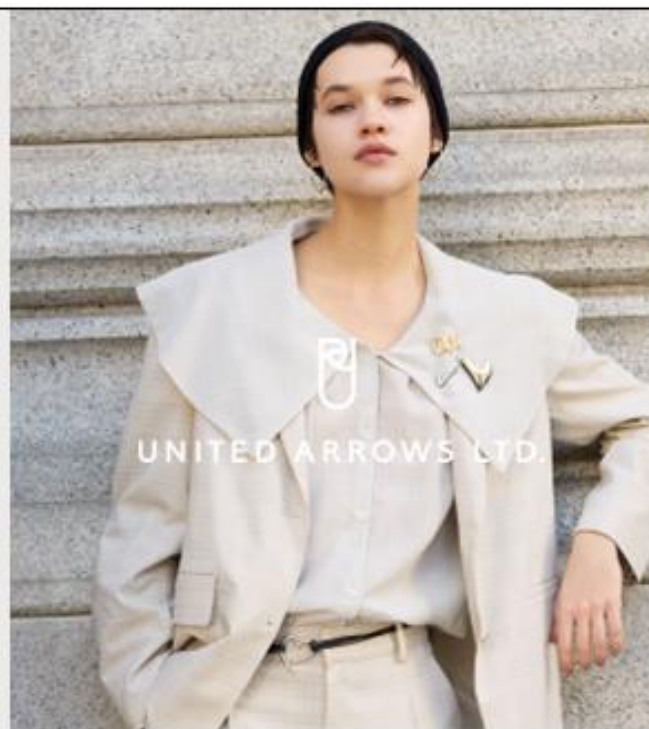


2026年3月期 第3四半期

決算説明会

## Financial Results Briefing

2026.02.05 UNITED ARROWS LTD.



## イベント概要

[企業名] 株式会社ユナイテッドアローズ

[イベント名] 2026 年 3 月期 第 3 四半期 決算説明会

[決算期] 2026 年度 第 3 四半期

[登壇者] 4 名

代表取締役 社長執行役員 CEO

取締役 常務執行役員 CFO

執行役員 CSO

経営戦略本部 IR 部 部長

松崎 善則（以下、松崎）

中澤 健夫（以下、中澤）

丹 智司（以下、丹）

三井 俊治（以下、三井）

## 決算ハイライト

### 連結：売上高はほぼ計画水準、営業利益以下の各利益は計画を超えて増益

売上高はほぼ計画水準、売上総利益額、率とも前年を超過。販管費の増加を吸収して、営業利益以下の各利益は計画を超過し増収増益。

### 売上総利益率：単体の第3四半期好調を受け、前年から改善

単体の第3四半期が好調だったことなどにより、前年から改善。連結売上総利益率は2015/3期以来の水準を維持。

### 単体：売上高は計画を超過、営業利益以下の各利益も計画を超え、増収増益

売上高は計画を超過し前年から二桁増、売上総利益率は前年から0.1pt改善。販管費の増加はあるものの、営業利益以下の各利益は前年、計画を超過。

**中澤：**改めまして中澤でございます。私より 2026 年 3 月期第 3 四半期累計期間の業績概況につきましてご説明をさせていただきます。

こちらは第 3 四半期累計期間の決算ハイライトとなっております。まず連結でございます。売上高はほぼ計画水準で、売上総利益は額、率ともに計画を超過いたしました。基幹システムの刷新や出店に伴います減価償却費の増加、宣伝販促の強化、人件費の上昇などによりまして、販管費の増加はありましたものの、売上総利益額の改善によりまして、そちらの方の吸収が進み、営業利益以下の各利益につきましては、対計画、対前年ともにクリアをしております。

次の売上総利益率でございます。連結ベースでは前年から 0.4 ポイント改善し、2015 年 3 月期以来の水準となる 53.4%となりました。秋冬商品の好調な定価販売状況が続いたことで、単体が前年を超えた分に加え、コーエン社において、前年の在庫評価損拡大の反動も含んだ、大幅改善が見られたこと、そして台湾子会社の改善が影響しております。

次に UA 社単体でございます。売上高は計画を超過し、前年から 2 桁増となりました。売上総利益率も前年から 0.1 ポイントの改善が図れ、販管費の増加があったものの、営業利益以下の各利益につきましては、前年計画ともに超過をしている状況でございます。

また、既存店の客数、客単価がいずれも前年を超えており、インフレ傾向の中、値上げをしながらも、お客様の支持をいただくことができております。以上が決算ハイライトとなります。

## 連結 売上高



## 連結 売上総利益率



ではここから決算数値のご説明をさせていただきます。

まず連結の実績でございます。連結の売上高は 1,236 億円、前年度比 109.4%、連結売上総利益率は 53.4%で、前年から 0.4 ポイントの改善となっております。

## 連結 営業利益



## 親会社株主に帰属する四半期純利益



連結営業利益は 87 億円、前年同期比 109.1%、売上比は前年同水準の 7.1%でございます。

親会社株主に帰属する四半期純利益でございますが、こちらは先日開示いたしましたとおり、連結子会社である株式会社コーエンについて当社が保有する全株式のジーイエット株式会社への譲渡契約を締結したことにより、コーエン社の留保損失に関わる繰延税金資産を計上いたしましたため、親会社株主に帰属する四半期純利益は 66 億円、前年同期比 132.2%、売上比は 5.4%となりました。当初、第 3 四半期累計期間までは、前年比減益の計画を見込んでおりましたけれども、結果、増益の着地となっております。

なお、現時点で最終利益が査定開示予想を 30%超、超えているという状況でございますけれども、2026 年 3 月 2 日に予定をしておりますコーエン社の全株式譲渡によりまして、第 4 四半期において、株式譲渡損失が発生する見込みでございます。本譲渡に関しては、コーエン社への一定の債権放棄が発生いたしますことと、当社の譲渡時点の純資産金額が未確定であることから、現時点では譲渡損失の金額については精査中とさせていただいております。そのため 2026 年 3 月期の通期の連結業績予想につきましては、2025 年 5 月 8 日公表の連結業績予想から変更をいたしておりませんが、今後開示が必要な事項が生じた場合には、速やかに開示をさせていただく予定でございます。

FY2026.3 第3四半期 業績概況

## 連結PL

売上高は前年伸長、売上総利益率が前年を超過。販管費の増加分を吸収して営業利益以下の各利益は計画を超過し、増収増益

		FY25/3 9M	FY26/3 9M	増減/pt差	前年同期比
		単位：百万円			
売上高		112,988	123,638	10,649	109.4%
売上総利益		59,906	66,070	6,164	110.3%
	売上比	53.0%	53.4%	0.4pt	—
販売費及び一般管理費		51,871	57,306	5,435	110.5%
	売上比	45.9%	46.4%	0.4pt	—
営業利益		8,035	8,764	728	109.1%
	売上比	7.1%	7.1%	0.0pt	—
営業外損益		736	158	▲ 578	21.5%
	売上比	0.7%	0.1%	▲ 0.5pt	—
経常利益		8,771	8,922	150	101.7%
	売上比	7.8%	7.2%	▲ 0.5pt	—
特別損益		▲ 938	▲ 734	203	—
	売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益		5,063	6,696	1,632	132.2%
	売上比	4.5%	5.4%	0.9pt	—

7

こちらは連結 PL となっております。詳細はスライドのとおりでございます。なお今期の特別損失 7.3 億円の内訳でございますが、減損損失が 5.7 億円、本社移転費用が 0.7 億円という内訳でございます。

## 連結PL(3Q)

売上高が前年から二桁増、好調な秋冬商品の定価販売動向により売上総利益率が前年を超過。  
販管費率が抑えられたことで営業利益以下の各利益は計画を超過して増収増益

単位：百万円

	FY25/3 3Q	FY26/3 3Q	増減/pt差	前年同期比
売上高	44,723	49,925	5,201	111.6%
売上総利益	23,953	27,249	3,295	113.8%
売上比	53.6%	54.6%	1.0pt	—
販売費及び一般管理費	18,871	20,863	1,991	110.6%
売上比	42.2%	41.8%	▲ 0.4pt	—
営業利益	5,081	6,385	1,303	125.7%
売上比	11.4%	12.8%	1.4pt	—
営業外損益	292	28	▲ 263	9.7%
売上比	0.7%	0.1%	▲ 0.6pt	—
経常利益	5,373	6,413	1,040	119.4%
売上比	12.0%	12.8%	0.8pt	—
特別損益	▲ 549	▲ 175	373	—
売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	3,165	5,568	2,403	175.9%
売上比	7.1%	11.2%	4.1pt	—

こちらは第3四半期3カ月の連結PLとなっております。詳細はスライドのとおりでございます。  
売上高が前年から2桁増と好調な秋冬商品の定価販売動向により、売上総利益率が前年を超過いたしました。結果、販管費率が抑えられたことで、営業利益以下の各利益は計画を超過して増収増益となっております。

## 連結 売上総利益率

連結は前年から0.4pt増加。単体はビジネスユニットの改善がアウトレットのマイナス分を吸収し0.1pt改善。  
コーエンは前年の商品評価損拡大の反動も含んで大幅改善、台湾が前年を超過。

	FY26/3 9M	前年同期比 pt差
連結	53.4%	0.4pt
(株)UA	53.1%	0.1pt
ビジネスユニット計	-	0.4pt
アウトレット他	-	▲ 0.3pt
(株)コーエン	-	4.3pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	0.2pt

こちらは売上総利益率の詳細でございます。連結売上総利益率は 53.4%で、前年同期から 0.4 ポイントの改善、UA 社単体は 53.1%、前年から 0.1 ポイントの改善となっております。

内訳でございますビジネスユニット計は第 3 四半期の好調な実績により 0.4 ポイントの改善、アウトレットは、過年度在庫の増により、前年から 0.3 ポイントのマイナスとなりました。

株式会社コーエンにつきましては、商品評価損の拡大などがありました前年からの反動もございまして、4.3 ポイントの大幅改善、そして UA 台湾社につきましては 0.2 ポイントの改善となっております。

FY2026.3 第3四半期 業績概況

### 連結 売上総利益率(3Q)

秋冬商品の好調な定価販売動向により単体ビジネスユニットが改善、コーエンは前年の在庫評価減の反動も含めて大幅改善、台湾も好調な定価販売動向により改善。

	FY26/3 3Q	前年同期比 pt差
連結	56.4%	1.0pt
(株)UA	54.5%	0.6pt
ビジネスユニット計	-	1.1pt
アウトレット他	-	0.0pt
(株)コーエン	-	6.9pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	2.0pt

10

こちら第 3 四半期 3 カ月の売上総利益率の詳細でございます。こちらはスライドのとおりとなっております。



## 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、システム償却によるその他の増。

	FY25/3 9M	FY26/3 9M	増減/pt差	前年同期比
販売費及び一般管理費合計	51,871	57,306	5,435	110.5%
売上比	45.9%	46.4%	0.4pt	-
宣伝販促費	3,156	3,526	369	111.7%
売上比	2.8%	2.9%	0.1pt	-
人件費	17,465	18,566	1,101	106.3%
売上比	15.5%	15.0%	▲ 0.4pt	-
賃借料	14,782	16,165	1,382	109.4%
売上比	13.1%	13.1%	▲ 0.0pt	-
減価償却費	931	1,247	315	133.9%
売上比	0.8%	1.0%	0.2pt	-
その他	15,534	17,800	2,265	114.6%
売上比	13.7%	14.4%	0.6pt	-

単位：百万円

11

こちらは連結の販管費でございます。販管費トータルで 573 億円、前年度比 110.5%、売上比は 46.4%で、前年から 0.4 ポイント増加いたしております。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います人件費の増、売上増に伴います賃借料の増、基幹システムの刷新や本社移転、そして出店などによります減価償却費の増などによるものとなっております。

## 連結 販管費(3Q)

	FY25/3 3Q	FY26/3 3Q	増減/pt差	前年同期比
販売費及び一般管理費合計	18,871	20,863	1,991	110.6%
売上比	42.2%	41.8%	▲ 0.4pt	-
宣伝販促費	1,250	1,312	62	105.0%
売上比	2.8%	2.6%	▲ 0.2pt	-
人件費	6,128	6,650	522	108.5%
売上比	13.7%	13.3%	▲ 0.4pt	-
賃借料	5,582	6,178	595	110.7%
売上比	12.5%	12.4%	▲ 0.1pt	-
減価償却費	366	453	87	123.9%
売上比	0.8%	0.9%	0.1pt	-
その他	5,544	6,268	723	113.0%
売上比	12.4%	12.6%	0.2pt	-

単位：百万円

12

こちら第3四半期3カ月の連結の販管費の内訳でございます。詳細はスライドのとおりでございます。

## 連結 BS

たな卸し資産の増加傾向は続くものの、1月～2月のセール販売にて秋冬商品の消化促進を図る。

単位：百万円

		2025年3月末	2025年12月末	対前期末 増減	
総資産		70,142	79,163	9,021	112.9%
	構成比	100.0%	100.0%		
流動資産		44,816	51,763	6,946	115.5%
	構成比	63.9%	65.4%		
固定資産		25,325	27,400	2,074	108.2%
	構成比	36.1%	34.6%		
流動負債		27,767	31,666	3,898	114.0%
	構成比	39.6%	40.0%		
固定負債		4,552	4,831	279	106.1%
	構成比	6.5%	6.1%		
純資産合計		37,821	42,665	4,844	112.8%
	構成比	53.9%	53.9%		
参考：長短借入金残高		1,028	8,200	7,172	797.7%

		2024年12月末	2025年12月末	対前年同期末 増減	
参考：たな卸資産		25,658	29,256	3,598	114.0%

こちら連結貸借対照表でございます。まず総資産でございます。こちら 791 億円、前期末比で 112.9%となりました。以下、内訳でございます。流動資産は 517 億円、前期末比 115.5%、固定資産は 274 億円、前期末比約 108.2%、流動負債につきましては 316 億円、前期末比 114%、固定負債は 48 億円、前期末比 106.1%、そして純資産合計は 426 億円、前期末比 112.8%となっております。

BS の詳細につきましては昨日発表しております決算短信の方もあわせてご参照いただければと思います。

またスライド下段の方に記載ございます参考として二つ、項目ございます。まず、長短借入金の残高でございますが、こちらは 82 億円と前期末から 71 億円の増となっております。これは UA 社で 64 億円、子会社でありますコーエン社の 7 億円それぞれ借入金が増加したことによるものでございます。

また、その下、たな卸資産でございます。こちらにつきましては 292 億円、前年同期末比 114%となっております。引き続き高い水準となっておりますけれども、この中には、本シーズンの春夏商品の入荷分も含まれた残高となっております。なお秋冬商品につきましては、1 月、2 月のセール販売により評価を進めているところでございます。



## 連結 CF

単位：百万円

	FY25/3 9M	FY26/3 9M	当期実績の主な内訳	
営業キャッシュ・フロー（小計）	5,147	4,596		
営業キャッシュ・フロー	4,351	670	税金等調整前四半期純利益	8,187
			減価償却費	1,327
			棚卸資産の増	▲4,502
			法人税の支払い	▲3,776
投資キャッシュ・フロー	▲5,317	▲6,468	有形固定資産の取得	▲5,262
			無形固定資産の取得	▲907
			長期前払い費用の取得	▲554
財務キャッシュ・フロー	1,361	5,379	短期借入金の純増	7,172
			配当金の支払	▲1,792
現金及び現金同等物期末残高	6,882	6,253		

こちらは連結のキャッシュ・フローでございます。まず、営業キャッシュ・フローですが、こちら6億円のキャッシュインとなりました。また、投資キャッシュ・フローにつきましては64億円のキャッシュアウト、財務キャッシュ・フローが53億円のキャッシュインとなりまして、結果現金および現金同等物の残高は62億円となっております。各項目の主な内訳につきましては、スライドに記載のとおりとなっております。

## 単体 売上高

1,156 億円 前年同期比 110.3%



## 単体 売上総利益率

53.1 % 前年同期差 0.1 pt



## 単体 既存店前期比

売上高 106.5 %

買上客数 103.8 %

客単価 102.4 %

ここからは UA 社単体の実績をご報告させていただきます。まず売上高ですが、1,156 億円、前年同期比 110.3%となりました。売上総利益率は 53.1%で、前年から 0.1 ポイント改善となっております。

既存店売上高前期比は小売、ネット通販とも前年より超過いたしました。小売プラス、ネット通販で 106.5%、既存店買上客数は前年同期比 103.8%となり、客単価につきましては、価格の見直しなどにより前年同期比 102.4%となっております。インフレ環境下において、客単価を上げながらも、お客様の支持がいただけていると捉えております。

## 単体 売上高 チャンネル別

単位：百万円					小売＋ネット通販 既存店前年比			
	FY25/3 9M	FY26/3 9M	増減/pt差	前年同期比		売上高	客数	客単価
単体売上高	104,837	115,679	10,841	110.3%	小売＋ネット通販	106.5%	103.8%	102.4%
ビジネスユニット計	88,853	97,377	8,523	109.6%	小売	106.3%	101.7%	104.5%
売上比	83.2%	82.6%	▲ 0.6pt	-	ネット通販	107.0%	107.1%	99.1%
小売	59,773	66,201	6,427	110.8%				
売上比	56.0%	56.2%	0.2pt	-				
ネット通販	27,474	29,589	2,114	107.7%				
売上比	25.7%	25.1%	▲ 0.6pt	-				
その他（卸売等）	1,606	1,587	▲ 18	98.8%				
売上比	1.5%	1.3%	▲ 0.2pt	-				
アウトレット等	17,903	20,513	2,610	114.6%				
売上比	16.8%	17.4%	0.6pt	-				

こちら単体の売上高のチャンネル別の詳細でございます。ビジネスユニット計が973億円、前年同期比109.6%、小売は662億円、前年同期比110.8%、ネット通販は295億円、前年同期比107.7%、売上比は25.1%でございます。

様々な改善策が実りまして、自社ECサイトが前年の約106.9%となった他、積極的な在庫配分で、他社モール合計売上高も前年の108.2%となっております。そうしたアウトレット等でございますが、こちらは205億円、前年同期比114.6%、売上比は17.4%となっております。

なおスライド右にございます既存店前期比の詳細につきましては、ご覧のとおりでございます。

## 単体 売上高 事業別

単位：百万円

	FY25/3 9M	FY26/3 9M	増減	前年同期比
ビジネスユニット計	88,853	97,377	8,523	109.6%
トレンドマーケット	58,690	63,323	4,633	107.9%
ミッド・トレンドマーケット	30,163	34,053	3,890	112.9%
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	105.3%	105.7%	104.3%	
ミッド・トレンドマーケット	108.9%	107.5%	111.6%	

こちら単体売上高の事業別の内訳をお示ししたものでございます。UA、BY を中心とするトレンドマーケットは、ウィメンズの伸長が目立ち、売上高 633 億円、前年同期比 107.9%となりました。

GLR を中心とするミッド・トレンドマーケットは、売上高 340 億円、前年同期比 112.9%でございます。ウィメンズを成長、在庫配分拡大によるネット通販の伸長、そして積極的な出店などにより、CITEN の売上増などによりまして、高い成長を継続しております。

また、両マーケットとも小売、ネット通販ともに売上成長が図られています。

## グループ会社の概況

### (株)コーエン 2月-10月

#### 減収増益

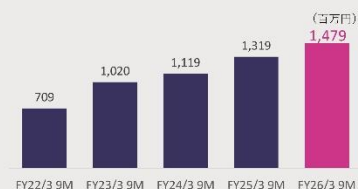
- 売上高 71.3億円 前年同期比 95.3%
- 前年の大型店退店による影響、ネット通販の苦戦により売上高は前年未達、売上総利益率の良化が進み、営業損益、経常損益が改善



### UNITED ARROWS TAIWAN LTD. 2月-10月

#### 増収減益

- 売上高 14.7億円 前年同期比 112.1%
- 売上高の成長、売上総利益率の改善は図れたものの、出店に伴う人件費や宣伝販促費の増加により減益



### UNITED ARROWS SHANGHAI LTD. 1月-9月

- ネット通販売上が想定を下回ったものの、実店舗は計画を超えるスタート
- 2026年3月、深圳地区に2号店を出店

ここからはグループ会社の概況となっております。まず、株式会社コーエンでございます。こちらは売上高 71.3 億円、前年同期比 95.3%となりました。

前年の大型店退店の影響やネット通販の苦戦などにより、売上高は前年未達となりました。一方、売上総利益率の改善は進みまして、営業損益、経常損益が改善しているという状況でございます。

次に UA 台湾社でございます。こちらは売上高 14.7 億円、前期比 112.1%でございます。売上高の成長と、売上総利益率の改善がされましたものの、出店等により販管費の増加で、増収減益となっております。

その下、UA 上海社でございます。ネット通販が想定を下回ったものの、実店舗が計画を大きく超える水準でスタートが切れているところでございます。2026 年 3 月には、深圳地区に 2 号店を出店する予定としております。

## 出退店

28店舗の出店、2店舗の退店により第3四半期末店舗数は348店舗。期末店舗数は347店舗、前期末から25店舗増となる見込み

	3Q累計実績				通期予想		
	前期末 店舗数	出店	退店	3Q末 店舗数	出店	退店	期末店舗数 (予想)
グループ合計	322	28	2	348	35	10	347
(株)ユナイテッドアローズ	238	20	1	257	27	7	258
(株)コーエン	74	3	1	76	3	3	74
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	10	4	0	14	4	0	14
UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.	0	1	0	1	1	0	1

\*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。

出退店の状況でございます。第3四半期累計期間の出店は28店舗、退店2店舗となりまして、第3四半期末の店舗数は348店舗となりました。また、2026年3月期末時点での店舗数につきましては347店舗となりまして前期末から25店舗増となる見込みでございます。

以上が2026年3月期第3四半期の業績の概況となります。どうもありがとうございました。



**三井：**続きまして、丹よりサステナビリティの取り組みをご報告いたします。

**丹：**改めまして、経営戦略本部の丹です。私からは、この3クォーターにおけるサステナビリティに関連するということを報告いたします。

02 サステナビリティの取組報告

  
Carbon Neutrality

**CDP2025**  
「気候変動」「水セキュリティ」ともに  
「A-」スコアを獲得

- 国際的な環境情報開示システムを運営する非営利団体CDPが実施した2025年の調査において、取組内容と情報開示の透明性がリーダーシップレベルであると評価され、気候変動分野および水セキュリティ分野で「A-（Aマイナス）」スコアを獲得
- 「A-」スコアは、8段階あるうちの最高評価である「A」に次ぐ水準、気候変動分野では初めてのA-評価、水セキュリティ分野では2年連続のA-評価



  
Humanity

**女性管理職比率 目標達成へ**

- 2026年4月1日時点での女性管理職比率（課長以上）が31.2%となる見込み
- 女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画において掲げていた目標は「2026年3月末までに課長以上管理職に占める女性の割合 30%以上」
- 個々人の成長機会の拡大、柔軟な働き方の整備、継続的な数値モニタリングにより、女性が管理職へ進むパイプラインが強化され、2025年4月1日時点より2.8pt増加

 UNITED ARROWS LTD. PAGE | 21

まず CDP の評価向上につきましてご報告をいたします。国際的な環境情報開示システムを運営しております CDP が実施をいたしました、2025 年度の調査におきまして当社は、気候変動分野および水セキュリティ分野で A マイナスのスコアを獲得いたしました。

このスコアは最高評価である A に次ぐ水準で、リーダーシップレベルに比しております。

気候変動分野におきましては、取り組み内容と情報開示の透明性が評価をされまして、前年までの B 評価から A マイナスへランクアップいたしました。また、水セキュリティ分野では 2 年連続の A マイナス評価となっております。

続きまして当社の女性管理職比率につきましてのご報告となります。本年 4 月から始まります新年度の期初におきまして、課長以上の女性管理職比率が 31%程度でございます。これは今期の期初時点よりも 2.8%程度のアップとなる予定でございます。

当社では、女性活躍推進法に基づく一般事業主行動計画におきまして、2026 年 3 月末までに課長以上の管理職に占める女性の割合 30%以上という目標を考えております。年度としては 1 年後ろ倒しになりますものの、目標に到達する見込みでございます。

当社では今後も性別問わず全ての従業員が能力を発揮し活躍できるような体制を設置してまいります。以上がサステナビリティに関連する取り組みとなります。ありがとうございました。

**三井：**続きまして、松崎より第3四半期の振り返りおよび今後の取り組みについてご説明をいたします。

**松崎：**改めまして松崎でございます。私からは第3四半期の振り返りおよび中期計画の進捗、今後に向けた取り組みについてご報告をさせていただきます。

中期経営計画の進捗報告：主な取り組み実績

## 3Q(10-12月) 好調要因

中期3年間で気温上下の影響を受けにくい品ぞろえへの移行を進め、安定成長を図る

### ・ 防寒以外 秋冬衣料の売上構成拡大

防寒需要に依存した商品構成から、防寒以外の秋冬衣料を中心とする商品構成へと転換し、気温の上下による影響を受けにくい品ぞろえへとシフト。オフィス回帰を背景に、ジャケット、ブラウス、パンツ等の通勤・オフィス需要に対応する商品展開を強化

### ・ 服飾雑貨の適切な品ぞろえ

シューズ・バッグを中心とした服飾雑貨について、適正な数量での品ぞろえを継続し、気温変動の影響を受けにくい売上構成を構築

### ・ オリジナル比率の高いジャケット、パンツなどのシェア拡大が、売上総利益率の改善にも寄与

3Q(10月～12月) ビジネスユニット 売上総利益率  
対 FY23/3Q比 1.3pt改善

\* 防寒以外 秋冬衣料 (ジャケット、パンツ、スカート、シャツ、カットソー、ブラウス、ワンピース等)

\* 防寒需要 (アウター、ニット、マフラー、グローブ)

\* 服飾雑貨 (シューズ、バッグ、アクセサリ、ハット等)

\* 全てビジネスユニット売上高より算出



23

当第3四半期は長い残暑から急な冷え込みが見られるなど、気温の振れ幅が例年以上に大きく、われわれにとっては対応の難しい期間でございましたが、そのような環境下におきましても当社は第3四半期、3カ月間の連結売上高が前年から2桁増、売上総利益率を改善するなど非常に良好な実績を残すことができたかと捉えております。

これは外部環境に左右されにくい収益体質への転換を確実に進めてきた成果だと認識しております。

当社にとって売上利益の構成比が高い第3四半期において、気温影響を抑制し、安定的な売上を確保できる品ぞろえの確立に向けて、この中期3カ年の間に取り組を進めてまいりました。結果、冬物アウターやニットなど防寒衣料への依存度が高かった商品構成を見直し、ジャケット、カット

ソー、ブラウス、パンツなど気温変動の影響を受けにくい秋冬商材の構成比を上げることで売上利益の向上が図れました。

また、シューズ、バックといった服飾雑貨につきましても、一定のシェアを維持することで、気温要素による業績の振れ幅を抑え、安定収益を確保品ぞろえへの改善が進んだと認識しております。

スライドもグラフのとおり前中期と比較しますと、今期はビジネスユニットの防寒衣料の構成比を 3.6 ポイント引き下げ、一方で防寒以外の秋冬衣料の構成比を 4.5 ポイント拡大、服飾雑貨の構成比も 20%程度の水準を維持して推移をしてまいりました。

中期経営計画の進捗報告：主な取り組み実績

## 3Q(10-12月) 好調要因

### 防寒以外の秋冬衣料、服飾雑貨の安定的な伸びに加え、防寒需要の取り込みが寄与

#### ・防寒以外 秋冬衣料の伸長

前年度から継続するオフィス回帰の需要を捉え、ジャケット・パンツ等を中心に好調を維持

売上高前年比  
**110.2%**



#### ・服飾雑貨の安定寄与

反響商材を含むシューズ・バッグ等の品ぞろえにより、気温の影響を受けやすい月においても、安定的な売上水準を確保

売上高前年比  
**109.3%**



#### ・防寒需要の取り込み

前年に対し早期に低下した気温を背景に、防寒需要を的確に捉え売上拡大

売上高前年比  
**114.9%**



3Q(10-12月) ビジネスユニット売上高 増加要因 (百万円)



3カ年におきましてはこのような取り組みを進めてきたことで大きな成果となった状況でございますが、本年度におきましても、このように気温動向への対応力を高めたことで、第3四半期はビジネスユニットの売上高 111.6%と好実績となり、ジャケット、パンツの防寒以外のアイテム売上は前年比で 110%、4.6 ポイントの押し上げ、シューズ、バックも 109.3%で 1.9%の押し上げと、ともに強い動向を示しております。

加えて当年は気温の低下が早く、防寒需要の盛り上がりを実に捉えたことが、さらに押し上げた要素となっております。オン・オフ、オフィスなど非常にニーズが曖昧な状況の中で、当社としては、厳選した良いものをご購入いただきたいという動きが顕著に見られ、お客様の变化するニーズに対し、当社の高い商品開発力と編集力、そして提案力が確実にフィットしてきている結果だと捉えております。

## 3Q(10-12月) 好調要因

### OMOの推進が売上の安定成長を担保 ※UAクラブ 第3四半期累計期間 実績（2025年12月末）

アクティブ会員数が前年から12.6万人増加し、160万名に到達、  
会員維持率、F2以上の会員比率も向上しており、顧客の定着が着実に進む

アクティブ会員数 **160.5** 万名  
(上期末比 102.8%)

UAクラブ会員売上 **639** 億円  
(前年同期比 113.5%)

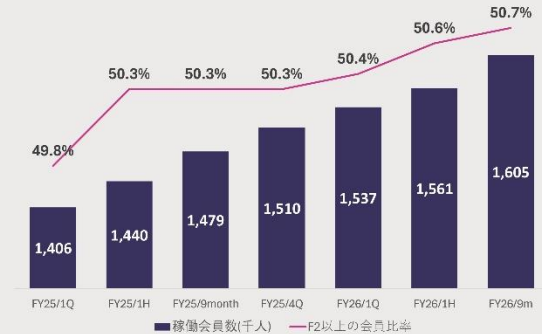
会員売上構成比 **55.2** %  
(前年同期差 1.5pt)

会員維持率 **57.9** %  
(上期末差 0.3pt)

F2以上の会員比率 **50.7** %  
(上期末差 0.1pt)

クロスユーザー数 **23.5** 万名  
(上期末比 102.6%)

アクティブ会員数： 1年以内にお買い上げいただいた会員様  
会員維持率： 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： 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： 実店舗と自社ECを「併用される会員様



次に、この安定成長を大きく支えている要素となっております顧客基盤についてですが、UAクラブのアクティブ会員数は160万名様に到達し、前年同期からは12.6万名お客様が増えた状況でございます。会員の母数を増やししながら、会員比率や年2回以上を購入されるF2以上の会員比率も引き続き向上しており、リピーターが増加しております。

その結果、UAクラブ会員売上は、この第3四半期期間では前年から2桁成長し、会員売上構成比も前年と比較し1.5ポイント拡大していることで、お買い上げ客数を減少させることなく状態を高めながら、成長できているという背景でございます。引き続き、会員母数の拡大とともに、会員維持率、F2以上の会員比率を着実に進め、強固な顧客基盤を形成してまいります。

## 持株会社体制移行への検討開始について

長期ビジョン 2032

美しい会社  
ユニテッドアローズ

真善美を追求し続けることでサステナブルな社会の実現に貢献し  
お客様に愛され続ける高付加価値提供グループになる

持株会社化により事業の多角化やM&Aを進める体制を整え、長期ビジョンの達成につなげる

- ・ **M&Aを含む多角化の推進**

新ブランドの展開や非アパレル領域への進出を、M&Aを含め柔軟に実行できる体制を整備

- ・ **グループ経営の高度化**

持株会社が個別事業の業績管理を行うことで、成長事業にリソースを集中させ、最適な事業構造を構築

- ・ **ガバナンスの強化**

持株会社によるグループ戦略の策定、子会社による個別事業の執行を分離させ、グループ全体を踏まえた最適な事業戦略実行

- ・ **子会社経営の自立性の向上**

子会社の権限を明確化させ、個別事業の特性にあわせた柔軟な対応をとることで、経営スピードの向上、経営人材の育成を図る

26

続きまして、今後の取り組みについてご説明をさせていただきます。昨日発表させていただきましたとおり、当社は持ち株会社体制への移行に向けた検討を開始いたしました。

2032 年を目標とする長期ビジョンの達成に向けては、ファッションを軸にした既存ドメインの成長に加え、非アパレル領域への進出など、事業を多角化し揚々と顧客層を拡大していくことが不可欠だと考えております。持ち株会社化によって、M&A も含めた体制を整え、長期ビジョンの達成を目指してまいります。



## ハイエンド ラグジュアリーブランドのM&A

### ウィメンズブランド「TELMA」の取得

- 2026年1月7日付けで株式会社TELMAを設立
- ハイエンド～ラグジュアリー領域のブランドポートフォリオを拡充
- 新進気鋭のデザイナーブランドの本格的海外展開



Website: <https://telma.jp/>

Instagram: <https://www.instagram.com/telma.jp/>

#### デザイナー中島 輝道

アントワープ王立芸術アカデミー卒業。卒業コレクションが評価され、「Christine Mathys賞」および「Louis賞」を歴代、且つ日本人として初めてダブル受賞し、同コレクションがアントワープ市内にあるセレクトショップLouisのウィンドーディスプレイを飾る。これを機に同年、DRIES VAN NOTENに入社し、ドリス・ヴァン・ノッテンのアシスタントとしてウィメンズデザインを担当。その後、日本的な物作りを学ぶ為に帰国し、14年にISSEY MIYAKEへ入社。一枚の布という概念から独自のシルエット表現と国内産地との素材開発を学ぶ。22年より「TELMA」を発表。



27

2024年10月に株式会社ブーツブラックジャパンのM&Aに続きまして、こちらも昨日発表させていただきました。ウィメンズブランドTELMAが当社グループに加わりました。

TELMAは2022年創設のハイエンドなウィメンズブランドで、当社の一部店舗や百貨店、他社セレクトショップなどでお取り扱いがあるブランドです。今回のM&Aは当社にとって、ハイエンドからラグジュアリー領域のポートフォリオ拡充するもので、まだ規模は小さいですが、将来的な海外展開や、国内のお客様拡大へのポテンシャルの高さに期待をしております。



## 新規事業、新規ブランドの取り組み

### 新規事業 2026年春の出店計画

#### CITEN

2店舗（博多、名古屋・大高）



#### conte

1店舗（名古屋）



#### NICE WEATHER

3店舗（新宿、船橋、他）



#### Edit united arrows

2店舗（新宿、横浜）



### ERの独占販売を開始

- モデルemma氏とスタイリスト中村璃乃氏がディレクターを務めるウィメンズ カジュアルブランド
- 2022年のブランド開始より、高いSNS発信力で、20代女性を中心に支持を集める
- 次世代に響く新規ブランド開発の一環として、ビューティー & ユースにて展開



Instagram : [https://www.instagram.com/\\_er\\_offi/](https://www.instagram.com/_er_offi/)

YouTube : <https://www.youtube.com/channel/UC3VKQ-rt1sw6vyxgmR3GHA>

また、この中期に進めてきております CITEN、conte、NICE WEATHER など新規事業の出店も拡大しております。この春では CITEN が 2 店舗、conte が 1 店舗、NICE WEATHER が 3 店舗出店を予定しております。また当社のウィメンズブランドを編集して展開する新店舗フォーマットである、Edit united arrows も 2 店舗の出店を予定しております。

さらにモデルの emma 氏とスタイリストの中村氏がブランドディレクターを務めるウィメンズブランド、ER の独占販売も開始いたします。このブランドは、感性とリアルを融合した自由なスタイル提案と高い SNS 発信力により、20 代女性から強い支持を獲得しているブランドです。

長期ビジョンの達成に向けて次世代に響く新規ブランドの開発の一環として、店舗での取り扱いを開始いたします。

## 海外展開の拡大：2026年春の出店

### UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.

中国大陆2号店

ユナイテッドアローズ 深圳万象天地店（2026年3月）

- ・ 華南エリアを代表する施設「深圳万象天地」
- ・ UNITED ARROWS、UNITED ARROWS & SONS、H BEAUTY&YOUTHなど高感度レーベルの品ぞろえ
- ・ ローカルブランドとの別注アイテムも展開



### UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

台湾国内15店舗目、グリーンレーベル3店舗目

グリーンレーベル リラクシング遠東ガーデンシティ店（2026年3月）

- ・ 台北ドーム併設の大型商業施設



### タイ フランチャイズ2号店

ユナイテッドアローズ セントラル チットロム店（2026年3月）

- ・ タイの小売最大手セントラルグループの老舗商業施設
- ・ 2026年夏には3号店も出店予定

次に海外でございますが、こちらも着実に取り組みが進んでおります。中国大陆については、25年1月に開店した上海店舗が好調に推移しており、次月3月には、深圳で2号店を開店する予定でございます。

上海店舗で高い実績のある高感度なオリジナルレーベルを中心に、ローカルブランドとの別注アイテムなどを展開し、華南エリアでの認知拡大に繋げてまいります。

台湾につきましては、全体では15店舗目、グリーンレーベルとしては、海外3店舗目となる店舗を開店いたします。

またタイについても、この春に、フランチャイズの2号店を開店し、夏には3号店のオープンも予定している状況でございます。

## 当社の価値創造の基盤である人的資本の有効活用

### 厳選したスタッフによるパーソナルスタイリングサービスを開始

- 全国から選りすぐった21名の販売スタッフによるパーソナルスタイリング
- アポイント時に事前ニーズを把握し、カウンセリングを実施
- お客様の個性、目的に応じたスタイリングの提案
- アフターサポートの実施（お直し・シューシャイン・クリーニング・買取など）
- 購入履歴を活用した継続的なご提案を通じ、顧客生涯価値を最大化

対象店舗：ユナイテッドアローズの一部店舗

予約方法：専用フォームより受付

<https://reserva.be/uatldpersonalstylingervice>



30

最後に優良顧客様とのより深い関係作りに向けた取り組みでございます。先ほどご説明をさせていただきました UA クラブ会員の実績のとおり、強固な顧客基盤が当社の安定的な成長を支えております。さらなる顧客の獲得には、高い接客力、提案力を持つ当社の販売メンバーの力が欠かせません。当社の人的資本である販売メンバーの力を最大限に活用すべく、アポイント制によるパーソナルスタイリングサービスを開始いたしました。

全国から選りすぐりの販売員が、専用フォームからいただいたお客様のタイプ、ニーズに応じて最適なスタイリングをご提案いたします。購入後のお直しやシューシャイン、クリーニングなどアフターサポートも行い、購入履歴に応じた継続的なご提案を通じて、長いお付き合いを実現し、顧客生涯価値を高めてまいります。

私からの進捗報告は以上でございます。本年度最終年度とする中期経営計画の達成と、次期中期経営計画に向けた土台作りは着実に進んでおります。

現在次期中期計画の立案が大詰め段階となっており、5月に発表させていただく予定です。

今後とも引き続きご支援のほどよろしくお願いいたします。