

## 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。

2018年3月期の上半期業績は、連結売上高697億円（前年同期比107.2%）、同経常利益31億円（前年同期比173.2%）と、前年同期比で増収増益となりました。2017年に発表した3カ年計画「UAグループ中期ビジョン」の初年度として好調なスタートとなりましたが、UAグループを取り巻く事業環境は依然厳しい状況と認識しています。下半期においても楽観視することなく、強い経営基盤の確立へ向けて、まずは収益性の早期改善に重点を置いて取り組んでいきます。

Q 2018年3月期上半期の総括をお願いします。

今までの取り組みの成果と今後の課題がはっきりと出たと捉えています。

成果としては、ウィメンズにおける8シーズンMDの浸透が挙げられます。今までは「グリーンレーベル リラクシング」を中心に見られていた効果が、ほぼ全ての事業のウィメンズ部門まで広がっています。天候に左右されにくい服飾や雑貨の充実、気候の変動に柔軟に対応できるMD構成への変化が実を結びました。特にオリジナル企画商品のブラウスやカット、セーター、パンツやスカートなど、買い替え需要のある中・軽衣料の強化が奏功したことが、好調要因の一つです。お客様からの期待が高まっている入学・卒業シーズンなどのオケーション対応についても、きちんと商品提供ができており、着実に実績を残しています。

ネット通販も好調に推移しました。2017年4月に行った「ユナイテッドアローズ オンラインストア」と各ブランドサイトの統合リニューアルが大きな効果を生みつつあり、サイト訪問者数も増え、売上の伸びも顕著です。他サイトでも、在庫の拡充や各種販促施策の実施で順調に推移しています。

一方、メンズは厳しい状況が続いており、まだまだ進化が足りないという反省点を持っています。「ユナイテッドアローズ」、「ビューティ&ユース」をはじめとするトレンドマーケットのカジュアルは好調ですが、ビジネスウェアについては商品提供がお客様のニーズとまだ合っていません。一方、「グリーンレーベル リラクシング」が担うミッドトレンドマーケットにおいてはビジネスウェアが好調なものの、カジュアルが苦戦しています。メンズの動向は業績への影響も大きいため、各事業で改善・進化に向けた取り組みを続けています。

UAグループの取り組みマーケット



### Q 中期ビジョンの進捗についてお聞かせください。

2018年3月期は、中期ビジョンの初年度として、さまざまな施策や見直しを行っています。まずは収益構造の健全化を目指し、売上総利益率の改善、不採算事業・店舗・取り組みの精査、社内の風土改革などを実行しています。

売上総利益率の改善に向けては、定価販売比率の向上や在庫効率の改善に継続的に取り組んでいます。子会社の(株)コーエンにおいては、売上を大きく伸ばしつつ、たな卸資産は前年同期末比約2割減と大幅な改善を図ることができました。ブランドのポジショニングを再確認した上でマーケットサイズを見極め、トレンド感のある品ぞろえを増やすなどMDの見直しを行った結果、特にウィメンズにおいて成果が出ています。今後はメンズについても改善を進め、ニュートレンドマーケットに合ったビジネスモデルを構築します。

不採算事業等の精査については、「アナザーエディション」と「ボワソンショコラ」の2018年3月期中の撤退を決定しました。「アナザーエディション」は当社において歴史のあるブランドのため、リブランディングを行っての再スタートも難しいと考え、残念ながら撤退の判断となりました。「ボワソンショコラ」も終了しますが、この事業が持つモノづくりのノウハウは、今後もっと大きなフィールドで活用できると考えています。

風土改革については、2017年3月期に見直しを行ったES(エドゥケーター・スチューデント)制度の浸透を進めており、実店舗の接客品質の向上を図ります。その他、業務改善プロジェクトなど、さまざまなプロジェクトを立ち上げて、効率の低い業務やコストの見直しなど、販管費の削減にも取り組んでいます。

この中期ビジョンの3年間で強い経営基盤を確立するため、まずはしっかりと体質改善を進めます。

### Q 株主の皆様へのメッセージをお願いします。

2018年3月期の下半期は、既存の各事業をどのように改善させるかの判断、不採算な取り組みや店舗の見極めを行い、筋肉質な体質への改善を図ります。定価販売比率の向上や、売上総利益と在庫消化を意識した適切な値引きのコントロールなど、利益率の改善も引き続き進めます。さらに、お客様が自由に実店舗とネット通販を使い分けできるようなインフラ整備をはじめとする中長期に向けた投資を行うとともに、次の成長へ向けた組織体制の構築などを実施します。2018年3月期は、足元を固めるとともに収益性の早期改善という経営方針のもと、期初計画に掲げた増収増益の達成を目指します。

中期ビジョンの達成に向けては、結果が出るまで時間のかかる取り組みもありますが、着実に進捗しています。1年目はしっかりと体質改善に注力し、2年目からはその先も意識しながら投資を行っていきます。そして、この3年間で確実に収益力を高め、株主の皆様へ評価いただける体制を構築します。

中期ビジョン 4つの戦略ロードマップ

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		

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12月  
代表取締役 社長執行役員

竹田光宏