

迅銷有限公司 2023 財政年度上半年度 (2022 年 9 月-2023 年 2 月) 業績概要

綜合業績

(單位：億日圓)

	2022年8月止年度		2023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	12,189	23,011	14,673	+20.4%	26,800	+16.5%
毛利	6,290	12,068	7,415	+17.9%	-	-
(佔收益比率)	51.6%	52.4%	50.5%	-1.1p	-	-
銷售、一般及行政開支	4,392	9,001	5,242	+19.3%	-	-
(佔收益比率)	36.0%	39.1%	35.7%	-0.3p	-	-
事業溢利	1,898	3,067	2,173	+14.5%	3,600	+17.4%
(佔收益比率)	15.6%	13.3%	14.8%	-0.8p	13.4%	+0.1p
經營溢利	1,892	2,973	2,202	+16.4%	3,600	+21.1%
(佔收益比率)	15.5%	12.9%	15.0%	-0.5p	13.4%	+0.5p
所得稅前溢利	2,125	4,135	2,304	+8.4%	3,702	-10.5%
(佔收益比率)	17.4%	18.0%	15.7%	-1.7p	13.8%	-4.2p
母公司擁有人應佔溢利	1,468	2,733	1,533	+4.5%	2,400	-12.2%
(佔收益比率)	12.0%	11.9%	10.5%	-1.5p	9.0%	-2.9p

集團下各事業業績

(單位：億日圓)

		2022年8月止年度		2023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	4,425	8,102	4,951	+11.9%
	事業溢利	671	1,106	669	-0.4%
	(佔收益比率)	15.2%	13.7%	13.5%	-1.7p
	經營溢利	685	1,017	673	-1.6%
(佔收益比率)	15.5%	12.6%	13.6%	-1.9p	
海外UNIQLO	收益	5,932	11,187	7,552	+27.3%
	事業溢利	1,037	1,679	1,249	+20.4%
	(佔收益比率)	17.5%	15.0%	16.5%	-1.0p
	經營溢利	1,003	1,583	1,226	+22.2%
(佔收益比率)	16.9%	14.2%	16.2%	-0.7p	
GU	收益	1,228	2,460	1,455	+18.5%
	事業溢利	101	198	117	+15.7%
	(佔收益比率)	8.3%	8.1%	8.1%	-0.2p
	經營溢利	93	166	130	+39.2%
(佔收益比率)	7.6%	6.8%	9.0%	+1.4p	
全球品牌	收益	589	1,231	702	+19.1%
	事業溢利	4	-2	-4	-
	(佔收益比率)	0.7%	-	-	-
	經營溢利	10	-7	1	-85.3%
(佔收益比率)	1.8%	-	0.2%	-1.6p	

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】

■ 2023 年財政年度上半年度綜合業績：收益及經營溢利大幅增長。超越預期，創下歷年最佳業績

- 綜合收益總額為 14,673 億日圓，較上年度同期增長 20.4%，經營溢利總額為 2,202 億日圓，同比增長 16.4%。
- 東南亞、南亞及大洋洲地區、北美及歐洲地區的 UNIQLO（優衣庫）業務及 GU（極優）業務均錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長，業績表現強勁。
- 融資收入及成本項下錄得淨增 102 億日圓，使母公司擁有人應佔溢利為 1,533 億日圓，同比增長 4.5%。

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益大幅增長而經營溢利小幅下降**

- 收益為 4,951 億日圓，同比增長 11.9%，經營溢利為 673 億日圓，同比下降 1.6%。
- 同店銷售淨額同比增長 10.0%。尤其是第二季度單季期間因冬裝商品銷情強勁表現突出。
- 日圓大幅貶值導致供給成本上漲，毛利率因而下降 2.2 個百分點，溢利錄得小幅下降。

■ **海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益及溢利大幅增長、LifeWear 理念在全球愈發獲得認同**

- 收益為 7,552 億日圓，同比增長 27.3%，經營溢利為 1,226 億日圓，同比增長 22.2%。
- 東南亞、南亞及大洋洲地區、北美及歐洲地區均錄得收益及溢利雙雙大幅增長，正式步入增長階段。
- 大中華地區於第一季度期間受 COVID-19 (2019 冠狀病毒病) 疫情影響，上半年度錄得收益及溢利皆下降。但自 1 月起銷情強勁，第二季度單季期間錄得經營溢利增長，業績錄得回升。

■ **GU (極優) 事業分部：收益及經營溢利雙雙大幅增長**

- 收益為 1,455 億日圓，同比增長 18.5%，經營溢利為 130 億日圓，同比增長 39.2%。
- 透過篩選縮減商品種類及為季節後半段預備充足的大眾潮流商品庫存，推動同店銷售淨額錄得大幅增長。

■ **全球品牌事業分部：收益增長但經營溢利大幅下降**

- 收益為 702 億日圓，同比增長 19.1%，經營溢利為 1 億日圓，同比下降 85.3%。
- Theory 業務錄得收益大幅增長而經營溢利下降。法國品牌 Comptoir des Cotonniers 業務錄得收益下降及經營虧損擴大。

■ **2023 財政年度全年度綜合業績預測：向上修正。預計全年度股息同比增派 43.3 日圓**

- 由於上半年度業績表現高於預期，向上修正全年度業績預測。綜合收益總額較前次預測值向上修正 300 億日圓，綜合經營溢利總額向上修正 100 億日圓。
- 展望未來，預計綜合收益總額將為 26,800 億日圓，同比增長 16.5%，綜合經營溢利總額將為 3,600 億日圓，同比增長 21.1%，母公司擁有人應佔溢利將為 2,400 億日圓，同比下降 12.2%。
- 預計每股股息將為 250 日圓，其中包括中期派息 125 日圓、期末派息 125 日圓。全年度預計將較上年度增派 43.3 日圓。

* * * * *

業績概要

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 收益大幅增長，經營溢利略為下降**

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年上半年度收益總額為 4,951 億日圓 (較上年度同期增長 11.9%)，經營溢利總額為 673 億日圓 (同比下降 1.6%)，錄得收益大幅增長，經營溢利則因日圓貶值致使成本率上升而錄得下降。同店銷售淨額錄得增長 10.0%。這是由於秋冬季商品及 HEATTECH 等冬季防寒衣物銷情理想，加上打褶寬版長褲等春裝商品、AirSense 外套、AirSense 西褲，以及襯衫等符合新生活需求的商品受到歡迎所致。不過，在經營溢利方面，由於上半年度內日圓匯率持續大幅貶值，追加訂單的成本大幅上升，使得毛利率同比下降 2.2 個百分點。銷售、一般及行政開支對收益比率同比則改善 0.5 個百分點。這是由於第二季度單季銷售十分強勁，以租金、人事費用、物流費用為主的銷售及行政開支比率錄得改善。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 收益、溢利大幅增長, LifeWear 理念在全球愈發獲得認同

在海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面, 本財年上半年度收益總額為 7,552 億日圓 (較上年度同期增長 27.3%), 經營溢利總額為 1,226 億日圓 (同比增長 22.2%), 錄得收益及溢利雙雙大幅增長。尤其是東南亞、南亞及大洋洲地區、北美及歐洲 (俄羅斯除外) 均錄得收益及經營溢利雙雙大幅增長, 正式踏入成長階段。近幾年來, 受到 COVID-19 (2019 冠狀病毒病) 疫情及通脹等影響, 人們對服飾的需求產生了極大的改變。目前有愈來愈多的顧客認同 UNIQLO 所追求及提供高品質且耐久穿着的商品, 以及其「LifeWear 服適人生」的理念。同時本公司亦積極傳播品牌價值, 並強化紮根地方的運營方式, 推動業務擴張, 因而獲得亮麗的業績表現。

按各地區而言 (以當地幣值計算), 大中華地區錄得收益下降及溢利大幅下降。這是由於第一季度單季期內中國大陸受 COVID 疫情影響, 收益及溢利皆大幅下降所致。不過, 自 1 月份開始, 該市場業績即出現回升趨勢, 第二季度單季期內錄得收益小幅下降而溢利大幅增長。南韓錄得收益及溢利雙增長。東南亞、南亞及大洋洲地區錄得收益及溢利雙雙大幅增長。該地區持續以核心商品為主傳播信息, 效果顯著, 進一步擴大顧客群體。北美地區錄得收益及溢利雙雙大幅增長。透過強化冬季核心商品營銷以及配合季節促銷及時發佈資訊, 上半年度同店銷售淨額錄得大幅增長。歐洲 (俄羅斯除外) 地區亦錄得收益及溢利雙雙大幅增長。品牌持續於該地區致力於傳播商品的功能性與價值, 成功擴大顧客層, 進而持續推動銷情表現強勁。

■ GU (極優) 收益及經營溢利皆錄得大幅增長

在 GU (極優) 事業分部方面, 本財年上半年度收益總額為 1,455 億日圓 (較上年度同期增長 18.5%), 經營溢利總額為 130 億日圓 (同比增長 39.2%), 錄得收益及溢利雙雙大幅增長。透過篩選縮減商品種類、確保大眾潮流商品在季節後半仍有充足庫存, 並積極開展銷售, 使得同店銷售淨額錄得大幅增長。尤其是 HEAT PADDED 保暖外套、超寬版工裝褲、寬版休閒長褲等商品銷情格外強勁。毛利率同比下降 1.8 個百分點, 這主要是由於上半年度日圓匯率持續大幅貶值, 致使追加商品訂單的成本大幅上漲, 帶動成本率上升。但因業績表現強勁加上適當控制開銷, 使銷售、一般及行政開支對收益比率同比改善 1.5 個百分點。

■ 全球品牌事業分部收益增長但經營溢利大幅下降

在全球品牌事業分部方面, 本財年上半年度收益總額為 702 億日圓 (較上年度同期增長 19.1%), 經營溢利總額為 1 億日圓 (同比下降 85.3%)。Theory 事業錄得收益大幅增長但溢利下降。這主要是由於美國業務優先處理庫存, 致使毛利率惡化; 而以大中華地區為主的亞洲業務受 COVID 疫情影響, 錄得溢利下降。日本業務則因百貨商場顧客人數回升以及戰略性儲備暢銷商品庫存, 錄得收益及溢利雙雙大幅增長。PLST 業務錄得收益小幅增長及經營虧損略微收窄。法國品牌 Comptoir des Cottonniers 業務錄得收益下降及經營虧損小幅擴大

■ 2023 財年全年業績預測向上修正。預計全年度股息同比增派 43.3 日圓

展望全年度業績, 由於上半年度業績表現高於預期, 因此集團將全年度綜合收益總額預期較 1 月時公布的預測向上修正 300 億日圓, 同時將事業溢利、經營溢利, 以及母公司所有人應佔年內溢利預期分別向上修正各 100 億日圓。預計綜合收益總額將為 26,800 億日圓, 較上年度增長 16.5%, 綜合經營溢利總額將為 3,600 億日圓, 同比增長 21.1%, 母公司擁有人應佔溢利總額將為 2,400 億日圓, 同比下降 12.2%。然而, 若剔除日圓貶值帶給業績的提振作用後, 綜合收益總額將較上年度增長約 13%, 綜合溢利總額同比增長約 18%, 母公司擁有人應佔溢利同比增長約 17%。

在各個事業分部方面，預計海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部在下半年度及全年度均將錄得收益及溢利雙雙大幅增長。東南亞、南亞及大洋洲地區、北美及歐洲（俄羅斯除外）地區預計下半年度及全年度均將錄得收益及溢利雙雙大幅增長，並繼續帶動整體業績表現。大中華地區因中國大陸業績展現出復甦趨勢，預計下半年度將可錄得收益及溢利雙雙大幅增長，全年度亦將錄得收益及溢利雙增長。預計南韓下半年度及全年度均將錄得收益及溢利雙增長。

GU（極優）事業分部預料將維持強勁銷情，下半年度及全年度應均可錄得收益及溢利雙雙大幅增長。在日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，預估下半年度及全年度均將錄得收益及溢利小幅增長；全球品牌事業分部下半年度及全年度預料均將錄得收益增長及小幅經營溢利。

在集團門店總數方面，預計截至 2023 年 8 月底，日本 UNIQLO（優衣庫）的門店數量將達到 809 間（含僱員特許經營店），海外 UNIQLO（優衣庫）的門店數將達到 1,690 間，GU（極優）門店數將達到 469 間，全球品牌門店數量將達到 706 間，集團旗下各品牌門店總數預計將達到 3,674 間。

集團將 2023 年訂定為「第四次創業」的起點，以成為深受全球顧客信賴、人們生活中不可或缺的品牌為目標，期許在五年內綜合收益總額達到 50,000 億日圓水準。為此，集團將著重於以下方面：

- (1) 進一步進化數碼消費零售企業模式；
- (2) 轉型為以全球視野出發的商業經營；
- (3) 追求商業發展本身就能夠有助於可持續發展的模式；
- (4) 擴大 GU（極優）以及 Theory 等全球品牌業務；
- (5) 構建能在全球各地最大化善用人才的企業組織，幫助員工個人高度成長。

另外，全年度每股股息預測較上次預測上調 20 日圓，預計為 250 日圓，其中包括中期派息 125 日圓、期末派息 125 日圓，較上年度增派 43.3 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>