



## 株式会社ユニテッドアローズ 2022年3月期 第1四半期 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。

### ●業績について

#### Q、ビジネスユニットの売上総利益率が対2年前では低下している背景は？

A、詳細な分析は現段階ではできておりませんが、今年1月から3月の間発令された緊急事態宣言により春物商品の消化が遅れが出たため、4月から5月にかけて小規模なセールを実施しました。そのため6月以降はセール抑制で改善傾向にあるものの、第1四半期時点では弱含みが続いています。

#### Q、販管費の計画下振れ要因は売上未達によるものか、コストコントロールによるものか？

A、それぞれの影響度までは不明ですが、どちらの要素も影響していると思われれます。

#### Q、第1四半期の通販サイト別の売上前年比と構成比を知りたい。

A、

	売上高前年比	構成比	前年差
UA オンラインストア	78.8%	35.1%	1.9pt
ZOZOTOWN	69.7%	42.5%	▲2.8pt
楽天ファッション	92.6%	13.8%	2.7pt

#### Q、第2四半期に発生する評価損の戻りは、どの項目に出てくるのか？

A、アウトレットで2020年春夏在庫の消化が想定以上に早く進んでいるため前期に行った特別評価損の戻りが反映され、第2四半期の売上原価が約10億円程度引き下げられる予定です。

#### Q、通期予想における収益認識基準の影響額を知りたい。

A、売上高で26億円、売上原価で10億円、販管費で15億円程度の影響を想定しています。



## ●その他

Q、秋冬に積み増す在庫の中身はどういうものか？仮にニーズが戻らなかった場合の対応をどう考えているか？

A、感染拡大で不安定要素は残るものの、秋冬には一定のニーズ回復は見込めると考えています。積み増す在庫は10月以降投入の冬物商品が中心です。定番商品を中心に仕込んでおり、想定通りニーズが戻らない場合でも来期に持ち越せるようにしていますが、可能な限り今期中に消化できるよう施策を行います。

Q、不採算店舗、事業の見極め状況を知りたい。

A、緊急事態宣言の期間が長くなる中、もう一段踏み込んで見直しを進めた結果、今期末時点で店舗は前々期末から12%程度減る見込みになっており、当初の想定よりもやや増えています。今後も精査は進めていきます。

Q、新しい取り組みも進めているが、これまでと異なる収益管理を行うのか？

A、今発表している新規の取り組みは、どれも規模感としては小さいものです。今までのように実店舗出店ありきの考えではなく、小規模でスタートし、今後の成長の見極めができた段階でアクセルを踏んでいく手法を取っています。

Q、企業ブランドの価値向上について。これまでの取り組みの中で見直しが必要なものはあるか。

A、企業ブランド価値を高めていく中でも、最も重要なのは主力事業のUAを輝かせることだと認識しています。これまでビジネスオケーションを中心にしていますが、新たな価値創造に向けて品ぞろえや出店手法の見直しを進めています。UAブランドが輝くことで、その他のブランドのイメージけん引にもつながっていく考えです。現在進めている様々な新しい取り組みについても積極的にPRを行い、お客様の期待値を上げていきたいと思えます。

DXについては、CRM、SCM、OMOのそれぞれが順調に進んでいます。CRMについてはハウスカード会員様の店頭での動向分析に向けた仕組みを導入し、お客様の詳細把握を進めます。SCMについては現在の商品管理システムを刷新し、計画から商品調達までの精度を上げ、必要な物が必要な時期に確実にそろえられるように体制を整備します。OMOについては、来春に予定している新自社ECサイトのリリースに向けた準備を行っています。

以上