

迅銷有限公司 2024 財政年度上半年度 (2023 年 9 月-2024 年 2 月) 業績概要

綜合業績

(單位: 億日圓)

	2023年8月止年度		2024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	14,673	27,665	15,989	+9.0%	30,300	+9.5%
毛利	7,415	14,363	8,452	+14.0%	-	-
(佔收益比率)	50.5%	51.9%	52.9%	+2.4p	-	-
銷售、一般及行政開支	5,242	10,543	5,940	+13.3%	-	-
(佔收益比率)	35.7%	38.1%	37.2%	+1.5p	-	-
事業溢利	2,173	3,819	2,511	+15.6%	4,500	+17.8%
(佔收益比率)	14.8%	13.8%	15.7%	+0.9p	14.9%	+1.1p
經營溢利	2,202	3,810	2,570	+16.7%	4,500	+18.1%
(佔收益比率)	15.0%	13.8%	16.1%	+1.1p	14.9%	+1.1p
所得稅前溢利	2,304	4,379	2,993	+29.9%	5,000	+14.2%
(佔收益比率)	15.7%	15.8%	18.7%	+3.0p	16.5%	+0.7p
母公司擁有人應佔溢利	1,533	2,962	1,959	+27.7%	3,200	+8.0%
(佔收益比率)	10.5%	10.7%	12.3%	+1.8p	10.6%	-0.1p

集團下各事業業績

(單位: 億日圓)

		2023年8月止年度		2024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	4,951	8,904	4,851	-2.0%
	事業溢利	669	1,167	764	+14.2%
	(佔收益比率)	13.5%	13.1%	15.8%	+2.3p
	經營溢利	673	1,178	772	+14.7%
	(佔收益比率)	13.6%	13.2%	15.9%	+2.3p
海外UNIQLO	收益	7,552	14,371	8,839	+17.0%
	事業溢利	1,249	2,251	1,500	+20.1%
	(佔收益比率)	16.5%	15.7%	17.0%	+0.5p
	經營溢利	1,226	2,269	1,509	+23.0%
	(佔收益比率)	16.2%	15.8%	17.1%	+0.9p
GU	收益	1,455	2,952	1,595	+9.6%
	事業溢利	117	248	151	+28.7%
	(佔收益比率)	8.1%	8.4%	9.5%	+1.4p
	經營溢利	130	261	153	+17.5%
	(佔收益比率)	9.0%	8.9%	9.6%	+0.6p
全球品牌	收益	702	1,416	694	-1.2%
	事業溢利	-4	5	-17	-
	(佔收益比率)	-	0.4%	-	-
	經營溢利	1	-30	-17	-
	(佔收益比率)	0.2%	-	-	-

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】

■ 2024 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, 創下歷年最佳業績

- 綜合收益總額為 15,989 億日圓, 較上年度同期增長 9.0%, 經營溢利總額為 2,570 億日圓, 同比增長 16.7%。
- UNIQLO (優衣庫) 於歐美、東南亞的業務及 GU (極優) 事業分部表現強勁, 帶動集團全體業務增長。
- 母公司擁有人應佔溢利為 1,959 億日圓, 同比增長 27.7%。中期派息 175 日圓, 因而全年股息預計將為 350 日圓, 較上年度增派 60 日圓。

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益下降但毛利率改善，溢利大幅增長**

- 收益為 4,851 億日圓，同比下降 2.0%，經營溢利為 772 億日圓，同比增長 14.7%。
- 由於符合暖冬需求的商品構成及資訊發佈不足，導致同店銷售淨額錄得下降 3.4%。
- 毛利率大幅改善 3.6 個百分點。透過提升訂單精度，降低追加生產時受即期匯率影響，成本率大幅改善。

■ **海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益及溢利雙雙大幅增長，歐美地區進入良性成長循環**

- 收益為 8,839 億日圓，同比增長 17.0%，經營溢利為 1,509 億日圓，同比增長 23.0%。
- 北美及歐洲地區錄得收益及溢利雙雙大幅增長。持續擴大顧客群，顧客對 LifeWear 理念的支持亦日益升高。
- 東南亞、印度及澳洲地區錄得收益及溢利雙雙大幅增長，南韓錄得收益及溢利雙增長。
- 大中華地區錄得收益增長，經營溢利維持於上年同期水準。受暖冬及消費意願低下影響，銷售額較難推高。

■ **GU (極優) 事業分部：收益增長、溢利大幅增長**

- 收益為 1,595 億日圓，同比增長 9.6%，經營溢利為 153 億日圓，同比增長 17.5%。
- 得益於大眾潮流商品庫存預備充足及強化銷售，業績表現強勁。

■ **全球品牌事業分部：收益下降、經營錄得虧損**

- 收益為 694 億日圓，同比下降 1.2%，錄得經營虧損 17 億日圓。
- Theory 業務錄得收益增長，但因銷售、一般及行政開支比率上升，溢利錄得下降。PLST 業務及 Comptoir des Cotonniers 業務因門店總數減少而錄得收益下降，經營錄得虧損，與上年度同期持平。

■ **2024 財政年度全年度綜合業績預測：創歷史最高業績，預計全年度較上年度增派 60 日圓**

- 展望未來，預計綜合收益總額將為 30,300 億日圓，較上年度增長 9.5%，綜合經營溢利總額將為 4,500 億日圓，同比增長 18.1%，母公司擁有人應佔溢利將為 3,200 億日圓，同比增長 8.0%。
- 由於上半年度收益不若預期，下調全年度收益預測 200 億日圓。母公司擁有人應佔溢利則因預計利息淨收入增加，上調 100 億日圓。
- 預計全年度每股股息將為 350 日圓，其中包括中期派息 175 日圓。全年度預計將較上年度增派 60 日圓。

業績概要

■ **日本 UNIQLO (優衣庫) 收益下降但毛利率改善，溢利大幅增長**

在日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年上半年度累計收益總額為 4,851 億日圓 (較上年度同期下降 2.0%)，經營溢利總額為 772 億日圓 (同比增長 14.7%)，錄得收益下降但溢利大幅增長。同店銷售淨額錄得下降 3.4%。其原因一方面為秋冬季初 9 月及 10 月，以及例年銷售旺季的 12 月氣溫較往年為高，冬裝需求不高；另一方面則是未能全面構建適合暖冬的商品組合及適時發佈資訊所致。毛利率則因得益於成本率改善，同比大幅改善 3.6 個百分點。上年度追加生產時使用的日圓兌美元即期匯率急劇下跌，造成成本率惡化；今年透過提升訂單精度並減少追加生產總量，受即期匯率影響有所減少，因而大幅改善成本率。銷售、一般及行政開支占收益比率同比上升 1.3 個百分點。這主要是由於收益下降導致人事費用比率及折舊費用比例有所上升所致。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 收益及溢利雙雙大幅增長，歐美地區進入良性增長循環

在海外UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年前二季度收益總額為8,839億日圓 (同比增長17.0%)，經營溢利總額為1,509億日圓 (同比增長23.0%)，錄得收益及溢利雙雙大幅增長。尤其是北美及歐洲業務表現亮眼，品牌提倡的「LifeWear 服適人生」理念逐漸獲得人們了解，擴大顧客群，同時加快開設門店步伐，使得業績進入良性成長循環。

針對該事業分部旗下各地區業績而言 (按當地貨幣計算)，中國大陸雖錄得收益增長及溢利小幅下降，但若剔除年度業績獎金計入週期變更的影響，則錄得收益小幅增長。中國大陸市場第一季度單季期間因冬裝商品銷情強勁，同店銷售淨額增長約 20%，推動上半年度錄得收益增長。然而，第二季度單季期間，由於受暖冬及氣溫不穩定影響，未能因應實際需求推進業務，加上消費意願不高，同店銷售淨額錄得小幅下降。香港地區錄得收益及溢利雙雙增長，臺灣地區錄得收益增長，溢利維持於上年度水準。南韓因氣溫下降之際冬裝商品及時上架，錄得收益及溢利雙雙增長。東南亞、印度、澳洲地區因冬裝商品及提前上架的春夏商品銷情強勁，錄得收益及溢利雙雙大幅增長。北美及歐洲地區均錄得收益及溢利雙雙大幅增長，不但繼續開發新顧客，當地消費者亦愈發了解「LifeWear 服適人生」的理念，業績表現格外強勁。

■ GU (極優) 收益增長、溢利大幅增長

GU (極優) 事業分部本財年前二季度收益總額為 1,595 億日圓 (同比增長 9.6%)，經營溢利總額為 153 億日圓 (同比增長 17.5%)，錄得收益增長及溢利大幅增長。得益於受大眾潮流青睞商品數量預備充足及加強銷售，重磅衛衣外套、HEAT PADDED 保暖外套、工裝褲、闊腿牛仔褲等商品銷情強勁，上半年度的同店銷售淨額錄得增長。同時，因生產效率改善等帶來的成本率改善，以及毛利率的改善，推動經營溢利率同比上升 0.6 百分點。

■ 全球品牌收益下降、經營錄得虧損

全球品牌事業分部本財年前二季度收益總額為 694 億日圓 (同比下降 1.2%)，錄得收益下降，而經營錄得虧損 17 億日圓 (上年度同期為溢利 1 億日圓)。Theory 業務在日本及亞洲地區銷情強勁，收益錄得增長，但因薪酬水平上調致使人事費用增加，以及銷售、一般及行政開支占收益比率上升，經營溢利錄得下降。PLST 業務因進行事業結構改革，門店總數同比減少約 60%，致使收益錄得下降及經營出現小幅虧損，與上年度水準持平。法國品牌 Comptoir des Cotonniers 業務因進行事業結構改革，門店總數同比減少約 10%，加上冬裝主打商品庫存不足，導致難以招攬顧客，錄得收益下降及經營虧損維持於上年度同期水準。

■ 2024 財年全年業績預測將創歷史最高業績，全年度較上年度增派 60 日圓

展望全年度業績，預計綜合收益總額將達30,300億日圓，較上年度增長9.5%，事業溢利總額將達4,500億日圓，同比增長17.8%，經營溢利總額將達4,500億日圓，同比增長18.1%，母公司擁有人應佔溢利將達3,200億日圓，同比增長8.0%，可望達成歷史最高業績。由於上半年度收益不如預期，因而將全年度收益總額由1月時公佈的預測水準下調200億日圓。經營溢利增長情況大體符合預期，維持上次預測不變。母公司擁有人應佔溢利預測則基於利息收支預測修正結果，上調100億日圓。

為加快發展集團收益支柱多樣化，下半年度將繼續著力於以下五大重點：

- ① 開發最適合全球各地的商品，進一步樹立品牌價值
- ② 加強開設優質門店
- ③ 實行關注庫存單位及各個門店的經營方式
- ④ 強化GU及全球品牌
- ⑤ 轉型為以全球視野出發的經營方式

在各個事業分部方面，預計海外UNIQLO（優衣庫）事業分部下半年度及全年度均將錄得收益及溢利雙雙大幅增長。尤其是東南亞、印度及澳洲地區以及北美、歐洲地區，預計在下半年度及全年度均將錄得收益及溢利雙雙大幅增長，繼續帶動集團全體業務增長。大中華地區業務預計在下半年度及全年度均將錄得收益增長及溢利小幅增長。南韓預計在下半年度及全年度均將錄得收益及溢利雙增長。

日本UNIQLO（優衣庫）事業分部預計在下半年度將錄得收益增長，並且得益於毛利率和銷售、一般及行政開支占收益比率皆小幅改善，錄得經營溢利大幅增長；全年度將預料錄得收益小幅增長及溢利大幅增長。

GU（極優）事業分部預估下半年度及全年度均將錄得收益增長及經營溢利大幅增長。全球品牌事業分部則預料下半年度及全年度均將錄得收益小幅增長及經營扭虧為盈。

另外，全年度每股股息預計為350日圓，較上次發布預測時上調20日圓，因此全年度較上年度將增派60日圓，其中包括中期派息175日圓、期末派息175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>