



平成19年4月23日

各位

会社名 株式会社ニトリ  
代表者名 代表取締役社長 似鳥 昭雄  
(コード番号 9843 東証第1部・札証)  
問合せ先 常務取締役  
社長室長 池田 匡紀  
(TEL) 03-6741-1203

### 中期経営計画に関するお知らせ

当社は、このたび2007年度から2012年度までの中期経営計画を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

(中期経営計画の内容は、3ページ以降を参照下さい)

#### 1. 「ロマン」「ビジョン」と「社是」

当社は、「本当の住まいの豊かさを心から楽しめる社会の実現」という「ロマン」を掲げ、「欧米並みの豊かな住生活を提供する」ため、ホームファッションや家具の「総合製造小売業」として、チェーンストア作りを核とした流通革命に取り組んできました。

また、中長期的な目標を「ビジョン」とし、この実現に向けて、強力に出店を進めています。

##### ■ ロマン

欧米並みの住まいの豊かさを、世界の多くの人々に提供する

##### ■ ビジョン

2012年に

- 1.目標300店 売上3,800億円
- 2.日本からアジアへ、そして世界へ
- 3.新フォーマットでの多店展開

また、「店はお客様のためにある」という企業理念を、ニトリで働く従業員は片時も忘れません。仕事をすすめる上での判断のものさしは、「どうすれば我々は、お客様に喜ばれるか」と、「お客様の立場」に立って考えることです。

このような企業理念を従業員の立場に置きかえたものが、ニトリの「社是」です。

##### ■ 社是

- 1、私たちは、お客様へ  
欧米並みの豊かな暮らしを提供します。
- 1、私たちは、お客様へ  
品質が維持された商品をより安く  
お届けします。
- 1、私たちは、お客様へ  
トータルにコーディネートされた  
住まいを提案します。
- 1、私たちは、日本でそして世界で  
A級のスペシャリストを目指します。

## 2. 21世紀への挑戦

当社の社長が初めてアメリカを訪れたのは、1972年でした。当時は、危機打開のための研修でしたが、今日のニトリを築きあげる基盤の年でもありました。それは、アメリカの豊かな暮らしにふれ、日本のあまりにも貧しい暮らしに気がついたのです。日本にもこの豊かな暮らしをと思い続けて30年間に経過し、21世紀への新たな計画が次の表です。

### ■ 長期計画

2003年	}	・マネジメント体制の再構築 ・品質改革の推進 ・社会貢献活動開始 ・国際物流基地づくり ・海外初出店(台湾/高雄) ・新フォーマットでの多店展開 ・ニトリ大学の設置と運営
2004年		
2005年		
2006年		
2007年		
2008年		
2009年		
2010年		
2011年		
2012年	300店 売上3,800億円	

### 3. 中期経営計画

長期計画の取り組みを開始した2003年から昨年2006年まで、当社は以下等を実施しています。

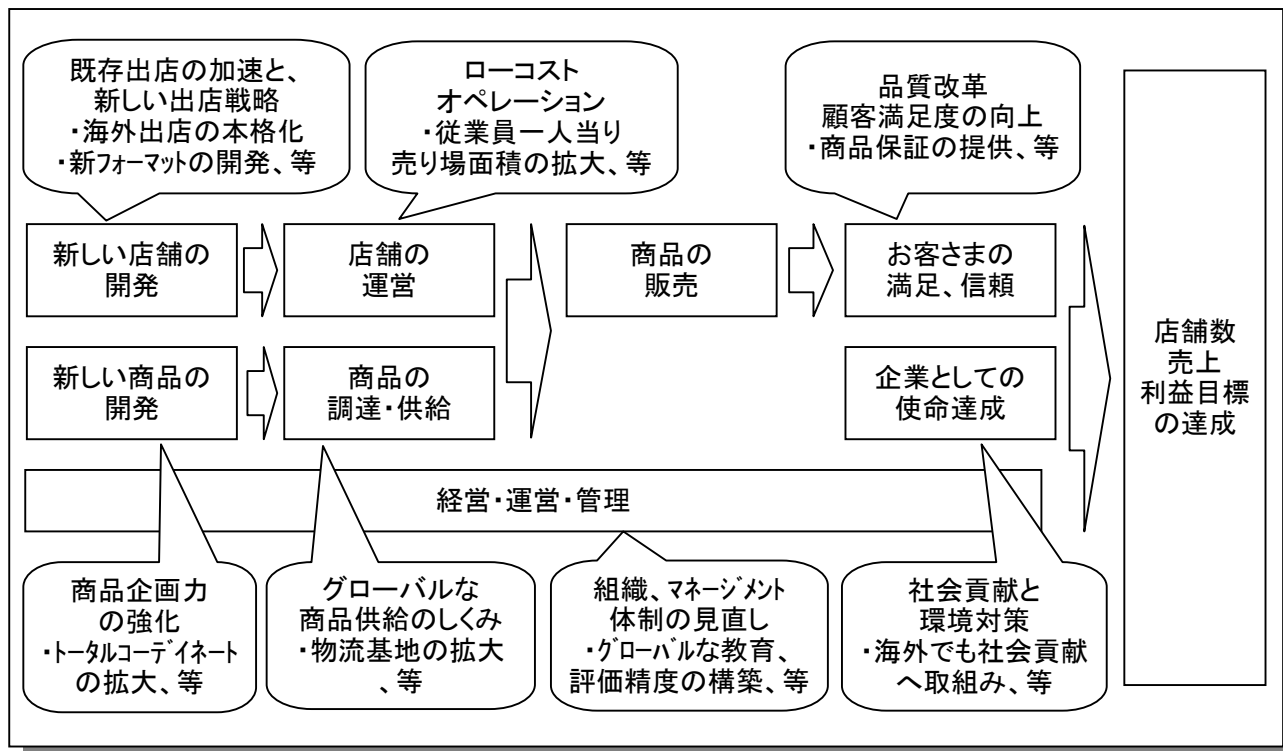
- ・台湾/高雄への出店準備
- ・中国/惠州DCの稼働準備
- ・小商圏フォーマットへの取組み開始
- ・トータルコーデネートの推進
- ・ISO9001の認証取得
- ・コミットメント体制の定着
- ・ニトリ大学の運営
- ・各種義援金、応援基金等へ取組み

その結果、以下の躍進を遂げる事ができました。

- ・店舗数 : 82店 => 145店 (約1.8倍)
- ・売上高 : 883億円 => 1861億円 (約2.1倍)
- ・経常利益 : 83億円 => 218億円 (約2.6倍)  
(いずれも、2002年末比)

これは、当社の強みである、①「総合製造小売業」としての効率的かつ魅力的な商品開発力、②商品製造の海外拠点及び製造された商品の輸入・配送に関する独自開発の物流システム、及び③「住生活提案企業」としてのトータルコーデネート力、等を生かし、全社一丸となって邁進してきた成果であると確信しております。

一方、引き続き取り組みを強化して行くべき主なポイントは、以下と考えています。



以上に基づき、当社は中期経営計画を作成し、「社是」、そして、「ロマン」と「ビジョン」の実現を図っていきます。中期経営計画は、毎年度見直しを行い、そして、各年度の活動計画へと展開され、実行されていきます。

長期計画を確実に達成し、一層の飛躍を遂げ、企業価値の最大化に向け、取り組んでいきます。

## ■ 中期経営計画(-2012年)

1. 出店の加速と、商品供給システムの改革
  - ・海外出店への活動本格化
    - ・中国、東南アジアへの出店
    - ・欧米出店へ向けての調査、実験店の出店
  - ・新フォーマットでの多店展開
    - ・より小商圏人口地域への出店加速
  - ・B2C(インターネット販売)の確立
  - ・グローバルな商品供給システムづくり
    - ・内外物流基地の拡大
      - 中国、東南アジア物流基地の立上げ、稼働
    - ・リードタイムの短縮と在庫日数の短縮
    - ・物流のローコスト運営
    - ・調達国の多様化によるリスク回避
2. 商品企画力の強化
  - ・マス・マーチャンダイジングの定着
  - ・バーチャル・マーチャンダイジングの拡大
  - ・自社企画・仕様による製品開発の定着
  - ・商品づくりの分業体制の確立
  - ・トータルコーディネートの拡大
3. 品質改革による顧客満足度の向上
  - ・商品保証5年間の実現・提供
    - ・サービス部門の拡充
    - ・工程管理可能人材の育成・大量確保
4. ローコストオペレーション
  - ・競争激化に耐えうるコスト体質実現
  - ・従業員1人あたり売場面積の拡大
5. 組織、マネジメント体制の見直し
  - ・組織の見直し拡充・コミットメント体制の定着
  - ・グローバルな教育・評価制度の構築
    - ・将来を担う幹部育成制度(国内/海外)の実施
    - ・「ニトリ大学」(社内)の創設と国際化
  - ・内部統制の充実
6. 社会貢献と環境対策
  - ・各種義援金、応援基金等の運営、拡大
    - ・植林への支援
    - ・アジア留学生支援、寄付講座開催、等
  - ・海外でも社会貢献への取組みを開始

■ 店舗数、売上高、経常利益の推移

2007年度以降は、計画

(金額単位：億円)

年度	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2012
店舗数	33	37	42	50	73	73	82	100	116	130	145	165	300
売上高	308	348	404	489	629	787	883	1,088	1,294	1,540	1,861	2,120	3,800
経常利益	19	20	22	35	36	69	83	119	140	180	218	240	456

