



束矢通信

TABAYA TSUSHIN Vol.17
2007.4.1~2008.3.31



UNITED ARROWS LTD.

東矢通信
vol.17

CONTENTS

- 01 2008年3月期連結決算のポイント
- 02 To Our Shareholders
- 03 Interview with our President
- 05 特集「ユナイテッドアローズのCSR活動」
- 07 Business News
- 11 連結財務諸表
- 13 Interview「栗野 宏文×伊東 真代子(UAウィメンズ デザイナー)」
- 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

2008年3月期連結決算のポイント

売上高 72,221百万円 (前期比:118.5% 計画比:99.6%)

(株)ユナイテッドアローズ 既存店売上高前期比 101.1%

ビジネスユニット合計売上高(※)は、衣料品の消費伸び悩みや年間を通じた天候不順、一部事業の販売不振等により苦戦しましたが、アウトレット売上高の伸長により、全社売上高は前期比118.5%、計画比99.6%の72,221百万円となりました。

売上総利益 36,891百万円 (前期比:111.5% 計画比:97.1%)

売上総利益は前期比111.5%の36,891百万円となりましたが、セール売上構成比の拡大、商品評価損、商品廃棄の計上等により、計画比97.1%、売上総利益率は前期比△3.2%の51.1%となりました。

経常利益 5,017百万円 (前期比:68.4% 計画比:95.3%)

売上総利益率の低下に加え、新規出店の拡大、新卒・中途採用人員の増加、準社員の正社員への身分変更等により、販管費及び一般管理費が前期比124.3%の31,960百万円となったことにより、経常利益は前期比68.4%の5,017百万円となりました。

当期純利益 3,800百万円 (前期比:108.2% 計画比:92.7%)

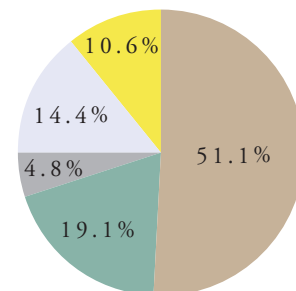
特別利益としてUA渋谷明治通り店の土地・建物の一部売却による売却益2,538百万円を計上した一方、特別損失として店舗減損損失等409百万円を計上したことにより、当期純利益は前期比108.2%の3,800百万円となりました。

(※)ビジネスユニット合計売上高…小売、卸売、通販等の基本的に定価販売を行うチャネルによる売上。

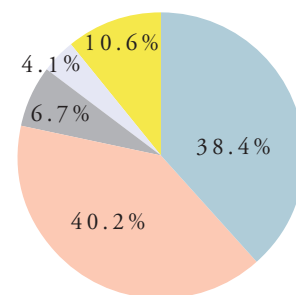
< 将来予測に関する記述についての注意事項 >

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ください。

[業態別売上構成比グラフ]



[品目別売上構成比グラフ]



- ユナイテッドアローズ
- メンズ
- グリーンレーベルリラクシング
- ワイメンズ
- クロムハーツ
- シルバー&レザー
- S.B.U.及びUアラボ
- 雑貨等
- その他
- その他

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(2007年4月1日~2008年3月31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
よろしく願い申し上げます。

2008年6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)



Interview

with our President

2009年3月期をボトムに収益性の改善を図り、2011年3月期に最高益更新を目指します。

急速な成長拡大計画への反省

当期(2008年3月期)は、連結売上高が前期比118.5%の72,221百万円、経常利益が同68.4%の5,017百万円という増収減益となりました。当社では期初に新たな中期計画を策定し、その達成に向けてスピード感を持った新規出店を推進してきました。一方、急速な業容拡大に対して、特に販売と商品計画・開発に課題が生じ、結果として着実な利益成長が果たせなかったと分析しています。

また、2007年末に商品の品質表示に係る景品表示法違反により公正取引委員会から排除命令を受けたことについて、株主の皆様へ改めて深くお詫び申し上げます。今回の排除命令の内容を真摯に受け止め、専門部署による品質管理を全社横断で実施する体制の整備を行うことなどにより、再発防止および信頼回復に努めてまいります。(※1)

2009年3月期からは、これらの反省を踏まえ、既存事業の新規出店のペースを緩めてでも内部の課題を解決することで、継続的かつ健全な成長を目指します。

2009年3月期の主な取組み

2009年3月期は、上述した課題の解決を最優先に経営を推進します。

販売に関する取組み

1.人財育成について

当期は急速な売上拡大を目指して新規出店を加速したために、店頭の販売員に欠員やスキル不足が生じ、結果として彼らに多大な負担をかけてしまったと認識しています。

当社には、商品知識やメジャーリングなどといった具体的な販売スキルを学べる「東矢大学」という社内研修制度があります。このカリキュラムをより進化させることで、販売員の販売知識向上を図ります。同時に販売現場では、ベテランの販売員が経験の浅い販売員をマンツーマンで指導することにより、即戦力の向上を図ります。また、全販売員を対象とした取組みとして、トップクラスの販売実績を挙げた販売員に対し、新たな職位(セールスマスター)を設け、その功労に報います。

理論と実践から学ぶことで販売員としてのスキルを高めるとともに、人事制度の整備によりひとりひとりがキャリアプランを描くための支援を行い、モチベーションの向上を図ります。

2.店舗運営について

現在、店舗において接客業務以外の販売付帯業務が多く存在し、販売活動の阻害要因となっています。そこで、販売支援本部を新設し、ムリ、ムダ、ムラとなっている業務を特定・改善するとともに、本部と店舗の役割を明確化することで、販売付帯業務の削減による接客時間の拡大を図り、売上と客数の最大化を目指します。

商品計画・開発に関する取組み

販売の伸び悩みに伴い、ここ数年間たな卸資産は増加傾向にあります。また、セール販売による売上構成比拡大、在庫の評価損・廃棄損の拡大が売上総利益率を低下させています。

その対策として、最終的な商品消化率を意識した上で仕入れ・生産計画を行い、週単位で消化率の進捗管理をしていく取組みを当期から一部の事業で先行実施したところ、その効果が顕在化し始めています。この仕組みを他の

事業に導入することで、全社的な売上総利益率向上と商品評価損の低減を図ります。

2011年3月期に最高益の更新を

2009年3月期は、経常利益が減益となる見込みです。要因は、主に人件費増に伴う販管費増加により売上高経常利益率が低下すること、新たなマーケット開拓を目指して設立した新規子会社2社(ペレニアル ユナイテッドアローズ、コーエン※2)の先行投資が発生することによるものです。

しかしながら、2009年3月期をボトムとして、それ以降は収益性の改善を図り、2011年3月期に最高益の更新(※3)を目指します。現在進捗しつつある商品部門改革の推進により、売上総利益率を向上させるとともに、本部の業務効率化を推進し、販管費率の低減を図ります。また、新規子会社については、2008年秋より本格的に事業展開を開始し、3年目に単年度黒字化を目指します。

ユナイテッドアローズグループは、再度原点に立ち返ります。当社の強みの原点は「高感度ファッション専門店として店頭が光り輝いていること」そして「従業員が企業理念に共感し、いきいきと働いていること」であります。これらのことを再認識し、真の実現に全力を注ぎます。

株主の皆様におかれましては、今後とも変わらぬご支援をいただきますよう、何卒よろしくお願ひ申し上げます。

代表取締役社長 岩城 哲哉

(※1)公正取引委員会の排除命令に関するご説明は18ページに掲載しております。
(※2)(株)ペレニアル ユナイテッドアローズ…2007年8月設立。アパレルの商品構成とセレクトショップの販売手法を取り入れた「セレクトショップ型リテール」のアパレルブランド「フランクウィーンセンス」を、2008年秋より展開予定。
(株)コーエン…2008年5月設立。準都市部および郊外の大型ショッピングセンターをメインに出店を行い、価値感がありながらファッション感度の高いメンズ・ウィメンズのカジュアルウエアを取り扱うブランド「コーエン」を、2008年秋より展開予定。
(※3)連結経常利益過去最高益は、2006年3月期の7,639百万円です。



特集

ユニテッドアローズのCSR活動 「環境保全と品質管理への取組み」

ユニテッドアローズは、CSR活動を経営理念に掲げる「5つの価値創造」の追求であると考え、これまで独自の社会・環境活動を行ってまいりました。今後は中期重点取組課題として「環境保全の取組み」と「品質管理の徹底」を明示し、CSR活動をより推進していきます。今回の特集では、その活動の一部をご紹介します。

■ 環境保全の取組み

地球温暖化問題は、当社の企業活動にも大きなリスクをもたらします。春夏秋冬の季節感が崩れることにより、商品企画や販売予測がしにくくなり、結果として販売機会ロスや在庫過多につながるためです。企業活動を続ける上で発生するごみ、二酸化炭素(CO₂)などの環境負荷削減を目指すとともに、ファッションの観点から環境保全を考えていきます。環境に配慮した商品の販売、環境イベントへの協賛などを通して、社会に対して環境について考えるきっかけを作り、意識を高めていただくための啓蒙活動も行っています。

国内最大級の環境イベント「アースデイ東京2008」に後援企業として参加

3回目の協賛となる今回は、ボランティアスタッフTシャツの提供に加え、一部の店舗と連動してグリーン電力(*)付きTシャツの販売や、エコバッグの配布などを行いました。またイベント開催期間中、原宿・渋谷

地区の10店舗にグリーン電力を導入し、太陽光によって発電された自然エネルギーで店舗を営業しました。

(※) グリーン電力とは

自然エネルギー、すなわち風力、太陽光、バイオマスなどで発電された電気であり、エネルギーとしての価値と、環境としての価値を併せ持っています。そのうち環境価値だけを取り出して「証書」として販売し、自然エネルギーから生まれる電力を増やし、広く活用可能にするためのしぐみを「グリーン電力証書」といい、証書購入者は、自分で発電装置を設置せずとも、証書に応じた電力量を自然エネルギーで賄ったとみなされます。



「アースデイ東京2008」にあわせた取組み

- 1 ビューティ&ユース ユニテッドアローズがプロデュースしたボランティアスタッフ用Tシャツ。オーガニックコットン素材に環境への影響が少ない水性インクでプリントしました。
- 2 ビューティ&ユース ユニテッドアローズ各店舗にて販売したグリーン電力付きTシャツ。(写真右) 1枚につき一般家庭がおよそ2日間利用する電力に相当するグリーン電力(20kW/h)の価値が付いており、このTシャツを購入することにより、イベント開催の2日間はお客様が使用した電気がCO₂フリーになります。
- 3 「ユニテッドアローズ アースデイ・アクション2008」パンフレット。アースデイやグリーン電力を身近に楽しく考えていただけるように、「エコを勉強しながらノートにメモして、友人にも伝えようと手紙にして渡す」というイメージのもと制作しました。
- 4 5 アナザーエディション原宿本店では、イベント開催にあわせてグリーン電力の中でも風力発電をイメージするスペシャルウィンドウをご用意しました。また、アナザーエディション全店舗において、お買い上げいただいた商品を通常の紙製ショッピングバッグに代えて、普段のお買い物にも繰り返しご利用いただけるエコバッグに入れてお渡しする取組みを行いました。

■ 品質管理の徹底

2007年12月、当社は商品の品質表示に係る景品表示法違反により公正取引委員会から排除命令を受けました。当社では、今回の排除命令の内容を真摯に受け止め、品質管理の徹底を重点課題として取り組んでまいります。品質管理体制として、原材料に関する品質表示内容の確認フローを徹底します。意識向上策として、品質管理部門と法務部門が連携し、品質表示に関する法規制や各種法律に関する研修を行います。2008年2月には、全部門長を対象として第1回目の研修を実施しました。今後も継続的に研修や社内報による啓蒙活動を行い、知識の向上とルールの徹底を図ってまいります。
※公正取引委員会の排除命令に関するご説明は18ページに掲載しております。

ユニテッドアローズのCSR活動をご紹介しますコーポレートブログ
<http://www.united-arrows.co.jp/report/>



ユナイテッドアローズ(新) 大宮店



ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング 浦和店

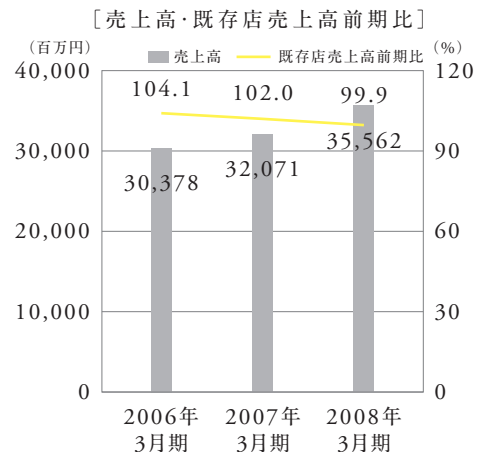
■ ユナイテッドアローズ(UA) 業態

UA業態では、下半期に3店舗の新規出店を行いました。同業態では商品部門と販売部門の連携を強めるプロジェクトの強化を図ったものの、売上をけん引するヒット商品の不足から、下半期の売上は、既存店売上高前期比を上回ることができませんでした。中でも、メンズ部門ではメルトン素材のPコート、ウィメンズ部門では上半期に引き続きワンピースが好調に推移しました。

2008年春夏シーズンにつきましては、より効率的な商品投入と在庫の適正化を目指す新たな商品計画オペレーションをメンズ・ウィメンズ両部門に導入することにより、売上の拡大と在庫の適正化の両立を目指してまいります。

新店情報(2007年10月~2008年3月)

- ユナイテッドアローズ(新) 大宮店
- ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 大宮店、新宿ウィメンズストア



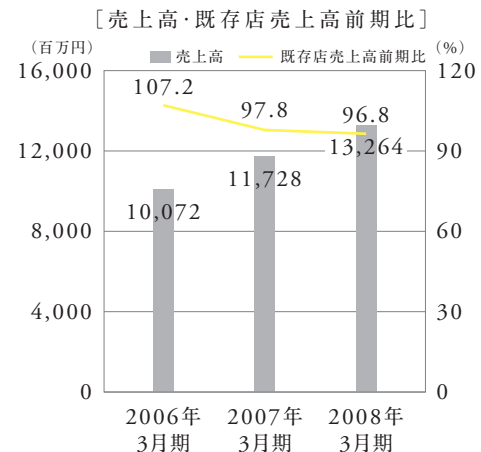
■ ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング (GLR) 業態

GLR業態では、下半期に4店舗の新規出店を行いました。秋冬商材に関しては、新たな顧客層の開拓を目指した商品を投入したものの、中心顧客層の嗜好と異なり苦戦を強いられました。これを踏まえお客様のニーズをより細かく分析し、それに見合う商材を増やしたことで、2008年春物商材からは、ウィメンズ部門を中心に売上や客数に回復の傾向が見えはじめました。

メンズ部門では、秋冬商材のスタンドカラーの綿コートと、春物商材のシャツが好調に推移しました。また、ウィメンズ部門では、上半期に引き続きワンピースが売上をけん引しました。

新店情報(2007年10月~2008年3月)

- ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング 阿倍野店、浦和店、横浜 相鉄ジョイナス店、福岡店





クロムハーツ 福岡店



アナザーエディション 有楽町店



ジュエルチェンジズ 銀座店

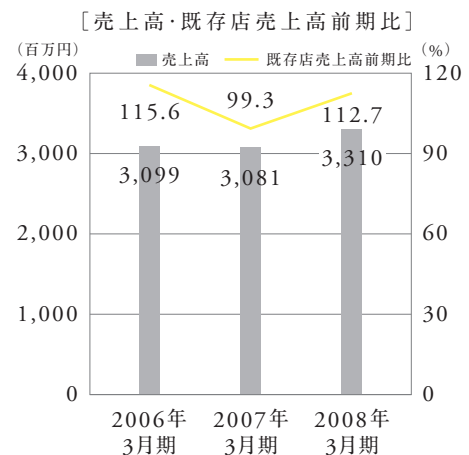
■ クロムハーツ(CH)業態

CH業態では、上半期に引き続き主力のシルバー製品に加え、宝石入りやゴールド素材の商品が好調に推移したほか、ウォレット、バッグ、革ジャンパーなどの革製品も売上に貢献しました。また、米クロムハーツ社と(株)コム デ ギャルソンとのコラボレーションにより実現したTシャツが大きな話題となり、お客様からご好評をいただきました。

また、さらなるブランドの確立を目指すため、2月に福岡、3月に名古屋へ新規出店を行いました。なお、東京店に関しては、ブランドの世界観を表現した旗艦店舗として2008年4月に規模を拡大してリニューアルオープンしました。

新店情報(2007年10月～2008年3月)

- クロムハーツ 福岡店、名古屋店



■ S.B.U.及びUAラボ

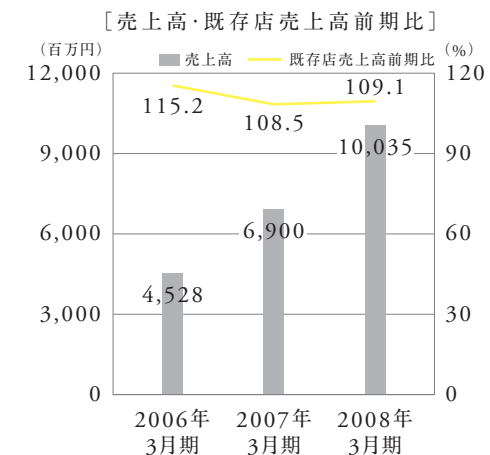
S.B.U.及びUAラボでは、下半期に4店舗の新規出店を行いました。その中でも、「アナザーエディション」は、人気商品の欠品を防止する取組みを強化したことで売上を伸ばしました。また、「ジュエルチェンジズ」は、お客様の声を商品企画に反映しやすい仕組みを確立したことで好調に推移しました。なお、11月に発表した小型事業の再編に伴い、「ダーズリン・デイズ」(4店舗)および「ディズニー・ラッド・バイ・ネイチャー・フォー・ユナイテッドアローズ」(2店舗)につきましては、単独店舗展開を終了しました。

新店情報(2007年10月～2008年3月)

- アナザーエディション 有楽町店 ■ ジュエルチェンジズ 銀座店
- オデット エ オディール ユナイテッドアローズ 京都店 ■ サウンズ グッド 原宿店

連結子会社の概況 (2社: フィーゴ、ベレニアル ユナイテッドアローズ)

(株)フィーゴは、イタリア製バッグと革小物のブランド「フェリージュ」の販売が好調に推移し、計画を上回る売上となりました。中でも、ビジネスバッグやショルダーダート型バッグが売上をけん引したほか、財布などの革小物も売上に貢献しました。また、2007年8月に設立した(株)ベレニアル ユナイテッドアローズは、大人の女性向けの新ブランド「フランクウィーンセンス」の展開開始(2008年秋予定)に向けた準備を着実に進めております。



連結財務諸表

連結貸借対照表（要約）

（単位：百万円）

	前期末 (2007年3月31日現在)	当期末 (2008年3月31日現在)	増減額
（資産の部）			
流動資産	23,478	27,283	3,805
固定資産	14,654	16,078	1,424
有形固定資産	6,312	6,739	427
無形固定資産	2,941	2,938	△3
投資その他の資産	5,401	6,400	999
資産合計	38,132	43,362	5,230
（負債の部）			
流動負債	16,646	20,140	3,494
固定負債	3,850	510	△3,340
負債合計	20,496	20,650	154
（純資産の部）			
資本金	3,030	3,030	0
資本剰余金	4,095	4,458	363
利益剰余金	20,640	23,721	3,081
自己株式	△10,117	△8,441	1,676
株主資本合計	17,648	22,768	5,120
評価・換算差額等合計	△12	△56	△44
純資産合計	17,635	22,711	5,076
負債・純資産合計	38,132	43,362	5,230

連結貸借対照表のポイント

総資産は前期比113.7%の43,362百万円
流動資産は、たな卸資産2,785百万円、未収入金587百万円の増加等により、前期比116.2%の27,283百万円となりました。また固定資産は、有形固定資産427百万円、長期差入保証金764百万円の増加等により、同109.7%の16,078百万円となりました。

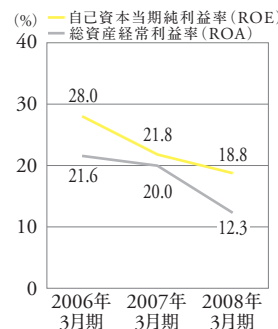
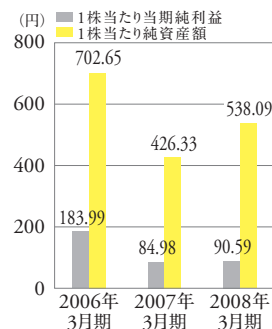
負債は前期比100.8%の20,650百万円
短期借入金2,800百万円の増加等により流動負債が同121.0%の20,140百万円となった一方、長期借入金の返済3,267百万円等により固定負債は同86.7%減の510百万円となり、長短借入金残高は同830百万円減の7,416百万円となりました。

純資産は前期比128.8%の22,711百万円
主な増加要因は、当期純利益が3,800百万円あったこと、払い出しにより自己株式が1,676百万円減少したこと等によるものです。当社は三菱商事株式会社との資本・業務提携を行い、2007年9月に自己株式162万株を2,999百万円で同社へ譲渡しました。また機動的な資本政策を遂行するため、2007年10、11月にかけて自己株式83万株を取得しました。

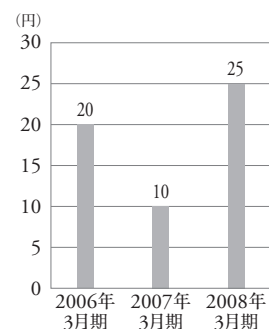
配当について

2008年3月期の期末配当金は、1株につき15円、年間配当金は25円（連結配当性向27.6%）とさせていただきます。なお2009年3月期の年間配当金についても、2008年3月期と同額の25円（中間配当金10円、期末配当金15円、連結配当性向58.6%）とさせていただきます。

【1株当たり当期純利益／1株当たり純資産額】 【自己資本当期純利益率(ROE)／総資産経常利益率(ROA)】



【配当金(※)】



(※)2006年4月に、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行いました。

連結損益計算書（要約）

（単位：百万円）

	前 期 (2006年4月1日から 2007年3月31日まで)	当 期 (2007年4月1日から 2008年3月31日まで)	増減額
売上高	60,959	72,221	11,262
売上原価	27,887	35,330	7,443
売上総利益	33,072	36,891	3,819
販売費及び一般管理費	25,721	31,960	6,239
営業利益	7,350	4,930	△2,420
営業外収益	187	234	47
営業外費用	200	147	△53
経常利益	7,337	5,017	△2,320
特別利益	6	2,602	2,596
特別損失	1,119	803	△316
税金等調整前当期純利益	6,224	6,815	591
法人税・住民税及び事業税	3,203	3,458	255
法人税等調整額	△490	△442	48
当期純利益	3,511	3,800	289

※連結損益計算書のポイントは、1ページの「2008年3月期連結決算のポイント」をご参照ください。

連結キャッシュ・フロー計算書（要約）

（単位：百万円）

	前 期 (2006年4月1日から 2007年3月31日まで)	当 期 (2007年4月1日から 2008年3月31日まで)	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,801	456	△1,345
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,198	△946	3,252
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,281	493	2,774
現金及び現金同等物の期末残高	2,971	2,975	4

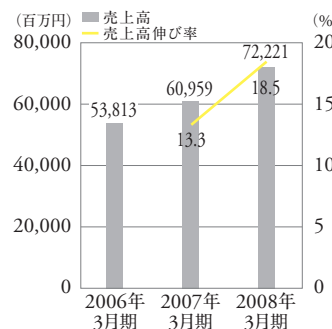
連結キャッシュ・フロー計算書のポイント

営業活動によるキャッシュ・フローは456百万円（前期比74.6%減）
収入の主な内訳は、税金等調整前当期純利益6,815百万円、その他流動負債の増加額548百万円、減価償却費889百万円であり、支出の主な内訳は、たな卸資産の増加額2,785百万円、売上債権の増加額604百万円、法人税等の支払額3,291百万円です。

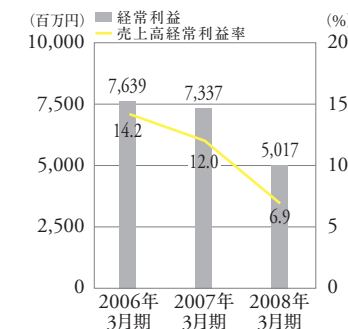
投資活動によるキャッシュ・フローは946百万円（前期比77.5%減）
投資活動に伴う支出の主な内訳は、新規出店および改装等に伴う有形固定資産の取得2,445百万円、長期差入保証金の増加764百万円であり、収入の主な内訳は、有形固定資産の売却による収入3,098百万円です。

財務活動によるキャッシュ・フローは493百万円（前期は2,281百万円の支出）
財務活動に伴う収入の主な内訳は、自己株式払い出しによる収入3,039百万円、短期借入金の純増加額2,800百万円であり、支出の主な内訳は、長期借入金の返済による支出3,620百万円、自己株式の取得による支出1,000百万円です。

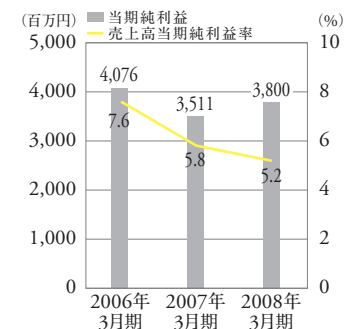
【売上高／売上高伸び率】



【経常利益／売上高経常利益率】



【当期純利益／売上高当期純利益率】





vol.1

Interview

栗野宏文×伊東眞代子 (ユニテッドアローズ業態 ウィメンズドレスチーム チーフデザイナー)

ユニテッドアローズには、バイヤー、デザイナー、パタンナーなど、商品企画に携わるたくさんのスタッフがいます。このコーナーでは、創業以来商品やブランド戦略において中心的役割を担ってきた栗野 宏文が、先輩でもある彼らに、仕事に対する思いや今後の目標などをインタビューします。



栗野 宏文(くりの ひろふみ)

株式会社、株ビームスなどファッションビジネスに関わり続け、1989年当社設立に参画。役員として経営に参加する一方、販売促進部長、総合企画情報室長、チーフクリエイティブオフィサーなどを歴任しながら、一貫して商品企画のベースとなるディレクションやブランド開発に携わるなど、商品やブランド戦略における当社の中核的存在。取締役を退いた現在は、上級顧問として後進の指導に力を注ぐ。



伊東 眞代子(いとう まよこ)

アパレル数社でデザイナー職を経験後、2006年1月に入社。現在はUA業態 ウィメンズドレスチームのチーフデザイナーとして、シーズンにおけるコンセプトの提案、商品戦略の立案、デザイン、生地の手付けなど多岐にわたる業務をこなす。「素敵な服にめぐり逢ったときのわくわくした楽しい気持ちを、少しでも多くのお客様に感じていただくことが私たちの使命」と考え、日々仕事に取り組む。

第1回目の今回は、ユニテッドアローズ(UA)業態 ウィメンズドレスチーム チーフデザイナーの伊東 眞代子に話を聞きました。

ファッションとは、「気付き」である

栗野 私たちの仕事を一言で言い表せば「自分自身がオシャレが好き、ということ自分の仕事に結びつけていくこと」だと思うのですが、自分が好きなもの、着たいものを、どうやって実際の商品へ結び付けているのですか。

伊東 自分が好きなものだけでなく、仕事として作るべきものも多いので、その中でいかに自分の個性や持ち味を生かしているかというのを考えます。いろいろな画家の色使いや絵のモチーフをプリントのヒントにしてみたり、映画をテーマにしてみたりと、自分なりの視点を時代感に取り入れるようにしています。

栗野 デザインをする上で、何かヒントにしているもの、気を付けていることはありますか。

伊東 ヒントというか、テレビや雑誌など、何かを無意識に見ているときでも突然ひらめくことがよくあります。気付いたときにすぐメモしたりして。

栗野 ファッションとは、「気付き」であると思うんですね。洋服で言えば、それぞれの

ディテールやバランスの違いという、その「差」に気が付いて、いかに商品に落としこめるか。

伊東 女性向けのブランドでも、男性のデザイナーはたくさんいます。私は女性ならではの実感というか、全体のデザインはいいけれど、ちょっと胸元が開きすぎかな?とか、そういう細かい視点を配慮しています。自分が着ていてリアリティのある洋服、理由のあるデザインを心がけています。

シェルフの上で小さくメッセージを発している、そんな服がいいなあと(笑)

栗野 私たちのお店は、デザイナーズショップでもワンブランドショップでもない。世界中からいろいろなを集めてきているわけですが、それと同じ空気を吸っているオリジナル商品というのは、すごく大事だと思っています。そもそもセレクトショップのオリジナルとは、一種のスキャム商品でした。インポート商品だけだと半年に1回しか入荷してこないから、そのスキャムを埋めることから始まったわけですが、歴史を重ねるうちに、お客様の目が肥えてきて、自分たちの商品への要求もどんどん高まってきました。だから、昔と今のオリジナルの立ち位置は全然違う。今求められているオリジナルとは、U.Aらしさの看板を背負ったものです。そうすると、U.Aのオリジナルに求められるのは、デザイナーズブランドの完結した世界観ではなく、かといって、今話題の「ファストファッション」と呼ばれる、手軽な価格で買える流行商品というものでもない。作り手としては、イージーではないところじゃないでしょうか。

伊東 ひっそりと取まっていたながら、シェルフ(棚)の上で「私を見てください」と小さくメッセージを発しているような、そういう服がいいなあと(笑)。「私すこいでしょ」というのではなくて、テレパシーをお客様に感じとっていただけるような。「UAに行けば必ずこれがある!」という期待にお応えできるような、お客様のすべてのTPO(※1)に対応するためのアイテムのバリエーションとファッション性の融合を目指していきたいと思っています。

もっと世代を広げた洋服を作りたい

栗野 今後やりたいことはなんですか。

伊東 上の世代の方々がオシャレで豊かな時代になってきているので、もっと上の世代にむけて、幅を広げたものを作りたいですね。

栗野 そういう世代のお客様はたくさんいらっしゃいますね。「ユニテッドアローズ」から「ユニテッドアローズ」と「ビューティ&ユース」にわかれたことで(※2)、4、50代のお客様にターゲットをあてたものをもっと表現できる可能性もあります。

伊東 UAというブランドの認知度があることはチャンスです。セールの日など店に接客のヘルプに行く、年代が近いお客様のお相手をすることが多いのですが、同じ気持ちで接しているとお話が弾むことがあります。UAのお客様にはいろいろな年齢層がいる。その幅を広げていきたいですね。

(※1)TPO・・・「Time」、「Place」、「Occasion」の頭文字をとって、「時と場所、場合にあった方法」を意味する言葉。

(※2)当社は、既存の「ユニテッドアローズ」を、ドレス軸の「ユニテッドアローズ」とカジュアル軸の「ビューティ&ユース ユニテッドアローズ」へブランドを分割し、それぞれが持つテイストの中で、商品の拡充、幅広い年齢層のお客様への訴求を行っています。

伊東がデザインを手がけた2008年秋冬展開商品のご紹介

シャープなタキシードジャケットと、ふくらみがあるシルエットのミニスカートの組み合わせ。UAウィメンズが提案する、今秋のスタイリッシュエレガンススタイルです。



ブラウス [1516-215-0063]
税込価格 ¥21,000 / カラー ホワイト / サイズ 38,40
タキシードジャケット [1522-209-0147]
税込価格 ¥58,000 / カラー ブラック / サイズ 38,40
パッスルスカート [1524-257-0188]
税込価格 ¥28,000 / カラー ダークグレイ / サイズ 38,40

※掲載商品は、2008年8月上旬頃からユニテッドアローズ 原宿本店ウィメンズ館、丸の内店、銀座店等にて展開する予定です。価格、展開店舗等は予定であり、予告なく変更される可能性があります。
※商品に関するお問い合わせ、在庫のご確認は、ユニテッドアローズ各店舗までお願いいたします。売り切れの際はご容赦くださいますようお願い申し上げます。

ユニテッドアローズの小売全事業11事業127店舗 【平均客単価 約15,000円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 50%:50%】

■ 主力業態 (3 事業 80 店舗)

● メンズ業態 ● ウィメンズ業態

ユニテッドアローズ 17 店舗 ● ●
年齢軸で対象を制限せず、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。

ユニテッドアローズ(新) 9 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 ユニテッドアローズ 8 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貫かれたフルラインストアを展開。

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

○ UA レーベルイメーjistア (L.I.S.) 2 店舗

ユニ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 ユニテッドアローズ 1 店舗 ●
【平均客単価 約 15,500 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 49%:51%】

ユニテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング 36 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 3 店舗 ● ● ●
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 2 店舗 ●
【平均客単価 約 10,500 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 65%:35%】

クロムハーツ 5 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。

【平均客単価 約 88,500 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 0%:100%】

■ スモールビジネスユニット (S.B.U.) (6 事業 42 店舗)

アナザーエディション 13 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。
【平均客単価 約 10,500 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 55%:45%】

ジュエルチェンジズ 5 店舗 ●
エレガント、セクシー、フェミニン、キュートなキーワードに、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でなく艶と洗練と女性らしさと時代感を大切にしたりアルワードローブを提案する。
【平均客単価 約 18,000 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 56%:46%】

オデット エ オディール ユニテッドアローズ 16 店舗 ●
おしゃれ感性の高い層、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。
【平均客単価 約 17,000 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 82%:18%】

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。
【平均客単価 約 61,000 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 63%:37%】

サウンドズ グッド 2 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、そしてオシャレで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。
【平均客単価 約 13,500 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 53%:47%】

キャス・キッドソン 2 店舗 ●
英国発の「キャス・キッドソン」ブランドの商品を展開するショップ。英国を象徴するクラシカルなデザインを現代風のポップな感覚と融合させた柄が人気のインテリア・雑貨を展開。
【平均客単価 約 7,000 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 0%:100%】

■ UA ラボ (2 事業 5 店舗)

時しらず 4 店舗 ●
「ハイストリート」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。
【平均客単価 約 16,000 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 0%:100%】

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。
【平均客単価 約 31,000 円】【オリジナル企画:仕入商品売上比 0%:100%】

※各事業の詳細は、当社ホームページにてご紹介しております。▶▶▶▶▶ <http://www.united-arrows.co.jp/>
※平均客単価は小売店舗における実績をもとに算出しております。
※OEM商品(委託先メーカー製品に当社のブランドネームをつけて生産する商品)は仕入に含めて算出しております。
※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については、2009年3月期中に事業展開を終了する予定です。

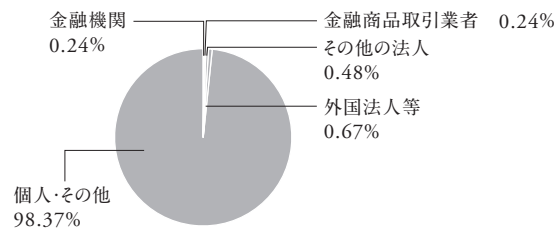
株式会社データ (2008年3月31日現在)

株主総数	16,950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	422,025個

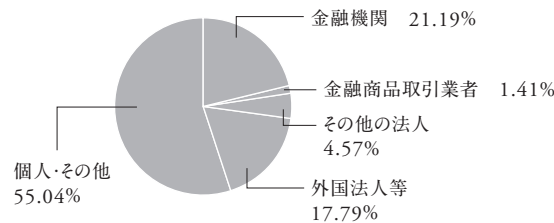
大株主	株主名	持株数	出資比率
		株	%
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	4,314,600	10.2
	重松理	4,103,900	9.7
	日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	2,333,600	5.5
	栗野宏文	2,249,800	5.3
	畑崎廣敏	2,205,000	5.2
	岩城哲哉	2,088,300	4.9
	水野谷弘一	2,086,200	4.9
	三菱商事株式会社	1,627,700	3.8
	バンクオブニューヨーク・シーエム		
	クライアントアカウントジェイビーアール	637,500	1.5
	ディアイエスジーエフイーエイシー		
	ザチェスマンハッタンバンクエヌエイロンドン	618,800	1.4

(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5,491,687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



※2008年5月30日に自己株式4,900,000株を消却し、発行済株式の総数は42,800,000株となりました。

会社概要 (2008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	※2,303名(アルバイト 405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 (2008年6月23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	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
取締役人	見輝		

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	3月31日
(中間配当を行う場合)	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

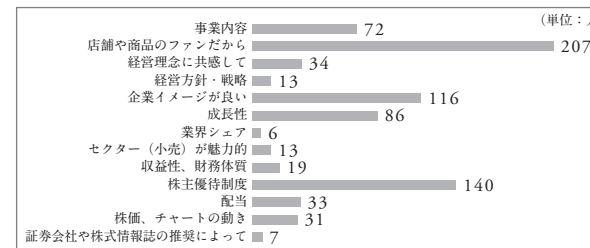
※やむを得ない事由により、電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。

ご案内

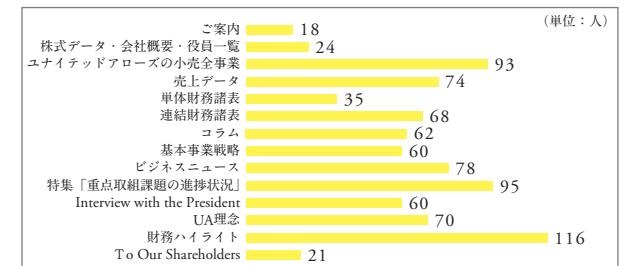
アンケート結果報告

東矢通信第16巻にて実施した株主様アンケートの結果をお知らせします(抜粋)。多くの方からご回答をいただき、誠にありがとうございました。

Q 当社の株式を保有された理由は何ですか？(複数回答可)



Q 東矢通信第16巻のどの記事に興味をもたれましたか？(複数回答可)



当アンケートにおいて、「社員がどんな思いで働いているかを知りたい」「情報をもっとビジュアル化してほしい」などといったご意見を多くいただきました。今号は、企画・レイアウトにそれらのご意見を反映した上で作成しております。今後もわかりやすい情報のご提供を心がけてまいります。

株主ご優待券について

株主の皆様へ株主ご優待券を贈呈いたします。株主ご優待券のご利用方法は、同封の「株主ご優待券送付のご案内」のほか、下記HPにてもご紹介しています。有効期限内にご利用くださいますようお願い申し上げます。
<http://www.united-arrows.co.jp/ir/special/index.html>

●公正取引委員会の排除命令について

株式会社ユナイテッドアローズは、2007年12月26日に公正取引委員会より、「ジュエルチェンジズ」各店舗にて販売したストールの素材に関する誤表記について、景品表示法第4条第1項第1号(優良誤認)の規定に反する事実により排除命令を受けました。該当商品については、経済産業省および公正取引委員会に報告し、同9月12日より販売を取りやめるとともに、同10月10日より当社ホームページや新聞紙面を通じてお知らせし、商品の自主回収、返金の対応を行っております。

お客様、株主様をはじめとする当社のステークホルダーの皆様にご心配ご迷惑をおかけしましたことを、改めて深くお詫び申し上げます。

IR情報に関するお問い合わせ先

経営開発本部 IR部
Phone 03-5785-6637

IR情報サイト
<http://www.united-arrows.co.jp/ir/index.html>

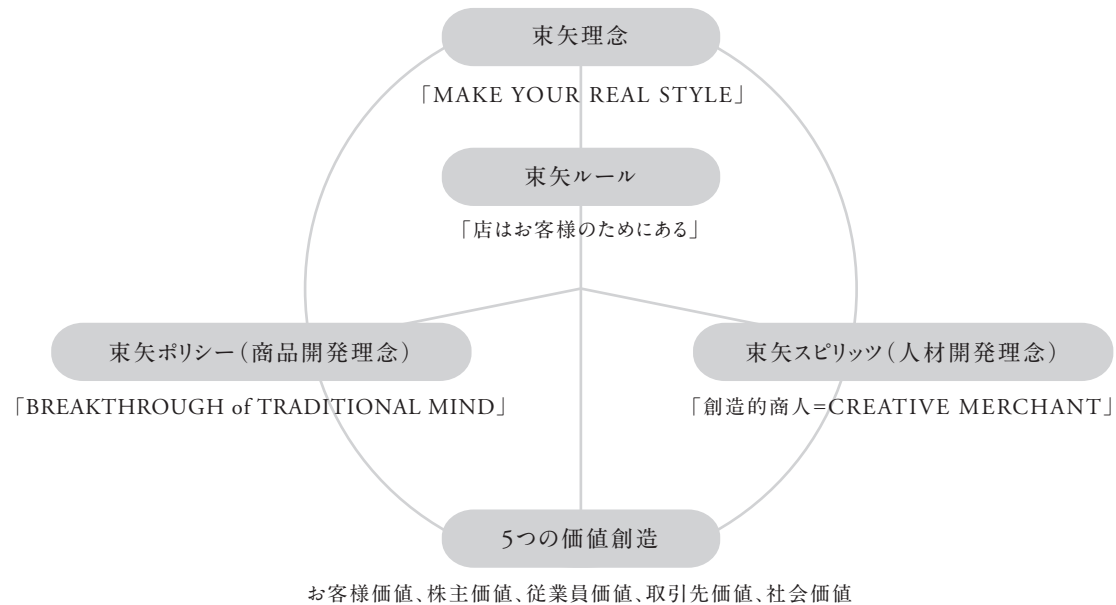
VOC
FREE TM&K

東矢通信は、VOC(揮発性有機化合物)を含まないインクを使用しております。

「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。

理念体系



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:東ねた (UNITED) 矢 (ARROWS) …ユニテッドアローズの通称