

## 迅銷有限公司 2026財政年度第一季度（2025年9月-11月）業績概要

### 綜合業績

(單位：億日圓)

	2025年8月止年度	2026年8月止年度	2026年8月止年度	
	第1季度實值 (24/9 ~ 24/11)	第1季度實值 (25/9 ~ 25/11)	全年度業績預測	
		按年變動	(25/9 ~ 26/8)	按年變動
收益	8,951	10,277	+ 14.8%	38,000 + 11.7%
毛利 (佔收益比率)	4,875 54.5%	5,677 55.2%	+ 16.4% + 0.7p	- -
銷售、一般及行政開支 (佔收益比率)	3,305 36.9%	3,620 35.2%	+ 9.5% ▲1.7p	- -
事業溢利 (佔收益比率)	1,569 17.5%	2,056 20.0%	+ 31.0% + 2.5p	6,500 + 17.9% 17.1% + 0.9p
其他收入及其他開支	5	52	+ 832.2%	- -
經營溢利 (佔收益比率)	1,575 17.6%	2,109 20.5%	+ 33.9% + 2.9p	6,500 + 15.2% 17.1% + 0.5p
融資收入 / 成本	390	157	▲59.7%	400 ▲53.7%
所得稅前溢利 (佔收益比率)	1,966 22.0%	2,266 22.1%	+ 15.3% + 0.1p	6,900 + 6.1% 18.2% ▲0.9p
母公司擁有人應佔溢利 (佔收益比率)	1,319 14.7%	1,474 14.3%	+ 11.7% ▲0.4p	4,500 + 3.9% 11.8% ▲0.9p

### 集團下各事業業績

(單位：億日圓)

		2025年8月止年度	2026年8月止年度	
		第1季度實值 (24/9 ~ 24/11)	第1季度實值 (25/9 ~ 25/11)	
			按年變動	
日本UNIQLO	收益	2,666	2,990	+ 12.2%
	事業溢利 (佔收益比率)	519 19.5%	624 20.9%	+ 20.2% + 1.4p
	經營溢利 (佔收益比率)	521 19.6%	629 21.0%	+ 20.6% + 1.4p
海外UNIQLO	收益	5,017	6,038	+ 20.3%
	事業溢利 (佔收益比率)	850 17.0%	1,173 19.4%	+ 38.0% + 2.4p
	經營溢利 (佔收益比率)	835 16.7%	1,183 19.6%	+ 41.6% + 2.9p
GU	收益	906	913	+ 0.8%
	事業溢利 (佔收益比率)	95 10.5%	114 12.5%	+ 20.0% + 2.0p
	經營溢利 (佔收益比率)	98 10.9%	117 12.8%	+ 18.6% + 1.9p
全球品牌	收益	357	330	▲7.6%
	事業溢利 (佔收益比率)	20 5.6%	17 5.2%	▲14.8% ▲0.4p
	經營溢利 (佔收益比率)	18 5.2%	18 5.7%	+ 1.0% + 0.5p

註：「事業溢利」指收益總額扣除銷售成本，以及銷售、一般及行政開支後能反映事業本質的溢利。

### 【業績報告摘要】

#### ■ 2026財政年度第一季度綜合業績：錄得收益及溢利大幅增長，創歷來最佳業績

- 綜合收益總額為 10,277 億日圓，較上年同期增長 14.8%；事業溢利總額為 2,056 億日圓，同比增長 31.0%；母公司擁有人應佔溢利為 1,474 億日圓，同比增長 11.7%。

- UNIQLO (優衣庫) 事業在各地區皆錄得收益及事業溢利增長，銷情順暢。持續開設高品質門店以及策略性資訊發布，皆對品牌建設貢獻良多。同時，換季期銷售結構有所改善，秋季與全年性商品推動銷售額上升。

#### ■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益及溢利錄得大幅增長

- 第一季度收益為 2,990 億日圓，同比增長 12.2%；事業溢利為 624 億日圓，同比增長 20.2%。
- 同店銷售淨額同比增長 11.0%，其中特別是秋季與全年性商品銷售表現優異。
- 毛利率同比下降 0.5 個百分點，主因採購用預約匯率因日圓貶值導致成本率上升。人事及租賃費用比率下降則使銷售、一般及行政開支佔收益比率同比改善 1.9 個百分點。

#### ■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：收益及溢利錄得大幅增長

- 第一季度收益為 6,038 億日圓，同比增長 20.3%；事業溢利為 1,173 億日圓，同比增長 38.0%。旗下各個地區毛利率及銷售管理開支佔收益比率皆獲改善，事業溢利率同比改善 2.4 個百分點。
- 除在全球開設高品質店舖以外，開發出符合顧客需求的商品以及行銷策略等皆有助業績表現。
- 大中華地區收益增長、事業溢利呈兩位數增長；南韓以及東南亞、印度及澳洲地區、北美及歐洲地區皆錄得兩位數的收益及事業溢利增長。

#### ■ GU (極優) 事業分部：收益錄得些微增長、溢利大幅增長

- 第一季度收益為 913 億日圓，同比增長 0.8%；事業溢利為 114 億日圓，同比增長 20.0%。
- 同店銷售淨額同比略有下降，雖包括柔軟透膚 T 恤、保暖休閒內衣等銷售順暢，但能捕捉大眾潮流的商品不足，銷售難以伸展。
- 缺貨情況及折扣率改善，使毛利率同比改善 2.0 個百分點。

#### ■ 全球品牌事業分部：錄得收益及溢利下降

- 第一季度收益為 330 億日圓，同比下降 7.6%；事業溢利為 17 億日圓，同比減少 14.8%。
- Theory 業務在美國市場銷售面臨挑戰，錄得收益及事業溢利下降；PLST 業務錄得收益與事業溢利增長，表現不俗；法國品牌 Comptoir des Cotonniers 與 Princesse tam.tam 業務錄得收益下降，但虧損幅度縮窄。

#### ■ 2026 財政年度全年度綜合業績預測：向上修正

- 全年度綜合收益總額預計將為 38,000 億日圓，同比增長 11.7%；事業溢利總額預計為 6,500 億日圓，同比增長 17.9%；母公司擁有人應佔溢利預計為 4,500 億日圓，同比增長 3.9%。
- 收益總額向上修正 500 億日圓，事業溢利及營業溢利總額各向上修正 400 億日圓，母公司擁有人應佔溢利則向上修正 150 億日圓。
- 全年度每股股息方面，現預計中期每股將派發 270 日圓、期末派發 270 日圓，合計全年度每股可望派發 540 日圓股息，較 2025 年度增派 40 日圓。

\* \* \* \* \*

#### 業績概要

#### ■ 日本 UNIQLO (優衣庫) 收益及溢利皆錄得大幅增長

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 2,990 億日圓 (同比增長 12.2%)，事業溢利總額為 624 億日圓 (同比增長 20.2%)，錄得收益及事業溢利雙雙大幅增長。同店銷售淨額 (包括網路商店) 同比大幅增長 11.0%。這要歸功於本季度期間衛衣、牛仔褲等秋季商品暢銷、10 月起降溫後 HEATTECH 保暖內衣及 PUFFTECH 新世代輕暖外套等冬季商品銷情強勁，加上感謝節促銷亦十分熱絡所致。因日圓匯率走低，影響採購所使用的預約匯率，導致成本率上升，毛利率因而同比下降 0.5 個百分點。然而因銷售表現強勁，人事及租賃費用比率下降，使銷售、一般及行政開支佔收益比率同比改善 1.9 個百分點。

### ■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 錄得收益及溢利皆大幅增長

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 6,038 億日圓 (同比增長 20.3%)，事業溢利總額為 1,173 億日圓 (同比增長 38.0%)，錄得收益及溢利雙雙大幅增長。除了成功推出符合顧客需求的商品以及行銷策略奏效，集團持續以旗艦店為主開設高品質的門店，使品牌於全球各地的存在感與信賴感不斷提升。本事業分部下各地區的毛利率與銷售管理開支佔收益比率均獲改善，促使事業溢利率同比改善 2.4 個百分點。

按該事業分部旗下各地區業績而言，大中華地區之中，中國大陸市場錄得收益增長、事業溢利錄得兩位數增長。10 月後半氣溫下降，加上傳達商品價值的行銷策略奏效，以及與京東展開合作增加新顧客層，皆有助收益增長；香港市場因秋冬商品銷情旺盛，錄得收益及事業溢利雙增長；台灣市場雖錄得收益增長、事業溢利下降，但若扣除付與總部權利金上升的影響，溢利則呈現增長。

南韓積極透過行銷活動傳達商品價值及企業理念，收益與事業溢利皆錄得兩位數增長。東南亞、印度及澳洲地區亦錄得收益、事業溢利雙雙錄得兩位數增長。這是因為配合旅遊需求，策略性擴充冬季主力商品庫存，使 HEATTECH 保暖內衣及 PUFFTECH 新世代輕暖外套等商品銷售暢旺，同時，秋季新商品亦為收益增長作出貢獻。

北美與歐洲地區亦皆錄得收益與事業溢利雙雙呈兩位數增長。新店開幕大獲成功，加上強化商品訴求，在持續推升品牌認知度的同時，不斷擴大顧客群。在歐洲地區，本季度期間不但於英國的格拉斯哥、伯明翰，以及德國的法蘭克福、慕尼黑等城市首度開設門店，並大獲成功；同時比利時的梅爾 (Meir) 旗艦店遷址重新盛大開幕，亦獲得高度關注。

### ■ GU (極優) 收益微增，溢利錄得大幅增長

在 GU (極優) 事業分部方面，本財年第一季度收益總額為 913 億日圓 (同比增長 0.8%)，事業溢利總額為 114 億日圓 (同比增長 20.0%)，錄得收益微增、溢利大幅增長。同店銷售淨額同比略有下滑。雖然其柔軟透膚 T 恤、保暖休閒內衣以及衛衣銷售表現亮眼，但能捕捉大眾潮流的商品不足，使整體銷售難以伸展。在利潤方面，則因毛利率同比改善 2.0 個百分點，推使事業溢利同比大幅增長。這要歸功於該事業分部精簡商品種類數量，集中庫存與行銷資源於熱銷商品上，因而提升銷量規劃的精準度，同時改善缺貨狀況與折扣率。

### ■ 全球品牌事業分部收益及溢利皆錄得下降

在全球品牌事業分部方面，本財年第一季度收益總額為 330 億日圓 (同比下降 7.6%)，事業溢利總額為 17 億日圓 (同比減少 14.8%)，錄得收益、事業溢利下降。其中，經營溢利雖同比增長 1.0%，成為 18 億日圓，這是因為旗下法國品牌 Comptoir des Cotonniers 上年度進行事業結構改革而計提數億日圓虧損，而本季度並無計提虧損所致。Theory 業務錄得收益與事業溢利下降，此因在美國市場銷售面臨挑戰，導致收益與事

業溢利雙雙減少所致。PLST 業務則錄得收益與事業溢利皆增長，因該品牌強化造型設計與商品行銷策略，推使大衣、針織衫以及襯衫等商品銷售表現亮麗。Comptoir des Cotonniers 與 Princesse tam.tam 業務因進行事業結構改革，店舖數目減少導致收益下降。然而因閉店後使經營結構更為效率化，使銷售、一般及行政開支佔收益比率改善，進而縮窄虧損幅度。

## ■ 2026 財年全年度業績預測向上修正

展望未來，集團預計 2026 財政年度將再創歷來最高業績水平，綜合收益總額將為 38,000 億日圓（同比增長 11.7%）；事業溢利總額預計為 6,500 億日圓（同比增長 17.9%）；營業溢利總額預計為 6,500 億日圓（同比增長 15.2%）；母公司擁有人應佔溢利預計為 4,500 億日圓（同比增長 3.9%）。相較本年度初始於 2025 年 10 月時公布的預測，收益總額向上修正 500 億日圓，事業溢利及營業溢利總額各向上修正 400 億日圓。這是因第一季度業績表現大幅高於預估，但考量 12 月份氣溫較例年冬季為高，使日本及中國大陸市場的 UNIQLO 事業為主銷售趨緩。集團維持對下半年度業績預測不變。另外，因對融資收入及成本項下數據預估做出修正，因而母公司擁有人應佔溢利向上修正 150 億日圓。在全年度每股派息預測方面，亦由前次所發布預估值向上調整 20 日圓，現預計中期每股將派發 270 日圓、期末派發 270 日圓，合計全年度每股可望派發 540 日圓股息，較 2025 年度增派 40 日圓。

就各個事業分部來看，集團預測海外 UNIQLO（優衣庫）事業分部上半年度、下半年度，以及全年度不論收益或事業溢利皆將錄得兩位數的增幅。以該事業分部旗下各個地區來看，大中華地區預計上半年度、下半年度，以及全年度皆將錄得收益與溢利增長，全年度事業溢利率亦料將有所改善。南韓以及東南亞、印度及澳洲地區、北美及歐洲地區預計上半年度、下半年度，以及全年度皆將錄得收益與溢利兩位數的增幅，業績料將持續向好。

日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部因 12 月份氣溫較例年為高，使商品需求放緩而收益降低，第二季度收益料可維持於去年同期水平，但事業溢利減少，不過，上半年度應仍可達到收益與溢利增長。下半年度收益料將微增、事業溢利維持於上年度同期水平，全年度則可望錄得收益與溢利增長。

GU（極優）事業分部上半年度預計將錄得收益增長、事業溢利微幅增長；下半年度料將錄得收益與溢利雙增長；全年度亦預估可錄得收益與溢利增長。全球品牌事業分部方面，預期全年度收益及事業溢利將可錄得微增。

**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>