

2014年、ユナイテッドアローズは創業25周年を迎えます。
当社は創業以来、「店はお客様のためにある」という経営理念・社是のもと、
ひたすらお客様満足の極大化を追求し、今日まで歩んでまいりました。
今後は、既存事業のさらなる強化と新たなチャレンジに取り組み、
お客様をはじめとするステークホルダーの価値向上に向けてまい進し続けます。

	2003年3月期（単体）	➡	2008年3月期（連結）	➡	2013年3月期（連結）
売上高	35,271百万円		72,221百万円		115,041百万円
経常利益	4,786百万円		5,017百万円		12,582百万円
店舗	45店		150店		271店
買上客数 ¹⁾	250万人		400万人		600万人
従業員	581人		2,361人		3,309人
株主様	2,729人		16,950人		12,020人

¹⁾ 単体小売ベース

2007年3月期以降の業績低迷・回復、再成長への道のり

当社は、2006年3月期の過去最高益(当時)更新以降、2009年3月期まで3期連続増収減益となりました。
従来、当社の強みは販売部門の意見を活かした商品政策を行い、お客様が今欲しい商品と、時代の半歩先を提案する商品のバランスを取ることにあります。しかしながら、2005年3月期に打ち出したオリジナル企画商品強化の方針が間違った形で社内に浸透し①、お客様のニーズを反映させるマーケットイン型ではなく、会社が提案するモノ作りを行うプロダクトアウト型の商品政策を進めた結果、お客様の離反と商品・販売部門の信頼関係の崩れが生じました。②
2007年3月期以降は成長拡大構想を掲げたものの、人材育成や商品プラットフォームなどの仕組みの構築が未熟のまま事業・店舗の拡大を進めたため、売上計画の未達、売上総利益率の低下、本部機能の肥大化といった収益構造の悪化につながりました。③
2009年4月の重松 理の社長復帰後は、「収益の早期改善」を掲げ、商販の崩れた連携モデルの立て直しと商品プラットフォームの構築に取り組みしました。併せて不採算事業・店舗の整理、本部機能のスリム化などを推進した結果④、2010年3月期に4期ぶりの増益を果たし、それ以降は安定した売上高・利益成長を続けています。
2012年4月には、竹田 光広を社長とする新しい経営体制がスタートしました。再成長期を迎えた今、当社は既存事業の強化に加えて、新チャネル・新規事業の開発、そして海外への出店開始など、新しい価値創造に向けた取り組みを始めています。

