

迅銷有限公司 2020 財政年度上半年 (2019 年 9 月-2020 年 2 月) 業績概要

綜合業績

(單位：億日圓)

	2019年8月止年度		2020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	12,676	22,905	12,085	(-4.7%)	20,900	(-8.8%)
毛利	6,067	11,195	5,767	(-4.9%)	-	-
(佔收益比率)	47.9%	48.9%	47.7%	(-0.2p)	-	-
銷售、一般及行政開支	4,334	8,543	4,387	(+1.2%)	-	-
(佔收益比率)	34.2%	37.3%	36.3%	(+2.1p)	-	-
事業溢利	1,733	2,651	1,379	(-20.4%)	1,500	(-43.4%)
(佔收益比率)	13.7%	11.6%	11.4%	(-2.3p)	7.2%	(-4.4p)
經營溢利	1,729	2,576	1,367	(-20.9%)	1,450	(-43.7%)
(佔收益比率)	13.6%	11.2%	11.3%	(-2.3p)	6.9%	(-4.3p)
所得稅前溢利	1,742	2,524	1,508	(-13.4%)	1,450	(-42.6%)
(佔收益比率)	13.7%	11.0%	12.5%	(-1.2p)	6.9%	(-4.1p)
母公司擁有人應佔溢利	1,140	1,625	1,004	(-11.9%)	1,000	(-38.5%)
(佔收益比率)	9.0%	7.1%	8.3%	(-0.7p)	4.8%	(-2.3p)

集團下各事業業績

(單位：億日圓)

		2019年8月止年度		2020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	4,913	8,729	4,635	(-5.7%)
	事業溢利	676	1,032	710	(+5.1%)
	(佔收益比率)	13.8%	11.8%	15.3%	(+1.5p)
	經營溢利	677	1,024	716	(+5.7%)
	(佔收益比率)	13.8%	11.7%	15.5%	(+1.7p)
海外UNIQLO	收益	5,800	10,260	5,412	(-6.7%)
	事業溢利	886	1,403	580	(-34.6%)
	(佔收益比率)	15.3%	13.7%	10.7%	(-4.6p)
	經營溢利	884	1,389	532	(-39.8%)
	(佔收益比率)	15.3%	13.5%	9.8%	(-5.5p)
GU	收益	1,171	2,387	1,322	(+12.9%)
	事業溢利	141	281	156	(+11.0%)
	(佔收益比率)	12.0%	11.8%	11.8%	(-0.2p)
	經營溢利	141	281	158	(+12.0%)
	(佔收益比率)	12.1%	11.8%	12.0%	(-0.1p)
全球品牌	收益	777	1,499	701	(-9.8%)
	事業溢利	32	39	9	(-70.4%)
	(佔收益比率)	4.2%	2.6%	1.4%	(-2.8p)
	經營溢利	31	36	7	(-76.3%)
	(佔收益比率)	4.0%	2.5%	1.1%	(-2.9p)

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】

■ 2020 財政年度上半年綜合業績表現：受 COVID-19 影響，收益及溢利下降，大幅低於預期

- 綜合收益總額為 12,085 億日圓，較上年度同期減少 4.7%，經營溢利總額為 1,367 億日圓，同比下降 20.9%，錄得收益及溢利雙下降。
- 受 COVID-19(2019 冠狀病毒病)疫情等影響，南韓、大中華地區錄得收益及溢利雙雙大幅下降

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益下降，但因毛利率改善實現溢利略為增長**

- 收益為 4,635 億日圓，同比下降 5.7%，經營溢利為 716 億日圓，同比增長 5.7%，錄得收益下降而溢利增長。
- 受暖冬影響，防寒衣物銷情不暢，同店銷售淨額同比下降 4.6%。
- 毛利率同比改善 2.2 個百分點，加上銷售、一般及行政開支以金額計算較上年度同期改善，因而實現溢利小幅增長。
- 受 COVID-19 疫情影響，3 月份同店銷售淨額同比減少 27.8%。

■ **海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益及溢利雙雙大幅下降，遠低於預期**

- 收益為 5,412 億日圓，同比減少 6.7%，經營溢利為 532 億日圓，同比下降 39.8%。主要原因是南韓、大中華地區受 COVID-19 疫情等影響，錄得收益及溢利雙雙大幅下降。
- 大中華地區錄得收益下降和經營溢利大幅下滑。其中，中國大陸受 COVID-19 疫情影響，2 月份單月收益錄得大幅減少，上半年度累計收益總額及溢利總額亦分別錄得下降。
- 南韓錄得經營虧損擴大。東南亞、南亞及大洋洲地區的收益及溢利皆錄得雙位數增長。北美受暖冬影響，銷情不振，錄得虧損。歐洲的收益及溢利則皆錄得雙位數增長。

■ **GU (極優) 事業分部：收益及溢利表現符合預期，雙雙實現大幅增長**

- 收益為 1,322 億日圓，同比增長 12.9%，經營溢利為 158 億日圓，同比增長 12.0%，收益、溢利雙雙錄得大幅增長。
- 掌握大眾趨勢的針織衫及適合暖冬的薄型外套銷情強勁，同店銷售淨額同比增長 3.8%。
- 成本率改善，使得毛利率提升 0.4 個百分點，溢利實現大幅增長。

■ **全球品牌事業分部：Theory、PLST 銷情不暢，溢利大幅下降，表現低於預期**

- 收益為 701 億日圓，同比下降 9.8%，經營溢利為 7 億日圓，同比下滑 76.3%，錄得溢利大幅減少。
- Theory 業務及 PLST 業務均因暖冬導致冬裝商品銷情不暢，錄得溢利下降。
- Comptoir des Cottonniers 業務錄得虧損，維持於上年度同期水平。

■ **2020 財政年度綜合業績預測：向下修正**

- 目前針對各個國家地區疫情何時能夠平息尚無法合理判斷，故難以準確地估算出業績預測。目前除以 3 月份實際業績為起點，並假定疫情的影響將於下半年度後半結束，由此得出全年度的綜合業績預測。
- 預計綜合收益總額將為 20,900 億日圓 (同比下降 8.8%)，綜合經營溢利總額將為 1,450 億日圓 (同比減少 43.7%)，母公司擁有人應佔溢利總額將為 1,000 億日圓 (同比下降 38.5%)。相比上次預測，綜合收益總額預測向下修正 2,500 億日圓，綜合溢利總額預測向下修正 1,000 億日圓。
- 預計全年度每股股息為 480 日圓，其中包括中期派息 240 日圓，與上年度股息金額相同。

業績概要

■ **日本 UNIQLO (優衣庫)：收益雖下降，毛利率改善實現溢利略為增長**

在日本UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面,上半年度收益為4,635億日圓(同比下降5.7%),經營溢利為716億日圓(同比增長5.7%),錄得收益下降而溢利增長。受暖冬影響,冬裝主打商品銷情不暢,同店銷售淨額(含網路商店)同比下降4.6%。此外,網路商店銷售額為525億日圓(同比增長8.3%),銷售額雖呈現增長,然而出於與門店同樣原因,增長率相對低迷。毛利率因商品採購匯率延續日圓兌美元升值走勢,成本率獲得大幅改善,因而錄得47.8%,同比改善2.2個百分點。銷售、一般及行政開支對收益比率雖上升0.5個百分點,錄得31.9%,惟以金額計算則超越預期削減的目標,相比上年度同期亦錄得下降。此外,春裝商品雖開端表現強勁,但自2月下旬以來受COVID-19疫情影響,收益較上年度同期顯著下跌。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫): 表現遠低於預期, 收益及溢利雙雙大幅下降

在海外UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面,上半年度收益為5,412億日圓(同比下降6.7%),溢利為532億日圓(同比下降39.8%),收益、溢利雙雙錄得大幅下降。這主要是因為受到COVID-19等因素影響,造成南韓及大中華地區收益及溢利大幅下降所致。另外,因各國家及地區提早開始處理庫存,使得海外UNIQLO事業分部的毛利率同比下降2.3個百分點;而因收益表現低於預期,導致銷售、一般及行政開支對收益比率同比上升2.3個百分點。

按地區來看,大中華地區錄得收益下降和經營溢利大幅減少。其中,中國大陸雖截至2020年1月下旬維持強勁銷情,但到1月底時便在COVID-19疫情蔓延影響下,收益急劇下跌。2月期間最多時有395間門店臨時歇業,造成收益大幅減少,累計上半年度亦錄得收益及溢利雙雙下降。不過,中國大陸自3月起在門店陸續重新開張後,逐步呈現復甦趨勢。在南韓方面,繼2019年7月以來受日韓關係影響,自2020年2月開始又受COVID-19疫情影響,造成同店銷售淨額大幅下降,虧損擴大。東南亞、南亞及大洋洲地區(包括東南亞各市場、印度,以及澳洲)則錄得收益及溢利雙位數的大幅增長。尤其是印尼、菲律賓、泰國的收益及溢利均錄得雙位數增長,業務正在穩步擴大。印度方面,繼2019年10月開設首間門店後,又於2020年2月在新德里開設第三間門店,銷情表現順暢。越南方面,繼2019年12月開設首間門店後,適合當地氣候的抗UV連帽外套、DRY-EX速干POLO衫等商品頗受歡迎,業績表現超越預期。美國受暖冬影響,冬裝商品銷情不暢,錄得赤字。歐洲的收益及經營溢利則錄得雙位數增長。

■ GU (極優): 業績表現符合預期, 收益及溢利實現大幅增長

在GU (極優) 事業分部方面,上半年度收益為1,322億日圓(同比增長12.9%),溢利為158億日圓(同比增長12.0%),錄得收益、溢利雙雙大幅增長。除推出能掌握大眾趨勢的針織開襟衫、針織套裝外,適合暖冬的薄外套亦大受歡迎,同店銷售淨額錄得增長。利潤率方面,繼續藉由統一採購面料和提早預訂實現成本率下降,毛利率同比改善0.4個百分點,經營溢利實現大幅增長。

■ 全球品牌: Theory、PLST 銷情不振, 溢利大幅下降, 表現低於預期

在全球品牌事業分部方面,上半年度收益為701億日圓(同比下降9.8%),溢利為7億日圓(同比下降76.3%),錄得收益、溢利雙雙下降。其中Theory業務受暖冬影響,冬裝商品銷情不暢,收益及溢利雙雙錄得下降。PLST業務則因防寒衣物銷情不暢,收益基本與上年度持平,但因加強處理庫存,導致溢

利錄得下降。Comptoir des Cottonniers業務錄得虧損，並與上年度同期持平。

■ 2020 財政年度綜合業績預測：向下修正

由於現階段尚無法合理估測各國家地區COVID-19(2019冠狀病毒病)疫情何時能夠平息，因此難以準確地估算出業績預測。故目前除計入3月份實際業績外，並假定疫情帶來的影響將於下半年度後半結束，由此得出全年度的綜合業績預測。預計全年度的綜合收益總額將為20,900億日圓（同比下降8.8%），綜合經營溢利總額將為1,450億日圓（同比下降43.7%），母公司擁有人應佔溢利總額將為1,000億日圓（同比下降38.5%）。相較前次預測，本次業績預測中的綜合收益總額、綜合經營溢利總額、母公司所有人應佔年內溢利總額分別向下修正2,500億日圓、1,000億日圓，以及650億日圓。

預計下半年度海外UNIQLO(優衣庫)事業分部將錄得收益及溢利雙雙大幅下降，日本UNIQLO(優衣庫)事業分部亦將錄得收益及溢利雙下降，GU(極優)事業分部錄得收益小幅下降及溢利下降，全球品牌事業分部則將錄得收益下降及經營虧損。目前，受COVID-19疫情影響，海外UNIQLO(優衣庫)總計有408間門店暫停營業，包括東南亞、南亞及大洋洲地區（東南亞各市場、印度以及澳洲）全部244間門店、歐洲98間門店中的97間、北美全數62間門店，以及中國大陸總數748間中的5間。日本UNIQLO(優衣庫)和GU(極優)在當地政府發布多數地區進入「緊急狀態」後，包括於東京、大阪等平時繁華熱鬧商區的許多門店或大型購物中心中的門店皆暫停營業、其他於緊急狀態區內的門店也縮短營業時間。全球品牌事業分部中則包括位於美國的Theory全數門店暫停營業，以及Comptoir des Cottonniers於歐洲的門店亦全數暫停營業。

另外，全年度派息預測相較前次預測亦有所變化，預計全年度每股股息為480日圓，其中包括中期派息240日圓、期末派息240日圓，維持上年度的派息水平。

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>