

株式会社ユニテッドアローズ 2025 年 3 月期 通期 決算説明会 質疑応答集

この質疑応答集は報道機関向け、アナリスト・機関投資家向け決算説明会にて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問をまとめたものです。理解促進のために一部内容の加筆修正を行っております。

Q: FY26/3 上期の単体売上総利益率予想が前年から横ばいの理由は？

A: 春夏商品は軽衣料など単価が低いものが多く、値上げによる原価率の抑制余地が小さくなる傾向があるため、ビジネスユニットの改善幅を保守的に見えています。アウトレットについては過年度在庫の消化促進の影響で売上総利益率の低下を見込んでおり、単体合計での上期の売上総利益率は前年水準となる計画です。

Q: (株)コーエンの粗利率改善の見通しは？

A: FY25/3 は商品評価損の拡大によって売上総利益率が毀損しており、FY26/3 はその反動増があります。FY25/3 4Q に不良在庫の特別評価損を計上して期末在庫水準を下げたことで FY26/3 の商品評価損の拡大リスクを抑えているのに加え、新規の在庫調達量を抑制しながら売上を取る戦略を取っており、セール比率の低下による改善を見込んでいます。

Q: 販管費の主な増加要因は？

A: 連結ベースで前年から 78 億円増(111.1%)、販管費率は 0.6pt 上昇の計画ですが、ここには新年度から本格展開を開始する上海子会社の販管費が大きく増加する影響も含まれます。単体ではベースアップや人員増に伴う人件費の増、広告宣伝強化に伴う宣伝販促費の増、出店やシステム投資に伴う減価償却費の増などが含まれ販管費率が上がる見通しですが、(株)コーエンは若干の減、台湾子会社は前年同水準で見えています。

Q: 販管費の上期の伸びが大きい理由は？

A: FY25/3 は 4Q にオフィス移転コスト 1.7 億円、単体の計画達成賞与 2.8 億円などの一時コストが含まれておりますが、FY26/3 はそれが除外されるため、下期の伸びが抑制されています。加えて FY25/3 は上期に 1 回、下期に 2 回実施したGLRの結論プロモーションが FY26/3 は上期 2 回、下期 1 回の計画になっていること、FY25/3 は下期に 2 回実施した企業イメージ広告が FY26/3 は上期 1 回、下期 1 回の計画になっていることなどが上下のズレの要因となっています。

Q: 新商品管理基幹システム(UA3.0)の効果はいつから出るのか？

A: 4 月に切り替えを行った直後は在庫情報の不一致などの不具合があったものの、段階的に修正対応をしています。新システムのオペレーションに習熟し、期待効果が大きく発揮されるのは

下半期あたりからになると想定しています。

Q: 改装店舗の実績説明があったが、これまでの改装との違い、改装基準のようなものはあるのか？

A: 経過年数等での明確な改装基準は設定せず、店舗の老朽化度合い、周辺環境の変化なども踏まえて随時改装の判断をしています。前期は UA 丸の内、UA 二子玉川などにおいて高級感を重視した改装を行っており、より付加価値の高い商品の販売ができる環境に整えました。今後もブランド力向上を重視した改装を行っていく方針です。

Q: 中国での売上好調の理由は？

A: 前期実施した期間限定店舗の実績に基づいた MD 構成が奏功しています。LOEFF、AEWEN MATOPH など日本でもファッション感度の高い方から支持の高いプライベートブランドが好調で、商品力の高さを評価されていると認識しています。今後はフランチャイズ展開などの選択肢も含めて、拡大させていく方針です。

以上