



UNITED ARROWS LTD.

2004.4.1～2005.3.31

第16期 事業報告書



東  
矢  
通  
信  
  
第  
十  
一  
卷



UNITED ARROWS LTD.

「ユナイテッドアローズ」の社名には、ひとつの目標に向かって直進する矢（ARROW）を束ねた（UNITED）ものという意味が込められています。東矢通信の「東矢」とは、「ユナイテッドアローズ」を和訳したものです。半期に一度、株主の皆様へお送りしているこの「東矢通信」こと、事業報告書では、当社の直近の業績のみならず、当社を取り巻く今を、特集やコラムを交え、わかりやすくお伝えしてまいります。

### 目次

	Page
財務ハイライト	1
To Our Shareholders	2
Interview with the President	3
特集「『ダーズリン・デイズ』がデビュー」	5
Business News	7
コラム「おとなになる、ということは洋服が似合うようになる、ということ」	10
貸借対照表	11
損益計算書／キャッシュ・フロー計算書	12
売上・店舗データ	13
株式データ	15
トピックス	16
会社概要、役員一覧、沿革	17
ご案内	18

## 財務ハイライト



※ 2004年5月20日をもって、1株を2株に株式分割いたしました。当期の1株当たり年間配当金予想額を分割前に換算いたしますと、32.00円になります。

<将来予測に関する記述についての注意事項>

当事業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お控えくださいますようお願いいたします。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様々な要因により、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。



UNITED ARROWS LTD.

## UA 理念

(Philosophy of UNITED ARROWS Group)

# 「MAKE YOUR REAL STYLE」

私たちは、新しい「日本の生活・文化の規範」  
(THE STANDARDS OF JAPANESE STYLE)  
となる価値観を創造し続ける集団です。

株主の皆様におかれましては、  
ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。  
平素は格別のご支援を賜り厚くお礼を申し上げます。  
ここに、当社第16期（2004年4月1日～2005年3月31日）  
の営業の概況につきましてご報告いたします。  
株主の皆様におかれましては、今後とも変わらぬご支援、  
ご鞭撻を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

2005年6月

代表取締役会長

重松 理

代表取締役社長

岩城 哲哉

この写真は、ユナイテッドアローズ 原宿本店メンズ館にて撮影いたしました。

# To Our Shareholders

# Interview

## 中期目標である2011年3月期・売上高1,000億円／経常利益150億円達成にむけ、経営の質的向上を図ります。



## Interview with the President



### ◀◀ 2005年3月期を振り返っていかがでしたか？

売上については、不順であった天候・気温などに若干影響を受けた面もありましたが、利益面では当初計画を上回って着地することができました。これは、2002年から行ってきた構造改革を推進した結果、コストの柔軟なコントロールにより、売上の多少の変動に左右されることなく目標とする利益が確保できる経営基盤が整い始めてきたためです。

また、2005年3月期については、成長拡大を維持しつつ利益率や在庫回転など、各種経営指標の向上を目指すことで、経営

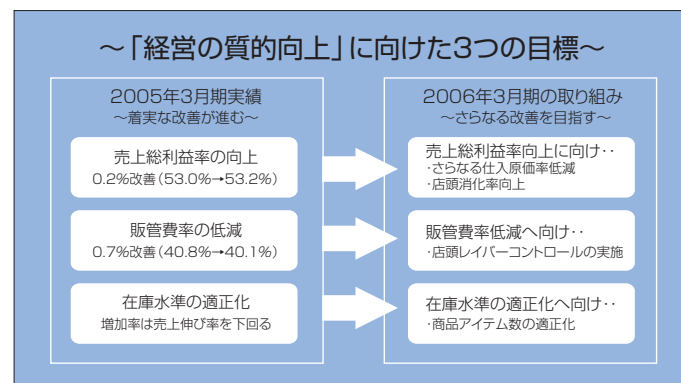
の質的な改善に注力した1年でした。これらの成果は売上総利益率や在庫水準といった具体的な数値に現れ始めています。

商品面の施策としては、自主企画商品の企画・開発力の向上を目指し、2005年3月期上期からユナイテッドアローズ業態の商品部門改革に取り組み、さらに情報収集・分析部門として研究開発グループ、総合企画情報室を設置しました。これらの取り組みは、特に第4四半期以降の売上の底上げにつながっていると考えています。

### ◀◀ 2006年3月期の具体的な取り組みを教えてください。

私は、前年6月の社長就任時に「経営の質的向上」へ向け、3つの目標を社内へ掲げました。具体的には、①売上総利益率の向上、②販管費率の低減、③在庫水準の適正化という目標です。これらに対し、社内の各部署がそれぞれ3年を期限として、非常に高い目標値を設定しました。私は、達成が困難と思われる高い目標に全力で挑戦してこそ、高い成果が得られると確信しています。

2005年3月期下半期から、目標達成に向けたプロジェクトチームが編成され、週ごとに経営陣へ進捗報告が行われています。これらのプロジェクトが部門を越えた全社的な取り組みとして活動し続けた結果、前述したような具体的な成果が徐々に現れ始めました。2006年3月期は、これらの取り組みをさらに深耕していきます。まず、売上総利益率の向上にむけ、さらなる仕入原価率の低減と店頭消化率の向上に注力し



ます。また、販管費率の低減にむけ、効率的な店頭レイバーコントロールを検証し、実施していきます。そして在庫回転の向上については、商品アイテム数の最適化を実行します。これらの取り組みにより、「企業規模」の拡大と「経営の質」の向上を目指します。

### ◀◀ 小型事業が特に好調ですが、今後の戦略を教えてください。

2001年に立ち上げた「チェンジズ ユナイテッドアローズ」、翌2002年に立ち上げた「オデット エ オディール」、さらに2003年に立ち上げた「ドゥローワ」は、すべて将来の事業規模拡大の可能性を探る実験事業＝UAラボとして運営を行っていましたが、業績が好調に推移し、お客様から恒常的なご支持を得られているため、2005年4月から積極的な多店舗展開を図る事業＝スモールビジネスユニット（S.B.U.）へ格上げしました。これら3事業については、今後積極的に投資を行い、より幅広いお客様にご支持をいただける事業へと育てていきます。

また、2005年3月に立ち上げた新事業「ダージリン・デイズ」は、当社初の45歳から60歳前後のお客様をターゲットと

した事業として、百貨店への出店を中心に展開を始めました。同事業は、潜在的な需要が見込めるため、開始当初からS.B.U.として位置づけ、今後積極的な出店・拡大を図る予定です。

これらの事業はまだ売上規模では主力事業である「ユナイテッドアローズ」や「グリーンレーベル リラクシング」には遠く及びませんが、潜在的なマーケットポテンシャルを背景に、高い将来性が見込める事業群です。今後の小型事業の成長にぜひご期待ください。



### ◀◀ 売上高500億円が目前に迫ってきました。

創業から17期目となる2006年3月期は、売上高500億円超えを目指します。500億円という売上高は、当社の中期目標である売上1,000億円までの中間地点というだけでなく、企業にとって非常に大きな「転換点」とであると認識しています。ここから先はまさに企業のステージが変わることを意味しており、「経営の質的向上」を果たさなければ先へ進めないであろうことは想像に難くありません。そのために、社内のあらゆる構造を検証し、改革することで、一層競争が激化するファッション業界で勝ち続けていくためのビジネスモデルの構築に全力を注いでいます。ファッションに携わる企業は、小売、あるいは卸売のどちらかからスタートしており、その出身によりそれぞれ

れ固有の強み、弱みを抱えながら成長拡大をしてきました。小売出身の企業は販売・接客や売場作りには長けていますが、商品の企画・開発は卸売出身企業に一日の長があり、卸売出身の企業は通常その逆の強みと弱みを持っています。私たちの目指すビジネスモデル「スーパーSPA（※）構想」は、双方の強みを含有する企業となることであり、現在の取り組みはすべてこのビジネスモデルの実現のためにあるのです。そして中期目標として掲げている2011年3月期には、売上高1,000億円、経常利益150億円を達成し、この構想の「第一段の完成型」の構築を目指します。私たちが企業規模を拡大する最終的な目的は、お客様へより大きな感動をご提供できる小売業となることであり、その実現により、株主の皆様、そして社会へ末永く貢献し続けることが使命であると考えています。

代表取締役社長 岩城哲哉

※SPA＝Speciality store retailer of Private label Apparel（製造から小売まで一貫して自社で行うファッション企業：通常「製造小売業」と訳されます。）

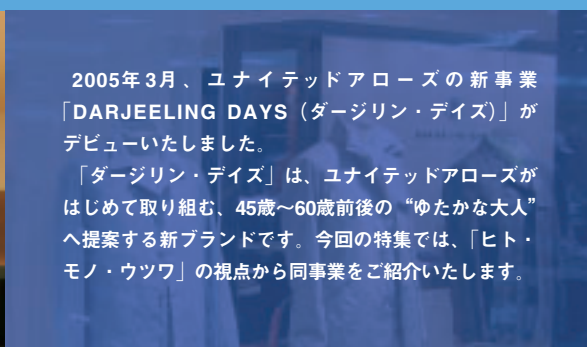


DARJEELING DAYS

# DARJEELING DAYS (ダージリン・デイズ)がデビュー

2005年3月、ユニテッドアローズの新事業「DARJEELING DAYS (ダージリン・デイズ)」がデビューいたしました。

「ダージリン・デイズ」は、ユニテッドアローズが初めて取り組む、45歳~60歳前後の“ゆたかな大人”へ提案する新ブランドです。今回の特集では、「ヒト・モノ・ウツワ」の視点から同事業をご紹介します。



<名前の由来>  
「ダージリン・デイズ」の名前は、「茶の文化」に由来します。時間をかけて成熟し、ライフスタイルのひとつにまで浸透した「紅茶」のように、人生のゆたかな時間を楽しむための「服」を提供いたします。

<ターゲット>  
食事・旅行・読書・音楽・映画・演劇・美術鑑賞などには、投資や手隙を惜しまない人たち。“精神的ゆとり”のある余暇の過ごし方、本物の“ゆたかさ”を知っている大人。本物、本質を知っているからこそ、買うモノ、着られるモノがないと感じている45歳~60歳前後を中心とした市場に軸を置いていきます。

## ショップ案内

ダージリン・デイズ 新宿店  
ダージリン・デイズ 名古屋店  
ダージリン・デイズ 丸の内本店  
(2005年6月25日オープン)

詳細はこちらをご覧ください。

<http://www.united-arrows.co.jp/corp/shop.html>

## ダージリン・デイズのウツワ

店舗空間は、“リラックスド・ラグジュアリー”

をテーマに、都会にありながらリゾート感があり、リゾート地にありながらソフィスティケートされているホテルをイメージしながら構成いたしました。レセプションデスクをイメージしたカウンター、所々に配されたソファやカーペットは、ホテルのロビーのようなリラックス感を演出しております。

店舗デザインは、「ユニテッドアローズ 名古屋店」、「ドゥローワー 青山店」、「ドゥローワー 日本橋三越店」などと同じく、株式会社ワンダーウォールの片山正通氏によるものです。

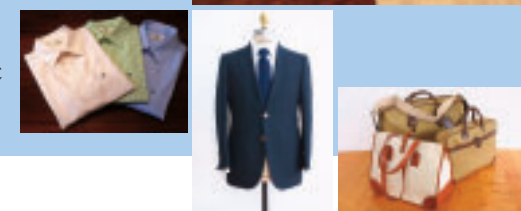


「ダージリン・デイズ」の背景に大きく流れるテーマは“旅”。その商品は、余暇を利用した海外旅行からビジネストリップまで、さまざまな“旅”をイメージしております。さらにそのテーマの中には、4つのカテゴリーが存在いたします。

- “Short Travel” 旅を想定したカジュアルアイテムによって括られる商品群
- “Office” ビジネスシーンを想定したドレスアイテムによって括られる商品群
- “Society” さまざまなパーティを想定した「ダージリン・デイズ」の考えるセミフォーマル商品群
- “At Home” ホテルや自宅などで寛げる場面を想定した商品群

「ダージリン・デイズ」では、これら4つのカテゴリーを展開することにより、お客様のさまざまなシーンを演出する商品をご提案してまいります。

## ダージリン・デイズのモノ



## ダージリン・デイズ部 事業責任者 高山 久 (たかやま ひさし)

ユニテッドアローズは、ジャパニーズスタンダードを作ろうとしています。

「ダージリン・デイズ」は、45歳以上の方のスタンダード作りを目指します。

ターゲットにあたるお客様に末永く支持されるために品揃え・品質・価格・サービス・接客・店作り・イメージ全ての面で、進化し続ける業態でありたいと思います。



## ダージリン・デイズ部 生産責任者兼企画補佐 森田 卓司 (もりた たくじ)

「ダージリン・デイズ」立ち上げにあたり、モノづくりの立場から、今までのアパレル企画・テキスタイル・生産のノウハウを生かし、また、ユニテッドアローズの恵まれた商材からの刺激を柔軟に受け入れました。「商品価値とは?」、「世界基準とは?」を常に自分に問いかけ、工場様とともにお客様が満足し安心できる商品供給を行い、ブランド価値を高め、世界に通用するジャパニーズスタンダードなブランドにしていきたいと思っています。



## ダージリン・デイズのヒト



## ダージリン・デイズ 名古屋店店長 町田 一美 (まちだ かずみ)

「ダージリン・デイズ」では、洋服のみならずコンシェルジュのようなホスピタリティーあふれる気付きや一歩先の行動力といったこともお客様にご提供できなければなりません。自分がこんな販売員になりたい!と持っていた理想に対し、合致できた新生ブランド。思い入れはとても強いです。

気持ちで感じて、接して、体現してみて、それがお客様にも感じていただけて、心のサービスもできるような暖かいショップにしていきたいと思っています。

## ダージリン・デイズ部 店舗運営統括 小林 貞裕 (こばやし さだひろ)

「ダージリン・デイズ」の立ち上げに参加するにあたり、店舗の運営を統括するポジションから、「真心と感謝」を表現できる業態にしたいという意味を持って携わっています。45~60歳前後の方へ向けたライフスタイル提案を接客において表現していく根拠として常に持ち続けていく言葉であり、今までの自分を支えてきた気持ちでもあります。今後は、さまざまな人との出会いの中から「シニアマーケットのダントツの店作り」をテーマに、ひとつひとつのステージをクリアしていきたいと思っています。



## 株式会社ワンダーウォール 片山 正通 (かたやま さみち)

目を引くだけというデザインではなく、当たり前のようにそこにあり、しかし新鮮であるということテーマに空間デザインを始めました。ここはあくまで日常であるというリアリティーの中で、空間が人に馴染んだり、時や場所を忘れさせる様な空気感を創ることに力を注いでいます。「ダー

ジリン・デイズ」の服を買うことが、次のリラックスド・ラグジュアリーへのきっかけになる、そんな時間を提供できればと思っています。「ダージリン・デイズ」として、ある意味ベーシックであってほしいし、いつも着ていられる服がいつもみつかるといいショップであってほしい。

※ダージリン・デイズ 新宿店では、株主優待券がご利用いただけません。名古屋店、丸の内本店でのご利用をお待ち申し上げます。

# Business News



## ● ユナイテッドアローズ業態

ユナイテッドアローズ業態は、天候不順などによりファッション業界全体が苦戦する中、堅調な売上を確保することができました。

商品部門の取り組みとしては、上半期に「企画（モノ作り）」、「仕入れ（モノ選び）」それぞれの役割分担を明確にし、業務効率を改善いたしました。下半期以降、徐々にその成果が現れ始め、2005年の春物商材の売上につきましては、メンズ、ウイメンズとも好調に推移しております。

出店面では、下半期に京都店の増床、名古屋店の移転増床を行い、当社の事業戦略のひとつである「店舗の大型化戦略」を積極的に推進いたしました。

■小売全店売上高前期比（%）103.3% 既存店売上高前期比（%）97.7%

## ■ ユナイテッドアローズ 名古屋店

### ユナイテッドアローズ 名古屋店 店長 播磨 孝之（はりまた たくゆき）



ユナイテッドアローズ 名古屋店は、2005年3月に愛知県名古屋市内の商業施設「ラシック」内に移転増床オープンしました。UA名古屋店はその2階に位置し、売場面積は200.1坪を誇ります。また、移転に伴い、店舗には斬新なデザインが施されております。さらに、当店のためにセレクトした商品や実際にお客様やスタッフの声が反映されたオリジナル商品も多数展開しております。新店では「なごやかなごや」を合言葉に和やかな接客を心がけておりますので、心地よくショッピングをお楽しみいただければと思います。

## ● ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング業態

ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング業態は、来期以降を見据え、業務基盤を強化した一年となりました。商品企画の精度を上げるため、企画・販売部門の連携を強化いたしました。さらに販促部門も両部門と綿密に連動することにより、販売効率の向上を目指しました。また、ウイメンズ部門では、よりマーケットに合った商品の供給を行うことを目的に商品企画体制の見直しを行った結果、2005年3月から店頭に並び始めた商品は、堅調に推移しております。

出店面では、下半期に仙台店、新宿三越店、熊本店の新規出店を行い、当期末で21店舗体制となりました。

■小売全店売上高前期比（%）109.4% 既存店売上高前期比（%）94.6%



■グリーンレーベル リラクシング 熊本店

## ● クロムハーツ業態

クロムハーツ業態は、新商品の積極的な開発とお客様へのご提案が実を結び、アクセサリ、衣料品などすべてのアイテムが好調に推移いたしました。また、2003年12月に導入したハウスカードにより、お客様のご購入履歴を把握し、的確な販促活動が展開できたこと、より質の高いサービスをご提供できたことがお客様満足へつながり、売上に寄与いたしました。

■小売全店売上高前期比（%）119.5% 既存店売上高前期比（%）115.8%



■クロムハーツ ハラジュク

## ● S.B.U. 及び UAラボ

S.B.U.及び UAラボでは、特にウイメンズをターゲットとした事業が好調に推移いたしました。出店面では、下半期に「アナザーエディション」がマイシティ新宿店、横浜店の新規出店を行うなど、積極的な出店を行いました。

横浜駅直結の商業施設「横浜シアル」に出店した「アナザーエディション 横浜店」は、同事業7店舗目で最大規模の51.3坪の売場面積を擁します。同店は売場を「カジュアル」、「ドレス」、「コレクション」の3つのゾーンに分けることで、お客様がよりお買い物しやすい環境をご提供しております。

※2005年3月から開始いたしました新事業「ダージリン・デイズ」につきましては、5ページの特集をご参照下さい。

■小売全店売上高前期比（%）136.5% 既存店売上高前期比（%）111.0%



■アナザーエディション 横浜店

ウイメンズ軸

主力業態 (3事業 / 47店舗)



ユニテッドアローズ / 23店舗

年齢軸を対象を制限せず、ファッション感覚が高くファッションコミットメントの高い方を対象としている。商品はUAトラッドマインドを基本に、国内外から調達したメンズドレス・カジュアルと、ウイメンズドレス・カジュアルおよび服飾・生活雑貨を取り扱う。



ユニテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング / 21店舗

「relaxing hearts」をテーマとし、20代中頃～30代中頃の方をメインターゲットに、シンプルで上質なライフスタイルの提案を行う。ビジネスパーソン向けのスーツから、カジュアルウエア、さらにはキッズ、マタニティや生活雑貨、トイまでも揃える。



クロムハーツ / 3店舗

米国クロムハーツ社の商品のみを展開するブランドショップ。アクセサリ全般からレザーウエア、バッグ、小物類の取り扱いや、家具・ホームウエアまでのライフスタイル全般アイテムを展開。

スモールビジネスユニット (S.B.U.) (3事業 / 10店舗)



アナザーエディション / 7店舗

レディスヤング、キャリア、ヤングミセスを対象とし、商品は「My favorite things」をコンセプトに、旬なアイテムからベーシックなものまで、エッジのきいたオリジナルアイテムと、国内外からセレクトしたアイテムを編集・提案。



ザソブリンハウス / 1店舗

装いへのこだわりの高い20代半ば～50代をターゲットとし、商品はオリジナルのメンズドレスレーベル最高峰の「ソブリン」と海外の名だたるメンズブランドにより構成する、大人の男性に向けたショップ。



ダーズリン・デイズ / 2店舗

45歳～60歳前後の“ほんものゆたかさを知っている大人”へ向け、リラックスしたラグジュアリー・ウエアを提案する。

UAラボ (5事業 / 10店舗)



チェンジズ ユニテッドアローズ / 2店舗

女性であること、おしゃれをすることを楽しむ女性に向け、旬なデザイナーズアイテムやオリジナリティ溢れるスタイル提案を発信するウイメンズショップ。



オデット エ オディール ユニテッドアローズ / 3店舗

おしゃれ感度の高い層、セレクトショップで洋服を選ぶキャリア層へ向け、女性の持つ優しさや知的で活発な両面を表現したシューズ・バッグ・雑貨等を展開。



ドゥローワー / 2店舗

「21世紀の母娘」「ファッション界のオピニオンリーダー」に向け、世代を超えて支持される商品を取りそろえる。ほんの少しのモード(最先端の流行)と上質なスタンダードアイテムで展開。



ディストリクト ユニテッドアローズ / 1店舗

「クリエイティビティ」と「クラフツマンシップ」をテーマに、高感度アッパー層を対象としたメンズショップ。



時らざ / 2店舗

「ブランドネーム」にこだわらない、洋服好きな層に向け、生地や縫製に重きを置き、長く愛着がわくアイテムを提案するメンズショップ。

NEW 新店情報

2004年10月～2005年3月までの  
出店、改装

- ユニテッドアローズ 京都店増床オープン (3月5日)
- ユニテッドアローズ 名古屋店移転増床オープン (3月9日)
- ユニテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング 仙台店オープン (10月7日)
- ユニテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング 新宿三越店オープン (10月30日)
- ユニテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング 熊本店オープン (3月3日)
- アナザーエディション 京都店移転増床オープン (2月25日)
- アナザーエディション 横浜店オープン (3月18日)
- ダーズリン・デイズ 新宿店オープン (3月16日)
- ダーズリン・デイズ 名古屋店オープン (3月17日)
- ドゥローワー 日本橋三越店オープン (10月11日)
- アナザーエディション マイシティ新宿店オープン (10月1日)

メンズ軸

# おとなになる、ということは洋服が似合うようになる、ということ

■チーフ・クリエイティブオフィサー 栗野 宏文

COLUMN

東洋では年齢を重ねることに對し、ポジティブな概念を持っていた、というのが僕の認識。勿論、我がニッポンも、である。大人やお年寄りたちは、いろいろなことを知っている知恵者である、と。自分自身、祖父や祖母、大叔母たちに囲まれながら、彼らが聞かせてくれる昔話を楽しみに暮らしていた。

大きくなったら、ああいう風に面白いお話ができる大人になれば良いな…という感じで。

さて、いつの間にかこの国では年をとることがネガティブな要素として語られるようになってしまった。一体何時ごろからだろう？ オヤジ臭い、オバサンばい、ジジムサイ…それらの形容詞が意味するものや、そういう風にいわれる背景、或いは理由というものはあるのかもしれないが、それにしてもこれでは単なる大人バッシング！である。

僕自身はそのようなことを言われたとしても気にしないだろうが、前述したネガティブな表現や概念がはびこっているのはとても残念だ。

確かに、僕自身、10代後半は上のジェネレーションに反抗し、対決すること等で自らのアイデンティティーを作り上げてきた感はある。だが、或る日、絶対に乗り越えられないものがある、ということに気がついた。

一方で、いつかは自分自身が反抗される立場になるのだ、ということもわかった。ヒトの歴史とはそういう風にして続いてきた訳だ。

さて、こうして自分で考え、自分で行動しながら生きてきて、50代になった僕自身がつくづく感じたことのひとつは、20代、30代の自分よりも、今のほうが洋服が似合うようになったな、ということ。



だから、かえって若い頃よりも派手な色や柄、或いは特徴的なデザインのものにもトライできるようになった。これは嬉しい。洋服を乗りこなせるようになった、といったら良いのかもしれない。

ユニテッドアローズがプロデュースするDARJEELING DAYS (ダーズリン・デイズ) は、こういった僕の実感に基づいてディレクションされている。そして、「ゆたかなおとな」という表現でダーズリン・デイズのお客様像を語ることにしたのである。

文 / 栗野 宏文 (くりのひろふみ)

1953年5月10日生まれ。大学卒業後より(株)鈴屋、(株)ビームスなどファッションビジネスに携わり続け、1989年当社設立に参画。現在、当社常務取締役兼総合企画情報室室長、チーフ・クリエイティブオフィサーを務める。「ダーズリン・デイズ」では立ち上げの発起人となり、クリエイティブディレクターとして同事業をけん引。

イラストレーション / 網中いづる (あみなか いづる)

ユニテッドアローズのショップスタッフを経てイラストレーターへ。伸びやかなタッチと澄んだ色彩で書籍のカバー装画、挿絵を多く手がける。最近の主な作品として、『野ばら』林真理子著 (文藝春秋)、浜田廣介の童話絵本『むく鳥のゆめ』(集英社)、『赤毛のアン』(講談社) シリーズの装画等。TIS会員。



## 貸借対照表(要約)

当期末(2005年3月期末)の資産合計額は前期比114.6%の27,648百万円となりました。貸借対照表の主なポイントは以下の通りです。

## 1 たな卸資産は増加率を抑制

当期末のたな卸資産は前期比106.5%の10,216百万円となりました。当期の売上高の対前年増加率は108.0%であり、売上の伸び率を下回る効率的な在庫管理を行っています。

## 2 当社の「未収入金」とは?

当期末の未収入金は3,106百万円となりました。この主な内容は、日々の営業活動で発生するカード会社に対する短期的な未収入金や、出店している商業施設に対する短期的な未収入金であり、健全性の高いものです。

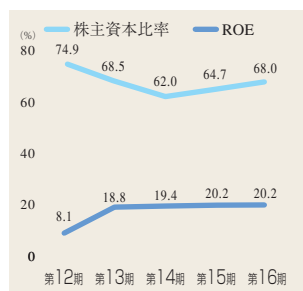
## 3 有利子負債が減少

前期末2,136百万円あった有利子負債(借入金)は当期末には1,180百万円まで減少しました。当社では今後とも、極力キャッシュ・フローの範囲内で設備投資を実施し、無借金経営を目指してまいります。

## 高いROEと株主資本比率

当期のROE(株主資本利益率)は20.2%、また株主資本比率は68.0%となりました。これらの数値は高いほど効率がよく、また安全性が高いといわれ、当社ではこれらの指標は非常に高いレベルで推移をしています。

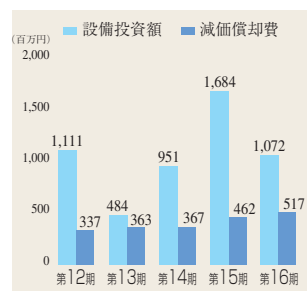
株主資本比率とROEグラフ



## 設備投資額

当期の設備投資額は1,072百万円となりました。この主な内容は新規出店および改装等の営業設備投資によるものです。また、当期末の有形固定資産の減価償却額は517百万円となりました。なお、減価償却累計額は2,005百万円となりました。

設備投資・減価償却グラフ



(単位:百万円)

科目	期別		第15期 (2004年3月31日現在)		第16期(当期) (2005年3月31日現在)		前期比(%)
		構成比(%)		構成比(%)		構成比(%)	
(資産の部)							
流動資産	14,660	60.8	18,001	65.1	122.8		
現金及び預金	1,633	6.8	3,827	13.8	234.3		
売掛金	84	0.3	57	0.2	68.7		
1 たな卸資産	9,594	39.8	10,216	37.0	106.5		
2 未収入金	2,747	11.4	3,106	11.2	113.1		
繰延税金資産	432	1.8	461	1.7	106.7		
その他の流動資産	168	0.7	330	1.2	196.1		
固定資産	9,465	39.2	9,646	34.9	101.9		
有形固定資産	5,025	20.8	5,229	18.9	104.1		
無形固定資産	508	2.1	498	1.8	98.0		
投資その他の資産	3,932	16.3	3,919	14.2	99.7		
資産合計	24,125	100.0	27,648	100.0	114.6		
(負債の部)							
流動負債	7,103	29.4	8,060	29.2	113.5		
買掛金	3,329	13.8	3,410	12.3	102.4		
3 短期借入金および 1年以内返済予定の長期借入金	956	3.9	656	2.4	68.6		
未払金	938	3.9	1,662	6.0	177.3		
未払法人税等	1,183	4.9	1,462	5.3	123.5		
その他の流動負債	695	2.9	868	3.2	124.8		
固定負債	1,418	5.9	775	2.8	54.7		
3 長期借入金	1,180	4.9	524	1.9	44.4		
その他の固定負債	238	1.0	251	0.9	105.5		
負債合計	8,521	35.3	8,835	32.0	103.7		
(資本の部)							
資本金	3,030	12.6	3,030	10.9	100.0		
資本剰余金	4,095	17.0	4,095	14.8	100.0		
利益剰余金	11,104	46.0	14,234	51.5	128.2		
自己株式	△2,626	△10.9	△2,547	△9.2	97.0		
資本合計	15,603	64.7	18,812	68.0	120.6		
負債・資本合計	24,125	100.0	27,648	100.0	114.6		



## 損益計算書(要約)

当期の売上高は前期比108.0%の46,330百万円となり、当期純利益は同120.8%の3,476百万円となりました。損益計算書の主なポイントは以下の通りです。

## 1 売上高は創業以来の連続増収

当期の売上高は46,330百万円となり、創業以来16期連続増収、また経常利益、当期純利益につきましても、4期連続の増収となりました。

## 2 経常利益率の改善

売上総利益率の向上と経費の圧縮を進めた結果、当期の売上高経常利益率は前期から0.7%アップの13.0%となりました。

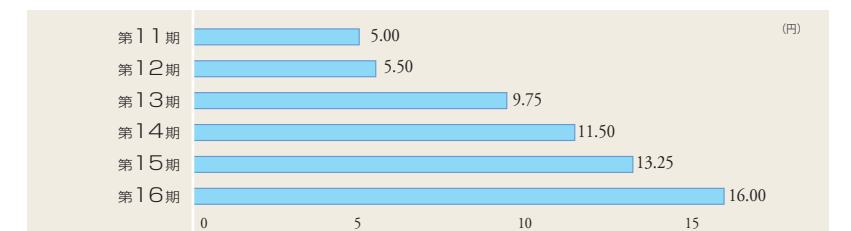
## 3 実質的な1株当たり配当金は株式公開以来、5期連続増配

当期の年間配当額は1株当たり16.00円となり、株式分割を考慮に入れた実質的な1株当たり配当金は1999年の株式公開以来5期連続増配となりました。

(単位:百万円)

科目	期別		第15期 (2003年4月1日から2004年3月31日まで)		第16期(当期) (2004年4月1日から2005年3月31日まで)		前期比(%)
		構成比(%)		構成比(%)		構成比(%)	
売上高	42,903	100.0	46,330	100.0	108.0		
売上原価	20,180	47.0	21,693	46.8	107.5		
売上総利益	22,722	53.0	24,636	53.2	108.4		
販売費及び一般管理費	17,481	40.8	18,555	40.1	106.1		
営業利益	5,241	12.2	6,080	13.1	116.0		
営業外収益	157	0.4	175	0.4	111.4		
営業外費用	128	0.3	219	0.5	171.0		
2 経常利益	5,270	12.3	6,037	13.0	114.5		
特別利益	23	0.0	2	0.0	8.9		
特別損失	265	0.6	130	0.3	49.0		
税引前当期純利益	5,028	11.7	5,909	12.7	117.5		
法人税、住民税及び事業税	2,198	5.1	2,466	5.3	112.2		
法人税等調整額	△47	△0.1	△33	△0.1	70.2		
当期純利益	2,877	6.7	3,476	7.5	120.8		

1株当たり実質配当金推移グラフ



※ グラフの1株当たり配当金は2000年5月および2004年5月の株式分割(1:1.5および1:2分割)を考慮し、分割後換算したものであります。

(単位:百万円)

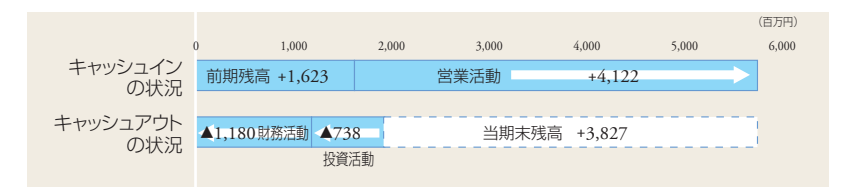
## キャッシュ・フロー計算書(要約)

当期末の現金及び現金同等物の期末残高は前期末に比べ2,203百万円増の3,827百万円となりました。キャッシュ・フロー計算書の主なポイントは以下の通りです。

営業活動によるキャッシュ・フローは、主に当期純利益の増加や、たな卸資産の増加額抑制等により、4,122百万円のキャッシュインとなりました。また、投資活動によるキャッシュ・フローは、主に営業設備投資により738百万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・フローは、主に借入金返済、配当金支払い等により、1,180百万円のキャッシュアウトとなりました。以上の結果、当期末の現金及び現金同等物の期末残高は、3,827百万円となりました。

科目	期別		第15期 (2003年4月1日から2004年3月31日まで)		第16期(当期) (2004年4月1日から2005年3月31日まで)	
営業活動によるキャッシュ・フロー			1,876		4,122	
投資活動によるキャッシュ・フロー			△2,311		△738	
財務活動によるキャッシュ・フロー			589		△1,180	
現金及び現金同等物の期末残高			1,623		3,827	

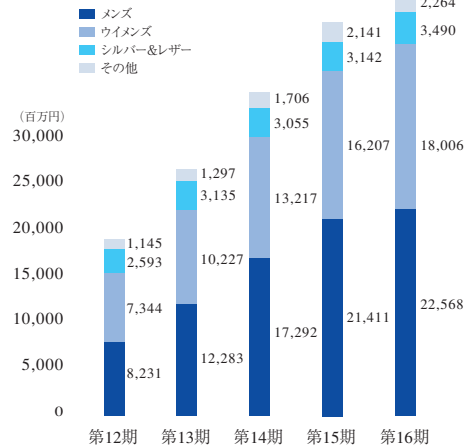
■キャッシュ・フロー



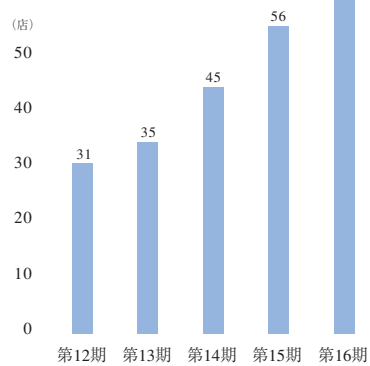


### 売上・店舗データ

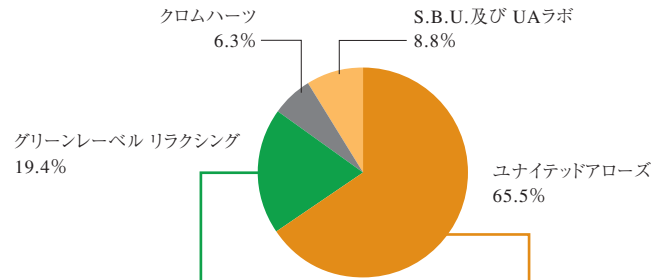
#### 品目別売上高 \*1



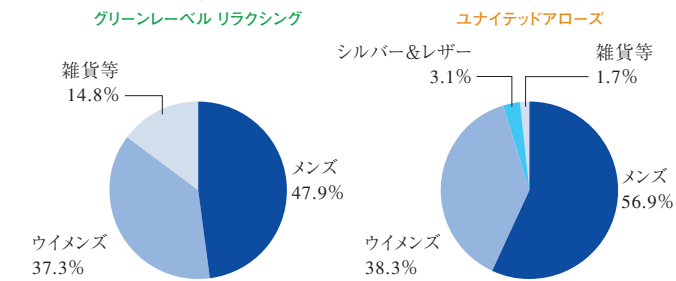
#### 店舗数の推移



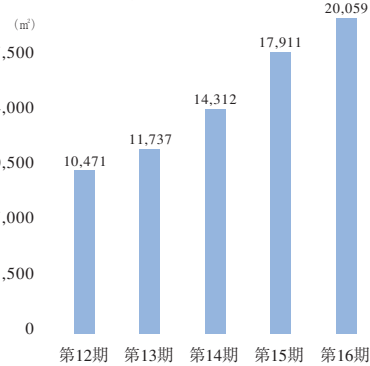
#### 業態別売上高構成比



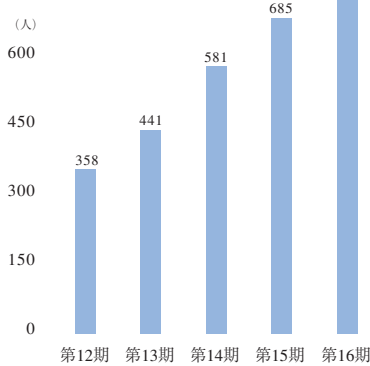
#### 品目別売上高構成比



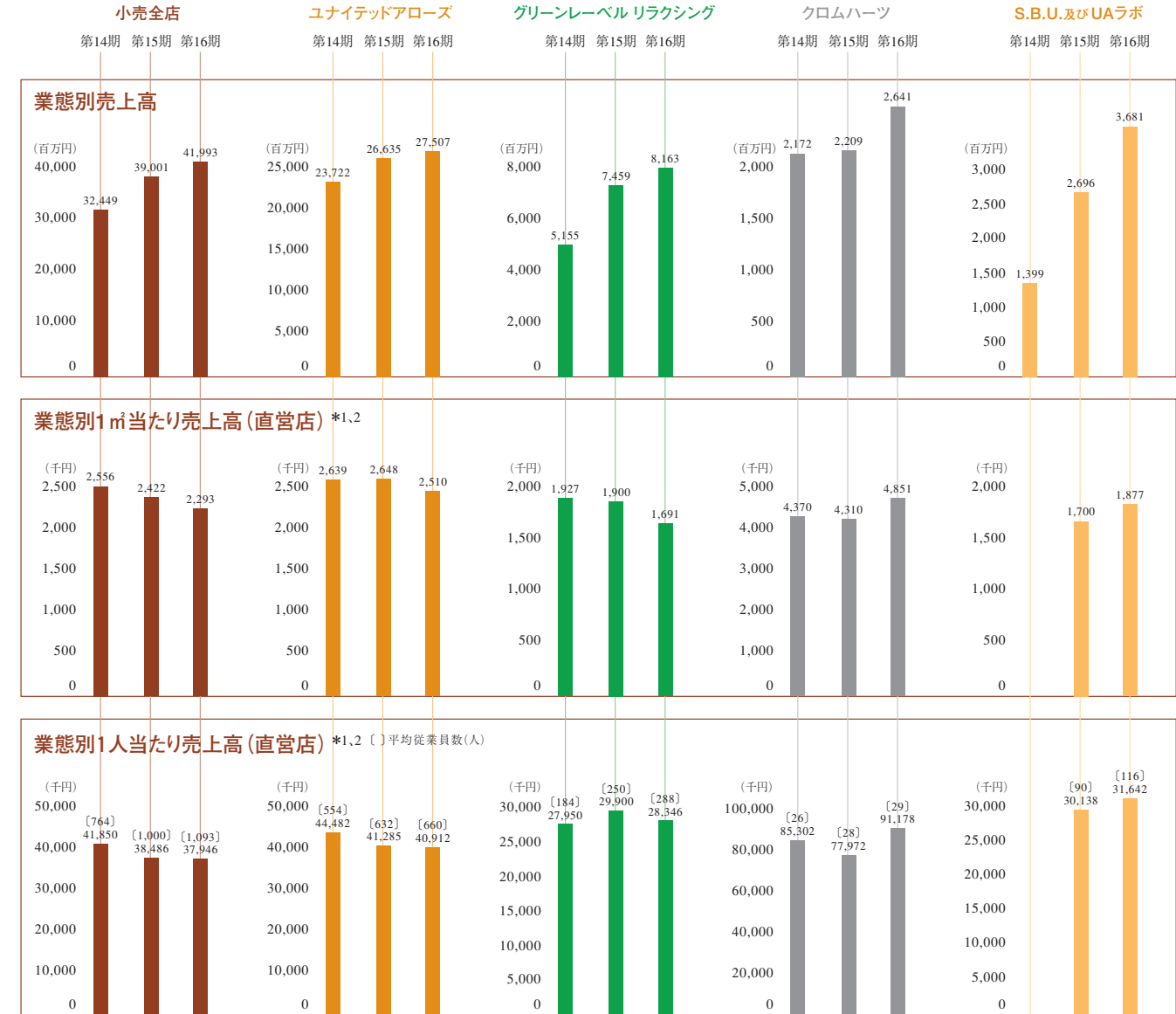
#### 店舗売場面積の推移



#### 従業員数の推移 \*2



注記：1. 「その他」の売上高には、雑貨等、卸売、催事販売、カフェ（第15期まで）およびフォーマルレンタルの売上が含まれております。  
 2. 従業員数は就業人員であります。



注記：1. 第15期より「ユニテッドアローズ」と「S.B.U.及びUAラボ」の業態別1㎡あたり売上高（直営店）、業態別1人あたり売上高（直営店）を区別いたしました。  
 なお、第14期の「S.B.U.及びUAラボ」の実績につきましては、「ユニテッドアローズ」に含まれております。（S.B.U.…スモールビジネスユニット（「アナザーエディション」、「ザソプリンハウス」および「ダーズリン・デイズ」））  
 2. 売場面積、従業員数の計算基準は期中平均によります。従業員数には、アルバイト（1人1日8時間換算）を含みます。





UNITED ARROWS LTD.

## 株式データ

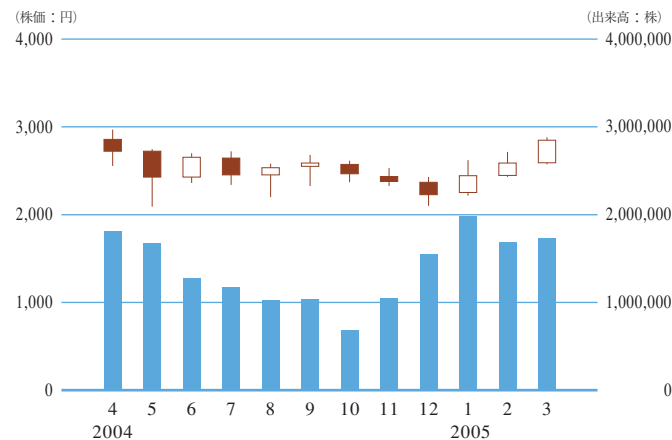
(2005年3月31日現在)

株主総数	4,047名
会社が発行する株式総数	47,700,000株
※2005年6月23日開催の第16回定時株主総会において定款変更が決議され、会社が発行する株式の総数は、95,400,000株となりました。	
発行済株式総数	23,850,000株
大株主*1、2	

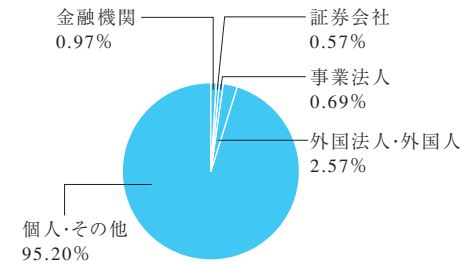
株主名	持株数	議決権比率
重松理	2,160,000株	9.8%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社信託	2,158,000	9.7
畑崎廣敏	2,000,000	9.0
株式会社ワールド	1,550,600	7.0
栗野宏文	1,126,000	5.1
岩城哲哉	1,106,000	5.0
水野谷弘一	1,086,000	4.9
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社信託	1,075,000	4.8
バンクオブニューヨークヨーロッパリミテッドルクセンブルグ131800	988,600	4.4
モルガン・スタンレーアンドカンパニーインク	635,431	2.8

注記：1. 議決権比率は、表示単位未満を切り捨てて表示しております。  
2. 当社が保有する自己株式1,825,400株は表中には含めておりません。

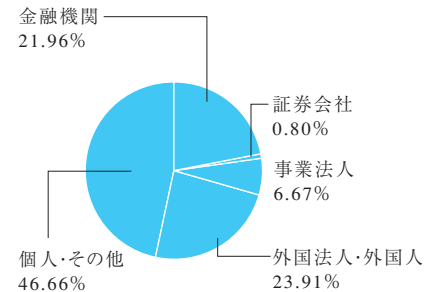
### ■ 株価チャート



### ■ 所有者別分布状況



### ■ 所有株式数別分布状況



### 株主メモ

決算期	3月31日 (年1回)
利益配当金受領株主確定日	3月31日
中間配当を行う場合は、	9月30日
定時株主総会	6月下旬
名義書換代理人	三菱信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱信託銀行株式会社 証券代行部
(連絡先)	〒171-8508 東京都豊島区西池袋一丁目7番7号 三菱信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-707-696 (フリーダイヤル)
同取次所	三菱信託銀行株式会社 全国各支店
公告掲載新聞	日本経済新聞

※ 決算公告につきましては、貸借対照表および損益計算書を当社のホームページに掲載しております。掲載アドレスは、以下のとおりです。  
<http://www.united-arrows.co.jp/ir/koukoku.html>



UNITED ARROWS LTD.

## トピックス

### 15周年記念商品の売上5%をユニセフへ寄付

ユニテッドアローズは、2004年10月2日に創業15周年を迎えました。これを機に、すべてのステークホルダー（お客様、株主様、お取引先様、地域社会、従業員）への感謝の意を込め、15周年記念商品を発売いたしました。

グリーンレーベル リラクシング業態から発売したオリジナルのスノードーム（＝写真）は、大勢の人々が手をつないで地球を見ているイメージで、人と人の絆の大きさ、親子の絆の大きさ、私たちがいる地球

環境の大切さをも意味しています（2005年6月末まで販売予定）。

各業態から販売した全商品の売上金額の5%にあたる1,951,800円（2005年3月末現在）をユニセフへ寄付。この募金は、世界の子供たちの幸せのために使用されます。

（15周年記念商品は2005年9月末まで販売いたします。一部販売を終了した商品がございますことをご承知おきください。）



### 「ZOZOTOWN」 [http:// zozo.jp/](http://zozo.jp/)



### ネットショッピングタウンZOZOTOWNへ出店

2005年2月、インターネット上の新しい街「ZOZOTOWN（ゾゾタウン）」に、「ディストリクト ユナイテッドアローズ」、「時しらず」が、3月に「グリーンレーベル リラクシング」がオープンいたしました。

「ZOZOTOWN」とは、株式会社スタートトゥデイが運営するファッション・音楽・家具・雑貨など、お客様のライフスタイルを豊かに彩る

旬な商品を提案販売するネット上のショッピングタウンです。

「ZOZOTOWN」は、お客様のライフスタイルの多様化に対応し、ご自宅に居ながらインターネットでショッピングをお楽しみいただける環境をご提供いたします。今後は他の事業におきましても積極的に出店を検討してまいります。

### オリジナルマネキンの協同開発

ユニテッドアローズと株式会社七彩は、オリジナルマネキンの協同開発を行いました。マネキンを商品陳列のツールとしてだけでなく、物言わぬ販売員であると捉える当社と、日本のマネキン業界をリードしてきた七彩社が「製品をよりよく見せる、スタイリングをよりよく

見せる、それを実現するマネキンとはどういったものか」を追求した結果、独自のサイジング・素材・表情を持つマネキンが誕生しました。

協同開発したマネキンは、ユニテッドアローズ 原宿本店 メンズ館、ウイメンズ館にて使用しております。





UNITED ARROWS LTD.

## 会社概要

(2005年3月31日現在)

商号	株式会社 ユナイテッドアローズ UNITED ARROWS LTD.
本社所在地	東京都渋谷区神宮前二丁目31番12号
資本金	30億30百万円
従業員数*	752名 (アルバイト 763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. UFJ銀行 2. 三井住友銀行 3. 東京三菱銀行

## 役員一覧

(2005年3月31日現在)

代表取締役会長	重松 理	常勤監査役	西脇 良作
代表取締役社長	岩城 哲哉	監査役	北川 貞昭
常務取締役	水野谷 弘一	監査役	桜木 忠勝
常務取締役	栗野 宏文	監査役	相川 光生
取締役	高梨 宏史		
取締役	畑崎 廣敏		

## 沿革

(2005年3月31日現在)

1989年 10月	東京都渋谷区（神宮前二丁目）にて、株式会社ユナイテッドアローズを創業
1990年 7月	東京都渋谷区（神宮前六丁目）に、ユナイテッドアローズ第1号店となる渋谷店をオープン
1992年 10月	東京都渋谷区（神宮前三丁目）に、ユナイテッドアローズ 原宿本店をオープン
1999年 7月	日本証券業協会に株式を店頭登録
1999年 9月	実験事業「グリーンレーベル リラクシング」を業態化
1999年 12月	実験事業「クロムハーツ」を業態化
2002年 3月	東京証券取引所 市場第二部に株式を上場
2003年 3月	東京証券取引所 市場第一部銘柄に指定
2003年 9月	ユナイテッドアローズ 原宿本店を増床、リニューアルオープン
2004年 6月	代表取締役会長に重松 理、代表取締役社長に岩城 哲哉が就任

\*従業員数は就業人員であり、アルバイト数は外数で記載しております。



UNITED ARROWS LTD.

## ご案内



### 『IRお知らせメール』配信中

ご希望の投資家様宛に、毎月の月次売上概況、各種プレスリリースなどをメール配信しております。配信ご希望の登録は、当社HPにて受付しております。

- IRお知らせメールに関するご案内  
<http://www.united-arrows.co.jp/ir/oshirase.html>
- IR情報ページ  
<http://www.united-arrows.co.jp/ir/>

### 株主優待券について

同封の株主優待券には、有効期限がございます(有効期限：2006年6月30日まで)。ご確認のうえ、是非、期限内にご利用いただきますようお願い申し上げます。優待券のご利用可能店舗などの詳細につきましては、当社HPにて掲載しております。



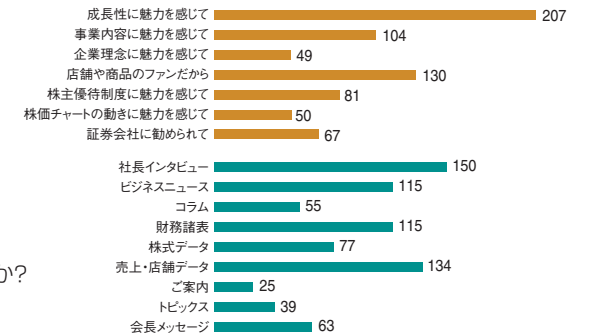
### アンケート結果報告

東矢通信第十巻にて実施した株主様アンケートの結果をお知らせいたします(抜粋)。ご回答いただきました357名の株主の皆様、ご協力誠にありがとうございました。

「もっと店舗などで働く社員の方々のインタビューを掲載して、会社の雰囲気等が伝わるようにすると、よりよいIR資料になると思います。」というご意見をいただき、今回の東矢通信では、より多くの社員をご紹介できるよう心がけて作成いたしました。

Q 当社の株式を保有された理由は何でしょうか?  
(複数回答可)

Q 今回の株主通信のどの記事に興味を持たれましたか?  
(複数回答可)



■ユナイテッドアローズ ホームページ アドレス

<http://www.united-arrows.co.jp/>

本誌内容に関することは、当社経営管理本部 IR・広報グループにお問い合わせください。

tel.03-6418-0845 e-mail:IR@united-arrows.co.jp



古紙配合率100%再生紙を使用

本事業報告書は、環境にやさしい大豆インキと、再生紙を使用しております。