



UNITED ARROWS

2000.4.1 ~ 2000.9.30

第12期 中間事業報告書



東矢通信 第二卷

志

我々は、商品開発及び環境開発を通じ、生活・文化・社会を高度化することで、社会に貢献することを目的とする。

THE STANDARD OF JAPANESE STYLE

我々は、事業を通して日本の生活・文化における規範となる正しい価値観を確立・訴求し続けることを目的とする。

我々は、世界的な広い視野で適選・適産された商品の提供と、「真の心地良さ」を追求した施設・空間・環境の提供と、高度に完成されたスタッフ・サービスで常に「次代の快適さ」を提供し続けることを目的とする。

我々は、常に「売って頂く」、「買って頂く」という感謝の精神を忘れることなく、企業はそこに関わる人々が幸せになるための手段と考え、高度な生産性とそれに見合う高度な幸せを確立することを目的とする。

経営理念

「進化する老舗」の創造

UAの理念とする「進化する老舗」とは、ヒト創りとモノ創りの両面を踏まえた上での店創りを、お客様から見て「老舗」と評価されるに相応しいレベルに向かって、日々絶えず向上させ続けることを意味している。



UNITED ARROWS

To Our Shareholders



代表取締役社長
重松 理

ユニテッドアローズは1989年の創業以来、圧倒的な商品編集力・時代対応力と徹底した顧客第一主義を軸に、「失われた10年」と形容される経済停滞期中、高い成長を続けてきました。

1999年7月には株式の店頭公開を果たし、公募増資によって調達した資金を基に、9月にGREEN LABEL RELAXING、12月にCHROME HEARTSの二つの新業態を立ち上げるにより「第二の創業期」のスタートを切りました。

今、日本のファッション業界は過去にない大きな変革期を迎えています。消費構造の変化により、支出が情報通信費等に流れる中、衣料支出は漸減傾向が続いています。そしてこのような状況の下、昨年来、大量生産によるコストメリットを武器とした低価格商品が、マーケットを席捲し

続けています。

また、豊富な資金力をもつ外資系企業の相次ぐ上陸により、マーケットは更なる熾烈な大競争時代に突入していきます。今後、マーケットにおける優勝劣敗は更に明確になり、競争に敗れた者は退場を余儀なくされるでしょう。

このような環境下、ユニテッドアローズが掲げる今後のキーワードは「ストアバリュー」です。これはただ適正価格の商品をタイムリーに切らさず品揃えするだけでは得られないものです。「人（人的サービス）」「物（商品）」「器（店舗環境）」の3大要素に加え、イメージ作りやIT（情報通信技術）もかかわってきます。それらが全て高い次元でリンクすることにより、最終的に「この店で買うことによって高い満足感が得られる」と多くのお客さまに感じとっていた

だくことができ初めて得られるものなのです。

ファッションにはブームというものがあります。過去、幾多の「ブランド」がブームに流されて栄枯盛衰を繰り返してきました。しかしながらユニテッドアローズはブランドではなく「ストア」であり常に進化を続けています。「ストアバリュー」があるからこそ、ブームの波に埋没することなく発展し続けてきたのです。全体的に消費環境は弱含みで推移すると予想されており、我々小売業にとっても厳しい局面が続くことが予想されます。しかしながら、ユニテッドアローズは「ストアバリュー」を軸に常に進化・発展を図っていく所存ですので、株主の皆様におかれましては、今後とも変わらぬご支援・ご鞭撻をお願い申し上げます。



▶▶▶ 上半期（中間決算）を振り返っていかがでしたか？

予想以上に厳しい状況で推移しました。前期がいわゆるファッションの長期トレンドの端境期とすれば、当期は新しいトレンド（エレガンス）がマーケットに定着していく移行段階となります。我々の予想どおり、ウイメンズマーケットは順調に新しいトレンドに移行したのですが、メンズは核となるような新しい商品を提案することができず、弱含みで推移しました。特にメンズ重衣料部門は業界全体の流れとしてマーケットの漸減傾向が続いており、ここ数年間他社のシェアを奪

取して伸長してきた当社においても既存店ベースで前年割れとなる等、非常に厳しい状況でした。当中間期の業績は、売上高は前期比10%以上の増収となったものの、既存店売上高が前期比10%減となり、出店一時経費等の負担増により、営業利益、経常利益ともに減益という、大変残念な結果となりました。足元の消費環境も回復感に欠けており、下半期も厳しい局面が続くと想定されますが、「ストアバリュー」を軸にマーケットの支持を獲得していきたいと考えています。

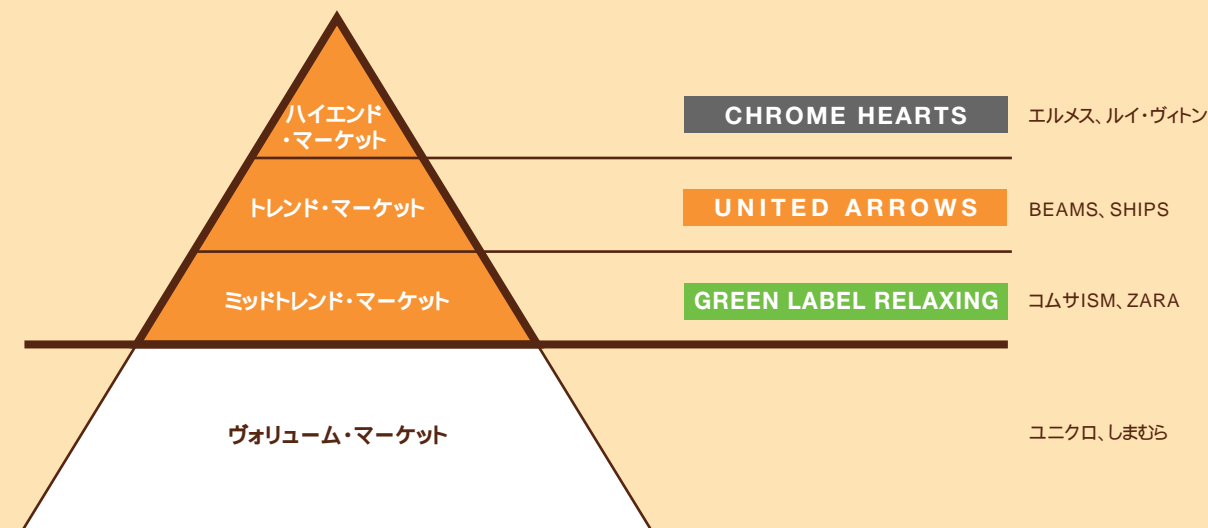


▶▶▶ 新業態「GREEN LABEL RELAXING」と「CHROME HEARTS」の状況はいかがですか？

順風満帆とまではいきませんが、ある程度の評価ができるところまで進化しています。GREEN LABEL RELAXINGは春先までは順調に計画達成していましたが、初夏から弱含みで推移しました。これはまだ事業化一年目であることにより、マーケティングやマーチャンダイジングが確立していなかったことが主要因です。この秋からは事業化3シーズン目に入り、これらがある程度確立してきたことから、順調な売上をあげることができるようになってきています。新宿店は一年経過したことから「既存店」となりましたが、9月単月では前期比130%弱の売上実績を残しました。まだ地域・店舗でばらつきはありますが、オペレーションが確立すれば目論見どおりに拡大していけるのではないかと見ています。

CHROME HEARTSについては、まだ一店舗なので評価は難しいのですが、ほぼ計画に近い売上をあげることができましたので、初期段階としては成功したと考えています。今後は、来年春大阪にオープン予定の「CHROME HEARTS OSAKA」の成功に全力を注ぎます。CHROME HEARTSについては、シルバー、ゴールド、レザーだけではなく、本格的なアパレルまで揃えた欧州型ビッグブランドに比肩するフルラインナップブランドに育成していきたいというのが、当社と米CHROME HEARTS社の共通の想いです。今後もあせることなく、時間をかけてじっくり取り組んでいきます。今まではヤングメンズ中心のブランドでしたが、大人層・女性層への広がりが顕著ですから、必ず成功すると考えています。

ユニテッドアローズがターゲットにするマーケット



▶▶▶ ファッションにおける「価格デフレ」についてどう思われますか？

これについては、もちろん国内で先鞭をつけたのはユニクロ（ファーストリテイリング社）です。ユニクロが素晴らしい点は、マーケティング力と販促等の戦略です。実に適確にマーケット動向を予測し、販促を含めて戦略的に低価格を打ち出した結果でしょう。そして、それ以上にフリース・Gジャン・ストレッチパンツ等を通じて「適正価格を上回る価値」を生み出し、お客様がそれを認めたということだと捉えています。他社がユニクロを模倣し

ようとしても追従できないでしょう。戦略や持っている生産背景が比較になりませんから。ファッションにおける価格デフレは、間違いなく定着していくと思います。しかしながらそれはデイリーウェアを中心にした「ヴォリューム・マーケット」に於いてです。当社がビジネスとして取り組むのは、あくまでファッションに対するコミットメントが高い「トレンド・マーケット」です。このマーケットの中でストアバリューを軸

に、他社との差別化を永续していくことが当社のミッションだと思っています。だから低価格化の流れとは一線を画していますし、今後も価格競争に参入するつもりは全くありません。機能的・実用的なファッションだけでは面白くありません。私は、ファッションとはある意味「夢」を売るという側面を持っていると思っています。「着るだけでわくわくして気持ちが高揚する」、そんなファッションを提案していくことが私たちの役目です。

Business NEWS

UNITED ARROWS

ユニテッドアローズ業態では今上期、「札幌店」の他、「渋谷キャットストリート店」、UAラボの「District UNITED ARROWS」をオープンしました。「札幌店」は直営店としては初めての北海道出店となった店舗です。「UAエッセンスを凝縮した店」が基本コンセプトで、高級重衣料、デザイナーズブランド、クロムハーツなどを幅広く揃え、道内のお客様から支持をいただいています。



ウイメンズドレスコーナー
(渋谷キャットストリート店)



コノリーレザーコーナー
(渋谷キャットストリート店)



渋谷キャットストリート店

また渋谷地区では、UAラボUNITED ARROWS CYTを「UA渋谷公園通り店」に業態転換し、リニューアルオープン。ウイメンズ色、エレガンス色を強めた品揃えにより、大人の渋谷層の支持を得ています。また既存渋谷店近くの通称キャットストリート沿いには、クオリティの高いデザイナークローズを中心にした品揃えの渋谷キャットストリート店、クリエイティビティとクラフツマンシップをテーマにし、内外デザイナーとのコラボレーション品を取り揃えたUAラボ「District UNITED ARROWS」をオープン。両店は1F、2Fと併設され、店内にギャラリースペースを設けるなど、これまでとは違うユニテッドアローズの世界を見せています。既存渋谷店に、これら3店を加えて渋谷UA村を形成。それぞれのお客様の層に合わせた店作りを行なっています。



グリーンレーベル リラクシング船橋店



グリーンレーベル リラクシング船橋店

GREEN LABEL RELAXING

グリーンレーベル リラクシングは、千葉県に「船橋店」と「イクスピアリ店」をオープンしました。「船橋店」は県下でも最大級のショッピングモールTokyo-Bayららぽーと内に出店。広い店内にはカフェも備え、ゆっくり買い物を楽しんでいただけます。「イクスピアリ店」は、舞浜地区にオープンした話題のショッピングタウンイクスピアリ内に出店。全国各地から幅広い層のお客様にご来店いただき、販売だけではなく今後の商品・出店政策を見据えたマーケティング情報を収集できる店舗としても実績を残しています。2000年秋冬から、エレガンスを追求したメンズカジュアルの新レーベル「G.L. Relaxing」を導入するなど、商品力の強化も図りました。

CHROME HEARTS

クロムハーツは、9月9日から11月12日まで国立科学博物館（東京・上野）で開催された「ダイヤモンド展」に出展参加。レザー、シルバー、ダイヤを駆使し「ジュラシックハーツ」と題された恐竜のオブジェを展示し、来場者の注目を集めました。また別ブースでは、クロスとバラを使ったディスプレイでゴールド&ダイヤの世界を展示。ブルガリ、ティファニーといったラグジュアリーブランドが並ぶ中、独自の世界感を見せました。10月2日に開催された「デビアス ダイヤモンド インターナショナル賞2000」(DIA2000) ファッションショーにも特別参加。クロムハーツならではのエレガントなファッションに、業界関係者の注目を集めました。10月には現「CHROME HEARTS TOKYO」がフルオープン、来年2月には「CHROME HEARTS OSAKA」のオープンが予定されており、今後の広がりが期待されます。



G.L.Relaxing



ダイヤモンド展 出展作品



DIA2000 出展作品
(特別出演：和泉元彌)

Interview

究極のリアル・クロージングを追求する
UAラボ「District(ディストリクト)」

クリエイティブディレクター
栗野宏文

ユナイテッドアローズは、9月に渋谷UA村計画の第2弾として東京・渋谷の通称キャットストリートに、ウイメンズ製品を豊富に揃えたUA店「ユナイテッドアローズ渋谷キャットストリート店」と、本物のおしゃれを満喫できる斬新なコンセプトのメンズウエアを中心とするUAラボ「District UNITED ARROWS」をオープンしました。

そこで「District」を企画したクリエイティブディレクターの栗野宏文常務取締役に出店のねらいを聞きました。

本当に服が好きで、おしゃれを楽しみたい人の店

自動車でもAV機器や携帯電話でも、ファッションというクリックを使わないと商品が売れない時代になっているのに、ファッション

の本家である服飾の世界では本来ファッションが与えてくれる「心地よい驚き」や「心地よい裏切り」といった感動が失われているのではと感じていました。

そんな思いから、ファッションが持つ夢や楽しさ、品質へのこだわりをコンセプトにしたショップづくりを企画しました。それが「District」です。これは、RV車全盛の時代でもマニュアル車やセダンの良さが生きているように、本当に服が好きな人、本物のおしゃれを求めている人のために、長く着ても飽きのこない、ファッションを心から楽しんでもらえる服を集めたUAからのメッセージだと考えています。

「District」の商品構成は、「サルトリオ」「ベルベスト」「パルテノペア」などイタリア有数のテイラー

等によるオリジナルメンズスーツが3分の1、コム・デ・ギャルソン社とのコラボレーション(協同)による「オム プリュス」「コム・デ・ギャルソン オム プリュス for District」「シャツ」などコム・デ・ギャルソンのメンズコレクションが3分の1、それに内外の第一級の作り手たちに特注した靴(例えばジンターラのブーツ)やバッグ、装身具などウイメンズも豊富に揃えた雑貨類が3分の1となっています。

コム・デ・ギャルソン(CDG)社とのコラボレーション

CDGとはクリエイターとバイヤーという関係を超えたコラボレーションを組んでいます。世界のトップにあるクリエイターとのコラボレーションはUAとして初のケース

で、お客様に夢と感動を与えるファッションというUAが基本としていたコンセプトに共感していただいて実現しました。

CDGは、小売業としての事業センスが抜群のクリエイターであり、今回のコラボレーションはUAにとって貴重な財産になると考えています。

とくに「コム・デ・ギャルソン オム プリュス for District」は、CDG社のデザイナーである川久保玲さん自らデザインした「District」だけのコレクションで、UAとCDGのコラボレーションの象徴といえる製品です。

UAが特注したハンドメイドのクラシックエレガンスと、コム・デ・ギャルソンが創作するアバンギャルド。意識的にトレンドに左右される中間的製品を省いたシンメトリーな品揃えですが、飽きがこず、長く楽しめる逸品という点では同質感のあるラインアップだと考えています。

「進化する老舗」を 持続していくために

「District」をつくったねらいは hit the topにあり、気に入った服ならお金をかけるのを惜しまないアダルト層のお客様の獲得を目指しています。同時にトレンドに左右されない確固たるコンセプトの店として、UAの経営理念である「進化する老舗」の在り方を追求していきます。

(hit the top / ファッションに高感度、こだわりを持ち、気に入ったものにはお金を惜しまない一部富裕層を含むアダルト層を狙うこと) UAが第1号店を東京・渋谷に出してから10年になります。その間、UAを含めたセレクトショップと呼ばれている業態は、ファッショントレンドをリードし急成長を遂げてきました。UAも会社の規模が大きくなり、株式を公開して経営への責任も重くなってくると、企業経営としては幅広い顧客層に応えるマーケティング戦略が大切な要

素になってきます。

昨年は、ニューファミリー層を対象とした多店舗展開の新しい事業軸として「グリーンレーベル リラクシング」を立ち上げました。この結果、商品構成的には売れ筋商品のウエイトが高くなってきました。同時に有名デパートや大手アパレルメーカーが参入し、競争が激しくなっている中で、セレクトショップ業態は全体的に特徴が失われてきました。そこで、UAの成長を持続させるために他社との明確な差別化、確固としたコンセプトに基づくディレクションが必要になってきたのです。

「進化する老舗」を目指すUAにとって、「District」はこれからのひとつの方向を示すものであり、この店の存在がUAの他の店舗にシャワー効果をもたらすと考えています。当面はUAラボとして展開していきます。メンズウエアを中心に、靴やバッグ、アクセサリー類にウイメンズ製品を豊富に揃えることで、女性のお客様には1階のUA店との相乗効果を期待しています。現在のところ他の地区への出店は考えていません。

将来、「District」を多事業軸のひとつとして展開していくとしても、CDGとのコラボレーション、ギャラリーでの展示作品の内容といった店づくりに伴う基本要素を考慮すると多くても2~3店舗までかなと思っています。

コートの中庭へ、ようこそ!!

10月1日、ユナイテッドアローズのホームページに期間限定のスペシャルページが突如現れました。COAT COURT (コートコート：コートの中庭) と題されたこのページ、中庭ではいったい何が繰り広げられたのでしょうか？

「今年はコートがイチオシ。なんとかコートの魅力を伝えよう!!」との合い言葉で始まったこの企画。ユナイテッドアローズとしては初めて、店頭とWebの双方を駆使したものとなりました。「通常、販促物といえばダイレクトメールやカタログが主体でした。しかし紙ベースのものだと数量も限られるし、一度作ると改訂が難しいという問題もあります。それなら今回はWebを使ってみようじゃないか、というところからスタートしました。」と語るのは販売促進部の須田さん。「Webであれば配布の必要もないし、情報の更新も可能。何度もアクセスしてもらうことで、どんどんコートの魅力にはまってもらえます。そこで店頭にお越しいただければ、コート訴求型のディスプレイがお迎えするというシカケです。」



コート コート ホームページより

このページでは、コートの取り扱い方、オススメの商品情報に加え、「コートが印象的だった映画」、「コートがジャケットになっているレコード・CD」など、UAならではのカルチャー情報まで網羅しました。さらに特別メニューとしてUAで取り扱っているウイメンズ ブランド「mina」のデザイナー皆川さんへのインタビューページも設けたところ、業界関係者からの反響の声もあったとか。「このページ読んでいるだけで、自分でもコートが欲しくなっちゃいました。」と須田さん。

さらに、キャンペーン期間中にコートをお買い求めいただいたお客様に抽選でパシュミナをプレゼントしたり、一般のお客様から「コートについて」のエッセイ募集も行ない、優秀作品をホームページ上に掲載するなど、店頭&Webでお客様の参加意識をそそる企画も実施。単に売上だけでなく、マーケティングデータも得られました。

「今回の企画を通じて得られたデータは、今後のWebマーケティングの方向性を探る貴重な材料になります。あらためて効果測定を行ない、今後の企画の参考にしたいですね。」と語る須田さんのアタマのなかでは、次なるアイデアが練られていることでしょう。



店でもコートをフィーチャー (UA原宿本店)

1. 当中間期の概況

当中間会計期間におけるわが国経済は、企業収益の大幅な回復を受けてプラス成長で推移する等、景気の自律回復に向けた兆しが一部で見られるようになりました。しかし、相次ぐ企業の大型倒産や失業率の高止まり等による先行きの不透明感は払拭できず、家計収入は下げ止まりつつあるものの、依然として個人消費は弱含みのまま推移しております。

当社の関連するファッション業界におきましては、各社が相次いで低価格商品を開発する等、価格デフレが急激に進行する一方、デラックスブランドは堅調に推移しており、消費動向の二極分化が加速的に進行いたしました。また、企業のドレスコードの変化に伴う、いわゆる「カジュアル・エブリディ」の定着を背景としたビジネススーツ離れが進行し、紳士重衣料の市場規模の縮小傾向が顕著になった時期でもありました。

このような状況のもと、当社は「商品開発力の強化」、「店舗環境のグレードアップ」、「人的接客サービスの向上」に取り組み、他社との差別化に注力してまいりました。出店にしましては、ユナイテッドアローズ業態では札幌店の新規出店のほか、渋谷店の別館増床として渋谷キャットストリート店を出店いたしました。前事業年度に立ち上げたグリーンレーベル リラクシング (GLR) 業態では船橋店、イクスピアリ店 (千葉県浦安市) を相次いで出店し、順調に拡大を図ることができました。更にUAラボ (実験店舗) として東京都渋谷区に「District UNITED ARROWS」(ディストリクト) を出店し、新たな業態開発のためのテストマーケティングも引き続き実施してまいりました。

これらの結果、当中間会計期間の売上高は8,467百万円 (前年同期比110.3%) となりましたが、記録的な猛暑の影響による秋冬物の立ち上がりの遅れ等から、当初の売上計画を達成するには至りませんでした。固定費は大幅に削減いたしました。売上の計画未達と、マークダウン (値下げ) 商品の増加に伴う粗利益率の低

下を主要因とした売上総利益減少を吸収するまでには至らず、経常利益は437百万円 (前年同期比53.4%) と減益になりました。尚、当中間会計期間におきまして退職給付債務の積立不足額116百万円を一括償却しており、中間純利益は172百万円 (前年同期比44.5%) となりました。

利益配分に関しましては、当初計画どおり中間期で1株当たり5円、通期で11円の配当とする予定であります。

尚、当社では平成12年3月31日の株主名簿及び実質株主名簿に記載された株主の方を対象に、5月22日を効力発生日として、1株につき1.5株の割合をもって株式分割を実施いたしました。

2. 通期の見通し

当社の属する衣料品小売業界では更なる競争の激化が予想されており、また特に、紳士服につきましては今後も市場規模の漸減傾向が継続すると推測されます。このような環境下、当社におきましては前事業年度に立ち上げた「グリーンレーベル リラクシング」、「クロムハーツ」の両業態の安定拡大に努めるとともに、順調に推移しているウイメンズ部門の更なる拡大を中心とした、既存店舗の収益力の強化を並行して推進していく所存であります。

出店に関しては下期にクロムハーツ業態の第二号店となる「CHROME HEARTS OSAKA」(大阪市中央区) を予定しております。また、原宿地区に新たなUAラボ (実験店舗) 1店舗の出店を予定しております。期初に予定していたグリーンレーベル リラクシングの出店につきましては、より慎重に出店場所を選定する必要があるとの判断から出店を来期以降に先送りにし、今期については既存店舗の安定・強化に注力する方針であります。

通期の業績見通しにつきましては、売上高18,129百万円 (前期比106.5%)、経常利益731百万円 (前期比32.6%)、当期純利益309百万円 (前期比26.4%) を見込んでおります。

(単位：千円)



| 科目 | 期別 | | 科目 | 期別 | |
|------------------|---------------------------------------|--|----------------------|---------------------------------------|--|
| | 当中間期 (2000年4月1日から 2000年9月30日まで) | 前事業年度 (1999年4月1日から 2000年3月31日まで) | | 当中間期 (2000年4月1日から 2000年9月30日まで) | 前事業年度 (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 | | | 投資活動によるキャッシュ・フロー | | |
| 税引前中間(当期)純利益 | 315,619 | 2,076,302 | 定期預金預入による支出 | 131,000 | 459,000 |
| 減価償却費 | 156,957 | 227,525 | 定期預金払戻による収入 | 459,000 | 10,000 |
| 無形固定資産償却額 | 54,413 | 33,479 | 従業員長期貸付金の増加 | 216 | 340 |
| 長期前払費用償却額 | 7,857 | 6,199 | 長期差入保証金の増加 | 169,747 | 1,047,731 |
| 賞与引当金の増加額(減少額) | 28,595 | 41,355 | その他投資取得による支出 | 211,224 | 621,672 |
| 退職給付引当金の増加額 | 132,312 | | 有形固定資産の売却収入 | | 1,700 |
| 役員退職慰労引当金の増加額 | 5,926 | 111,788 | 有形固定資産の取得による支出 | 605,081 | 2,781,113 |
| 貸倒引当金の減少額 | 1,780 | 942 | 投資活動によるキャッシュ・フロー | 658,269 | 4,898,158 |
| 受取利息及び受取配当金 | 11,652 | 8,591 | 財務活動によるキャッシュ・フロー | | |
| 支払利息 | 343 | 3,108 | 短期借入金減少額 | | 600,000 |
| 有形固定資産除却損 | 6,534 | 71,958 | 株式の発行による収入 | | 6,768,000 |
| 有形固定資産売却益 | | 595 | 配当金の支払額 | 119,250 | 59,925 |
| 売上債権の増加額 | 151,873 | 155,061 | 財務活動によるキャッシュ・フロー | 119,250 | 6,108,075 |
| たな卸資産の増加額 | 526,956 | 1,292,692 | 現金及び現金同等物に係る換算差額 | - | - |
| その他流動資産減少額(増加額) | 11,402 | 66,438 | 現金及び現金同等物の増加額 | 450,523 | 762,529 |
| 仕入債務の増加額 | 602,055 | 184,485 | 現金及び現金同等物の期首残高 | 1,218,035 | 455,506 |
| その他流動負債の増加額(減少額) | 30,484 | 21,198 | 現金及び現金同等物の中間期末(期末)残高 | 767,512 | 1,218,035 |
| その他固定負債の減少額 | 19,706 | 42,820 | | | |
| 小計 | 583,344 | 1,167,862 | | | |
| 利息及び配当金の受取額 | 11,652 | 8,591 | | | |
| 利息の支払額 | 343 | 5,270 | | | |
| 法人税等の支払額 | 267,657 | 1,618,570 | | | |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 326,995 | 447,387 | | | |

(単位：千円)

| 期別 科目 | 当中間期 (2000年9月30日現在) | 前中間期 (1999年9月30日現在) | 期別 科目 | 当中間期 (2000年9月30日現在) | 前中間期 (1999年9月30日現在) |
|-----------------|------------------------|------------------------|---------------|------------------------|------------------------|
| (資産の部) | | | (負債の部) | | |
| 流動資産 | | | 流動負債 | | |
| 現金及び預金 | 298,512 | 1,162,611 | 買掛金 | 2,156,248 | 2,130,826 |
| 売掛金 | 212,443 | 254,094 | 未払金 | 808,612 | 609,052 |
| 有価証券 | 600,000 | 3,700,045 | 未払法人税等 | 216,285 | 328,871 |
| 棚卸資産 | 3,771,675 | 3,033,994 | 賞与引当金 | 185,577 | 227,830 |
| 未収入金 | 1,282,450 | 957,189 | その他 | 469,046 | 61,466 |
| その他 | 500,804 | 140,842 | 流動負債合計 | 3,835,769 | 3,358,047 |
| 貸倒引当金 | 6,170 | 7,196 | 固定負債 | | |
| 流動資産合計 | 6,659,716 | 9,241,581 | 退職給付引当金 | 132,312 | |
| 固定資産 | | | 役員退職慰労引当金 | 117,715 | 105,820 |
| 有形固定資産 | | | 長期未払金 | 55,834 | 95,247 |
| 建物 | 3,015,791 | 1,437,519 | 長期預り保証金 | 10,760 | 9,920 |
| 土地 | 1,454,684 | 372,611 | 長期前受収益 | 12,972 | 16,356 |
| その他 | 325,369 | 376,808 | 固定負債合計 | 329,594 | 227,344 |
| 有形固定資産合計 | 4,795,844 | 2,186,939 | 負債合計 | 4,165,363 | 3,585,391 |
| 無形固定資産 | | | (資本の部) | | |
| 無形固定資産 | 661,809 | 160,994 | 資本金 | 3,030,000 | 3,030,000 |
| 投資その他の資産 | | | 資本準備金 | 4,095,600 | 4,095,600 |
| 長期差入保証金 | 2,212,175 | 1,527,703 | 利益準備金 | 17,917 | 5,992 |
| その他 | 458,565 | 251,459 | その他の剰余金 | | |
| 貸倒引当金 | 450 | 734 | 中間未処分利益 | 3,478,780 | 2,650,959 |
| 投資その他の資産合計 | 2,670,290 | 1,778,428 | その他の剰余金合計 | 3,478,780 | 2,650,959 |
| 固定資産合計 | 8,127,945 | 4,126,361 | 資本合計 | 10,622,298 | 9,782,552 |
| 資産合計 | 14,787,661 | 13,367,943 | 負債及び資本合計 | 14,787,661 | 13,367,943 |

(単位：千円)

| 期別 科目 | 当中間期 (2000年4月1日から 2000年9月30日まで) | 前中間期 (1999年4月1日から 1999年9月30日まで) |
|------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| (経常損益の部) | | |
| (営業損益の部) | | |
| 売上高 | 8,467,755 | 7,674,830 |
| 売上原価 | 3,894,392 | 3,492,202 |
| 売上総利益 | 4,573,363 | 4,182,627 |
| 販売費及び一般管理費 | 4,151,104 | 3,246,877 |
| 営業利益 | 422,259 | 935,749 |
| (営業外損益の部) | | |
| 営業外収益 | 49,986 | 53,167 |
| 営業外費用 | 35,145 | 170,524 |
| 経常利益 | 437,100 | 818,392 |
| (特別損益の部) | | |
| 特別利益 | 1,780 | 2,007 |
| 特別損失 | 123,260 | 130,112 |
| 税引前中間純利益 | 315,619 | 690,288 |
| 法人税、住民税及び事業税 | 195,398 | 306,000 |
| 法人税等調整額 | 52,717 | 4,202 |
| 中間純利益 | 172,938 | 388,491 |
| 前期繰越利益 | 3,305,841 | 2,147,663 |
| 過年度税効果調整額 | | 114,805 |
| 中間未処分利益 | 3,478,780 | 2,650,959 |

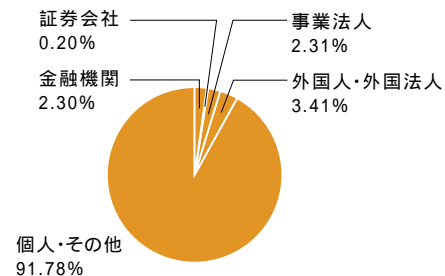
会社が発行する株式の総数 28,200,000株
 発行済株式の総数 11,925,000株
 株主数 997名
 大株主

| 株主名 | 持株数 | 持株比率 |
|---|------------|--------|
| 株式会社ワールド | 3,178,500株 | 26.65% |
| 畑崎 廣敏 | 2,003,500 | 16.80 |
| 重松 理 | 1,150,500 | 9.64 |
| ドイチャーアウズスツカッセンフエア ラインアーゲーカスチマーズアカウント | 600,000 | 5.03 |
| 岩城 哲哉 | 573,000 | 4.80 |
| 水野谷 弘一 | 573,000 | 4.80 |
| 栗野 宏文 | 573,000 | 4.80 |
| 杉岡 勝人 | 573,000 | 4.80 |
| ザチニスマンハッタン パシフィックエイロツドン | 224,700 | 1.88 |
| ステートストリートバンク アンドトラストカンパニー | 191,700 | 1.60 |

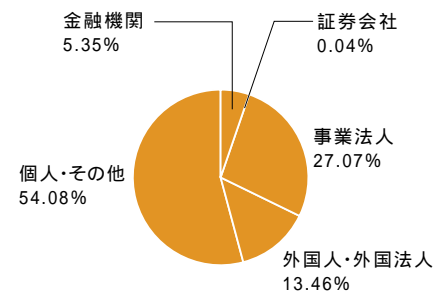
株主メモ

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 3月31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

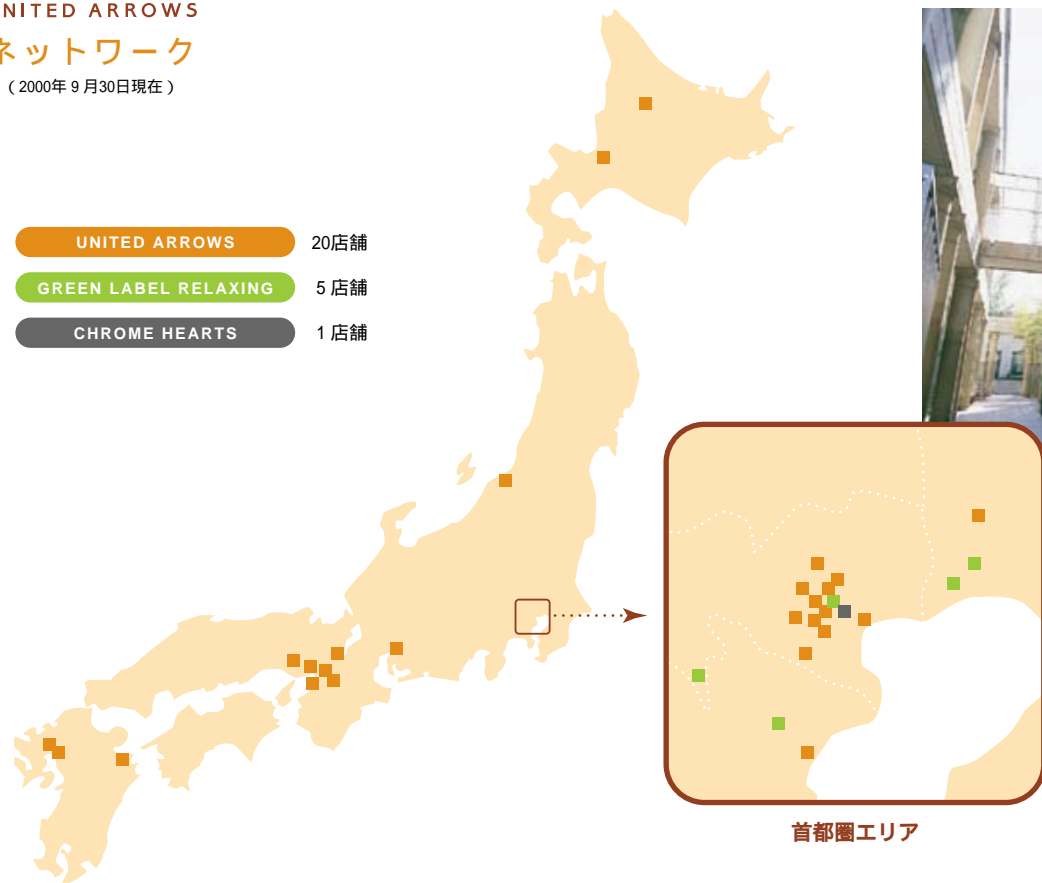


商号 株式会社ユナイテッドアローズ
 UNITED ARROWS LTD.
本社所在地 東京都渋谷区神宮前三丁目25番5号
設立 1989年10月2日
資本金 30億3千万円
代表者 重松理(しげまつおさむ)
従業員数 375名(男性219名・女性156名)
 平均年齢 27.7歳
 (男性28.6歳・女性26.4歳)
事業内容 紳士服・婦人服及び雑貨等の企画・販売
主要取引銀行

- 三和銀行 青山支店
- さくら銀行 青山支店
- 東京三菱銀行 渋谷明治通支店
- 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 20店舗
- GREEN LABEL RELAXING 5店舗
- CHROME HEARTS 1店舗



首都圏エリア



UNited ARROWS

(原宿本店)



GREEN LABEL RELAXING

(船橋店)



CHROME HEARTS

(CHROME HEARTS TOKYO)

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
- NONSECT
〒150-0001東京都渋谷区神宮前2-18-11
tel.03-5771-5601 fax.03-3403-1115
- CHROME HEARTS TOKYO ANNEX
〒150-0001東京都渋谷区神宮前2-18-11
tel.03-5771-5602 fax.03-3403-1115
- UNited ARROWS HARAJUKU
BLUE LABEL STORE
〒150-0001東京都渋谷区神宮前3-25-5 1F
tel.03-3479-8186 fax.03-3479-8117
- 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
- 渋谷キャットストリート店
〒150-0001東京都渋谷区神宮前5-17-9 1F
tel.03-5464-2711 fax.03-5464-2718
- District UNited ARROWS
〒150-0001東京都渋谷区神宮前5-17-9 2F
tel.03-5464-2715 fax.03-5464-2718
- 渋谷公園通り店
〒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 池袋パルコ 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3-11-7
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.078-331-2650 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 オーガスタプラザ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
〒600-8031京都市京都市下京区寺町通四条下ル 貞安前之町605 藤井丸丸1F
tel.075-223-0833 fax.075-223-0831
- 札幌店
〒060-0061北海道札幌市中央区南一条西4丁目1番地 4丁目プラザ1・2F
tel.011-204-6080 fax.011-204-6084
- 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
- イクスピアリ店
〒274-8529千葉県浦安市舞浜1-4 イクスピアリ内
tel.047-305-5845 fax.047-305-5849
- 船橋店
〒273-0012千葉県船橋市浜町2-1-1 TOKYO-BAY さらばーと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

ユナイテッドアローズ 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