

二〇一〇年四月一日〜二〇一〇年九月三十日



# 東 矢 通 信

たばやつうしん

第二十二卷



UNITED ARROWS LTD.

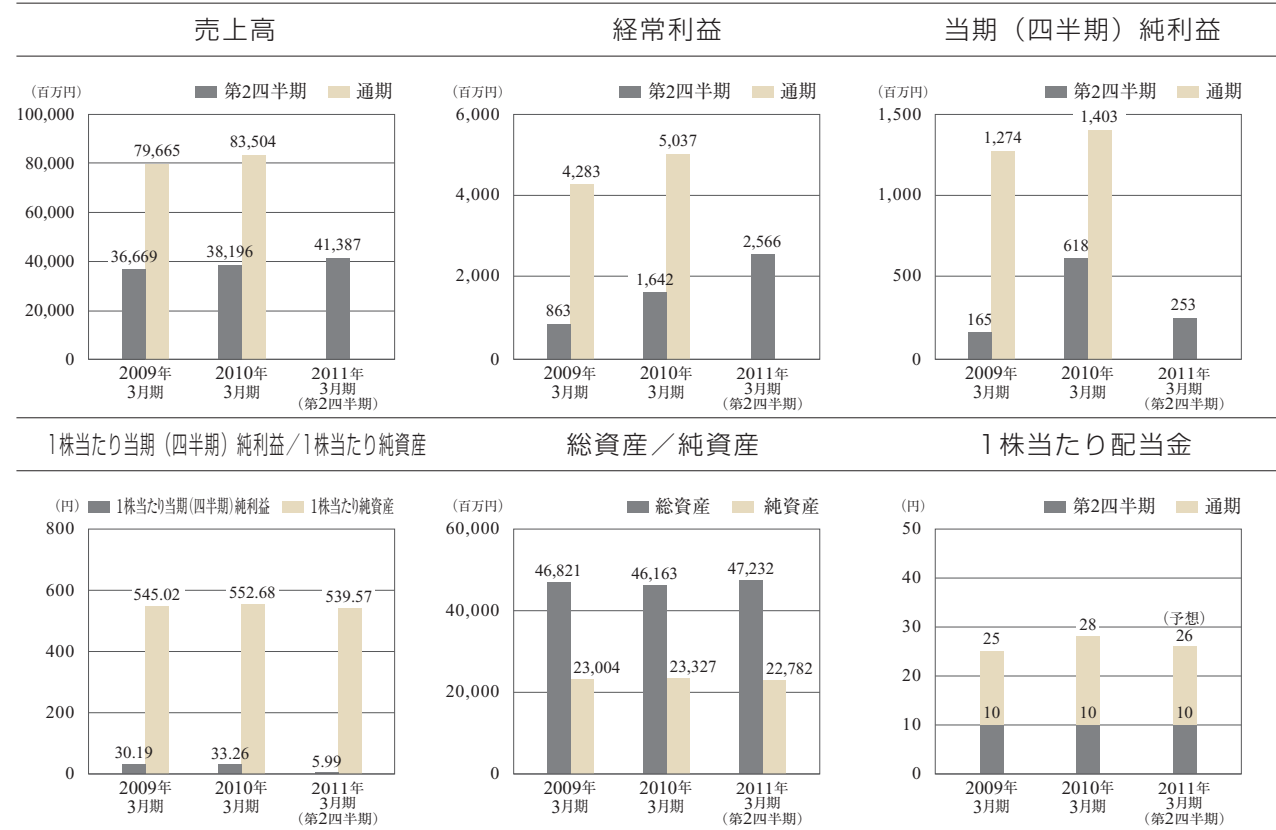
# 東矢通信

第二十二巻

## CONTENTS

- 01 財務ハイライト
- 02 社長インタビュー
- 05 特集 新チャネル戦略第1弾「ジェアポートストア ユナイテッドアローズ」
- 07 ビジネスニュース
- 11 連結財務諸表
- 13 トピックス
- 14 株主の皆様へアンケートご協力をお願い
- 15 株式データ

# 財務ハイライト



## <将来予測に関する記述についての注意事項>

当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さまざまな要因により、記述されている業績予想とは異なる可能性がありますことをご承知おきください。



内部要因の改善により、売上・利益面での回復が順調に進んでいます  
新チャネル事業戦略の推進として、空港への出店、フランチャイズ展開などに着手しました

Q、再成長への足場固めと位置付けた今期ですが、前半を終えての成果を教えてください。

MDバランスの修正と商品プラットフォーム活用が進む

今期はこれまでの内部要因が改善し、MDバランスを修正することができました。その結果、上半期および通期の売上高、利益の各予想を上方修正することができました。これは商品・販売部門の連携が強まり、お客様に満足いただける商品が提供できたのと同時に、ムダのない商品投入と消化促進が進んだためです。

ネット通販が好調を維持していますが、今後の展開はなかなか予測が難しく、近いうちに転換期があるのではと考えています。これまではファッションに特化した通販サイトに来店してまい

りましたが、それ以外の大手通販企業もファッション関連に力を入れてきており、影響が出てくることを想定しています。そこで、上半期は通販大手である「アマゾン」へ出店し、ネット通販の環境変化に対し先手を打ちました。

今期の成長エンジンと位置付けた「グリーンレーベル リラッキング」業態については、既存店売上高が向上し、新店も好調に推移しています。もう一つの成長エンジンである、子会社の株式会社コーエンが運営する「コーエン」は商品が改善され、順調に売上を伸ばしています。

利益面では商品プラットフォーム(※)の活用により、商品数を減らしつつ売上を保ち、プロパー消化率を高めることができました。結果、売上高は修正計画に若干未達でしたが、修正計画通りの利益水準を達成することができました。

Q、7月には空港へ出店するなど新しい試みがみられましたが、下半期はどういう取り組みを予定していますか？

当社のブランド価値を広げていく時期と判断

下半期では、中期事業戦略の推進として「新チャンネル戦略」をさらに推し進めます。当社創業から10年間は路面店を中心にした出店を行い、ファッションへの購買意識の高い、極めて限られたお客様へのアプローチに限定していました。それから10年が経ち、株式公開のタイミングでファッションビルへの出店を強化し、お客様との接点を広げる方向に切り替えました。さらに近年ではネット通販の可能性が広がっています。そして創業から20年が経過した現在、当社も知名度とブランド力がつき、このブランド価値をより多くの方に伝えていくタイミングではないかという考えに至りました。今後は、当社の強靱なブランド力を背景に、新チャンネルでお客様との接点

を増やし、売上を拡大してまいります。空港への出店を機に、テレビショッピングの展開、駅ナカ、高速道路のサービスエリアへの進出など、これまで出店していなかったチャンネルに販路を広げます。

初めてのチャンネルとなる空港店舗は、雑貨が売れるという仮説のもと、ユナイテッドアローズグループが展開する複数のストアブランドからセレクトした商品と、空港限定のオリジナル商品を編集した品ぞろえでスタートしました。

しかし、オープン後の状況から、当初の想定以上に衣料品が売れるということがわかりました。店舗規模やチャンネルを問わず、お客様が当社に求めているものはやはり衣料品なのだろうか、と今は考え始めています。空港店舗の成果は、新チャンネル戦略のMD展開における貴重な参考材料として生かしてまいります。

### 「新チャンネル戦略」などを軸とする中期事業戦略の方向性

戦略	目的	チャンネル拡大	出店形態の多様化	実績 および 進捗
チャンネル戦略		空港・高速道路SA・駅ナカ	業態横断クロスセル型店舗	空港への出店開始 / 7月
		百貨店		事業ごとに出店検討中
		ネット通販の強化		大型プロモーションの実施 / 9月
		テレビ通販		「ショッピングチャンネル」へ進出 / 11月
ブランド・エクイティ 増殖戦略		ライフスタイル型ライセンス事業		準備室の立ち上げ / 10月
		フランチャイズ店舗		ビューティ&ユース 金沢店 出店 / 9月
		海外進出		香港で卸による店舗展開 / 9月

Q、空港以外のチャンネル展開はいかがですか？

テレビショッピング、フランチャイズ、海外展開、広がる可能性

空港以外のチャンネルでは、テレビ通販「ショッピングチャンネル」で「ユナイテッドアローズ」業態ウィメンズ商品の展開が始まりました。11月に第1回の放送を終え、第2回が12月15日に放送される予定です。テレビ通販でどこまで当社のビジョンが描けるか、非常に期待しています。近くに店舗がないお客様にとって、テレビ通販で購入できるという選択肢は価値あるものになると考えています。石川県金沢市には「ビューティ&ユース」事業のフラ



ジェアポートストア ユナイテッドアローズ 成田空港第2ターミナル店



オンラインストア開設1周年で大型プロモーションを実施

Q、最後に株主の皆様へのメッセージがあればお願いします

新しい戦略へのシフトが株主の皆様の価値へ

株主の皆様には、当社が顧客接点を広げる戦略にシフトしていることを充分ご理解いただきたいと思います。当社のブランド力を確保しつつ、数多くのお客様に喜んでいただく環境を作ることで、最終的には株主の皆様にも良い影響、良い成果につながっていくものと考えております。引き続き当社の経営方針をご理解いただき、変わらぬご支援を賜りますよう、よろしく願い申し上げます。

2010年12月

代表取締役 社長執行役員 重松 理



※商品プラットフォーム

商品の調達、生産から店頭投入、消化までを可視化し、統一の帳票、指標のもとで管理する仕組みのこと。プラットフォームの整備により、仕入れのムダが軽減し、高い在庫消化率、換金率を実現することで、売上総利益率やキャッシュ・フローといった指標の改善につながる。





## THE AIRPORT STORE UNITED ARROWS LTD.

### 新チャネル戦略第1弾「THE AIRPORT STORE UNITED ARROWS LTD.」

当社は中期事業戦略の方向性として「新チャネル戦略」を掲げています。これまで出店していなかったチャネルにも積極的に目を向け、顧客接点を拡大させていくことが目的で、空港や高速道路のサービスエリア、駅ナカなどの交通施設への出店、ネット通販の拡大、テレビショッピングの開始、さらには海外出店の準備も進めています。今回の特集ではその第1弾となる空港への出店、「ジ エアポート ストア ユナイテッドアローズ」(以下、空港店舗)をご案内します。

#### ● 空港店舗の概要

2010年7月、当社初となる空港店舗を成田空港、羽田空港に出店しました。成田空港は年間3,700万人、羽田空港は年間5,400万人(国際線ターミナル新設後の予想値)もの乗降客があり、非常に注目されているチャネルです。これらの店舗では当社グループのさまざまなブランドからトラベル、ビジネス、デイリー、ギフトのテーマで商品を厳選し、そこに空港限定のオリジナルブランドを加えた品ぞろえて、ウェアから服飾雑貨、コスメにいたるまで、お客様の楽しい旅のお手伝いをしています。各ブランドの商品をシーン別に編集して販売するという手法は当社としては初

めの試みで、今後の新チャネル戦略のモデルケースとしての役割も期待されています。ビジネス客からレジャー、ファミリー層まで幅広いお客様層にご来店いただき、時間に余裕を持って空港に来られ、ゆっくりお買物をされる方もみられます。旅に出る前のお客様は購入意欲が高く、比較的高額なものを即決で購入される方も目立っています。すでに当社のことをご存知で来店いただく方もいれば、空港店舗が当社初体験となる方も多くいらっしゃいます。また空港従業員の方々のお買い上げが多いことも特徴の一つです。



#### ● 空港店舗の売れ筋商品

空港店舗では帽子、サングラス、ソックス、ハンカチ、ハンドクリームなど、旅の前にちょっと買い足しておきたい雑貨類が好調です。バッグ類の人气が高く、フェリージやリモワなどのブランド品もコンスタントにお買い上げいただいております。お手持ちの荷物を入れ替えて、そのまま新しいバッグで旅に出られる方もいらっしゃいます。ウェア類では空港内、機内で着用されるパーカー、カーディガンといった羽織物やストールなど、エアコン対策の需要が目立ちます。空港限定のアイテムが人気で、数種類準備した空港限定モンキーストラップをセットで購入したり、お土産用に多数まとめ買いされるケースが目立つほか、空港限定のノートも安定的に売れています。

#### ● 空港店舗で気をつけていること

羽田空港第2ターミナル店 店長 毎熊 翔太 (まいぐま しょうた) / 平成20年新卒入社3年目

私自身アウトレット店舗から異動してきたため、定価で商品を販売するのは初めての経験です。アウトレットには購買意欲の高いお客様が来店され、さらに割引という特典があるのですが、空港の場合、時間つぶしに来店されたり、フラッと立ち寄られる方も多く、お客様の意識が異なります。しかも出発前という制約された時間内での接客販売のため、いかに短時間で納得してお買い上げいただくかが課題です。接客の始めに「お時間は大丈夫ですか?」と一言お声掛けするなど、常にお客様の状況を把握するようにしています。また大切な旅行前にお買い上げいただく商品ですので、不備があってはお客様の旅行そのものを台無しにしてしまいます。販売前の検品なども、これまで以上に念入りに行うよう、メンバーにも共有しています。



ユナイテッドアローズ アウトレット南大沢店の販売員から、空港店舗の店長に抜擢される。

#### THE AIRPORT STORE UNITED ARROWS LTD.

成田空港第2ターミナル店

〒282-0004 千葉県成田市成田国際空港  
第2旅客ターミナルビル 本館 4F  
Phone 0476-32-0777 [営業時間] 8:00-20:00

#### THE AIRPORT STORE UNITED ARROWS LTD.

羽田空港第2ターミナル店

〒144-0041 東京都大田区羽田空港3-4-2  
第2旅客ターミナルビル マーケットプレイス 3F  
Phone 03-5708-7523 [営業時間] 9:00-19:30

# Business News

2010.04-2010.09

## UNITED ARROWS

ユナイテッドアローズ [UA] 業態 / 「ユナイテッドアローズ」

ドレス商材を軸とする「ユナイテッドアローズ」では、商品企画の段階において、店頭で得たお客様の声や販売部門の意見を商品に反映させる取り組みを強化することにより、オリジナル企画商品の強化を図りました。一方、仕入ブランドについても、それぞれの人気や存在感を見極め、取扱いを精査することで、セレクトショップとしての面白さ、お買い物の楽しさに磨きをかけました。4月には旗艦店である原宿本店メンズ館が改装オープンしました。新しいコンセプトのもとでMD編集を再構築するとともに、さまざまなカルチャーイベントを行い、音楽等ファッションと密接なカルチャーの魅力を伝える情報発信拠点の役割を強化することで、「物を買うための場」だけでなく「人が集う場」を提供しています。



KOZO TAKAYAMA

原宿本店 メンズ館  
「ユナイテッドアローズ&サンズ」

「ユナイテッドアローズ」2010年秋冬シーズンビジュアルより引用

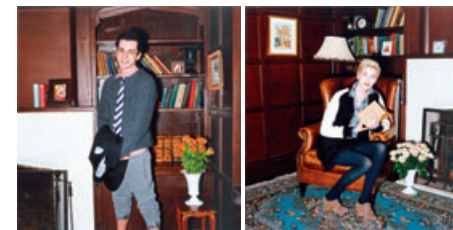
## BEAUTY & YOUTH UNITED ARROWS

ユナイテッドアローズ [UA] 業態 / 「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」

カジュアル商材を軸とする「ビューティ&ユース」では、シーズン前にオンラインショップ上で先行受注会を実施し、同時にテストマーケティングを行いました。好反応を得たアイテムについては企画の微修正や在庫量を調整することで、本格展開後のヒット率を高めました。販促面では、販売強化アイテムを、雑誌、テレビ番組(※)、ウェブサイト等で積極的にPRし、効果的な販売促進につなげました。

UA業態は、これらの取り組みにより、高価格でも確かな価値のあるモノを求めるお客様の心をとらえ、販売好調を継続することができました。

ビジネスユニット売上高前年同期比 106.4% 小売+通販既存店売上高前年同期比 104.2%



2010年秋冬シーズンビジュアルより引用

## UNITED ARROWS green label relaxing

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では、商品・販売・販促部門の連携を深め、販売強化アイテムを設定し、集中的にメディアに打ち出す販促活動を積極的に行いました。新聞折込広告、雑誌、テレビ番組(※)、ウェブサイトのほか、駅広告、電車中吊り広告等を実施した結果、特にウイメンズ部門で大きな成果を残し、ワンピース、ジャケット、シャツ等のヒットアイテムを創出しました。一時的に需要が伸び悩む季節の端境期対策として、8月にスーツの下取りキャンペーンや有名デザイナーとのコラボ商品を展開することで、お客様の来店と購買意欲を喚起し、売上を底上げする取り組みを行いました。

ビジネスユニット売上高前年同期比 110.3% 小売+通販既存店売上高前年同期比 105.2%

有名デザイナーとのコラボ商品を展開する  
「ディア・ゲストプロジェクト」の商品広告

(※)「ビューティ&ユース」「グリーンレーベル リラクシング」は、テレビ番組「キセカエ」を提供しています。詳細は13ページの「トピックス」をご覧ください。



## CHROME HEARTS

### クロムハーツ[CH]業態

CHでは、4月に6店舗目となる「クロムハーツ ギンザ」をオープンしました。専門フロアを設置して展開したアイウェアや、「ギンザ」限定のチョコレートが好評を博し、大きな話題を呼びました。「ギンザ」へ注目が集まったことで、東京都内既存2店舗の売上や客数がやや弱含む傾向にありましたが、3店舗の店長が定期的に情報交換をすることで、各店舗の強みを自店舗に生かす等の取り組みを行っています。アイテムの動向としては、主軸のシルバー、ウォレット、バッグのほか、アウター、シャツ、ボトムス等の布帛商品や、新展開のウェディングリング等が好調でした。



2010年秋冬シーズンビジュアルより引用

ビジネスユニット売上高前年同期比 115.0% 小売既存店売上高前年同期比 94.1%

## S.B.U. および UAラボ

### スモール ビジネス ユニット および ユナイテッドアローズ ラボ

ウイメンズの靴と服飾雑貨を取扱う「オデット エ オディール」では、盛夏時期のサンダルや、スニーカーテイストのシューズ、モカシン・スリッポン等戦略的に拡充しているカジュアルアイテムが好調でした。8月に実施した靴とバッグの下取りキャンペーンは、お客様の買い替え需要を喚起する一因となり、売上を下支えしました。

上質で洗練された逸品を世代を超えた大人の女性に提供する「ドゥワー」では、中軽衣料のバリエーションを増やして盛夏商品を強化したところ、オリジナル企画のパンツ、カット等が好調に推移しました。



2010年秋冬シーズンビジュアルより引用

ビジネスユニット売上高前年同期比 109.5% 小売+通販既存店売上高前年同期比 101.2%

## CONSOLIDATED SUBSIDIARY

### 連結子会社の概況

#### 株式会社 フィーゴ

イタリア製革小物ブランド「フェリージ」等の小売・卸事業を行うフィーゴでは、直営小売店舗がやや苦戦したものの、他社セレクトショップへの卸や直営オンラインショップでの売上が堅調に推移しました。アイテムの動向では、定番のブリーフケース、ショルダーバッグ、財布等が好調でした。

#### 株式会社 コーエン

手軽で程良い時代性を取り入れたカジュアルウェアを展開する「コーエン」では、事業開始から2年半を経過した当期、着実な成長を遂げました。お客様の声を的確に反映させた商品企画と、週単位で販売強化商品を設定して売場作りを行う取り組み等が奏功し、大きな既存店成長を遂げました。また、4店舗の新規出店のほか、オンラインショップへの出店も積極的に行い、客数やモバイルサイトの登録会員数を順調に伸ばしました。今後は都市部エリアへの新規出店を積極的に行い、さらなる認知度の向上と新たな顧客層の獲得を目指します。

※株式会社コーエンは1月決算のため、上半期の連結対象期間は2010年2月～7月となります。



2010年秋冬シーズンビジュアルより引用



2010年秋冬シーズンビジュアルより引用

### 新店情報 / 2010年4月～2010年9月

ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 金沢店

ユニテッドアローズ グリーンレーベルリラクシング ららぽーと豊洲店、京都店

クロムハーツ ギンザ

ジュエルチェンジズ 有楽町店

オデット エ オディール ユナイテッドアローズ 大宮店

キャス・キッドソン 京都店

ジ エアポート ストア ユナイテッドアローズ 成田空港第2ターミナル店、羽田空港第2ターミナル店

コーエン(2010年2月～9月) 町田、広島府中店、戸塚店、京都店、横浜シアル店、橋本店

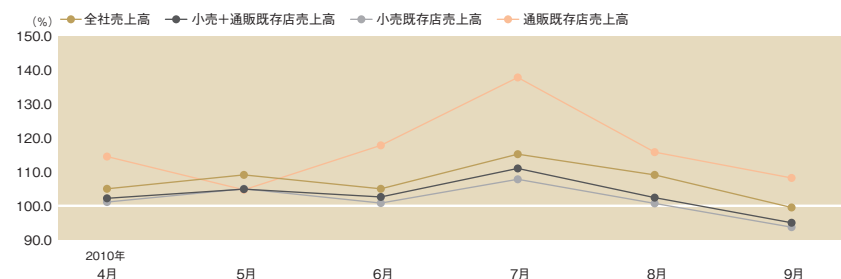
## 連結財務諸表

### 連結貸借対照表（要約）

(単位：百万円)

	2010年3月期第2四半期末 2009年9月30日現在	2011年3月期第2四半期末 2010年9月30日現在	2010年3月期末 2010年3月31日現在
<b>1 流動資産：たな卸資産の適正化進む</b>			
仕入の精査・抑制と消化促進の効果による在庫の適正化が進行し、たな卸資産は前年同期末比94.1%の18,167百万円となりました。			
<b>2 資産除去債務の増加等に伴い固定負債が増加</b>			
資産除去債務に関する会計基準の適用に伴い、資産除去債務が1,748百万円増加しました。これにより、固定負債は前年同期末比130.1%の4,096百万円となりました。			
<b>3 自己株式の取得および公開買付けの実施</b>			
当社は、8月31日から11月8日を取得期間として、自己株式の取得および公開買付けを実施しました。この資金調達的手段として、主要取引銀行と10,800百万円の借入契約を締結しました。借入金の規模は、当社の現状の設備投資計画や配当方針に特に影響を与えることなく返済を行っていくことが可能であり、財務の健全性および安定性は維持されると見込んでいます。この結果、当第2四半期末における借入未実行残高は10,700百万円となりました。			
<b>1</b>	(資産の部)		
	流動資産	30,541	29,069
	固定資産	17,251	17,094
	有形固定資産	7,754	7,502
	無形固定資産	2,436	2,182
	投資その他の資産	7,059	7,409
	資産合計	47,793	46,163
	(負債の部)		
<b>2</b>	流動負債	21,729	19,406
<b>2</b>	固定負債	3,149	3,429
<b>3</b>	負債合計	24,878	22,835
	(純資産の部)		
	資本金	3,030	3,030
	資本剰余金	4,095	4,095
	利益剰余金	16,756	17,119
<b>3</b>	自己株式	△909	△909
	株主資本合計	22,971	23,335
	評価・換算差額等合計	△57	△7
	純資産合計	22,914	23,327
	負債・純資産合計	47,793	46,163

㈱ユニテッドアローズ 売上高前年同期比の推移



2011年3月期第2四半期の売上高前年同期比は、全社107.2%、小売+通販既存店103.2%となりました。当第2四半期は、お客様の声を商品企画に生かしヒット率向上につなげる販売・商品部門の連携強化と在庫適正化の進捗により、安定的な売上成長を果すことができました。テレビ番組、駅・電車で吊り広告等新しい取組みを積極的に実施した広告宣伝活動も効果的に寄与し、売上を押し上げました。通販部門では、ファッション通販サイト「ゾゾタウン」や、自社サイト「ユニテッドアローズ オンラインストア」が引き続き好調を継続しています。

### 連結損益計算書（要約）

(単位：百万円)

	2010年3月期第2四半期累計 (2009年4月1日から 2009年9月30日まで)	2011年3月期第2四半期累計 (2010年4月1日から 2010年9月30日まで)	2010年3月期 (2009年4月1日から 2010年3月31日まで)
<b>1 売上総利益率は前年同期比2.1ポイント改善の53.3%</b>			
売上総利益は前年同期比112.9%の22,069百万円、売上総利益率は同2.1ポイント改善の53.3%となりました。これは、商品の調達・生産から消化までの一連の流れを管理する商品プラットフォームの利活用推進、仕入原価率の低減等の効果によるものです。			
<b>2 販管費は前年同期比108.2%、販管費率は0.1ポイント低下の46.9%</b>			
売上高・出店の増加に伴う賃借料の増、広告活動の積極的な実施に伴う宣伝販促費の増等により、販管費は前年同期比108.2%の19,411百万円となりました。売上高の伸長とその他のコスト抑制により、販管比率は0.1ポイント低下の46.9%となりました。			
<b>3 資産除去債務、減損損失等による特別損失1,300百万円</b>			
資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額921百万円、店舗の改装・退店等に伴う減損損失319百万円等を含む特別損失1,300百万円を計上した結果、四半期純利益は前年同期比40.9%の253百万円となりました。			
<b>1</b>	売上高	38,196	83,504
	売上原価	18,654	40,639
<b>2</b>	売上総利益	19,541	42,865
	販売費及び一般管理費	17,946	37,922
	営業利益	1,594	4,942
	営業外収益	134	261
	営業外費用	86	166
	経常利益	1,642	5,037
	特別利益	-	138
<b>3</b>	特別損失	92	1,326
	税金等調整前四半期(当期)純利益	1,549	3,849
	法人税、住民税及び事業税	819	2,672
	法人税等調整額	112	△227
	四半期(当期)純利益	618	1,403

### 連結キャッシュ・フロー計算書（要約）

(単位：百万円)

	2010年3月期第2四半期累計 (2009年4月1日から 2009年9月30日まで)	2011年3月期第2四半期累計 (2010年4月1日から 2010年9月30日まで)	2010年3月期 (2009年4月1日から 2010年3月31日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,397	1,148	7,933
投資活動によるキャッシュ・フロー	△728	△1,054	△1,992
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,194	△432	△5,202
現金及び現金同等物の四半期末残高	3,796	3,723	4,061

#### ■キャッシュ・フロー



以上の結果、現金及び現金同等物の四半期末残高は3,723百万円となりました。



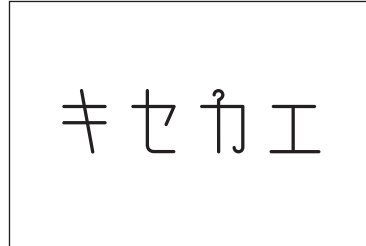
# Topics

## ● テレビ番組「キセカエ」を提供

“ファッションは気持ちを変え、人を変え、人生を変える”

「キセカエ」は、週ごとに「ビューティ&ユース」と「グリーンレーベル」とが入れ替わり、ゲストがお店で見つけた今のファッショントレンドを、さまざまなテーマからご紹介する番組です。これまでたくさんの服を見て着てきたゲストならではの視点で、ファッションのきっかけ、楽しさをお伝えしています。番組で紹介された商品は、各店舗のほか、「ユナイテッドアローズ オンラインストア」でもお買い求めいただけます。

「キセカエ」毎週水曜日深夜1時55分～(テレビ朝日 関東ローカル放送)  
「ユナイテッドアローズ オンラインストア」<http://store.united-arrows.co.jp>



## ● オンラインストア開設1周年でクロスメディア販促を実施

9月15日(水)で開設1周年を迎えた「ユナイテッドアローズ オンラインストア」では、テレビCMを中心に大規模な販促を実施しました。9月中旬から下旬にかけて、関東地区にてテレビCMを約200本オンエアしたほか、「Yahoo! JAPAN」のトップページにバナー広告を掲出しました。同時に、1周年記念キャンペーンを紹介するフライヤーを店舗で配布し、各ブランドのオフィシャルサイト、ブログ、ツイッター等でも告知するなど、さまざまなメディアを融合させた販促活動を行いました。オンラインストアではオンラインストアポイントの5倍キャンペーンに加え、1周年記念限定モンキーストラップ、人気ブランドへの別注商品を始めとする限定アイテムを販売し、新規会員の獲得、売上で実績を挙げました。



## ● VOGUE誌「FASHION'S NIGHT OUT 2010」に参加

当社は、9月11日(土)に行われた、ファッション雑誌VOGUE(ヴォーグ)開催の「ファッションズ・ナイト・アウト 2010」に参加しました。このイベントは、US版VOGUE編集長アナ・ウィンターの呼びかけのもと、世界16カ国のVOGUEが協力して一斉に行うもので、日本では、表参道・青山・原宿エリアにある350を超える店舗が参加し、営業時間を深夜まで延長してショッピングを盛り上げました。当社では、同エリアにある「ユナイテッドアローズ」「ビューティ&ユース」「クロムハーツ」「ドゥローワ」の各店舗が、ケータリングサービスやDJイベント等を実施しました。当社がチャーターした店舗間移動用のスペシャルデザインのリンドンバスは、多くの人々の注目を集めました。



## 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活動に生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 2011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50名様に、5、6ページの特集でご紹介した「空港限定モンキーストラップ」を贈呈いたします。なお、賞品発送の時期は2011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。  
※モンキーの種類のご指定はできません。



## 株主メモ

事業年度 4月1日～翌年3月31日

期末配当金 3月31日

受領株主確定日 (第2四半期末配当を行う場合) 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  
特別口座の口座管理機関

同連絡先 〒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 (通話料無料)

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。

<株式事務のお手続きに関するご案内>

株式事務のお手続き(住所、氏名等の変更、単元未満株式の買取・買増請求)については、各株主様が口座を開設されている証券会社等にて、また、配当金や当社からお送りする各種株式事務書類未受領等に関するお問い合わせは、三菱UFJ信託銀行各支店にて承ります。

IR情報に関するお問い合わせ先

計画管理室 IRチーム  
Phone 03-5785-6637

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

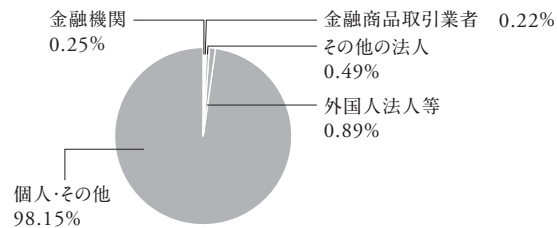
## 株式会社データ (2010年9月30日現在)

株主総数	13,471名
発行可能株式総数	190,800,000株
※1 発行済株式の総数	42,800,000株

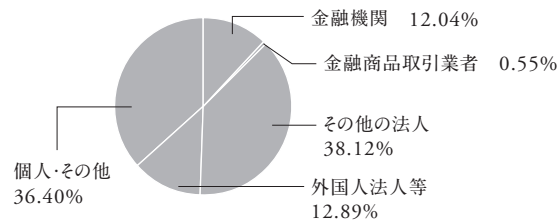
### ※2 大株主

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
株式会社エービーシー・マート	10,400,200株	24.29%
重松理	3,858,300	9.01
株式会社エー・ディー・エス	2,168,100	5.06
岩城哲哉	2,128,600	4.97
栗野宏文	2,110,000	4.92
三菱商事株式会社	1,627,700	3.80
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社(信託口)	1,333,000	3.11
水野谷弘一 ジュニパー (常任代理人 株式会社三菱東京UFJ銀行)	1,000,000	2.33
979,400	2.28	
日本マスタートラスト 信託銀行株式会社(信託口)	897,500	2.09

### ●所有者別分布状況



### ●所有株式数別分布状況



※1発行済株式の総数のうち、577,570株を自己株式として保有しております。  
 ※2当社は、8月31日から11月8日を取得期間として、自己株式の取得および公開買付けを実施しました。主要株主である株式会社エービーシー・マートは、今回の公開買付けに応募した結果、10月7日の決済日をもって当社の主要株主ではなくなりました。

## 会社概要 (2010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	2,701名(アルバイト 157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 (2010年9月30日現在)

代表取締役社長執行役員	重松理	上席執行役員	東浩之
代表取締役副社長執行役員	岩城哲哉	上席執行役員	大田直輝
取締役常務執行役員	加藤英毅	上席執行役員	佐川八洋
取締役常務執行役員	小泉正己	常勤監査役	酒井由香里
取締役常務執行役員	竹田光広	監査役	山川善之
取締役常務執行役員	藤澤光徳	監査役	橋岡宏成

## 展開ブランド一覧 (2010年9月30日現在163店舗)

ユナイテッドアローズ 13店舗  
 ユナイテッドアローズ(新) 13店舗  
 ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ 21店舗  
 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  
 ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング 38店舗  
 クロムハーツ 6店舗  
 アナザーエディション 14店舗  
 ジュエルチェンジズ 7店舗  
 オデット エオディール ユナイテッドアローズ 18店舗  
 ドゥロワー 5店舗  
 キャス・キッドソン 6店舗  
 ジェアポートストア ユナイテッドアローズ 2店舗  
 時しらず 1店舗

ユナイテッドアローズ アウトレット 17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) ベレニアル ユナイテッドアローズは、解散することが決議されており、2011年3月期第3四半期中に精算終了予定です。