

2023年3月期
決算説明会

Financial Results Briefing

2023.05.10 UNITED ARROWS LTD.



UNITED ARROWS LTD.

目次

Table of Contents

P04 - P23 | **01** 2023／3期 業績概況

P24 - P27 | **02** 2024／3期 業績計画

P28 - P29 | **03** サステナビリティの取組進捗

P30 - P32 | **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



株主通信 note

01

2023／3期 業績概況

総括

売上高、売上総利益率が修正計画を超過、特別賞与等による
販管費の増加を吸収し、営業利益以下、各利益も修正計画を超過

連結

売上高

1,301 億円vs. FY2020 93.4% *1
vs. FY2022 109.9%

売上総利益率

51.6 %vs. FY2020 +0.8pt
vs. FY2022 +1.7pt

販管費

608 億円 (売上比46.7%)vs. FY2020 85.4%, +1.5pt
vs. FY2022 105.9%, ▲1.8pt

営業利益

63 億円 (売上比4.9%)vs. FY2020 72.6%, ▲0.7pt
vs. FY2022 378.0%, +3.5pt

親会社株主に帰属する当期純利益

43 億円 (売上比3.3%)vs. FY2020 123.2%, +1.1pt
vs. FY2022 592.6%, +2.7pt

主要株主指標

年間配当金 **47** 円 (配当性向 30.8%)DOE **4.0** %ROE **13.6** %

単体

売上高

1,184 億円vs. FY2020 94.2% *2
vs. FY2022 110.2%

売上総利益率

51.4 %vs. FY2020 +1.2pt
vs. FY2022 +1.7pt

既存店 前期比

売上高 **111.2** %売上客数 **100.8** %客単価 **110.3** %

*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	vs. FY2022
ビジネスユニット	987 億円 (売上比82.6%)	90.9% *2	109.8%, ▲0.4pt
小売	666 億円 (売上比55.7%)	82.2%, ▲6.9pt	113.3%, +1.5pt
ネット通販	303 億円 (売上比25.4%)	103.9%, +2.8pt	102.0%, ▲2.1pt
アウトレット他	207 億円 (売上比17.4%)	113.8%, +3.3pt	113.2%, +0.4pt
事業別		vs. FY2020	vs. FY2022
トレンドマーケット	650 億円	92.4% *2	109.4%
ミッド・トレンドマーケット	337 億円	88.3% *2	110.5%

*2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

25 億円

vs. FY2022-End 32.1%

たな卸資産

206 億円

vs. FY2022-End 100.5%

出退店

通期実績

出店 **7** 退店 **19**

期末店舗数 **298**

(2020年3月末から17.0%減)

(株)コーエン

売上高

107.0 億円

vs. FY2020 80.6% *2

vs. FY2022 102.7%

UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

売上高

15.0 億円

vs. FY2020 173.9%

vs. FY2022 129.2%

*2:収益認識基準変更の影響を除外して算出

連結 PL

単位：百万円

	FY2020	FY2022	FY2023	増減/pt差	3年前比	増減/pt差	前期比
売上高	157,412	118,384	130,135	▲27.276	82.7%	11,751	109.9%
連結体制変更の影響を除外	—	—	—	—	90.8%	—	—
収益認識基準変更の影響を除外	—	—	—	—	85.1%	—	—
両変更の影響を除外	—	—	—	—	93.4%	—	—
売上総利益	79,983	59,090	67,178	▲12.804	84.0%	8,087	113.7%
売上比	50.8%	49.9%	51.6%	0.8pt	—	1.7pt	—
販売費及び一般管理費	71,224	57,407	60,816	▲10.408	85.4%	3,408	105.9%
売上比	45.2%	48.5%	46.7%	1.5pt	—	▲1.8pt	—
営業利益	8,758	1,683	6,362	▲2.395	72.6%	4,679	378.0%
売上比	5.6%	1.4%	4.9%	▲0.7pt	—	3.5pt	—
営業外損益	44	1,144	538	493	1201.2%	▲606	47.0%
売上比	0.0%	1.0%	0.4%	0.4pt	—	▲0.6pt	—
経常利益	8,803	2,827	6,900	▲1,902	78.4%	4,073	244.1%
売上比	5.6%	2.4%	5.3%	▲0.3pt	—	2.9pt	—
特別損益	▲2,582	▲1,068	▲352	2,229	—	715	—
売上比	—	—	—	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	3,522	732	4,341	819	123.2%	3,609	592.6%
売上比	2.2%	0.6%	3.3%	1.1pt	—	2.7pt	—

売上高 1,301億円、前期比109.9%、3年前比82.7%、
連結体制変更、収益認識基準変更を除くと3年前比93.4%。

売上総利益は671億円、前期比113.7%、3年前比84.0%、
売上比は51.6%、前年から1.7pt改善、3年前から0.8pt改善。

販管費は608億円、前期比105.9%、3年前比85.4%、
売上比は46.7%、前年から1.8pt改善、3年前から1.5pt増加。

営業利益は63億円、前期比378.0%、3年前比72.6%、
売上比は4.9%、前年から3.5pt改善、3年前から0.7ptのマイナス。

経常利益は69億円、前期比244.1%、3年前比78.4%、
売上比は5.3%、前年から2.9pt改善、3年前から0.3ptのマイナス

特別損失として約3億円を計上しており、親会社株主に帰属する当期純利益は43億円、
前期比592.6%、3年前比123.2%、売上比は3.3%、前年から2.7pt改善、
3年前から1.1ptの改善。

売上高、売上総利益率が前年を超過、特別賞与の支給等による販管費の上昇を吸収し、
営業利益以下、各利益も前年をクリア。

連結 PL 4Q (3か月)

単位：百万円

	FY2020 4Q	FY2022 4Q	FY2023 4Q	増減/pt差	3年前比	増減/pt差	前期比
売上高	38,319	31,479	34,042	▲ 4,276	88.8%	2,563	108.1%
連結体制変更の影響を除外	—	—	—	—	96.7%	—	—
収益認識基準変更の影響を除外	—	—	—	—	91.5%	—	—
両変更の影響を除外	—	—	—	—	99.6%	—	—
売上総利益	17,322	14,688	16,543	▲ 778	95.5%	1,855	112.6%
売上比	45.2%	46.7%	48.6%	3.4pt	—	1.9pt	—
販売費及び一般管理費	17,449	14,842	16,569	▲ 880	95.0%	1,726	111.6%
売上比	45.5%	47.1%	48.7%	3.1pt	—	1.5pt	—
営業利益	▲ 127	▲ 154	▲ 25	102	—	128	—
売上比	—	—	—	—	—	—	—
営業外損益	24	322	194	170	799.3%	▲ 127	60.4%
売上比	0.1%	1.0%	0.6%	0.5pt	—	▲ 0.5pt	—
経常利益	▲ 102	167	169	272	—	1	100.8%
売上比	—	0.5%	0.5%	—	—	▲ 0.0pt	—
特別損益	▲ 1,536	▲ 629	▲ 53	1,482	—	575	—
売上比	—	—	—	—	—	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	▲ 1,164	▲ 563	1	1,166	—	564	—
売上比	—	—	0.0%	—	—	—	—

連結PL 4Q (4か月) はスライドの通り。

2023/3期 PL修正計画比

単位：百万円

	FY2023 修正計画	FY2023 実績	修正計画比	
			増減/売上比pt差	
売上高	130,000	130,135	135	100.1%
売上総利益	66,560	67,178	618	100.9%
売上比	51.2%	51.6%	0.4pt	—
販売費及び一般管理費	60,560	60,816	256	100.4%
売上比	46.6%	46.7%	0.1pt	—
営業利益	6,000	6,362	362	106.0%
売上比	4.6%	4.9%	0.3pt	—
営業外損益	500	538	38	107.6%
売上比	0.4%	0.4%	0.0pt	—
経常利益	6,500	6,900	400	106.2%
売上比	5.0%	5.3%	0.3pt	—
特別損益	▲ 470	▲ 352	117	—
売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	4,120	4,341	221	105.4%
売上比	3.2%	3.3%	0.2pt	—

対修正計画でも売上高、売上総利益率が計画を超過、特別賞与の支給等による販管費の超過を吸収し、営業利益以下、各利益も計画をクリア

2023/3期 4Q（3か月）PL修正計画比

単位：百万円

	FY2023 4Q 修正計画	FY2023 4Q 実績	修正計画比 増減/売上比pt差	
売上高	33,906	34,042	135	100.4%
売上総利益	15,924	16,543	618	103.9%
売上比	47.0%	48.6%	1.6pt	-
販売費及び一般管理費	16,312	16,569	256	101.6%
売上比	48.1%	48.7%	0.6pt	-
営業利益	▲ 387	▲ 25	362	-
売上比	-	-	-	-
営業外損益	156	194	38	124.4%
売上比	0.5%	0.6%	0.1pt	-
経常利益	▲ 231	169	400	-
売上比	-	0.5%	1.2pt	-
特別損益	▲ 170	▲ 53	117	-
売上比	-	-	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	▲ 220	1	221	-
売上比	-	0.0%	-	-

連結PL 4Q（4か月）の対修正計画はスライドの通り。

連結 売上総利益率

	FY2023	3年前比 pt差	前期比 pt差
連結	51.6%	0.8pt	1.7pt
収益認識基準変更の影響を除外	52.0%	1.2pt	-
(株)UA	51.4%	1.2pt	1.7pt
収益認識基準変更の影響を除外	51.7%	1.5pt	-
ビジネスユニット計	-	2.1pt	1.8pt
アウトレット他	-	-0.2pt	2.5pt
(株)コーエン	-	-0.3pt	1.5pt
収益認識基準変更の影響を除外	-	1.1pt	-
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	11.3pt	3.2pt

連結売上総利益率は51.6%、前年から1.7 ptの改善、3年前からも0.8ptの改善、収益認識基準変更の影響を除外すると52.0%で3年前から1.2ptの改善。

(株)UAの売上総利益率は51.4%、前年から1.7ptの改善、3年前からも1.2ptの改善、収益認識基準変更の影響を除外すると51.7%で3年前から1.5ptの改善。

ビジネスユニット計が対前年、対3年前も上回り、定価販売強化の成果が出ている。アウトレットは過年度在庫の消化の影響で3年前には及ばないものの、対前年では改善。

(株)コーエンはセールスの抑制等によって前年から1.5pt改善、3年前から0.3ptのマイナス。収益認識基準変更の影響を除外すると3年前から1.1ptの改善。

台湾子会社は対前年、対3年前ともに改善。

連結 売上総利益率 4Q（3か月）

	FY2023 4Q	3年前同期比 pt差	前年同期比 pt差
連結	48.6%	3.4pt	1.9pt
収益認識基準変更の影響を除外	49.1%	3.9pt	-
(株)UA	48.5%	4.5pt	1.9pt
収益認識基準変更の影響を除外	48.9%	4.9pt	-
ビジネスユニット計	-	4.9pt	1.3pt
アウトレット他	-	1.9pt	4.9pt
(株)コーエン	-	0.2pt	2.1pt
収益認識基準変更の影響を除外	-	1.7pt	-
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	14.7pt	0.9pt

売上総利益率 4Q（4か月）はスライドの通り。
為替変動の影響を受けるものの、前年、3年前から改善。

連結 販管費

単位：百万円

	FY2020	FY2022	FY2023	増減/pt差	3年前比	増減/pt差	前期比
販売費及び一般管理費合計	71,224	57,407	60,816	▲10.408	85.4%	3.408	105.9%
売上比	45.2%	48.5%	46.7%	1.5pt	-	▲1.8pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	59,332	63,240	▲7.983	88.8%	3.908	106.6%
売上比	-	48.8%	47.2%	2.0pt	-	▲1.6pt	-
宣伝販促費	4,263	2,575	3,008	▲1.254	70.6%	433	116.8%
売上比	2.7%	2.2%	2.3%	▲0.4pt	-	0.1pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	4,500	5,433	1,170	127.5%	933	120.7%
売上比	-	3.7%	4.1%	1.3pt	-	0.4pt	-
人件費	25,055	20,372	21,412	▲3.643	85.5%	1,040	105.1%
売上比	15.9%	17.2%	16.4%	0.5pt	-	▲0.8pt	-
賃借料	22,545	19,220	18,552	▲3.993	82.3%	▲668	96.5%
売上比	14.3%	16.2%	14.3%	▲0.1pt	-	▲2.0pt	-
減価償却費	1,946	1,099	873	▲1.072	44.9%	▲225	79.5%
売上比	1.2%	0.9%	0.7%	▲0.6pt	-	▲0.3pt	-
その他	17,413	14,140	16,969	▲443	97.5%	2,828	120.0%
売上比	11.1%	11.9%	13.0%	2.0pt	-	1.1pt	-

販管費の額、率は先ほどの説明の通り。

収益認識基準変更の影響を除外すると販管費は632億円となり、3年前比88.8%

売上比は47.2%となり、3年前から2.0pt増加。

宣伝販促費は30億円、前期比116.8%、3年前比70.6%、

売上比は2.3%、前年から0.1pt増、3年前から0.4pt減。

収益認識基準変更の影響を除外すると54億円、3年前比127.5%、

売上比は4.1%となり、前年から0.4pt増、3年前から1.3pt増。

人件費は214億円、前期比105.1%、3年前比85.5%、

人員の自然減に伴う減があったが、業績回復に伴う賞与の増に加え、

期初計画の超過およびコロナ禍を耐え抜いた従業員への還元策として特別賞与 約6.5億円を計上し、前年から増加。

3年前比の減は連結体制変更や自然減による人員減などによるもの。

賃借料は185億円、前期比96.5%、3年前比82.3%、

実店舗の回復に伴い店舗賃料が増加したものの、自社ECサイトリニューアルに伴い、運営委託会社に支払っていた手数料が賃借料から外れ、その他の項目内に移管されている。

その他は169億円、前期比120.0%、3年前比97.5%、

売上回復による変動費の増、自社ECサイトリニューアルに伴う増などが含まれる。

連結 販管費 4Q (3か月)

単位：百万円

	FY2020 4Q	FY2022 4Q	FY2023 4Q	増減/pt差	3年前比	増減/pt差	前期比
販売費及び一般管理費合計	17,450	14,842	16,569	▲ 881	95.0%	1,726	111.6%
売上比	45.5%	47.1%	48.7%	3.1pt	-	1.5pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	15,350	17,237	▲ 212	98.8%	1,887	112.3%
売上比	-	47.6%	49.2%	3.6pt	-	1.6pt	-
宣伝販促費	1,041	806	884	▲ 157	84.9%	77	109.6%
売上比	2.7%	2.6%	2.6%	▲ 0.1pt	-	0.0pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	1,314	1,552	510	149.0%	238	118.1%
売上比	-	4.1%	4.4%	1.7pt	-	0.4pt	-
人件費	5,947	5,133	5,983	35	100.6%	849	116.6%
売上比	15.5%	16.3%	17.6%	2.1pt	-	1.3pt	-
賃借料	5,756	4,988	4,865	▲ 890	84.5%	▲ 122	97.5%
売上比	15.0%	15.8%	14.3%	▲ 0.7pt	-	▲ 1.6pt	-
減価償却費	490	259	220	▲ 269	45.0%	▲ 38	85.1%
売上比	1.3%	0.8%	0.6%	▲ 0.6pt	-	▲ 0.2pt	-
その他	4,214	3,654	4,615	401	109.5%	960	126.3%
売上比	11.0%	11.6%	13.6%	2.6pt	-	1.9pt	-

連結 販管費 4Q (3か月)はスライドの通り。

業績回復に伴う賞与の増に加え、

期初計画の超過およびコロナ禍を耐え抜いた従業員への還元策として特別賞与 約6.5億円を計上し、人件費が前年から大きく増加。

単体売上高 チャネル別

単位：百万円

	FY2020	FY2022	FY2023	増減/pt差	3年前比	増減/pt差	前期比
単体売上高	129,402	107,482	118,434	▲10,968	91.5%	10,951	110.2%
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	94.2%	-	-
ビジネスユニット計	111,162	90,000	98,790	▲12,372	88.9%	8,789	109.8%
売上比	85.9%	83.1%	82.6%	▲3.3pt	-	▲0.4pt	-
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	90.9%	-	-
小売	81,026	58,818	66,641	▲14,384	82.2%	7,823	113.3%
売上比	62.6%	54.3%	55.7%	▲6.9pt	-	1.5pt	-
ネット通販	29,217	29,763	30,358	1,141	103.9%	595	102.0%
売上比	22.6%	27.5%	25.4%	2.8pt	-	▲2.1pt	-
その他（卸売等）	918	1,417	1,789	871	194.9%	371	126.2%
売上比	0.7%	1.3%	1.5%	0.8pt	-	0.2pt	-
アウトレット等	18,240	18,338	20,758	2,518	113.8%	2,419	113.2%
売上比	14.1%	16.9%	17.4%	3.3pt	-	0.4pt	-
既存店 前期比							
	売上高	客数	客単価				
小売+ネット通販	111.2%	100.8%	110.3%				
小売	116.3%	107.3%	108.4%				
ネット通販	101.7%	91.2%	108.8%				

単体売上高は1,184億円、前期比110.2%、3年前比91.5%、
収益認識基準変更の影響を除外すると3年前比94.2%。

ビジネスユニット計が987億円、前期比109.8%、3年前比88.9%、
収益認識基準変更の影響を除外すると3年前比90.9%。

小売は666億円、前期比113.3%、3年前比82.2%、

ネット通販は303億円、前期比102.0%、3年前比103.9%、
ネット通販の売上比は25.4%となり、3年前から2.8pt増加。

既存店売上高前期比は小売、ネット通販とも前年を超過し、小売+ネット通販で111.2%、
セール施策のコントロールや価格の見直しにより客単価が110.3%と前年から増加。

アウトレット等は207億円、前期比113.2%、3年前比113.8%、売上比は17.4%。

単体 売上高 事業別

単位：百万円

	FY2020	FY2022	FY2023	増減/pt差	3年前比	増減/pt差	前期比
ビジネスユニット計	111,162	90,000	98,790	▲ 12,372	88.9%	8,789	109.8%
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	90.9%	-	-
トレンドマーケット	72,449	59,482	65,063	▲ 7,386	89.8%	5,581	109.4%
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	92.4%	-	-
ミッド・トレンドマーケット	38,712	30,517	33,726	▲ 4,985	87.1%	3,208	110.5%
収益認識基準変更の影響を除外	-	-	-	-	88.3%	-	-

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	110.4%	116.0%	99.4%
ミッド・トレンドマーケット	112.7%	116.8%	105.7%

UA、BYを中心とするトレンドマーケットは
売上高650億円、前期比109.4%、3年前比89.8%、
収益認識基準変更の影響を除外すると3年前比92.4%。

GLRを中心とするミッド・トレンドマーケットは
売上高337億円、前期比110.5%、3年前比87.1%、
収益認識基準変更の影響を除外すると3年前比88.3%。

両マーケットとも、小売+ネット通販 既存店売上高が前年を上回った。

連結 BS

	2022年3月末	2023年3月末	増減	対前期末
総資産	59,703	61,184	1,480	102.5%
構成比	100.0%	100.0%	-	-
流動資産	38,475	41,604	3,128	108.1%
構成比	64.4%	68.0%	-	-
固定資産	21,228	19,580	▲1,648	92.2%
構成比	35.6%	32.0%	-	-
流動負債	25,437	23,451	▲1,985	92.2%
構成比	42.6%	38.3%	-	-
固定負債	4,197	4,030	▲166	96.0%
構成比	7.0%	6.6%	-	-
純資産合計	30,069	33,702	3,632	112.1%
構成比	50.4%	55.1%	-	-
参考：長短借入金残高	7,800	2,504	▲5,296	32.1%
参考：たな卸資産	20,546	20,639	92	100.5%

単位：百万円

総資産は611億円、前期末比102.5%

流動資産は416億円、前期末比108.1%

現金及び預金、流動資産のその他の増などによるもの。

固定資産は195億円、前期末比92.2%、

基幹システム刷新に向けた準備等による無形固定資産の増、

不採算店舗の退店や減価償却等に伴う有形固定資産、差入保証金の減、及び繰延税金資産の減などによるもの。

流動負債は234億円、前期末比92.2%、

支払手形及び買掛金、未払法人税等、賞与引当金の増、短期借入金の減などによるもの。

固定負債は40億円、前期末比96.0%、

店舗退店などに伴う資産除去債務の減などによるもの。

純資産合計は337億円、前期末比112.1%、利益剰余金の増、配当金の支払による減などによるもの。

長短借入金残高は25億円、前期末比32.1%。

たな卸資産は206億円、前年同期末比100.5%。

前年同期を上回るものの、売上の伸びを下回る水準に抑えている。

連結 CF

単位：百万円

	FY2022	FY2023	当期実績の主な内訳	
営業キャッシュ・フロー（小計）	5,828	10,588		
営業キャッシュ・フロー	6,891	10,258	税金等調整前当期純利益	6,548
			賞与引当金の増加額	1,216
			売上債権の増加額	▲825
			持分法による投資利益	▲348
投資キャッシュ・フロー	215	▲1,255	関係会社出資金の売却	1,102
			差入保証金の回収	539
			長期前払費用の取得	▲1,431
			無形固定資産の取得	▲768
財務キャッシュ・フロー	▲8,000	▲5,979	短期借入金の減	▲5,296
			配当金の支払	▲683
現金及び現金同等物期末残高	5,593	8,562		

営業キャッシュ・フローは102億円のキャッシュイン、
 投資キャッシュ・フローは12億円のキャッシュアウト、
 財務キャッシュ・フローは59億円のキャッシュアウト、
 現金及び現金同等物は85億円。

各項目の主な内訳はスライドに記載の通り。

(株)コーエン

2月-1月

増収増益

- 売上高107.0億円 前期比 102.7%、3年前比 78.3%
(収益認識基準の変更を除外 対3年前比 80.6%)
- セールの抑制により売上総利益率が改善するも、売上、利益面では計画を下回る
- 2023年6月よりターゲットを見直した商品に切り替え、改善を目指す

UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

2月-1月

増収増益

- 売上高 15.0億円 前期比 129.2%、対3年前比 173.9%
- 売上、売上総利益率とも大きく改善、通期黒字化を達成
- 新年度もさらなる売上、利益成長を目指す

子会社動向はスライドに記載の通り。

出退店

出店 7店舗 退店 19店舗

期末店舗数 298店舗

*2020年3月末から17.0%減

	前期末 店舗数	出店	退店	期末 店舗数
グループ合計	310	7	19	298
(株) ユナイテッドアローズ	216	4	5	215
(株) コーエン	87	2	14	75
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	7	1	0	8

通期の出店は7店舗、退店は19店舗。期末店舗数は298店舗。

2020年3月末の359店舗から17.0%減。

(株) ユナイテッドアローズ 小売出退店

	前期末 店舗数	出店	退店	期末店舗数
(株) ユナイテッドアローズ合計	216	4	5	215
トレンドマーケット計	106	1	3	104
ユナイテッドアローズ総合店	14	0	0	14
ユナイテッドアローズ	24	0	0	24
ビューティ&ユース	36	1	0	37
その他	32	0	3	29
ミッド・トレンドマーケット計	84	2	1	85
グリーンレーベル リラクシング	84	1	1	84
その他	0	1	0	1
アウトレット	26	1	1	26

※ スティーブンアランオオサカは各B V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。

小売出退店 個別明細

株ユニテッドアローズ

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)
10月	新規出店	ユニテッドアローズ アウトレット 心かな花園店	心かな花園プレミアム・アウトレット (埼玉県深谷市)
11月	新規出店	ビューティ&ニュース ユニテッドアローズ 浦和店	浦和パルコ (さいたま市浦和区)
1月	退店	オデット エオディール 六本木ヒルズ店	六本木ヒルズ (東京都港区)
	退店	オデット エオディール 西武池袋店	西武池袋本店 (東京都豊島区)
	退店	ユニテッドアローズ アウトレット 神戸店	三井アウトレットパークマリンピア神戸 (神戸市垂水区)
3月	新規出店	シチエ ユニテッドアローズ 立川立飛店	ららぽーと立川立飛 (東京都立川市)
	退店	グリーンレーベル リラクシング 心斎橋パルコ店	心斎橋パルコ (大阪市中央区)

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 ららぽーと倉吉 聖みなとアークス店	ららぽーと倉吉 聖みなとアークス (徳島県倉吉市)
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 渡山おおたかの森C・C	渡山おおたかの森C・C (千葉県鴨川市)
8月	退店	コーエン 伊台場店	ダイバーシティ東京 プラザ (東京都江東区)
	退店	コーエン 西宮店	阪急西宮ガーデンズ (兵庫県西宮市)
	退店	コーエン ミーナ天神店	ミーナ天神 (福岡市中央区)
1月	退店	コーエン ららぽーと 鶴見店	ららぽーと鶴見 (横浜市都筑区)
	退店	コーエン ららぽーと 愛知東郷町店	ららぽーと愛知東郷 (愛知県東郷町)
	退店	コーエン 新潟万代キタ2店	新潟万代キタ2 (新潟市中央区)
	退店	コーエン キャナルシティ博多店	キャナルシティ博多 (福岡市博多区)
	退店	コーエン ジェネラルストア あべのキューズモール店	あべのキューズモール (大阪府阿倍野区)
	退店	コーエン トレッサ横浜店	トレッサ横浜 (横浜市港北区)
	退店	コーエン 町田店	町田東急ツインズ (東京都町田市)
	退店	コーエン アウトレットマリンピア神戸店	三井アウトレットパークマリンピア神戸 (神戸市垂水区)

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

2024 / 3期 業績計画

連結業績計画

	FY2023 実績	FY2024 計画	単位：百万円	
			前期比	増減/売上比pt差
売上高	130,135	138,300	8,164	106.3%
売上総利益	67,178	72,100	4,921	107.3%
売上比	51.6%	52.1%	0.5pt	—
販売費及び一般管理費	60,816	65,100	4,283	107.0%
売上比	46.7%	47.1%	0.3pt	—
営業利益	6,362	7,000	637	110.0%
売上比	4.9%	5.1%	0.2pt	—
営業外損益	538	420	▲118	78.0%
売上比	0.4%	0.3%	▲0.1pt	—
経常利益	6,900	7,420	519	107.5%
売上比	5.3%	5.4%	0.1pt	—
特別損益	▲352	▲370	▲17	—
売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	4,341	4,830	488	111.2%
売上比	3.3%	3.5%	0.2pt	—

2024/3期の連結業績予想は、
 売上高1,383億円、前期比106.3%、
 売上総利益率は52.1%で前年から0.5pt改善、
 売上総利益率は上期、下期とも前年から改善の見込み。
 販売管理費は651億円で前期比107.0%、売上比は47.1%で前年から0.3pt増加、
 営業利益は70億円で前期比110.0%、売上比は5.1%で前年から0.2pt改善、
 経常利益は74億円で前年の107.5%、売上比は5.4%で前年から0.1pt改善、
 特別損失に3億円を計上する計画となっており、
 親会社株主に帰属する当期純利益は48億円、前期比111.2%。
 配当金は中間17円、期末38円の年間55円となる見込みで予想配当性向は32.4%、

単体売上高 計画

単位：百万円

	FY2024 1H	前年同期比	FY2024 2H	前年同期比	FY2024 Full	前期比
単体売上高	54,562	104.9%	70,812	106.6%	125,375	105.9%
小売+ネット通販 既存店	-	106.3%	-	108.1%	-	107.3%
小売 既存店	-	104.9%	-	106.0%	-	105.5%
通販 既存店	-	109.4%	-	112.4%	-	111.1%

※計画には単体売上高のみ収益認識基準の変更の影響が含まれております。

単体売上高は1,253億円、前期比105.9%の見通し。

小売+ネット通販既存店売上高前期比は通期で107.3%、小売が105.5%、ネット通販は111.1%の計画。

なお計画では、単体売上高のみ収益認識基準変更の影響が含まれる。

出退店計画

出店 9店舗 退店 7店舗

期末店舗数 300店舗

	前期末 店舗数	出店	退店	期末店舗数 (予想)
グループ合計	298	9	7	300
(株) ユナイテッドアローズ	215	9	4	220
(株) コーエン	75	0	3	72
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	8	0	0	8

通期の出店は9店舗、退店は7店舗。期末店舗数は300店舗。

(株)UAが出店9店舗、退店4店舗、期末店舗数220店舗、

(株)コーエンが退店3店舗、期末店舗数72店舗、

台湾子会社は8店舗体制を維持の予定。

03

サステナビリティの取組進捗

国際的イニシアチブ「SBTi」によるSBT認定を取得

Carbon Neutrality (カーボンニュートラルな世界へ)

当社の温室効果ガス (CO₂) 排出削減目標値 (FY2031目標、対FY2020比) がパリ協定に準じたものであると評価

Scope 1,2 **30% 削減**

Scope1 事業者自らによる直接排出
Scope2 他社から供給された電気、熱などの使用に伴う間接排出
FY2021実績 10.8%

Scope 3 **15% 削減**

Scope 1、2以外のすべての間接排出
FY2021実績 16.6%*

*COVID-19の影響による異常値

SBTi (The Science Based Targets initiative)

CDP (気候変動のグローバルな情報開示を推進するNGO)、UNGC (国連グローバル・コンパクト)、WRI (世界資源研究所)、WWF (世界自然保護基金) が共同で設立した国際的なイニシアチブ

SBT (Science Based Targets)

パリ協定 (世界の気温上昇を産業革命前より2°Cを十分に下回る水準(Well Below 2°C)に抑え、また1.5°Cに抑えることを目指すもの) が求める水準と整合した、5年~15年先を目標年として企業が設定する温室効果ガス排出削減目標



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION



SARROWS™

ユナイテッドアローズのサステナビリティ活動
Sustainability Action

2023年5月8日付けのリリースの通り、当社は国際的なイニシアチブ「SBTi (The Science Based Targets initiative)」によるSBT (Science Based Targets) 認定を申請・取得した。これは当社のサステナビリティ活動「SARROWS」の目標の一つ「Carbon Neutrality (カーボンニュートラルな世界へ)」において掲げる温室効果ガス排出削減目標が、パリ協定に準じた目標であるという評価を受けたことによるもの。

当社は 2020年4月にサステナビリティ推進の指針として5つのテーマと16のマテリアリティ(重要課題)を定め、2022年8月には2030年に向けた3つの活動目標：「Circularity (循環するファッション)」、「Carbon Neutrality (カーボンニュートラルな世界へ)」、「Humanity (健やかに働く、暮らす)」と、それぞれのカテゴリーに紐づく数値目標を設定した。

「Carbon Neutrality (カーボンニュートラルな世界へ)」において、Scope 1、2：「CO₂排出量を2030年度までに2019年度比で30%削減する」、Scope 3：「CO₂排出量を2030年度までに2019年度比で15%削減する」を掲げており、これらの目標設定が評価を受け、SBT認定に至った。Scope1、2の目標は2°Cを十分に下回る水準、Scope3の目標は2°Cを下回る水準と判断されている。

04

参考資料

提 感
供 動
KANDOU
TEIKYO

ENGAGEMENT
WITH CUSTOMERS

お客様と深く広く繋がる

新しい価値提供に向けて踏み出す

2026年3月期を最終年度とする中期経営計画の初年度となる2024年3月期のグループ経営方針として「感動提供 新しい価値提供に向けて踏み出す」を掲げる。

3つの主要戦略

UA
CREATIVITY
戦略

- ・既存事業の成長拡大
トップラインの成長
売上総利益率の向上

- ・ブランド力の強化
人的資本への投資拡大
企業ブランドのリブランディング

- ・コーエンの再成長

UA
MULTI
戦略

- ・業容拡大に向けた事業開発
・グローバル拡大

UA
DIGITAL
戦略

- ・OMOの推進
・サプライチェーンの最適化

この方針実現に向けて、UA CREATIVITY戦略、UA MULTI戦略、UA DIGITAL戦略の3つの戦略を進める。

UA CREATIVITY戦略では、新規出店とネット通販の成長による既存事業の成長、プロパー消化率の向上と適正な価格設定による売上総利益率の改善に向けて取り組む。加えて、ブランド力の強化として従業員教育の拡充など人的資本への投資拡大、新たな企業イメージを作り上げる新規ブランドの開発準備を進める。

UA MULTI戦略では、新規事業の開発準備、台湾事業の拡大、中国進出に向けた準備を進める。

UA DIGITAL戦略では、ライフタイムバリュー（顧客生涯価値）の拡大に向けたハウスカードプログラムの刷新に加え、自社ECサイトの機能向上を進め、OMO施策を推進する。サプライチェーンの最適化に向けては商品管理基幹システムの刷新準備を進める。