

迅銷有限公司 2021 財政年度 (2020 年 9 月-2021 年 8 月) 業績概要

綜合業績

(單位：億日圓)

	2020年8月止年度	2021年8月止年度				2022年8月止年度			
	全年度實值 (19/9~20/8)	上半年實值		下半年實值		全年度實值		全年度業績預測	
		(20/9~21/2)	按年變動	(21/3~21/8)	按年變動	(20/9~21/8)	按年變動	(21/9~22/8)	按年變動
收益	20,088	12,028	-0.5%	9,301	+16.2%	21,329	+6.2%	22,000	+3.1%
(佔收益比率)	100.0%	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-	100.0%	-
毛利	9,758	6,004	+4.1%	4,735	+18.7%	10,739	+10.1%	-	-
(佔收益比率)	48.6%	49.9%	+2.2p	50.9%	+1.0p	50.3%	+1.7p	-	-
銷售、一般及行政開支	8,058	4,207	-4.1%	3,976	+8.4%	8,184	+1.6%	-	-
(佔收益比率)	40.1%	35.0%	-1.3p	42.8%	-3.1p	38.4%	-1.7p	-	-
事業溢利	1,700	1,797	+30.2%	758	+136.7%	2,555	+50.3%	2,800	+9.6%
(佔收益比率)	8.5%	14.9%	+3.5p	8.2%	+4.2p	12.0%	+3.5p	12.7%	+0.7p
其他收入及其他開支	-206	-117	-	52	-	-65	-	-100	-
(佔收益比率)	-	-	-	0.6%	-	-	-	-	-
經營溢利	1,493	1,679	+22.9%	810	+542.6%	2,490	+66.7%	2,700	+8.4%
(佔收益比率)	7.4%	14.0%	+2.7p	8.7%	+7.1p	11.7%	+4.3p	12.2%	+0.6p
融資收入 / 成本	35	34	-75.2%	133	-	168	+378.8%	0	-
(佔收益比率)	0.2%	0.3%	-0.9p	1.4%	-	0.8%	+0.6p	0.0%	-
所得稅前溢利	1,528	1,714	+13.7%	943	-	2,658	+73.9%	2,700	+1.6%
(佔收益比率)	7.6%	14.3%	+1.8p	10.1%	+9.8p	12.5%	+4.9p	12.2%	-0.2p
母公司擁有人應佔溢利	903	1,058	+5.4%	639	-	1,698	+88.0%	1,750	+3.0%
(佔收益比率)	4.5%	8.8%	+0.5p	6.9%	-	8.0%	+3.5p	7.9%	-

集團下各事業業績

(單位：億日圓)

		2020年8月止年度	2021年8月止年度					
		全年度實值 (19/9~20/8)	上半年實值		下半年實值		全年度實值	
			(20/9~21/2)	按年變動	(21/3~21/8)	按年變動	(20/9~21/8)	按年變動
日本UNIQLO	收益	8,068	4,925	+6.2%	3,501	+2.0%	8,426	+4.4%
	事業溢利	1,068	973	+36.9%	293	-18.0%	1,266	+18.5%
	(佔收益比率)	13.2%	19.8%	+4.5p	8.4%	-2.0p	15.0%	+1.8p
	經營溢利	1,046	978	+36.6%	253	-23.3%	1,232	+17.7%
(佔收益比率)	13.0%	19.9%	+4.4p	7.2%	-2.4p	14.6%	+1.6p	
海外UNIQLO	收益	8,439	5,218	-3.6%	4,083	+34.9%	9,301	+10.2%
	事業溢利	635	758	+30.7%	423	+668.8%	1,182	+86.1%
	(佔收益比率)	7.5%	14.5%	+3.8p	10.4%	+8.6p	12.7%	+5.2p
	經營溢利	502	670	+25.9%	441	-	1,112	+121.4%
(佔收益比率)	6.0%	12.9%	+3.1p	10.8%	-	12.0%	+6.0p	
GU	收益	2,460	1,326	+0.3%	1,167	+2.6%	2,494	+1.4%
	事業溢利	228	164	+4.9%	52	-27.0%	216	-5.2%
	(佔收益比率)	9.3%	12.4%	+0.6p	4.5%	-1.8p	8.7%	-0.6p
	經營溢利	218	158	+0.4%	42	-28.7%	201	-7.6%
(佔收益比率)	8.9%	12.0%	-	3.7%	-1.6p	8.1%	-0.8p	
全球品牌	收益	1,096	545	-22.2%	536	+35.7%	1,082	-1.3%
	事業溢利	-93	-45	-	-13	-	-58	-
	(佔收益比率)	-	-	-	-	-	-	-
	經營溢利	-127	-81	-	65	-	-16	-
(佔收益比率)	-	-	-	12.2%	-	-	-	

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】

■ 2021 財年全年綜合業績：收益增長及經營溢利大幅增長，後者表現符合預期

- 集團綜合收益總額為 21,329 億日圓，較上年度增長 6.2%，綜合經營溢利總額為 2,490 億日圓，同比增長 66.7%，母公司擁有人應佔溢利為 1,698 億日圓，同比大幅增長 88.0%。
- 相比受到 COVID-19 (2019 冠狀病毒病) 疫情嚴重影響的上一年度，UNIQLO (優衣庫) 業績錄得回升。
- 預計每股期末派息為 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大幅增長，業績表現略低於預期**

- 上半年度銷情強勁，加之毛利率改善及經費開支效率持續提升，錄得經營溢利大幅增長。
- 下半年度錄得經營溢利下降。第三季度雖錄得單季經營溢利增長，但隨後受 COVID-19 疫情期間暫時歇業及限制出行政策影響，銷售未及預期，故於第四季度期間加強處理庫存，致使該季度錄得單季經營溢利大幅下降。
- 毛利率因抑制折扣促銷及成本改善措施，改善 1.4 個百分點。銷售、一般及行政開支佔收益比率得益於物流費用及廣告推廣費用的優化，從而改善 0.4 個百分點。

■ **海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：全年度錄得收益及經營溢利皆大幅增長，小幅超越預期**

- 收益為9,301億日圓，較上年度增長10.2%，經營溢利為1,112億日圓，同比增長121.4%。
- 網路商店銷售額較上年度增長約20%，業務規模順利擴大，占收益比約達20%。
- 大中華地區達成收益及經營溢利雙雙大幅增長，創下歷年來最佳業績。
- 北美及歐洲地區自5月開始，出行限制及門店入場限制措施有所緩和，銷售迅速回升。同時，得益於推展收益結構改革，北美地區的經營虧損減半，歐洲地區實現扭虧為盈。
- 東南亞、南亞及大洋洲地區（包括東南亞各市場、澳洲及印度）全財政年度期間均受到 COVID-19 疫情嚴重影響，錄得收益下降及經營溢利大幅下降。

■ **GU (極優) 事業分部：全財政年度錄得收益增長但溢利下降，表現略低於預期**

- 收益為2,494億日圓，較上年度增長1.4%，經營溢利為201億日圓，同比下降7.6%。
- 全年度同店銷售額錄得小幅下降。其中，上半年度期間，廚師褲等商品銷情強勁。下半年度受COVID-19緊急事態宣言影響，加之暢銷商品庫存短缺及部分商品未能把握潮流趨勢，導致銷情不佳。
- 毛利率因季度未加強處理庫存，較上年度下降0.9個百分點。

■ **全球品牌事業分部：全財政年度錄得收益下降但經營虧損大幅收窄，表現基本符合預期**

- 收益為1,082億日圓，較上年度下降1.3%，錄得經營虧損16億日圓。
- 得益於J Brand法人的清算收益及Theory業務業績改善，經營虧損幅度有所收窄。
- J Brand法人於8月完成清算程序後，預計將繼續透過全球品牌事業分部銷售J Brand品牌商品。
- Theory業務錄得收益增長及扭虧為盈。美國地區經營虧損收窄，亞洲地區錄得收益及溢利雙雙大幅增長。

■ **2022 全年度綜合業績預測：預計收益及溢利雙雙錄得增長**

- 展望未來，預計集團綜合收益總額將為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1,750億日圓，同比增長3.0%。
- 預計全年度每股股息將為520日圓，其中包括中期派息260日圓、期末派息260日圓。
- 上半年度因預計目前仍持續的COVID-19疫情繼續將帶來若干影響，包括出行限制、暫時歇業等，同時亦預料可能出現生產延遲、運輸延遲等若干影響，因此預計將會錄得收益下降及經營溢利顯著下降。
- 下半年度在相關限制政策或將放緩，營業得以恢復正常等假設下，預計將錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長。

業績概要

■ **日本 UNIQLO (優衣庫)：全年度錄得經營溢利大幅增長，表現略低於預期**

在日本UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財政年度累計收益總額為8,426億日圓 (較上年度增長4.4%)，經營溢利總額為1,232億日圓 (同比增長17.7%)，錄得經營溢利大幅增長。同店銷售淨額 (含網路商店) 同比增長

3.6%。上半年度因滿足居家需要的商品及秋冬主打商品銷情強勁，表現同比錄得增長5.6%。下半年度則因受緊急事態宣言、氣候因素等影響，同比增長僅錄得0.9%。全年度網路商店銷售額增長17.9%，達到1,269億日圓，占收益比達15.1%，業務順利擴大。

毛利率較上年度改善 1.4 個百分點。這主要是因為控制折價銷售，並且實施成本改善措施所致。本集團自 3 月 12 日起應政策要求實施商品價格以含稅後總額標示，將原本未含稅的價格直接定為含稅後的總額，吸收消費稅額，提供顧客一目瞭然方便購買的價格。透過統一選購材料、控制商品種類數量、將布料的損耗率控制在最低等措施，與合作工廠共同開展的成本改善計劃取得成效，令成本率維持在例年水平。銷售、一般及行政開支對收益比率得益於物流費用及廣告推廣費用的效率提升，同比改善 0.4 個百分點。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫)：全年度錄得收益及經營溢利皆大幅增長，小幅超越預期

在海外UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財政年度收益總額為9,301億日圓 (較上年度增長10.2%)，經營溢利總額為1,112億日圓 (同比增長121.4%)，錄得收益及溢利雙雙大幅增長。雖然COVID-19疫情的擴大持續對業績產生嚴重影響，但在疫情得到控制的地區和時期，業績依然實現大幅回升。

就各地區而言，受疫情影響較低的大中華地區錄得經營溢利大幅增長，業績表現強勁。大中華地區全年度收益總額達5,322億日圓 (同比增長16.7%)，經營溢利總額達1,002億日圓 (同比增長52.7%)，創下歷年來最佳業績。由於毛利率以及銷售、一般及行政開支對收益比率均錄得改善，經營溢利率亦大幅改善，達到18.8%。南韓市場雖在全年度內錄得收益小幅下降，但成功扭虧為盈。另一方面，東南亞、南亞及大洋洲地區 (包括東南亞地區、印度及澳洲各市場) 因在本財年內受到疫情嚴重影響，致使經營溢利錄得下降近15%。其中，受疫情影響較嚴重的馬來西亞、泰國、菲律賓均錄得收益及經營溢利雙雙下降。新加坡、印尼、印度、澳洲則錄得收益及經營溢利雙雙增長。越南全年度錄得收益大幅增長，扭虧為盈。該地區各市場雖受到疫情影響，但在門店恢復營業期間，銷情表現強勁。北美地區自5月開始，針對疫情的限制措施略有緩和，銷售迅速回升，下半年度錄得扭虧為盈，全年度的經營虧損減半。歐洲地區在網路商店以及俄羅斯市場出色業績表現帶動下，錄得收益大幅增長，實現扭虧為盈。北美與歐洲地區在疫情之中，透過改善毛利率、關閉虧損門店、削減固定費用、合理控制庫存水平等措施改進收益結構，因而在銷售回升之際，亦大幅提升盈利能力。

■ GU (極優)：全年度錄得收益增長但經營溢利下降，表現略低於預期

在GU (極優) 事業分部方面，本財政年度綜合收益總額為2,494億日圓 (較上年度增長1.4%)，經營溢利總額為201億日圓 (同比下降7.6%)，錄得收益增長而溢利下降。上半年度期間，廚師褲、針織休閒衫等商品銷情強勁，而下半年度受緊急事態宣言影響，同時暢銷商品庫存短缺造成機會流失，部分商品未能把握市場潮流，銷售額未及預期，從而使全年度的同店銷售淨額錄得小幅下降。季末大力消化庫存的結果，毛利率同比下降0.9個百分點。不過，網路商店銷售額得益於強化宣傳錄得增長，相比兩年前增長近50%，占收益比接近11%。

■ 全球品牌：全年度錄得收益下降但經營虧損大幅收窄，表現基本符合預期

在全球品牌事業分部方面，本財政年度收益總額為1,082億日圓 (較上年度下降1.3%)，錄得經營虧損共16億日圓 (上年度為虧損127億日圓)。因清算J Brand法人產生帳面收益以及Theory業務的業績改善，使得本事業分部虧損總額大幅收窄。Theory業務錄得收益增長，扭虧為盈。這一方面是由於美國地區的經營虧損收窄，另一方面亦是因為亞洲地區 (中國大陸及香港市場) 錄得收益及溢利雙雙大幅增長，業績表現強勁。PLST業務錄得收益下降，經營虧損與上年度持平。法國女裝品牌Comptoir des Cottonniers業務錄得收益下降及虧損擴大。這主要

是因為以法國為首的市場受疫情影響，致使門店至5月末為止不定期歇業所致。J Brand公司完成法人清算程序後，J Brand品牌將繼續由迅銷集團持有，並將通過全球品牌事業分部銷售該品牌的商品。

■ 2022 全年度綜合業績預測：預計收益及溢利雙雙錄得增長

本集團預估2022年財政年度綜合收益總額將達22,000億日圓（較上年度增長3.1%），綜合經營溢利總額將達2,700億日圓（同比增長8.4%），所得稅前溢利將達2,700億日圓（同比增長1.6%），母公司擁有人應佔溢利將達1,750億日圓（同比增長3.0%）。

其中，預料上半年度COVID-19（2019冠狀病毒病）疫情未歇，因而將持續受到出行限制、暫時歇業等因素的若干影響；同時，亦可預見到來自生產及運輸延遲的部份影響，因此預計將錄得收益及經營溢利雙雙下降。下半年度，預計疫情相關限制政策將會放緩，營業得以恢復正常，因此預期將會錄得收益增長及經營溢利大幅增長。

2022年財政年度（截至2022年8月底止）將是本集團加速轉型成為「數碼消費零售企業」的一年，將重點聚焦以下四個方面：

- 1) 透過提高商品銷售的品質，徹底改革收益結構。擺脫仰賴折扣促銷的銷售模式，著重於訴求商品及品牌價值，減少商品種類的數量，推行杜絕無謂浪費的商業戰略。
- 2) 加速擴大電子商務業務，強化「數碼消費零售企業」的基礎。網路商店能夠隨時隨地與顧客連結，因此，擴大電子商務將有助於整體業務銷售的提升。
- 3) 實現全球收益支柱的多樣化。除了大中華地區及東南亞地區，亦將擴大北美及歐洲地區的收益。
- 4) 中期成長戰略而言，將加速採取措施兼顧並行事業與可持續發展。

在各個事業分部方面，日本UNIQLO（優衣庫）將進行業務結構改革，優化庫存、減少折扣活動等，因此預期將出現業績暫時下滑，全年度料將錄得收益及溢利雙下降。GU（極優）預計將錄得收益略為下降，經營溢利則維持於上年度水平。這一方面是由於上年度的上半年度業績強勁致使比較基準過高，另一方面預計將受到生產延遲的影響所致。下半年度則預料將錄得業績大幅回升。海外UNIQLO（優衣庫）事業分部預計將錄得收益及溢利雙大幅增長，全球品牌事業分部則預計將錄得收益大幅增長，實現扭虧為盈。此外，在2022年財政年度期間，若COVID-19疫情影響超乎預期，發生門店持續無法正常營業等情況，本集團則將可能相應調整2022年財政年度業績預測。

預計全年度每股股息將為520日圓，其中包括中期派息260日圓、期末派息260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>