



UNITED ARROWS LTD.

2011年2月10日

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

この質疑応答集は、2月8日(火)、9日(水)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。

●今期の決算数値について

Q、第3四半期累計での利益の計画比は？

A、計画比はお答えできないが、基本的に上ぶれている。第3四半期末時点で通期の利益見込みを上回っているが、第4四半期にキャス・キッドソン、時しらずの撤退があること、大規模の販売促進活動を行なうこと、過年度商品の廃棄、店舗修繕などを予定しており、最終的な着地は第3四半期の利益額未満になる見込み。この第4四半期にかかるコストは来期以降の経営数値の良化や、来期に向けた販売促進・ブランディングにつながるもの。まだ春物の動向が見えてこないのだが、今後の状況も見て、必要あれば計画修正も検討する。

Q、第3四半期、及び通期での為替の影響は？

A、第3四半期累計の米ドルは前年同期に比較し平均 7.7%程度の円高進行となっており、仕入原価の低減等に影響がある。海外買付、海外生産商品などでは前年同期に比較し仕入原価率が1ポイント近く低減となっている。今後円安に動いた場合は、仕入原価の上昇もでてくる。商品プラットフォームの稼働で効率化を図り、コスト上昇分を相殺する考え。

Q、第3四半期累計で粗利改善が1.6ポイント、うち仕入原価の改善が0.9ポイントとなっているが、この改善要因は？

A、海外生産品、海外仕入れ品の仕入原価が円高の影響で下がっている。また、仕入原価の高い国内生産品の一部を海外生産にシフトなどによる改善も含むため、全てが為替の影響とはいえない。

Q、第4四半期で使う費用の目処は？

A、キャス・キッドソン、時しらずの撤退について8月の上方修正では織り込んでいないため、その分が4億円後半程度、粗利減に影響する。大型販促費として5億円程度を追加、過年度商品の廃棄が計画から追加で2億円程度、その他、店舗修繕などが発生する見込み。

Q、キャス・キッドソン、時しらずの撤退で特別損失の見通しが変わるか？

A、特別損失は見積を含め第3四半期に計上している。第4四半期で多額の発生は想定していない。

●中国生産問題、原材料価格の上昇対応について

Q、オリジナル商品の調達(生産)について今春夏の影響は少ないとのことだが、今後調達価格についての影響はあるのか？

A、オリジナル商品の生産に関しては、リードタイムを長くとり、生産工場を早期に押さえることで環境を整えている。現在、綿やウールで原料価格が高騰しているが、原料の早めの手当て、価格にあわせた適切な原料選定で上昇圧力に対応し、次の秋冬については価格政策を変えない。それと同時に商品部門と販売部門の連携強化で最終消化率をアップさせ、粗利をコントロールする。

Q MD 改革の進捗にあわせ、プロパー(定価販売)消化率、残在庫率の改善が進んでいるが、今後の改善余地をどうみているか？

A、いままでは、社内で同じ仕組みを作り、同じスケジュールで、安定的にまわすことを目標にやってきたが、今後は社内で同じ基準を目指そうという方向になっている。プロパー、セール、アウトレットを通じた最終消化率の目安を社内で作り、今後はそれに向けてやっていく。この部分は商品調達の土台と考えており、あと2~3%の改善余地がある。

Q、中国生産についての取り組み状況、中国以外のエリア想定はあるか？

A、生産プラットフォームの一環で生産背景の整備、リードタイムの長期化を見据えたスケジュール設定、工場のキャパシティ確保を実行し、全社横断でコストが上がらないように取り組んでいる。中国以外の生産地ではアセアン全域を中心に候補はあるが、具体的なところまでは固まっていない。国内も含めて、作りたい商品の特性と地域の特性をみて判断する。

●新チャネルの展開について

Q、トラフィックチャネル、百貨店など、新しいチャネルへの展開をされているが、その収益性はこれまでの店舗戦略と異なるか？

A、トラフィックチャネルの収益性は、現段階ではまだまだ低い。店舗も数店舗であり、品揃えについても見極めている段階。今後の駅ナカ出店などで店舗数が広がり、取扱い商材が固まり、ボリュームを調達できるようになれば、収益性も改善する見込み。

TV 通販は好調な売上を残したが、現段階では収益性というより、客層の拡大、販路の拡大を目的としている。実際に従来と異なる層への認知度があがっており、将来に向けて収益が取れるように考える。

Q、フランチャイズのビューティ&ユース(BY)金沢店を直営化する背景、狙いは？

A、BY 金沢の売上は順調であるが、フランチャイジーとの話し合いによって直営化することになった。詳細はフランチャイジーとの関係もあり、お答えできない。これは極めて異例のことで、今後同様の事例が発生することはないと考える。今後もフランチャイズのお話があれば、積極的に検討する。

●来期以降の計画について

Q、商品プラットフォームの運営習熟で原材料価格の上昇分を吸収するとのことだが、粗利率は来年度も上昇できると見てよいか。

A、現在、来期の計画を策定しており、各事業部門で粗利の目処を検討している。半年前に出した見込みでは粗利を上げられるという予測であったが、それ以後中国問題、原材料の高騰など状況が変わっており、見直しが必要である。外部要因による仕入原価の上昇を消化率向上策や在庫の適正化等でおさえていく方針であり、具体的には討議中。

Q、来期以降の業績についての見込みについて

A、現在策定中のため、細かいことはまだお答えできない。単体については、増収増益を目標に考えている。連結については、フィーゴ社ののれん代が今期で終了すること、赤字であったペレニアルユナイテッドアローズを清算したこと、コーエンは来期黒字化を目指すことから、連結もより高いところを狙うことになると思う。

Q、中期的な利益成長についての考え方、過去最高益の更新は通過点と考えて良いか？

A、現在、中期計画を策定中だが、来期に最高益の更新を目指し、そこで一旦白紙になる。次のステップとして、まずは経常利益率 10%をクリアし、さらに次の段階に進みたいと考えている。

●外部環境について

Q、現在の外部環境について、どう見ているか？

A、秋冬については当初ドレス商材が先行し、カジュアル商材が足踏みだったが、11 月からカジュアルも改善し、最終的にはおしなべてよかった。まだ春物が立ち上がったばかりなので見直しはなんともいえないが、重衣料は悪くない感触である。

Q、消費がもどっている感触はあるか？

A、一部で節約消費から付加価値消費にもどってきた感じはある。価格帯の高い業態、高いプライスゾーンの商品が回復傾向にあるが、まだ相対的にはデコボコはあり、全体ではまだまだ厳しい。

Q、世の中のクラシック化傾向が追い風になっているか？トレンドの認識は？

A、メンズはクラシックテイスト、コンサバティブなものに多少潮流が動いている感じもするが、それほど強くない。一段良質な商品(とくに重衣料)の購買が上回ってきている。良質を求める流れとクラシック傾向が繋がっている感じはする。カジュアルはビンテージテイストが広がっている。ウイメンズはドレスリーなものへの回帰、上質なものへの回帰が見られ、当社ではドゥローワなどの業態に好影響を与えている。

Q、価格に対する考え方は？今後、一格上の消費などを想定しているか？

A、価格政策を下げる方向はない、MD バランスで買やすい価格帯が増え、客単価はさがるが、客数が増える流れ。今後もこれを踏襲する。まだまだ高額品が売れるという状況にはなく、引き続き厳しく見ている。

●その他

Q、自己株式の活用法

A、まだ方針は決まっていないが、確実にシナジーがあるところへのリプレース、自己株消却、M&A など、様々な選択肢について検討している。

以上