

## 2012年 経営方針



ユニー株式会社

Copyright@Uny.Co,Ltd. All Rights Reserved

### 外部環境からの厳略と取組み課題



【取組み】



【環境問題】

消費の低迷

【戦略】

GMS事業 の改革

『MD改革』『現場主義』

『ローコスト経営』 『業態モデルの確立』

国内マーケ ットの細小

国内事業 海外 の再強化 (ブーメラン効果)

・中国への出店

・香港の多店舗化

少子高齡化

ITビジネス 高龄者对広 新规宗编剧条

・ネットスーパー拡大 ・総合SCモール

都市部への 人口流入

店舗開発散略

- 耐震対応、建替、業態変更 ・都市部への出店
- ・ミニスーパーの首都圏多店舗化

Copyright@Uny.Co,Ltd. All Rights Reserved

### ユニー及びユニーグループの成長戦略

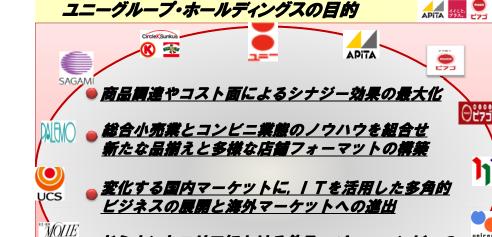








- ・ユニー開発商品模成比(直営25%)
- ・サークルドサンクスとのスタイルワン、プライムワン協同開発
- ・イズミヤ、フジとの協業 ・伊藤忠商事との協業
- グループの連接強化 利益拡大と競争力増強
- ・ユニーとサークルドサンクスの商品開発、MDの協業化
- ・衣料専門店3社のシナジー追求
- アジアを中心とする国際的小売業への成長
- ・中国、2020年に10店舗、1,000億円目標
- ・ユニー香港の多店舗化
- ITビジネスの拡大
  - ・携帯販促、ネットスーパー、インターネット販売の拡大
  - ・グループ総合サイトの立ち上げ、バーチャル販路のインフラ整備
- - ・APITA「生活向上店」、PIAGO「生活便利店」として規模の利益追求
  - ・相互出店によるドミナント形成
- APITA・PIAGOの業態完成





グループ化、M&A、新規事業の確立

ドミナントエリアにおける他スーパー・コンビニの

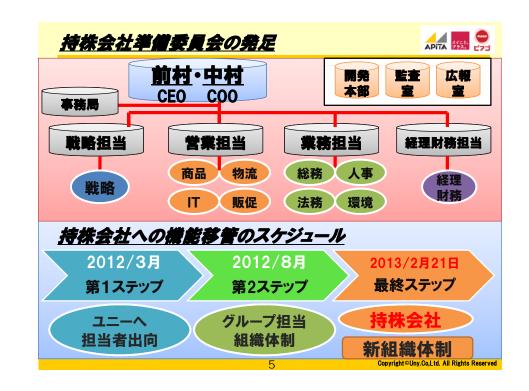




U-LIFE

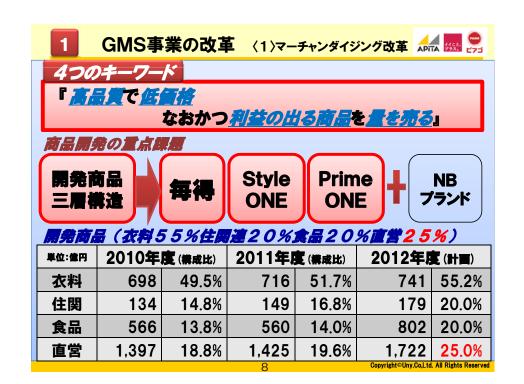


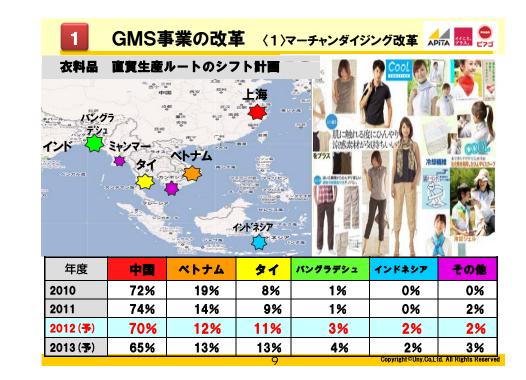
Copyright@Uny.Co,Ltd. All Rights Reserved



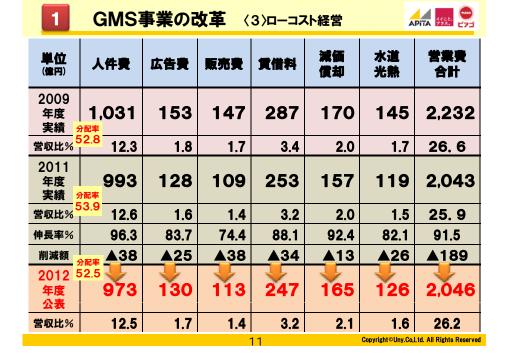




















## 2 グループシナジー 〈3〉 衣料3社



衣料本部と衣料専門店3社(さが美、パレモ、モリエ)によるシナジー

パレモ・鈴丹 合併効果 (2012.2.21)

総合ショッピング モールの構築

- ◆都市型店舗の拡大・・・5ブラ ンド構築、店舗構成50%
- ◆直接貿易比率の拡大/30%
- ◆中期1000店、経常30億円
- 1販売チャネルの拡大
- ②ファッション・ブラントの強化
- ③大きいサイズの充実





#### 海外出店 〈2〉香港店の概要







現状の課題

- ◆1号店の契約更新成功
- ◆2、3号店の業績向上
- ◆新規物件の開発



国際部支援

- ◆香港物流の効率化
- ◆営業力/CS/改善の 教育強化



業績結果と予想 (単位:百万円)

	2011年度	2012年度(予)
売上	14,702	14,380
経常	<b>▲</b> 40	35

店舗開発戦略







### 2012年度の開開店予定店舗

20	01 <b>2</b> \$	F度 (予)	APITA	PIAGO
	新	設	佐原東店(建替)	新城店(建替) 可児店(建替)
	増	床	敦賀店	-
		か床	けやきウォーク前橋店本庄店	-
	閉	店	一宮店(改築)	浜松泉町店(建替)

Copyright@Uny.Co,Ltd. All Rights Reserved

Copyright@Uny.Co,Ltd. All Rights Reserved

### 最後に





ユニー創業200周年へ向けた101年目のスタートの年にあたり

チャレンジ達成するべきこと!

1. 世界で通用する

## グローバル小売業になる

独自の価格帯で、今までにない新しい価値が 提供できる 商品開発、販売体制をつくる

2. 自らソリューションをプレゼンスレ 商品を販売する 生活解決・生活提案・生活コスト引き下げの

# 需要創造小売業になる

縮小する国内マーケットでも、収益を出して 成長していくための仕組みをつくる



Copyright@Uny.Co,Ltd. All Rights Reserved

20