

迅銷有限公司 2019 財政年度第一季度 (2018 年 9 月-11 月) 業績概要

綜合業績

(單位：億日圓)

	2018年8月止年度	2019年8月止年度			
	第1季度實值	第1季度實值		全年度業績預測	
	(2017/9~2017/11)	(2018/9~2018/11)	按年變動	(2018/9~2019/8)	按年變動
收益	6,170	6,444	+4.4%	23,000	+8.0%
毛利	3,170	3,248	+2.4%	-	-
(佔收益比率)	51.4%	50.4%	-1.0p	-	-
銷售、一般及行政開支	2,042	2,215	+8.5%	-	-
(佔收益比率)	33.1%	34.4%	+1.3p	-	-
事業溢利	1,128	1,032	-8.5%	2,750	+8.9%
(佔收益比率)	18.3%	16.0%	-2.3p	12.0%	+0.1p
經營溢利	1,139	1,046	-8.1%	2,700	+14.3%
(佔收益比率)	18.5%	16.2%	-2.3p	11.7%	+0.6p
融資收入 / 成本	39	64	+63.3%	0	-
(佔收益比率)	0.6%	1.0%	+0.4p	-	-
所得稅前溢利	1,178	1,110	-5.7%	2,700	+11.3%
(佔收益比率)	19.1%	17.2%	-1.9p	11.7%	+0.3p
母公司擁有人應佔溢利	785	734	-6.4%	1,650	+6.6%
(佔收益比率)	12.7%	11.4%	-1.3p	7.2%	-0.1p

集團下各事業業績

(單位：億日圓)

		2018年8月止年度	2019年8月止年度	
		第1季度實值	第1季度實值	
		(2017/9-2017/11)	(2018/9-2018/11)	按年變動
日本UNIQLO	收益	2,570	2,461	-4.3%
	事業溢利	534	379	-29.1%
	(佔收益比率)	20.8%	15.4%	-5.4p
	經營溢利	541	379	-29.9%
(佔收益比率)	21.1%	15.4%	-5.7p	
海外UNIQLO	收益	2,582	2,913	+12.8%
	事業溢利	467	528	+13.0%
	(佔收益比率)	18.1%	18.1%	+0.0p
	經營溢利	466	525	+12.6%
(佔收益比率)	18.1%	18.0%	-0.1p	
GU	收益	608	654	+7.7%
	事業溢利	89	86	-4.1%
	(佔收益比率)	14.8%	13.1%	-1.7p
	經營溢利	90	85	-4.9%
(佔收益比率)	14.8%	13.1%	-1.7p	
全球品牌	收益	400	407	+1.8%
	事業溢利	31	28	-10.4%
	(佔收益比率)	7.9%	6.9%	-1.0p
	經營溢利	30	27	-9.9%
(佔收益比率)	7.6%	6.7%	-0.9p	

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】

■ 2019 財政年度第一季度綜合業績：收益增長而溢利下降；日本 UNIQLO 溢利下降為主因

- 綜合收益總額為 6,444 億日圓，較上年度同期增長 4.4%，經營溢利總額為 1,046 億日圓，同比下降 8.1%，錄得收益增長而溢利下降。期間雖然海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部業績表現良好，但因日本 UNIQLO (優衣庫) 受暖冬影響溢利大幅減少，致使集團溢利下降。

- 融資收入項下錄得匯兌淨收益 64 億日圓，所得稅前溢利錄得 1,110 億日圓（同比下降 5.7%），母公司擁有人應佔季度溢利錄得 734 億日圓（同比下降 6.4%）。

■ **日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部：暖冬導致冬季商品銷售不佳，溢利大幅下降**

- 收益為 2,461 億日圓，同比減少 4.3%，溢利為 379 億日圓，同比下降 29.9%，錄得收益、溢利雙雙下降。
- 同店銷售淨額較同比下降 4.3%。尤其是 10 月、11 月氣溫居高不下，冬季主打商品銷售全線低迷。
- 網路商店銷售額為 237 億日圓，同比增長 30.9%。銷售額佔比從 7.0% 增至 9.7%，穩步擴大。

■ **海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部：收益、溢利雙增長；溢利大幅超越日本 UNIQLO**

- 收益達 2,913 億日圓，同比增長 12.8%，溢利達 525 億日圓，同比增長 12.6%，錄得收益、溢利雙增長。溢利大幅超越日本 UNIQLO（優衣庫）水準。
- 大中華地區和南韓雖然受到暖冬影響，但仍然錄得收益、溢利雙增長。東南亞及大洋洲地區則繼續取得收益、溢利雙雙大幅增長。美國市場亦取得收益、溢利雙增長，並朝著本財年扭虧為盈的目標穩步邁進。歐洲方面亦實現收益及溢利的大幅增長。

■ **GU（極優）事業分部：收益增長而溢利下降；同店銷售淨額轉為增長，業績表現出復甦趨勢**

- 收益為 654 億日圓，同比增長 7.7%，溢利為 85 億日圓，同比下降 4.9%，錄得收益增長惟溢利下降。
- 同店銷售淨額雖在 10 月受氣溫影響錄得下降，但在 9 月、11 月、12 月則錄得增長，收益轉而呈現增長趨勢。由於調整商品組成，加強市場營銷，促成了銷售額回升。

■ **全球品牌事業分部：收益增長而溢利下降**

- 收益為 407 億日圓，同比增長 1.8%，溢利為 27 億日圓，同期減少 9.9%，收益增長而溢利下降。
- 其中，Theory 業務因該品牌在美國業績表現強勁，使溢利大幅增長。PLST 業務則因門店開設數量增加致使收益略有下降。其他業務則延續虧損狀態。

■ **2019 年全年綜合業績預測：維持期初預測不變**

- 展望未來，預計 2019 財政年度業績表現將如同期初預測，綜合收益總額將達 23,000 億日圓，較上年度增長 8.0%；綜合經營溢利總額達 2,700 億日圓，同比增長 14.3%；母公司所有人應佔年內溢利達 1,650 億日圓，同比增長 6.6%。
- 全年每股股息預計為 480 日圓。

業績概要

■ **日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部受暖冬影響冬季商品銷售不佳，溢利大幅下降**

在日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，2019 年第一季度收益為 2,461 億日圓（同比下降 4.3%），經營溢利為 379 億日圓（同比下降 29.9%），錄得收益、溢利雙雙下降。同店銷售淨額（包括網路商店）

錄得同比下降 4.3%。雖然特級羊仔毛針織衫、厚運動裝、搖粒絨、針織外套等新商品和潮流商品銷情強勁，然而在 10 月、11 月溫度居高不下期間，冬季的主打商品全線銷情低迷。另一方面，網路商店銷售額同比增長 30.9%，表現強勁，收益佔比從上年度同期的 7.0% 增至 9.7%。在獲利力方面，因公司內部日圓匯率呈現貶值，導致銷售成本率上升，加上冬季商品加強折扣促銷活動，使得毛利率較上年度同期下降 3.2%。而銷售、一般及行政開支佔收益比率因物流費用增加、有明倉庫自動化等原因導致折舊費用增加，同比上升 2.2 個百分點。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部經營溢利大幅超越日本 UNIQLO 水準

在海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，第一季度收益為 2,913 億日圓 (同比增長 12.8%)，經營溢利為 525 億日圓 (同比增長 12.6%)，錄得收益、溢利雙增長。海外 UNIQLO 事業分部的收益及溢利皆大幅超越日本 UNIQLO，成為集團內佔比最大的事業分部。從地域而言，大中華地區雖然受到暖冬影響，依然錄得收益、溢利雙增長。其中，中國大陸的經營溢利維持雙位數增長的良好趨勢。並且，中國大陸的網路商店銷售表現因門店與電子商務的結合強化，繼續實現着收益的雙位數增長。南韓方面則通過控制折扣率以及靈活運用電子標籤 (RFID) 提高業務效率，溢利錄得增長。

東南亞及大洋洲地區內所有市場的同店銷售淨額均錄得增長，形勢良好，錄得收益、溢利雙雙大幅增長。此外，美國方面因重新評估各地區的商品組成、網路商店銷售持續錄得高增長等原因，收益、溢利雙雙錄得大幅增長，同時，朝著本年度內實現扭虧為盈的方向穩步前進。歐洲亦實現收益、溢利的大幅雙增長。其中尤以俄羅斯的業績表現為佳。

另外，於 2018 年 9 月，UNIQLO 於荷蘭阿姆斯特丹開幕首家門店，同年 10 月，更於菲律賓馬尼拉開設東南亞規模最大的全球旗艦店。

■ GU (極優) 事業分部因調整商品組成與強化市場宣傳，促使收益轉為呈現上升趨勢

在 GU (極優) 事業分部方面，第一季度收益為 654 億日圓 (同比增長 7.7%)，經營溢利為 85 億日圓 (同比下降 4.9%)，錄得收益增長而溢利下降。在獲利方面，毛利率略有下降，加上因加強廣告宣等導致開支增加，使得溢利略有減少。然而，期間通過將商品組成調整為著重於大眾潮流，並重新啟動電視廣告強化市場宣傳等，使收益走勢開始轉為增長。其中特別是促銷商品中的運動裝、寬鬆針織衫的銷情尤為強勁，隨着氣溫下降，外套銷情同樣形勢良好。

■ 全球品牌事業分部收益增長而溢利下降

在全球品牌事業分部方面，第一季度收益為 407 億日圓 (同比增長 1.8%)，經營溢利為 27 億日圓 (同比下降 9.9%)，錄得收益增長而溢利下降。其中，Theory 業務方面，由於美國銷情強勁，同時因降低折扣促銷的損失，錄得溢利大幅增長。PLST 業務錄得收益增長，而隨着門店數量增加，開支增長，溢利則略有下降。法國品牌 Comptoir des Cottonniers 業務、PRINCESSE tam-tam 業務、以及美國優質牛仔服品牌 J Brand 業務則繼續錄得經營虧損。

■ 2019 年全年業績預測維持期初預估水準不變

展望未來，預計 2019 年 8 月止全年度綜合收益總額將達 23,000 億日圓，較上年度增長 8.0%；綜合經營

溢利總額將達2,700億日圓，同比增長14.3%；母公司所有人應佔年內溢利將達1,650億日圓，同比增長6.6%；基本每股盈利（EPS）為1,617.33日圓；維持期初預測不變。

在海外UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，預計在全年度將繼續取得收益、溢利雙雙大幅增長。第二季度預計將會以大中華地區及南韓為主，加強在第一季度期間受到暖冬影響的冬季商品促銷活動，因而折扣率料將有所提升，但上半年度預計海外UNIQLO整體業績表現將會超越期初預期，實現收益、溢利雙增長。

另一方面，日本UNIQLO（優衣庫）事業分部由於第一季度受暖冬影響表現未達預期，因此第二季度將會加大折扣力度，致使上半年度收益下降程度或超出期初的預期。不過，下半年度預計將會通過毛利率改善、經費控制等舉措，實現收益的大幅增長，全年度也將力求實現收益、溢利的雙增長。

GU（極優）事業分部將繼續調整商品組成，以延續銷售額的增長趨勢，並在全年度實現收益增長以及溢利大幅增長。全球品牌事業分部預計將在 Theory 業務和 PLST 業務收益、溢利雙增長帶動下，而實現收益增長和溢利大幅增長。

此外，預計全年度每股股息為480日圓，維持期初預測水準，其中包括中期派息240日圓、期末派息240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>