

迅銷有限公司 2020 財政年度 (2019 年 9 月-2020 年 8 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						2021年8月止年度	
	全年度實值 (2018/9-2019/8)	上半年實值		下半年實值		全年度實值		全年度業績預測	
		(2019/9-2020/2)	按年變動	(2020/3-2020/8)	按年變動	(2019/9-2020/8)	按年變動	(2020/9-2021/8)	按年變動
收益	22,905	12,085	-4.7%	8,003	-21.8%	20,088	-12.3%	22,000	+9.5%
毛利 (佔收益比率)	11,195 48.9%	5,767 47.7%	-4.9% -0.2p	3,990 49.9%	-22.2% -0.2p	9,758 48.6%	-12.8% -0.3p	-	-
銷售、一般及行政開支 (佔收益比率)	8,543 37.3%	4,387 36.3%	+1.2% +2.1p	3,670 45.9%	-12.8% +4.7p	8,058 40.1%	-5.7% +2.8p	-	-
事業溢利 (佔收益比率)	2,651 11.6%	1,379 11.4%	-20.4% -2.3p	320 4.0%	-65.1% -5.0p	1,700 8.5%	-35.9% -3.1p	2,650 12.0%	+55.9% +3.5p
其他收入・開支 (佔收益比率)	-75 -	-12 -	-	-194 -	-	-206 -	-	-200 -	-
經營溢利 (佔收益比率)	2,576 11.2%	1,367 11.3%	-20.9% -2.3p	126 1.6%	-85.1% -6.7p	1,493 7.4%	-42.0% -3.8p	2,450 11.1%	+64.0% +3.7p
融資收入 / 成本 (佔收益比率)	-51 -	141 1.2%	- +1.1p	-106 -	-	35 0.2%	-	0 -	-
所得稅前溢利 (佔收益比率)	2,524 11.0%	1,508 12.5%	-13.4% -1.2p	20 0.3%	-97.4% -7.3p	1,528 7.6%	-39.4% -3.4p	2,450 11.1%	+60.3% +3.5p
母公司擁有人應佔年內溢利 (佔收益比率)	1,625 7.1%	1,004 8.3%	-11.9% -0.7p	-101 -	-	903 4.5%	-44.4% -2.6p	1,650 7.5%	+82.6% +3.0p

注: 全年度業績預測中的融資收入及成本項目, 是以 8 月底時匯率 1 美元兌 105.0 日圓計算。

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					
		全年度實值 (2018/9-2019/8)	上半年實值		下半年實值		全年度實值	
			(2019/9-2020/2)	按年變動	(2020/3-2020/8)	按年變動	(2019/9-2020/8)	按年變動
日本UNIQLO	收益	8,729	4,635	-5.7%	3,433	-10.0%	8,068	-7.6%
	事業溢利 (佔收益比率)	1,032 11.8%	710 15.3%	+5.1% +1.5p	357 10.4%	+0.4% +1.1p	1,068 13.2%	+3.5% +1.4p
	其他收入・開支	-7	5	+391.9%	-26	-	-21	-
	經營溢利 (佔收益比率)	1,024 11.7%	716 15.5%	+5.7% +1.7p	330 9.6%	-4.8% +0.5p	1,046 13.0%	+2.2% +1.3p
	海外UNIQLO	收益	10,260	5,412	-6.7%	3,026	-32.1%	8,439
事業溢利 (佔收益比率)	1,403 13.7%	580 10.7%	-34.6% -4.6p	55 1.8%	-89.3% -9.8p	635 7.5%	-54.7% -6.2p	
其他收入・開支	-14	-47	-	-85	-	-133	-	
經營溢利 (佔收益比率)	1,389 13.5%	532 9.8%	-39.8% -5.5p	-30 -	-	502 6.0%	-63.8% -7.5p	
GU	收益	2,387	1,322	+12.9%	1,137	-6.4%	2,460	+3.1%
	事業溢利 (佔收益比率)	281 11.8%	156 11.8%	+11.0% -0.2p	71 6.3%	-49.0% -5.3p	228 9.3%	-18.9% -2.5p
	其他收入・開支	0	1	-	-11	-	-9	-
	經營溢利 (佔收益比率)	281 11.8%	158 12.0%	+12.0% -0.1p	60 5.3%	-57.2% -6.3p	218 8.9%	-22.5% -2.9p
全球品牌	收益	1,499	701	-9.8%	395	-45.2%	1,096	-26.9%
	事業溢利 (佔收益比率)	39 2.6%	9 1.4%	-70.4% -2.8p	-103 -	-	-93 -	-
	其他收入・開支	-2	-2	-	-31	-	-33	-
	經營溢利 (佔收益比率)	36 2.5%	7 1.1%	-76.3% -2.9p	-134 -	-	-127 -	-

注: 「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 財年全年度綜合業績: 受 COVID-19 疫情影響, 收益及溢利下降; 但大幅高於 7 月份預測值
- 綜合收益總額達 20,088 億日圓, 較上年度下降 12.3%, 經營溢利總額為 1,493 億日圓, 同比下降 42.0%, 錄得收益、溢利雙雙下降。

- 主要因受 COVID-19 (2019 冠狀病毒病) 疫情影響, 下半年度錄得收益與溢利皆大幅下降, 以及全年度減值虧損錄得 230 億日圓所致。
- UNIQLO (優衣庫) 日本及大中華地區的業績恢復步伐快於預期, 表現大幅高於 7 月份公布的預測值。
- 期末每股派息預計為 240 日圓。全年股息預計為 480 日圓, 與上年度相同。

■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部: 全年度錄得經營溢利增長, 表現高於 7 月份預測值

- 收益為 8,068 億日圓, 同比下降 7.6%, 經營溢利為 1,046 億日圓, 同比增長 2.2%, 錄得收益下降而溢利增長。
- 同店銷售淨額同比下降 6.8%。其中上半年度因受暖冬影響, 同比下降 4.6%; 下半年度則受 COVID-19 疫情影響, 多數門店暫時歇業, 同比下降 9.6%。然而, 自 6 月份恢復營業後, 銷售回升, 第四季度單季同店銷售同比大幅增長 20.2%。
- 網路商店銷售淨額同比增長 29.3%, 尤其是下半年度表現格外強勁, 同比增長 54.7%。
- 毛利率達 49.1%, 較上年度改善 2.4 個百分點。主因折扣率獲控制以及公司內部日圓匯率延續升值趨勢, 使得成本率錄得改善。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部: 疫情影響收益及溢利大幅下降, 大中華區回復快、高於預測值

- 受 COVID-19 疫情影響, 收益為 8,439 億日圓, 同比下降 17.7%, 經營溢利為 502 億日圓, 同比下降 63.8%。
- 網路商店銷售淨額表現強勁增長近 20%。主因加強宣傳居家不外出所需商品, 並在更多市場開展了網路商店。
- 大中華地區雖錄得收益下降及經營溢利大幅下滑, 但 3 月份以來的業績恢復步伐較預期迅速。同時, 全年度網路商店銷售淨額增長近 20%, 表現強勁。
- 南韓錄得收益大幅下降, 經營錄得虧損。東南亞、南亞及大洋洲地區 (包括東南亞各市場、澳大利亞及印度) 錄得收益及溢利大幅下降; 但其中新加坡、馬來西亞、泰國及澳大利亞的業績在第四季度恢復順利。北美、歐洲 COVID-19 疫情嚴重, 受此影響, 北美錄得虧損擴大, 歐洲則錄得小幅虧損。

■ GU (極優) 事業分部: 全年度錄得收益增長而溢利下降, 與預測值相符

- 收益為 2,460 億日圓, 同比增長 3.1%, 經營溢利為 218 億日圓, 同比下降 22.5%, 錄得收益增長而溢利下降。
- 全財政年度的同店銷售淨額同比下降 5.2%, 但網路商店銷售淨額則增長近 60%, 表現強勁。睡衣、家居服等符合居家不外出所需的商品, 以及材質輕柔的襯衫、男性廚師褲等能捕捉住潮流的商品均銷情強勁。
- 全年度毛利率為 48.3%, 同比下降 0.7 個百分點。主因 COVID-19 疫情影響而加大了春夏商品折扣促銷。

■ 全球品牌事業分部: 收益大幅下降, 錄得經營虧損, 表現低於預測值

- 收益為 1,096 億日圓, 同比下降 26.9%, 經營錄得虧損 127 億日圓 (上年度為溢利 36 億日圓)。COVID-19 疫情導致門店暫時歇業和顧客減少外出, 致使本事業分部下各個業務全線均錄得虧損。
- 其中, Theory 業務錄得收益大幅下降, 經營錄得虧損。主要因為美國和歐洲地區等受疫情影響嚴重, 錄得虧損所致。

■ 2021 全年度綜合業績預測: 預計收益增長, 溢利大幅上升, 或將回復至史上最高盈利水準

- 展望未來, 預計截至 2021 年 8 月止全財政年度的集團綜合收益總額將達 22,000 億日圓 (較上年度增長 9.5%), 綜合事業溢利總額將達 2,650 億日圓 (同比增長 55.9%), 綜合經營溢利總額將達 2,450 億日圓

(同比增長 64.0%)，母公司所有人應佔年內溢利將達 1,650 億日圓 (同比增長 82.6%)。

- 預計全年度每股股息將為 480 日圓，其中包括中期派息 240 日圓，與上年度股息金額相同。
- 預計上半年度仍將受 COVID-19 疫情影響而錄得收益下降，下半年度則在疫情消退的假設下，預估可錄得收益及溢利雙雙大幅增長。集團旗下各個事業分部全年度的收益及經營溢利預料均將錄得增長。
- 預計其他收入開支將錄得淨支出 200 億日圓。這主要是考慮到以 UNIQLO (優衣庫) 業務為主實施的拆舊建新計劃，或將產生報廢損失、閉店損失以及大型店和旗艦店或產生減值虧損等風險的緣故。

* * * * *

業績概要

■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 全年度達成溢利增長；表現高於 7 月份預測值

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財政年度累計收益為 8,068 億日圓 (較上年度下降 7.6%)，經營溢利為 1,046 億日圓 (同比增長 2.2%)，錄得收益下降而溢利增長。全年度同店銷售淨額 (含網路商店) 同比下降 6.8%。其中上半年度因受暖冬影響，防寒衣物銷情不佳，同比下降 4.6%。下半年度則因受 COVID-19 疫情影響，暫時歇業的門店數一度高達 311 家，顧客亦減少外出導致客流量下降，同比下降 9.6%。但是，在門店恢復營業後，第四季度單季同店銷售淨額大幅增長 20.2%，收益轉為大幅增長。這要歸功於夏季主打商品、符合居家不外出所需商品，以及 AIRism 口罩的銷情強勁所致。

全年度網路商店銷售額達 1,076 億日圓，同比增長 29.3%，占收益比從上年度的 9.5% 升至 13.3%。尤其是下半年度，除透過數碼廣告、電視廣告加強網路商店的宣傳外，亦透過推出 App 會員專享價格獲取大量新顧客。下半年度網路商店銷售額同比大幅增長 54.7%。

此外，毛利率因商品採購的日圓兌美元匯率有所升值，加上控制以過度折扣方式吸引顧客，較上年度改善 2.4 個百分點。銷售、一般及行政開支占收益比率雖同比上升 1.0 個百分點，但以金額計則較上年度錄得下降。因此，全年度經營溢利錄得小幅增長。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 在疫情影響下收益及溢利大幅下降，大中華地區回復快、高於預測值

在海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財政年度累計收益為 8,439 億日圓 (同比下降 17.7%)，經營溢利為 502 億日圓 (同比下降 63.8%)，錄得收益、溢利雙雙大幅下降。這主要是因為受 COVID-19 疫情影響，致使下半年度收益、溢利雙雙大幅下降，以及本事業分部以南韓、美國為主全年度錄得減值虧損 158 億日圓所致。然而，網路商店業務的收益則增長近 20%，在各個市場的規模均順利擴大。

按地區而言，大中華地區的收益總額為 4,559 億日圓 (同比下降 9.3%)，經營溢利為 656 億日圓 (同比下降 26.3%)，錄得收益下降和溢利大幅下降。不過，由於 UNIQLO 所推出的 LifeWear 服適人生理念已深入人心，成為人們生活中不可欠缺的必需品，深受顧客支持，使得該地區自 3 月份以來，以高於預期的速度回復業績表現。尤其是網路商店銷售淨額同比增長約 20%，表現強勁。在東南亞、南亞及大洋洲地區 (包括東南亞各市場、澳大利亞及印度) 的收益總額約為 1,500 億日圓 (同比下降 13%)，經營溢利總額下降近 40%。該地區上半年度收益及溢利雖皆錄得雙位數增長，但在下半年度卻受到 COVID-19 疫情嚴重影響。其中，菲律賓及印尼仍需時間恢復業績表現；不過，其他市場銷售則已從 6 月份開始陸續逐漸恢復。南韓除了受到日韓關係影響外，再加上疫情影響，使得同店銷售淨額大幅下降，經營錄得虧損。北美地區自 3 月中旬至 6 月底期間，大多數門店均暫時歇業，6 月份開始則又受到社會情變化和疫情再次擴大影響，收益錄得大幅下降，經營赤字亦大幅擴大。歐洲地區亦因在疫情嚴重影響下，多數門店暫時歇業、遊客大量減少，致使該地區收益錄得下降，經營錄得小幅虧損。

海外UNIQLO事業分部在本財政年度期間陸續於2019年9月首度進駐意大利於米蘭開設門店，同年10月在新德里開設首間印度門店，繼而於同年12月在胡志明市開設首間越南門店。意大利雖受COVID-19疫情影響，但在全年度錄得盈餘，自12月份開始營業的越南亦在下半年度錄得盈餘。

■ GU (極優) 全年度錄得收益增長而溢利下降，與預測值相符

GU (極優) 事業分部全年度收益為 2,460 億日圓 (同比增長 3.1%)，經營溢利為 218 億日圓 (同比下降 22.5%)，錄得收益增長而溢利下降。

在日本市場方面，上半年度因呼應大眾潮流的針織衫、薄型外套等商品銷情強勁，同店銷售淨額 (不含網路商店) 錄得增長，然而下半年度受COVID-19疫情影響，致使全年度的同店銷售淨額較上年度下降5.2%。但在第四季度期間，收益順利恢復，單季同店銷售淨額同比增長2.2%。其中尤以呼應大眾潮流的商品、符合居家不外出需要的商品銷情格外強勁。同時，在改善受追捧商品缺貨比率以及加強信息傳播下，網路商店全年度銷售額同比增長約六成，表現亮麗。在毛利率方面，由於上年度的基期較高，加上對春夏商品進行庫存消化，全年度毛利率同比下降0.7個百分點。全年度的銷售、一般及行政開支占收益比率同比上升1.8個百分點，這主要是因是下半年度收益下降所致。

■ 全球品牌收益大幅下降，錄得經營虧損，表現低於預測值

在全球品牌事業分部方面，全年度收益為1,096億日圓 (同比下降26.9%)，經營虧損127億日圓 (上年度為盈利36億日圓)，錄得收益大幅下降及轉盈為虧。這主要是因為歐美地區受COVID-19疫情嚴重影響，Comptoir des Cottonniers業務、PRINCESSE tam-tam業務、J Brand業務繼續錄得虧損，Theory業務亦從盈利轉為虧損所致。Theory業務受門店暫時歇業和顧客減少外出影響，錄得收益大幅下降，而加強折扣促銷力度則導致經營錄得虧損。PLST業務受疫情影響錄得收益下降，經營錄得小幅虧損。Comptoir des Cottonniers業務因歐洲門店暫時歇業時間長達兩個月，收益錄得大幅下降，持續錄得經營虧損。

■ 2021 全年度綜合業績預計錄得收益增長，溢利大幅上升，回復至史上最高盈利水準

展望未來，2021年財政年度集團綜合收益總額預計將達 22,000 億日圓 (較上年度增長 9.5%)，綜合事業溢利總額將達 2,650 億日圓 (同比增長 55.9%)，綜合經營溢利總額將達 2,450 億日圓 (同比增長 64.0%)，母公司所有人應佔年內溢利將達 1,650 億日圓 (同比增長 82.6%)，基本每股盈利(EPS)將達 1,616.05 日圓，錄得收益增長及溢利大幅增長，並使盈利回到錄得史上最佳業績的 2019 年財政年度水準。另外，預計其他收入開支項下將錄得淨支出 200 億日圓，這主要是考慮到以 UNIQLO (優衣庫) 業務為主實施的拆舊建新計劃，可能產生報廢損失、閉店損失以及大型店和旗艦店產生減值虧損等風險的緣故。此外，預計全年每股股息總計將為 480 日圓，其中包括中期派息 240 日圓、期末派息 240 日圓，與上年度股息金額相同。

其中，預計在上半年度，因東南亞及歐美地區將繼續受到 COVID-19 疫情影響，從而錄得收益下降。而下半年度在假設疫情影響消退的前提下，預料旗下各個事業分部均將錄得收益大幅增長及溢利大幅改善。

以各個事業分部來看，海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部全年度預計將錄得收益大幅增長及經營溢利增長一倍以上。其中，預計大中華地區將錄得收益大幅增長及網路商店銷售淨額雙位數增長。網路商品銷售淨額的增長率可能略有放緩，這是因為將針對大型購物季控制折扣促銷，但著重強化商品價值，因而利潤率預計將可大幅改善。南韓處境依然嚴峻，預計將錄得收益下降，但錄得經營盈虧平衡。東南亞、南亞及大洋洲地區預計將會錄得收益及溢利雙雙大幅增長，北美預計將錄得收益增長和虧損縮小，歐洲預計將錄得收益大幅增長和經營扭虧為盈。

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面, 預計將錄得收益增長, 同時因毛利率和經費比率皆可獲得改善而錄得經營溢利大幅增長。GU (極優) 事業分部預計將在下半年度錄得經營溢利翻倍, 進而在全財政年度錄得溢利大幅增長。全球品牌事業分部預計將錄得收益增長和經營扭虧為盈。其中 Theory 業務、PLST 業務預計將錄得收益及溢利雙雙大幅增長, 法國品牌 Comptoir des Cotonniers 業務預計將會錄得虧損縮小。

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>