



ユニー株式会社

経営方針

平成23年4月11日

ユニー（連結）39期と40期の実績

実績 (単位:億円)	39期(2009年度)		40期(2010年度)		
	実績	単純比	実績	差異	単純比
営業収益	11,344	95.3%	11,128	▲216	98.1%
営業利益	211	52.5%	351	+140	166.4%
経常利益	190	48.8%	323	+133	169.7%
当期純利益	▲50	-	60	+110	-
経常利益率 (対営業収益比)	1.7	▲1.6%	2.9	-	+1.2%

ユニー及びユニーグループ成長戦略



1 業態戦略・・・小売企業グループとしてのシナジーの追求 国内13社

・総合小売業	ユニー (APITA、PIAGO、ユーホーム)
・コンビニエンスストア	サークルKサンクス
・衣料専門店	パレモ、鈴丹、モリエ、さが美
・サービス・飲食	サン総合メンテナンス、ユニコム、サンリフォーム、マイサポート、ユニフード
・金融・不動産	UCS、ユーライフ

2 海外戦略・・・アジアをマーケットとするグローバル小売業への脱皮

1. ◇2012・2013年度、中国上海へ2店舗出店 ◇ユニー香港の多店舗化(2014年までに5店舗)
2. 開発商品の海外調達先拡大

3 出店戦略・・・既存出店エリア(1府19県下)スーパーリージョナルチェーンとしてのシェアアップ

- ◆SMの出店と既存店舗の建替、増床

4 拡大戦略・・・規模のメリット追求

- ◆イズミヤ、フジとの商品協業

5 伊藤忠商事との業務資本提携・・・相互の企業価値の向上

- ◆海外出店、海外調達先拡大による第2ステージへ

ユニー(株)39期と40期の実績



実績 (億円)	39期(2009年度)			40期(2010年度)		
	実績	同規模比	単純比	実績	同規模比	単純比
直営売上高	7,870	93.3%	98.6%	7,752	99.1%	98.5%
テナント売上高	2,580	92.1%	90.4%	2,679	98.7%	103.8%
S売上高	10,450	93.0%	96.5%	10,431	99.0%	99.8%
営業利益	45	—	33.0%	130	—	290.5%
経常利益	52	—	33.5%	140	—	271.5%
当期純利益	2	—	0.9%	45	—	1915.8%

注記)39期単純比は、38期旧(株)ユースタ分含む



マーケット課題と主な取り組み

【課 題】	【対 応】	【取り組み】
消費の低迷 とデフレ	・GMS事業 の改革	・MD改革 ・現場主義 ・ローコスト経営
国内マーケ ットの縮小	・海外出店	・中国への出店 ・ユニー香港事業 の拡大
少子高齢化	・ITビジネス	・ネットスーパー拡大 ・総合ショッピング モールの立上げ
都市部への 人口流入	・店舗出店	・都市へのSM出店 ・建替え、業態変更

40周年



設立

法人組織

- 1971年
(昭和46年)
- 4社合併
- ユニー(株)単体

100周年



創業

事業開始

- 1912年
(大正元年)
- 愛知県の履物店
- グループの視点

- ・ ユニーの歴史に学ぶ
- ・ 企業への誇り

節目の年

社会貢献

- ・ 新たな需要と価値の創造
- ・ 使命役割

成長戦略

収益戦略

- ・ 7つの基本戦略
- ・ 企業の永續

- ・ 利益を出す収益と経費構造

キャッチフレーズ

・未来とつながる『**ユニー創業100周年**』

全体基調

・永続と発展に向けた『**新生活創造小売業**』

ステージ

100年の感謝
THANKS 100

2020年に向けた
取組み
FOR THE 2020

今後の100年に向け
NEXT 100

キーワード

お客様満足

社会貢献

従業員満足

独自 商品力
販売力

3つの視点

生活解決

生活提案

コスト引下げ

ユニー創業100周年 お客様企画

お客様

100周年感動イベント

プレミアム
お買物券

専門店
お買物券

イイこと
夢プレゼント

オープン
懸賞

メーカー
協賛企画

メーカー
協賛企画

直営お買物券付き
ユニー商品券の販売

専門店お買物券付き
ユニー商品券の販売

お買い上げを条件
としたクローズド懸賞

エコカープレゼント
(愛・三・岐限定)

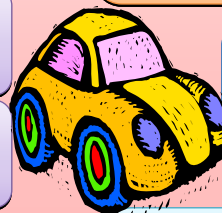
100メーカー様
セレクト品プレゼント

食品工場
親子体験ツアー

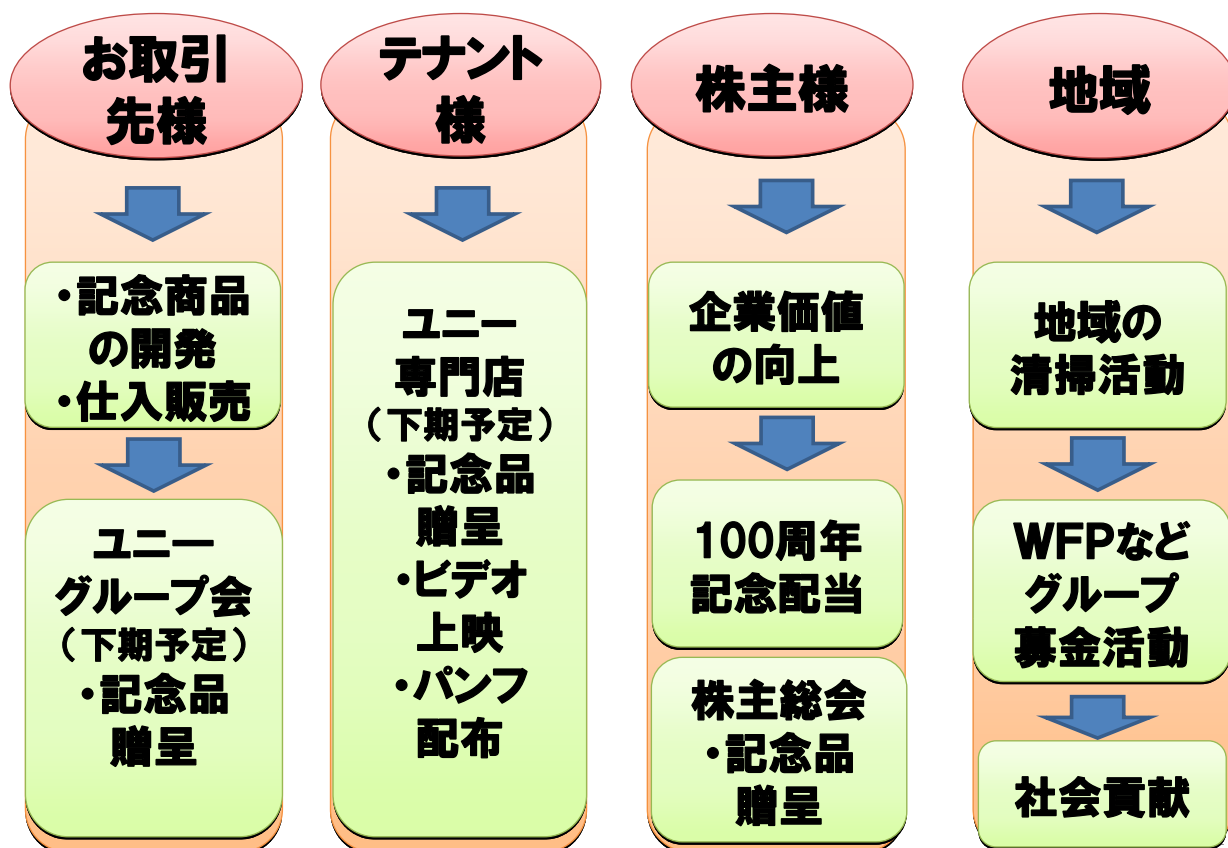
食育の
推進

・食育体験学習
・手作り教室
・企業コラボ など

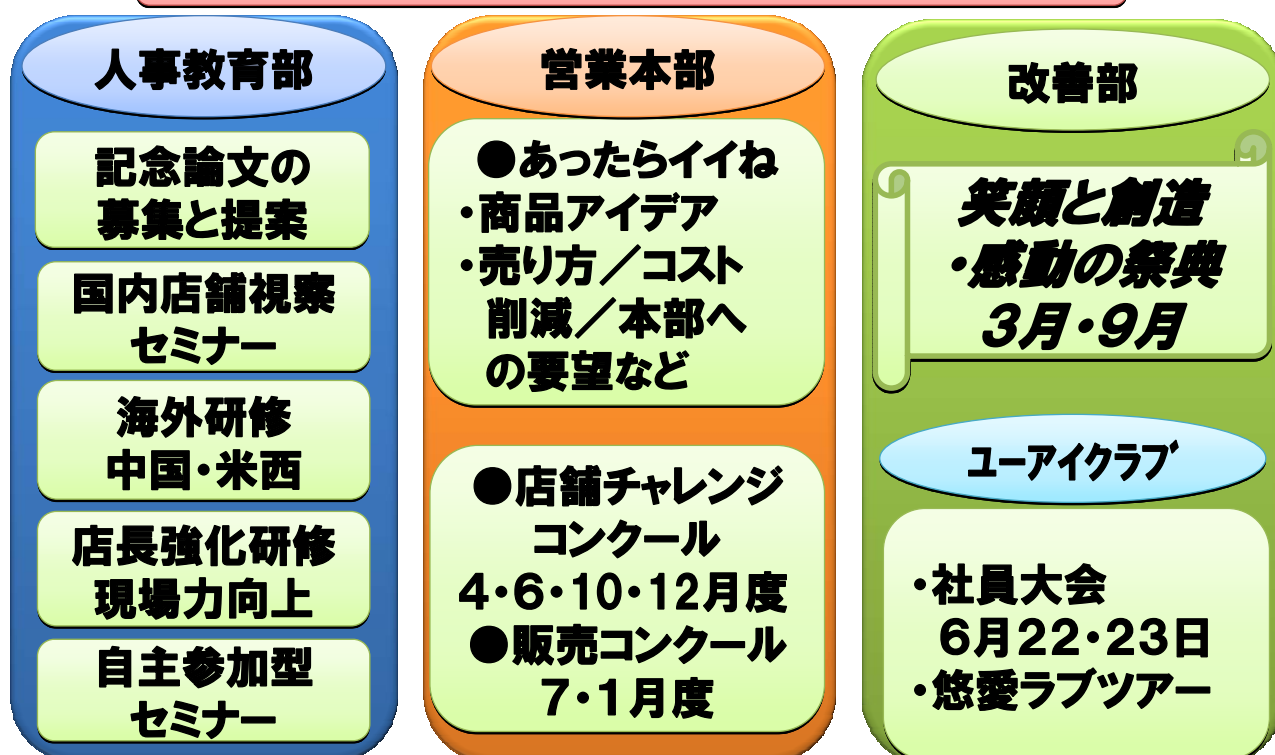
グループ
共通企画



総額1000万円分
商品券プレゼント
・CKSU・さが美・パレモ
・鈴丹・モリエ・UH・夢屋
・ユニフードなど



従業員対象





1. GMS事業の改革

(単位:億円)



マーチャンダイジング改革

高品質 + 低価格 + 利益高品



量を売る

- 商品開発 (製造小売のビジネスモデルづくり…いくつ、つくれるか)
ストア'ラント'商品、プライベート'ラント'商品、NB共同企画商品
- 売り方 (売り込み商品を量で売る …価値を伝える売り方)
- 52WMD (新しい商品、新しい売り方 …他業態の売上を奪う)

- ◆衣料 = アウター商材の量販商品開発 ⇒利益の出る部署への復活
- ◆住関 = カインズレベルの商品開発体制 ⇒機能・集客の役割から利益体質へ
- ◆食品 = 生鮮3部門の販売レベル向上による荒利率改善3%~5%
⇒GMS食品で利益の出る体質づくり

(億円)	40期(前期) 開発商品		41期(今期) 開発商品		伸長率
	売上高	構成比	売上高	構成比	
衣料	698	49.5%	702	53.3%	101%
住関	134	10.5%	170	13.6%	127%
食品	566	11.0%	650	13.1%	115%
直営	1,397	17.8%	1,522	20.2%	109%

開発商品
ウエイトを
20%まで
拡大
↓
荒利25%
目指す!

2. 店舗開発



**エリアのドミナント化・・・中京(名古屋市・愛知・岐阜・三重県)
／関東(埼玉・千葉・神奈川県)／北陸(富山・金沢・福井市)
／山静(静岡・浜松市)**

- 新規出店(都心部への小型店出店、アピタの出店)
- 既存店改装(店舗の建替・業態変更、不採算店の活性化)

中期開発計画

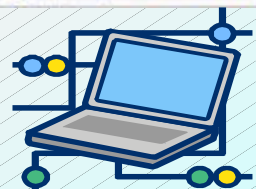
(アピタ:A ピアゴ:P ユーホーム:UH)

計画	新設店/建替	改装店	閉鎖店
4 1 期 (2011 年度)	●P 蟹江店 (建替) ●A 吉原店 (建替)	●P 植田店 (増床) ●UH 桶狭間店 (Pから業態変更) ●A 福井大和田店 (テナントゾーン増床)	●P 今池店 ●P 西尾駅東店 ●P 乙川店
4 2 期 (2012 年度)	●A 上牧(奈良) ●P 小型店	5店舗前後	2～3店舗
4 3 期 (2013 年度)	●P 小型店 (都心部)	5店舗前後	2～3店舗

3. ITビジネス



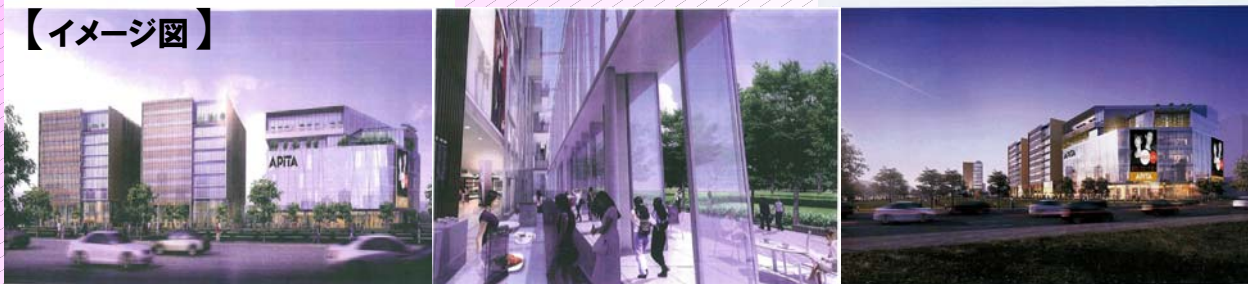
- ネットスーパーの拡大
(愛知・三重・岐阜県の早期ドミナント確立と他地域への展開)
- 宅配ビジネスの確立
(ネット発注と店舗での買物を自宅へ配達)
- 高齢者マーケットへの対応
(玄関での御用聞きビジネスの対応)
- 総合ショッピングモールの立上げ
 - ①グループ各社、取引先による連携⇒グループ通販
 - ②店舗品揃えの強化、受け渡しはUNY・CKSUの店頭及び宅配活用
- 携帯販促
店頭での年間獲得キャンペーン30万人会員を目指す(40期実績10万会員)
- 『カタリナクーポン』の発券拡大(現在の実績約2,000万枚)
UCSとコラボし、ストアクーポン券による利用促進を検討中
- 『UCS会員』の顧客属性活用
顧客分析ソフトによる売場体制、販売促進の実施を検討中



4. 海外出店

1 中国出店の計画…(10年後には1,000億円目標)

【イメージ図】



2 ユニー香港事業の拡大

店 名	設 立	規 模	売上計画
アピタ太古中心城店	1987年 6月	5100坪	98億円
生活創庫 楽富店	2010年 6月	2700坪	40億円
ピアゴ 徳福店	2010年12月	1800坪	34億円

1香港ドル=11円で換算



5. 既存事業部

- 1 【ユーホーム】
 - ユーホームプロトタイプの構築
(都市型店舗モデルへの取組み)
 - ユーホームによる新カセット
(リフォーム、ガーデニングなど)



- 2 【夢屋書店】
 - 小型店舗の積極出店
(ピアゴ福釜店モデル)
 - プロトタイプの構築
(長久手店、新カセットの導入
「ステーショナリー」「キッズエデュケーション」)
 - 夢屋書店販路拡大
(ECビジネスによる販路拡大)



6. グループシナジー

1 ユニーとCKSUの連携

- 共通開発商品による利益改善
- 商流・物流の見直しによる原価低減
- ユニーのMD支援による次世代コンビニの構築



2 ユニー衣料本部、パレモ・鈴丹・モリエ・さが美との連携

- ユニー衣料と専門店での商品開発、物流、情報の共有化



7. エコ・ファーストの約束

1 食品循環資源のリサイクルループによる再生資源化

- 2012年度までに再生利用等実施率 **60%** を達成します(全店舗実施)
- 2012年度までにリサイクルループを1府19県の全地域に拡大します。

2 容器包装廃棄物の削減に取り組めます

- 2012年度までに会社全体としてレジ袋辞退率 **75%** を達成します
- 使用済み容器包装を店頭回収し、資源の有効循環をさせます

3 ライフスタイルの変革による、低炭素社会の実現を目指します

- 消費者に地球温暖化防止を目指したライフスタイルを提供します

1 エコストアの開発 (●LED照明●風力発電、壁面断熱、屋上緑化)

2 環境配慮商品やカーボンフットプリントによる表示

3 電気自動車の充電器の設置



計画 (単位:億)	業績計画(ユニー(株))		部門計画(ユニー(株))		
	数値	比率	部門	売上	荒利益率
直売 売上	7,513	98.0% (同規模)	衣料	1,160	37.6%
營收 業益	7,891	97.1% (単前比)	住関	1,250	27.7%
営業費	2,070	26.2% (營收比)	食品	4,985	20.5%
営利 業益	135	1.7% (營收比)	直营	7,513	24.3%
経利 常益	145	1.8% (營收比)	テナント	2,601	—

最後に



今、私たちに必要なこと!



意識改革



やりきる力