



UNITED ARROWS

1999.4.1 ~ 2000.3.31

第11期 事業報告書



東矢通信 第一卷

経常利益ともに対前期比マイナスという残念な結果でした。しかし、当期は2つの新業態を立ち上げたこともあり、ユニテッドアローズにとっては「進化する老舗の創造」という企業理念に基づいて大胆に事業戦略を推進した大変意義のある年だったと思っています。

▶▶▶ ユニテッドアローズが提唱する「進化する老舗」とは？

「老舗」というのは伝統や格式を重んじる歴史ある店のことですが、私たちにはまだそこまでの歴史はありません。しかし、常にお客様に喜んで頂ける確かな品質の商品を提供することで信頼を築き、永く愛される「老舗」になりたいと思っています。また、私たちにとって「進化する」というのは、古い慣習やスタイルに固執せず、敏感に時代の流れやトレンドを読み取り、自己変革を遂げていくという意味です。フレッシュなテイストで商品の品揃えや店創りを実施し、完成度と感度の高い商品を提供すること、それによってお客様から信頼して頂き、永く愛されるお店であり続けること、これが私たちの「進化する老舗」という意味なのです。

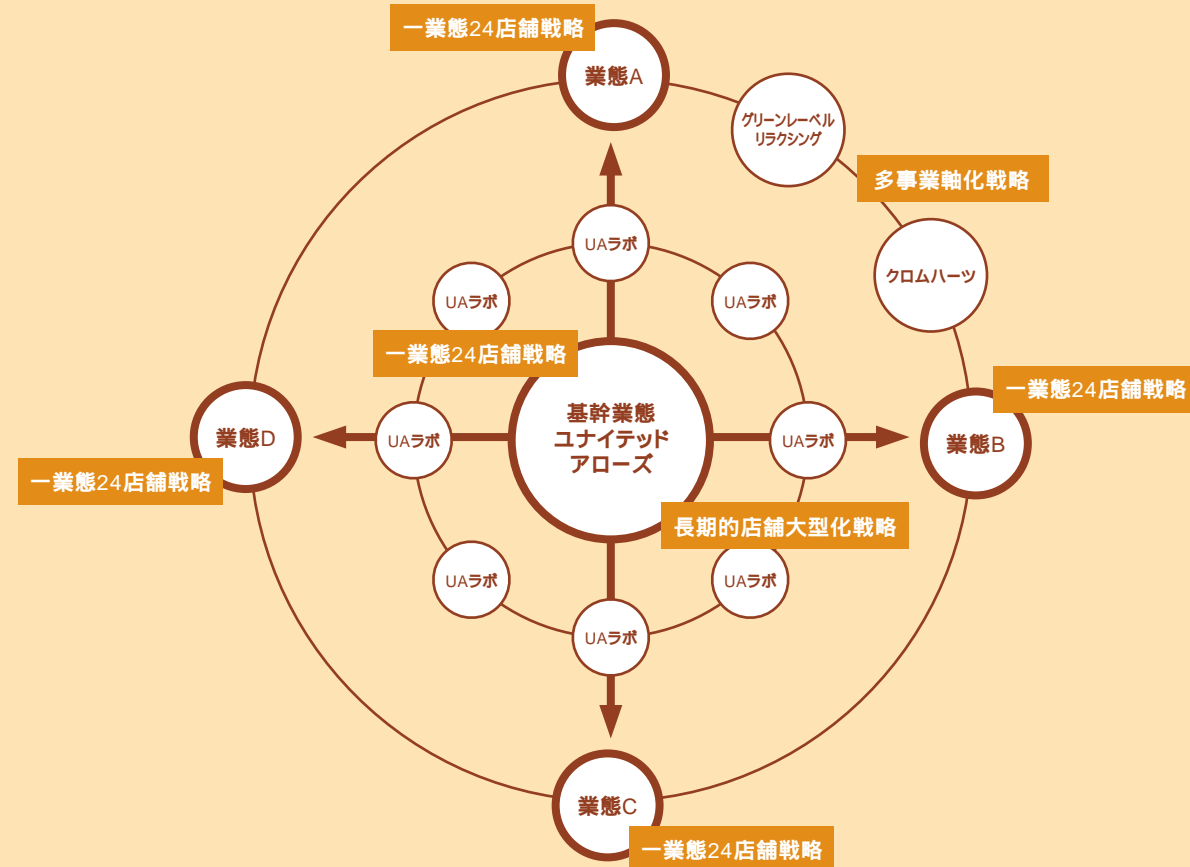
▶▶▶ 最近、ブランドは「強いキャッシュ・フロー」を創出するとして、企業ブランドの価値を見直す動きが高まっています。ユナ

イテッドアローズにとってブランド力とは何ですか？

私たちは、独自性のある商品と楽しくショッピングできる店づくり、そして明るさと親しみを持って適切なアドバイスを行う接客サービス、この3つによってお客様から支持を得、信頼関係を築いてきました。商品だけではなく店舗の雰囲気やサービスによって差別化を図り、ショッピングそのものも楽しんで頂ける店の信頼感をつくる、つまりストアロイヤリティを高めていくことが、ユニテッドアローズにとってのブランド力と考えています。そういう意味で、私たちのブランド力はストアブランド力ということになります。UA業態から、新業態を立ち上げて、新たに店舗展開していく場合も、基本的にはストアブランドの構築を追求し、そのもとで様々なオリジナルレーベルを展開していきます。

会社を起す時に、20年後に（成人人口の）1%、100万人の人に認知されることを目標にしました。10年たって目標の4割程度達成できたかなと思っています。多事業軸展開が順調に進めば、2010年には目標を達成できるのではと考えています。その時点で日本の全衣料消費の1%を占めることを一応の到達目標と考えていますが、それが達成できればUAの企業としての総合的ブランド力が獲得できると思います。

高付加価値・多事業軸展開型 イノベティブリテイラー ユニテッドアローズ



2. 多事業軸型業態開発と出店計画

▶▶▶ 当期、2つの新業態を立ち上げられましたが、ユニテッドアローズの多事業軸型業態開発とはどのようなものですか？

基本的な考え方は、UA業態を核に、ターゲット別に多面的に新業態を

開発し事業の軸としていくことです。この場合、一業態の店舗数は基本的には最大24店舗のミニチェーンとしています。業態開発にあたっては、独立運営の形の実験店舗「UAラボ」を設置。このラボで新しい企画商品やレーベルのテストマーケティングを重

ね、商品力等をチェックしてから新業態に転化させるわけです。それによって成功確率、的中率を高め経営リスクを回避し、スムーズに移行させることができます。例えば、当期立ち上げた新業態 GREEN LABEL RELAXING (GLR) は、1998年8月からUAラボとして



テストマーケティングを行い、新業態として有望との確信を得て事業化したものです。この業態では、衣料品を中心に生活関連商品も含め幅広い品揃えをしていく予定です。ただ、この分野では強力な競合相手が先行しています。そこへ参入するので、ユナイテッドアローズらしいテイストとクオリティーを持ったオリジナル商品や輸入商品によるバラエティーさ、商品構成におけるバランスによっていかに差別化が図れるかが鍵になります。一方、アメリカのシルバークロムアクセサリーとレザーウエア製品のトップブランドCHROME HEARTSは、ユナイテッドアローズの先進性を示す海外ブランドの一つと位置付けています。限定的な全く新しい顧客層の獲得に狙いを定めたもので、その意味ではGLRの対極にある業態といえます。クロムハーツの商品は、作り手のメッセージ性の高い、こだわりの逸品で、「REAL CLOTHING」を商品開発理念とするユナイテッドアローズと、

相通じるポリシーがあります。こうした多事業軸型業態開発を推進し、2010年までに5業態の事業体制にしたいと考えています。

▶▶▶ 希少性の維持のため、1つの業態について24店舗以上に増やさないことを基本方針にされています。その中で店舗の大型化を進めるというのはどういうことですか？

お客様に生活・文化スタイルを提案する新しい専門店として十分な品揃えをするためには、ゆとりのあるスペースの確保が不可欠と考えています。

UA業態を例にとると（現在の店舗面積では不十分な店舗の拡張も含めて）、中期的には500平方メートル規模まで、理想としては1,000平方メートルまでを基準に出店を進めます。それが当面の大型化ですが、長期的にはレストランやアートギャラリーなどを複合したUAカルチャー表現の場として3,000平方メートル規模の旗艦店の出店も視野に入れています。店舗数は24店舗以内

とし大型化によって売上の拡大を図るという方針です。ただGLRについては、お客様の層が広いので店舗数は最終的には80店舗を考えています。

3. 独自性と高収益を目指す SELECT編集型SPAへ

▶▶▶ セレクトショップでありながら、将来はSPA(製造小売)型商品の比率を引き上げたいということですが、この狙いは？

消費不況といわれる中で、衣料製品の売上は伸びてはいませんが、減ってもいません。一定のパイの中でのシェア競争になっています。その中で、独自の輸入商品の比率の高いセレクトショップと呼ばれる業態や低価格帯のSPAが伸びています。ユナイテッドアローズが目指しているのはセレクトとSPAの複合型専門店です。近年セレクト型の店が急増し、アイテムによっては同じような輸入商品が他のお店でも売られるというケースが出てきました。そうすると輸入品

中心では独自性が保てなくなり、これを防ぐには自主企画によるオリジナル商品の比率を高めていかなければなりません。これがSPA型商品の拡大の背景です。SPAは中間の流通がなく利益率が高いため、最近では大手アパレルメーカーも力を入れています。その中で差別化を図るには、独自性を活かした完成度の高いSPA型商品の開発、それをつくるシステムの構築と効率の良い商品供給体制が必要です。また、ハイテイスト、ハイクオリティーな輸入品とのバランスの取れた品揃えが重要になります。SPA型商品比率アップの狙いは、利益率確保だけでなく、オリジナリティーやクオリティーの追求にあるということです。

▶▶▶ 業況の浮沈が激しくリスクファクターもあるファッション業界の中で、好調を続けるための施策は？

ユナイテッドアローズのような専門小売業は、自主企画のSPA型商

品はもちろん、輸入品もすべて買い取りとなりますからリスクが伴います。テイストやクオリティーについては、当社の経験豊かな人材に負うところも少なくありません。当社では、店舗の商品情報をリアルタイムでクリエイターやマーチャンダイザーなど本部スタッフが共有できるシステムを構築し、リスクヘッジの対応策を講じています。リスクヘッジのためのITへの投資、蓄積されたノウハウによって、当社の商品は、定価販売の比率が70%以上と業界では高い水準にあります。

4. 情報収集力と人材育成

▶▶▶ グローバル化が進む中で、流行に敏感なファッション業界では情報力がビジネスを成功させる鍵のひとつだと考えますが、

80年代、それまでの大手アパレルメーカーや有名デパートに代わってセレクトショップがファッショントレンドに影響を持つようになりました。私たちのところへも

外国からの売り込みが増え、情報収集力は飛躍的に向上し、同時に商品を選ぶ力も備わりました。またメディアなどへの情報発信力も強くなりました。現在では私たちが情報の中心にいると思っています。

▶▶▶ 「進化する老舗」を推進する中で、創造的自己否定と自己革新を社員に提唱していますが、

時代が激しく変化する今日、あらゆる産業、企業で変革が求められています。私たちの業界でもSCMやQR、IT化は顧客満足と業務効率の向上のために避けて通れません。そのためには従来の慣習にとられない創造的自己否定と自己革新が大切であり、社員にそれを求めています。会社が成長する中で、軽いフットワークで多くの人たちと会うこと。そこから自分のネットワークや情報・知識を広げ、それを業態開発やお客様へのサービスに活かしていくアグレッシブな人材の確保と育成がこれからの課題だと考えています。

Business News

ユナイテッドアローズは、当期、基幹業態のユナイテッドアローズ事業での新規出店・既存店の拡張に加え、2つの新業態をスタートさせました。



ユナイテッドアローズ 原宿本店



ユナイテッドアローズ 原宿本店



ユナイテッドアローズ 心齋橋店



ユナイテッドアローズ 心齋橋 御堂筋店

UNITED ARROWS

ユナイテッドアローズでは当期、心齋橋 御堂筋店、福岡 アーキペラーゴ店、池袋店の3店舗を新規出店するとともに、既存の心齋橋店、名古屋店、柏店の店舗拡張を行い、UA店24店舗および各店舗の大型化という当面の戦略目標を着実に推進しました。また大阪と福岡では、複数店舗の設置により東京・原宿に次いでUA村を形成、お客様の要望に多面的に応えられる体制ができました。

UA店では、店ごとに独自のコンセプトに基づく内装やディスプレイでユナイテッドアローズの世界を演出、ストアロイヤリティの拡大を図っています。既存店の別館増床として出店した心齋橋 御堂筋店では、「都会の中の大人のオアシス」をテーマにしています。スペース感あふれる店内には水の音が響き、くつろいで買い物を楽しめると、幅広い年齢層のお客様にご来店頂いています。



グリーンレーベル リラクシング 新宿店



グリーンレーベル リラクシング 町田店

GREEN LABEL RELAXING

都心型の新宿をはじめ郊外型の町田、港北、船橋と4店舗を東京近郊に開店、ヤングからファミリー層まで広い範囲で、高感度なお客様の獲得を目指す期待の新業態です。これまでカバーできなかったキッズやマタニティも含めTPOに合わせて企画されたオリジナルレーベルのSPA型商品やハイテイストな輸入商品をマルチレベルで展開し、GLR独自のおしゃれなライフスタイルを提案。また大型店舗ではカフェを併設するなど、明るく楽しい店創りを目指しています。

1999年9月のスタート以来、UA業態とは異なる層のお客様の支持を着実に増やしており、より広範なマーケットのカバーが可能になりました。2000年7月にはディズニールランドでおなじみの千葉・舞浜地区にイクスピアリ店のオープンも予定しています。

CHROME HEARTS

米国のシルバー&レザーブランドで「ロック世代のエルメス」としてステータスを獲得したクロムハーツ。その日本でのビジネス展開の第1弾として、1999年12月にCHROME HEARTS TOKYOをオープンしました。クロムハーツの卓越した商品力と、重厚な世界を感じて頂く独創的な店創りが話題を集めています。ユナイテッドアローズでは、エグゼクティブ層や女性層の獲得を目指して、トップポジションのブランドビジネスとして2000年には大阪店の開設を予定しています。



CHROME HEARTS TOKYO



CHROME HEARTS TOKYO

Introducing Our Labels

ユニテッドアローズでは、オリジナルレーベルによる自主企画品展開に積極的に取り組んでいます。

現在UA業態で16レーベル、GLR業態で13レーベルを展開しており、

マーケットトレンドに合わせたタイミングのよいマーチャンダイジングを行っています。

2000年春夏商品 現在

UNITED ARROWS

1.WORK FOR HOLIDAY
仕事に着ていただけるお洒落着。UAが考える新しいクラシックです。



2.SLITZ
女性のセンシュアリティ(官能性)にさざけたオマージュ。服だけでなく、オリジナルのヒールシューズにもそのコンセプトが表現されており、はきやすいことで好評を得ています。



3.Get Well Soon
着る人を元気づけるためのトレンド服。ロンドン企画によるウイメンズカジュアルです。



4.PINK LABEL
“東京の今”を伝える若い服。見慣れたトラディショナルなアイテムを楽しくリフレッシュして表現しています。



5.PINK LABEL BASIC
フレッシュ・ベーシックがテーマ。インターナショナル・テイストの新しい日常着です。



6.SOVEREIGN
UAメンズクロージングの最高峰に位置付けられるレーベル。裁縫・素材共に国内外の一流ファクトリーのみを使用しています。



7.BLUE LABEL
毎シーズン“UA”流のアイビーなものを追求したレーベル。ビューティー&ユースをテーマにしたメンズカジュアルコレクションです。



8.Raw-Tex
ロウ・テクノロジーとロウ・テクスチャー(生の素材)を融合させたネーミング。ナチュラルなテイストのワークウエアです。



9.MONKEY TIME
UAの若手社員が自由に企画してスタートしたフリー・スタイルのカジュアル服です。



10.束矢 (TABAYA)
服に深いこだわりを持つお客様のための、ひとひねりした大人のクロージングシリーズです。



11.UNITED ARROWS
メンズ・ウイメンズのクラシックラインのメインレーベル。あくまで質を追求しつつも、価格的にはフェアプライスを目指したシリーズです。



12.Annelies Braeckman
アントワープ王立美術学校(ベルギー)卒のアナリス・ブレックマン女史との共同作業によるレーベル。懐かしくて、肩の力の抜けた、幸せな気分のカジュアル服です。



13.J.I.L.
ブルーレーベルのディレクター足立二郎 買い付けのJ.I.L.(Jerry's Ideal Life)は理想の暮らしを追求した雑貨のコレクションです。



14.STYLE for LIVING
住に関するアイテムを、テーブルウエア、ベッド&バス用品、デスク周り、部屋着などで提案するインテリア&雑貨のレーベル。原宿本店では、UAカフェもあわせて展開しています。



15.UA LUGGAGE
UAの服が好きな人達に向けた、実用的かつスタイリッシュなラゲッジ・コレクションです。



16.ANOTHER EDITION
“等身大のリアリティー”を大切にした20代の女性のためのインディペンデントなコレクション。全国有名百貨店・小売店の他、ユニテッドアローズ一部店舗でも取り扱っています。



ユニテッドアローズ業態は、全取扱商品の5割以上を自主企画品で占めるセレクト編集型SPAです。

最終的には自主企画比率6割を目指し、現在高品質なオリジナル商品の開発に取り組んでいます。

ユニテッドアローズでしか手に入らない独自性のある商品の追求と、トレンドをリードする輸入品により、

安定かつ高水準の利益確保を目指しています。

GREEN LABEL RELAXING

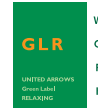
1.GLR CLASSIC
ユニテッドアローズのテイストをベースにした。いつまでも色褪せない“時代を超えたクラシック”なビジネスウエア。



2.GLR SFODERATO
SFODERATO(スフォデラート=一重、裏地なしの意)から連想されるように柔らかさ、しなやかさを持ち合わせ、ビジネスから休日まで楽しめる現代的コレクション。



3.GLR WORK
欧米のワークウエアにみられる機能性に、GLRのファッション性をプラスしたもの。カジュアルなタウンウエアとして幅広い着こなしで楽しめます。



4.GLR INDIGO
天然インディゴのデニム、ヘリンボーン、1960年代の堅い風合いを再現したピケ等、人の手の温かさ、素材でナチュラルな匂いが感じられる素材をGLRのテイストで再現したの。



5.GLR SPORTS
ジッパーや裏地など本格的なスポーツウエアを意識し、程よいトレンドミックスで提案するタウンウエア。



6.PORTAGE
吉田カバンとグリーンレーベル リラッキングのコラボレーションレーベル。カジュアルなバッグを中心に多彩なアイテムを展開。



7.FACADE GREEN
着心地が良くてきちんとした着こなしができる服、自分が着ていて楽しく、気分が良くなる服、賢く知的に見える服、少しトレンドも入っている服...。そういう服を着たいという自立した女性、意志を持った女性、働くMOTHERに向けての提案です。FACADE(ファサード)=正面の意味です。



8.GREEN GATE
着心地が良くてキュートなデザインの服、普通っぽくてもどこかこだわりがあってひと味ある服、少しトレンド要素がはいつている服、子供を産んで体型が変わったとしても着られるサイズがある服、実生活で少しオシャレに着こなしができてしまう服、手入れが簡単な服、ずっと着られて何にでもコーディネートできる服...。リーズナブルプライスでこういう希望を満たす洋服をGREEN GATEで提案します。GATE(ゲート)=入口の意味です。



9.Green Label RELAXING
ポーダーカットソーや服飾雑貨など、定番商品のレーベルです。



10.BLOSSOM DAYS
「赤ちゃんができて、かっこよくおしゃれしていきたい」という女性のニーズにあわせ、あまりお腹が目立たず、シンプルで後々まで着られるマタニティウエアです。



11.GRIN KIDS
“Comfortable”をテーマとし、元気いっぱいの子供たちのためいつも気持ちよく着ていられるように、ということをいちばんに考えたレーベルです。普段着とお出かけの2ラインがあり、大人の服をそのまま小さくしたテイストで、お父さん・お母さんとお揃いのコーディネートが楽しめます。



12.BERRY TRIP
ON、OFF、クリエイタークローズ等、様々なカテゴリーを超えて、女の子、女の人がちょっと楽しくなれるウイメンズウエアです。アクセサリーも含めて、国内外のデザイナーが参加しています。



13.UNDER VANILLA
キャミソール・Tシャツ・ショーツなどカットソーを中心としており、家の中でも外でも着られるアンダーウエアです。



グリーンレーベルリラッキング業態は、お客様のTPOに合わせて企画する

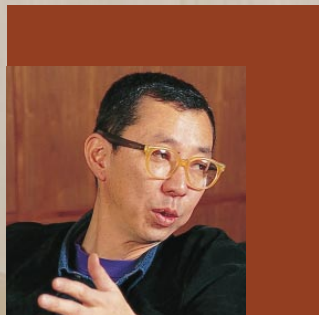
複数のオリジナルレーベルを中心とした、マルチレーベルミックス型SPAです。

高品質のオリジナルSPA型商品と、旬の輸入商品とのバランスの取れた提案で

高付加価値ビジネスを展開します。

New Business Format

専務取締役
CH部長 兼 GLR部長
岩城 哲哉



ライフスタイルへの共感から生まれたブランドビジネス「クロムハーツ」

圧倒的な商品力が魅力

「クロムハーツ」は、1988年にリチャード・スターク氏が友人二人と起こしたシルバーアクセサリーとレザーウエアの会社です。リチャードがロサンゼルスで、自分が身につけるべく作ったレザーウエアとシルバーアクセサリー。それは、流行などとは無縁の本物志向、長く使える品質の良さ、圧倒的な存在感のある作品でした。彼がライフワークとして自らの哲学に徹底的にこだわって作り上げた逸品。それが商品となり、共感する人たちの間に広がっていくのに時間が必要ありませんでした。1989年に二



ューヨークにクロムハーツ1号店をオープン。1992年には、シルバーアクセサリーが、ファッション界のアカデミー賞といわれるアメリカ・ファッション・デザイナー協会アクセサリー部門最優秀賞を受賞。またレザーウエアがハリウッド映画の衣装として登場するなど、またたく間にステイタスを獲得しました。ユナイテッドアローズとの付き合いも1992年に始まりました。こだわりの逸品ということもあり、かなり高価なものでしたが、商品力、店づくりの姿勢など当社の基本方針と合致するスピリットに共鳴してUA業態で扱うことを決定しました。

価値あるライフスタイルの提案で顧客層を拡大

1997年には「UAラボ」としてオンラインショップ「UTICA」をオープン。1999年12月に「CHROME HEARTS TOKYO」を出店しました。この店は、クロムハーツ専門店としては

世界で2番目となります。ユナイテッドアローズでは、クロムハーツをトップポジションのブランドビジネスと位置付けています。非常に高価なので、現在のところ顧客層は限られた範囲に留まっていますが、商品の幅を広げることと、すべて手づくりというクラフツマンシップの商品の素晴らしさを通して、顧客層の拡大はできると考えています。そのために東京に続いて、2000年に大阪に出店する計画です。3年かけて、ブランドと商品力がある程度浸透したところで、第2段階としてクロムハーツ側にユナイテッドアローズの商品企画を提案したいと考えています。ある程度まで商品構成が整えば、ライフスタイルとしてのクロムハーツワールドを提案する形で、顧客層を女性やエグゼクティブにまで広げていきたい。当社としては、これまでのUA業態、新業態のGLRとは異なる新しい顧客層の創出を目指しています。



GLR部 副部長
藤澤 光徳

UAのテイストを進化させた新業態グリーンレーベル リラクシング

UAのファッションテイストをより広いマーケットに

ファッションを中心におしゃれなライフスタイルを提案し、常に先駆的にお客様をリードしているのがUA業態とするなら、グリーンレーベル リラクシング (GLR) の特長は、UAのテイストを活かしつつ、価格帯を少し下げ、ヤングやニューファミリー層を対象とした商品構成と店創りにあります。おしゃれをしたいと思っているヤングとニューファミリー層の人たちはたくさんいるのに、気軽に入れて、満足できる商品が置いてあるお店が少ない。GLRでは、そうしたニーズを満たす、キッズも含めたおしゃれなアパレル商品を中心に、それとマッチする小物や生活用品を季節に合わせて置くことで、楽しいライフスタイルを提案しています。さらに、カジュアルに片寄らないようにウイメンズ、メンズともドレス商品の充実を図っていきます。GLRの店創りのテーマは、

店名が示しているようにリラクシングです。お客様が気軽に入れて、リラックスしてショッピングを楽しめるよう、店内は明るく、ゆったりとした空間創りをしています。また接客の際も、お客様にリラックスして頂けるアプローチ、リラクシングについてのアドバイスなどを心がけています。

新しい「おしゃれ市場」を創造

ユナイテッドアローズらしい本物のおしゃれを提案することで、競合するSPAショップとの差別化を図っていきます。GLRでは、高品質で独自のテイストを持つSPA商品の開発と、オリジナリティーの高い輸入商品の組み合わせ、マルチレーベルによるバラエティーとバランスの取れた提案を続けることで、当社にとって新しい市場の創造が可能だと考えています。店舗展開については、5年後に24店舗、2010年には80店舗まで広げる計画です。人口30~50万人の都市を



対象に、市街地のターミナルビルやデパート、郊外の大型ショッピングモールなどへの出店を進めていきます。1999年9月のスタート以降、新宿、町田など4店舗がオープンしていますが、いずれも初期計画を上回る実績を上げています。また、実験的に通信販売を始めたところ、かなりの反響がありました。販売ソースの多面化という意味で、来年にはWeb通販も含めて通信販売の本格的展開を視野に入れていきます。ユナイテッドアローズでは、GLR業態を2010年には売上高500億円規模の中核事業に育てる方針です。収益性については、UA業態に比べ多店舗、多数量という特長を活かした独自のSPAシステムの構築など店舗運営の徹底した効率化により、本体事業に劣らない収益力を確保できると確信しています。

ワンちゃんだって、オシャレしたい!!

男性、女性のオシャレだけじゃ、ものたりない!!
そういうお客様の声に応え、ユニテッドアローズではワンちゃんグッズも取り扱っています。
ワンちゃん用の服に、とてもカワイイ首輪と引き手、犬小屋に食器・・・。

「わたしだけでなく、うちのワンちゃんにもオシャレさせたい」そんなお客様の声に応じて、UA店で輸入もののワンちゃんグッズを扱いはじめたのは約3年前。お散歩には欠かせないレインウェアに防寒着、可愛い首輪と引き綱、食器にハウスと今では生活用品一式が揃うほど…。原宿本店3階には、ワンちゃんコーナーが設置されています。

「ニューヨークでワンちゃんグッズが人気との情報を聞いて、試験的に仕入れてみたのがきっかけです」と商品部で企画・仕入れを担当する安藤さん。ここはワンちゃん同伴の来店ももちろんOK。うちの娘？や、息子？に似合う服はないの？オーダーはできるの？といったお客様の要望に応じてサイズを合わせるのがひと苦労。また試着もなかなか大変な作業とか！

「でも店内にワンちゃんがいるだけで、お店の雰囲気や和みます。苦労もあるけど、とても楽しい仕事です」とは安藤さんの感想です。



- 1. グリフィン リード 4,500円
グリフィン 首輪 3,200円
- 2. ウサギのおもちゃ 1,600円
- 3. ボウル 4,800円

当期におけるわが国の経済は、政府の経済対策や金融安定化策の効果により前半はプラス成長となったものの、公共投資の息切れ、個人消費の低迷等により景況感が停滞し、後半には再び大幅なマイナス成長に転じる等、総じて厳しい状況で推移いたしました。

当社の関連するファッション業界におきましても、消費者の価格志向が一段と鮮明になり、商品価格帯の低下が進んだ結果、ここ数年来「低価格プラス」を提供できるようになってきた一部の専門店のみが躍進を続けました。また、ここ数年市場を下支えしてきた「メンズ・ウイメンズのカジュアルブーム」がピークを過ぎ、価値観の多様化によりトレンドが細分化されていくファッショントレンドの転換期でもありました。

このような状況のもと、当社は、自主企画商品の拡充により「商品の差別化」「売上利益率の向上」を並行して推進する事業方針を打ち出すとともに、株式の店頭公開を通じ、ファッション企業としての更なる認知度の向上に努めてまいりました。

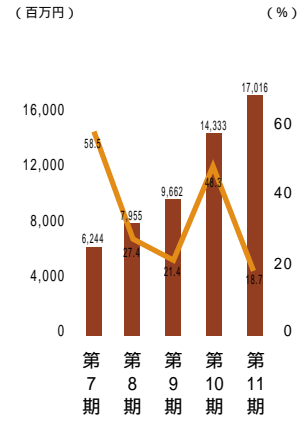
出店面にしましては、当社の事業戦略の一つである「多事業軸化」の第一弾として、平成11年9月度に新業態「グリーンレーベル リラクシング」(GLR)を立ち上げ、原宿店・新宿店・町田店を一齐にオープンするとともに、平成11年12月度にはもう一つの新業態「クロムハーツ」(CH)の第1号店舗を東京都港区南青山に出店し、新事業

の本格的かつ円滑な立ち上げに成功した1年でありました。また、並行して東京都渋谷区の公園通りにUAラボ(実験店舗)「CYT」(サイト)をオープンする等、新たな業態開発への取組(テストマーケティング)も引き続き強化してまいりました。

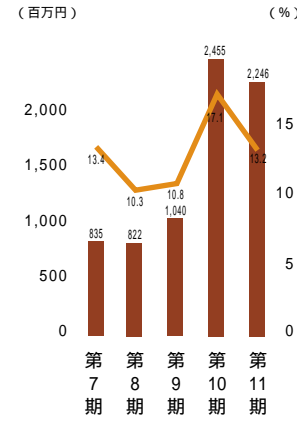
営業面におきましては、第1四半期においては比較的堅調に推移したものの、以降、ファッショントレンドの転換や天候要因(記録的な残暑～暖冬)等の影響により売上は弱含みで推移し、最終的に当期利益ベースで増益とはなりませんが、計画を達成するには至りませんでした。

当期の売上高は170億16百万円(前期比118.7%)、経常利益は22億46百万円(前期比91.5%)となり、当期利益は11億74百万円(前期比102.0%)となっております。

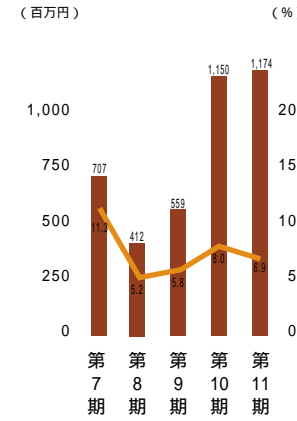
売上高・売上高伸び率



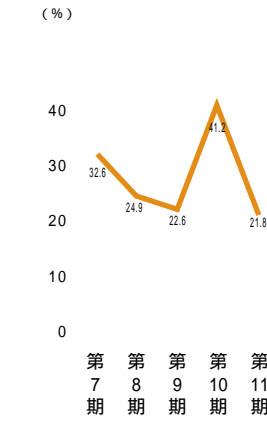
経常利益・経常利益率



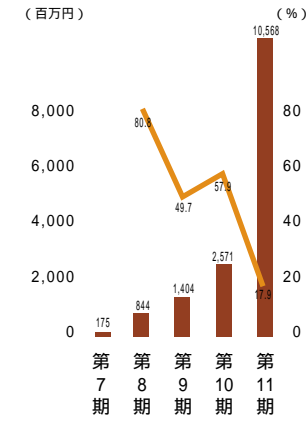
当期利益・当期利益率



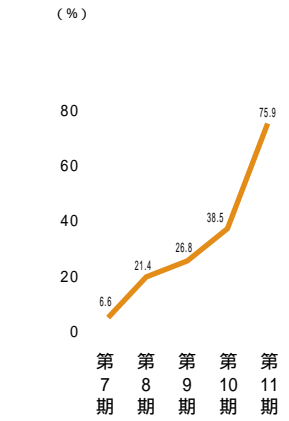
ROA



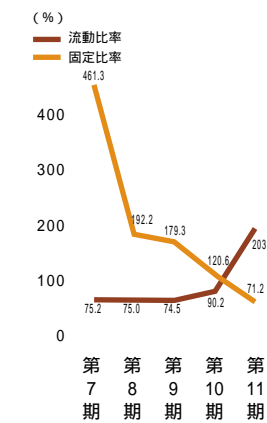
株主資本・ROE



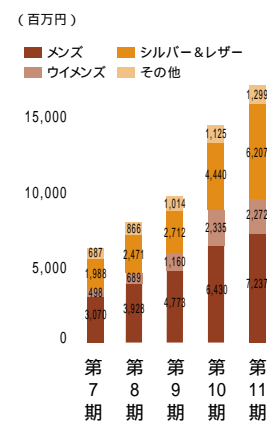
株主資本比率



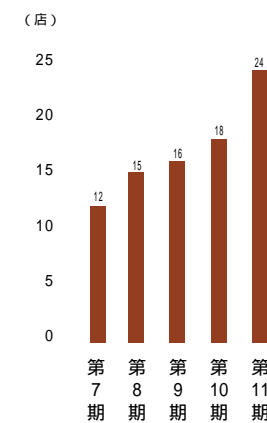
流動比率・固定比率



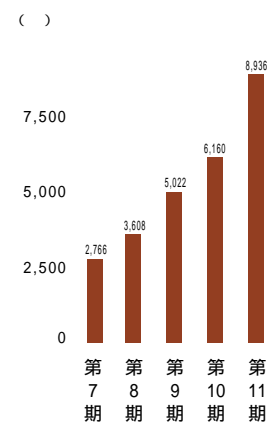
部門別売上高



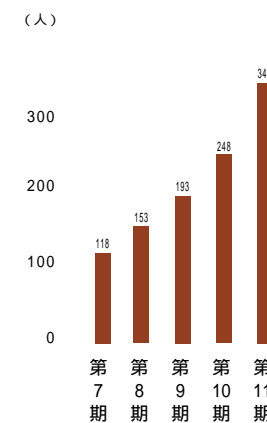
店舗数の推移



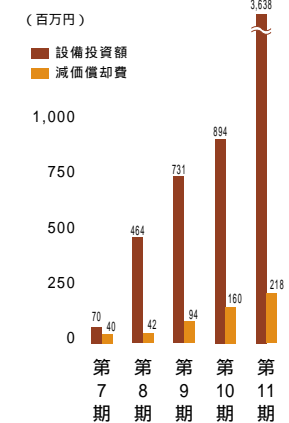
店舗売場面積の推移



従業員数の推移



設備投資額・減価償却費



(単位：千円)

期別 科目	当期 (2000年3月31日現在)	前期 (1999年3月31日現在)	期別 科目	当期 (2000年3月31日現在)	前期 (1999年3月31日現在)
(資産の部)			(負債の部)		
流動資産	6,410,076	3,583,040	流動負債	3,150,352	3,970,668
現金及び預金	775,657	465,506	買掛金	1,554,193	1,369,708
売掛金	138,324	164,434	短期借入金	-	600,000
有価証券	901,378	-	未払金	1,028,288	643,759
商品	3,238,220	1,945,777	未払法人税等	288,544	1,009,299
貯蔵品	6,499	6,249	未払消費税等	-	105,810
前払費用	66,698	34,007	未払費用	17,137	14,619
未収入金	1,189,558	970,300	前受収益	9,024	6,768
未収還付消費税等	46,562	-	賞与引当金	214,173	172,817
繰延税金資産	54,372	-	その他の流動負債	38,992	47,886
その他の流動資産	625	5,006	固定負債	211,061	142,094
貸倒引当金	7,819	8,242	役員退職慰労引当金	111,788	-
固定資産	7,519,947	3,100,903	長期未払金	75,541	114,954
有形固定資産	4,647,620	1,870,253	長期預り保証金	10,760	7,400
建物	2,863,895	1,329,574	長期前受収益	12,972	19,740
構築物	4,840	4,787	負債合計	3,361,413	4,112,762
車輜運搬具	23	1,334	(資本の部)		
器具備品	308,649	126,945	資本金	3,030,000	352,500
土地	1,454,684	372,611	法定準備金	4,101,592	5,100
建設仮勘定	15,527	35,000	資本準備金	4,095,600	5,100
無形固定資産	561,383	23,067	利益準備金	5,992	-
借地権	138,165	-	剰余金	3,437,016	2,213,581
商標権	10,869	9,931	当期末処分利益	3,437,016	2,213,581
電話加入権	16,804	13,136	(うち当期利益)	(1,174,548)	(1,150,996)
ソフトウェア	349,659	-	資本合計	10,568,609	2,571,181
ソフトウェア仮勘定	45,885	-	負債及び資本合計	13,930,023	6,683,943
投資等	2,310,942	1,207,581			
長期差入保証金	2,042,427	994,695			
長期未収入金	89,161	135,681			
長期前払費用	107,309	66,347			
繰延税金資産	56,495	-			
その他の投資等	16,129	11,957			
貸倒引当金	581	1,100			
資産合計	13,930,023	6,683,943			

(単位：千円)

期別 科目	当期 (1999年4月1日から 2000年3月31日まで)	前期 (1998年4月1日から 1999年3月31日まで)
(経常損益の部)		
(営業損益の部)		
営業収益	17,016,842	14,333,012
売上高	17,016,842	14,333,012
営業費用	14,638,794	11,829,390
売上原価	7,573,618	6,549,179
販売費及び一般管理費	7,065,176	5,280,211
営業利益	2,378,047	2,503,621
(営業外損益の部)		
営業外収益	103,403	20,617
受取利息及び配当金	8,591	3,595
その他の営業外収益	94,812	17,021
営業外費用	234,875	68,694
支払利息	3,108	15,250
新株発行費	73,910	-
為替差損	100,479	37,109
その他の営業外費用	57,377	16,334
経常利益	2,246,575	2,455,544
(特別損益の部)		
特別利益	1,537	100
固定資産売却益	595	-
貸倒引当金戻入額	942	100
特別損失	171,810	34,532
固定資産除却損	71,958	31,757
役員退職慰労引当金繰入額	99,852	-
リース契約解約損	-	2,774
税引前当期利益	2,076,302	2,421,112
法人税、住民税及び事業税	897,816	1,270,115
法人税等調整額	3,937	-
当期利益	1,174,548	1,150,996
前期繰越利益	2,147,663	1,068,189
過年度税効果調整額	114,805	-
形式上の存続会社(合併会社)の前期繰越損失	-	409
自己株式消却損	-	5,195
当期末処分利益	3,437,016	2,213,581

(単位：円)

科 目	金 額
当 期 未 処 分 利 益	3,437,016,889
これを次のとおり処分します。	
利 益 準 備 金	11,925,000
利 益 配 当 金	119,250,000
(1株につき15円)	
次 期 繰 越 利 益	3,305,841,889

(単位：千円)

科 目	期 別	当 期 (1999年4月1日から 2000年3月31日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前当期純利益		2,076,302
減価償却費		227,525
無形固定資産償却額		33,479
長期前払費用償却額		6,199
賞与引当金の増加額		41,355
役員退職慰労引当金の増加額		111,788
貸倒引当金の減少額		942
受取利息及び受取配当金		8,591
支払利息		3,108
有形固定資産除却損		71,958
有形固定資産売却益		595
売上債権の増加額		155,061
たな卸資産の増加額		1,292,692
その他流動資産増加額		66,438
仕入債務の増加額		184,485
その他流動負債の減少額		21,198
その他固定負債の減少額		42,820
小 計		1,167,862
利息及び配当金の受取額		8,591
利息の支払額		5,270
法人税等の支払額		1,618,570
営業活動によるキャッシュ・フロー		447,387
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金預入による支出		459,000
定期預金払戻による収入		10,000
従業員長期貸付金の増加		340
長期差入保証金の増加		1,047,731
その他投資取得による支出		621,672
有形固定資産の売却収入		1,700
有形固定資産の取得による支出		2,781,113
投資活動によるキャッシュ・フロー		4,898,158
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金減少額		600,000
株式の発行による収入		6,768,000
配当金の支払額		59,925
財務活動によるキャッシュ・フロー		6,108,075
現金及び現金同等物に係る換算差額		-
現金及び現金同等物の増加額		762,529
現金及び現金同等物の期首残高		455,506
現金及び現金同等物の期末残高		1,218,035

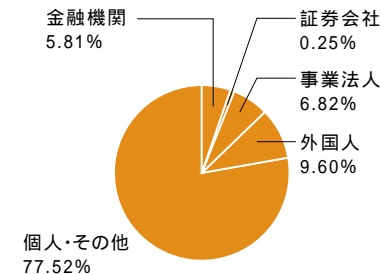
会社が発行する株式の総数 28,200,000株
発行済株式の総数 7,950,000株
株主数 396名
大株主

株 主 名	持 株 数	持 株 比 率
株式会社ワールド	2,119,000株	26.65%
畑 崎 廣 敏	1,337,000	16.81
重 松 理	767,000	9.64
岩 城 哲 哉	382,000	4.80
水 野 谷 弘 一	382,000	4.80
栗 野 宏 文	382,000	4.80
杉 岡 勝 人	382,000	4.80
ドイチャーアウスタンスカッセンフェア ラインアーゲーカスターマースアカウント	350,000	4.40
ユナイテッドアローズ従業員持株会	205,600	2.58
ザチエニスマンハッタン バンクエヌエイロンドン	151,000	1.89

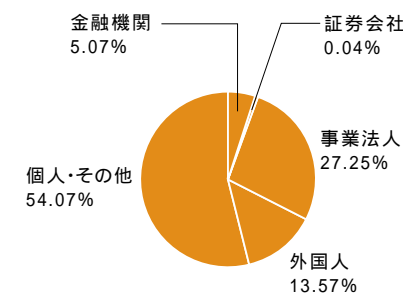
株主メモ

決 算 期 3月31日(年1回)
利 益 配 当 金 3月31日
受領株主確定日
中間配当を行う場合は、9月30日
定 時 株 主 総 会 6月下旬
名義書換代理人 三菱信託銀行株式会社
同事務取扱場所 東京都千代田区永田町二丁目11番1号
三菱信託銀行株式会社 証券代行部
(連 絡 先) 〒171-8508 東京都豊島区西池袋一丁目7番7号
三菱信託銀行株式会社 証券代行部
電話 03-5391-1900(代表)
同 取 次 所 三菱信託銀行株式会社 全国各支店
公 告 掲 載 新 聞 日本経済新聞

所有者別分布状況



所有株式数別分布状況



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三丁目25番5号
 設立 1989年10月2日
 資本金 30億3千万円
 代表者 重松理(しげまつおさむ)
 従業員数 342名(男性206名・女性136名)
 平均年齢 27.9歳
 (男性28.7歳・女性26.7歳)
 事業内容 紳士服・婦人服及び雑貨等の企画・販売
 主要取引銀行 1.三和銀行 青山支店
 2.さくら銀行 青山支店
 3.東京三菱銀行 渋谷明治通支店
 4.日本興業銀行 新宿支店

代表取締役社長 重松理
 専務取締役 岩城哲哉
 常務取締役 水野谷弘一
 常務取締役 栗野宏文
 取締役 杉岡勝人
 取締役 畑崎廣敏
 常勤監査役 楠利文
 監査役 北川貞昭
 監査役 大沼淳
 監査役 田中博久



UNITED ARROWS

原宿本店
 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前3-28-1
 tel.03-3479-8180 fax.03-3479-8214
BLUE LABEL GENERAL STORE
 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前3-25-5 1F
 tel.03-3479-8186 fax.03-3479-8117
NONSECT
 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前2-18-11
 tel.03-5771-5601 fax.03-3403-1115
UTICA
 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前2-18-11
 tel.03-5771-5602 fax.03-3403-1115
渋谷店
 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前6-16-13
 tel.03-3797-9791 fax.03-3797-9797
CYT
 〒150-0041 東京都渋谷区神南1-20-11
 tel.03-3496-2703 fax.03-3496-2723

有楽町店
 〒100-0006 東京都千代田区有楽町2-5-1 有楽町西武B館2F
 tel.03-3286-5580 fax.03-3286-5582
THE SOVEREIGN HOUSE
 〒104-0061 東京都中央区銀座4-2-6
 tel.03-3567-2880 fax.03-3567-2821
新宿店
 〒160-0022 東京都新宿区新宿3-37-1 Flags 4F
 tel.03-5362-2951 fax.03-5362-7322
池袋店
 〒171-0022 東京都豊島区南池袋1-28-2 池袋パルク3F
 tel.03-5979-3735 fax.03-5979-3736
二子玉川店
 〒158-0094 東京都世田谷区玉川13-11-7
 tel.03-5716-3780 fax.03-5716-3781
柏店
 〒277-8550 千葉県柏市末広町1-1 柏高島屋ステーションモール3F
 tel.0471-48-2282 fax.0471-48-2280
横浜店
 〒220-0011 神奈川県横浜市西区高島2-16-1 ルミネ横浜B1F
 tel.045-440-3045 fax.045-440-3046
神戸元町店
 〒650-0036 兵庫県神戸市中央区播磨町49
 tel.078-331-2660 fax.078-331-2610
神戸ハーバーランド店
 〒650-0044 兵庫県神戸市中央区東川崎町1-8-1 オーガスプラザ2F
 tel.078-360-4605 fax.078-360-4600
心齋橋店
 〒542-0086 大阪府大阪市中央区西心齋橋1-6-14 ビッグステップ1F
 tel.06-6258-5130 fax.06-6258-5126
心齋橋 御堂筋店
 〒542-0086 大阪府大阪市中央区西心齋橋2-1-5 日本生命御堂筋八幡町ビル1F
 tel.06-6484-2032 fax.06-6484-2033
梅田店
 〒530-0001 大阪府大阪市北区梅田1丁目ディアモール大阪5-5100
 tel.06-6348-4663 fax.06-6348-4664
京都店
 〒600-8031 京都府京都市下京区寺町通四条下ル貞安前之町605 藤井大丸1F
 tel.075-223-0833 fax.075-223-0831

新潟店
 〒950-0909 新潟県新潟市八千代2-1-2 万代シティビルボードブレイス1F
 tel.025-240-4606 fax.025-240-4607
名古屋店
 〒460-0008 愛知県名古屋市中区栄3-4-5 NOVA1F
 tel.052-265-1580 fax.052-265-1583
福岡店
 〒810-0041 福岡県福岡市中央区大名1-15-11
 tel.092-716-3322 fax.092-716-3323
福岡アーキベラーゴ店
 〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神2-2-43 ソラリアプラザビル2F
 tel.092-737-3151 fax.092-737-3152

UNITED ARROWS FRANCHISE SHOP

旭川店
 〒070-0033 北海道旭川市三条通り7丁目 オクノデパート2F
 tel.0166-23-7484 fax.0166-23-1782
大分店
 〒870-0021 大分県大分市府内町3-78-3
 tel.097-537-1526 fax.097-533-0998

GREEN LABEL RELAXING

新宿店
 〒160-0022 東京都新宿区新宿3-38-2 ルミネ新宿2 2F
 tel.03-3345-9655 fax.03-3345-9656
町田店
 〒194-0013 東京都町田市原町田6-1-11 ルミネ町田3F
 tel.042-739-3333 fax.042-739-3334
港北店
 〒224-0003 神奈川県横浜市都筑区中川中央1-31-1 モザイクモール港北1F
 tel.045-914-2929 fax.045-914-2930
船橋店
 〒273-0012 千葉県船橋市浜町2-1-1 TOKYO-BAY ららぽーと3 1F
 tel.047-495-2077 fax.047-495-2080

CHROME HEARTS

CHROME HEARTS TOKYO
 〒107-0062 東京都港区南青山6-3-14
 tel.03-5766-1081 fax.03-5766-1077

ユニテッドアローズ ホームページ アドレス

<http://www.united-arrows.co.jp/>

本誌内容に関することは、当社IR部にお問い合わせ下さい。 tel.03-3479-9335