

迅銷有限公司 2025 財政年度第一季度 (2024 年 9 月-11 月) 業績概要

綜合業績

(單位: 億日圓)

	2024年8月止年度	2025年8月止年度		2025年8月止年度	
	第1季度實值 (23/9~23/11)	第1季度實值 (24/9~24/11)	按年變動	全年度業績預測 (24/9~25/8)	按年變動
收益	8,108	8,951	+ 10.4%	34,000	+ 9.5%
(佔收益比率)	100.0%	100.0%	-	100.0%	-
毛利	4,428	4,875	+ 10.1%	-	-
(佔收益比率)	54.6%	54.5%	- 0.1p	-	-
銷售、一般及行政開支	3,014	3,305	+ 9.7%	-	-
(佔收益比率)	37.2%	36.9%	- 0.3p	-	-
事業溢利	1,414	1,569	+ 11.0%	5,300	+ 9.2%
(佔收益比率)	17.4%	17.5%	+ 0.1p	15.6%	-
其他收入及其他開支	52	5	-89.3%	-	-
經營溢利	1,466	1,575	+ 7.4%	5,300	+ 5.8%
(佔收益比率)	18.1%	17.6%	- 0.5p	15.6%	- 0.5p
融資收入 / 成本	157	390	+ 147.4%	550	▲ 2.3%
所得稅前溢利	1,624	1,966	+ 21.0%	5,850	+ 5.0%
(佔收益比率)	20.0%	22.0%	+ 2.0p	17.2%	- 0.8p
母公司擁有人應佔溢利	1,078	1,319	+ 22.4%	3,850	+ 3.5%
(佔收益比率)	13.3%	14.7%	+ 1.4p	11.3%	- 0.7p

集團下各事業業績

(單位: 億日圓)

		2024年8月止年度	2025年8月止年度	
		第1季度實值 (23/9~23/11)	第1季度實值 (24/9~24/11)	按年變動
日本UNIQLO	收益	2,444	2,666	+ 9.0%
	事業溢利	460	519	+ 12.9%
	(佔收益比率)	18.8%	19.5%	+ 0.7p
	經營溢利	465	521	+ 12.1%
(佔收益比率)	19.0%	19.6%	+ 0.6p	
海外UNIQLO	收益	4,413	5,017	+ 13.7%
	事業溢利	769	850	+ 10.5%
	(佔收益比率)	17.4%	17.0%	- 0.4p
	經營溢利	778	835	+ 7.4%
(佔收益比率)	17.6%	16.7%	- 0.9p	
GU	收益	878	906	+ 3.1%
	事業溢利	116	95	-18.4%
	(佔收益比率)	13.3%	10.5%	- 2.8p
	經營溢利	123	98	-20.2%
(佔收益比率)	14.1%	10.9%	- 3.2p	
全球品牌	收益	366	357	-2.4%
	事業溢利	2	20	+ 716.3%
	(佔收益比率)	0.7%	5.6%	+ 4.9p
	經營溢利	3	18	+ 373.3%
(佔收益比率)	1.1%	5.2%	+ 4.1p	

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】

■ 2025 財政年度第一季度綜合業績：收益及溢利雙雙大幅增長

- 綜合收益總額為 8,951 億日圓，較上年度同期增長 10.4%；反映事業運營溢利本質的事業溢利總額（收益扣除成本及銷售、一般及行政開支後的溢利）為 1,569 億日圓，同比增長 11.0%。
- 經營溢利為 1,575 億日圓，同比增長 7.4%；受匯率影響，增長幅度較事業溢利為窄。
- 日本 UNIQLO（優衣庫）、東南亞、印度及澳洲地區，與北美歐洲地區的 UNIQLO 業務持續發展順暢。

■ 日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部：收益增長、溢利大幅增長；建立走向不受氣候左右的商賣模式

- 收益為 2,666 億日圓，同比增長 9.0%；經營溢利為 521 億日圓，同比增長 12.1%。
- 同店銷售淨額增長 7.3%。9 月推出商品組合符合季節需求、加強行銷奏效；11 月氣溫走低，四十周年感謝節盛況空前。
- 毛利率因折扣率略高而下降 0.2 個百分點。銷售、一般及行政開支佔收益比率則因人事及租賃費用比率改善而改善 0.9 個百分點。

■ 海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部：收益大增、溢利上升。歐美、東南亞、印度及澳洲地區表現佳

- 收益為 5,017 億日圓，同比增長 13.7%；經營溢利為 835 億日圓，同比增長 7.4%。
- 大中華地區錄得收益下降、溢利大幅下降。中國大陸市場因商品組合未能充份因應暖冬需求，以及缺乏針對各地不同需求彈性調整，錄得收益下降、溢利大幅減少。
- 東南亞、印度及澳洲地區錄得收益及經營溢利大幅增長。
- 北美地區收益大幅增長，經營溢利亦錄得增長。北美由德州新門店揭開推展新市場帷幕，銷售表現亮麗，進一步成長潛能獲肯定。
- 歐洲地區收益及溢利皆大幅增長。隨著不斷拓展開店區域，UNIQLO 知名度提高，顧客層亦持續擴大。

■ GU（極優）事業分部：收益增長，經營溢利大幅下降

- 收益為 906 億日圓，同比增長 3.1%；經營溢利為 98 億日圓，同比下降 20.2%。
- 缺乏不受氣溫左右且能捕捉大眾潮流特色的熱銷商品，加上熱門商品庫存不足，同店銷售淨額同比持平。
- 毛利率下降、銷售、一般及行政開支佔收益比率上升，致使經營溢利大幅下降。

■ 全球品牌事業分部：收益下降、溢利增長

- 收益為 357 億日圓，同比減少 2.4%；經營溢利為 18 億日圓，同比增長 373.3%。
- Theory 業務銷售不振，收益下降。包括 Theory 在內事業分部各品牌致力改善銷售、一般及行政開支佔收益比率，使溢利增長。

■ 2025 財政年度全年度綜合業績預測：維持財年初預測不變，料將再創歷來最高業績水平

- 集團維持 2025 財年全年業績預測與年度初之預期不變。綜合收益總額將為 34,000 億日圓，同比增長 9.5%；經營溢利總額為 5,300 億日圓，同比增長 5.8%；母公司擁有人應佔溢利為 3,850 億日圓，同比增長 3.5%。
- 預計中期每股將派發 225 日圓股息，期末派息 225 日圓，合計全年度將派息 450 日圓。

* * * * *

業績概要

■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 收益增長、溢利大幅增長；建立朝向不受氣候左右的商賣模式

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 2,666 億日圓 (同比增長 9.0%)，經營溢利總額為 521 億日圓 (同比增長 12.1%)，錄得收益增長及經營溢利大幅增長。同店銷售淨額 (包括網路商店) 在 9 月及 11 月的強勁銷售表現推動下，同比增長 7.3%。9 月時，日本 UNIQLO 確保夏季商品庫存充足，強化銷售，推使 T 恤及 BRATOP 銷情強勁。11 月時，HEATTECH 保暖內衣及茄士咩針織衫等冬季保暖衣物銷情突出，同時適逢品牌成立四十周年推出感謝節盛況空前。不過，因折扣率略有提升，使毛利率同比減少 0.2 個百分點。然而，銷售、一般及行政開支佔收益比率則因人事費用比率及租賃費用比率下降，同比改善 0.9 個百分點。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 收益大增、溢利上升。歐美、東南亞、印度及澳洲地區表現佳

在海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部方面，本財年第一季度收益總額為 5,017 億日圓，同比大幅增長 13.7%；經營溢利總額為 835 億日圓，錄得同比增長 7.4%。其中，東南亞、印度及澳洲地區，以及北美與歐洲地區錄得收益及經營溢利大幅增長，業績表現持續向好。

按該事業分部旗下各地區業績而言 (以當地幣值計)，大中華地區之中，中國大陸市場在本季度期間遭遇氣溫持續偏高，然而因產品組合未能充份因應暖冬氣候，同時未能針對個別區域彈性調整應對措施，導致收益下降，經營溢利大幅減少。香港與台灣市場則錄得收益略微下降，經營溢利大幅減少。

南韓在適合全年穿著、不受季節左右的休閒恤衫、衛衣銷情強勁推動下，錄得收益及經營溢利雙增長。東南亞、印度及澳洲地區則錄得收益及經營溢利大幅增長。不但 T 恤、短褲及 BRATOP 等夏季商品熱銷，新商品麻花短袖針織衫亦大受歡迎，推動同店銷售淨額錄得增長。

北美地區收益大幅增長，經營溢利亦錄得增長。茄士咩針織衫、PUFFTECH 新世代輕暖外套等商品暢銷，推使同店銷售淨額錄得增長。另外，本季度 UNIQLO 首度進入美國德州，大受歡迎，業績表現超於預期。UNIQLO 能在新市場獲得顧客青睞，亦肯定其於北美有進一步成長的潛能。歐洲地區錄得收益及經營溢利大幅增長，該地區因及早推出冬季商品，無縫羽絨衣及茄士咩針織衫等冬季商品銷情強勁，使同店銷售淨額大幅增長。波蘭首家門店於 9 月正式開幕，包括該新店在內歐洲地區各個新店舖皆表現不俗。隨著店舖網路於歐洲擴展，不但推升 UNIQLO 的知名度，也持續不斷擴大顧客層。

■ GU (極優) 收益增長，經營溢利大幅下降

在 GU (極優) 事業分部方面，本財年第一季度收益總額為 906 億日圓 (同比增長 3.1%)，經營溢利總額為 98 億日圓 (同比減少 20.2%)，錄得收益增長但經營溢利大幅下降。自今年秋冬起推出的 Barrel Leg 錐形牛仔褲雖銷情強勁，然而因缺乏不受氣溫左右且能捕捉大眾潮流特色的熱銷商品，加上熱門商品庫存不足，使得該事業分部第一季度同店銷售淨額僅持平於上年度同期水平。另外，因毛利率下降、銷售、一般及行政開支佔收益比率上升，使得經營溢利大幅下降。GU 面臨的課題在於尚未能在日本國內外確立穩固的品牌定位。因此，GU 將以重建日本業務為首要任務。為此將積極採取以下改善措施：加強全球 R&D 的研發設計，以強化開發能捕捉大眾潮流特色的熱銷商品；嚴密檢視全年基本商品的數值與銷售計畫；抑制熱銷商品發生缺貨；強化能傳達 GU 全球視野的信息；以及提升店舖運營品質等。

■ 全球品牌事業分部收益下降、溢利增長

以旗下各個品牌業務來看，Theory 業務錄得收益下降、溢利增長。由於商品組成未能因應顧客需求，加上亞洲地區消費意願低迷，使收益減少。然而，在以美國地區為主致力改善銷售、一般及行政開支佔收益比率，使 Theory 整體業務錄得溢利增長。PLST 業務則在明確策略商品、行銷與庫存準備周全之下，使收益大幅增長，經營扭虧為盈。法國品牌 Comptoir des Cotonniers 業務雖然因店舖總數減少三成錄得收益下降，但因調整價格至更為實惠的區間，銷售強勁，同店銷售淨額錄得兩位數的大幅增長，使該品牌業務虧損幅度縮窄。

■ 2025 財政年度全年度綜合業績維持財年初預測不變

展望未來，預計 2025 財政年度業績與年度初期 2024 年 10 月時所公布之預測相同。綜合收益總額將為 34,000 億日圓（同比增長 9.5%）；經營溢利總額為 5,300 億日圓（同比增長 5.8%）；所得稅前溢利總額為 5,850 億日圓（同比增長 5.0%）；母公司擁有人應佔溢利為 3,850 億日圓（同比增長 3.5%）。本財年第一季度以及 12 月份的收益雖略低於預測水平，經營溢利表現則大致符合預期。

在海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，東南亞、印度及澳洲地區，以及歐洲與北美地區表現出色，上半年度可望達成收益與經營溢利大幅增長。就業績預測而言，由於大中華地區業績走向不如預期，預料海外 UNIQLO 事業分部整體亦將低於預測。以各個地區而言，預估大中華地區上半年度業績表現低於預期，收益及溢利下降。南韓的收益及溢利料將一如預測。東南亞、印度及澳洲地區，以及歐洲與北美地區預估表現亦將符合預期，收益與經營溢利大幅增長。

在日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部方面，12 月份同店銷售淨額錄得大幅增長，銷售強勁，預估上半年度可望錄得收益增長，經營溢利大幅增長，表現高於預期。GU（極優）事業分部預料上半年度收益上升，然而在計入美國首間門店開張費用後，經營溢利預估將出現下降，因而表現將低於預期。全球品牌事業分部預計上半年度收益將維持於上年度同期水平，低於預期；經營則將轉虧為盈，大致符合預期。

在全年度股息分配方面，預計中期每股將派發 225 日圓股息，期末派息 225 日圓，合計全年度將派發 450 日圓，較上年度增派 50 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>