



株式会社ユニテッドアローズ 2024 年 3 月期 第 1 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。

●今期業績について

Q. 第 1 四半期の対計画進捗を教えてください。

A. 売上高、売上総利益が計画を上回ったのに対して、販管費のコントロールが効き、営業利益以下の各利益が計画を超過しています。販管費については在庫効率向上により物流関連コストが計画よりも抑制されているなどの削減要因はありますが、第 2 四半期以降に期ズレで発生するものもあります。

Q. トrendマーケットが好調な要因は？

A. セールだから買うのではなく、定価でも厳選してより良いものを買いたいという購買マインドの変化が大きく出ているのが、ユニテッドアローズ、ビューティー&ユースを中心とするトレンドマーケットです。インバウンド需要の回復もプラスに影響しています。中国からの訪日観光客が少ない中でもコロナ禍前を上回る実績を残しており、今後も期待できる分野です。グリーンレーベルを中心とするミッド・トレンドマーケット、ニュートrendマーケットのコーエンについては、ビジネスニーズのカジュアル化に対して対応しきれず、新しい提案ができていないことや、カジュアル商品の鮮度アップが課題で、足元では修正を図り、改善傾向にあります。

Q. 秋冬の商品価格の見直しは？

A. 為替レートの変動が続いているため、事業毎に強弱をつけながら最大 10% の程度の値上げを予定しています。秋冬商品は単価が高く、比較的価格の見直しが行いやすいものが多いため、当社としては大きな懸念は持っていません。

Q. 販売員の採用状況は？

A. 前年は 90% 程度だった要員充足率も、今年は派遣社員も含めると 100% を超える水準を確保できており、おおよそ店頭の体制は整っています。正社員数は不足感があるため、さらに補充していきたいと考えていますが、今後は働き方の多様化に対応し、アルバイトの比率を高めていく考えです。

●中期経営計画の進捗について

Q. 売上総利益率改善に向けた取り組みで、手応えを感じている項目と課題となっている項目を知りたい。

A. プロパー消化率の向上については、すでにコロナ禍前を大きく上回る成果が出ています。価格の見直しもお客様からの支持をいただけており、原価率の抑制も一定の手ごたえを感じています。今後の課題は商品管理基幹システムの刷新と商品調達のデジタル化で、開発進行中です。



Q. CITEN 出店後の手ごたえは？

A. 売上は若干計画を下回るものの、今後も順調に拡大が図れる手ごたえは感じています。既存ブランドよりもカラフルな商品が多く、着こなしが若年層向けとなっているためお客様層が絞り込まれすぎ、商業施設の広いお客様層にリーチしきれていないことが課題の一つと感じており、今後はベーシックなアイテムも増やしていきます。小型店舗で出店し、少ない販売メンバーでセルフ販売も含めたオペレーションを考えていましたが、想定以上に接客を求めるお客様が多いため、見直しを行っています。今後の拡大を踏まえ、初期段階で見えてきた課題は有効なものだと捉えています。

Q. 中期経営計画 UA MULTI 戦略の進捗状況を教えて欲しい。

A. 現在、それぞれプロジェクトチームを立ち上げて準備を行っています。若年層向け新規ブランド開発は、新たなスタンダードとして次世代の UA 社をけん引するブランドの開発に向けたコンセプトワークを行っています。アパレル派生型ブランドの開発についても、これまで進めてきたヨガ、ゴルフ、アウトドアなどのスポーツ、ウェルネスの取り組みも含めて検討を進めています。アパレル以外の領域については、他社と協業も選択肢に入れています。法人ビジネスはユニフォームやコラボ企画など、前年以上のスピードで開拓しています。

Q. UA クラブで管理する KPI は何か？スタート後のポジティブ面、ネガティブ面があれば教えてください。

A. 年間購買回数や年間購入金額を主要 KPI に設定し、より多くの方に顧客になっていただくことがこのプログラムの狙いです。買上金額の高いお客様ほど還元率が上がることや、商品購入だけでなく、レビュー投稿などのアクションに対してもマイルを付与し、当社との関係性を深めていただく仕組みに対して、ご好評をいただいています。まだスタートしたばかりのため、現時点ではネガティブな側面は出ていません。

Q. 商品管理基幹システムの刷新と在庫調達のデジタル化で期待される効果は？

A. 商品管理基幹システム刷新の効果の一つとして、在庫情報の一元管理、在庫配分の精度向上による在庫効率改善があげられます。これまでも在庫配分の見直しを行い、足元でもその効果は出ていますが、この作業がもっと効率化され、より精度が高い運用ができるようになります。従来は複数のシステムで管理されていた実店舗、ネット通販、物流倉庫の在庫情報を一元管理できるようになるため、販売機会ロスの縮小による売上増と在庫効率の改善に加え、必要以上の在庫移動を抑えることによるコスト低減効果が期待されます。在庫調達のデジタル化による効果の一つは、原価構造の見える化です。これまで個別に管理されていた素材情報、商品発注情報、取引先様情報などをデジタル化して同一のプラットフォームで管理することで、商品の追加発注の精度向上、調達コストの低減効果を期待しています。

以 上