

ニトリの店舗展開と店舗設計

～ ケーススタディ:北海道発!! 株式会社ニトリ④ ～

■ニトリの店舗網

ニトリは、海外生産の拡大に合わせて店舗網を充実させました。1993年に茨城県ひたちなか市に本州1号店をオープンし、2011年3月には島根県に初出店することで、国内47都道府県に進出を果たしました。現在国内で312店舗に達しました。

また、2007年には台湾に海外初出店を果たし、現在17店舗。2013年にはアメリカの出店も2店舗となり、2014年2月現在、国内外で331店舗となりました。

ニトリの「ロマン」と「ビジョン」では、2003年から30年間の長期計画を立て、2017年(15年目)に500店舗、売上高5,500億円。2022年(20年目)に1,000店舗、売上高1兆円。2032年(30年目)には3,000店舗、売上高3兆円を目指し、世界の多くの人々の豊かな暮らしの貢献を目指しています。

2011年10月には大阪府東大阪市に初の総合ショッピングセンター(モール運営事業)となる「ニトリモール東大阪」を開業し、不動産開発事業にも力を入れています。



■ニトリの店舗運営

ニトリの店舗運営の特徴は、接客のための店員が少ないことです。これは、店舗面積が広い家具店では、人件費が莫大にかかるため、必要最低限の人数以上は配置しません。そのため、売場にはお客様向けの説明書きがたくさん掲示されています。

また、主通路と呼ばれる、お客様に通ってほしい通路は幅を広くし、ストレスのない買い物ができるようにすることや、通路の突き当たりにマグネットと呼ばれるお客様を店舗奥まで引きつけるディスプレイをはじめ、店舗全体のレイアウトなどを基本的に共通にしています。

また、季節に応じた店舗レイアウトができるよう店内の全ての陳列棚にはキャスターがついていて、すぐにレイアウト変更ができるようになっています。

資料番号：戦略B-4-5

出所：<http://www.nitori.co.jp/>

『NHKテレビテキスト 仕事学のすすめ 似鳥昭雄』2011年8月号

北海道新聞社編(2012)『トップの決断 北の経営者たち』北海道新聞社

TBS『がっちりマンデー』2013年9月29日放送