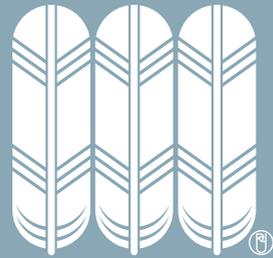




UNITED ARROWS

2001.4.1 ~ 2002.3.31

第13期 事業報告書



東  
矢  
通  
信  
  
第  
五  
卷

UA理念  
(Philosophy of UNITED ARROWS Group)  
「MAKE YOUR REAL STYLE」

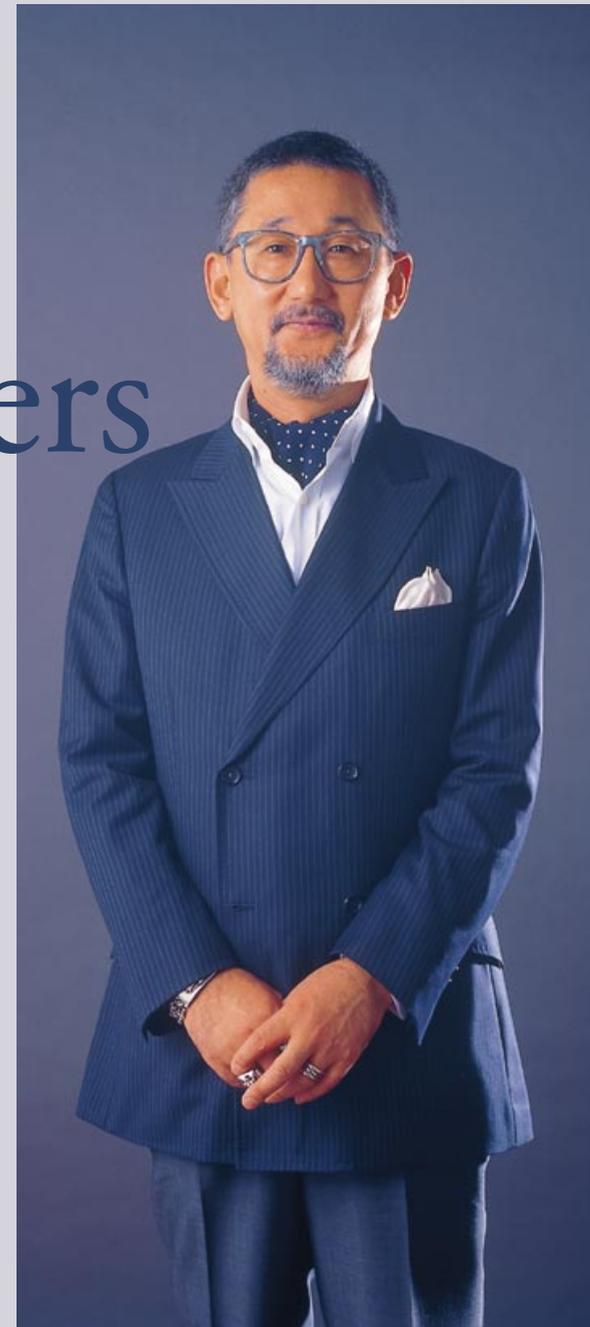
私たちは、新しい「日本の生活・文化の規範」  
(THE STANDARDS OF JAPANESE STYLE)  
となる価値観を創造し続ける集団です。

# To Our Shareholders

株主の皆様におかれましては、ますます  
ご清栄のこととお慶び申し上げます。  
平素は格別なご支援を賜り厚く  
お礼を申し上げます。ここに、当社第13期  
(2001年4月1日～2002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。  
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。

2002年6月

代表取締役社長 重松 理



← 当期（第13期）を振り返って

当期（第13期）は、再成長への一歩を確実に踏み出すことができた1年だったという実感があります。

当初は、第13期を「再成長への正念場」ならびに「しっかり足場を固める期」と位置付けていました。既存店売上は緩やかな回復基調にあったものの、それを本格的な回復と捉えるまでには、まだ若干の時間が必要だと考えていたからです。

しかしながら、春夏シーズンには昨年来取り組んでいる「商品政策の変更」や「商品投入オペレーションの変更」が奏効し上々のスタートを切ることができました。

その後においても、改善に向けての様々な施策が実を結び、前年実績を大幅に上回る形で順調に推移しました。

衣料品業界全体が厳しい状況の中、見事な「V字回復」を果たしたと業界内で注目されていますが、さらなる成長を目指すためには、まだまだやるべきことは多く、あくまでも再成長への一歩を踏み出したにすぎないと考えています。

← 具体的な施策について

まず、商品政策を再構築し、ある程度の在庫リスクをとることにより、「基本商品」の欠品を少なくし、販売

機会ロスの削減に注力しました。

「基本商品」とは、主力のユニテッドアローズ（UA）業態において「進化するUAベーシック」と呼んでいて、「いつでも店頭に置いてあるが、その時代に合わせ少しずつ変化していく商品」のことをいいます。

この「基本商品」を、品番単位で徹底的に抽出したうえで、各店舗と商品調達部門が一体となって、きめ細やかに商品を調達する体制を整えました。

この取り組みにより、お客様の期待感に応えることができ、販売機会ロスを最小限に抑えることができました。

また、商品露出度の向上に軸を置いた販売促進活動も実施しました。

雑誌媒体への商品掲載を積極的に行ったことにより、来店客数の増加につながることができました。さらには、昨年度の業績が不調だった時から絶えず行ってきた商品企画力・商品開発力向上への取り組みもハッキリと効果が現われ始め、それも売上の回復につながったと考えています。

業績回復の施策

- 「基本商品」の明確化
- 販売機会ロスの削減
- 商品露出度の向上に軸を置いた販売促進活動
- 商品企画力・商品開発力の向上

← 今期（第14期）について

今期（第14期）に入っても、売上は依然として堅調に推移しています。本当の意味での正念場は秋冬シーズンでしょう。

他社も徹底的にUAのことを研究してくると思われまし、われわれも現状に甘んじては成長も発展もなくなります。

そこで、今期は「業務改善から構造改革へ」という大きなテーマのもと、「5つの構造改革」に着手しようと思っています。

「5つの構造改革」とは、「商品CS（顧客満足）構造改革」「接客CS構造改革」「クリエイティビティ構造改革」「経営管理構造改革」そして「人材育成構造改革」です。

昨年度1年かけて、今まで崩れていた業務プロセスを改善することが



「構造改革のための5つのテーマ」

- 「商品CS（顧客満足）構造改革」
- 「接客CS構造改革」
- 「クリエイティビティ構造改革」
- 「経営管理構造改革」
- 「人材育成構造改革」

でき、やっと体制が整いました。

今期はそれを継続的に実行していくために、構造的に支えるものを築き上げていきたい。

この中でも最大の取り組みになるのは「商品CS構造改革」です。

これは「仕入生産構造改革」というべきもので、マルチ調達チャネル型スーパーSPA（製造小売業）を目指していく。

要するに、「商社機能を上手くとり込み、アパレルと小売業を効率良く有機的に合体させる」という取り組みです。

この取り組みは、商品のセレクト編集のノウハウがないアパレルメーカーではなかなか難しいのではないかと思います。

逆に、UAは、セレクト編集のノウハウを永年培ってきたという強みがあります。それをもとに「これが、21世紀型の勝ちモデルになる」との仮説を立てて、何度となく検証を重ねることによって、UA独自のビジネスモデルを構築していきたいと考えています。

そして、この取り組みを側面から支えるためにUAにとってのクリエイティビティを再検証し（＝クリエイティビティ構造改革）、全社の情報インフラを再検討し、（＝経営管理構造改革）そしてそれらを実現させるための人材育成や人が育つ環境作り等（接客CS構造改革・人材育成構造改革）にも取り組んでいきます。

← 今期の出店計画等について

UA業態は、今期に関しては現在のところ未定です。しかしながら、多数のオファーをいただいていますので、その中からじっくり検討し、出店していきたいと思っています。

グリーンレーベル リラクシング（GLR）業態は、今春より本格的に出店を再開いたしました。

4月には、業態として関西初進出の梅田店を出店し、将来の全国展開への布石を打ちました。今期はあと4～5店舗程度出店を予定しています。

クロムハーツ（CH）業態は、以前から申しあげているとおりですが、2年に1店舗程度の出店政策ですので、現在はまだ準備期間と位置付けており、出店候補地のリサーチをしていきます。

その他には、今期はUAラボへの取り組みを強化していきます。

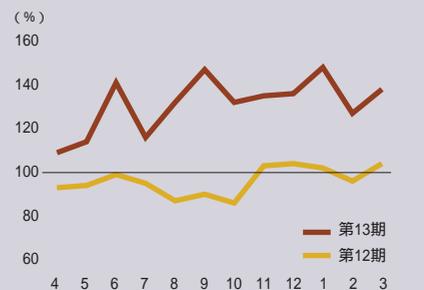
最近2～3年は、新規事業のGLRとCH業態を軌道に乗せることに集中していました。

その関係で、UAラボの強化が後手に回っていました。

すでに具体化しているラボもあり、今期中には、社内公募から採用された案をベースに、ウイメンズの新ラボを「働く女性のためのツール」として東西4地域、ターミナル型ショッピングセンターに出店する予定です。

この他にも検討段階のラボがありますが、今後は既存のUAラボの再強化はもちろんのこと、こういった新しいラボの立ち上げも積極的に行っていきたいと考えています。

既存店売上高対前期比推移



# Business News

## UNITED ARROWS

UA業態におきましては、メンズ・ウイメンズの全ての品目において順調に売上を伸ばすことができ、前期比137.0%と大幅に伸ばいたしました。

出店面にしましては、広島店（2001年9月開店）を新規出店したほか、2002年2月には既存店の新潟店ならびに京都店をリニューアルオープンいたしました。

今後の出店に関しては、現在のと



『UA Direction Vol.3』より

ころは未定ですが、多数のオファーをいただいております。慎重に検討し出店してまいります。

また、営業面に関しては、販売促進活動の一環として、ドレススタッフがスーツについて熱く語り、「今年のスーツの傾向」や「今、気になるコーディネート」などを紹介した読み物形式のカタログを作成しました。

さらには、異業種とのコラボレーション商品の開発等にも積極的に取り組んでまいりました。



ユナイテッドアローズ 京都店



『UA Direction』

## UA LABO

2001年9月に「ANOTHER EDITION（アナザーエディション）」の2号店を京都に出店いたしました。

また、社内ベンチャー制度の中から審査を経て実現化した「時しらず」を2002年2月に東京都渋谷区に出店しました。「ハイ・ストリート」というコンセプトで、ストリート系とハイ・ファッションの二極化と世代をも超えたファッションの提案をしております。

今後は既存のUAラボの再強化はもちろんですが、新しいラボの立ち上げも積極的に行っております。



「時しらず」ロゴ



UNITED ARROWS



グリーンレーベルリラクシング 大宮店



グリーンレーベルリラクシング 横浜店

## GREEN LABEL RELAXING

GLR業態におきましては、前期比169.6%と飛躍的な伸び率を示しました。品目別に見ましても、各部門がバランス良く売上を伸ばすことができました。

出店面にしましては、今春より本格的に出店を再開しており、2002年3月に横浜店そして大宮店と相次いで出店することができました。ま

た、第14期に入ってから、GLR業態関西初進出となる梅田店を出店し、将来の全国展開への布石を打ちました。

なお、GLRはロゴマークを刷新し、それにあわせ店舗内装、ショッピングバッグ、広告等を含めたトータルイメージも一新いたしました。

（別掲参照）

green label relaxing

### 新ロゴマークについて



united arrows  
green label relaxing

緑の部分は第一に葉っぱを意味し、これまでのロゴマークに使われていたリンゴの葉っぱが、ひらりとひるがえり、新しいかたちに進化したことを意味します。

そして葉っぱのかたちは、水の滴、炎、一本の木、それらが集結することにより森を意味し、GLRが大地や自然にあるものに関わることをイメージしています。

さらに横にした葉っぱは、矢尻を意味し、「ユナイテッドアローズ（束ねた矢）」の一本（一部）であることも意味します。

## CHROME HEARTS

CH業態におきましては、前期比147.2%と順調に成長拡大を果たすことができました。当期は、特に女性からの高い支持を受けたことを背景にして売上を大幅に伸ばすことができました。

出店準備期間でもあり新規の出店はありませんでしたが、UA店舗での販売を強化したことにとともに、認知度が向上し、購買層にも広がりを見せるなど、今後の同業態の成長に期待を持てる一年でありました。



クロムハーツ（ユナイテッドアローズ 京都店）



クロムハーツ

# ユナイテッドアローズの考える 「いいウツワ・いいモノ」

ユナイテッドアローズ「新潟店」と「京都店」  
どちらも出店してから約5年の年月を経てリニューアルオープンいたしました。  
UAの「ウツワ（店舗）」部分の“こだわり”をご紹介します。



ユナイテッドアローズ 新潟店



『新潟店は「WARM&FRESH」をテーマにしてリニューアルいたしました。温かいおもてなしのできるスタッフが、新鮮で感度の高い商品を、いつでも提案できるSHOPを目指していきたくて思っております。』

店長 柳澤正典 また、世代・性別を問わず、全てのお客様が一堂に集える場所であり、そして新潟の象徴的な場所である空間を演出していきたいと思っています。』

新潟店  
新潟県新潟市八千代二丁目1番2号  
万代シティビルボードプレイス1F  
tel.025-240-4606



ユナイテッドアローズ 京都店



『京都店の新しい役割は“新たな地域密着型の風土作り”と考えています。新しい情報、新しい商品を提案し、店頭にはいつもワクワク・ドキドキ感があり、京都中の人達（もちろん旅行者も含めて！）で溢れかえる、そんなお店を目指していきたいですね。』

日本の文化の規範を軸に京都の四季折々の伝統を踏まえ、いつまでも絶えることのない京の歳時記に名を記す、そんな老舗になれたらと思っています。』

京都店  
京都府京都市下京区寺町通四条下ル貞安前之町605  
藤井大丸1F  
tel.075-223-0833

新たな2つの試み「スニーカーのコラボレーション」・「デザイン家電プロジェクトへの参加」についてご紹介いたします。



「足のために良い、健康に良い」を企業ポリシーとするニューバランス社と、「お客様のために“いいモノ”を提供し続けたい」と考えるユナイテッドアローズが共感しあい、コラボレートスニーカーを完成させました。

ニューバランス社の超軽量なランニングシューズモデルと、根強い人気を誇るクラシックモデルに、UA独自のテイストを加えたタウン仕様の限定モデルスニーカーです。

“機能性”、“デザイン性”を兼ね備えたこのスニーカーは、販売当初から大変な反響を呼び、販売開始から3日で完売するお店も出るなど、お客様からのニーズにも十二分に答えることができました。

UAでは、今後も各社とのコラボレーションを積極的に行い、「こだわり」を提供していきたいと考えております。

「atehaca（アテハカ）」は個性的なデザインの台所家電を求めるお客様の声に応じて開発されました。

「日本の生活文化規範の創造」を志すUAは、このプロジェクトの「日本の生活デザイン改善・向上」というコンセプトに賛同し参加いたしました。

「アテハカ」とは、古語の“貴（あて）”：気品がある、優美な、という意味の言葉に由来しており、内面の美しさを表す言葉。

家電製品の「atehaca」は、その言葉の由来に相応しい“食卓の名脇役”として日本の食文化に優美さを持ち込み、食卓との調和を意図してデザインされています。

この「atehaca」のように、日本の生活に溶け込む「こだわりのモノ」をUAは追求していきたいと考えております。



\*掲載されている商品の一部は、在庫がない場合もございます。店舗へお問い合わせください。

誤解を恐れずに申し上げれば、私は「人は見かけによる」と近年思っている。ただし、それは先入観や、着用している主体に対する差別意識、という意味では、勿論ない。

現代社会において、ファッションというものが一種の共通言語として認識される度合いが深まれば深まるほど、個々人の服装というものが、それを着る人



## ファッションを楽しむ

～男のファッション遍歴～

クリエイティブディレクター 栗野 宏文

間の社会的ポジション等を見せてしまうばかりでなく、外界へのアプローチ（積極的であるとか、コモリがち、であるとか）はおろか、個人のフィロソフィーまでをもあからさまにしてしまう、という事実。この傾向は80年代のアメリカ映画において既に日常会話的に言及されていた。ディスコでボーイハントしている女性同士の会話で「アイツ、ポリエステルシャツなんか着てるワ」といった具合に、だ。

この傾向を私はポジティブに捉えていきたい。自分が選び取る服装が自分のプレゼンテーションになるのであれば、一体、自分は「コンピューター業界らしく」或いは「広告業界らしく」装いたいのか、いやそうではなく「自分らしく」装いたいのか？ということである。

カジュアル・フライデーというコンセプトは、まるで反スーツのプロパガンダのように捉えられがちであったが、そうではなく、その人にとって最も自然なスタイルがスーツ姿であるのなら、いっそ金曜日にはスーツを着ている方が着慣れないポロシャツやチノ・パンツで急ごしらえするよりもよっぽど自分らしい、だろうし、その時ほど真の意味でココロが「カジュアル」になっている時はない、のかもしれないではないか。

ユニテッドアローズでは創業以来一貫して「リアル・クロージング」と言い続けてきたのだが、例えばそれは、社会的ステータスとしてスーツを着るのではなく、自分らしさの表明としてスーツを着る、という意味である。

最も頻繁に着用する着慣れたアイテムを、自分らしく少しずつ、着くずしていったりすること、そんなシンプルな、身近なところにお洒落への道は潜んでいるのである。



UNITED ARROWS

## 営業の概況

当期におけるわが国の経済は、長引く景気低迷下において景気回復のけん引力でもある設備投資が伸び悩み、また、雇用情勢の悪化により個人消費も明さを見せないまま、総じて厳しい状況で推移いたしました。

当社が属する衣料品等小売業界におきましては、個人の消費不況の影響を強く受け、衣料品等への支出は漸減傾向を続け、市場全体の規模も縮小傾向がより一層鮮明になる等厳しい状況でありましたが、その一方では、消費者ニーズ（嗜好）が高付加価値の商品等へ移行したことにより、同業他社との価格競争ならびに同質化から脱却を果たした企業のみが躍進した時期でもありました。

このような状況のもと、当社は「お客様の欲しいものが、欲しい時に揃っている品揃え」「お客様がワクワクする品揃え」「お客様ニーズを満たすスピーディーで適確な店舗運営」「お客様ニーズを喚起し、店舗と商品が最も輝く販売促進活動」の4項目を常に意識したうえで、「商品開発力の強化」および「お客様満足の極大化」に注力し、他社との差別化を図ってまいりました。

出店に関しましては、ユニテッドアローズ（UA）業態におきましては、業態として20店舗目となる広島店（広島市中区：2001年9月開店）を出店いたしました。また、2002年2月には新潟店（新潟県新潟市）および京都店（京都市下京区）をリニューアルオープンし、既存店舗の拡充にも取り組んでまいりました。

グリーンレーベル リラクシング（GLR）業態におきましては、2002年3月に横浜店（横浜市西区）、大宮店（埼玉県さいたま市）を相次いで出店し順調に拡大を図ることができ、同業態につきましては2002年3月末日現在で7店舗になりました。

クロムハーツ（CH）業態におきましては、当期は出店準備期間と位置付けておりましたので、UA業態でのCH商品の販売および同業態の既存店舗の安定・強化に努めてまいりました。

また、UAラボ（実験店舗）におきましては、2001年9月に開店した「ANOTHER EDITION 京都店」の他に、社内ベンチャー制度の中から審査を経て実現化した第一号店「時しらず」

（東京都渋谷区：2002年2月開店）を出店し、新たな業態開発にも積極的に取り組んでまいりました。

営業面におきましては、「商品政策の見直し」および「商品投入オペレーションの変更」が奏効し、販売機会のロスを最小限に抑えることができました。また、現在のマーケットでない「先駆性的自主企画商品」のテストマーケティングも継続的に実施し、これにより商品政策面における「仮説・検証サイクルの確立」が図られ、オリジナリティー・クリエイティビティー溢れる商品の開発を推進することができました。さらには、商品露出度の向上に軸を置いた販売促進活動を実施したことにより、雑誌媒体等への商品掲載等が飛躍的に増加し、来店客数の増加につなげることができました。

お客様ニーズを満たすためのこれらの施策により、同業他社との差別化を図ることができ、これを背景といたしまして、UA業態をはじめとしてGLRおよびCHの両業態は昨年来の好調を持続いたしました。各業態それぞれの売上は、前期に比べ37.0%増、69.6%増および47.2%増となり、衣料品等小売業界が全体的に厳しい状況で推移している中、全業態が好調に推移いたしました。

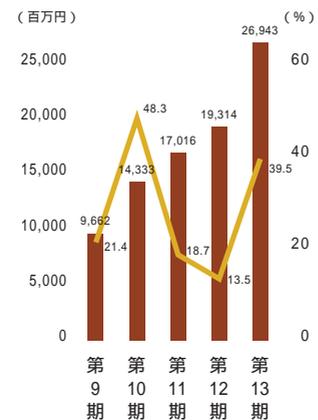
さらには、2001年9月に手元流動性を高める目的で、東京都渋谷区神宮前三丁目の旧本社ビルを売却し、その売却益を特別利益に計上いたしました。

以上の結果、売上高は26,943百万円（前期比39.5%増）、営業利益は3,965百万円（前期比143.0%増）、経常利益は3,904百万円（前期比137.8%増）、当期利益は2,318百万円（前期比163.6%増）となり、いずれも前期を大幅に上回ることができました。

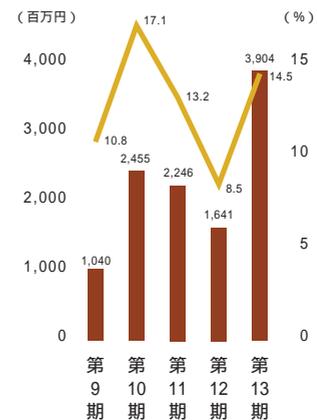
利益配分につきましては、以上の状況を鑑み、前期に比べ8円50銭増配し、1株につき19円50銭（中間配当5円を含む。）とさせていただきます。

なお、当社はさらなる投資家層の拡大と株式の流通性の向上を目的として、2002年3月19日に東京証券取引所市場第二部に上場いたしました。これはひとえに株主の皆様をはじめ関係者の皆様のご支援の賜と厚く御礼申し上げます。

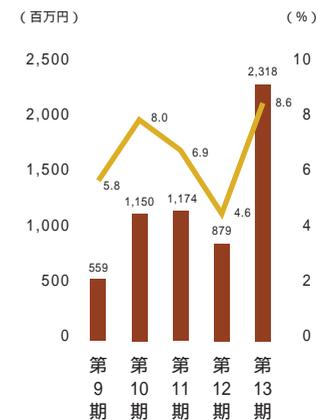
売上高・売上高伸び率



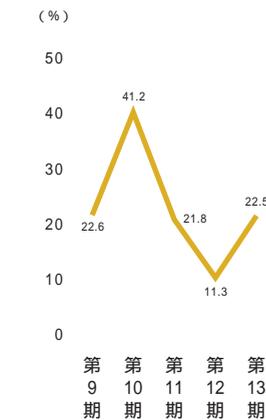
経常利益・経常利益率



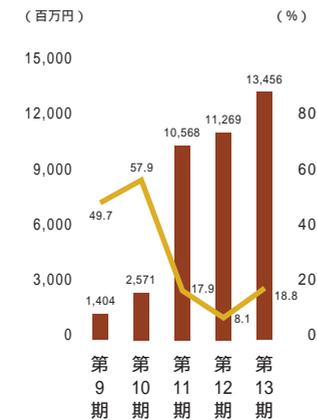
当期利益・当期利益率



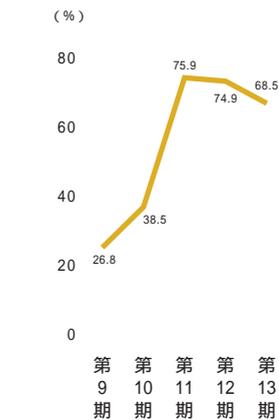
ROA



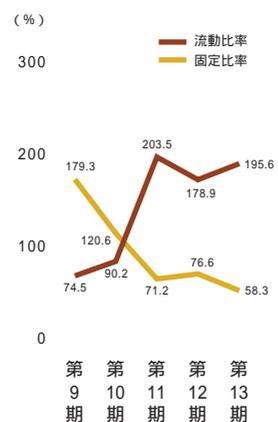
株主資本・ROE



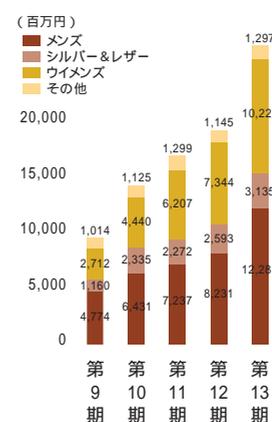
株主資本比率



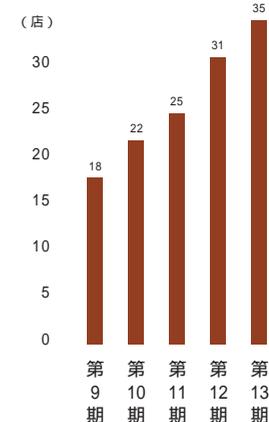
流動比率・固定比率



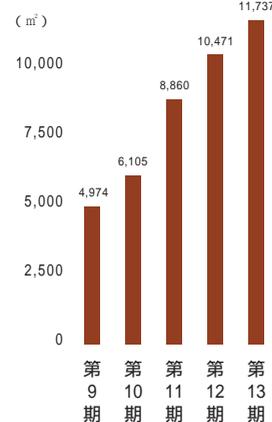
部門別売上高



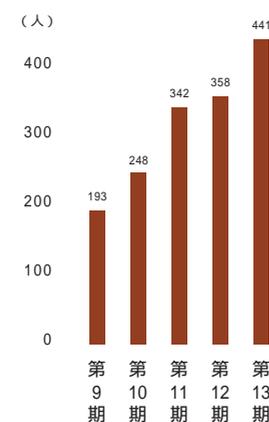
店舗数の推移



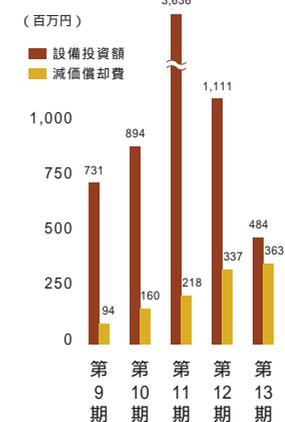
店舗売場面積の推移



従業員数の推移



設備投資額・減価償却費



(単位：千円)

期別 科目	前期 (2001年3月31日現在)	当期 (2002年3月31日現在)	期別 科目	前期 (2001年3月31日現在)	当期 (2002年3月31日現在)
<b>(資産の部)</b>			<b>(負債の部)</b>		
流動資産	6,421,343	11,794,616	流動負債	3,590,022	6,029,118
現金及び預金	544,611	3,500,134	買掛金	2,035,649	2,629,138
売掛金	89,300	78,746	未払金	684,383	1,334,400
有価証券	600,000		未払法人税等	291,634	1,540,918
商品	3,153,906	5,421,553	未払消費税等	159,776	126,658
貯蔵品	11,351	6,395	未払費用	19,464	19,882
前払費用	80,722	87,120	前受収益	4,714	4,443
未収入金	1,725,505	2,441,064	賞与引当金	204,197	308,804
繰延税金資産	70,914	244,588	その他の流動負債	190,201	64,871
その他の流動資産	145,030	15,012	固定負債	194,398	159,354
固定資産	8,632,196	7,850,187	役員退職慰労引当金	123,730	103,428
有形固定資産	4,934,649	4,058,782	長期未払金	36,128	
建物	3,067,712	2,629,580	長期預り保証金	34,540	55,926
構築物	6,755	1,980	負債合計	3,784,420	6,188,473
車輜運搬具	13		<b>(資本の部)</b>		
器具備品	405,484	339,895	資本金	3,030,000	3,030,000
土地	1,454,684	1,082,072	法定準備金	4,119,480	4,126,635
建設仮勘定		5,253	資本準備金	4,095,600	4,095,600
無形固定資産	627,199	503,167	利益準備金	23,880	31,035
借地権	138,165	138,165	剰余金	4,119,638	6,299,694
商標権	8,973	6,491	当期末処分利益	4,119,638	6,299,694
電話加入権	19,280	20,294	<b>(うち当期利益)</b>		
ソフトウェア	460,780	338,215	資本合計	11,269,118	13,456,329
投資等	3,070,347	3,288,237	負債及び資本合計	15,053,539	19,644,803
投資有価証券	49,412	11,300			
長期前払費用	288,353	332,364			
繰延税金資産	100,280	111,421			
長期差入保証金	2,608,306	2,798,583			
長期未収入金	74,815	84,200			
その他の投資等	20,278	21,467			
貸倒引当金	71,100	71,100			
資産合計	15,053,539	19,644,803			

POINT.1

設備投資  
当期の設備投資の総額は484百万円となりました。その主なものは、新店出店投資によるものです。

POINT.2

固定資産の減価償却累計額  
当期末の有形固定資産の減価償却累計額は1,105百万円となりました。

(単位：千円)

科目	前期 (2000年4月1日から 2001年3月31日まで)	当期 (2001年4月1日から 2002年3月31日まで)
<b>(経常損益の部)</b>		
<b>(営業損益の部)</b>		
営業収益	19,314,895	26,943,207
営業費用	19,314,895	26,943,207
営業利益	17,683,087	22,978,119
販売費及び一般管理費	9,125,293	12,504,551
営業外収益	8,557,793	10,473,568
営業外費用	1,631,808	3,965,088
営業外収益	99,029	121,926
受取利息及び配当金	14,973	14,295
貸倒引当金戻入	56,507	80,945
その他の営業外収益	27,548	26,685
営業外費用	88,892	182,229
支払利息	2,110	29
為替差損	24,119	32,870
貸付費用	44,820	67,669
その他の営業外費用	17,841	53,483
経常利益	28,176	28,176
特別損益の部	1,641,945	3,904,785
特別利益	143,246	402,895
固定資産売却益		323,839
貸倒引当金戻入	8,400	
退職給付引当金戻入	134,846	47,784
契約解除和解金		31,271
役員退職慰労引当戻入		287,017
特別損失	241,698	108,027
固定資産除却損	33,716	88,224
貯蔵品廃棄損		52,654
リース解約損		38,111
投資有価証券評価損		
貸倒引当金繰入	71,100	
退職給付引当金繰入	116,726	
本社移転損失	20,155	
税引前当期利益	1,543,493	4,020,663
法人税、住民税及び事業税	724,436	1,887,092
法人税等調整額	60,327	184,815
当期利益	879,384	2,318,386
前期繰越利益	3,305,841	4,040,933
中間配当額	59,625	59,625
中間配当に伴う利益準備金積立	5,962	
当期末処分利益	4,119,638	6,299,694

POINT.1

売上高13期連続増収  
売上高は会社設立以来、13期連続増収をしております。なお、当期は前期に比べ7,628百万円の大幅増収となりました。

POINT.2

売上総利益率&販管比率  
当期の売上総利益率は前期の52.8%から0.8ポイント改善し、53.6%となりました。また、販売費及び一般管理費は、前期に比べ1,915百万円増加したものの、売上比率は前期の44.3%から5.4ポイント減少し38.9%となりました。

POINT.3

1株当たり当期利益  
当期の1株当たり当期利益は、194.41円となりました。

(単位：円)

科 目	金 額
当期末処分利益 これを次のとおり処分します。	6,299,694,964
利益配当金 (1株につき14円50銭)	172,912,500
取締役賞与金	46,365,000
次期繰越利益	6,080,417,464

(注) 2001年12月10日に、59,625,000円(1株につき5円)の中間配当を実施いたしました。

POINT.1

年間配当  
当期末は1株当たり14円50銭の株主配当を実施いたします。中間期に実施いたしました1株当たり5円の配当を合わせ、年間配当は19円50銭となり、前期と比べ8円50銭の増配となりました。

(単位：千円)

科 目	期 別		科 目	期 別	
	前 期 (2000年4月1日から 2001年3月31日まで)	当 期 (2001年4月1日から 2002年3月31日まで)		前 期 (2000年4月1日から 2001年3月31日まで)	当 期 (2001年4月1日から 2002年3月31日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー			投資活動によるキャッシュ・フロー		
税引前当期利益	1,543,493	4,020,663	定期預金預入による支出	213,009	328,009
減価償却費	349,822	373,767	定期預金払戻による収入	399,000	591,009
無形固定資産償却額	113,083	128,943	従業員長期貸付金の増加	316	
長期前払費用償却額	21,837	34,237	投資有価証券の取得による支出	49,412	
賞与引当金の減少額(増加額)	9,975	104,607	長期差入保証金の増加	565,879	190,276
役員退職慰労引当金の増加額(減少額)	11,941	20,301	その他投資取得による支出	386,350	85,433
貸倒引当金の増加額	62,700		有形固定資産の売却による収入	13	1,118,230
受取利息及び受取配当金	14,973	14,295	有形固定資産の取得による支出	1,088,856	265,651
投資有価証券評価損		38,111	投資活動によるキャッシュ・フロー	1,904,811	839,868
支払利息	2,110	29	財務活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産除却損	33,716	62,252	配当金の支払額	178,875	129,127
有形固定資産売却損	380		財務活動によるキャッシュ・フロー	178,875	129,127
有形固定資産売却益		323,839	現金及び現金同等物に係る換算差額		
無形固定資産除却損		45,774	現金及び現金同等物の減少額(増加額)	346,434	2,618,523
契約解除和解金		47,784	現金及び現金同等物の期首残高	1,218,035	871,601
売上債権の増加額	410,635	762,755	現金及び現金同等物の期末残高	871,601	3,490,124
たな卸資産の減少額(増加額)	79,460	2,262,690			
その他流動資産の増加額(減少額)	67,811	86,465			
仕入債務の増加額	481,455	593,489			
その他流動負債の増加額	254,682	489,390			
その他固定負債の減少額	5,552	14,742			
小 計	2,445,736	2,531,324			
利息及び配当金の受取額	14,973	14,295			
利息の支払額	2,110	29			
法人税等の支払額	721,347	637,807			
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,737,251	1,907,782			

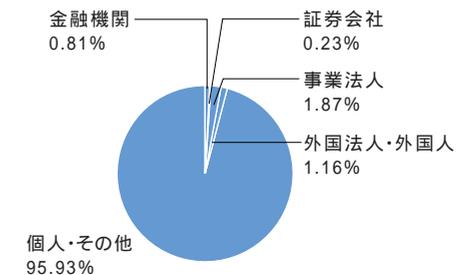
会社が発行する株式の総数 47,700,000株  
発行済株式の総数 11,925,000株  
株主数 3,098名  
大株主

株 主 名	持株数	持株比率
株式会社ワールド	2,172,500	18.21%
畑崎 廣 敏	1,703,500	14.28%
重 松 理	1,150,500	9.64%
岩 城 哲 哉	573,000	4.80%
水野谷 弘一	573,000	4.80%
栗野 宏 文	573,000	4.80%
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	566,500	4.75%
UFJ信託銀行株式会社信託勘定A口	500,300	4.19%
三菱信託銀行株式会社信託口	482,200	4.04%
日本トラスティ・サービス 信託銀行株式会社信託口	407,800	3.41%

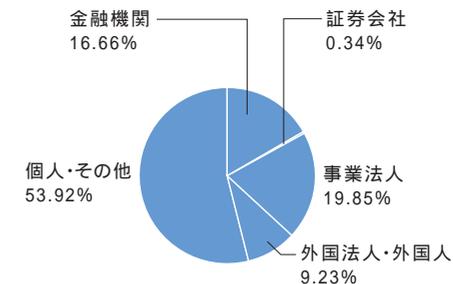
株主メモ

決 算 期 3月31日(年1回)  
利 益 配 当 金 3月31日  
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 東京都千代田区永田町二丁目11番1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 03-5391-1900(代表)  
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

所有者別分布状況



所有株式数別分布状況



商号 株式会社ユニテッドアローズ  
 UNITED ARROWS LTD.  
 本社所在地 東京都渋谷区神宮前二丁目31番12号  
 設立 1989年10月2日  
 資本金 30億30百万円  
 代表者 重松理(しげまつ おさむ)  
 従業員数 441名  
 事業内容 紳士服・婦人服及び雑貨等の企画・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

代表取締役社長 重松理  
 専務取締役 岩城哲哉  
 常務取締役 水野谷弘一  
 常務取締役 栗野宏文  
 取締役 高梨宏史  
 取締役 畑崎廣敏  
 常勤監査役 楠利文  
 監査役 北川貞昭  
 監査役 大沼淳  
 監査役 田中博久

**東京証券取引所に上場**

2002年3月19日に東京証券取引所市場第二部に上場いたしました。

上場後も、役員をはじめ従業員一同、従前にもました事業の充実とさらなる発展を続けてまいり所存です。

株主の皆様には、今後とも、変わらぬご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

**株主優待制度を導入**

今年度より、株主優待制度を導入いたしました。

**贈呈基準**

所有株式数に応じて、15%割引の優待割引券を贈呈いたします。  
 100株以上保有の株主に対し 1枚  
 1,000株以上保有の株主に対し 2枚



詳細につきましては、IRホームページをご確認ください。  
 株主優待制度に関する最新情報を掲載しております。

New

**新店情報**

新たに3店舗をオープンいたしました。

グリーンレーベル リラクシング横浜店  
 〒220-0011 神奈川県横浜市西区高島2-16-1 ルミネ横浜4F  
 tel.045-450-7465

グリーンレーベル リラクシング大宮店  
 〒331-0851 埼玉県さいたま市錦町630番地 ルミネ大宮2 3F  
 tel.048-640-7171

UAラボ「時しらず」  
 〒150-0032 東京都渋谷区鶯谷町2-7 エクセル1F  
 tel.03-5784-1861

全店舗の所在地はホームページにてご案内しております。

URL

IRホームページを  
**リニューアルしました。**



英語版

「より見やすく、使いやすく、わかりやすく」IR情報ページをリニューアルいたしました。

月次概況をはじめとして、IRカレンダー、株主優待制度情報等を掲載し、充実した内容にいたしました。さらには、英語版も導入し、海外の投資家様にもご覧いただけるようになりました。

同ページにて、随時、最新情報を開示しております。今後、株主の皆様との有効なコミュニケーションツールとしていきたいと思っております。

ユニテッドアローズ 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IR部にお問い合わせください。  
 tel.03-3479-9335