

迅銷有限公司 2018 財政年度上半年 (2017 年 9 月-2018 年 2 月) 業績概要

綜合業績

(單位：億日圓)

	2017年8月止年度		2018年8月止年度			
	上半年實值	全年實值	上半年實值	按年變動	全年度預計	按年變動
收益	10,175	18,619	11,867	(+16.6%)	21,100	(+13.3%)
毛利	4,942	9,092	5,856	(+18.5%)	-	-
(佔收益比率)	48.6%	48.8%	49.3%	(+0.7p)	-	-
銷售、一般及行政開支	3,654	7,252	4,036	(+10.4%)	-	-
(佔收益比率)	35.9%	38.9%	34.0%	(-1.9p)	-	-
事業溢利	1,287	1,840	1,819	(+41.4%)	2,450	(+33.1%)
(佔收益比率)	12.7%	9.9%	15.3%	(+2.6p)	11.6%	(+1.7p)
經營溢利	1,306	1,764	1,704	(+30.5%)	2,250	(+27.5%)
(佔收益比率)	12.8%	9.5%	14.4%	(+1.6p)	10.7%	(+1.2p)
所得稅前溢利	1,476	1,933	1,651	(+11.9%)	2,170	(+12.2%)
(佔收益比率)	14.5%	10.4%	13.9%	(-0.6p)	10.3%	(-0.1p)
母公司擁有人應佔溢利	972	1,192	1,041	(+7.1%)	1,300	(+9.0%)
(佔收益比率)	9.6%	6.4%	8.8%	(-0.8p)	6.2%	(-0.2p)

集團下各事業業績

(單位：億日圓)

		2017年8月止年度		2018年8月止年度	
		上半年實值	全年實值	上半年實值	按年變動
日本UNIQLO	收益	4,551	8,107	4,936	(+8.5%)
	事業溢利	695	967	888	(+27.8%)
	(佔收益比率)	15.3%	11.9%	18.0%	(+2.7p)
	經營溢利	687	959	887	(+29.0%)
	(佔收益比率)	15.1%	11.8%	18.0%	(+2.9p)
海外UNIQLO	收益	3,928	7,081	5,074	(+29.2%)
	事業溢利	498	762	808	(+62.3%)
	(佔收益比率)	12.7%	10.8%	15.9%	(+3.2p)
	經營溢利	487	731	807	(+65.6%)
	(佔收益比率)	12.4%	10.3%	15.9%	(+3.5p)
GU	收益	977	1,991	1,058	(+8.3%)
	事業溢利	74	137	90	(+22.0%)
	(佔收益比率)	7.6%	6.9%	8.5%	(+0.9p)
	經營溢利	74	135	91	(+23.3%)
	(佔收益比率)	7.6%	6.8%	8.6%	(+1.0p)
全球品牌	收益	704	1,410	784	(+11.4%)
	事業溢利	29	41	33	(+11.4%)
	(佔收益比率)	4.3%	3.0%	4.2%	(-0.1p)
	經營溢利	26	5	-56	-
	(佔收益比率)	3.7%	0.4%	-	-

註：「事業溢利」指收益總額扣除銷售成本，以及銷售、一般及行政開支後的溢利。

【業績報告摘要】

■ 2018 財政年度上半年綜合業績：表現大幅超越預期，實現收益及溢利雙增長

- 綜合收益總額達 11,867 億日圓，較上年度同期增長 16.6%，經營溢利總額達 1,704 億日圓，同比增長 30.5%，錄得收益、溢利雙增長，創下有史以來上半年最高的收益和經營溢利。
- 其他開支項下記入減值虧損 99 億日圓，加上融資成本項下記入匯兌虧損 69 億日圓，使母公司擁有人應

佔溢利達 1,041 億日圓，同比增長 7.1%。

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：上半年銷情強勁，表現大幅超越預期，收益、溢利雙增長**

- 收益為 4,936 億日圓，同比增長 8.5%，經營溢利達 887 億日圓，同比增長 29.0%，錄得收益、溢利雙增長。
- 同店銷售淨額同比增長 8.4%。由於本年度較往年為寒冷，HEATTECH、羽絨服等防寒衣物銷情強勁。
- 透過減少降價折扣以避免虛份庫存而出現損失，毛利率得以改善 0.8 個百分點。同時，因削減物流、廣告宣傳費用，使銷售及行政開支比率改善 1.9 個百分點。

■ **海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：溢利超越預期大幅增長；各地區業績超越預期**

- 收益為 5,074 億日圓，同比增長 29.2%，經營溢利達 807 億日圓，同比增長 65.6%，收益、溢利雙雙實現大幅增長。
- 所有地區業績表現超越預期。特別是北美、大中華地區及南韓皆提高了其收益能力。美國的經營虧損亦大幅縮窄。

■ **GU (極優) 事業分部：同店銷售淨額略有下降，溢利超越預期錄得增長**

- 收益為 1,058 億日圓，同比增長 8.3%，經營溢利達 91 億日圓，同比增長 23.3%，錄得收益、溢利雙增長。
- 由於防寒衣物等出現實際需求的商品種類偏少，同店銷售淨額略有下降，但因門店總數呈現淨增長，使收益得以實現增長。毛利率改善，也使得溢利實現增長。

■ **全球品牌事業分部：記入減值虧損後錄得虧損**

- 收益為 784 億日圓，同比增長 11.4%，但由於記入減值虧損，使經營溢利錄得虧損 56 億日圓。
- 其中 Theory 事業雖錄得收益增長，但旗下的 Helmut Lang 品牌錄得 10 億日圓減值虧損，故整體溢利錄得下降。
- Comptoir des Cottonniers 事業預計本年度繼續錄得虧損，記入減值虧損 77 億日圓。

■ **2018 年全年度綜合業績預測：因上半年業績表現優於預期，上調年初預測；預計增派 50 日圓**

- 2018 年全年度綜合業績因上半年表現大幅高於預期，因而向上修正年初公布的全年預估。
- 展望未來，預計全年度綜合收益總額將為 21,100 億日圓，同比增長 13.3%，經營溢利總額將達 2,250 億日圓，同比增長 27.5%，母公司所有人應佔年內溢利將達 1,300 億日圓，同比增長 9.0%。
- 預計每股股息將較年初預測增加 50 日圓。中期派息 200 日圓，全年度派息金額則將達 400 日圓。

業績概要

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 上半年在銷情持續強勁推動下表現大幅超越預期，收益、溢利雙增長**

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年上半年度累計收益為 4,936 億日圓 (同比增長 8.5%)，經營溢利為 887 億日圓 (同比增長 29.0%)，錄得收益、溢利雙增長。同店銷售淨額 (包括網路商店) 同比增長 8.4%。網路商店銷售額同比增長 31.6%，占收益比例升至 7.5%。

由於今年較往年更為寒冷，HEATTECH、羽絨服、搖粒絨 (Fleece)、運動裝、暖褲等防寒衣物銷情

強勁；此外，生產、物流、銷售三方共同策定縝密的銷售計劃，根據銷售情況確實妥善備好暢銷商品的庫存，對於銷情不佳的商品，採取及早調整售價等即時措施，在這些策略奏效下，使得本年度的秋冬販賣期持續取得良好業績。雖然公司內部日圓匯率持續走低，致使成本比率持續上升，但因冬季商品銷情強勁，減少了因需清理庫存而進行折扣的損失，折扣率較上年度同期大幅改善。使得毛利率同比改善了0.8個百分點。銷售、一般及行政開支占收益比率在物流費用、廣告宣傳費用大幅削減下，較上年度同期改善了1.9個百分點。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 溢利超越預期大幅增長；各地區業績表現均高於預期

在海外UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，上半年度累計收益為5,074億日圓 (同比增長29.2%)，經營溢利為807億日圓 (同比增長65.6%)，錄得收益、溢利雙雙大幅增長。透過在全球推行調整商品構成、提高數值計劃準確度，以及脫離仰賴折扣的銷售策略等一系列經營改革，經營溢利占收益比率錄得15.9%，同比改善了3.5個百分點。以海外各個地區業務來看，所有地區均實現了超越預期的表現；其中北美、大中華地區、南韓的收益能力尤其有所改善。由於大中華地區、南韓的HEATTECH、羽絨服等冬季商品銷售強勁，帶動該地區期間收益、溢利雙雙大幅增長。東南亞及大洋洲的業績表現也繼續保持著強勁勢頭。在夏季商品暢銷的同時，因應旅行需求的冬季商品銷售也呈現穩健表現，使該地區業績出現收益、溢利雙雙大幅增長。此外，在美國方面，經過重新評估各地區的商品構成，改善銷售計劃準確度後，擴大了核心商品的銷售規模，因而大幅縮小了經營虧損。歐洲以銷情強勁的俄羅斯、法國、英國為中心，帶動整個歐洲區的同店銷售淨額實現了增長，並錄得大幅的溢利增長。於2017年9月開設首間門店的西班牙，又在11月開設了第2間門店，實現了良好的開端。

■ GU (極優) 同店銷售淨額略有下降，但溢利超越預期錄得增長

GU (極優) 事業分部上半年度累計收益為1,058億日圓 (同比增長8.3%)，經營溢利為91億日圓 (同比增長23.3%)，錄得收益、溢利雙增長。由於防寒衣物的商品種類數偏少，未能吸納全部的實際需求，致使同店銷售淨額略有下降；但因持續拓展市場，使得季度末的門店總數較上年度同期淨增了26間，收益亦較上年度同期增長了8.3%。此外在利潤方面，由於毛利率得到改善，經營溢利亦實現增長。

■ 全球品牌在記入減值虧損後經營溢利錄得虧損

全球品牌事業分部上半年度累計收益為784億日圓 (同比增長11.4%)，經營溢利則錄得56億日圓的虧損，收益增長而溢利下降。其中，法國時尚女裝品牌Comptoir des Cotonniers業務錄得減值虧損77億日圓，Theory業務旗下的Helmut Lang品牌錄得減值虧損10億日圓，從而使得溢利錄得虧損。Theory業務方面，Theory品牌與PLST品牌的銷售額增長勢頭良好，若未計入上述減值，經營溢利應可實現增長。集團旗下法國品牌Princess tam.tam業務持續虧損，而美國優質牛仔布品牌J Brand業務的虧損額則呈現縮窄。

■ 2018 年全年度綜合業績預測：因上半年業績表現優於預期，上調年初預測；預計增派 50 日圓

2018年全年度綜合業績由於上半年表現大幅高於預期，因而向上修正業績預測。展望未來，預計全年度綜合收益總額可達21,100億日圓，同比增長13.3%，經營溢利總額將達2,250億日圓，同比增長27.5%，所得稅前溢利將達2,170億日圓，同比增長12.2%，母公司所有人應佔年內溢利將達1,300億日圓，同比增長9.0%，預期基本每股盈利 (EPS) 將達1,274.41日圓。

在各個事業分部方面，預計日本UNIQLO（優衣庫）事業分部全年度將錄得收益、溢利雙增長。受成本率上升影響，預計毛利率將略有下降；不過，該事業分部將繼續推行削減成本措施，尤其將盡力提高廣告宣傳費用、物流費用、人事費用的成本效益。海外UNIQLO（優衣庫）事業分部預計將可實現收益及溢利的大幅增長。尤其是大中華地區、東南亞及大洋洲地區，以及南韓預料將可錄得收益、溢利雙雙大幅增長，而北美業務（美國及加拿大）的經營虧損可望減半。GU（極優）事業分部預計錄得收益、溢利雙增長。全球品牌事業分部收益雖可望增長，但因上半年錄得減值虧損，預計全年度溢利將會錄得虧損。門店總數方面，預計截至2018年8月底，日本UNIQLO（優衣庫）門店數將達到831間（包括僱員特許經營店），海外UNIQLO（優衣庫）門店數將達到1,246間，GU（極優）門店數將達到394間，全球品牌門店數將達到984間，集團旗下各品牌門店總數預計將達到3,455間。

另外，全年度每股股息較上次預測有所上調，預計將為400日圓，其中包括中期派息200日圓、期末派息200日圓，較上年度增加50日圓。

投資者(IR)信息：如欲查詢更多有關本公司的業績與相關資訊，請參考以下網頁：

(英文)： <http://www.fastretailing.com/eng/ir/>

(日文)： <http://www.fastretailing.com/jp/ir>