



東 矢 通 信

第三十三卷

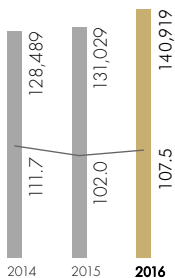
2015.4.1—2016.3.31

財務ハイライト

3月31日に終了した1年間

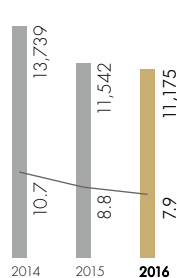
売上高／売上高伸び率

百万円／%



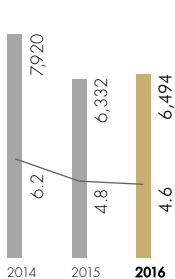
経常利益／経常利益率

百万円／%



親会社株主に帰属する 当期純利益／当期純利益率

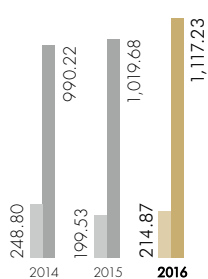
百万円／%



1株当たり当期純利益／ 1株当たり純資産

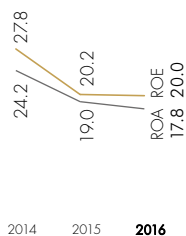
円

■ 1株当たり当期純利益 ■ 1株当たり純資産



ROA / ROE

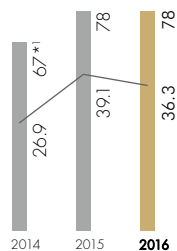
%



1株当たり配当金／配当性向

円／%

■ 1株当たり配当金 ■ 配当性向



*1 2014年3月期の配当金には、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：ネット通販の取り組み
- 09 ビジネスレビュー
- 15 2015年秋冬ヒットアイテムのご紹介
- 16 CSR情報
- 17 連結財務諸表
- 21 株主様アンケート結果のご報告
- 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

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



このたびの「平成28年熊本地震」により失われた尊い命に対し、深い哀悼の意を捧げます。被災された皆様には心よりお見舞い申し上げます。

一刻も早い復興を願うとともに、社業であるファッションを通じて復興に貢献したいと考えています。ファッションにより、一人でも多くの方の心を明るく豊かにし、心に響く感動をお届けできるよう全社一丸となってまい進します。

Q 2016年3月期の総括をお願いします。

2016年3月期は、お客様視点が欠如し売上が低迷した2015年3月期から立て直しを図るべく、経営方針「目の前のお客様大満足」を掲げ、各施策を講じました。

まずは商品政策の修正を行っています。常に新鮮な店頭でお客様をお迎えすることを目的に、気温に応じて商品をきめ細かく投入できる商品企画サイクルに変更するものです。実需型の「グリーンレーベル リラクシング」が先行導入した結果、お客様のニーズに沿った提案ができ、特にウィメンズが好調に推移しました。この好事例を他事業へも共有し、今後も商品政策の改善を進めていきます。

価格政策も見直しました。2014年秋冬商品の一律値上げの結果、お客様の離反につながったことを反省し、価格と価値のバランスを一点一点見極めながら慎重に設定しています。お求めやすい価格の商品をそろえつつ、付加価値向上やトレンド対応により相応の価格の商品も提案したことでお客様の多様なニーズにお応えでき、売上は回復傾向にあります。一方で、慎重な価格設定を優先した結果、原価管理に甘さが出たことなどが、売上総利益率の低下につながりました。

在庫コントロールについては、シーズン初回の商品調達量を抑え、途中で追加や修正など柔軟に対応できる体制をとりました。加えて催事イベントやネット通販を活用し過去在庫の消化を促進したことで、2016年3月期末のたな卸資産は売上の伸長率を下回って着地しました*1。

これらの結果、連結売上高140,919百万円(前期比107.5%)、経常利益11,175百万円(前期比96.8%)の増収、経常減益となり、各施策により増収は確保できたものの、売上総利益率をはじめとする利益面には課題を残しました。

*1 17ページ「連結財務諸表」にて詳しく説明しています。

Q 2017年3月期の経営方針についてお聞かせください。

お客様の消費動向は著しく変化しています。実店舗とネット通販を自由に使い分け、時間や場所を問わず欲しい商品を購入できる中、商品の入手に留まらない、心に響く感動をお届けすることこそお客様が真に求められるものと考えます。これを踏まえ2017年3月期の経営方針を「お客様大満足から大感動へ!」とします。

この達成へ向け、3つの重点施策を定めました。1つ目は「ココロを動かすモノ作り」です。自主企画商品の付加価値向上に加え、商品調達量や時期、実店舗とネット通販双方へ配分する在庫数量などの精度を高めることで、「5適^{*2}」を満たす商品提供を行います。併せて、お客様に感動していただけるような接客やコーディネート提案で商品以上の価値を提供します。2つ目の「驚くほど便利で使いやすいEC」では、実店舗とネット通販の連動を一層強化し売上拡大を目指します。具体的には、当社ハウスカード会員とネット通販会員の統合などによる利便性の向上や、ネット通販店舗への在庫配分拡大による機会ロスの極小化を図ります。最後に「感動レベルの接客体験」を掲げています。お客様の思いの先を汲み取り行動することが感動につながります。このような気付きと実行が全社の習慣・風土となるよう、経験の浅い店舗スタッフに加えマネジメント層に対しても教育充実を図ります。これらの施策を着実に遂行し、2017年3月期は増収増益を目指します。

^{*2} 5適：お客様が、適時：欲しい時に、適品：欲しいものが、適価：欲しいと思う価格で、適量：欲しい量だけを、適所：欲しい場所で購入できること。

Q 長期ビジョン数値目標取り下げの背景を教えてください。

当社では3年前の2013年5月に長期ビジョンを発表しました。既存事業の成長、新規事業の創出、海外進出の開始という3つの経営戦略のもと、2022年3月期に連結売上高2,200億円、経常利益率12%、ROE20%以上を目指すというものです。一方、この2年ほど、円安や消費増税といった外部環境変化への打ち手が遅れ、2013年3月期には10%以上あった経常利益率が2016年3月期には7.9%まで落ち込んでしまいました。中長期

に向けて堅実に成長しながらステークホルダーの皆様の価値向上を図るためには、まず目の前の課題解決・改善に最善を尽くすことが先決と考え、一旦長期ビジョンの数値目標を取り下げることといたしました。長期の成長に向けた3つの経営戦略に大枠の変更はありませんが、実店舗とネット通販の最適な売上構成なども検討した上で、2017年5月にあらためて中期経営計画、長期ビジョンを発表します。引き続き、お客様、従業員、取引先様、社会、株主様からなる、5つのステークホルダーにとっての価値を高めることを第一に経営を行ってまいりますので、ご理解を賜りますと幸いです。

Q 株主の皆様メッセージをお願いします。

経営方針「お客様大満足から大感動へ!」の実現へ向けに定めた3つの重点施策の中で、特に商品力向上については、根本的な施策の見直しを行います。当社グループが展開するさまざまな事業ブランドに対してお客様が求めているものを再考し、それぞれの特性を見極めます。その上でブランドポートフォリオ内での位置付けを明確にし、ブランド独自の商品企画やスタイリング提案を追求することで、中長期的な成長への足掛かりとする考えです。

加えて、持続的成長と株主様価値向上へ向け、収益性を高めるべく適正な売上総利益率の確保に努めます。そのために、2016年3月期に課題となった原価管理を徹底し、中長期的に健全な財務体質を作ることで株主様へ還元していきます。2016年3月期は、連結配当性向30%を目処に安定配当を実施するという基本方針のもと、1株当たり年間配当金を78円(連結配当性向36.3%)と、前期より据え置くこととさせていただきます。

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。

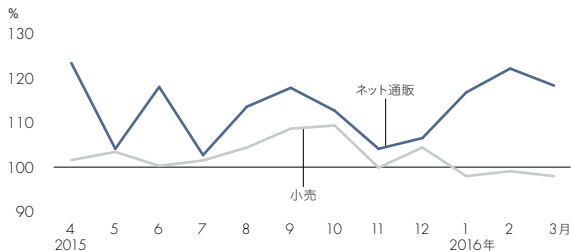
2016年6月
代表取締役 社長執行役員

竹田光宏

特集：ネット通販の取り組み

実店舗とネット通販を利便性に応じて使い分けるお客様が年々増加しています。事前にネット通販サイトで商品をチェックしてから実店舗に来られる方や、反対に、実店舗で商品を確認後、ネット通販で購入される方もいらっしゃいます。この動向に合わせて、当社はネット通販の機能・サービスのさらなる向上やインフラの拡充に取り組んでおり、2016年3月期のネット通販売上高(単体)は、継続的に前期を上回って推移しました。

2016年3月期 既存店売上高前期比(単体)



主な好調要因

① 在庫拡充策の推進

欲しい商品の在庫切れを減少させるため、当社の物流在庫情報を「UA オンラインストア」や「ゾゾタウン」など9つのネット通販サイトと連動させています*1)。連動前は、各ネット通販サイトの在庫が欠品した場合「在庫なし」と表示され、お客様には再入荷リクエストをいただいていた。現在は、各ネット通販サイトの在庫が欠品した場合でも、当社の物流倉庫の在庫から商品を引き当てることで、販売機会ロスを抑制しています。

*1) 2016年3月末現在

② 先行予約会の活用

ネット通販で商品を予約購入できる先行予約会を活用しています。実店舗では、有名ブランドとの限定商品や話題性商品などの場合、開店前にお並びいただいたり、整理券を配布したりと販売方法が煩雑になるケースがあります。これに対してネット通販の先行予約会の実施により、お客様にご購入いただきやすくなりました。加えて、先行予約会は販売予測の機能を持っています。先行予約会で人気のある商品はヒットする可能性が高いと判断し、事前に発注量を増やすことで売上拡大につなげています。

先行予約会での人気商品

有名ブランドのスニーカーなど、試着しなくてもサイズ感が分かるものや、当社でしか買えない別注商品が人気です。



「グリーンレーベル リラッキング」別注 コンバース スニーカー

③ 「UA オンラインストア」と実店舗の連携強化

当社運営の「UA オンラインストア」では、実店舗との連携を強化し、お客様の利便性を高めています。例えば、商品画面で実店舗の在庫状況を表示しているため、事前に欲しい商品を探し、在庫のある店舗を確認の上でご来店いただけます。また、指定の実店舗への商品取り寄せも可能です。物流倉庫に在庫のある商品には、商品画面に「お店で試着」ボタンを表示。気になる商品を試着してみたい、販売スタッフのスタイリング提案を受けたいというご要望にお応えしています。

UA オンラインストア 店舗在庫表示画面

在庫情報は90分毎に更新され、最新の在庫状況が確認できます。

「全国の店舗から探す」をクリック

「取扱い店舗一覧」が表示され店舗情報へアクセスできます

Business Review

ユナイテッドアローズ事業

ビジネスユニット
売上高前期比

105.1%

小売+ネット通販既存店
売上高前期比

102.3%

UNITED ARROWS

ユナイテッドアローズ (UA)



2016年春夏シーズンビジュアルより引用

UAでは、ブランドコンセプトとターゲット層を再定義し、トレンドに対応した商品群を充実させたことで、ウィメンズのニットやロングカーディガン、ラップコート、ワイドパンツなどがヒットしました。ネット通販では先行予約会を多数開催しており、予約件数の多い商品は事前に追加生産を手配して在庫の奥行きを持たせることで、販売機会ロスを縮小させています。2016年9月には六本木メンズストア、同ウィメンズストアを統合し、大型旗艦店の「六本木ヒルズ店」として生まれ変わります。高感度な品ぞろえと質の高いサービスを提供し、UAブランドのイメージ向上を図ります。



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)



エイチ ビューティ&ユース

BYでは、2016年3月に上品な大人のカジュアルスタイルを提案するウィメンズレーベル「ロク ビューティ&ユース」の単独店舗を東京・新宿地区に、4月には「City Man and Woman」のコンセプトのもと、メンズ、ウィメンズのハイエンドなスポーツ・カジュアルを展開する「エイチ ビューティ&ユース」を東京・青山地区にオープンしました。カジュアル趣向を持ちながら、既存の店舗では飽き足らない、より高いクオリティを求める方々に向けた新しい店舗展開によって、お客様層の拡大を狙います。

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 売上高前期比	110.9%	小売+ネット通販既存店 売上高前期比	104.6%
--------------------	--------	-----------------------	--------

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)



2016年春夏シーズンビジュアルより引用

GLRでは、1年を8つのシーズンに区分し、それぞれのシーズンにおいて気温に対応した商品をお客様に提供する8シーズンMDの導入で商品提案の精度を上げました。セール期間の長期化が進む中、夏のセール後半に今すぐ着られる秋色の新商品を投入して鮮度の高い売場を作り、本格的な秋冬シーズンにはトレンドのロングカーディガンやコートなどの品ぞろえを厚くしてヒットさせるなど、特にウィメンズで成果を残しています。価格を見直してエントリープライスの商品群を拡充したことも、売上増加に大きく貢献しました。



クロムハーツ事業

ビジネスユニット 売上高前期比	114.2%	小売既存店 売上高前期比	114.9%
--------------------	--------	-----------------	--------

CHROME HEARTS

クロムハーツ (CH)



2016年春夏シーズンビジュアルより引用

CHでは、既存の顧客層によるゴールドなどの高額商品の売上が好調だったことに加え、20代を中心とした新規のお客様の増加でシルバーアクセサリーなどのベーシック商品の動きが活発化しました。訪日外国人によるお買上げも伸び、小売既存店売上高の増加につながりました。販売力の強化に向けて、CHの歴史やコンセプト、モノ作りの背景などをまとめたブランド教育を全販売員に行いました。今後はロープレイングを含む接客教育や商品知識の習得、外国人顧客向けのアフターサービスを強化し、売上拡大を狙います。



スモール ビジネス ユニット

ビジネスユニット 売上高前期比	101.6%	小売+ネット通販既存店 売上高前期比	100.3%
--------------------	--------	-----------------------	--------

Small Business Unit

スモール ビジネス ユニット (SBU)



ジュエルチェンジズ 2016年春夏シーズンビジュアルより引用

駅ナカを中心に展開する「ザ ステーション ストア ユナイテッドアローズ」では、ターゲット層を明確にした上で品ぞろえを絞り込み、お客様のモチベーションに合わせて打ち出しテーマを隔週で設定しました。そのテーマに合わせて商品陳列や店舗装飾、各種SNSでの販促活動を連動させたことが奏功し、売上を伸ばしています。ウィメンズウェアの「ジュエルチェンジズ」では、アウターなどの重衣料に偏りがちだった商品構成を見直してワンピースやスカート、ブラウスなど中軽衣料の品ぞろえを増やし、好調に推移しました。

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 エオディーレ」「ボワソソショコラ」「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

*1 2016年3月末をもって事業展開を終了

連結子会社の概況

株式会社フィーゴ

(株)フィーゴでは、ビジネススタイルのカジュアル化に伴い、イタリア製バッグ・革小物ブランド「フェリージ」のリュックやトートバッグが順調に動きました。2016年3月に「名古屋店」を出店し、5店舗体制となったイタリア・ミラノのファッションブランド「アスベジ」では、ミリタリーテイストのアウトターが好調です。



フェリージ
2016年春夏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」では、シャツ、ニット、パンツのほか、ネット通販限定商品や子供服がご好評をいただきました。2016年春夏シーズンからは商品投入のサイクルを細分化し、トレンド商品の比率を上げて鮮度のある品ぞろえを行います。加えて2016年8月にはコーエンカード会員とコーエン オンラインストア会員を統合し、ネット通販の利便性を高めることで、業績向上を目指します。



コーエン
グランドストア ニ子玉川店

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

「ユナイテッドアローズ」「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」各店舗では、現地の気候に合わせて商品投入時期を適正化し、売上を伸ばしています。2016年1月には「ユナイテッドアローズ アウトレット 林口(台湾)店」をオープンしました。シーズンを過ぎた商品を販売することで、効率的な在庫消化につなげます。



ユナイテッドアローズ アウトレット
林口(台湾)店

(株)コーエン、および台湾聯合艾諾股份有限公司は1月期決算のため、連結対象期間は2015年2月～2016年1月となります。

2015年秋冬ヒットアイテムのご紹介

「グリーンレーベル リラクシング」の ツーウェイノーカラーフードコート

フードが取り外しできるため、さまざまなシーンで活躍するウールコート。フード付きではカジュアルに、ノーカラーではきれい目な着こなしをお楽しみいただけます。「グリーンレーベル リラクシング」の通常のコートよりも密度が高く重い生地を採用し、真冬まで着られる保温性を実現しました。

この商品は、お客様と共に企画を行う「共創プロジェクト」を通じて製作されています。プロジェクトに参加のお客様に商品サンプルをご試着いただき、集まったご意見を取り入れながら複数回修正。「ウールコートにファスナーはもたつくので好まない」「ポケットに手を入れたときに肌触りが良いと嬉しい」など、お客様に喜んでいただくためのポイントを詳細まで把握し完成度を高めました。雑誌とのタイアップ広告で打ち出しを強化したり、この商品を軸にコーディネートを企画しお客様への提案の幅を広げたりと、商品・販売・宣伝部門の連携も後押しとなり、2015年秋冬を代表するヒットを創出しました。



スタイル良く見えるよう、繭のように丸みを帯びたコクーンシルエットに。写真はグレーとベージュの中間色の「グレージュ」。この商品の人気色となりました。立体感のある大きなフードが顔周りを包むことで、横や後ろからも可愛らしく見えます。(右上)

ざっと羽織って開けたまま着るときにポイントとなる、上品なドットボタンを採用。ポケットの内側には微起毛素材を使用し、温かな風合いを感じていただけます。(右下)

この商品の販売は終了しています。27,000円(税込)

CSR情報

お客様と共に元気な森を育てる活動 「REDUCE SHOPPING BAG ACTION」の活動事例

当社は、お客様がお買物の際にショッピングバッグの使用を辞退されると1回につき10円を寄付する活動「REDUCE SHOPPING BAG ACTION (リデュース ショッピングバッグアクション)」を2008年より



実施しています*1。2016年3月期はのべ66,429人のお客様にご参加いただき集まった総額664,290円を、一般社団法人モア・トゥリーズが実施する東日本大震災被災地支援プロジェクト「LIFE311」へ寄付しました。

「LIFE311」

甚大な津波被害を受けた沿岸部に隣接する岩手県住田町が地元の木材を利用して建てた木造仮設住宅の建設費用の支援や、同住宅への木質ベレットストーブの寄贈を通じて、東日本大震災の被災地支援を行うプロジェクト。

REDUCE SHOPPING BAG ACTION laisetsu.united-arrows.co.jp/action/
一般社団法人モア・トゥリーズ www.more-trees.org/

*1 2016年4月末現在、15のブランドが実施

「平成28年熊本地震」の被災地支援について

当社は、「平成28年熊本地震」の被災地支援活動を下記の通り実施しました。

1. 義援金の寄付

社会福祉法人中央共同募金会を通じて500万円を寄付

2. 募金受付

全国の店舗(一部を除く)および本部オフィス内への募金箱の設置に加えて、従業員募金専用口座の開設を行い、総額632,368円を社会福祉法人中央共同募金会を通じて寄付

3. 商品寄付

特定非営利活動法人(認定NPO)ピースウィンズ・ジャパンを通じて、Tシャツやインナーなどの衣料品約600点を寄付

今後も上記のほか、各ブランドのチャリティ商品やキャンペーン、イベントなど、社業を通じて被災地復興支援を続けます。

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前期末より改善

売上高前期比107.5%に対してたな卸資産は前期末比102.1%と売上高の伸長率を下回って着地し、売上高の伸長率を上回った前期末より改善しました。シーズン初回の商品調達量を抑え、途中で追加や修正など柔軟に対応したことや、催事イベントやネット通販を活用し過去在庫の消化を促進したことなどが、たな卸資産の増加の抑制につながりました。

長短借入金残高は前期末比58.5%の6,146百万円

流動負債は前期末比103.6%の24,964百万円となりました。これは主に、短期借入金が2,350百万円減少したものの、支払手形及び買掛金が1,599百万円、未払法人税等が1,048百万円、賞与引当金が40百万円それぞれ増加したためです。

固定負債は同76.5%の5,152百万円となりました。これは主に、長期借入金が2,004百万円減少したことによるものです。

なお、長短借入金残高は、同58.5%の6,146百万円となりました。

自己株式を消却

2015年11月20日付で当時保有していた全自己株式7,586,324株を消却しました。

単位：百万円	2015年3月期 (2015年3月31日現在)	2016年3月期 (2016年3月31日現在)	前期末比 (%)
資産の部			
流動資産	41,438	42,367	102.2
(うち、たな卸資産)	23,474	23,966	102.1
固定資産	20,582	21,510	104.5
有形固定資産	9,057	9,658	106.6
無形固定資産	1,685	1,850	109.8
投資その他の資産	9,839	10,001	101.6
資産合計	62,020	63,877	103.0
負債の部			
流動負債	24,101	24,964	103.6
固定負債	6,731	5,152	76.5
負債合計	30,833	30,117	97.7
純資産の部			
資本金	3,030	3,030	100.0
資本剰余金	4,095	4,095	100.0
利益剰余金	34,716	26,712	76.9
自己株式	△10,734	△0	0.0
株主資本合計	31,107	33,838	108.8
その他の包括利益 累計額合計	79	△82	—
純資産合計	31,186	33,760	108.3
負債・純資産合計	62,020	63,877	103.0

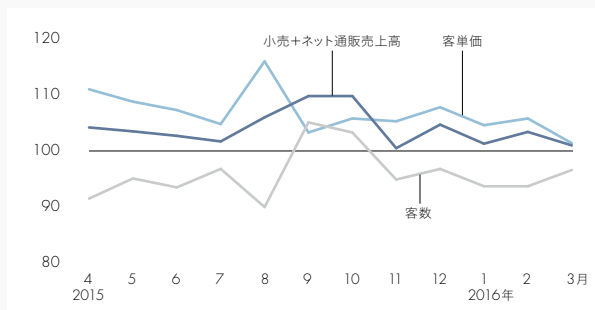
(株) ユナイテッドアローズの既存店売上高の動向

2016年3月期の既存店前期比は、小売+ネット通販売上高103.8%、客数95.8%*1、客単価106.7%*1となりました。

2015年の春から秋物商戦では、慎重な価格設定によりお求めやすい商品をそろえるとともに、付加価値向上やトレンド対応により相応の価格の商品も提案したことなどが奏功し好調に推移しました。一方、2015年冬物商戦では暖冬、2016年春物商戦では春先の低気温など衣料品小売業界にとって厳しい環境の中、気候変動への対応不足などにより第4四半期は前期比で増収も、計画には届きませんでした。上述の価格政策により、客単価は上昇傾向が続いています。小売のみの客数は前期を下回って推移したものの、ネット通販での客数を踏まえると前期の水準に近いと推計されます。

*1 客数・客単価は小売から算出しています。

2016年3月期 既存店売上高・客数・客単価 前期比 %



連結損益計算書（要約）

創業以来27期連続増収も、売上総利益率は前期差1.1ポイント減

(株) ユナイテッドアローズや (株) コーエンの増収により、売上高は前期比107.5%の140,919百万円となりました。(株) ユナイテッドアローズで慎重な価格設定を優先したことや、過去在庫の消化促進などにより、売上総利益率は前期差1.1ポイント減の50.8%となりました。2017年3月期は商品力向上や原価管理の徹底などにより、売上総利益率の改善を図ります。

販管費率は前期差0.3ポイント低減

主に(株) ユナイテッドアローズの人件費率の低減により、販売費及び一般管理費率は前期差0.3ポイント減の42.9%となりました。

営業利益・経常利益は減益も、親会社株主に帰属する当期純利益は増益

以上の結果、営業利益は前期比97.5%、経常利益は同96.8%となりましたが、減損損失が前期より減少したことにより、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比102.6%の6,494百万円となりました。

単位：百万円	2015年3月期 (2014年4月1日— 2015年3月31日)	2016年3月期 (2015年4月1日— 2016年3月31日)	前期比 (%)
売上高	131,029	140,919	107.5
売上原価	62,982	69,345	110.1
売上総利益	68,046	71,573	105.2
販売費及び一般管理費	56,695	60,501	106.7
営業利益	11,351	11,071	97.5
営業外収益	326	226	69.3
営業外費用	135	122	90.7
経常利益	11,542	11,175	96.8
特別利益	19	64	331.1
特別損失	1,066	789	74.0
税金等調整前当期純利益	10,495	10,450	99.6
法人税、住民税及び事業税	3,756	3,885	103.4
法人税等調整額	406	75	18.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,332	6,494	102.6

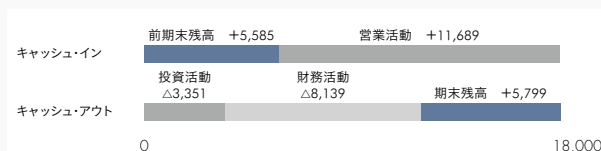
連結キャッシュ・フロー計算書（要約）

営業活動によるキャッシュ・フローでは、税金等調整前当期純利益10,450百万円、減価償却費1,794百万円、仕入債務の増加額1,728百万円などの収入があった一方、たな卸資産の増加額491百万円、法人税等の支払額2,947百万円などの支出があったことで、11,689百万円のキャッシュ・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2,090百万円、差入保証金の差入による支出753百万円などがあったことで、3,351百万円のキャッシュ・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2,350百万円、長期借入金の返済による支出2,004百万円、自己株式の取得による支出1,418百万円、配当金の支払額2,376百万円などがあったことで、8,139百万円のキャッシュ・アウトとなりました。

単位：百万円	2015年3月期 (2014年4月1日— 2015年3月31日)	2016年3月期 (2015年4月1日— 2016年3月31日)	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー (小計)	10,939	14,674	3,735
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,730	11,689	6,958
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,249	△3,351	△102
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,328	△8,139	△6,810
現金及び現金同等物の 期末残高	5,585	5,799	214

キャッシュ・フローの状況
百万円

株主様アンケート結果のご報告

東矢通信第32巻（2015年12月発行）において、株主様アンケートを実施しました。多くの貴重なご意見をいただき、誠にありがとうございます。アンケート結果をご報告申し上げます。

アンケート結果の総括

当社の株主様の特徴として、お客様層でもある30～40代の方や、「店舗や商品のファンだから」「株主優待制度に魅力を感じて」という理由で当社株式を保有される方が多いことがあげられます。

経営方針については、収益性や業績の向上のほか、株主様＝お客様の視点で店舗・商品・サービスの拡充を望まれる方が多くを占めています。株主優待制度へのご関心も継続して高く、貴重なご意見を多数いただきました。ご意見、ご要望を経営・事業部門と共有し、今後の経営や営業活動に活かしていきます。

コーポレートガバナンスポリシーを策定しました

当社では、コーポレートガバナンス・コードの適用に伴い、2015年11月にコーポレートガバナンスポリシー（以下、ポリシー）の制定および開示を行いました。当ポリシーは、コーポレートガバナンス・コードに準拠し、コーポレートガバナンスの基本的な考え方、株主の権利・平等性の確保、各ステークホルダーとの適切な協働、コーポレートガバナンスの体制等について記載することで、経営や組織運営の透明性の向上を図っています。制定に当たっては、社内取締役はもとより、社外取締役および社外監査役とも十分なディスカッションを実施することで意見・意向を反映しています。当社では、コーポレートガバナンスの継続的な充実を図ることで、ステークホルダー価値および企業価値の向上を目指します。

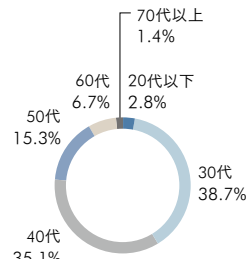
www.united-arrows.co.jp/corporate/governance.html

今後も株主の皆様のご意見を大切にしながら、IR活動を継続的に進化させていきます。

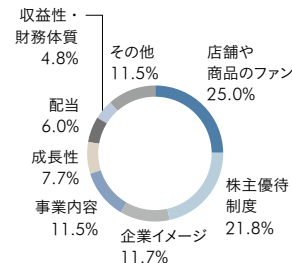
東矢通信に関するご意見・ご感想、財務・株式情報に関する各種お問い合わせなど、お気軽にお寄せください。

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

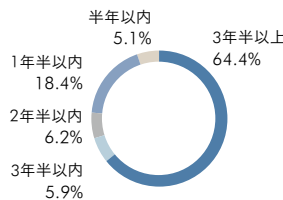
年齢



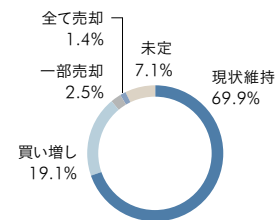
当社株式の保有理由



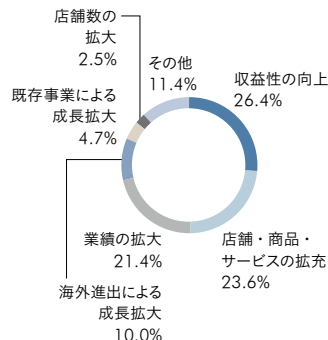
ご保有年数



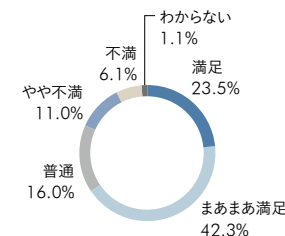
今後の投資方針



経営方針について望むこと



株主優待制度についてのご感想



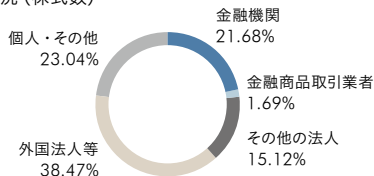
株式データ 2016年3月31日現在

株主数	9,219名
発行可能株式の総数	190,800,000株
発行済株式の総数	30,213,676株

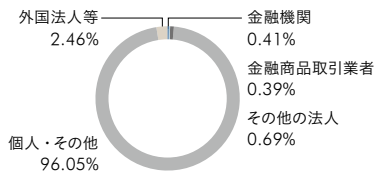
大株主

株主名	所有株式数(株)	所有株式数の割合(%)
重松 理	2,498,400	8.26
株式会社エー・ディー・エス	2,000,000	6.61
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,328,000	4.39
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,250,800	4.13
株式会社麟蔵	1,148,400	3.80
栗野 宏文	1,133,000	3.74
NORTHERN TRUST CO. (AVFC) RE FIDELITY FUNDS 常任代理人 香港上海銀行東京支店	997,100	3.30
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	958,998	3.17
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	578,700	1.91
BBH FOR MATTHEWS JAPAN FUND 常任代理人 株式会社三菱東京UFJ銀行	569,900	1.88

所有者別分布状況(株式数)



所有者別分布状況(株主数)



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

同連絡先
〒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
電話 **0120-232-711** (通話料無料)

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が、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

株式会社ユニテッドアローズ IR室

電話 03-5785-6637

9:30～12:00 / 13:00～18:30

土日祝・年末年始を除きます。

会社情報

会社概要 2016年3月31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	3,706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 2016年6月23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
社外取締役(監査等委員)	酒井 由香里
社外取締役(監査等委員)	石綿 学
社外取締役(監査等委員)	西川 英彦

* 当社は、2016年6月23日開催の第27回定時株主総会決議に基づき、監査等委員会設置会社に移行しました。

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.)
株式会社Designs

お知らせ

連結子会社「株式会社Designs」を設立

当社は、連結子会社「株式会社Designs」(デザインズ)を設立しました。規模より質を追求した独自性の高いウィメンズブランドを立ち上げ、既存のマーケットにある商品ではご満足いただけないお客様に向けた、新たな価値提案を目指しています。

クリエイティブディレクター兼チーフデザイナーには、当社のドゥローワー事業において設立当初からディレクター兼デザイナーを務めた吉武 味早子(よしただけ みさこ)が就任。2016年秋冬シーズンに1店舗の出店を予定しています。

会社概要

商号	株式会社Designs
代表者	代表取締役会長 竹田 光広 株式会社ユニテッドアローズ 代表取締役 社長執行役員 代表取締役社長 田中 和安 株式会社ユニテッドアローズ 執行役員
資本金	1億円

「なでしこ銘柄」に2年連続で選定

当社は、平成27年度「なでしこ銘柄」に選定されました。「なでしこ銘柄」は、経済産業省と東京証券取引所が共同で女性活躍推進に優れた上場企業を選定し、中長期での企業価値向上を重視する投資家へ魅力ある銘柄として紹介するものです。昨年に続き、2年連続の選定となります。

当社は、経営理念の実現に必要な5つの価値創造^{*1}のひとつに「従業員価値の創造」があると考え、多様な価値観の尊重やいきいきと働ける職場作りなどを行動指針に掲げています。取り組みの一環として、子供を持つ従業員が仕事と家庭を両立できるよう環境を整備しており、近年の育児休業からの復職率は95%を超えます。キャリア構築面では、女性管理職(店長以上、部下を持つ職務以上の者)の比率が35.7%^{*2}と高く、執行役員以上のより高位な役職にも女性が就任しています。

^{*1} 5つの価値創造：お客様、従業員、取引先様、社会、株主様からなる、5つのステークホルダーにとっての価値創造

^{*2} 2016年3月末現在

経済産業省「なでしこ銘柄」

www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/diversity/nadeshiko.html

CSR「従業員価値の創造」

www.united-arrows.co.jp/csr/about/value_O2.html





UNITED ARROWS LTD.