



## 株式会社ユニテッドアローズ 2011年3月期第1四半期決算説明会質疑応答集

この質疑応答集は、8月5日(木)、6日(金)に開催した決算説明会および電話会議(マスコミ向け、アナリスト・機関投資家向け)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。

### 2011年3月期第1四半期の財務・業績、取組みについて

Q (株)ユニテッドアローズ単体の売上総利益の改善(前期比1.6%改善の56.7%)について、その要因分析は?

A 主に仕入原価率の低減と値引き販売の減が進んだため。また、アウトレットにおいて当年物商品の早期消化およびアウトレット専用品の割合が増えたため。

Q (株)ユニテッドアローズ単体の販管費率の減少(前期比0.7%減少の45.1%)について、その要因分析は?

A 店舗での人員採用計画の未達による人件費計画の未達による影響が最も大きい。

Q 今期の重点取組課題のひとつである「商品・販売部門の連携」の進捗状況は?

A 「ユニテッドアローズ」「ビューティ&ユースUA」が持ち直し傾向にある。「グリーンレーベル リラクシング」は在庫が過少気味なのが懸念だが、回復の最先鋒とみている。「ユニテッドアローズ」は店舗で得たお客様の意見を商品企画に活かす仕組みがやっと機能してきた。「ビューティ&ユースUA」はまだムダが多いがもう少し経てば再成長に躍り出るとみている。

### 出店計画について

Q 期初の出店計画を一部変更しているようだがその詳細は?

A 期初の出店計画から、「ビューティ&ユースUA」1店舗、「新規開発事業」1店舗、子会社コーエンの「コーエン」2店舗の新規出店を追加した。さらに新規出店が増えるかどうかは現段階ではなんともいえないが、決められた投資枠の中で、良い条件の物件があれば検討していく。

### 秋冬商戦の見通しについて

Q 売上や客数が回復傾向にあり、お客様の購買動向にも変化が出始めている。そのような外部要因を踏まえて、秋冬の見通しは?

A 昨年秋のシルバーウィークから消費動向の一時的な回復が見られたが、10月になって失速したことがあり、今年は慎重に見ている。ただし、その後節約疲れなどから消費マインドは着実に変化してきた。高額品は動きが鈍いが、手頃な価格帯の商品は動きが良い。超高額品、ムダな商品を減らすなどMD構成を変更しその動向に対応した結果、平均単価は下がったが買い上げ客数は上がった。今後経済の見通しは難しくまだまだなんとも言えない。ただし、これまでの2年間の苦戦は3割が外部要因、7割は内部要因によるものと分析している。外部環境に左右されないモデルを改善していきたい。



Q 秋冬商戦に向けて、在庫の持ち方、1品当たり単価の見通しは？

A 在庫は前期比で10%減らして行きたい。死に筋商品を20%減らし、売れ筋商品は10%増やす。各事業ともプライスレンジの見直しを行っており、低価格商品の展開はしない。

### 通販事業について

Q ファッションにおける通販の位置付けが変わってきている。3~5年後の市場規模の見通しをどう考えているか？

A 通販によって消費行動・構造は変わった。若い世代はもともとゲームに慣れているので、ネットやモバイルに親和性があった。団塊世代はネットでモノを買う便利さに目覚めた。店舗での販売員とのコミュニケーションを嫌い、ネットで買い物をする人もいる。今までは毎年3割増しではあったようだが、今後の市場規模の見通しはわからない。

Q スタートトゥデイ社との在庫共有( )について、具体的な効果は出始めているか？

A 「ゾゾタウン」の売上が5%増しになった。今後は初回在庫配分を厚めにし、「ゾゾタウン」の機能を活かした先行受注などを行っていく。「ゾゾタウン」はたくさんのブランドを扱っている実績があり、ヒット商品や話題性を生み出すことに長けている。在庫を多少積み増ししても、ある程度のリスクは取れると思う。

( ) 2010年5月19日付当社リリース『[当社5ブランドが、自社倉庫内に持つ在庫を2つのECサイト「ゾゾタウン」と「自社EC」で共有をご覧ください。](#)』

以上