

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。

2017年3月期は、増収減益となりましたが、ネット通販の伸長や新旗艦店「ユナイテッドアローズ 六本木ヒルズ店」など、次代の成長へ向けた取り組みについて手応えを感じた1年でした。そして2018年3月期は、当社を取り巻く事業環境の変化を踏まえ、新たな「UAグループ中期ビジョン」（2018年3月期～2020年3月期）を策定しました。お客様やマーケットが大きく変化する中においても、収益性を早期に改善し、再成長に向けた強い経営基盤を確立します。

Q 2017年3月期の総括をお願いします。

2017年3月期は、商品や販売面の新たな施策が改善につながりつつあるものの、天候不順やお客様の消費動向の変化に対して、社内の改善が十分に追いつかなかったという認識です。

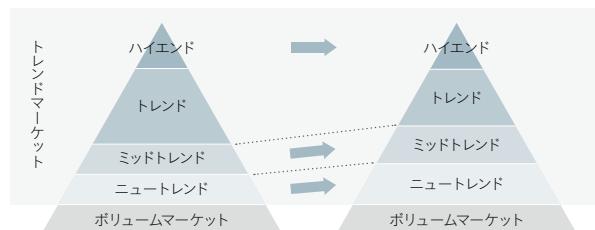
業績面では、ネット通販（EC）が在庫拡充やハウスカードとの会員統合などの施策も奏功し、好調に推移しました。オフィスウェアのカジュアル化や機能性衣料のニーズ拡大によって「グリーンレーベル リラクシング（GLR）」や「ビューティ&ユース」が好調だったものの、「ユナイテッドアローズ」や「コーエン」が苦戦しました。

その結果、連結売上高1,455億円（前期比103.3%）、同經常利益94億円（前期比84.3%）と、増収減益となりました。

Q 新「中期ビジョン」策定の背景について教えてください。

現在、日本のマーケットはお客様の洋服への価値観や買い方に変化が見られるとともに、「GLR」や「コーエン」が位置するミッドトレンド・ニュートrendマーケットの領域が広がっています。内部環境としては将来的なクロムハーツ事業の譲渡があり、同事業の譲渡完了までに新たなポートフォリオを構築する必要があります。こうした社内外の環境変化に合わせた対応が、現在の課題と認識しています。

環境が変化する中においても変わらない当社の強みは、今まで築いてきた「お客様との信頼関係」です。今後、当社の目指すべき方向として、「お客様との信頼関係」という強みを活かした形でマーケットの変化に対応し、再成長へ向けた強い経営基盤を作り直すことが重要であると考えました。



Q 「中期ビジョン」の基本戦略をお聞かせください。

当社の強みを活かし、マーケットの潮流変化を見越しながら、お客様の変化の先を創造したサービスの実行を目指し、次の4つの戦略を実行します。

- 「強い経営基盤の確立」に向けて取り組みます。販売員の教育制度であるES (エデュケーター・スチューデント) 制度の再徹底によって接客レベルを高め、お客様との信頼関係をより強固にします。不採算事業・店舗・取り組みを早期に見極め、効率性を高めるとともに、収益構造の健全化を目指し、コスト改革にも取り組みます。
- 「実店舗の強みを活かしたEC拡大」においては、「築き上げてきた信頼感」をベースに、ECサイト・ブランドサイトの統合や積極的な在庫投入を継続し、宣伝販促の強化などによって売上拡大を図ります。現在、グループ全体のECの売上高構成比は約16%ですが、実店舗に近いサービスを提供していくことにより、長期的には25～30%を目指します。
- 「マーケット変化への対応」は、「ユナイテッドアローズ 六本木ヒルズ店」や「エイチ ビューティ&ユース」など、ロイヤルティの圧倒的な向上を図る取り組みによってトレンドマーケットでの差別化と収益性向上に努めます。同時に「GLR」や「コーエン」を中心としたミッドトレンド・ニュートrendマーケットでは、当社の強みを活かしたさらなる価値の提供を行います。
- 「お客様との接点の拡大」については、中長期的に美・健康や生活雑貨などのドメインを拡大することで、ライフスタイル全般の価値提供につなげます。加えてリユース・リペア事業も検討し、お客様とかわる時間を増やすことによるお客様価値の継続的な向上を目指します。

4つの戦略のロードマップ

戦略	～2020年3月期	長期
強い経営基盤の確立		
実店舗の強みを活かしたEC拡大		
マーケット変化への対応		
お客様との接点の拡大		

Q 2018年3月期の主な取り組みについて教えてください。

2018年3月期は、収益性の早期改善を経営方針に掲げています。ここ数年の外部環境の急速な変化に対して打ち手のスピード感に欠けたことに加え、新規事業への取り組みなどにより、2015年3月期からの減益基調が続きました。そのため、まずは経営資源の配分を見直し、収益構造の改善を進めます。

具体的には、定価販売比率の向上や気温変動の影響を受けづらいビジネス需要および式典需要の強化により売上総利益率を改善するとともに、品番数の削減や商品投入時期・量の適正化を通じて在庫効率を改善させます。非効率な業務や不要なコストを抜本的に見直し、販管費率の改善につなげます。また、引き続きオンラインストアへの在庫供給を増強することでEC売上を拡大し、収益性を改善させます。「中期ビジョン」の1年目として、強い経営基盤の確立に向け、これらの施策を推進します。

Q 株主の皆様へのメッセージをお願いします。

この3年間では規模を追うのではなく、収益力を高め、株主の皆様にご評価いただける体制を構築します。経常利益において年平均成長率8%、2020年3月期で経常利益率7%以上を目指します。利益還元の方針として、ROE16%以上、配当性向35%以上を目標とし、DOEを5.5%以上とすることで、利益還元の継続的な充実を図ります。持続的な成長に向けた収益力の向上と成長投資、安定的な配当を行い、成長と還元の両立を伴う経営を実践します。

2017年3月期の業績は期初計画を下回る結果となりましたが、1株当たり配当金を78円(連結配当性向44.7%、DOE7.3%)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、当社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。

2017年6月

代表取締役 社長執行役員

竹田光宏