

2027年3月期 上期

決算説明会

Financial Results Briefing

TABAYA HOLDINGS

目次

Table of Contents

P04 – | 1 2027/3期 上期 業績概況
専務取締役 グループＣＦＯ 兼 経営管理本部 本部長　中澤 健夫

P21 – | 2 サステナビリティの取り組み報告
(株)ユナイテッドアローズ 経営戦略本部 本部長　伊東 治彦

P23– | 3 中期経営計画の進捗報告：
2027/3期 上期の主な取り組み実績
代表取締役社長 グループＣＥＯ　松崎 善則

P38 – | 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、エディット ユナイテッドアローズ、ナイス ウェザー、タバヤ ユナイテッドアローズ、ユナイテッドアローズ＆サンズ 、オソイ**

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。

ユナイテッドアローズ ―――――――――――――――― UA
ビューティー＆ユース ユナイテッドアローズ ―――――――― BY／ビューティー&ユース
ユナイテッドアローズ 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

シェアードリサーチ社による当社の調査レポートはこちら Shared Research

株主通信 note

01

Financial Highlights

2027/3期 上期
業績概況



決算ハイライト

連結：売上高は前年同期を上回って推移、営業利益以下の各利益は２桁増益

- 株式会社コーエン譲渡の影響を吸収し、既存事業の伸長により前年同期に対して売上高は103.2％、売上総利益は101.5％を達成。
- 営業利益は前年同期比132.4％、親会社株主に帰属する中間純利益は前年同期比152.9％と、各利益は2桁増益。

売上総利益：売上総利益率は前年を下回るも、額は前年越え。

- 天候要因やセール時期の変更の影響により、売上総利益率は前年同期差▲0.8ptも、売上総利益額は前年を上回って推移。

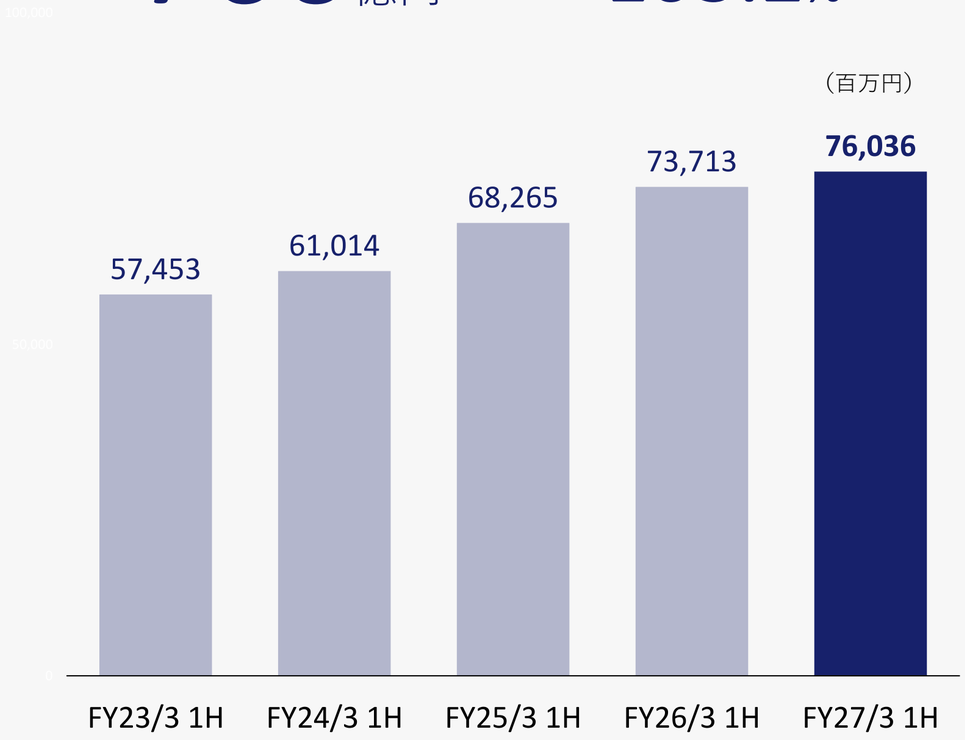
㈱UA：売上高は109.7％と好調。客数・客単価とも前年を上回って推移

- 小売が107.1％、ネット通販が111.8％と両チャネルとも伸長し、単体売上高は109.7％と前年同期を上回る。

連結 売上高

760億円

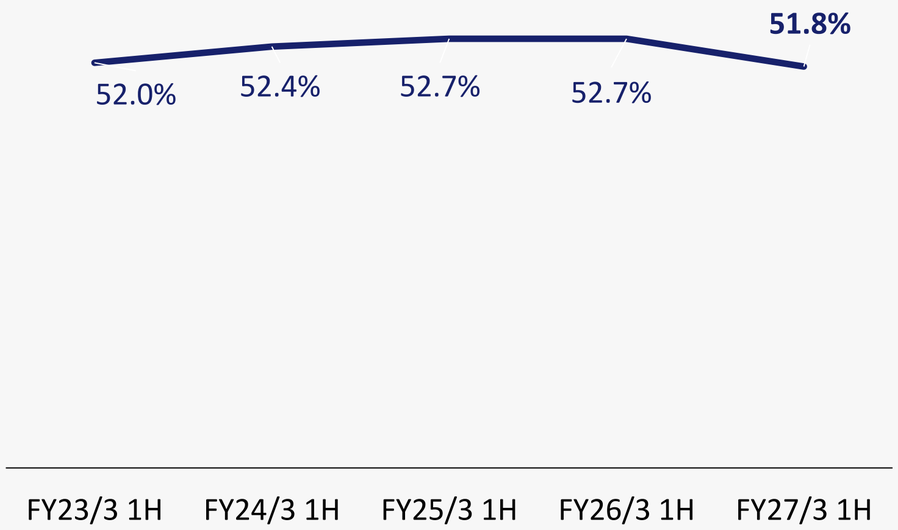
前年同期比
103.2%



連結 売上総利益率

51.8%

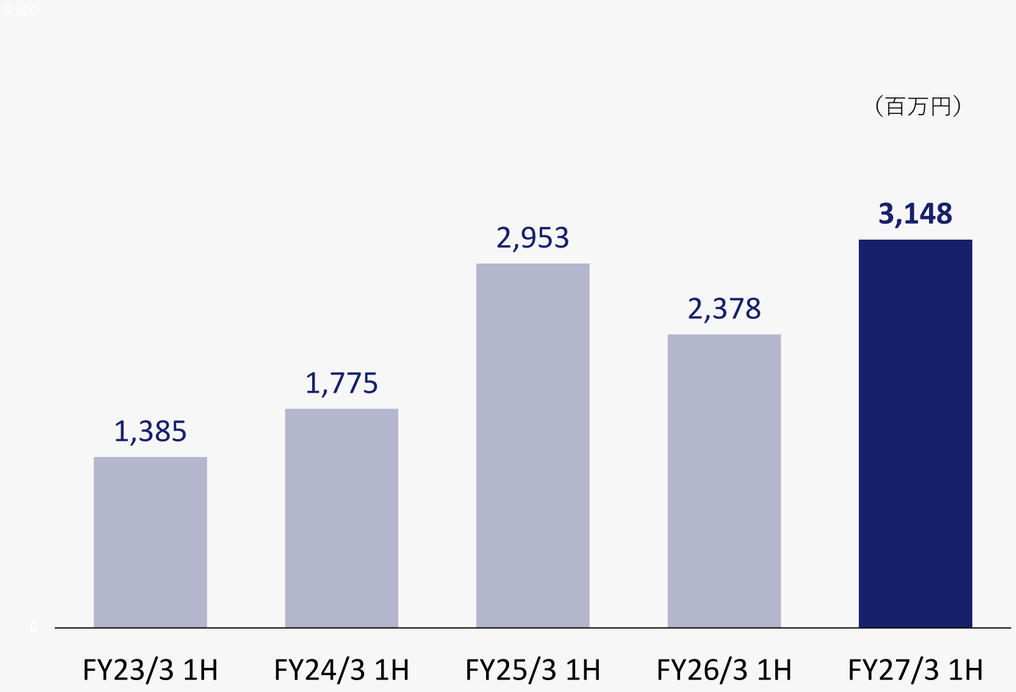
前年同期差
▲0.8pt



連結 営業利益

前年同期比

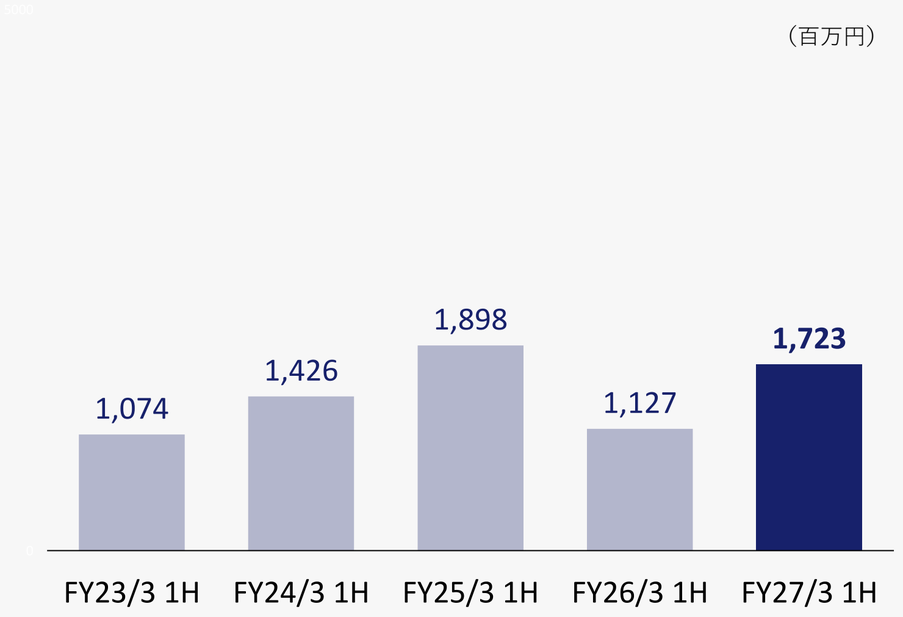
31億円　　132.4%



親会社株主に帰属する中間純利益

前年同期比

17億円　　152.9%



連結PL

売上高は前年を上回り、株式会社コーエン譲渡による減収分を吸収、収益構造の改善により営業利益以下の各利益が2桁増。

単位：百万円

		FY26/3 1H	FY27/3 1H	増減/pt差	前年同期比
売上高		73,713	76,036	2,322	103.2%
売上総利益		38,821	39,422	600	101.5%
	売上比	52.7%	51.8%	▲ 0.8pt	―
販売費及び一般管理費		36,443	36,273	▲ 169	99.5%
	売上比	49.4%	47.7%	▲ 1.7pt	―
営業利益		2,378	3,148	770	132.4%
	売上比	3.2%	4.1%	0.9pt	―
営業外損益		129	56	▲ 73	43.4%
	売上比	0.2%	0.1%	▲ 0.1pt	―
経常利益		2,508	3,204	696	127.8%
	売上比	3.4%	4.2%	0.8pt	―
特別損益		▲ 558	▲ 450	108	―
	売上比	―	―	―	―
親会社株主に帰属する中間純利益		1,127	1,723	596	152.9%
	売上比	1.5%	2.3%	0.7pt	―

連結PL(2Q)

単位：百万円

	FY26/3 2Q	FY27/3 2Q	増減/pt差	前年同期比
売上高	35,522	36,246	724	102.0%
売上総利益	17,718	17,688	▲ 30	99.8%
売上比	49.9%	48.8%	▲ 1.1pt	―
販売費及び一般管理費	17,875	17,771	▲ 104	99.4%
売上比	50.3%	49.0%	▲ 1.3pt	―
営業利益	▲ 156	▲ 82	73	52.8%
売上比	-0.4%	-0.2%	0.2pt	―
営業外損益	▲ 25	▲ 12	13	48.4%
売上比	-0.1%	0.0%	0.0pt	―
経常利益	▲ 182	▲ 95	87	52.1%
売上比	-0.5%	-0.3%	0.3pt	―
特別損益	▲ 188	▲ 397	▲ 208	―
売上比	―	―	―	―
親会社株主に帰属する四半期純利益	▲ 335	▲ 395	▲ 60	117.9%
売上比	-0.9%	-1.1%	▲ 0.1pt	―

連結 売上総利益率

天候要因のマイナス影響やセール売上の拡大、アウトレットにおける過年度在庫の消化によって、売上総利益率は前年同期を下回る。台湾はMD改善で売上を堅調に伸ばしながら売上総利益を改善。

	FY27/3 1H	前年同期比 pt差
連結	51.8%	▲0.8pt
(株)UA	51.5%	▲0.6pt
ビジネスユニット計	-	▲0.3pt
アウトレット他	-	▲1.1pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	0.8pt
UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.	-	▲5.2pt

連結 売上総利益率(2Q)

	FY27/3 2Q	前年同期比 pt差
連結	48.8%	▲1.1pt
(株)UA	48.3%	▲0.4pt
ビジネスユニット計	-	▲0.2pt
アウトレット他	-	▲0.3pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.		0.1pt
UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.	-	▲4.7pt

連結 販管費

連結体制の変更により販管費は前年減、主に(株)UAの売上増により固定費の吸収が進み、販管費率も低減。

単位：百万円

		FY26/3 1H	FY27/3 1H	増減/pt差	前年同期比
販売費及び一般管理費合計		36,443	36,273	▲ 169	99.5%
	売上比	49.4%	47.7%	▲ 1.7pt	-
宣伝販促費		2,213	2,322	109	104.9%
	売上比	3.0%	3.1%	0.1pt	-
人件費		11,916	11,950	33	100.3%
	売上比	16.2%	15.7%	▲ 0.4pt	-
賃借料		9,986	9,970	▲ 16	99.8%
	売上比	13.5%	13.1%	▲ 0.4pt	-
減価償却費		793	908	115	114.5%
	売上比	1.1%	1.2%	0.1pt	-
その他		11,532	11,121	▲ 411	96.4%
	売上比	15.6%	14.6%	▲ 1.0pt	-

連結 販管費(2Q)

単位：百万円

		FY26/3 2Q	FY27/3 2Q	増減/pt差	前年同期比
販売費及び一般管理費合計		17,875	17,771	▲ 104	99.4%
	売上比	50.3%	49.0%	▲ 1.3pt	-
宣伝販促費		1,064	1,107	42	104.0%
	売上比	3.0%	3.1%	0.1pt	-
人件費		5,814	5,791	▲ 22	99.6%
	売上比	16.4%	16.0%	▲ 0.4pt	-
賃借料		4,899	4,839	▲ 60	98.8%
	売上比	13.8%	13.4%	▲ 0.4pt	-
減価償却費		406	452	46	111.5%
	売上比	1.1%	1.2%	0.1pt	-
その他		5,690	5,580	▲ 110	98.1%
	売上比	16.0%	15.4%	▲ 0.6pt	-

連結 BS

(株)UAで在庫調達の適正化をはかり、たな卸資産の増加を抑制。

単位：百万円

		2026年3月末	2026年9月末	対前期末 増減	
総資産		71,507	77,071	5,564	107.8%
	構成比	100.0%	100.0%		
流動資産		44,292	49,149	4,857	111.0%
	構成比	61.9%	63.8%		
固定資産		27,214	27,921	706	102.6%
	構成比	38.1%	36.2%		
流動負債		25,028	32,532	7,503	130.0%
	構成比	35.0%	42.2%		
固定負債		4,342	4,453	111	102.6%
	構成比	6.1%	5.8%		
純資産合計		42,135	40,085	▲ 2,050	95.1%
	構成比	58.9%	52.0%		
参考：長短借入金残高		1,900	7,413	5,513	390.2%

	2025年9月末	2026年9月末	対前年同期末 増減	
参考：たな卸資産	30,880	31,303	422	101.4%

連結 CF

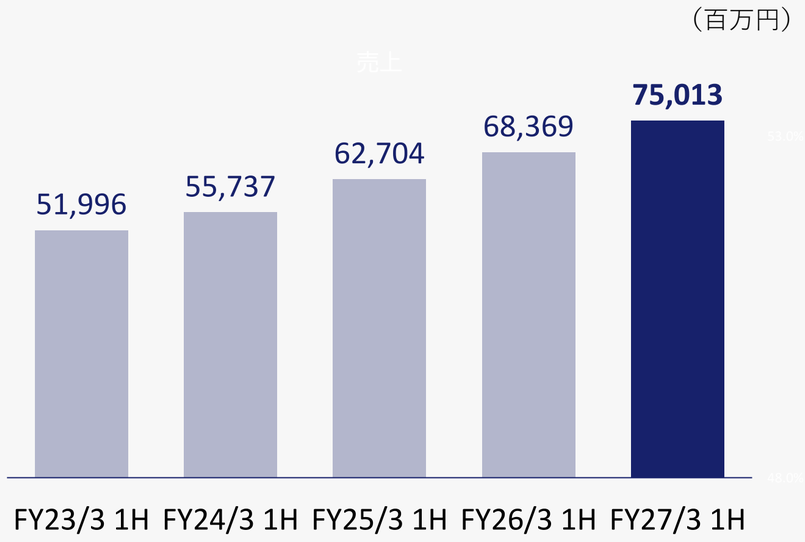
単位：百万円

	FY26/3 1H	FY27/3 1H	当期実績の主な内訳	
営業キャッシュ・フロー（小計）	2,012	3,902		
営業キャッシュ・フロー	▲ 467	4,139	税金等調整前中間純利益 売上債権の増減額 棚卸資産の増減額 仕入債務の増減額	2,754 2,065 ▲3,704 3,156
投資キャッシュ・フロー	▲ 4,861	▲ 3,673	有形固定資産の取得による支出 無形固定資産の取得による支出 長期前払費用の取得による支出 連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	▲2,144 ▲129 ▲333 ▲990
財務キャッシュ・フロー	1,597	1,580	短期借入金の純増減額 自己株式の取得による支出 配当金の支払額	5,500 ▲1,999 ▲1,912
現金及び現金同等物期末残高	2,927	5,499		

㈱UA 売上高

750億円

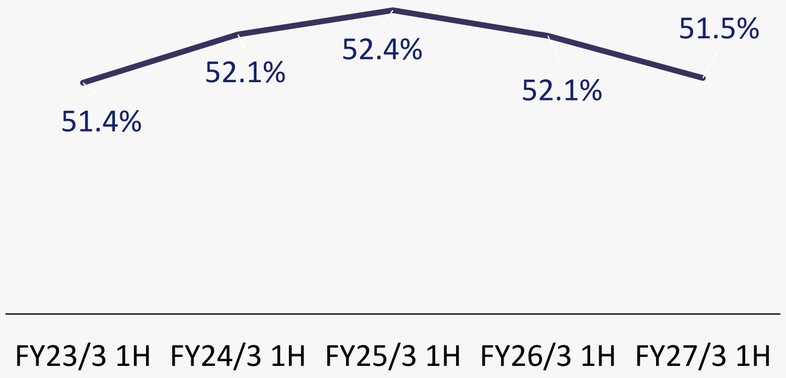
前年同期比
109.7%



㈱UA 売上総利益率

51.5%

前年同期差
▲0.6pt



㈱UA 既存店前年同期比

売上高 105.8%

買上客数 101.5%

客単価 103.3%

㈱UA 売上高 チャネル別

小売、ネット通販ともに伸長、 UA3.0による在庫配分の適正化で販売機会ロスを抑制。

単位：百万円

		FY26/3 1H	FY27/3 1H	増減/pt差	前年同期比
単体売上高		68,369	75,013	6,644	109.7%
ビジネスユニット計		57,749	62,646	4,897	108.5%
	売上比	82.9%	82.2%	▲ 0.7pt	-
小売		38,891	41,646	2,755	107.1%
	売上比	55.8%	54.6%	▲ 1.2pt	-
ネット通販		17,780	19,883	2,103	111.8%
	売上比	25.5%	26.1%	0.6pt	-
その他（卸売等）		1,077	1,115	37	103.5%
	売上比	1.5%	1.5%	▲ 0.1pt	-
アウトレット等		11,895	13,573	1,677	114.1%
	売上比	17.1%	17.8%	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	105.8%	101.5%	103.3%
小売	103.0%	98.3%	104.8%
ネット通販	111.3%	106.7%	102.7%

㈱UA 売上高 事業別

両マーケットで成長を継続、高付加価値商品の提案が増収を牽引。ネット通販は既存店前年同期比で2桁伸長。

単位：百万円

	FY26/3 1H	FY27/3 1H	増減	前年同期比
ビジネスユニット計	57,749	62,646	4,897	108.5%
トレンドマーケット	37,354	40,625	3,271	108.8%
ミッド・トレンドマーケット	20,394	22,021	1,626	108.0%

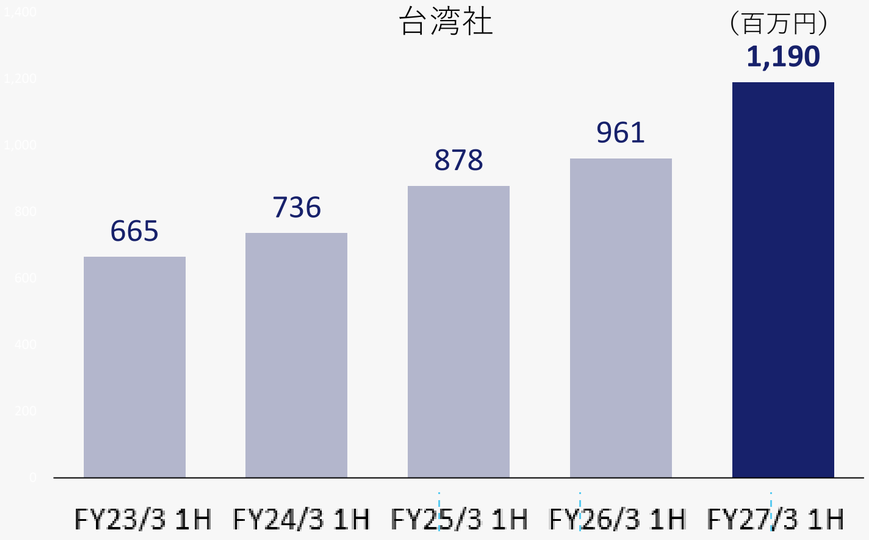
既存店売上高 前年同期比	小売＋ネット通販	小売	ネット通販
トレンドマーケット	105.7%	102.9%	111.6%
ミッド・トレンドマーケット	106.0%	103.3%	110.9%

主要グループ会社の概況

UNITED ARROWS TAIWAN LTD. 2月-7月

増収増益

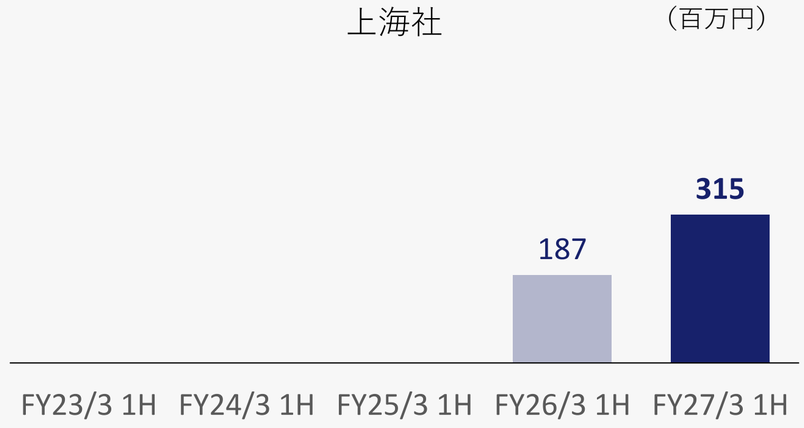
- 売上高 11.9億円 前年同期比123.7％
- 主力事業のUA、BY、GLR、チャネルではECが堅調
- 上代設定の見直し、MD改善により定価販売での比率が向上



UNITED ARROWS SHANGHAI LTD. 1月-6月

増収減益

- 売上高3.1億円　前年同期比168.2％
- 新規2店舗出店（広東省深圳市、浙江省杭州市）
- 新店に加え、上海1号店のリピート顧客の増加、ECは会員母数の増加に伴い、売上は前年伸長



出退店

退店はなく、国内9店舗、海外2店舗の出店。上期末店舗数は287店舗。

	前期末店舗数	出店	退店	1H末店舗数	出店	退店	期末店舗数（予想）
グループ合計	273	11	0	287	19	2	293
株式会社ユナイテッドアローズ	273	11	0	284	19	2	290
ユナイテッドアローズ	258	9	0	267	14	2	270
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	14	0	0	14	2	0	16
UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.	1	2	0	3	3	0	4
株式会社ビジュードエム	-	-	-	3	0	0	3

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

02

Sustainability

サステナビリティの
取り組み報告



サステナビリティを通じた事業基盤・ブランド価値の強化

サステナビリティを事業活動に組み込み、企業ブランドへの信頼と持続的な収益力を向上

SARROWS目標　2027年3月期上期進捗

0.00%
繊維製品の廃棄率

- リサイクル品の仕分け作業を社内研修に取り込み、対応強化
- 廃棄対象の繊維製品をすべて再資源化

0.04%
商品の廃棄率

- 前年通期実績および2030年目標を維持・達成

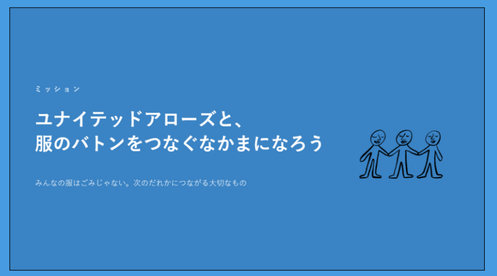
43.2%
再生可能エネルギーの割合

- 再生可能エネルギー導入拠点が6拠点増加
- 導入割合は前年通期より1.3pt向上

活動トピックス

顧客・次世代との新たな接点創出

- 小学校でのサステナビリティ出張授業、残生地を活用したワークショップなどを通じて、資源循環への理解を促進
- 体験型のコミュニケーションにより、顧客・次世代からの共感と信頼獲得を目指す





03

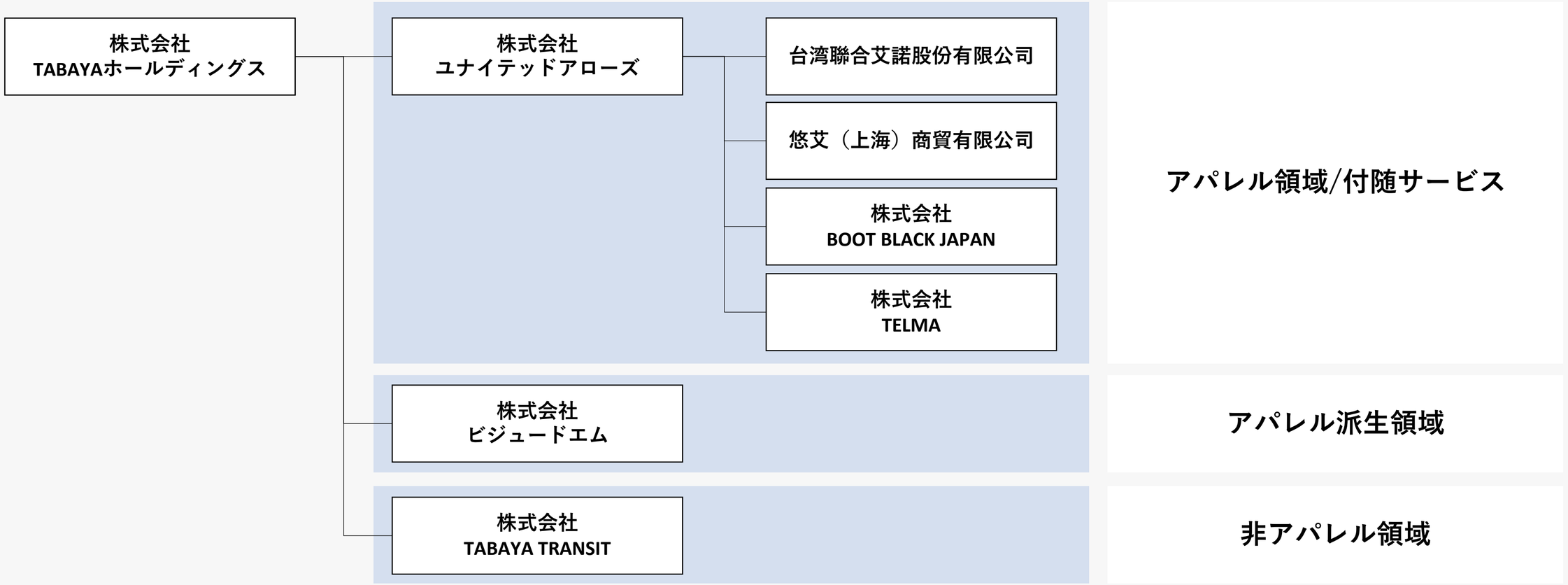
Achievements

中期経営計画の進捗報告：
上期の主な取り組み実績



TABAYAホールディングスへの移行について

- 2026年10月1日をもって持株会社体制への移行及び商号変更完了
- 飲食を含むライフスタイル領域での事業展開を視野に合弁会社「株式会社TABAYA TRANSIT」を設立



“日本が誇る世界に向けた高感度・高付加価値グループ”となる構造転換

1989 UNITED ARROWS＝束矢

一本一本の矢を束ねるように、
志と個性をひとつの力にする思想

2026 TABAYAホールディングス

複数のブランド・事業を束ね、
成長を生み出す企業構造へ

「束ねる」は、思想から経営構造へ

FY2027/3期 上期を振り返って – ヒト：販売・接客コンテスト出場・受賞

業界トップクラスの接客人材を継続的に輩出し、競争優位の源泉である販売力を一層強化

ルミネスト認定者数

新規認定者約135名のうち、ゴールド1名、シルバー4名を含む認定者総数**9**名が選出

SC接客ロールプレイング大会

全国で約900名が出場する各地域の大会へ**54**名進出、

優勝**2**名・準優勝**2**名を輩出

STAFF OF THE YEAR

全国の販売員の中から選出される18名のファイナリストに、

過去最多の**4**名が選出



ルミネスト ゴールドに認定された岩見　画像提供：株式会社ルミネ

*ルミネスト：株式会社ルミネが運営する販売員認定制度。接客・販売スキルに優れたスタッフを認定
*SC接客ロールプレイング大会：全国のショッピングセンターで働く販売員を対象とした接客技術コンテスト
*STAFF OF THE YEAR：株式会社バニッシュ・スタンダードが主催する日本一の店舗スタッフ（令和のカリスマ店員）を決める接客コンテスト
*当年実績は10月末時点

FY2027/3期 上期を振り返って – モノ：2026年春夏 高感度・高付加価値商品

高感度・高付加価値商品の提案が、お客様からの継続的な支持につながる

UA NAVY シングル 3ボタン スーツ

- “UAが考える最もオーセンティックなモデル”として真にオリジナルな素材づくりと現代的な感度とニーズを組み合わせたスーツ



UA NAVY シングル 3ボタン スーツ REGULAR MODEL 税込価格：¥129,800

LOEFF フレンチスリーブブラウス

- スーピマコットン使いの細番手高密度TCブロードを使用
- ウエストシェイプしたクラシカルなシルエット



＜LOEFF＞TCブロード エイ シャツ 税込価格：¥26,400

FY2027/3期 上期を振り返って – ウツワ：主な出店・改装

新店効果、移転・改装効果によりお客様との接点が拡大

出店・改装状況

- 新規出店　　9店舗
  ユナイテッドアローズ ウィメンズストア等
- 移転・改装　9店舗
  ドゥロワー 青山店
  グリーンレーベル リラクシング ルミネ新宿店等
  計画を上回る好調な滑り出し



ドゥロワー青山店（2026年9月改装）

I.高感度顧客満足No.1ブランドになる

- 引き続き既存店で客単価増と客数増を両立、高付加価値戦略が奏功
- 両マーケットとも高い成長率を維持

売上高	買上客数	客単価
105.8%	101.5%	103.3%

上期(株)UA ビジネスユニット 既存店前期比

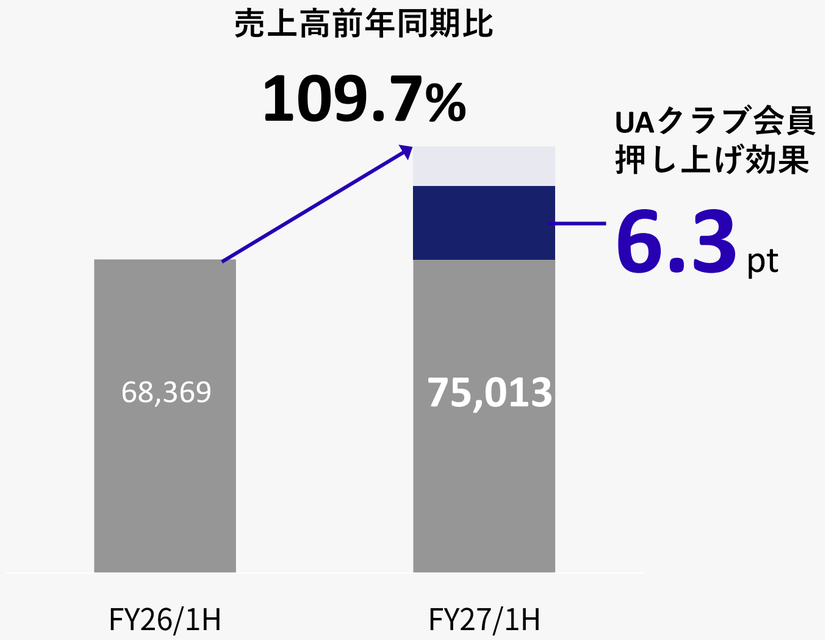
マーケット別 既存店売上高前期比

トレンドマーケット	105.7%
ミッド・トレンドマーケット	106.0%

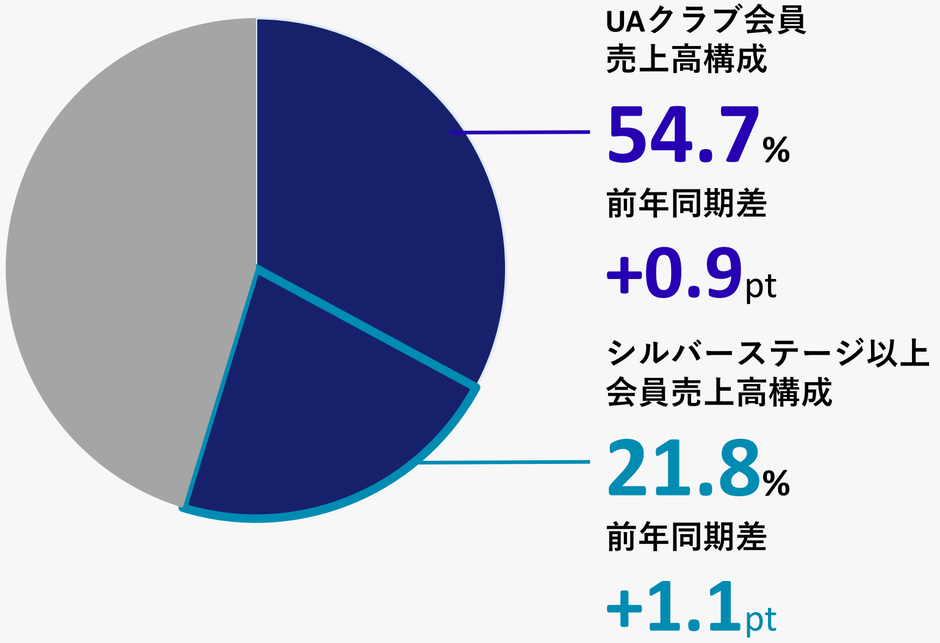
I.高感度顧客満足No.1ブランドになる

- UAクラブ会員による購買が成長をけん引、会員売上高は目論みを上回る
- シルバーステージ以上の会員売上高構成が拡大しロイヤル化が進展

（株）UA 売上高・顧客属性別寄与度 (単位:百万円)



（株）UA 顧客属性別 売上高構成比



I.高感度顧客満足No.1ブランドになる

当社の持つ人的資本を最大限に活用し、新規顧客の獲得からロイヤル顧客化までの仕組みを構築

	1.新規顧客の獲得 会員基盤の拡大	2.顧客化 F1→F2以上への転換	3.ロイヤル化 LTVの向上
施策	• 新規入会の促進 • 入会者へのフォロー	・UA NICE DAYS ・購入後レコメンドの強化	・マイルアップキャンペーン ・パーソナルスタイリングサービス

人的資本の活用

リピーターを生み出す高い接客販売力

アプリやSNSなどを通じた魅力的なスタイリング提案

I.高感度顧客満足No.1ブランドになる

1.新規顧客の獲得 | 2.顧客化 | 3.ロイヤル化

- **オンライン、オフラインを使った新規入会促進**
- **接客品質や商品満足度の高さ、購入後のきめ細かいフォローから高い維持率を確保**

新規入会の促進

- SNS、ウェブ広告を通じた来店、サイト訪問促進
- 新規出店による顧客接点の拡大
- 店頭、ECサイトでの入会促進

入会者へのフォロー

- アプリ、SNS等デジタル接点拡大で想起率向上

FY2027上期 小売＋ネット通販新規入会者数

約23.7万名 (YoY 126.8%)

新規入会者の維持率*

40%弱

*維持率：当年度に購買した顧客のうち、翌年度も購買した顧客の割合

I.高感度顧客満足No.1ブランドになる

1.新規顧客の獲得 | 2.顧客化 | 3.ロイヤル化

- **UA NICE DAYSをはじめとした取り組みによりF2以上への転換を推進**

UA NICE DAYS

- 期間中の累計購入金額に応じ、次回以降に使えるクーポンを付与
- クーポン付与により再購買を促進



UA NICE DAYSによる年間F2転換者数(FY2026実績)

年間 約**5.7**万名

FY2027上期末時点 F2以上会員数構成比

50.1%

I.高感度顧客満足No.1ブランドになる

1.新規顧客の獲得　2.顧客化　**3.ロイヤル化**

- **マイルアップCP等による上位ステージへの転換推進でシルバーステージ以上の会員が拡大**
- **シルバーステージ以上の会員の維持率は90%超、顧客との長期的な関係性を構築**

マイルアップキャンペーン

- 期間中、購入時マイルが通常の1.5倍にアップ
- マイルアップによりステージアップを促進



FY2027上期末時点 シルバーステージ以上の会員数、ステージ別前年比

約17.2万名 YoY118.5%

ダイヤモンド（累計100万マイル以上）	111.4%
プラチナ（累計50万マイル以上）	116.8%
ゴールド（累計30万マイル以上）	118.4%
シルバー（累計10万マイル以上）	118.7%

シルバーステージ以上の会員の維持率

90%超

II.高感度顧客を世界に広げる – 2026年秋の出店

UNITED ARROWS TAIWAN LTD.

UNITED ARROWS GREEN LABEL RELAXING 遠東GARDEN CITY店（2026年9月）

- 日本の最新のGLR意匠を取り入れた台湾3号店
- メンズ・ウィメンズを展開し、きれいめを軸にカジュアルアイテムを拡充した品揃えが好評



ユナイテッドアローズ アウトレット GLORIA OUTLETS (2026年10月)

- テスト出店を経て、台湾では10年ぶりのアウトレット正式出店
- グローバルラグジュアリーなど富裕層回遊への認知獲得も期待

UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.

ユナイテッドアローズ 上海 Bicester Village 店（2026年11月）

- 2018年開業のアウトレットモール「Bicester Village」
- 中国国内外のプレミアムブランドやラグジュアリーブランドが集積
- 上海では初のアウトレット施設への出店



III.高感度顧客との新たな接点を築く – BtoB案件の実施状況

2027/3期 上期の実施状況

プロダンスチーム「ONODERA USER RUNBULLS」様

オフィシャルウェア・スーツ提供

プロバレーチーム 「東レアローズ」様

男女チーム公式ユニフォームデザイン

伊勢神宮崇敬会 神宮会館様

オリジナルグッズ制作

文教大学付属中学校・高等学校様

新制服デザイン監修

他、幅広い企業様との取り組みを展開









お知らせ：統合レポート2026を近日発行

- CEO、CFO、CHRO 各メッセージの掲載
- 人的資本に関わる記載の拡充
- ヒト・モノ・ウツワが生み出す価値の発現モデルを社員のインタビューを通じてご紹介
- SARROWSの重要項目であるサプライチェーン保護の取り組みについて、サステナビリティ責任者とSCM責任者の対話でご紹介













04

Reference Materials

参考資料



連結 業績計画

コーエン社譲渡による減収分を補い増収。売上総利益率は過年度在庫消化の影響などにより上期は弱めに見るものの、下期の改善で通期は前年水準、販管費のコントロールで営業利益以下の各利益で増益を見込む。

売上高	1,661 億円（前期比 101.0%）
売上総利益率	52.4 %（前期差 0.0pt）
営業利益	100 億円 （売上比 6.0%　前期比 109.6%）
経常利益	100 億円 （売上比 6.1%　前期比 108.3%）
当期純利益	61 億円 （売上比 3.7%　前期比 101.0% ）

単位：百万円

		FY26/3 実績	FY27/3 計画	増減/pt差	前期比
売上高		164,603	166,180	1,576	101.0%
売上総利益		86,230	87,057	826	101.0%
	売上比	52.4%	52.4%	0.0pt	—
販売費及び一般管理費		77,103	77,057	▲ 46	99.9%
	売上比	46.8%	46.4%	▲ 0.5pt	—
営業利益		9,126	10,000	873	109.6%
	売上比	5.5%	6.0%	0.5pt	—
営業外損益		187	83	▲ 104	44.4%
	売上比	0.1%	0.0%	▲ 0.1pt	—
経常利益		9,313	10,083	769	108.3%
	売上比	5.7%	6.1%	0.4pt	—
特別損益		▲ 1,974	▲ 624	1,350	—
	売上比	—	—	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益		6,112	6,175	62	101.0%
	売上比	3.7%	3.7%	0.0pt	—

売上総利益率 計画

	FY27/3 1H	前年同期比	FY27/3 2H	前年同期比	FY27/3 通期	前期比
連結	52.2%	▲ 0.5pt	52.5%	0.4pt	52.4%	0.0pt
(株)UA	51.8%	▲ 0.3pt	52.3%	0.4pt	52.1%	0.1pt
ビジネスユニット計	-	0.6pt	-	0.5pt	-	0.5pt
アウトレット他	-	▲ 3.5pt	-	0.3pt	-	▲ 1.4pt
UNITED ARROWS TAIWAN LTD.	-	▲ 0.3pt	-	▲ 1.9pt	-	▲ 1.2pt
UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.	-	▲ 13.9pt	-	▲ 10.4pt	-	▲ 12.0pt

㈱UA 売上計画

単位：百万円

	FY27/3 1H	前年同期比	FY27/3 2H	前年同期比	FY27/3 通期	前期比
単体売上高	73,672	107.8%	89,708	104.6%	163,380	106.0%
小売＋ネット通販　既存店	-	107.7%	-	105.0%	-	106.2%
小売　既存店	-	105.6%	-	103.4%	-	104.4%
通販　既存店	-	111.9%	-	108.3%	-	109.9%

*既存店計画については、収益認識基準適用による売上の引き下げ分が含まれておりません。そのため実態よりも数ポイント高めの数字が出る傾向があります。

㈱ユナイテッドアローズ 小売出退店

単位：店舗

	前期末 店舗数	出店	退店	1H末 店舗数	出店	退店	期末店舗数 （予想）
（株）ユナイテッドアローズ合計	**258**	9	0	**267**	14	2	**270**
トレンドマーケット計	**125**	7	0	**132**	9	0	**134**
ユナイテッドアローズ総合店	17	0	0	17	0	0	17
ユナイテッドアローズ	24	3	0	27	3	0	27
ビューティー＆ユース	39	2	0	41	4	0	43
その他	45	2	0	47	2	0	47
ミッド・トレンドマーケット計	**105**	2	0	**107**	5	2	**108**
グリーンレーベル リラクシング	91	1	0	92	4	1	94
その他	14	1	0	15	1	1	14
アウトレット	**28**	0	0	**28**	0	0	**28**

小売出退店 個別明細

㈱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	ビューティー＆ユース ユナイテッドアローズ 天王寺店	天王寺ミオ(大阪府大阪市)
	新規出店	グリーンレーベル リラクシング 天王寺ミオ店	天王寺ミオ(大阪府大阪市)
	新規出店	CITEN ユナイテッドアローズ イオンモール大高店	イオンモール大高(愛知県名古屋市)
5月	新規出店	ユナイテッドアローズ 大丸京都 ウィメンズストア	大丸京都店(京都府京都市)
	新規出店	NICE WEATHER 心斎橋店	心斎橋PARCO(大阪府大阪市)
	新規出店	ビューティー＆ユース ユナイテッドアローズ 恵比寿店	アトレ恵比寿(東京都渋谷区)
9月	新規出店	ドゥロワー　名古屋栄店	ラシック（愛知県名古屋市）
	新規出店	ユナイテッドアローズ　自由が丘店　ウィメンズストア	ミューズスクエア（東京都目黒区）
	新規出店	ユナイテッドアローズ　岡山　ウィメンズストア	岡山一番街（岡山県岡山市）

UNITED ARROWS SHANGHAI LTD.

	出退店	店名	商業施設・住所
3月	新規出店	ユナイテッドアローズ 深圳万象天地店	深圳万象天地（広東省深圳市）
4月	新規出店	ユナイテッドアローズ　杭州恒隆店	杭州恒隆広場（浙江省杭州市）

中期経営計画 2026-2028 の全体像

中期戦略	日本が誇る世界に向けた高感度・高付加価値グループになる		
	I 高感度顧客満足 No.1ブランドになる	II 高感度顧客を 世界に広げる	III 高感度顧客との 新たな接点を築く
GOAL	さらなるシェア拡大 営業利益額・率の改善	海外売上・店舗数・顧客数の拡大	LTV向上
重点取組	1. 売上高の成長 客単価の増加 出店・改装による顧客接点の増加 2. 売上総利益率の改善 UA3.0の有効活用	1. 中国大陸、台湾展開を積極化 2. 他エリアへの卸拡張	1. 高感度カテゴリーへの展開 2. M&Aまたは事業開発
	人的資本投資 エンゲージメントの向上、優秀な販売員の育成・確保		OMO戦略

長期ビジョン 2032、中期経営計画 2026-2028 経営目標

現在の事業環境と今後のM&Aの可能性も踏まえ、長期目標を売上高 3,000億円に修正

長期に向けたマイルストーンとして、新中期経営計画では売上高 1,850–1,950億円を目指す

	長期ビジョン2032		中期経営計画 2026-2028
	23/5 当初計画	26/5 見直し	
連結売上高	2,500 億円	3,000 億円	1,850–1,950 億円
連結営業利益	250 億円	300 億円	115–125 億円
連結営業利益率	10.0 %	10.0 %	6.1–6.3 %
ROE	–	–	14.3–15.7 %

