

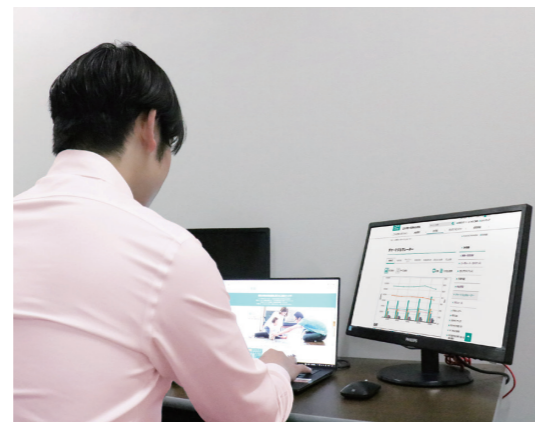
## ニトリグループのIT・DX

### ロマンとビジョン達成に向け、進化を加速

商品の企画・製造から物流、販売まで一気通貫で行うニトリグループのビジネスモデルは、自前主義で構築してきたITが基盤です。外部最新技術を取り入れつつ、システムの企画・開発・導入・運用・管理まで自前で実施。加えて、ニトリネットやアプリの機能開発・導入・改善など、お客様に快適で便利なお買い物をお届けする分野でも重要な役割を担っています。グループの成長戦略に合わせ、展開する国・地域の拡張、事業領域の拡大などに対応し、サプライチェーンと連携したシステムや仕組みの構築などに取り組んでいきます。IT人材の育成、教育には注力してきましたが、2022年4月、IT・DXの更なる加速に向け、「ニトリデジタルベース」を設立。グローバルかつ大規模なプロジェクトを先例のない革新技术でリードし、ビジネスモデルのイノベーションを支えていきます。



ニトリデジタルベースのオフィス



ニトリグループを支えるIT人材

#### Voice



ニトリグループの出店加速、事業領域の拡大にはITの進化、DXの促進は必要不可欠です。わたしたちの使命はシステムの安心で安全な運用・管理をしつつ、新たなシステム、サービスやチャネルを開発し、社内の業務効率化やお客様へお買い物の利便性などを幅広く提供していくことです。今後もグループのビジネスモデルの基盤として、積極的に価値を創造していきます。

上席執行役員  
最高情報責任者 (CIO)

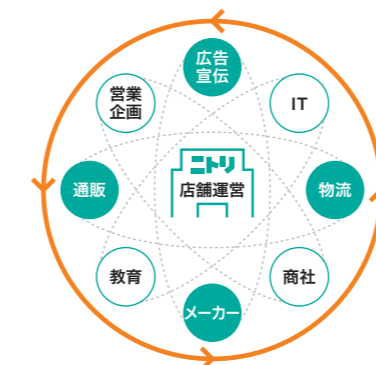
佐藤 昌久

## ニトリグループの人材育成

### 多数精鋭の組織づくりで、持続的成長を

ニトリグループの成長を支えるのは、物事を総合的に考え、新しい価値を創造できる多数精鋭のスペシャリストたちです。その育成の柱となるのが、広大な事業領域のもとで2~3年ごとに多様な職種を経験していく「配転教育」。これは、一人ひとりが豊富な知識と幅広い経験を得るために考え出された、人材育成の基盤となる教育システムです。同時に、それぞれが描く「なりたい姿」へ向けた成長を後押ししていくため、タレントマネジメントシステムを導入して人事データ連携を進め、従業員一人ひとりのキャリア志向に寄り添った配転設計と社員教育に取り組んでいます。今後も、幅広い領域の知見を活かし、数多の専門性を組み合わせてイノベーションを起こせるニトリ型スペシャリストを多数輩出し、“多数精鋭の組織”を強みに、持続的成長を目指します。

#### 配転教育



数年おきに部署異動を繰り返す、独自の配置転換システム

#### 4C主義



ニトリグループに根付く仕事の心得



社員一人ひとりが生き生きと働き、活躍できる組織づくりに注力

#### Voice



ニトリグループは、「個人の成長が企業の成長に繋がる」と考え、創業以来、人材育成に力を入れてきました。ビジョン達成に向けた飛躍的成長が必要な今、“4C”をもつスペシャリストをいかに輩出していけるかが鍵となります。世界中で活躍するニトリグループの従業員が、会社と自身のロマンの実現に向けて着実に前進できるよう、挑戦し続ける人を大切に育む組織づくりに取り組んでいます。

常務執行役員  
組織開発室 室長 兼 最高情報セキュリティ責任者 (CISO) 大木 満

ニトリグループは、中国・台湾・アメリカ・マレーシア・シンガポールへの出店、またそれぞれの国・地域でのEC販売及び店舗のない国・地域への越境ECや卸売りビジネスを進めています。海外事業の基盤づくりを本部が主導して支援する組織として2020年1月にグローバル販売事業推進室を立ち上げ、海外での出店スピードを更に速めています。

| グローバル販売事業推進に向けた活動                   |   |
|-------------------------------------|---|
| テーマ                                 | 取り組み概要  |
| 日本本部による海外事業支援                       | 日本を除く全ての国や地域の事業展開で抱えている課題をサポート。人材育成、教育ツール作成、店づくり、オムニチャネル構築、店舗作業標準化、商品供給在庫管理など。          |
| ノウハウの明文化と転写                         | 商品をわかりやすく提案する売場や商品演出の基準づくり、販促物設置基準、人材育成の短期化と高効率化など、日本でのノウハウを海外展開全般に活用する仕組み、各言語マニュアルを整備。 |
| 進出国・地域の暮らし調査に基づく商品提案                | 売れ筋の市場調査ではなく、各国・地域の人々の暮らし方の理解を通じ、現地の方の「不平・不満・不便」を解消するニトリ商品を生り場、現地語のPOP・販促物でわかりやすく訴求。    |
| グローバルオムニチャネル推進(プラットフォーム構築・グローバル標準化) | 各国・地域で展開してきたECも、グローバル共通のプラットフォーム構築へと進化。顧客の「買い方」の急激な変化への迅速な対応に向け、コスト対策と拡大スピードの向上を推進。     |

| 2022年2月期既存出店国・地域への取り組み |   |
|------------------------|---|
| 国・地域                   | 取り組み概要  |
| 中国                     | ECサイト「Tモール」へ出店。販売チャネルの拡大により、客数増加、EC化率は上昇。NITORIのブランド力向上に向けて、ロゴやキャッチコピーを統一するなど、共通化施策を実施。上海徐家匯店に、オーダー家具売場、法人ショールームをオープン。2023年3月期は22店舗の出店を計画。          |
| 台湾                     | 新たな品揃えで客層・客数を拡大すべく、2022年2月期は寝具寝装品の専門店「Nスリープショップ」を出店、売り上げは好調に推移。EC事業の強化を目的に外部ECサイトに出店。Nクール・Nウォームをはじめとする季節寝具寝装品の日本共通のテレビCMの放映を開始。2023年3月期は12店舗の出店を計画。 |
| アメリカ                   | 販売チャネルの拡大を目的にポップアップストアを11店舗開店、自社ECだけでなくアマゾン、ウォルマートマーケットプレイスを利用し、売上増加に寄与。また、ブランドの認知度向上を目的として、他の国・地域同様、店舗の看板を「NITORI」へ変更を開始。2023年3月期は1店舗の出店を計画。       |



取締役  
グローバル商品本部本部長兼  
グローバル販売事業推進室室長  
海外販売事業管掌  
**武田 政則**

Voice

2022年2月期は、中国での出店再加速、東南アジア初出店など、ニトリグループの海外事業にとって大きな一歩を踏み出した1年となりました。世界にはさまざまな住まい・暮らし方があります。その中の「不平・不満・不便」の解消に繋がる商品やサービスを提供していくために、日本で培ってきたノウハウ・強みを活かし、「世界中どこにでも出店できる仕組み作り」を確立させていきます。また実店舗のない国・地域にもオンライン販売チャネルを活用し、より早くタイムリーに市場へ参入していきます。

## 新規進出国・地域 新しい取り組み

### TOPIC 1 | マレーシア初出店 東南アジアへの初出店

2022年1月20日、東南アジア初の店舗となったマレーシア1号店を、クアラルンプール「三井ショッピングパーク・ららぽーとブキッ・ピンタン・シティーセンター」内に出店。店舗面積は、約800坪。商品は、日本とほぼ同様に幅広い商品を取り扱い、なかでも温暖な気候にあわせNクール商品を多く揃えています。また寝具寝装品に特化した「Nスリープショップ」も併設。自社ECサイトも開設。同国の多くのお客様の支持を得るべく、今後5年間で20店舗、2023年3月期中に6店舗の出店を計画しています。



### TOPIC 2 | シンガポール初出店 ASEAN随一の経済力を有する同国を通じてブランド力を向上

2022年3月31日、シンガポール1号店を、オーチャード通りの「コート・ノジマ・ザ・ヒーレン」の4階に出店しました。店舗面積は760坪で、取り扱い商品は、マレーシアとほぼ同様ながら、シンガポール特有の収納ニーズに応えるべく、日本にはないオーダー収納家具売り場も展開。自社ECサイトも開設しました。今後5年間で10店舗、2023年3月期中に2店舗の出店を計画しています。



### TOPIC 3 | 韓国ECの開始 韓国最大Eコマース企業Coupang社と提携

2022年1月12日、Coupang社のECサイトでの販売を開始。Coupang社に商品を供給することで、より早くタイムリーであることを優先し、EC販売を先行し、韓国市場に参入しました。取り扱い商品は、寝具、クッション、スリッパ、キッチンマットなど120品目以上で、2022年の夏には韓国のベッドサイズにあわせた「Nクール」シリーズの販売を予定。同国での事業拡大に備えて、市場の分析、ノウハウの取得を進めてまいります。

