

**迅銷有限公司 2022 財政年度第一季度 (2021 年 9 月-11 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		2022年8月止年度	
	第 1 季度實值 (20/9 ~ 20/11)	第 1 季度實值		全年度業績預測	
		(21/9 ~ 21/11)	按年變動	(21/9 ~ 22/8)	按年變動
收益 (佔收益比率)	6,197 100.0%	6,273 100.0%	+ 1.2% -	22,000 100.0%	+ 3.1% -
毛利 (佔收益比率)	3,248 52.4%	3,386 54.0%	+ 4.3% + 1.6p	- -	- -
銷售、一般及行政開支 (佔收益比率)	2,132 34.4%	2,224 35.5%	+ 4.3% + 1.1p	- -	- -
事業溢利 (佔收益比率)	1,115 18.0%	1,161 18.5%	+ 4.1% + 0.5p	2,800 12.7%	+ 9.6% + 0.7p
其他收入及其他開支 (佔收益比率)	15 0.2%	32 0.5%	+ 112.9% + 0.3p	-100 -	- -
經營溢利 (佔收益比率)	1,130 18.2%	1,194 19.0%	+ 5.6% + 0.8p	2,700 12.3%	+ 8.4% + 0.6p
融資收入 / 成本 (佔收益比率)	-59 -	148 2.4%	- -	0 0.0%	- -
所得稅前溢利 (佔收益比率)	1,071 17.3%	1,342 21.4%	+ 25.2% + 4.1p	2,700 12.3%	+ 1.6% - 0.2p
母公司擁有人應佔溢利 (佔收益比率)	703 11.4%	935 14.9%	+ 33.0% + 3.5p	1,750 8.0%	+ 3.0% -

**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	
		第 1 季度實值 (20/9 ~ 20/11)	第 1 季度實值	
			(21/9 ~ 21/11)	按年變動
日本UNIQLO	收益	2,538	2,264	-10.8%
	事業溢利 (佔收益比率)	589 23.2%	480 21.2%	-18.6% - 2.0p
	經營溢利 (佔收益比率)	600 23.7%	487 21.5%	-18.8% - 2.2p
海外UNIQLO	收益	2,606	2,997	+ 15.0%
	事業溢利 (佔收益比率)	413 15.9%	607 20.3%	+ 46.7% + 4.4p
	經營溢利 (佔收益比率)	414 15.9%	599 20.0%	+ 44.6% + 4.1p
GU	收益	765	698	▲ 8.7%
	事業溢利 (佔收益比率)	134 17.6%	88 12.7%	-34.1% - 4.9p
	經營溢利 (佔收益比率)	136 17.8%	89 12.8%	-34.5% - 5.0p
全球品牌	收益	280	307	+ 9.5%
	事業溢利 (佔收益比率)	-3 -	14 4.6%	- -
	經營溢利 (佔收益比率)	-2 -	25 8.3%	- -

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年財政年度第一季度綜合業績：收益及溢利雙雙增長，大幅超越預期

- 綜合收益總額為6,273億日圓，較上年度同期增長1.2%，經營溢利總額為1,194億日圓，同比增長5.6%，錄得收益及溢利雙雙增長。
- 東南亞、南亞及大洋洲地區，以及北美及歐洲地區均錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長，業績表現強勁。日本及大中華地區的UNIQLO（優衣庫）業務及GU（極優）事業分部則錄得收益及經營溢利雙雙下降。但因集團主要收益來源進入多樣化，促使綜合收益及經營溢利表現大幅超越預期。
- 融資收益及開支淨額計入匯兌收益等148億日圓，總計母公司擁有人應佔季度溢利為935億日圓，同比增長33.0%。

### ■ 日本UNIQLO（優衣庫）事業分部：收益及溢利大幅下降，但表現依然超越預期

- 收益為2,264億日圓，同比下降10.8%，經營溢利為487億日圓，同比下降18.8%，錄得收益及溢利大幅下降。
- 同店銷售淨額同比下降7.7%。主因上年度同期的比較基準較高，以及高溫天氣持續至10月中旬致使秋冬商品銷情不佳。
- 得益於折扣率改善，毛利率改善0.5個百分點。然而因收益下降，致使銷售、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：收益及溢利大幅增長。東南亞、南亞及大洋洲地區、北美及歐洲銷情強勁

- 收益為2,997億日圓，同比增長15.0%，經營溢利為599億日圓，同比增長44.6%。
- 東南亞、南亞及大洋洲地區、北美及歐洲銷情強勁，均錄得收益及溢利雙雙大幅增長。另一方面，大中華地區則錄得收益小幅下降及溢利大幅下降。
- 主要收益來源進入多樣化，海外UNIQLO事業分部第一季度業務總體錄得歷史最佳業績。

### ■ GU（極優）事業分部：收益下降，溢利大幅下降。基本符合預期

- 收益為698億日圓，同比下降8.7%，經營溢利為89億日圓，同比下降34.5%，錄得收益下降及溢利大幅下降。
- 氣溫持續向暖導致秋冬商品銷情不佳，生產及物流環節的延遲亦導致冬裝商品未能及時上架，同店銷售淨額錄得下降。

### ■ 全球品牌事業分部：收益增長，經營扭虧為盈。表現基本符合預期

- 收益為307億日圓，同比增長9.5%，經營溢利為25億日圓，錄得收益增長及經營扭虧為盈。
- 歐美地區相對於上年度同期時COVID-19（2019冠狀病毒病）疫情影響嚴重，如今門店則已恢復正常營業，因此Theory業務錄得收益及溢利雙雙大幅增長，Comptoir des Cottonniers業務錄得收益大幅增長及經營扭虧為盈。

### ■ 2022財政年度全年度綜合業績預測：維持期初預測不變

- 集團將維持2022年全年度綜合業績前次的預測不變，預計綜合收益總額將達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%，母公司擁有人應佔年內溢利將達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。

\*\*\*\*\*

## 業績概要

### ■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 收益及溢利大幅下降，但表現依然超越預期

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財政年度第一季度收益總額為 2,264 億日圓 (較上年度同期下降 10.8%)，經營溢利總額為 487 億日圓 (同比下降 18.8%)，錄得收益及溢利雙雙大幅下降。同店銷售淨額錄得下降 7.7%。這一方面是由於上年度同期時居家需求高漲、AIRism 口罩銷情強勁致使比較基準過高；另一方面亦因 9 月至 10 月中旬期間氣溫持續向暖而致使秋冬商品銷情不暢。雖然自 10 月中旬之後，氣溫下降帶動外套及內衣等保暖衣物銷情強勁，而 11 月感謝祭期間的銷售額亦高於上一年度，但第一季度的單季收益依然錄得下降。網路商店銷售額為 366 億日圓 (同比下降 0.2%)，錄得收益小幅下降，但相比兩年前收益則增長約 50%，業務規模順利擴大。同時，因控制過度實施折扣促銷，改善折扣比率，使毛利率同比得以改善 0.5 個百分點。銷售、一般及行政開支對收益比率則因收益下降而上升 2.6 個百分點。

### ■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 收益及溢利大增。東南亞、南亞及大洋洲地區、北美及歐洲銷情強勁

在海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財政年度第一季度收益總額為 2,997 億日圓 (較上年度同期增長 15.0%)，經營溢利總額為 599 億日圓 (同比增長 44.6%)，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、北美及歐洲地區的銷情強勁，均錄得收益及溢利雙雙大幅增長。大中華地區錄得收益小幅下降及經營溢利大幅下降。然而因主要收益來源進入多樣化，整體海外 UNIQLO 事業分部錄得第一季度歷史最佳業績。

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 COVID-19 (2019 冠狀病毒病) 疫情期間持續面臨嚴格的防疫措施，使得服裝行業的整體消費意欲不振，加上去年銷情強勁比較基準較高所致。香港、台灣市場則錄得收益及溢利大幅增長，南韓錄得收益及溢利增長。東南亞、南亞及大洋洲地區錄得收益及溢利雙雙大幅增長，業績回升至兩年前水平。美國錄得收益大幅增長，實現扭虧為盈。這是由於旅行需求局部回升，以及持續對外傳播企業及商品資訊，強化品牌知名度，銷情保持強勁勢頭。歐洲地區則因氣溫下降及顧客購買意欲高漲，營造出有利的市場環境；此外亦透過拓展網路商店業務的 App 會員等措施，獲得顧客更多的支持，從而錄得收益及溢利雙雙大幅增長。

### ■ GU (極優) 收益下降，溢利大幅下降。基本符合預期

GU (極優) 事業分部方面，本財政年度第一季度收益總額為 698 億日圓 (較上年度同期下降 8.7%)，經營溢利總額為 89 億日圓 (同比下降 34.5%)，錄得收益下降及經營溢利大幅下降。由於氣溫持續向暖，秋冬商品銷情不佳，加上生產及物流出現延遲導致冬裝商品未能及時上架，同店銷售淨額錄得下降。另外，因消化秋裝商品庫存加強折扣銷售，以及原材料及運輸價格高漲導致成本率略微上升，使得毛利率同比下降

1.7 個百分點。銷售、一般及行政開支對收益比率同比上升 3.2 個百分點，但這主要是為了擴大網路商店業務啟用於日本西部的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。基本符合預期

在全球品牌事業分部方面，本財政年度第一季度收益總額為 307 億日圓（較上年度同期增長 9.5%），經營溢利總額為 25 億日圓（上年度同期為虧損 2 億日圓），錄得收益增長及扭虧為盈。其中，Theory 業務錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長。這主要得益於美國業務業績回升，實現扭虧為盈。PLST 業務受日本疫情緊急事態宣言影響，苦於招攬顧客，錄得收益及溢利雙雙下降。法國時尚品牌 Comptoir des Cotonniers 業務錄得收益增長及扭虧為盈。這主要得益法國等市場於期間未出現因 COVID-19 疫情而需暫時歇業情況，以及實施以關閉虧損門店為主等業務結構改革措施，費用效率獲得改善所致。

### ■ 2022 財政年度全年度業績預測維持前次預估水準不變

集團決定維持前次於 10 月時公佈的預測不變，預計截至 2022 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 3.1%；綜合經營溢利總額將達 2,700 億日圓，同比增長 8.4%；母公司擁有人應佔年內溢利將達 1,750 億日圓，同比增長 3.0%。目前 COVID-19 疫情進一步擴大，雖難以預估未來可能帶來的影響，但以目前表現判斷，集團預估業績可達成全年度的預期水準。

在海外 UNIQLO 事業分部方面，預計上半年度將錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長，業績表現超越預期。就各個地區而言，預計東南亞、南亞及大洋洲地區以及歐洲地區將錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長；北美地區則將錄得收益大幅增長及經營扭虧為盈。預計大中華地區將錄得收益下降及經營溢利大幅下降，而南韓或將錄得收益及溢利雙增長。日本 UNIQLO 事業分部預計將在上半年度錄得收益下降及溢利大幅下降，但仍可達到略高於原本預期的水平。GU 事業分部預計將在上半年度錄得收益下降及經營溢利大幅下降，但與原先預期相符。全球品牌事業分部預計將在上半年度錄得收益大幅增長及經營扭虧為盈，業績表現基本符合預期。

每股股息亦將維持於上次預測水準不變，預計全年度股息將為 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/>