

Rainbow

Unimat group public relations magazine

ユニマツグループ広報誌

新春号



New year 2025

no.127

Rainbow

Unimat group public relations magazine

UNIMAT GROUP

ユニマツグループ広報誌 | 新春号 令和7年1月発行 New Year 2025

no.127

2025 January

UNIMAT GROUP Information

ユニマツグループ

UNIMAT GROUP

ユニマツグループは、人生のあらゆる場面で

「ゆとりとやすらぎ」を提供していきたいと考えています。

人それぞれのライフスタイルの中で、喜びや感動の場面を演出したい、それが「ユニマツウェイ」、目指す道です。

オフィス

株式会社
ユニマツライフ

東京都港区南青山 2-12-14
ユニマツ青山ビル

リゾート

株式会社
ユニマツプレシャス

東京都港区南青山 2-12-14
ユニマツ青山ビル

リゾート

株式会社
南西楽園リゾート

沖縄県宮古島市上野字宮国
775-1

リゾート

群馬サファリ・ワールド
株式会社

群馬県富岡市岡本 1

エクステリア

株式会社
ユニマツリック

東京都港区南青山 2-13-10
ユニマツアネックスビル 5F

インテリア

株式会社
カッシーナ・イクスシー

東京都港区南青山 2-12-14
ユニマツ青山ビル

インテリア

株式会社
エスエムダブリュ・ジャパン

東京都港区南青山 2-13-10
ユニマツアネックスビル 2F

美容・健康

株式会社
ユニマツリケン

東京都港区南青山 2-7-28
ユニマツ南青山仲通りビル 3F

美容・健康

株式会社
K-twoエフェクト

大阪府大阪市中央区西心斎橋
2-4-2 難波日興ビルディング 3F

リゾート

株式会社ユニマツ
ドギーズアイランド

千葉県八街市小谷流 624

飲食

株式会社
ユニマツキャラバン

東京都港区南青山 2-12-14
ユニマツ青山ビル

リゾート

株式会社
南西楽園ツーリスト

東京都港区南青山 2-12-15
ユニマツ外苑ビル 4F

不動産

株式会社
ユニマツ不動産

東京都港区南青山 2-12-15
ユニマツ外苑ビル 9F

不動産

株式会社
ユニマツ不動産開発

東京都港区南青山 2-19-1

リゾート

株式会社
八街未来都市

千葉県八街市小谷流 624

不動産

株式会社
ユニマツ南西不動産

沖縄県宮古島市上野字新里
1405-225

飲食

株式会社
ユニマツダイニング

東京都港区南青山 2-12-14
ユニマツ青山ビル

リゾート

株式会社
ユニマツクリエイティブ

東京都港区南青山 2-7-13
プラセオ青山ビル

美容・健康

株式会社
ユニマツペットケア

東京都渋谷区松涛 1-28-5

リゾート

株式会社 ユニマツ
ハーヴェストレジデンス

東京都港区南青山 2-12-14

飲食

株式会社 可否茶館

北海道札幌市中央区南 4 条西
9-1006-12 第一栄輪ビル 6F

その他

株式会社
ユニマツホールディング

東京都港区南青山 2-12-14
ユニマツ青山ビル

www.unimat.co.jp

「ゆとりとやすらぎをあなたに」



Index

- P 03 **New Year Top Message**
企業としての成熟期へ、
確かなブランドの確立へ。
ユニマツグループ代表：高橋洋二
- P 07 **UNIMAT GROUP 2025 Message**
■ ユニマツライフ x カッシーナ・イクスシー
- P 09 ■ ユニマツ南西不動産 x 南西楽園リゾート
- P 11 ■ 八街未来都市
- P 12 ■ ユニマツプレシャス (ゴルフ)
- P 13 ■ エスエムダブリュ・ジャパン
- P 14 ■ K-twoエフェクト
- P 15 ■ ユニマツプレシャス (マリン)
- P 16 ■ ユニマツ不動産 / ユニマツリック
- P 17 **あの人 この本 どんな本**
カッシーナ・イクスシー：池本 滋郎
- P 18 **UNIMAT GROUP 已ちゃん特集**
 - ULオフィスサポート
 - ユニマツ商事
- P 19 **UNIMAT おいしい話**
蟹気楼 ステーキグリル「シーフードブラッター」
- P 20 ● K-twoエフェクト
 - ユニマツライフ
 - ユニマツプレシャス (マリン)
- P 21 ● 可否茶館
 - K-two エフェクト
 - 群馬サファリ・ワールド
- P 22 **美術の扉**
「神国日本」横山 大観
- P 23 **Group Information**
ユニマツグループの事業領域と主要会社

表紙の
コトバ



私ことですが、今年は還暦であり年男であり厄年です。良い年なのか、悪いのかがいまわかりません。。。

六十歳ぐらいで祝うのは早くないのかなと思っていましたが、去年は、小さな病気のオンパレード！六十歳を迎える事がいかに幸せな事に身が染みました。

まずはダイエットから始めています。

illustration：松崎 康彦

FSC® 認証マークとは

FSC®(森林認証紙)マークがついている紙は、森の資源を守るためにきびしく管理された木材や再生資源が使われていることを意味しています。地球環境へ配慮した取り組みとして当ユニマツグループ広報誌 RAINBOW は FSC®認証紙を利用して印刷されています。



環境に配慮した FSC® 認証紙と植物油インキを使用しています。

発行 ユニマツホールディング
事務局 〒107-0062
港区南青山 2-12-14 ユニマツ青山ビル 8F
Tel 03-5770-2010
制作 rang design

UNIMAT GROUP



今回の特集 新春対談での一コマ。カッシーナ・イクスシーのオフィスにて

謹んで、新春のご挨拶を申し上げます。

今回の新春号も例年通り、各社のトップの方たちからお話を伺いました。

その中でも目玉はなんといってもグループ会社対談！！

いままでのご苦勞の話や今後の展望について

対談いただきましたのでぜひご覧ください。

また、今回の新春号のテーマは「会社の将来について」。

已年特集の方たちにもどんな会社になってほしいかを伺っています。

皆さんはどんな会社になってほしいですか？

(わたしは社員が集まれる休憩スペースを作ってほしいです)

Rainbow 編集部

ユニマツグループ代表
高橋 洋二

企業としての成熟期へ、
確かなブランドの確立へ。

2025年を迎え、時代は変革の時、
今日まで常に長期的な視点でさまざまな事業を
推進してきた高橋会長に、
来るべき60周年以降を見据えた
ユニマツグループのビジョン、
そして未来を担う次世代への
期待を語っていただきました。

イ

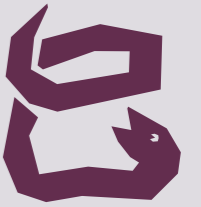
ノベーション
を起こす
次世代の力を

創業者が一代でその基礎を築いた企業は、ひとつの業種を追求して成功するケースがほとんどでしょう。財閥系を別にすれば、さまざまな事業を展開しながら100年続いた企業はないはずです。私自身、これまでいろいろなことをやってきましたが、メインでやっていきたいのはやはり不動産開発

です。とくにリゾート型の街づくり。リゾートは、これまで西武や東急など大手が何度も挑戦していましたが、うまくいった例がありません。私たちは、宮古島に種を蒔いてからまもなく40年。さらに今、八街未来都市、また規模は少し小さいですがマリーナ事業など、蒔いた種が育ち始めています。あと



青山本社 1階 ショールームにて



HAPPY
NEW YEAR
2025

謹んで、新春のご挨拶を
申し上げます。

創業期に必要なものは、パワー、センス、忍耐力。

しかし成熟期には、バランスが大事。



バランスを重視してブランドを確立

次の世代を担う人たちに伝えたいことはいくつもあります。経営というものは、パワーとセンスと忍耐力が必要だということ。とくに創業期においてはこの3つが揃っていないと、あつという間に時代の波に飲み込まれてしまいます。こうした資質を備えた創業者を、意気を感じた人たちが盛り立てて、ひとつの目標を目指していく、それが創業期です。一般に創業期は20〜30年といわれていますが、私はもう少し時間がかかるだろうと思っています。まず資金力、信用力を蓄え、そこでやっと次の時代に向けて新しいビジネスの基盤をつくり、そこからスター



10年で、グループ全体で6000億、リゾート事業だけで4000億を目指せるところまでできています。あと10年、そのためには、次の世代の力が必要です。ここまで成

トするととなると、やはり60年はかかるでしょう。私たちユニマットは56年。まだ創業期です。あと4年です。4年のうちに、もうひと頑張りして、企業としての土台を造り上げなければなりません。創業期から成熟期へ、企業も、大人の世界に入ったら、今度はバランスです。今までのような綱渡りはせずに、企業としてのブランドをしっかりと確立することを考えていく必要があります。これまでのコンセプトを継承しながら、さらに大きく、確かなブランドにしていくことを目指していかなければなりません。

その時代になれば、次の新しい組織を作り、資本と経営の分離についても考える必要があるでしょう。経営のコンセプトは引き継いまま、株主との合議的な経営に移行しているかもしれません。これまでの企業の歴史を大切にしながら、さらに100年の歴史を築いていく、そのために私たち世代があと4〜5年頑張つて、何があっても揺らぐことのない土台を造つておく。それが次世代へのメッセージです。

変わりゆく時代の中で意義のある仕事

時代の変わり目は、確実にきています。生産年齢人口は減り始め、インフラは老朽化し医療をはじめとする社会サービスが行き渡らなくなり、古い街から人がいなくなりつつあります。市場も労働力も

長を牽引し、基盤をつくつてきた私たちの理念を受け継ぎ、今の時代の大きな変わり目を捉えながら、先行してイノベーションを組み立てていく、そういった力が必要な時期にきています。



青山ショールームのBARスペース

縮小し、産業に翳りが見え始め、若い人たちの就職先がない。日本だけでなく、韓国や中国でも、同じような状況です。そんな中で、これまで繁栄を支えてきたリタイアメントのための新しい街づくりは、私たちの大事な仕事になるだろうと思います。何十年もかけて種を蒔き、リタイアしたらこんな街に住みたいと誰もが思うような理想郷を用意し、さらに付加価値をつけて新しい街に育て上げていく。それは、今まで誰も取り組んだことのない仕事です。売り急がず、これから10年20年かけて、もっともっと素晴らしい環境に作り上げていくことが必要です。

ニューヨークを拠点に世界を魅了する現代アーティスト、松山智一の個展をユニマットグループが特別協賛いたします。

展覧会名：「松山智一展 FIRST LAST」
 会期：2025年3月8日(土) - 5月11日(日) ※会期中無休(予定)
 会場：麻布台ヒルズ ギャラリー (麻布台ヒルズ ガーデンプラザ A MB 階)
 主催：フジテレビジョン、麻布台ヒルズ ギャラリー、KOTARO NUKAGA
 特別協賛：ユニマットグループ
 協賛：インベストメントプロパティコンサルタンツ、ジーンズホールディングス、南山堂ホールディングス、Moonshot
 協力：MATSUYAMA STUDIO
 展覧会公式サイト：www.tomokazu-matsuyama-firstlast.jp



謹んで、新春の
ご挨拶を申し上げます。

2025年、新たなコラボレーションを予感させる
ユニマットライフ&カッシーナ・イクスシー、
その鍵の握る2人のトップ対談が実現！

2025年新春対談 Vol.01

商品力とコンサル力で
ニーズに応える提案を。(ジャコメル)



昨年10月にリニューアルしたカッシーナ・イクスシーのオフィスにて

ユニマットライフ

ユニマットライフ 代表取締役社長

落合 昭

カッシーナ・イクスシー

Cassina ixc. 代表取締役社長
SMW Japan 代表取締役社長

アレッシオ・ジャコメル

今、求められるオフィスを
グループの総合力で提案したい。(落合)

含めて総合的に考えていかなければいけないでしょうね。
ジャコメル おっしゃる通りですね。私が2年前にカッシーナに来たときに思ったことは、この家具は間違いなく高品質で高価だけれども、誰もが入りやすい、アクセサビリティのよいカンパニーにしたかった。たとえば、家の中でいちばん大事なところ、それはソファかもしれないしベッドかもしれませんが、そこは絶対に妥協しないほうがいい。人間、一度いいものに馴染んでしまうと、次に繋がってくるんです。オフィスも同じです。大事な空間は妥協してはいけません。私たちカッシーナ・イクスシーは高級なものだけではなく、さまざまなアイテムを揃えています。コミュニケーションスペース、ワークスペース、用途に合わせて数万円のものから数百万円のものまで、さまざまなニーズに応えることができます。

落合 先日、カッシーナのショールームでかつての顧客にばったり会いまして。その方は長年のカッシーナファンで、3年ごとに自宅にカッシーナの家具を買い足すそうです。そして、今度は会社のほうにも目を向けたいと、ショールーム

ムに来られたそうです。これからオフィスにもお金をかけて、従業員のゾーンはもちろん、一般社員の方々のゾーンも、より快適に工夫していきたいという気持ちをお持ちのようでした。
ジャコメル カッシーナをオフィスに、というと、お客様の反応はまず「高すぎる」から始まります。でも、私たちにはカッシーナだけでなくイクスシーやヘイワースもあります。営業がうまくいかないときは相談してもらえば、アプローチを変えることによって、お客様のニーズに合った提案ができるはずなんです。中には、これから伸びるスタートアップ企業もあるかもしれない。カッシーナで揃えたいけれども、今、その投資は少し重い。この先、会社が大きくなっていく中で、カッシーナを取り入れてオフィスの環境をよくしていきたい、という企業もあると思います。今回、住友商事グループのソーシャル・インテリアと組むことで、カッシーナと提携しながら、レンタルで提供していくという試みもすすめて、さまざまなステイジのお客様のニーズにお応えできるようにして

ニーズをヒアリングして、その企業にあったオフィスを提供していくこと、こうしたサービスを提供することによって、競合との価格競争を避けることができるでしょう。



いこうと思っています。
ジャコメル カッシーナ・イクスシーは、ただ家具を販売するだけの家具屋ではなく、コンサルティンクのノウハウがあります。会議室はどのくらい必要かなど、お客様の

ニーズをヒアリングして、その企業にあったオフィスを提供していくこと、こうしたサービスを提供することによって、競合との価格競争を避けることができるでしょう。

落合 ユニマットライフに来て約1年ですが、オフィスに対するリクエストが大きく変わってきましたね。コロナでオフィスに行けなくなって、テレワークが普及して、オフィスの価値がなくなった...という大袈裟ですが、昭和の時代の「働く場所」を合わせて会議をする場所”としてのオフィスが、ある意味消えてしまった。その後、コロナが明けて、今はテレワークでいるいることができるけれど、やっぱり会社に来て顔を合わせてやらないと、付加価値のある仕事はできない。在宅とオフィスワークのハイブリッド。今はその過渡期だと思います。そうすると、オフィスの価値というものが、今までのようにただ仕事をする場ではなく、みんなが集えるオフィス”“行きたくなくなるオフィス”であることが求められる。また、それによって生産性がある。エンジニアリングも向上する。そのための環境整備が必要だということに、多くの企業が気づきはじめてきたのだと思います。

落合 ライフにはコンサルのノウハウがまだ十分備わってはいないので、まずは入り口となってコンサルにうまく繋いでいくことが大事だと思っています。
ジャコメル お客様のニーズはそれぞれなので、私たちはひとつのプローチだけでなく、いろいろなパッケージをもっていたほうがいいでしょうね。

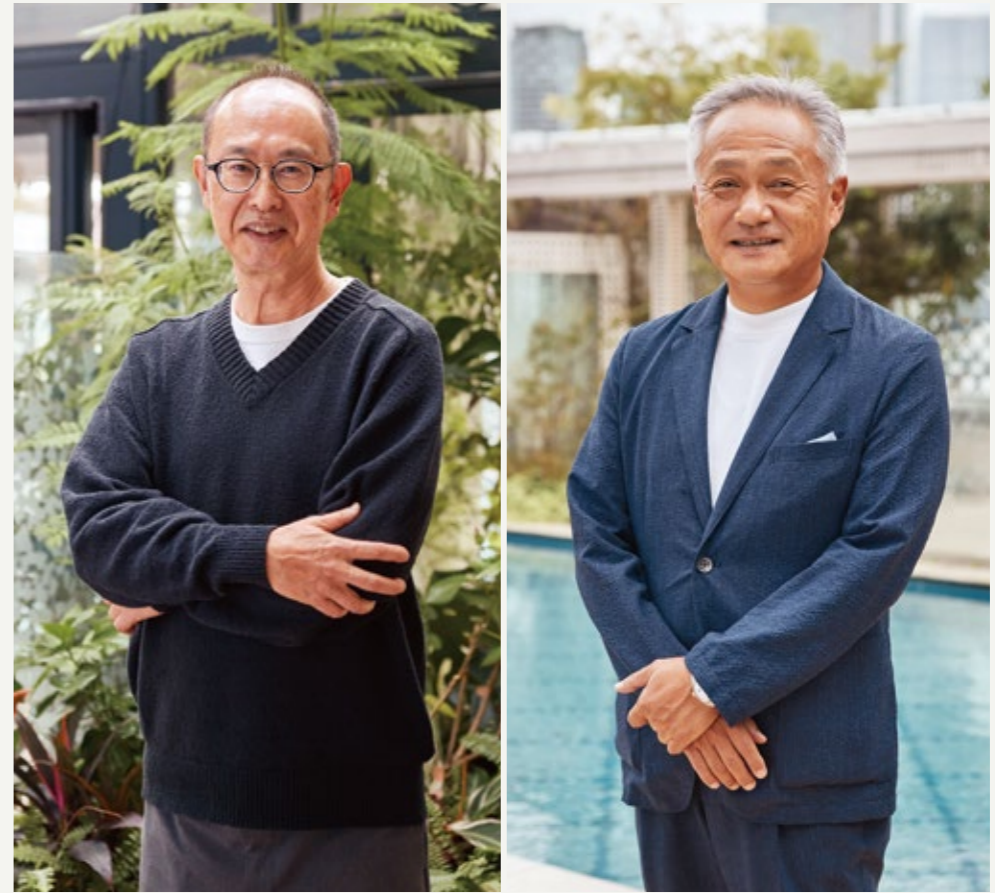
ただ、一つ言えることは、今、日本だけではなく、世界でもオフィスに対する見方が変わってきている。ずっと家にいても効率があがらない。やっぱりいいオフィスにいないと、質の高い仕事はできないとみんなわかってきた。これからは、ますますオフィスが大事になってくるでしょうね。
落合 単に仕事をするオフィスじゃなくて、やっぱり“行きたくなるオフィス”にしないとイケないですね。ジャコメル 私も家族がスイスにいます。プライベートライフがある。プライベートやキャリアに対する考え方は変わってきたけど、やっぱりみんなが会社に来ないとぜんぜん面白くない。それがすごく大事だと思っております。

謹んで、新春のご挨拶を申し上げます。

宮古島リゾート開発40周年を目前に、開発・運営を牽引してきたトップ対談が実現。山あり谷ありの軌跡、そして次世代につなぐ未来を語る！

2025年新春対談 Vol.02

宮古の自然と遊びながら、
絶えず提案できる人材を育てたい。(三國)



基盤作りはできた。
さらに進化し続けるリゾートを。(菅原)

ユニマツ南西不動産
ユニマツ南西不動産 代表取締役社長
菅原 啓之

南西楽園リゾート
南西楽園リゾート 取締役副社長
三國 浩紀

三國 宮古島開発もまもなく40周年。思い返せばアラマンダが増築してラグーンスイートができたのが2009年、リーマンショックの翌年でした。その余波はなかなか収まらなくて、以来2012年度までずっと赤字が続いていたんです。我々としてもなんとか黒字を目指して努力はしていたのですが、なかなかそこまでもっていけない。今にして思えば、それが苦労といえは苦労ですかね。その間、オーナーにはずっと申し訳ないと思っていたのですが、「これは健全な赤字だから、いいんだ」と仰っていたら、それが逆に心苦しかったですね。

菅原 ホテルブリーズベイマリーナの開業が1993年7月、そこから数えれば黒字化まで20年。本当に長い道のりでした。私がユニマツに入社したのは1997年ですが、その頃は宮古島に行く飛行機はいつも空いていて、出張の際には高橋オーナーを中心にスタッフ全員が座席に横並びで機内で打ち合わせしていたんですけどね(笑)。

三國 黒字になった要因のひとつは、2009年に新設したチャペルです。当初は繁忙期と閑散期の差があまりにも大きくて、それが

課題でした。そのときにオーナーがおっしゃったのが、ウェディングの繁忙期は逆だ、と。それでチャペルを作るようになったんです。そのウェディングが徐々に口コミで浸透して、近年はアラマンダチャペルでの挙式は年間600組。島全体では、最も多い一昨年で1300組にも上ります。今や女性の憧れのウェディングです。今までで嬉しかったことといえば、これですね。我々が稼働を上げたというよりも、オーナーが自ら提案していただいて、仕組みづくりをしていただいたと思っています。

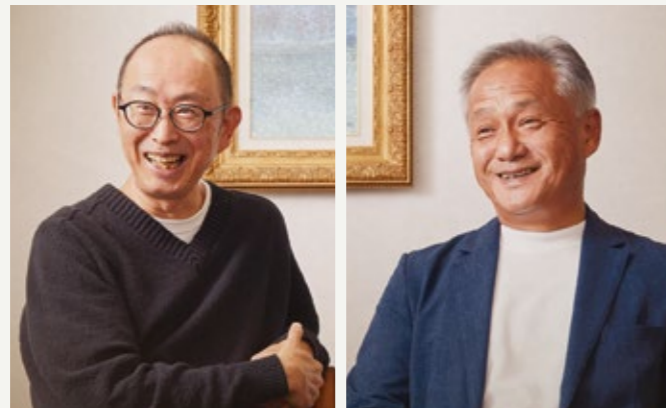
古島リゾートシティに向けた基盤づくりができた感覚です。これから我々の開発事業はさらに加速していきますが、これは永遠に完成しないリゾート。

三國 言い換えれば「常に進化し続けるリゾート」ですね。

だければと考えています。今、我々が目指しているこれからのテーマはエンターテイメントの仕掛けです。滞在されたお客様にいかにか感動を与え、楽しい時間を過ごしていただけるか、直近では一年中楽しめる大規模なウォーターパークや温泉施設を計画しています。

三國 開発を進めるにあたっては、

菅原 私にとってもうれしかったことは、コロナ禍の2021年暮れに売り出した初の分譲コンドミニアム事業が強気の価格設定でありながら一気に売れたことですね。これまで40年近く、たった一社で離島における140万坪という広大な面積の不動産開発事業+運営事業を続けている企業は、日本ではユニマツグループしかないはずで、それに対する高い評価と今後の開発への期待の結果だと感じています。建物完成1年2か月前の100室全室完売は、まったくの想定外(笑)。私としてはこれで「宮



菅原 毎年何か新しいものが作られていて、クレインや重機がいつも動いている。宿泊されているお客様にはご不便をおかけして大変申し訳ないのですが、常に進化している証でもあるのでご理解いた

三國 開発を進めるにあたっては、オーナーが投資家だとしたら、まず投資家が投資をしたくなるような運営を考えなければいけない。それを絶えず提案できるような人材を育てていかなければいけないと思います。あとは、やっぱりうちのリゾートって都市型のホテルと違うので、周りに建物以外にいろんな自然の花があったり樹木があったり、それも全部自分で作っています。そういったことをきちり理解をして、この島の自然と一緒に生きる、共生できる人たちを育てていかなければ、これまで38年もかけて創ってきたものが台無しになってしまいます。そういうたオーナーの考え方を理解する人を育てていく、繋いでいくことだと思っんですね。この先、どんどん発展していけば、自ずと人は集まってくると思います。魅力ある

三國 我々は接客業なので、要は目配り気配りができる人が来てくれて、育ってくればと思います。ホテルの知識なんか全然なくてもいいし、レストランの知識もなくてもいい。ただ目配り、気配りができて、宮古島の自然と一緒に遊べる人。宮古の街が好き。鳥、植栽、花を見て、楽しいと思える人です。菅原 アマンの創業期もそうでしたが、その地域文化風土に根付いたサービスは仕事をしている自分たちも楽しいし、お客様の評価も高まると思います。サービスの世界は本当に奥が深くて正解はないけれど、これからも外資系ホテルや日本の超一流ホテルにも負けな南西楽園リゾート流サービスをさらに進化させるために全社一丸で考えていきたいですね。

ユニマツプレシャス（ゴルフ）

謹んで、新春のご挨拶を申し上げます。

各ゴルフ場の個性を活かして満足度の高いサービスを。

ユニマツプレシャス 常務取締役

鈴木 悟



今まででいちばんのイベントといえば、やはり2008年、千葉バーディクラブの開業。刺激的ですよ。クラブハウスも平屋で、目の前に池があって、コースが見えない。コースに出て初めて目の前に広がる景色を感じてもらおうということでしょう。コンペルムの窓が額縁になっているのも感動しました。こんなゴルフ場他にないですから。

今、うちは全部で18のゴルフ場がありますが、運営的なルールを押し付けたりせずに、それぞれの個性を活かしてもらいたいというのが方針です。この千葉バーディクラブのようなプレミアムなゴルフ



場もあれば、関門菊川ゴルフクラブのように易しいコースで女性に人気のゴルフ場もあります。お客様にとって、そのゴルフ場のいちばんいいところを体験できるようにプロデュースしていくということが大切だと思っています。団塊世代も75歳を超えて、これからはゴルフ人口も減っていくでしょう。ゴルフ場の数も減っていくでしょうけど、私たちは減らしません。設備も古くなったところは改修して、サービスの質も上げていく。そしてお客様に満足していただく、それ相応の対価を払っていただくというのが、私がずっと理想としてきたことです。

これからのゴルフ場が生き延びていくためには、ひとつは女性客を取り込んでいくこと。コロナ禍でゴルフがブームになって、女性客、とくに若い人が増えてきたという実感があります。新たにゴルフを始めたという人も多いようです。コロナ後も定着してもらうために、女性をターゲットにした施策も打ち出していく必要があるでしょう。

もう一つは、つねにサービスの質を磨いていくこと。施設はお金をかければ良くなりますが、サービスの質を上げるのは難しい。一人一人の従業員が、いかに細かいところまで気がつくか、それが全てです。それでも百人いたら百人を満足させることは難しいので、いかにお客様の声を取り入れて、一人でも多く満足していただけるかですね。

八街未来都市

謹んで、新春のご挨拶を申し上げます。



千葉バーディクラブも、2008年にオープンしたばかりの頃はホールの間はまだ杉林でした。当初に比べれば、徐々に客単価も上がってきて、今の客層にたどり着くことができたのは、やはりサービスだと思います。丁寧で嬉しいサービスよりも、時には気さくな対応で、自分のことをわかってくれている、と思っただけのようなサービス。たとえば煙草を喫う方ならその銘柄まで頭に入れて接客する。そうしたちよっとした気遣いがリピートにつながって、今があるのだと思います。

八街未来都市はこの千葉バーディクラブを中心に、ホテル、ハーヴェストレジデンスなど計1万室のコミュニティを作ろうという壮大な計画です。これは本来の「カントリークラブ」に近いものだと思います。夢のような話ですが、今ではかつて杉林だったところにもドギーズアイランドなどさまざまな施設ができています。夢はもう半分くらい、夢ではなくなくてきている。千葉バーディクラブは、そんな独自の集客をしていくゴルフ場だと思っています。

目指すのは本当のカントリークラブ。

宮橋 泰司 八街未来都市 常務取締役

いつまでも記憶に残る心の原風景をつくる。

林 豊

八街未来都市 土木開発担当 小谷流グリーンライフ 取締役



八街はオーナーのビジョンが明確にあるので、それをときに具体的に、ときには抽象的なイメージを聞かせていただきながら、ひとつひとつ形にしてみました。今はいくつかの施設がオープンしてお客様がたくさん来られています。これからはお客様目線での、使いやすいや安全性なども考慮していく必要があると思います。

ここは周囲に豊かな自然が残っている、この辺りの在来種、ヤマボウシやシラカシなどを中心に植えています。遊びに来たお客様が将来「小さい頃こんなところ

で遊んだな」と思い出してまたここに戻ってくるような、心の原風景を作っていたらと思っています。オーナーが幼少期を過ごされた景色を見たことはありませんが、私自身も子供の頃は雑木林を駆けずり回って遊んだ世代です。こうした木々に囲まれると落ち着いた気持ちになれますね。

大袈裟かもしれませんが、子供から高齢者までがいっしょに暮らせる街づくりが、この八街未来都市がモデルケースになって日本の各地方に広がっていくといいと思っています。

K-two エフェクト

謹んで、新春のご挨拶を申し上げます。



スタッフにもお客様にも
喜んでもらうことが成長につながる。

K-two エフェクト 代表取締役社長

薄井 明夫

私がK-twoにきたのは11年半前、当時のK-twoは体育会系の企業体質で、美容学校からの生徒の紹介もありませんでした。そこでまず手つけたのが社員教育。外部から講師を呼んで、「ガンダム世代とワンピース世代の教育の違い」をテーマに幹部セミナーをやりました。ガンダム世代の教育は、上の人間が右向けといたら下はみんな右を向く。でも今はもうワンピースの時代、上も下も関係なくみんなで一緒に目標に向かって頑張ろう、という意識を幹部たちに浸透させていきました。一方で、新入社員たちに対してもお金をもらいながら本当

の技術を学ぶということの心構えを説き、先輩に愛される行動を教え、双方を近づけていく意識改革を行いました。他にも、新人の集合研修を毎月行って同期の絆を深めたり、宮古島への社員旅行を恒例にしてモチベーションを高めたり、いろいろなことを変えてきました。そうやって、かつては必要人員の倍の人数を採用して残るのは半分と言われていた1年生の離職率を、大幅に下げることができました。やはり、人を大切にすれば、結果につながります。これは20代の頃、ユニマットライフで転職になり一人で仙台営業所を立ち上げた時、一人ずつ人を採用、教育し、厳しくも大切に育てることが成長につながる事を学んだ事が今も意識の中にあるからだと思います。美容業界は、これからは技術力だけでなく接客力が求められる時代です。接客力を高め、心地よい空間をつくること、グリーティングにつながると言われています。K-twoは、技術力ではすでに定評があります。さらに、接客力を高めてお客様の満足度を高めてほしい。そのため、昨年



お客様満足度アンケートを実施し、時には厳しい言葉にもしっかり耳を傾けて、つねにお客様目線で客観的に自分たちを評価しながら、良い方向に改善していくよう努めています。将来の目標は全スタッフがやりたいことが実現出来るやりがいのある環境をつくることです。美容師は一生続けることが出来る生涯現役の仕事です。ライフステージごとに変わるスタッフの夢を叶えられる会社にしていきたいと思えます。

エスエムダブリュ・ジャパン

謹んで、新春のご挨拶を申し上げます。



向かって左から鈴木取締役と道下さん。SieMatic AOYAMA ショールームにて

主張と許容でブランドの認知を。

エスエムダブリュ・ジャパン
取締役営業本部長
鈴木 清久

ドイツだけでもキッチンブランドは100社以上あると言われていて、中で、トップブランドと呼ばれるのは数社に限られます。その中のひとつがジーマティックですが、日本ではまだまだ知名度が低いのが現状です。そこで10年程前から、同じくトップブランドであるカッシーナ・イクスシーのインテリアと組み合わせることで、マンションだけでなく、戸建にもアプローチしていくという戦略を展開しています。クラシックからアーバンまで幅広く、インテリアと合わせやすいキッチンです。主張と許容、デザインやプランにおいて主張すべきところは主張する一方、お客様の要望も許容していくことで、信頼を育てていきたい。そうすれば自然とジーマティックというブランドの価値を認めてもらえると思っています。また、経営についても、やはり主張していかねばいけないところと、許容という意味では、社員の声をオープンに聴くところ、バランスをとりながら発展させていけたらと思っています。

チーム力を上げて期待に応える提案を。

エスエムダブリュ・ジャパン
営業本部 デザイン部
道下 純子

元々本国ではデザインをフィーチャーしたブランドではなかったので、日本ではそれをうまくアピールできていませんでした。カッシーナグループとなつてからは、インテリアにどう合わせるか、空間にどう収めていくのかを考え、今まで以上にお客様の要望を考慮した提案ができるようになりました。デザインには、当然本国でも力を入れていて、IDコンテストというインテリアデザインコンテストがあり、75ヶ国から400件以上の応募が集まります。隔年開催で、2024年で3回目、日本は3回連続で受賞しています。日本ではまだまだ知名度は低いです、品質とデザインはよいものを扱っているという自信があります。課題はそれをどういう形でお届けできるか。また、長年使っていたものなので設置施工を含めて責任をもってお届けすること。そういう意味で、私たちみんなのチームの力を上げていかなければいけないと感じます。これからもジーマティックのファンを増やしていけたら嬉しいです。

ユニマツ不動産開発・ユニマツリック

謹んで、新春のご挨拶を申し上げます。

人が育つことで未来が見えてきた。

ユニマツ不動産開発
代表取締役副社長 江島 信弘



2年前、事務所も何もないゼロからのスタートでした。「ユニマツ不動産開発を立ち上げよ」と指示をいただいた時、これは容易に出来る事ではないぞ、と思ったのも事実ですが、こんなチャンスがあるのであれば、チャレンジしようと思えました。事業内容は不動産の買取再販、仲介、コインパーキングの運営、内装工事の施工管理です。最初は人もいない、資金もない。やれる事は全てやり、資金は金融機関の開拓、片っ端から銀行に電話営業です。当初は小さな物件しか買えませんでした。取引出来る銀行が少しずつ増え、物件数も、額も増えてきました。仕入れのエリアは都心限定。リノベーション

は徹底的にこだわります。いかに高い付加価値を付け、富裕層・インバウンド投資家に訴求できる物件を提案できるのか。そういった事を進めてきて何とか形になりつつありますし、一緒にやってきた社員達も育ってきました。当社の次の世代の人には私の持っている全て、不動産の知識や相場感、売買に必要な勘、経験、交渉の方法、タイミング等も含めて全てを伝えていきたい。私にとつての不動産の基礎は、高橋オーナーから学びました。それを承継できる人達を育てていく事が私の使命であり、当社が今後成長していく為に不可欠な事だと考えています。

スクラップ&ビルドから再生の時代へ。

ユニマツリック 代表取締役社長 小松 正幸



今日日本は人口減により住宅着工数は減少し、単身世帯は約35%を占め空き家は約900万户を超えています。このような社会環境の変化に対し、住宅・エクステリア・造園に関わる私たちも変化が必要になっていきます。これまでの建築物をつくらせて壊すスクラップ&ビルドから、住宅や各種施設の役割はたどつくるだけでなく人・地域・環境と繋がっていくためのもへ変化していくと思います。当社は主力CAD関連事業だけでなく新規事業である業界DX事業、空間デザイン事業を通じて社会と業界の課題解決ができる会社へ進化を目指していきます。また、これからの時代を担う人々には、ぜひ好奇心を持ち続けてほしいと思っております。今目の前にある仕事だけでなく、自分のライフワークとなるような課題をみつけ研究し広げていく事で、仕事を通じて勉強・体験を沢山し会社や業界や社会にとつて必要な人になっていけば、自分自身、そして会社にとつてもいいスパイラルになると思っています。

ユニマツプレシャス (マリン)

謹んで、新春のご挨拶を申し上げます。

人を育てることで、
厚みのある強いマリン事業を。

清海 卓二 ユニマツプレシャス 東京夢の島マリーナ支配人



向かって左から末長執行役員と清海支配人。東京夢の島マリーナ桟橋にて

これからのマリーナ文化は
ユニマツが引っ張る。

末長 宏之 ユニマツプレシャス 執行役員

末長 「マリーナネットワーク」は、私たちユニマツプレシャスが運営する7つのマリーナと複数の加盟マリーナが連携することで、クルーズの可能性を広げようという取組です。現在16のマリーナが加盟しています。これによって、たとえばビジターであってもホームポート感覚で係留することが可能。宿泊もできる。給油などがキャットシュレスで清算できる。あるいはメンテナンスなどもネットワークとして連携しているのでもスムーズに受けられるなど、数々のメリットがあります。清海 合同のヨットレースなども企画して実施したのですが、盛り上がりました。コロナ禍でこうしたイベントもストップしていましたが、また企画していきたいですね。末長 それから、ボートやヨットをレンタルでご利用いただける「れんたぼー」というサービスもあります。清海 船を持っていない方でも手軽に楽しんでいただきたいと始めたサービスですが、皆様より好評を得て会員を増やしています。末長 「マリーナネットワーク」は、私たちがヨットのレンタルをやっているところは少ないので、ヨット好きには好評ですね。末長 人間の持っている海に対する憧れや欲求は永遠不滅で変わらないものだと思います。日本でもこれから船をもつ人が増えてくるでしょう。関東のマリーナはすでに満杯ですから、今後は中部、関西、九州へと広がっていくだろうと思います。ユニマツももっと拠点を増やしていきたいですね。そして会長がよくおっしゃっているような富裕層が遊べるクラブのような仕組みを浸透させ、若い方が素敵だと思えるようなマリーナ文化をユニマツが牽引していけたらと思っています。清海 こうした施策を次のステップに進めるには、やっぱりスタッフが大切。しっかり人を育てあげるのが第一歩だと思っています。現場で若い人が少しずつ成長していくのを見るのは、楽しいしやりがいがあります。そうやって新しい人が育っていくことで、深み、厚みのある強いマリン事業になっていくのだと思います。

ユニマツト商事

シガラビーチマリンショップ

齋藤 優

YU SAITO

シンプルライフの実現
を目指したい



宮古島に来てもうすぐ2年になりますが、選択肢が山ほどある東京という大都市で社会人生活の大半を過ごした私にとって、宮古島での生活は今までは全く異なるものでした。豊かな自然と美しい海、時間に追われる事なく過ごすことのできる環境。何かを所有することが幸福の証であるという概念が必ずしもそうであるとは限らず、宮古島での暮らしは「持たない」ことで得られる、真の豊かさを教えてくれるものでした。

本年は真に価値があるものを見定める目や心を養い、よりシンプルに生きていくための力を身に付けたいです。そして会社に望むことは、次の世代を担う若者達が、より一層活躍できる場所となって欲しいと思っています。

新しい価値観を持つ若い世代の可能性に更に目を向けて、今まで培ってきた伝統や歴史を大切にしながらも、常に進化し続ける会社であって欲しいと思います。

ユニマツトライフ

OCS 第2事業部 事務主任

山田 みなみ

MINAMI YAMADA

気持ちを新たに
楽しく質の高い仕事を

昨年で入社してから10年が経ちました。OCS事業部の事務担当としてスタートした当初は、業務について全くの無知で、当時の営業所や関わった方々には多大な迷惑をかけたことを思い出します。それでも、振り返ると嫌なことも含めて、非常に濃密な時間を過ごしてきたと感じています。本年の始まりにあたり、気持ちを新たに、楽しく質の高い仕事を目指して日々努力していきます。



プライベートでは趣味のフラダンスを今年もたくさん披露できる機会があれば嬉しいです。普段は地域のイベントや老人ホームで踊っています。社会人になってから始めたこの趣味は、キッズからシニア世代まで幅広い年齢層と楽しむことができます。また仕事のモチベーションや精神的な安定のために、今年も「推し」のライブにできるだけ多く参戦したいです。

会社に対する希望については、自分は現在事業部にいるおかげで多くの方と話す機会がありますが、どの立場にいても発信し、学び合えるような会社になってほしいと願っています。

UNIMAT GROUP
み
巳っちゃん
特集
2025

「神の使い」としても崇められてきた「巳」。今年もユニマツトグループの「巳年」、生まれの年男・年女の皆さんに目標や、展望をあれこれと語っていただきました。

執念深い動物とも言われる蛇ですが、その一方で、恩を返す動物とも言われています。また「復活と再生」や、不老長寿や強い生命力をもつ縁起のいい動物と考えられているそうです。

第 08 回

ご紹介者：池本 滋郎 さん

生活やビジネスのヒントに あの人 この本 どんな本



見てみたかった景色

中園 孔二(著)
求龍堂



悪童日記

アゴタ クリストフ(著)
ハヤカワepi文庫

「見てみたかった景色」
東京都現代美術館で、初めて中園孔二の油彩画を見て、鳥肌が立ち、しばらくその場を離れられずにいました。帰りに、他の絵も見なくなつて画集を購入しました。展示もそうでしたが、この画集の掲載作品204点がすべて「無題」であるため、絵から受ける印象の他には何の情報も得られず、鑑賞者は自分勝手に物語を作るしかありません。画家が「すべて、見てみたかった景色」だという、児童画のような、イメージの奔流のような、それゆえ無限の物語を紡ぎ出す絵は、勝手に意味らしきものを与えられて、鑑賞者それぞれの物語の一部となる。それは世界を味わう一つの方法かもしれない。「この絵が何なのかということ

を、説明することはできない」と画家が言うように、これらの絵は解釈された世界ではなく、画家と鑑賞者に委ねられた未解釈の世界の断片であるのかもしれない。中園は私が美術館で知る4年前に事故で亡くなっています。享年二十五歳でした。

「悪童日記」
作者はハンガリー出身で幼少期に戦争を経験しています。半自伝的小説といえますが、その表現力は圧倒的。
戦争が起こり、小さな町に住む祖母のもとへ預けられた双子の「ぼくら」。異常で過酷な日々を生き延びるために、独自の鍛錬で対処術を身につける。読者は彼らが「作文の練習」として、日々

の出来事を綴ったものを読んでいます。
作文には主観を入れられない、というルールに従って書かれているため、双子の感情についての記述はありません。むしろ主観を交えないからこそ、彼らが見た戦争、欲望、悪事、迫害、世の不条理と苦悩は、読者に生々しく迫ります。彼らが言葉から感情を取り去った経緯は、深く考えると胸に刺さるものがある。感情を殺さなければ、正常ではいられなかったのか、と。
しかし、読み取れるのです。行間から、会話の記録から、双子にどのような感情が湧き、何を思ったのか。
日記は衝撃的に終わり、読後、呆然としてしまいました。



カッシーナ・イクスシー
商品本部 物流チーム マネージャー
池本 滋郎 JIRO IKEMOTO

兵庫県明石市生まれ。1990年に新卒で入社して以来、カッシーナ一筋。現在は物流チームのマネージャーを務める。趣味は読書とアート鑑賞。最近「アートによるまちづくり」に力を入れる横浜黄金町がお気に入り。ふらりとギャラリーを見て歩いているそうです。

introducer

ユニマツプレシャス

マリノ事業部 シティマリーナヴェラシス

佐藤 智美

TOMOMI SATO

行ったことのない土地へ
家族と行きたい

私の職場は、開国、黒船、ペリーというキーワードで誰もが知る歴史と伝統の街浦賀にあり、その景観を生かし作られたマリーナで勤務しています。マリーナでの仕事は毎日が新鮮です。日常を離れ、心と体をリフレッシュさせてくれる海の魅力、そして海を通じて笑顔を届ける仕事にやりがいを感じています。



2025年目標は、家族と一緒にまだ行ったことのない土地に行くことです。仕事を忘れてゆっくりと旅を楽しむことで、私のリフレッシュになり価値のあるものや古きよきものに触れて、歴史を学ぶことで自分自身やこどもの成長にも繋がり世界観が大きく変わるきっかけとなるかもしれないので積極的にいきたいです。また旅の思い出を家族と写真・動画を観ながら共有し、「楽しかったね」と言って笑い合えた時に、さらに幸せな気持ちになり、毎日の仕事も頑張れます。

巳年は仕事でもプライベートでも充実した1年になればと思います。

ULオフィスサポート

営業統括部 首都圏営業部 主任

田島 弘之

HIROYUKI TAJIMA

超アグレッシブ営業で
突き進みます



24年4月にユニマツグループに加わり新しい環境に戸惑いながらも日々を楽しんでいます。グループに入り取扱商材が増えたことをプラスに捉え、新商材を活用し業績とスキルの向上を目指しています。2025年の目標はずばり“年収アップ!” 開発営業として必須の新規開拓では自身の持ち味である強メンタルと超アグレッシブ営業で提案からクロージングまでタイミングを逃さず積みかけお客様とWIN-WINの関係になるよう突き進みます。

プライベートではボクシングと旅行に力を入れています。今年もジム通いを続け将来大会に出ることが目標、打倒井上尚弥選手が夢(笑)です。旅行では行ったことのないところへ出向き自己成長につなげたい。会社への要望は「正当な評価と処遇がされ成長できる環境と働き方の多様性のある」職場であること。そのような環境だからこそみんなががんばるのだと思います。

最後に、個人として、また会社として、ユニマツグループ全体の業績の底上げに大いに貢献したいと思っています。

K-twoエフェクト

K-two Esola池袋 ディレクター

田中 舞華

MAIKA TANAKA

健康で毎日機嫌がいい
大人でありたい

2025年の大きな目標は“健康で毎日機嫌のいい大人でありたい”です。14年間K-twoで美容師として経験を積み、2年前に母になり、育児と店舗責任者として再スタートしました。替えが効かない母業。時短勤務を終えてから迫りくるお迎えの時間と山積みの家事。日々、気絶するように寝ていました。そして風邪を拗らせた時に思ったのが、健康があってこそ両立が成り立つのだと。仕事も育児もどちらもチーム戦。誰かが機嫌よく過ごすことで相手にもそれが伝わり大変なこともスムーズに乗り越えられると感じました。機嫌のいい自分でいられるために物事をポジティブに捉え、その連鎖が仕事と育児の両立を生む結果となりました。巳年は毎日健康で機嫌のいい自分でいられたら、大体のことは乗り越えられる気がします。(笑)



そして次の12年後の巳年、子供がいなくてもいなくても、多くの女性美容師が活躍できる会社になっているといいなと思います。また私の復帰を待ってくださったお客様や支えてくれた周りの人たちに感謝を伝えていきたいです。



蜷気楼 ステーキグリル
https://shigira.com/restaurant/shinkiro01
シギラミラージュ 料理長
入江 幸玄 Tadaharu Irie

広島出身。神戸クラウンプラザホテルでキャリアをスタートし、鉄板焼きやイタリアンレストランを経て、2021年に宮古島へ移住。2025年で4年目となります。

UNIMAT
おいしい話
Vol.009

ユニマツグループの
食にまつわるお話をご紹介します。



シーフードプラッター
¥5,940(税込)

厳選された海鮮食材の
シーフードプラッター

シーフードプラッターとは、さまざまな海産物を盛り合わせた料理のことです。見た目が華やかでボリューム感があり、特別なイベントやディナーの前菜、シニアプレートとして人気があります。ホテルシギラミラージュの「蜷気楼ステーキグリル」では、新鮮な海鮮食材を使用した特製シーフードプラッターを全コースの前菜としてご提供しております。もちろんアラカルトでのご注文も可能です。弾力と旨味が特徴のオマール海老、ボリューム満点でふりふりとした触感のタラバガニ、甘みあふれる大粒のホタテを盛り付けており、決め手はトマトソースをベースにしたオリジナルカクテルソース。宮古島産のレモンと西洋ワサビを加えて酸味と辛味を引き立て、スパイシーな味わいに仕上げられています。合わせるお酒は白ワインがおすすめです。シーフードの甘みと調和し、より新鮮な海の幸を楽しむことができます。ボリュームもあり、お客様から大変好評の声をいただいております。

ここでは、ユニマツグループが多数所蔵する美術品のなかのひとつをユニマツホールディングのアート担当である水野深雪さんが作品をチョイス。貴重なアート作品をご紹介します。

第6回は日本画家の巨匠、横山大観の作品の紹介です。



[神国日本]

横山 大観
Taikan Yokoyama

1944年
彩色 / 絹本・軸
67.0 x 99.9 cm
ユニマツグループ所蔵



「天地正大の気の魂を、日本の精神を、絵画に表したいと富士に向ふ」と語っていたそうです。

富士山を題材に描いた作品数はなんと1500点以上

水野深雪 (以下M) レインボー編集 (以下R)

R: 新年号は富士山ですねー!

M: 作家の横山大観は近代日本画の巨匠と言われる大御所なんですけど「大観と言えば富士山画」っていうくらい富士山が特に有名なんです。

R: なんで富士山で有名なんですか?

M: 生涯にわたって描いていて富士山を描いた作品数はなんと1500点以上らしいです。

R: えーっ! すごーい! じゃあ同じような作品ばかりなんですかね。。

M: そんなことはなく、富士山を捉える角度、場所や季節も異なる多くの作品があります。

この大観による富士山画は、高橋代表が特にお気に入りの作品になります。手前に雲がある構図や後ろに後光が射した神々しい姿で素晴らしいとおっしゃっていました。

R: 淡く上品に光ってますね。いつ頃の作品になりますか?

M: 発表されたのは昭和19年。終戦の前年ですが描いているときはまさに戦争中だったでしょう。日本の勝利を願って、明るい未来への希望を込めて描いたのではないのでしょうか。

R: 2025年、編集部もユニマツグループの飛躍の年になりますよう、富士山をお願いします!

DOOR OF ART

群馬サファリ・ワールド

飼育部 ウォーキング担当

五嶋 優由

YUYU GOSHIMA

1つでも良かったことがある毎日

巳年の目標は、プライベートと仕事のどちらも楽しむことです。社会人になって4年が経ち、仕事にも慣れてきた部分もありますが、まだまだ未経験なことも沢山あります。1年目の時の楽しさを忘れず少しでも成長し、1つでも多くを学びたいです。また、ウォーキングゾーンは、お客様に接する機会が多いため、自らが楽しい雰囲気接客することで、お客様に沢山の良い思い出を作ってもらっていただけたらなと思っています。



昨年は1日を無駄に過ごしてしまう休日が多く思えたので、今年は、新しい趣味や、見知らぬ場所に行ってみたり、プライベートをより充実させ、日々1つでも良かったことがある毎日を送れたらなと思っています。

そして仕事面では社員たちが意見を言いやすく、皆が尊重し合えるような会社になってほしいと思います。社内の雰囲気が良くなれば、社員同士のコミュニケーションや助け合いが生まれ、向上心も高まると思います。自分自身ものびのびと働けるような環境づくりを意識していければと思います。

K-twoエフェクト

青山店 スタイリスト

植村 友哉

TOMOYA UEMURA

なりたい自分になるために「挑戦し続ける」を目標にしたい

2025年の目標は、「挑戦し続ける」です。今までアシスタントとして数々の偉大な先輩方の普段のお仕事やメディアやステージで輝いている姿を沢山見せて頂きました。それは凄くカッコいい背中自分も必ずこうなりたい!と強く思いました。

今年は自分もスタイリストとして、沢山のお客様に喜んでいただけるように技術と人間性を磨き、コンテストや撮影にもチャンスがあれば挑戦していこうと思います。そして必ず憧れの武道館の舞台に立てようがんばります。



理想の職場に関しては、社員たちのやりたい事や挑戦したい事を応援、サポートしモチベーションを上げてくれるような会社です。

これから入る後輩たちが夢を叶えるために最大限頑張れる環境とより早く実現できるシステム。そんな環境に少しでもなれば素晴らしいことだと思います。

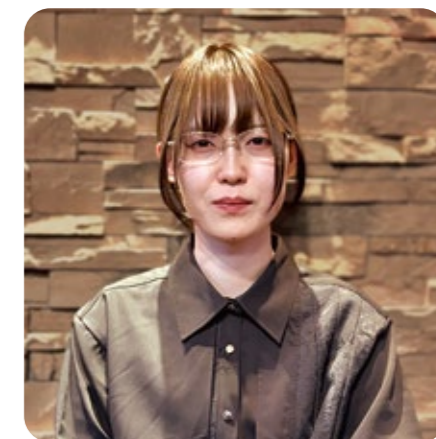
可否茶館

カフェ可否茶館 さっぽろ東急店 スーパーバイザー

高島 未帆

MIHO TAKASHIMA

今だからこそ足を運び経験値をあげたい



2025年の個人目標は、知見を広げること。コロナの影響が落ち着き以前の日常に戻ってきたと実感できるようになってきた今だからこそ、道内のみならず道外にも足を運び様々な経験を通し、自分自身の経験値の獲得のみならず会社に何か繋げることができないかのヒントを得ることが出来たらと思っています。仕事面での目標としましてはこの「可否茶館」で働き続けているスタッフ、そして「可否茶館」を選び新しく働き始めるスタッフ個々が働きやすい、働いてよかった、楽しい!と感じられるような職場を創り上げることです。スタッフ個々とのコミュニケーション以外にも、俯瞰的に店舗状況を把握し、労働環境を快適にできるように配慮した店舗運営を心掛けていきたいと思っています。以上の事柄は個人的にはかなり高い理想とは思いますが、せっかくの年女に託けて達成していきたいと思っています。

プライベートでは、好きなアーティストのライブ、今年行った事のない土地で参戦してみたいと思います!