

Bokslutskommuniké

Helår (2018-12-01 – 2019-11-30)

- H&M-gruppen fortsatte att växa globalt under 2019 i en snabbt föränderlig modebransch. Gruppens nettoomsättning ökade med 11 procent till MSEK 232 755 (210 400) under räkenskapsåret 2019. I lokala valutor ökade nettoomsättningen med 6 procent. Det pågående förändringsarbetet har bidragit till en fortsatt positiv försäljningsutveckling med mer fullpridförsäljning, lägre prisnedsättningar och ökade marknadsandelar.
- Bruttoresultatet ökade till MSEK 122 453 (110 887), vilket motsvarar en bruttomarginal om 52,6 procent (52,7).
- Resultatet efter finansiella poster ökade med 11 procent till MSEK 17 391 (15 639).
- Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 13 443 (12 652), motsvarande SEK 8:12 (7:64) per aktie. Föregående år påverkades resultatet efter skatt av en positiv engångseffekt om MSEK 425 till följd av den amerikanska skattereformen (Tax Cuts & Jobs Act).
- Årets ökning av resultatet gör att MSEK 86 har avsatts till H&M-gruppens belöningsprogram HIP – H&M Incentive Program, som vänder sig till alla anställda.

Fjärde kvartalet (2019-09-01 – 2019-11-30)

- H&M-gruppens nettoomsättning ökade med 9 procent till MSEK 61 694 (56 414) under fjärde kvartalet. I lokala valutor ökade nettoomsättningen med 5 procent jämfört med samma kvartal föregående år.
- Bruttoresultatet ökade med 9 procent till MSEK 33 287 (30 592), vilket motsvarar en bruttomarginal om 54,0 procent (54,2).
- Resultatet efter finansiella poster ökade med 24 procent till MSEK 5 403 (4 352). Före avsättningen till HIP ökade kvartalets resultat med 26 procent.
- Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 4 212 (3 543), motsvarande SEK 2:54 (2:14) per aktie.
- Varulagrets sammansättning och nivå fortsätter att förbättras. Valutajusterat minskade varulagret med 6 procent. Det bokförda varulagret i SEK utgjorde 16,3 procent (17,9) av omsättningen.

- Styrelsen föreslår en bibehållen utdelning om SEK 9:75 per aktie för räkenskapsåret 2018/2019 att utbetalas vid två olika tillfällen under 2020. Styrelsens motivering till utdelningsförslaget är att verksamheten uppvisar successiva förbättringar, att investeringarna (capex) minskar under 2020, att varulagersituationen förbättrats samt att bolaget har en fortsatt stark finansiell ställning med beaktande av kapitalstrukturmålet.
- Nettoförsäljningen under perioden 1 december 2019 – 28 januari 2020 ökade med 5 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år.
- Kostnaderna för prisnedsättningarna i relation till omsättningen bedöms minska med cirka 0,5 - 1 procentenhet i första kvartalet 2020 jämfört med motsvarande kvartal föregående år.
- Online och fysiska butiker integreras alltmer med fortsatt optimering av butiksportföljen. Cirka 200 nya butiker planeras öppna under 2020, främst på tillväxtmarknader samtidigt som konsolideringen fortsätter med cirka 175 planerade stängningar av butiker framförallt på etablerade marknader. Nettotillskottet av nya butiker för helåret 2020 beräknas bli cirka 25.
- Australien blir ny H&M-onlinemarknad med planerad start under andra halvåret av 2020.
- H&M kommer att lanseras på e-handelsplattformen SSG.COM i Sydkorea under 2020.
- Avtal med ny franchisepartner i Centralamerika har tecknats. Den första H&M-butiken planeras öppna i Panama i slutet av 2020.
- H&M-gruppens branschledande hållbarhetsarbete har uppmärksammats genom ett flertal utnämningar i bland annat Corporate Knights World's Most Sustainable Companies och av CDP, där H&M-gruppen som första retailbolag listats på CDP:s A-lista.

Helår 2019
233 miljarder kr
i nettoomsättning
Rörelseresultat Q4
+25%



H&M

Kommentar av Karl-Johan Persson, vd

"H&M-gruppens förändringsarbete fortsätter att ge resultat. Ökad fullpridförsäljning och minskade prisnedläggningar bidrog till en positiv resultatutveckling för helåret och i fjärde kvartalet, då rörelseresultatet ökade med 25 procent samtidigt som den höga aktivitetsnivån i förändringsarbetet fortsatte. Att kunderna uppskattar våra satsningar syns tydligt i form av väl mottagna kollektioner och ökade marknadsandelar. Varulagrets sammansättning och nivå fortsätter att förbättras vilket gör att prisnedläggningarna bedöms minska även i första kvartalet, för sjätte kvartalet i rad.

Försäljningstillväxten var bra på många marknader i fjärde kvartalet. I Indien ökade försäljningen i lokal valuta med 33 procent, i Polen 21 procent, Mexiko 18 procent och Ryssland 12 procent. I Sverige ökade försäljningen med 7 procent medan USA och Storbritannien ökade med 6 respektive 3 procent.

För helåret ökade koncernens försäljning med 11 procent i SEK och 6 procent i lokala valutor. Försäljningstillväxten drevs av både butik och online med en stark ökning av online om 24 procent i SEK och 18 procent i lokala valutor.

Den positiva utvecklingen visar att vi är på rätt väg. Jag vill tacka alla medarbetare i H&M-gruppen för ett fantastiskt arbete och engagemang under det gångna året. Det är glädjande att vi med helårets resultatökning kan tillföra ytterligare 86 miljoner kronor till H&M Incentive Program, vårt belöningsprogram för samtliga anställda i H&M-gruppen.

Mot bakgrund av modebranschens pågående transformation har vi under flera år gjort stora, nödvändiga investeringar för att säkra H&M-gruppens position och långsiktiga utveckling. Vi har bland annat investerat i det digitala, i en effektivare varuförsörjningskedja, inklusive nya lager och logistiksystem, i tech-infrastruktur, avancerad dataanalys och AI. Vi ser nu flera positiva effekter av dessa satsningar vilket skapar resurser och stöd för vårt fortsatta förändringsarbete. Ett exempel på de förändringar som pågår är skapandet av vår nya funktion Business Tech som successivt ersätter de tidigare separata funktionerna IT, Advanced Analytics & AI och Business Development, och där vi genom att arbeta tvärfunktionellt i agila team kommer att öka vår flexibilitet, snabbhet och effektivitet.

Vår högsta prioritet är att säkerställa det bästa kunderbudandet för alla våra varumärken och vi kommer även framöver att investera för att erbjuda den bästa kombinationen av mode, kvalitet, pris och hållbarhet. Kundupplevelsen i butik och online förbättras kontinuerligt och vi testar även flera nya tjänster för att underlätta en hållbar livsstil för våra kunder. Våra digitala och fysiska kanaler blir alltmer integrerade och för att säkerställa en relevant närvaro på respektive marknad accelererar vi optimeringen av butiksportföljen, vilket omfattar omförhandlingar, stängningar och ombyggnationer. För 2020 planeras cirka 200 nya butiker att öppnas och cirka 175 butiker att stängas. Öppningarna sker framförallt i Sydamerika, Ryssland, Östeuropa samt Asien exklusive Kina medan stängningarna främst kommer att ske i Europa, USA och Kina.

H&M-gruppen har nyligen ingått avtal med en ny franchisepartner i Centralamerika, där den första H&M-butiken beräknas öppna i Panama i slutet av 2020. Samtidigt fortsätter vår digitala expansion. Under året ser vi fram emot att öppna H&M online i Australien och även lansera H&M på e-handelsplattformen SSG.COM i Sydkorea.

Vi ser långsiktigt på vår verksamhet och fortsätter att utveckla nya koncept och affärsmodeller med syfte att addera lönsam tillväxt och bidra till en hållbar utveckling. Vi tror på fler samarbeten, delad kunskap och ökad transparens för att lösa de miljöutmaningar industrin står inför. Vi är mycket stolta över att vara ett av världens ledande företag i arbetet för att motverka klimatförändringar, enligt bland andra organisationen CDP. H&M-gruppen har tilldelats en plats på CDP:s A-lista för vårt arbete med att minska utsläpp, motverka klimatrisker och bidra till övergången till en fossilfri ekonomi.



& Other Stories

När vi blickar framåt är det med stor ödmjukhet inför de utmaningar som omvandlingen av modebranschen för med sig i form av nya konsumentbeteenden och ett snabbt föränderligt konkurrenslandskap. H&M-gruppens förändringsarbete fortsätter därför med full kraft i alla delar av bolaget. Det senaste årets utveckling visar att vi tar steg i rätt riktning. Detta, i kombination med våra långsiktiga investeringar och vår ambitiösa hållbarhetsagenda, gör att vi ser ljus på framtiden och möjligheterna till en positiv utveckling för H&M-gruppen under många år framöver.”

Strategiska fokusområden

Vi driver förändringsarbete baserat på våra strategiska fokusområden för att möta kundernas ständigt ökade förväntningar och framtidssäkra H&M-gruppen.

Skapa det bästa kunderbudandet

Sortimentet – säkerställa bästa kombination av mode, kvalitet, pris och hållbarhet för samtliga varumärken.

Fysiska butiker – fortsatt utveckling av nya koncept och optimering av butiksportföljen.

Onlinebutikerna – förbättringar såsom snabbare och mer flexibla leveransalternativ och betalningar.

Fortsatt integration av fysiska butiker och online för att höja kundupplevelsen.

Snabbt, effektivt och flexibelt produktflöde

Varuförsörjningskedjan ska bli ännu snabbare, effektivare och mer flexibel.

Satsningar inom avancerad dataanalys och AI.

Investeringar i infrastruktur – vår ”tech foundation”

Fortsatta investeringar i vår tech-infrastruktur med skalbara och stabila plattformar som ger snabbare utveckling av nya kundapplikationer och teknologier.

Addera tillväxt

Digital expansion till nya marknader.

Fysiska butiker – fortsatt expansion med fokus på tillväxtmarknader.

Utveckla nya koncept och affärsmodeller.



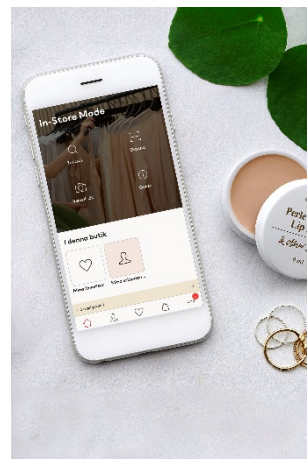
ARKET

Läs mer om våra initiativ och vårt hållbarhetsarbete på nästa sida och [hmgroup.com](https://www.hmgroup.com).

Initiativ för en förbättrad kundupplevelse

Här följer några exempel på nya och pågående satsningar för att skapa bästa erbjudande och upplevelse överallt där vi möter våra kunder.

- H&M:s uppgraderade **kundlojalitetsprogram** har nu över 65 miljoner medlemmar på 19 marknader med fortsatt uttrullning till ytterligare marknader under 2020, bland annat Indien och Sydkorea.
- **Pay Later** – medlemmar i H&M:s kundlojalitetsprogram kan handla och betala senare via faktura, oavsett om köpet gjorts i butik eller online. Betalningslösningen lanserades under hösten i USA och finns nu på åtta marknader. Utrullningen fortsätter till ytterligare marknader under 2020.
- **Digitala kvitton** – kunder kan idag få digitala kvitton i H&M-appen på de flesta av våra marknader.
- **Visual search** finns på 31 marknader där bildigenkänning hjälper kunden genom att ge rekommendationer och köpmöjligheter utifrån bilder som kunden tagit eller inspirerats av.
- **Next-day-delivery** erbjuds på 14 marknader och fler tillkommer under 2020.
- **Klimatsmarta leveransalternativ** – i Nederländerna kan H&M-kunder välja att få leveranser och skicka returer med cykelbud, vilket har blivit mycket uppskattat. I kombination med biogasdrivna lastbilar från logistikcentret till cykelbudet minimeras CO2-utsläppen. Under 2020 planeras en fortsatt uttrullning till fler marknader.
- **Find-in-store** finns på 22 marknader med fortsatt uttrullning under 2020. Funktionen gör det möjligt att via mobilen hitta en vara kunden sett online i önskad storlek och butik.
- **Scan & buy** finns på samtliga onlinemarknader. Genom att scanna QR-koden på en vara i butik kan önskad storlek och färg sökas fram och köpas online.
- **In-store-mode** gör det möjligt för kunden att i mobilen se vilka varor som finns just i den butiken kunden befinner sig i, samt online. Tjänsten finns på 13 marknader.
- **Click & collect** finns på 14 marknader där kunderna kan hämta ut onlineköp i butik. Ytterligare marknader kommer att få tjänsten under 2020.
- **Onlineretur i butik** finns på 16 marknader och fortsatt uttrullning sker under 2020.
- Genom **#HMxME** ges kunderna möjlighet att dela med sig av sina egna modeberättelser från Instagram samtidigt som innehållet i bilderna blir köpbart på ett enkelt sätt. #HMxME är nu live på de flesta av H&M:s onlinemarknader.
- **Storleksrekommendation** hjälper kunden att hitta rätt storlek online baserat på tidigare köp. Funktionen finns på 20 marknader.
- **Rate & Review** gör det möjligt för kunder att betygssätta och recensera H&M-produkter och finns på 25 marknader med ytterligare uttrullning under 2020.
- **RFID** finns idag på 18 H&M-marknader och fler marknader tillkommer under 2020. Vi fortsätter den globala uttrullningen av RFID med COS och & Other Stories. Utrullningen påbörjas även för övriga varumärken inom H&M-gruppen under året.
- **Självbetjäningsskissor** har, efter tester i butiker i Sverige och i Storbritannien, blivit mycket uppskattat av kunderna och fortsatt uttrullning planeras på flera marknader under 2020.
- Weekday har testat ny teknik baserad på algoritmer och 3D för att göra **individuellt måttanpassade** jeans. Den uppskattade piloten skalas nu upp.
- **H&M:s samarbete med Instagram** i USA, där kunder kan handla varor direkt via inspirationsbilder, utvecklas vidare. Nu kan kunder få notiser via Instagram när H&M släpper nya kollektioner.



Produktflöde

Varuförsörjningskedjan är ett av H&M-gruppens fokusområden där snabbhet, flexibilitet och effektivitet är ledord för att kunna ge en ännu bättre kundupplevelse. Det pågående arbetet omfattar hela varuflödet och hur vi säkerställer rätt vara på rätt plats i rätt tid till rätt kostnad. En viktig del i detta är våra logistikcentra och våra logistiksystem - där bland annat följande sker:

- I Milton Keynes i Storbritannien har ett helt nytt högteknologiskt logistikcenter öppnats. Detta kommer successivt att ersätta flera befintliga logistikenheter och försörja både butik och online.
- Bytet av koncernens logistiksystem i logistikcentret i Shanghai, Kina, som gjordes i november, har gått som planerat.
- Under våren planeras byte av logistiksystem för H&M-butiker på ett tiotal marknader i östra Europa och i Danmark. Därutöver planeras motsvarande byte av system för produktflödet till butikerna hos majoriteten av H&M-gruppens övriga varumärken i Europa.



.MONKL

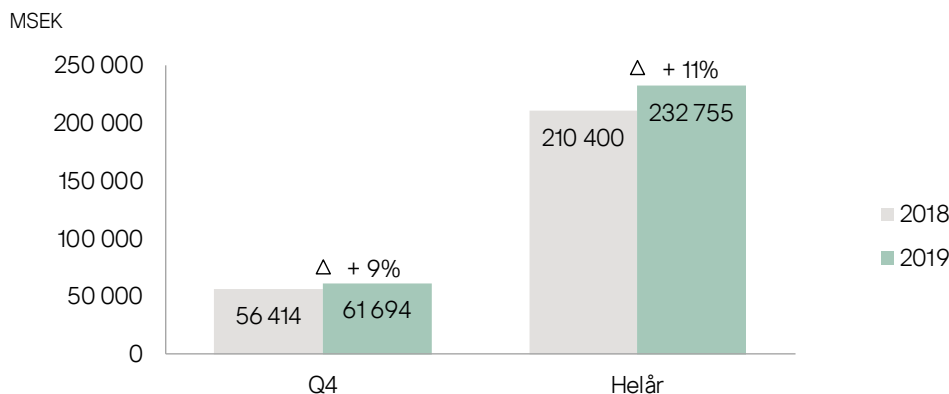
Hållbarhet

Vi fortsätter öka värdet för våra kunder genom vårt hållbarhetsarbete, till exempel är vårt mål att bli klimatpositiva i hela värdekedjan senast år 2040.

- Organisationen CDP har tilldelat H&M-gruppen en plats på deras A-lista över världens ledande företag i arbetet mot klimatförändringar. H&M-gruppen uppmärksammas för sin transparens och arbetet med att minska utsläpp, motverka klimatrisker och bidra till övergången till en fossilfri ekonomi.
- Under FN:s klimatkonferens COP 25 i december 2019 introducerade H&M-gruppen, tillsammans med WWF och andra företag, en definition av begreppet klimatpositiv. Under 2020 bjuder vi in företag från alla branscher att diskutera en standard som kan verifieras av tredje part.
- Samarbete med andra företag är nödvändigt för att kunna skapa en modeindustri helt utan fossila bränslen. Vi kommer därför framöver fokusera mycket på samarbetet inom UN Fashion Industry Charter for Climate Action tillsammans med mer än 100 andra varumärken och organisationer.
- H&M-gruppen rankas bland de 30 mest hållbara företagen i världen enligt Corporate Knights årliga utnämning av världens 100 mest hållbara företag 2020.
- Under 2020 kommer H&M-gruppen att uppnå målet om 100 procent bomull framtagen på ett mer hållbart sätt.
- H&M-gruppen ser över förpackningarna inom hela värdekedjan för att minimera åtgången av plast. Tester görs nu för att minska plast i onlineförpackningar för H&M-gruppens samtliga varumärken.
- H&M-gruppen har ett cirkulärt förhållningssätt och arbetar för att skapa såväl nya kollektioner som innovativa tjänster som gör det möjligt för kunderna att bidra till en mer cirkulär resursanvändning. Några exempel är:
 - Restore – COS kollektion med varsamt restaurerade plagg.
 - Recommerce – & Other Stories second-hand-försäljning via Sellpy, som H&M-gruppen deläger.
 - Remade – rekonstruerade plagg hos Weekday, som även erbjuder tryck on-demand på t-shirts och återanvändningsbara onlineförpackningar.
 - Rental – i samarbete med kläduthyrningsplattformen YCloset med 10 miljoner användare kan kunder i Kina hyra kläder från COS via ett månadsabonnemang. H&M har uthyrning av festplagg i en butik i Stockholm.
 - Repair – lagningar och ändringar av plagg genom H&M Take Care.
 - H&M kommer som första varumärke erbjuda plagg tillverkade i ett material som är gjort av kemiskt återvunna textilier. Materialet heter Circulose och är framtaget av re:newcell, en start-up som H&M-gruppen har investerat i. Plaggen kommer ingå i vårens Conscious Exclusive-kollektion.

Läs mer om många av ovanstående initiativ och vårt hållbarhetsarbete på hmgroup.com.

Försäljning



#MHOME

Nettoomsättningen ökade med 9 procent till MSEK 61 694 (56 414) i fjärde kvartalet. I lokala valutor ökade nettoomsättningen med 5 procent.

Kvartalets försäljningsutveckling jämfört med föregående år påverkades av att Black Friday 2019 inföll en vecka senare, dvs strax före november månads slut. Detta ledde till att en del av de varor som kunder beställde den 29 och 30 november bokfördes som försäljning först några dagar senare, dvs i december, då varorna levererades. Försäljningsvärdet för dessa varor uppgick till cirka MSEK 500. Justerat för detta belopp ökade försäljningen i SEK i fjärde kvartalet 2019 med 10 procent och med 6 procent i lokala valutor jämfört med föregående år.

För räkenskapsåret 2018/2019 ökade nettoomsättningen med 11 procent till MSEK 232 755 (210 400). I lokala valutor var ökningen 6 procent.

Onlineförsäljningen ökade med 24 procent i SEK under räkenskapsåret, jämfört med föregående år. I lokala valutor var ökningen 18 procent.

New Business försäljning under räkenskapsåret ökade med 17 procent i SEK och med 16 procent i lokala valutor, jämfört med föregående år.

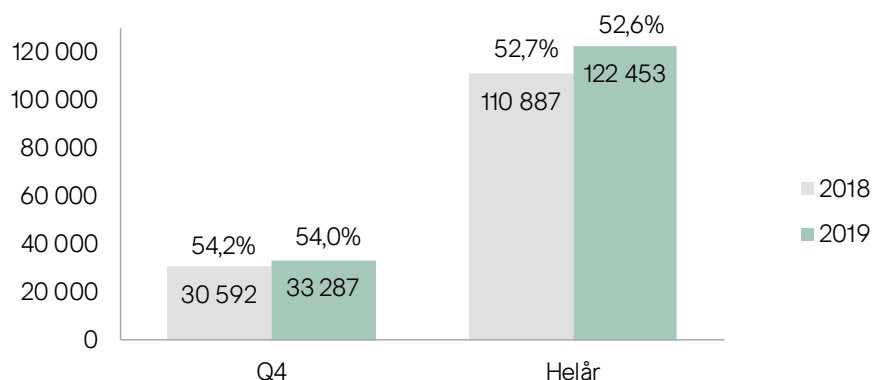
Försäljning tio största marknaderna, fjärde kvartalet

	Q4 - 2019	Q4 - 2018	Förändring i %		30 nov - 19	Q4 - 2019
	MSEK netto-omsättning	MSEK netto-omsättning	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker (netto)
Tyskland	9 138	8 713	5	1	466	4
USA	7 876	6 923	14	6	593	13
Storbritannien	3 963	3 714	7	3	305	5
Frankrike	3 172	2 980	6	3	235	3
Kina	3 153	2 982	6	1	520	-4
Italien	2 353	2 119	11	7	181	3
Sverige	2 288	2 131	7	7	177	-1
Spanien	2 006	1 933	4	0	167	-1
Nederländerna	1 851	1 712	8	5	138	2
Ryssland	1 817	1 468	24	12	147	5
Övriga	24 077	21 739	11	6	2 147	75
Totalt	61 694	56 414	9	5	5 076	104

Skillnaden i försäljningsutvecklingen mellan SEK och lokala valutor beror på hur den svenska kronan har utvecklats gentemot den samlade valutakorgen i koncernen jämfört med motsvarande period föregående år.

Bruttoresultat och bruttomarginal

MSEK



COS

Bruttoresultatet ökade till MSEK 33 287 (30 592) under fjärde kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 54,0 procent (54,2). För räkenskapsåret ökade bruttoresultatet till MSEK 122 453 (110 887), vilket motsvarar en bruttomarginal om 52,6 procent (52,7).

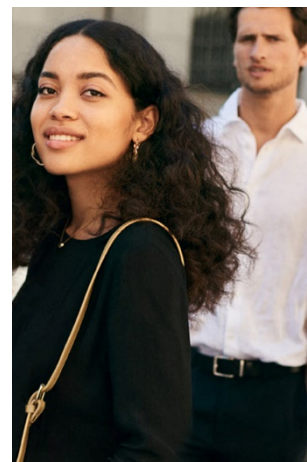
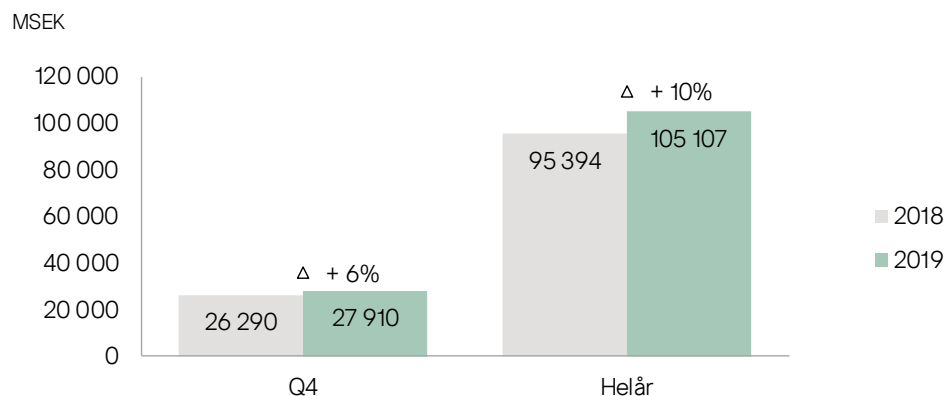
Kostnaderna för prisnedsättningarna i relation till omsättningen minskade med cirka 0,5 procentenheter i fjärde kvartalet 2019 jämfört med motsvarande kvartal 2018.

Bruttoresultatet och bruttomarginalen är resultatet av många faktorer, såväl interna som externa, och påverkas främst av de beslut som H&M-gruppen tar utifrån strategin att alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad – utifrån kombinationen mode, kvalitet, pris och hållbarhet.

För det fjärde kvartalet var de externa faktorerna som påverkar inköpskostnaderna negativa, framför allt den dyrare US-dollar, jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år. Bruttomarginalen påverkades också av fortsatta investeringar i ett ännu starkare kund-erbjudande samt av kostnader för det pågående förändringsarbetet.

För inköpen till första kvartalet 2020 bedöms marknadsläget för de externa faktorerna sammantaget vara fortsatt negativt jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.

Försäljnings- och administrationskostnader

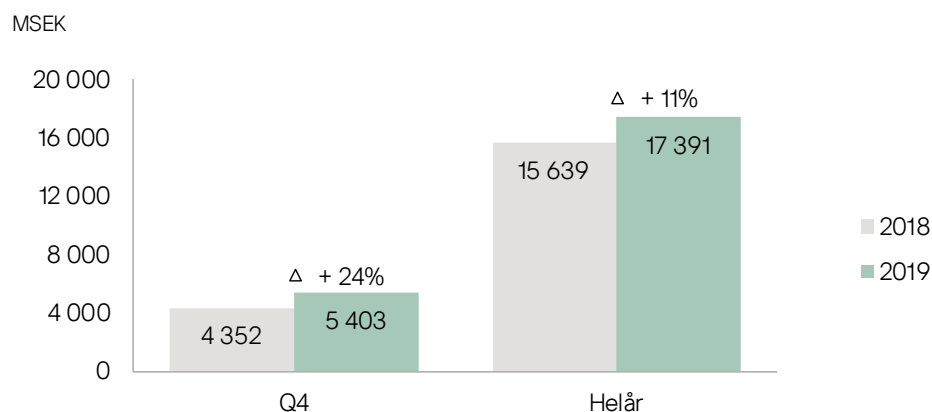


AFOUND

I fjärde kvartalet 2019 ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 6 procent i SEK och med 2 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år. Kostnadsökningen förklaras främst av expansionen för butik och online men också av koncernens pågående förändringsarbete med satsningar inom fokusområdena såsom AI, tech, logistik och H&M:s kundlojalitetsprogram.

För helåret ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 10 procent i SEK och med 6 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år. Kostnadskontrollen i koncernen är fortsatt god.

Resultat efter finansiella poster



Resultatet efter finansiella poster ökade med 24 procent till MSEK 5 403 (4 352) i fjärde kvartalet. Före avsättningen till HIP ökade kvartalets resultat med 26 procent.

För helåret 2019 ökade resultatet med 11 procent till MSEK 17 391 (15 639).

Trots en fortsatt hög aktivitetsnivå i det pågående förändringsarbetet, ökade resultatet både under fjärde kvartalet och under helårsperioden främst drivet av ökad fullpridförsäljning och lägre kostnader för prisnedläggningar.

För belöningsprogrammet H&M Incentive Program (HIP) - som riktar sig till alla anställda i H&M-koncernen - oavsett land, befattning och lönenivå - har en avsättning om MSEK 86 gjorts för räkenskapsåret 2019. Avsättningar till programmet görs vid en ökning av bolagets resultat efter skatt mellan två efterföljande räkenskapsår. Då HIP:s tillgångar är placerade i H&M-aktier får deltagarna i HIP, dvs H&M-gruppens medarbetare, varje år ta del av bolagets aktieutdelning. Totalt äger HIP cirka 7,6 miljoner aktier i H&M.

Varulager

Varulagrets sammansättning och nivå fortsätter att förbättras. Valutajusterat minskade varulagret med 6 procent. Dock har det bokförda varulagret i SEK en kraftig valutaeffekt som en följd av försvagningen av den svenska kronan. Uttryckt i SEK ökade därför varulagret marginellt till MSEK 37 823 (37 721).

Det bokförda varulagret i SEK utgjorde 16,3 procent (17,9) av omsättningen som uppgick till MSEK 232 755 (210 400).

Kostnaderna för prisnedsättningarna i relation till omsättningen bedöms minska med cirka 0,5-1 procentenhet i första kvartalet 2020 jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

Expansion

Integrationen av butik och online fortsätter. Arbetet med att rulla ut online globalt fortsätter till H&M-gruppens samtliga befintliga marknader och fler därtill.

Under 2019 har H&M och H&M HOME öppnat online i Mexiko samt H&M via franchise i Indonesien, Thailand och Egypten. H&M:s onlinebutik finns därmed på 51 marknader och därtill har H&M lanserats på Indiens ledande e-handelsplattform Myntra. COS, Monki, Weekday, & Other Stories och ARKET har öppnat online i Norge och & Other Stories har även öppnat på Tmall i Kina och Afound online i Nederländerna.

Nya butiksmarknader under 2019 för H&M blev Bosnien-Hercegovina och Belarus samt Tunisien, som öppnades via franchise. H&M-butiker finns därmed på 74 marknader. Under 2019 blev Island ny butiksmarknad för COS, Weekday och Monki. Weekday, & Other Stories och ARKET öppnade sina första butiker i Luxemburg. COS öppnade även i Litauen och Slovakien, Monki öppnade även i Polen samt via franchise i Förenade Arabemiraten. Weekday öppnade även i Polen, Schweiz och & Other Stories i Lettland.

I slutet av 2019 blev det möjligt för kunder på upp till ett 70-tal nya marknader att handla online från COS, Weekday, Monki, & Other Stories och ARKET. Det exakta antalet marknader per varumärke varierar för denna nya service.

Skiftet i branschen har öppnat upp för förbättrade hyresvillkor. Under 2019 har H&M-gruppen omförhandlat ett stort antal butikshyreskontrakt som en del i bolagets intensifierade butiksoptimering som även innefattar ombyggnader, anpassning av butiksantal och butiksytor för att säkerställa rätt butiksportfölj på respektive marknad. Under 2020 finns möjlighet att omförhandla ytterligare cirka 1 000 hyreskontrakt.

Anpassningen till kundernas ändrade köpmönster accelererades under året. Nettotillskottet av nya butiker för helåret 2019 blev 108 i stället för 175 som kommunicerades i början av året.

För räkenskapsåret 2020 planeras cirka 200 nya butiker inklusive franchise att öppna samt cirka 175 att stänga, vilket innebär ett nettotillskott om cirka 25 butiker. Merparten av öppningarna kommer att ske i Sydamerika, Asien exklusive Kina samt i Ryssland och Östeuropa, medan stängningarna främst sker i Europa, USA och Kina.

Australien blir ny H&M-onlinemarknad med planerad start under andra halvåret av 2020. H&M kommer även att lanseras på e-handelsplattformen SSG.COM i Sydkorea under 2020.

Avtal med ny franchisepartner i Centralamerika har tecknats. Den första H&M-butiken planeras öppna i Panama i slutet av 2020.

H&M-koncernens tillväxtmål om att öka försäljningen i lokala valutor med 10-15 procent per år med fortsatt hög lönsamhet kvarstår som ett långsiktigt mål.



WEEKDAY

Varumärke	Antal marknader 30 nov - 2019		Expansion 2019	Expansion 2020
	Butik	Online	Nya marknader	Nya marknader
H&M	74	51	Butik: Bosnien-Hercegovina*, Belarus*, Tunisien (franchise)* Online: Mexiko*, Indonesien (franchise)*, Thailand (franchise)*, Egypten (franchise)*	Butik: Panama (franchise) Online: Australien
COS	44	22	Butik: Island*, Litauen*, Slovakien* Online: Norge*, Global selling**	Butik: Nya Zeeland Online: Bulgarien, Cypern, Estland, Grekland, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Rumänien
Monki	19	19	Butik: Island*, Polen*, Förenade Arabemiraten (franchise)* Online: Norge*, Global selling**	Butik: Filippinerna Online: Bulgarien, Cypern, Estland, Grekland, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Rumänien
Weekday	14	19	Butik: Island*, Luxemburg*, Schweiz*, Polen* Online: Norge*, Global selling**	Butik: Ryssland Online: Bulgarien, Cypern, Estland, Grekland, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Rumänien
& Other Stories	20	22	Butik: Luxemburg*, Lettland* Online: Norge*, Kina (Tmall)*, Portugal*, Slovenien*, Slovakien*, Ungern*, Tjeckien*, Global selling**	Butik: Norge, Ryssland Online: Bulgarien, Cypern, Estland, Grekland, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Rumänien
ARKET	7	19	Butik: Luxemburg* Online: Norge*, Global selling**	Online: Bulgarien, Cypern, Estland, Grekland, Kroatien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Rumänien
Afound	1	2	Online: Nederländerna*	
H&M HOME	51	42	Butik: Kazakstan* Online: Mexiko*, Egypten (franchise)*	

* Öppnat fram till 30 november 2019

** Global selling: under 2019 blev det möjligt för kunder på upp till ett 70-tal nya marknader att handla online från COS, Weekday, Monki, & Other Stories och ARKET. Det exakta antalet marknader per varumärke varierar för denna nya tjänst.

Butiksantal per varumärke

H&M-gruppen öppnade 281 (375) butiker inklusive franchise under räkenskapsåret 2018/2019 och stängde, dvs konsoliderade 173 (146) butiker vilket gav ett nettotillskott om 108 (229) butiker. Av koncernens totalt 5 076 (4 968) butiker per den 30 november 2019 drevs 272 (255) butiker av franchisepartners.

Varumärke	Nya butiker 2019 (netto)		Totalt antal butiker	
	Q4	Helår	30 nov - 2019	30 nov - 2018
H&M	78	59	4 492	4 433
COS	8	21	291	270
Monki	4	3	130	127
Weekday	9	16	54	38
& Other Stories	2	1	71	70
Cheap Monday	0	-1	0	1
ARKET	1	4	20	16
Afound	1	2	7	5
H&M HOME*	1	3	11	8
Totalt	104	108	5 076	4 968

* Konceptbutiker. H&M HOME ingår även med shop-in-shop i 383 H&M-butiker.

Butiksantal per region

Region	Nya butiker 2019 (netto)		Totalt antal butiker	
	Q4	Helår	30 nov - 2019	30 nov - 2018
Europa & Afrika	38	18	3 087	3 069
Asien & Oceanien	33	58	1 209	1 151
Nord- & Sydamerika	33	32	780	748
Totalt	104	108	5 076	4 968

Skatt

Koncernens skattesats för räkenskapsåret 2018/2019 blev 22,7 (22,4) procent. Skattesatsens utfall för året beror på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land samt eventuella tillkommande skatter avseende tidigare år.

Skattesatsen för koncernen för räkenskapsåret 2019/2020 beräknas bli 22 - 23 procent. Under årets tre första kvartal kommer en skattesats om 23 procent att användas för att beräkna skattekostnaden på respektive periods resultat.

Medarbetare

Medelantalet anställda i koncernen omräknat till heltidstjänster uppgick till 126 376 (123 283) varav 11 221 (10 839) i Sverige.

Innevarande kvartal

Nettoförsäljningen under perioden 1 december 2019 - 28 januari 2020 ökade med 5 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år.

Många års långsiktiga investeringar och det pågående förändringsarbetet fortsätter att ge resultat i form av bland annat uppskattade kollektioner vilket bedöms leda till fortsatt mer fullpridförsäljning och mindre prisnedsättningar. Kostnaderna för prisnedsättningarna i relation till omsättningen bedöms minska med cirka 0,5 - 1 procentenhet i första kvartalet 2020 jämfört med motsvarande kvartal föregående år.

Aktivitetsnivån i bolagets förändringsarbete kommer att vara fortsatt hög under året.

Finansiering

Per den 30 november 2019 hade koncernen MSEK 6 909 (9 153) i lån med löptider upp till 1 år, varav MSEK 4 330* (0) i företagscertifikat, MSEK 6 306 (5 170) i lån med löptider 1 till 3 år, MSEK 2 102 (5 000) med löptider 3 till 5 år och MSEK 2000 (0) i lån med löptider över 5 år.

Lån inom Norden uppgick till MSEK 13 836 (17 886) till en snittränta om 0,65 procent. Lån i Euroländer uppgick till MSEK 3 153 (1 034) till en snittränta om 0,21 procent och i övriga världen uppgick lånen till MSEK 328 (403) till en snittränta på 8,26 procent. Koncernen har som strategi att den huvudsakliga upplåningen görs centralt för att sedan distribueras ut inom koncernen via dotterbolagslån. På en del av H&M:s försäljningsmarknader finns lokala regelverk och valutarestriktioner som gör det mer fördelaktigt för koncernen att använda sig av lokal finansiering.

H&M-koncernens starka kreditprofil möjliggör en kostnadseffektiv finansiering. För att skapa ytterligare flexibilitet och kostnadseffektivitet i finansieringen ser koncernen löpande över möjligheten att komplettera med andra finansieringskällor på kreditmarknaden.

Summan av likvida medel och outnyttjade kreditlöften uppgick till MSEK 24 169 (18 829) och den genomsnittliga löptiden på lån uppgick till 1,9 (1,6) år.

* Som tidigare kommunicerats lanserade H & M Hennes & Mauritz AB ett svenskt företagscertifikatsprogram i maj 2019.

Kapitalstruktur

H&M-koncernen förespråkar en konservativ skuldsättningsgrad där målet är att ha en stark kapitalstruktur med god likviditet och finansiell flexibilitet, då det är angeläget att expansionen och investeringarna, liksom hittills, kan ske med fortsatt handlingsfrihet. Kapitalstrukturen definieras som nettolåneskuld i förhållande till EBITDA. Den bör inte överstiga 1,0 x EBITDA över tid. Nettoskulden / EBITDA var 0,2 (0,3) per den 30 november 2019.

IFRS 16 Leasingavtal som tillämpas från den 1 december 2019 kommer att ge stora effekter på redovisningen av skulder, tillgångar och EBITDA. H&M-koncernen kommer dock fortsätta definiera kapitalstrukturen exklusive IFRS 16-effekter. Bolaget bedömer att detta i nuläget ger en tydligare bild av den verkliga skuldsättningsgraden och är också det mått som används för den interna uppföljningen.

Utdelningspolicy och utdelningsförslag

Styrelsens avsikt är att ge en fortsatt god direktavkastning till aktieägarna samt säkerställa att expansionen och investeringar i verksamheten, liksom hittills, kan ske med fortsatt hög finansiell styrka och handlingsfrihet. Styrelsen har mot denna bakgrund fastslagit en utdelningspolicy där utdelningsandelen ska överstiga 50 procent av vinsten efter skatt, dock med beaktande av kapitalstrukturmålet. Utdelning kommer att delas upp i två betalningstillfällen, en gång på våren och en gång på hösten.

Styrelsen har beslutat att föreslå årsstämman den 7 maj 2020 att besluta om en bibehållen utdelning på SEK 9:75 per aktie (9:75), vilket motsvarar 120 procent (127,5) av koncernens resultat efter skatt.

Den första utbetalningen om 4:90 SEK kommer att ske under maj månad och den andra utbetalningen om 4:85 SEK kommer att ske i november 2020.

Styrelsens uppfattning är att föreslagen utdelning är försvarlig då den baseras på att verksamheten uppvisar successiva förbättringar, att investeringarna (capex) minskar under 2020, att varulagersituationen förbättrats samt att bolaget har en fortsatt stark finansiell ställning. Utdelningsförslaget tar hänsyn till koncernens och moderbolagets finansiella ställning och fortsatta handlingsfrihet samt beaktar kapitalstrukturmålet och de krav som verksamhetens art, omfattning, risker, expansion och utveckling av verksamheten ställer på koncernens och moderbolagets egna kapital och likviditet.

Årsstämma 2020

2020 års stämma hålls torsdagen den 7 maj 2020 kl. 15.00 i Erling Perssonsalen, Aula Medica, Karolinska Institutet, i Solna.

Årsredovisning 2019

Årsredovisningen och bolagsstyrningsrapporten beräknas att publiceras i slutet av mars 2020 på hmgroup.com och skickas ut via post till de aktieägare som har önskat det. Rapporterna kommer även att finnas tillgängliga på bolagets kontor.

Redovisningsprinciper

Koncernen tillämpar International Financial Reporting Standards (IFRS) såsom de är antagna av EU. Denna rapport är upprättad enligt IAS 34 Delårsrapportering samt årsredovisningslagen.

Redovisningsprinciper och beräkningsmetoder som tillämpas i denna rapport är oförändrade från dem som tillämpades vid upprättandet av års- och koncernredovisningen för år 2018 och som framgår i not 1 Redovisningsprinciper förutom vad avser IFRS 9 Finansiella instrument och IFRS 15 Intäkter från avtal med kunder.

IFRS 9 Finansiella instrument - standarden började tillämpas den 1 december 2018 för H&M och ersatte då IAS 39 Finansiella instrument: Redovisning och värdering. Standarden är uppdelad i tre delar; klassificering och värdering, säkringsredovisning och nedskrivning.

IFRS 9 kräver att finansiella tillgångar ska klassificeras i tre olika värderingskategorier; upplupet anskaffningsvärde, verkligt värde via övrigt totalresultat eller verkligt värde via resultatet. Klassificering fastställs vid första redovisningstillfället utifrån tillgångens egenskaper och företagets affärsmodell. För finansiella skulder sker inga stora förändringar jämfört med IAS 39. Slutligen har nya principer introducerats avseende nedskrivningar av finansiella tillgångar, där modellen baseras på förväntade förluster. Syftet med den nya modellen är bland annat att reserveringar för kreditförluster ska göras i ett tidigare skede. För H&M påverkas värdering av osäkra kundfordringar endast oväsentligt av övergången. Totalt sett har införandet av IFRS 9 inte medfört någon väsentlig förändring på koncernredovisningen.

IFRS 15 Intäkter från avtal med kunder - standarden började tillämpas den 1 december 2018 för H&M och ersätter samtliga tidigare utgivna standarder och tolkningar som hanterar intäkter (dvs IAS 11 Entreprenadavtal, IAS 18 Intäkter, IFRIC 13 Kundlojalitetsprogram, IFRIC 15 Avtal om uppförande av fastighet, IFRIC 18 Överföringar av tillgångar från kunder och SIC 31 Intäkter - bytestransaktioner som avser reklamtjänster).

IFRS 15 innehåller en samlad modell för intäktsredovisning avseende kundkontrakt. Tanken är att allt tar sin början i ett avtal om försäljning av en vara eller tjänst, mellan två parter. Inledningsvis ska ett kundavtal identifieras, vilket hos säljaren genererar en tillgång (rättigheter, ett löfte om erhållande av ersättning) och en skuld (åtagande, ett löfte om överföring av varor/tjänster). Företaget redovisar sedan en intäkt och påvisar därigenom att företaget uppfyller ett åtagande att leverera utlovade varor eller tjänster till kunden. Koncernens resultaträkning har inte väsentligt påverkats av införandet av IFRS 15, enda undantaget är att koncernen bruttoredovisar reserven för förväntade returerna. Koncernen har valt att använda framåtriktad övergångsmetod varför jämförelsetalen inte har omräknats.

Moderbolaget tillämpar årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer, vilket i huvudsak innebär att IFRS tillämpas. I enlighet med RFR 2 tillämpar moderbolaget inte IFRS 9 vid värdering av finansiella instrument och aktiverar inte heller utvecklingsutgifter.

För definitioner, se års- och koncernredovisningen för 2018.

Framtida redovisningsprinciper

IFRS 16 Leasingavtal - standarden tillämpas för räkenskapsåret som började den 1 december 2019 för H&M och ersätter IAS 17 Leasingavtal samt tillhörande tolkningar. Standarden kräver att leasetagare redovisar tillgångar och skulder hänförliga till alla leasingavtal, med undantag för avtal som är kortare än 12 månader och/eller avser låga värden. Tillgången skrivs av över nyttjandeperioden och skulden utgör nuvärdet av leasebetalningarna diskonterat med en låneränta. H&M utnyttjar lätttnadsregeln för leasar av lågt värde samt leasar med en leasingperiod som är kortare än 12 månader. Det innebär att dessa inte kommer att inkluderas i leasingkulden utan fortsätta att redovisas som tidigare.

Under 2019 har införandet av IFRS 16 förberetts av H&M-koncernen där koncernens leasingavtal har bedömts för att avgöra om det avser en tjänst eller ett hyresavtal. Ett hyresavtal är enligt IFRS 16 ett avtal som kontrollerar nyttjanderätten av en identifierbar tillgång under en angiven tidsperiod mot ersättning. Genomgången visar att majoriteten av de kontrakt som H&M klassificerar som leasingkontrakt enligt IFRS 16 avser hyra av butikslokaler där egen verksamhet bedrivs. Även kontor och lagerlokaler för koncernens eget bruk klassificeras som leasingavtal. Variabla leasingavgifter, så som omsättningsbaserad hyra, inkluderas ej i leasingkulden.

H&M-gruppen har över 5 000 butiker samt flertalet kontor och lager världen över. Det antagande som har störst effekt på leasingkuldens storlek är bedömningen av leasingperioden. När en leasingperiod förfaller kan ett avtal avslutas helt, omförhandlas eller förlängas beroende på kontraktets utformning. Rättighet att avsluta kontrakt under perioden kan minska den leasingperiod som används vid beräkningen under vissa förutsättningar. Möjlighet till förlängning ska tas med i beräkningen om leasetagaren är rimligt säker på att utnyttja det alternativet. För att underlätta bedömning av leasingperioden som används för att beräkna leasingåtagandet enligt IFRS 16 har antaganden utifrån kontraktstyp gjorts.

Antagandena för fastställande av leasingperiod för respektive kontraktstyp är framtagna utifrån bästa möjliga bedömning och baseras på historiska data samt rådande marknadssituation. Antagandena för koncernen kommer utvärderas löpande utifrån förändringar inom branschen.

IFRS 16 erbjuder alternativa övergångsregler. H&M-koncernen har valt att tillämpa den förenklade övergångsmetoden som innebär att beräkningen av skulden vid tidpunkten för övergången till IFRS 16 baseras på återstående hyresbetalningar för den leasade tillgången och redovisas som en justering av ingående balans. Per 1 december 2019 redovisas således H&M-koncernens kvarvarande betalningar för samtliga leasingavtal inkluderade som leaseskuld. Diskonteringsränta som används vid beräkning motsvarar H&M-koncernens marginella låneränta vid tidpunkten för övergång med hänsyn tagen till bland annat land och längd på respektive leasingavtal. Per övergångsdagen redovisas nyttjanderättstillgången till samma värde som den nuvärdesberäknade leaseskulden med avdrag för tillskott från hyresvärdar dvs lease incentives. De valda övergångsreglerna innebär en framåtriktad tillämpning av IFRS 16.

H&M-gruppens beräkning per 1 december 2019 indikerar en öppningsbalans om 73 miljarder SEK i nyttjanderättstillgång samt 77 miljarder SEK i leasingskuld enligt IFRS 16, skillnaden utgörs i huvudsak av tillskott från hyresvärdar dvs lease incentives. Beräkningen har gjorts utifrån vid tidpunkten gällande avtal.

Införandet av IFRS 16 kommer att få betydande effekter på de kommande finansiella rapporterna. H&M-koncernens bedömning är att införandet av IFRS 16, baserat på resultatet för räkenskapsåret 2018/19 och allt annat lika, skulle medföra ett ökat rörelseresultat för helåret om cirka 7 - 9 procent till följd av att en del av leasingkostnaderna kommer att redovisas som räntekostnad. Motsvarande bedömning skulle vidare medföra att resultatet efter finansiella poster för helåret skulle öka med 2 - 3 procent. Effekten kommer att kunna variera mellan kvartalen. H&M-koncernen arbetar kontinuerligt med samtliga hyresåtaganden vilket innebär att ett stort antal kontrakt omförhandlas, butiker stängs samt nya kontrakt förhandlas löpande. Till följd av detta är de ovan nämnda framtida resultateffekterna preliminära och kommer löpande att uppdateras under året.

Den totala effekten på kassaflödet bedöms bli marginell. Dock uppstår det effekter mellan raderna eftersom kassaflödet från den löpande verksamheten förväntas öka samtidigt som finansieringsverksamheten minskar med motsvarande belopp. Detta som en följd av att amorteringsdelen i leasingavgifterna redovisas som utbetalning i finansieringsverksamheten. Nyckeltal för koncernen kommer att påverkas av införandet av IFRS 16, varför H&M-koncernen initialt kommer att redovisa utvalda nyckeltal både med och utan effekter av IFRS 16.

Finansiella instrument

H & M Hennes & Mauritz AB:s finansiella instrument består huvudsakligen av kundfordringar, övriga fordringar, likvida medel, leverantörsskulder, upplupna leverantörskostnader, räntebärande värdepapper och skulder samt valutaderivat. Valutaderivat värderas till verkligt värde baserat på indata motsvarande nivå 2 enligt IFRS 13. Per den 30 november 2019 uppgår terminkontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 771 (419) vilket redovisas inom posten övriga kortfristiga fordringar. Terminkontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 568 (311) vilket redovisas inom övriga kortfristiga skulder. Övriga finansiella tillgångar och skulder har korta löptider och värderas till upplupet anskaffningsvärde. Därför bedöms de verkliga värdena på dessa finansiella instrument approximativt motsvara bokförda värden.

Risker och osäkerhetsfaktorer

Det finns ett flertal faktorer som kan påverka H&M-koncernens resultat och verksamhet. Många av dessa kan hanteras genom interna rutiner, medan vissa i högre utsträckning styrs av yttre faktorer. Risker och osäkerhetsfaktorer som rör H&M-koncernen finns relaterade till det stora skiftet i branschen, mode, vädersituationer, makroekonomi och geopolitiska händelser, hållbarhetsfrågor, valutor, cyberattacker, skatter, tull och olika regleringar men kan även uppkomma vid etablering på nya marknader, lansering av nya koncept och hantering av varumärken.

För ytterligare beskrivning avseende risker och osäkerhetsfaktorer hänvisas till förvaltningsberättelsen och not 2 i års- och koncernredovisningen för 2018.

Kalendarium

16 mars 2020	Första kvartalets försäljningsutveckling, 2019-12-01 - 2020-02-29
3 april 2020	Tremånadersrapport, 2019-12-01 - 2020-02-29
7 maj 2020	Årsstämma
15 juni 2020	Andra kvartalets försäljningsutveckling, 2020-03-01 - 2020-05-31
26 juni 2020	Sexmånadersrapport, 2019-12-01 - 2020-05-31
15 september 2020	Tredje kvartalets försäljningsutveckling 2020-06-01 - 2020-08-31
1 oktober 2020	Niomånadersrapport, 2019-12-01 - 2020-08-31

Bokslutskommunikén har inte granskats av bolagets revisorer.

Stockholm den 29 januari 2020
Styrelsen

Press- och telefonkonferens i samband med bokslutskommunikén

Bokslutskommunikén 2019, 1 december 2018 – 30 november 2019, publiceras kl. 08.00 den 30 januari 2020, följt av en presskonferens som hålls kl. 09.30 där vd Karl-Johan Persson och IR-chef Nils Vinge medverkar. Presskonferensen hålls på svenska för media och finansmarknad på H&M:s huvudkontor i Stockholm, Ljusgården, Mäster Samuelsgatan 49, 3 tr. För presentationsmaterial se hmgroupp.com/investerare efter presskonferensen.

En telefonkonferens för finansmarknad och media hålls på engelska kl 14.00 där vd Karl-Johan Persson, finanschef Jyrki Tervonen och IR-chef Nils Vinge medverkar. För inloggningsuppgifter till telefonkonferensen vänligen registrera er på:

<http://emea.directeventreg.com/registration/1381235>

För bokning av intervjuer med vd Karl-Johan Persson och IR-chef Nils Vinge i samband med bokslutskommunikén den 30 januari, vänligen kontakta:

Kristina Stenvinkel, kommunikationsdirektör

Telefon: 08-796 39 08

E-mail: stenvinkel@hm.com

Kontakt

Nils Vinge, IR-ansvarig	08-796 52 50
Karl-Johan Persson, vd	08-796 55 00 (växel)
Jyrki Tervonen, finanschef	08-796 55 00 (växel)

H & M Hennes & Mauritz AB (publ)

106 38 Stockholm

Tel: 08-796 55 00, fax: 08-24 80 78, e-mail: info@hm.com

Styrelsens säte: Stockholm, org.nr. 556042-7220

För mer information om H&M-gruppen se hmgroupp.com

Informationen i denna bokslutskommuniké är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning (EU) nr 596/2014. Informationen lämnades, genom ovanstående personers försorg för offentliggörande den 30 januari 2020 kl 08.00 (CET). Denna bokslutskommuniké, liksom ytterligare information om H&M-gruppen finns tillgänglig på hmgroupp.com.

H & M Hennes & Mauritz AB (publ) grundades i Sverige 1947 och är noterat på Nasdaq Stockholm. H&M:s affärsidé är att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris på ett hållbart sätt. I koncernen ingår förutom H&M, varumärkena COS, Monki, Weekday, & Other Stories, H&M HOME, ARKET samt Afound. I dagsläget har H&M-koncernen 51 onlinemarknader och mer än 5 000 butiker på 74 marknader, inklusive franchisemarknader. 2019 uppgick nettoomsättningen till SEK 233 miljarder. Antalet anställda uppgår till cirka 179 000. Ytterligare information finns på hmgroupp.com.

KONCERNENS RESULTATRÄKNING (MSEK)

	Q4 2019	Q4 2018	Helår 2019	Helår 2018
Nettoomsättning	61 694	56 414	232 755	210 400
Kostnad sålda varor	-28 407	-25 822	-110 302	-99 513
BRUTTORESULTAT	33 287	30 592	122 453	110 887
<i>Bruttomarginal, %</i>	54,0	54,2	52,6	52,7
Försäljningskostnader	-25 544	-24 249	-96 279	-87 512
Administrationskostnader	-2 366	-2 041	-8 828	-7 882
RÖRELSERESULTAT	5 377	4 302	17 346	15 493
<i>Rörelsemarginal, %</i>	8,7	7,6	7,5	7,4
Ränteintäkter (inkl finansiell leasing)	101	95	376	292
Räntekostnader och liknande resultatposter (inkl finansiell leasing)	-75	-45	-331	-146
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	5 403	4 352	17 391	15 639
Skatt	-1 191	-809	-3 948	-2 987
PERIODENS RESULTAT	4 212	3 543	13 443	12 652*

* Resultatet efter skatt för 2018 påverkades av en positiv engångseffekt om MSEK 425 från den amerikanska skattereformen, Tax Cuts & Jobs Act.

Årets resultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.

Resultat per aktie, SEK**	2,54	2,14	8,12	7,64
Antal aktier, tusental**	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	2 835	2 590	11 051	9 671
därav kostnad sålda varor	142	138	570	558
därav försäljningskostnader	2 529	2 323	9 887	8 566
därav administrationskostnader	164	129	594	547

** Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q4 2019	Q4 2018	Helår 2019	Helår 2018
PERIODENS RESULTAT	4 212	3 543	13 443	12 652
Övrigt totalresultat				
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>				
Omräkningsdifferenser	-902	-479	1 150	1 895
<i>Förändring i säkringsreserv</i>				
Värdeförändring derivat	159	522	-209	483
Överföringar till resultaträkningen	365	52	365	52
Skatt hänförlig till förändring i säkringsreserver	-121	-132	-36	-123
<i>Poster som inte kommer att omföras till årets resultat</i>				
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-68	14	-68	14
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	15	-3	15	-3
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-552	-26	1 217	2 318
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	3 660	3 517	14 660	14 970

Årets totalresultat är i sin helhet hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz AB:s aktieägare.

KONCERNENS BALANSRÄKNING (MSEK)

TILLGÅNGAR	2019-11-30	2018-11-30
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR		
Immateriella anläggningstillgångar		
Hysesrätter och liknande rättigheter	411	508
Balanserade utvecklingsutgifter	10 973	9 046
Goodwill	64	64
	11 448	9 618
Materiella anläggningstillgångar		
Byggnader och mark	813	831
Inventarier	40 079	41 608
	40 892	42 439
Finansiella anläggningstillgångar		
Andelar i intresseföretag	210	126
Övriga aktier och andelar	429	352
	639	478
Övriga anläggningstillgångar		
Långfristiga fordringar	912	885
Uppskjutna skattefordringar	4 322	3 794
	5 234	4 679
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	58 213	57 214
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR		
Varulager	37 823	37 721
Kortfristiga fordringar		
Kundfordringar	5 879	6 329
Skattefordringar	1 555	1 448
Övriga fordringar	1 736	1 607
Förutbetalda kostnader	2 967	2 881
	12 137	12 265
Likvida medel	12 312	11 590
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	62 272	61 576
SUMMA TILLGÅNGAR	120 485	118 790

KONCERNENS BALANSRÄKNING (MSEK)

EGET KAPITAL OCH SKULDER	2019-11-30	2018-11-30
EGET KAPITAL		
Aktiekapital	207	207
Reserver	4 592	3 322
Balanserade vinstmedel	52 270	55 017
SUMMA EGET KAPITAL	57 069	58 546
SKULDER		
Långfristiga skulder		
Avsättningar för pensioner*	510	445
Uppskjutna skatteskulder	4 423	5 088
Skulder till kreditinstitut*	10 413	10 170
Övriga räntebärande skulder*	234	322
	15 580	16 025
Kortfristiga skulder		
Leverantörsskulder	7 838	6 800
Skatteskulder	2 752	1 163
Skulder till kreditinstitut**	6 904	9 153
Räntebärande skulder**	147	136
Övriga skulder	4 476	3 800
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	25 719	23 167
	47 836	44 219
SUMMA SKULDER	63 416	60 244
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	120 485	118 790

* Räntebärande långfristiga skulder uppgår till MSEK 11 157 (10 937).

** Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 7 051 (9 289).

KONCERNENS FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL (MSEK)

Allt eget kapital är hänförligt till moderbolaget H & M Hennes & Mauritz ABs aktieägare.

	Aktiekapital	Omräknings- differenser	Säkrings- reserv	Balanserade vinstmedel	Totalt eget kapital
Eget kapital 2018-12-01	207	3 248	74	55 017	58 546
Årets resultat	-	-	-	13 443	13 443
Övrigt totalresultat					
Omräkningsdifferenser	-	1 150	-	-	1 150
Förändring i säkringsreserv					
Värdetförändring derivat	-	-	-209	-	-209
Överföringar till resultaträkningen	-	-	365	-	365
Skatt hänförlig till säkringsreserv	-	-	-36	-	-36
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	-68	-68
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	15	15
Övrigt totalresultat	-	1 150	120	-53	1 217
Totalresultat	-	1 150	120	13 390	14 660
Utdelning	-	-	-	-16 137	-16 137
Eget kapital 2019-11-30	207	4 398	194	52 270	57 069

	Aktiekapital	Omräknings- differenser	Säkrings- reserv	Balanserade vinstmedel	Totalt eget kapital
Eget kapital 2017-12-01	207	1 353	-338	58 491	59 713
Årets resultat	-	-	-	12 652	12 652
Övrigt totalresultat					
Omräkningsdifferenser	-	1 895	-	-	1 895
Förändring i säkringsreserv					
Värdetförändring derivat	-	-	483	-	483
Överföringar till resultaträkningen	-	-	52	-	52
Skatt hänförlig till säkringsreserv	-	-	-123	-	-123
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	14	14
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	-3	-3
Övrigt totalresultat	-	1 895	412	11	2 318
Totalresultat	-	1 895	412	12 663	14 970
Utdelning	-	-	-	-16 137	-16 137
Eget kapital 2018-11-30	207	3 248	74	55 017	58 546

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)

	Helår 2019	Helår 2018
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	17 391	15 639
- Avsättning till pensioner	-12	0
-Avskrivningar	11 051	9 671
- Betald skatt	-3 700	-3 098
- Övrigt	23	39
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	24 753	22 251
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	753	-587
Varulager	273	-3 489
Rörelseskulder	3 207	3 112
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	28 986	21 287
Investeringsverksamheten		
Investeringar i hyresrätter och liknande rättigheter	-47	-64
Investeringar i övriga immateriella tillgångar	-2 909	-3 207
Investeringar i byggnader och mark	0	-5
Investeringar i inventarier	-7 384	-9 552
Övriga investeringar	-188	-324
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-10 528	-13 152
Finansieringsverksamheten		
Kortfristiga lån	-2 249	-592
Upptagna lån	243	10 170
Amortering finansiell leasing	-149	-126
Utdelning	-16 137	-16 137
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-18 292	-6 685
ÅRETS KASSAFLÖDE	166	1 450
Likvida medel vid räkenskapsårets början	11 590	9 718
Årets kassaflöde	166	1 450
Valutakurseffekt	556	422
Likvida medel vid räkenskapsårets slut**	12 312	11 590

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 308 (107).

Erhållna räntor uppgår för koncernen till MSEK 376 (292).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid räkenskapsårets slut till MSEK 12 312 (11 590).

NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD OCH ANTAL BUTIKER

Helår, 1 december - 30 november

Marknad	2019	2018	Förändring i %		30 nov - 19	Butiker	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya	Stängda
Sverige	8 993	8 404	7	7	177	12	10
Norge	5 085	4 964	2	1	127	3	6
Danmark	5 157	5 045	2	-1	112	1	2
Storbritannien	14 897	13 760	8	4	305	13	12
Schweiz	5 676	5 145	10	3	99	3	4
Tyskland	33 540	32 367	4	0	466	11	13
Nederländerna	6 813	6 465	5	1	138	6	12
Belgien	4 214	3 815	10	7	98	6	4
Österrike	5 302	4 901	8	4	87	3	3
Luxemburg	490	406	21	16	15	5	0
Finland	2 530	2 412	5	1	68	5	4
Frankrike	12 196	11 311	8	4	235	10	12
USA	29 976	24 798	21	11	593	28	13
Spanien	7 930	7 373	8	4	167	4	9
Polen	6 336	5 285	20	17	190	4	0
Tjeckien	1 789	1 610	11	7	52	0	0
Portugal	1 309	1 179	11	7	29	0	3
Italien	8 401	7 630	10	6	181	10	8
Kanada	5 094	4 569	11	5	95	5	4
Slovenien	505	488	3	0	12	0	0
Irland	1 181	1 104	7	3	24	0	0
Ungern	1 903	1 646	16	13	47	0	0
Slovakien	813	750	8	5	27	2	0
Grekland	1 869	1 718	9	5	35	0	0
Kina	12 059	10 743	12	7	520	21	31
Hongkong	1 448	1 502	-4	-12	26	2	3
Japan	4 987	4 573	9	-1	105	15	1
Ryssland	6 852	5 737	19	15	147	10	2
Sydkorea	2 213	1 957	13	9	53	8	1
Turkiet	2 797	2 852	-2	10	66	1	3
Rumänien	2 642	2 299	15	13	57	1	0
Kroatien	779	719	8	4	16	0	0
Singapore	822	801	3	-5	14	2	0
Bulgarien	672	635	6	2	21	0	0
Lettland	365	356	3	-1	9	1	0
Malaysia	1 360	1 177	16	9	47	2	2
Mexiko	3 685	2 854	29	19	52	7	0
Chile	1 834	1 488	23	22	15	2	0
Litauen	397	351	13	9	10	1	0
Serbien	459	423	9	4	14	1	0
Estland	406	381	7	3	13	1	0
Australien	2 539	2 283	11	10	49	5	0
Filippinerna	1 273	1 007	26	15	40	6	0
Taiwan	650	627	4	-2	12	0	0
Peru	970	763	27	18	13	2	0
Macao	125	120	4	-5	2	0	0
Indien	2 007	1 408	43	35	47	8	0
Sydafrika	937	842	11	12	27	4	0
Puerto Rico	122	80	53	40	2	0	0
Cypern	87	79	10	7	1	0	0
Nya Zeeland	401	284	41	35	8	4	0
Kazakstan	221	203	9	12	6	3	0
Colombia	528	405	30	33	7	3	0
Island	251	192	31	37	6	3	0
Vietnam	434	271	60	49	8	2	0
Georgien	120	102	18	18	3	1	0
Ukraina	224	57	293	246	3	1	0
Uruguay	332	64	419	442	3	2	0
Bosnien-Hercegovina	32	0			1	1	0
Belarus	15	0			2	2	0
Franchise och övrigt	5 711	5 620	2	-7	272	28	11
Totalt	232 755	210 400	11	6	5 076	281	173

FEM ÅR I SAMMANDRAG

Helår, 1 december - 30 november

	2015	2016	2017	2018	2019
Nettoomsättning, MSEK	180 861	192 267	200 004	210 400	232 755
Ändring nettoomsättning från föregående år i SEK, %	19	6	4	5	11
Ändring nettoomsättning från föregående år i lokala valutor, %	11	7	3	3	6
Rörelseresultat, MSEK	26 942	23 823	20 569	15 493	17 346
Rörelsemarginal, %	14,9	12,4	10,3	7,4	7,5
Årets avskrivningar, MSEK	6 399	7 605	8 488	9 671	11 051
Resultat efter finansiella poster, MSEK	27 242	24 039	20 809	15 639	17 391
Resultat efter skatt, MSEK	20 898	18 636	16 184	12 652	13 443
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	12 950	9 446	9 718	11 590	12 312
Varulager, MSEK	24 833	31 732	33 712	37 721	37 823
Eget kapital, MSEK	58 049	61 236	59 713	58 546	57 069
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	12:63	11:26	9:78	7:64	8:12
Eget kapital per aktie, SEK*	35:07	37:00	36:08	35:37	34:48
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	14:54	14:36	13:04	12:86	17:51
Utdelning per aktie, SEK	9:75	9:75	9:75	9:75	..**
Avkastning på eget kapital, %	38,1	31,2	26,8	21,4	23,3
Avkastning på sysselsatt kapital, %	49,3	39,2	31,0	21,2	23,0
Andel riskbärande kapital, %	72,7	67,1	61,0	53,6	51,0
Soliditet, %	67,6	62,1	56,0	49,3	47,4
Totalt antal butiker	3 924	4 351	4 739	4 968	5 076
Medelantal anställda	104 634	114 586	120 191	123 283	126 376

* Före och efter utspädning.

** Styrelsens förslag.

För definitioner, se årsredovisningen

SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	2019	2018
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	35 646	31 902
Rörelseresultat	1 114	735
Rörelsemarginal, %	3,1	2,3
Tillgångar, exklusive skattefordringar och interna fordringar	16 116	16 102
Skulder, exklusive skatteskulder och interna skulder	2 938	2 400
Investeringar	817	1 047
Avskrivningar	1 781	1 667
Europa och Afrika*		
Extern nettoomsättning	154 555	143 480
Rörelseresultat	5 090	4 787
Rörelsemarginal, %	3,3	3,3
Tillgångar, exklusive skattefordringar och interna fordringar	47 536	47 571
Skulder, exklusive skatteskulder och interna skulder	17 069	15 952
Investeringar	3 573	4 378
Avskrivningar	4 642	4 528
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	42 554	35 018
Rörelseresultat	1 186	946
Rörelsemarginal, %	2,8	2,7
Tillgångar, exklusive skattefordringar och interna fordringar	20 322	19 863
Skulder, exklusive skatteskulder och interna skulder	8 589	7 909
Investeringar	2 057	2 915
Avskrivningar	2 923	2 437
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	82 898	67 795
Rörelseresultat	9 956	9 025
Rörelsemarginal, %	12,0	13,3
Tillgångar, exklusive skattefordringar och interna fordringar	30 633	30 012
Skulder, exklusive skatteskulder och interna skulder	27 644	27 732
Investeringar	3 943	4 557
Avskrivningar	1 705	1 039
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-82 898	-67 795
Totalt		
Extern nettoomsättning	232 755	210 400
Rörelseresultat	17 346	15 493
Rörelsemarginal, %	7,5	7,4
Tillgångar, exklusive skattefordringar och interna fordringar	114 607	113 548
Skulder, exklusive skatteskulder och interna skulder	56 240	53 993
Investeringar	10 390	12 897
Avskrivningar	11 051	9 671

*Sydafrika

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING (MSEK)

	Q4 2019	Q4 2018	Helår 2019	Helår 2018
Extern nettoomsättning	7	6	31	22
Intern nettoomsättning*	1 222	1 177	4 444	4 262
BRUTTORESULTAT	1 229	1 183	4 475	4 284
Administrationskostnader	-27	-32	-157	-156
RÖRELSERESULTAT	1 202	1 151	4 318	4 128
Utdelning från dotterbolag	15 069	10 076	15 840	13 793
Ränteintäkter och liknande resultatposter**	-27	-12	55	97
Räntekostnader och liknande resultatposter***	-34	-25	-142	-44
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	16 210	11 190	20 071	17 974
Bokslutsdispositioner	-2 961	-1 164	-2 961	-1 164
Skatt	406	2	-275	-673
PERIODENS RESULTAT	13 655	10 028	16 835	16 137

* Intern omsättning utgörs för kvartalet av royalty MSEK 1 158 (1 091) samt övrigt MSEK 64 (86) från koncernbolag och för helåret av royalty MSEK 4 364 (4 169) samt övrigt MSEK 80 (93).

** Ränteintäkter och liknande resultatposter utgörs för kvartalet av ränteintäkter MSEK 13 (14) samt omräkningseffekter från koncernbolag MSEK -41 (-26) och för helåret av ränteintäkter MSEK 18 (19) samt omräkningseffekter från koncernbolag MSEK 37 (78).

*** Räntekostnader och liknande resultatposter utgörs för kvartalet av räntekostnader MSEK -34 (-25) samt omräkningseffekter från koncernbolag MSEK 0 (0) och för helåret av räntekostnader MSEK -142 (-44) samt omräkningseffekter från koncernbolag MSEK 0 (0).

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q4 2019	Q4 2018	Helår 2019	Helår 2018
PERIODENS RESULTAT	13 655	10 028	16 835	16 137
Övrigt totalresultat <i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>				
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-3	-9	-3	-9
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	1	2	1	2
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-2	-7	-2	-7
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	13 653	10 021	16 833	16 130

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING (MSEK)

	2019-11-30	2018-11-30
TILLGÅNGAR		
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR		
Materiella anläggningstillgångar		
Byggnader och mark	139	146
Inventarier	93	143
	232	289
Övriga anläggningstillgångar		
Aktier och andelar	918	588
Fordringar hos dotterbolag	796	842
Långfristiga fordringar	117	115
Uppskjutna skattefordringar	82	76
	1 913	1 621
SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	2 145	1 910
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR		
Kortfristiga fordringar		
Kundfordringar	8	6
Fordringar hos dotterbolag	30 992	30 104
Skattefordran	421	-
Övriga fordringar	-	2
Förutbetalda kostnader	21	121
	31 442	30 233
Kassa och bank	2	93
SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR	31 444	30 326
SUMMA TILLGÅNGAR	33 589	32 236

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING (MSEK)

	2019-11-30	2018-11-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
EGET KAPITAL		
Bundet eget kapital		
Aktiekapital	207	207
Reservfond	88	88
	295	295
Fritt eget kapital		
Balanserade vinstmedel	39	46
Årets resultat	16 833	16 130
	16 872	16 176
SUMMA EGET KAPITAL	17 167	16 471
OBESKATTADE RESERVER	57	96
SKULDER		
Långfristiga skulder		
Avsättning för pensioner*	176	181
Skulder till kreditinstitut*	10 266	9 113
	10 442	9 294
Kortfristiga skulder		
Leverantörsskulder	5	1
Skatteskulder	-	21
Skulder till kreditinstitut*	5 530	6 000
Övriga skulder	202	200
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	186	153
	5 923	6 375
SUMMA SKULDER	16 365	15 669
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	33 589	32 236

* Endast avsättning för pensioner och skulder till kreditinstitut är räntebärande