去（メディア＆ソリューション事業）	△4.1	△4.5	△0.3	－	△13.6	△16.6	△2.9	－

	（単位）	2018年３月期 1Q末	2Q末	3Q末	4Q末	2019年３月期 1Q末	2Q末	3Q末	4Q末
事業データ									
「HotPepperグルメ」ネット予約人数累計（注１）	万人	1,448	2,828	5,275	7,121	1,905	3,718	6,577	8,850
「HotPepper Beauty」ネット予約件数累計（注１）	万件	1,824	3,795	5,758	7,823	2,272	4,719	7,163	9,699
「Airレジ」登録アカウント数	万	29.2	30.5	31.8	33.3	34.9	36.4	38.1	40.2
「スタディサプリ」有料会員数（注２）	万人	40.4	44.4	45.4	47.6	55.9	58.6	59.8	61.4
市場環境指標									
新設住宅着工戸数（注３）	戸	249,916	246,924	244,511	205,045	245,040	246,378	245,907	215,611
有効求人倍率（注４、５）	倍	1.49	1.52	1.57	1.59	1.60	1.63	1.63	1.63

（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）従来は「スタディサプリ」有料会員数のうち、高校生向けサービスのみを開示していましたが、2019年３月期より、「スタディサプリ」の有料会員数の合計を開示しています。なお、有料会員数とは、小学生、中学生及び高校生向け講座並びに「スタディサプリEnglish」の有料会員数の合算値です。これに伴い、同会員数の2018年３月期の数値もあわせて遡及開示しています。

（注３）出所：国土交通省「住宅着工統計」

（注４）出所：厚生労働省

（注５）各四半期の各月末の平均値

（各事業分野の概況）

・販促領域

住宅分野：

当分野は住宅の売買、賃貸、リフォームに関する情報誌及び情報オンラインプラットフォーム「SUUMO」を中心に、関連する事業を運営しています。当連結会計年度においては、継続的なオンラインプラットフォームの改修やユーザー集客の推進に加えて、クライアントの業務及び経営を支援するソリューションの提供に注力しました。

当連結会計年度における売上収益は1,041億円（前連結会計年度比6.1%増）となり、当第４四半期の売上収益は281億円（前年同期比13.5%増）となりました。なお、前第３四半期に当分野に属する子会社を譲渡しており、その影響を控除した際の当連結会計年度の売上収益の前連結会計年度比は9.9%増（注）となりました。

⋮

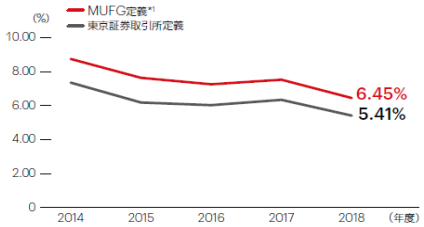
- **財務情報におけるセグメント単位に加え、経営方針・経営戦略等の説明に適した単位（「住宅分野」、「結婚分野」等の単位）で記載**
- **財務情報に加えて、その理解に有用な指標（「ネット予約人数累計」、「ネット予約件数累計」、「新設住宅着工戸数」等）を時系列に記載**

株式会社三菱UFJフィナンシャル・グループ　MUFG Report 2019（統合報告書） P6-7

財務ハイライト

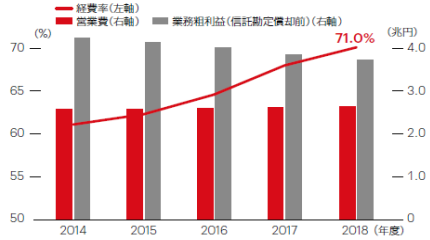
主要財務項目

ROE　6.45%



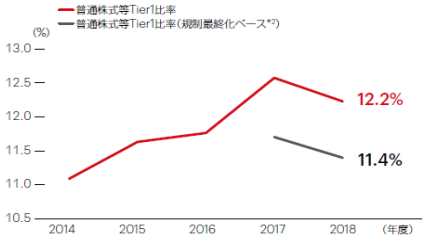
ROEは、親会社株主純利益の減少を受け低下

経費率　71.0%



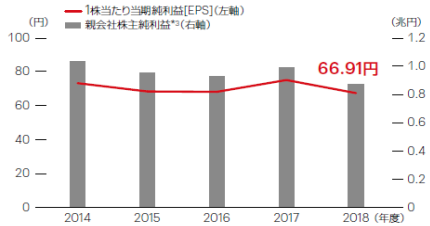
経費率は、市場関連収益の減少に伴う業務粗利益の減少に加え、
海外を中心とした経費の増加により上昇

普通株式等Tier1比率　12.2%



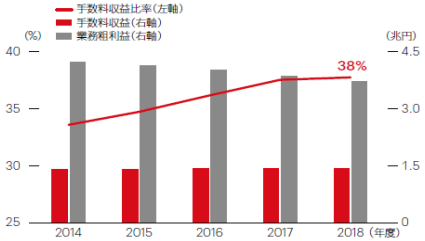
普通株式等Tier1比率は、引き続き十分な水準を確保

EPS　66.91円



親会社株主純利益は与信関係費用や持分法投資損益が改善も、
業務純益の減少や三菱UFJニコスの減損損失計上により減少し、EPSも低下

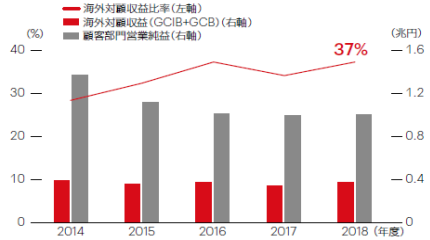
手数料収益比率　38%



手数料収益比率は、手数料収益が若干減少も、
業務粗利益総額が市場関連収益を主因に減少となった結果、若干の上昇

*1 $\frac{\text{親会社株主純利益}}{[(\text{期首株主資本合計}+\text{期首為替換算調整勘定})+(\text{期末株主資本合計}+\text{期末為替換算調整勘定})]\div 2}\times 100$

海外対顧収益比率　37%



海外対顧収益比率は、GCIB、GCBともに収益が拡大し上昇

*2 バーゼルⅢ規制見直しの最終化によるリスクアセット増加影響を反映させた試算値

*3 親会社株主に帰属する当期純利益（以降、同じ）

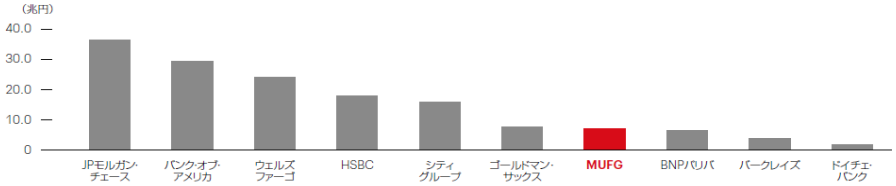
中期経営計画の財務目標

	2017年度実績	2018年度実績	2020年度目標	中長期目標
ROE*1	7.53%	6.45%	7%～8%程度	9%～10%
経費率	68.0%	71.0%	2017年度実績(68.0%)を下回る	60%程度
普通株式等Tier1比率 規制最終化ベース*2	11.7%	11.4%	11%程度	

*1 MUFG定義　*2 バーゼルⅢ規制見直しの最終化によるリスクアセット増加影響を反映させた試算値

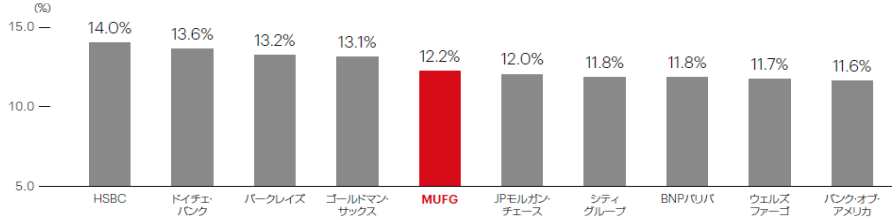
グローバル競合比較*1

■時価総額



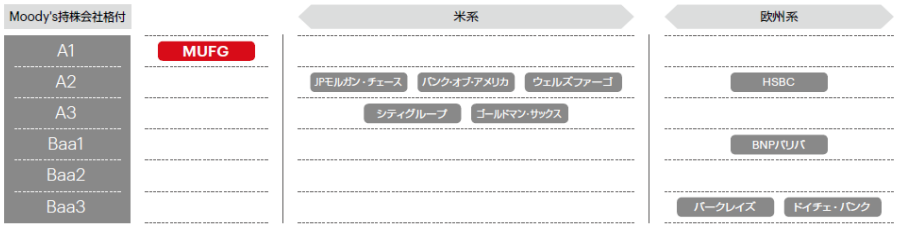
(1米ドル110.99円・1ユーロ124.56円・1英ポンド144.98円で換算、2019年3月末現在、出所：Bloomberg)

■普通株式等Tier1比率



(2018年12月末現在（MUFGのみ2019年3月末現在）、出所：各社開示資料)

■外部格付*2



(2019年5月末現在、出所：各社開示資料)

*1 2018年公表のG-SIBバッファー1.5%以上の欧米G-SIBsとの比較
*2 BNPパリバとドイチェ・バンクは非優先シニア債務格付、その他は発行体格付または長期外貨建債務格付

- 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