



株式会社ユニテッドアローズ 2020年3月期 決算説明会 質疑応答集

この質疑応答集は、5月8日（金）、11日（月）に開催したマスコミ向け、アナリスト・機関投資家向け決算説明会にて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問をカテゴリー別にまとめたものです。理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

●2020年3月期 業績について

Q. 第4四半期における新型コロナウイルス感染拡大の影響はどう出ているか？

A. 2020年2月に発表した修正計画には新型コロナウイルスのマイナス影響は反映されていないため、その計画値との差（売上高で38億円、営業利益で21億円）がほぼコロナウイルスの影響と考えられます。

Q. 在庫状況について知りたい。

A. 新型コロナウイルス感染拡大により、シーズン別に見ると2020年春夏物の在庫が多く残っています。今後ネット通販でのセール施策やアウトレットの活用により、早期消化を促進します。2020年秋冬物の調達についても抑制気味に進行します。

Q. ネット通販の主要チャネル別動向を知りたい。

A. 主要サイトの動向は以下の通りです。

	売上高前年同期比	構成比	前年同期差
ユニテッドアローズ オンラインストア*	93.0%	21.4%	▲4.1pt
ゾゾタウン	117.3%	54.6%	2.9pt
楽天ファッション	124.9%	13.4%	1.4pt
アマゾン	110.5%	3.1%	0pt

* ユニテッドアローズ オンラインストア 2019年9月12日から2019年11月26日までクローズしています。

●2021年3月期について

Q. 新年度の売上総利益率の目線を知りたい。新型コロナウイルスの影響が出た2020年3月期の第4四半期3か月で売上総利益率が2.5pt低下しているが、2021年3月期についても同程度の低下が想定されるのか？

A. 現段階でこの先の状況が読みづらく、売上総利益率の想定に関してはコメントできません。2020年の春物商品については実店舗での販売機会をほぼ失っており、ネット通販のセールで消化促進を行っています。今後徐々に実店舗の営業が再開されると思いますが、営業時間の短縮なども想定されるのに加え、商業施設のポイントキャンペーンなども実施が難しくなるため、非常に厳しい環境になると見ています。新型コロナウイルスの影響が落ち着くまで1年近くかかるという予測もあり、下期以降に環境が好転するかどうか現段階では不透明ですが、秋冬物商品の調達を抑制し、売上総利益率を確保したい



と考えています。

Q. 今後ネット通販の重要性が高まると考えられるが、セール以外の具体的な施策はあるか？

A. 実店舗の営業が止まっている中、UA オンラインストアへの期待が非常に高いと感じており、そこに注力していきます。グリーンレーベル リラクシング (GLR) を中心に、SNS のライブ配信を活用した商品紹介、LINE を使った接客などを行っており、今後全社的に広げていきます。

Q. コロナ過以降の取り組みについて、MD 面、サプライチェーンでの変更はあるか？

A. コロナ過に関係なく、2021 年 3 月期からは暖冬を前提とした MD 構成への見直しを図り、従来の 8 シーズン MD から 6 シーズン+シーズンレス商品という考え方へ修正しています。2020 年 4 月の動向を見る限りではワンマイルウェアや感染防止に向けたグッズ需要の拡大など、消費モードの変化も見られるため、今後修正を図ります。サプライチェーン面では、中国生産が軸になるという考え方に変更はないものの、国内やその他エリアへの一部生産シフトも検討し、リスク分散を考えます。

●中期経営計画（2021 年 3 月期～2023 年 3 月期）について

Q. 新規大型事業の開発にあたり、GLR とのすみ分け方や店舗の展開規模、新中期経営計画への貢献度を知りたい。

A. 新規大型事業はミッドトレンドマーケットを狙うもので、若い世代までをターゲットを広げ、価格帯も GLR よりもお求めやすいゾーンをイメージしています。新中期経営計画期間中では売り上げ規模はそれほど大きくならない見込みですが、長期的には売上高 100 億円以上をめざしています。従来は実店舗の出店ありきのビジネスモデルでしたが、新事業ではネット通販との連動制を高めた形態をとる予定です。

Q. UA オンラインストアの自社運営化が 2022 年 3 月期中となっているが、新型コロナウイルスの影響で時間がかかっているのか？

A. UA オンラインストアの自社運営化に向けて現在開発を進めています。前回の失敗要因の一つに開発を急ぎすぎたこともあったため、今回は時間をかけ、慎重に進める方針です。

Q. グローバル事業におけるマーケット、セグメントはどこを想定しているか？

A. アジア圏を中心に、ミッドトレンドマーケットやニュートrendマーケットを想定しています。今後開発する新規大型事業も海外を視野に入れています。コロナ過の影響で現段階では積極的な取り組みは行えませんが、今後に向けた準備は進めています。

Q. 新中期経営計画の営業利益の目標値の考え方を知りたい。

A. 新中期経営計画期間中に CHROME HEARTS JP 合同会社 (CH JP) が連結対象から外れることから、新中期経営計画の営業利益目標は、コロナ過以前の 2019 年 3 月期の売上、利益から CH JP 分を除いた水準から順調に成長した場合、どの程度を目指せるかを想定して策定しています。営業利益が 100 億円を達成すると、収益性も若干上がる見立てになっています。既存事業の改善や、機能戦略における OMO 推進や業務改革が収益性の向上につながると考えています。



Q. 配当方針の変更、考え方について知りたい。

A. 基本的な考え方に変更はなく配当性向 35%以上を目途に安定的な配当を目標としていますが、2021年3月期については過去に経験したことのないような事態となっているため、企業存続の取り組みを最優先した考え方をとる予定です。

以上