



東矢通信

TABAYA TSUSHIN Vol.16
2007.4.1 ~ 2007.9.30



UNITED ARROWS LTD.

To Our Shareholders

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19期中間期（2007年4月1日～2007年9月30日）の
営業の概況と決算につきましてご報告いたします。

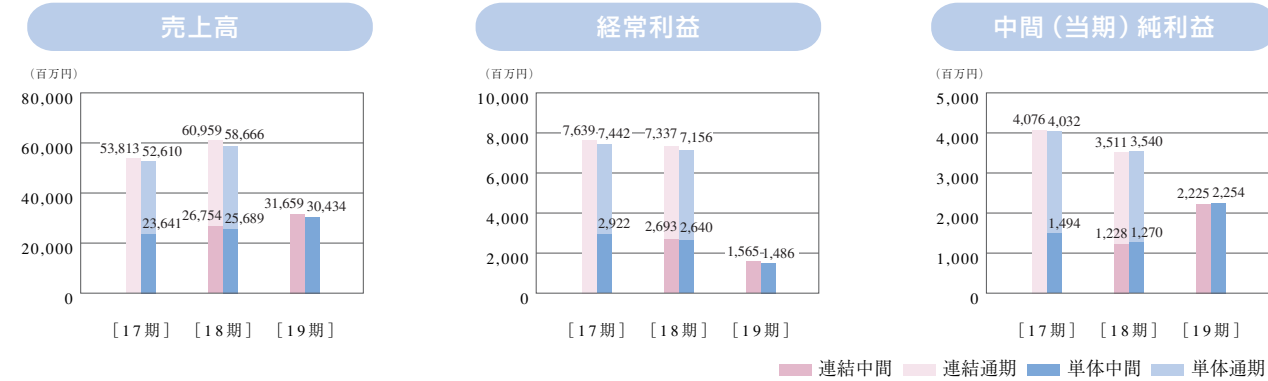
今後とも変わらぬご支援・ご鞭撻を賜りますよう
よろしくお祈り申し上げます。

2007年12月

代表取締役会長 **重松 理** (写真左)
代表取締役社長 **岩城 哲哉** (写真右)



財務ハイライト



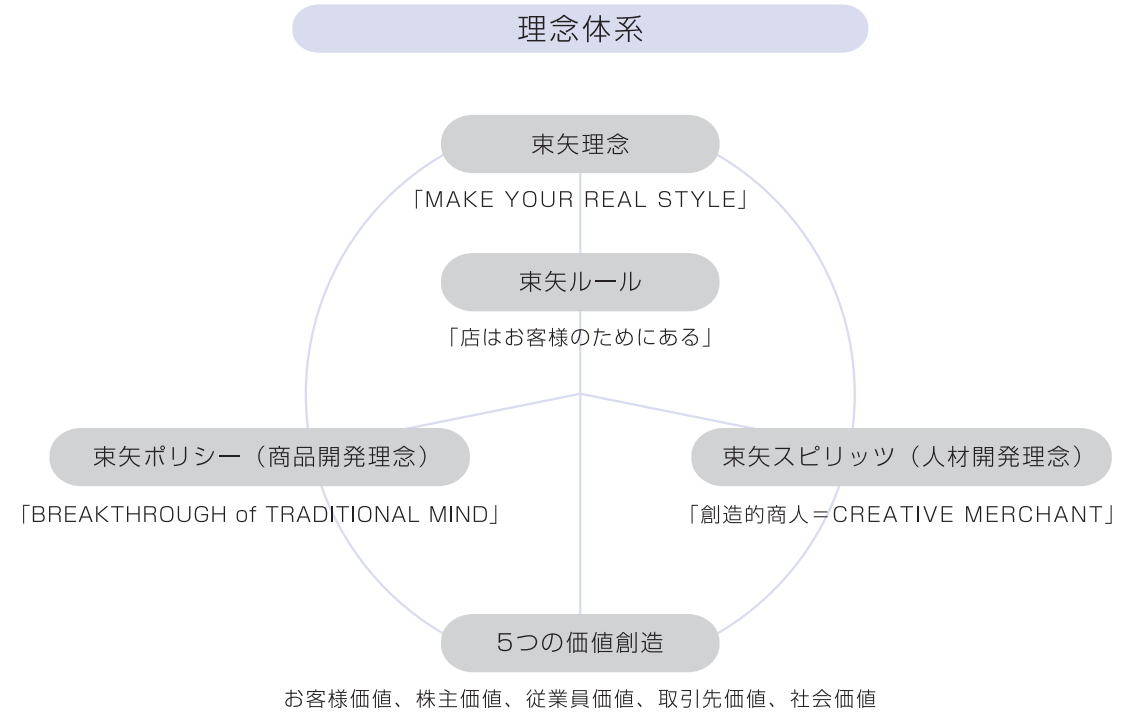
(※)第17期(2006年3月期)より、2005年11月に子会社とした株式会社フィーゴを連結対象とし、連結会計を開始いたしました。
 <将来予測に関する記述についての注意事項>
 当情報誌の業績予想に関する記述および客観的事実以外の記述に關しましては、当社が現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいておりますが、リスクや不確実性を含んでおります。
 従いまして、これらの記述のみに全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えくださいますようお願い申し上げます。
 実際の業績は、当社の事業を取り巻く経済情勢、市場の動向、為替レートなどにかかわる様々な要因により、記述されている業績予想とは異なる可能性があることをご承知おきください。



- 1 To Our Shareholders・財務ハイライト
- 2 UA理念
- 3 Interview with the President
- 5 重点取組課題の進捗状況
- 7 Business News
- 9 基本事業戦略
- 10 Column「ファッションの付加価値について考えるとき：Aさんとの出会い」
- 11 連結財務諸表
- 13 単体財務諸表
- 14 売上データ (UA単体)
- 15 小売全事業紹介
- 17 株式データ・会社概要・役員一覧・株主メモ
- 18 ご案内

「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。



ユニテッドアローズはこれを「東矢理念」と呼び、日々の活動の志としています。
この「東矢理念」を軸に、ユニテッドアローズは5つの要素からなる理念体系を持っています。
それは創業時から今に至るまで、変わらず抱えている価値観であり、
いわばユニテッドアローズの魂のようなものです。

東矢：東(UNITED) 矢 (ARROWS) …ユニテッドアローズの通称



Interview with the President

「商品・販売の強化で足場固めをするとともに、
主力事業に経営資源を集中し、業績の早期回復を目指します。」

Q1…上半期の状況を教えてください。

2008年3月期は、当初より中長期に向けた積極的な投資を実施する期と位置づけ、上半期には当初より減益計画を組み、人財および営業設備への大幅な投資を実施しました。一方、消費の停滞や不順な天候等の外部要因により、特に晩夏・秋物商戦が大変苦戦し、上半期は減益幅が計画より広がる結果になりました。

また、通期につきましても、厳しい外部環境を見据え、売上をより保守的に再考し、業績見込みを修正しました。同時に、下半期以降の中長期的な安定成長に向け、施策と組織体制を見直しました。

上半期に実施した具体的な取組みとしては、今期の重点取組課題である“商品部門、販売部門のさらなる強化”の推進に向け、ユナイテッドアローズ（以下、UA）およびグリーンレーベル リラクシング（以下、GLR）の主力2事業において、自主企画商品力向上のための人員を大幅に強化し、業務フローおよび情報の整備を行うことで業務精度の向上を図りました。

また、新丸の内ビルディングや銀座マロニエゲートなど話題性の高い新商業施設への出店を含め、上半期累計で21店舗の新規出店を行い、準社員の正社員化を実施することで、モチベーションの向上、離職率の低下、

および業界全般で困難になりつつある販売スタッフの採用強化を図りました。

組織面では、新たに戦略担当および商品担当の新取締役2名を迎え入れることで取締役会の強化を図りつつ、オフィス部門を5本部制（商品CS本部、販売CS本部、経営開発本部、管理本部、事業支援本部）とすることで経営のスピード化と直接事業部門のサポート強化を図りました。下半期以降、これらの施策が目に見える成果として現れるよう、全社一丸となって取り組んでまいります。

Q2…上半期は総合商社との業務・資本提携や子会社設立など、新たな取組みに着手しています。また基本事業戦略も一部改定していますが、概要をご説明ください。

2007年8月、従来からの主要取引先である三菱商事株式会社と業務・資本提携を行うことを基本合意しました。具体的には業務提携を通じ、物流ソリューションの活用によるコスト低減、OEM生産機能を活かした新規事業創出の検討、QR（クイックレスポンス）生産体制の

構築、ITインフラの整備等により、一層の企業価値向上を図ってまいります。

新たな取組みとして、8月には主に30～40代の女性をターゲットとしたブランドを展開する子会社、ペレニアル ユナイテッドアローズを設立しました。同社では、アパレル企業同様の商品企画、計画生産、在庫管理という機能を持たせつつ、ユナイテッドアローズ独自の顧客視点の店舗運営ノウハウを織り込んだ事業展開を行います。来期秋冬から積極的な新規出店を予定

Q3…下半期の方針を教えてください。

まず、通期の重点取組課題である“商品部門、販売部門のさらなる強化”を引き続き推進します。中長期的な再成長を果たすためには、当社事業の根幹となるこの商品・販売の強化が最優先であると捉えており、下半期は特にこの強化に力を注いでいきたいと考えています。（詳しくは、5ページを参照ください。）

また、その他の大きな取組みとしては、将来を踏まえたブランドポートフォリオの整備と主幹事業への経営資源の集中を目的に、小型事業の再編を実施する予定です。具体的には、GLR業態で運営を行っているメンズ向けブランドであるオドナタ グリーンレーベルリラクシング、ウィメンズ向けブランドであるファサードグリーン グリーンレーベルリラクシングの2事業合計5店舗について今期末から来期上半期を目処に退店を計画しています。また、同業態が2店舗を運営する子供服ブランドのディズニー・ラブド・バイ・ネイチャー・フォー・ユナイテッドアローズについては、

しています。経営上、より戦略的な投資、事業判断が行えるよう子会社としました。

さらに上半期には、当社の基本事業戦略を一部改定しました。詳細は9ページにまとめていますが、設定から約10年弱が経過した当社の基本戦略について、現在そして将来の経営環境の変化に柔軟に対応できる内容に改定しました。当社では、この新たな3つの基本事業戦略の推進により、高付加価値・多事業軸展開型イノベティブリテイラーを目指します。

1店舗を閉店する予定です。それぞれの事業の人的資源および経営資源を本体のGLR業態に集中させることで、同業態の売上拡大と収益性の向上を図ります。また、40代を中心とした男性向けのブランドであるダーズ・デイズの4店舗につきましても来春を目処に退店し、そこで得たノウハウや人的資源をストアブランド分割推進中のUA業態に移管することで、UA業態の対応年齢層の拡大を図ります。

業績修正により、ステークホルダーの皆様にはご心配をおかけしておりますが、今後につきましても企業理念である「ジャパニーズスタンダード」の確立に向けて、中長期的な安定成長を目指してまいりますので、何卒ご理解の上、変わらぬご支援をいただきますようよろしくお願い申し上げます。

代表取締役社長

重点取組課題の進捗状況

ユニテッドアローズは、中長期を見据えた成長への足掛かりとして、**商品部門の強化、販売部門の強化、経営品質の持続的向上**のための取組みを行っています。これらの施策により、企業としての成長とすべてのステークホルダー（お客様、株主様、従業員、お取引先様、社会）の価値極大化を目指します。

商品部門の強化

基本商品政策の浸透と実践／MD（マーチャンダイジング）改革の推進

基本商品政策の浸透と実践

基本商品政策とは、商品開発理念、品揃え理念、商品区分構造など、MD業務に携わる上で理解しておくべき事柄を定義したものです。創業役員が出演し自らの言葉で語る「基本商品政策DVD」に加えて、重松会長、岩城社長と直接ディスカッションすることによって、より理解を深め実践につなげます。

MD改革の推進

1. 人員の強化

52週MD（※）を円滑に進捗させていくためのMD担当者、生産担当者、デザイナー、パタンナーといった人員の強化を図っています。

2. MD業務の可視化

週、月、シーズン単位で、仕入、売上在庫数量を把握するための指標と帳票を整備し、その時取り組むべき課題を数値により可視化します。また、商品の発注、販売、廃棄までの一連の流れの中で、在庫がどの段階にどれだけ残っているのかを把握し、適切な対応を行うことにより、商品の消化率向上と在庫圧縮の同時実現を目指します。

3. 非稼動在庫の管理

在庫数量をむやみに増やすことなく、キャッシュ・フローの改善を目指します。具体的には、シーズン始めにテストセールを行い、商品の動向を見極めます。売れ筋と判断された商品は、あらかじめ体制を整えておき、在庫の追加投入を適時に行います。逆に売れ筋ではないと判断された商品は、早めにアウトレットへ投入することにより、在庫効率と換金率を向上させます。これは、商品の鮮度向上、店頭陳列の乱れ防止、業務効率の改善などにもつながります。

※52週MD…MD（マーチャンダイジング）とは、時期、価格、数量などを検討して、商品の適正な仕入れや生産を行うための計画を立て実行することであり、52週MDとは、1年間を52週間に区分し、「第何週のどの店舗には、どの商品がどのくらいの数量で陳列されているべき」という店頭を起点とした考え方に基づいてMDを行うこと。

販売部門の強化

基本販売政策の改定とその浸透策／新ハウスカードの運用開始／準社員の正社員化／東矢大学の開講

基本販売政策の改定とその浸透策

基本販売政策の社員への浸透と具現化を図ります。

※基本販売政策に関する詳細は、東矢通信第15巻特集「販売力強化に関する取組み」をご覧ください。

新ハウスカードの運用開始

2007年8月より、これまで事業別に運用していたハウスカードを全社で統一し、ほぼすべての店舗で利用できるよう運用方法を変更しました。新ハウスカードの運用により、各事業や店舗においてお客様の属性や購入履歴の多角的な分析を行い、お客様一人ひとりのニーズに合ったメールマガジンの配信を行うなどの販促活動が可能となりました。その取組み、検証結果などは、全事業において情報共有を図るとともに、より効果的な販促活動につなげていきます。

※ハウスカード…ユニテッドアローズの入会金、年会費不要の会員サービスです。会員の皆様には、ポイントサービスやご利用各店舗からのメールマガジン配信サービスをはじめとする、さまざまな会員特典をご用意しています。

準社員の正社員化

2007年8月1日付にて、当社に所属する準社員約1,000名のうち約800名を正社員へ身分変更しました。

これにより、採用面では、入社希望者の増加、特に他店での販売経験者の応募増加による人材の多様化が進むなど、人材強化に効果的に寄与しています。準社員から正社員に身分変更を行ったスタッフについては、離職率の低下、仕事に対するモチベーション向上などに確実につながっています。

東矢大学の開講

社員に「学びの道しるべ」を提供するための研修機関として、2007年4月に東矢大学がスタートしました。ヒト（人材）・モノ（商品）・ウツワ（店舗）の視点から、さまざまなカリキュラムを整備しています。受講者は月を追うごとに増加しており、東矢大学において、自主的に学ぶ習慣が徐々に定着しつつあります。

東矢大学のカリキュラムのご紹介

モノ（商品）に焦点をあてたカリキュラムの中のひとつ「モノ作り・工場見学」をご紹介します。今回は、13名の参加者が既製服・パターンオーダーを取扱う縫製メーカーであるお取引先様の工場を訪問させていただきました。



工場の訪問



ディスカッション

普段店舗で触れている商品ができるまでの工程を自分の目で確認します。お取引先様との質疑応答により、モノ作りに対する理解を深めます。

工場見学によって得た経験を、今後の業務にどう活かしていくかのディスカッションをします。「1着作るためにたくさんの人が関わっていることを知った」「作り手の思いを大切にしたい」といった意見が交換されました。

経営品質の持続的向上

内部統制の充実・強化

経営品質の持続的向上を図るため、会社法および金融商品取引法の趣旨に則った内部統制の仕組みを構築、推進しています。全社統制（取締役会や監査役会等の統制環境、リスク評価と対応など）、IT全般統制（ITインフラの整備状況）、業務処理統制（主要な業務プロセスの統制状況）の視点から、各種規程類、業務フローなどの文書化対応、評価とその結果に応じた改善対応の整備を行っています。



新ハウスカード

BUSINESS NEWS



ユナイテッドアローズ (新) 丸の内店



ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ
渋谷キャットストリート店



ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラッキング 鹿児島店



オデット エ オデール ユナイテッドアローズ 銀座店



ジュエルチュンジズ 名古屋店



サウンズグッド 新宿店

● ユナイテッドアローズ業態

UA 業態では、前期に着手した商品部門と販売部門の連携を強めるプロジェクトのさらなる強化を図った結果、部門間のコミュニケーションが深まったことで、売れ筋商品の安定的な供給が実現され始めました。

4月には新丸の内ビルディング(東京・丸の内)、9月にはマロニエゲート(東京・銀座)など話題の商業施設にドレス商材を中心とした「ユナイテッドアローズ」の大型店舗を新規出店しました。立地環境に合った商材展開が、お客様からご好評をいただいております。

また、カジュアル商材を中心とした「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」につきましては、9月にオープンした町田店が計画を上回る売上で推移しています。

売上の概況としては、天候不順に見舞われた月が多かったものの、天候に左右されることの少ないシューズやバッグなどの雑貨が売上に貢献したほか、メンズでは半袖シャツ、ウィメンズではワンピースが好調に推移しました。

※ ビジネスユニット合計売上高前年同期比 112.3% 既存店売上高前年同期比 104.7%

● ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラッキング業態

GLR 業態では、商品企画・開発の強化策として、ウィメンズ商品部門への人財配置に重点を置き組織の強化を図るとともに、過去の売上データの分析精度の向上を図りました。また、販売部門・店舗作りの強化策としては、地域ごとのマネージャークラスを対象とした研修を定期的に開催したほか、多店舗化に対応すべく部門間の連動強化を首都圏の強化店舗を中心に実施しました。

上半期においては、メンズ部門ではバッグやシャツ、

ウィメンズ部門ではワンピースといった商材の売上が好調でした。しかしながら、それらに続く好調商材の絶対数が不足し、残暑が例年になく厳しく秋物商材の動きが鈍かったことで売上は弱めに推移しました。

一方で、9月に新規出店した鹿児島店、長崎店、星が丘店(愛知県・名古屋)は計画を上回る売上で推移しており、今後新しいエリアでの出店を加速するにあたり、好調なスタートができました。

※ ビジネスユニット合計売上高前年同期比 109.6% 既存店売上高前年同期比 97.5%

● クロムハーツ業態

CH 業態では、主力のシルバー製品以外に宝石入りやゴールド素材の高額商品が売上に貢献したほか、ウォレットなどの革小物が好調に推移しました。販売の強化のために前期に新設した販売課では、多様化するお客様のニーズに合わせた接客力や商品知識の向上に努めました。

また新しい取組みとして、この上半期からライフスタイル商材の展開を本格的に開始しました。椅子やソファ、ダイニングテーブルなどの家具類をはじめ、文房具などの生活雑貨の商材を拡充し、お客様にクロムハーツの世界観を表現する空間のご提案をしていきます。

※ ビジネスユニット合計売上高前年同期比 111.6% 既存店売上高前年同期比 110.6%

● S.B.U. 及び UAラボ

S.B.U. 及び UA ラボでは、都内各店舗を中心に売上が好調に推移しました。また、積極的な出店を行い、各事業合わせて10店舗の新規出店を行いました。中でも、愛知県・名古屋には3店舗の新規出店をし、東京地区以外でも出店を加速することで、より多くのお客様にお買い物を楽しんでいただけるようになりました。

9月には新ストアブランドとして「サウンズグッド」の第一号店が新宿でスタートしました。

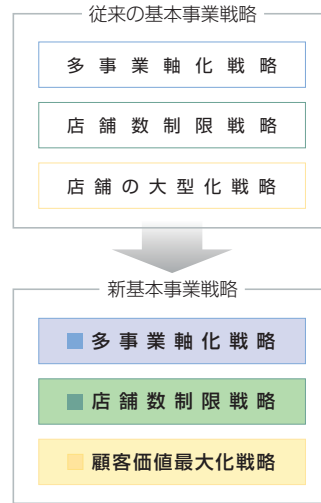
「サウンズグッド」では、機能性とファッション性を融合させたスポーツウェアを中心に展開しています。

※ ビジネスユニット合計売上高前年同期比 150.9% 既存店売上高前年同期比 112.1%

基本事業戦略

ユニテッドアローズでは、1998年に策定した3つの基本事業戦略の一部を2007年に改定しました。

高付加価値ビジネスの維持拡大を目的とした「多事業軸化戦略」および「店舗数制限戦略」については、基本概念を踏襲しつつ、より進化させた戦略へと改定しました。また、新たな戦略として、当社の企業理念である“5つの価値創造”の最上位概念である“お客様価値の創造”を「顧客価値最大化戦略」として掲げました。当社では、これら3つの基本事業戦略の推進により、高付加価値・多事業軸展開型イノベティブリテイラーを目指します。



■多事業軸化戦略

ユニテッドアローズでは、新たな事業を横軸に展開することでマーケットの幅を広げます。新規事業の設立にあたっては、UAラボという実験事業でマーケット規模等の見極めを行った後に事業拡大を行います。マーケットポテンシャルが非常に高いと判断される事業については、スタート当初から戦略的な投資を行うことで、事業に応じた最適な投資配分を実施します。

また事業軸については、いたずらに増やすのではなく、マクロ環境・競合環境を考慮しつつ、収益性・成長性・イメージなど多角的な精査を定期的に行うことで事業ポートフォリオを整備し、優先順位を明確にした資本投下を実施していきます。経済合理性と感性の双方の精査を通じた多事業軸化を推進することで、『ブランドロイヤルティの維持拡大』と『企業の成長拡大』の両立を目指します。

■店舗数制限戦略

各事業のターゲットとする潜在マーケットや出店エリア環境を定性的に把握するとともに、科学的な手法で定量的に測定することで、事業に応じた適正な上限店舗数を設定します。また、外部環境の変化に伴い、各事業の上限店舗数は定期的に見直しを図ります。これらの取組みにより、『ストアロイヤルティの維持向上』と『マーケット幅の拡大』の両立を目指します。

高付加価値・多事業軸展開型
イノベティブリテイラー
「ユニテッドアローズ」

■顧客価値最大化戦略

新規顧客開拓を積極推進するとともに、全社共通ハウスカードの導入により、既存顧客の属性・購入履歴を活用し、お客様一人ひとりのニーズとウォンツに合わせたワン・トゥ・ワン・マーケティングを実践します。これにより、当社グループのお客様となられた方々の生涯価値(ライフ・タイム・バリュー)の最大化を図ります。ユニテッドアローズでは、最適な事業展開、出店および商品拡充を行うことでお客様満足の向上を図るとともに、顧客価値最大化戦略の推進により、天候・市況などマクロ環境の変化に左右されずに、継続的に高い売上を期待できる『カスタマーロイヤルティの向上』を目指します。

COLUMN

ファッションの付加価値について考えるとき～Aさんとの出会い～

チーフ・クリエイティブオフィサー 栗野 宏文



ユニテッドアローズという会社を作って、まもなく20年目に入ります。思い込みと自信だけを頼りに、ひたすら突っ走っていたときもあれば、時には未来に対して疑問を持ったこともあり。そして、少しは落ち着いた時間もありました。この20年間で、通常は経験できないことを沢山経験し、学ばせていただきました。全てのビジネスにはアップス&ダウンスがある、ということ、僕はこの業界での30年間で知りました。ファッション・ビジネスの面白さも、難しさも味わいました。

このビジネスは決して簡単ではありません。もし、同じだけのエネルギーをつかったなら、もっと簡単にマネー・メイキングできる仕事は沢山あるでしょう。しかし、それでも僕がこの業界に、とりわけファッション小売業にいるのは何故なんだろうか？時々自分に問いかけてみます。その答えとは？

一つ確かなのは、この仕事には素晴らしいヒトとの出会いがある、ということ。そもそも以前にいた会社で知り合い、苦楽を共にした仲間たちとUAをつくった訳ですが、それからは、素晴らしいお客様、頼りになるメーカーさん、面白いスタイリストや、濃い個性のフォトグラファー、挨拶が気持ちいいビルのお掃除の方etc...と、毎日が出会いの連続でした。新しい付加価値をチームで作り出す楽しさを経験してきたのです。

そして、最近一番の出会いは、来年立ち上げる新しいウィメンズ業態(※)のデザイナーの女性、Aさんです。今まで数多くのデザイナーにお会いしました。多くのクリエイターとも知り合いました。しかしAさんは、その誰とも違っていています。Aさんにはその誰よりも強い「あるもの」を感じるのです。

それはAさんのプロフェッショナルリズム。自分は誰よりも才能がある、と思っているデザイナーは大勢います。また、ファッショ

ン業界人(ギョウカイジン、ですね)になりたいデザイナーも大勢います。しかし彼女のヴィジョンはそんなところにはありません。Aさんにあるのは「着る人に喜んでもらえる服をつくりたい・着る人を素敵に見せる服を作りたい」という強い想いと、なによりも、このプロジェクトを成功させたい、絶対に成功させるのだ、という確かなビジネス・マインドとストレートな情熱です。

最近、ファッションの付加価値とはなんだろう？と考えるとき、いつも考えるのがファンタジーとリアリティーということ。2つのうち、どちらが欠けてもファッションの付加価値は成立しません。そしてAさんには、この2つの要素が完璧に備わっているのです。

Aさんとのミーティングでは、彼女が持っているゴールに対する明確なイメージと、ファッションのとときめきを作り出そうとするエネルギーの両方に毎回圧倒され、こちらも盛り上がります。この新しいブランドは必ず多くの女性のお客様に喜んでいただくと確信しています。

Aさんとの出会い、新たなコラボレーションを思うとき、やっぱりこの仕事をしてきてよかった、とつくづく思います。

※2007年8月に設立した子会社であるベレニアルユニテッドアローズ。30～40代の女性をターゲットとしたブランドを展開する予定。

文/栗野 宏文(くりの ひろふみ)

1953年生まれ。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、チーフ・クリエイティブオフィサーを務める。「ディストリクト ユニテッドアローズ」では、ブランドのコンセプト作りから携わり、今でも商品企画、買付けの一部を手がけている。

イラスト/網中いづる(あみなかいづる)

ユニテッドアローズ勤務を経て2002年よりイラストレーターとして独立。書籍の装画や挿絵、雑誌、広告の分野で広く活動する。2007年講談社出版文化賞さしえ賞受賞。近作は絵本「ぞうのせなか」秋元康/作(講談社刊)。

連結財務諸表

中間連結貸借対照表（要約）

当中間連結会計期末の連結総資産は43,561百万円となりました。貸借対照表の主なポイントは以下の通りです。

1 流動資産（たな卸資産）

当中間連結会計期末のたな卸資産は、業容の拡大に伴い、前年同期比129.2%の18,178百万円となりました。なお、当社では、財務の健全性の向上のため、2007年3月期より「棚卸資産の評価に関する会計基準」を早期適用いたしました。

2 固定資産

当中間連結会計期間は、21店舗の新規出店を行いました。また、今後の機動的な出店戦略の推進のため、営業用土地・建物の一部を売却いたしました。以上の結果、固定資産は前年同期比112.2%の15,674百万円となりました。

3 借入金

当中間連結会計期末の借入金合計残高は、前年同期比58.8%の5,426百万円となりました。

4 自己株式

当社では、当中間連結会計期間において一層の企業価値向上に向け、三菱商事株式会社と業務・資本提携を締結いたしました。これに伴い、自己株式162万株を29億円で同社へ譲渡いたしました。

| | 第18期（前中間期） （2006年9月30日現在） | | 第19期（当中間期） （2007年9月30日現在） | | 前年同期比 （%） |
|----------------|------------------------------|--------------|------------------------------|--------------|--------------|
| | 百万円 | 構成比（%） | 百万円 | 構成比（%） | |
| （資産の部） | | | | | |
| 流動資産 | 23,530 | 62.8 | 27,887 | 64.0 | 118.5 |
| 現金及び預金 | 4,369 | 11.7 | 3,221 | 7.4 | 73.7 |
| 売掛金 | 240 | 0.6 | 214 | 0.5 | 89.1 |
| たな卸資産 | 14,072 | 37.5 | 18,178 | 41.7 | 129.2 |
| 未収入金 | 4,071 | 10.9 | 4,757 | 10.9 | 116.8 |
| その他 | 776 | 2.1 | 1,515 | 3.5 | 195.2 |
| 固定資産 | 13,963 | 37.2 | 15,674 | 36.0 | 112.2 |
| 有形固定資産 | 5,875 | 15.7 | 6,609 | 15.2 | 112.5 |
| 無形固定資産 | 2,987 | 7.9 | 2,845 | 6.5 | 95.3 |
| 投資その他の資産 | 5,100 | 13.6 | 6,219 | 14.3 | 121.9 |
| 資産合計 | 37,493 | 100.0 | 43,561 | 100.0 | 116.2 |
| （負債の部） | | | | | |
| 流動負債 | 16,368 | 43.6 | 18,931 | 43.4 | 115.7 |
| 支払手形及び買掛金 | 7,917 | 21.1 | 9,332 | 21.4 | 117.9 |
| 1年以内返済予定の長期借入金 | 3,801 | 10.1 | 3,620 | 8.3 | 95.2 |
| 未払金 | 2,778 | 7.4 | 2,828 | 6.5 | 101.8 |
| 賞与引当金 | 590 | 1.6 | 864 | 2.0 | 146.4 |
| その他 | 1,279 | 3.4 | 2,286 | 5.2 | 178.6 |
| 固定負債 | 5,651 | 15.1 | 2,040 | 4.7 | 36.1 |
| 長期借入金 | 5,426 | 14.5 | 1,806 | 4.1 | 33.3 |
| 役員退職慰労引当金 | 145 | 0.4 | 154 | 0.4 | 106.1 |
| その他 | 79 | 0.2 | 79 | 0.2 | 100.0 |
| 負債合計 | 22,019 | 58.7 | 20,971 | 48.1 | 95.2 |
| （純資産の部） | | | | | |
| 資本金 | 3,030 | 8.1 | 3,030 | 7.0 | 100.0 |
| 資本剰余金 | 4,095 | 10.9 | 4,480 | 10.3 | 109.4 |
| 利益剰余金 | 18,493 | 49.3 | 22,576 | 51.8 | 122.1 |
| 自己株式 | △10,143 | △27.0 | △7,487 | △17.2 | 73.8 |
| 株主資本合計 | 15,475 | 41.3 | 22,599 | 51.9 | 146.0 |
| 評価・換算差額等合計 | △1 | △0.0 | △10 | △0.0 | 882.0 |
| 純資産合計 | 15,474 | 41.3 | 22,589 | 51.9 | 146.0 |
| 負債純資産合計 | 37,493 | 100.0 | 43,561 | 100.0 | 116.2 |

中間連結損益計算書（要約）

当中間連結会計期間の連結総売上高は前年同期比118.3%の31,659百万円となり、連結経常利益は前年同期比58.1%の1,565百万円、連結当期純利益は前年同期比181.2%の2,225百万円となりました。損益計算書の主なポイントは以下の通りです。

1 中間期は増収・経常利益減益となりました

売上高は、新店出店および既存店の伸長により前年同期より約18%拡大いたしました。売上総利益率は、セール売上構成比の拡大等により、前年同期より3.4ポイント低下しました。販管費率につきましては、中長期成長に向けた商品部門人員の大幅強化・新規出店の拡大等を実施したため前年同期より1.9ポイント増加しました。なお、今後の機動的な出店戦略の推進のため、営業用土地・建物の一部を売却し、その売却益約25億円を特別利益に計上したため、中間期の純利益につきましては、前年同期比181.2%の2,225百万円となりました。

中間連結キャッシュ・フロー計算書（要約）

当中間連結会計期末の現金及び現金同等物は3,092百万円となりました。営業活動によるキャッシュ・フローは、業容の拡大に伴うたな卸資産の増加によるキャッシュアウト3,920百万円等があったため、875百万円のキャッシュアウトとなりました。投資活動によるキャッシュ・フローは、営業設備投資によるキャッシュアウト1,038百万円等がありましたが、営業用資産売却に伴うキャッシュイン3,098百万円等があったため、1,084百万円のキャッシュインとなりました。財務活動によるキャッシュ・フローは、自己株式処分によるキャッシュイン3,015百万円等がありましたが、長短借入金を2,810百万円返済したことなどにより、87百万円のキャッシュアウトとなりました。

中間連結株主資本等変動計算書

当中間期（2007年4月1日から2007年9月30日まで）

| | 株主資本 | | | | | 評価・換算差額等 | 純資産合計 |
|-----------------------------|-------|-------|--------|---------|--------|----------|--------|
| | 資本金 | 資本剰余金 | 利益剰余金 | 自己株式 | 株主資本合計 | 繰延ヘッジ損益 | |
| 2007年3月31日残高 | 3,030 | 4,095 | 20,640 | △10,117 | 17,648 | △12 | 17,635 |
| 中間連結会計期間中の変動額 | | | | | | | |
| 剰余金の配当 | | | △289 | | △289 | | △289 |
| 中間純利益 | | | 2,225 | | 2,225 | | 2,225 |
| 自己株式の取得 | | | | △0 | △0 | | △0 |
| 自己株式の処分 | | 384 | | 2,630 | 3,015 | | 3,015 |
| 株主資本以外の項目の中間連結会計期間中の変動額（純額） | | | | | | 1 | 1 |
| 中間連結会計期間中の変動額合計 | | 384 | 1,935 | 2,630 | 4,951 | 1 | 4,593 |
| 2007年9月30日残高 | 3,030 | 4,480 | 22,576 | △7,487 | 22,599 | △10 | 22,589 |

| | 第18期（前中間期） （2006年4月1日から 2006年9月30日まで） | | 第19期（当中間期） （2007年4月1日から 2007年9月30日まで） | | 前年同期比 （%） |
|--------------------|---|--------------|---|--------------|--------------|
| | 百万円 | 売上比（%） | 百万円 | 売上比（%） | |
| 売上高 | 26,754 | 100.0 | 31,659 | 100.0 | 118.3 |
| 売上原価 | 11,945 | 44.6 | 15,189 | 48.0 | 127.2 |
| 売上総利益 | 14,809 | 55.4 | 16,470 | 52.0 | 111.2 |
| 販売費及び一般管理費 | 12,105 | 45.3 | 14,945 | 47.2 | 123.5 |
| 営業利益 | 2,703 | 10.1 | 1,524 | 4.8 | 56.4 |
| 営業外収益 | 90 | 0.3 | 129 | 0.4 | 142.2 |
| 営業外費用 | 100 | 0.3 | 88 | 0.3 | 87.7 |
| 経常利益 | 2,693 | 10.1 | 1,565 | 4.9 | 58.1 |
| 特別利益 | 6 | 0.0 | 2,602 | 8.2 | 43020 |
| 特別損失 | 484 | 1.8 | 247 | 0.7 | 51.0 |
| 税金等調整前中間純利益 | 2,215 | 8.3 | 3,920 | 12.4 | 177.0 |
| 法人税、住民税及び事業税 | 960 | 3.6 | 1,876 | 5.9 | 195.4 |
| 法人税等調整額 | 26 | 0.1 | △180 | △0.5 | — |
| 中間純利益 | 1,228 | 4.6 | 2,225 | 7.0 | 181.2 |

（単位：百万円）

| | 第18期（前中間期） （2006年4月1日から 2006年9月30日まで） | 第19期（当中間期） （2007年4月1日から 2007年9月30日まで） |
|-------------------------|---|---|
| | 営業活動によるキャッシュ・フロー | 845 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △3,048 | 1,084 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △1,174 | △87 |
| 現金及び現金同等物の中間期末残高 | 4,272 | 3,092 |

（単位：百万円）

単体財務諸表

中間単体貸借対照表 (要約)

| | 第18期(前中間期) (2006年9月30日現在) | | 第19期(当中間期) (2007年9月30日現在) | | 前年同期比 (%) |
|------------|------------------------------|--------|------------------------------|--------|--------------|
| | 百万円 | 構成比(%) | 百万円 | 構成比(%) | |
| (資産の部) | | | | | |
| 流動資産 | 22,300 | 60.3 | 26,293 | 61.4 | 117.9 |
| 固定資産 | 14,680 | 39.7 | 16,560 | 38.6 | 112.8 |
| 資産合計 | 36,981 | 100.0 | 42,853 | 100.0 | 115.9 |
| (負債の部) | | | | | |
| 流動負債 | 15,865 | 42.9 | 18,213 | 42.5 | 114.8 |
| 固定負債 | 5,642 | 15.3 | 2,036 | 4.8 | 36.1 |
| 負債合計 | 21,507 | 58.2 | 20,249 | 47.3 | 94.1 |
| (純資産の部) | | | | | |
| 資本金 | 3,030 | 8.2 | 3,030 | 7.1 | 100.0 |
| 資本剰余金 | 4,095 | 11.0 | 4,480 | 10.4 | 109.4 |
| 利益剰余金 | 18,492 | 50.0 | 22,592 | 52.7 | 122.2 |
| 自己株式 | △10,143 | △27.4 | △7,487 | △17.5 | 73.8 |
| 株主資本合計 | 15,475 | 41.8 | 22,615 | 52.7 | 146.1 |
| 評価・換算差額等合計 | △1 | △0.0 | △10 | △0.0 | 882.0 |
| 純資産合計 | 15,473 | 41.8 | 22,604 | 52.7 | 146.1 |
| 負債純資産合計 | 36,981 | 100.0 | 42,853 | 100.0 | 115.9 |

中間単体損益計算書 (要約)

| | 第18期(前中間期) (2006年4月1日から 2006年9月30日まで) | | 第19期(当中間期) (2007年4月1日から 2007年9月30日まで) | | 前年同期比 (%) |
|--------------|---|--------|---|--------|--------------|
| | 百万円 | 売上比(%) | 百万円 | 売上比(%) | |
| 売上高 | 25,689 | 100.0 | 30,434 | 100.0 | 118.5 |
| 売上原価 | 11,490 | 44.7 | 14,633 | 48.1 | 127.3 |
| 売上総利益 | 14,198 | 55.3 | 15,801 | 51.9 | 111.3 |
| 販売費及び一般管理費 | 11,557 | 45.0 | 14,363 | 47.2 | 124.3 |
| 営業利益 | 2,640 | 10.3 | 1,438 | 4.7 | 54.5 |
| 営業外収益 | 91 | 0.4 | 134 | 0.4 | 145.9 |
| 営業外費用 | 92 | 0.4 | 86 | 0.2 | 93.4 |
| 経常利益 | 2,640 | 10.3 | 1,486 | 4.9 | 56.3 |
| 特別利益 | 4 | 0.0 | 2,602 | 8.6 | 53096 |
| 特別損失 | 455 | 1.8 | 234 | 0.8 | 51.6 |
| 税引前中間純利益 | 2,189 | 8.5 | 3,854 | 12.7 | 176.0 |
| 法人税・住民税及び事業税 | 885 | 3.5 | 1,775 | 5.8 | 200.6 |
| 法人税等調整額 | 34 | 0.1 | △176 | △0.5 | — |
| 中間純利益 | 1,270 | 4.9 | 2,254 | 7.4 | 177.5 |

中間株主資本等変動計算書

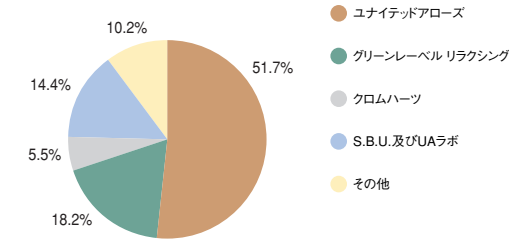
当中間期(2007年4月1日から2007年9月30日まで)

(単位:百万円)

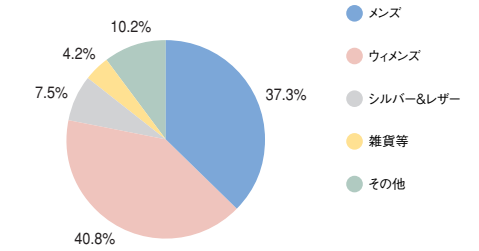
| | 株主資本 | | | | | 評価・換算差額等 | | | |
|-------------------------------|-------|-------|-------|---------------------|-------------|----------|--------|-------------|--------|
| | 資本金 | 資本剰余金 | | 利益剰余金 | | 自己株式 | 株主資本合計 | 繰延ヘッジ 損益 | 純資産合計 |
| | | 資本準備金 | 利益準備金 | その他利益剰余金 繰越利益剰余金 | 利益剰余金 合計 | | | | |
| 2007年3月31日残高 | 3,030 | 4,095 | 31 | 20,595 | 20,627 | △10,337 | 17,634 | △12 | 17,622 |
| 中間会計期間中の変動額 | | | | | | | | | |
| 剰余金の配当 | | | | △289 | △289 | | △289 | | △289 |
| 中間純利益 | | | | 2,254 | 2,254 | | 2,254 | | 2,254 |
| 自己株式の取得 | | | | | | △0 | △0 | | △0 |
| 自己株式の処分 | | 384 | | | | 2,630 | 3,015 | | 3,015 |
| 株主資本以外の項目の中間会計 期間中の変動額(純額) | | | | | | | | 1 | 1 |
| 中間会計期間中の変動額合計 | | 384 | | 1,965 | 1,965 | 2,630 | 4,980 | 1 | 4,982 |
| 2007年9月30日残高 | 3,030 | 4,480 | 31 | 22,561 | 22,592 | △7,487 | 22,615 | △10 | 22,604 |

売上データ (UA単体)

● 全社 業態別売上高構成比

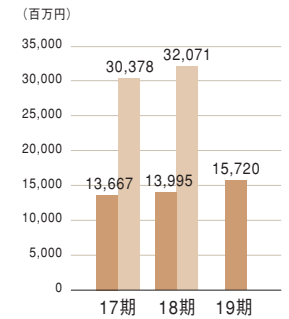


品目別売上高構成比*

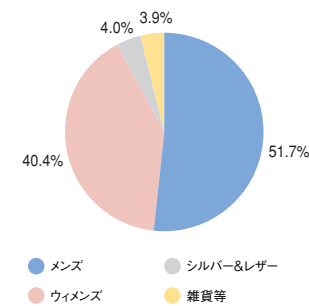


● ユナイテッドアローズ業態

売上高

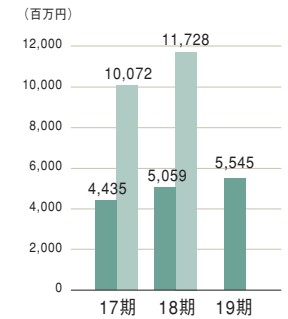


品目別売上高構成比

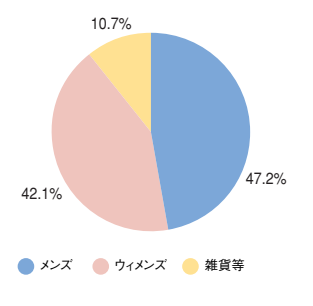


● グリーンレーベル リラクシング業態

売上高

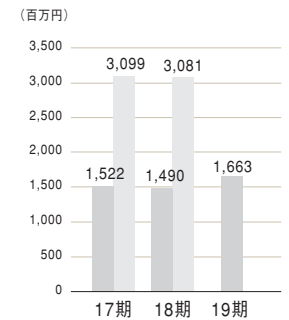


品目別売上高構成比

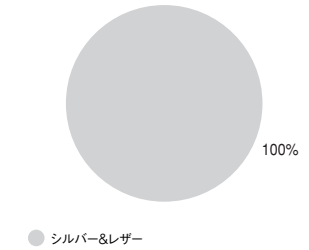


● クロムハーツ業態

売上高

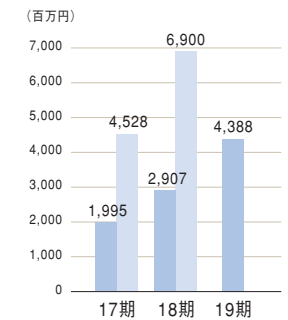


品目別売上高構成比

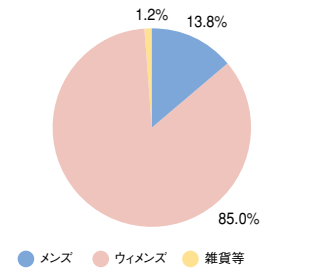


● S.B.U. 及び UA ラボ

売上高



品目別売上高構成比



*品目別売上高には、小売、卸売、通販、フォーマルレンタル等の売が含まれております。その他には、アウトレット、催事販売の売が含まれております。

ユナイテッドアローズの小売全事業12事業124店舗（2007年9月30日現在）

■ 主力業態（3事業77店舗）

● メンズ業態 ● ウィメンズ業態



ユナイテッドアローズ 19店舗 ● ●

年齢軸を対象を制限せず、ファッション感性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・カジュアルとウィメンズドレス・カジュアルおよび服飾・生活雑貨を取り扱う。



ユナイテッドアローズ（新） 8店舗 ● ●

メンズ、ウィメンズのドレスを核として、ドレス軸・大人軸からスポーツ商材も拡大し、豊かさ、上質さ、クラス感を感じる大人軸フルラインストアを展開。



ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 6店舗 ● ●

メンズ、ウィメンズのスポーツを核として、カジュアル軸・若者軸からドレス商材も付加した、こだわりを感じる世界観で買かれたフルラインストアを展開。

ユナイテッドアローズ業態は、2007年3月期より既存のユナイテッドアローズ店舗を退店・改装し、「ユナイテッドアローズ（新）」と「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」の2つのストアブランドへの業態転換を行っております。

○ UAレーベルイメージストア（L.I.S.） 4店舗

ユナイテッドアローズ業態の各店で取り扱うオリジナルブランドおよび仕入ブランドのイメージ向上を担うストアです。



District
UNITED ARROWS



ザ ソプリンハウス 1店舗 ●
ディストリクト ユナイテッドアローズ 1店舗 ●
キャス・キッドソン 2店舗 ●



ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング 32店舗 ● ●

「relaxing hearts」をテーマとし、20代中頃から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ご提案を行う。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。

○ GLR新規形態店 5店舗

グリーンレーベル リラクシング業態の新規形態店舗。それぞれメンズ、ウィメンズ商材に特化したストアブランド。



オドナタ グリーンレーベルリラクシング 1店舗 ●
ファサードグリーン グリーンレーベルリラクシング 4店舗 ●



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.）（7事業42店舗）



アナザーエディション 12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。



ジュエルチェンジズ 4店舗 ●

エレガント、セクシー、フェミニン、キュートをキーワードに、女性が女性であることを楽しめて輝ける。コンサバティブだけど艶と洗練と女性らしさと時代感を大切にしたいリアルワードローブを提案する。



オデット エ オディール ユナイテッドアローズ 15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、女性の持つ優しさと知性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 4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揃える。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。



ダージリン・デイズ 4店舗 ●

40代を軸とした「ほんもの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。



ディズニー・ラプド・バイ・ネイチャー・フォー・ユナイテッドアローズ 2店舗 ● ●

ディズニーキャラクターをモチーフとし、0～10才の子供を対象としたブランド。商品の品質、ファッション性をベースに、ディズニーの世界観を盛り込んだ服、雑貨をそろえる。



サウンズ グッド 1店舗 ● ●

“心とカラダの健康が一番のオシャレ”をテーマとするスポーツブランド。いつまでも健康で、美しく、そしてオシャレしているためにスポーツを楽しむ方をターゲットとし、機能性とファッション性を融合したスポーツウエアを提案する。

■ UAラボ（2事業5店舗）



時しらす 4店舗 ●

「ハイドロコート」というキーワードをもとに、ハイファッションとストリートファッションの架け橋を担うメンズショップ。



リカー、ウーマン&ティアーズ 1店舗 ●

ハイエンドヒップホップスタイルをテーマに掲げ、トラッドな洋服にヒップホップテイストを上品にミックスしたコーディネートが基本。ジュエリーも豊富に揃え、トラッドやクラシックな洋服にジュエリーを合わせることで完成する新しいスタイルの提案を行う。

※ オドナタ グリーンレーベルリラクシング、ファサードグリーン グリーンレーベルリラクシングおよびダージリン・デイズの各事業については、今後事業の再編を行ってまいります。

株式会社データ (2007年9月30日現在)

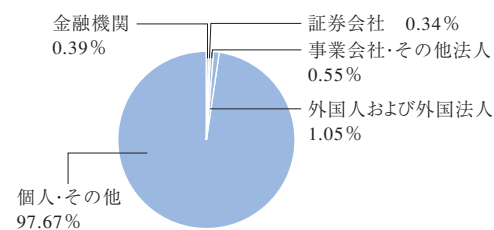
| | |
|----------|--------------|
| 株主総数 | 11,897名 |
| 発行可能株式総数 | 190,800,000株 |
| 発行済株式の総数 | 47,700,000株 |
| 総議決権数 | 430,082個 |

大株主

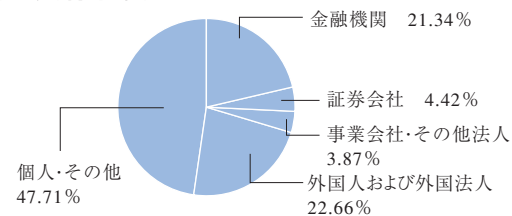
| 株主名 | 持株数 | 出資比率 |
|--------------------------------|------------|-------|
| 日本マスタートラスト 信託銀行株式会社 (信託口) | 5,633,100株 | 13.0% |
| 重松理 | 4,102,300 | 9.5 |
| 栗野宏文 | 2,248,600 | 5.2 |
| 畑崎廣敏 | 2,205,000 | 5.1 |
| 岩城哲哉 | 2,072,300 | 4.8 |
| 水野谷弘一 | 2,070,600 | 4.8 |
| 日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社 (信託口) | 1,761,400 | 4.0 |
| 三菱商事株式会社 | 1,627,700 | 3.7 |
| 野村證券株式会社 | 1,455,200 | 3.3 |
| ビクテアンドシエ | 992,721 | 2.3 |

(注) 1. 出資比率は、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4,686,633株は表中には含めておりません。
3. 出資比率は自己株式を控除して計算しております。

所有者別分布状況



所有株式数別分布状況



会社概要 (2007年9月30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 | ※2,081名 (アルバイト 318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. 三菱東京UFJ銀行 2. 三井住友銀行 3. みずほ銀行 |

※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。

役員一覧 (2007年9月30日現在)

| | | | |
|---------|-------|-------|-------|
| 代表取締役会長 | 重松理 | 取締役 | 佐川八洋 |
| 代表取締役社長 | 岩城哲哉 | 取締役 | 人見輝 |
| 常務取締役 | 水野谷弘一 | 常勤監査役 | 西脇良作 |
| 常務取締役 | 栗野宏文 | 常勤監査役 | 中島由香里 |
| 常務取締役 | 加藤英毅 | 監査役 | 山川善之 |
| 取締役 | 小泉正己 | 監査役 | 橋岡宏成 |

株主メモ

| | |
|---------------------------------|--|
| 事業年度 | 4月1日～翌年3月31日 |
| 期末配当金 受領株主確定日 (中間配当を行う場合) | 3月31日 9月30日 |
| 定時株主総会 | 6月 |
| 株主名簿管理人 | 三菱UFJ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UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 |
| (連絡先) | 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711 (フリーダイヤル) |
| 同取次所 | 三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店 野村證券株式会社 全国各支店 |
| 公告方法 | 電子公告 |

※やむを得ない事由により、電子公告によることのできない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。

ご案内

株主の皆様へアンケートご協力をお願い

株主の皆様へアンケートを実施させていただきたく存じます。お手数ではございますが、下記URLからアクセスし、アンケートへのご回答をお願いいたします。なお、アンケートにご回答いただいた方の個人情報とご回答の内容に関しては、今後のIR活動に活かす目的以外には使用いたしません。
(アンケート実施期間 2008年1月31日まで)

・パソコンからアクセスされる場合
<http://www.united-arrows.co.jp/ir/stockinfo/survey.htm>

・携帯電話からアクセスされる場合
QRコード読み取り機能のついた携帯電話をご使用の方は、こちらのQRコードからもアクセスできます。



ご回答いただいた方の中から抽選で10名様に、ユナイテッドアローズギフトカード(5,000円分)を贈呈いたします。なお、商品発送の時期は2008年2月中旬とし、抽選の結果は当選者の方への発送をもって代えさせていただきます。

ユナイテッドアローズギフトカードは、1,000円以上1円単位で、上限10万円まで金額をチャージできるギフトカードです。このカードを使って、ユナイテッドアローズ各店舗にて、好きな商品をご購入いただけます。

※ユナイテッドアローズギフトカードのご案内
<http://www.united-arrows.co.jp/giftcard/>



新店情報 (2007年4月～2007年9月)

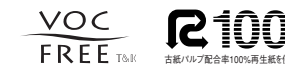
- ユナイテッドアローズ (新)
丸の内店、銀座店、六本木メンズストア、
京都セブンスクラブオープン
- ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ
渋谷キャットストリート店、町田店 オープン
- キャス・キッドソン
名古屋店 オープン
- ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング
上野店、星が丘店、鹿児島店、広島店、長崎店 オープン
- アナザーエディション
心斎橋店 オープン
- オデット エオディール ユナイテッドアローズ
丸の内店、名古屋ラシック店、銀座店、町田店 オープン
- ジュエルチェンジズ
名古屋パルコ店 オープン
- 時しらず
名古屋店、原宿店、大阪店 オープン
- サウンズグッド
新宿店 オープン

IR情報に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

経営開発本部 IR部
Phone 03-5785-6637
コーポレートサイト
<http://www.united-arrows.co.jp/>
IR情報ページ
<http://www.united-arrows.co.jp/ir/index.html>

IRお知らせメール
<http://www.united-arrows.co.jp/ir/infomail/index.html>

※当社の月次売上概況、決算、出店などに関する情報をメール配信しております。
配信の登録は、当社HPにて受付しております。



東矢通信は、VOC(揮発性有機化合物)を含まないインクと、再生紙を使用しております。