



平成18年3月期
決算説明会

株式会社 ユナイテッドアローズ

Contents

・ 決算概要と通期計画について

P3 ~ P9

・ 総括および今期の方針

P10 ~ P16

資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は原データから算出しております

[当資料に関する留意事項]

当資料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おりますが、リスクや不確実性を含んでおります。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控えるようお願いいたします。実際の業績は、当社の事業をとりまく経済情勢、市場の動向、為替レートなどにかかわる様々な要因により、記述されている業績予想とは大幅に異なる可能性があることをご承知おき下さい。

[資料文中の業態・事業の表示について]

各業態の略称、事業の構成につきましては、以下の通りとなっております。

UA = ユナイテッドアローズ、GLR = ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング、CH = クロムハーツ

S.B.U. = Small Business Unit (アナザーエディション、チェンジズ ユナイテッドアローズ、オデット エ オディール ユナイテッドアローズ、ドゥロワー、
ダージリン・デイズ)

UAラボ = 時しらず

決算概要と通期計画について

1. 18年3月期のPL概要(連結・単体)

- ・連結:売上高、各段階利益が計画を上回って着地。
- ・単体:売上高、各段階利益が前期、計画ともに上回って着地し、最高益を更新

(金額単位:百万円)

	連結実績 (18/3期)			参考: UA単体実績 (18/3期)				
	実績	売上比	計画比増減 計画比	実績	売上比	前年同期比増減 前期比	計画比増減 計画比	
売上高	53,813	100.0%	417 100.8%	52,610	100.0%	6,279 113.6%	413 100.8%	
売上総利益	29,018	53.9%	190 100.7%	28,298	53.8%	3,662 114.9%	157 100.6%	
販管費	21,355	39.7%	-104 99.5%	20,811	39.6%	2,256 112.2%	-111 99.5%	
営業利益	7,663	14.2%	296 104.0%	7,487	14.2%	1,406 123.1%	269 103.7%	
営業外損益	24	0.0%	-37 -	44	-0.1%	1 102.9%	-31 343.8%	
経常利益	7,639	14.2%	259 103.5%	7,442	14.1%	1,405 123.3%	237 103.3%	
特別損益	563	-1.0%	-253 181.9%	571	-1.1%	443 -	-30 105.6%	
純利益	4,076	7.6%	139 103.6%	4,032	7.6%	555 116.0%	134 103.5%	

連結会社であります株式会社フィーゴにつきましては、平成17年10月より連結対象となりましたので、6ヶ月間の実績が含まれております。

2. 18年3月期のBS概要(連結・単体)

- ・連結総資産は353億34百万円、単体の総資産は前期+70億円の346億49百万円。
- ・単体: 主な資産の増加は現預金および関連会社株式。主な負債の増加は自社株取得等に伴う長短借入金。
- ・自己株の取得に伴い、ROEが大幅に向上 単体24.2%(前年比4%向上)

(金額単位:百万円)

	連結実績 (18/3期)	参考:UA単体実績 (18/3期)		<参考> 単体 前年同期末	
	構成比 実績	構成比 実績	前期増減	前期比	構成比 実績
総資産	100.0% 35,334	100.0% 34,649	7,001	125.3%	100.0% 27,648
流動資産	66.2% 23,378	63.9% 22,157	4,156	123.1%	65.1% 18,001
固定資産	33.8% 11,956	36.1% 12,492	2,845	129.5%	34.9% 9,646
有形固定資産	15.2% 5,384	15.5% 5,355	125	102.4%	18.9% 5,229
無形固定資産	5.7% 2,025	1.7% 588	90	118.1%	1.8% 498
投資等	12.9% 4,546	18.9% 6,548	2,628	167.1%	14.2% 3,919
流動負債	44.1% 15,582	43.2% 14,951	6,891	185.5%	29.2% 8,060
固定負債	14.7% 5,187	14.9% 5,177	4,401	667.8%	2.8% 775
資本合計	41.2% 14,565	41.9% 14,520	4,291	77.2%	68.0% 18,812

補足. たな卸資産の動向 (UA単体)

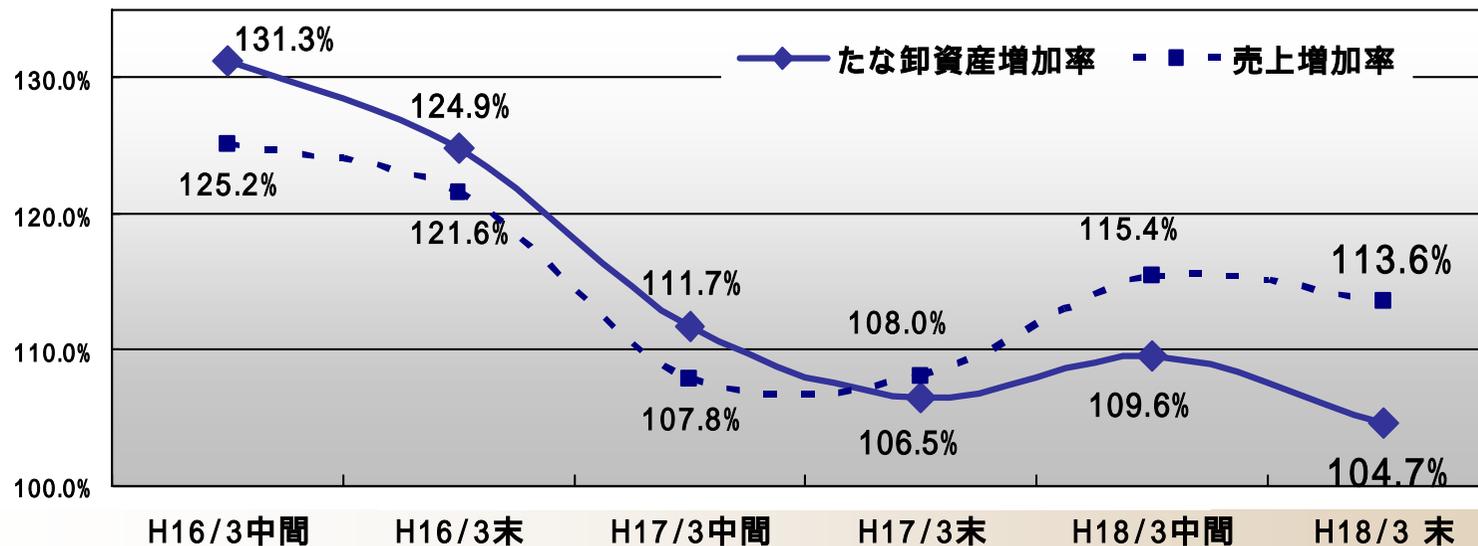
- ・ 18/3期末のたな卸資産は前期末 + 4.7%で着地(売上は + 13.6%)
- ・ 19/3期末も予想売上伸び率(+ 11.5%)を下回る着地を目標とする。

たな卸資産(商品在庫 + 貯蔵品)の推移

(金額単位: 百万円)

	16/3期 中間末	16/3期 期末	17/3期 中間末	17/3期 期末	18/3期 中間末	18/3期 期末
期末たな卸 資産額	9,704	9,594	10,842	10,216	11,879	10,694
前年同期 増加率	131.3%	124.9%	111.7%	106.5%	109.6%	104.7%
参考 売上増加率	125.2%	121.6%	107.8%	108.0%	115.4%	113.6%

参考: たな卸資産増加率と売上増加率の推移 (ともに前年同期比)



3. 19年3月期の通期計画の概要(連結・単体)

- ・連結: 売上高608億45百万円、経常利益79億10百万円、当期純利益42億14百万円を見込む。
- ・単体: 増収・増益 最高益を見込む。

(金額単位: 百万円)

	連結通期計画 (19/3期)			参考: UA個別通期計画 (19/3期)		
	計画	売上比	前年同期比増減 前期比	計画	売上比	前年同期比増減 前期比
売上高	60,845	100.0%	7,032 113.1%	58,676	100.0%	6,066 111.5%
売上総利益	33,579	55.2%	4,560 115.7%	32,313	55.1%	4,014 114.2%
販管費	25,616	42.1%	4,260 120.0%	24,480	41.7%	3,668 117.6%
営業利益	7,963	13.1%	300 103.9%	7,833	13.3%	346 104.6%
営業外損益	53	-0.1%	28 219.9%	57	-0.1%	12 127.4%
経常利益	7,910	13.0%	271 103.5%	7,776	13.3%	333 104.5%
特別損益	531	-0.9%	31 94.3%	523	-0.9%	47 91.6%
純利益	4,214	6.9%	137 103.4%	4,279	7.3%	246 106.1%

連結会社であります株式会社フィーゴにつきましては、平成17年10月より連結対象となりましたので、前期は6ヶ月間の実績が含まれております。

4. 19年3月期の売上計画の概要

- ・単体 事業別：出店加速するGLR、S.B.U.は前期実績を大きく上回る予想
- ・通期の既存店売上高前期比の計画値は101.9%

(金額単位：百万円)

	19/3期 計画			< 参考 >
	計画	前年同期比増減 前期比		前年同期
連結総売上高	60,845	7,032	113.1%	53,813
UA個別総売上高	58,676	6,066	111.5%	52,610
ビジネスユニット計	54,367	6,288	113.1%	48,078
UA業態	31,545	1,769	105.9%	29,775
GLR業態	12,254	2,181	121.7%	10,072
CH業態	3,152	52	101.7%	3,099
S.B.U.及びUAラボ	7,415	2,284	144.5%	5,130
アウトレット	4,309	221	95.1%	4,531
既存店	-	-	101.9%	106.3%
内、面積同一	-	-	101.4%	105.5%
内、面積変動	-	-	108.1%	110.5%

5. 出店(及び退店)・移転・増床計画(UA単体)

- ・出店(一部ストアブランド転換)30、転換に伴う退店4、期末店舗数は105の予定
- ・特にUA、GLR、オデットエ オディールは出店を拡大

		期首 店舗数	新規出店予定			転換 退店	当期末 予想	出店時の 売場面積	改装・増床予定		
			通期	上期	下期				通期	上期	下期
合計		79	30	17	13	4	105		3	2	1
主力	既存UA	23				4	19	-	2	1	1
	UA レーベル イメージストア	2	1	1			3				
事業	新UA	0	5	3	2		5	60~140坪			
	B&Y	0	4	2	2		4	50~100坪			
	GLR	24	4	1	3		28	80~100坪			
	GLR新規形態	3	3	3			6	25~30坪			
	CH	3					3	-			
SBU	アナザ'-イデーション	7	3	3			10	25~35坪	1	1	
	チェンジズ	3					3	-			
	オデットエ オディール	6	8	3	5		14	15~20坪			
	ドゥロワー	2	1		1		3	50坪前後			
	ダーズリン・デイズ'	4					4	-			
ラボ	時しらず	2					2	-			
	新規ラボ	0	1	1			1	15坪前後			

UA業態のイメージストア=レーベルイメージストア(ザ ソブリンハウス、ディストリクト ユナイテッドアローズの2店舗)

出店交渉等により時期は前後する場合があります。

参考：出店・移転・増床の明細

19年3月期の出店・移転・増床明細（確定案件のみ）

形態	事業	概要	時期	店舗名	商業施設等	規模	オープン日	備考
出店	新UA	新店(転換)	9月	神戸元町店	路面店	総面積 148.4坪	9月上旬予定	
		新規出店	10月	神戸三宮店	ミント神戸	総面積 72.9坪	10月上旬予定	
		新店(移転)	9月	福岡店	-	総面積 173.9坪	9月予定	
	B & Y UA	新規出店	10月	神戸三宮店	ミント神戸	総面積 107.3坪	10月上旬予定	
		新規出店	9月	福岡店	路面店	総面積 134.9坪	9月15日予定	
	UAレーベル イメージストア	新規出店	9月	キャスキッドソン 代官山店	路面店	総面積 32.9坪	9月予定	
	アナザ'-エディション	新規出店	4月	渋谷店	渋谷バルコ	売場面積 24.0坪	4月14日(済)	
	"	新規出店	4月	札幌店	ステラプレイス	売場面積 33.9坪	4月29日(済)	
	オデットエディション	新規出店	4月	池袋店	池袋バルコ	売場面積 21.0坪	4月27日(済)	

売場面積未定の場合、総面積を表示しております。売場面積は総面積の約80%～85%程度となります。



総括および今期の方針

- ・ 直近の売上動向と要因分析

- ・ 前期総括と今期の方針

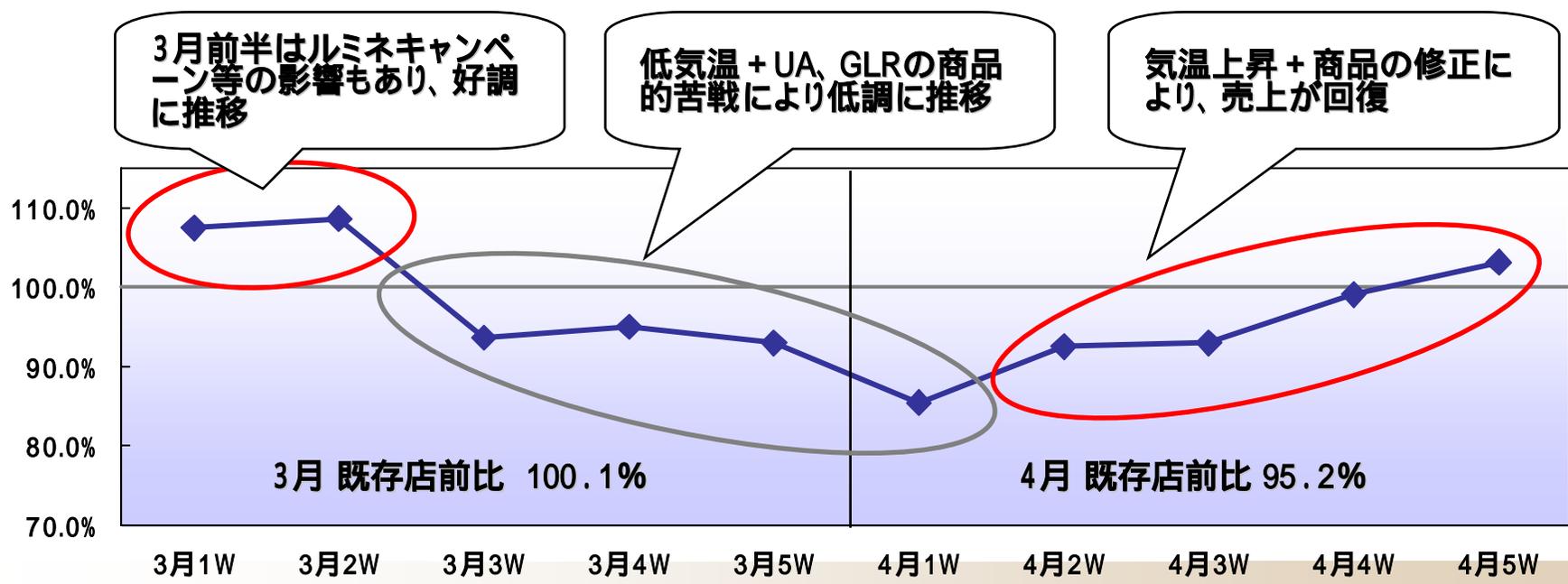
直近の売上動向と要因分析

直近の売上動向に対する見解

4月は既存店売上が前年割れしたものの、
UA業態の商品修正等により、月の中盤以降、回復基調。

結論 以上の結果、直近の売上弱含みは短期的に
収束するものと予想

2006年3月・4月の週次既存店売上前比(%)



・直近の売上動向に対する要因分析

外部要因・内部要因と内部要因に対する修正対応

- ・前年に比較し、天候不順と低い気温推移
- ・UA業態では、ディレクションに舵を切りすぎ、バランスを欠いた商品構成であった
(4月末投入商品より修正し、堅調に推移)
- ・GLR業態では、前年実績に引きずられすぎたMDとなった。(6月より修正予定ではあるものの、4月後半より気温の順当な推移とともに売上向上)

上記内部要因を生み出した背景

- ・数年に亘る順調な推移(計画達成、構造改革による数値的成果)により、振り返ると経営の甘さ(見過ごし)があったと分析。

「商品企画に対する強化」

「全社一丸となってお客様にサービスできる組織体制(風土)作り」

・「内部要因を生み出した背景」に対する施策

商品企画に対する強化

- ・ 専門スキルを持つ人財の外部登用・2006年1月よりUAウィメンズ責任者外部登用(アパレル経験者)。今後も積極的に外部登用。
- ・ 当期の全社重点取組課題に設定(後述)

全社一丸となってお客様にサービスできる組織体制(風土)作り

- ・ 2006年7月組織変更 商品・販売・間接部門間における幹部のジョブローテーション等による連携・相互理解の強化

前期総括と今期の方針 1. 前期の成果と展望

前期の成果

1. 各種経営指標の改善

構造改革の積極推進により、各種経営指標は着実に良化

2. 新規事業への積極投資による拡大

オデットエ オディール事業の躍進

3. 販売の強化

UA業態へのハウスカード導入、特商部設立による競争優勢性確保

その他

増収増益、最高益を更新 売上高500億円の企業ステージへ

フィーゴ社をグループ化 中長期的なシナジー創出へ

UA、GLR等の新構想発表 売上1,000億円構想へ向けた一歩

今後の展望

“経営指標の改善”を目標とした構造改革は、一定の成果を挙げた。指標の改善は全社プロジェクトから関連部門の取組みへ落とし込み、新たなステージでの安定成長を目指し、「改革」から「強化」へ

今期は、より重要な経営の課題を「全社の重点取組課題」と位置づけ、各部の計画へ落とし込むと同時に進捗を確認・検証する

2. 今期の方針 「**全社重点取組課題の設定と進捗管理**」

全社課題の大枠を以下のように設定し、進捗を確認・検証

1. 52週MDの推進

在庫コントロールの強化

適正な商品投入と綿密な仮説検証による売上の極大化

2. 自主企画商品の開発力強化

最適な人員配置による企画精度の向上

企画・生産業務サイクル確立によるMD精度の向上

3. ハウスカードを起点としたCRMの強化

全事業へのハウスカード導入によるCRMの強化

4. 店舗業務効率化の推進による売上の極大化

短時間勤務者の導入による接客機会ロスの極小化

レイバーコントロールシステムの導入による店頭生産性の向上

参考:事業単位での取組課題設定(新構想発表事業の例)

UA業態

- ・出店加速 新UA5、B & Y4、他1の計10店舗を出店予定(転換含む)
- ・52週MDの導入によるMD精度向上および商品企画精度向上
- ・ハウスカード普及推進
- ・リブランディングを踏まえた商品構成の拡充・見直しによる訴求力向上

GLR業態

- ・出店加速 総合店4店舗、新規形態店舗3店舗、計7店舗を出店予定
- ・52週MDと販売・宣伝のさらなる連携
- ・ハウスカードの導入

オデット エ オディール事業

- ・出店加速 計8店舗を出店予定
- ・売上総利益率の向上
- ・バッグ等の雑貨強化による買上点数、客単価の向上