

H & M Hennes & Mauritz AB

Sexmånadersrapport

Första halvåret (2016-12-01 – 2017-05-31)

- Koncernens omsättning inklusive moms ökade med 9 procent till MSEK 113 907 (104 965) under första halvåret. Omsättningen exklusive moms uppgick till MSEK 98 368 (90 565). I lokala valutor ökade försäljningen med 5 procent.
- Resultatet efter finansiella poster ökade med 6 procent till MSEK 10 920 (10 329). Koncernens resultat efter skatt ökade till MSEK 8 354 (7 902), motsvarande SEK 5:05 (4:77) per aktie.

Första halvåret 2017
114 miljarder kr
i försäljning inkl moms

Andra kvartalet (2017-03-01 – 2017-05-31)

- Koncernens omsättning inklusive moms ökade med 10 procent till MSEK 59 538 (54 341) under andra kvartalet. Omsättningen exklusive moms uppgick till MSEK 51 383 (46 874). I lokala valutor ökade försäljningen med 5 procent.
- Bruttoresultatet ökade med 9 procent till MSEK 29 345 (26 980), vilket motsvarar en bruttomarginal om 57,1 procent (57,6).
- Resultatet efter finansiella poster ökade med 10 procent till MSEK 7 708 (7 002). Koncernens resultat efter skatt uppgick till MSEK 5 897 (5 357), motsvarande SEK 3:56 (3:24) per aktie. Resultatökningen i kvartalet förklaras främst av fortsatt expansion och en god kostnadskontroll.
- Fortsatt snabb tillväxt för koncernens onlinehandel som på vissa etablerade marknader redan står för 25 till 30 procent av den totala försäljningen. Lönsamheten för koncernens onlineförsäljning är på samma nivå som för butiksverksamheten.
- Under våren öppnades H&M:s onlinebutik på ytterligare sex nya marknader: Turkiet, Taiwan, Hongkong, Macao, Singapore och Malaysia, och finns därmed på 41 marknader.
- COS, & Other Stories, Monki, Weekday och H&M Home hade en fortsatt mycket bra utveckling.

Resultat före skatt Q2
+10 procent

- Koncernens försäljning inklusive moms i juni 2017 beräknas öka med 7 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande månad föregående år.
- Framgångsrika butiksöppningar i Kazakstan och Colombia under våren, följs av öppningar på ytterligare tre nya H&M-butiksmarknader Island, Vietnam och Georgien.
- H&M:s onlinebutik öppnar på ytterligare två nya marknader under 2017: Filippinerna och Cypern, utöver de sex som redan har öppnats under året.
- COS kommer att omsätta cirka 10 miljarder kronor under 2017 med en lönsamhet i nivå med H&M-varumärket.
- Lansering av nya varumärket, ARKET, med fem butiker och 18 onlinemarknader, under 2017.
- Fortsatta satsningar med digitalt fokus. Koncernens onlineförsäljning beräknas ha en årlig försäljningstillväxt om minst 25 procent framöver.
- Indien blir ny H&M-onlinemarknad 2018. Ytterligare nya onlinemarknader kommer också att öppna under 2018.
- Nya planerade H&M-butiksmarknader för 2018 är Uruguay och Ukraina.



H&M

Kommentar av Karl-Johan Persson, vd

”Försäljningen under andra kvartalet ökade med 10 procent i svenska kronor till drygt 59 miljarder kronor inklusive moms. I lokala valutor ökade försäljningen med 5 procent. Resultatet efter finansiella poster ökade med 10 procent till 7,7 miljarder kronor.

Försäljningen var bra i Storbritannien, Skandinavien och Östeuropa samt på flera av våra tillväxtmarknader. Däremot var det mer utmanande på stora marknader såsom USA, Kina, Nederländerna och Schweiz.

H&M:s onlineförsäljning utvecklades mycket väl och fortsatte att öka som en andel av den totala försäljningen. Utvecklingen för COS, & Other Stories, Monki, Weekday och H&M Home fortsatte att vara mycket stark både i butik och online.

Bransch i förändring

Modehandeln genomgår en omfattande förändring till följd av den ökade digitaliseringen. Kundernas beteende och förväntningar förändras i allt snabbare takt och en allt större del av handeln sker online. Detta skifte innebär stora möjligheter för H&M-gruppen. Vi har en stark position med välkända globala varumärken som är anpassade för både fysiska butiker och online-handel och vi är finansiellt starka och kan investera i den takt som krävs.

Fortsatta investeringar med digitalt fokus

Vi fortsätter att investera och utveckla verksamheten med ett digitalt fokus för att kunna ge våra kunder den bästa shoppingupplevelsen. Det handlar bland annat om:

- **Förbättring, breddning och expansion av vårt online-erbjudande** – till exempel fler och snabbare leveransalternativ, utökade betalningsmöjligheter, bredare sortiment samt fler nya marknader.
- **Integration av våra fysiska butiker med online-butiken** – att erbjuda en shoppingupplevelse där kunderna kan röra sig fritt mellan de olika kanalerna och handla på det sätt som passar dem bäst. Vårt globala butiksnät ger oss en unik närhet till kunderna vilket är en stor tillgång och fördel.
- **Expansion av nya fysiska butiker med fokus på tillväxtmarknader** – cirka 500 nya butiker med väldigt goda villkor planeras att öppna under året.
- **Optimering och utveckling av butiksportföljen** – ombyggnationer, omlokaliseringar, tillägg av butiksyta. Cirka 100 butiksstängningar sker under året. Utveckling av H&M-butikerna med nytt visuellt uttryck för en mer inspirerande butiksmiljö.
- **Optimering av varuförsörjningskedjan** – ökad snabbhet, effektivisering samt flexibilitet.
- **Advanced analytics** – möjliggör ytterligare förbättringar inom bland annat sortimentsutveckling, kvantifiering, allokering samt personaliserad kommunikation.

Kompetens att bygga nya varumärken och koncept

En viktig del av H&M-gruppens strategi är att utveckla, lansera och bygga nya globala varumärken. Ett bra exempel på detta är COS som kommer att omsätta cirka 10 miljarder kronor redan i år med en lönsamhet i nivå med H&M-varumärket. Värdet på COS är idag långt större än vad vi har investerat och då är vi bara i början av dess resa.

Våra övriga varumärken, & Other Stories, Monki, Weekday, Cheap Monday och H&M Home, har mycket goda förutsättningar att utvecklas på samma sätt som COS. Vi ser att våra nya varumärken kommer att fortsätta att växa kraftigt under många år och bidra till en allt större del av H&M-gruppens tillväxt och värde.

Efter sommaren ser vi fram emot att lansera ännu ett nytt varumärke, ARKET, som fått fantastiska recensioner på förhandsvisningar under våren. Första butiken öppnas i London på Regent Street och samtidigt öppnar ARKET:s onlinebutik på 18 europeiska marknader.



ARKET

Onlinehandeln visar snabb tillväxt och god lönsamhet

H&M-gruppens onlineförsäljning utvecklas mycket väl och står redan för 25 till 30 procent av den totala försäljningen på vissa etablerade marknader. Vi ser en årlig tillväxttakt för H&M-gruppens onlineförsäljning om minst 25 procent framöver med en lönsamhet på samma nivå som de fysiska butikerna.

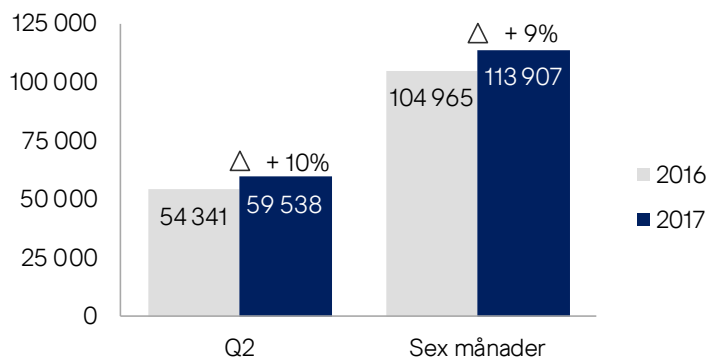
Avgörande med högt tempo

Vi är övertygade om att de satsningar som vi gjort och gör kommer att leda till fortsatt lönsam tillväxt under många år framöver. Ett uttalat fokus för oss är att fortsätta att utveckla verksamheten med kvalitet i ett högt tempo och därmed stärka H&M-koncernens position ytterligare på en marknad som växer och förändras i snabb takt.”

	Q2	Q2	Sex månader	Sex månader
MSEK	2017	2016	2017	2016
Nettoomsättning	51 383	46 874	98 368	90 565
Bruttoresultat	29 345	26 980	53 811	49 679
<i>bruttomarginal, %</i>	<i>57,1</i>	<i>57,6</i>	<i>54,7</i>	<i>54,9</i>
Rörelseresultat	7 650	6 952	10 809	10 222
<i>rörelsemarginal, %</i>	<i>14,9</i>	<i>14,8</i>	<i>11,0</i>	<i>11,3</i>
Finansnetto	58	50	111	107
Resultat efter finansiella poster	7 708	7 002	10 920	10 329
Skatt	-1 811	-1 645	-2 566	-2 427
Periodens resultat	5 897	5 357	8 354	7 902
Resultat per aktie, SEK	3:56	3:24	5:05	4:77

Försäljning

MSEK inkl moms



Försäljningen inklusive moms ökade med 10 procent till MSEK 59 538 (54 341) i andra kvartalet. För halvårsperioden ökade försäljningen inklusive moms med 9 procent och uppgick till MSEK 113 907 (104 965). I lokala valutor ökade H&M-koncernens försäljning inklusive moms med 5 procent i andra kvartalet och med 5 procent under första halvåret.

Försäljningen exklusive moms ökade med 10 procent till MSEK 51 383 (46 874) i andra kvartalet och med 9 procent till MSEK 98 368 (90 565) under halvårsperioden.

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

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



H&M Home

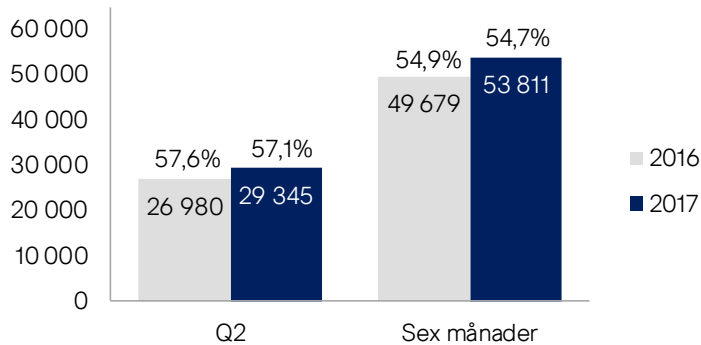
Försäljning tio största marknaderna, första halvåret

	2017	2016	Förändring i %		31 maj - 17	2017
	MSEK inkl moms	MSEK inkl moms	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker (netto)
Tyskland	18 562	18 093	3	-1	457	-2
USA	13 807	12 800	8	1	496	28
Storbritannien	7 150	7 271	-2	6	279	-2
Frankrike	6 585	6 325	4	1	236	-2
Kina	5 729	5 110	12	11	475	31
Sverige	5 007	4 837	4	4	172	-4
Italien	4 470	4 264	5	2	172	6
Spanien	3 894	3 676	6	3	172	3
Nederländerna	3 676	3 771	-3	-6	143	-2
Schweiz	3 033	3 014	1	-4	99	1
Övriga*	41 994	35 804	17	11	1 797	90
Totalt	113 907	104 965	9	5	4 498	147
* Varav franchise	2 370	2 393	-1	-7	204	16

Bruttoresultat och bruttomarginal

H&M:s bruttoresultat och bruttomarginal är ett resultat av många faktorer, såväl interna som externa, och påverkas främst 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.

Bruttovinst MSEK



Bruttoresultatet ökade med 9 procent till MSEK 29 345 (26 980) under andra kvartalet, vilket motsvarar en bruttomarginal om 57,1 procent (57,6). För första halvåret ökade bruttoresultatet med 8 procent till MSEK 53 811 (49 679), vilket motsvarar en bruttomarginal om 54,7 procent (54,9).

Prisnedsättningarna i relation till omsättningen ökade med 0,7 procentenheter i andra kvartalet 2017 jämfört med motsvarande kvartal 2016. Ett högre ingående lager och en lägre försäljning än planerat medförde ett ökat rea-behov under kvartalet.

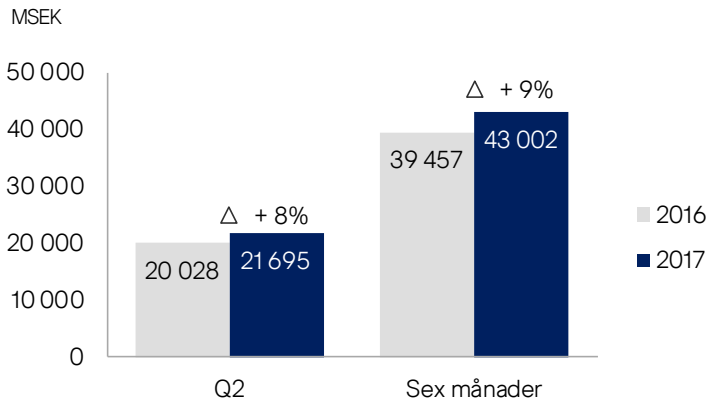
Sammantaget var marknadsläget för de externa faktorerna såsom bland annat inköpsvalutor och råvaror svagt negativt för inköpsperioden till andra kvartalet jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.

Även för inköpen till tredje kvartalet 2017 bedöms marknadsläget för de externa faktorerna sammantaget som svagt negativt jämfört med motsvarande inköpsperiod föregående år.



H&M Barn

Försäljnings- och administrationskostnader

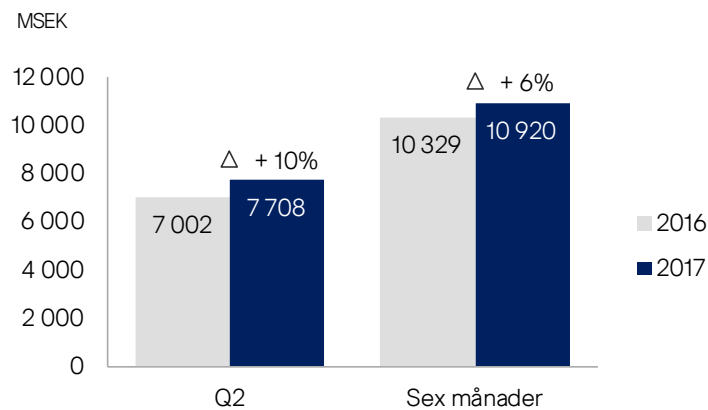


Kostnadskontrollen i koncernen är fortsatt mycket god. I andra kvartalet 2017 ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 8 procent i SEK och med 4 procent i lokala valutor jämfört med andra kvartalet föregående år. För första halvåret ökade försäljnings- och administrationskostnaderna med 9 procent i SEK och med 6 procent i lokala valutor jämfört med första halvåret föregående år. Ökningen hänförs till expansionen.



H&M Man

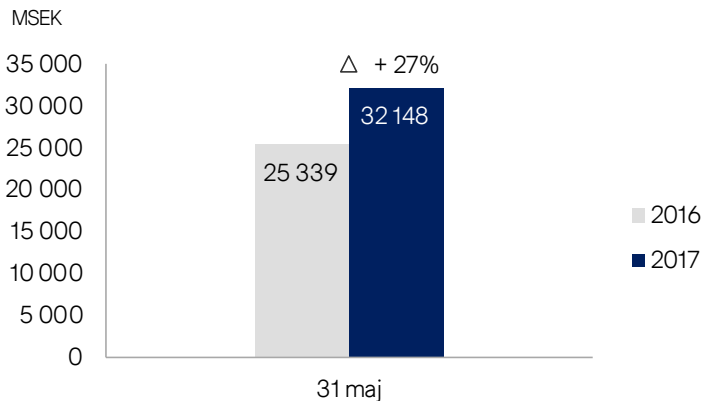
Resultat efter finansiella poster



Resultatet efter finansiella poster ökade med 10 procent till MSEK 7 708 (7 002) i andra kvartalet. Under första halvåret ökade resultatet med 6 procent till MSEK 10 920 (10 329).

Resultatökningen i andra kvartalet förklaras av expansionen i kombination med en mycket god kostnadskontroll.

Varulager



Varulagret uppgick till MSEK 32 148 (25 339), en ökning med 27 procent i SEK jämfört med motsvarande tidpunkt föregående år. Valutajusterat var ökningen 22 procent.

Varulagerökningen förklaras av fortsatt expansion och ett för högt ingående varulager men också av att försäljningsökningen under kvartalet var lägre än planerat. Även om nivån på det utgående varulagret fortfarande är högre än planerat, har ökningstakten på lagret minskat under andra kvartalet. Dock kommer det högre utgående lagret med stor sannolikhet att innebära högre prisnedsättningsnivåer i tredje kvartalet jämfört med motsvarande kvartal föregående år – detta för att ge höstsäsongen bästa möjliga start.

Varulagret utgjorde 16,1 procent (13,7) av omsättningen exklusive moms, rullande tolv månader och 31,9 procent (30,2) av balansomslutningen.

Expansion

H&M-koncernens tillväxtmål är att öka försäljningen i lokala valutor med 10 - 15 procent per år med fortsatt hög lönsamhet.

Nya H&M-butiksmarknader under 2017 blir Kazakstan, Colombia, Island, Vietnam och Georgien. H&M:s första butiker i Kazakstan, som öppnades under andra kvartalet i Almaty, samt de första butikerna i Colombia, som öppnades i Bogotá, har fått en mycket bra start.

Under våren 2017 öppnades H&M:s onlinebutik på ytterligare sex nya marknader: Turkiet, Taiwan, Hongkong, Macao, Singapore och Malaysia, vilka samtliga har fått en bra start. I dagsläget finns H&M:s onlinebutik på 41 marknader, och med Cypern och Filippinerna, kommer H&M:s onlinebutik att snart finnas på 43 marknader.

För helåret 2017 planeras cirka 500 nya fysiska butiker att öppna med fokus på tillväxtmarknader. Av de nya butikerna som öppnas under 2017 kommer de flesta vara H&M-butiker och 70 till 80 butiker kommer att utgöras av de nyare varumärkena COS, & Other Stories, Monki, Weekday och ARKET.

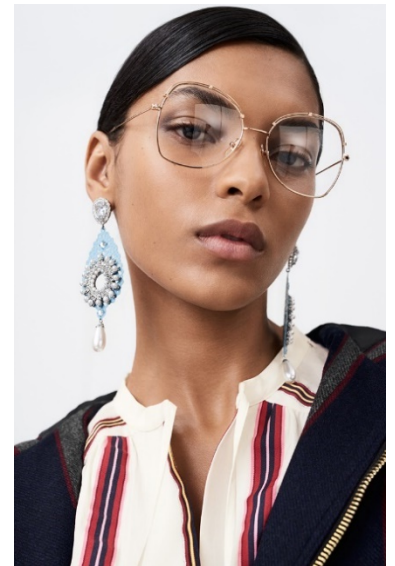
ARKET slår upp portarna för sin första butik på Regent Street i London efter sommaren 2017, och öppnar samtidigt sin onlinebutik på 18 europeiska marknader. Därefter följer ytterligare en butik i London samt öppningar i Bryssel, Köpenhamn och München. Till våren 2018 får Stockholm sin första ARKET-butik på Biblioteksgatan.

Även H&M Home fortsätter sin snabba expansion med cirka 60 nya H&M Home-avdelningar planerade under 2017. Under 2018 planeras de första fristående H&M Home-butikerna att öppnas.

Parallellt med expansionen pågår optimeringen av butiksportföljen avseende antal, butiksytta, ombyggnader och omflyttningar för att kontinuerligt säkerställa rätt butiksportfölj på respektive marknad. Som en del av detta planeras cirka 100 butiker att stängas, vilket ger ett nettotillskott om cirka 400 nya butiker för helåret 2017.

Indien blir ny H&M-onlinemarknad 2018. Ytterligare nya onlinemarknader kommer också att öppna under 2018.

Nya planerade H&M-butiksmarknader för 2018 är Uruguay och Ukraina.



& Other Stories

Varumärke	Antal marknader 31 maj - 2017		Expansion 2017
	Butik	Online	Nya marknader
H&M	66	41	Butik: Kazakstan*, Colombia*, Island, Vietnam, Georgien Online: Turkiet*, Taiwan*, Hongkong*, Macao*, Singapore*, Malaysia*, Filippinerna, Cypern
COS	35	19	Butik: Malaysia*, Israel (franchise)*, Slovenien
Monki	13	19	-
Weekday & Other Stories	8 15	18 14	Butik: Frankrike*, Storbritannien Butik: Irland*, Finland*, Sydkorea*, Förenade Arabemiraten (franchise)*
Cheap Monday	2	18	-

* Öppnat fram till 31 maj - 2017



COS

Butiksantal per varumärke

Under första halvåret öppnade koncernen 193 (184) butiker och stängde 46 (31) butiker, vilket gav ett nettotillskott om 147 (153) nya butiker. Av koncernens totalt 4 498 (4 077) butiker per den 31 maj 2017 drevs 204 (171) butiker av franchisepartners.

Varumärke	Nya butiker 2017 (netto)		Totalt antal butiker	
	Q2	Sex månader	31 maj - 2017	31 maj - 2016
H&M	86	125	4 087	3 730
COS	10	15	209	174
Monki	0	-3	115	113
Weekday	2	1	29	22
& Other Stories	7	10	55	33
Cheap Monday	0	-1	3	5
Totalt	105	147	4 498	4 077

Butiksantal per region

Region	Nya butiker 2017 (netto)		Totalt antal butiker	
	Q2	Sex månader	31 maj - 2017	31 maj - 2016
Europa & Afrika	32	33	2 917	2 774
Asien & Oceanien	54	79	956	769
Nord- och Sydamerika	19	35	625	534
Totalt	105	147	4 498	4 077

Skatt

H&M-koncernens skattesats för räkenskapsåret 2016/2017 beräknas bli 22,5 – 23,5 procent. Under årets första tre kvartal kommer dock en beräknad skattesats om 23,5 procent att användas. Skattesatsens utfall för året beror på resultaten i koncernens olika bolag och bolagsskattesatserna i respektive land.

Finansiering

Som kommunicerades i samband med tremånadersrapporten den 30 mars 2017 ingick H&M-koncernen en RCF, dvs en revolverande kreditfacilitet om MEUR 700 under första kvartalet för att utöka flexibiliteten i finansieringen. RCF:en, som ännu inte är använd, är tecknad till mycket goda villkor på fem år med en möjlighet till förlängning om ytterligare två år.

Innevarande kvartal

Försäljningen inklusive moms i juni beräknas öka med 7 procent i lokala valutor jämfört med motsvarande månad föregående år.

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 2016 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. Per 2017-05-31 uppgår terminskontrakt med positiva marknadsvärden till MSEK 333 (511) vilket redovisas inom posten övriga kortfristiga fordringar. Terminskontrakt med negativa marknadsvärden uppgår till MSEK 897 (365) vilket redovisas inom övriga kortfristiga skulder. 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 års- och koncernredovisningen för 2016.

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 mode, vädersituationer, makroekonomi och geopolitiska händelser, hållbarhetsfrågor, valutor, skatter 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 2016.

Kalendarium

28 september 2017	Niomånadersrapport, 2016-12-01 - 2017-08-31
31 januari 2018	Bokslutskommuniké, 2016-12-01 - 2017-11-30
27 mars 2018	Tremånadersrapport, 2017-12-01 - 2018-02-28
8 maj 2018, kl 15.00	Årsstämma 2018, Erling Perssonsalen, Aula Medica, Karolinska Institutet, Solna
28 juni 2018	Sexmånadersrapport, 2017-12-01 - 2018-05-31

Sexmånadersrapporten har inte granskats av bolagets revisorer.

Stockholm den 28 juni 2017
Styrelsen

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)

Inbjudan till press- och telefonkonferens med anledning av halvårsrapporten finns tillgänglig på about.hm.com.

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

Undertecknade försäkrar att halvårsrapporten för 1 december 2016 - 31 maj 2017 ger en rättvisande översikt av moderbolagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som de företag som ingår i koncernen står inför.

Stockholm 28 juni, 2017

Stefan Persson
Styrelseordförande

Stina Bergfors
Styrelseledamot

Anders Dahlvig
Styrelseledamot

Ingrid Godin
Styrelseledamot

Lena Patriksson Keller
Styrelseledamot

Alexandra Rosenqvist
Styrelseledamot

Christian Sievert
Styrelseledamot

Erica Wiking Häger
Styrelseledamot

Niklas Zennström
Styrelseledamot

Karl-Johan Persson
Verkställande direktör

Informationen i denna halvårsrapport är sådan som H & M Hennes & Mauritz AB (publ) ska offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning (EU) nr 596/2014 och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående personers försorg för offentliggörande den 29 juni 2017 kl 08.00 (CET). Denna halvårsrapport, liksom ytterligare information om H&M finns tillgänglig på about.hm.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, Cheap Monday & Other Stories samt H&M Home. I dagsläget har H&M-gruppen 41 onlinemarknader och cirka 4 500 butiker på 66 marknader, inklusive franchise-marknader. 2016 uppgick omsättningen inklusive moms till SEK 223 miljarder. Antalet anställda uppgår till fler än 161 000. Ytterligare information finns på about.hm.com

KONCERNENS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q2 2017	Q2 2016	Sex månader 2017	Sex månader 2016	2015-12-01- 2016-11-30
Omsättning inklusive moms	59 538	54 341	113 907	104 965	222 865
Omsättning exklusive moms	51 383	46 874	98 368	90 565	192 267
Kostnad sålda varor	-22 038	-19 894	-44 557	-40 886	-86 090
BRUTTORESULTAT	29 345	26 980	53 811	49 679	106 177
<i>Bruttomarginal, %</i>	57,1	57,6	54,7	54,9	55,2
Försäljningskostnader	-19 924	-18 362	-39 477	-36 133	-75 729
Administrationskostnader	-1 771	-1 666	-3 525	-3 324	-6 625
RÖRELSERESULTAT	7 650	6 952	10 809	10 222	23 823
<i>Rörelsemarginal, %</i>	14,9	14,8	11,0	11,3	12,4
Finansnetto	58	50	111	107	216
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	7 708	7 002	10 920	10 329	24 039
Skatt	-1 811	-1 645	-2 566	-2 427	-5 403
PERIODENS RESULTAT	5 897	5 357	8 354	7 902	18 636

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

Resultat per aktie, SEK*	3,56	3,24	5,05	4,77	11,26
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Avskrivningar, totalt	2 145	1 845	4 251	3 664	7 605
därav kostnad sålda varor	174	210	378	416	847
därav försäljningskostnader	1 827	1 515	3 587	3 005	6 256
därav administrationskostnader	144	120	286	243	502

* Före och efter utspädning.

KONCERNENS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q2 2017	Q2 2016	Sex månader 2017	Sex månader 2016	2015-12-01- 2016-11-30
PERIODENS RESULTAT	5 897	5 357	8 354	7 902	18 636
Övrigt totalresultat					
<i>Poster som har omförts eller kan omföras till periodens resultat</i>					
Omräkningsdifferenser	-331	176	-833	-800	1 186
Förändring i såringsreserver	-467	144	-199	-141	-578
Skatt hänförlig till förändring i såringsreserver	112	-34	48	34	139
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>					
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	-	-78
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	-	19
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-686	286	-984	-907	688
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	5 211	5 643	7 370	6 995	19 324

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

KONCERNENS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

TILLGÅNGAR	2017-05-31	2016-05-31	2016-11-30
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	6 169	4 699	5 347
Materiella anläggningstillgångar	38 366	33 246	38 693
Finansiella anläggningstillgångar	4 011	3 233	3 876
	48 546	41 178	47 916
Omsättningstillgångar			
Varulager	32 148	25 339	31 732
Kortfristiga fordringar	9 415	8 946	9 485
Likvida medel	10 655	8 387	9 446
	52 218	42 672	50 663
SUMMA TILLGÅNGAR	100 764	83 850	98 579
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	52 469	48 907	61 236
Långfristiga skulder*	5 700	4 424	5 638
Kortfristiga skulder**	42 595	30 519	31 705
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	100 764	83 850	98 579

* Räntebärande långfristiga skulder uppgår till MSEK 780 (488).

** Räntebärande kortfristiga skulder uppgår till MSEK 6 266 (4 915).

FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL I SAMMANDRAG (MSEK)

	2017-05-31	2016-05-31	2016-11-30
Eget kapital vid periodens början	61 236	58 049	58 049
Totalresultat för perioden	7 370	6 995	19 324
Utdelning	-16 137	-16 137	-16 137
Eget kapital vid periodens slut	52 469	48 907	61 236

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)

	Sex månader 2017	Sex månader 2016
Den löpande verksamheten		
Resultat efter finansiella poster*	10 920	10 329
Avsättning till pensioner	46	45
Avskrivningar	4 251	3 664
Betald skatt	-2 507	-1 207
Övrigt	-11	-
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	12 699	12 831
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet		
Rörelsefordringar	-638	-1 932
Varulager	-653	-760
Rörelseskulder	-466	2 427
KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	10 942	12 566
Investeringsverksamheten		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-1 055	-796
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-4 473	-4 837
Övriga investeringar	-20	-21
KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN	-5 548	-5 654
Finansieringsverksamheten		
Kortfristiga lån	4 097	4 915
Utdelning	-8 110	-16 137
KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	-4 013	-11 222
PERIODENS KASSAFLÖDE	1 381	-4 310
Likvida medel vid räkenskapsårets början	9 446	12 950
Periodens kassaflöde	1 381	-4 310
Valutakurseffekt	-172	-253
Likvida medel vid periodens slut**	10 655	8 387

* Betalda räntor uppgår för koncernen till MSEK 8 (3).

** Likvida medel och kortfristiga placeringar uppgick vid periodens slut till MSEK 10 655 (8 387).

FÖRSÄLJNING INKLUSIVE MOMS PER MARKNAD OCH ANTAL BUTIKER

Q2, 1 mars - 31 maj

Marknad	Q2 - 2017	Q2 - 2016	Förändring i %		31 maj - 17	Q2 - 2017	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker	Stängda butiker
Sverige	2 635	2 513	5	5	172	1	1
Norge	1 450	1 357	7	2	127	1	1
Danmark	1 511	1 395	8	4	101	1	1
Storbritannien	3 755	3 725	1	7	279	4	5
Schweiz	1 539	1 522	1	-4	99		
Tyskland	10 149	9 432	8	4	457	3	1
Nederländerna	2 046	2 034	1	-3	143	1	1
Belgien	1 132	1 041	9	5	92	2	1
Österrike	1 454	1 370	6	2	83		
Luxemburg	118	111	6	3	10		
Finland	703	691	2	-2	63	1	
Frankrike	3 231	3 119	4	0	236	2	1
USA	7 017	6 423	9	1	496	13	1
Spanien	2 012	1 845	9	5	172	4	1
Polen	1 363	1 143	19	13	170	2	
Tjeckien	398	343	16	11	48	1	1
Portugal	320	281	14	10	31		
Italien	2 325	2 202	6	2	172	4	
Kanada	1 136	1 010	12	8	87	2	
Slovenien	136	126	8	4	12		
Irland	279	271	3	-1	24		
Ungern	442	376	18	13	42		
Slovakien	179	159	13	8	19		
Grekland	469	457	3	-1	35	2	2
Kina	2 974	2 809	6	4	475	21	1
Hongkong	456	486	-6	-13	29	1	
Japan	1 415	1 230	15	7	74	9	1
Ryssland	1 548	1 128	37	7	124	6	
Sydkorea	577	443	30	17	39	3	
Turkiet	793	676	17	37	68	6	
Rumänien	558	494	13	10	55	4	1
Kroatien	202	193	5	0	15		
Singapore	239	241	-1	-6	13		
Bulgarien	159	144	10	6	20		
Lettland	95	75	27	22	8		
Malaysia	279	255	9	11	39	2	
Mexiko	516	327	58	55	27	2	
Chile	378	270	40	27	4		
Litauen	97	73	33	28	9		
Serbien	103	84	23	19	10	1	
Estland	97	85	14	11	9	1	
Australien	700	449	56	44	25	2	
Filippinerna	268	202	33	32	25	3	
Taiwan	204	150	36	19	12		
Peru	195	103	89	71	7	1	
Macao	34	38	-11	-17	2		
Indien	298	125	138	116	16	2	
Sydafrika	232	150	55	26	11	2	
Puerto Rico	26				2		
Cypern	22				1		
Nya Zeeland	42				1		
Kazakstan	44				2	2	
Colombia	38				2	2	
Franchise	1 150	1 165	-1	-6	204	11	
Totalt	59 538	54 341	10	5	4 498	125	20

FÖRSÄLJNING INKLUSIVE MOMS PER MARKNAD OCH ANTAL BUTIKER**Sex månader, 1 december - 31 maj**

Marknad	2017	2016	Förändring i %		31 maj - 17	Sex månader	
	MSEK	MSEK	SEK	Lokal valuta	Antal butiker	Nya butiker	Stängda butiker
Sverige	5 007	4 837	4	4	172	2	6
Norge	2 942	2 673	10	3	127	1	1
Danmark	2 849	2 678	6	3	101	2	3
Storbritannien	7 150	7 271	-2	6	279	5	7
Schweiz	3 033	3 014	1	-4	99	1	
Tyskland	18 562	18 093	3	-1	457	3	5
Nederländerna	3 676	3 771	-3	-6	143	1	3
Belgien	2 242	2 084	8	4	92	3	1
Österrike	2 739	2 649	3	0	83		
Luxemburg	229	224	2	-1	10		
Finland	1 391	1 372	1	-2	63	2	
Frankrike	6 585	6 325	4	1	236	3	5
USA	13 807	12 800	8	1	496	30	2
Spanien	3 894	3 676	6	3	172	6	3
Polen	2 541	2 190	16	11	170	4	
Tjeckien	753	657	15	10	48	1	1
Portugal	637	576	11	7	31		
Italien	4 470	4 264	5	2	172	6	
Kanada	2 210	1 873	18	10	87	2	
Slovenien	260	246	6	2	12		
Irland	554	533	4	1	24	1	
Ungern	834	716	16	12	42		
Slovakien	348	315	10	7	19		
Grekland	913	865	6	2	35	2	2
Kina	5 729	5 110	12	11	475	33	2
Hongkong	935	988	-5	-12	29	1	
Japan	2 437	2 033	20	11	74	9	1
Ryssland	2 642	1 840	44	11	124	11	
Sydkorea	1 004	738	36	24	39	4	
Turkiet	1 460	1 251	17	36	68	7	1
Rumänien	1 090	962	13	11	55	5	2
Kroatien	392	367	7	2	15		
Singapore	512	508	1	-4	13		
Bulgarien	307	279	10	7	20	1	
Lettland	178	142	25	22	8		
Malaysia	625	552	13	13	39	4	
Mexiko	1 062	716	48	54	27	2	
Chile	746	514	45	29	4		
Litauen	185	139	33	29	9	1	
Serbien	193	155	25	22	10	1	
Estland	185	154	20	17	9	1	
Australien	1 373	845	62	48	25	3	
Filippinerna	557	439	27	26	25	4	
Taiwan	428	324	32	17	12	2	
Peru	445	226	97	80	7	1	
Macao	75	86	-13	-19	2		
Indien	586	208	182	161	16	4	
Sydafrika	478	294	63	32	11	3	
Puerto Rico	62				2		
Cypern	48				1		
Nya Zeeland	95				1		
Kazakstan	44				2	2	
Colombia	38				2	2	
Franchise	2 370	2 393	-1	-7	204	17	1
Totalt	113 907	104 965	9	5	4 498	193	46

FEM ÅR I SAMMANDRAG**Sex månader, 1 december - 31 maj**

	2013	2014	2015	2016	2017
Omsättning inklusive moms, MSEK	70 069	81 705	100 024	104 965	113 907
Omsättning exklusive moms, MSEK	60 027	69 970	86 143	90 565	98 368
Ändring oms. exkl. moms från föregående år i SEK, %	1	17	23	5	9
Ändring oms. exkl. moms från föregående år i lokala valutor, %	5	14	12	7	5
Rörelseresultat, MSEK	9 153	10 966	12 989	10 222	10 809
Rörelsemarginal, %	15,2	15,7	15,1	11,3	11,0
Periodens avskrivningar, MSEK	2 050	2 478	3 120	3 664	4 251
Resultat efter finansiella poster, MSEK	9 359	11 129	13 158	10 329	10 920
Resultat efter skatt, MSEK	7 113	8 458	10 066	7 902	8 354
Likvida medel och kortfristiga placeringar, MSEK	9 061	9 592	10 293	8 387	10 655
Varulager, MSEK	12 667	14 915	19 699	25 339**	32 148**
Eget kapital, MSEK	34 747	38 516	47 239	48 907	52 469
Antal aktier, tusental*	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072	1 655 072
Resultat per aktie, SEK*	4:30	5:11	6:08	4:77	5:05
Eget kapital per aktie, SEK*	20:99	23:27	28:54	29:55	31:70
Kassaflöde från den löpande verksamheten per aktie, SEK*	6:78	7:20	8:21	7:59	6:61
Andel riskbärande kapital, %	73,2	70,1	69,0	63,0	57,0
Soliditet, %	69,2	65,5	64,4	58,3	52,1
Totalt antal butiker	2 908	3 285	3 639	4 077	4 498
Rullande 12 månader					
Resultat per aktie, SEK*	9:68	11:18	13:04	11:32	11:53
Avkastning på eget kapital, %	45,0	50,5	50,3	39,0	37,7
Avkastning på sysselsatt kapital, %	58,0	65,7	64,5	47,9	38,1

* Före och efter utspädning.

** Det bokförda varulagret för 2016 och 2017 är cirka 5 procent högre än tidigare år till följd av förbättrade fakturahanteringsrutiner. Leverantörsskulderna har ökat med motsvarande belopp.

För definitioner, se årsredovisningen

SEGMENTSREDOVISNING (MSEK)

	Sex månader 2017	Sex månader 2016
Asien och Oceanien		
Extern nettoomsättning	15 151	12 831
Rörelseresultat	299	192
Rörelsemarginal, %	2,0	1,5
Europa och Afrika		
Extern nettoomsättning	66 164	62 669
Rörelseresultat	406	253
Rörelsemarginal, %	0,6	0,4
Nord- och Sydamerika		
Extern nettoomsättning	17 053	15 065
Rörelseresultat	-398	312
Rörelsemarginal, %	-2,3	2,1
Koncerngemensamt		
Nettoomsättning till andra segment	37 469	38 284
Rörelseresultat	10 502	9 465
Elimineringar		
Nettoomsättning till andra segment	-37 469	-38 284
Totalt		
Extern nettoomsättning	98 368	90 565
Rörelseresultat	10 809	10 222
Rörelsemarginal, %	11,0	11,3

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	Q2 2017	Q2 2016	Sex månader 2017	Sex månader 2016	2015-12-01- 2016-11-30
Extern omsättning exklusive moms	4	-	4	-	-
Intern omsättning exklusive moms*	1 128	959	2 044	1 857	3 985
BRUTTORESULTAT	1 132	959	2 048	1 857	3 985
Administrationskostnader	-45	-54	-89	-104	-173
RÖRELSERESULTAT	1 087	905	1 959	1 753	3 812
Finansnetto**	2 201	1 409	2 619	1 472	12 750
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER	3 288	2 314	4 578	3 225	16 562
Bokslutsdispositioner	-	-	-	-	18
Skatt	-234	-196	-424	-396	-876
PERIODENS RESULTAT	3 054	2 118	4 154	2 829	15 704

* Intern omsättning utgörs för kvartalet av royalty MSEK 1 086 (958) samt övrigt MSEK 42 (1) från koncernbolag och för sexmånadersperioden av royalty MSEK 2 000 (1 854) samt övrigt MSEK 44 (3).

** Utdelningsintäkter från dotterbolag ingår för kvartalet med MSEK 2 224 (0) och för sexmånadersperioden med MSEK 2 650 (1 425).

MODERBOLAGETS RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (MSEK)

	Q2 2017	Q2 2016	Sex månader 2017	Sex månader 2016	2015-12-01- 2016-11-30
PERIODENS RESULTAT	3 054	2 118	4 154	2 829	15 704
Övrigt totalresultat					
<i>Poster som inte har omförts eller inte kommer att omföras till periodens resultat</i>					
Omvärderingar avseende förmånsbestämda pensionsplaner	-	-	-	-	-4
Skatt hänförlig till ovanstående omvärdering	-	-	-	-	1
ÖVRIGT TOTALRESULTAT	-	-	-	-	-3
TOTALRESULTAT FÖR PERIODEN	3 054	2 118	4 154	2 829	15 701

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING I SAMMANDRAG (MSEK)

	2017-05-31	2016-05-31	2016-11-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	408	448	440
Finansiella anläggningstillgångar	1 559	1 702	1 420
	1 967	2 150	1 860
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar	12 082	2 960	16 186
Likvida medel	108	-	376
	12 190	2 960	16 562
SUMMA TILLGÅNGAR	14 157	5 110	18 422
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	4 874	3 985	16 857
Obeskattade reserver	429	447	429
Långfristiga skulder*	191	195	191
Kortfristiga skulder**	8 663	483	945
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	14 157	5 110	18 422

* Avser avsättning till pensioner.

** Inga kortfristiga skulder är räntebärande. Ej utbetald utdelning uppgår till MSEK 8 027 (0).