

2024年3月期

決算説明会

Financial Results Briefing

2024.05.08 UNITED ARROWS LTD.



UNITED ARROWS LTD.

目次

Table of Contents

P03 -	1	2024/3期 業績概況
P18-	2	2025/3期 業績計画
P24-	3	サステナビリティの取り組み報告
P26 -	4	中期経営計画の進捗報告
P45 -	5	参考資料

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

シェアードリサーチ社による
当社の調査レポートはこちら



株主通信 **note**

1

2024/3期 業績概況

決算ハイライト

連結

売上高、営業利益は期初計画に及ばないものの、経常利益、親会社に帰属する当期純利益は計画をクリアし、増収増益。UAクラブ移行に伴う一時コストの発生があったものの、販管費率は前年水準を維持。4Qの黒字化はFY19以来。

売上総利益率

期初計画には及ばないものの単体、台湾が前年を超過し、連結も前年をクリア。暖冬による冬物早期消化の影響で3Qが前年を割るが、他Qは前年超え。

単体

暖冬の影響、UAクラブ移行に伴うマイナスインパクトがあるものの、増収増益を達成。既存店客数を維持しつつ、客単価の増加が寄与。

連結 売上高

1,342億円

前期比

103.2%

(百万円)



*FY21/3 4QよりCHROME HEARTS JP合同会社は連結対象から除外

連結 売上総利益率

51.7%

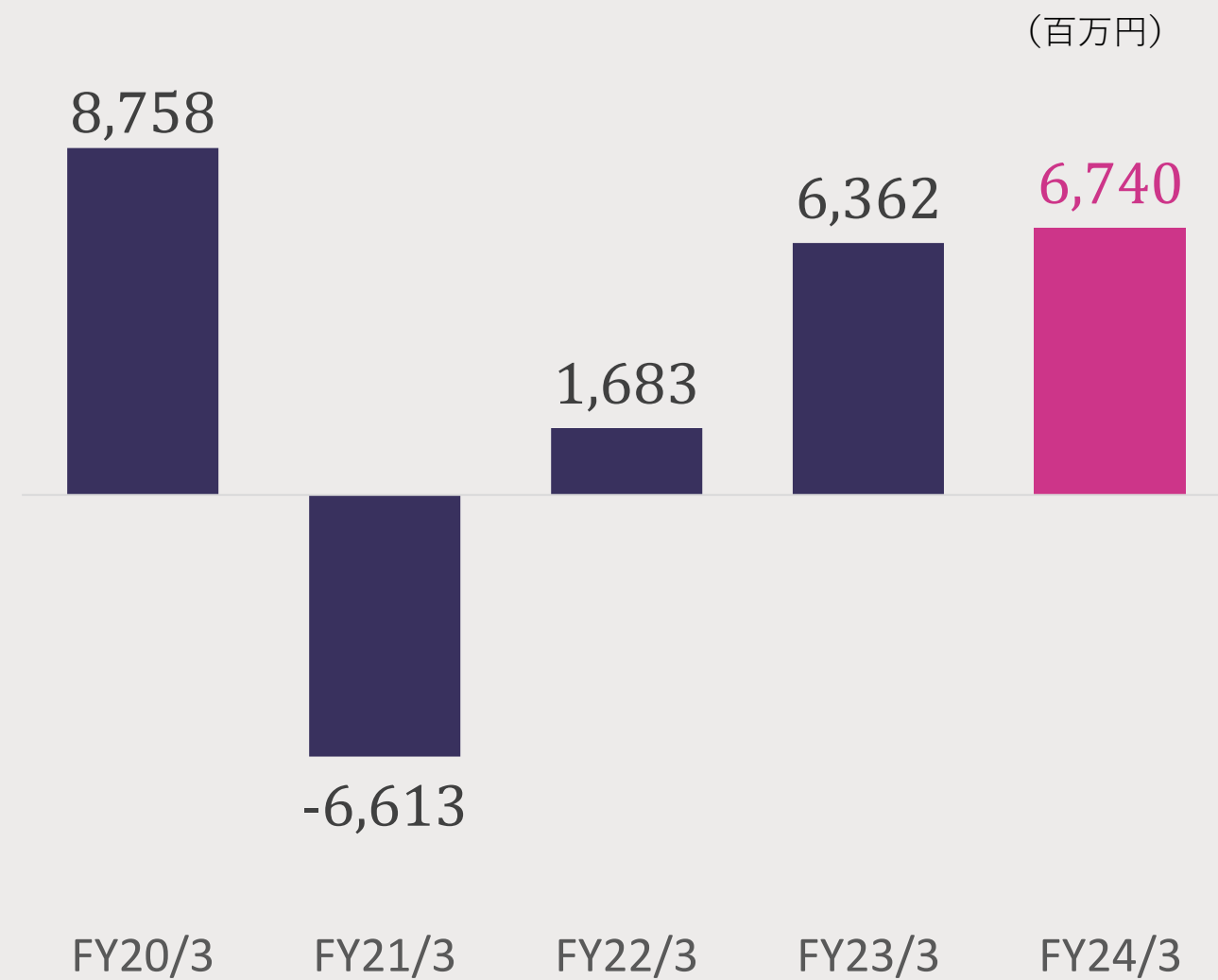
前期比

+0.1pt



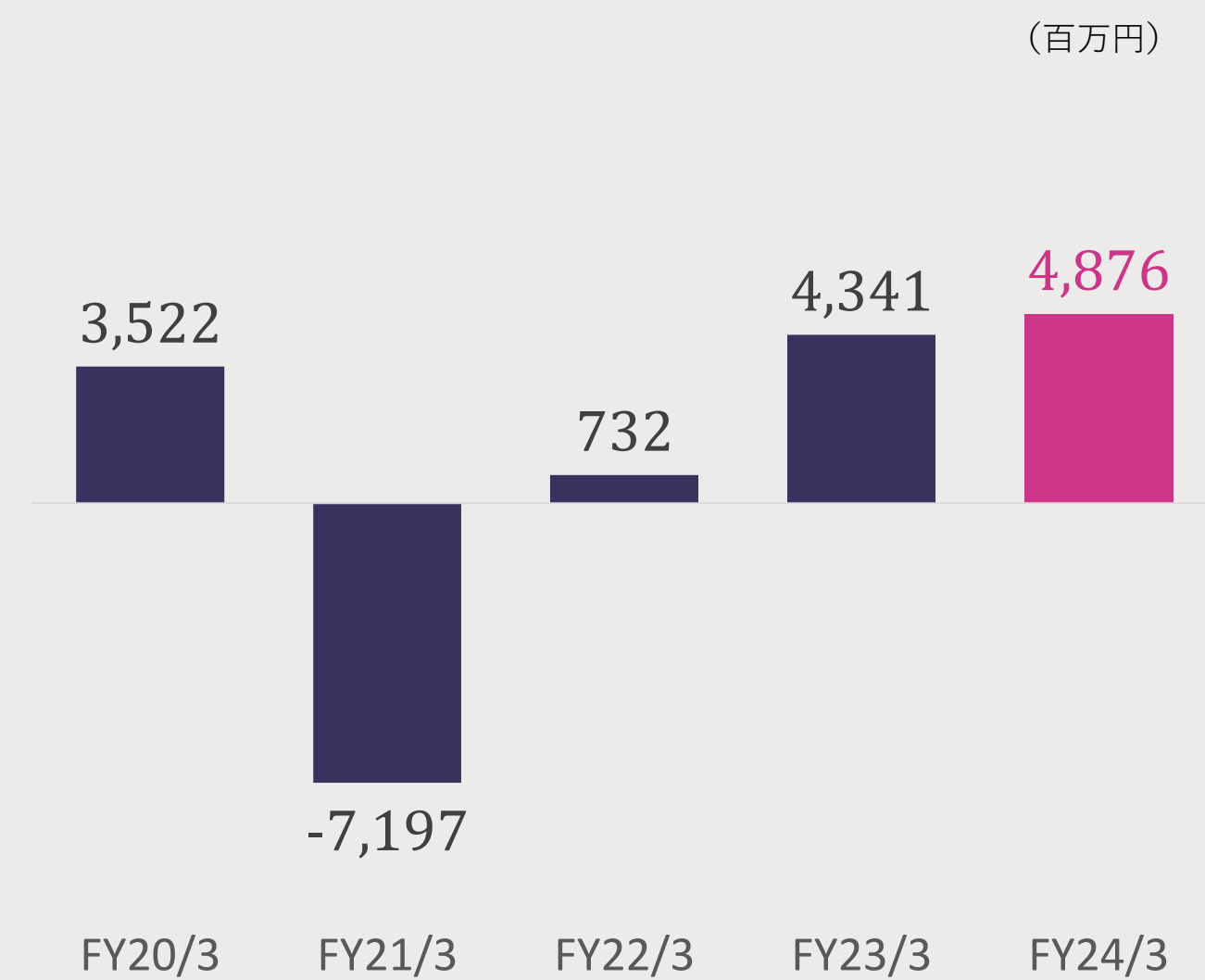
連結 営業利益

67億円 前期比 105.9%



親会社株主に帰属する当期純利益

48億円 前期比 112.3%



連結PL

単位：百万円

	FY23/3	FY24/3	増減/pt差	前期比
売上高	130,135	134,269	4,133	103.2%
売上総利益	67,178	69,462	2,283	103.4%
売上比	51.6%	51.7%	0.1pt	—
販売費及び一般管理費	60,816	62,722	1,905	103.1%
売上比	46.7%	46.7%	▲ 0.0pt	—
営業利益	6,362	6,740	377	105.9%
売上比	4.9%	5.0%	0.1pt	—
営業外損益	538	746	208	138.7%
売上比	0.4%	0.6%	0.1pt	—
経常利益	6,900	7,486	585	108.5%
売上比	5.3%	5.6%	0.3pt	—
特別損益	▲ 352	▲ 331	21	—
売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	4,341	4,876	534	112.3%
売上比	3.3%	3.6%	0.3pt	—

連結 売上総利益率

通期

	FY24/3	前期比 pt差
連結	51.7%	0.1pt
(株)UA	51.5%	0.1pt
ビジネスユニット計	-	-0.1pt
アウトレット他	-	3.5pt
(株)コーエン	-	-0.3pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	3.5pt

4Q（3か月）

	FY24/3 4Q	前年同期比 pt差
連結	48.8%	0.2pt
(株)UA	48.4%	-0.1pt
ビジネスユニット計	-	0.4pt
アウトレット他	-	0.2pt
(株)コーエン	-	3.8pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	3.2pt

連結 販管費

単位：百万円

	FY23/3	FY24/3	増減/pt差	前期比
販売費及び一般管理費合計	60,816	62,722	1,905	103.1%
売上比	46.7%	46.7%	▲ 0.0pt	-
宣伝販促費	3,008	3,823	814	127.1%
売上比	2.3%	2.9%	0.6pt	-
人件費	21,412	21,134	▲ 277	98.7%
売上比	16.4%	15.7%	▲ 0.7pt	-
賃借料	18,552	18,422	▲ 129	99.3%
売上比	14.3%	13.7%	▲ 0.5pt	-
減価償却費	873	918	45	105.2%
売上比	0.7%	0.7%	0.0pt	-
その他	16,969	18,421	1,452	108.6%
売上比	13.0%	13.7%	0.7pt	-

連結 BS

単位：百万円

	2023年3月末	2024年3月末	対前期末 増減	
総資産	61,184	60,204	▲ 979	98.4%
構成比	100.0%	100.0%	-	-
流動資産	41,604	40,372	▲ 1,231	97.0%
構成比	68.0%	67.1%	-	-
固定資産	19,580	19,831	251	101.3%
構成比	32.0%	32.9%	-	-
流動負債	23,451	20,997	▲ 2,454	89.5%
構成比	38.3%	34.9%	-	-
固定負債	4,030	4,177	146	103.6%
構成比	6.6%	6.9%	-	-
純資産合計	33,702	35,030	1,328	103.9%
構成比	55.1%	58.2%	-	-
参考：長短借入金残高	2,504	202	▲ 2,302	8.1%
参考：たな卸資産	20,639	21,686	1,046	105.1%

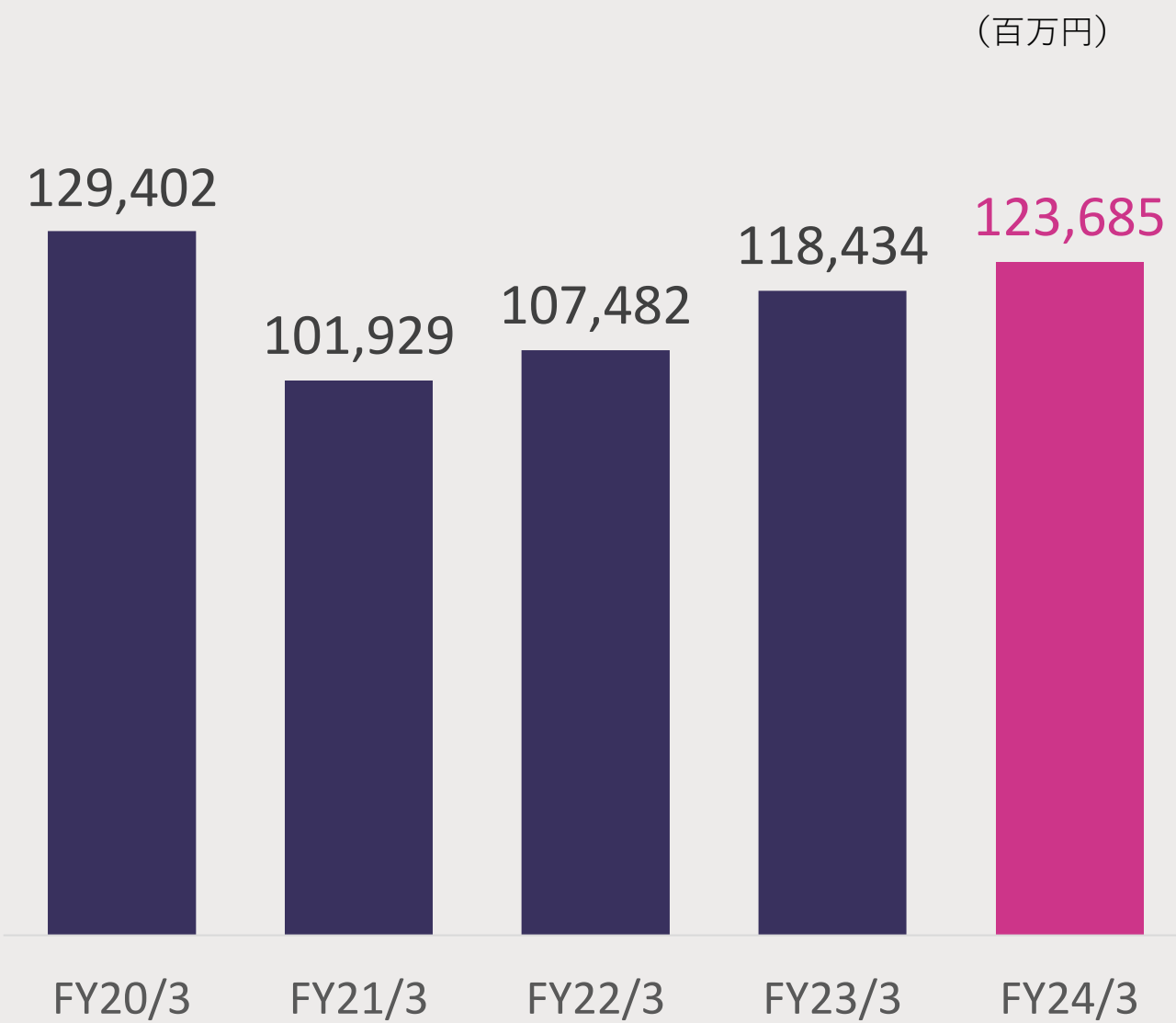
連結 CF

単位：百万円

	FY23/3	FY24/3	当期実績の主な内訳	
営業キャッシュ・フロー（小計）	10,588	7,577		
営業キャッシュ・フロー	10,258	6,341	税金等調整前当期純利益	7,155
			仕入債務の増	968
			棚卸資産の増	▲1,030
			売上債権の増	▲940
投資キャッシュ・フロー	▲ 1,255	▲ 2,656	関係会社出資金の売却	1,212
			有形固定資産の取得	▲1,084
			無形固定資産の取得	▲1,994
財務キャッシュ・フロー	▲ 5,979	▲ 5,773	短期借入金の減	▲2,302
			自己株式の取得	▲2,000
			配当金の支払額	▲1,467
現金及び現金同等物期末残高	8,562	6,486		

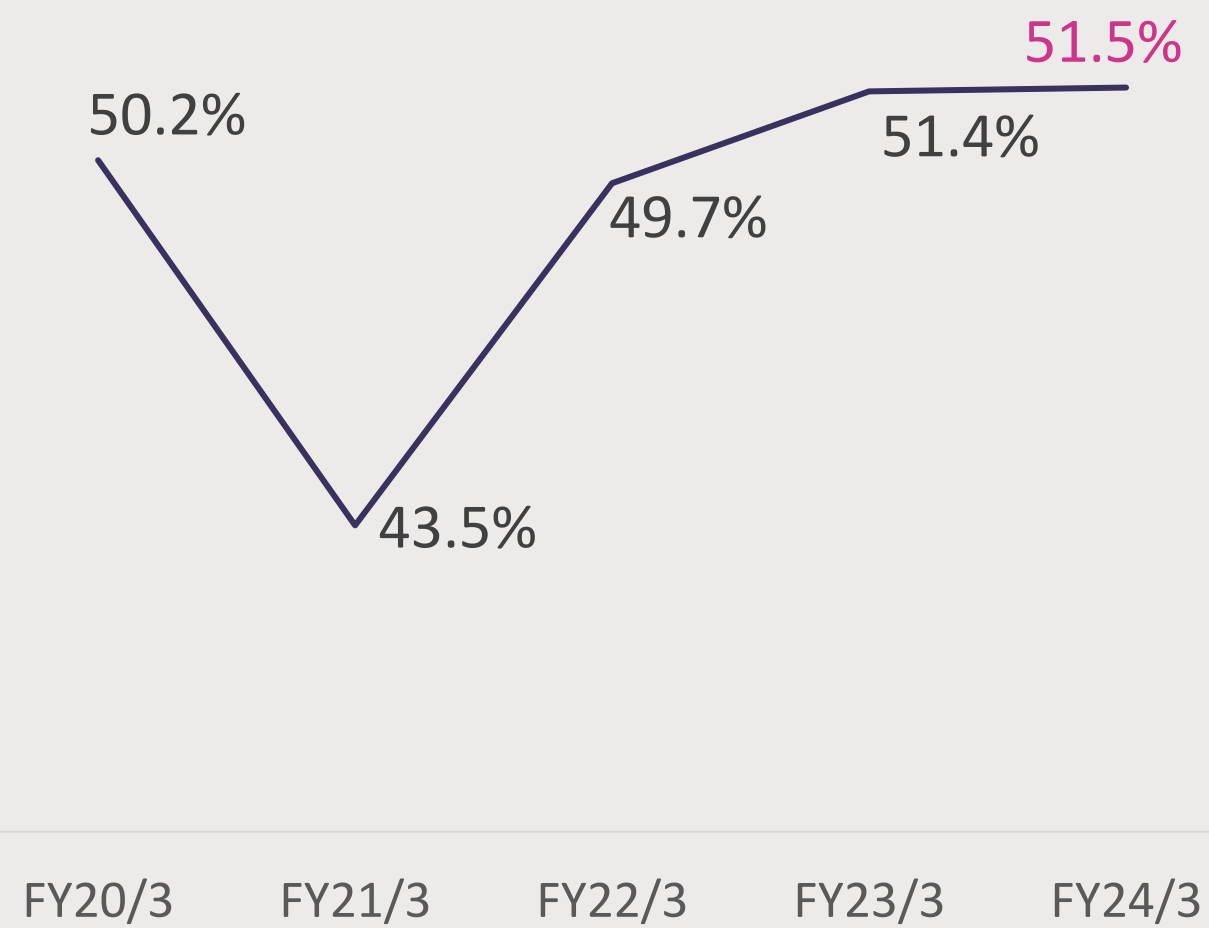
単体 売上高

1,236億円 前期比 104.4%



単体 売上総利益率

51.5% 前期差 +0.1pt



単体 既存店前期比

売上高 105.5%
買上客数 100.1%
客単価 106.2%

単体売上高 チャネル別

単位：百万円

	FY23/3	FY24/3	増減/pt差	前期比
単体売上高	118,434	123,685	5,251	104.4%
ビジネスユニット計	98,790	104,709	5,919	106.0%
売上比	82.6%	82.8%	0.2pt	-
小売	66,641	70,783	4,141	106.2%
売上比	55.7%	56.0%	0.2pt	-
ネット通販	30,358	32,009	1,650	105.4%
売上比	25.4%	25.3%	▲ 0.1pt	-
その他（卸売等）	1,789	1,916	127	107.1%
売上比	1.5%	1.5%	0.0pt	-
アウトレット等	20,758	21,746	988	104.8%
売上比	17.4%	17.2%	▲ 0.2pt	-

既存店 前年同期比

	売上高	客数	客単価
小売＋ネット通販	105.5%	100.1%	106.2%
小売	106.3%	100.3%	106.0%
ネット通販	103.9%	99.8%	106.8%

単体 売上高 事業別

単位：百万円

	FY23/3	FY24/3	増減	前期比
ビジネスユニット計	98,790	104,709	5,919	106.0%
トレンドマーケット	65,063	70,039	4,976	107.6%
ミッド・トレンドマーケット	33,726	34,670	943	102.8%

既存店売上高 前期比

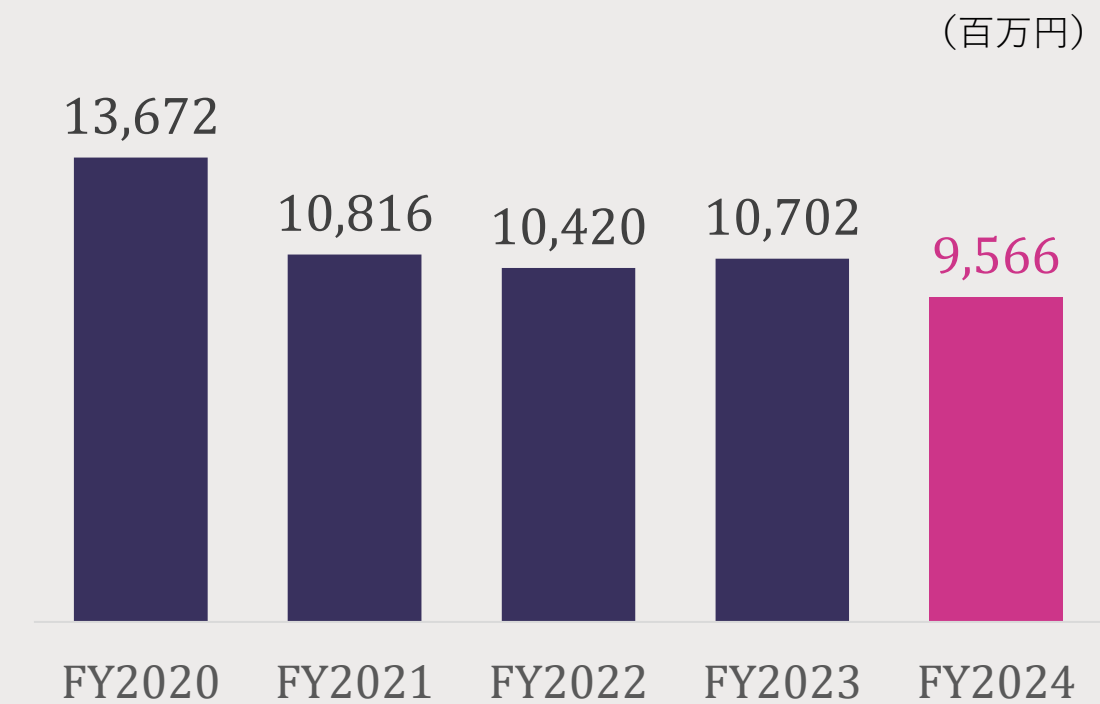
	小売+ネット 通販	小売	ネット通販
トレンドマーケット	108.3%	108.6%	107.7%
ミッド・トレンドマーケット	100.1%	101.5%	97.8%

グループ会社の概況

(株)コーエン 2月-1月

減収減益

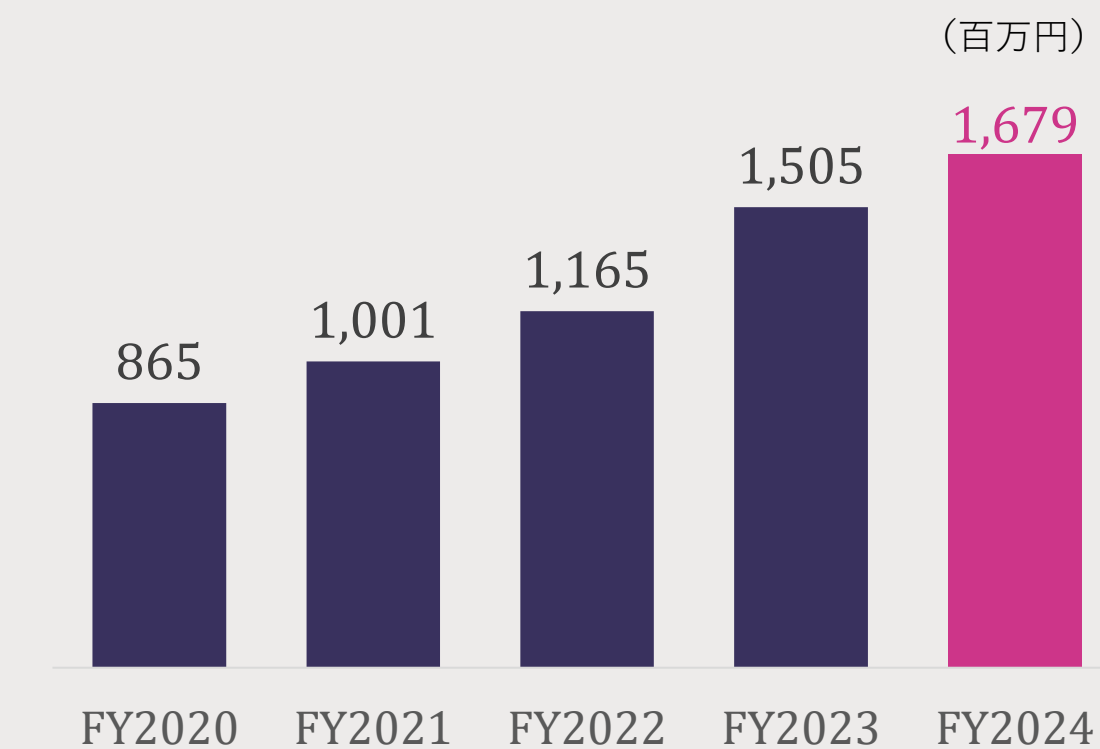
- 売上高 95億円 前期比 89.4%
- 売上高、売上総利益率とも前年を下回り、販管費抑制を図るものの減収減益
- MDの修正、適正在庫の調達により進行期は改善傾向



UNITED ARROWS TAIWAN LTD. 2月-1月

増収増益

- 売上高 16億円 前期比 111.6%
- 期間限定店舗などの取り組みで販管費が増加したものの、売上総利益率の改善が進み、前年から黒字幅を拡大



出退店

	FY23期末 店舗数	出店	退店	FY24期末 店舗数
グループ合計	298	12	9	301
(株) ユナイテッドアローズ	215	11	5	221
(株) コーエン	75	0	4	71
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	8	1	0	9

2024/3期 主要指標

年間配当金

55.00 円

配当性向

31.4%

DOE

4.3%

ROE

14.2%

前期比

+0.6pt

たな卸資産回転率

6.3 回

前期比

±0.0回

店舗数

出店 12 退店 9

期末店舗数 301

前年差 +3 店舗

2

2025/3期

業績計画

連結 業績計画

単位：百万円

売上高 **1,500**億円（前期比 111.7%）

売上総利益率 **52.5%**（前期差 0.8pt）

営業利益 **73**億円 売上比 4.9%
（前期比 108.3%、前期差 -0.2pt）

経常利益 **79**億円 売上比 5.3%
（前期比 106.7% 前期差 -0.3pt）

当期純利益 **41**億円 売上比 2.8%
（前期比 85.0% 前期差 -0.9pt）

年間配当金 **55**円（中間17円 期末38円）

配当性向 **36.6%**

	FY24/3 実績	FY25/3 計画	前期比 増減/売上比pt差	
売上高	134,269	150,000	15,730	111.7%
売上総利益	69,462	78,790	9,327	113.4%
売上比	51.7%	52.5%	0.8pt	—
販売費及び一般管理費	62,722	71,490	8,767	114.0%
売上比	46.7%	47.7%	0.9pt	—
営業利益	6,740	7,300	559	108.3%
売上比	5.0%	4.9%	▲ 0.2pt	—
営業外損益	746	685	▲ 61	91.7%
売上比	0.6%	0.5%	▲ 0.1pt	—
経常利益	7,486	7,985	498	106.7%
売上比	5.6%	5.3%	▲ 0.3pt	—
特別損益	▲ 331	▲ 1,157	▲ 825	—
売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	4,876	4,145	▲ 731	85.0%
売上比	3.6%	2.8%	▲ 0.9pt	—

売上総利益率 計画

	FY25/3 1H	前年同期比	FY25/3 2H	前年同期比	FY25/3 通期	前期比
連結	53.0%	0.6pt	52.1%	1.0pt	52.5%	0.8pt
(株)UA	52.8%	0.7pt	51.8%	0.8pt	52.2%	0.8pt
ビジネスユニット計	-	0.6pt	-	0.6pt	-	0.6pt
アウトレット他	-	1.6pt	-	0.9pt	-	1.2pt
(株)コーエン	-	0.3pt	-	2.5pt	-	1.4pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	▲ 0.0pt	-	▲ 0.6pt	-	▲ 0.3pt

単体 売上計画

単位：百万円

	FY25/3 1H	前年同期比	FY25/3 2H	前年同期比	FY25/3 通期	前期比
単体売上高	60,405	108.4%	76,527	112.6%	136,933	110.7%
小売+ネット通販 既存店	-	109.6%	-	109.8%	-	109.7%
小売 既存店	-	106.0%	-	106.7%	-	106.4%
通販 既存店	-	117.3%	-	116.1%	-	116.6%

出退店計画

	FY24期末 店舗数	出店	退店	FY25期末 店舗数 (予想)
グループ合計	301	30	4	327
(株) ユナイテッドアローズ	221	17	2	236
(株) コーエン	71	10	2	79
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	9	3	0	12

UAクラブへの移行に伴う財務への影響について

UAクラブへの移行時に会員様が保有していた旧ポイントをマイルに変換

還元率の違いから、変換後のマイルを旧ポイントに換算すると金額が増加

増加分の今後の使用を想定し、将来値引の引き当てとして一部を販促費で2024/3期2Qに一括計上

増加付与分は2023年9月以降、売上値引として計上

財務への影響度

2024/3期 実績

売上高前年比 通期 **-0.9pt**、4Q **-1.0pt**

売上総利益率 通期 **-0.1pt**、4Q **-0.1pt**

販売管理費 2Qに宣伝費として**3.9億円**計上

2025/3期 予想

前制度との還元率の差による売上高前年比に対するマイナス影響を4月～7月まで**-1.0pt**程度、下期は上記要因にマイナスの反動を**+0.8pt**程度を織り込む

3

サステナビリティの取り組み報告

「MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数」構成銘柄に初選定（2024年3月）

上記に伴いGPIFの6つのESG指数^(※)のうち4つに組み入れ^(※：国内株式対象指数)

- 米国のMSCI社が提供するESG投資インデックス「MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数」の構成銘柄に初認定
- 同指数はGPIF（年金積立金管理運用独立行政法人）が採用している国内株式の6つのESG指数の1つ
- 今回の選定により、当社はこれらのうちの4つに組み入れられる
(MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数、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)

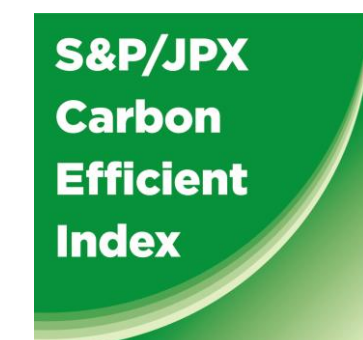
2024 CONSTITUENT MSCI日本株
ESGセレクト・リーダーズ指数



FTSE Blossom
Japan Index



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index



参考：「MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数」について

<https://www.msci.com/our-solutions/indexes/nihonkabu-esg-select-leaders-index>

当社のMSCI指数への組み入れ、およびMSCIのロゴ、商標、サービスマーク、指数名の使用は、MSCIまたはその関連会社による当社の後援、保証、販促には該当しません。

MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCIならびにMSCI指数の名称およびロゴはMSCIまたはその関連会社の商標またはサービスマークです。

4

中期経営計画の進捗報告

2025/3期からの組織体制について

2025/3期からの組織体制について

2022年4月～

事業別組織 ⇒ 機能別組織

目的	コロナ禍における守備固め、トップダウン型経営へのシフト
期待した効果	事業縦割り組織による弊害の解消 ・ 事業本部に最適化された業務の非効率性を改善 ・ 事業間のナレッジ共有による商品・販売・宣伝機能の強化 ・ 体制が固まるまでの時限措置として実施

2024年4月～

機能別組織 ⇒ 事業別組織

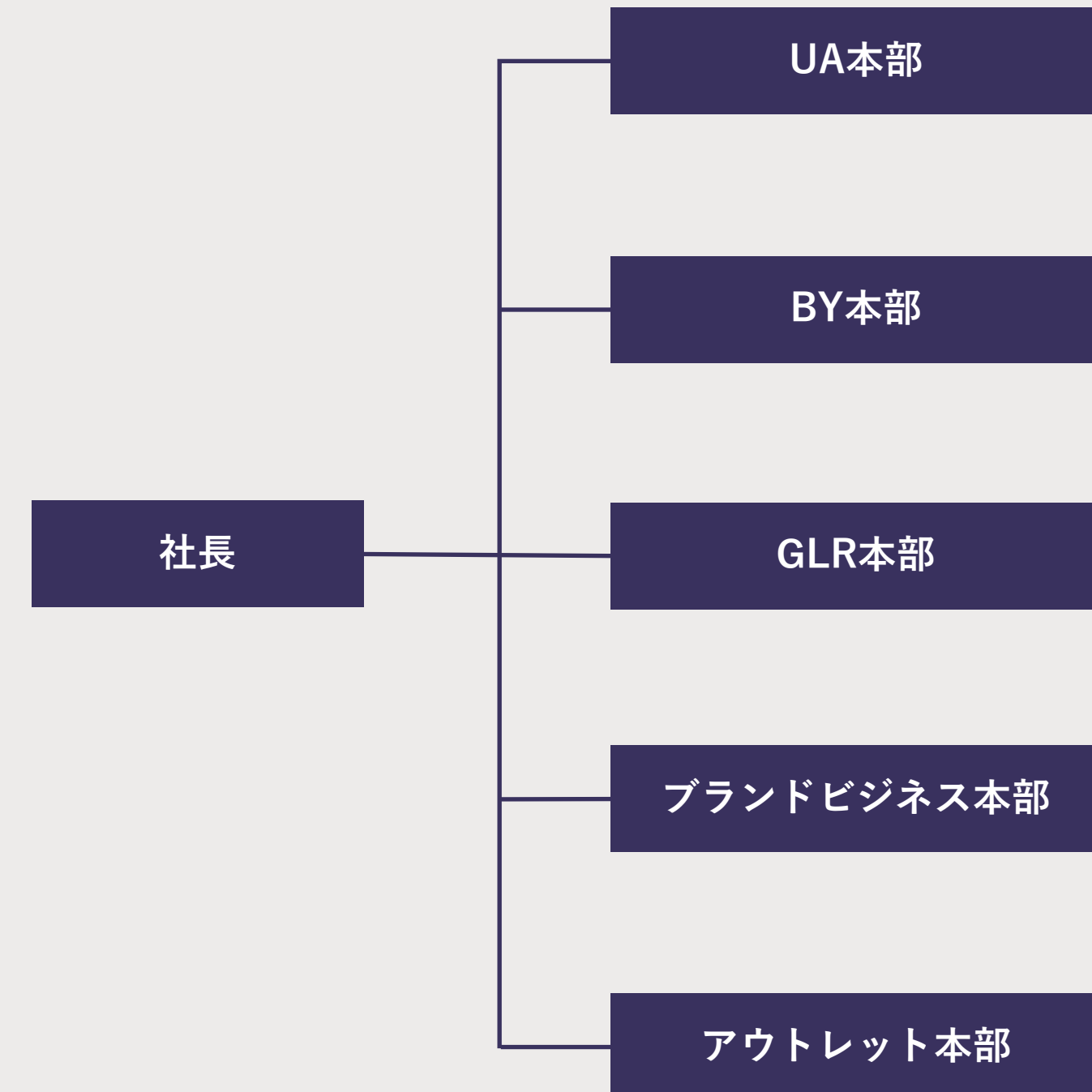
得られた成果	生産性の向上（販管費比率の低下） 事業間の人事異動、店舗連携など、事業の枠を超えた活動
今後	「事業別組織」への再移行 ・ 得られた成果を活かす形で事業別組織体制へ再移行

2025/3期からの組織体制について

事業別組織への再移行で、攻めの経営体制へ

- 事業本部をUA本部、BY本部、GLR本部、ブランドビジネス本部、アウトレット本部に再編
- 各本部長を業績責任を持ち事業戦略を遂行する準経営職としてヴァイス プレジデントに任命
- 機能別組織で培った事業間連携の知見を活かし、各事業の成長を図る

**事業特性を活かせる組織体制に戻し、
中期経営計画の目標を達成する**



2024/3期の主な取り組み実績

中期経営計画 進捗評価

主要戦略	戦略詳細		評価	進捗
1. UA CREATIVITY 戦略	既存事業の成長拡大	トップラインの成長	△	期初計画の未達
		売上総利益率の向上	△	前年改善するも期初計画未達
	ブランド力の強化	人的資本への投資拡大	○	各種エンゲージメント指標の向上
		企業ブランドのリブランディング	-	予定通り進捗
	コーエンの再成長		×	改善の兆し見えるものの、減収減益
2. UA MULTI 戦略	業容拡大に向けた事業開発		○	新規事業準備等、予定通り進捗
	グローバル拡大		○	中国ポップアップ他、予定通り進捗
3. UA DIGITAL 戦略	OMOの推進		○	UAクラブ稼働開始他、予定通り進捗
	サプライチェーンの最適化		○	予定通り進捗

1. UA CREATIVITY 戦略

[既存事業の成長拡大]

販売活動のDX化

- 実店舗の接客力をデジタル化して売上拡大
スタイリング、ブログ、ムービーの投稿

スタイリング投稿人数*

スタイリング投稿件数

約**1,000**名

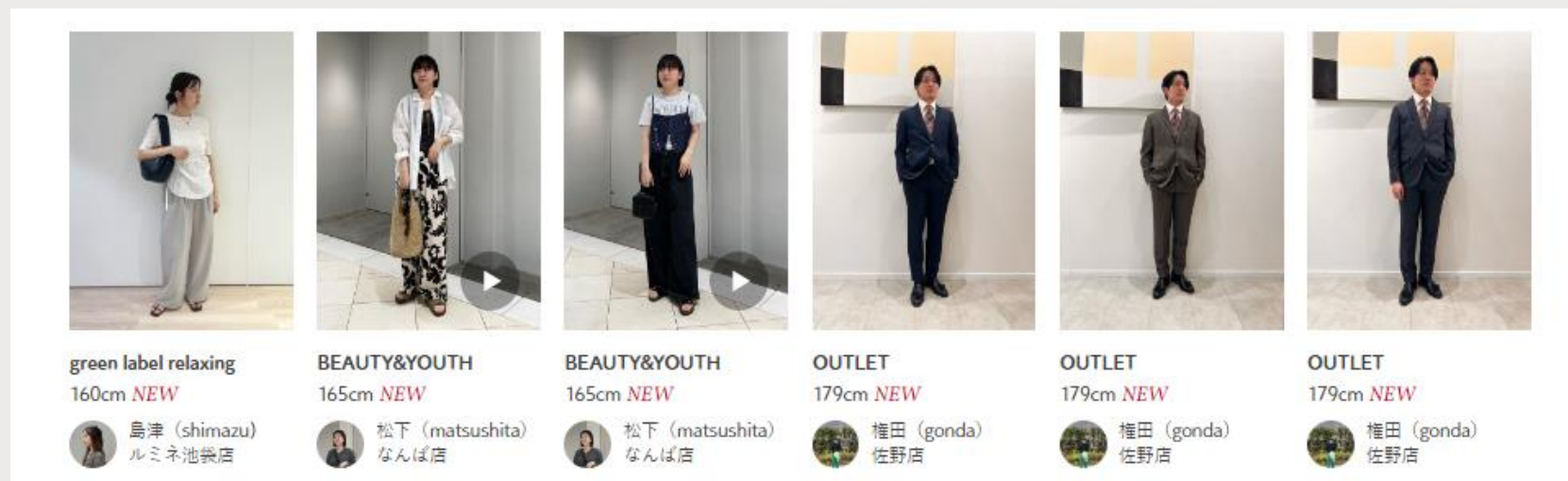
約**11**万件

*経常的に投稿している人数

投稿経由 自社EC売上 (自社EC内アウトレット売上含む)

95.2億円

(前年比 132%、アウトレット含む自社EC売上高の約70%)



UAオンライン スタイリングページより

新規出店、改装の実施によるロイヤリティ向上

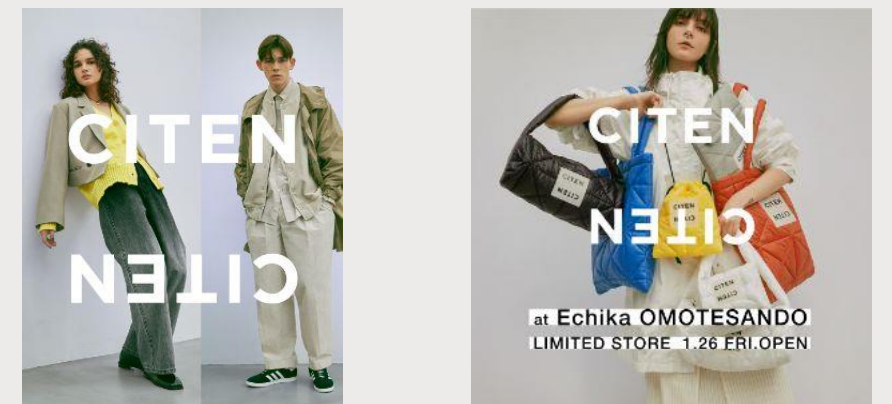
- 連結 新規出店 **12**店舗、移転・改装店舗 **7**店舗、期末店舗数 **301**店舗



写真左より、UA 麻布台ヒルズウィメンズストア、GLR 立川店、GLR 越谷レイクタウン店

CITENの成長

- 実店舗 **9**店舗 (期間限定 3店舗含む) + ネット通販に拡大
- 事業開始後2年半で**12**億円規模に成長



写真左より、CITEN 2024春夏イメージビジュアル、Echika表参道リミテッドストア オープニングビジュアル

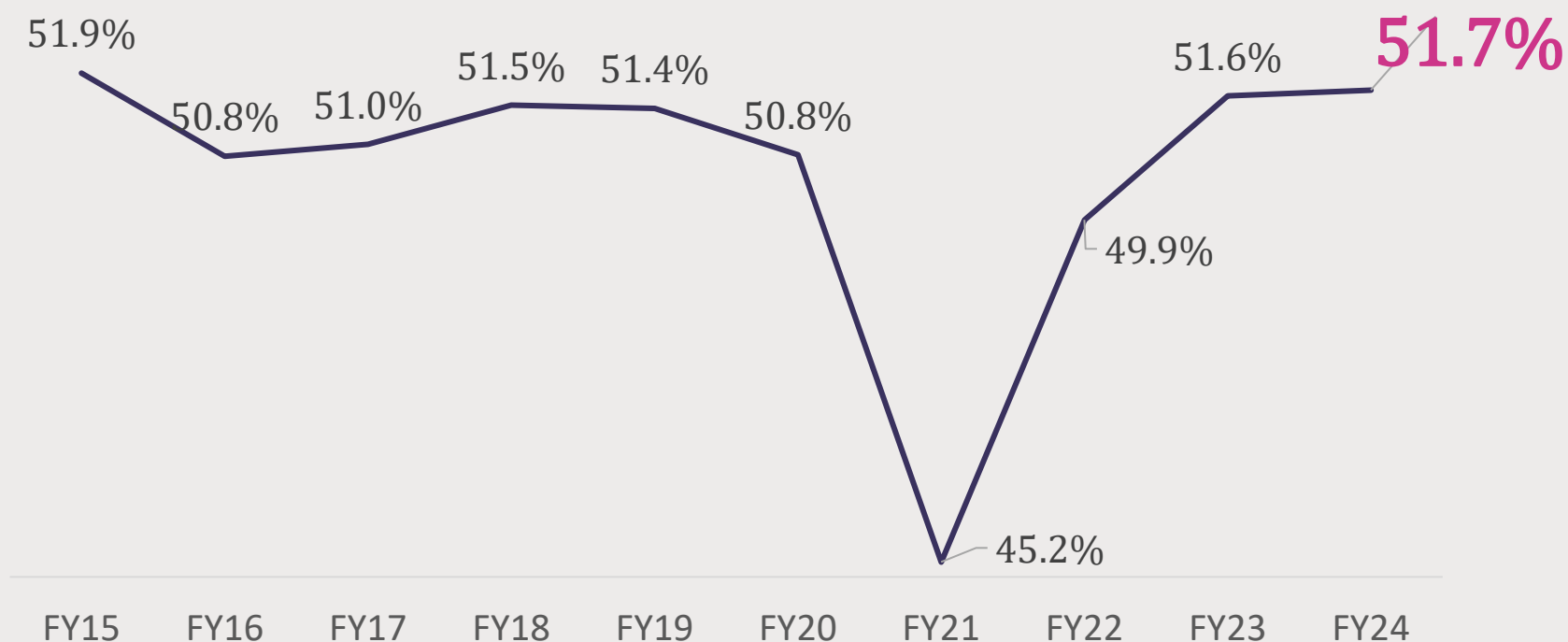
1. UA CREATIVITY 戦略

[既存事業の成長拡大]

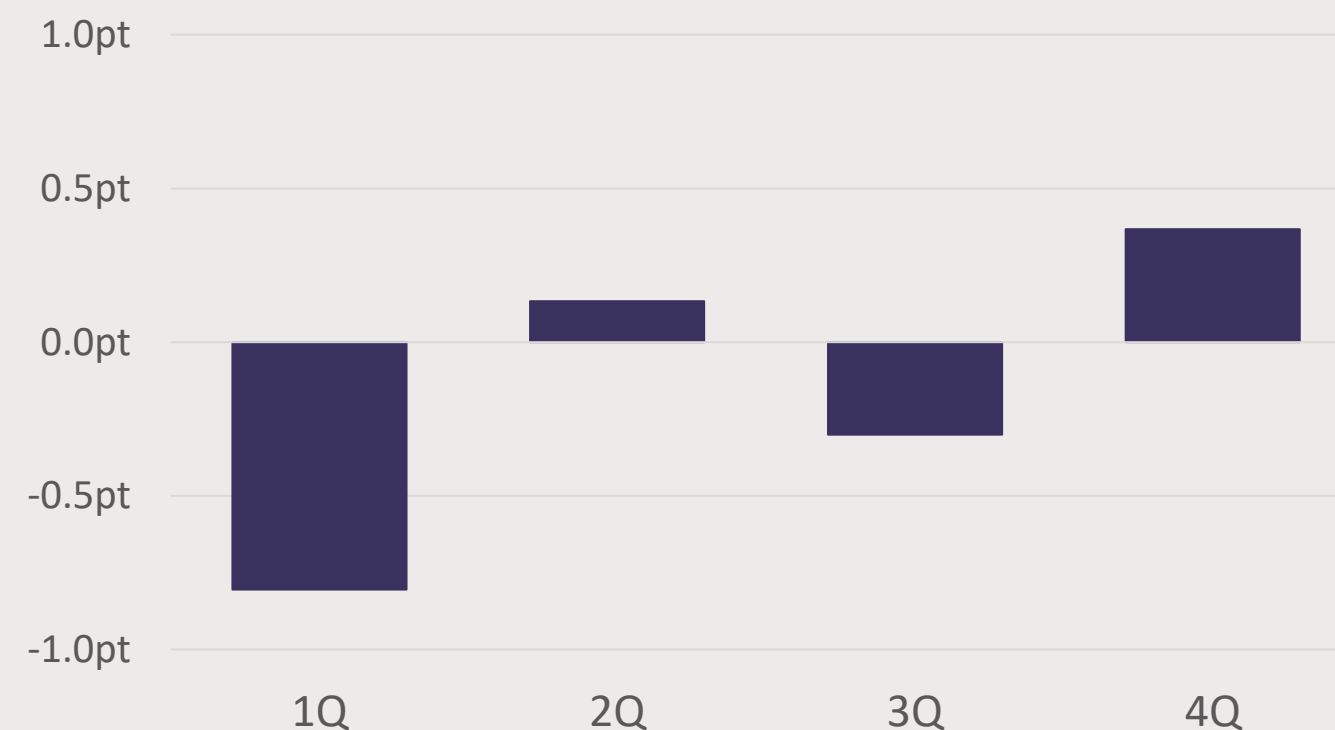
売上総利益率の向上

- FY24 連結売上総利益率 **51.7%** (前年差+**0.1pt**)、
UAクラブへの移行に伴う一時的要因を除くと51.9%相当、以前の会計基準で算出すると52.7%相当
- 単体レギュラー事業 売上総利益率は4Qから改善傾向

連結売上総利益率 推移



FY24 単体 ビジネスユニット売上総利益率 前年差



1. UA CREATIVITY 戦略

[ブランド力の強化]

人的資本への投資拡大

- ・ 教育機会の拡充
ビジネススクール派遣、DX関連研修、
キャリア開発支援、コーチング研修の実施
- ・ 昇格枠の拡大、賞与水準上昇による給与水準の回復
- ・ 上記取り組みによる各種スコアの改善

エンゲージメントスコア

74.5%
(4.5pt改善)

eNPS

-42.0
(16.4pt改善)

離職率

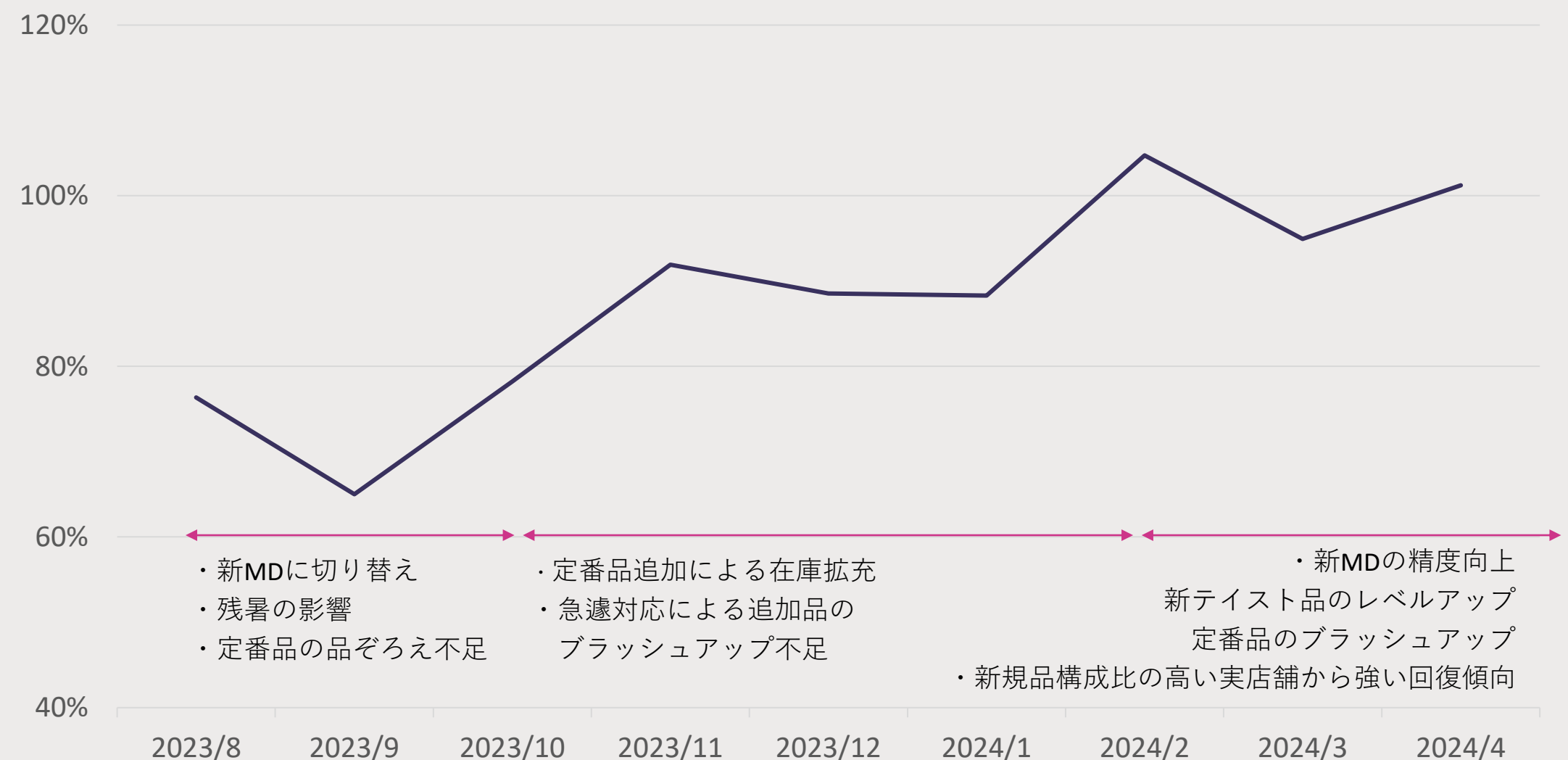
10.0%
(5.0pt改善)

[コーエンの再成長]

秋冬は苦戦が続くものの、春夏から回復傾向

- ・ リブランディングに伴うMD変更の実施（2023年秋冬～）
- ・ 強固な商品・販売・宣伝活動が行える社内体制の整備

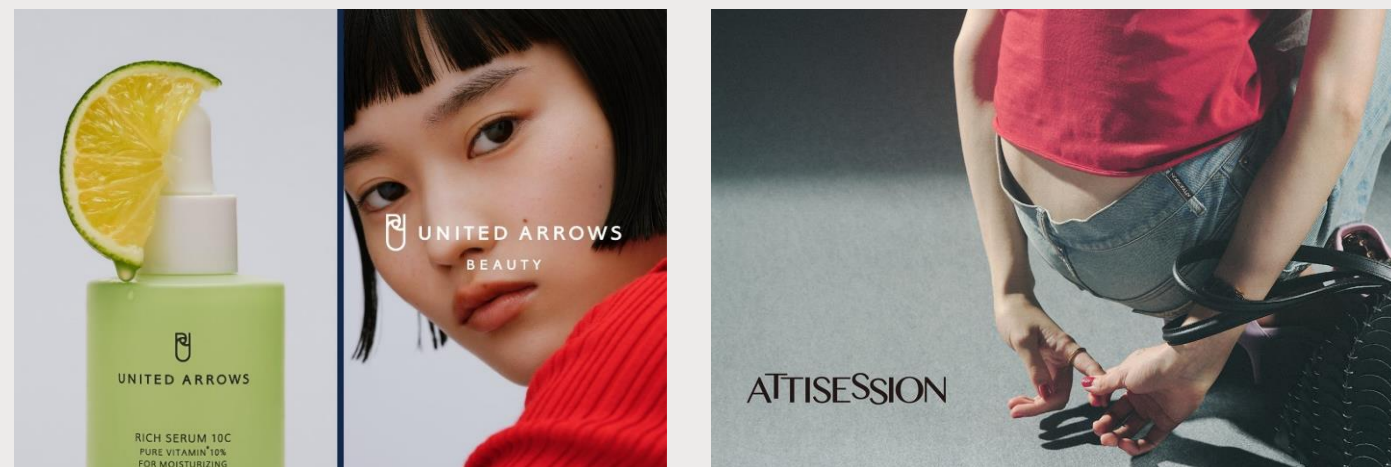
(株)コーエン 売上前年比推移



2. UA MULTI 戦略

業容拡大に向けた事業開発

- UNITED ARROWS BEAUTYの販売開始
- 新規事業の開発準備
ATTISESSION、conteほか、複数事業を検討



写真左よりUNITED ARROWS BEAUTY、ATTISESSION イメージビジュアル

グローバル拡大

- 中国本土のポップストア展開
上海 2023年5月-7月
北京 2023年9月-11月
中国市場に適した商品構成のマーケティング

3. UA DIGITAL 戦略

OMOの推進

- 2023年8月 新会員制度「UAクラブ」の開始

アクティブ会員数

137万名
(前年比 104.8%)

会員売上構成比

53.8%
(前年差 1.8pt)

会員売上前年比

107.2%

F2以上の会員比率*

49.2%
(前年差 0.6pt)

*年2回以上お買い上げいただく会員様の比率

サプライチェーンの最適化

- UA3.0（新商品管理基幹システム）の開発
要件定義を終え、開発フェーズに入る
- 物流センターの再編
常総センターを稼働し、流山、柏の葉の主要3拠点化

2025/3期 主な取り組み

1. UA CREATIVITY 戦略

[既存事業の成長拡大]

販売活動のDX化

- ・ 投稿数増加に向けた施策を実施

新規出店の本格的な再開

- ・ 新規出店 **30** 店舗、期末店舗数 **327** 店舗

前期末から**26**店舗の純増見込み

GLRの回復

- ・ 商品面の改善
- ・ 強力なプロモーションの実施



「グリーンレーベルの結論」広告ビジュアル

売上総利益率の向上

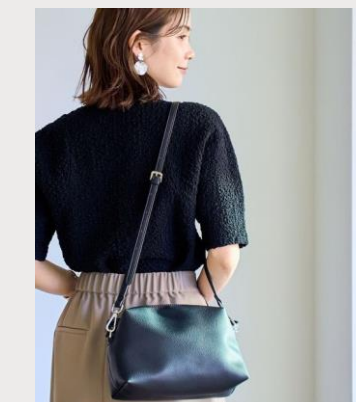
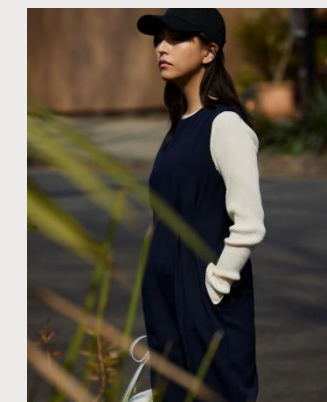
- ・ 為替水準に対応した価格設定
- ・ 心理的アプローチも含めた緻密な価格設定
2024年春夏セールから段階的に導入、来期以降に本格展開

人的資本への投資拡大

- ・ 賃上げの実施（ベースアップ、昇給・昇格含み 5%）
- ・ 働き方の多様化に向けた雇用形態の柔軟化

コーエンの再成長

- ・ 実店舗出店の再開 新規出店 10店舗、期末店舗数 79店舗
- ・ カジュアル嗜好のキレイ目レーベル「RONEL」の展開開始



RONEL by coen 商品写真

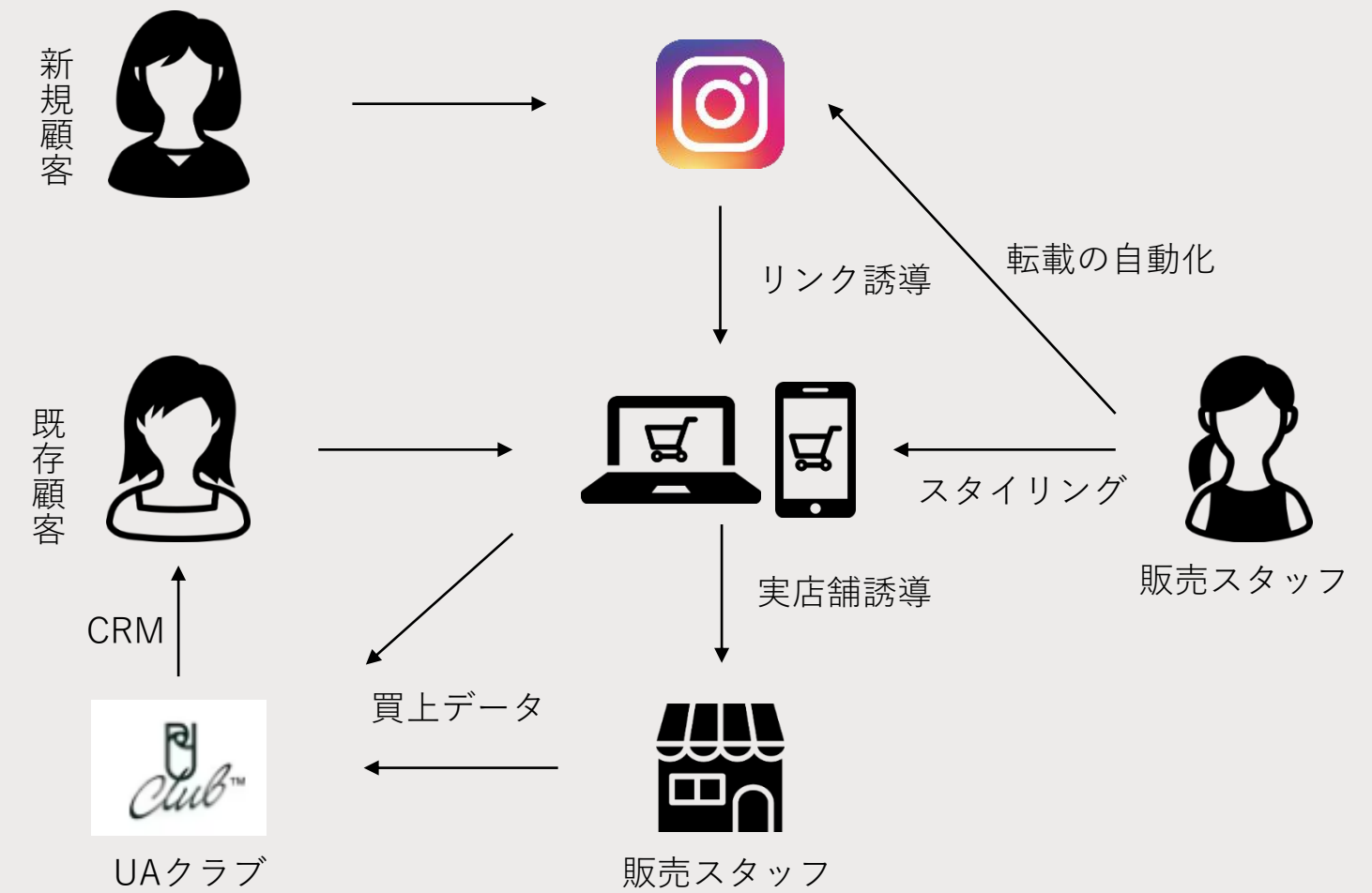
販売活動のDX化について

**目的：実店舗が持つ接客販売力をデジタル化し、販売員のファンづくりを促進
当社との接触機会、接触時間を拡大させる**

- 販売員の個性を活かした販売活動を行い、所属事業、店舗の枠を超えた売上貢献
- 自社ECサイトだけでなく、実店舗への誘導にも寄与

今後の取り組み

- 投稿スタッフ数、投稿数の増加
実店舗出店拡大、採用強化でスタッフの母数を上げる
- 特定アイテムへの偏りのないアイテム投稿
システムのサポートにより投稿アイテムが集中しないよう制御
スタッフ特性と顧客ニーズを掛合せ、幅広い商品を万遍なく投稿
- 新規顧客開拓
自社EC投稿画像のInstagramへの転載を自動化
顧客接点拡大のため、Instagram→自社ECへのリンクで新規顧客を開拓
- 既存顧客の売上拡大
実店舗、自社ECの購買実績に基づいたCRMプログラムの稼働（UAクラブ）
ライフタイムバリュー（顧客生涯価値）の向上



中期経営計画 最終年度 自社EC売上目標

180～190億円

(前期実績の154～163%)

2. UA MULTI 戦略（新規開発）

業容拡大に向けた事業開発

- 新規事業のスタート
ATTISESSION、conte
他、年度内に1ブランドを開始予定
- ライフスタイル部の新設
本格的なライフスタイル事業に向けた専門組織設立
海外富裕層に向けた取り組みを実施
- オーガニック成長+M&Aも含めた展開を検討中

グローバル拡大

- 中国本土への直営店出店（2025年春予定）
- タイのフランチャイズ出店
バンコクの高感度商業施設「エムスフィア」に出店
今後も台湾、中国以外のエリアも可能性があれば検討

3. UA DIGITAL戦略（利便性・効率化）

OMOの推進

- UAクラブの機能向上
より使いやすい仕組みにブラッシュアップ
- UAオンラインアプリのリニューアル
ユーザーインターフェース、動作スピードの改善に向けて
段階的にバージョンアップ、買上率の向上を目指す
- 自社ECサイトの機能向上
ex) ネットで取り置き、お店で決済 サービス（2024年3月スタート）
その他、自社ECサイトの機能改善について、IR noteで開示中
https://note.com/unitedarrows_ir/n/n943d602d73ec

サプライチェーンの最適化

- UA3.0の開発を継続
2026年3月期中の稼働開始を目指す

高感度な現代女性に向けたウィメンズブランド「conte（コンテ）」開始

主要ブランドと異なるテイスト軸で顧客層を開拓

- ターゲット層の中心は40代の働く自立した女性
- トラッド、コンサバティブとは一線を画す「ナチュラルモード」テイスト軸
- 複数のブランドディレクター経験を持つ、辺見えみりさんをディレクターに起用
- 2024年9月にECサイトで販売を開始するとともに東京都内に2店舗を出店予定



高感度な現代女性に向けたウィメンズブランド「conte（コンテ）」開始

オリジナル企画商品を中心とした商品構成

- オリジナル企画商品：仕入商品＝85：15を想定
- 主な商品、価格帯（2024年秋冬）

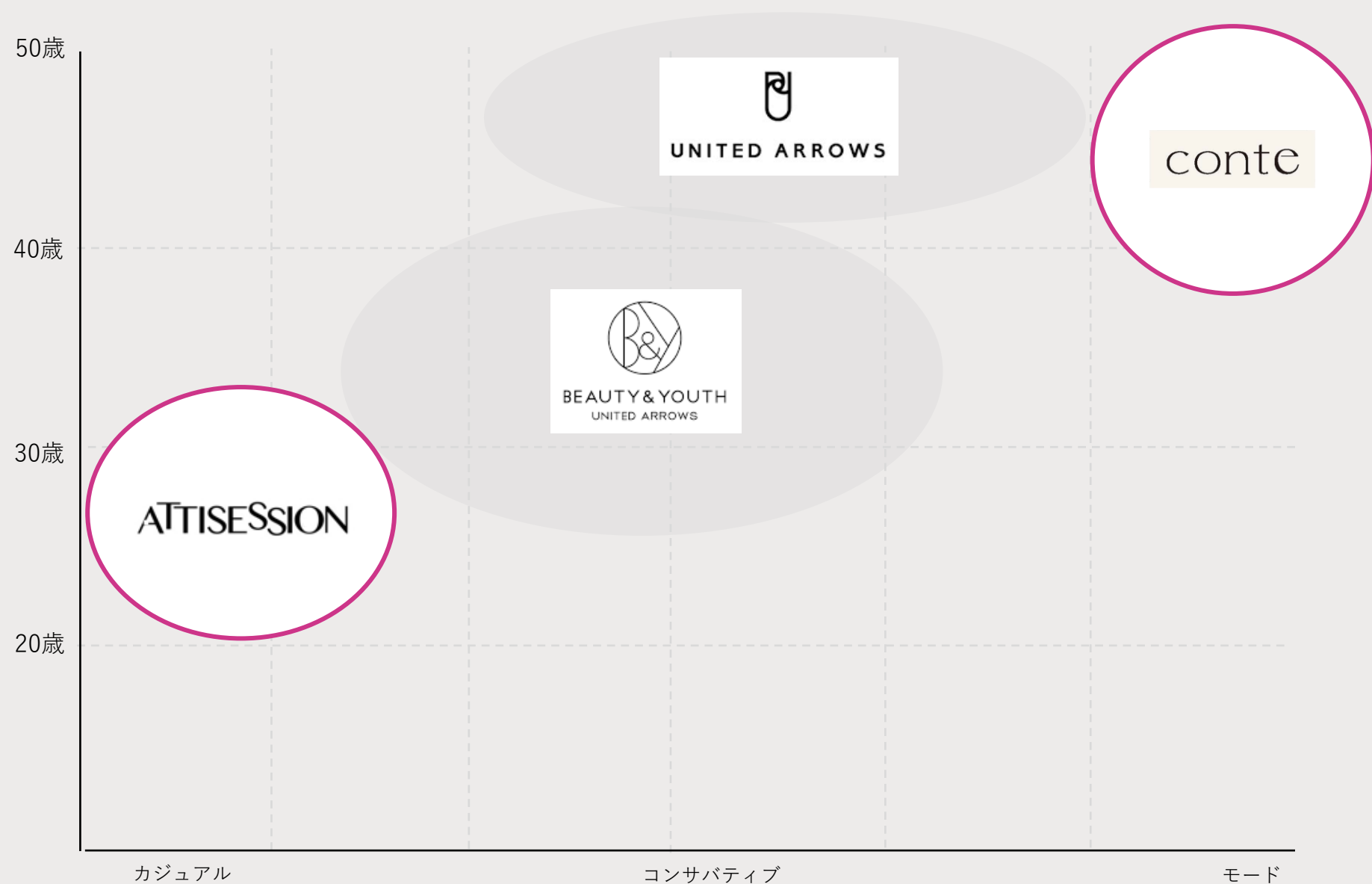
コート	¥70,000～¥150,000	パンツ	¥20,000～¥50,000	ワンピース	¥30,000～¥60,000	シャツ	¥20,000～¥40,000
ジャケット	¥45,000～¥60,000	スカート	¥20,000～¥50,000	ニット	¥20,000～¥40,000	Tシャツ	¥10,000～¥30,000



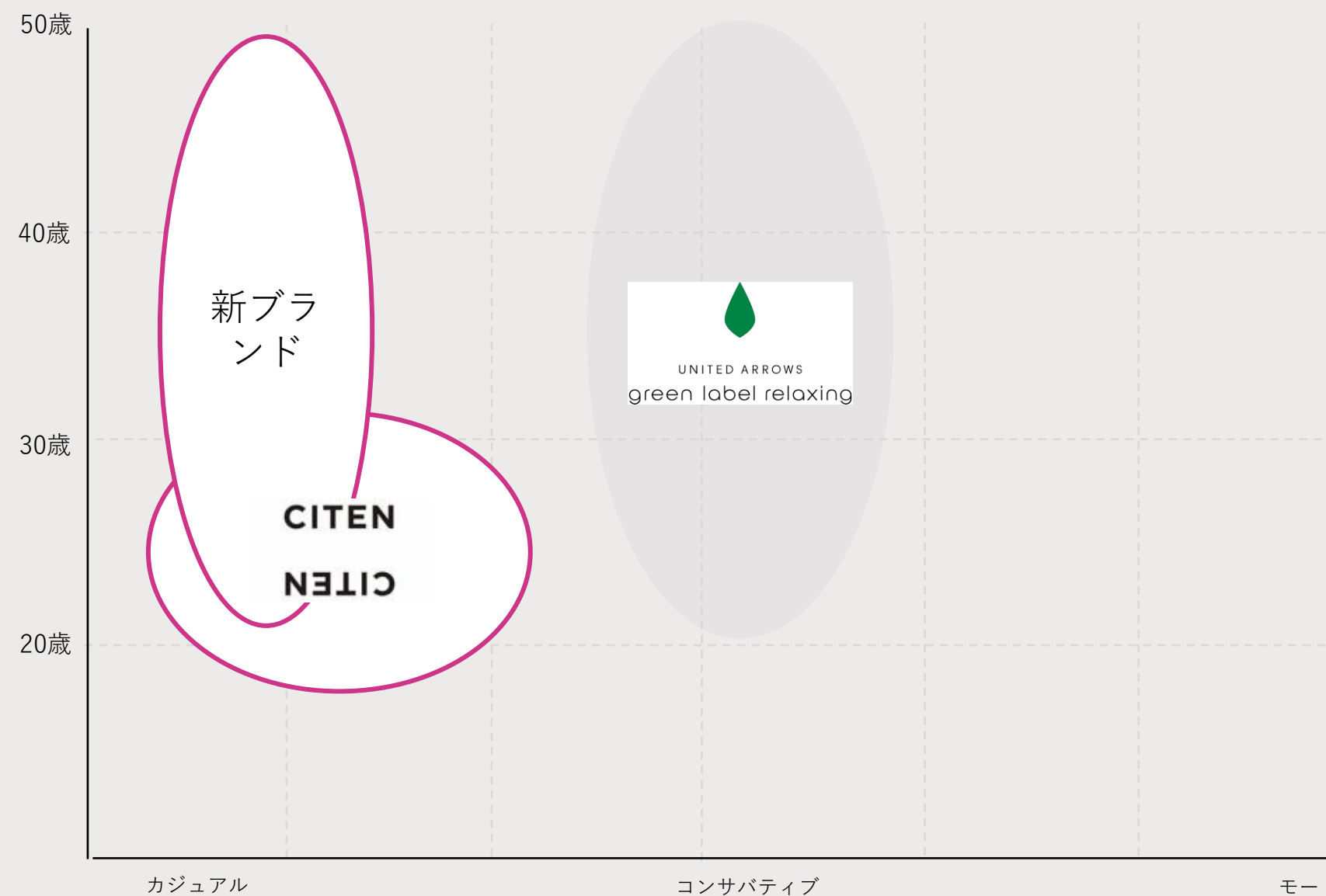
新規事業の方向性

新規事業の目的は、長期ビジョン達成に向けた課題の解決（年齢軸・テイスト軸）

トレンドマーケット

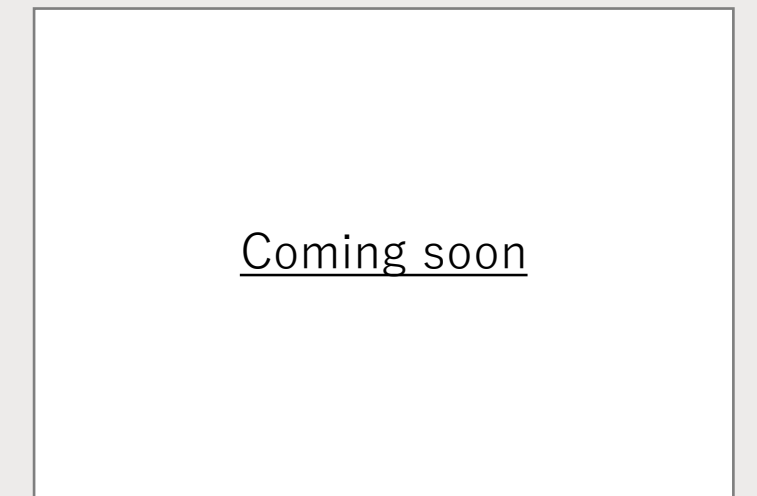


ミッド・トレンドマーケット



新規事業の想定売上規模

ブランド	CITEN	ATTISESSION	conte	新ブランド
開始時期	2021年秋	2024年春	2024年秋	2025年春
マーケット	ミッド・トレンドマーケット	トレンドマーケット	トレンドマーケット	ミッド・トレンドマーケット
目的	年齢軸の拡大 (20代中盤～30代前半 男女)	年齢軸の拡大 (20代～30代前半 女性)	テイスト軸の拡大 (トレンドマーケット内 モード)	テイスト軸の拡大 (ミッド・トレンドマーケット内 カジュアル)
想定規模	50億円	30億円	50億円	100億円



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



- ・ 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



- ・ 業容拡大に向けた事業開発
- ・ グローバル拡大



- ・ OMOの推進
- ・ サプライチェーンの最適化

5

参考資料

2024/3期 連結PL (4Q 3か月)

単位：百万円

	FY23/3 4Q	FY24/3 4Q	増減/pt差	前年同期比
売上高	34,042	34,564	522	101.5%
売上総利益	16,543	16,883	339	102.1%
売上比	48.6%	48.8%	0.2pt	—
販売費及び一般管理費	16,569	15,960	▲ 608	96.3%
売上比	48.7%	46.2%	▲ 2.5pt	—
営業利益	▲ 25	923	948	—
売上比	—	2.7%	—	—
営業外損益	194	204	9	105.1%
売上比	0.6%	0.6%	0.0pt	—
経常利益	169	1,127	958	665.8%
売上比	0.5%	3.3%	2.8pt	—
特別損益	▲ 53	▲ 160	▲ 106	—
売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	1	622	621	41484.5%
売上比	0.0%	1.8%	1.8pt	—

2024/3期 連結PL 計画比

単位：百万円

	FY24/3 計画	FY24/3 実績	計画比 増減/売上比pt差	
売上高	138,300	134,269	▲ 4,030	97.1%
売上総利益	72,100	69,462	▲ 2,637	96.3%
売上比	52.1%	51.7%	▲ 0.4pt	—
販売費及び一般管理費	65,100	62,722	▲ 2,377	96.3%
売上比	47.1%	46.7%	▲ 0.4pt	—
営業利益	7,000	6,740	▲ 259	96.3%
売上比	5.1%	5.0%	▲ 0.0pt	—
営業外損益	420	746	326	177.8%
売上比	0.3%	0.6%	0.3pt	—
経常利益	7,420	7,486	66	100.9%
売上比	5.4%	5.6%	0.2pt	—
特別損益	▲ 370	▲ 331	38	—
売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	4,830	4,876	46	101.0%
売上比	3.5%	3.6%	0.1pt	—

(株)ユニテッドアローズ 小売出退店

	FY23期末 店舗数	出店	退店	FY24期末 店舗数
(株) ユニテッドアローズ合計	215	11	5	221
トレンドマーケット計	104	3	4	103
ユニテッドアローズ総合店	14	0	0	14
ユニテッドアローズ	24	2	1	25
ビューティ&ユース	37	1	2	36
その他	29	0	1	28
ミッド・トレンドマーケット計	85	7	1	91
グリーンレーベル リラクシング	84	2	1	85
その他	1	5	0	6
アウトレット	26	1	0	27

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 *1	グランフロント大阪 (大阪府大阪市)
7月	退店	ディストリクト ユナイテッドアローズ	路面店 (東京都渋谷区)
	退店	ビューティー&ユース ユナイテッドアローズ 心斎橋店	路面店 (大阪府大阪市)
8月	新規出店	シテン ユナイテッドアローズ 富士見店	ららぽーと富士見 (埼玉県富士見市)
9月	新規出店	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)
11月	新規出店	ユナイテッドアローズ 麻布台ヒルズ ウィメンズストア	麻布台ヒルズ (東京都港区)
2月	退店	ユナイテッドアローズ 新潟店 *2	万代シテイビルボードプレイス(新潟県新潟市)
	退店	ビューティー&ユース ユナイテッドアローズ 新潟店 *2	万代シテイビルボードプレイス(新潟県新潟市)
3月	新規出店	ユナイテッドアローズ アミュプラザ博多 ウィメンズストア	アミュプラザ博多 (福岡県福岡市)
	新規出店	ビューティー&ユース ユナイテッドアローズ 武蔵小杉店	グランツリー武蔵小杉 (神奈川県川崎市)
	新規出店	シテン ユナイテッドアローズ 新宿ストア	ルミネ新宿 (東京都新宿区)

*1 グリーンレーベル リラクシング グランフロント大阪店は改装に伴いキッズ商品の取り扱いを終了したため、出店実績の管理上、退店および新規出店扱いとしています。

*2 ユナイテッドアローズ 新潟店とビューティー&ユース ユナイテッドアローズ 新潟店は統合し、2024年4月ユナイテッドアローズ総合店としてオープンいたしました。出店実績の管理上、両店舗ともに退店扱いとしています。

(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)
7月	退店	ジョイナステラス二俣川店	ジョイナステラス (神奈川県横浜市)
8月	退店	ジェネラルストア 札幌エスタ店	札幌エスタ (北海道札幌市)
1月	退店	グランドストア アミュプラザ小倉店	アミュプラザ小倉 (福岡県北九州市)

UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

	出退店	店名	商業施設・住所
9月	新規出店	coen 遠東SOGO忠孝館	遠東SOGO 台北忠孝館 (台湾台北市)