



株式会社ユニテッドアローズ 2021年3月期第2四半期 決算説明会 質疑応答集

この質疑応答集はマスコミ向け、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。

●2021年3月期 業績について

Q. 修正予想では、下期の売上総利益率が在庫評価損の影響を除外しても前年から1ポイント程度低下しているが、どういう見立てになっているか？

A. 下期は上期よりもセール売상을抑制できると見ていますが、足元の環境を踏まえると強い計画を組みづらいという背景があります。昨年の秋冬在庫をアウトレットで消化することにより、アウトレット専用品の構成比が下がることも、売上総利益率の抑制要因になっています。

Q. 前回発表の業績予想から、販管費のどこが削減されているのか？

A. 主に人件費です。採用抑制、冬季賞与の調整など、前回予想に織り込んでいなかった要素が反映されています。

Q. 今年の春夏商品の評価損を計上することで、期末在庫の過剰感は？

A. 今年の秋冬、来年の春夏商品の調達を抑制しているため、第1四半期末に比べると大きく改善できる見通しです。今春夏商品の過剰感が残るものの、来年アウトレットで消化できる水準と見ています。

Q. 上半期の主要通販サイトの伸び、構成比を知りたい。

A. 2021年3月期 上期 単体 ネット通販売上内訳

	売上高前年比	ネット通販売上中の構成比	前年差
ユニテッドアローズ オンラインストア*	165.4%	30.9%	7.8pt
ゾゾタウン	110.2%	49.2%	-5.8pt
楽天ファッション	114.9%	10.3%	-0.7pt

*ユニテッドアローズ オンラインストアは2019年9月12日から11月26日まで休業しました。

Q. 第一事業本部と第二事業本部で回復度合いに差がある理由は？

A. ビジネススタイルの急速なカジュアル化により、オンオフ兼用商品の動きが鈍くなっています。第二事業本部はグリーンレーベル リラクシングにおいてこの商品群の構成比が高いため、第一事業本部に比べ回復が遅れています。またエメルリファインズの店舗展開を終了したことも影響しています。



Q. 下期の売上動向をどう見ているか？

A. 下期の連結売上は前年の 90%程度で見えています。来年の春夏シーズンからニューノーマルに向けた商品企画の修正が本格的に進むため、第4四半期にかけて回復が進む見通しです

Q. 月次動向を見ると秋冬の立ち上がりが弱いように見えるが、どう捉えているか？

A. 2019年9月～11月にユナイテッドアローズ オンラインストア(UA オンラインストア)が稼働停止したため、当年の9月～11月については、既存店売上から UA オンラインストアを除外しています。前年の同期間については、ZOZO や楽天ファッションなどの他社モールに在庫を集積し、クーポン等の販促施策をかけて販売を強化したため、相対的に他社モールの売上が大きく伸びています。今年はそのような施策を行っていないため、他社モールは前年の反動が出ており、既存店売上が異常値になっていると認識しています。この期間に関しては、全社売上を参照いただいた方が実態に近い数字になると捉えています。

●新中期経営計画について

Q. 連結店舗数の 10%程度の退店について、選定基準があれば教えてほしい

A. コロナ禍の影響等で今後の回復が見込めない店舗が対象で、大都市部の店舗が中心です。引き続き検討は行っており、今後増える可能性もあります。なお、すでに店舗展開を終了したエメルリファインズ店舗については退店見込みの 10%に含まれています。

Q. カジュアル商品の価格帯を下に広げる狙いは？

A. 価格帯全体を下げるのではなく、カジュアル商品で価格帯を下に広げる方針です。価格が要因で当社がリーチできていない、主にネット通販を利用する若年層の取り込みを目的としています。

Q. 中期最終年度でのネット通販構成比をどの程度で想定しているか？

A. 単体で売上の 30%強を想定しています。

Q. 今後の OMO 施策に向けて、実店舗の人材をどのように活用するか？

A. 当社はこれまで実店舗での接客販売にご評価をいただき、成長してきた側面があります。通販シフトが加速する中、その優位性をネット通販に取り込んでいくために、様々な試みに着手したところです。LINE を使った接客やライブ配信による商品説明などを通じてネット通販に実店舗販売員の経験値を注ぎ込むことで、当社の強みを発揮させたいと考えています。

Q. 新役員人事の狙いは？

A. 今回の取締役人事は、攻めと守りの役割分担から決めました。竹田がコロナ禍からの回復を目的とした守りを主に担当し、松崎、木村は中長期成長の視点に立った攻めの施策を担当します。

以上