

2024年3月期第1四半期

決算説明会

Financial Results Briefing

2023.08.07 UNITED ARROWS LTD.



UNITED ARROWS LTD.

目次

Table of Contents

P04 - P22		01	2024／3期 第1四半期 業績概況
P23- P35		02	サステナビリティの取組報告
P36 - P37		03	代表取締役 社長執行役員 松崎善則からのメッセージ
P38 - P42		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
ビューティー&ユース ユニテッドアローズ ————— BY／ビューティー&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

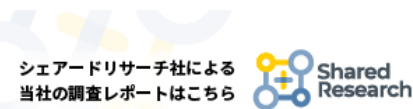
トレンドマーケットおよびミッド・トレンドマーケットには以下のストアブランドが含まれております。

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

2024／3期 第1四半期 業績概況

総括

売上高、売上総利益率が前年を超過、
主に単体業績の改善が寄与し、営業利益以下、各利益が計画を超過

連結

売上高

321 億円

YoY 108.4%

売上総利益率

55.0 %

YoY + 0.4pt

販管費

151 億円 (売上比47.2%)

YoY 105.9%, ▲1.1pt

営業利益

25 億円 (売上比7.8%)

YoY 135.0%, +1.5pt

親会社株主に帰属する四半期純利益

17 億円 (売上比5.6%)

YoY 135.9%, +1.1pt

単体

売上高

298 億円

YoY 110.4%

売上総利益率

55.0%

YoY +0.5pt

既存店 前期比

売上高 109.1 %

買上客数 98.3 %

客単価 110.8 %

単体売上高

チャネル別		YoY	売上比 前年同期差
ビジネスユニット	247 億円 (売上比82.2%)	110.8%	+0.8pt
小売	170 億円 (売上比56.8%)	110.6%	+0.5pt
ネット通販	70 億円 (売上比23.6%)	109.3%	▲0.1pt
アウトレット他	53 億円 (売上比17.8%)	105.1%	▲0.8pt
事業別		YoY	
トレンドマーケット	164 億円	113.2%	
ミッド・トレンドマーケット	82 億円	106.2%	

BS

長短借入金残高
21 億円
前期末比 86.3%

たな卸資産
203 億円
前年同期末比 106.5%

出退店

1Q実績
出店 **5** 退店 **2**
1Q末店舗数 **301**

(株)コーエン

売上高
21 億円
YoY 91.5%

UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

売上高
2 億円
YoY 87.2%

連結 PL

単位：百万円

	FY2023 1Q	FY2024 1Q	増減/pt差	前年同期比
売上高	29,664	32,155	2,491	108.4%
売上総利益	16,181	17,678	1,497	109.3%
売上比	54.5%	55.0%	0.4pt	—
販売費及び一般管理費	14,328	15,176	847	105.9%
売上比	48.3%	47.2%	▲ 1.1pt	—
営業利益	1,853	2,502	649	135.0%
売上比	6.2%	7.8%	1.5pt	—
営業外損益	240	264	24	110.1%
売上比	0.8%	0.8%	0.0pt	—
経常利益	2,093	2,766	673	132.2%
売上比	7.1%	8.6%	1.5pt	—
特別損益	▲ 56	▲ 34	21	—
売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,323	1,798	475	135.9%
売上比	4.5%	5.6%	1.1pt	—

連結 売上総利益率

	FY2024 1Q	前年同期比 pt差
連結	55.0%	0.4pt
(株)UA	55.0%	0.5pt
ビジネスユニット計	-	-0.8pt
アウトレット他	-	7.6pt
(株)コーエン	-	-2.1pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	0.8pt

連結 販管費

単位：百万円

	FY2023 1Q	FY2024 1Q	増減/pt差	前年同期比
販売費及び一般管理費合計	14,328	15,176	847	105.9%
売上比	48.3%	47.2%	▲ 1.1pt	-
宣伝販促費	583	720	137	123.6%
売上比	2.0%	2.2%	0.3pt	-
人件費	5,123	5,429	306	106.0%
売上比	17.3%	16.9%	▲ 0.4pt	-
賃借料	4,424	4,429	5	100.1%
売上比	14.9%	13.8%	▲ 1.1pt	-
減価償却費	217	212	▲ 4	97.9%
売上比	0.7%	0.7%	▲ 0.1pt	-
その他	3,980	4,383	403	110.1%
売上比	13.4%	13.6%	0.2pt	-

単体 売上高 チャネル別

単位：百万円

	FY2023 1Q	FY2024 1Q	増減/pt差	前年同期比
単体売上高	27,089	29,894	2,804	110.4%
ビジネスユニット計	22,337	24,742	2,404	110.8%
売上比	81.5%	82.2%	0.8pt	-
小売	15,455	17,099	1,644	110.6%
売上比	56.4%	56.8%	0.5pt	-
ネット通販	6,485	7,085	600	109.3%
売上比	23.6%	23.6%	▲ 0.1pt	-
その他（卸売等）	396	556	160	140.5%
売上比	1.4%	1.9%	0.4pt	-
アウトレット等	5,086	5,343	257	105.1%
売上比	18.5%	17.8%	▲ 0.8pt	-

既存店 前年同期比

	売上高	客数	客単価
小売＋ネット通販	109.1%	98.3%	110.8%
小売	110.0%	100.1%	109.9%
ネット通販	106.9%	95.1%	111.4%

単体 売上高 事業別

単位：百万円

	FY2023 1Q	FY2024 1Q	増減	前年同期比
ビジネスユニット計	22,337	24,742	2,404	110.8%
トレンドマーケット	14,566	16,486	1,920	113.2%
ミッド・トレンドマーケット	7,770	8,255	484	106.2%

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	112.4%	113.6%	109.5%
ミッド・トレンドマーケット	102.9%	103.0%	102.7%

連結 BS

単位：百万円

	2023年3月末	2023年6月末	対前期末 増減	
総資産	61,184	55,808	▲ 5,376	91.2%
構成比	100.0%	100.0%	-	-
流動資産	41,604	36,854	▲ 4,750	88.6%
構成比	68.0%	66.0%	-	-
固定資産	19,580	18,954	▲ 626	96.8%
構成比	32.0%	34.0%	-	-
流動負債	23,451	18,540	▲ 4,911	79.1%
構成比	38.3%	33.2%	-	-
固定負債	4,030	4,085	54	101.4%
構成比	6.6%	7.3%	-	-
純資産合計	33,702	33,182	▲ 519	98.5%
構成比	55.1%	59.5%	-	-
参考：長短借入金残高	2,504	2,160	▲ 344	86.3%
	2022年6月末	2023年6月末	対前年同期末 増減	
参考：たな卸資産	19,138	20,373	1,234	106.5%

連結 CF

単位：百万円

	FY2023 1Q	FY2024 1Q	当期実績の主な内訳	
営業キャッシュ・フロー（小計）	2,369	▲ 5		
営業キャッシュ・フロー	1,955	▲ 1,040	税金等調整前四半期純利益	2,731
			売上債権の減	651
			賞与引当金の減	▲1, 354
			仕入債務の減	▲1, 272
投資キャッシュ・フロー	▲ 1,536	▲ 818	差入保証金の回収	79
			有形固定資産の取得	▲434
			無形固定資産の取得	▲309
財務キャッシュ・フロー	▲ 2,611	▲ 2,582	自己株式の取得	▲1,311
			配当金の支払	▲925
			短期借入金の減	▲344
現金及び現金同等物期末残高	3,319	4,111		

(株)コーエン

2月－4月

減収増益

- 売上高 21億円 前期比 91.5%、
- 退店による小売の減（小売既存店は約113%）、自社ECリニューアルに伴うセール縮小、若年層向け商品の不足などによるネット通販の減
- ターゲットを見直した商品への切り替えが始まり、秋冬以降改善の見通し
- 自社ECリニューアル後のシステム面の課題解決には時間がかかる見込み、若年層向けのネット通販専用品を拡大することで、売上を補填していく方針

UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

2月－4月

減収減益

- 売上高 2億円 前期比 87.2%
- 春節の月ズレ（前年は2月、今年は1月）、3月の気候不順による初夏物動向の鈍化、外部通販モールクローズの影響

出退店

1Q実績

出店 5

退店 2

1Q末店舗数 301

通期予想

出店 10

退店 8

期末店舗数 300

	前期末 店舗数	1Q実績			通期予想		
		出店	退店	1Q末 店舗数	出店	退店	期末店舗数 (予想)
グループ合計	298	5	2	301	10	8	300
(株) ユナイテッドアローズ	215	5	1	219	9	5	219
(株) コーエン	75	0	1	74	0	3	72
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	8	0	0	8	1	0	9

(株)ユニテッドアローズ 小売出退店

	前期末 店舗数	1Q実績		1 Q末 店舗数	通期予想		期末店舗数 (予想)
		出店	退店		出店	退店	
(株) ユニテッドアローズ合計	215	5	1	219	9	5	219
トレンドマーケット計	104	0	0	104	1	4	101
ユニテッドアローズ総合店	14	0	0	14	0	0	14
ユニテッドアローズ	24	0	0	24	1	1	24
ビューティ & ユース	37	0	0	37	0	2	35
その他	29	0	0	29	0	1	28
ミッド・トレンドマーケット計	85	4	1	88	7	1	91
グリーンレーベル リラクシング	84	1	1	84	2	1	85
その他	1	3	0	4	5	0	6
アウトレット	26	1	0	27	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。

小売出退店 個別明細

(株)ユナイテッドアローズ

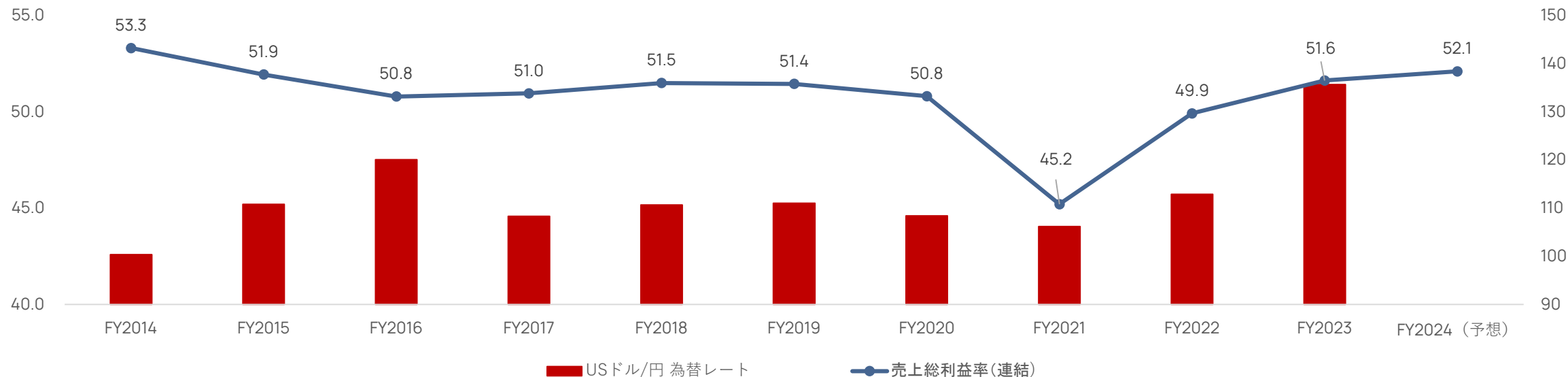
月	出退店	店名	商業施設・住所
4月	新規出店	グリーンレーベル リラクシング 越谷レイクタウン店	イオンレイクタウン（埼玉県越谷市）
	新規出店	シテン ユナイテッドアローズ 湘南平塚店	ららぽーと湘南平塚（神奈川県平塚市）
	新規出店	シテン ユナイテッドアローズ 海老名店	ららぽーと海老名（神奈川県海老名市）
	新規出店	ユナイテッドアローズ アウトレット 門真店	三井アウトレットパーク大阪門真（大阪府門真市）
6月	新規出店	シテン ユナイテッドアローズ 柏の葉店	ららぽーと柏の葉（千葉県柏市）
	退店	グリーンレーベル リラクシング グランフロント大阪店	グランフロント大阪（大阪府大阪市）

(株)コーエン

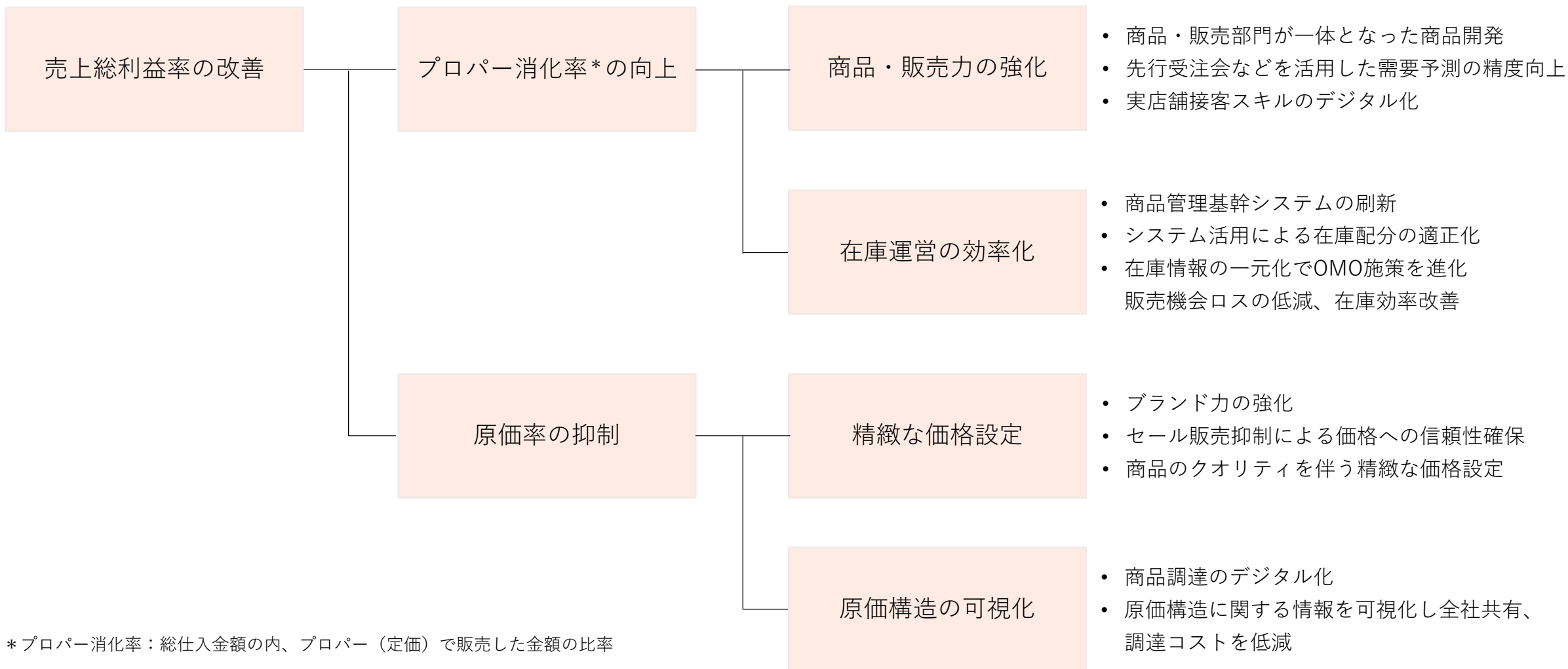
	出退店	店名	商業施設・住所
4月	退店	リンクスウメダ店	リンクス梅田（大阪府大阪市）

連結売上総利益率と為替レートの推移

- 当社展開商品の約80％が輸入品、為替レート変動の影響は避けられない
- FY2023実績 51.6％
セールの抑制や価格改定で、1ドル110円近辺で推移していたFY2015に近い水準に回復
- FY2024予想 52.1％、中期経営計画期間で53％台まで改善見通し



売上総利益率 改善に向けた取り組み



* プロパー消化率：総仕入金額の内、プロパー（定価）で販売した金額の比率

2023年8月 会員向け新プログラム「UAクラブ」スタート

マイル & クーポン制度への変更

- お買い物＋当社との接触（アクション）によるマイル & クーポン制度へ
- 貯まったマイルをクーポンに交換
- アクションも含めたマイル付与とクーポン交換による接点増加、買上回数の増加、会員維持率の向上

					
アプリインストール	LINEアカウント連携	メール受信設定	お気に入り商品登録	お気に入りスタッフ登録	ショッピングバッグ紐通
5,000 マイル	5,000 マイル	5,000 マイル	50 マイル	50 マイル	500 マイル

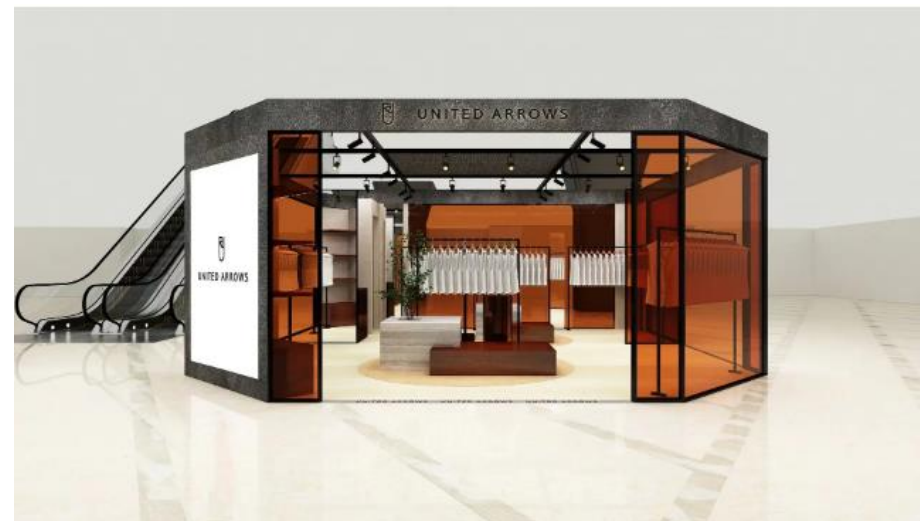
全ブランド共通の会員ステージ制度

- ブランド別の会員ランク条件とエクストラサービスを廃止、会員ステージと特典制度を全ブランドで共通化
- 会員ステージ ランクアップの条件をシンプルでわかりやすく



中国・上海地区でポップアップストアを実施

- 2023年5月12日～7月11日、
中国上海市の商業施設「Grand Gateway 66」でポップアップストアを実施
- ユナイテッドアローズ、ビューティー&ユースほか、
エイチ ビューティー&ユース、ロクなどのハイエンドなラインナップ
- ポップアップショップの展開、通販サイト「Tmall Global（天猫国際）」への出店を通じ、
マーケティング活動を継続



02

サステナビリティの取組報告

当社のサステナビリティ 活動の変遷

1999年10月（上場時）～現在

社会との約束：5つの価値創造

お客様、従業員、取引先様、社会、株主様

2020年5月～現在

5つのテーマと16のマテリアリティ設定

サプライチェーン、資源、コミュニティ、人材、ガバナンス

2022年8月～現在

SARROWSの発信と数値目標の設定

Circularity、Carbon Neutrality、Humanity



ユナイテッドアローズの
サステナビリティ活動



Circularity

循環するファッション

ファッションで地球ポジティブな影響を。ユナイテッドアローズは自然と調和した、生まれ変わり続けるファッションを目指します。



Carbon Neutrality

カーボンニュートラルな世界へ

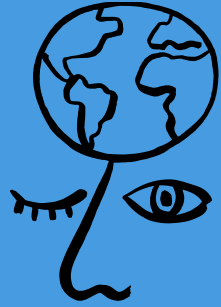
これからも美しい地球であるために。ユナイテッドアローズは国際的枠組みであるパリ協定に沿ってカーボンニュートラルな世界を目指します。



Humanity

健やかに働く、暮らす

ユナイテッドアローズに関わる皆様が笑顔であるために。権利を守り、健やかに暮らせる環境づくりを行います。



SARROWS™

ユナイテッドアローズの
サステナビリティ活動



Circularity

循環するファッション

商品の廃棄率

2021	2030 TARGET
1.0%	0.1%

環境配慮商品の割合

2021	2030 TARGET
2.0%	50%



Carbon Neutrality

カーボンニュートラルな世界へ

CO₂排出量の削減率 (Scope1.2)

2021	2030 TARGET
10.8%	30%

CO₂排出量の削減率 (Scope3)

2021	2030 TARGET
16.6%	15%

再生可能エネルギーの割合

2021	2030 TARGET
3.2%	50%



Humanity

健やかに働く、暮らす

行動規範同意書の取得率

2021	2030 TARGET
11.6%	100%

従業員エンゲージメントスコア

2021	2030 TARGET
70%	80%

サステナビリティ推進体制

経営会議の下部組織として2020年4月に「サステナビリティ委員会」を発足
代表取締役 社長執行役員を委員長に、業務執行取締役、常勤社外取締役、
執行役員を構成メンバーとして、経営陣が主体的に取り組む。
委員会を柱に、社内各部門が横断的に連携して関連活動を推進

サステナビリティ委員会

委員会は毎月定期開催され、サステナビリティ戦略に関する方針、取り組み等の
審議、進捗レビュー等を実施

- (1) サステナビリティ戦略の基本方針および推進項目、推進計画、推進内容の審議
- (2) サステナビリティ戦略の社内推進体制の構築および整備
- (3) サステナビリティ戦略の進捗レビューおよび改善計画の審議
- (4) サステナビリティ戦略の効果的な情報開示の審議
- (5) サステナビリティに関する特定事業やプロジェクト推進の審議

2023年3月期の開催実績

定時委員会11回、臨時委員会5回を開催

2023年3月期における委員長および業務執行取締役の参加率は100%

前期における
サステナビリティ委員会の
主な討議内容

	Circularity	Carbon Neutrality	Humanity	その他
1 Q	長期定量目標の最終討議と決定（決議は取締役会）			
		TCFD提言に基づく開 示内容の討議と決定 SBT申請に向けた討議		
2 Q	商品廃棄の低減に向け た討議 環境配慮商品構成の中 期目標討議	環境省支援事業参加に 向けた討議	ビジネスと人権に関す る有識者社内講演	著名ESG指標への構成 銘柄選定報告
3 Q	環境配慮商品の社内 定義と取引先様向け 説明資料への掲載	出店商業施設エネル ギー状況調査中間報告	人権方針策定に向けた 討議	ESG評価機関の評価向 上報告と内容分析
4 Q	長期定量目標の中期目安について/長期ビジョンにおけるサステナの考え方			寄附金規程見直し討議
	商品廃棄の低減に向け た継続討議	環境省支援事業算定結 果報告と開示 SBT認定取得報告と開 示（翌期1Q）	人権方針策定と開示 提携工場の実地監査開 始と結果報告（報告は 翌期1Q）	著名ESG指標への構成 銘柄選定報告（翌期 1Q）



SARROWS™

ユナイテッドアローズの
サステナビリティ活動



Circularity

循環するファッション

繊維製品の廃棄率（新設）

2021	2022	2030 TARGET
—	→ 0.3%	0.0%

商品の廃棄率

2021	2022	2030 TARGET
1.0%	→ 0.4%	0.1%

環境配慮商品の割合

2021	2022	2030 TARGET
2.0%	→ 16.2%	50.0%



Carbon Neutrality

カーボンニュートラルな世界へ

CO₂排出量の削減率（Scope1.2）

2021	2022	2030 TARGET
10.8%	→ 14.7%	30.0%

CO₂排出量の削減率（Scope3）

2021	2022	2030 TARGET
17.0%	→ 14.6%	15.0%

再生可能エネルギーの割合

2021	2022	2030 TARGET
3.2%	→ 8.3%	50.0%



Humanity

健やかに働く、暮らす

行動規範同意書の取得率

2021	2022	2030 TARGET
11.6%	→ 48.2%	100.0%

従業員エンゲージメントスコア

2021	2022	2030 TARGET
69.8%	→ 70.0%	80.0%

定価販売比率（プロパー消化率）および棚卸資産回転率の改善

- ・ 定価販売比率に重きを置いた商品計画の立案と推進等により、前期のプロパー消化率は過去10年における最高値に
- ・ 棚卸資産回転率はコロナ禍以前の19/3期レベルまで回復

2023年3月期の主な取り組み



Circularity

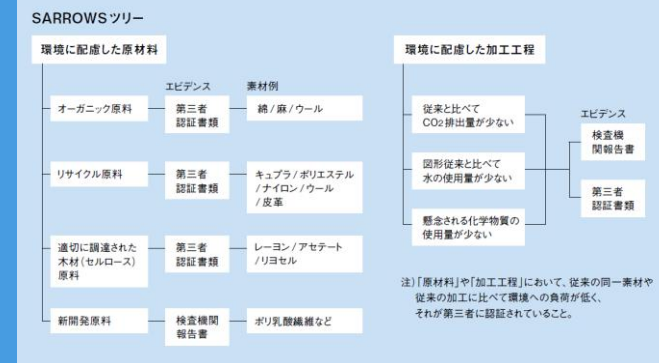
循環するファッション

リサイクル、リユースの活用等による商品廃棄率の低減

- ・ 販売不可能な繊維製品等のマテリアルリサイクルを拡大
- ・ 商業施設様が新規に取り組むサステナブルストアへの参画

環境配慮商品に関する社内基準の策定（SARROWSツリー）

- ・ 環境配慮商品に関する業界基準等がなく、独自で策定
- ・ 上記基準を含めた商品取引先様向け冊子を製作、理解・協力を求める



国内アパレル企業としていち早いSBT認定の取得

- ・国内アパレル企業ではまだ取得実績が極めて少ない
SBT認定を2023年4月に取得
- ・Scope1、2の目標は2°Cを十分に下回る水準、Scope3は
2°Cを下回る水準と評価



2023年3月期の主な取り組み



Carbon Neutrality

カーボンニュートラルな世界へ

製品のカーボンフットプリントの算定

- ・2022年に環境省が実施した「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
- ・GLRの半袖カットソーを対象としてCO2排出量を算出
今後の商品ライフサイクル各工程におけるCO2削減に活かす

商業施設エネルギー状況調査の実施と将来的な再生エネルギー化に向けた討議の開始

- ・当社の出店する商業施設へエネルギー状況調査を実施
- ・一部の大手取引先様と面談を開始。今後の取組方向性等を協議



2023年3月期の主な取り組み



Humanity

健やかに働く、暮らす

ユナイテッドアローズグループ人権方針の策定と開示

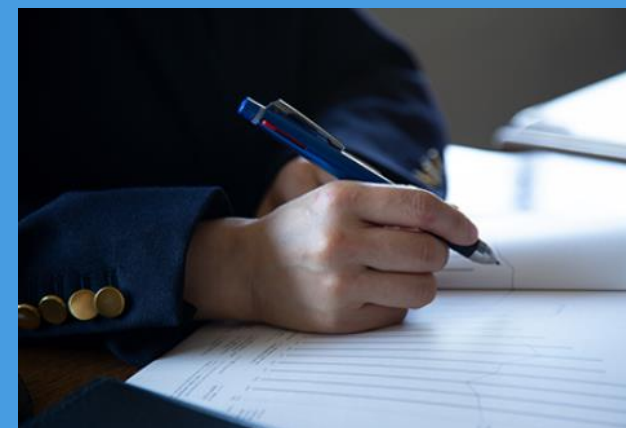
- ・ 国際的な指導原則や関係官庁のガイド等をベースに当社グループとしての人権方針を策定・開示
- ・ 人権尊重の責任を果たすため、人権デューデリジェンスの仕組みを構築し、継続的に実施

国内提携工場の実地監査の開始

- ・ 従前からサプライチェーンの透明性を高めるため、「商品調達取引先様向け行動規範」を策定、同意書をいただく
- ・ 上記に加え、前期より国内提携工場の実地監査を開始

従業員エンゲージメント向上に向けた各種人事施策の推進

- ・ 従業員エンゲージメントを適切に把握するため、2012年から毎年従業員意識調査を実施し、人事戦略に反映
- ・ 上記を通じ、職能開発につながる教育機会の提供やOMO施策と連動する人事評価制度の見直し等を推進



HPの全面リニューアルとサステナビリティの打ち出し強化

- ・コーポレートサイトを全面リニューアル。トップページ内にもサステナの数値目標を掲げる等、打ち出しを強化
- ・サステナビリティ活動全般を「SARROWS」とネーミング親しみを持って活動に賛同・参画いただくことを目指す

2023年3月期の主な取り組み



SARROWS™

その他のサステナビリティ推進活動

当社として初のESGデータブックの策定と開示

- ・前期に当社として初のESGデータブックを発行
- ・E,S,Gに沿ってステークホルダーの皆様に必要な定量情報を網羅

リスクマネジメント委員会と協働し、リスク低減活動を推進

- ・毎月開催されるリスクマネジメント委員会と協働し、ESGに関するリスクを定期的に討議
- ・前期はサプライチェーン上の人権リスク、商品やPR上の表現等に関するリスク、情報セキュリティ等を討議



主な外部評価の向上



MSCI ESG Ratings

- ・ 2016年のレーティング付与から2021年までBBBの評価であったが、2022年12月にAに格上げ



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

- ・ 2022年 6 月に初選定
- ・ 2023年に関しても継続選定



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

FTSE Blossom Japan Index

- ・ 2023年 6 月に初選定
- ・ 当社はGPIF（年金積立金管理運用独立行政法人）が採用している6つのESG指数のうちの3つに選定



FTSE Blossom
Japan Index

（FTSE Blossom Japan Index、FTSE Blossom Japan Sector Relative Index、S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数）

- ・2020年以降コロナ禍の業績低下により休刊していた統合レポートを発行予定（8月下旬）
- ・価値創造プロセスをベースに当社の価値の源泉を要素別に解説
- ・本資料で概要説明したサステナビリティの各取り組みも詳細を掲載



03

代表取締役 社長執行役員 松崎 善則からのメッセージ

3つの主要戦略

提供 感動
KANDOU TEIKYO
ENGAGEMENT
WITH CUSTOMERS
お客様と深く広く繋がる

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

04

参考資料

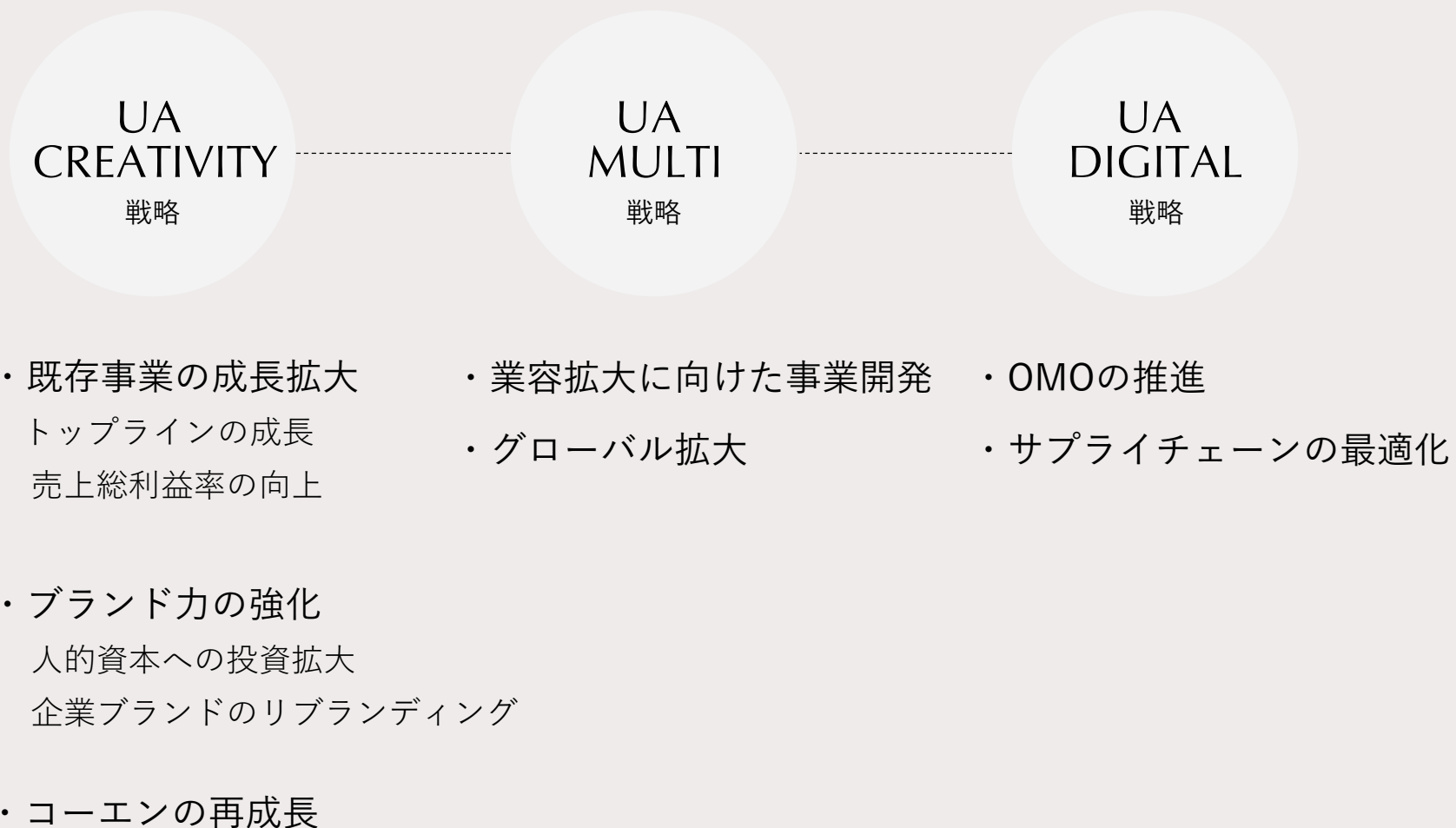
感動
KANDOU
TEIKYO
提供

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

3つの主要戦略



連結業績計画

単位：百万円

	FY2023 実績	FY2024 計画	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	—

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準の変更の影響が含まれております。