

2023年3月期 第2四半期

決算説明会

Financial Results  
Briefing

2022.11.07 UNITED ARROWS LTD.



UNITED ARROWS LTD.

## 目次

# Table of Contents

P04 - P24 | **01** 2023／3期 上半期業績概況

P25 - P26 | **02** サステナビリティの取組進捗

P27 - P29 | **03** 代表取締役 社長執行役員  
松崎善則からのメッセージ

P30 - P35 | **04** 参考資料

# IRASSYAIMASE

## 留意事項

当資料の業績予想に関する記述、および客観的事実以外の記述に関しましては、当社が現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいており、リスクや不確実性を含んでおります。実際の業績は、当社の事業をとりまく経済情勢、市場の動向などにかかわる様々な要因により、記述されている業績予想とは大幅に異なる可能性があることをご了承下さい。

## 略称の表示について

以下の事業、ストアブランドについては、略称を使用する場合があります。

ユニテッドアローズ ————— UA

ビューティ&ユース ユニテッドアローズ ————— BY/ビューティ&ユース

ユニテッドアローズグリーンレーベル リラクシング — GLR/グリーンレーベル リラクシング

トレンドマーケットおよびミッド・トレンドマーケットには以下のストアブランドが含まれております。

トレンドマーケット

UA、BY、ドゥロワー、オデットエ オディール、ブラミンク、ロク、スティーブン アラン

ミッド・トレンドマーケット

GLR、シテン



01

2023／3期 上半期 業績概況

## 総括

売上高は計画水準、売上総利益率の改善、販管費のコントロールで、営業利益以下、各利益が計画越え

## 連結

売上高

**574 億円**

Vs. FY2022/1H 113.9%  
Vs. FY2020/1H 87.6%\*1

売上総利益率

**52.0 %**

Vs. FY2022/1H +2.8pt  
Vs. FY2020/1H +0.3pt

販管費

**284 億円 (49.5%)**

Vs. FY2022/1H 103.7%, ▲4.9pt  
Vs. FY2020/1H 82.2%, +3.1pt

営業利益

**13 億円 (2.4%)**

Vs. FY2022/1H +40億円  
Vs. FY2020/1H 35.5%, ▲2.8pt

親会社に帰属する四半期純利益

**10 億円 (1.9%)**

Vs. FY2022/1H +30億円  
Vs. FY2020/1H 55.3%, ▲0.7pt

## 単体

売上高

**519 億円**

Vs. FY2022/1H 114.2%  
Vs. FY2020/1H 88.0%\*2

売上総利益率

**51.4%**

Vs. FY2022/1H +3.0pt  
Vs. FY2020/1H +0.6pt

既存店 前年同期比

売上高 **115.5 %**

買上客数 **101.8 %**

客単価 **114.5 %**

※括弧内は売上比

\*1:連結体制、収益認識基準変更の影響を除外して算出

\*2:収益認識基準変更の影響を除外して算出

## 単体売上高

チャンネル別		Vs. FY2020/1H	Vs. FY2022/1H
ビジネスユニット	<b>431</b> 億円 (82.2%)	84.4% * <sup>2</sup>	113.4%, ▲0.9pt
小売	<b>292</b> 億円 (55.7%)	75.4%, ▲8.1pt	122.2%, +3.5pt
ネット通販	<b>131</b> 億円 (25.0%)	100.1%, +3.4pt	96.5%, ▲4.7pt
アウトレット他	<b>93</b> 億円 (17.8%)	109.9%, +3.8pt	120.4%, +0.9pt
事業別		Vs. FY2020/1H	Vs. FY2022/1H
トレンドマーケット	<b>287</b> 億円	85.9% * <sup>2</sup>	113.0%
ミッド・トレンドマーケット	<b>143</b> 億円	81.4% * <sup>2</sup>	114.3%

※括弧内は売上比

\*<sup>2</sup>:収益認識基準変更の影響を除外して算出

## BS

長短借入金残高

**56** 億円

Vs. FY2022-End 71.8%

たな卸資産

**232** 億円

Vs. FY2022 1H-End 100.8%

## (株)コーエン

売上高

**50.3** 億円

Vs. FY2022/1H 105.1%

Vs. FY2020/1H 79.2% \*2

\*2:収益認識基準変更の影響を除外して算出

## 出退店

1H実績

出店 **4** 退店 **4**

期末店舗数 **310**

通期予想

出店 **6** 退店 **19**

期末店舗数 **297**

(2020年3月末から17%減)

## UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

売上高

**6.6** 億円

Vs. FY2022/1H 152.5%

Vs. FY2020/1H 172.2%

# 連結 PL

単位：百万円

	FY2020 1H	FY2022 1H	FY2023 1H	増減/pt差	3年前同期比	増減/pt差	前年同期比
売上高	74,576	50,437	57,453	▲ 17,123	77.0%	7,015	113.9%
連結体制変更*の影響を除外	—	—	—	—	85.2%	—	—
収益認識基準変更の影響を除外	—	—	—	—	79.3%	—	—
両変更の影響を除外	—	—	—	—	87.6%	—	—
売上総利益	38,521	24,801	29,852	▲ 8,669	77.5%	5,050	120.4%
売上比	51.7%	49.2%	52.0%	0.3pt	—	2.8pt	—
販売費及び一般管理費	34,617	27,450	28,466	▲ 6,150	82.2%	1,016	103.7%
売上比	46.4%	54.4%	49.5%	3.1pt	—	▲ 4.9pt	—
営業利益	3,903	▲ 2,648	1,385	▲ 2,518	35.5%	4,034	—
売上比	5.2%	—	2.4%	▲ 2.8pt	—	—	—
営業外損益	▲ 10	466	324	335	—	▲ 141	69.6%
売上比	—	0.9%	0.6%	—	—	▲ 0.4pt	—
経常利益	3,893	▲ 2,182	1,710	▲ 2,182	43.9%	3,892	—
売上比	5.2%	—	3.0%	▲ 2.2pt	—	—	—
特別損益	▲ 385	▲ 498	▲ 114	270	—	383	—
売上比	—	—	—	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	1,942	▲ 1,994	1,074	▲ 868	55.3%	3,069	—
売上比	2.6%	—	1.9%	▲ 0.7pt	—	—	—



# 連結 PL 2Q (3か月)

単位：百万円

	FY2020 2Q	FY2022 2Q	FY2023 2Q	増減/pt差	3年前同期比	増減/pt差	前年同期比
売上高	37,070	25,172	27,788	▲ 9,281	75.0%	2,615	110.4%
連結体制変更 <sup>*</sup> の影響を除外	—	—	—	—	83.6%	—	—
収益認識基準変更の影響を除外	—	—	—	—	76.8%	—	—
両変更の影響を除外	—	—	—	—	85.7%	—	—
売上総利益	17,989	11,803	13,671	▲ 4,318	76.0%	1,867	115.8%
売上比	48.5%	46.9%	49.2%	0.7pt	—	2.3pt	—
販売費及び一般管理費	17,228	13,547	14,138	▲ 3,089	82.1%	590	104.4%
売上比	46.5%	53.8%	50.9%	4.4pt	—	▲ 2.9pt	—
営業利益	760	▲ 1,744	▲ 467	▲ 1,228	—	1,277	—
売上比	2.1%	—	—	—	—	—	—
営業外損益	13	281	84	70	608.4%	▲ 196	30.1%
売上比	0.0%	1.1%	0.3%	0.3pt	—	▲ 0.8pt	—
経常利益	774	▲ 1,463	▲ 383	▲ 1,157	—	1,080	—
売上比	2.1%	—	—	—	—	—	—
特別損益	▲ 353	▲ 451	▲ 58	294	—	392	—
売上比	—	—	—	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	28	▲ 1,346	▲ 249	▲ 277	—	1,097	—
売上比	0.1%	—	—	—	—	—	—

## 連結 売上総利益率

	FY2023 1H	3年前同期比 pt差	前年同期比 pt差
連結	52.0%	0.3pt	2.8pt
(株)UA	51.4%	0.6pt	3.0pt
ビジネスユニット計	-	2.0pt	3.9pt
アウトレット他	-	-2.7pt	3.6pt
(株)コーエン	-	0.3pt	-0.1pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	9.2pt	4.1pt

## 連結 売上総利益率 2Q（3か月）

	FY2023 2Q	3年前同期比 pt差	前年同期比 pt差
連結	49.2%	0.7pt	2.3pt
(株)UA	47.9%	1.0pt	2.1pt
ビジネスユニット計	-	2.3pt	3.5pt
アウトレット他	-	-4.2pt	2.8pt
(株)コーエン	-	4.2pt	3.2pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	9.3pt	4.1pt

# 連結 販管費

単位：百万円

	FY2020 1H	FY2022 1H	FY2023 1H	増減/pt差	3年前同期比	増減/pt差	前年同期比
販売費及び一般管理費合計	34,617	27,450	28,466	▲ 6,150	82.2%	1,016	103.7%
売上比	46.4%	54.4%	49.5%	3.1pt	-	▲ 4.9pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	28,228	29,499	▲ 5,117	85.2%	1,271	104.5%
売上比	-	54.4%	49.9%	3.5pt	-	▲ 4.5pt	-
宣伝販促費	1,715	1,105	1,294	▲ 421	75.5%	189	117.2%
売上比	2.3%	2.2%	2.3%	▲ 0.0pt	-	0.1pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	1,883	2,328	612	135.7%	444	123.6%
売上比	-	3.6%	3.9%	1.6pt	-	0.3pt	-
人件費	12,586	10,167	10,276	▲ 2,310	81.6%	108	101.1%
売上比	16.9%	20.2%	17.9%	1.0pt	-	▲ 2.3pt	-
賃借料	10,756	8,924	8,597	▲ 2,158	79.9%	▲ 326	96.3%
売上比	14.4%	17.7%	15.0%	0.5pt	-	▲ 2.7pt	-
減価償却費	956	588	435	▲ 520	45.5%	▲ 152	74.0%
売上比	1.3%	1.2%	0.8%	▲ 0.5pt	-	▲ 0.4pt	-
その他	8,602	6,664	7,862	▲ 739	91.4%	1,197	118.0%
売上比	11.5%	13.2%	13.7%	2.2pt	-	0.5pt	-

# 連結 販管費 2Q (3か月)

単位：百万円

	FY2020 2Q	FY2022 2Q	FY2023 2Q	増減/pt差	3年前同期比	増減/pt差	前年同期比
販売費及び一般管理費合計	17,228	13,547	14,138	▲ 3,089	82.1%	590	104.4%
売上比	46.5%	53.8%	50.9%	4.4pt	-	▲ 2.9pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	13,939	14,544	▲ 2,683	84.4%	605	104.3%
売上比	-	53.8%	51.1%	4.6pt	-	▲ 2.8pt	-
宣伝販促費	846	605	711	▲ 134	84.1%	106	117.5%
売上比	2.3%	2.4%	2.6%	0.3pt	-	0.2pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	997	1,117	271	132.1%	120	112.1%
売上比	-	3.9%	3.9%	1.6pt	-	0.1pt	-
人件費	6,240	4,819	5,153	▲ 1,087	82.6%	333	106.9%
売上比	16.8%	19.1%	18.5%	1.7pt	-	▲ 0.6pt	-
賃借料	5,420	4,502	4,173	▲ 1,247	77.0%	▲ 328	92.7%
売上比	14.6%	17.9%	15.0%	0.4pt	-	▲ 2.9pt	-
減価償却費	471	292	217	▲ 253	46.2%	▲ 74	74.6%
売上比	1.3%	1.2%	0.8%	▲ 0.5pt	-	▲ 0.4pt	-
その他	4,249	3,328	3,882	▲ 367	91.4%	1,117	116.7%
売上比	11.5%	13.2%	14.0%	2.5pt	-	0.7pt	-

# 単体売上高 チャネル別

単位：百万円

	FY2020 1H	FY2022 1H	FY2023 1H	増減/pt差	3年前同期比	増減/pt差	前年同期比
単体売上高	60,827	45,531	51,996	▲ 8,830	85.5%	6,465	114.2%
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	88.0%	-	-
ビジネスユニット計	52,325	38,057	43,166	▲ 9,158	82.5%	5,109	113.4%
売上比	86.0%	83.1%	82.2%	▲ 3.8pt	-	▲ 0.9pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	84.4%	-	-
小売	38,789	23,931	29,241	▲ 9,548	75.4%	5,309	122.2%
売上比	63.8%	52.2%	55.7%	▲ 8.1pt	-	3.5pt	-
ネット通販	13,098	13,583	13,113	14	100.1%	▲ 470	96.5%
売上比	21.5%	29.6%	25.0%	3.4pt	-	▲ 4.7pt	-
その他（卸売等）	437	541	812	374	185.6%	270	149.9%
売上比	0.7%	1.2%	1.5%	0.8pt	-	0.4pt	-
アウトレット等	8,502	7,759	9,340	837	109.9%	1,580	120.4%
売上比	14.0%	16.9%	17.8%	3.8pt	-	0.9pt	-

## 既存店 前年同期比

	売上高	客数	客単価
小売+ネット通販	115.5%	101.8%	114.5%
小売	127.1%	114.2%	111.2%
ネット通販	96.7%	85.2%	111.1%

# 単体 売上高 事業別

単位：百万円

	FY2020 1H	FY2022 1H	FY2023 1H	増減	3年前同期比	増減	前年同期比
ビジネスユニット計	52,325	38,057	43,166	▲ 9,158	82.5%	5,109	113.4%
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	84.4%	-	-
トレンドマーケット	34,449	25,471	28,783	▲ 5,666	83.6%	3,312	113.0%
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	85.9%	-	-
ミッド・トレンドマーケット	17,875	12,586	14,383	▲ 3,492	80.5%	1,797	114.3%
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	81.4%	-	-

## 既存店売上高 前年同期比

	小売 + ネット通販	小売	ネット通販
トレンドマーケット	114.5%	126.2%	94.8%
ミッド・トレンドマーケット	117.6%	128.8%	100.3%

# 単体 1Hの概況

## 1. 定価販売の徹底強化

レギュラー事業 売上高 対3年前比

定価販売 95.3%

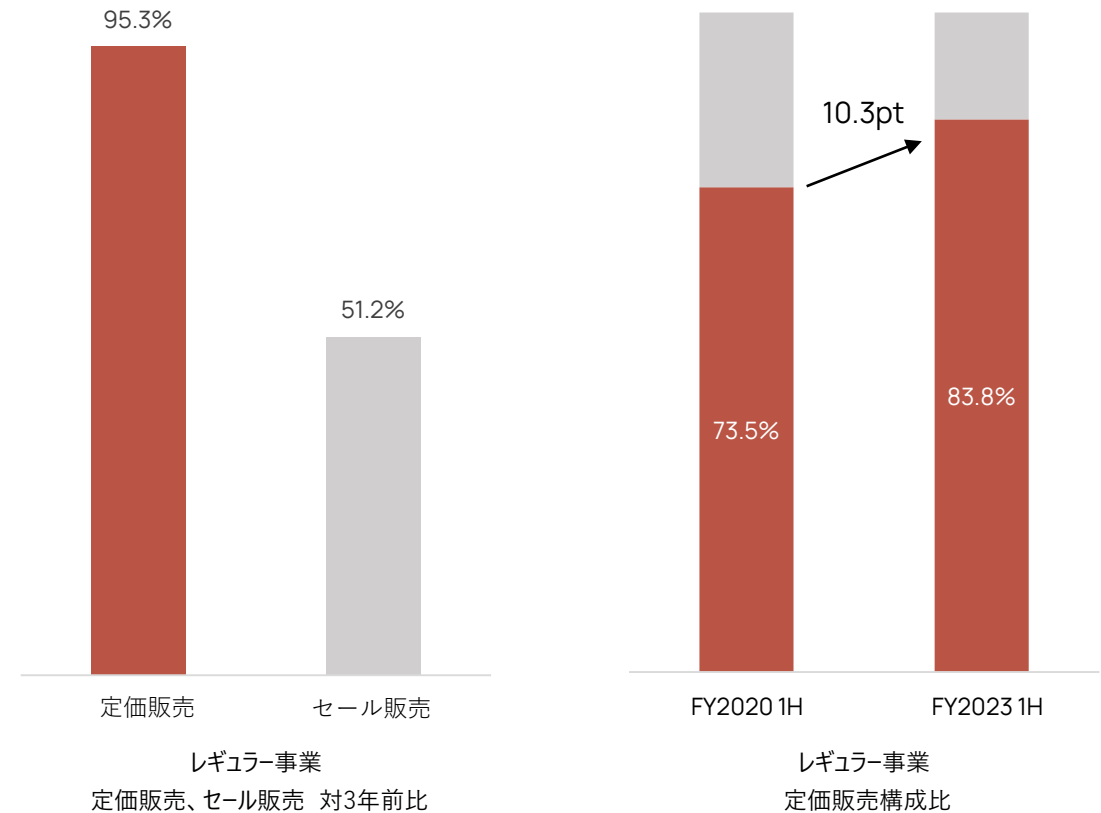
セール販売 51.2%

レギュラー事業 定価販売構成比

83.8%

対3年前差 ↑ 10.3pt

価格への信頼を取り戻すべく、売り方を大きく変化





# 単体 1Hの概況

## 2. 自社ECサイトの改善

売上高は2Qから回復傾向

自社EC 売上高前年同期比

1Q 88.5%

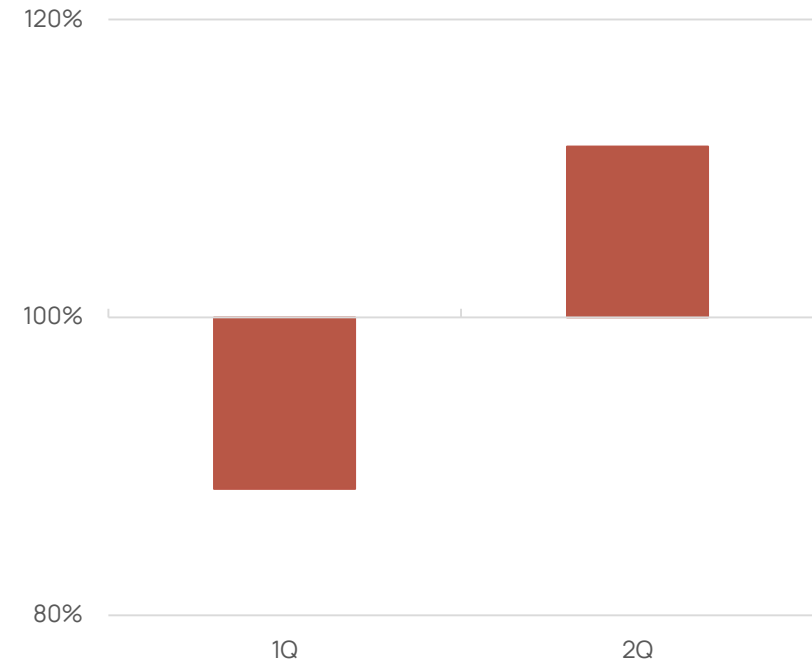
2Q 111.4%

売上総利益率、定価販売構成比が改善

売上総利益率 前年同期差 ↑ 3.2pt

定価販売構成比 前年同期差 ↑ 13.2pt

**真のOMO化を目指し、実店舗とあわせて収益性改善**



単体 自社ECサイト売上高  
前年同期比推移

# 単体 1Hの概況

## 3. リニューアル後の取組進捗

### サイト規模の拡大

アプリダウンロード数

約230万

\*リニューアル後から約100万増

LINEお友達数

約177万人

\*2022年10月現在

### OMOによるデジタル接客

コーディネート投稿数

約5,000件/月

コーディネート経由売上

50%強

\*自社EC売上における比率

参加スタッフ数

約900名

フォロワー数

約2.2万ユーザー

### デジタルマーケティング強化

SNSの強化

10/1付で専門組織を設立  
Instagram、Twitterを強化

ブランド横断 コレクション  
ページ

8月 約2週間で100万PV  
来春夏も継続展開

### 在庫配分の拡充

物流センターの在庫運用修正

当初の運用体制を見直し、  
在庫切れの起きにくい運用へ

在庫初期配分の修正

実店舗、自社EC、  
物流ストックのバランス修正  
(2022年 秋冬～)

実店舗との在庫連動

実店舗在庫の引き当て販売を  
開始 (2023年春夏～)

# 連結 BS

単位：百万円

	2022年3月末	2022年9月末	増減	対前期末
総資産	59,703	59,590	▲ 113	99.8%
構成比	100.0%	100.0%	-	-
流動資産	38,475	39,356	881	102.3%
構成比	64.4%	66.0%	-	-
固定資産	21,228	20,233	▲ 995	95.3%
構成比	35.6%	34.0%	-	-
流動負債	25,437	24,655	▲ 781	96.9%
構成比	42.6%	41.4%	-	-
固定負債	4,197	4,203	6	100.2%
構成比	7.0%	7.1%	-	-
純資産合計	30,069	30,730	661	102.2%
構成比	50.4%	51.6%	-	-
参考：長短借入金残高	7,800	5,600	▲ 2,200	71.8%
	2021年9月末	2022年9月末	増減	対前年同期末
参考：たな卸資産	23,097	23,287	189	100.8%

# 連結 CF

単位：百万円

	FY2022 1H	FY2023 1H	当期実績の主な内訳	
営業キャッシュ・フロー（小計）	▲ 1,556	2,940		
営業キャッシュ・フロー	▲ 927	2,531	税金等調整前当期純利益	1,595
			棚卸資産の増	▲2,740
			仕入債務の増	2,878
			法人税等の支払額	▲409
投資キャッシュ・フロー	▲ 700	▲ 1,506	長期前払費用の取得	▲1,283
			無形固定資産の取得	▲390
			差入保証金の回収	448
財務キャッシュ・フロー	▲ 225	▲ 2,541	短期借入金の減	▲2,200
			配当金の支払	▲341
現金及び現金同等物期末残高	4,698	3,977		

## (株)コーエン

2月－7月

### 増収増益

- 売上高50.3億円 前年同期比 105.1%、対3年前比 76.9%（収益認識基準の変更を除外 対3年前比 79.2%）
- セールの抑制により売上総利益率が改善、損益面では計画を上回る
- 今期重点取組の進捗

**ブランディング：** ・新ブランディングへの来春夏からの本格切り替えに向け準備中

**MD改革：** ・価格設定を元の水準に戻し、堅調に推移中  
ウィメンズパンツ、人気クリエイターとのコラボ商品等でのヒットを創出



**DX推進：** ・在庫分析システムの活用で売上総利益率の改善が進む

## UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

2月－7月

### 増収増益

- 売上高 6.6億円 前年同期比 152.5%、対3年前比 172.2%
- 実店舗、ネット通販とも前年を超過、全般的に好調に推移

# 出退店

1H実績 出店 4 退店 4 1H末店舗数 310  
 通期予想 出店 6 退店 19 期末店舗数 297 \*2020年3月末から17%減

	前期末 店舗数	1H実績			通期予想		
		出店	退店	1H末 店舗数	出店	退店	期末店舗数 (予想)
グループ合計	310	4	4	310	6	19	297
(株) ユナイテッドアローズ	216	1	1	216	3	5	214
(株) コーエン	87	2	3	86	2	14	75
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	7	1	0	8	1	0	8

## (株)ユナイテッドアローズ 小売出退店

	前期末 店舗数	1H実績			通期予想		
		出店	退店	1H末 店舗数	出店	退店	期末店舗数 (予想)
(株) ユナイテッドアローズ合計	216	1	1	216	3	5	214
トレンドマーケット計	106	0	1	105	1	4	103
ユナイテッドアローズ総合店	14	0	0	14	0	0	14
ユナイテッドアローズ	24	0	0	24	0	0	24
ビューティ&ユース	36	0	0	36	1	1	36
その他	32	0	1	31	0	3	29
ミッド・トレンドマーケット計	84	1	0	85	1	1	84
グリーンレーベル リラクシング	84	1	0	85	1	1	84
アウトレット	26	0	0	26	1	0	27

※ スティーブン アラン オオサカは各B Y店舗の別館扱いのため上記カウントに含めておりません。

# グループ会社 小売出退店 個別明細

## (株)ユナイテッドアローズ

月	出退店	店名	商業施設・住所
4月	新規出店	グリーンレーベル リラクシング カメイドクロック店	カメイドクロック (東京都江東区)
7月	退店	オデット エ オディール 丸の内店	新丸の内ビルディング (東京都千代田区)

## (株)コーエン

	出退店	店名	商業施設・住所
4月	新規出店	コーエン ららぽーと福岡店	ららぽーと福岡 (福岡市博多区)
	新規出店	コーエン カメイドクロック店	カメイドクロック (東京都江東区)
5月	退店	コーエン ららぽーと名古屋みなとアクルス店	ららぽーと名古屋みなとアクルス (愛知県名古屋市)
7月	退店	コーエン コピス吉祥寺店	コピス吉祥寺 (東京都武蔵野市)
	退店	コーエン 流山おおたかの森店	流山おおたかの森 S・C (千葉県流山市)

## UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

	出退店	店名	商業施設・住所
2月	新規出店	coen 新竹巨城店	Big City (Hsinchu City, Taiwan)



## 02

# サステナビリティの取組進捗

執行役員 CSO 経営戦略本部 本部長  
丹智 司

## 環境省「製品・サービスのカーボンフットプリントに係るモデル事業」に参加

### 目的

- ・ 製品・サービスのカーボンフットプリント（CFP）の算定及び表示・活用に関する先進的ロールモデル創出
- ・ CFPの取組拡大、お客様による脱炭素に貢献する製品・サービスの選択を促す

### 当社の取組

- ・ 算定対象商品として、GLRが今春夏に販売したカッソー1品番を選定
- ・ 原材料調達、生産、流通、使用等を経て、リサイクルや 廃棄に至るまでのCFP算定
- ・ 今後のお客様への表示、活用方法を検討

#### 参考

当社の温室効果ガス排出量の削減率 2031/3期 目標値： Scope1,2 30%、Scope 3 15%

当社サステナビリティサイト「Carbon Neutrality（カーボンニュートラルな世界へ）」

<https://www.united-arrows.co.jp/sustainability/carbon-neutral/>



## 03

---

### 代表取締役 社長執行役員 松崎 善則からのメッセージ



UNITED ARROWS LTD.

私の、外へ。



**SARROWS<sup>TM</sup>**

Sustainability Action

ユナイテッドアローズのサステナビリティ活動

04

---

## 参考資料

# 2023/3期 PL計画

単位：百万円

	FY2020 Full	FY2022 Full	FY2023 計画	3年前同期比		前年同期比	
				増減/売上比pt差		増減/売上比pt差	
売上高	157,412	118,384	130,000	▲ 27,412	82.6%	11,615	109.8%
(参考) 連結体制変更の影響/収益認識基準 変更の影響を除外	—	—	—	—	約93.0%	—	—
売上総利益	79,983	59,090	65,700	▲ 14,283	82.1%	6,609	111.2%
売上比	50.8%	49.9%	50.5%	▲ 0.3pt	—	0.6pt	—
販売費及び一般管理費	71,224	57,407	60,900	▲ 10,324	85.5%	3,492	106.1%
売上比	45.2%	48.5%	46.8%	1.6pt	—	▲ 1.6pt	—
営業利益	8,758	1,683	4,800	▲ 3,958	54.8%	3,116	285.2%
売上比	5.6%	1.4%	3.7%	▲ 1.9pt	—	2.3pt	—
営業外損益	44	1,144	430	385	959.7%	▲ 714	37.6%
売上比	0.0%	1.0%	0.3%	0.3pt	—	▲ 0.6pt	—
経常利益	8,803	2,827	5,230	▲ 3,573	59.4%	2,402	185.0%
売上比	5.6%	2.4%	4.0%	▲ 1.6pt	—	1.6pt	—
特別損益	▲ 2,582	▲ 1,068	▲ 830	1,752	—	238	—
売上比	—	—	—	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	3,522	732	3,000	▲ 522	85.2%	2,267	409.4%
売上比	2.2%	0.6%	2.3%	0.1pt	—	1.7pt	—

# 単体売上高 計画

単位：百万円

	FY2023 1H	3年前同期比	前年同期比	FY2023 2H	3年前同期比	前年同期比	FY2023 Full	3年前同期比	前年同期比
単体売上高	51,399	84.5%	112.9%	65,821	96.0%	106.2%	117,220	90.6%	109.1%
収益認識基準変更の影響を除外	-	86.8%	-	-	98.3%	-	-	92.9%	-
小売+ネット通販 既存店	-	-	116.4%	-	-	110.3%	-	-	112.8%
小売 既存店	-	-	123.9%	-	-	108.3%	-	-	114.6%
通販 既存店	-	-	103.9%	-	-	114.3%	-	-	109.5%



## 売上総利益率計画 詳細

	FY2023 1H	3年前同期比	前年同期比	FY2023 2H	3年前同期比	前年同期比	FY2023 Full	3年前同期比	前年同期比
連結	50.2%	▲ 1.5pt	1.0pt	50.8%	0.8pt	0.4pt	50.5%	▲ 0.3pt	0.6pt
(株)UA	49.7%	▲ 1.1pt	1.3pt	51.6%	2.0pt	0.9pt	50.8%	0.6pt	1.0pt
ビジネスユニット計	-	▲ 0.1pt	1.8pt	-	2.5pt	0.4pt	-	1.3pt	1.0pt
アウトレット他	-	▲ 6.1pt	0.2pt	-	0.4pt	0.7pt	-	▲ 2.5pt	0.2pt
(株)コーエン	-	▲ 2.1pt	▲ 2.5pt	-	1.4pt	4.7pt	-	▲ 0.4pt	1.4pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	▲ 1.1pt	1.3pt	-	2.0pt	0.9pt	-	0.6pt	1.0pt

## 経営方針

スローガン

# 感動 Kándou Téikyo 提供

すてきな接客 すてきな商品  
ヒトのチカラ モノのチカラ

## 重点戦略

## 既存店を回復させる

1. 感動接客  
販売力の底上げ
2. 感動クリエイション  
商品力の底上げ
3. 新たなUAへの挑戦  
積極的なトライアンドエラー

## ベース戦略

### ES推進

- ・ 人事制度改定、学びの提供、適材適所の人材配置による従業員満足度向上

### DX推進

- ・ OMO推進、サプライチェーンのデジタル化、デジタルマーケティング強化

### サステナビリティ推進

- ・ 廃棄の削減、サプライチェーンの人権尊重等の推進と積極的な情報開示

# 既存店を回復させる

重点戦略

## 感動接客

販売DXによる顧客体験価値向上

- ・ OMO取組
- ・ 顧客化推進

◎主要KPI

買上率、店舗生産性

## 感動クリエイション

商品DXによるSCM構築

- ・ 5 適運用取組  
(適時、適品、適量、適価、適所)

◎主要KPI

定価販売比率、消化率、売上総利益率

## 新たなUAへの挑戦

組織再編による企業ブランディング再強化

- ・ レーベル、ブランドの新設準備
- ・ サステナブル取組推進

◎主要KPI

新規顧客数



ES推進



DX推進



サステナビリティ推進

ベース戦略