

## 株式会社ユニテッドアローズ 2019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6日(月)、7日(火)に開催したアナリスト・機関投資家向け決算説明会にて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問をカテゴリ一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。

### ●業績について

Q、売上総利益率の改善要因を知りたい。

A、第1四半期は、主に(株)ユニテッドアローズ(株)UA)のビジネスユニット、子会社の CHROME HEARTS JP 合同会社(CHJP)、(株)コーエンの売上総利益率の改善が寄与しました。(株)UA は為替の影響で仕入原価が上昇したものの、値引きロスが縮小、CHJP は前期6月に実施した価格改訂の影響、(株)コーエンは定価販売比率が向上しています。

Q、第1四半期の未消化コストの中身と、第2四半期以降の見込みを知りたい。

A、第1四半期の未消化コストは3~4億円程度です。包装用品、備品消耗品、通信費などの一般コストの積上げによるもので、一部が第2四半期以降にずれ発生する可能性があります。人件費は前期末の撤退事業からの人員異動、新卒採用により、第1四半期の段階では計画水準です。

Q、ネット通販の主要サイト動向について知りたい。

A、ユニテッドアローズ オンラインストア(UA オンラインストア)は売上高が前年同期比約34%増で構成比26%(前年同期から4pt 強の増)、ゾゾタウンは売上高が前年と同水準で構成比が53%(同6pt 弱の減)、楽天ブランドアベニューは売上高が約67%増で構成比8%(同3pt 弱の増)、アマゾンが売上高が約45%増で構成比4%弱(同1pt 弱の増)となりました。6月に行ったVIPセールやハウスカード会員向けセールは UA オンラインストアだけの展開となるため、スタートトゥデイ社に預けている在庫が優先的に UA オンラインストアにまわるケースが多く、ゾゾタウンとの伸び率の差となっています。楽天ブランドアベニューとアマゾンについては顧客基盤が大きく、預け在庫量の増加に応じて売上も伸びました。

Q、4月に行った組織変更の効果は出ているか？

A、トレンドマーケットの第一事業本部では主力事業のユニテッドアローズ(UA)、ビューティ&ユース(BY)の組織の壁を外し、重複している商品や両部門で異なっているオペレーションなどの見直しに着手しています。それらの効果は今後出てくると考えています。加えて、オフィスエリアの店舗は ON の提案を中心に、ターミナル店舗は ONOFF 兼用商品の構成比を上げるなど、UA と BY の得意分野を活かし、店舗特性に合わせた MD への修正を進めます。ミッドトレンドマーケットの第二事業本部では、前期末に事業撤退したボワソンショコラの商品チームがグリーンレーベル リラクシング(GLR)のオリジナルシューズを企画してヒットにつなげるなど、徐々に統合効果が出ています。

Q、好調なウィメンズに対し、メンズの伸び悩みが目立つが、その要因は？また好調なウィメンズの今後の伸びしろはどこか？

A、ウィメンズでは、働く女性の増加やビジネスウェアのカジュアル化などの外部環境の変化に対し、ONOFF 兼用商品を拡大させることで売上げを増加させました。第1四半期ではその効果がUA ウィメンズで顕著に表れており、BY や GLR も順調に伸びています。好調の継続で商品が前年踏襲型にならないような取り組みを進め、継続的な成長を目指します。メンズの伸び悩みは、ウィメンズのような外部環境の変化が薄いことや、オフィスのドレスコードのカジュアル化によるスーツ需要の低下などが影響しています。すでにヒット商品になっている機能性素材のセットアップスーツ、ONOFF 兼用で使える3WAY バッグのように、従来のメンズウェアの考え方にとらわれ過ぎない、時代の流れに対応した提案をしていきたいと考えています。

Q、第二事業本部の伸び率が第一事業本部に比べて低めだが、GLR の改善余地はどこにあるか？

A、当社では長く商品プラットフォームの運営を行っていますが、これはあくまでもセレクトショップ型のビジネスモデルをベースとしたものです。そのためオリジナル企画商品の比率が高い SPA 型のビジネスモデルにはフィットしない部分もでてきており、第二事業本部向けのカスタマイズが必要です。現在はシーズンを8つに再分化して MD を組み立てていますが、実需ニーズの高い SPA 型の事業については、さらに細分化するなど、新たな打ち手を検討しています。

#### ●その他

Q、物流センター再編の状況と今後のコストの見込みを知りたい。

A、物流センターの再編は順調に進んでおり、BYとGLRの移管はほぼ最終段階に来ています。今後は年末から来年2月くらいまでをかけて UA の移管を行い、レギュラー事業の在庫運営を流山物流センターに一本化します。物流コスト面では第 1 四半期が前年から2億弱の増、第2四半期も2億円程度の増となる見込みです。下期のコスト増は比較的少なくなり、来期以降はコスト減につながります。

Q、コーエンの既存店の状況と収益状況を知りたい

A、コーエンの既存店売上は、小売＋ネット通販で前年同期の116%、小売が同108%、通販が同146%となりました。コーエンではブランド知名度の向上を目的にテレビCMを行いました。そのコストを含めても計画を超える収益状況です。

以上