



株式会社ユニテッドアローズ 平成 29 年3月期 月次売上概況 質疑応答集

この質疑応答集は、月次売上概況(速報)発表時に、アナリスト、機関投資家、マスコミ各社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。

●平成 29 年3月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、3月の小売+ネット通販既存店売上は、第1週が前年同期の約133%、第2週、3週が前年同期の約90%台前半、第4週、5週が前年同期の102~105%となりました。大型商業施設「ルミネ」のカードホルダー向けキャンペーンが第1~2週にあったこと(前年は第2~3週)や、24日~26日に「ZOZOTOWN」にて割引クーポンを配布したこと(前年は未実施)などによって週ごとの上下が目立ちますが、月トータルでは前年を上回っています。

Q、ネット通販の伸びが非常に高い理由は？

A、春物商品が好調だったことに加え、シーズン端境期の梅春商品をセールにかけ、在庫をネット通販店舗に集約したことや、割引クーポンなどの施策を行ったことが、売上の大幅増につながっています。

Q、春物の動きはどうか？

A、昨年よりも気温の低い日が多かった影響で、アウターやカジュアルウエアの動きが若干鈍くなりました。一方、気温に左右されづらい式典需要やビジネス需要の商品や、ウィメンズの柄物ブラウスなどのトレンド品の動きは非常に好調でした。

Q、クロムハーツが好調な背景は？

A、新規のお客様や顧客の方のお買上による国内需要の活発化や、免税売上の増加によるものです。

Q、免税売上の状況について、教えて欲しい。

A、(株)ユニテッドアローズとCHROME HEARTS JP 合同会社の合算で、前年の約124%となりました。特にクロムハーツは前年の約132%と高い伸びとなっています。

●平成 29 年2月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、2月の小売+ネット通販既存店売上は、前年に比べて休日が1日少ない第2週と、主要商業施設の割引キャンペーン前の買い控えが発生した第4週は伸び率がやや鈍化したものの、月を通じて前年同期を上回りました。

Q、前年より営業日数が少ないのに、既存店売上が好調だった背景は？

A、今年はセール用の在庫が豊富だったことから、前年に比べてセール売上の増が押し上げ要因となりました。加えてウィメンズを中心にトレンド商品の動きが見られたこと、マザーニーズなど式典需要が高かったことが好調要因です。

Q、ネット通販の伸びが非常に高い理由は？

A、スニーカーや春物軽衣料の動きが見られたことに加え、セール商品をネット通販店舗に集約したことがネット通販売上を大きく伸ばしました。



Q、SBUの売上が前年を下回ったのはなぜか？

A、退店により、前年同月よりも店舗数が減ったことが影響しています。また一部の事業が弱含みとなったことも、実績減の要因となりました。

●平成29年1月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、1月の小売＋ネット通販既存店売上は、月を通じて前年同期を上回りました。セールに対するニーズが高かったのに対し、十分な在庫を持っていたことが奏功しています。

Q、小売既存店買上客数の前年割れが続く理由は？

A、セール商品など単価の低い商品をネット通販で購入するお客様が増えていることや、セール後半からは対象品の在庫をネット通販店舗に集約したことなどが影響しています。

Q、免税売上の状況を知りたい。

A、前年のクロムハーツ事業の売上を除いた単体の免税売上は、前年同月から約36%増加しました。子会社化したクロムハーツの免税売上も約24%伸びており、単体とクロムハーツを合計した免税売上は前年同月の約30%増となりました。円安によって訪日外国人が増えていることや、今年の春節が1月末からだったことが影響しています。

Q、春物商品の出足はどうか？

A、今年は花柄、ピンク、イエローなどの商品が注目を集めています。まだ下見段階ですが、式典需要も徐々に高まっています。

●平成28年12月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、12月の小売＋ネット通販既存店売上は、第1、2、4週が前年同期を下回ったものの、第3、5週は前年同期を上回りました。週による上下は、前年との気温差、VIP顧客向けセールの開催日程やハウスカード会員向けセールの開催週の前年とのずれが主に影響しています。

Q、小売既存店買上客数の前年割れが拡大した理由は？

A、当年より小売に加えてユナイテッドアローズ オンラインストアでもVIP顧客向けセールを開催したことや、ソゾタウンやアイルミネをはじめとするネット通販モールで様々なセール施策、クーポン施策を行ったことで、お客様のニーズがネット通販に流れたのではないかと見えています。

Q、免税売上の状況を知りたい。

A、前年のクロムハーツ事業の売上を除いた単体の免税売上は、前年同月から約17%増加しました。子会社化したクロムハーツの免税売上も約7%伸びており、単体とクロムハーツを合計した免税売上は前年同月の約112%となりました。

Q、グリーンレーベルの好調要因は？

A、グリーンレーベルでは、ウィメンズ全般とメンズのビジネス衣料が好調に推移しました。アウター、ニット、マフラーなどの冬物衣料に加えて、成人式に向けたスーツの動きが目立ちました。



●平成 28 年 11 月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、11月の小売＋ネット通販既存店売上は、第1週から第4週まで前年同期を上回りました。特に月前半は前年同期に比較し気温が低く推移したため、2ケタの伸びとなりました。

Q、ネット通販の伸びが高い理由は？

A、上記同様、月前半の天候のプラス要因により、1、2週目のネット通販既存店売上は前年同期から4割～5割の伸びとなりました。また、第3週には ZOZOTOWN にてオフクーポン施策を実施したこと等により、前年同期から3割強の伸びとなりました。

Q、免税売上の状況を知りたい。

A、前年のクロムハーツ事業の売上を除いた単体の免税売上は、前年同月から約 14%増加しました。子会社化したクロムハーツの免税売上は約9%伸びており、単体とクロムハーツを合計した免税売上は前年同月の約 111%となりました。

Q、小売既存店客単価が4%上昇している要因は？

A、低気温により、防寒アウターなど高単価品の売上構成比が上昇したこと等が要因です。



●平成 28 年 10 月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、10 月の小売＋ネット通販既存店売上は、第1週、2週、4週は前年を下回ったものの、第3週、5週は前年を上回りました。第3週の増加は気温の低下と当社ハウスカード会員向けのポイントキャンペーンが奏功しました。第5週は気温が低下し、冬物の動きが目立ったことで売上が増加しました。

Q、免税売上の状況を知りたい。

A、前年のクロムハーツ事業の売上を除いた単体の免税売上は、前年から 21%程度増加しました。当月より子会社化したクロムハーツ事業の免税売上は6%強伸びており、単体とクロムハーツ事業を合計した免税売上は前年の 113%強です。

Q、グリーンレーベルの好調要因は？

A、グリーンレーベルはメンズ、ウィメンズ、キッズ、生活雑貨全てのカテゴリーで小売＋ネット通販既存店売上が前年同期を上回りました。特にウィメンズが好調で、10 月中旬に発行したカタログ掲載アイテムの動きが目立っています。

●平成 28 年 9 月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、9月の小売＋ネット通販既存店売上は、第1週、2週が前年の 84～85%、第3週が前年の 89%、第4週が前年から微減、第5週は前年から 6%程度の増となりました。クロムハーツ商品の価格改定を 9 月 16 日に行ったため(告知は 9 月 2 日)、前半は買い控えによるマイナスが目立ちました。加えて、高い気温動向で商業施設の販売キャンペーンなども弱含みに終わりました。月後半は徐々に暑さが和らいだこと、価格改定後のクロムハーツ売上が堅調なこと、ZOZOTOWN のオフクーポン施策を 25 日～27 日に実施したことなどにより、回復基調に入りました。

Q、秋冬物の出足はどうか？

A、高い気温推移により、アウターやニットなど動きが遅めです。ジャケットなどのビジネス、フォーマル需要、長袖カット、ブラウス、ロングスカートなどの商品が好調なものの、前年のロングカーディガン、ワイドパンツなどのヒットをカバーできなかったことも弱含みにつながっています。

Q、免税売上の状況を知りたい。

A、免税売上は前年の 118%程度となりました。クロムハーツ事業で 10%程度、その他の事業で 26%程度増加しました。

Q、グリーンレーベルのネット通販既存店売上がマイナスになった理由は？

A、グリーンレーベルは ZOZOTOWN のオフクーポン施策を実施しませんでした。そのため、小売と同様、特にカジュアル衣料の動きが弱く、既存店売上が前年を下回りました。



●平成 28 年8月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、8月の小売+ネット通販既存店売上は、第1週を除いて前年同月を下回りました。第2週、3週の前年割れは昨年実施した ZOZOTOWN での 1000 円オフクーポン施策の反動が大きく、第4週以降は昨年に比べて気温が高く秋冬動向が遅れたこと、台風の影響が客足に及んだことなどが主な要因です。また免税売上高が前年を下回ったことも、当月の前年マイナスに影響しています。

Q、秋冬物の出足はどうか？

A、前年に比べて気温が高めに推移したこともあり、弱めの出だしとなっています。ブラウス、シャツ、チュニック、カッターなどの中軽衣料のほか、ジャケットなどのビジネス需要の商品の動きが見られたものの、ダウジャケット、ストールなど冬物商品の動きが昨年よりも遅めに推移しました。

Q、免税売上の状況を知りたい。

A、免税売上は前年の 94%程度となりました。クロムハーツの免税売上が前年を下回った影響が大きく、クロムハーツを除いた免税売上は前年同期を上回っています。

Q、ネット通販の伸びが鈍化した理由は？

A、前年の 14 日～18 日にかけて実施した ZOZOTOWN の 1000 円オフクーポン施策の反動が出たことによる一時的な鈍化と見えています。反動の出た第 2 週、3 週以外の週は前年を上回って推移しており、昨年クーポン施策を実施しなかったグリーンレーベル リラクシングは前年の 136.1%と好調を維持しています。

●平成 28 年7月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、7月の小売+ネット通販既存店売上は、全ての週で前年同期を上回りました。特に月前半は天候にも恵まれ、気温の高い日が続いたことで夏のセールが好調に推移し、高い伸びとなっています。

Q、クロムハーツの売上が回復した要因は？

A、外国人観光客による免税売上が前年を上回ったことに加え、国内需要による売上も伸びたことが要因です。

Q、免税売上の状況を知りたい。

A、免税売上は前年の 120%程度となりました。セール商品の購入を目的に来日される方が増えていると推測されます。

Q、ネット通販の伸びが高い理由は？

A、セール商品をネット通販で購入するという購買パターンが定着しはじめていることに加え、各オンラインモールで様々な販促施策を行っていること、先行予約を受け付けた商品の発送がまとまった規模であったことなどが、ネット通販の伸びにつながっています。



●平成 28 年6月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、6月の小売+ネット通販既存店売上は、第5週を除いて前年同月を上回りました。第5週の前年割れは、主に小売における前年とのセール日程の違いによるものです。セール開始日が7月にずれ込んだ店舗が多かったため、売上が前年を下回りました。

Q、小売+ネット通販既存店売上が回復した要因は？

A、ビジネス衣料に加え、カットやブラウス、パンツ、ワンピースなどの夏物衣料の動きが全般的に強く、既存店売上の押し上げにつながりました。これまで弱含みが続いていたウィメンズのシューズにおいてスポーツサンダルが好調に推移したことも、プラスに働いています。

Q、クロムハーツの割れ幅が小さくなった背景は？

A、免税売上の減は続くものの、前年に発生した駆け込み需要の反動がほぼなくなったことが要因です。

Q、ネット通販の伸びが高い理由は？

A、当期より、ヒットが見込める商品を中心にネット通販店舗への在庫配分を増やしており、在庫切れによる販売機会ロスを抑制しています。今年は全サイトで6月からセールを開始しており、セール購買のネットシフトが進んだことも売上増につながっています。

●平成 28 年5月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、5月の小売+ネット通販既存店売上は、第3週と第5週は前年を下回ったものの、その他の週は上回りました。主要商業施設の販売キャンペーンの開催時期が前年から1週間ずれたことが第3週のマイナス、第4週のプラスにつながっています。加えて昨年5月20日にクロムハーツ商品の価格改定を発表したことにより、前年の第5週に駆け込み需要が増加したことが、同時期のマイナスにつながったと思われます。

Q、クロムハーツのマイナスが続く背景は？

A、外国人観光客による免税売上が前年の8割程度に終わったことに加え、前年の駆け込み需要の反動が大きく、前年同月を大きく下回りました。

Q、クロムハーツ以外の商品動向は？

A、メンズ、ウィメンズともビジネス衣料や盛夏物衣料の動きが好調です。事業によって多少の強弱はありますが、衣類全般の既存店売上は前年をやや上回る水準です。

Q、ネット通販の伸びが高い理由は？

A、当期より、ヒットが見込める商品を中心にネット通販店舗への在庫配分を増やしており、在庫切れによる販売機会ロスを抑制できたことが主な好調要因です。



●平成 28 年4月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、4月の小売+ネット通販既存店売上は、第2週は前年を上回ったものの、その他の週が下回りました。第4週の割れは、多くの企業での前年との給料日の違い(前年は第4週の金曜日、今年は第5週の月曜日)、第5週の割れは前年よりも祝日が1日少なかったことが影響したと思われます。

Q、ユナイテッドアローズが弱い要因は？

A、メンズ・ウィメンズのアウトター、ウィメンズの服飾雑貨が弱めに推移したこと等が要因です。

Q、グリーンレーベル リラクシング(GLR)の伸びが高い理由は？

A、GLR では8シーズン MD の導入から2年目にあたり、品ぞろえの精度が高くなりました。特にビジネス衣料が好調に推移したことが高い伸びにつながっています。

Q、クロムハーツのマイナスが続く背景は？

A、外国人観光客による免税売上が前年の8割程度に終わったことが主な要因です。また前年は円安傾向が続いており値上げを想定した駆け込み需要が発生していたのに対し、今年はそれがなかったこともマイナス要因となりました。

以上