

迅銷有限公司 2022 財政年度上半年度 (2021 年 9 月-2022 年 2 月) 業績概要

綜合業績

(單位: 億日圓)

	2021年8月止年度		2022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	12,028	21,329	12,189	+1.3%	22,000	+3.1%
毛利	6,004	10,739	6,290	+4.8%	-	-
(佔收益比率)	49.9%	50.3%	51.6%	+1.7p	-	-
銷售、一般及行政開支	4,207	8,184	4,392	+4.4%	-	-
(佔收益比率)	35.0%	38.4%	36.0%	+1.0p	-	-
事業溢利	1,797	2,555	1,898	+5.6%	2,800	+9.6%
(佔收益比率)	14.9%	12.0%	15.6%	+0.7p	12.7%	+0.7p
經營溢利	1,679	2,490	1,892	+12.7%	2,700	+8.4%
(佔收益比率)	14.0%	11.7%	15.5%	+1.5p	12.3%	+0.6p
所得稅前溢利	1,714	2,658	2,125	+24.0%	2,933	+10.3%
(佔收益比率)	14.3%	12.5%	17.4%	+3.1p	13.3%	+0.8p
母公司擁有人應佔溢利	1,058	1,698	1,468	+38.7%	1,900	+11.9%
(佔收益比率)	8.8%	8.0%	12.0%	+3.2p	8.6%	+0.6p

集團下各事業業績

(單位: 億日圓)

		2021年8月止年度		2022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	4,925	8,426	4,425	-10.2%
	事業溢利	973	1,266	794	-18.4%
	(佔收益比率)	19.8%	15.0%	18.0%	-1.8p
	經營溢利	978	1,232	809	-17.3%
	(佔收益比率)	19.9%	14.6%	18.3%	-1.6p
海外UNIQLO	收益	5,218	9,301	5,932	+13.7%
	事業溢利	758	1,182	1,037	+36.8%
	(佔收益比率)	14.5%	12.7%	17.5%	+3.0p
	經營溢利	670	1,112	1,003	+49.7%
	(佔收益比率)	12.9%	12.0%	16.9%	+4.0p
GU	收益	1,326	2,494	1,228	-7.4%
	事業溢利	164	216	101	-38.1%
	(佔收益比率)	12.4%	8.7%	8.3%	-4.1p
	經營溢利	158	201	93	-40.9%
	(佔收益比率)	12.0%	8.1%	7.6%	-4.4p
全球品牌	收益	545	1,082	589	+8.1%
	事業溢利	-45	-58	4	-
	(佔收益比率)	-	-	0.7%	-
	經營溢利	-81	-16	10	-
	(佔收益比率)	-	-	1.8%	-

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】

■ 2022 年財政年度上半年度綜合業績：收益增長及經營溢利大幅增長，表現超越預期

- 綜合收益總額為 12,189 億日圓，較上年度同期增長 1.3%，經營溢利總額為 1,892 億日圓，同比增長 12.7%。
- 剔除日圓貶值影響，經營溢利依然錄得歷史最佳表現。
- 東南亞、南亞及大洋洲地區，以及北美與歐洲地區的 UNIQLO（優衣庫）業務均錄得收益及溢利雙雙大幅增長，集團主要收益來源進入多樣化。
- 融資收支項下計入匯兌收益等後錄得淨增長 232 億日圓，母公司擁有人應佔溢利為 1,468 億日圓，同比增長 38.7%。

■ 日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部：收益及溢利雙雙大幅下降

- 收益為 4,425 億日圓，同比下降 10.2%，經營溢利為 809 億日圓，同比下降 17.3%。
- 同店銷售淨額同比下降 9.0%。歸因於上年度同期的比較基準過高，加上因上半年度冬裝暢銷商品庫存短缺而發生機會流失所致。
- 因折扣率改善，毛利率改善 0.9 個百分點。另因收益下降，銷售、一般及行政開支比率上升 2.6 個百分點。

■ 海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部：收益及溢利雙雙大幅增長

- 收益為 5,932 億日圓，同比增長 13.7%，經營溢利為 1,003 億日圓，同比增長 49.7%。
- 東南亞、南亞及大洋洲地區及歐洲均錄得收益及溢利雙雙大幅增長，創歷史最佳業績。北美錄得收益大幅增長，經營扭虧為盈。大中華地區受 COVID-19（2019 冠狀病毒病）疫情影響出行受限等致使需求減少，從而令收益及溢利雙雙錄得下降。
- 北美及歐洲地區的經營溢利在海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部中佔比約達 20%，僅次於佔比約為 55% 的大中華地區，逐漸成為集團主要收益來源之一。

■ GU（極優）事業分部：收益下降及溢利大幅下降

- 收益為 1,228 億日圓，同比下降 7.4%，經營溢利為 93 億日圓，同比下降 40.9%。
- 氣溫高企致使秋裝銷情不佳，而冬裝暢銷商品卻因受生產及物流延誤影響而發生機會流失。

■ 全球品牌事業分部：收益增長，經營扭虧為盈

- 收益為 589 億日圓，同比增長 8.1%，經營由虧損轉為溢利 10 億日圓。
- Theory 業務錄得收益及溢利皆大幅增長。Comptoir des Cottonniers 業務錄得收益增長及虧損大幅收窄。

■ 2022 財政年度全年度綜合業績預測：上調所得稅前溢利及母公司擁有人應佔溢利

- 集團預計全財政年度的綜合收益總額將為 22,000 億日圓，較上年度增長 3.1%，綜合經營溢利總額將為 2,700 億日圓，同比增長 8.4%，母公司擁有人應佔溢利將為 1,900 億日圓，同比增長 11.9%。集團上調所得稅前溢利及母公司擁有人應佔溢利全年度預測。
- 預計每股股息將為 560 日圓，其中包括中期派息 280 日圓、期末派息 280 日圓。較上年度增加 80 日圓。

* * * * *

業績概要

■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 收益及經營溢利雙雙大幅下降

在日本UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面, 本財政年度上半年度收益總額為4,425億日圓 (同比下降10.2%), 經營溢利總額為809億日圓 (同比下降17.3%), 錄得收益及溢利雙雙大幅下降。同店銷售淨額錄得下降9.0%。這一方面是由於上年度同期時家居服等滿足居家需求的商品及AIRism口罩銷情強勁, 致使比較基準過高; 另一方面則因冬裝暢銷商品庫存短缺而發生機會流失。網路商店銷售額為724億日圓 (同比下降1.9%), 錄得收益小幅下降, 但相比兩年前水準收益則增長約40%, 業務發展順利。毛利率因控制過度實施折扣促銷, 改善折扣比率等, 同比提升0.9個百分點。銷售、一般及行政開支對收益額比率則因收益水準下降而上升2.6個百分點。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 收益及溢利雙雙大幅增長

在海外UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面, 本財政年度上半年度收益總額為5,932億日圓 (同比增長13.7%), 經營溢利總額為1,003億日圓 (同比增長49.7%), 錄得收益及溢利雙雙大幅增長。這主要是由於東南亞、南亞及大洋洲地區、北美及歐洲地區皆錄得收益及溢利大幅增長所致。北美及歐洲地區的經營溢利在海外UNIQLO事業分部中佔比達約20%, 僅次於大中華地區的約55%, 亦成為集團主要收益來源之一。

按各個市場而言, 中國大陸錄得收益下降及溢利大幅下降。這是由於期間面對COVID-19 (2019冠狀病毒病) 疫情, 當地持續實施防疫措施影響, 導致顧客對服裝的消費意欲下降。香港、台灣、南韓等市場則錄得同比收益及溢利雙增長。東南亞、南亞及大洋洲地區錄得收益及溢利雙雙大幅增長。其中, 馬來西亞及印尼因已放寬出行限制, 在強化網路及門店的市場營銷招攬顧客下, 錄得強勁業績。北美地區錄得收益大幅增長, 經營扭虧為盈。這是由於積極傳播企業資訊以進一步提升品牌知名度, 同時大力開展主打商品的市場營銷, 擴大銷售規模。此外, 透過控制過度折扣促銷、費用結構改革等措施, 毛利率以及銷售、一般及行政開支對收益額比率亦實現大幅改善。歐洲地區不僅透過強化新客營銷擴大顧客群, 亦成功確保暢銷冬裝主打商品庫存充足, 收益及溢利雙雙大幅增長。

本事業分部同時加強在全球各地開設門店。2021年9月在巴黎開設「UNIQLO里沃利店」, 同年11月在北京開設當地第一間全球旗艦店「UNIQLO北京三里屯店」。2022年4月將在倫敦開設「UNIQLO攝政街店」。立足於大都會的黃金地段, 面向全世界傳達品牌魅力。

■ GU (極優) 收益下降及溢利大幅下降

在GU (極優) 事業分部方面, 本財政年度上半年度收益總額為1,228億日圓 (同比下降7.4%), 經營溢利總額為93億日圓 (同比下降40.9%), 錄得收益下降及經營溢利大幅下降。收益下降的主要原因是季初氣溫持續向暖致使秋裝銷情不佳, 而針織衫及內衣等冬裝主打商品雖然銷情強勁, 卻受生產及物流出現延遲影響, 未能及時投入, 機會流失。另外, 受原材料價格及運輸費用高企影響, 成本率上升, 致使毛利率同比下降0.4個百分點。銷售、一般及行政開支對收益額比率同比上升3.6個百分點, 但這主要是為了擴大網路商店業務而在日本西部啓用自動化倉庫導致物流費用短期上升, 以及加強品牌營銷活動的結果。

■ 全球品牌事業分部收益增長, 經營扭虧為盈

在全球品牌事業分部方面, 本財政年度上半年度收益總額為589億日圓 (同比增長8.1%), 經營溢利總額為10億日圓 (上年度同期為虧損81億日圓), 錄得收益增長及經營扭虧為盈。其中, Theory業務錄得收益及溢利雙雙大幅增長。這主要得益於美國業務業績回升, 實現扭虧為盈。PLST業務受日本COVID-19疫情緊急事態宣言等防疫措施影響, 未能成功推出及發佈有助於招攬顧客的商品及資訊, 錄得收益下降及虧損擴大。法國時尚

品牌Comptoir des Cottonniers業務錄得收益增長及經營虧損大幅收窄。在法國相較於受COVID-19疫情嚴重影響的上年度同期，來店顧客人數有所回升，以及以關閉虧損門店等措施為中心進行業務結構改革，經費效率獲得改善。

■ 2022 財政年度全年度業績預測中上調所得稅前溢利及母公司擁有人應佔溢利

展望未來，集團預計本財年全年度綜合收益總額將為22,000億日圓，較上年度增長3.1%，綜合經營溢利總額將為2,700億日圓，同比增長8.4%，維持於2022年1月時公佈的預測數值不變。但集團將所得稅前溢利及母公司擁有人應佔溢利預測數值向上修正。其中，母公司擁有人應佔溢利將為1,900億日圓，同比增長11.9%。這是基於日圓持續貶值，目前預測全年度業績若按2月底時的1美元兌115.6日圓作為年度底匯率計算後，融資收支項下將錄得淨增長232億日圓所致。

在各個事業分部方面，預計海外UNIQLO（優衣庫）下半年度將錄得收益增長，而經營溢利與上年度同期持平。下半年度期間，預計北美、歐洲以及東南亞、南亞及大洋洲地區業績將持續表現強勁，帶動整體業務增長。但因中國大陸持續受到COVID-19疫情影響導致出行受到限制，預計下半年度的經營溢利將維持於上年度同期同等水平。因此，預計海外UNIQLO（優衣庫）事業分部全年度將錄得收益及溢利雙雙大幅增長。

按各個市場及地區來看，大中華地區因受COVID-19疫情影響出行受限等因素，全年度預計將錄得收益下降及溢利大幅下降。南韓預計將錄得收益及溢利雙增長。東南亞、南亞及大洋洲地區預計將錄得收益及溢利雙雙大幅增長，相比COVID-19疫情發生前的2019年8月止年度業績，收益及溢利皆可達成雙位數增長，業務順利擴大。歐洲方面，英國及歐盟各國合計預估將錄得收益大幅增長及經營扭虧為盈，營業利潤率將可達到約10%。俄羅斯業務因暫停營業，預計下半年度錄得經營虧損。北美預計將錄得收益大幅增長及經營扭虧為盈，營業利潤率將可達到單位數的後段。

日本UNIQLO（優衣庫）事業分部及GU（極優）事業分部預計將於下半年度錄得收益增長及溢利大幅增長。但由於上半年度錄得收益及溢利大幅下降，預計全年度將錄得收益及溢利雙雙下降。全球品牌事業分部預計全年度將錄得收益大幅增長及經營扭虧為盈。

下半年度的重點課題包括：1) 由於上半年度部分業務發生庫存短缺導致機會流失，下半年度將致力於商品構成及數量規劃的精準化、加強營銷，同時針對出現暢銷傾向的商品等，採用包括年度中即時企劃及追加生產等積極步驟。2) 實施門店及網路商店庫存完全一體化等，避免庫存短缺，達到可讓顧客隨時隨地透過網路商店購入喜愛的商品，進一步達到門店與網路商店的整合。3) 穩步推進加快開設門店的前期準備工作，全集團預計在2023年8月止年度共開設300間以上門店。

在集團門店總數方面，預計截至2022年8月底，日本UNIQLO（優衣庫）的門店數將達到810間（含僱員特許經營店），海外UNIQLO（優衣庫）的門店數將達到1,607間，GU（極優）的門店數將達到452間，全球品牌門店數量將達到726間，集團旗下各品牌門店總數預計將達到3,595間。

預計全年度每股股息為560日圓，其中包括中期派息280日圓、期末派息280日圓，較上年度增加80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>