

H & M Hennes & Mauritz AB

Niomånadersrapport

Nio månader (2014-12-01 – 2015-08-31)

- Väl mottagna kollektioner för H&M-koncernens samtliga varumärken bidrog till en bra försäljning och ökade marknadsandelar. H&M-koncernens omsättning exklusive moms ökade med 22 procent till MSEK 132 167 (108 775) under räkenskapsårets första nio månader. I lokala valutor var ökningen 12 procent.
- Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 20 094 (18 096), en ökning med 11 procent. Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 15 372 (13 754), motsvarande SEK 9:29 (8:31) per aktie, en ökning med 12 procent.

Nio månader:
Försäljning +22 %
Resultat +12 %

Tredje kvartalet (2015-06-01 – 2015-08-31)

- Koncernens omsättning exklusive moms ökade med 19 procent till MSEK 46 024 (38 805) under tredje kvartalet. I lokala valutor var ökningen 11 procent.
- Bruttoresultatet uppgick till MSEK 25 712 (22 627), en ökning med 14 procent. Detta motsvarar en bruttomarginal om 55,9 procent (58,3).
- Resultatet efter finansiella poster var på samma nivå som föregående år och uppgick till MSEK 6 936 (6 967). Koncernens resultat efter skatt uppgick till MSEK 5 306 (5 296), motsvarande SEK 3:21 (3:20) per aktie.
- H&M:s första butiker i Macao fick ett mycket bra mottagande vid öppningarna i kvartalet.
- Mycket bra start för H&M Beauty sedan lanseringen i juli. H&M Beauty finns nu i cirka 700 butiker på 28 marknader samt även online.



H&M Beauty

- Försäljningen inklusive moms under perioden 1 september – 22 september 2015 ökade med 12 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period föregående år.
- Fortsatt kraftig expansion: cirka 400 nya butiker netto planeras under 2015. Indien och Sydafrika blir nya butiksmarknader i oktober 2015. Åtta nya H&M-online-marknader har hittills öppnats under 2015, vilka samtliga har fått ett mycket bra mottagande. Schweiz och Ryssland blir nya onlinemarknader under hösten 2015.
- Under räkenskapsåret 2015/2016 planerar H&M att erbjuda e-handel i ytterligare nio befintliga H&M-marknader samt att öppna tre nya butiksmarknader; Nya Zeeland, Cypern och Puerto Rico.

MSEK	Q3 2015	Q3 2014	Nio månader 2015	Nio månader 2014
Nettoomsättning	46 024	38 805	132 167	108 775
Bruttoresultat	25 712	22 627	75 170	63 278
<i>bruttomarginal, %</i>	<i>55,9</i>	<i>58,3</i>	<i>56,9</i>	<i>58,2</i>
Rörelseresultat	6 869	6 886	19 858	17 852
<i>rörelsemarginal, %</i>	<i>14,9</i>	<i>17,7</i>	<i>15,0</i>	<i>16,4</i>
Finansnetto	67	81	236	244
Resultat efter finansiella poster	6 936	6 967	20 094	18 096
Skatt	-1 630	-1 671	-4 722	-4 342
Periodens resultat	5 306	5 296	15 372	13 754
Resultat per aktie, SEK	3,21	3,20	9,29	8,31

Q3

Kommentar av Karl-Johan Persson, vd

”Hittills i år har vi sålt för över 153 miljarder SEK inklusive moms, en ökning om drygt 20 procent vilket är ett bra kvitto på att våra kollektioner uppskattas runt om i världen. Också försäljningen i tredje kvartalet var bra även om augustiförsäljningen påverkades negativt av ovanligt varmt väder på flera av våra stora europeiska marknader. När sedan vädret normaliserades under september tog försäljningen fart igen och vi ser fram emot en spännande modehöst.

Vi har en god resultatutveckling under årets första nio månader även om resultatet i tredje kvartalet påverkades negativt av ökade inköpskostnader till följd av den starka US-dollar. Som alltid, ser vi över vårt kunderbjudande på varje enskild marknad och vi följer marknadsutvecklingen noga för att säkerställa att vi erbjuder den bästa kombinationen av mode, kvalitet, pris och hållbarhet.

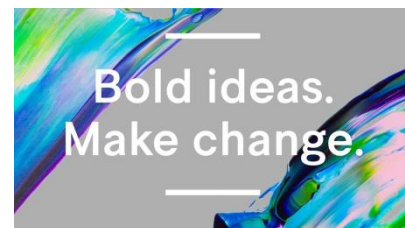
Vi stärker också vårt erbjudande genom att kontinuerligt utveckla och förbättra sortimentet ytterligare. Under sommaren lanserades till exempel vårt nya skönhetskoncept, H&M Beauty, som har fått en mycket bra start i cirka 700 butiker på 28 marknader samt online. Nu fortsätter utrollningen till ytterligare 14 marknader under hösten. Vi tittar även på att lansera ytterligare nya koncept och varumärken, vilket vi kommer att återkomma om längre fram.

Vår online-utrollning till nya länder fortsätter enligt plan. Nu under hösten öppnar vi H&Ms onlinebutik i både Schweiz och Ryssland, vilket gör att vi kommer att ha 23 H&M-onlinemarknader vid räkenskapsårets slut. Under 2016 planerar vi att erbjuda e-handel på ytterligare nio befintliga H&M-marknader. Dessa länder blir Irland, Japan, Grekland, Kroatien, Slovenien, Estland, Lettland, Litauen och Luxemburg.

Parallellt med vår snabba online-expansion, öppnar vi också fysiska butiker i snabb takt. Under fjärde kvartalet planerar vi att öppna cirka 240 nya butiker netto - vilket är nästan tre butiker om dagen. Två nya och spännande H&M-länder under hösten blir Indien, där vi öppnar vår första butik i New Delhi i nästa vecka, samt Sydafrika där vi öppnar senare i oktober i Kapstaden. Nästa år planerar vi att öppna tre nya butiksmarknader: Nya Zeeland, Cypern och Puerto Rico.

Vi har en god utveckling för våra övriga varumärken som fortsätter att nå allt fler kunder. Till exempel har nu COS cirka 130 butiker fördelat på 27 marknader, Monki drygt 90 butiker på 13 marknader, & Other Stories 25 butiker på tio marknader samt Weekday 20 butiker på fem marknader.

Också inom vårt hållbarhetsarbete händer det mycket. Vår strategi för rättvisa levnadslöner, där vi bland annat samarbetar med andra stora köpare i våra inköpsländer, visar på goda framsteg och nu kommer allt fler av våra leverantörer att börja använda Fair Wage-metoden för att åstadkomma en mer rättvis lönesättning för sina anställda. Vidare har vi nu, tack vare engagemanget från våra kunder, samlat in nästan 20 000 ton plagg för återanvändning och återvinning sedan 2013. En del av dessa har omvandlats till helt nya kläder, nu senast till fina denimplagg som just nu finns i våra butiker. Genom stiftelsen H&M Conscious Foundation, som arbetar med angelägna frågor, bidrar vi med humanitärt stöd i länder där H&M är verksam. Dessutom har stiftelsen instiftat ett nytt pris, Global Change Award, som uppmuntrar till innovation inom textilbranschen. Målet är att utveckla nya processer som gör det möjligt att återvinna använda plagg i större skala, vilket vi hoppas kommer att leda vår bransch mot en mer cirkulär ekonomi.”



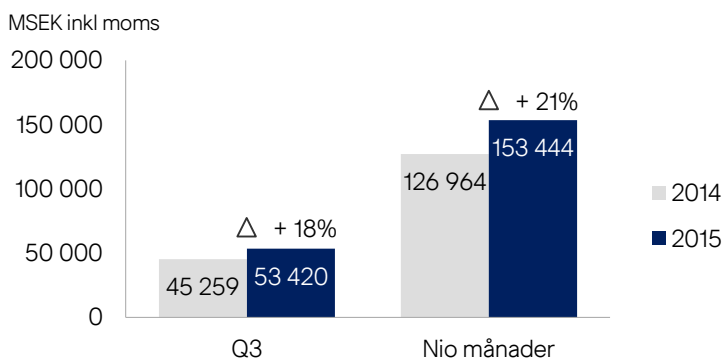
Global Change Award

”Vi är mycket stolta över att våra kunder hittills samlat in nästan 20 000 ton plagg i våra butiker. För att hitta de bästa idéerna till att sluta kretsloppet för textilier har stiftelsen H&M Conscious Foundation instiftat ett pris, Global Change Award, med förhoppningen att kunna skapa en riktig ’game changer’ för textilbranschen.”

Försäljning

Med väl mottagna kollektioner för samtliga varumärken och en fortsatt stark expansion ökade H&M-koncernen försäljningen samt fortsatte att ta marknadsandelar på en klädmarknad som på flera håll alltjämt präglades av ett utmanande makroekonomiskt läge.

Försäljningen under tredje kvartalet var stark under juni och juli men påverkades i augusti negativt av det osedvanligt varma vädret på många av H&M-koncernens stora europeiska marknader.



Försäljningen inklusive moms omräknat till SEK ökade med 18 procent till MSEK 53 420 (45 259) i tredje kvartalet. För niomånadersperioden ökade försäljningen inklusive moms med 21 procent och uppgick till MSEK 153 444 (126 964).

Försäljningen exklusive moms ökade med 19 procent till MSEK 46 024 (38 805) i tredje kvartalet och med 22 procent till MSEK 132 167 (108 775) under niomånadersperioden.

I lokala valutor ökade försäljningen inklusive moms med 11 procent i tredje kvartalet och med 12 procent under niomånadersperioden.

Den stora skillnaden mellan försäljningsökningen i SEK och i lokala valutor beror på att den svenska kronan har försvagats gentemot de flesta av koncernens försäljningsvalutor jämfört med motsvarande period föregående år.

Valutaomräkningseffekter uppstår när försäljningen i lokala valutor räknas om till bolagets rapporteringsvaluta SEK. När den svenska kronan försvagas uppstår en positiv valutaomräkningseffekt och när den svenska kronan stärks uppstår en negativ valutaomräkningseffekt.



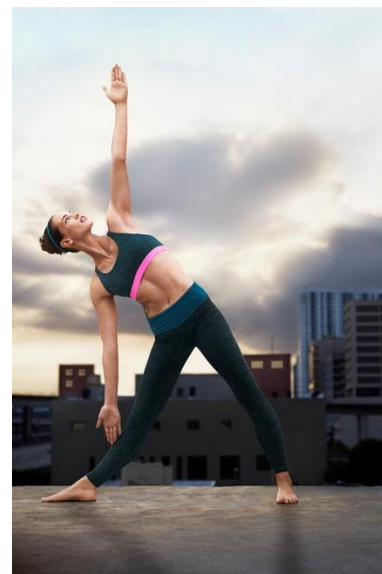
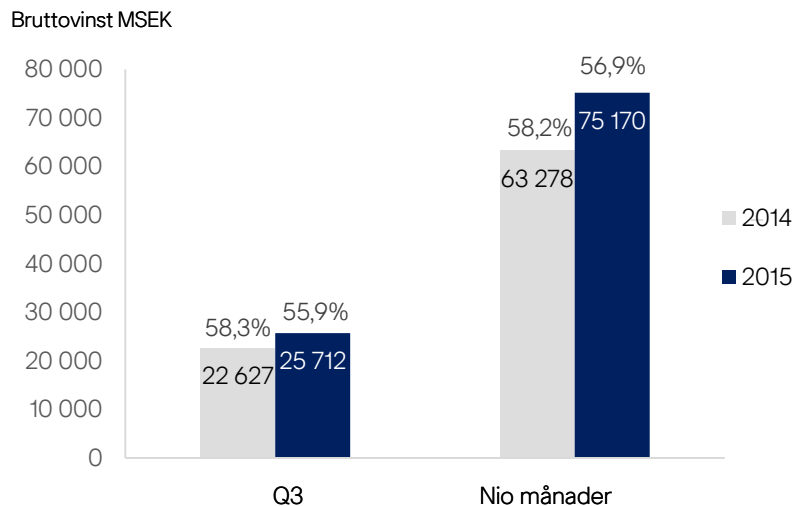
H&M Dam

Försäljning tio största marknaderna, nio månader

	2015	2014	Förändring i %		31 aug - 15	2015
	MSEK Inkl moms	MSEK Inkl moms	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker (netto)
Tyskland	27 204	25 557	6	2	447	7
USA	18 358	11 975	53	22	381	25
Storbritannien	11 595	9 180	26	9	254	1
Frankrike	10 043	8 952	12	8	213	8
Kina	7 732	5 117	51	21	299	29
Sverige	6 974	6 597	6	6	172	-4
Italien	6 193	4 994	24	19	138	6
Spanien	5 711	4 917	16	12	161	2
Nederländerna	5 484	5 344	3	-1	136	1
Schweiz	5 118	4 336	18	0	96	3
Övriga*	49 032	39 995	23	17	1 378	86
Totalt	153 444	126 964	21	12	3 675	164
* Varav franchise	3 287	2 140	54	28	141	11

Bruttoresultat och bruttomarginal

H&M:s bruttoresultat och bruttomarginal är ett resultat av många faktorer, såväl interna som externa, och påverkas också av de beslut som H&M tar utifrån strategin att alltid ha det bästa kunderbudandet på varje enskild marknad – utifrån kombinationen mode, kvalitet, pris och hållbarhet.



H&M Sport

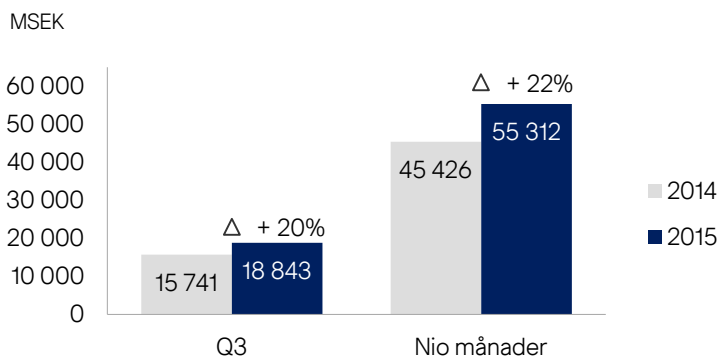
Bruttoresultatet ökade med 14 procent till MSEK 25 712 (22 627) under tredje kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 55,9 procent (58,3). För niomånadersperioden ökade bruttoresultatet med 19 procent till MSEK 75 170 (63 278), vilket motsvarar en bruttomarginal om 56,9 procent (58,2).

Prisnedsättningarna i relation till omsättningen ökade med 0,3 procentenheter i tredje kvartalet 2015 jämfört med motsvarande kvartal 2014, främst som en följd av ökade prisaktiviteter under augusti.

Sammantaget har marknadsläget för de externa faktorerna, såsom råvarupriser, kostnadsinflation, kapacitet hos leverantörerna, inköpsvalutor och transportkostnader, varit fortsatt negativt för inköpsperioden till tredje kvartalet, främst till följd av den starkare US-dollarns påverkan på inköpskostnaderna, jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.

Under inköpsperioden till fjärde kvartalet stärktes US-dollarnt ytterligare vilket har gett en fortsatt negativ effekt på inköpskostnaderna för fjärde kvartalet.

Försäljnings- och administrationskostnader

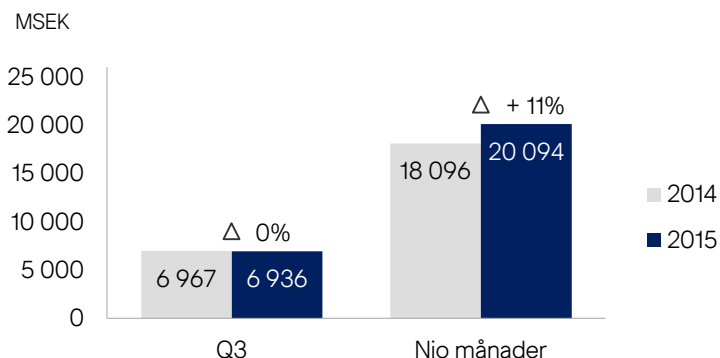


Kostnadskontrollen i koncernen är fortsatt god. I tredje kvartalet 2015 ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 20 procent i SEK och 12 procent i lokala valutor jämfört med tredje kvartalet föregående år. Ökningen hänför sig främst till expansionen samt de långsiktiga satsningarna inom främst IT och online och breddningen av sortimentet.



H&M Man

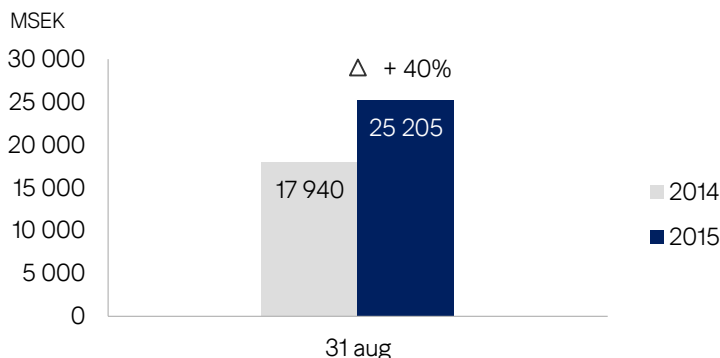
Resultat efter finansiella poster



Resultatet efter finansiella poster uppgick till MSEK 20 094 (18 096) under niomånadersperioden, vilket är en ökning med 11 procent. Resultatet efter finansiella poster i tredje kvartalet var på samma nivå som föregående år och uppgick till MSEK 6 936 (6 967).

Resultatet i tredje kvartalet har påverkats negativt främst av den starka US-dollarens påverkan på inköpskostnaderna samt av det osedvanligt varma vädret i augusti på många europeiska marknader vilket ledde till en svagare försäljning och ökade prisnedsättningar. Kostnaderna för de långsiktiga satsningarna var också högre än i motsvarande period föregående år. De långsiktiga satsningarna syftar till att stärka H&M-koncernens position ytterligare och säkra framtida expansion. Satsningarna fortsätter och kommer att vara högre under 2015 än under 2014 och kan fördela sig olika mellan kvartalen.

Varulager



& Other Stories i Århus i Danmark

Varulagret uppgick till MSEK 25 205 (17 940), en ökning med 40 procent i SEK och 38 procent i lokala valutor, jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år.

Även om den redovisade lagerökningen är stor bedöms både nivån och sammansättningen av varulagret som bra, med en större andel nya varor jämfört med samma tidpunkt föregående år.

Lagerökningen förklaras främst av den stärkta US-dollar som påverkat inköpskostnaderna och därmed varulagrets värde samt av butiks- och online-expansionen. Ökningen förklaras även av den tidigare kommunicerade ändringen i fakturahanteringsprocessen av H&M-koncernens varuinköp som ett led i att effektivisera och förenkla denna administrativa process.

Den förändrade hanteringen medför att fakturor avseende varuinköp bokförs tidigare, vilket medför att storleken på redovisat varulager och leverantörsskulder ökar från och med tredje kvartalet 2015. Denna bokföringseffekt har inneburit att det redovisade lagret per den sista augusti 2015 har ökat med cirka MSEK 1 200 jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år. Av samma skäl har leverantörsskulden ökat med motsvarande belopp.

Varulagret utgjorde 14,4 procent (12,3) av omsättningen exklusive moms, rullande tolv månader och 31,1 procent (26,5) av balansomslutningen.

Expansion

H&M ser fortsatt positivt på den framtida expansionen och koncernens affärsmöjligheter. Den kraftiga expansionen fortsätter i både butik och online.

H&M:s tillväxtmål ligger fast. Målet är att öka antalet butiker med 10–15 procent per år med fortsatt hög lönsamhet.

För helåret 2015 planeras ett nettotillskott om cirka 400 nya butiker. De största expansionsmarknaderna för året blir Kina och USA. Det finns även fortsatt stora möjligheter till expansion på övriga befintliga marknader samt på nya marknader.

Fem nya H&M-marknader tillkommer under 2015. Öppningarna i Taipei, Taiwan i februari, i Lima, Peru i maj och i Macao i juni, har samtliga varit mycket lyckade. De nya H&M-marknaderna Indien och Sydafrika planeras öppna under oktober 2015. Den första H&M-butiken i Indien öppnas i New Delhi och den första H&M-butiken i Sydafrika öppnas i Kapstaden. Under räkenskapsåret 2015/2016 planeras tre nya butiksmarknader; Nya Zeeland, Cypern och Puerto Rico.

Den globala uttrullningen av H&M:s onlinebutik fortsätter. Under 2015 har H&M hittills öppnat åtta nya onlinemarknader: Portugal, Polen, Tjeckien, Rumänien, Slovakien, Ungern, Bulgarien och Belgien. Schweiz och Ryssland blir nya onlinemarknader under hösten 2015. Under 2016 planeras e-handel att erbjudas på ytterligare nio befintliga H&M-marknader. Dessa länder blir Irland, Japan, Grekland, Kroatien, Slovenien, Estland, Lettland, Litauen och Luxemburg.

Expansionen för koncernens övriga varumärken COS, Monki, Weekday, Cheap Monday och & Other Stories fortsätter, där störst expansionsfokus är på COS och & Other Stories som kommer att öppna fler butiker under 2015 jämfört med 2014. COS kommer att öppna på fyra nya marknader i år. I februari öppnades en COS-butik via franchise i Bahrain. Under hösten öppnas de första COS-butikerna i Luxemburg, i Budapest i Ungern samt i Toronto och i Montreal i Kanada. Den första COS-butiken i Tjeckien planeras öppna i Prag under våren 2016.

Även H&M Home fortsätter sin snabba expansion med ett 100-tal nya H&M Home-avdelningar och 10 nya H&M Home-marknader under 2015.

Exempel på pågående långsiktiga satsningar inom breddningen av H&M:s produktsortiment är H&M Sport, H&M Beauty samt det utökade skosortimentet.

H&M Beauty har fått en mycket bra start sedan lanseringen påbörjades i juli 2015. H&M Beauty finns nu i cirka 700 butiker i 28 H&M-marknader samt online. H&M Beauty är ett nytt och brett koncept inom make-up, kropps- och hårvård av hög kvalitet till bästa pris i specialframtagen design. Utrullningen av H&M Beauty, som ersätter H&M:s nuvarande kosmetik, fortsätter under hösten 2015. H&M Beauty kommer vid slutet av räkenskapsåret att finnas i totalt cirka 900 H&M-butiker på 42 marknader samt via online på hm.com.



H&M Beauty

Butiksantal per varumärke

Under niomånadersperioden öppnade koncernen 206 (245) butiker och stängde 42 (36) butiker, vilket gav ett nettotillskott om 164 (209) nya butiker. Av koncernens totalt 3 675 (3 341) butiker per den 31 augusti 2015 var 141 franchisebutiker.

Varumärke	Nya butiker 2015 (Netto)		Totalt antal butiker (31 aug)	
	Q3	Nio månader	2015	2014
H&M	33	142	3 403	3 118
COS	5	14	128	97
Monki	-2	2	94	90
Weekday	-1	-2	20	21
& Other Stories	1	8	25	10
Cheap Monday	0	0	5	5
Totalt	36	164	3 675	3 341

Butiksantal per region

Region	Nya butiker 2015 (Netto)		Totalt antal butiker (31 aug)	
	Q3	Nio månader	2015	2014
Europa	5	69	2 617	2 468
Asien & Oceanien	16	58	586	468
Nord- och Sydamerika	15	37	472	405
Totalt	36	164	3 675	3 341

Innevarande kvartal

Försäljningen inklusive moms under perioden 1 september – 22 september 2015 ökade med 12 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande period förra året.

Skatt

H&M-koncernens skattesats för räkenskapsåret 2014/2015 beräknas bli 22,5 – 23,5 procent. Under årets första tre kvartal har en beräknad skattesats om 23,5 procent använts. Skattesatsens utfall för året beror på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land.

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 användes vid upprättandet av års- och koncernredovisningen för år 2013/2014 och som framgår i not 1 Redovisningsprinciper.

H & M Hennes & Mauritz AB:s finansiella instrument består av kundfordringar, övriga fordringar, likvida medel, leverantörsskulder, upplupna leverantörskostnader, räntebärande värdepapper samt valutaderivat. Valutaderivat värderas till verkligt värde baserat på indata motsvarande nivå 2 enligt IFRS 13. Övriga finansiella tillgångar och skulder har korta löptider. Därför bedöms de verkliga värdena på dessa finansiella instrument approximativt motsvara bokförda värden.

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 IAS 39 vid värdering av finansiella instrument och aktiverar inte heller utvecklingsutgifter.

För definitioner, se årsredovisningen.

Risker och osäkerhetsfaktorer

Det finns ett flertal faktorer som kan påverka H&M:s resultat och verksamhet. Många av dessa kan hanteras genom interna rutiner, medan vissa i högre utsträckning styrs av yttre faktorer. Risker och osäkerhetsfaktorer finns relaterade till mode, vädersituationer, negativa förändringar i makroekonomin, hållbarhet och externa faktorer i produktionsländerna, handelsinterventioner, valutor samt skatt men kan även uppkomma vid etablering på nya marknader, lansering av nya koncept, förändrat konsumtionsbeteende och hantering av varumärket. Det finns t ex diverse risker som är relaterade till koncernens anseende, dvs så kallad "reputational risk".

För ytterligare beskrivning avseende risker och osäkerhetsfaktorer hänvisas till förvaltningsberättelsen och not 2 i års- och koncernredovisningen för 2014.

Kalendarium

28 januari 2016	Bokslutskommuniké, 2014-12-01 – 2015-11-30
6 april 2016	Tremånadersrapport, 2015-12-01 – 2016-02-29
3 maj 2016, kl 15.00	Årsstämma 2016, Victoriahallen, Stockholmsmässan

Stockholm den 23 september 2015
Styrelsen

Granskningsrapport

H & M Hennes & Mauritz AB (publ), org nr 556042-7220

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av delårsrapporten för H & M Hennes & Mauritz AB (publ) per 31 augusti 2015 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 *Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor*. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisions sed i övrigt har.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningslagen.

Stockholm den 23 september 2015

Ernst & Young AB

Åsa Lundvall

Auktoriserad revisor

Informationen i denna delårsrapport är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnas för offentliggörande den 24 september 2015 klockan 08.00 (CET). Denna delårsrapport, liksom ytterligare information om H&M, finns tillgänglig på www.hm.com.

Kontaktpersoner

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

KONCERNENS RESULTATRÄKNING (MSEK)

	Q3 2015	Q3 2014	Nio månader 2015	Nio månader 2014	2013-12-01- 2014-11-30
Omsättning inklusive moms	53 420	45 259	153 444	126 964	176 620
Omsättning exklusive moms	46 024	38 805	132 167	108 775	151 419
Kostnad sålda varor	-20 312	-16 178	-56 997	-45 497	-62 367
BRUTTORESULTAT	25 712	22 627	75 170	63 278	89 052
<i>Bruttomarginal, %</i>	55,9	58,3	56,9	58,2	58,8
Försäljningskostnader	-17 371	-14 568	-50 953	-41 871	-58 525
Administrationskostnader	-1 472	-1 173	-4 359	-3 555	-4 944
RÖRELSERESULTAT	6 869	6 886	19 858	17 852	25 583
<i>Rörelsemarginal, %</i>	14,9	17,7	15,0	16,4	16,9
Ränteintäkter	71	84	242	250	328
Räntekostnader	-4	-3	-6	-6	-16
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	6 936	6 967	20 094	18 096	25 895
Skatt	-1 630	-1 671	-4 722	-4 342	-5 919
PERIODENS RESULTAT	5 306	5 296	15 372	13 754	19 976

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

Resultat per aktie, SEK*	3,21	3,20	9,29	8,31	12,07
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	1 588	1 231	4 708	3 709	5 045
därav kostnad sålda varor	176	139	533	417	568
därav försäljningskostnader	1 310	1 015	3 872	3 061	4 159
därav administrationskostnader	102	77	303	231	318

* Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q3 2015	Q3 2014	Nio månader 2015	Nio månader 2014	2013-12-01- 2014-11-30
PERIODENS RESULTAT	5 306	5 296	15 372	13 754	19 976
Övrigt totalresultat					
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>					
Omräkningsdifferenser	-450	866	1 414	1 323	1 979
Förändring i såringsreserver	-72	-134	-217	-34	185
Skatt hänförlig till förändring i såringsreserver	7	32	42	8	-44
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>					
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	-	-148
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	-	35
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-515	764	1 239	1 297	2 007
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	4 791	6 060	16 611	15 051	21 983

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

KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

TILLGÅNGAR	2015-08-31	2014-08-31	2014-11-30
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	3 900	2 819	2 962
Materiella anläggningstillgångar	30 440	25 002	26 948
Finansiella anläggningstillgångar	3 139	2 483	2 946
	37 479	30 304	32 856
Omsättningstillgångar			
Varulager	25 205	17 940	19 403
Kortfristiga fordringar	7 374	6 031	6 645
Kortfristiga placeringar, 4-12 månader	-	-	2 602
Likvida medel	10 963	13 451	14 091
	43 542	37 422	42 741
SUMMA TILLGÅNGAR	81 021	67 726	75 597
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	52 030	44 576	51 556
Långfristiga skulder*	3 965	3 324	3 738
Kortfristiga skulder**	25 026	19 826	20 303
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	81 021	67 726	75 597

* Endast pensionsskulder är räntebärande.

** Inga kortfristiga skulder är räntebärande.

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL I SAMMANDRAG (MSEK)

	2015-08-31	2014-08-31	2014-11-30
Eget kapital vid periodens början	51 556	45 248	45 248
Totalresultat för perioden	16 611	15 051	21 983
Förfallna fondaktierätter	-	-	48
Utdelning	-16 137	-15 723	-15 723
Eget kapital vid periodens slut	52 030	44 576	51 556

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)

	Nio månader 2015	Nio månader 2014
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	20 094	18 096
Avsättning till pensioner	59	35
Avskrivningar	4 708	3 709
Betald skatt	-4 639	-4 199
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	20 222	17 641
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-622	-418
Varulager	-5 434	-965
Rörelseskulder	3 647	1 749
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	17 813	18 007
Investeringsverksamheten		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-1 131	-687
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-6 762	-5 661
Förändring kortfristiga placeringar, löptid 4-12 månader	2 673	3 306
Övriga investeringar	-117	-47
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-5 337	-3 089
Finansieringsverksamheten		
Utdelning	-16 137	-15 723
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-16 137	-15 723
PERIODENS KASSAFLÖDE	-3 661	-805
Likvida medel vid räkenskapsårets början	14 091	13 918
Periodens kassaflöde	-3 661	-805
Valutakurseffekt	533	338
Likvida medel vid periodens slut**	10 963	13 451

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 6 (6).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar 4-12 månader uppgick vid periodens slut till MSEK 10 963 (13 451).

FÖRSÄLJNING INKLUSIVE MOMS PER MARKNAD OCH ANTAL BUTIKER

Q3, 1 juni - 31 augusti

Marknad	Q3 - 2015	Q3 - 2014	Förändring i %		31 aug - 15	Q3 - 2015	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker	Stängda butiker
Sverige	2 469	2 302	7	7	172		5
Norge	1 592	1 532	4	9	117		1
Danmark	1 362	1 269	7	5	102	1	
Storbritannien	4 104	3 402	21	5	254	4	3
Schweiz	1 786	1 522	17	0	96		
Tyskland	9 056	8 742	4	1	447	1	1
Nederländerna	1 842	1 840	0	-2	136	3	2
Belgien	1 117	1 033	8	5	81		
Österrike	1 309	1 295	1	-1	76	1	
Luxemburg	111	109	2	0	10		
Finland	744	710	5	2	60	1	
Frankrike	3 566	3 205	11	9	213	2	
USA	6 565	4 500	46	17	381	13	2
Spanien	1 971	1 735	14	11	161		2
Polen	1 173	991	18	15	144	1	
Tjeckien	310	257	21	16	44		
Portugal	348	289	20	17	30		
Italien	2 094	1 724	21	19	138		
Kanada	1 032	854	21	14	76	3	1
Slovenien	137	129	6	4	12		
Irland	252	207	22	19	21		
Ungern	349	268	30	27	36		
Slovakien	145	113	28	26	17	1	
Grekland	386	319	21	18	32		
Kina	2 582	1 883	37	11	299	10	1
Hongkong	423	362	17	-6	21		
Japan	823	736	12	9	53		1
Ryssland	1 018	881	16	56	86	2	
Sydkorea	300	241	24	8	26	2	
Turkiet	560	325	72	76	37	2	
Rumänien	448	315	42	39	41		
Kroatien	211	199	6	2	14		
Singapore	237	209	13	0	10		
Bulgarien	140	104	35	31	16		
Lettland	91	78	17	13	6		
Malaysia	242	185	31	24	21	1	
Mexiko	271	134	102	99	13	2	
Chile	132	91	45	36	1		
Litauen	86	69	25	21	7		
Serbien	74	57	30	31	5		
Estland	95	61	56	51	6		
Australien	270	146	85	81	6	1	
Filippinerna	124				6	1	
Taiwan	64				1		
Peru	112				1		
Macao	40				2	2	
Franchise	1 257	836	50	27	141	3	2
Totalt	53 420	45 259	18	11	3 675	57	21

FÖRSÄLJNING INKLUSIVE MOMS PER MARKNAD OCH ANTAL BUTIKER

Nio månader, 1 december - 31 augusti

Marknad	2015	2014	Förändring i %		31 aug - 15	Nio månader	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker	Stängda butiker
Sverige	6 974	6 597	6	6	172	2	6
Norge	4 357	4 183	4	6	117		1
Danmark	3 952	3 758	5	1	102	5	2
Storbritannien	11 595	9 180	26	9	254	5	4
Schweiz	5 118	4 336	18	0	96	3	
Tyskland	27 204	25 557	6	2	447	12	5
Nederländerna	5 484	5 344	3	-1	136	4	3
Belgien	3 134	2 888	9	4	81	4	1
Österrike	3 904	3 784	3	-1	76	3	
Luxemburg	315	309	2	-2	10		
Finland	2 082	1 998	4	0	60	1	1
Frankrike	10 043	8 952	12	8	213	10	2
USA	18 358	11 975	53	22	381	28	3
Spanien	5 711	4 917	16	12	161	7	5
Polen	3 220	2 741	17	12	144	4	
Tjeckien	856	693	24	18	44	1	
Portugal	955	802	19	14	30		
Italien	6 193	4 994	24	19	138	6	
Kanada	2 796	2 156	30	17	76	5	1
Slovenien	387	358	8	4	12		
Irland	746	582	28	23	21	1	
Ungern	961	750	28	24	36	1	
Slovakien	407	309	32	27	17	2	
Grekland	1 195	939	27	22	32	2	
Kina	7 732	5 117	51	21	299	32	3
Hongkong	1 395	1 127	24	-2	21		
Japan	2 697	2 364	14	7	53	4	2
Ryssland	2 629	2 283	15	52	86	15	
Sydkorea	924	682	35	14	26	4	
Turkiet	1 517	843	80	71	37	7	
Rumänien	1 274	864	47	41	41	3	
Kroatien	579	548	6	1	14		
Singapore	737	589	25	7	10		
Bulgarien	363	265	37	31	16		
Lettland	228	173	32	26	6		
Malaysia	747	475	57	40	21	3	
Mexiko	763	405	88	75	13	7	
Chile	384	247	55	41	1		
Litauen	218	150	45	39	7	1	
Serbien	231	156	48	48	5		
Estland	232	152	53	47	6		
Australien	770	282	173	156	6	3	
Filippinerna	405				6	3	
Taiwan	188				1	1	
Peru	157				1	1	
Macao	40				2	2	
Franchise	3 287	2 140	54	28	141	14	3
Totalt	153 444	126 964	21	12	3 675	206	42

FEM ÅR I SAMMANDRAG**Nio månader, 1 december - 31 augusti**

	2011	2012	2013	2014	2015
Omsättning inklusive moms, MSEK	92 619	103 018	107 480	126 964	153 444
Omsättning exklusive moms, MSEK	79 047	88 297	92 067	108 775	132 167
Ändring från föregående år i SEK, %	0	12	4	18	22
Ändring från föregående år i lokala valutor, %	8	12	8	15	12
Rörelseresultat, MSEK	13 714	15 221	14 908	17 852	19 858
Rörelsemarginal, %	17,3	17,2	16,2	16,4	15,0
Periodens avskrivningar, MSEK	2 465	2 761	3 106	3 709	4 708
Resultat efter finansiella poster, MSEK	14 140	15 649	15 189	18 096	20 094
Resultat efter skatt, MSEK	10 464	11 580	11 544	13 754	15 372
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	16 895	13 552	10 953	13 451	10 963
Varulager, MSEK	13 310	13 501	15 329	17 940	25 205
Eget kapital, MSEK	38 214	38 275	39 203	44 576	52 030
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	6,32	7,00	6,97	8,31	9,29
Eget kapital per aktie, SEK*	23,09	23,13	23,69	26,93	31,44
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	6,78	7,88	9,05	10,88	10,76
Andel riskbärande kapital, %	72,9	74,0	73,4	70,2	68,5
Soliditet, %	71,4	72,3	69,9	65,8	64,2
Totalt antal butiker	2 325	2 629	2 964	3 341	3 675
Rullande 12 månader					
Resultat per aktie, SEK*	9,64	10,23	10,17	11,66	13,05
Avkastning på eget kapital, %	41,1	44,3	43,4	46,1	44,7
Avkastning på sysselsatt kapital, %	54,6	58,2	55,8	60,0	57,3

* Före och efter utspädning.

För definitioner, se årsredovisningen.

SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	Nio månader 2015	Nio månader 2014
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	17 120	11 802
Rörelseresultat	1 019	1 516
Rörelsemarginal, %	6,0	12,8
Europa		
Extern nettoomsättning	93 989	83 088
Rörelseresultat	2 611	6 140
Rörelsemarginal, %	2,8	7,4
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	21 058	13 885
Rörelseresultat	763	91
Rörelsemarginal, %	3,6	0,7
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	57 366	48 111
Rörelseresultat	15 465	10 105
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-57 366	-48 111
Totalt		
Extern nettoomsättning	132 167	108 775
Rörelseresultat	19 858	17 852
Rörelsemarginal, %	15,0	16,4

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING (MSEK)

	Q3 2015**	Q3 2014	Nio månader 2015**	Nio månader 2014	2013-12-01- 2014-11-30
Extern omsättning exklusive moms	-	6	2	10	47
Intern omsättning exklusive moms*	879	2 241	2 525	6 339	8 764
BRUTTORESULTAT	879	2 247	2 527	6 349	8 811
Försäljningskostnader	-	-390	-	-1 865	-2 982
Administrationskostnader	7	-1 331	-50	-3 824	-5 316
RÖRELSERESULTAT	886	526	2 477	660	513
Utdelning från dotterbolag	47	591	1 357	1 642	15 701
Ränteintäkter	11	6	28	42	59
Räntekostnader	-5	-15	-7	-23	-25
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	939	1 108	3 855	2 321	16 248
Bokslutsdispositioner	-	-	-	-	-10
Skatt	-197	-113	-550	-149	-130
PERIODENS RESULTAT	742	995	3 305	2 172	16 108

* Moderbolagets interna omsättning utgörs av royalty från koncernbolag.

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q3 2015**	Q3 2014	Nio månader 2015**	Nio månader 2014	2013-12-01- 2014-11-30
PERIODENS RESULTAT	742	995	3 305	2 172	16 108
Övrigt totalresultat					
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>					
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	-	-24
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	-	5
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-	-	-	-	-19
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	742	995	3 305	2 172	16 089

** För att förenkla administration och intern uppföljning har fr o m 2014-12-01 alla centrala funktioner i Sverige samlats i ett bolag, H & M Hennes & Mauritz GBC AB. Med anledning härav har merparten av moderbolagets intäkter och kostnader fr o m 2014-12-01 överförts till H & M Hennes & Mauritz GBC AB.

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	2015-08-31	2014-08-31	2014-11-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	542	540	648
Finansiella anläggningstillgångar	1 714	1 511	1 553
	2 256	2 051	2 201
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	3 207	1 707	11 997
Kortfristiga placeringar, 4-12 månader	-	-	2 602
Likvida medel	0	1 147	2 314
	3 207	2 854	16 913
SUMMA TILLGÅNGAR	5 463	4 905	19 114
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	4 429	3 344	17 261
Obeskattade reserver	464	454	464
Långfristiga skulder*	223	213	223
Kortfristiga skulder**	347	894	1 166
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	5 463	4 905	19 114

* Avser avsättning till pensioner.

** Inga kortfristiga skulder är räntebärande.