



平成19年3月期
中間決算説明会

株式会社 ユナイテッドアローズ



Contents

- ・ 中間決算の概要 P3 ~ P10
- ・ 上期総括と下期以降の取組み P11 ~ P16
- ・ 質疑応答

資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は原データから算出しております

[当資料に関する留意事項]

当資料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、リスクや不確実性を含んでおります。実際の業績は、当社の事業をとりまく経済情勢、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大幅に異なる可能性があることをご承知おき下さい。

[資料文中の業態・事業の表示について]

各事業の構成、略称につきましては、以下の通りとなっております。

主力事業 = ユナイテッドアローズ(UA)、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)、クロムハーツ(CH)

Small Business Unit(S.B.U.) = アナザーエディション(AE)、ジュエルチェンジズ(JC)、オデット エ オディール ユナイテッドアローズ(OEO)、
ドゥワワー(DRW)、ダーズリン・デイズ(DD)

UAラボ(実験事業) = 「時しらず(TSZ)」、「リカー、ウーマン&ティアーズ(LWT)」

中間決算の概要

1-1 損益計算書概況(連結)

- ・ 連結売上高は期初計画ベースで推移
- ・ 連結各段階利益はUA、フィーゴとも期初計画を上回り着地

(金額単位:百万円)
<参考>

	連結実績 (19/3期 中間期)		計画値			
	実績	売上比	計画比増減 計画比	計画	売上比	
売上高	26,754	100.0%	27	99.9%	26,782	100.0%
売上総利益	14,809	55.4%	157	101.1%	14,651	54.7%
販管費	12,105	45.3%	129	98.9%	12,235	45.7%
営業利益	2,703	10.1%	287	111.9%	2,416	9.0%
営業外損益	10	0.0%	20	-	30	-0.1%
経常利益	2,693	10.1%	307	112.9%	2,385	8.9%
特別損益	478	-1.8%	99	126.2%	379	-1.4%
純利益	1,228	4.6%	102	109.1%	1,125	4.2%

株式会社フィーゴにつきましては、平成17年10月より連結となりましたので、連結実績の前年同期比はございません。

1-1 損益計算書概況(単体)

- ・ 売上高は前期比 108.7%、計画比 99.5%の25,689百万円
- ・ 上半期は当初より減益計画(オフィス移転・出店の集中等による一時経費増)であるが、営業利益、経常利益は計画を上回って着地
- ・ 特別損失に固定資産除却損、減損を計上したが、純利益についても計画を上回り推移

(金額単位:百万円)

	参考:UA単体実績 (19/3期 中間期)				<参考> 前年同期				計画値	
	実績		前年同期比増減 前期比		計画比増減 計画比		前年同期 実績		計画	売上比
	売上高	売上比					売上高	売上比		
売上高	25,689	100.0%	2,048	108.7%	124	99.5%	23,641	100.0%	25,813	100.0%
売上総利益	14,198	55.3%	1,457	111.4%	105	100.7%	12,740	53.9%	14,093	54.6%
販管費	11,557	45.0%	1,730	117.6%	-110	99.1%	9,827	41.6%	11,668	45.2%
営業利益	2,640	10.3%	272	90.6%	215	108.9%	2,913	12.3%	2,424	9.4%
営業外損益	0	0.0%	10	-	28	1.8%	9	0.0%	29	-0.1%
経常利益	2,640	10.3%	282	90.3%	244	110.2%	2,922	12.4%	2,395	9.3%
特別損益	450	-1.8%	77	120.6%	-71	118.8%	373	-1.6%	379	-1.5%
純利益	1,270	4.9%	223	85.0%	80	106.7%	1,494	6.3%	1,189	4.6%

2. 売上概況(連結・単体)

- ・ 中間期の連結総売上高は計画比 99.9%の26,754百万円
- ・ UA個別の売上高は、前年同期比 108.7%、計画比 99.5%の 25,689百万円
- ・ 既存店売上高前期比は 99.2%

	19年3月期 中間期				(金額単位:百万円)		
	実績	前年同期比増減 前期比		計画比増減 計画比		前年同期	期初計画
連結総売上高	26,754	-	-	27	99.9%	-	26,782
UA個別総売上高	25,689	2,048	108.7%	124	99.5%	23,641	25,813
ビジネスユニット計	23,452	1,831	108.5%	370	98.4%	21,620	23,823
UA業態	13,995	327	102.4%	120	99.1%	13,667	14,115
GLR業態	5,059	623	114.1%	255	95.2%	4,435	5,314
CH業態	1,490	32	97.9%	24	101.7%	1,522	1,465
S.B.U.及びUAラボ	2,907	912	145.7%	20	99.3%	1,995	2,927
アウトレット	2,237	216	110.7%	246	112.4%	2,020	1,990
既存店			99.2%			107.9%	100.8%
内、面積同一			99.0%			106.6%	100.5%
内、面積変動			101.1%			119.6%	103.0%
UA既存			98.2%			106.4%	100.1%
GLR既存			98.1%			105.6%	99.7%
CH既存			97.9%			124.3%	96.3%
S.B.U.及びUAラボ 既存			109.9%			112.1%	111.8%

チェンジズ ユナイテッドアローズ東京店および名古屋店につきましては、業態転換を行ったため、今期首よりUA業態の実数値に加えており
前期実績につきましても遡及算出しております。

3. 中間期末のBS概況(連結・単体)

- ・連結総資産は37,493百万円、単体の総資産は36,981百万円(前年同期末比121.8%)となった
- ・単体: 主な資産の増加は たな卸資産、関連会社株式および有形・無形の営業設備投資
 主な負債の増加は自社株およびフィーゴ社株式取得等に伴う長短借入金
 主な純資産の減少は自社株取得に伴う株主資本の減少

(金額単位: 百万円)

	連結実績 (19/3期 中間期末)		参考: UA単体実績 (19/3期 中間期末)		<参考> 単体 前年同期末	
	構成比 実績		構成比 実績	前期増減 前期比	構成比 実績	
総資産	100.0%	37,493	100.0%	6,628 121.8%	100.0%	30,353
流動資産	62.8%	23,530	60.3%	1,793 108.7%	67.6%	20,507
固定資産	37.2%	13,963	39.7%	4,834 149.1%	32.4%	9,846
有形固定資産	15.7%	5,875	15.8%	517 109.7%	17.6%	5,329
無形固定資産	8.0%	2,987	4.6%	1,232 358.2%	1.6%	477
投資等	13.6%	5,100	19.3%	3,084 176.4%	13.3%	4,039
流動負債	43.7%	16,368	42.9%	6,024 161.2%	32.4%	9,841
固定負債	15.1%	5,651	15.3%	5,204 1288.9%	1.4%	437
純資産(資本)合計	41.3%	15,474	41.8%	4,600 77.1%	66.1%	20,074

参考. たな卸資産の動向 (UA単体)

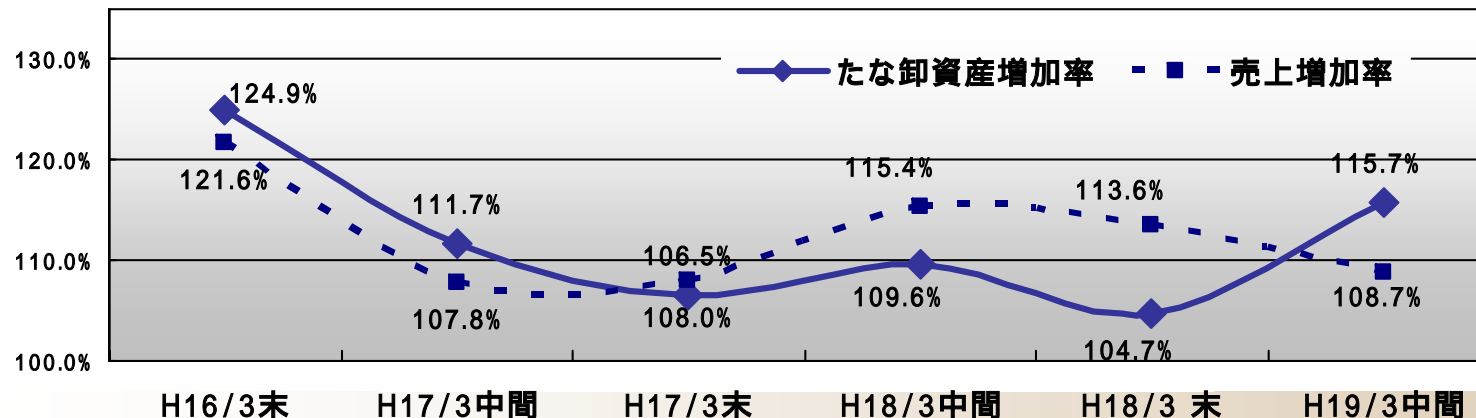
- ・中間期のUA単体 たな卸資産は前期比115.7%の13,745百万円
 春夏および一部晩夏商品について売上が弱含んだことによる在庫増
 今秋冬シーズン(9、10月)の出店拡大に伴う先行商品の投入量拡大
 (秋冬出店が終了する10月末比較で売場面積前年比 約 112%)

たな卸資産(商品在庫 + 貯蔵品)の推移

(金額単位: 百万円)

	16/3期 期末	17/3期 中間末	17/3期 期末	18/3期 中間末	18/3期 期末	19/3期 中間期
期末たな卸 資産額	9,594	10,842	10,216	11,879	10,694	13,745
前年同期 増加率	124.9%	111.7%	106.5%	109.6%	104.7%	115.7%
参考 売上増加率	121.6%	107.8%	108.0%	115.4%	113.6%	108.7%

参考: たな卸資産増加率と売上増加率の推移 (ともに前年同期比)



4. 19年3月期の通期計画の概要(連結・単体)

・連結、単体とも通期計画に変更はありません

(金額単位:百万円)

	連結通期計画 (19/3期)				参考:UA個別通期計画 (19/3期)			
	計画	売上比	前年同期比増減 前期比		計画	売上比	前年同期比増減 前期比	
売上高	60,845	100.0%	7,032	113.1%	58,676	100.0%	6,066	111.5%
売上総利益	33,579	55.2%	4,560	115.7%	32,313	55.1%	4,014	114.2%
販管費	25,616	42.1%	4,260	120.0%	24,480	41.7%	3,668	117.6%
営業利益	7,963	13.1%	300	103.9%	7,833	13.3%	346	104.6%
営業外損益	53	-0.1%	28	219.9%	57	-0.1%	12	127.4%
経常利益	7,910	13.0%	271	103.5%	7,776	13.3%	333	104.5%
特別損益	531	-0.9%	31	94.3%	523	-0.9%	47	91.6%
純利益	4,214	6.9%	137	103.4%	4,279	7.3%	246	106.1%

連結会社であります株式会社フィーゴにつきましては、平成17年10月より連結対象となりましたので、前期は6ヶ月間の実績が含まれております。

5. 出店(及び退店)・移転・増床計画(UA単体)

- ・今期は出店34、転換に伴う退店4、期末店舗数は109の予定
- ・第1四半期の発表以降の変更点は以下の通り
 - GLR新規形態店を新SBUとして表記(前回+1店舗増)
 - アナザーエディション 下期出店数を0 1へ変更
 - オデットエオディール下期出店数を4 3へ変更(来期首出店)
 - ドゥロワーの下期出店数を1 2に変更

事業別 新規出店数

改装・増床予定

		期首 店舗数	新規出店予定			転換 退店	当期末 予想	出店時の 売場面積	移転・改装・増床予定		
			通期	上期	下期				通期	上期	下期
	合計	79	34	18	16	4	109		3	2	1
主力 事業	既存UA	23				4	19	-	2	0	2
	UA レーベル イメージストア	4	1	1			5				
	新UA	0	5	3	2		5	60~140坪			
	B&Y	0	4	2	2		4	50~100坪			
	GLR	24	4	1	3		28	80~100坪			
	GLR新規形態	3	2	1	1		5	25~30坪			
	CH	3					3	-			
SBU	アナザーエディション	7	4	3	1		11	25~35坪	1	1	
	ジュエルチェンジズ	1	2	2			3	-			
	オデットエオディール	6	7	4	3		13	15~20坪			
	ドゥロワー	2	2		2		4	50坪前後			
	ダーリントンデイズ	4					4	-			
	新規S.B.U.	0	2		2		2	20~25坪			
ラボ	時しらず	2					2	-			
	リカー、ウーマン &ティアーズ	0	1	1			1	15坪前後			

UAレーベルイメージストア=(ザソプリンハウス×1、ディストリクトUA×1、チェンジズUA×2、キャスキッドソン×1)

チェンジズUA 2店舗は下期よりSBUからUA事業レーベルイメージストアへ業態転換しました。上記記述上は期首店舗数を変更しています。



参考：出店・移転・増床の明細(確定案件のみ)

上期出店・移転・増床の明細

形態	事業	事業	概要	時期	店舗名	商業施設等	規模	オープン日	備考
新規出店	UA	新UA	新店(転換)	9月	神戸元町店	路面店	売場面積 128.4坪	9月1日(済)	
			新店(移転)	9月	福岡店	VIORO	売場面積 147.3坪	9月15日(済)	
			新店(転換)	9月	有楽町店	有楽町西武	売場面積 103.5坪	9月9日(済)	
		B & Y UA	新規出店	9月	福岡店	路面店	売場面積 99.9坪	9月15日(済)	
			新規出店	9月	有楽町店	有楽町西武	売場面積 53.3坪	9月9日(済)	
		レーベルイメージストア	新規出店	9月	キャス・キッドソン代官山店	路面店	売場面積 24.2坪	9月16日(済)	
	GLR	GLR総合店	新規出店	9月	川崎店	ラゾーナ川崎プラザ'	売場面積 101.2坪	9月28日(済)	
		GLR新規形態店	新規出店	9月	ファサード福岡ソラリアプラザ店	ソラリアプラザ	売場面積 21.1坪	9月9日(済)	
	S.B.U.	アナザ'-エディション	新規出店	4月	渋谷店	渋谷バルコ	売場面積 24.0坪	4月14日(済)	
			新規出店	4月	札幌店	ステラブレイス	売場面積 33.9坪	4月29日(済)	
			新規出店	9月	町田店	町田モディ	売場面積 22.7坪	9月28日(済)	
		ジュエルチェンジズ	新規出店	9月	福岡ソラリアプラザ店	ソラリアプラザ	売場面積 26.0坪	9月9日(済)	
			新規出店	9月	六本木ヒルズ店	六本木ヒルズ	売場面積 32.0坪	9月15日(済)	
		オデットエディション	新規出店	4月	池袋店	池袋バルコ	売場面積 21.0坪	4月27日(済)	
			新規出店	9月	福岡店	VIORO(新施設)	売場面積 18.8坪	9月15日(済)	
			新規出店	9月	なんばマルイ店	なんばマルイ	売場面積 17.9坪	9月22日(済)	
			新規出店	9月	有楽町阪急店	有楽町阪急	売場面積 14.6坪	9月6日(済)	
UAラボ		リカー、ウーマン&ティアーズ	新規出店	9月	リカー、ウーマン&ティアーズ	南青山(路面)	売場面積 14.4坪	9月1日(済)	
移転	S.B.U.	アナザ'-エディション	移転	9月	福岡店	ソラリアプラザ	売場面積 26.9坪	9月9日(済)	

下期出店・移転・増床の明細(確定案件のみ、一部来期首出店となる可能性もあります)

形態	形態	事業	概要	時期	店舗名	商業施設等	規模	オープン日	備考
新規出店	UA	新UA	新規出店	10月	神戸三宮店	ミント神戸	総面積 72.9坪	10月4日(済)	
			新店(転換)	来春	新潟店	ビルボードブレイス	総面積 70.1坪	来春予定	
			新規出店	来春	丸の内店	新丸ビル	総面積 165坪	来春予定	
		B & Y UA	新規出店	10月	神戸三宮店	ミント神戸	総面積 107.3坪	10月4日(済)	
			新規出店	来春	新潟店	新潟市内	総面積 82.9坪	来春予定	
	GLR	GLR総合店	新規出店	11月	金沢店	金沢フォーラス	総面積 100.9坪	11月2日(済)	
			新規出店	来春	ららぽーと横浜店	ららぽーと横浜	総面積 126.8坪	来春予定	
			新規出店	3月	渋谷店	渋谷地区	総面積 80.5坪	3月予定	
		GLR新規形態店	新規出店	10月	ファサード新宿ミロード店	新宿ミロード	総面積 15.9坪	10月13日(済)	
	S.B.U.	アナザ'-エディション	新規出店	来春	大宮店	さいたま市大宮区	総面積 42.1坪	来春予定	
			新規出店	来春	新潟店	新潟市内	総面積 30.5坪	来春予定	
			新規出店	来春	丸の内店	新丸ビル	総面積 27.8坪	来春予定	
		ドゥロワー	新規出店	10月	心齋橋店	路面店	総面積 50.5坪	10月19日(済)	
			新規出店	来春	福岡店	路面店	総面積 52.3坪	来春予定	
アウトレット	新規出店	11月	南大沢店	ラフェット多摩	総面積 70.0坪	11月16日(済)			
	新規出店	来春	千歳店	レラ	総面積 149.3坪	来春予定			
	新規出店	来春	(交渉中)	(交渉中)	-	来春予定			
改装	UA	既存UA	改装	来春	二子玉川店	玉川高島屋S・C	総面積 122.6坪	来春予定	

売場面積未定の場合、総面積を表示しております。売場面積は総面積の約80%~85%程度となります。

上期総括と下期以降の取組み

1. 上期総括

業績総括

- ・ 連結売上は 計画レベルで着地、各段階利益は計画を上回り推移。
- ・ (株)ユニテッドアローズ単体は、ビジネスユニット売上が計画未達であったが、売上総利益および各段階利益は 計画を上回り着地。
- ・ 子会社の(株)フィーゴは 売上、利益とも計画を上回り 好調に推移。

上期業績総括

	実績 (億円)	前期比	計画比
連結売上高	267	-	99.9%
UA単体売上高	256	108.7%	99.5%
ビジネスユニット計	234	108.5%	98.4%
アウトレット	22	110.7%	112.4%
(連結)売上総利益	148	-	101.1%
連結経常利益	26	-	112.9%
連結中間純利益	12	-	109.1%

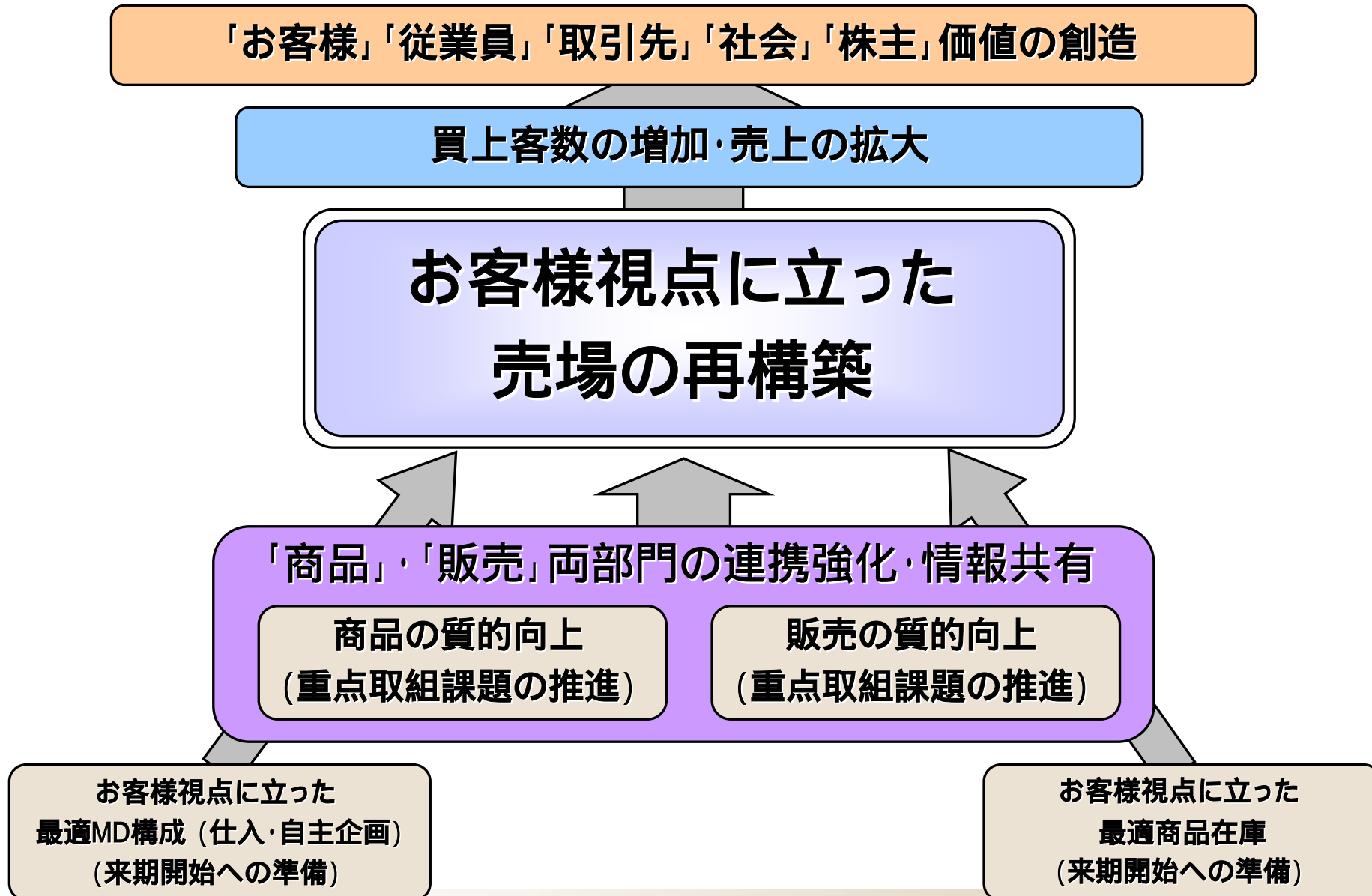
上期の経営ポイント

- ・ 取締役会の強化とそれに伴うスタッフ部門の強化
- ・ ライン部門、特にUA本部の強化
- ・ 多様化するお客様のニーズに合わせたUA業態ストアブランド分割の開始
- ・ 将来に向けた重点取組課題（「販売」「商品」両面の強化）の進捗
- ・ 前年に引き続き仕入原価低減が進捗し、売上総利益率が向上

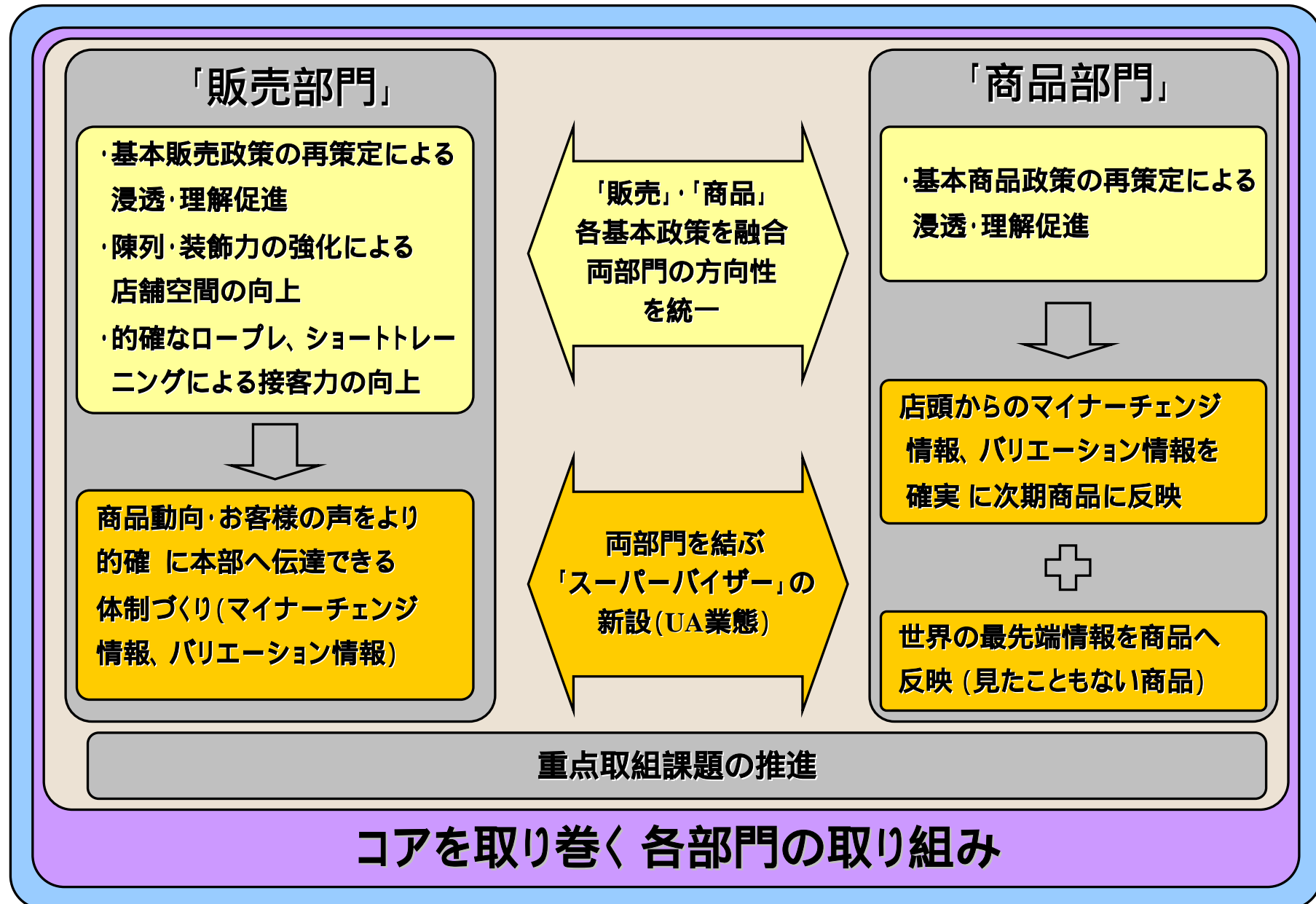
上期の課題

- ・ 計画未達となったビジネスユニット売上（計画比 98.4%）
および前年比マイナスとなった既存店売上（既存店売上前期比 99.2%）
- ・ 既存店買上客数の前年比マイナス推移（上期累計92.1%）

2. 上期課題を踏まえた下半期以降の施策概要



3. 施策のポイント(コアとなる部分)



施策のポイント(コアを取り巻く各部門の強化)

UA業態

- ・ストアブランド分割に伴う、不足商材の拡充
- ・ビューティ&ユースUAの内装モディファイ
- ・分割の認知度向上

コア部分
(前ページ)

GLR業態

- ・ブレのない商品企画の実現に向け、メンズ・ウイメンズにファッションディレクターを設置(11月)
- ・営業企画部の設置(10月)による店舗環境整備・セールスプロモーションの強化
- ・事業本部長開催の接客販売研修(藤澤塾)の積極開催、採用の強化

スタッフ部門のサービス強化

- ・経営管理部設置(11月)による事業部門サポートとフォーキャスト(事業予測)機能の強化
- ・さらなるES(従業員満足)向上の人事制度検討
- ・事業部門との連携をより強化した出店の検討

新 中長期戦略の立案開始

- ・取締役会、事業部門、間接部門 全方位的な強化に伴い 中長期新戦略の立案へ

参考. 重点取組課題の進捗

5 2週MDの推進

- ・ GLR業態: 春夏シーズンの反省を踏まえ、全体感・時系列等を考慮した商品計画の立案へ
- ・ UA業態: 2007年春夏シーズンの週次商品計画および行動計画策定

ハウスカードを起点としたCRMの強化

- ・ 全社レベルでの推進を目指した準備室を立ち上げ(10/1付)、運用プラン策定・分析ツール導入準備開始
- ・ GLR業態: 9月末よりハウスカード全店導入
主力3事業すべて導入
9月末の全社カードホルダー 約 26万人

自主企画商品の開発力強化

- ・ UA業態: メンズ商品部門責任者にアパレル経験者(社内)を配置。メンズ、ウイメンズ双方でアパレル型業務推進を遂行
ウイメンズは今秋冬商品で一定の成果が顕在
- ・ GLR業態: 今春夏商品展開の反省を踏まえ、ファッションディレクターを設置し、企画力強化

店頭業務効率化の推進

- ・ 短時間勤務登録者への事前教育を充実
登録者の即戦力化へ
付帯効果: 優秀な短時間勤務者の準社員登用により、アルバイト欠員をカバー
- ・ 店舗付帯業務の効率化: 付帯業務を85に分類
勤務システム登録および手順書作りに着手