



東 矢 通 信

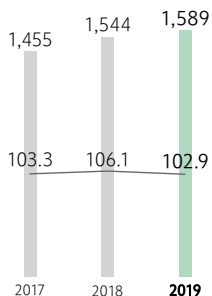
第三十九卷

2018.4.1—2019.3.31

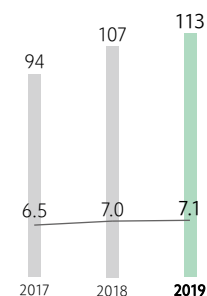
財務ハイライト

3月31日に終了した1年間

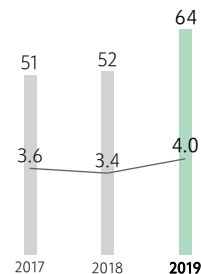
売上高／前期比
億円／%



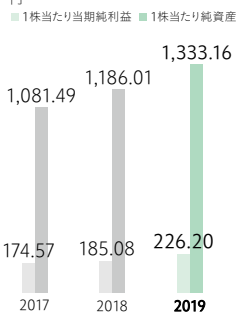
経常利益／経常利益率
億円／%



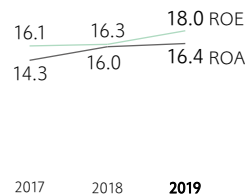
親会社株主に帰属する
当期純利益／当期純利益率
億円／%



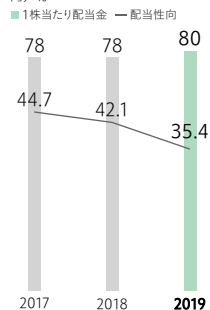
1株当たり当期純利益／
1株当たり純資産
円



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 社長メッセージ
- 07 経営理念の改定
- 09 「UA オンラインストア」の開発・
運営体制を一新
- 11 2018年秋冬ヒットアイテムのご紹介
- 13 新ブランド紹介
- 14 CSR情報
- 15 連結財務諸表
- 19 株主様アンケート結果のご報告
- 20 株式データ
- 21 株主メモ
- 22 会社情報

決算資料

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



CSR

www.united-arrows.co.jp/csr/
スタッフインタビューも掲載しています



ブランド紹介

store.united-arrows.co.jp/storelist/



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、厚く御礼申し上げます。

2019年3月期は、「UAグループ中期ビジョン」(2018年3月期～2020年3月期)の2年目として「中期戦略の徹底推進」を方針に掲げ、マーケット変化への対応を強化する組織体制への変更や、自社ネット通販サイトの運営体制変更も見据えた物流センターの再編等を着実に進めました。

中期ビジョン最終年度となる2020年3月期は、「新経営理念を軸に中期最終年度の計画必達」を経営方針とし、達成に向けてまい進します。

Q 2019年3月期の総括をお願いします。

2019年3月期も、ウィメンズ部門が好調を継続し、業績を牽引しました。

中期戦略の一環で、「ユナイテッドアローズ(UA)」、「ビューティ&ユース(BY)」を中心にトレンドマーケットを担う第一事業本部と、「グリーンレーベルリラクシング(GLR)」を中心にミッドトレンドマーケットを担う第二事業本部の2つの事業本部に組織を再編したことで、マーケット別のお客様に対する価値提供が行えるようになりました。特に、引き続き高まっている、働く女性のオン・オフ兼用商品へのニーズに対して柔軟に提案できたことが業績に貢献しています。

販売チャネルでは、小売既存店売上高が前期比101.6%と堅調な上、ネット通販既存店売上高は同121.7%で4期連続2桁増と順調に推移しています。

これらの結果、連結売上高1,589億円(前期比102.9%)、同経常利益113億円(前期比105.0%)と、創業以来連続増収、2期連続増益となり、中期ビジョンで定めている定量目標も全ての指標が計画を上回りました。

「UAグループ中期ビジョン」定量目標の進捗

目標とする指標	2018年3月期	2019年3月期
経常利益 年平均成長率8%	+14.4%	+9.6% (2期平均)
経常利益率7%以上(最終年度)	7.0%	7.1%
ROE16%以上	16.3%	18.0%
配当性向35%以上	42.1%	35.4%
DOE5.5%以上	6.6%	6.0%

Q 中期ビジョンの進捗について教えてください。

現在の中期ビジョンは「強い経営基盤の確立」を目的とし、収益性の改善を図るとともに、次の成長を見据えた基盤を作る3年間と位置付けています。実現に向けた戦略の進捗に、確かな手応えを実感しています。

まず「強い経営基盤の確立」では、不採算だった2事業を撤退したほか、出退店店舗を精査し店舗の生産性向上を図りま

した。2019年4月には経営理念の改定や、近年の就労観の多様化に伴う人事評価制度の刷新を行うなど、盤石な経営基盤の構築を進めています。

「実店舗の強みを活かしたEC拡大」に向けては、ブランドサイトと自社ネット通販サイト「UA オンラインストア」の統合や物流機能の再編等を実施しました。さらに現在は、2020年3月下期に予定している「UA オンラインストア」の運営体制変更に向けて体制を整備しています。

「マーケット変化への対応」では、組織再編を機に、トレンドマーケットに向けた第一事業本部では「UA」・「BY」の総合店化や、地域特性に応じた商品構成の変更など、ブランドの枠を超えた店作りも手掛けています。ミッドトレンドマーケットに向けた第二事業本部では、ビジネスアイテムに特化した店舗や、ウィメンズのみの小型店舗を展開し、出店立地を広げています。ニュートrendマーケットの「コーエン」は、収益構造改革の成果が出つつありますが、収益性にさらなる改善余地もあります。

Q 2020年3月期の主要な取り組みについて教えてください。

2020年3月期は中期ビジョン総仕上げの年です。

経営方針「新経営理念を軸に中期最終年度の計画必達」に基づき、4つの重点取組課題を設定しています。中でも「実店舗の強みを活かしたEC拡大」における「UA オンラインストア」の運営体制変更は最大の施策です。稼動に向けて万全を期し、実店舗・ネット通販双方の売上拡大と、将来的には実店舗と同水準のサービスの実現を目指します。

「強い経営基盤の確立」では、新経営理念の従業員への浸透を図るとともに、刷新した人事評価制度の運用を開始します。

「既存事業のマーケット変化への対応」では、メンズドレス部門の再構築を特に重点的に進めます。近年、男性においても仕事着の自由度が高まっている中、まだ十分な提案ができていないと認識しています。生地や機能性ととどまらず、スタイリングから抜本的に変えるなど、新しい提案も行っていきます。

最後に、「未来の成長に向けた取組」では、2018年から実施している「GLR」・「コーエン」の期間限定店舗やネット通販サイト

の展開を通じて台湾での本格出店を目指しつつ、台湾以外での可能性も探っていきます。

Q 株主の皆様へメッセージをお願いします。

当社は、2019年10月に創業30周年を迎えます。これはひとえに株主様をはじめとする皆様のご支援の賜物と深く感謝申し上げます。

30年を振り返り、特筆すべきは業界の構造変化です。約30年前に百貨店などへの卸売が主体だった後、当社のようなSPA（製造小売業）が台頭しました。近年は小売業界にネット通販のプラットフォームが参入するなど、大きな構造変化がありました。今後もさらに、お客様のニーズの変化や技術の進歩等によってマーケットが大きく変わると見えています。従来のご成功体験に依存せず、マーケット変化にしなやかに対応できる体制の構築を中長期的に目指します。

最後に、近年、企業に対して「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に向けた施策が求められています。当社では、お客様、従業員、取引先様、社会、株主様に対する価値創造を続けることを基本姿勢としています。引き続き、この理念に沿って企業活動を行いつつ、ESGやSDGsに基づいた課題整理、課題解決へ向けた施策の企画や、より積極的な情報発信などを推進する必要性を感じています。これらは中長期的な視点で継続的に取り組む所存です。

なお、2019年3月期の1株当たり配当金は、配当性向基準に基づき年間80円と、前期より2円増配いたしました。さらに2020年3月期は年間83円を予定しています。

株主の皆様には、当社グループの今後の事業戦略にご期待いただき、より一層のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

2019年6月

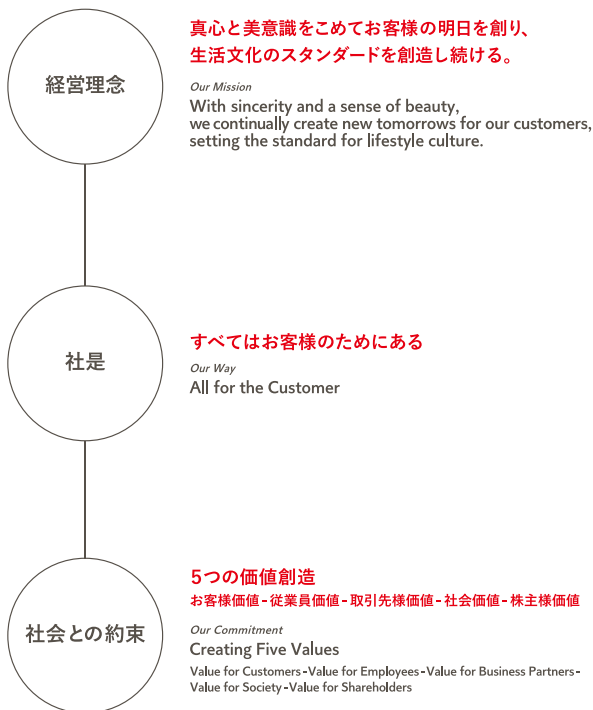
代表取締役 社長執行役員

竹田 光宏

経営理念の改定

2019年4月、7年ぶりに経営理念を改定しました。2019年10月に創業30周年を迎える当社は、グループ従業員数5,000人を超える企業集団となりました。今回の改定は、会社の成長に伴い従業員一人ひとりの経営理念への理解浸透を図る必要性が増してきたことが背景にあります。創業以来掲げてきた経営理念の本質は変えずに、表現をシンプルにわかりやすく見直しました。改定を機に、改めて従業員の理解や共感を深めることで、日々の業務で経営理念を体現することを目指します。結果として、会社が目指す方向へ進むことができる、この理念経営が持続的な成長に向けた原動力となります。

理念体系



経営理念の概要

経営理念では、私たちが大切にしている価値観を、「真心と美意識」という言葉で表現しました。「お客様の明日を創る」とは、私たちの活動を通してお客様が自分らしい装いを見つけるためのお手伝いを積み重ね、世界を豊かなものになりたいという思いを込めたものです。この経営理念をもとに従業員が日々行動することで、生活文化のスタンダードを創造し続けるという、当社グループの意思表明です。

社は、経営理念を実現するために従業員が心掛けるべき基本姿勢を表し、すべての企業活動の判断軸としています。今回、社是の表現を旧理念体系の「店はお客様のためにある」から、「すべてはお客様のためにある」に見直しました。店舗のほか、ECサイトなどお客様との接点が多様化していることを反映し、販売員のみならず、オフィス勤務者を含むすべての従業員の活動はお客様のためにあるということを明確化しています。

「社会との約束」とは、私たちが各ステークホルダーに対して果たしていく価値提供を定めたものです。骨子はそのままで、表現をシンプルに見直しました。

経営理念の浸透策

従業員が経営理念の体現を自分ごととして捉えて、日々の行動につなげることを目的に、さまざまな手法で浸透を図ります。従業員向けWEBサイト「私たちの経営理念」では、新経営理念に対する役員の思いや、従業員が自分と経営理念とのつながりを語るインタビューなどを掲載しています。理念体系を映像で表現したムービーも制作したほか、理念研修に加え、経営理念に対する思いを竹田が販売員に直接伝える店舗巡回も行います。



理念体系を映像で表現したムービー
【Our Mission by United Arrows Group】_JP



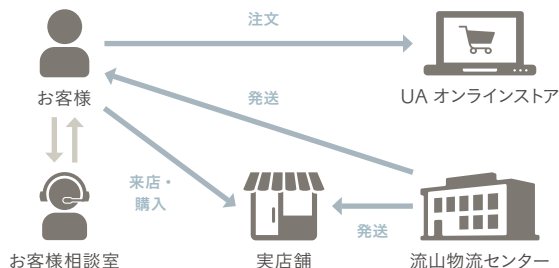
従業員向けWEBサイト
「私たちの経営理念」

「UA オンラインストア」の開発・運営体制を一新

当社は、2020年3月期下期をめぐりに「ユナイテッドアローズ オンラインストア」（以下、UA オンラインストア）の開発・運営体制を一新します。オンライン（ネット通販）とオフライン（実店舗）を意識せず、自分にとって最も都合のよいタイミングで、最も利便性の高い方法を選択するよう、お客様の購買行動は変化しています。この変化に対応し、両チャネルを統合した戦略をさらに推進していくためには、自社主導で機能の追加等が可能な開発・運営体制への変更が必須であると判断しました。今回の体制変更により、オンラインとオフラインを融合させたさまざまな機能・サービスのアップグレードを図ります。

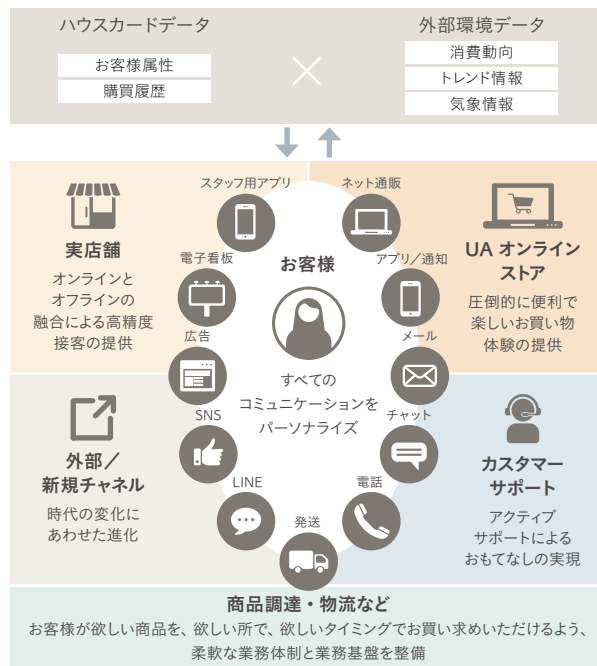
新しい体制では、「UA オンラインストア」のシステム開発、受注から発送までのフルフィルメント業務を有力企業とのパートナーシップで構築し、商品の発送は2018年5月に開設した当社の流山物流センターを拠点に行います。発送業務を自社施設内に取り込むことで、オンライン試着予約・実店舗決済ができる商品を拡大する、実店舗で決済して自宅やコンビニで受け取る、お仕事の帰りに駅や商業施設に設置された無人ロッカーで受け取るなど、購入する場所や時間、商品の受け取り方法などをお客様のご都合にあわせて自由に選択していただけるようになります。梱包品質も向上させ、ギフトラッピングやお直し配送にも対応するなど、実店舗と極めて近い水準の体験価値をネット通販でも提供します。これまで外部に委託していた「UA オンラインストア」のカスタマーサポートも当社のお客様相談室に統合し、実店舗とネット通販の垣根を越えた一気通貫のサポート体制を整えます。

新体制の全体図



当社では、中期ビジョンの4つの戦略の一つとして「実店舗の強みを活かしたEC拡大」を掲げており、今回の取り組みはその一環となるものです。将来的には、消費動向やトレンド情報、気象情報などの外部環境のデータと、当社ハウスカードを通じてお客様からいただく各種データ、例えば属性情報や、実店舗および「UA オンラインストア」における購買履歴などを有効活用し、お客様一人ひとりに最適化させた精度の高いサービスをあらゆるチャネルを通じて提供したいと考えています。商品調達や物流などのインフラ面においても、お客様が欲しい商品を、欲しい所で、欲しいタイミングでお買い求めいただけるよう、柔軟な業務体制とそれを支える業務基盤を整備していきます。これらの取り組みによってお客様の体験価値を高めるさまざまなサービスの実現と利便性の向上につなげ、当社がファッションを中心としたライフスタイル全般のナビゲーターとなってお客様の課題を解決し、お客様との深い信頼関係を構築することを目指します。

将来の販売モデル像



2018年秋冬ヒットアイテムのご紹介

「ちょうど良さ」がヒットの秘密

「ビューティー & ユース」の「あぜ編みバルキーニット」

近年ダウンの人気が高まり、冬の定番アイテムとなりました。一方、電車や建物の中は暖房が効いて暖かく、ダウンの下に着的アイテムの選択が悩ましくなっています。秋冬ならではのボリューム感のあるニットを楽しみたいけれど、ダウンの下には暖かすぎる…こんなお客様のお悩みを解決すべく企画したのが、このあぜ編みバルキーニット*1です。

秋冬のニットといえばウールやカシミアを使うものが定番ですが、この商品ではコットン×アクリル素材を採用。アクリルのボリューム感を保ちつつ、暖かくなりすぎないようコットンとの混合素材を使うため、ダウンの下に着ても快適です。袖口と裾のリブをなくし、程よいドロップショルダーに仕上げて今の気分フィットする“抜け感”を表現。胸回りはゆとりをもたせつつ、裾に向かってテーパー*2させたシルエットにすることで、トレンドのオーバーサイズ感を出しながらすっきり着こなすことができます。ウォッシュアップ対応で、自宅の手洗いでできることもポイント。

秋口や春先はトップスとして着用でき、冬はダウンのインナーとしても快適。キレイめデザインで適度なトレンド感。この“ちょうど良さ”が受け、社員の間でも大ヒット。社内で同じニットを着ている人を何人も見かけるという現象も生まれています。

*1 太めの糸でざっくり編まれたボリューム感のあるニット

*2 裾に向けて細めにシェイプさせること



「あぜ編みバルキーニット」14,040円(税込)

「グリーンレーベル リラクシング」の

「アンゴラビーバー スリット ノーカーコート」

オンからオフのさまざまなシーンで着回せる、ゆったりとしたシルエットと上品な雰囲気の生地が特徴のノーカラーコート。幅広いお客様のご支持を集め、2018年秋冬のヒット商品となりました。

このコート用に開発したアンゴラ混のウール生地は、真冬も過ごせる厚みがあり、長めの毛足感によりフェミニンな印象と、手触りの良さも兼ね備えています。サイドに深めのスリットを入れて抜け感を出すなどデザインに施した工夫は、お客様とともに企画を行う「共創プロジェクト*3」から生まれました。さらに、プロジェクトに参加されたお客様のご意見を細部にわたって取り入れ完成度を高めています。フロントのホックを一つにしてすっきり見せつつ暖かさを保てる位置に調整したほか、アクセントとして袖にタブを付けています。

雑誌とのタイアップに加えて、インスタグラムでは影響力の大きい方に着用、投稿していただく販促施策を実施し、来店喚起やネット通販への誘導につなげました。コートの実売期前となる8～9月に、ネット通販での受注会や、一部店舗で全サイズのサンプル試着会を行い、その動向から生産量を見極めました。このような販売・宣伝部門との連携もヒットを後押ししています。

*3 お客様に商品企画に参画していただく取り組み。企画した商品を試着していただき、ご意見を収集、商品に反映させるプロセスを重ね、完成度を高めます。2012年より開始し、ウィメンズでは今回5回目。



「アンゴラビーバー スリット ノーカーコート」29,160円(税込)

※ この2点の商品はともに販売を終了しています。

新ブランド紹介

EMMEL REFINES

自分らしさを表現したい女性に向けたブランド
「EMMEL REFINES」デビュー

2019年3月、「ジュエルチェンジズ」のストアブランド名を「EMMEL REFINES (エメル リファインズ)」に変更し、新たな世界観での展開をスタートしました。

「エメル リファインズ」は“Pleasure ～今を楽しみ、変化を楽しむ～”をブランドコンセプトとし、オリジナル企画商品を中心にウェアやバッグ、シューズなどをラインナップ。既存のおお客様にご支持いただいているフェミニンテイストをベースに、「女性の共感を大切に、時代にフィットした新しいスタイル」の提案を行います。

旗艦店である「ルミネ新宿店」はコンセプトにあわせ内装も一新。トレンドのデザインやカラーを多く取り扱う「エメル リファインズ」のウェアが一番映えるよう、白を基調にクリーンな印象に仕上げ、洗練された中に女性らしさを感じていただけることを大切にしました。

新生「エメル リファインズ」の今後の動向にどうぞご期待ください。



2019年春夏シーズンビジュアルより引用

CSR情報

UNITED CREATIONS 041 with UNITED ARROWS LTD.
～ひとりを起点にした服作り～

「UNITED CREATIONS 041 with UNITED ARROWS LTD.*」はひとりの悩みに向き合い、その解決方法を考えつくすことで生まれる服作りに挑戦するレーベルです。ひとりのニーズを満たしながら、すべての人が心地よさを感じ、おしゃれを楽しめる服を目指しています。2018年4月には第一弾として、障がいや病気による服の悩みを起点にデザインした商品を受注販売しました。第一弾で好評だったものを含む4アイテムの色やサイズを増やし、2019年2月より「UA オンラインストア」での販売を開始しています。



スタイにもなるエプロンドレス
生まれつき筋力が弱くよだれが出てしまうため、赤ちゃん用のスタイを使用していた10歳の女の子。彼女の声をもとに、機能性に優れおしゃれも楽しめるワンピース型スタイを製作しました。



ユナイテッドアローズ オンラインストア
UNITED CREATIONS 041 with UNITED ARROWS LTD.
<https://store.united-arrows.co.jp/shop/ua/data/catalog/041/>
※ 在庫がなくなり次第、販売を終了いたします。



* “WE”の力で社会課題と向き合っていくソーシャルユニット「Social WEnnovators (ソーシャル ウィンベーターズ)」が主催する「041 (オーフォアワン) プロジェクト」とのコラボレーションレーベル。041は“ALL FOR ONE”を意味し、いまだ解決されていない誰かひとりの課題を起点にプロダクト・サービスを開発するプロジェクト。2016年発足。

Social WEnnovators <https://wennovators.com>
041 (オーフォアワン) プロジェクト <https://041.world/>

「ユナイテッドアローズが大切にしていること」を紹介する「ヒトとモノとウツワ」サイトにて、商品開発にご協力いただいた方のインタビューを紹介しています。
<http://taisetsu.united-arrows.co.jp/7158/>

連結財務諸表

連結貸借対照表 (要約)

引き続きたな卸資産の効率化が進む

たな卸資産は前期末比100.8%の249億円となり、通期の売上高前期比102.9%を下回り、引き続き効率化が進みました。2019年3月期は暖冬の影響で秋から冬にかけて防寒アウターやマフラー、手袋等の防寒小物の売上が一時低調に推移しましたが、シーズンをより細分化した売上計画に沿って適時に適価で販売を進めることにより、通期の業績を当初計画以上に着地させるとともに、在庫の適正化も推進することができました。

中長期的な成長拡大に向けた投資

有形固定資産は前期末比122.1%の108億円となりました。2019年3月期については、新規出店投資や既存店の改装投資に加え、中長期的な業容の拡大およびネット通販の売上構成比の向上を見据え、物流システムへの積極的な投資を実施しました。さらに進捗期である2020年3月期には、自社ネット通販サイト「UA オンラインストア」についても運用体制の抜本的な進化・改善を図るため、積極的な投資を実施予定です。これにより実店舗とネット通販をよりシームレスにつなぐサービスをご提供し、実店舗・ネット通販双方の売上拡大を目指します。

2019年3月期は前期および当初計画から 1株当たり2円増配、ROEは18.0%に

当社では、中期ビジョン期間中(2018年3月期～2020年3月期)の定量目標としてROE16%以上、配当性向35%以上、DOE5.5%以上を掲げています。2019年3月期については、業績が当初計画を上回って推移したため、1株当たり配当金を当初計画から2円増配し、年間配当を80円といたしました。これによりROEは18.0%、配当性向35.4%、DOE6.0%となりました。

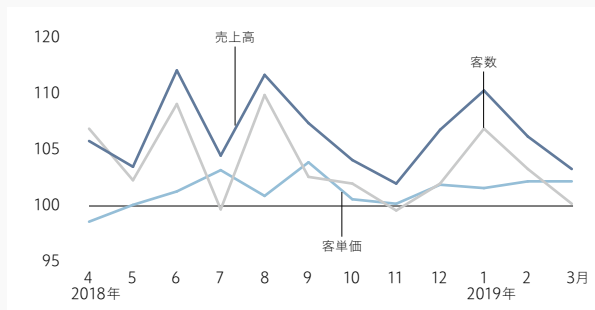
(株) ユナイテッドアローズの既存店売上高の動向

2019年3月期の既存店前期比は小売+ネット通販売上高106.2%、客数103.6%*、客単価101.1%*となりました。販売チャネルでは、特にネット通販が既存店売上高前期比121.7%と高い伸びとなりました。商品別では、女性の社会進出に沿った需要に基づく商品を数多く取りそろえることで、各ストアブランドと特にウィメンズが好調に推移しました。

* ネット通販に関する客数、客単価については、「ユナイテッドアローズ オンラインストア」と「ソノタウン」より算出しています。

単位：百万円	2018年3月期 (2018年3月31日現在)	2019年3月期 (2019年3月31日現在)	前期末比 (%)
資産の部			
流動資産	43,861	44,533	101.5
(うち、たな卸資産)	24,799	24,988	100.8
固定資産	23,246	26,205	112.7
有形固定資産	8,907	10,873	122.1
無形固定資産	2,310	2,783	120.5
投資その他の資産	12,028	12,548	104.3
資産合計	67,107	70,738	105.4
負債の部			
流動負債	27,213	27,082	99.5
固定負債	5,203	4,078	78.4
負債合計	32,417	31,160	96.1
純資産の部			
資本金	3,030	3,030	100.0
資本剰余金	4,205	4,278	101.7
利益剰余金	32,340	36,335	112.4
自己株式	△5,861	△5,833	99.5
株主資本合計	33,714	37,810	112.1
その他の包括利益 累計額合計	△71	18	—
純資産合計	34,690	39,578	114.1
負債・純資産合計	67,107	70,738	105.4

小売+ネット通販 既存店売上高・客数・客単価 前期比の推移 %



連結損益計算書(要約)

創業以来連続増収

ネット通販の伸長や、(株)ユナイテッドアローズ、(株)コーエン等の増収により、売上高は前期比102.9%の1,589億円となり、創業以来29期連続の増収となりました。

販管費の伸びは売上の伸びを下回る

販管費は前期比102.5%となりました。(株)コーエンにおいて、さらなる認知度向上を図るためテレビCM放映を初めて実施したほか、(株)ユナイテッドアローズにおいて中長期的な成長拡大に向けた物流センターの再編を実施し、それらに伴う一時的なコストが発生したものの、売上が好調であることに伴い固定費率が低減したこと等により、売上の伸び(102.9%)を下回りました。

2期連続増益

以上の結果、2019年3月期は前期に引き続き、2期連続の増益となりました。進行期の2020年3月期は中期ビジョンの最終年度となります。進行期についても、中期ビジョンで掲げた戦略の徹底推進により増収増益を目指します。

単位：百万円	2018年3月期 (2017年4月1日— 2018年3月31日)	2019年3月期 (2018年4月1日— 2019年3月31日)	前期比 (%)
売上高	154,409	158,918	102.9
売上原価	74,901	77,158	103.0
売上総利益	79,507	81,760	102.8
販売費及び一般管理費	68,989	70,696	102.5
営業利益	10,518	11,063	105.2
営業外収益	360	332	92.1
営業外費用	103	83	80.9
経常利益	10,775	11,312	105.0
特別利益	1	4	270.1
特別損失	2,115	593	28.1
税金等調整前当期純利益	8,661	10,723	123.8
法人税、住民税及び事業税	3,667	3,510	95.7
法人税等調整額	△414	436	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,247	6,417	122.3

連結キャッシュ・フロー計算書(要約)

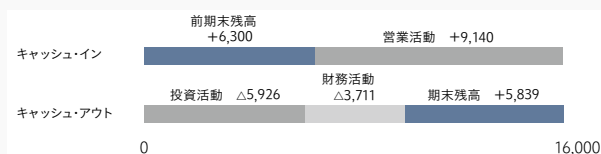
営業活動によるキャッシュ・フローでは、税金等調整前当期純利益107億円、減価償却費18億円、仕入債務の増加額4億円などの収入があった一方、売上債権の増加額4億円、その他流動負債の減少額13億円および法人税等の支払額30億円などの支出があったことで、91億円のキャッシュインとなりました。

投資活動によるキャッシュ・フローでは、主に新規出店、改装および物流センター再編に伴う大型機械装置の導入等に伴う有形固定資産の取得による支出35億円、長期前払費用の取得による支出10億円、ソフトウェア開発等による無形固定資産の取得による支出9億円などがあったことで、59億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6億円、長期借入金の返済による支出20億円、配当金の支払額22億円などがあったことで、37億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58億円となりました。

単位：百万円	2018年3月期 (2017年4月1日— 2018年3月31日)	2019年3月期 (2018年4月1日— 2019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)	17,709	12,193	△5,516
営業活動によるキャッシュ・フロー	13,938	9,140	△4,797
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,442	△5,926	△3,484
財務活動によるキャッシュ・フロー	△10,812	△3,711	7,101
現金及び現金同等物の 期末残高	6,300	5,839	△461

キャッシュ・フローの状況
百万円

株主様アンケート結果のご報告

東矢通信第38巻(2018年12月発行)において、株主様アンケートを実施しました。多くの貴重なご意見をいただき、誠にありがとうございます。アンケート結果をご報告いたします。

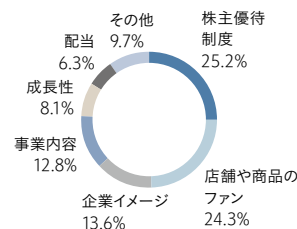
アンケート結果の総括

当社株式の保有理由は「株主優待制度に魅力を感じて」と「店舗や商品のファンだから」が例年通り、最も高い結果となりました。

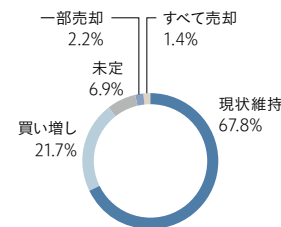
今後の投資方針については、「現状維持」「買い増し」の合計が約90%を占めるなど、長期にわたりご支援いただける株主様が多くいらっしゃいます。

経営方針については、収益性の向上など業績面でのご期待に加え、店舗・商品・サービスの拡充に関する声を多数いただきました。皆様からの貴重なご意見・ご要望は経営・事業部門と共有し、今後の経営や営業活動に活かしていきます。

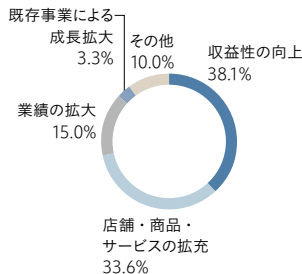
当社株式の保有理由



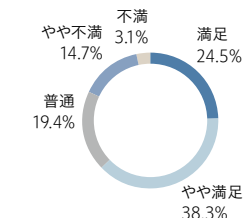
今後の投資方針



経営方針について望むこと



株主優待制度についてのご感想



株式データ 2019年3月31日現在

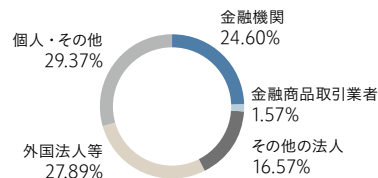
株主数	11,976名
発行可能株式の総数	190,800,000株
発行済株式の総数*	30,213,676株

*発行済株式の総数のうち、全体の6.08%に当たる1,838,256株を自己株式として保有しています。

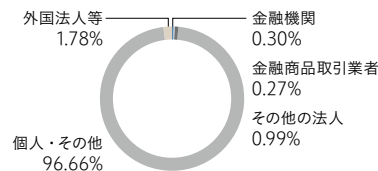
大株主

株主名	所有株式数(株)	所有株式数の割合(%)
重松理	2,498,400	8.26
株式会社イー・ディー・エス	2,000,000	6.61
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,751,100	5.79
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,746,400	5.78
株式会社麟蔵	1,568,200	5.19
栗野宏文	713,200	2.36
SSBTC CLIENT OMNIBUS ACCOUNT 常任代理人 香港上海銀行東京支店	550,424	1.82
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	453,100	1.49
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	443,800	1.46
三菱UFJ信託銀行株式会社 常任代理人 日本マスタートラスト信託銀行株式会社	428,000	1.41
瀧定名古屋株式会社	428,000	1.41

所有者別分布状況(株式数)



所有者別分布状況(株主数)



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
株主名簿管理人および 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 新東京郵便局私書箱第29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いますが、リスクや不確実性を含んでいます。

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ください。

会社情報

会社概要 2019年3月31日現在

商号	株式会社ユナイテッドアローズ UNITED ARROWS LTD.
本社所在地	東京都渋谷区神宮前三丁目28番1号
設立	1989年10月2日
資本金	30億30百万円
従業員数	4,605名（連結）
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UFJ銀行 2. 三井住友銀行 3. みずほ銀行

取締役 2019年6月21日現在

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 常務執行役員	松崎 善則
取締役 常務執行役員	木村 竜哉
社外取締役（常勤監査等委員）	酒井 由香里
社外取締役（監査等委員）	石綿 学
社外取締役（監査等委員）	西川 英彦

連結子会社

株式会社フィーゴ
株式会社コーエン
台湾聯合艾諾股份有限公司 (UNITED ARROWS TAIWAN LTD.)
株式会社Designs
CHROME HEARTS JP合同会社

持分法適用関連会社

株式会社fitom

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 IR広報部

住所 〒107-0052 東京都港区赤坂8-1-19 日本生命赤坂ビル
お問い合わせフォーム

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

