

東矢通信

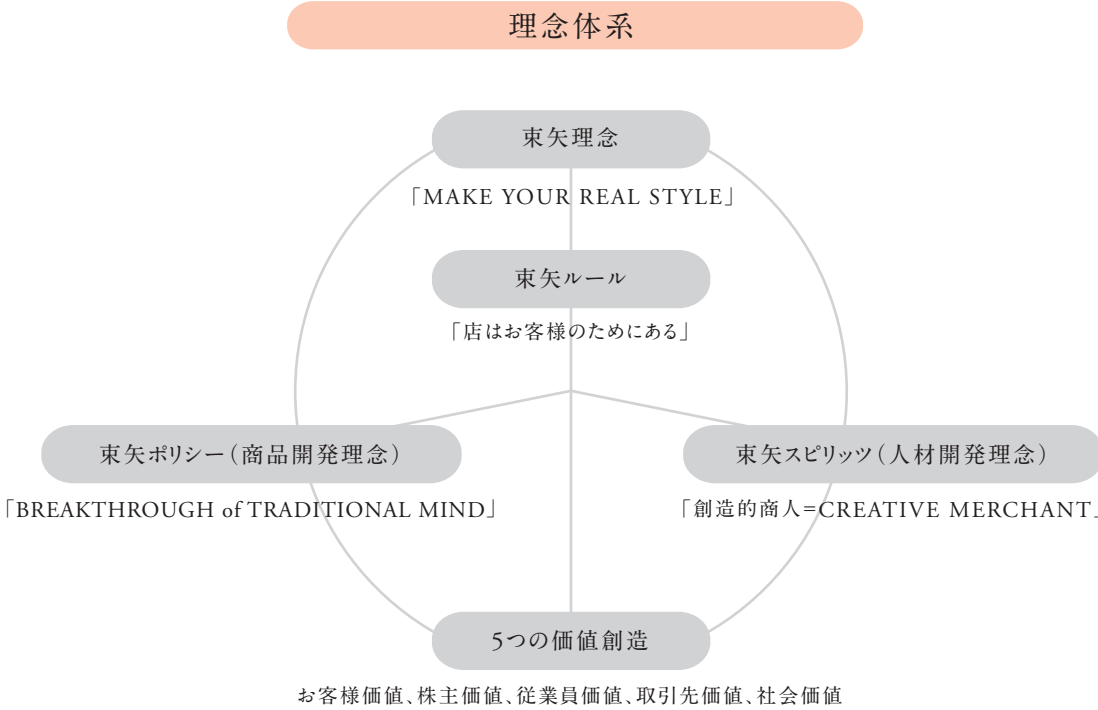
TABAYA TSUSHIN Vol.18
2008.4.1~2008.9.30



UNITED ARROWS LTD.

「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、変わらず抱い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

東矢通信 vol.18

CONTENTS

- 01 2009年3月期第2四半期連結決算のポイント
- 02 To Our Shareholders
- 03 Interview with the President
- 05 特集:新子会社紹介「ペレニアル ユナイテッドアローズ」「コーエン」
- 07 Business News
- 11 連結財務諸表
- 13 Interview「栗野 宏文×宮尾 典之 (GLR ウィメンズ商品部部長)」
- 15 株式データ・会社概要・役員一覧
- 16 株主様アンケート

2009年3月期第2四半期連結決算のポイント

売上高 36,669百万円 (前期比:115.8% 計画比:97.6%)

(株)ユナイテッドアローズ 既存店売上高前期比 96.7%

10店舗の新規出店、アウトレット店舗や通販チャネルによる売上の伸長等により、売上高は前期比115.8%の36,669百万円となりました。

売上総利益 18,672百万円 (前期比:113.4% 計画比:95.6%)

売上総利益は前期比113.4%の18,672百万円となりましたが、アウトレット店舗による売上構成比の上昇により、売上総利益率は前期比△1.1%の50.9%となりました。

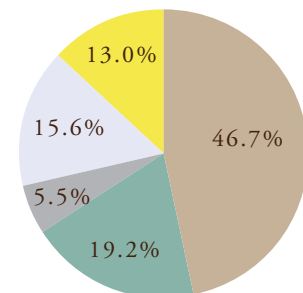
経常利益 863百万円 (前期比:55.1% 計画比:125.3%)

人件費、賃借料、連結子会社設立および出店に向けた準備費用等の増加により、販管費及び一般管理費が前期比119.2%の17,818百万円となり、その結果経常利益は前期比55.1%の863百万円となりました。一方、店舗修繕費、備品費等の販管費の削減により、計画比では125.3%となりました。

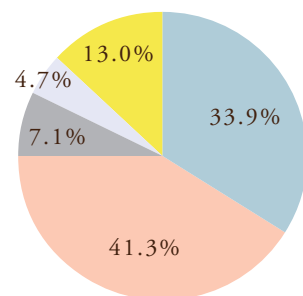
四半期純利益 165百万円 (前期比:7.5% 計画比:410.5%)

前期に営業用土地・建物の一部を売却し、その売却益2,538百万円を特別利益に計上していたため、四半期純利益は前期比7.5%の165百万円となりました。

[業態別売上構成比グラフ]



[品目別売上構成比グラフ]



< 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。

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20期第2四半期(2008年4月1日~2008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

よろしく願い申し上げます。

2008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)





Interview

with the President

収益性を改善させつつ、
等身大の成長を目指します。

上半期を振り返って

昨年末からの米国サブプライムローン問題に端を発した世界規模の金融市場の混乱は、日本における消費者マインドを冷え込ませ、当社の属する衣料品小売業界においてもこの影響を少なからず受けたと考えます。このような経営環境の中、当社は売上高が期初の計画値に若干届かなかったものの、コストコントロール等により利益については当初の目標をクリアすることができました。

この上半期は、前期までの急速な拡大路線から着実な成長戦略へと大きく経営の舵を切り直し、それに沿った施策を実施しました。具体的には、前期下半期より開始したストアブランドの再編に伴う不採算店舗の退店を引き続き実施するとともに、新規出店数を大幅に抑制することで経営資源の集中を図ったほか、たな卸資産の効率改善に向け、消化率を軸とした商品調達等を実施しました。

これらの成果は第2四半期以降の既存店売上高前期比や第2四半期末のたな卸資産前年同期比等の数値に徐々

に表れ始めているものの、今後しばらく続くことが想定される消費環境の低迷に対し、さらなる企業体質の改善が必要と考えます。

下半期の取り組み

上半期は前述の通り期初の目標利益は達成したものの、売上総利益率の低下や販管費率の上昇等により、前年同期比では減益となりました。

下半期については、まず計画に沿った売上および売上総利益の確保により通期利益計画の達成を目指すとともに、来期の収益性改善に向けた準備を進めます。

通期計画達成のための取組み

まず、計画通りの売上達成に向け、以下の3点に注力します。

- ① OJTをメインとした販売力の継続強化と店頭付帯業務を軽減し販売に集中できる体制整備
- ② 店頭からの商品動向分析に基づいた欠品対策と新商品開発
- ③ CRM(カスタマーリレーションシップマネジメント)システムを活用した来店促進による買上率の向上

また、売上総利益の計画達成に向け、以下の2点に注力します。

1. 商品企画・計画精度向上によるプロパー(定価販売)消化率の向上、値引き販売構成比の低減および期末商品評価損の抑制
2. 商品力や鮮度に応じた適所(レギュラー店舗/アウトレット店舗)・適価での販売による商品換金率の向上

これらに加え、継続して全社レベルのコストコントロールを実施することで、通期利益の計画達成を狙います。

来期の収益性改善に向けた準備

① 不採算事業・店舗の早期見極めと撤退判断

前期下半期に第一弾の事業再編を実施しましたが、今後についても事業・店舗単位での収益性や成長性を定期的に

精査することで、収益事業へ優先的に経営資源を配分するとともに不採算事業・店舗の早期見極めと撤退を実行し、我々の強みである店頭を輝かせ、全社の収益性向上を図ります。

② 本部の適正化による収益性の向上

過去数年間の当社のコスト構造を分析すると、特に本部人員および本部コストが急増しています。これは前期まで指向していた急速な成長路線に対応するためのものでした。

一方、成長速度を緩めて着実な収益性向上を目指す現在は、過度な体制であると言わざるを得ない状況です。下半期には本部各部門の業務内容をたな卸しし、本部・店舗の役割・ミッションを明確にした上で一定数の本部スタッフを店頭に再配置し、本部の適正化を図ります。

下半期から開始するこれらの取り組みにより、今期をボトムに収益性の改善を図ることで、中期的な目標である2011年3月期の過去最高益(2006年3月期:連結経常利益7,639百万円)更新を目指します。

夢と希望を提供し、 お客様と感動を共有できる企業を目指す

ファッションビジネスは一人ひとりのお客様に夢や希望を提供することで最高の笑顔と感謝をいただける尊い商売であると、私は思っています。

お客様と感動を共有するためには、販売現場と商品部門が密接に連携しながら新商品を開発し、常にお客様に安心感と高揚感を提供できる商品調達を実現するという商品面の進化と、多様化するお客様のご要望を素早く察知し、それを上回るご提案をするという販売面の努力が欠かせません。

ユナイテッドアローズグループは、これからも高感度ファッション専門店として店頭を光り輝かせ、お客様満足を追求することで、等身大で持続可能で漸進的な成長を果たしてまいりますと考えています。

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、何卒よろしくごお願い申し上げます。

代表取締役社長 岩城 哲哉

特集

新子会社紹介：

「ペレニアル ユナイテッドアローズ」 「コーエン」

ユナイテッドアローズグループは、「ペレニアル ユナイテッドアローズ」と「コーエン」の新子会社を立ち上げ、それぞれ「フランクウィーンセンス」、「コーエン」の新ブランドをスタートしました。これらの事業は、本体の(株)ユナイテッドアローズとは異なるビジネスモデルを持ち、これまでのUAグループにはなかった新たな展開を行います。今回の特集では、この新子会社2社をご紹介します。

FRANQUEENSENSE



(株)ペレニアル ユナイテッドアローズ

2007年8月に設立した(株)ペレニアル ユナイテッドアローズでは、既存のマーケットでは飽き足らない、こだわりのある大人の女性のためのブランド「フランクウィーンセンス」を展開します。「フランクウィーンセンス」は、大都市部の路面店や百貨店を中心に开店し、アパレル企業同様の商品企画・生産、在庫管理と、UAグループが持つ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。

「フランクウィーンセンス」店舗(2008年11月末日現在)：

青山本店、伊勢丹新宿店



フランクウィーンセンス(FRQ) 青山本店店長
浜中 さゆり

「オープンして間もない今は、1人でも多くの方にFRQを知っていただきたい、その魅力をお伝えしたいという思いでお客様に接しております。FRQはカラーバリエーションや素材感が特徴。今までにないアイテムでおしゃれにプラスすることができます」



(株)コーエン

2008年5月に設立した(株)コーエンでは、値頃感と高いファッション感度を両立させたメンズ・ウィメンズのカジュアルウェアブランド「コーエン」を展開します。「コーエン」は、主に準都市部および郊外の大規模商業施設に开店し、幅広い顧客層の獲得を目指します。昨年UAグループと資本・業務提携を行った三菱商事株式会社との生産・物流面等における協業により、高い生産性と収益性の実現を目指します。

「コーエン」店舗(2008年11月末日現在)：

イオンレイクタウンKAZE店、イオンモール武蔵村山ミュー店、国分寺エル店、イオンモール福岡クル店、イオンモール宮崎店、仙台泉パークタウンタビオ店、イオンモール神戸北店、イオンモール高岡店、イオンモール岡崎店、阪急西宮店、イオンモール榎原アルル店、イオンモール伊丹店、イオンモール草津店



コーエン イオンレイクタウンKAZE店店長
森田 龍一郎

「ブランド名の『コーエン』とは、居心地の良い『公園』や、『縁(エン)』を共有する『CO』に由来しています。温かみのある空間でお客様にお買い物を楽しんでいただくことはもちろん、スタッフもやりがいを持ってのびのびと仕事ができる環境作りを心がけています」



ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 船橋店



ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング アトレ上野店

■ ユナイテッドアローズ業態 (「ユナイテッドアローズ」、「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」)

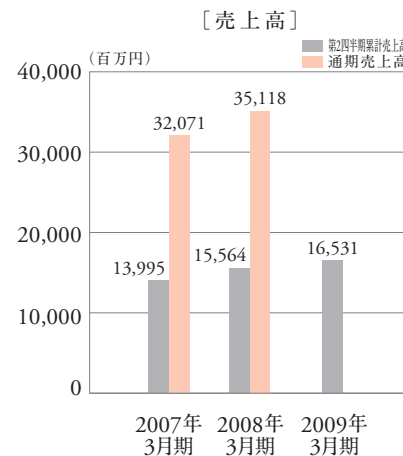
ユナイテッドアローズ業態では、ドレス軸の「ユナイテッドアローズ」とカジュアル軸の「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」とで独立した本部機能を設置し、より事業特性に応じた戦略の立案と実行を図る体制としました。

商品面では、最終的な消化率を意識した上で仕入・生産計画を立案し、週単位で消化率の進捗管理を行う取組を推進しました。その結果、前年同期と比較した売上の伸びに対し、進行シーズン在庫は大幅に削減されるなど、在庫運用効率が向上しました。一方で、それらの取組に対応するための企画・生産体制整備が遅れたために、特に春夏シーズンにおいて売れ筋商品の欠品など販売機会ロスにつながる要因も生じました。秋冬シーズンは、これらの体制の整備と店舗における商材構成の見直しを行うことなどにより、堅調なスタートを切っています。

売上の概況としては、メンズでは、ジャケット、ポロシャツ、ショートパンツ、ウィメンズではブラウス、チュニック、ワンピース、ブーツなどのヒットアイテムがあり、売上に寄与しました。

新店情報(2008年4月～9月)

- ユナイテッドアローズ(新) 渋谷公園通り店、札幌店
- ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 渋谷公園通り店、札幌店、船橋店、柏店



■ 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 リラクシング業態では、既存店の強化を第一のテーマに掲げ、商品面や販売面において様々な取組を行いました。

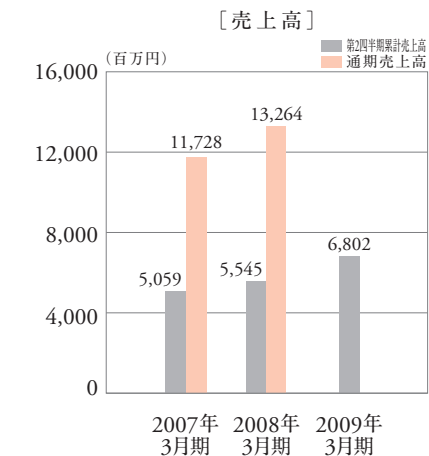
昨年からのMD改革を進めてきたウィメンズ部門では、商品の価格帯の見直しを行うとともに、店頭の商品揃えをこれまでの先物買いを意識した構成から、天候条件や「今すぐ着られるものが欲しい」というお客様の実需志向を考慮した構成に変更したことが功を奏し、業態をけん引する成長を遂げました。

販売面では、店舗運営力強化を目的としてエリアマネージャー制度を導入し、各店舗に対してよりきめ細かくサポートができる体制としました。また、販売力強化のために、他社との協同による販売インストラクターを一部の店舗に配置し、販売の現場で直接指導を受けることで、将来を見据えた人材育成への取組を実施しました。

売上の概況としては、メンズではジャケット、ショートパンツ、ウィメンズでは、半袖シャツ、レイングッズ、ブーツ等が好調に推移しました。

新店情報(2008年4月～9月)

- 札幌ステラプレイス店、ルミネ大宮店(改装オープン)





クロムハーツ トーキョー

■ クロムハーツ業態

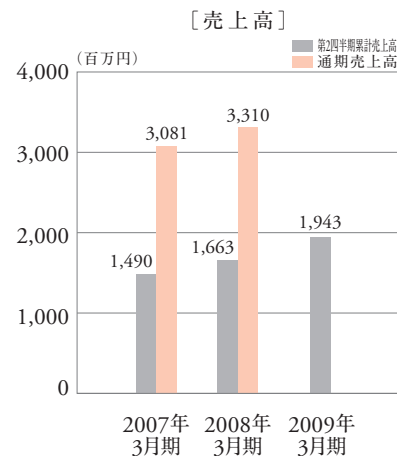
クロムハーツ業態では、ラグジュアリーブランド等の高額商品をめぐるマーケットの低迷傾向に加え、原材料費高騰に伴う販売価格の見直しが実施されるなど厳しい販売環境に置かれました。

そのような中で、4月にリニューアルオープンした旗艦店の「クロムハーツ トーキョー」では、従来のアクセサリや衣料品に加えて、文房具、キッチン用品、家具といった商材の拡充により、お客様のライフスタイル全般におけるご提案を積極的に行いました。また、販売促進活動として、店内にギャラリースペースを設置し、クロムハーツが日本での展開をスタートした1989年からの取り扱い商材や、設立者であるリチャード・スターク氏が実際に身につけた商材の展示等を行い、お客様からご好評をいただきました。

これらの取組みは、クロムハーツのブランドロイヤルティ向上とともに、既存顧客様によるお買い上げ拡大や新たなお客様層の開拓に着実に繋がっています。

新店情報(2008年4月～9月)

- クロムハーツ トーキョー(改装オープン)



オデット エ オディール 六本木ヒルズ店



ドロワー 丸の内店

■ S.B.U. 及びUAラボ

(「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」「ドロワー」「サウンド・グッド」「キャス・キッドソン」「時らず」「リカー、ウーマン&ティアーズ」)

S.B.U. 及びUAラボでは、「女性が輝く、セクシーで上品でキュートなワードローブを提案する」をコンセプトとする「ジュエルチェンジズ」が期を通して非常に好調に推移しました。細かい商品動向の分析と短サイクルでの商品供給体制を背景に、「ジュエルチェンジズ」独自の目線でトレンドをとらえた商品等がお客様から高いご支持をいただきました。その他、英国生まれのインテリア・雑貨を取り扱う「キャス・キッドソン」が引き続き幅広い層のお客様から人気を集め、好調を継続しています。

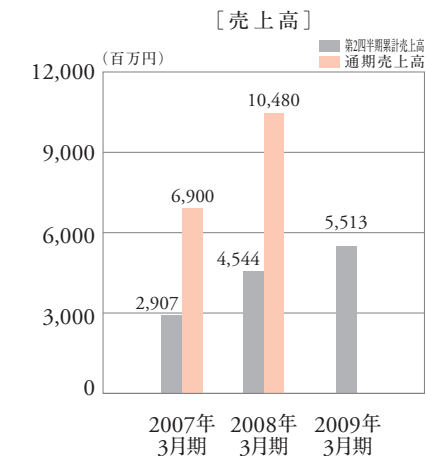
新店情報(2008年4月～9月)

- ドロワー 丸の内店 ■ オデット エ オディール 六本木ヒルズ店、仙台店
- サウンド・グッド 渋谷公園通り店 ■ オデット エ オディール 札幌店(改装オープン)

連結子会社の概況(3社: フィーゴ、ベレニアル ユナイテッドアローズ、コーエン)

(株)フィーゴでは、イタリア製バッグと革小物のブランド「フェリージ」が、景況感の影響を受けてやや伸び悩みました。しかしながら、オープンから2年目を迎えた名古屋店をはじめとする一部の店舗や卸部門は堅調に推移しました。商品動向としては、定番のトートバッグ、ショルダーバッグや財布等の革小物が好調でした。

(株)ベレニアル ユナイテッドアローズでは「フランクウィーンセンス」、(株)コーエンでは「コーエン」の新ブランドの出店準備を行いました。この2つの子会社に関する詳細は、5ページの特集をご覧ください。



連結財務諸表

連結貸借対照表（要約）

（単位：百万円）

	2008年3月期第2四半期末 (2007年9月30日現在)	2009年3月期第2四半期末 (2008年9月30日現在)	2008年3月期末 (2008年3月31日現在)
（資産の部）			
流動資産	27,887	28,614	27,283
固定資産	15,674	17,423	16,078
有形固定資産	6,609	8,081	6,739
無形固定資産	2,845	2,775	2,938
投資その他の資産	6,219	6,566	6,400
資産合計	43,561	46,037	43,362
（負債の部）			
流動負債	18,931	23,687	20,140
固定負債	2,040	93	510
負債合計	20,971	23,781	20,650
（純資産の部）			
資本金	3,030	3,030	3,030
資本剰余金	4,480	4,095	4,458
利益剰余金	22,576	16,084	23,721
自己株式	△7,487	△909	△8,441
株主資本合計	22,599	22,300	22,768
評価・換算差額等合計	△10	△44	△56
純資産合計	22,589	22,256	22,711
負債・純資産合計	43,561	46,037	43,362

連結貸借対照表のポイント

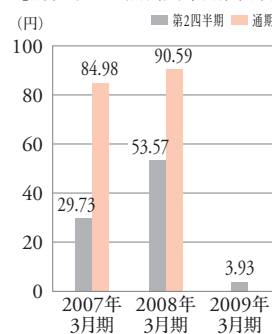
総資産は前連結会計年度末比106.2%の46,037百万円
商品2,063百万円、原材料59百万円の増加、現金及び預金414百万円、未収入金342百万円等の減少により、流動資産は、前連結会計年度末比104.9%の28,614百万円となりました。また、建物及び構築物1,063百万円、差入保証金235百万円等の増加により、固定資産は、同108.4%の17,423百万円となりました。

負債は前連結会計年度末比115.2%の23,781百万円
支払手形及び買掛金1,686百万円、短期借入金4,970百万円、賞与引当金101百万円等の増加、未払法人税等1,495百万円、1年内返済予定の長期借入金1,461百万円等の減少により、流動負債は、前連結会計年度末比117.6%の23,687百万円となりました。また、固定負債は、長期借入金349百万円等の減少により、同18.3%の93百万円となりました。

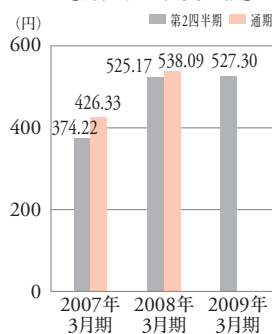
純資産は前連結会計年度末比98.0%の22,256百万円

自己株式の消却により、自己株式7,531百万円、資本剰余金362百万円、利益剰余金7,169百万円がそれぞれ減少し、四半期純利益により利益剰余金が165百万円増加した一方、配当金の支払により633百万円減少し、繰延ヘッジ損益が12百万円増加しました。

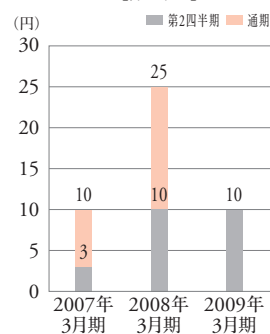
〔1株当たり当期(四半期)純利益〕



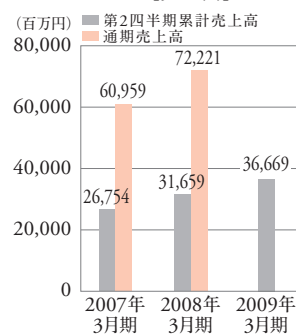
〔1株当たり純資産額〕



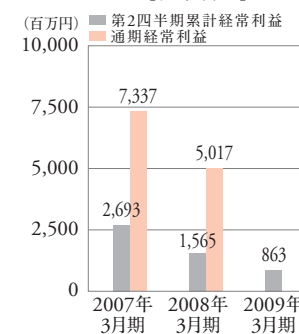
〔配当金〕



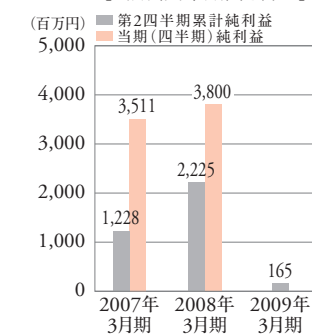
〔売上高〕



〔経常利益〕



〔当期(四半期)純利益〕



連結損益計算書（要約）

（単位：百万円）

	2008年3月期第2四半期累計 (2007年4月1日から 2007年9月30日まで)	2009年3月期第2四半期累計 (2008年4月1日から 2008年9月30日まで)	2008年3月期 (2007年4月1日から 2008年3月31日まで)
売上高	31,659	36,669	72,221
売上原価	15,189	17,996	35,330
売上総利益	16,470	18,672	36,891
販売費及び一般管理費	14,945	17,818	31,960
営業利益	1,524	854	4,930
営業外収益	129	67	234
営業外費用	88	58	147
経常利益	1,565	863	5,017
特別利益	2,602	0	2,602
特別損失	247	220	803
税金等調整前当期(四半期)純利益	3,920	643	6,815
法人税、住民税及び事業税	1,876	379	3,458
法人税等調整額	△180	98	△442
当期(四半期)純利益	2,225	165	3,800

※連結損益計算書のポイントは、1ページの「2009年3月期第2四半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）

	2008年3月期第2四半期累計 (2007年4月1日から 2007年9月30日まで)	2009年3月期第2四半期累計 (2008年4月1日から 2008年9月30日まで)	2008年3月期 (2007年4月1日から 2008年3月31日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	△875	△503	456
投資活動によるキャッシュ・フロー	1,084	△2,449	△946
財務活動によるキャッシュ・フロー	△87	2,532	493
現金及び現金同等物の期末(四半期末)残高	3,092	2,554	2,975

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△503百万円
営業活動に伴う収入の主な内訳は、税金等調整前四半期純利益643百万円、減価償却費578百万円および仕入債務の増加額1,686百万円であり、支出の主な内訳は、たな卸資産の増加額2,123百万円および法人税等の支払額1,930百万円です。

投資活動によるキャッシュ・フローは△2,449百万円
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1,948百万円および差入保証金の増加235百万円です。

財務活動によるキャッシュ・フローは2,532百万円
財務活動に伴う収入の主な内訳は、短期借入金の純増加額4,970百万円であり、支出の主な内訳は、長期借入金の返済による支出1,810百万円、配当金の支払額627百万円です。

Interview vol.2

栗野 宏文 × 宮尾 典之 (ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング ウィメンズ商品部部长)

商品企画に携わるスタッフと彼らのアドバイザー的存在である栗野 宏文が対談するこのコーナー。今回は、今春以来好調を継続するGLRウィメンズ商品部門を指揮する宮尾 典之が登場します。日頃の取組みに加え、1998年8月のデビューから10周年を迎えたGLRの魅力について語り合いました。



profile

栗野 宏文(くりの ひろふみ)

麻鈴屋、麻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。

宮尾 典之(みやお のりゆき)

アパレル等数社で主にウィメンズ商品部門のマーチャンダイザーや営業等の経験を積んだ後、2007年6月に当社へ入社。以後、GLRウィメンズ商品部部长として、シーズン戦略方針・商品政策、商品業務プロセスの決定等を行う。高校時代、ラグビー部に所属しウイングとして活躍していたことに例えて、「プレイングマネージャーが本分」。

皆での確認作業から始まった意識改革

栗野 宮尾さんは入社されて1年半くらい経ちましたが、入る前と後で感じた一番大きな違いは何ですか。

宮尾 会社が好きでブランドが好きで、という人がとても多いこと。そこに感動した。素直にすごいなと思いました。

栗野 嬉しいですね。僕らにとってはそれが当たり前と思っていましたが、絶対的な強みでもありますね。逆にネガティブ要因は。

宮尾 良い意味で会社を愛している人が多くて、物事に取り組むときにマインドが先行になりがち。大事なことでもあります。ハートとそろばんのバランスを取るということも必要かと。

栗野 GLRのウィメンズ商品部長として取り組んできたポイントは。

宮尾 確認する場や決まりを作ったことです。改めて皆で考え、精査する場を作り、決定プロセスの重要性を認識したところが大きかった。決まりがなく、役割等が不明確なまま商品が店頭で並ぶので、何がどう出るというのが各担当者にしかわからず、まとまりもない。これは極端な事例ですけど、以前はそういうことがあった。今はたまたまトレンドを当てたとかモノが良かったとかというだけでなく、例えば会議の進め方など、物事に取り組む力、結果を出すための基礎体力が向上していると思います。昨年は秋冬シーズンの結果が良くなかったので、メンバーのモチベーションも良くなかった。それが、今年の春夏で結果が出てきたことによって、みんな自信がついてきた。自信があるとなんかではできないことは違う。新しい発想があれば、それが実践しやすいように盛り立て、自信を持たせてあげるべく「背中を押して」あげることが重要だと思っています。

GLR10周年を迎えて思うこと

栗野 GLRの強みとはどんなことだと思いますか。

宮尾 お客様が構えなくてもお店に入れる敷居の低さ。「このツラ(見た目、



2008年初秋、「服好きの私たちの気持ちを大事にしたい」をテーマに10周年記念商品を発売しました。デザインを社内公募し意見を出し合うことで、今のGLRウィメンズを表現するのにもっともふさわしい商品をそろえました。

Be happy
10周年
UNITED ARROWS
green label relaxing

品質)でこの価格!という商品。これがGLRなんだという価値観に共感した上でお買い物いただけるファッション感が強み。これがないとGLRじゃない。

栗野 実は、だから「リラクシング」なんです。10年前GLRを立ち上げる時、ネーミングの「リラクシング」にこだわった。1998年当時、これからの時代に大事なものは人の心だから、くつろいでファッションを享受できるようにしたいから、「リラクシング」ははずせない。ファッションとは、夢を売るビジネスですから。ハッピー感を感じることができる服はありそうでない。買い物するという行為自体、今は通販という手段も当たり前になっているけれど、一方で子供服もマタニティも雑貨もあって、一家で買い物にいくという、モノを買うだけでないイベントにGLRが関わることができれば嬉しいです。

宮尾 GLRには、メンズとウィメンズに加えて、子供服とマタニティと雑貨があるのですが、ウィメンズ商品売場から子供服が見えるそのバランスが最高。切り離すことができない。

栗野 メンズとウィメンズだけならファッション。子供服と雑貨が加わることでライフスタイルになる。提供しているものがファッションかトレンドかそれともライフスタイルなのか、そこで分かりますね。最後に、今後の課題は何ですか。

宮尾 来年に向けてどう戦っていくかですね。今と同じことをやっているでは勝てない。組織としての基礎体力は確実に上がってきているので、さらに卓越したものを。人が成長しているのを見るのは楽しいですね。

10th anniversary

green label relaxing



※掲載商品の中には、すでに販売を終了したものもございます。あらかじめ御了承くださいますようお願い申し上げます。

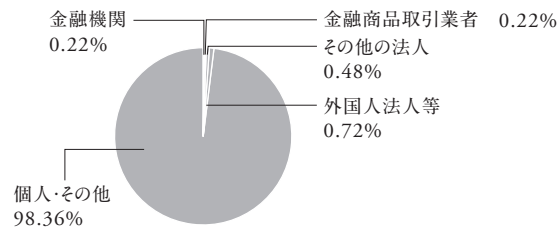
株式会社データ (2008年9月30日現在)

株主総数	14,928名
発行可能株式総数	190,800,000株
※発行済株式の総数	42,800,000株

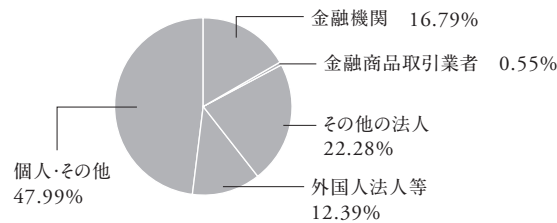
大株主

株主名	持株数	発行済株式総数に対する 所有株式数の割合 (%)
株式会社イーエム・プランニング	7,616,900	17.79
重松理	4,106,300	9.59
栗野宏文	2,251,100	5.25
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	2,222,100	5.19
岩城哲哉	2,091,300	4.88
水野谷弘一	2,087,500	4.87
畑崎廣敏	2,000,000	4.67
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	1,682,000	3.92
三菱商事株式会社	1,627,700	3.80
ジュニパー(常任代理人 株式会社 三菱東京UFJ銀行)	1,020,400	2.38

●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。そのうち591,690株を自己株式として保有しております。

会社概要 (2008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	※2,580名(アルバイト 192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7月1日現在)

代表取締役会長	重松理	上席執行役員	竹田光広
代表取締役社長	岩城哲哉	上席執行役員	佐川八洋
取締役兼常務執行役員	人見輝	上席執行役員	板谷大作
取締役兼常務執行役員	加藤英毅	執行役員	齋藤秀彦
取締役兼常務執行役員	小泉正己	常勤監査役	西脇良作
上席執行役員	東浩之	常勤監査役	中島由香里
上席執行役員	大田直輝	監査役	山川善之
上席執行役員	藤澤光徳	監査役	橋岡宏成

展開ブランド一覧 (2008年9月30日現在143店舗)

ユナイテッドアローズ	14店舗
ユナイテッドアローズ(新)	11店舗
ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ	12店舗
ザソブリンハウス	1店舗
ディストリクト ユナイテッドアローズ	1店舗
ユナイテッドアローズグリーンレーベルリラクシング	36店舗
クロムハーツ	5店舗
アナザーエディション	13店舗
ジュエルチェンジズ	5店舗
オデット エオディール ユナイテッドアローズ	17店舗
ドゥローワー	5店舗
サウンドズグッド	3店舗
キャス・キッドソン	2店舗
時しらず	4店舗
リカー、ウーマン&ティアーズ	1店舗

ユナイテッドアローズ アウトレット 13店舗

連結子会社

- (株) フィーゴ
- (株) ベレニアル ユナイテッドアローズ
- (株) コーエン

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 2009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、賞品発送の時期は2009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、お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/>



株券電子化に関するお知らせ

2009年1月を目標に上場会社の株券電子化が実施されます。株券をお手元にお持ちの方の名義書換、単元未満株式の買取請求・買増請求の各種手続きについては、株主名簿管理人である三菱UFJ信託銀行株式会社までご連絡をお願い申し上げます。

なお、すでに「証券保管振替機構(ほふり)」をご利用の株主様による各種ご照会・お手続きは、お取引口座のある金融商品取引業者(証券会社)までお願い申し上げます。

株主メモ

事業年度	4月1日～翌年3月31日	(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)
期末配当金 受領株主確定日	3月31日	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
(中間配当を行う場合)	9月30日	公告方法	電子公告
定時株主総会	6月		※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。
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		

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>



東矢通信の本文は、VOC(揮発性有機化合物)を含まないインクを使用して印刷しております。