

# 2018年3月期 第3四半期 決算説明会

---

2018年2月5日

株式会社 ユナイテッドアローズ

I. 2018/3期 第3四半期 業績概況等 P. 3～15

II. 重点取組施策の進捗等 P. 16～21

III. 参考資料 P. 22～28

※ 資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は元データから算出

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、リスクや不確実性を含んでおります。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了承下さい。

■略称の表示について:以下の事業、ストアブランド、連結子会社については、略称を使用しております。

ユニテッドアローズ=UA、ビューティ&ユース ユニテッドアローズ=BY/ビューティ&ユース、モンキータイムビューティ&ユース ユニテッドアローズ=モンキータイム、ディストリクト ユニテッドアローズ=ディストリクト、ユニテッドアローズ グリーンレーベルリラクシング=GLR/グリーンレーベルリラクシング、クロムハーツ=CH、ジ エアポート ストア ユニテッドアローズ=エアポート ストア、ザ ステーション ストア ユニテッドアローズ=ステーション ストア、スモールビジネス ユニット=SBU、CHROME HEARTS JP合同会社=CHJP

■事業別売上高について:UAおよびSBUは以下のストアブランドの売上高を含めて表示しております。

UA=UA、ディストリクト、ザ ソプリンハウス、アストラット、BY、モンキータイム、ステイプン アラン、ロクビューティ&ユース、エイチビューティ&ユース  
SBU= 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、ドウロワー、アンルート、エアポート ストア、ステーション ストア

# I. 2018/3期 第3四半期 業績概況

## 連結PL(詳細は5、8、9ページ)

- ・売上高:前年同期比107.0%、経常利益:〃120.3%の増収増益
- ・売上総利益率:前年同期差+0.1ptの52.7%。引続き当初計画の売上総利益率を上回り推移
- ・販管費率:前年同期差▲0.9ptの44.2%。人件費率、その他固定費率等の減
- ・営業利益、経常利益:前年同期比で約2割増益。特別損失の増等あるも、純利益も〃1割強増益

## 単体売上(詳細は6、7ページ)

- ・既存店売上高前期比104.4%(〃小売:100.9%、ネット通販:119.8%)
- ・チャンネル別ではネット通販が引き続き好調に推移、ネット通販売上構成比は17.7%
- ・小売+ネット通販既存店客数前期比(参考値)は102.8%と前年同期を上回る

## たな卸資産(詳細は10ページ)

- ・前年同期末比95.5%。3Q累計売上高前年同期比107.0%を下回り、効率化進む

## 出退店(詳細は12~14ページ)

- ・グループ合計3Q累計実績:新規出店 18、退店 10、3Q末店舗数 368
- ・〃通期見込み:新規出店 20、退店 32、期末店舗数見込み 348

## グループ会社(詳細は15ページ、以下は主な連結子会社の状況)

- ・(株)フィーゴ: 減収減益、(株)コーエン: 増収増益、CHJP: ビジネスユニット売上が前年同期を上回る

**3Q累計:売上高前年同期比107.0%、経常利益〃120.3%の増収増益**

- ・ 連結売上高: (株)UA、(株)コーエン等が増収。販売チャネルはネット通販が高い伸び
- ・ 売上総利益率: 前年同期差+0.1ptの52.7%。  
→ 3Qは会員向けセール需要拡大等により上期より改善幅縮小も、引続き当初計画を上回る
- ・ 販管費率: 前年同期差 ▲0.9ptの44.2%  
→ 増収に伴う相対的な人件費率の低減、その他固定費率の低減等による
- ・ 営業利益、経常利益: 前年同期比で約2割増益、四半期純利益は〃1割強増益
- ・ 特別損失: 減損損失(事業撤退にかかわるものを含む)の増

単位:百万円

	連結 2018/3期 3Q累計				前年同期	
	実績	前年同期比増減		前年同期 実績	売上比	
		売上比	比率			
売上高	115,175	100.0%	7,571	107.0%	107,604	100.0%
売上総利益	60,652	52.7%	4,057	107.2%	56,595	52.6%
販管費	50,861	44.2%	2,375	104.9%	48,486	45.1%
営業利益	9,790	8.5%	1,681	120.7%	8,108	7.5%
営業外損益	150	0.1%	▲ 5	96.4%	156	0.1%
経常利益	9,941	8.6%	1,676	120.3%	8,264	7.7%
特別損益	▲ 979	-0.9%	▲ 510	-	▲ 468	-0.4%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	5,747	5.0%	572	111.1%	5,175	4.8%

■2018/3期 3Q 連結PL実績

当第3四半期連結累計期間(2017年4月1日~2017年12月31日)は、連結売上高が前年同期比107.0%、経常利益が同じく120.3%の増収増益となり、業績は継続して順調に推移した。

売上高は(株)UA、(株)コーエン等が増収し、販売チャネルではネット通販が大きく増収した。

売上総利益率は前年同期から0.1ポイント改善し、52.7%となった。3Qの3ヶ月間については、特に12月に会員向けセールの需要拡大等が発生し、上期より改善幅が縮小したが、当初より想定内であり、引続き当初計画を上回る推移である。

販管費率は、前年同期から0.9ポイント低減の44.2%となった。増収に伴う相対的な人件費率の低減や、たな卸資産の効率化に伴う関連コストの低減等による。

以上の結果、営業利益、経常利益は前年同期比で2割の増益となった。また、減損損失の増加があったものの、四半期純利益も1割強の増益となった。

単体売上高前年同期比(前期CH事業除く)107.1%(※)、既存店売上高前期比104.4%

- ・ ビジネスユニット売上は小売、ネット通販とも前年同期を上回る。ネット通販は2割増収
- ・ 売上構成比: ネット通販17.7%、アウトレット14.8%
- ・ 小売+ネット通販既存店客数前期比(参考値)は102.8%と前年同期を上回る

(※) 前期にCH事業を含めた売上高前年同期比は101.1%

単位:百万円

	単体 2018/3期 3Q累計 (前年同期からCH事業実績除き比較)				前年同期	
	実績	構成比	前年同期比増減		実績	構成比
			増減	比率		
単体売上高	96,255	100.0%	6,345	107.1%	89,909	100.0%
ビジネスユニット計	81,970	85.2%	4,954	106.4%	77,015	85.7%
小売	64,311	66.8%	2,074	103.3%	62,236	69.2%
ネット通販	17,039	17.7%	2,929	120.8%	14,110	15.7%
その他(卸売等)	618	0.6%	▲ 49	92.6%	668	0.7%
アウトレット等	14,285	14.8%	1,391	110.8%	12,894	14.3%

	既存店前期比(※は参考値)		
	売上高	客数	客単価
小売+ネット通販	104.4%	102.8% ※	101.2% ※
小売	100.9%	98.5%	102.5%
ネット通販	119.8%	118.2% ※	103.4% ※

※小売+ネット通販既存店およびネット通販の客数、客単価は当社で取得可能な自社ECおよびZOZOTOWNのデータより算出。(2つのモールでEC売上の約8割)  
参考値としてご参照ください。該当項目について、売上高は他のECモールも含めた前期比となりますため、客数前期比×客単価前期比≠売上高前期比とはなりません。

■単体 売上高実績 チャンネル別

単体売上高は前期からクロムハーツ事業を除いた前年同期比で107.1%、含めた比較で101.1%となった。

既存店売上高前期比は104.4%となった。

ビジネスユニットは小売、ネット通販とも前年同期を上回って推移し、特にネット通販は引続き約2割の増収となった。

売上構成比はネット通販が17.7%、アウトレットが14.8%となった。

小売既存店客数前期は98.5%であるが、小売+ネット通販での既存店客数前期比は102.8%と前年同期を上回り推移した。

※小売+ネット通販客数前期比は参考値

全事業ビジネスユニット売上高および既存店売上高が前年同期を上回る

- ・ UA事業：メンズカジュアルおよびウィメンズ全般が順調
  - ・ GLR事業：ウィメンズ全般が順調
  - ・ SBU：一部事業除き、概ね全般が順調
- ※ 前年同期のビジネスユニット計はCH事業の売上高を除いて表示しております。

単位：百万円

	単体			前年同期 実績
	2018/3期 3Q累計			
	実績	前年同期比増減	比率	
ビジネスユニット計	81,970	4,954	106.4%	77,015
UA	45,772	2,858	106.7%	42,914
GLR	24,697	1,477	106.4%	23,220
SBU	11,499	618	105.7%	10,880

	既存店売上高 前年同期比		
	小売+ ネット通販	小売	ネット通販
UA	103.4%	99.5%	123.3%
GLR	104.8%	102.2%	117.8%
SBU	107.1%	103.9%	114.7%

※ 事業名の略称表記について：当資料2ページにて解説しております。

■単体 売上高実績 事業別

全ての事業がビジネスユニット売上高および既存店売上高について増収した。

UA事業はメンズカジュアルおよびウィメンズ全般が順調に推移した。GLR事業はウィメンズ全般、SBUは一部の事業を除き概ね全般が順調に推移した。

3Q累計連結売上総利益率 前年同期差+0.1ptの 52.7%

2018/3期3Q累計 連結売上総利益率	52.7%
前年同期連結売上総利益率	52.6%
差異	+0.1pt

■差異内容(全体に与えた影響度)の主な内訳

備考

(株)UA ビジネスユニット売上総利益率増減影響	0.0pt	ビジネスユニット自体の売上総利益率は前年同期同等 上期:為替がプラス影響、3Q:ハウスカード会員向けセールの 需要拡大等により一時的に低下
(株)UA アウトレット等売上総利益率増減影響	0.1pt	アウトレット等自体の〃は前年同期差+0.6pt (事業品、専用品とも売上総利益率が改善)
(株)UA その他原価の増減影響	0.1pt	商品評価損、廃棄、ロイヤリティの減等によりプラス影響
他要因(子会社動向、連結調整、売上構成等)	▲0.1pt	主に連結売上高に占める(株)UAアウトレット売上構成比の増等 によるもの

・当期・前期で同事業の比較が示せるよう、前期のクロムハーツ事業については「(株)UAビジネスユニット」から除外し「他要因」に含めております。

※過去3期の上半期・下半期・通期別の差異内容を巻末に添付しております。

■連結 売上総利益率 実績

連結売上総利益率は、前年同期+0.1ポイントの52.7%となった。

前年同期との主な差異内容(連結売上総利益率に与えた影響)は次の通り。

(株)UA ビジネスユニットによる影響はプラスマイナスゼロ。ビジネスユニット自体の売上総利益率は前年同期と同等であった。上半期は主に為替(円高)がプラスに影響した。3Qの3ヶ月間は、ハウスカード会員向けセールの需要拡大等により、セールの前倒しが発生し、一時的に低下した。結果、3Q累計では前年と同等となった。

(株)UA アウトレット等による影響は+0.1ポイント。アウトレット等自体の売上総利益率前期差はプラス0.6ポイント。事業品およびアウトレット専用品双方の売上総利益率改善が主な要因。

(株)UA その他原価による影響は+0.1ポイント。商品評価損、商品廃棄、ロイヤリティの減等によりプラス影響となった。

その他の要因による影響はマイナス0.1ポイント。これは主に連結売上高に占める(株)UAのアウトレット売上高の構成比上昇によるもの。



**3Q累計販管費 前年同期比 104.9%、販管費率 前年同期差▲0.9ptの44.2%**

(主に売上比増減の顕著な科目についてコメント)

- ・ 人件費率: 増収に伴う相対的な低減、一部欠員による減
- ・ その他販管費率: たな卸資産効率化に伴う関連コストの減、一部子会社の出店一時経費の減

単位: 百万円

	連結 2018/3期 3Q累計					前年同期	
	実績	売上比	前年同期比増減	売上比	増減	実績	売上比
売上高	115,175	100.0%	7,571	107.0%	0.0%	107,604	100.0%
販管費	50,861	44.2%	2,375	104.9%	-0.9%	48,486	45.1%
宣伝販促費	2,511	2.2%	121	105.1%	0.0%	2,389	2.2%
人件費	17,904	15.5%	698	104.1%	-0.4%	17,206	16.0%
賃借料	16,174	14.0%	1,223	108.2%	0.1%	14,951	13.9%
減価償却費	1,343	1.2%	▲ 28	97.9%	-0.1%	1,372	1.3%
その他	12,927	11.2%	361	102.9%	-0.5%	12,566	11.7%

※過去3期の上半期・下半期・通期の項目別連結販管費率を巻末に添付しております。

■連結販管比率実績

3Q累計の販管費は前年同期比104.9%、販管費率は前年同期からマイナス0.9ポイントの44.2%となった。

売上比における前年同期からの主な増減内容は次の通り。

人件費率: 一部欠員による減があるものの、増収に伴い相対的に低減。

その他販管費率: たな卸資産効率化に伴う関連コストの減、一部子会社の出店一時経費の減。

**連結総資産 前年同期末比 97.6%の765億円**

(コメントは前年同期末との比較)

- ・流動資産：未収入金の増、たな卸資産の減
  - ・固定資産：新規出店等に伴う有形固定資産の増、減価償却による減
  - ・流動負債：短期借入金、一年内返済予定の長期借入金の減
  - ・固定負債：長期借入金の減
- ※ 長短借入金残高：前年同期末比66.8%の126億円  
 ※ たな卸資産：同95.5%(売上高前年同期比：107.0%)

単位：百万円

	連結 2018/3期 3Q末				前年同期末			
	実績	構成比	前年同期末比	前期末比	実績	構成比	前期末実績	構成比
総資産	76,560	100.0%	97.6%	112.9%	78,406	100.0%	67,799	100.0%
流動資産	54,385	71.0%	98.3%	120.4%	55,345	70.6%	45,152	66.6%
（うち たな卸資産）	29,309	38.3%	95.5%	111.8%	30,687	39.1%	26,210	38.7%
固定資産	22,175	29.0%	96.2%	97.9%	23,061	29.4%	22,646	33.4%
流動負債	35,324	46.1%	96.9%	118.5%	36,459	46.5%	29,805	44.0%
固定負債	5,737	7.5%	72.2%	81.8%	7,947	10.1%	7,012	10.3%
純資産合計	35,499	46.4%	104.4%	114.6%	33,999	43.4%	30,980	45.7%
参考：長短借入金残高	12,649	16.5%	66.8%	91.7%	18,943	24.2%	13,792	20.3%

■連結BS実績

連結総資産は前年同期末比97.6%の765億円となった。

前年同期末との主な差異要因は以下の通り。

流動資産は、前年同期末比98.3%の543億円となった。これは主に未収入金の増、たな卸資産の減によるものである。固定資産は、同96.2%の221億円となった。これは有形固定資産の増はあったものの、減価償却による減によるものである。

流動負債は、同96.9%の353億円となった。これは主に短期借入金および1年以内返済予定長期借入金の返済による減によるものである。

固定負債は、同72.2%の57億円となった。これは主に長期借入金の返済による減によるものである。

なお、期末の長短借入金の残高は、前年同期末比66.8%の126億円となった。

たな卸資産は、同95.5%の293億円となった。第3四半期累計期間の売上高前年同期比は107.0%であり、売上の伸びを大きく下回った。

**現金及び現金同等物の四半期末残高 68億円**

**営業CFは前年同期の25億円のキャッシュアウトから68億円のキャッシュインへ**

- ・ 営業CF (主な収入): 税前三半期純利益 89億円、仕入債務の増 41億円  
(主な支出): 売上債権の増 48億円、たな卸資産の増 30億円
- ・ 投資CF (主な支出): 有形固定資産の取得 18億円
- ・ 財務CF (主な収入): 短期借入金が増 18億円  
(主な支出): 長期借入金の減 30億円、配当金の支払 21億円

単位: 百万円

	連結	前年同期
	3Q累計	
	実績	実績
営業キャッシュ・フロー(小計)	9,537	1,524
営業キャッシュ・フロー	6,894	▲ 2,526
投資キャッシュ・フロー	▲ 2,296	▲ 4,077
財務キャッシュ・フロー	▲ 3,329	7,407
現金及び現金同等物の四半期末残高	6,883	6,617

■ 連結CF実績

3Q末の現金及び現金同等物は、68億円となった。また、営業キャッシュフローも前年のマイナスから大きく改善した。

営業キャッシュ・フローは、68億円のキャッシュインとなった。キャッシュインの主な内訳は税前三半期純利益89億円、仕入債務の増41億円であり、キャッシュアウトの主な内訳は、売上債権の増48億円、たな卸資産の増30億円である。

投資活動によるキャッシュ・フローは、22億円のキャッシュアウトとなった。キャッシュアウトの主な内訳は新規出店等に伴う有形固定資産の取得18億円である。

財務活動によるキャッシュ・フローは、33億円のキャッシュアウトとなった。キャッシュインの主な内訳は短期借入金が増18億円であり、キャッシュアウトの主な内訳は、長期借入金の返済30億円、配当金の支払21億円である。

## ■グループ合計出退店 3Q累計実績、通期見込み

- ・ 3Q実績:グループ合計出店数 18、退店数 10、3Q末店舗数 368
- ・ 通期見込み:グループ合計出店数 20、退店数 32、期末店舗数 348

	2018/3期3Q累計実績				2018/3期 通期見込み					参考 前回は 増減
	前期末 店舗数	出店	退店	3Q末 店舗数	出店		退店	期末 店舗数		
					上半期	下半期			通期	
グループ合計	360	18	10	368	13	7	20	32	348	
(株)ユナイテッドアローズ	242	15	7	250	12	5	17	29	230	
(株)フィーゴ	17	1		18	1		1		18	
(株)コーエン	87	1	3	85		1	1	3	85	
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	3	1		4		1	1		4	
㈱Designs	1			1					1	
CHROME HEARTS JP 合同会社	10			10					10	
参考: ㈱ユナイテッドアローズ内訳										
ユナイテッドアローズ事業	88	7	3	92	5	2	7	4	91	
グリーンレーベルリラクシング事業	69	3		72	3	2	5		74	
SBU	61	3	4	60	2	1	3	25	39	
アウトレット	24	2		26	2		2		26	

## ■グループ合計出退店実績、通期見込み

第3四半期の実績:グループ合計での新規出店数:18、退店:10、第3四半期末の店舗数:368。  
 通期のグループ合計出店見込み:20、退店:32、期末店舗数見込:348。  
 期末店舗数は前回の見込みからの変更はなし。

## ■参考:(株)UA 3Q累計出退店実績

	2018/3期3Q累計実績			3Q末 店舗数
	前期末 店舗数	出店	退店	
<b>(株)ユナイテッドアローズ合計</b>	<b>242</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>250</b>
ユナイテッドアローズ事業計	88	7	3	92
ユナイテッドアローズ総合店	9			9
ユナイテッドアローズ	26	3	2	27
ソブリンハウス	1			1
ディストリクト	1			1
アストラット	2			2
ビューティ&ユース	41	3		44
モンキータイム	2	1		3
スティーブン アラン(※)	3		1	2
ロクビューティ&ユース	2			2
エイチ ビューティ&ユース	1			1
グリーンレーベル リラクシング事業	69	3		72
SBU計	61	3	4	60
アナザーエディション	13		1	12
ジュエルチェンジズ	9	1		10
オデット エ オディール	17	1	2	16
ボワゾンショコラ	6		1	5
ドゥロワー	7			7
アンルート	1			1
トラフィック エアポート ストア	2			2
チャンネル ステーション ストア	6	1		7
アウトレット	24	2		26

(※) スティーブン アラン トーキョー、オオサカ、コウベは各BY店舗の別館扱いのため上記カウントに含めておりません。

## ■参考:(株)UA 3Q累計出退店実績

(説明は省略)

## 参考:3Q末までの出退店明細

### ㈱ユナイテッドアローズ

月	出退店	店名	商業施設・住所
11月	新規出店	ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 丸の内店	丸ビル(東京都千代田区)
	新規出店	ザ ステーション ストア ユナイテッドアローズ アトレ川崎店	アトレ川崎(川崎市川崎区)
10月	新規出店	ユナイテッドアローズ 大丸神戸 メンズストア	大丸神戸店(神戸市中央区)
	退店	ユナイテッドアローズ 神戸元町店	路面店(神戸市中央区)
9月	新規出店	ユナイテッドアローズ 原宿本店 ※1	路面店(東京都渋谷区)
	新規出店	ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 千葉店	ペリエ千葉(千葉市中央区)
	新規出店	グリーンレーベル リラクシング 調布店	トリエ京王調布(東京都調布市)
	退店	ユナイテッドアローズ 原宿本店(メンズ館およびウイメンズ館) ※1	路面店(東京都渋谷区)
8月	退店	オデット エ オディール 銀座店	マロニエゲート(東京都中央区)
7月	退店	ステイプン アラン ヨコハマ	MARINE & WALK YOKOHAMA(横浜市中区)
	退店	オデット エ オディール 京都ポルタ店	京都ポルタ(京都市下京区)
	退店	ボワゾンショコラ 船橋店	ららぽーとTOKYO-BAY(千葉県船橋市)
5月	退店	アナザーエディション 新宿フラッグス店	Flags(東京都新宿区)
4月	新規出店	ユナイテッドアローズ 名古屋駅店	タカシマヤ ゲートタワーモール(名古屋市中村区)
	新規出店	ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 名古屋駅店	タカシマヤ ゲートタワーモール(名古屋市中村区)
	新規出店	モンキータイム ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 大阪店	ルクア(大阪市北区)
	新規出店	グリーンレーベル リラクシング 名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	タカシマヤ ゲートタワーモール(名古屋市中村区)
	新規出店	グリーンレーベル リラクシング 盛岡フェザン店	フェザン(岩手県盛岡市)
	新規出店	オデット エ オディール 名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	タカシマヤ ゲートタワーモール(名古屋市中村区)
	新規出店	ジュエルチェンジズ 名古屋タカシマヤ ゲートタワーモール店	タカシマヤ ゲートタワーモール(名古屋市中村区)
	新規出店	ユナイテッドアローズ アウトレット 鳥栖店	鳥栖プレミアム・アウトレット(佐賀県鳥栖市)
	新規出店	ユナイテッドアローズ アウトレット 仙台港店	三井アウトレットパーク 仙台港(仙台市宮城野区)

※1 「ユナイテッドアローズ 原宿本店」は同店メンズ館とウイメンズ館の統合に伴い、取扱い品目の大幅な変更が発生するため、出店実績の管理上、退店および新規出店扱いとしております。

### ㈱フィーゴ

月	出退店	店名	商業施設・住所
9月	新規出店	フェリージ ニ子玉川店	玉川高島屋S・C(東京都世田谷区)

### ㈱コーエン

月	出退店	店名	商業施設・住所
10月	新規出店	調布店	トリエ京王調布(東京都調布市)
8月	退店	鈴鹿店	イオンモール鈴鹿(三重県鈴鹿市)
6月	退店	春日部店	イオンモール春日部(埼玉県春日部市)
3月	退店	横浜マルイシティ店	横浜マルイシティ(横浜市西区)

### UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

月	出退店	店名	商業施設・住所
10月	新規出店	ユナイテッドアローズ 台北微風信義店	微風信義(BREEZE XINYI)(台北市信義區)

※2018/3期3Q累計期間における㈱DesignsおよびCHROME HEARTS JP合同会社の出退店はありません。

## 参考:3Q末までの出退店明細

(説明は省略)

**株式会社フィーゴ(4~12月)**

**減収減益**

- ・売上高 20億円 前年同期比 96%
- ・3Qは一部のビジネス需要、ギフト需要等が目論見を下回り苦戦も、連結業績への影響は軽微

**株式会社コーエン(2~10月)**

**増収増益**

- ・売上高 82億円 前年同期比 113%
- ・好調継続、4Qは中長期成長に向けたコストを使用予定

**CHROME HEARTS JP合同会社(4~12月)(※1)**

**ビジネスユニット売上高前年同期クリア**

- ・売上高91億円、ビジネスユニット売上高前年同期比102.0%(※2)
- ・国内売上、免税売上双方が前年超え

※1)同社は12月決算であるが、業績への影響を勘案し、翌3月までの業績を連結。

※2)分社化以降、姉妹UAへの卸売等が発生し全社売上高が前期比較できないため、全社売上高前期比は未記載。

**UNITED ARROWS TAIWAN LTD. (2~10月)** **売上苦戦も、売上総利益率改善、経費抑制等により利益は計画並みに推移**  
2017年10月にUA TAIWAN LTD.における4店舗目を出店

**株式会社Designs(2~10月)** **3Qまでの業績苦戦するも、11月以降、売上回復傾向**

■グループ会社の進捗

・(株)フィーゴ

3Q累計で減収減益となった。売上高は、前年同期比96%の20億円となった。3Qは一部のビジネス需要、ギフト需要等が目論見を下回り推移したが、連結業績への影響は軽微である。

・(株)コーエン(決算月:1月)

3Q累計で増収増益となった。売上高は、前年同期比113%の82億円となった。引続き好調継続。4Qは(株)UAと同様、中長期成長に向けたコストを使用予定。

・CHROME HEARTS JP合同会社(決算月:12月)

4~12月の全社売上高91億円。ビジネスユニット売上高は前年同期比102.0%。  
国内売上、免税売上双方が前年同期を超えており、順調な推移。

・UNITED ARROWS TAIWAN LTD. (決算月:1月)

売上は苦戦するも、売上総利益率の改善や経費抑制等により、利益は計画並みに推移。10月にUA TAIWAN LTD.における4店舗目、UAストアブランドの店舗として2店舗目を出店。アウトレット以外で初のインショップとなる。

・株式会社 Designs (決算月:1月)

3Qまでの業績は苦戦するも、11月以降、売上は回復傾向にある。

## II. 重点取組施策の進捗等

### ■重点取組施策の進捗

- ・ 単年度経営方針である「収益性の早期改善」についての進捗・見通し
- ・ 中長期に向けた投資の中から、RFIDの導入について、現状と今後の予定等を説明



		3Q累計 結果	通期 見込み
1	売上 総利益率 の改善	前年同期差 <b>+0.1pt</b>	3Qの低下はセール需要のずれ 通期は計画並み着地を見込む (当初計画値51.2% 前年同期差+0.3pt)
2	在庫効率 の改善	たな卸資産 前年同期末比 <b>95.5%</b>	期末のたな卸資産についても 前期末以下の水準を目指す
3	販管費率 の改善	前年同期差 <b>▲0.9pt</b>	4Qでは中長期的な成長に 向けた投資を実行予定
4	EC拡大による 収益性改善	(株)UA ネット通販売上高 前年同期比 <b>120.8%</b>	ECの売上向上に向けた 各種施策の効果が継続 すると見込む



**3Q累計: 経常利益率1.0pt改善(7.7%→8.6%)**

■単年度経営方針「収益性の早期改善」進捗

進捗および通期の見込みを説明

1. 売上総利益率の改善

第3四半期までの実績は、前年同期に比較し、0.1ポイントの改善となった。第3四半期のみ3ヶ月間における売上総利益率については前年同期より低下している。これは、12月のハウスカード会員向けセールが好調に推移したことに伴うセール需要のずれである。現在までの進捗は見込みどおりである。下期については、円安によるマイナス影響が若干あるものの、在庫の適正化が順調に進んでおり、1月以降の値引ロスの抑制等を踏まえ、通期は計画並みの着地を見込んでいる。

2. 在庫効率の改善

上期同様、主に株式会社ユニテッドアローズや株式会社コーエンにおいて在庫効率の改善が図れた。引続き、コーエンは著しい改善が図れており、売上高が前年同期比で13%増である一方、たな卸資産は約25%抑制できた。なお、期末の連結たな卸資産についても、前期末以下の水準を目指している。

3. 販管費率の改善

前年同期に比較し、0.9ポイントの低減となった。一部欠員等はあるものの、売上成長や在庫効率化に伴う販管費率の低減が大きい。第4四半期については、前回の説明会で説明したとおり、中長期成長に向けた戦略投資を実行していく予定である。また、販管費率の中長期的な見通しとしては、収益改善プロジェクトの推進により、適正化を目指すという方向性に変わりはない。

4. EC拡大による収益性の改善

ネット通販売上についても、引続き順調に推移している。特に自社ECサイトの「UA オンラインストア」については、第3四半期までの売上高が前年同期比134%と極めて好調に推移した。背景は、今まで説明してきたとおり、2016年8月に実施したハウスカード会員とUAオンラインストア会員の統合や2017年4月に実施したブランドサイトとUAオンラインストアの統合などが継続的に寄与していると認識。また、ECへの在庫供給の拡大も引き続き実施し、売上の拡大を目指す。

以上により、第3四半期累計での経常利益率は1ポイントの改善を図ることができた。

## 導入済み事業

2014年春夏～ グリーンレーベル リラクシング

2016年秋冬～ コーエン

\*他、一部SBU、事業内事業にも導入済み

## 活用状況

### ・ 棚卸し業務の軽減

販売員の負荷軽減と棚卸し精度の向上

### ・ 店舗出荷業務の軽減

大量の商品を短時間でスキャン、タグが隠れている商品も簡単にスキャン

### ・ 会計レジでの使用

会計待ち時間の短縮によるお客様満足度の向上

### ・ 物流センターでの活用（コーエンのみ）

物流センターでの業務工数減による物流関連コストの低減

## ■RFIDの導入および活用状況

### 導入済みの事業

2014年春夏シーズンからグリーンレーベル リラクシングにおいて、そして2016年秋冬シーズンからコーエンにおいてRFIDを導入している。また、一部の小型事業についてもすでに導入を行っている。

### RFID活用による効果

#### ・ 棚卸し業務の軽減

各店舗で年4回行っている棚卸し業務について、RFIDを導入することで工数の大幅削減と棚卸しの精度向上につなげている。

#### ・ 店舗出荷業務の軽減

店舗から物流センターへの商品の返送など、実店舗から商品を出荷する際に、大量の商品を同時にスキャンしたり、雑貨など、タグが箱の中に隠れているような商品でもスキャンできるため、出荷作業が短時間で終わるようになった。

#### ・ 会計レジでの使用

複数商品もまとめてスキャンできるため、特にセール時などの繁忙期においてお客様の待ち時間の短縮につながっている。

#### ・ 物流センターでの活用

今のところ、コーエンのみで行っている。物流センターにRFID読み取り機器を設置することで、商品入出荷時の業務工数を減らし、物流関連コストの低減につなげている。

● **棚卸し業務の軽減**

1店舗当たり、棚卸し1回の平均人時

**86.5人時 → 13.5人時（約84%の効率化）**

（GLR事業 平均値）

● **店舗出荷業務の軽減**

出荷スキャン時間

**30～50%減**

（店舗アンケートより）

● **会計レジでの使用**

繁忙期の会計待ち時間

**平均30分～20分 → 15分～10分に半減**

（店舗アンケートより）



商品棚卸し業務、機器をかざすだけでスキャン可能

■RFIDの導入効果

棚卸し業務の軽減については、1店舗当たり、1回の棚卸しにかかる平均人時がRFID導入前の86.5人時から導入後は13.5人時と、約84%効率化できた。

店舗出荷業務の軽減については、商品出荷時のスキャンの時間が導入前に比較し、3割から5割程度、削減できている。

会計レジでの使用については、セールなどの繁忙時に平均2～30分かかっていたレジの待ち時間が半分程度となっている。

## ● 業務効率化に伴う残業時間の減

販売員 平均月間残業時間

**GLRは他主要事業の約78%に抑制**（2017/3期実績）

## ● 物流センターでの活用（コーエンのみ）

(株)コーエン 物流関連コスト/売上高比率

**前年同期比 1pt弱の改善**（2018/3期3Q実績）



RFIDを使った入荷検品

上記の改善には、店舗付帯業務の見直し、人員の効率的配置、品番数の削減等、RFID導入以外の要素も多数含まれます。参考値としてご覧ください。

### ■RFIDの導入効果（参考値）

これらの取り組みにより店舗の業務環境が改善し、RFID導入済みのGLRにおける販売員の平均残業時間は、他の主要事業と比べ、8掛け程度に抑制されている。

コーエンについては、物流関連コストの売上比が当第3四半期現在で前年同期から1pt弱、改善している。

ただし、これらの改善には店舗付帯業務の見直し、人員の効率的配置、品番数の削減等、RFID導入以外の要素も多数含まれているため、あくまでも参考値としてご覧いただきたい。

## ● レギュラー事業からアウトレットへ、段階的に導入

2018年秋冬：ドゥワワー、ジュエルチェンジズ、オデット エ オディール、ステーションストア

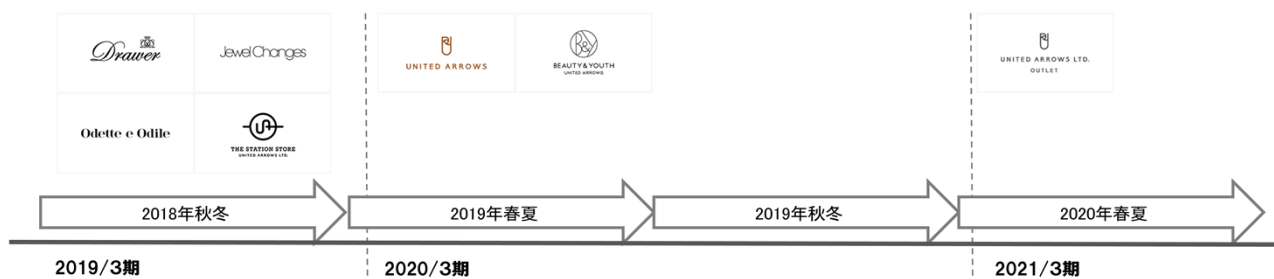
2019年春夏：ユナイテッドアローズ、ビューティ&ユース

2020年春夏：アウトレット

\*2021/3期に全社への導入が完了予定

## ● 今後の取り組みと期待される効果

- ・ 実店舗の効率的な運営：販売員の業務環境改善による採用難への対応
- ・ 物流センターへのRFID読み取り機器導入(予定)：物流コストの低減
- ・ MD分析への利活用(予定)：商品動向の詳細把握によるMD精度、在庫効率の向上



### ■今後の予定

来期より、レギュラー事業からアウトレットまで、RFIDを段階的に導入していく。2018年の秋冬シーズンにはSBUの各事業、2019年春夏シーズンからはユナイテッドアローズおよびビューティ&ユースに導入する。2020年の春夏シーズンからはアウトレット専用品に拡大することで、2021年3月期には全社への導入が完了する予定である。

次に、今後の取り組みと期待される効果を説明する。RFIDの導入に伴い、販売員の付帯業務の軽減等、業務環境の改善を図ることができる。これにより実店舗の効率的な運営や採用難への対応が期待できる。また(株)UAの物流倉庫においてもRFID読み取り機器の設置を進め、物流委託費の低減に努める予定である。将来的にはRFIDの活用により、商品の動きを詳細まで把握・分析することで、MD精度の向上や在庫効率の向上を目指す。こちらは具体的な手法も含め、今後詳細を詰めていく。

今後RFIDの効果が具体的に見えるようになった際は、改めてその成果について説明する。

## III. 参考資料

単位:百万円

	連結 2018/3期 通期			前期実績	
	計画	売上比	前期比	売上比	
売上高	153,859	100.0%	105.7%	145,535	100.0%
売上総利益	78,786	51.2%	106.2%	74,155	51.0%
販管費	68,833	44.7%	105.9%	64,990	44.7%
営業利益	9,953	6.5%	108.6%	9,165	6.3%
営業外損益	146	0.1%	57.6%	255	0.2%
経常利益	10,100	6.6%	107.2%	9,420	6.5%
特別損益	▲ 1,500	-1.0%	-	▲ 1,366	-0.9%
親会社株主に帰属 する当期純利益	5,496	3.6%	105.9%	5,191	3.6%

単位:百万円

	連結 2018/3期 上半期			前年同期実績 売上比		連結 2018/3期 下半期			前年同期実績 売上比	
	実績	売上比	前年 同期比			計画	売上比	前年 同期比		
売上高	69,740	100.0%	107.2%	65,083	100.0%	85,172	100.0%	105.9%	80,452	100.0%
売上総利益	35,708	51.2%	108.1%	33,031	50.8%	43,753	51.4%	106.4%	41,124	51.1%
販管費	32,682	46.9%	104.4%	31,316	48.1%	35,551	41.7%	105.6%	33,674	41.9%
営業利益	3,026	4.3%	176.5%	1,714	2.6%	8,202	9.6%	110.1%	7,450	9.3%
営業外損益	97	0.1%	110.8%	88	0.1%	120	0.1%	72.3%	166	0.2%
経常利益	3,124	4.5%	173.2%	1,803	2.8%	8,322	9.8%	109.3%	7,617	9.5%
特別損益	▲ 873	-1.3%	-	▲ 336	-0.5%	▲ 818	-1.0%	-	▲ 1,029	-1.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,268	1.8%	145.8%	870	1.3%	4,926	5.8%	114.0%	4,321	5.4%

※ 下半期は当初計画から変更していませんので、上半期実績と下半期計画の合計は通期計画値とはなりません。



単位:百万円

	単体 2018/3期 通期			単体 2018/3期 上半期		単体 2018/3期 下半期	
	計 画	構成比	前期比増減 比率	実績	前年同期比増減 比率	計 画	前年同期比増減 比率
売上高	127,539	100.0%	6,771 105.6%	57,173	3,653 106.8%	71,179	3,932 105.8%
ビジネスユニット計	108,964	85.4%	5,254 105.1%	48,707	2,844 106.2%	60,777	2,929 105.1%
小売	84,702	66.4%	2,093 102.5%	37,951	1,062 102.9%	46,648	927 102.0%
ネット通販	22,925	18.0%	2,713 113.4%	10,329	1,790 121.0%	13,180	1,507 112.9%
その他(卸売等)	1,336	1.0%	447 150.4%	425	▲ 8 98.0%	948	493 208.6%
アウトレット	18,574	14.6%	1,516 108.9%	8,466	808 110.6%	10,402	1,003 110.7%
既存店売上高前期比							
小売+ネット通販	103.1%			104.1%		103.6%	
小売	100.7%			100.2%		101.3%	
ネット通販	112.8%			120.9%		112.5%	

※ 前期比につきましては、前期実績よりCH事業の売上高を除いた売上高にて比較しております。

※ 下半期は当初計画から変更しておりませんので、上半期実績と下半期計画の合計は通期計画値とはなりません。

	16/3期			17/3期			18/3期		
	上半期	下半期	通期	上半期	下半期	通期	上半期	下半期	通期
当年売上総利益率	51.0%	50.6%	50.8%	50.8%	51.1%	51.0%	51.2%		
前年同期売上総利益率	52.7%	51.3%	51.9%	51.0%	50.6%	50.8%	50.8%		
差異	▲1.8pt	▲0.6pt	▲1.1pt	▲0.2pt	0.5pt	0.2pt	0.4pt		
<b>■差異内容(全体に与える影響度)の主な内訳</b>									
(株)UA ビジネスユニットの 売上総利益率増減影響	▲1.2pt	▲0.8pt	▲1.0pt	▲0.5pt	0.7pt	—	0.1pt		
(株)UA アウトレット等の 売上総利益率増減影響	▲0.3pt	0.0pt	▲0.2pt	0.1pt	0.0pt	—	0.1pt		
(株)UA その他原価の増減影響	0.0pt	0.4pt	0.2pt	0.1pt	▲0.2pt	—	0.2pt		
他要因(子会社動向、連結調整、 売上構成等)	▲0.4pt	▲0.2pt	▲0.2pt	0.1pt	▲0.1pt	—	0.0pt		

※)2017/3期の通期については、2016/10のクロムハーツ分社化により、分社をまたいだ通期累計での内訳分析が困難なため、表記しておりません。

	16/3期			17/3期			18/3期		
	上半期	下半期	通期	上半期	下半期	通期	上半期	下半期	通期
販管費計	45.3%	40.9%	42.9%	48.1%	41.9%	44.7%	46.9%		
宣伝販促費	1.7%	2.0%	1.9%	2.2%	2.2%	2.2%	2.1%		
人件費	16.6%	14.0%	15.2%	17.4%	14.2%	15.6%	17.0%		
賃借料	13.6%	13.2%	13.4%	14.4%	13.7%	14.0%	14.6%		
減価償却費	1.4%	1.2%	1.3%	1.4%	1.2%	1.3%	1.3%		
その他	12.0%	10.6%	11.2%	12.7%	10.6%	11.6%	11.9%		

■「お客様との信頼関係」という当社の強みを活かし、以下4つの戦略を推進

1. 強い経営基盤の確立

- ・組織風土・人事改革
- ・不採算事業等の見極め
- ・収益構造の健全化

2. 実店舗の強みを活かしたEC拡大

- ・店舗・EC双方からお客様満足追求
- ・中期:在庫拡充、宣伝強化、評価見直し
- ・長期:新たな顧客体験の創出

3. マーケット変化への対応

- ・トレンドMKT → 量より質の追求
- ・ミッド・ニュートrend MKT → 優位性の高い領域を拡大

4. お客様との接点の拡大

- ・ドメインの拡大 (生活雑貨、美・健康、他)
- ・関わる時間の拡大 (リユース、リペア事業)
- ・海外展開の拡張 (台湾継続、越境EC等)

■中期的な定量目標

- ・経常利益:中期期間中、年平均成長率8%を目指す
- ・経常利益率:中期最終年度で7%以上、長期的には2桁を視野に改善
- ・中期期間中、継続的にROE16%以上、配当性向35%以上、DOE5.5%以上を目指す

■長期的な目標

- ・EC売上高構成比:25~30%を目指す
- ・たな卸資産回転率:過去最高水準を目指す
- ・定価販売比率:5ポイント以上の改善を目指す