

迅銷有限公司 2026 財政年度前三季度 (2025 年 9 月-2026 年 5 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					
	前三季度實值 (2024/9~2025/5)	前三季度實值		第三季度實值		全年度預計	
		(2025/9~2026/5)	按年變動	(2026/3~2026/5)	按年變動	(2025/9~2026/8)	按年變動
收益	26,167	30,651	+17.1%	10,099	+22.2%	39,700	+16.7%
毛利	14,085	16,836	+19.5%	5,720	+26.1%	-	-
(佔收益比率)	53.8%	54.9%	+1.1p	56.6%	+1.7p	-	-
銷售、一般及行政開支	9,649	10,908	+13.0%	3,662	+17.5%	-	-
(佔收益比率)	36.9%	35.6%	-1.3p	36.3%	-1.4p	-	-
事業溢利	4,435	5,927	+33.6%	2,057	+45.0%	7,100	+28.8%
(佔收益比率)	17.0%	19.3%	+2.3p	20.4%	+3.2p	17.9%	+1.7p
經營溢利	4,509	6,143	+36.2%	2,137	+45.7%	7,300	+29.4%
(佔收益比率)	17.2%	20.0%	+2.8p	21.2%	+3.4p	18.4%	+1.8p
融資收入 / 成本	695	438	-37.0%	157	+56.4%	500	-42.1%
所得稅前溢利	5,205	6,582	+26.5%	2,294	+46.3%	7,800	+19.9%
(佔收益比率)	19.9%	21.5%	+1.6p	22.7%	+3.7p	19.6%	+0.5p
母公司擁有人應佔溢利	3,390	4,260	+25.6%	1,467	+39.1%	5,000	+15.5%
(佔收益比率)	13.0%	13.9%	+0.9p	14.5%	+1.7p	12.6%	-0.1p

集團下各事業業績

(單位: 億日圓)

		2024年8月止年度	2026年8月止年度			
		前三季度實值 (2024/9~2025/5)	前三季度實值		第三季度實值	
			(2024/9~2025/5)	按年變動	(2025/3~2025/5)	按年變動
日本UNIQLO	收益	8,014	8,676	+8.3%	2,859	+10.0%
	事業溢利	1,502	1,729	+15.1%	622	+18.3%
	(佔收益比率)	18.7%	19.9%	+1.2p	21.8%	+1.6p
	經營溢利	1,506	1,733	+15.1%	619	+16.9%
	(佔收益比率)	18.8%	20.0%	+1.2p	21.6%	+1.2p
海外UNIQLO	收益	14,571	18,340	+25.9%	5,926	+33.8%
	事業溢利	2,375	3,453	+45.4%	1,123	+65.2%
	(佔收益比率)	16.3%	18.8%	+2.5p	18.9%	+3.6p
	經營溢利	2,406	3,519	+46.2%	1,178	+63.4%
	(佔收益比率)	16.5%	19.2%	+2.7p	19.9%	+3.6p
GU	收益	2,562	2,656	+3.7%	971	+7.5%
	事業溢利	251	321	+28.0%	163	+36.7%
	(佔收益比率)	9.8%	12.1%	+2.3p	16.8%	+3.6p
	經營溢利	263	332	+26.1%	167	+34.8%
	(佔收益比率)	10.3%	12.5%	+2.2p	17.2%	+3.5p
全球品牌	收益	1,005	963	-4.2%	336	+2.5%
	事業溢利	29	19	-33.4%	26	+48.3%
	(佔收益比率)	2.9%	2.0%	-0.9p	8.0%	+2.5p
	經營溢利	28	30	+5.2%	31	+66.7%
	(佔收益比率)	2.8%	3.1%	+0.3p	9.5%	+3.7p

【業績報告摘要】

■ 2026 財政年度前三季度綜合業績：收益及溢利雙雙大幅增長，創歷來最佳業績

- 綜合收益總額為 30,651 億日圓，較上年度同期增長 17.1%；事業溢利總額為 5,927 億日圓，同比增長 33.6%；母公司擁有人應佔溢利為 4,260 億日圓，同比增長 25.6%。
- 第三季度單季期間，集團旗下 UNIQLO（優衣庫）事業於各個地區皆達成收益、溢利雙增長。透過商品及開設新店舖，持續在全球傳播信息並建立品牌地位的策略奏效，業績表現亮麗。

■ 日本 UNIQLO（優衣庫）事業分部：第三季度單季錄得收益及溢利雙雙大幅增長

- 第三季度單季期間收益為 2,859 億日圓，同比增長 10.0%；事業溢利為 622 億日圓，同比增長 18.3%。

- 同店銷售淨額同比增長 9.9%。反映潮流趨勢的褲裝以及能因應氣溫變化的機能性商品銷情旺盛。
- 毛利率維持於上年度同期水平。第三季度單季期間用於採購的預約匯率之日圓匯率水準相對較高，使成本率略為下降；加上銷售旺季策略性促銷，使折扣率略有上升。銷售、一般及行政開支比率則因收益增長而同比改善 1.5 個百分點。
- 前三季度累計收益為 8,676 億日圓，同比增長 8.3%；事業溢利為 1,729 億日圓，同比增長 15.1%。

■ 海外 UNIQLO (優衣庫) 事業分部：第三季度單季收益及溢利雙雙大幅增長

- 第三季度單季期間，收益為 5,926 億日圓，同比增長 33.8%；事業溢利為 1,123 億日圓，同比增長 65.2%。事業溢利率同比改善 3.6 個百分點。
- 持續經由開設新店及商品傳播信息的策略奏效，業績表現亮眼。
- 大中華地區錄得收益增長、溢利呈兩位數增長；南韓、東南亞、印度及澳洲地區、北美、歐洲地區皆錄得收益與溢利兩位數的增長。
- 前三季度累計收益為 18,340 億日圓，同比增長 25.9%；事業溢利為 3,453 億日圓，同比增長 45.4%。

■ GU (極優) 事業分部：第三季度單季收益增長、溢利大幅增長

- 第三季度單季期間，收益為 971 億日圓，同比增長 7.5%；事業溢利為 163 億日圓，同比增長 36.7%。
- 能捕捉大眾潮流以及符合顧客需求的商品銷情強勁，助使同店銷售淨額增長。
- 毛利率與銷售、一般及行政開支比率改善，事業溢利率亦獲改善。
- 前三季度累計收益為 2,656 億日圓，同比增長 3.7%；事業溢利為 321 億日圓，同比增長 28.0%。

■ 全球品牌事業分部：第三季度單季按當地貨幣計收益下跌、溢利增長

- 第三季度單季期間，收益為 336 億日圓，同比增長 2.5%；事業溢利為 26 億日圓，同比增長 48.3%。
- 以當地幣值計，收益同比則約減少 4%。旗下 Theory 業務因正進行事業結構改造，收益下降。
- 前三季度累計收益為 963 億日圓，同比減少 4.2%；事業溢利為 19 億日圓，同比下降 33.4%。

■ 2026 財政年度全年度綜合業績預測：向上修正

- 集團向上修正全年度業績預測，最新預估綜合收益總額將為 39,700 億日圓，同比增長 16.7%；事業溢利總額為 7,100 億日圓，同比增長 28.8%；營業溢利總額為 7,300 億日圓，同比增長 29.4%；母公司擁有人應佔年度溢利為 5,000 億日圓，同比增長 15.5%。
- 向上修正額分別為：收益總額 700 億日圓，事業溢利 200 億日圓，營業溢利 300 億日圓，母公司擁有人應佔年度溢利 200 億日圓。
- 在每股股息方面，包括中期派息 320 日圓，全年度每股合計料將派發 640 日圓，同比增派 140 日圓。

* * * * *

業績概要

■ 日本 UNIQLO 第三季度單季收益及溢利雙雙大幅增長

在日本 UNIQLO 事業分部方面，本財年前三季度收益為 8,676 億日圓（同比增長 8.3%）；事業溢利為 1,729 億日圓（同比增長 15.1%），錄得收益增長、溢利呈現兩位數的增長。

其中，第三季度單季收益與溢利雙雙錄得兩位數的增長。除了反映流行輪廓的褲裝外，抗 UV 外套以及 EASY 休閒褲等因應氣溫變化的機能性商品銷售表現強勁，加上黃金週及感謝節促銷活動亦十分熱絡，推使同店銷售淨額同比增長 9.9%。期間毛利率維持於上年度同期水平，這主要是因集團於第三季度單季期間用於採購的

預約匯率之日圓匯率水準相對較高，使成本率略為下降；然而，在銷售旺季期間策略性地增加促銷活動，則使折扣率略微上升。另外，因收益增長，使得特別是人事及租賃費用比率相對下降，使銷售、一般及行政開支佔收益比率同比改善1.5個百分點。

■ 海外 UNIQLO 第三季度單季收益、溢利雙雙錄得大幅增長

在海外UNIQLO事業分部方面，本財年前三季度收益總額為18,340億日圓（同比增長25.9%）；事業溢利為3,453億日圓（同比增長45.4%），錄得收益與溢利雙雙大幅增長。

就該事業分部旗下各地區第三季度單季業績而言（以當地幣值計），大中華地區之中，中國大陸市場錄得收益增長、溢利呈兩位數增長。除了強化行銷措施，5月氣溫升高促使夏裝需求活躍，EASY休閒褲、抗UV系列及UT系列銷售強勁，推升同店銷售淨額錄得增長。香港及台灣市場則在包括短身T恤、Baggy 繭形牛仔褲等能捕捉顧客需求的商品暢銷下，錄得收益、溢利皆增長。

南韓方面，除了女裝外，男裝、童裝商品也在社群媒體上引發熱議，銷售強勁，錄得收益、溢利雙雙呈兩位數增長。東南亞、印度及澳洲地區亦錄得收益及溢利雙位數增長。除了抗UV外套及T恤等夏裝外，牛仔褲、衛衣等全年性商品亦推升銷售額增長。

北美地區收益與溢利雙雙錄得兩位數增長。透過推出能體現集團 LifeWear（服適人生）理念的店舖，以及不斷優化主力商品等不懈的信息傳播奏效，成功帶動業績表現亮眼。歐洲地區亦錄得收益、溢利兩位數增長，業績強勁。除了新開設的門店表現不俗之外，反映潮流的全年性商品，以及亞麻襯衫與短袖針織衫等夏裝亦深獲顧客好評，帶動收益大幅增長。

第三季度單季期間，海外UNIQLO於北美地區共開設了六間新門店，包括芝加哥旗艦店，以及位於紐約、波士頓等地的大型門店。歐洲地區則共有四家新門店開幕，包括於英國布里斯托以及荷蘭烏特勒支的首家門店。南韓亦於明洞開設全球旗艦店。隨著於各地接連推出能代表品牌理念的門店，使UNIQLO於全球的品牌影響力進一步提升。

■ GU 第三季度單季收益增長、溢利大幅增長

在GU事業分部方面，本財年前三季度收益為2,656億日圓（同比增長3.7%）；事業溢利為321億日圓（同比增長28.0%），錄得收益增長、溢利大幅增長。

第三季度單季期間亦錄得收益增長、溢利大幅增長。透過強化策略性推廣商品的信息傳播，使輕便錐形褲、柔軟透膚T恤及抓摺芭蕾舞運動鞋等捕捉大眾潮流及顧客需求的商品銷售表現突出，促使同店銷售淨額同比增長。同時，持續推動在原料及採購等方面降低成本措施，使毛利率有所改善。另外，削減商品種類數量及優化庫存管理，亦提高門市營運效率，因而以人事費用比率為主改善了銷售、一般及行政開支佔收益比率。

■ 全球品牌事業分部第三季度單季按當地貨幣計收益下跌、溢利增長

在全球品牌事業分部方面，本財年前三季度收益為963億日圓（同比下降4.2%）；事業溢利為19億日圓（同比減少33.4%），錄得收益下降、溢利大幅下降。

第三季度單季期間，該事業分部旗下 Theory業務（以當地幣值計）錄得收益下降但溢利上升。此因其全球批發銷售減少，加上季節初始氣溫持續偏低，導致夏季商品銷售成長乏力，收益減少。但因以美國市場為主折

扣率下降，使溢利增長。PLST業務則在男裝銷售強勁以及網路商店銷售額提升下，錄得收益、溢利皆增長。法國品牌 Comptoir des Cotonniers 與Princesse tam.tam 業務（以當地幣值計）錄得收益下降、虧損幅度縮窄，此因該業務以虧損店舖為主整合門市網絡所致。截至5月底，其店舖總數由上年度同期的144間減少至77間，削減近半。

■ 2026 財年全年業績預測向上修正

展望未來，集團預計 2026 財政年度將再創歷來最高業績水平，綜合收益總額預計將為 39,700 億日圓（同比增長 16.7%）；事業溢利總額為 7,100 億日圓（同比增長 28.8%）；營業溢利總額為 7,300 億日圓（同比增長 29.4%）；母公司擁有人應佔溢利為 5,000 億日圓（同比增長 15.5%）。相較於前次於 2026 年 4 月時公布的預測，本次向上修正額度包括收益總額 700 億日圓、事業溢利總額 200 億日圓、營業溢利總額 300 億日圓，以及母公司擁有人應佔溢利總額 200 億日圓。是次修正乃基於反映截至 6 月底止的業績表現，以及就原本第四季度的業績預測以目前實際匯率走勢進行修正。

就各個事業分部來看，集團預估海外 UNIQLO 事業分部以當地幣值計，無論下半年度或全年度皆預料可錄得收益與溢利兩位數的增長。以該事業分部旗下各地區而言，大中華地區預料下半年度將錄得收益、溢利雙增長；全年度則將錄得收益增長、溢利雙位數增長。南韓、東南亞、印度及澳洲地區，以及北美、歐洲地區下半年度及全年度收益及溢利皆可望錄得兩位數增長，銷售收入持續高度成長。

集團預期日本 UNIQLO 事業分下半年度收益增長，事業溢利則將徘徊於上年度水平；全年度預料可錄得收益、溢利雙增長。該事業分部第四季度單季預計收益將略有減少，事業溢利則可能錄得同比兩位數的下降。這是因 2025 年度及 2024 年度第四季度單季連續兩年業績大幅提升，致使比較基期較高，加上日圓匯率走低使成本率上升，以及 6 月分銷售額低於預期，造成銷售、一般及行政開支佔收益比率上升。

GU 事業分部方面，集團預期下半年度及全年度皆可錄得收益增長、溢利錄得兩位數的增長。全球品牌事業分部以當地幣值計，則預估下半年度及全年度收益皆將下降，但溢利可望錄得增長。

在期末每股派息方面則維持前次所發布的預估，預計每股將派發 320 日圓，加上中期所派發 320 日圓，合計全年度每股派發 640 日圓股息，較 2025 年度增派 140 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>