

ニトリの組織とビジネスモデル

～ ケーススタディ:北海道発!! 株式会社ニトリ② ～

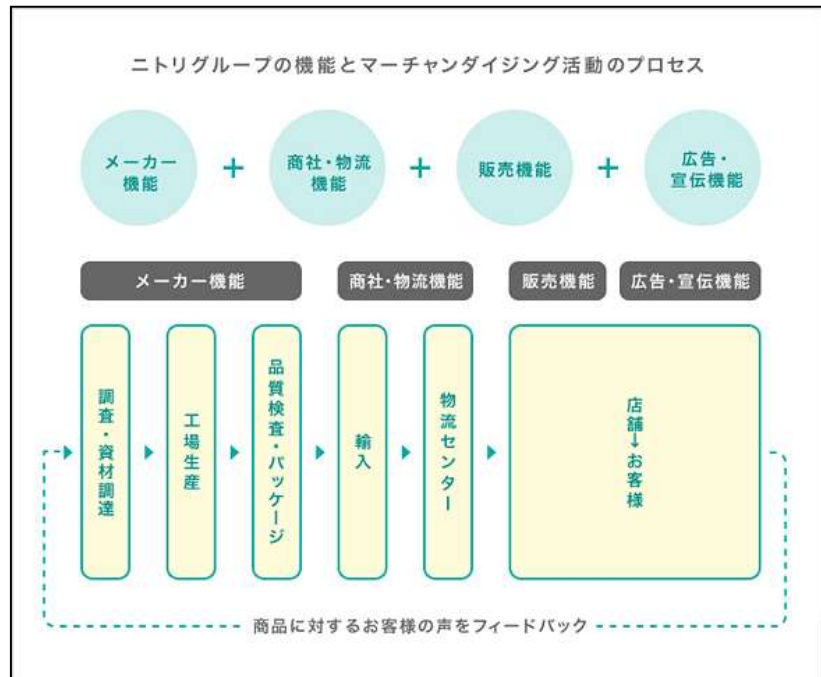
■ニトリの組織

ニトリは2010年8月に持株会社体制へ移行しました。現在、ニトリグループは連結子会社が18社ありますが、大きく5つの会社を中心としています。

- ①株式会社ニトリ：家具・インテリア用品の販売。
- ②株式会社ニトリファニチャー：インドネシアやベトナムで家具(タンス、チェスト、ローボード、サイドボード、食器棚、家電ボード、ベッドなど)の製造・卸売り。
- ③株式会社ホームロジスティクス：国内外の物流業務(輸送、荷役、梱包等)。
- ④株式会社ニトリパブリック：広告宣伝。
- ⑤株式会社ニトリファシリティ：店舗・オフィスなどを最適な状態に保つための保守業務や、訪れるお客様が快適な時間を過ごせる空間づくりとコスト削減を追求、保険代理店業務。

■ニトリのビジネスモデル

ニトリは、グループの機能を最大限活用しながら、従来の「製造小売業」と呼ばれる事業モデルに、物流機能をプラスすることで、新たなビジネスモデル「製造物流小売業」を確立させました。価格と品質・機能の追及のため、商品のほとんどはアジア諸国で生産し、製造コストを削減しています。そして、一般には外部へ委託することが多い輸



入・通関業務や、保管から流通などの物流業務、チラシ制作などの広告宣伝、さらにはシステムの企画から設計・開発など、すべてをニトリグループで行っています。このように、お客様に低価格・高機能の商品をお届けするために、中間コストを極力削減すべく、商品の企画や原材料の調達から製造・物流・販売に至るまでの一連の過程をチェーンストア理論をもとにプロデュースしているのがニトリグループの大きな特徴です。