



平成30年3月23日

各 位

会 社 名 キムラユニティー株式会社
代表者名 代表取締役社長 木村 昭二
(コード番号 9368 東証・名証 第1部)
問合せ先 取締役管理本部長 小山 幸弘
(TEL : 052 - 962 - 7568)

『キムラユニティーグループ中期経営計画 2020』の概要について

当社グループは、この度 2020 年度(2021 年 3 月期)を最終年度とする『中期経営計画 2020』を作成いたしましたので、お知らせします。

今回作成した『中期経営計画 2020』は、前年度に終了しました「中期経営計画 2017」での実績及び課題を踏まえて、お客様からの「選ばれ方改革」を推進するとともに、従業員の「働き方改革」を進め、「健全」な企業風土づくりと、バランスの取れた「収益性」と「成長性」を実現し、ステークホルダーとともに、お客様のご期待を超える「オペレーション Only One」に向けて発展し続けるグループを目指すことを目的として作成いたしました。

関係各位の皆様のご期待に沿えるよう、本『中期経営計画 2020』の目標達成に向けて総力を挙げて取り組んでまいりますので、今後とも一層のご支援、ご理解を賜りますようお願い申し上げます。

1. 中期経営計画 2017 の総括

1)中期計画（連結業績）の達成状況

(単位：百万円、%)

	2017 年度(2018 年 3 月期)		達成率
	当初計画	10/26 予想	
売上高	52,000	49,000	94.2
営業利益	2,500	1,730	69.2
経常利益	2,700	1,980	73.3
当期純利益	1,600	1,150	71.9
1 株当り当期純利益(円)	132.56	95.29	71.9
ROE(%)	6.00	4.40	73.3

2)総括

当初計画に対して、売上高、利益とも未達と不本意な結果となる予想であります。

その要因を総括すれば、売上高については環境変化への対応が遅れ、国内外で純新規拡販の遅れによる影響でトップラインの押し上げに苦戦したこと、利益面については、売上高の不足に加え、想定を超える人材不足による人件費の高騰の中で改善等によるコスト削減効果も及ばず、営業利益、経常利益ともに計画未達になる見込みです。しかし、既存のお客様への拡販活動は着実に実績を上げており、お取引を開始したお客様はご満足いただけているものと判断しており、2017 年度より

推進してきました「お客様のために」「スマート化」「活性化」の各施策をさらに質を高めていくことが、2018年度より開始される『中期経営計画 2020』のベースになるものと考えております。

※2015年度から2017年度の主な取り組みについては、P.7～8の「主な取り組み実績」をご参照ください。

2. 『中期経営計画 2020』の概要

1) 経営理念

会社はお客様のためにあり 社員とともに会社は栄える

2) 中期経営計画 2020 のコンセプト

お客様の期待を超える「オペレーション Only One への挑戦」

(1) 選ばれ方改革

環境変化を先読みし、多様化するお客様のニーズに応える他社に負けない「商品・サービス」を、お客様に寄り添う高い専門性を有した従業員とともに展開する。

(2) 働き方改革

多様な「人財」が、自己肯定感をもち、自ら考え発言し行動し反省しながら、お互いを思いやるチームで一体となり、改善し、より負担無く人間らしく活躍する。

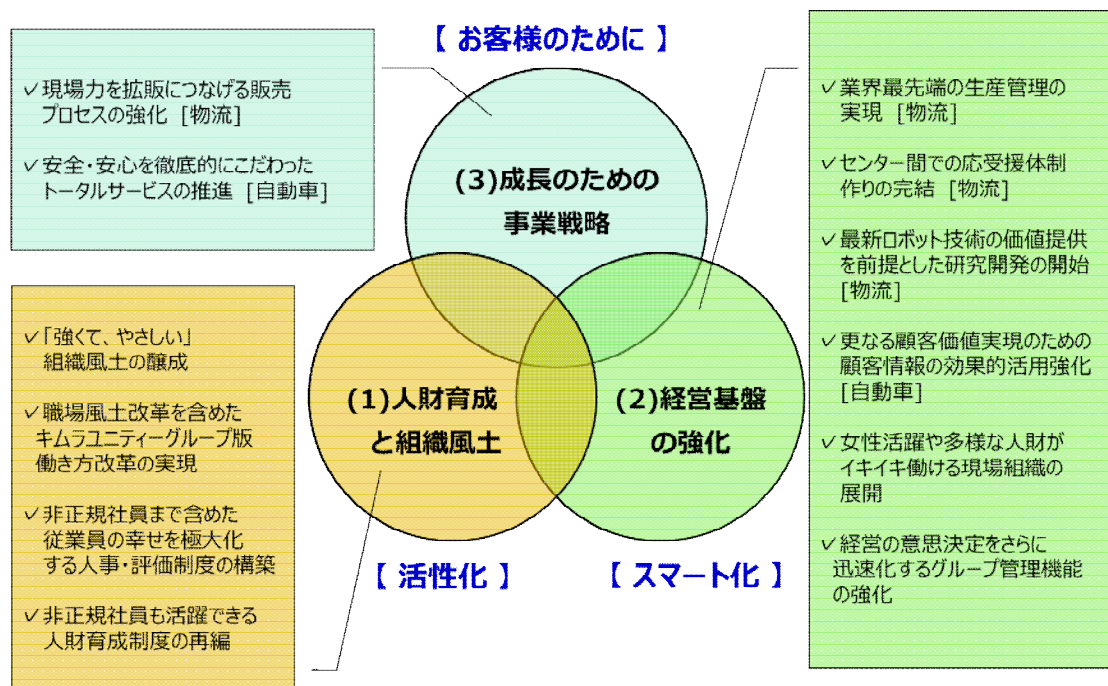
3) 中期グループ経営方針

経営の最重要資産である“人財”の育成と全ての従業員を育む“組織風土”の醸成と経営基盤をさらに強化し、未来を切り拓き飛躍するキムラユニティグループへと変革し、収益力と成長力を併せ持つ企業となるため、未来視点で想像し、今を変革し、持続的に成長する企業を目指す。

- (1) ビジネスの大前提であり、企業存続の生命線である『「安全健康の徹底」「コンプライアンス(法令遵守・企業倫理)の徹底」「品質保証の強化』活動の推進強化
- (2) 「お客様のために」：全従業員がさらにお客様の方を向き、“寄り添い”貢献し、より高い顧客満足度の実現
- (3) 「スマート化」：ITをフル活用した、高付加価値（品質、納期、コスト）オペレーションの実現
- (4) 「活性化」：全従業員が感謝の気持ちをもって、“働きがい”とチームの“一体感”を感じることが出来る組織風土の醸成
- (5) 働きがい、やりがいのある職場風土を後押しするキムラユニティグループ版働き方改革（人事制度、評価制度等の改革全て）の実現

4)中期グループ基本戦略

「選ばれ方」改革と「働き方」改革を着実に前進させるために、3つの視点での戦略を展開。



(1) 人財育成と組織風土

キムラユニティグループは、家族主義のもと、強くて（目標を達成する力）、やさしい（感謝・傾聴・労いのできる）会社を目指す。

その為に、全員が感謝の気持ちを持って、お客様へのお役立ちを考える集団であり続ける。

(2) 経営基盤強化

当社グループの働き方改革を推進し、一人ひとりの自由な発想と挑戦を支える風土・教育・制度の充実とグループ管理強化、営業・顧客・経営管理システムの再構築を実現する。

(3) 成長のための事業戦略

収益基盤の強化と、成長ドライバーとなる事業の積極的な展開で、確実な足元固めと将来の成長への挑戦を行う。

5)中期重点強化戦略

上記 4)中期グループ基本戦略を着実に推進するために、エリア・顧客を軸とした拡販戦略、顧客への付加価値創造・向上のための商品・サービス戦略、そして当グループの最も重要な経営資源である人財戦略の各戦略について、下記を重点強化項目として活動を推進する。

(1)販売戦略

①国内展開

- a) 関東圏 [トヨタ事業・NLS (ニューロジスティクスサービス) 事業]
- b) 中部 [CMS (カーマネジメントサービス) 事業]
- c) 九州 [トヨタ事業]
- d) 関西 [CMS 事業]
- e) 東北 [NLS 事業]

②海外展開

- a) 中国 [トヨタ事業]
- b) 北米 [トヨタ事業・NLS 事業]
- c) 豪亜・中南米 [トヨタ事業] (注) 豊田通商様との合弁地域

(2)顧客戦略

- ①深トヨタグループ事業
- ②NLS 事業
- ③BtoB 事業
- ④BtoC 事業

(3)商品・サービス戦略

- ①新商品・新サービス [物流サービス事業、自動車サービス事業]
- ②CMS 管理台数 [CMS 事業]
- ③車両販売台数 [自動車サービス事業]

(4)国内人財戦略

- ①女性活躍 (女性正社員数) [全社]
- ②女性活躍 (女性管理職数) [全社]
- ③外国人活躍 (外国人採用数) [全社]

6) 中期数値目標

当社グループは、本『中期経営計画 2020』に基づく施策の展開を着実に実施し、成果に確実に結びつけることにより、下記の数値目標の達成を計画しております。

(1)中期目標(連結業績)

(単位：百万円)

	2017 年度	2020 年度	2017 年度比	
	予想	計画	増減額	増減比
売上高	49,000	54,000	5,000	10.2%
営業利益	1,730	2,700	970	56.1%
経常利益	1,980	3,000	1,020	51.5%
当期純利益	1,150	2,000	850	73.9%
1 株当たり当期純利益 (円)	95.29	165.70	70.41	73.9%
ROE (%)	4.40	7.00	2.60	—

(2)セグメント別売上高・営業利益目標

(単位：百万円)

	2017年度	2020年度	2017年度比	
	予想	計画	増減額	増減比
物流サービス事業				
売上高	31,830	35,000	3,170	10.0%
営業利益	2,070	2,700	630	30.4%
自動車サービス事業				
売上高	15,575	17,500	1,925	12.4%
営業利益	430	1,000	570	132.6%
情報サービス事業				
売上高	1,400	1,500	100	7.1%
営業利益	150	155	5	3.3%
人材サービス事業				
売上高	700	900	200	28.6%
営業利益	20	50	30	150%
その他				
売上高	45	45	0	0%
営業利益	15	15	0	0%
セグメント間相殺				
売上高	△550	△945	—	—
営業利益	△955	△1,220	—	—
合計				
売上高	49,000	54,000	5,000	10.2%
営業利益	1,730	2,700	970	56.1%

(3)その他売上高目標（中期重点強化事業）

（単位：百万円、台、人）

	2017年度	2020年度	2017年度比	
	予想	計画	増減額	増減比
I. 販売戦略				
関東圏、九州、東北 （物流サービス事業）	3,100	4,000	900	29.0%
全売上高に占める比率	6.3%	7.4%	1.1%	—
海外売上高 （物流サービス事業）	6,950	8,200	1,250	18.0%
全売上高に占める比率	14.2%	15.2%	1.0%	—
II. 顧客戦略				
①深トヨタグループ事業				
トヨタ様売上高	11,600	11,800	200	1.7%
全売上高に占める比率	23.7%	21.9%	△1.8%	—
トヨタグループ様売上高*	7,700	9,000	1,300	16.9%
全売上高に占める比率	15.7%	16.7%	1.0%	—
トヨタ様・トヨタグループ様 合計売上高	19,300	20,800	1,500	7.8%
全売上高に占める比率	39.4%	38.5%	△0.9%	—
②NLS事業				
NLS売上高	8,880	11,000	2,120	23.9%
全売上高に占める比率	18.1%	20.4%	2.3%	—
III. 商品戦略				
新商品・新サービス （物流）	30	300	270	900%
CMS管理台数	14,000	21,000	7,000	50.0%
車両販売台数	1,950	3,000	1,050	53.8%
IV. 国内人財戦略				
女性活躍（正社員数）	200	230	30	15.0%
女性活躍（管理職数）	—	5	5	—
外国人活躍（採用数）	113	200	87	77.0%

(*）トヨタグループには、トヨタ自動車（株）様 現地子会社を含みます。

(4)利益還元目標

業績や設備投資計画を踏まえつつ、連結配当性向は30%以上を目標とします。

以上

【2015 年度から 2017 年度の主な取り組み実績】

年度	月	区分	内容
2015	4	事業 (NLS) / 地域 (中部)	碧南明石事業所 (愛知県) 開設
	5	機能 (安全)	栄豊会様より、最優秀賞である『安全トヨタ賞』受賞
	6	事業 (NLS) / 地域 (九州)	佐賀みやき事業所 (佐賀県) 開設
	9	機能 (CSR)	ふれあい交通博 2015 に協賛
	12	事業 (NLS) / 地域 (中部)	美濃加茂事業所 (岐阜県) 開設
		事業 (車販)	カーセブン国道 1 号中川店 新規出店
	1	事業 (NLS) / 地域 (関東)	川越事業所 (埼玉県) 開設
2	機能 (TPS)	トヨタ自動車 (株) 様より、品質管理優秀賞受賞	
2016	4	機能 (安全)	栄豊会様より、『栄豊会 会長賞』を受賞
		事業 (NLS) / 地域 (中部)	小牧事業所 (愛知県) 開設
		事業 (海外) / 地域 (中国)	広州広汽木村進和倉庫有限公司 常熟支店 (江蘇省) 開設
	6	機能 (TPS)	公益社団法人 日本ロジスティクスシステム協会様主催の「全日本物流改善事例大会 2016」において、2 度目の『物流合理化賞』を受賞
	7	事業 (NLS) / 地域 (中部)	弥富物流センター (愛知県) 開設
	9	機能 (CSR)	「ハツラツ交通安全キャンペーン」開催
	10	機能 (安全衛生)	O SHMS (労働安全衛生マネジメントシステム) の認定を取得
	12	事業 (海外)	天津木村進和物流有限公司 成都支店 (四川省) 開設
2	機能 (TPS)	トヨタ自動車 (株) 様より、品質管理優秀賞受賞	
2017	4	機能 (安全)	2017 年度栄豊会にて 5 年連続となる安全衛生に関する表彰を受賞
	6	機能 (安全)	労使協同で「こころの健康」宣言の調印
	8	事業 (海外)	広州広汽木村進和倉庫有限公司 済南支店 (山東省) 開設
	9	事業 (CMS)	「くるまぶり」(法人向け車両管理システム) サービス開始
	11	事業 (車両販売)	オートプラザラビット豊田上郷店・スーパージャンボ豊田上郷店出店
	2	事業 (車両販売)	オートプラザラビット刈谷店・スーパージャンボ刈谷店出店
	3	機能 (CSR)	ホームページリニューアル
機能 (CSR)		中期経営計画 2020 発表	

※区分は、「中期経営計画 2017」の中期重点強化項目(「事業」「地域」「機能」)

※中期計画 2017 中期重点強化項目

1) 中期重点強化事業

①深トヨタグループ事業
②NLS(ニューロジスティクスサービス)事業
③CMS(カーマネジメントサービス)事業
④車両販売事業
⑤海外事業

2) 中期重点強化地域

国内	①関東圏(トヨタ・NLS・CMS 事業)
	②関西圏(CMS 事業・NLS 事業)
	③東北圏(トヨタ事業)
	④九州圏(トヨタ事業・NLS 事業)
海外	①中国(トヨタ事業・NLS 事業)
	②北米(トヨタ事業・NLS 事業)
	③中南米・東南アジア地域(トヨタ事業)

3) 中期重点強化機能

業務 プロセス	a. 安全健康管理推進機能
	b. コンプライアンス(法令遵守・企業倫理)推進機能
	c. 品質保証・品質改善推進機能
顧客	a. CS(顧客満足)向上・顧客期待値達成・競争力強化推進機能
	b. IT(情報武装)・物流エンジニアリング・輸配送機能
学習と成長	a. 人材育成推進機能(コア人材・プロ人材・グローバル人材)
	b. ES(社員満足)向上推進機能
財務	a. 収益力・財務体質改善推進機能
	b. 原価低減・生産性向上・TPS(トヨタ生産方式)推進機能
	c. 営業・新規拡販推進機能
	d. 調達/購買管理機能
CSR	a. CSR(環境・危機管理・地域社会貢献)推進機能
	b. SS(株主満足)向上・一元的広報(IR・PR・ER)推進機能
	c. 中長期事業構造改革構想・戦略企画立案機能