

2026年3月期第1四半期

決算説明会

Financial Results Briefing

2025.08.07 UNITED ARROWS LTD.



UNITED ARROWS LTD.

目次

Table of Contents

P03 –	1	2026/3期 第1四半期 業績概況 取締役 常務執行役員 CFO 中澤 健夫
P17 –	2	サステナビリティの取り組み報告 執行役員 CSO（チーフ サステナビリティ オフィサー）丹 智司
P23 –	3	中期経営計画の進捗報告： 2026/3期 1Qの主な取り組み実績 代表取締役 社長執行役員 CEO 松崎 善則
P32 –	4	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。

その他の留意事項

「ビジネスユニット計」には、小売、ネット通販、卸売等の売上が含まれております。また、「その他」の売上高には、アウトレット、催事販売等の売上が含まれております。

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

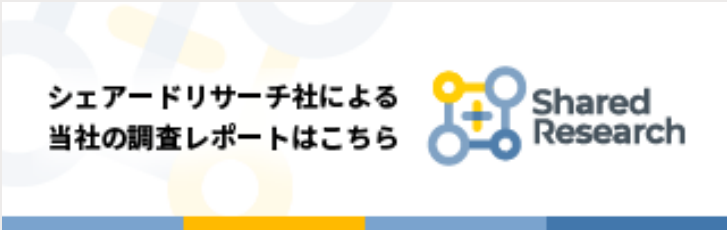
UA、BY、ドゥロワー、オデット エ オディール、スティーブン アラン、ロク、ブラミンク、エイチ ビューティー&ユース、アストラット、カリフォルニア ジェネラルストア、コンテ、アティセッション

ミッド・トレンドマーケット

GLR、シテン

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



1

2026/3期 第1四半期 業績概況



決算ハイライト

連結

売上高は計画に若干未達なものの、売上総利益率が計画および前年を超え、売上総利益額は計画水準。宣伝販促の強化などによる販管費増加で減益となるものの、一部経費の未消化等があり、営業利益以下の各利益は計画を超過。

売上総利益率

計画および前年を超過。単体、コーエン、台湾とも前年を超え、連結売上総利益率は過去10年で最高水準。

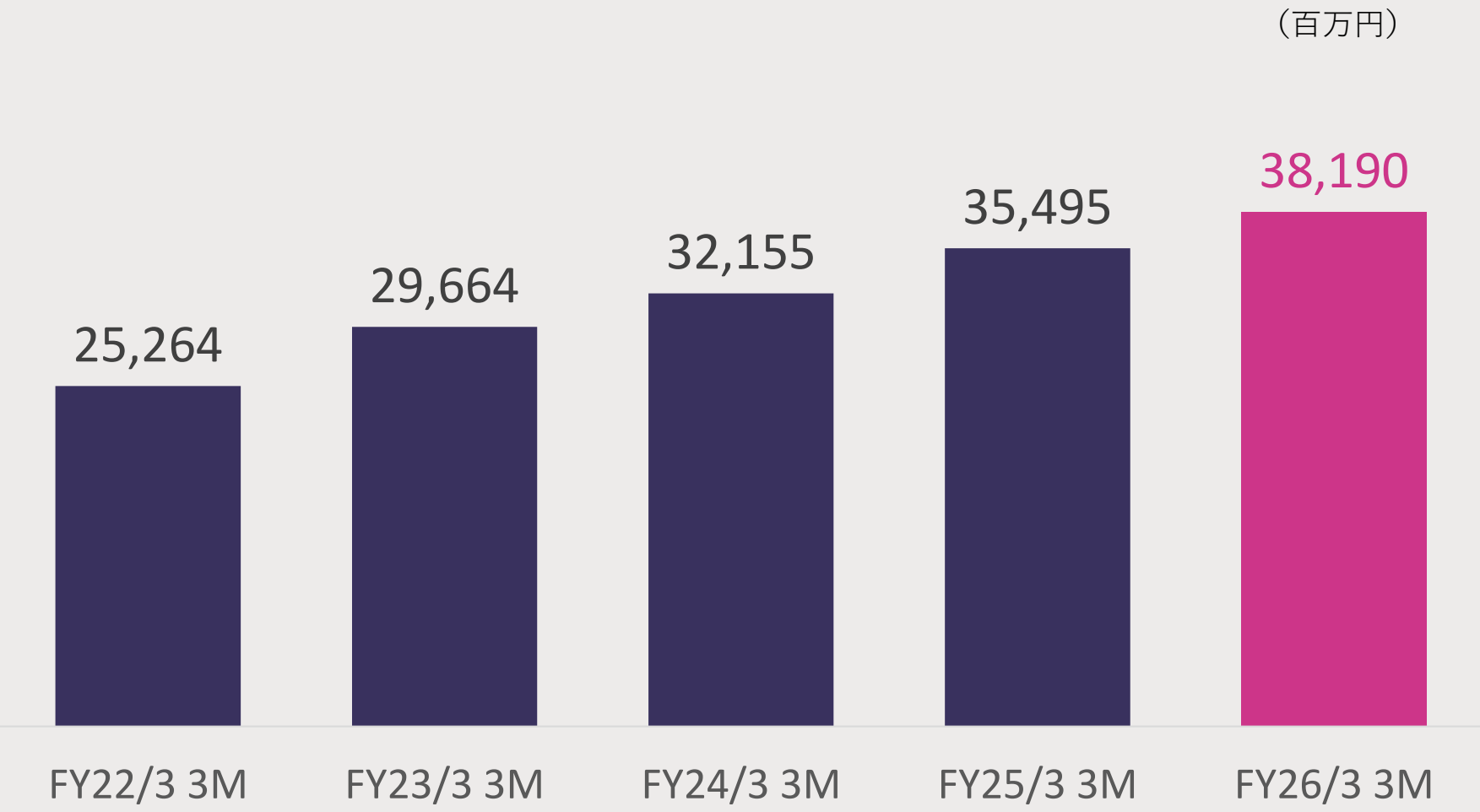
単体

売上高は計画水準で、売上総利益率が計画および前年を超過。販管費が計画を下回り、営業利益以下の各利益は前年を下回るものの計画はクリア。既存店売上高も好調を継続。

連結 売上高

381 億円

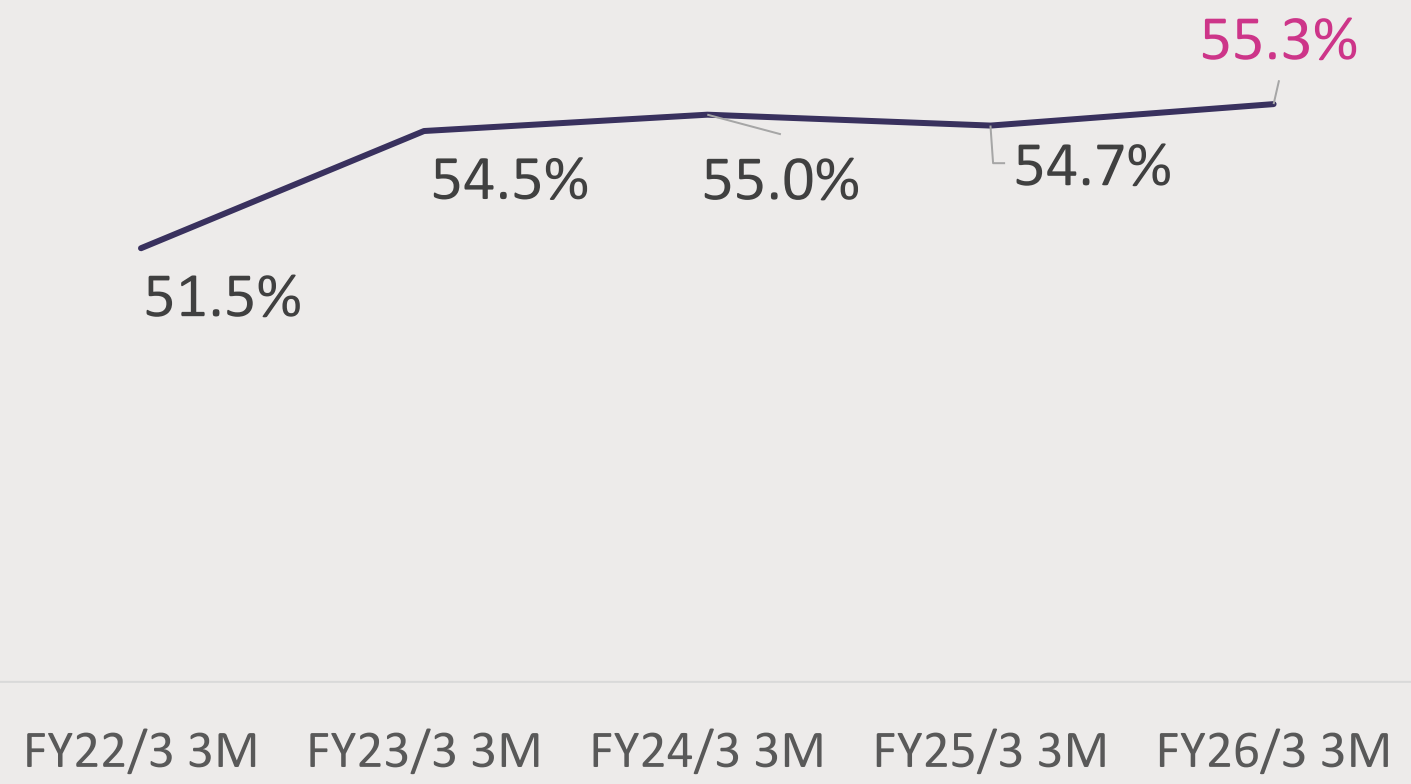
前年同期比
107.6 %



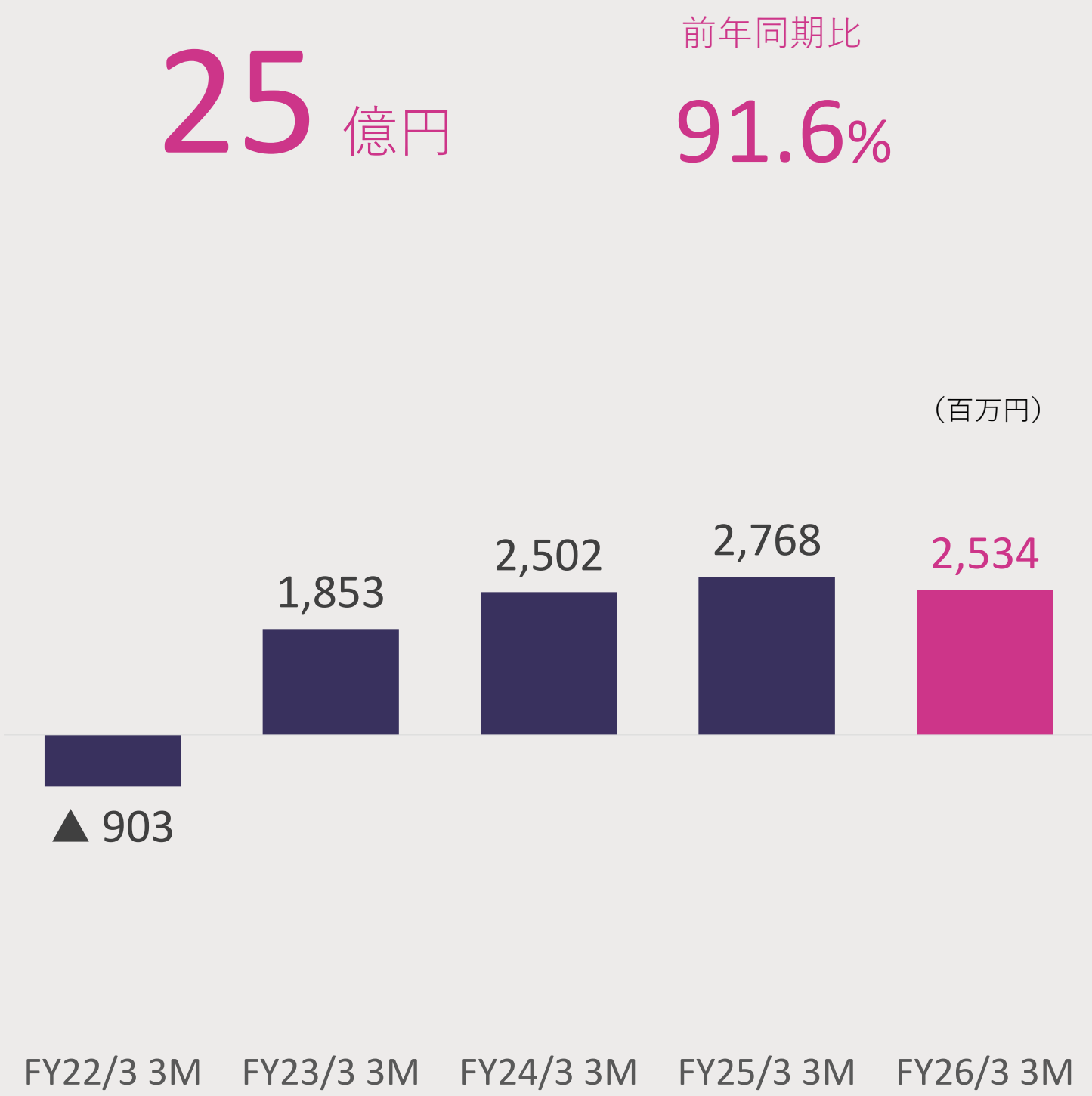
連結 売上総利益率

55.3%

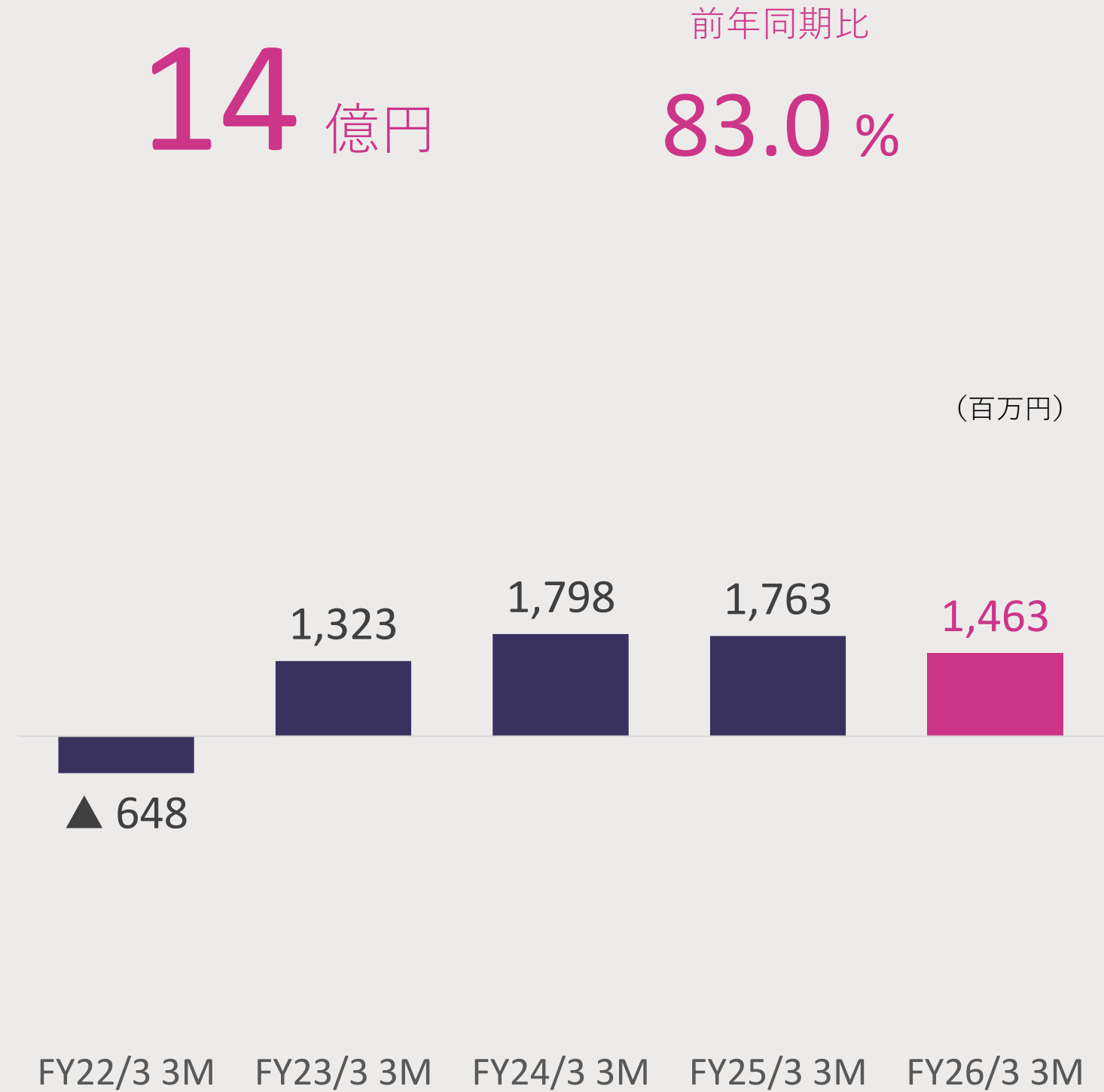
前年同期差
+0.6 pt



連結 営業利益



親会社株主に帰属する四半期純利益



連結PL

売上高、売上総利益率とも前年伸長、販管費増加で減益となるものの営業利益以下の各利益は計画を超過

単位：百万円

	FY25/3 3M	FY26/3 3M	増減/pt差	前年同期比
売上高	35,495	38,190	2,694	107.6%
売上総利益	19,412	21,102	1,689	108.7%
売上比	54.7%	55.3%	0.6pt	—
販売費及び一般管理費	16,644	18,567	1,923	111.6%
売上比	46.9%	48.6%	1.7pt	—
営業利益	2,768	2,534	▲ 233	91.6%
売上比	7.8%	6.6%	▲ 1.2pt	—
営業外損益	230	155	▲ 74	67.7%
売上比	0.6%	0.4%	▲ 0.2pt	—
経常利益	2,999	2,690	▲ 308	89.7%
売上比	8.4%	7.0%	▲ 1.4pt	—
特別損益	▲ 194	▲ 370	▲ 175	—
売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,763	1,463	▲ 300	83.0%
売上比	5.0%	3.8%	▲ 1.1pt	—

連結 売上総利益率

単体合計、コーエン、台湾とも前年を超え、連結売上総利益率は過去10年で最高水準

	FY26/3 3M	前年同期比 pt差
連結	55.3%	0.6pt
(株)UA	55.1%	0.2pt
ビジネスユニット計	-	0.3pt
アウトレット他	-	-0.9pt
(株)コーエン	-	4.4pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	0.4pt

連結 販管費

販管費、販管費率とも前年を超過。広告宣伝の強化による宣伝販促費の増、人員数の増やベースアップに伴う人件費の増、売上増に伴う賃借料の増、出店や本社移転などによる減価償却費の増。なお商品管理基幹システムの刷新に伴うシステム償却費用はその他に含まれる

単位：百万円

	FY25/3 3M	FY26/3 3M	増減/pt差	前年同期比
販売費及び一般管理費合計	16,644	18,567	1,923	111.6%
売上比	46.9%	48.6%	1.7pt	-
宣伝販促費	920	1,148	228	124.8%
売上比	2.6%	3.0%	0.4pt	-
人件費	5,891	6,102	210	103.6%
売上比	16.6%	16.0%	▲ 0.6pt	-
賃借料	4,665	5,087	422	109.0%
売上比	13.1%	13.3%	0.2pt	-
減価償却費	269	387	118	143.9%
売上比	0.8%	1.0%	0.3pt	-
その他	4,897	5,841	944	119.3%
売上比	13.8%	15.3%	1.5pt	-

連結 BS

単位：百万円

	2025年3月末	2025年6月末	対前期末 増減	
総資産	70,142	69,004	▲ 1,137	98.4%
構成比	100.0%	100.0%		
流動資産	44,816	43,453	▲ 1,363	97.0%
構成比	63.9%	63.0%		
固定資産	25,325	25,551	225	100.9%
構成比	36.1%	37.0%		
流動負債	27,767	26,048	▲ 1,719	93.8%
構成比	39.6%	37.7%		
固定負債	4,552	4,877	324	107.1%
構成比	6.5%	7.1%		
純資産合計	37,821	38,078	256	100.7%
構成比	53.9%	55.2%		
参考：長短借入金残高	1,028	6,300	5,272	612.8%
	2024年6月末	2025年6月末	対前年同期末 増減	
参考：たな卸資産	21,815	25,906	4,090	118.8%

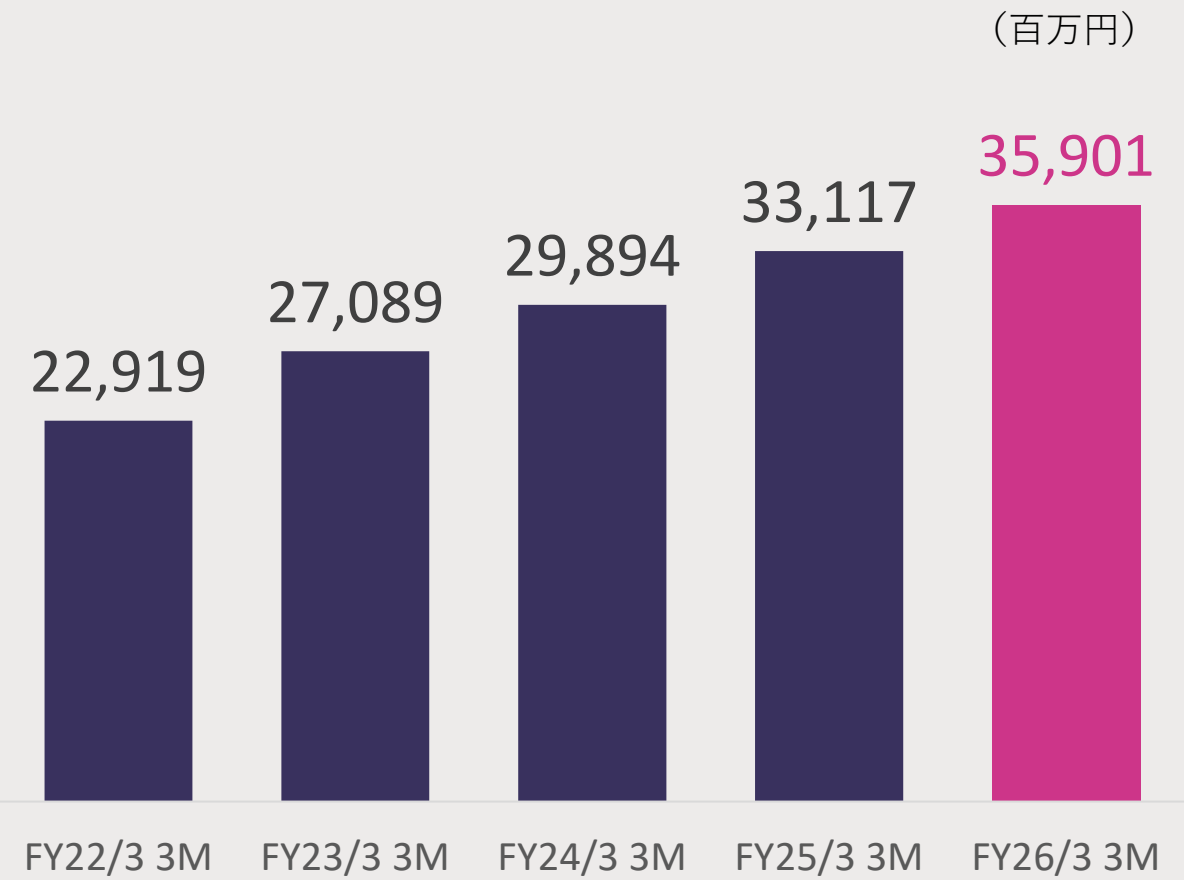
連結 CF

単位：百万円

	FY25/3 3M	FY26/3 3M	当期実績の主な内訳	
営業キャッシュ・フロー（小計）	2,470	986		
営業キャッシュ・フロー	2,148	▲ 1,494	税金等調整前四半期純利益	2,320
			賞与引当金の減	▲1,333
			棚卸資産の増	▲1,194
			仕入債務の減	▲1,033
投資キャッシュ・フロー	▲ 1,292	▲ 4,088	有形固定資産の取得	▲3,504
			無形固定資産の取得	▲590
			差入保証金の回収	430
財務キャッシュ・フロー	1,670	4,083	短期借入金の純増	5,272
			配当金の支払	▲1,188
現金及び現金同等物期末残高	9,017	5,146		

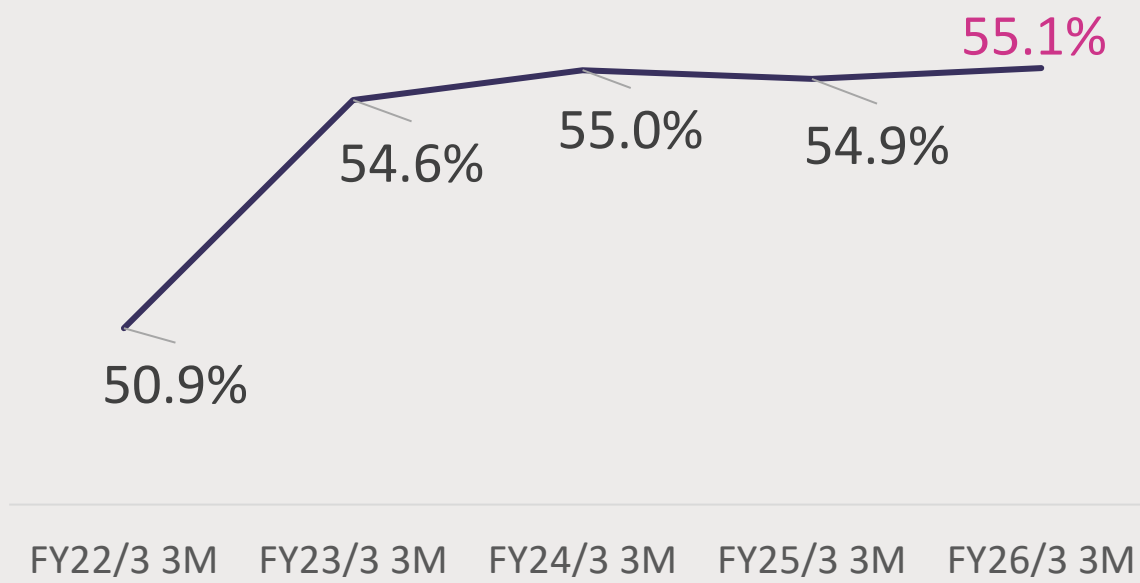
単体 売上高

前年同期比
359 億円 **108.4 %**



単体 売上総利益率

前年同期差
55.1 % **+0.2 pt**



単体 既存店前期比

売上高 **104.3 %**

買上客数 **102.1 %**

客単価 **102.3 %**

単体 売上高 チャネル別

単位：百万円

	FY25/3 3M	FY26/3 3M	増減/pt差	前年同期比
単体売上高	33,117	35,901	2,784	108.4%
ビジネスユニット計	28,120	30,173	2,053	107.3%
売上比	83.0%	82.4%	▲ 0.7pt	-
小売	19,020	20,795	1,774	109.3%
売上比	56.2%	56.8%	0.6pt	-
ネット通販	8,588	8,878	289	103.4%
売上比	25.4%	24.2%	▲ 1.1pt	-
その他（卸売等）	510	499	▲ 10	97.9%
売上比	1.5%	1.4%	▲ 0.1pt	-
アウトレット等	5,740	6,457	716	112.5%
売上比	17.0%	17.6%	0.7pt	-

既存店 前年同期比

	売上高	客数	客単価
小売＋ネット通販	104.3%	102.1%	102.3%
小売	105.4%	100.2%	105.2%
ネット通販	102.1%	105.4%	96.7%

単体 売上高 事業別

単位：百万円

	FY25/3 3M	FY26/3 3M	増減	前年同期比
ビジネスユニット計	28,120	30,173	2,053	107.3%
トレンドマーケット	18,466	19,112	645	103.5%
ミッド・トレンドマーケット	9,653	11,060	1,407	114.6%

既存店売上高 前年同期比

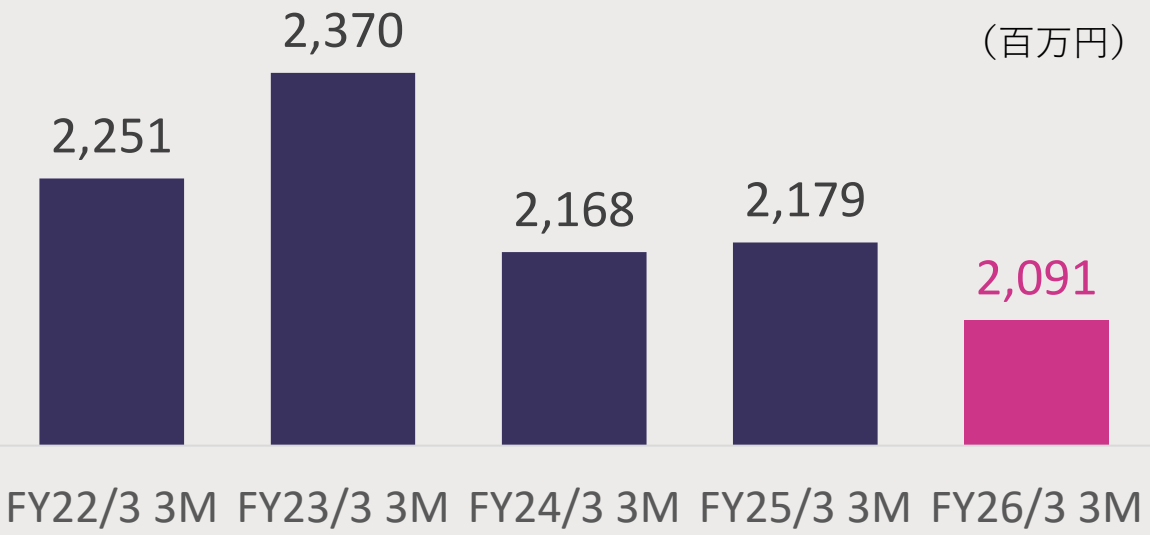
	小売＋ネット 通販	小売	ネット通販
トレンドマーケット	101.2%	103.9%	95.3%
ミッド・トレンドマーケット	110.2%	108.4%	113.8%

グループ会社の概況

(株)コーエン 2月-4月

減収減益

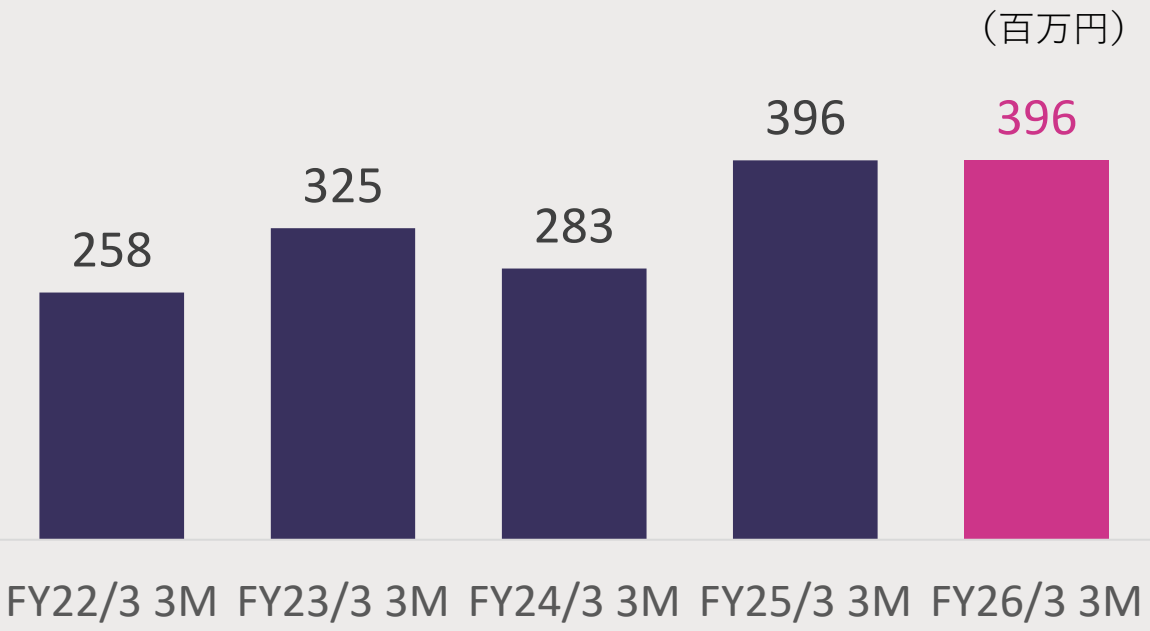
- 売上高 20.9億円 前年同期比 96.0%
- 不安定な気温動向や前年の大型店退店の影響なども含み売上高は前年未達、売上総利益率の改善は進むものの、宣伝費や人件費などの増加で販管費が上昇し、減収減益



UNITED ARROWS TAIWAN LTD. 2月-4月

増収減益

- 売上高 3.9億円 前年同期比 100.0%
- 不安定な天候や南港地区の新商業施設オープンに伴う一時的なトラフィック流出などにより実店舗が苦戦し売上高は微増、売上総利益率の改善が進んだものの販管費の増加で減益



UNITED ARROWS SHANGHAI LTD. 1月-3月

- 2025年1月に初の直営店をオープン、計画を超える水準でスタート

出退店

14店舗の出店により 1 Q末店舗数は336店舗。期末店舗数は349店舗、前期末から27店舗増となる見込み

単位：店舗

	1Q実績			通期予想		
	前期末 店舗数	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	322	14	0	336	31	4
(株)ユナイテッドアローズ	238	8	0	246	23	3
(株)コーエン	74	2	0	76	3	1
UNITED ARROWS TAWAN LTD.	10	3	0	13	4	0
UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.	0	1	0	1	1	0

*株式会社BOOT BLACK JAPANは持分法適用関連会社のため店舗数には含みません。

2

サステナビリティの 取り組み報告





長期ビジョンにおけるサ
ステナビリティの考え方

大量生産、大量消費を前提とした売上拡大志向からの脱却とは

「限られた資源で 最大限の企業価値を創出すること」

＝適正量の商品を適切に調達し、無駄なく販売していくこと
(プロパー消化率*の改善)

- ・お客様　：価格への信頼感・安心感の醸成
- ・従業員　：利益生産性の向上＝報酬、エンゲージメントの向上
- ・株主様　：企業価値の向上に伴う利益配分の向上
- ・取引先様：サプライチェーンの人権保護
- ・社会　　：廃棄物の抑制などによる環境負荷の低減

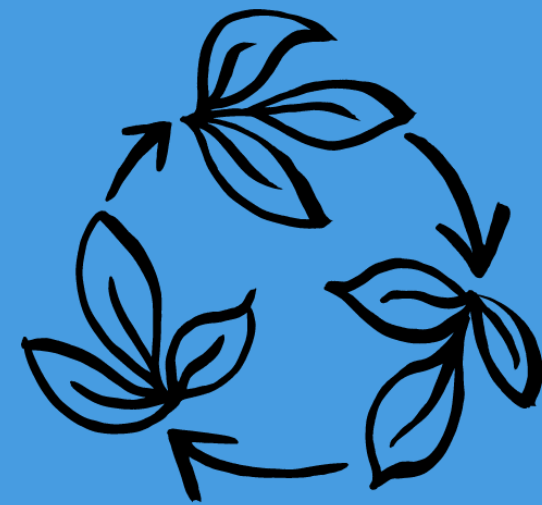
加えて、環境配慮素材の使用、再生可能エネルギーへの切り替え、廃棄物のリサイクルを進め、サステナビリティの目標を達成

*総仕入金額の内、プロパー（定価）で販売した金額の比率



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

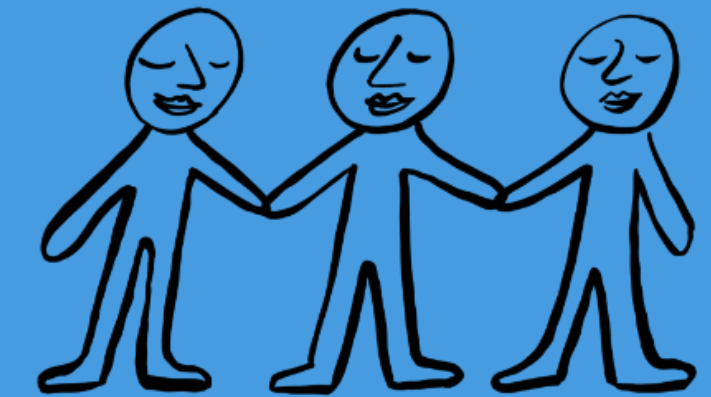
ファッションで地球ポジティブな影響を。ユナイテッドアローズは自然と調和した、生まれ変わり続けるファッションを目指します。



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。



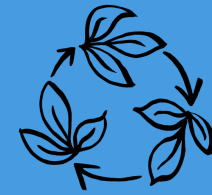
Humanity

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。



前期数値実績



Circularity

循環するファッション

繊維製品の廃棄率

2023	2024	2030 TARGET
0.03% →	0.01 %	0.00 %

商品の廃棄率

2023	2024	2030 TARGET
0.08% →	0.10 %	0.10 %

環境配慮商品の割合

2023	2024	2030 TARGET
7.6% →	8.8 %	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 and 2)

2023	2024	2030 TARGET
13.4% →	32.5 %	30.0 %

CO₂排出量の削減率 (Scope3)

2023	2024	2030 TARGET
13.1% →	-2.8 %	15.0 %

再生可能エネルギーの割合

2023	2024	2030 TARGET
12.5% →	24.6 %	50.0 %



Humanity

健やかに働く、暮らす

行動規範同意書の取得率

2023	2024	2030 TARGET
74.4% →	77.2 %	100.0 %

従業員エンゲージメントスコア (eNPS)

2023	2024	2030 TARGET
-42.0 →	-45.6	-40.0

従業員意識調査 肯定的回答率

2023	2024	2030 TARGET
74.5% →	73.8 %	80.0 %

前期の主な取り組み / 今後の主な取り組み



Circularity

循環するファッション

前期の主な取り組み

- 国内外26社の生産委託工場とのQCミーティングを通じた、商品品質の安定化と向上
- 規格外品やリペア品、サンプル品の販売機会の拡大
- 先進的な環境配慮素材を使用した商品の開発

今後の主な取り組み

- 左記取り組みの継続のほか、定価販売比率（プロパー消化率）と棚卸資産回転率の良化をめざす



Carbon Neutrality

カーボンニュートラルな世界へ

- 出店先の商業施設等との連携により、新たに34拠点に再生可能エネルギーを導入
- Scope1,2における温室効果ガス排出量が大幅に低減
- 温室効果ガス排出量（Scope1,2,3）と水使用量に対する第三者保証の取得を継続

- 左記取り組みの継続のほか、Scope3における温室効果ガス排出量の削減率改善に向けた施策を検討



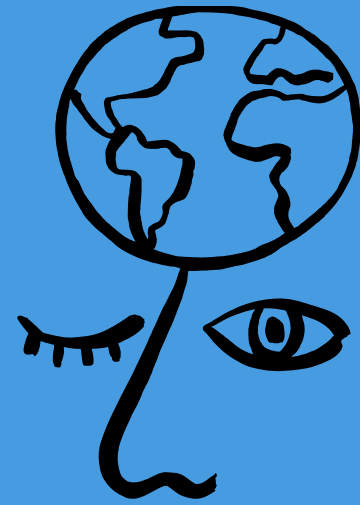
Humanity

健やかに働く、暮らす

- 国内3社の生産委託先工場の実地監査を実施。これにより累計10社、国内オリジナル生産品の約40%をカバー
- 商品の新規取引開始時、行動規範への同意を必須事項に
- 若手の従業員に向けて、キャリアパスの明示、教育機会の拡充、マネジメントとの対話機会を創出

- 左記取り組みの継続のほか、海外の生産委託先工場の実地監査の開始と、中堅従業員向けのリスクリングプログラムの拡充等を検討





SARROWS™

その他の前期活動実績

サステナビリティ委員会を12回開催

- 代表取締役 社長執行役員を委員長に、業務執行取締役を構成メンバーとして、経営陣が主体的に参加
- 毎月1回、年間で計12回開催し、SARROWSの3つのテーマに基づく取り組み等の審議、進捗レビュー、承認等を実施

GPIFが採用する国内株式6つのESG指数のうち、3つに継続選定



CDPサプライヤー・エンゲージメント・リーダーに初選定

- CDPは、独立した環境情報開示システムを運営するグローバルな非営利団体
- サプライチェーンにおける温室効果ガス排出量の削減に向けた、サプライヤーとの関係構築や取り組みに対する評価（サプライヤーエンゲージメント評価）において、最高評価「サプライヤーエンゲージメント・リーダー」に初選定



3 中期経営計画の進捗報告： 2026/3期 1Qの主な取り組み実績



1Qを振り返って

●トレンドマーケット

ビジネスユニット売上高前年比 103.5%

▶付加価値を高めた価格設定で客単価が伸長

前期稼働のプライシングプロジェクトが効果発揮

小売 既存店前年比 客数 97.3%、客単価 106.7%

▶UA・BYとも特にメンズが好調維持

機能性素材のセットアップなどビジカジニーズを獲得

▶新規事業のオントップ

ATTISESSION、conte、OSOI、NICE WEATHERによる

トレンドマーケット全体で2pt程度の押上げ効果

※新規事業 今後の直近出店予定

OSOI：新宿、渋谷に実店舗オープン

NICE WEATHER：原宿でポップアップショップ開催

●ミッド・トレンドマーケット

ビジネスユニット売上高前年比 114.6%

▶価格設定を最適化させながら客数も向上

前期稼働のプライシングプロジェクトが効果発揮

小売 既存店前年比 客数 103.4%、客単価 104.8%

▶ネット通販の大幅伸長

ネット通販 既存店売上高前年比 113.8%

価格戦略がフィットし、ZOZO・楽天等外部サイトが特に大幅増

▶GLRがメンズ、ウィメンズともに成長

大型プロモーションを活用し、商・販・宣の連携精度が向上

▶CITENの拡大

既存店成長と新規出店で売上高前年比 183.7%

ミッド・トレンドマーケット全体で 3pt程度の押上げ効果

1Qを振り返って

商品・販売・宣伝部門の連携精度の向上により、GLRが好調維持

商品

- **主力商品在庫の奥行確保**
メンズの機能性商品の在庫拡充
ウィメンズの結論シリーズ+αの展開
- **服飾雑貨を強化した端境期対策**
仕入れ商品の充実した品ぞろえ
オリジナルシューズ、バッグの開発
- **追加生産体制の整備**
ネット通販先行受注データの利活用
生地備蓄を進めてリードタイム短縮

宣伝

- **テレビCM出稿時期の適正化**
”結論シリーズ”のテレビCMを春夏2回に変更（前年1回）
- **著名人を起用したプロモーション**
ウェブメディアを活用したメンズ 機能性商品のPR
- **自社ECコンテンツの強化**
自社ECコンテンツの本数を増加し、セッション数を拡大

販売

- **接客販売力の向上**
セット率、買い上げ率の向上
- **販売人員数の確保**
アルバイトも活用した柔軟な人員体制
- **主要外部サイトでの訴求強化**
トップページバナー枠の有効活用
- **ネット通販専用品の品ぞろえ拡充**
メンズ ビジカジアイテムの投入
ウィメンズ エントリーラインの開発



2025年春夏 GLRヒット商品

UA DIGITAL 戦略

[OMOの推進]

※UAクラブ 1 Qの実績（2025年6月末）

UAクラブ会員売上が2桁伸長など各指標が順調に成長し顧客化が進む

アクティブ会員数

153.6万名

（前期末比 101.7%）

*1年以内にお買い上げいただいた会員様

UAクラブ会員売上

196億円

（前年同期比 111.1%）

会員売上構成比

54.8%

（前年同期差 1.3pt）

会員維持率

57.6%

（前期末差 0.4pt）

*2年連続でお買い上げいただいた会員様の比率

F2以上の会員比率

50.4%

（前期末差 0.1pt）

*年2回以上お買い上げいただいた会員様の比率

クロスユーザー数

22.4万名

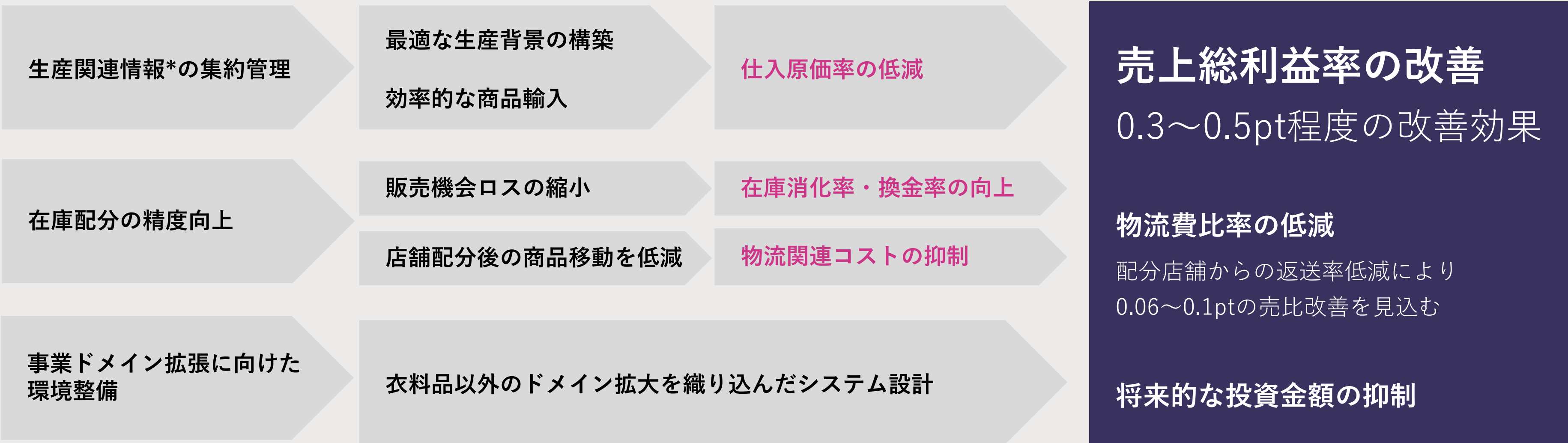
（前期末比 101.9%）

*実店舗と自社ECを併用される会員様

UA DIGITAL 戦略

[新商品管理基幹システムUA3.0] ※2025年4月～導入開始

売上総利益率、物流費へのプラスインパクトのほか、将来的な投資金額抑制を想定



* 生産関連情報：素材原産地、素材価格、縫製価格、国別輸入コスト、商品出荷情報、港への到着予定日など

UA DIGITAL 戦略

2025年春夏から取り組みを拡大し、段階的な改善インパクトを見込む

	2025年春夏	2025年秋冬	2026年春夏	2026年秋冬～
生産関連情報の集約管理	GLRウィメンズの情報入力開始 情報分析手法の確立		他事業の情報入力開始	仕入原価率低減効果 全事業の商品計画に反映
		在庫消化率向上、換金率向上効果 物流コスト低減効果		
在庫配分の精度向上	基準在庫＊に基づいた運用開始	実績に基づいた基準在庫の修正	基準在庫の精度向上	

＊基準在庫：店舗立地、店舗規模、各通販サイトの売上規模などに応じた最適在庫配分の基準値

UA DIGITAL 戦略

物流センターの設備を增強し、今後の課題に対応

業容の拡大

- ・ 入出荷ボリュームの増加
- ・ 中軽衣料シェア拡大による点数増
- ・ 在庫アロケーション最適化に伴うフリー在庫の増加

外部環境の変化

- ・ センター人員の確保
- ・ 人件費の上昇



**センター設備の拡充を図って保管キャパシティ・出荷能力を確保
更に運営の省人化・効率化を図る**

UA DIGITAL 戦略

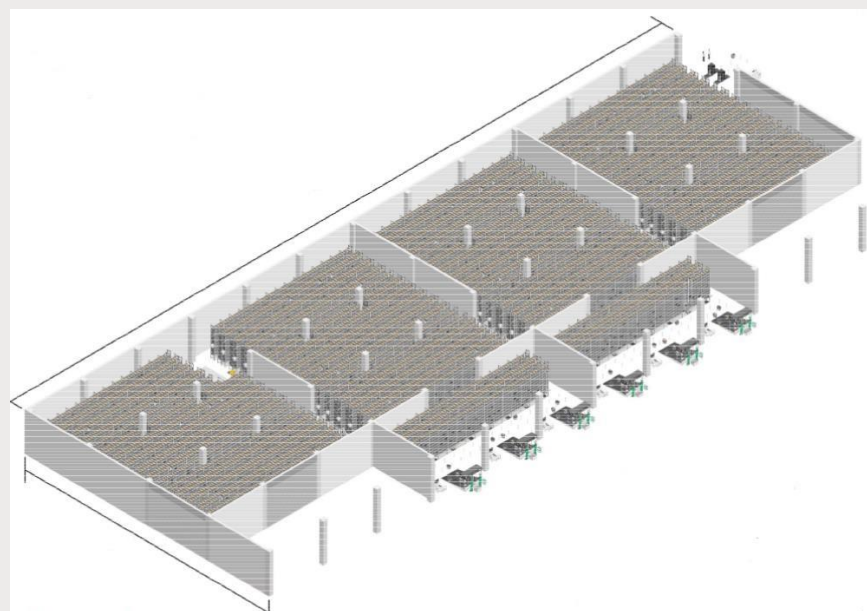
流山物流センター*1へ物流ロボットを追加設置、2026年1月からフル稼働予定

保管キャパシティ

保管点数

従来比 **130%**

まで拡大



出荷効率

出荷点数

従来比 **150%**

(6万点/日)

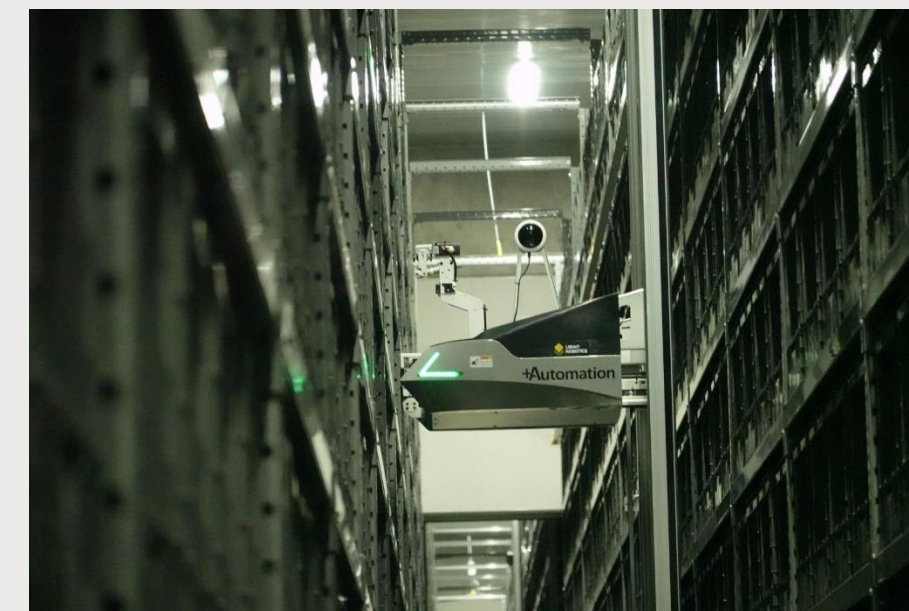


コスト低減

出荷コスト

約**12%**減

(年6,000万円の削減*2)



*1：ビジネスユニットの店頭、外部通販サイトへの出荷、自社ECサイトの出荷を担当する、当社の主力物流拠点の一つ、*2：現在の出荷量から算出

3つの主要戦略

提供

KANDOU

感動

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

4

参考資料



連結 業績計画

人件費、広告宣伝費、減価償却費等の固定費増加によって3Q累計期間までは減益となる見通しだが、3Q（3か月）、4Q（3カ月）は増益を見込み、通期増益を目指す

単位：百万円

		FY25/3 実績	FY26/3 計画	増減/pt差	前期比
売上高	1,656 億円（前期比 109.8%）				
売上総利益率	52.8 %（前期差 +0.7pt）				
営業利益	90 億円（売上比 5.4% 前期比 112.7%）				
経常利益	90 億円（売上比 5.5% 前期比 105.8%）				
当期純利益	50 億円（売上比 3.1% 前期比 118.7%）				
		150,910	165,677	14,766	109.8%
売上高					
売上総利益		78,629	87,475	8,845	111.2%
売上比		52.1%	52.8%	0.7pt	—
販売費及び一般管理費		70,645	78,475	7,829	111.1%
売上比		46.8%	47.4%	0.6pt	—
営業利益		7,984	9,000	1,015	112.7%
売上比		5.3%	5.4%	0.1pt	—
営業外損益		555	34	▲ 521	6.1%
売上比		0.4%	0.0%	▲ 0.3pt	—
経常利益		8,539	9,034	494	105.8%
売上比		5.7%	5.5%	▲ 0.2pt	—
特別損益		▲ 1,456	▲ 1,011	445	—
売上比		—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益		4,282	5,084	801	118.7%
売上比		2.8%	3.1%	0.2pt	—

売上総利益率 計画

	FY26/3 1H	前年同期比	FY26/3 2H	前年同期比	FY26/3 通期	前期比
連結	53.0%	0.4pt	52.6%	1.0pt	52.8%	0.7pt
(株)UA	52.4%	0.0pt	52.4%	0.8pt	52.4%	0.4pt
ビジネスユニット計	-	0.1pt	-	0.7pt	-	0.5pt
アウトレット他	-	▲ 1.5pt	-	▲ 0.7pt	-	▲ 1.0pt
(株)コーエン	-	3.3pt	-	4.7pt	-	4.0pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	▲ 0.5pt	-	▲ 0.4pt	-	▲ 0.3pt

売上総利益率 計画

	FY26/3 1H	前年同期比	FY26/3 2H	前年同期比	FY26/3 通期	前期比
連結	53.0%	0.4pt	52.6%	1.0pt	52.8%	0.7pt
(株)UA	52.4%	0.0pt	52.4%	0.8pt	52.4%	0.4pt
ビジネスユニット計	-	0.1pt	-	0.7pt	-	0.5pt
アウトレット他	-	▲ 1.5pt	-	▲ 0.7pt	-	▲ 1.0pt
(株)コーエン	-	3.3pt	-	4.7pt	-	4.0pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	▲ 0.5pt	-	▲ 0.4pt	-	▲ 0.3pt

単体 売上計画

単位：百万円

	FY26/3 1H	前年同期比	FY26/3 2H	前年同期比	FY26/3 通期	前期比
単体売上高	68,407	109.1%	84,288	110.0%	152,696	109.6%
小売＋ネット通販 既存店	-	107.7%	-	107.9%	-	107.8%
小売 既存店	-	104.5%	-	104.7%	-	104.6%
通販 既存店	-	114.3%	-	114.1%	-	114.2%

(株)ユニテッドアローズ 小売出退店

単位：店舗

	前期末 店舗数	1Q実績		1Q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	238	8	0	246	23	3	258
トレンドマーケット計	112	4	0	116	14	1	125
ユニテッドアローズ総合店	16	0	0	16	1	0	17
ユニテッドアローズ	24	0	0	24	5	0	29
ビューティー&ユース	38	1	0	39	3	0	41
その他	34	3	0	37	5	1	38
ミッド・トレンドマーケット計	99	4	0	103	8	2	105
グリーンレーベル リラクシング	89	2	0	91	4	1	92
その他	10	2	0	12	4	1	13
アウトレット	27	0	0	27	1	0	28

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	TABAYA United Arrows	路面店（東京都渋谷区）
	新規出店	NICE WEATHER 阪急うめだ本店	阪急うめだ本店（大阪府大阪市）
	新規出店	グリーンレーベル リラクシング ららぽーと安城店	ららぽーと安城（愛知県安城市）
	新規出店	シテン ユナイテッドアローズ 札幌ステラプレイス店	札幌ステラプレイス（北海道札幌市）
	新規出店	シテン ユナイテッドアローズ ららぽーとEXPOCITY店	ららぽーとEXPOCITY（大阪府吹田市）
5月	新規出店	conte 丸の内店	丸ビル（東京都千代田区）
	新規出店	ビューティー＆ユース ユナイテッドアローズ 豊洲店	アーバンドックららぽーと豊洲（東京都江東区）
	新規出店	グリーンレーベル リラクシング ららテラス川口店	ららテラス川口（埼玉県川口市）

(株)コーエン			
	出退店	店名	商業施設・住所
4月	新規出店	イオンモール名取店	イオンモール名取（宮城県名取市）
	新規出店	イオンモール浜松市野店	イオンモール浜松市野（静岡県浜松市）

UNITED ARROWS TAIWAN LTD.			
	出退店	店名	商業施設・住所
3月	新規出店	グリーンレーベルリラクシング 台北南港ららぽーと店	三井ショッピングパーク ららぽーと台北南港 （台湾 台北市）
	新規出店	coen 南港LaLaport店	三井ショッピングパーク ららぽーと台北南港 （台湾 台北市）
	新規出店	シテン ユナイテッドアローズ 台北誠品生活南西店	誠品生活（台湾台北市）

UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.			
	出退店	店名	商業施設・住所
1月	新規出店	ユナイテッドアローズ 上海静安嘉里中心店	ジンアン ケリーセンター（中国上海市）