

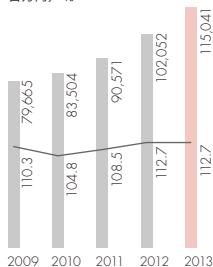
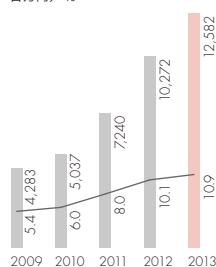
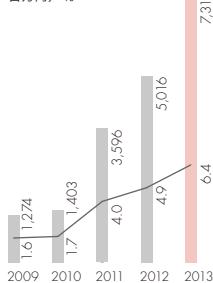
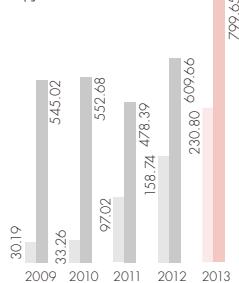
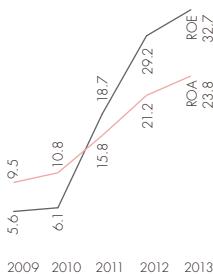
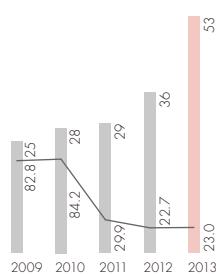


東 矢 通 信

第二十七卷

2012.4.1—2013.3.31

財務ハイライト 3月31日に終了した1年間

売上高/
売上高伸び率
百万円/%経常利益/
経常利益率
百万円/%当期純利益/
当期純利益率
百万円/%1株当たり当期純利益/
1株当たり純資産
円ROA / ROE
%1株当たり配当金/
配当性向
円/%

Contents

- 01 財務ハイライト
- 03 2013年3月期トピックス
- 05 社長メッセージ
- 09 長期ビジョン「UA VISION 2022」
- 10 特集：O2O戦略への取り組み
- 13 ビジネスレビュー
- 19 連結財務諸表
- 23 株主アンケート結果のご報告
- 25 2012年秋冬ヒットアイテムのご紹介
- 26 CSR情報
- 27 株式データ
- 28 株主メモ
- 29 会社情報
- 30 お知らせ

東矢通信の編集方針とその他当社に関する情報について
東矢通信は、当社の株主様に向けて、当該年度の決算、経営・営業概要についてお伝えしている冊子です。お客様でもある株主様に関心の高い事業・商品動向についてもできる限りご紹介するよう努めておりますが、より詳しい情報については、下記の各サイトをご参照ください。

IRサイト

www.united-arrows.co.jp/ir/

会社概要、経営方針、ビジネスモデル、決算、アニュアルレポート、よくあるご質問・用語集などの情報を掲載しております。2013年3月期決算から、アナリスト・機関投資家様向け説明会の模様を動画でご覧いただけるようになりました。

各事業のブランドサイト

www.united-arrows.co.jp/

事業概要、店舗一覧のほか、最新の商品などをご紹介します。

2013年3月期トピックス

2012.4 代表取締役 社長であった重松 理が取締役 会長へ、取締役 副社長執行役員であった竹田 光広が代表取締役 社長執行役員に就任。

2012.4 野村不動産の住宅ブランド「PROUD」と、ユナイテッドアローズ事業がライセンスビジネスとして共同提案する住空間「ブラウド ウィズ ユナイテッドアローズ」がスタート。第1弾として、「ブラウドタワー東雲キャナルコート」にてインテリアオプション（東京都江東区、2012年4月ショールームオープン＝上段左）、第2弾として、「ブラウド船橋 三街区・五街区」にてゲストルームを提案（千葉県船橋市、2013年1月発表、7月竣工）。

2012.9 「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」のオリジナル企画レーベル「モンキータイム」初の単独出店となる「モンキータイム ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」が、ルミネエスト新宿店にオープン。（中段左）

2012.9 ユナイテッドアローズ事業メンズのライセンスコーナー「ウィズ ユナイテッドアローズ」が、成田国際空港第2旅客ターミナルビル 免税エリアなどにオープン。2013年春夏からは、ウィメンズのライセンス商品（下段左）の展開もスタート。

2012.9 ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング事業のテレビCM「恋するレーベル・101回目のプロポーズ」が、「第52回ACC（社団法人全日本シーエム放送連盟）CM フェスティバル」テレビCM部門において、ACCゴールドを受賞。（上段右）

2012.12 当社が東京証券取引所主催の「上場会社企業価値向上表彰」で大賞企業に選定。（中段右） >> 30ページ「お知らせ」

2012.12 当社の「アニュアルレポート2012」が、日本経済新聞社主催の「日経アニュアルリポートアワード2012」において、特別賞（要約版）を受賞。 >> 30ページ「お知らせ」



2013.3 ユナイテッドアローズ事業が、商業施設のディベロッパーが優秀なテナントを選ぶ「第15回ディベロッパー大賞」（織研新聞社主催）において、2年連続5回目の大賞を受賞。

2013.3 東日本大震災の被災地復興支援チャリティプロジェクト「MOVING ON TOGETHER!」を当期も積極的に推進。2013年3月期の活動における総支援額は67,031,721円、プロジェクト開始からの累計支援額は311,322,441円に。（下段右） >> 26ページ「CSR情報」

2013.3 単体売上が初めて1,000億円を超える。連結売上高は115,041百万円（前期比112.7%）、同経常利益は12,582百万円（同122.5%）となり、創業以来24期連続増収を達成。前期に引き続き過去最高益を更新。

社長メッセージ



株主の皆様には、格別のご支援とご愛顧を賜り、厚くお礼申し上げます。

2013年3月期は、商販宣の連携精度の向上と、外部環境への対応力の強化により、創業以来24期連続増収、2期連続過去最高益を達成しました。

当社は、「100年以上存続し、世界に通用する企業ブランド」を目指すためのステップとして、2022年に向けた長期ビジョンを発表しました。今後は、既存事業の強化を軸に、新規事業の開発や海外進出に向けた準備を行ってまいります。

Q 2013年3月期を振り返って、
どのように評価されていますか。

2013年3月期は、天候不順や一部商業施設におけるセール時期の長期化など、お客様の購買動向を左右する外部環境の大きな変化がありました。そのような状況の中で、当社は引き続き商品プラットフォームを軸に、商品・販売・宣伝部門の連携サイクルを強化することで、お客様への価値ある商品・サービスのご提供に取り組んでまいりました。経営管理面では、週・月次単位の会議体を再編成し、これまでは実績の報告を主体としていた各種営業会議を、今、1週間後、1カ月後、1年後などの未来に向けた対策を重点的に討議する場へと改めました。これは、販売状況、利益、在庫などの細かい進捗管理を徹底し、その時々に応じて迅速に的確に次の打ち手を考え、実行に移していくための取り組みですが、具体的な成果事例として、在庫の監視機能の向上があげられます。当期はセール時期が長期化したことで、アパレル各社としても例年とは異なる商品の投入～消化サイクルが必要となりました。当社では、膨らみがちな在庫に早い段階からアラートを鳴らし、各事業とアウトレットが連携して早期消化・高値換金を促進した結果、期末たな卸資産の伸張率は、売上高成長率を下回って着地することができました。

事業別には、商販宣の連携サイクルが好循環しているクロムハーツ、アナザーエディション事業などが引き続き好調でした。グリーンレーベル リラクシング事業では、話題性の高いテレビCMや交通広告などをフックとして、新しいお客様層に認知していただき、ご来店、購買に結びつけるサイクルが形になってきました。宣伝活動の成果によるお客様の反応を見越した商品計画の精度や、広告と連動した店頭でのご提案力なども高まり、商販宣連携の成功モデルの1事例として進化したという手応えを得ることができました。

これらの結果、連結売上高115,041百万円(前期比112.7%)、経常利益12,582百万円(同122.5%)、当期純利益7,316百万円(同145.9%)となり、創業以来24期連続増収と、2期連続で最高益を更新しました。

Q 2014年3月期の目標と取り組みについて
お聞かせください。

2014年3月期は、経営スローガンを「チャレンジ」と決めました。既存事業の進化・継続強化による安定成長を前提として、新規事業開発や海外展開にチャレンジしてまいります。

新規事業として、昨年9月に「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」のオリジナルレーベルから「モンキータイム ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」の店舗展開がスタートしました。今年4月には、同じく「ビューティ&ユース」の取り扱いブランドからスピンアウトした米国・ニューヨークのセレクトショップ「スティーブン アラン」3店舗がオープンしました。「スティーブン アラン」では、当社がこれまで培ってきた審美眼のもと、日本国内のニーズに応じた商品をセレクトして展開を行います。このほかにも、複数の事業が今期中の新規展開開始を目指して準備を進めています。

ネット通販では、O2O戦略*を推進し、実店舗とネット通販の買い回りの利便性を強化します。販売チャネルの壁を越え、個々のお客様のニーズに応じた購買機会を創出してまいります。

これらの経営方針のもと、2014年3月期は、25期連続増収、3期連続最高益更新の達成を目指します。

*O2O戦略 >> 10ページ「特集：O2O戦略への取り組み」

Q 最後に、株主の皆様メッセージをお願いします。

当社は、東京証券取引所が実施した第1回「上場会社企業価値向上表彰」において、大賞企業に選定されました*。今回の受賞は、当社がこれまで「店はお客様のためにある」という社是に基づき、経営・営業活動を愚直に積み重ねてきた結果と考えています。この名誉に甘んじることなく、株主・投資家の皆様との対話を重視しながら、ステークホルダーの皆様のご期待にお応えし続けられるよう、まい進し続ける所存です。

*「上場会社企業価値向上表彰」>> 30ページ「お知らせ」



当社では、株主価値の極大化を経営の重要課題として認識しております。株主還元については、持続的な成長拡大・業績の向上を図ることで1株当たり利益の拡大を図るとともに、継続した株主優待制度の充実化と、業績に連動した安定的な配当、株式分割、自己株取得ならびに消却などを検討してまいります。なお、2014年3月期以降の配当方針としては、連結配当性向25%を目処に安定的な配当を実施することで、株主の皆様に対する利益還元の充実を図ってまいります。

株主の皆様には、今後もより一層のご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2013年6月

代表取締役 社長執行役員

竹田 光彦

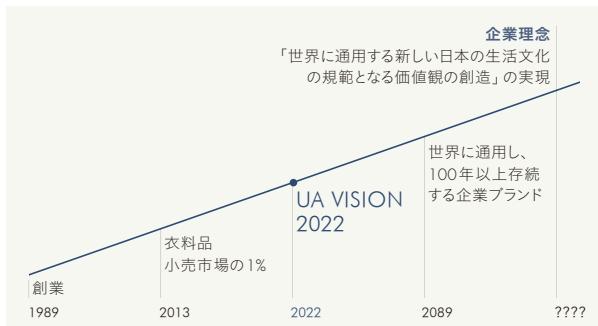
長期ビジョン「UA VISION 2022」

スローガン

ニッポンにユニテッドアローズあり。

私たちは**世界中**のお客様からも注目され、愛される、
お客様満足**日本一**のファッション小売企業を目指します。

「UA VISION 2022」のロードマップ



「UA VISION 2022」達成に向けた経営戦略

「時代対応と自己改革による既存事業の成長拡大」

「次代の成長を担う新規事業の開発・育成による新たな価値提案」

「将来的な国際対応力の強化に向けた海外進出の開始」

2022年3月期に向けた経営目標

連結売上高2,200億円

経常利益264億円 経常利益率12.0% ROE20%以上

当社は、2022年3月期に向けた長期ビジョン「UA VISION 2022」を発表しました。当社が今後も安定的に成長拡大していくためには、移り変わる外部環境・消費マインドに柔軟に対応できる「変化への対応力」、迫り来るポータレス時代に向けた「国際対応力」、そして徹底的なお客様満足の追求に向けた「時代対応による進化」をし続けることが必要不可欠です。100年後に世界に通用する企業ブランドとなるために、まず日本で一番お客様に満足いただけるお店となることを目指します。その結果、世界のお客様から注目され、ご愛顧をいただけるファッション小売業となることを目指します。そして、このスローガンの実現を目指すことにより、当社グループが100年以上存続し、世界に通用する企業ブランドとなるための基礎を築いてまいります。

「UA VISION 2022」は、IRサイト内「2013年3月期決算情報」（決算説明会資料、説明会動画など）にて、より詳しくご紹介しております。

www.united-arrows.co.jp/ir/

特集

オー・トゥー・オー

〇2〇戦略への取り組み

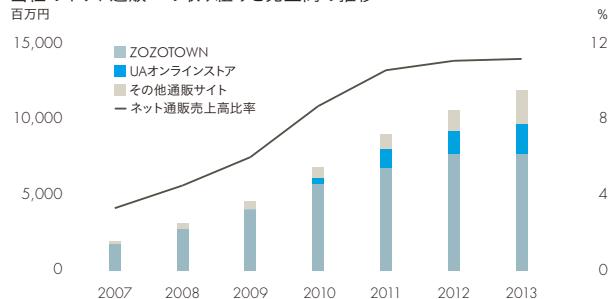
〇2〇とは

オンライン・トゥ・オフライン。オンライン（ネット通販）とオフライン（実店舗）の購買活動が連携し合うこと、または、実店舗での購入につなげるためにネット上で行われる販売促進やマーケティングなどの活動を指す戦略として注目を集めています。



当社は、早くからネット通販の可能性に着目し、常に先進的な取り組みを行ってまいりました。2014年3月期は、〇2〇戦略の推進を経営方針のひとつに掲げ、実店舗とネット通販の連携を高め、お買物の利便性をさらに高める仕組みを強化しています。

当社のネット通販への取り組みと売上高の推移



2005年

▶ 「ZOZOTOWN」に出店開始

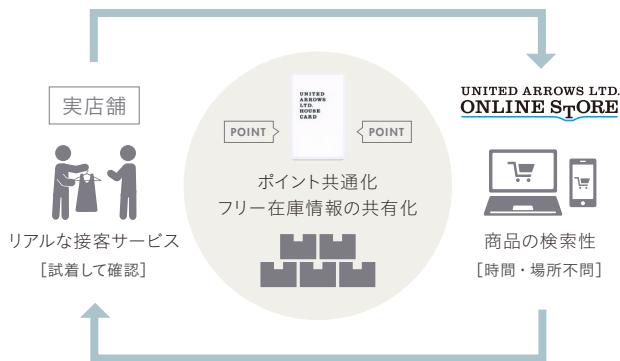
2010年

▶ 「UAオンラインストア」スタート

▶ 「アマゾン」に出店開始

実店舗とUAオンラインストアの連携

- ・実店舗で現物チェック
その場で購入判断をしなくても後日サイトで
- ・品番メモからお目当ての商品を簡単検索 [詳細①](#)



- ・サイトで商品をチェックしてから実店舗へ
- ・店舗別リアルタイム在庫検索
- ・ネットで検索&実店舗で商品お受け取り [詳細②](#)
- ・先行受注会で商品動向観測

当社では、以前から実店舗と通販サイトのフリー在庫情報の共有化、実店舗と「UAオンラインストア」でのポイント共通化など、積極的な連携施策を行ってまいりました。

当社が実施したお客様の購買行動に関するアンケート*によると、回答者の約65%の方が「ブランドサイトや通販サイトで商品情報をチェックしてから実店舗へ行く」、また、約76%の方が「店舗で見てもその場で買わなかったとしても、後日通販サイトから買いたいと思う」と回答されました。さらに、実店舗と「UAオンラインストア」の両方でお買物をされるお客様の年間購入金額は、実店舗だけご利用されるお客様と比較して、約3倍も多いという調査結果もあります。

これらの購買動向分析をもとに、実店舗とネット通販それぞれの機能を活かして、お客様のニーズに応じたお買物やサービスのご提供ができるような取り組みを行ってまいります。

*お客様の購買行動に関するアンケート：2012年9月、当社のハウスカード会員様から条件抽出した方を対象に実施。回答者数約6,200名、回答率4.1%。

詳細① 品番メモで商品検索が簡単に

商品を買うかどうか迷っている、買いたいけれど急いでいて会計の時間が無い、などというお客様に、販売員が商品の品番を記載したメモをお渡ししています（一部店舗で実施）。後日の再来店や通販サイトにて、商品の品番をもとに商品検索が簡単にできます。今後も対応店舗を拡大する予定です。



詳細② ネットで検索&実店舗で商品お受け取り

「UAオンラインストア」で商品を見て、実店舗で現物を受け取りたい、試着したいというお客様には、ご指定の実店舗にその商品をお届けするサービスを検討しています。実際にお手に取って試着の確認や、販売員によるコーディネート提案が可能になります。（2014年3月期中にサービス開始予定）。

INTERVIEW

事業支援本部
デジタルマーケティング部 部長
相川 慎太郎



当社では、実店舗で見て買って、ネット通販も便利だから使う、でも試着したいからやっぱり実店舗に、というお客様のご利用サイクルを作りたいと考えています。もはや実店舗とネット通販で売上を取り合う時代ではありません。買い回りの利便性を強化し、実店舗とネット通販のサービス格差を極小化していくことは、お客様満足の向上にもつながります。実店舗と比較しても遜色ないサービスやクリエイティビティをサイト上でご提供するために、当社独自のプロモーションの実施、操作性・機能性の改善がしやすい「UAオンラインストア」の意義はますます高まっています。

今後は、実店舗でお客様に商品のご紹介をしたけれど購入販路はネット通販だったという場合にも販売員が正しく人事評価されるための仕組み作りを進めます。また、実店舗の出店先の商業施設様にも、実店舗とネット通販の相互連携のメリットをお伝えし、ご理解をいただきながら、当社のO2O戦略を促進していくための環境を整えていきたいと考えています。

Business Review

ユニテッドアローズ事業

ビジネスユニット

売上高前期比

109.3%

小売+ネット通販既存店

売上高前期比

102.0%

UNITED ARROWS

ユニテッドアローズ



UNITED 世界を変える ARROWS キャンペーンビジュアルより引用

ユニテッドアローズ事業では、お客様と販売員の関係性を高める秋冬キャンペーン「UNITED 世界を変える ARROWS」を実施しました。この企画は、当社の社是「店はお客様のためのある」を、服が好きでたまらない販売員が情熱的な接客で体現するというものです。洋服について熱く語り、洋服との出会いを楽しんでいただいた上で、販売員がお客様にコーディネートをご提案します。情熱接客によって「自分の世界が変わった」というお客様の写真を特設サイトでご紹介しました。この写真は約2,700名分にも及び、お客様と販売員が一緒になって作り上げた企画となりました。



UNITED ARROWS

BEAUTY&YOUTH UNITED ARROWS

ビューティ&ユース ユニテッドアローズ



2013年春夏シーズンビジュアルより引用

「ビューティ&ユース」では、オリジナル企画レーベル「モンキータイム」初の単独展開店舗「モンキータイム ビューティ&ユース ユニテッドアローズ」をスタートし、9月に新宿店をオープンしました。「モンキータイム」は、ファッションを通じて個性や獨創性を表現したい男性に向けたブランドです。トレンドのデザインとテイスト、素材感とサイジングにこだわった衣料品やアクセサリーなどを展開しており、最新潮流を嗜好する20代の方を中心に高いご支持をいただいています。その後の検証から、商品ラインアップの拡充によって30代までのお客様も獲得できると判断し、品揃え強化に向けた取り組みを開始しています。

BEAUTY&YOUTH
UNITED ARROWS

ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング事業

| | | | |
|--------------------|--------|-----------------------|--------|
| ビジネスユニット 売上高前期比 | 112.0% | 小売+ネット通販既存店 売上高前期比 | 102.6% |
|--------------------|--------|-----------------------|--------|

UNITED ARROWS green label relaxing

ユナイテッドアローズ グリーンレーベル リラクシング



2013年春夏 トレンチコート プロモーションビジュアルより引用

グリーンレーベル事業では、テレビ広告、交通広告、自社メディアなどを駆使したクロスメディアプロモーション「恋するレーベル」を実施しました。3月のスプリングコートのキャンペーンでは、全国テレビCMと関東・関西地区の交通広告に注力し、対象商品のターゲット層である20代から30代半ばの女性のお客様に対するPRを強化しました。さらに、オフィシャルサイトや特設ウェブカタログなどのウェブメディアと、POPやポスターなどの店頭メディアを組み合わせて、キャンペーンの認知を拡大させました。特にトレンチコートは、多様化するお客様のニーズを想定し、コートの種類にバリエーションを持たせたことで、販売計画を大幅に上回る実績を残しました。



クロムハーツ事業

| | | | |
|--------------------|--------|-----------------|--------|
| ビジネスユニット 売上高前期比 | 121.3% | 小売既存店 売上高前期比 | 111.7% |
|--------------------|--------|-----------------|--------|

CHROME HEARTS

クロムハーツ



ビーズシリーズ ビジュアルより引用

クロムハーツ事業では、前期に好評を得たビーズアクセサリーの素材のバリエーションと商品のラインアップを拡充しました。販売・商品部門の情報共有により、ビーズブレスレットの需要はさらに拡大すると予測し、在庫を拡充しました。宣伝部門は、ビーズシリーズに新たにガーネット（ざくろ石）素材の商品が加わったことや、リングがラインアップに追加されたことを、さまざまな雑誌やウェブメディアを通じて紹介し、話題喚起を促進しました。さらに女性層の獲得に向け、雑誌「エル・ガール」主催の読者イベント「エル・ガール・ナイト」に参加したほか、12月には伊勢丹新宿店に「クロムハーツ イセタン シンジュク」をオープンし、認知拡大につなげました。



スモール ビジネス ユニット (S.B.U.) およびUAラボ

ビジネスユニット
売上高前期比

112.3%

小売+ネット通販既存店
売上高前期比

105.0%

SBU's and UA LABs

S.B.U.およびUAラボ



アナザーエディション 2013年春夏シーズンビジュアルより引用

ウィメンズのカジュアルウェアを展開する「アナザーエディション」では、店頭を起点とした商品・販売・宣伝部門の連携を強化し、当期も安定的な成長を遂げました。事業部会議での営業動向の分析や戦略の軌道修正と、商・販の担当者が実際に店舗に足を運び、お客様の声や店舗の実情を把握して課題解決につなげる業務サイクルを週次で行うことで、商品企画やお店作りにはすばやく反映させています。宣伝部門では、ブログやツイッターを活用し、戦略商品のご紹介やイベントの告知を行い、お客様の来店喚起やファン層の拡大に寄与しています。

スモール ビジネス ユニット：「アナザーエディション」「ジュエルチェンジズ」「オデット エオディール ユナイテッドアローズ」「ドゥローワー」「アーキベラゴ ユナイテッドアローズ」「ジェアポート ストア ユナイテッドアローズ」「ザ ステーション ストア ユナイテッドアローズ」「ザ ハイウェイ ストア ユナイテッドアローズ」

連結子会社の概況

CONSOLIDATED SUBSIDIARIES

連結子会社

株式会社フィーゴ

イタリア製革小物ブランド「フェリージ」の小売・卸事業を行う(株)フィーゴでは、イタリア・フェリージ社からの商品供給が安定したことで、卸売が好調に推移しました。小売事業においても、ギフト需要による革小物や、プリント生地を使ったバッグなどのシーズンコレクションのヒットが販売実績の押し上げにつながりました。2013年春からは、ブランド設立40周年を記念したキャンペーンもスタートし、話題を呼んでいます。



2013年春夏シーズンビジュアルより引用

株式会社コーエン

メンズ、ウィメンズのカジュアルウェアを展開する「コーエン」では、商品計画と連動した重点強化商品の打ち出し、販売力強化によるファンのお客様の増加、雑誌媒体への広告出稿や各種店舗イベントの開催が奏功し、増収増益となりました。秋冬からは子供服の取り扱いも始まり、お客様連れからギフトをお探しのお客様まで、幅広くご支持をいただいています。



2013年春夏シーズンビジュアルより引用

(株)コーエンは1月期決算のため、通期の連結対象期間は、2012年2月～2013年1月となります。

連結財務諸表

連結貸借対照表(要約)

たな卸資産の増加率は売上高の伸張率を下回って着地。流動資産は、前期末比105.4%の34,989百万円となりました。これは、業容拡大に伴い商品1,702百万円、未収入金1,783百万円などが増加した一方、現金及び預金が1,811百万円減少したことなどによるものです。在庫の効率化により、たな卸資産の前期末比は111.0%となり、売上高前期比112.7%を下回って着地しました。

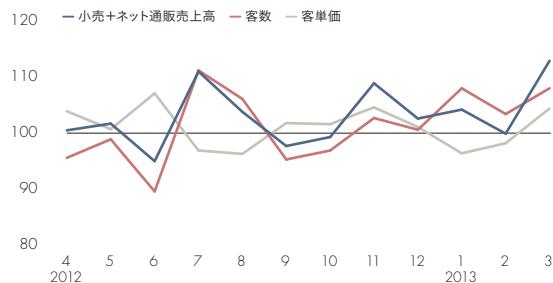
長短借入金の合計残高は前期末比76.8%の7,773百万円。流動負債は、前期末比100.1%の25,724百万円となりました。これは、業容拡大に伴い支払手形及び買掛金513百万円、短期借入金1,200百万円、未払金184百万円などが増加したものの、1年内返済予定の長期借入金450百万円、未払法人税等1,443百万円などが減少したことによるものです。

固定負債は、長期借入金3,091百万円が減少したことなどにより、同51.9%の3,267百万円となりました。

対前期17円増配、対期初計画7円増配の年間配当金53円。4期連続で増配を行い、2013年3月期の年間配当金は53円となりました。なお、純資産合計は、消却等に伴う自己株式5,266百万円の減少、利益剰余金855百万円の増加などにより、前期末比131.7%の25,403百万円となりました。

| 単位：百万円 | 2012年3月期 (2012年3月31日現在) | 2013年3月期 (2013年3月31日現在) | 前期末比 (%) |
|------------|----------------------------|----------------------------|-------------|
| 資産の部 | | | |
| 流動資産 | 33,207 | 34,989 | 105.4% |
| (うち、たな卸資産) | 15,753 | 17,480 | 111.0% |
| 固定資産 | 18,071 | 19,405 | 107.4% |
| 有形固定資産 | 8,685 | 8,973 | 103.3% |
| 無形固定資産 | 1,725 | 1,589 | 92.1% |
| 投資その他の資産 | 7,659 | 8,843 | 115.5% |
| 資産合計 | 51,278 | 54,395 | 106.1% |
| 負債の部 | | | |
| 流動負債 | 25,696 | 25,724 | 100.1% |
| 固定負債 | 6,290 | 3,267 | 51.9% |
| 負債合計 | 31,987 | 28,991 | 90.6% |
| 純資産の部 | | | |
| 資本金 | 3,030 | 3,030 | 100.0% |
| 資本剰余金 | 4,095 | 4,095 | 100.0% |
| 利益剰余金 | 23,600 | 24,456 | 103.6% |
| 自己株式 | △11,463 | △6,197 | 54.1% |
| 株主資本合計 | 19,262 | 25,384 | 131.8% |
| その他の包括利益 | 28 | 18 | 65.6% |
| 累計額合計 | 28 | 18 | 65.6% |
| 純資産合計 | 19,291 | 25,403 | 131.7% |
| 負債・純資産合計 | 51,278 | 54,395 | 106.1% |

2013年3月期 既存店売上高・客数・客単価の推移
%



既存店売上高の動向

2013年3月期の(株)ユナイテッドアローズの既存店前期比は、小売+ネット通販売上高103.4%、客数101.8%、客単価100.8%*となりました。

夏、冬のセール開催時期の長期化、天候不順など厳しい外部環境に置かれていましたが、販売状況に応じた追加生産、早期消化など在庫の適時・適量のコントロールを行うことにより、安定した売上高・利益を確保しました。

* 客数、客単価は小売から算出しております。

連結損益計算書(要約)

創業以来24期連続増収

(株) ユナイテッドアローズの新店出店に伴う増収、既存店、ネット通販の伸張、および連結子会社の増収により、連結売上高は前期比112.7%の115,041百万円となりました。

消化優先で売上総利益率△0.1ポイントも
販管費効率化で営業・経常過去最高益を更新

売上総利益率は、(株) ユナイテッドアローズの在庫消化優先策により、秋冬商品の値引きが増加したことで、前期比△0.1ポイントの54.4%となりました。しかしながら、販管費の効率化を推進し、販管費率は同△1.1ポイントの43.5%となりました。この結果、営業利益は同123.2%の12,562百万円、経常利益は同122.5%の12,582百万円となり、2期連続で過去最高益を更新しました。

当期純利益も過去最高益を更新

873百万円の減損損失を特別損失に計上しましたが、経常利益の増加などに伴い、当期純利益は2期連続で過去最高益を更新しました。

| 単位：百万円 | 2012年3月期 (2011年4月1日— 2012年3月31日) | 2013年3月期 (2012年4月1日— 2013年3月31日) | 構成比 (%) |
|--------------|--|--|------------|
| 売上高 | 102,052 | 115,041 | 100.0% |
| 売上原価 | 46,390 | 52,422 | 45.6% |
| 売上総利益 | 55,661 | 62,619 | 54.4% |
| 販売費及び一般管理費 | 45,468 | 50,056 | 43.5% |
| 営業利益 | 10,193 | 12,562 | 10.9% |
| 営業外収益 | 265 | 202 | 0.2% |
| 営業外費用 | 186 | 182 | 0.2% |
| 経常利益 | 10,272 | 12,582 | 10.9% |
| 特別利益 | 0 | — | — |
| 特別損失 | 908 | 954 | 0.8% |
| 税金等調整前当期純利益 | 9,364 | 11,627 | 10.1% |
| 法人税、住民税及び事業税 | 4,776 | 4,577 | 4.0% |
| 法人税等調整額 | △428 | △266 | — |
| 当期純利益 | 5,016 | 7,316 | 6.4% |

連結キャッシュ・フロー計算書(要約)

営業活動によるキャッシュ・フローでは、税金等調整前当期純利益11,627百万円、減価償却費1,519百万円などの収入があった一方、売上債権の増加額1,745百万円、たな卸資産の増加額1,727百万円、法人税等の支払額5,999百万円などの支出があったことで、5,238百万円のキャッシュ・インとなりました。

投資活動によるキャッシュ・フローでは、新店および改装などに伴う有形固定資産の取得2,187百万円、差入保証金の差入による支出522百万円などがあったことで、3,528百万円のキャッシュ・アウトとなりました。

財務活動によるキャッシュ・フローでは、短期借入金の純増加額1,200百万円があった一方、長期借入金の返済による支出3,541百万円、配当金の支払額1,295百万円などがあったことで、3,533百万円のキャッシュ・アウトとなりました。

以上の結果、現金及び現金同等物の期末残高は、6,142百万円となりました。

| 単位：百万円 | 2012年3月期 (2011年4月1日— 2012年3月31日) | 2013年3月期 (2012年4月1日— 2013年3月31日) | 増減額 |
|--------------------------|--|--|--------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー (小計) | 13,758 | 11,317 | △2,441 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 12,081 | 5,238 | △6,843 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △2,711 | △3,528 | △816 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △6,875 | △3,533 | 3,341 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 7,966 | 6,142 | △1,824 |

キャッシュ・フローの状況
百万円

| | | |
|-----------|--------------|-------------|
| キャッシュ・イン | 前期末残高 +7,966 | 営業活動 +5,238 |
| キャッシュ・アウト | 投資活動 △3,528 | 財務活動 △3,533 |
| | 期末残高 +6,142 | |
| | 0 | 15,000 |

株主様アンケート結果のご報告

東矢通信第26巻（2012年12月発行）において、株主様アンケートを実施しました。多くの貴重なご回答をいただき、誠にありがとうございました。アンケート結果について、ご報告申し上げます。

アンケートの総括

当社の株主構成の特徴として、お客様層の中心でもある20～40代の方や、「店舗や商品のファンだから」「株主優待制度に魅力を感じて」という理由で、当社株式を購入される方が多いことがあげられます。

例年の傾向ですが、今回も店舗、商品、サービスの拡充に関するご意見や株主優待制度へのご要望をたくさんお寄せいただきました。ご意見・ご要望は事業部門と共有し、今後の営業活動へ活かしてまいります。

IR担当者より株主様の声を活かした取り組みをご紹介します

「フェリージ オンラインショップ」でも 株主優待券のご利用ができるようになりました

前期の株主優待券から、通販サイト「ユナイテッドアローズ オンラインストア」でもご利用ができるようになりました。今回のアンケートでは、「引越して近くに店舗がなくなったのでとても助かる」など、好意的なご意見をお寄せいただきました。さらに、今回2013年3月期末の株主優待券から、「フェリージ オンラインショップ」でもご利用いただけるよう運営方法を変更しました。同サイトでのお買物もお楽しみいただければ幸いです。



「フェリージ オンラインショップ」
www.felisi.net/

「ヒット商品が見たい」リクエストにお応えします

「どんな商品が売れたのか興味がある」というご意見も多くお寄せいただきました。この声を受け、25ページの「2012年秋冬ヒットアイテムのご紹介」にて「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」のヒット商品の一例をご紹介します。作り手の思い、ヒットの背景などを踏まえてお伝えしております。

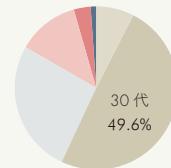
今後も株主の皆様のご意見を大切にしながら、IR活動のさらなる強化を図ってまいります。

東矢通信に関するご意見・ご感想、財務・株式情報に関する各種お問い合わせなど、お気軽にお寄せください。

www.united-arrows.co.jp/ir/contact/

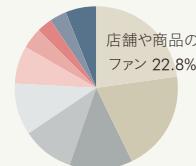
年齢

| 年齢 | % |
|-------|------|
| 20代 | 7.5 |
| 30代 | 49.6 |
| 40代 | 26.4 |
| 50代 | 12.1 |
| 60代 | 3.2 |
| 70代以上 | 1.1 |



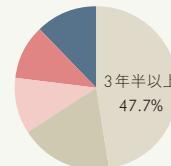
ご購入された理由

| 理由 | % |
|------------|------|
| 店舗や商品のファン | 22.8 |
| 株主優待制度 | 20.0 |
| 企業イメージが良い | 12.6 |
| 事業内容 | 10.3 |
| 成長性 | 10.2 |
| 配当 | 7.6 |
| 株価、チャートの動き | 4.0 |
| 経営方針・戦略 | 3.2 |
| 収益性、財務体質 | 3.2 |
| その他 | 6.2 |



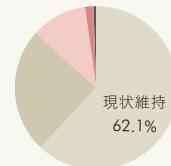
ご保有年数

| 保有年数 | % |
|-------|------|
| 3年半以上 | 47.7 |
| 3年半以内 | 18.4 |
| 2年半以内 | 10.9 |
| 1年半以内 | 10.9 |
| 半年以内 | 12.1 |



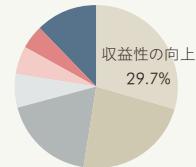
今後の投資方針

| 投資方針 | % |
|------|------|
| 現状維持 | 62.1 |
| 買い増し | 24.6 |
| 未定 | 11.1 |
| 全て売却 | 1.8 |
| 一部売却 | 0.4 |



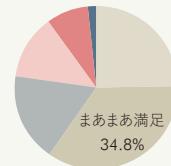
経営方針について望むこと

| 望むこと | % |
|-----------------|------|
| 収益性の向上 | 29.7 |
| 店舗、商品、サービスの拡充 | 22.9 |
| 業績の拡大 | 18.3 |
| 海外進出による成長拡大 | 6.8 |
| 既存事業による成長拡大 | 5.4 |
| 他社との業務提携による成長拡大 | 4.7 |
| その他 | 12.2 |



株主優待制度についてのご感想

| 感想 | % |
|--------|------|
| 満足 | 24.9 |
| まあまあ満足 | 34.8 |
| 普通 | 17.7 |
| やや不満 | 12.6 |
| 不満 | 8.5 |
| わからない | 1.4 |



2012年秋冬ヒットアイテムのご紹介

「ビューティ&ユース ユナイテッドアローズ」ウィメンズの メルトンファーフードライナーコート

すっきりとしたAラインシルエットと、フードに丸ごとファーが付いたキュートなダブルコート(税込店頭販売価格39,900円)。上品でメンズライクな生地と女性らしい柔らかなファーが新鮮な印象を与えてくれます。デザイン性と機能性を兼ね備えた「ビューティ&ユース」の新しいダブルコートとして、2012年秋冬を代表するヒットアイテムとなりました。

このアイテムはもともと2011年シーズンに少ロットで展開したところ、即日完売となったものです。2012年シーズンでは、このアイテムにお客様からのサイズ感などに対するご要望と、「ビューティ&ユース」からのご提案を加え、核商品として展開しました。雑誌などの広告タイアップ、広告と連動した店舗でのご提案の強化、拡販に向けた追加生産体制の準備など、商販宣の各部門が一体となってヒットを後押ししました。



フード内側はカジュアルすぎない印象になるようリアルファーを使用しています。襟縁(えりふち)などにレーザー素材のバイピングを施すことで、トレンド感と上品さが加わりました。(右上)

コートの生地は「ビューティ&ユース」のお客様層が好まれる比較的重めのメルトン素材とし、フェミニンになりすぎずクールでクリーンな印象に仕上げるため、プレーンな起毛なしのタイプを使用しました。内側には取り外し可能なキルティングライナー付きです。(右下)

この商品の販売は既に終了しております。

CSR情報

東日本大震災チャリティプロジェクト

「MOVING ON TOGETHER!」累計支援額が3億1千万円に
2013年3月期は各事業の特性を活かしたチャリティ商品の販売、下取りキャンペーン、「UAオンラインストア」でのポイント募金などを実施しました。支援金としては、社会福祉法人中央共同募金会、一般社団法人 more treesを通して5千万円の現金寄付を行いました。この結果、2013年3月期の活動における総支援額は67,031,721円、プロジェクト開始からの累計支援額は311,322,441円となりました。

「MOVING ON TOGETHER! ハンカチーフ」

日本全国47都道府県をイメージした日の丸をプリントしました。みんなで心をひとつに、この危機を乗り越えていこうという思いが込められています。売上の5%は、赤い羽根の中央共同募金会を通じて被災地支援に役立てられます。(全10色、税込店頭販売価格1,260円)



「エシカル・ファッション イニシアティブ」プロジェクトに参加

ユニテッドアローズ事業は、国内ブランドで初めて「エシカル・ファッション イニシアティブ」プロジェクトに参加し、同プロジェクトにより生まれたキャンバストートバッグを販売しました。「エシカル・ファッション イニシアティブ」は、ミレニアム開発目標のもと女性のエンパワーメントを図るため、世界貿易機関と国際連合の合同機関である国際貿易センターによって立ち上げられたものです。「NOT CHARITY, JUST WORK」をスローガンに、金銭的ではなく、経済的自立を目標とした支援を行っています。

エシカル・ファッション アフリカ キャンバストートバッグ

プリントから縫製や付属品加工まで、ケニアのスラム地区やサバンナなどさまざまな地区に住む女性の職人たちの手で一つひとつ生産されました。東アフリカでなじみ深いゼブラからインスピレーションを得たデザインです。(税込店頭販売価格 4,725円)



掲載の商品は、在庫がなくなり次第、販売終了とさせていただきます。売り切れの際はご容赦くださいますようお願い申し上げます。

株式データ 2013年3月31日現在

| | |
|-----------|--------------|
| 株主数 | 12,020名 |
| 発行可能株式の総数 | 190,800,000株 |
| 発行済株式の総数* | 37,800,000株 |

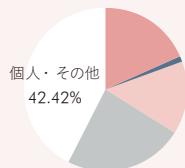
*発行済株式の総数のうち、全体の15.95%に当たる6,031,580株を自己株式として保有しております。

大株主

| 株主名 | 持株数 (株) | 所有株式数の 割合(%) |
|--|------------|-----------------|
| 重松 理 | 3,015,200 | 7.97 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口) | 2,374,200 | 6.28 |
| 株式会社エー・ディー・エス | 2,000,000 | 5.29 |
| ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 常任代理人 香港上海銀行東京支店 | 1,192,691 | 3.15 |
| 株式会社麟蔵 | 1,148,400 | 3.03 |
| 栗野 宏文 | 1,118,600 | 2.95 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口) | 1,064,900 | 2.81 |
| 岩城 哲哉 | 1,014,400 | 2.68 |
| ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 常任代理人 株式会社みずほ コーポレート銀行 決済営業部 | 953,188 | 2.52 |
| 株式会社ルコタージュ | 800,000 | 2.11 |

所有者別分布状況(株式数)

| | % |
|----------|-------|
| 金融機関 | 18.50 |
| 金融商品取引業者 | 1.10 |
| その他の法人 | 14.41 |
| 外国法人等 | 23.57 |
| 個人・その他 | 42.42 |



所有者別分布状況(株主数)

| | % |
|----------|-------|
| 金融機関 | 0.33 |
| 金融商品取引業者 | 0.30 |
| その他の法人 | 0.39 |
| 外国法人等 | 1.51 |
| 個人・その他 | 97.47 |



株主メモ

| | |
|--------------|---|
| 事業年度 | 4月1日～翌年3月31日 |
| 定時株主総会 | 6月 |
| 期末配当金受領株主確定日 | 3月31日 |
| 中間配当金受領株主確定日 | 9月30日 |
| 株主名簿管理人 | 三菱UFJ信託銀行株式会社 |
| 特別口座の口座管理機関 | 三菱UFJ信託銀行株式会社 |
| 同連絡先 | 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711 (通話料無料) |
| 公告方法 | 電子公告 やむを得ない事由により、電子公告によることができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法により行います。 |
| 単元株式数 | 100株 |

株式事務のお手続きに関するご案内

株式事務のお手続き(住所、氏名等の変更、単元未満株式の買取・買増請求)については、株主様が口座を開設されている証券会社にお問い合わせください。未払い配当金の受取りのお手続き、株主優待券や配当金計算書の各種株式事務書類の発送状況等に関するお問い合わせは、三菱UFJ信託銀行本支店にて承ります。

将来予測に関する記述についての注意事項

当報告書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ますが、リスクや不確実性を含んでおります。

従いまして、これらの記述のみに全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えくださいますようお願い申し上げます。

実際の業績は、当社の事業を取り巻く経済情勢、市場の動向、為替レートなどにかかわるさまざまな要因により、記述されている業績予想とは異なる可能性があることをご承知おきください。

IR情報に関するお問い合わせ先

株式会社ユナイテッドアローズ 計画管理室 IRチーム

電話 03-5785-6637

会社情報

会社概要 2013年3月31日現在

| | |
|--------|-------------------------------------|
| 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 |
| 従業員数 | 3,092名 |
| 事業内容 | 紳士服・婦人服および雑貨等の企画・販売 |
| 主要取引銀行 | 1 三菱東京UFJ銀行 2 三井住友銀行 3 みずほ銀行 |

取締役・監査役 2013年6月26日現在

| | |
|--------------|--------|
| 取締役 会長 | 重松 理 |
| 代表取締役 社長執行役員 | 竹田 光広 |
| 取締役 専務執行役員 | 藤澤 光徳 |
| 取締役 専務執行役員 | 小泉 正己 |
| 取締役 常務執行役員 | 東 浩之 |
| 取締役 | 石綿 学 |
| 常勤監査役 | 酒井 由香里 |
| 監査役 | 山川 善之 |
| 監査役 | 橋岡 宏成 |

連結子会社

株式会社フィーゴ
株式会社コーエン

お知らせ

「上場会社企業価値向上表彰」大賞企業に選定

当社は、株式会社東京証券取引所（以下、東証）が実施した「上場会社企業価値向上表彰」において、大賞企業に選定されました。同表彰は、東証が市場開設者としての立場から望ましいと考える企業価値の向上を目指した経営の普及・促進を図ることを目的として2012年度に創設されたものです。当社は、昨年10月に当表彰のファイナリスト5社に選定されていましたが、その後の選考の結果、当社が「最も企業価値向上に係る取組みに関して株式市場において投資者に高く評価されているものと認識し、かつ、企業価値の向上に向けた業務執行体制の確立に創意工夫が為されている」という理由により、大賞の評価をいただきました。

今回の受賞は、「世界に通用する新しい日本の生活文化の規範となる価値観の創造」という経営理念と、経営理念体系の中のひとつ「社会との約束」に掲げる「株主様価値の創造」に基づく、日頃の愚直な経営・営業活動の推進の結果であります。株主の皆様には、日頃のご支援について、厚くお礼申し上げます。



「上場会社企業価値向上表彰」の表彰企業（敬称略）

大賞 当社
優秀賞 エーザイ、HOYA、丸紅、三菱商事

日本経済新聞 特集サイト「ニッポンの企業力・上場企業表彰とは」
ps.nikkei.co.jp/tseaward/01.html

当社の「アニュアルレポート2012」が「日経アニュアルリポートアワード2012」特別賞（要約版）を受賞

当社の「アニュアルレポート2012」が、日本経済新聞社主催の「日経アニュアルリポートアワード2012」において、特別賞（要約版）を受賞しました。

「日経アニュアルリポートアワード」とは、アニュアルレポートのさらなる質的向上と普及を目的として、機関投資家が日本企業のアニュアルレポートを審査し、優れた作品を表彰しているものです。当社は、財務や事業内容の説明を簡略化したアニュアルレポートを審査対象とする特別賞部門（要約版）にエントリーし、受賞することができました。



当社アニュアルレポート

「日経アニュアルリポートアワード2012」の受賞企業（敬称略）

最優秀賞 カブコン
優秀賞 伊藤忠商事、阪急阪神ホールディングス
特別賞（要約版） 当社
（統合版） アステラス製薬
（オンライン版） ソフトバンク

「日経アニュアルリポートアワード2012」概要
adnet.nikkei.co.jp/a/ara/index.html



UNITED ARROWS LTD.