

経営理念の変遷



第1版「理念ブック」



第2版「理念ブック」



第3版「理念ブック」



従業員向けWEBサイト「私たちの経営理念」

創業の志	経営理念の明文化	経営理念の体系化	経営理念の体系化	経営理念の体系化	経営理念の体系化
<p>1989 「日本のスタンダード」を高く掲げる</p> <p>創業の志 THE STANDARD OF JAPANESE STYLE</p> <p>我々は、事業を通して日本の生活・文化における規範となる価値観を確立・訴求することを目的とする</p> <p>・上記は「創業の志」の一部を抜粋</p>	<p>1995 経営理念の理解・浸透</p> <p>経営理念 進化する老舗の創造 店はお客様のためにある</p> <p>人材開発理念 お客様を愛し、商品を愛し、柔らかい頭とフットワーク 礼儀正しく何事にもやる気と向上心にあふれたおしゃれな会社 ユナイテッドアローズ</p>	<p>2001 「店はお客様のためにある」の浸透</p> <p>UA理念 MAKE YOUR REAL STYLE</p> <p>私たちは、新しい「日本の生活・文化の規範」となる価値観を創造し続ける集団です。</p> <p>UAルール 店はお客様のためにある</p> <p>UAスピリッツ プロフェッショナルリズム</p> <p>5つの価値創造 お客様価値・従業員価値・取引先価値・地域社会価値・株主価値</p>	<p>2005 お客様満足と商売マインドの両立</p> <p>東矢理念 MAKE YOUR REAL STYLE</p> <p>私たちは、新しい「日本の生活文化の規範」となる価値観を創造し続ける集団です。</p> <p>東矢ルール 店はお客様のためにある</p> <p>東矢スピリッツ（人材開発理念） 創造的商人 = CSマインド・商売マインド</p> <p>東矢ポリシー（商品開発理念） BREAKTHROUGH of TRAD MIND</p> <p>5つの価値創造 お客様価値・従業員価値・取引先価値・社会価値・株主価値</p>	<p>2012 CSマインド・商売マインド＋クリエイティビティマインド</p> <p>経営理念 私たちは、世界に通用する新しい日本の生活文化の規範となる価値観を創造し続けます。</p> <p>社是 店はお客様のためにある</p> <p>人材開発理念 創造的商人 = CSマインド・商売マインド＋クリエイティビティマインド</p> <p>商品開発理念 トラッドマインド</p> <p>社会との約束 5つの価値創造 お客様価値・従業員価値・取引先価値・社会価値・株主価値</p>	<p>2019 経営理念の「自分ごと化」</p> <p>経営理念 真心と美意識をこめてお客様の明日を創り、生活文化のスタンダードを創造し続ける。</p> <p>社是 すべてはお客様のためにある</p> <p>社会との約束 5つの価値創造 お客様価値-従業員価値-取引先価値-社会価値-株主価値</p>
<p>1989.10 (株) ユナイテッドアローズを設立、代表取締役社長に重松理が就任 資本金 5,000万円 創業メンバー 9人</p>	<p>1995.3 売上高39億円・黒字転換・従業員95人 創業後に入社した従業員への経営理念の理解・浸透を目的に経営理念の明文化に着手</p> <p>1999.7 店頭公開直後から業績が急降下</p> <p>2000.4 すべてを見直すべく経営戦略部を設立し、経営理念改定に着手</p>	<p>2001.3 売上高 193億円 従業員数 358人</p> <p>2003 ・組織風土構造改革 ・お客様満足と商売マインドの両立に対する理解浸透の必要性が生じる</p> <p>2004 経営理念改定プロジェクト発足</p> <p>2004.6 代表取締役社長に岩城 哲哉が就任</p>	<p>2005.3 売上高 463億円 従業員数 752人</p> <p>2009.4 代表取締役 社長執行役員に重松理が就任</p> <p>2011 人材開発理念に「CSマインド」「商売マインド」に加えて「クリエイティビティマインド」の必要性が生じる</p>	<p>2012.3 売上高 1,020億円 従業員数 3,033人</p> <p>2012 ・100年以上存続する企業を目指し、グローバル展開を視野に入れる ・子会社にも経営理念・行動指針を適用</p> <p>2012.4 代表取締役 社長執行役員に竹田 光広が就任</p> <p>2016 会社の規模拡大に伴う従業員の価値観の多様化を背景に、あるべき風土を見直すべく組織風土改革プロジェクトを発足</p> <p>2018 組織風土見直しの一環で経営理念改定プロジェクトを発足</p>	<p>2019.3 売上高 1,589億円 従業員数 4,605人</p> <p>2019.10 (株) ユナイテッドアローズが創業30周年を迎える</p>

創業の志

1950年代の戦後復興を果たしたばかりの時代。当時幼かった創業者の重松理は、実家近所にあった横須賀米軍基地でのアメリカの暮らしを日常的に見ていました。豊かさにあふれたアメリカの生活や文化。これがユナイテッドアローズを興すことになった原風景です。

創業の志にある「日本のスタンダード」を作り上げたいという信念と情熱はここから生まれました。日本の生活文化をファッションのみならず、「衣食住遊知」のすべてにおいて豊かにしたい。この使命を果たすべく、当社は存在するのです。

当社は、1989年の創業時に現在の経営理念の礎となる「創業の志」を掲げました。以来、経営理念の根幹である「生活文化のスタンダードの創造」を志に、「店はお客様のためにある」をすべての企業活動や判断の軸としています。

経営理念とは、当社が永続的に目指す方向、すなわち事業目的そのものです。当社は何のためにあるのか、私たちは何のために働くのかという認識を、多様な価値観を持つ従業員が共通に意識し、同じ方向に進むための指針となります。この考え方こそが、社名「UNITED ARROWS」(= 東ねた矢)の由来でもあります。

経営理念の浸透により、経営陣・全従業員の目的が明確になり、実現へ向けて一人ひとりが自ずと考え、進化、改善を重ねながら突き進むことで、結果として、当社が目指す方向へ進むことができます。この理念経営が当社の持続的な成長を支えています。

創業以来、経営理念の根幹は変わっていません。本質はそのままに、経営環境や課題に応じて改定しています。そのたびに、当時の課題の解決を図りましたが、新たな課題も生まれました。経営環境の変化や業容拡大に伴う新たな課題解決のため、経営理念に立ち返るとともに見直しを図るというプロセスを重ねています。改定の都度プロジェクトを組むことで、従業員の理解浸

透を一層図りながら、経営理念への思いを再確認する機会とし、風化させないよう努力を続けてきました。

創業30周年を控え、2019年4月、7年ぶりに経営理念を改定しました。理念体系の表現をシンプルに分かりやすく見直したことで、従業員の理解や共感を一層深めます。経営理念を従業員一人ひとりが「自分ごと」としてとらえ、日々の業務で体現することが目的です。全従業員を対象とする理念研修に加えて、経営理念に対する思いについて竹田と販売員がディスカッションをする「理念セッション」等により浸透を図り、「自分ごと化」を促進します。

経営理念を軸に強い経営基盤を確立し、次代の成長へつなげます。