



## 株式会社ユニテッドアローズ 平成 26 年3月期 月次売上概況 質疑応答集

この質疑応答集は、月次売上概況(速報)発表時に、アナリスト、機関投資家、マスコミ各社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。

### ●平成 26 年3月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、3月の小売+ネット通販既存店売上高は、第1週が前年並み、第2は前年を 23%強上回り、第3週が前年の90%程度、第4週が前年並み、第5週は前年を 35%強上回りました。当社の多くの店舗が出店している商業施設「ルミネ」におけるカードホルダー向けキャンペーンの開催が、昨年15日(金)～20日(水・祝)であったのに対して今年は6日(木)～10日(月)となり、その影響が第2・3週に出ています。第4週も前半3日間は前年がルミネキャンペーン期間となり既存店売上は弱めに推移いたしましたが、気温の上昇にともない金曜日からの3連休で売上が大きく伸びたため、週トータルでは前年レベルとなりました。第5週は気温が上昇したこと、4月からの消費増税を前にした購買意欲の高まりから売上が伸び、前年を大きく上回る結果となりました。

Q、消費増税前の駆け込み需要は見られているか？

A、単価の高いメンズドレス商品、ドゥローワー、クロムハーツなどで駆け込み需要が見られました。その他の事業については、売上げ増の要因としては気温上昇の方が大きいと捉えています。

Q、4月以降の買い控えについて、どのように見ているか？

A、4月にはある程度の反動が出るものと考えております。5月からは本格的な夏物商品の提案を行なうため、反動は短期で収まるものと見えています。

Q、GLRのネット通販の伸びが低い理由は？

A、GLR 事業においては、ネット通販店舗で前年は複数のヒット商品が出たのに対し、今年はそれを補えるだけのヒット作を生み出すことができませんでした。その影響で売上がマイナスとなりました。

### ●平成 26 年2月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、2月の小売+ネット通販既存店売上高は、一時的に首都圏を中心とした降雪の影響を受けたものの、月を通じて概ね前年同期を上回りました。

Q、降雪の影響はあったのか？

A、降雪当日、翌日の売上は落ち込んだほか、高速道路の通行止めによりハイウェイストア、アウトレット店舗にマイナス影響が見られたものの、月全体では大きな影響とはなりません。

Q、今月の売上が特に強かった背景は？

A、トレンドアイテムを中心に春物商品の動きが良かったこと、スーツ、ジャケット、コートなど比較的高単価なアイテムが好調だったこと、春節による外国人観光客の来店増がクロムハーツを中心とした売上につながったことなどがあげられます。



Q、ネット通販の伸びが高かった理由は？

A、春物の出足が好調なこと、先行受注品の発送分が売上として計上されたことが要因です。

Q、消費税増税を前にした駆け込み需要は見られているか？

A、クロムハーツにおいて駆け込み需要が見られていますが、他の事業ではまだ明確には出ておりません。

#### ●平成 26 年 1 月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、1月の小売+ネット通販既存店売上高前期比は、第2～4週にかけて前年を上回って推移いたしました。ショッピングセンター「ルミネ」のセール開始日が前年よりも1週間早い9日(前年は16日)となったため、第2週の売上が大きく前年を上回りました。第3～4週も段階的にセール対象品を拡大させたことで、前年同期を上回る進捗となりました。なお、週次の売上比較は前年同月と曜日をあわせて計算しています。そのため第1週については、今年分は元旦を含めた1日(水)～5日(日)、昨年分は元旦を除く2日(水)～6日(日)の実績での比較となります。元旦は営業店舗数が少ないため売上額が小さく、2日はセール開始となる店舗が多く売上額が非常に高くなるため、第1週の売上は前年同週を下回りました。第5週も前年同期をわずかに下回りましたが、これはセール在庫が少なくなったことによる売上減少と思われます。

Q、グリーンレーベル リラクシング、クロムハーツの伸びが高い理由は？

A、グリーンレーベルについては、今年はセール用の在庫を十分に準備していたため、月を通じて安定した売上を確保できました。クロムハーツの好調は、外国人観光客の需要拡大や高額品の活発な動向の継続によるものです。

Q、スモールビジネスユニット(SBU)が弱含みとなった背景は？

A、事業別に強弱が分かれており、SBU全体で小売+ネット通販の既存店売上が前年同期を割りました。ジュエルチェンジズが好調で前年同月を上回ったものの、他のストアブランドが前年同月を下回りました。

#### ●平成 25 年 12 月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、12月の小売+ネット通販既存店売上高前期比は、月を通じて前年同月を上回る進捗となりました。気温の低下と賞与支給の影響で第3週が8%程度の増、ギフト需要で第4週が4%程度の増となり、26日からスタートしたハウスカード会員向けの優待セールの影響で第5週は13%程度の増となりました。

Q、スモールビジネスユニット(SBU)が弱含みとなった理由は？

A、事業別に強弱が分かれており、SBU全体で小売+ネット通販の既存店売上が前年同期を下回りました。ジュエルチェンジズやオデット エ オディールの既存店売上は前年同月を上回ったものの、ドゥローワーやアナザーエディションが前年同月に及びませんでした。

Q、クロムハーツ(CH)が好調な背景は？

A、外国人観光客の需要拡大や高額品動向が活発なことに加え、ギフト需要でアクセサリーが好調に推移したこと、新商品が好評をいただいていることが影響しています。今年4月の消費税増税を視野に入れた需要も見られ始めています。



Q、小売既存店の買上客数が減っている理由は？

A、慎重な消費動向が継続していることや、O2O 施策の推進によってネット通販と実店舗を使い分ける方が増加していることが要因と捉えています。

#### ●平成 25 年 11 月度

Q、11 月の全体概況は？

A 気温の影響でアウターなど重衣料の動きが前年より弱めでしたが、中軽衣料が好調に推移し、前年同月の売上を超えることができました。本格的なアウター需要は 12 月から拡大すると見えています。

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、小売+ネット通販既存店売上高前期比において、第1週は前年同期を下回ったものの、第2週、3週は前年を10%前後越えました。第2週は前年同週に比べて祝日が1日多かったこと、第3週は気温が大きく低下したことがプラスに影響しています。第4週は前年同週に比べて祝日が1日少なかったため10%程度下回りましたが、第5週で前年水準に戻しました。

Q、ネット通販既存店売上高前期比において、グリーンレーベル リラッキング (GLR) が弱く、スモールビジネスユニット (SBU) が強い理由は？

A、昨年は GLR のネット通販において多数のヒット作が出ましたが、今年はヒット作のパリエーションが作れず、前年レベルに達することができませんでした。SBU のネット通販既存店売上は全般的に好調で、特にアナザーエディションにおいて出店サイトの割引キャンペーン、人気商品のネット通販での受注などが売上をけん引いたしました。

Q、クロムハーツ (CH) が好調な背景は？

A、外国人観光客の需要拡大や強い高額品動向に加え、新商品が好調に推移していることが影響しています。

Q、小売既存店の買上客数減、客単価増をどう見ているか？

A、小売既存店の客数減は、慎重な消費動向が継続していることや、O2O 施策の推進によってネット通販と実店舗を使い分ける方が増加していることが要因と捉えています。客単価増は、単価の高い CH 事業が好調であること、価格を見直した商品が増えていることなどが要因です。

Q、11 月に行なった主な販促施策を教えてください。

A、大型のものでは 10 月末～11 月頭に GLR が行なったクロスメディア販促があります。他はカタログの配布、店頭イベントの実施などが中心となりました。

Q、12 月の見込みは？

A、気温の低下や賞与の支給とあわせ、アウターの需要が 12 月から拡大すると見えています。あわせてクリスマスギフトの提案を行なっていきます。

#### ●平成 25 年 10 月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、小売+ネット通販既存店売上高前期比は第1～2週は前年同期を下回ったものの、3週目以降は前年同期を超えました。小売既存店も同様の傾向が見られましたが、ネット通販既存店は月を通じて前年同期を超えており、



安定的に推移いたしました。

Q、小売既存店売上客数前年同期比が下がっている背景は？

A、週次の売上動向を見ると、ネット通販既存店売上は安定しております。不安定な天候要因のため、ネット通販を利用されるお客様が増えたものと思われれます。

Q、SBU が弱い理由は？

A、オデット エ オディール(OEO)とドウロワー(DRW)の売上が弱めでした。OEO はロングブーツの需要が遅れていること、DRW は天候不順によって路面店の客足に影響がでていることなどが要因として考えられます。

Q、価格見直しの進捗は？

A、価格についてはオリジナル企画商品の約半分について、5～10%程度の幅で見直しをしています。当社では素材やデザインなどをブラッシュアップし、お客様に価値を認めてもらえると判断したものだけ価格を見直しているため、お客様にも抵抗なく受け入れていただいています。

### ●平成 25 年9月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、小売+ネット通販既存店売上高前期比は第1週が約100%、第2～4週は約102～104%、第5週は約108%となりました。台風 18 号の影響が第4週の小売売上にしたものの、ネット通販が健闘してカバーいたしました。また第5週は月曜日が祝日だったため、伸び率が高くなっています。

Q、小売既存店客単価前期比が高い理由は？

A、客単価の高いクロムハーツ事業が好調であったことや、高額ダウンコートなどの動きが良かったことが要因となっています。

Q、小売既存店客数前期比がマイナスとなった背景は？

A、より吟味して、良いものを買いたいという消費傾向が継続していることに加え、O2O 施策の推進により、小売店舗とネット通販を上手く使い分けているお客様が増えていることも影響していると思われれます。

Q、注記にある“一部ネット通販店舗の既存店カウントの見直し”とはどういうことか？

A、これまでユナイテッドアローズ総合店として出店していた同 ZOZOTOWN 店を8月末で退店扱いとし、ユナイテッドアローズ ZOZOTOWN 店、ビューティ&ユース ZOZOTOWN 店として新規出店いたしました。そのため、8月度より ZOZOTOWN 内の両ブランド店舗をネット通販既存店算出から外しました。

Q、秋冬から一部商品の価格を見直す方針だったが、お客様の反応は？

A、9月は中軽衣料の売上が中心のため、仕入ブランドを除いては価格を見直した商品の割合は比較的少なめでした。当社では前年と全く同じ商品を取扱うのではなく、素材やデザインなどをブラッシュアップした商品開発を行っております。そのスペックをみた上で、お客様に価値を認めてもらえると判断したものだけ価格を見直しているため、お客様にも抵抗なく受け入れていただいています。

### ●平成 25 年8月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、小売+ネット通販既存店売上高前期比は第1週が約 98%、第2、3週は猛暑によって盛夏物商品の需要が高まり 103～106%程度、第4週以降は 97～98%程度となりました。前年は8月末にクロムハーツ(CH)主要商品の



価格変更を行っており、月後半に駆け込み需要が発生しました。その反動が当月第4週以降に出ています。

Q、8月の売上をどう評価しているか？

A、前述のCH商品駆け込み需要の反動はあるものの、売上計画は達成しており順調だと認識しています。

Q、CHの小売既存店高売上前期比が92.1%と弱くなった理由は？

A、前述のCH商品駆け込み需要の反動によるものです。この影響は計画に織り込まれており、当月のCH事業の売上は計画を越え、順調に推移しています。

Q、小売既存店の買上客数前期比が低い理由は？

A、前述のCH商品駆け込み需要の反動のほか、局地的な豪雨などの不安定な天候要因も影響しています。

Q、グリーンレーベル リラクシング(GLR)のネット通販既存店売上高前期比(97.8%)が弱い理由は？

A、前年のGLR事業では、秋冬シーズンのスタートにあわせて春夏セール商品の在庫をネット通販店舗に集約し、最終消化を図りました。今年はセール在庫も少なく、そのような策を取らなかったため、同事業のネット通販既存店売上高前年比が弱くなっています。

Q、記録的な猛暑の影響はあったのか？

A、猛暑で盛夏物商品のニーズが継続し最終セールにプラスの影響があった一方、局地的な豪雨など不安定な天候が客数に対してマイナスに影響したと見られます。

Q、秋冬の出足は順調か？

A、ネット通販で行なっている先行受注会の反響も高く、ユナイテッドアローズ事業ではダウンコートの売上も堅調です。ウィメンズのスカートなど秋冬トレンド商品の動きも見られており、順調な出足となっています。

#### ●平成25年7月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、7月第1週はセール開始直後の店舗も多く、小売+ネット通販既存店売上は前年の約110%となりました。その後は盛夏物商品のセール在庫が不足気味となり、売上が前年を下回る週が続きました。ネット通販内で売上シェアの高い自社EC、ZOZOTOWNが昨年は7月中旬にセールを開始したのに対し、今年は6月下旬からのスタートとなったこともマイナスに影響しています。

Q、7月の計画に対する進捗は？

A、セール開始時期の前倒しで需要が6月にずれ込み、7月は売上計画を若干割っていますが、6~7月をトータルで見ると売上計画を達成しました。

Q、ネット通販においてグリーンレーベル(GLR)の既存店売上が低い理由、SBUの既存店売上が高い理由は？

A、GLRについては、盛夏物商品のセール在庫が不足したことが影響しました。また昨年は定価販売のメンズポロシャツのヒットがありましたが、今年はそれに相当するアイテムを出せなかったこともマイナスに作用しました。SBUは全般的に好調で、特にドゥローワーのネット通販売上が前年の3倍強となったことが大きく影響しました。

Q、6月に続いて既存店客単価が高い理由は？

A、他事業に比べて客単価の高いクロムハーツの伸びが127.2%と非常に大きく、全体をけん引しています。



●平成 25 年6月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、6月の全社小売＋ネット通販既存店売上は、気温上昇に伴う盛夏物商品の需要拡大、ハウスカード会員優待セール、オープンセールの開催により順調に推移いたしました。特に第5週(24～29日)については、多くの店舗でオープンセール開始日が6月27～28日からと昨年よりも前倒しされた影響で、約112%の大きな伸びとなりました。

\* 昨年は路面店舗、一部商業施設、主要ネット通販サイトにおいてセール開始日が7月11～12日であったのに対し、今年は6月27～28日からとなりました。

Q、6月が好調であった背景は？

A、気温上昇とともに盛夏物商品の実需が拡大したこと、多くの店舗で前年に比べてオープンセールの開始日が前倒しされたことが要因として考えられます。

Q、ネット通販既存店売上の伸びが大きい理由は？

A、当社のネット通販売上内のシェアが高いユニテッドアローズ オンラインストア、ZOZOTOWNのセール開催日が6月27～28日に前倒しされたことが要因です。

Q、7月の見込みは？

A、セール開始日前倒しの影響により、7月上上については昨年ほどの伸びは難しいと見込んでいます。

●平成 25 年5月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、全社の小売＋ネット通販既存店売上では、第1週(1～5日)と第2週(6～12日)は前年同期を下回ったものの、第3週(13～19日)以降は約4～24%上回りました。第1週は前年より祝日が1日少なかったことが影響しました。第2週については、前年はこの週に行なわれた一部商業施設のカード会員向け割引キャンペーンが今年は第3週の開催となったため、既存店売上前年比に対してマイナスに作用しました。第3週以降はこのキャンペーンの週ずれ開催、気温上昇に伴う盛夏物・クールビズ商品の拡販などが売上をけん引しました。

Q、客単価が上がっている要因は？

A、クロムハーツ(CH)事業が引き続き好調であることに加え、5月上旬が涼しく、比較的単価の高いニットなどのアイテムが好調だったことが要因と考えられます。

Q、既存店客数が下がっている要因は？

A、渋谷ヒカリエのシンクス、お台場のダイバーシティ東京プラザ、高速道路サービスエリアのネオパーサ清水など、昨年4月に開業して話題となった商業施設内の店舗が今年5月から既存店扱いとなり、買上客数にその反動が出ました。また今年4月末にオープンしたグランフロント大阪にお客様が集中したことで、周辺エリアの店舗に影響が出ています。CH事業では前月に価格変更前の駆け込み需要が発生しており、5月の既存店客数が減少しました。当社では、これらのマイナス影響は一時的なものとしています。

Q、実店舗に比べてネット通販の既存店売上前年比が低い要因は？

A、低価格から中高価格帯まで多数の出店がある一部のECサイトにおいては価格重視の買物傾向が強く、単価の高い当社商品に対して苦戦要因となっています。同時にネット通販店舗で欠品が多く発生しており、最適な在



庫配分について現在検討を進めています。

Q、SBUのネット通販売上が突出している理由は？

A、SBUのネット通販ではアナザーエディション(AE)とドゥロワー(DRW)が非常に高い伸びを見せており、SBU全体の数値を押し上げました。また今年4月からポワソンショコラ商品の売上をオデット エ オディール(OEO)のネット通販売上から除外して計上しており\*、同月よりOEOのネット通販店舗を既存店換算から外しました。OEOのネット通販売上伸び率はAE、DRWほどの高さではないため、これがSBU事業全体のネット通販既存店売上に対してプラスに影響しています。\*詳しくは4月度のQAをご参照ください。

#### ●平成25年4月度

Q、週次の売上動向について知りたい。

A、全社の小売+ネット通販既存店売上では、第1週(1~7日)から第3週(15~21日)にかけては前年同期に対して99~110%程度で推移しましたが、第4週(22~28日)以降は1%前後、前年同期を下回っています。これは22日のクロムハーツ(CH)商品の価格改定に伴う駆け込み需要があったこと、月後半の低気温が夏物商品の動きにマイナス影響を与えたためです。

Q、客単価が上がっている要因は？

A、CH商品が好調であったことと、寒暖の差が激しく夏物商品の動きが遅めであった半面、リネン素材のシャツ、ニットや、気温の影響を受けにくいパンツなど、比較的単価の高いアイテムの動きが良かったことが要因です。

Q、CHの好調要因は？

A、ブランド力や知名度の向上によって、ここ数年の好調を維持しています。4月は価格改定前の駆け込み需要があったことや、円安の影響でインバウンド需要が増加していることも好調の要因です。

Q、価格改定後のCHの動向は？

A、売上に対して一時的な反動があることは想定しており、ほぼ計画通りに推移しています。過去の価格改定時の例から見ても、この反動は1~2ヶ月で落ち着くと予想しています。

Q、ネット通販の売上がマイナスになっている要因は？

A、主にオデット エ オディール(OEO)のネット通販で販売しているオリジナルブランド「ポワソンショコラ」(BC)を軸とする新規事業立上げに向け、4月1日付けでBC部を新設しました。これに伴い、当月よりOEOのネット通販売上からBC商品の売上を除外して計上しており、既存店売上前期比にマイナス影響を与えています。この影響を外した場合、ネット通販既存店売上高は前年レベルになる見込みです。来月以降は、既存店売上の集計方法を再検討し、より実態にあわせた開示ができるように修正します。

Q、グリーンレーベル リラクシング(GLR)のネット通販既存店売上前期比が108.8%と高い理由は？

A、4月は、ZOZOTOWNにおいてSNSのLINEを使ったタイムセールを実施しました。この売上がGLRのネット通販既存店売上の約8%を占めており、大きくプラスに影響しています。

Q、スモールビジネスユニット(SBU)の買上客数前年比が低い理由は？

A、初夏物を多めに打出した事業が多く、低めの気温推移とお客様のモチベーションに対して、品揃えをうまく適合できなかったためです。

以上