

株式会社ユナイテッドアローズ 2026年3月期 第3四半期決算説明会 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: 3Q 累計期間の計画に対する進捗を知りたい。

A: 売上高がほぼ計画水準、売上総利益率は計画より若干下ぶれたものの、販管費の抑制で営業利益は計画の約 116%となりました。当初は 3Q 累計期間では增收減益の計画でしたが、增收増益となりました。

Q: 4Q の販管費の見通しは？

A: 下期の販管費は前年の 110%程度で見ており、3Q はほぼ計画水準となっています。4Q は昨年の一時コストの反動はあるものの、計画外出店によるコスト増加や単体の業績好調に伴う計画達成賞与などが発生する可能性もあり、現段階では想定程度の伸びと見てています。

Q: 売上総利益率の改善要因と今後の継続性を知りたい。

A: 3Q の売上総利益率の改善は、精緻な価格設定、定価販売比率の上昇などに伴うものです。4Q はセール消化に伴う押し下げ要因はありますが、1 月の段階では値引き率のコントロールが図られています。

Q: コーエン譲渡に関する今期業績、来期業績への影響は？

A: 決算短信にも記載の通り、3Q 累計期間ではコーエン社の留保損失に係る繰延税金資産の計上によって当期純利益が計画を大きく超える水準となっておりますが、2026 年 3 月 2 日を予定しているコーエン社の全株式譲渡により、4Q に譲渡損失が発生する見込みです。現段階ではコーエン社の連結除外時点の純資産額が未確定なため損失額の目途をお答えできませんが、通期利益計画を未達となる可能性は極めて低いと判断しています。来期についてはコーエン社の売上、コスト、損益が連結対象から外れる以外、特に業績への影響はありません。

Q: 新規事業の進捗状況を知りたい。

A: これまで行ってきた新規事業の取り組みによって若年層の獲得が進み、20 代～30 代前半の顧客比率が高まるなど一定の成果が出ています。しかしながら規模はまだ小さく、業績へのインパクトは限定的にとどまっています。次期中期計画では出店拡大やブランド育成を加速し、ポートフォリオの強化を図ります。

Q: 中国戦略において直営店とフランチャイズ店の比率をどう設定しているか？

A: 従来はフランチャイズ中心で検討していましたが、直営 1 号店の好調を踏まえ、直営比率を高める方向で見直しています。今後、出店地域や施設に応じて直営とフランチャイズを組み合わせて展開します。

Q: 持株会社体制への移行によって何が可能になるのか？

A: 持株会社化によって、M&A の際にユナイテッドアローズ傘下に入るという印象を抑えることができます。そのため対象ブランドの独自性を損なうことなく、多様なブランドとの連携やポートフォリオ拡大が可能になると考えています。

Q: M&A の領域について、やるところ、やらないところの線引きはあるのか？

A: 高感度・高付加価値を軸に、バッグ、アクセサリー、デザイナーズブランドなど、アパレルやアパレル関連領域を中心に考えています。アパレル以外については、あくまでも既存の顧客基盤と接点が持てる範囲に限定します。

Q: 持株会社体制の効果として子会社の自立性をあげる理由は？

A: コーエン社の運営において、UA 社のモデルを多く適用したことが非効率につながった反省から、今後は各ブランドの特性を尊重しつつ、必要な部分のみにシナジーを活用し、自立性を維持した運営体制にしたいと考えています。

Q: TELMA が UA グループに入るメリット

A: TELMA のような規模の小さいデザイナーズブランドは、資金繰りや人材採用・育成などの運営負担が大きく、デザイナー本人がクリエイションに集中しづらい環境にあります。当社グループに入り、当社の基盤を活用することでその負担を軽減し、クリエイティブに専念できる環境が整います。

以上