



東 矢 通 信

第三十二卷

2015.4.1—2015.9.30

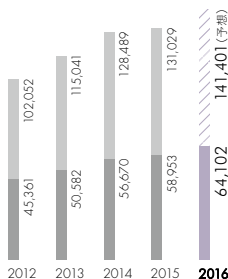
財務ハイライト

3月31日に終了する1年間

売上高

百万円

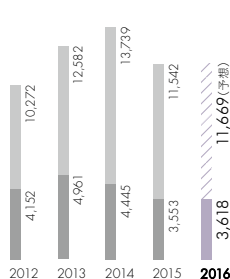
■ 第2四半期 ◇ 通期



経常利益

百万円

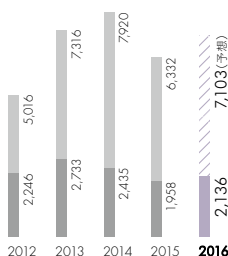
■ 第2四半期 ◇ 通期



親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益

百万円

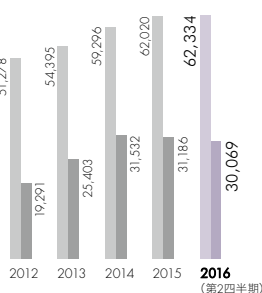
■ 第2四半期 ◇ 通期



総資産／純資産

百万円

■ 総資産 ■ 純資産

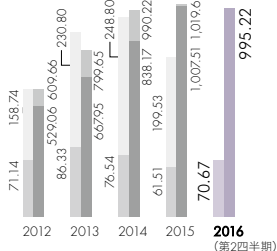


1株当たり当期(四半期) 純利益／1株当たり純資産

円

■ 1株当たり当期(四半期)純利益

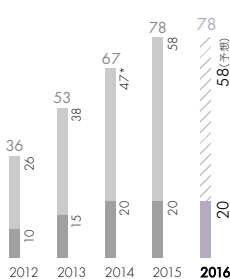
■ 1株当たり純資産



1株当たり配当金

円

■ 第2四半期末 ◇ 期末



* 2014年3月期の期末配当金には、創業25周年に伴う記念配当(1株当たり5円)が含まれています。

Contents

- 01 財務ハイライト
- 03 社長メッセージ
- 07 特集1:インバウンド戦略
- 09 特集2:「グリーンレーベルリラクシング」が自由が丘に初の路面店を出店
- 11 ビジネスレビュー
- 17 トピックス:コーポレート・ガバナンスの強化
- 18 CSR情報
- 19 連結財務諸表
- 23 株式データ
- 24 株主メモ
- 25 会社情報
- 26 お知らせ

決算資料

www.united-arrows.co.jp/ir/lib


CSRサイト

www.united-arrows.co.jp/csr
 スタッフインタビューも掲載しています


ブランド紹介

www.united-arrows.co.jp/brand


社長メッセージ



株主の皆様には、格別のご支援とご愛顧を賜り、厚く御礼申し上げます。

2016年3月期上半期は、お客様視点が欠如してしまった前期の状況から脱却すべく、「目の前のお客様大満足」を経営スローガンに掲げ、各施策に取り組んだ結果、増収減益計画から一転して売上・経常利益ともに期初計画を達成し、増収増益となりました。

下半期も、お客様視点を徹底し各施策を遂行することで、期初計画通り、通期での増収増益を目指します。

Q 2016年3月期上半期の総括をお願いします。

当上半期から、経営スローガン「目の前のお客様大満足」の実現へ向けて複数の施策を講じています。その背景となる前期は、消費増税などによりお客様の消費行動に慎重さが増したにもかかわらず、円安を背景に一律に値上げを実施した結果、商品の価格と価値のバランスが崩れ、売上低迷に至ってしまいました。この価格政策を含む全ての施策でお客様視点が欠如し、お客様のご期待に沿うことができず、減益決算となりました。

当期は立て直しを図るべく、まずは商品政策を見直しています。前期までは、定価販売のための商品調達に加え、セール時の売上増を目的とした商品調達も行っていました。しかしながら、「定価品・セール品にかかわらず、今必要なものを吟味して買いたい」というお客様のニーズの変化や、セールの長期化に伴うお客様のセールへの期待感の低下などから、セールに頼らない商品計画立案の必要性を強く感じました。そこで当期春夏シーズンから一部の事業において、商品企画サイクルを短縮することで店頭の鮮度を向上させる取り組みを開始しています。具体的には、これまで1年を6つのシーズンに区分し商品企画を行っていたものを、8つに細分化して提案するというものです。まず春夏シーズンでは、従来は立ち上がり時の打ち出し強化のため多めに設定していた春物の調達量を抑制し、その分を初夏・盛夏物の調達へ充当します。これにより、夏のセールでは半袖軽衣料など盛夏の商品量を増やすことができ、欠品による販売機会ロスを減少させました。さらにセールと並行して、6月末から秋色で夏素材の晩夏物を、7月中旬以降は秋色で秋素材を使用した初秋物を展開することで、お客様のニーズに適う今着られる物を提案しつつ店頭を新鮮に保つことが可能となりました。

この取り組みは特に、「グリーンレーベル リラクシング」で成果が表れ始めています。加えて同事業では、宣伝部門が雑誌広告や商品カタログ、SNSなどを活用した商品訴求でお客様の

ご来店を喚起し、販売部門が店頭でスタイリング提案を行うという、各部門の連携が図れていることも好調な売上につながっています。このほか、国内外双方のお客様よりご支持いただけている「クロムハーツ」、ウィメンズの商品力強化が奏功した「ユナイテッドアローズ」も伸長した結果、上半期は増収減益計画から一転し、連結売上高は64,102百万円（前年同期比108.7%、期初計画比101.7%）、経常利益は3,618百万円（前年同期比101.8%、期初計画比121.9%）となりました。

Q そのほかの施策の進捗について教えてください。

当期の重点取組課題の一つ「在庫増加の抑制」についても、商品企画サイクルの細分化が奏功し、指標が改善しています*1。商品企画サイクルを見直したことで、シーズン後半のセールに頼らず、適時・適量の調達で店頭を新鮮に保つという考え方が商品部門に浸透してきたとともに、アウトレットや催事イベントでの在庫消化も進みました。

価格政策については、全商品一律ではなく、価格と価値のバランスを一点一点見極めながら慎重な価格設定を行っています。前期の実績を参考に、価格と価値のバランスをご評価いただかなかった物は価格を引き下げ、素材やデザインなど価値の上昇を認めていただけた物は相応の価格を設定するという方針を取り、お客様にとって適価での販売を目指しています。

営業面では、ネット通販において、限定商品や、従来は実店舗のみで販売していた商品も展開するなど、商品ラインナップを拡充し売上高が伸長しました。また、セールでは実店舗の混雑を避けてネット通販でお買い物されるお客様が増えています。セール対象品を実店舗からネット通販サイトに集約することで、実店舗でセール商品の色やサイズ欠けによって生じる販売機会ロスを減少させるとともに、お客様の利便性向上にもつながっています。円安の進行などを背景に拡大を続けるインバウンド

需要に対しては、免税対応店舗の増加や英会話研修など、さまざまな取り組みを行っています*2。これら全ての施策は下半期も継続して推進していきます。

*1については19ページ「連結財務諸表」、*2については7ページ「特集1：インバウンド戦略」にて詳しく説明しています。

Q 下半期の方針を踏まえて株主の皆様へメッセージをお願いします。

下半期も、経営スローガン「目の前のお客様大満足」の実現を目指し、全従業員が「自分がお客様ならどう思うか」を判断軸に行動します。今後の持続的な成長を図るために最も重要であるお客様視点を徹底して各施策を遂行することで、当期は足場固めに注力し、来期以降の成長基盤を構築します。

当社は、中長期的な株主様価値向上へ向けて、まずは持続的な業績の向上を目指すとともに、単年度においてもROE20%以上という目標値の維持による資本効率の向上を図ります。株主様価値向上策の一環として、11月20日付けで、保有していた全自己株式（758万株、発行済株式総数の20.1%）を消却しました。資本提携など自己株式の用途が無い見通しであり、消却を通じて資本市場からの信頼性向上を図りたい考えです。

株主の皆様には、ユナイテッドアローズグループの今後の事業戦略にご期待いただき、より一層のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2015年12月

代表取締役 社長執行役員

竹田光宏

特集1：インバウンド戦略

2015年の訪日外国人のさらなる増加を背景に、当社の免税品売上高も拡大しています。2016年3月期は全社推進課題の一つに「インバウンド戦略」を掲げ、海外からのお客様満足に向けた施策に取り組んでいます。

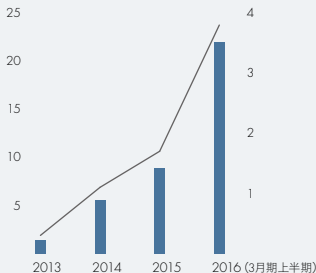
当上半期の当社の免税品売上高は22億円、前年同期比約2.5倍と継続して伸長しています。それに伴い売上高構成比は、前年同期から2.1ポイント増加の3.8%と拡大しました。免税品売上高の事業別構成比は「クロムハーツ」が62%、「ユナイテッドアローズ」が23%を占めています。

このような中、当社では免税対応店舗を増やしており、免税店の許可を取得している店舗は2015年9月末現在、当社総店舗数の約80%の202店舗となりました。対応店舗の拡大に伴い、2014年3月期まで東京都や大阪府に集中していた免税品売上高は、前期から観光地である北海道や福岡県、成田空港がある千葉県など全国に広がっています。

中国をはじめ、台湾・韓国・香港などのお客様にもご来店いただいております。「クロムハーツ」のカット、リングなどのシルバーアクセサリーのほか、他事業ではパンツ・シャツをはじめとする衣料品やシューズ・バッグも人気を集めています。

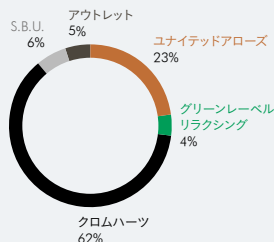
* 免税品売上高、前年同期比、売上高構成比、事業別構成比、店舗数は(株)ユナイテッドアローズ単体の数値です。免税品売上高の計上方法の違いから、百貨店内の店舗の免税品売上高および店舗数は含まれていません。

免税品売上高・売上高構成比の
各年上半期の推移(単体)
億円/ %



■ 免税品売上高(左軸)
— 売上高構成比(右軸)

2016年3月期上半期
免税品売上高 事業別構成比(単体)



2016年3月期の主要施策

① 英会話研修を通じた接客力の向上

海外からのお客様比率の高い「クロムハーツ」では、2009年3月期から英会話研修を実施しています。ロールプレイングを交えながら、入店時のご挨拶、アプローチからお会計、お見送りまでの一連の接客に加えて、お客様のご要望のヒアリングや丁寧なお声掛けなど、おもてなしの習得も目指しています。当期から他事業の都内近郊店舗でも研修を開始し、海外からのお客様に対する接客力を強化しています。

② コミュニケーションツールの導入

海外からのお客様にご覧いただきながら外国語でコミュニケーションができるツールを対象店舗で導入しています。英語・中国語・韓国語で接客の基本フレーズや商品説明で必要となる用語などを掲載しており、より積極的なコミュニケーションの促進と、お客様の疑問やご要望にきめ細かく対応することを目的としています。

③ 分かりやすい店頭掲示物

海外からのお客様に免税販売対応店舗であることをご案内するポップやステッカーを、エントランスや店内に掲示しています。「銀聯カード」対応店舗では、カードが利用可能なことをご案内するポップも掲示し、分かりやすさを高めています。



免税ポップ



銀聯カードポップ

④ 中国版SNS「WeChat」で認知度向上

中国での利用シェアが最も高いSNS「WeChat(ウィーチャット)」の公式アカウントを開設しました。中国現地での情報発信により当社ブランドの認知度向上を図り、訪日時のご来店を喚起します。また、来店されたお客様にフォロワーになっていただくことで、購買促進や新たなお客様の認知につなげます。



WeChat アイコン

特集2：「グリーンレーベル リラクシング」が自由が丘

に初の路面店を出店



広くゆったりとした空間で密度の濃い接客ができるよう、展開するアイテム数を通常店舗より絞り、見やすく選びやすい売り場にしています。商品ディスプレイはスタイリング提案を意識し、コーディネートを分かりやすく表現しています。

ユニテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング 自由が丘店
東京都世田谷区奥沢5-25-13

「グリーンレーベル リラクシング (GLR)」は、2015年9月、東京都世田谷区の自由が丘エリアに事業開始以来初の路面店を出店しました。

GLRはこれまで、日本全国の主要ショッピングセンターに出店し、2015年9月末現在で66店舗を展開しています。今回出店した自由が丘エリアは、商業地や住宅地として人気が高く、文化的で洗練されたイメージを持つため、心豊かで洗練されたライフスタイルを提案するGLRのブランドイメージとの親和性があります。このような特徴を持つエリアへの路面店出店により、ブランドの世界観を存分に発信し、ブランドイメージの向上へつなげます。また路面店ではイベントやワークショップなどを企画しやすいため、地域のお客様とのコミュニケーションを大切にしているGLRにとって、新たな取り組みの可能性も広がります。

自由が丘店は「グッド ローカル ストア」をコンセプトに、地域のお客様とのコミュニケーションを通じてその土地に根付いていくとともに、お客様のブランドへの理解や共感を深め、ファンになっていただける店舗となることを目指しています。

地域の楽しさを伝える取り組み「THINK LOCAL」

自由が丘店を含むGLRの一部の店舗では、地域に密着した飲食店や物販店を紹介するローカルマップ「THINK LOCAL (シンク ローカル)」を作成し、配布しています。この取り組みは、地域の楽しさを新たに発見していただくことや、地域の活性化につなげることを目的としています。



THINK LOCAL 自由が丘

GLR本部 副本部長
兼 販売統括部 部長
木村 竜哉



自由が丘店は「グッド ローカル ストア」をコンセプトに、地域のお客様とのコミュニケーションを深めることで、その土地に根付き、愛される店舗となることを目指しています。特に接客については、わざわざお越しいただく路面店でお客様一人ひとりのご要望をじっくり伺い誠心誠意お応えすることを大切にしつつ、価値ある商品を提案することで、お客様との良い関係性を構築していきます。加えて、インショップより取り組みの自由度が高いという路面店の特性を活かし、イベントやワークショップ、「THINK LOCAL」などの活動を積極的に行っていきます。自由が丘店のこれらの取り組みは、GLR事業の中長期的な成長を見据えたものです。各店舗が個性を打ち出し、例えば一人のお客様に複数のGLR店舗にお立ち寄りいただいても各店でお楽しみいただけるようにすることで、既存店の成長を図りたいと考えており、自由が丘店をその模範となる店舗にしていく所存です。さらには、自由が丘店出店により、新しい立地やチャンネルへの出店可能性が広がることも、今後のGLR事業への波及効果として期待しています。

Business Review

ユナイテッドアローズ事業

ビジネスユニット
売上高前年同期比 **105.2%**

小売+ネット通販既存店
売上高前年同期比 **102.1%**

UNITED ARROWS

ユナイテッドアローズ (UA)



2015年秋冬シーズンビジュアルより引用

UAでは、お客様のファッションテイスト別に商品カテゴリーを組み直すとともに、商品カテゴリー毎にトレンドを反映した商品を提案しました。同時に商品価値とのバランスを慎重に見極めて価格を設定した結果、売上増加につながりました。特にウイメンズにおいては、春先からのワイドパンツやガウチョパンツのヒットに続き、秋冬シーズンからはオリーブやキャメルなどトレンドカラーのニットやカット、ロング丈のカーディガンの動きが顕著に見られています。円安の継続で訪日外国人による売上も拡大傾向にあり、人気ブランドとの別注商品のほか、扇子や草履などの和小物もご好評をいただきました。



UNITED ARROWS

BEAUTY&YOUTH UNITED ARROWS

ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ (BY)



2015年秋冬シーズンビジュアルより引用

BYでは、メンズにおいては清涼感のある機能性素材を使ったカットやパンツ、ジャケットなどが、ウイメンズにおいてはビッグシルエットのカット、ワイドパンツ、ロング丈のカーディガンなどが好調でした。また、これまで首都圏が中心だった人気ブランドの販売イベントの開催を地方店舗まで拡大し、ご好評をいただいています。事業開始から3年目となる「スティーブン アラン」は、過去の実績を十分に検証して品ぞろえを強化しました。ブランド認知の向上とあわせて売上も増加しており、9月にオープンした「フタコタマガワ」(東京都世田谷区)も良好なスタートを切りました。



BEAUTY&YOUTH
UNITED ARROWS

ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング事業

ビジネスユニット
売上高前年同期比 110.1%

小売+ネット通販既存店
売上高前年同期比 104.4%

UNITED ARROWS green label relaxing

ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング (GLR)



「THE GREENPAPER」2015年9月号ビジュアルより引用

GLR事業では、商品力強化を重点取組課題の一つに掲げており、トレンドを織り込んだ商品開発と、商品価値とのバランスの取れた価格設定を行っています。夏から秋に向けてきめ細かく商品を入れ替えて新鮮な商品をご提案できるよう努め、今すぐ着られる物が欲しいというお客様の声にお応えしました。あわせて雑誌広告やカタログ、ウェブやSNSを通じた積極的な情報発信によってお客様への訴求力を高めています。その結果、特にウィメンズが好調に推移し、ビッグシルエットのカットやロング丈のカーディガン、ワイドシルエットのパンツなどのヒットにつながりました。



クロムハーツ事業

ビジネスユニット
売上高前年同期比 125.5%

小売既存店
売上高前年同期比 124.7%

CHROME HEARTS

クロムハーツ (CH)



2015年秋冬シーズンビジュアルより引用

CH事業では、ジュエリーやゴールドなどの高額商品やアイウェア、カットが好調に推移したことに加え、新規のお客様によるシルバークセサリーを含むベーシック商品の動きが顕著に見られました。世界的なブランド認知の高まりとあわせて訪日外国人の来店増加も続いており、売上に大きく貢献しています。国内外を問わずに拡大するお客様層に対して販売力をより強固にするため、全販売員に向けたブランド勉強会を開催しました。CHの歴史やコンセプト、モノ作りの背景などを深く知ることでブランドの魅力と価値を正しくお客様にお伝えし、ファンの拡大につながっています。



スモール ビジネス ユニット

ビジネスユニット
売上高前年同期比 **99.7%** 小売+ネット通販既存店
売上高前年同期比 **98.3%**

SBU_s

スモール ビジネス ユニット (S.B.U.)



ポワソンショコラ 2015年秋冬シーズンビジュアルより引用

S.B.U.では、ビジネスユニット売上高が前年同期を下回ったものの、「ポワソンショコラ」と「ザ ステーション ストア ユナイテッドアローズ」が好調に推移しました。事業開始から2年目となる「ポワソンショコラ」は、前期の実績からお客様層を見極め、スニーカーなど不足していた商品群を拡充したことで売上が向上しました。「ザ ステーション ストア ユナイテッドアローズ」は、ターゲットを通勤OL層に再定義しました。季節に応じて隔週で店頭での打ち出しを切り替え、つい立ち寄りたくなるような店作りを行った結果、ワンピースやレイングッズなどが売上げをけん引しました。

スモール ビジネス ユニット：「アナザーエディション」「ジュエルチェンジズ」「オデット エオディール」「ポワソンショコラ」「ドゥロワー」「アストラット」「アンルート」「ジ エアポート ストア ユナイテッドアローズ」「ザ ステーション ストア ユナイテッドアローズ」「アーキペラゴ ユナイテッドアローズ」で構成される小型事業群

連結子会社の概況

株式会社フィーゴ

(株)フィーゴは、9月に「フェリージ」とセレクトショップ「ラ ガゼッタ 1987」の複合店舗を松屋銀座(東京都中央区)内にオープンしました。「フェリージ」の商品や「アスベジ」、「ハンコック」など(株)フィーゴが展開するさまざまなブランドのご紹介を通じて、上質なライフスタイルを提案しています。



フェリージ
2015年秋冬シーズンビジュアルより引用

株式会社コーエン

「コーエン」は、コーエンカードの会員様向けに特別優待会へのご招待やお買上金額に応じた各種サービスを提供し、お客様の再来店につなげました。4月にリニューアルオープンした「グランドストア 越谷レイクタウン店」(埼玉県越谷市)ではカフェを併設し、ゆったりとお買い物を楽しめるとご好評いただいています。

(株)コーエンは1月期決算のため、当第2四半期の連結対象期間は2015年2月～7月となります。



コーエン
グランドストア 越谷レイクタウン店併設の
キオスコ コーエン ローカル デリ

台湾聯合艾諾股份有限公司 (UNITED ARROWS TAIWAN LTD.)

5月にオープン1周年を迎えた「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 台北店」では、有名ブランドとのコラボレーションによる1周年記念商品を発売し、大きな反響が得られました。また、地元の有力ファッションビルに期間限定店舗をオープンするなど、知名度向上につながる活動も行っています。



ビューティ&ユース
ユナイテッドアローズ 台北店
誠品書店 信義店内 期間限定店舗

台湾聯合艾諾股份有限公司は1月期決算のため、当第2四半期の連結対象期間は2015年2月～7月となります。

トピックス

コーポレート・ガバナンスの強化

当社は、経営理念「世界に通用する新しい日本の生活文化の規範となる価値観の創造」の実現へ向けて、透明・公正な経営体制の構築や迅速で果敢な意思決定を行う体制が必要との判断から、コーポレート・ガバナンスの継続的な拡充を図っています。その一環として、2015年6月に、ファッションおよび小売業界での豊富な経験や大学教授として幅広い知見を有する西川 英彦氏が社外取締役役に就任いたしました。社外取締役として、コーポレート・ガバナンスやコンプライアンスなどに精通した石綿 学氏に加えて、異なる知見を持つ西川氏が経営に参画することで、取締役の視野を広げ、取締役会の活性化を図るとともに、経営の健全性を一層高めていきます。

社外取締役
法政大学経営学部 教授
日本マーケティング学会 常任理事
西川 英彦



社外取締役就任前より、当社には、お客様・従業員・取引先様・社会・株主様という全てのステークホルダーを大切にしている印象を持っていました。取締役会では、各ステークホルダーの視点のもと活発に議論されていることから、就任後、その印象がより強まっています。

コーポレート・ガバナンスの観点では、社外取締役が2名体制となり、コンプライアンス、コーポレート・ガバナンス、資本政策、法務全般に精通した弁護士の石綿 学氏と、ECやリテールビジネス、マーケティングを専門とする私で、それぞれの観点から経営効率や経営体制の強化を担うものと認識しています。

当社が中長期的に成長していくためには、新しいアイデアが生まれる源泉となる「多様性」を活かすことが重要です。社内のみならずステークホルダーの多様なアイデアを取り入れることで、ステークホルダーとともに新しい価値を創造する「共創」が可能となります。共創の積み重ねによって、当社の変革、ひいては企業価値向上へつながっていくと考えます。

CSR情報

「グリーンレーベル リラクシング」が
リサイクルダウン販売とダウンウェアの回収を開始

「グリーンレーベル リラクシング (GLR)」は、「グリーンダウン プロジェクト」*に参加し、再生羽毛「グリーンドウン」を使用したダウンウェアの販売と、着なくなったダウンウェアの回収をGLR全店舗にて開始しました。



「グリーンドウン プロジェクト」は、2015年9月末現在19社が参加し、羽毛製品の回収から精製、再生羽毛の製品化、販売を通じて羽毛のリサイクル社会を目指すプロジェクトです。回収したダウンウェアは解体され、取り出された羽毛は新毛と同じ工程で洗浄されます。そして汚れや埃が取り除かれた後、厳しい基準をクリアした羽毛のみが「グリーンドウン」として製品化されます。

GLRでは「グリーンドウン」を使用したダウンウェアを企画し、メンズ・ウィメンズ・キッズで展開しています。環境に配慮した商品のご提案によって、お客様とともに社会貢献活動を推進していきます。

* 一般社団法人Green Down Projectが主催しています。www.gdp.or.jp



「ファー付きダウンコート」
31,320円(税込)



「フード付きダウンジャケット」
28,080円(税込)

「グリーンレーベル リラクシング」全店舗、「UA オンラインストア」でお買い求めいただけます(キッズ商品は、キッズ展開店舗のみでの販売)。掲載商品は、在庫がなくなり次第販売終了となります。売り切れの際はご容赦ください。

UA オンラインストア store.united-arrows.co.jp

連結財務諸表

連結貸借対照表 (要約)

たな卸資産の増加率は売上高の伸長率を下回って着地

売上高前年同期比108.7%に対して、たな卸資産は前年同期末比101.6%となりました。商品の展開時期と投入量を慎重に見極めたことで、当期春夏商品の投入から消化までの効率化が進みました。あわせて、アウトレットや催事イベントで過去在庫の消化を促進したことも、たな卸資産の抑制につながっています。

長短借入金残高は前年同期末比122.2%の8,678百万円

流動負債は、前年同期末比98.8%の26,374百万円となりました。これは主に、1年内返済予定の長期借入金が2,004百万円、支払手形及び買掛金が558百万円増加した一方、短期借入金が3,420百万円減少したためです。

固定負債は、同212.3%の5,891百万円となりました。これは主に、2015年2月から4月に実施した自己株式取得に伴い長期借入金が2,994百万円増加したためです。

なお、長短借入金残高は同122.2%の8,678百万円となりました。

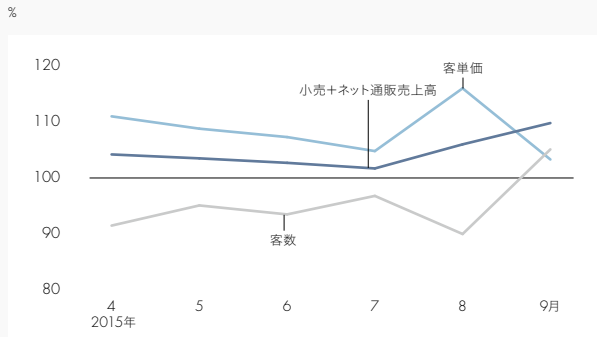
自己株式取得に伴い純資産は前年同期末比93.7%の30,069百万円

純資産は、前年同期末比93.7%の30,069百万円となりました。これは主に、利益剰余金が4,099百万円増加した一方、自己株式が5,999百万円増加したためです。なお、11月20日付けで保有していた全自己株式(758万株、発行済株式総数の20.1%)を消却*しました。

* 詳細は、3ページ「社長メッセージ」をご参照ください。

| 単位：百万円 | 2015年3月期 第2四半期末 (2014年9月30日現在) | 2016年3月期 第2四半期末 (2015年9月30日現在) | 2015年3月期 (2015年3月31日現在) |
|-------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|
| 資産の部 | | | |
| 流動資産 | 40,264 | 41,183 | 41,438 |
| (うち、たな卸資産) | 25,242 | 25,638 | 23,474 |
| 固定資産 | 21,285 | 21,150 | 20,582 |
| 有形固定資産 | 9,857 | 9,455 | 9,057 |
| 無形固定資産 | 1,700 | 1,715 | 1,685 |
| 投資その他の資産 | 9,726 | 9,979 | 9,839 |
| 資産合計 | 61,549 | 62,334 | 62,020 |
| 負債の部 | | | |
| 流動負債 | 26,691 | 26,374 | 24,101 |
| 固定負債 | 2,774 | 5,891 | 6,731 |
| 負債合計 | 29,466 | 32,265 | 30,833 |
| 純資産の部 | | | |
| 資本金 | 3,030 | 3,030 | 3,030 |
| 資本剰余金 | 4,095 | 4,095 | 4,095 |
| 利益剰余金 | 30,979 | 35,079 | 34,716 |
| 自己株式 | △6,119 | △12,119 | △10,734 |
| 株主資本合計 | 31,985 | 30,085 | 31,107 |
| その他の包括利益 累計額合計 | 97 | △16 | 79 |
| 純資産合計 | 32,083 | 30,069 | 31,186 |
| 負債・純資産合計 | 61,549 | 62,334 | 62,020 |

既存店売上高・客数・客単価 前年同期比の推移



(株) ユナイテッドアローズの既存店売上高の動向

第2四半期累計期間(2015年4月～9月)の既存店前年同期比は、小売+ネット通販売上高104.4%、客数95.4%*、客単価108.1%*となりました。

主力3事業が好調に推移し、小売+ネット通販売上高は前年同期を上回りました。「クロムハーツ」では国内外双方のお客様による売上が伸長し、「グリーンレーベル リラクシング」では商品の企画サイクル細分化による、お客様のニーズに適った商品提案が奏功しています。「ユナイテッドアローズ」ではウィメンズの商品力強化などにより増収となりました。客単価については、価格と価値のバランスを見極めた価格を設定しつつも客単価の高い「クロムハーツ」が伸長していることなどから、全社では上昇傾向です。商品政策や価格政策の見直しなどを背景に、客数に回復の兆しが出てきています。

* 客単価・客数は小売既存店ベースで算出しています。

連結損益計算書(要約)

売上高・売上総利益ともに伸長

主に(株)ユナイテッドアローズの増収により、売上高は前年同期比108.7%となりました。売上総利益率は、(株)ユナイテッドアローズでの過去在庫の消化促進に加え、お客様にご支持いただくことを優先した価格設定や品ぞろえにより前年同期差1.8ポイント減となったものの、売上総利益は増収により前年同期比105.1%と伸長しました。

販管費率は前年同期差1.5ポイント低減

主に(株)ユナイテッドアローズの増収に伴い、人件費や賃借料などの構成比が相対的に低下しました。加えて雑誌出稿などの宣伝販促費が前年同期実績を下回ったことなどにより、販管費率は前年同期差1.5ポイント減の45.3%となりました。

各利益が増益

以上の結果、増収減益計画から一転し、営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する四半期純利益がともに増益となりました。

| 単位：百万円 | 2015年3月期 第2四半期累計 (2014年4月1日— 2014年9月30日) | 2016年3月期 第2四半期累計 (2015年4月1日— 2015年9月30日) | 前年同期比 (%) |
|----------------------|---|---|--------------|
| | 売上高 | 58,953 | 64,102 |
| 売上原価 | 27,873 | 31,435 | 112.8 |
| 売上総利益 | 31,079 | 32,667 | 105.1 |
| 販売費及び一般管理費 | 27,588 | 29,051 | 105.3 |
| 営業利益 | 3,491 | 3,615 | 103.5 |
| 営業外収益 | 119 | 85 | 71.0 |
| 営業外費用 | 57 | 81 | 141.8 |
| 経常利益 | 3,553 | 3,618 | 101.8 |
| 特別利益 | 19 | 64 | 331.1 |
| 特別損失 | 281 | 213 | 75.8 |
| 税金等調整前四半期純利益 | 3,291 | 3,469 | 105.4 |
| 法人税、住民税及び事業税 | 912 | 1,340 | 146.9 |
| 法人税等調整額 | 420 | △8 | — |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 1,958 | 2,136 | 109.1 |

連結キャッシュ・フロー計算書(要約)

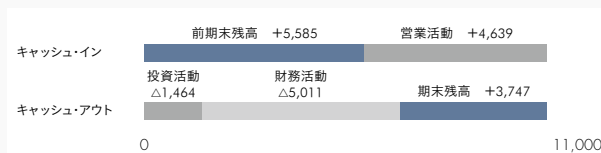
営業活動によるキャッシュ・フローでは、税金等調整前四半期純利益3,469百万円、仕入債務の増加額3,726百万円、減価償却費871百万円などの収入があった一方、たな卸資産の増加額2,164百万円、法人税等の支払額1,219百万円などの支出があったことで、4,639百万円のキャッシュ・インとなりました。

投資活動によるキャッシュ・フローでは、新規出店や改装等に伴う有形固定資産の取得による支出1,071百万円や差入保証金の差入による支出450百万円などがあったことで、1,464百万円のキャッシュ・アウトとなりました。

財務活動によるキャッシュ・フローでは、短期借入金の純減少額820百万円、長期借入金の返済による支出1,002百万円、自己株式の取得による支出1,418百万円に加えて、配当金の支払額1,770百万円があったことで5,011百万円のキャッシュ・アウトとなりました。

以上の結果、現金及び現金同等物の四半期末残高は、3,747百万円となりました。

| 単位：百万円 | 2015年3月期 第2四半期累計 (2014年4月1日— 2014年9月30日) | 2016年3月期 第2四半期累計 (2015年4月1日— 2015年9月30日) | 2015年3月期 (2014年4月1日— 2015年3月31日) |
|---------------------------|---|---|--|
| | 営業活動によるキャッシュ・フロー (小計) | 3,885 | 5,877 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 267 | 4,639 | 4,730 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △1,977 | △1,464 | △3,249 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 523 | △5,011 | △1,328 |
| 現金及び現金同等物の期末 (四半期末) 残高 | 4,243 | 3,747 | 5,585 |

キャッシュ・フローの状況
百万円

株式データ 2015年9月30日現在

| | |
|-----------|--------------|
| 株主数 | 7,488名 |
| 発行可能株式の総数 | 190,800,000株 |
| 発行済株式の総数* | 37,800,000株 |

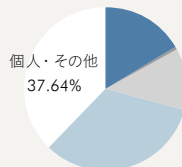
* 2015年9月30日現在、発行済株式の総数のうち、全体の20.06%に当たる7,586,324株を自己株式として保有していましたが、2015年11月20日付けで保有していた全自己株式を消却しました。消却後の発行済株式の総数は、30,213,676株となります。

大株主

| 株主名 | 持株数 (株) | 所有株式数の 割合 (%) |
|---|------------|------------------|
| 重松 理 | 2,498,400 | 6.60 |
| 株式会社エー・ディー・エス | 2,000,000 | 5.29 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) | 1,303,100 | 3.44 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口) | 1,244,100 | 3.29 |
| STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505225 常任代理人 株式会社みずほ銀行 決済営業部 | 1,191,574 | 3.15 |
| 株式会社麟蔵 | 1,148,400 | 3.03 |
| 栗野 宏文 | 1,133,000 | 2.99 |
| NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE FIDELITY FUNDS 常任代理人 香港上海銀行東京支店 カस्टディ業務部 | 847,000 | 2.24 |
| BBH FOR MATTHEWS JAPAN FUND 常任代理人 株式会社三菱東京UFJ銀行 決済事業部 | 599,600 | 1.58 |
| MELLON BANK, N. A. AS AGENT FOR ITS CLIENT MELLON OMNIBUS US PENSION 常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部 | 568,225 | 1.50 |

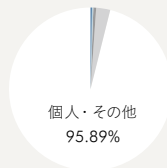
所有者別分布状況(株式数)

| | % |
|----------|-------|
| 金融機関 | 16.46 |
| 金融商品取引業者 | 0.72 |
| その他の法人 | 12.06 |
| 外国法人等 | 33.12 |
| 個人・その他 | 37.64 |



所有者別分布状況(株主数)

| | % |
|----------|-------|
| 金融機関 | 0.43 |
| 金融商品取引業者 | 0.35 |
| その他の法人 | 0.53 |
| 外国法人等 | 2.80 |
| 個人・その他 | 95.89 |



株主メモ

| | |
|---------------------------|--|
| 事業年度 | 4月1日～翌年3月31日 |
| 定時株主総会 | 6月 |
| 期末配当金受領株主確定日 | 3月31日 |
| 中間配当金受領株主確定日 | 9月30日 |
| 株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関 | 三菱UFJ信託銀行株式会社 |
| 連絡先 | 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 <u>電話 0120-232-711 (通話料無料)</u> |
| 公告方法 | 電子公告 やむを得ない事由により、電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。 |
| 単元株式数 | 100株 |

株式事務のお手続きに関するご案内

株式事務のお手続き(住所、氏名等の変更、単元未満株式の買取請求)については、株主様が口座を開設されている証券会社にお問い合わせください。未払い配当金の受取りのお手続き、株主優待券や配当金計算書の各種株式事務書類の発送状況等に関するお問い合わせは、三菱UFJ信託銀行本支店にて承ります。

将来予測に関する記述についての注意事項

当報告書の業績予想に関する記述および客観的事実以外の記述に関しましては、当社が現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいています。リスクや不確実性を含んでいます。

従いまして、これらの記述のみに全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えくださいますようお願い申し上げます。

実際の業績は、当社の事業を取り巻く経済情勢、市場の動向、為替レートなどにかかわるさまざまな要因により、記述されている業績予想とは異なる可能性があることをご承知おきください。

IR情報に関するお問い合わせ先

株式会社ユナイテッドアローズ IR室
電話 03-5785-6637

会社情報

会社概要 2015年9月30日現在

| | |
|--------|---------------------------------------|
| 商号 | 株式会社ユニテッドアローズ UNITED ARROWS LTD. |
| 本社所在地 | 東京都渋谷区神宮前二丁目31番12号 |
| 設立 | 1989年10月2日 |
| 資本金 | 30億30百万円 |
| 従業員数 | 3,685名 |
| 事業内容 | 紳士服・婦人服および雑貨等の企画・販売 |
| 主要取引銀行 | 1. 三菱東京UFJ銀行 2. 三井住友銀行 3. みずほ銀行 |

取締役・監査役 2015年9月30日現在

| | |
|--------------|--------|
| 代表取締役 社長執行役員 | 竹田 光広 |
| 取締役 専務執行役員 | 藤澤 光徳 |
| 取締役 専務執行役員 | 小泉 正己 |
| 取締役 常務執行役員 | 東 浩之 |
| 取締役(社外) | 石綿 学 |
| 取締役(社外) | 西川 英彦 |
| 常勤監査役(社外) | 酒井 由香里 |
| 監査役(社外) | 山川 善之 |
| 監査役(社外) | 橋岡 宏成 |

連結子会社

株式会社フィーゴ
株式会社コーエン
台湾聯合艾諾股份有限公司(UNITED ARROWS TAIWAN LTD.)

お知らせ

株主の皆様へアンケートご協力をお願い

株主の皆様からのご意見を今後のIR活動の参考にさせていただくため、アンケートを実施いたします。お手数ではございますが、下記URLからアクセスし、アンケートにご協力いただきますよう、お願いいたします。



ご回答いただいた方の中から抽選で30名様に、当社が展開する店舗*および通販サイト「UA オンラインストア」にてご利用いただける、株式会社ユニテッドアローズ ギフトカード3,000円分を贈呈いたします。

*一部店舗を除きます。

株式会社ユニテッドアローズ ギフトカードのご案内
www.united-arrows.co.jp/giftcard

アンケート実施期間 2016年1月31日まで

パソコンからアクセスされる場合

www.united-arrows.co.jp/ir/stockinfo/survey.htm

携帯電話・スマートフォンからアクセスされる場合

QRコード読み取り機能のついた携帯電話・スマートフォンをご使用の方は、こちらのQRコードからもアクセスできます。



紙面でのご回答を希望される場合

下記までお問い合わせください。アンケート用紙を郵送いたします。メールでのお問い合わせの場合、本文に「氏名」「送付先の住所」「アンケート用紙送付希望の旨」をご記載ください。

株式会社ユニテッドアローズ IR室

電話 03-5785-6637

メール ua7606irkojin@united-arrows.co.jp

— 賞品発送の時期は2016年2月中旬とし、抽選の結果は当選者の方への発送をもって代えさせていただきます。

— アンケートにご回答いただいた方の個人情報とご回答の内容に関しては、今後のIR活動に活かす目的以外には使用いたしません。

WEBサイト「ヒトとモノとウツワ」をオープン

当社は、経営理念「私たちは、世界に通ずる新しい日本の生活文化の規範となる価値観を創造し続けます」の実現を目指し、さまざまな取り組みを行っています。

そこに込められている思いについて、「ユニテッドアローズが大切にしていること」をテーマに、「ヒト・モノ・ウツワ」の切り口でお伝えします。ぜひご覧ください。

taisetsu.united-arrows.co.jp





UNITED ARROWS LTD.