

## 株式会社ユニテッドアローズ 2021年3月期第3四半期 決算説明会 質疑応答集

この質疑応答集はマスコミ向け、アナリスト・機関投資家向け決算説明会にて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問をまとめたものです。理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

### ●2021年3月期 業績について

Q. 第3四半期までの対計画の進捗状況を知りたい。

A. 売上、売上総利益は計画よりも若干弱めでしたが、利益は計画をやや上回っています。4Qに2020年春夏商品の在庫評価減を売上原価に計上する予定のため、通期予想は据え置いています。

Q. 第3四半期までの販管費について、Q別に傾向の違いはあるか？

A. 1Qは緊急事態宣言による店舗休業の影響で賃借料が大きく減、2Qは冬季賞与の減による人件費の減、3Qは宣伝販促費の抑制による減が主な要因です。

Q. 売上総利益率の悪化幅を低減できている背景は？

A. 実店舗の休業もあり、2020年春夏は早い段階からセールを開始して消化を促進する必要がありましたが、2020年秋冬は在庫調達を抑えているため、ある程度セールをコントロールした影響が大きく出ています。

Q. 感染拡大で1月が弱かったが、秋冬在庫の過剰感はあるか？

A. 緊急事態宣言再発令の影響が実店舗売上に出っていますが、2020年秋冬在庫の過剰感はあまりなく、来期アウトレットで消化できる水準です。今後の感染増減や消費マインドの変化にもよりますが、2021年春夏商品も在庫は抑制しており、残在庫が大きな問題になる可能性は低いと考えています。

Q. 通期の退店数は期初計画から大きく変わっているか？

A. ほぼ期初計画の水準です。中期経営計画に記した10%程度の退店に当期退店分は含まれており、来期以降も退店が発生する見込みです。

### ●商品政策の変更について

Q. エントリープライスの追加で、新たにどのようなお客様を獲得するのか？

A. 獲得するお客様層はマーケットにより異なりますが、主にカジュアル品の導入によって若年層を取り込んでいきたいと考えています。オリジナル企画商品の中でもシーズントレンド性の強いものを中心に、ネット通販中心に取り扱う予定です。



●ユナイテッドアローズ オンラインストア リニューアルの開発状況について

Q. ユナイテッドアローズ オンラインストアのリニューアルについて、リニューアル後の機能追加などは機動的に行えるのか？

A. OMO の基本機能は初期段階から備えており、店舗や物流センターの業務オペレーションの整備を進めながら、段階的にサービスを追加していく予定です。今回のリニューアルの目的の一つに自分達が主導的かつ機動的に開発を行えることも含まれており、リニューアル後も継続的な開発で機能追加を行う方針です。

Q. 自社でオペレーションすることにより、運営コストは現在の手数料率よりも低く収まるのか？

A. 保守的なシミュレーションをした上でも運営コストは現在よりも低減できる見込みです。サーズサービスを活用しているものの、カスタマイズ等である程度の投資コストがかかっていますが、3年以内で回収できる見込みです。

●在庫改善プロジェクトについて

Q. プロジェクトの目標値に売上総利益率 50%を出しているが、これは過去普通に達成していた水準。なぜ 50%に設定したのか。

A. 今回出した目標値は現行の中期経営計画の最終年度の売上総利益率に準じたものです。長期的にはもっと高い水準を目指したいと考えていますが、まずはコロナ禍前の水準に戻すのが目標です。高すぎる目標値を掲げると、必要以上の在庫の絞り込み、原価率の設定などで無理をしてしまう危険性もあり、一旦ここを目標に置き、その後さらなる改善を目指します。

Q. このプロジェクトを通じて、2021 年春夏、秋冬はどの程度の在庫水準になる見通しか？

A. 社内ではコロナ禍前の 2019 年春夏、秋冬との比較で検討しており、春夏は概ね 85~90%程度、秋冬は計画策定中ですが 90%以下を目指していく予定です。

●サステナビリティの取り組みについて

Q. 非財務目標の検討にあたり、財務的な影響が出てくるときにどのような考え方をとるのか？

A. 販売備品等で環境配慮素材の使用がコスト増につながるものもありますが、備品の種類やサイズの統一などによるコスト低減策と並行して検討しています。サステナビリティの取り組みはマーケットによってお客様から求められるものが異なると考えており、各事業の特性に応じた取り組みを進める方針です。

以上