

Uniqlo ประกาศขึ้นราคาสินค้าฤดูใบไม้ร่วง-หนาวที่จะถึง ความเสี่ยงสินค้าคงคลังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ข้อเท็จจริง

First Retailing ผู้ผลิตเสื้อผ้าลำลองแบรนด์ "UNIQLO" ประกาศขึ้นราคาสินค้าบางอย่างในช่วงฤดูใบไม้ร่วงนี้หลังจากขึ้นราคาสินค้าครั้งสุดท้ายเมื่อปี 2014 เพื่อตอบสนองต่อแรงกดดันด้านต้นทุนที่สูงขึ้นเนื่องจากการอ่อนค่าของเงินเยน ซึ่งเป็นวิธีเดียวกันเมื่อแปดปีก่อนหน้า



ราคาของสินค้าจากขนแกะและขนเป็ดในคอลเลกชันฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาวปีนี้จะเพิ่มขึ้น 1,000 เยน เป็นผลมาจากการอ่อนค่าของเงินเยน และราคาพลังงานที่พุ่งสูงขึ้นทำให้ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคต้องสูงขึ้นอย่างมาก ตลาดเงินเยนแตะระดับต่ำสุดในรอบ 20 ปีเมื่อเทียบกับดอลลาร์ และไม่มีวิวัฒนาการที่จะหยุดลง

หากเทียบกับสถานการณ์ทั่วโลกญี่ปุ่นมีความโดดเด่นในหมู่ประเทศที่พัฒนาแล้วเนื่องจากไม่มี

ท่าทีที่จะขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อควบคุมอัตราเงินเฟ้อ ดัชนีพันธบัตรรัฐบาลอายุ 10 ปีที่ออกใหม่มีการซื้อขายที่อัตราผลตอบแทนประมาณ 0.24% ในทางกลับกัน พันธบัตรรัฐบาลอายุ 10 ปีของสหรัฐฯ อยู่ที่ประมาณ 3%

ดัชนีราคาผู้บริโภคของญี่ปุ่น (CPI) เป็นดัชนีที่ครอบคลุมซึ่งไม่รวมอาหารสด ในเดือนเมษายนที่ผ่านมาดัชนีราคาผู้บริโภคมีอัตราการเพิ่มขึ้นสูงสุดในรอบ 7 ปี แต่ผลกระทบจากการขึ้นราคาของผู้ผลิตอาหารหลายรายยังไม่ได้รับการสะท้อน จำนวนเงินที่ผู้บริโภคสามารถใช้ได้อย่างอิสระจึงลดลง และค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้ากลุ่มเสื้อผ้ามีแนวโน้มที่จะลดน้อยลงไปอีก

แม้ว่าเงินเยนอ่อนค่าลงเพื่อประโยชน์ของผู้ส่งออก แต่กลับไม่เป็นผลดีต่อ First Retailing เป็นเพราะสินค้าแบรนด์ Uniqlo มีการจ้างการผลิต และจัดหาวัตถุดิบอื่นๆ ในต่างประเทศนั่นเอง

อย่างไรก็ตามการขึ้นราคาสินค้าได้ถูกกำหนดให้สินค้ามีราคาไม่เกิน 1300 เยนมากกว่า 30% ของจำนวนสินค้าทั้งหมด ซึ่งเมื่อ 8 ปีก่อนหน้า Uniqlo ได้ขึ้นราคาสินค้า 5% แต่การตัดสินใจครั้งนั้นส่งผลต่อได้สุทธิรวมของ First Retailing สำหรับปีบัญชีสิ้นสุดเดือนสิงหาคม 2016 ที่ต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้อย่างมาก คือลดลงมากกว่า 50% เมื่อเทียบกับปีงบการเงินก่อนหน้า ทำให้ราคาหุ้นลดลงจากระดับสูงสุดในปี 2015 เหลือน้อยกว่าครึ่งในปี 2016 จึงเป็นสาเหตุให้ Uniqlo ต้องกลับมาลดราคาสินค้าอีกครั้งในปี 2016

ที่มาข่าวและรูปภาพ : Nikkei Online วันที่ 13 มิถุนายน 2565

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOCB0374W0T00C22A6000000/>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโอซากา

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ