

nf10

NAKAYAMAFUKU NEXT10

創業100周年に向けた10年間の成長戦略

平成28年5月12日
中山福株式会社

■ **nf10** 中山福NEXT10 について

お陰様で、平成27年3月をもって、中山福株式会社は創業90周年を迎えました。

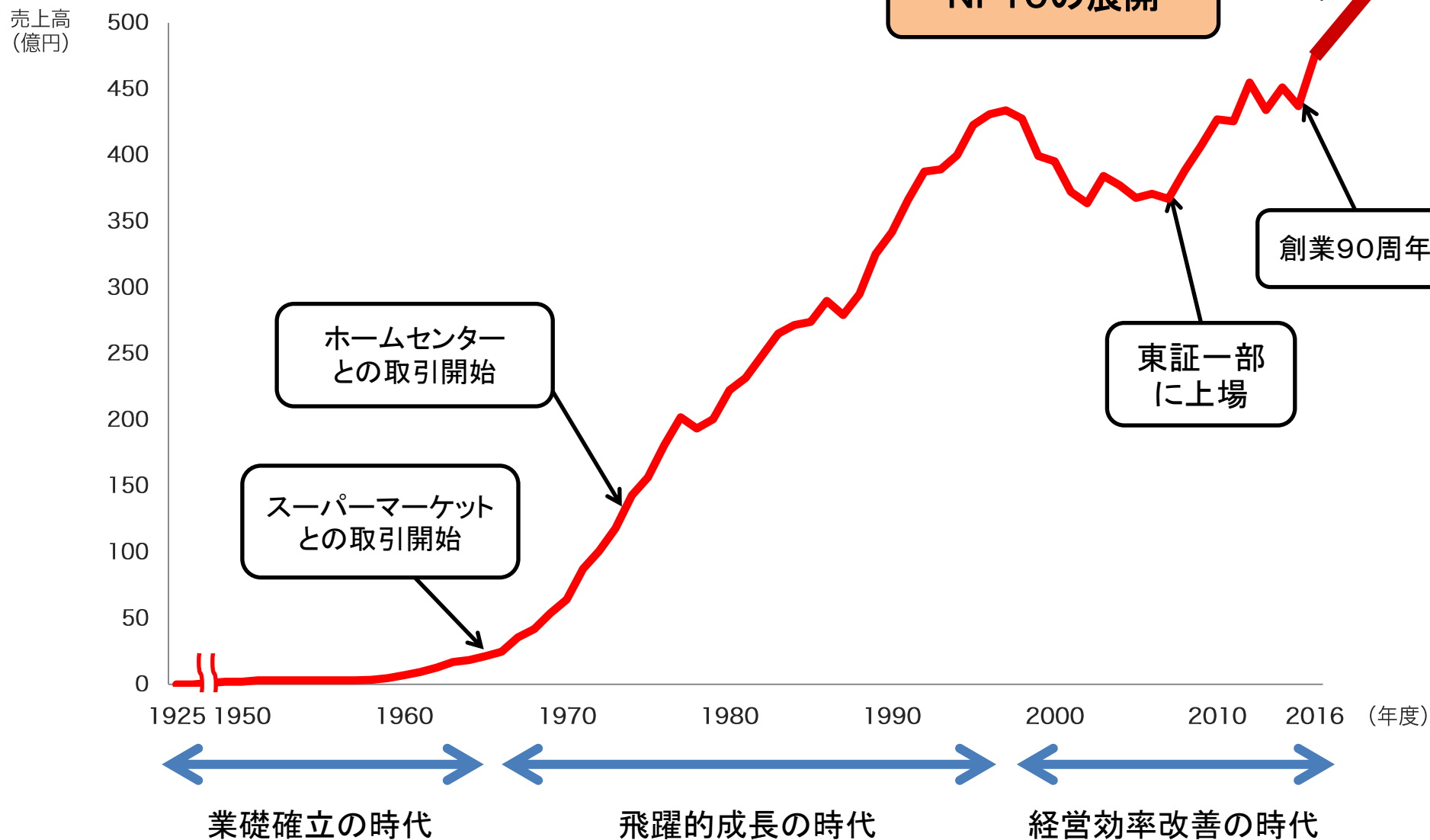
家庭用金物問屋として創業した当社は、中小小売店への卸売から、量販店取引へのビジネスモデルの転換により、飛躍的に業量を拡大するとともに、物流拠点の整備等を通じて経営効率の向上を図り、現在の業績の基盤を築きました。

しかしながら、現在様々な要因により世界経済は混迷を深めており、日本においても、少子高齢化の進展などが消費社会に大きな影響を及ぼしつつあります。

このような状況の下、当社が引き続き成長して行くためには、「経営理念」に基づき、目指すべき将来像としての「経営ビジョン」を役職員全員が共有し、既成概念に囚われず、ビジネスモデルを柔軟に変革して、時代の変化に対応していくことが不可欠であると考えます。

当社が次の100年を生き抜くために、創業100周年に向かって取り組むべき成長戦略を「中山福NEXT10」として推進して参る所存です。

■ 成長の経緯と今後のイメージ



■ 経営ビジョン

創業100周年を迎えるに際しての当社の目指すべき姿

消費者のニーズに対応した幅広い商品の調達力、企画提案力に裏打ちされた強力な営業力、高度な物流システムを基盤とする効率的な物流ネットワークを有し、国内では業界のリーディングカンパニーとしての地位を確立するとともに、海外市場にも確固たる基盤を有するホームユース製品の専門商社を目指します。

■ 経営戦略

経営ビジョンに到達するための4つの戦略

●既存市場におけるシェア拡大

少子高齢化を背景に既存市場の縮小が予想される中、厳しい環境下での消耗戦に勝ち残ることで市場シェアの拡大を図ります。

●新規販売チャネルの開発

越境EC等を含むインターネット通販業者との取引拡大や、株式会社ロイヤル通販や株式会社インターフォームが担う市場の開拓など、グループ企業を含めた販売チャネルの拡大を図ります。

●海外市場への販路拡大

訪日外国人の増加による日本製品の認知度向上や、TPPの発効などの追い風を捉え、主に中国、東南アジアへの輸出取引の拡大を図ります。

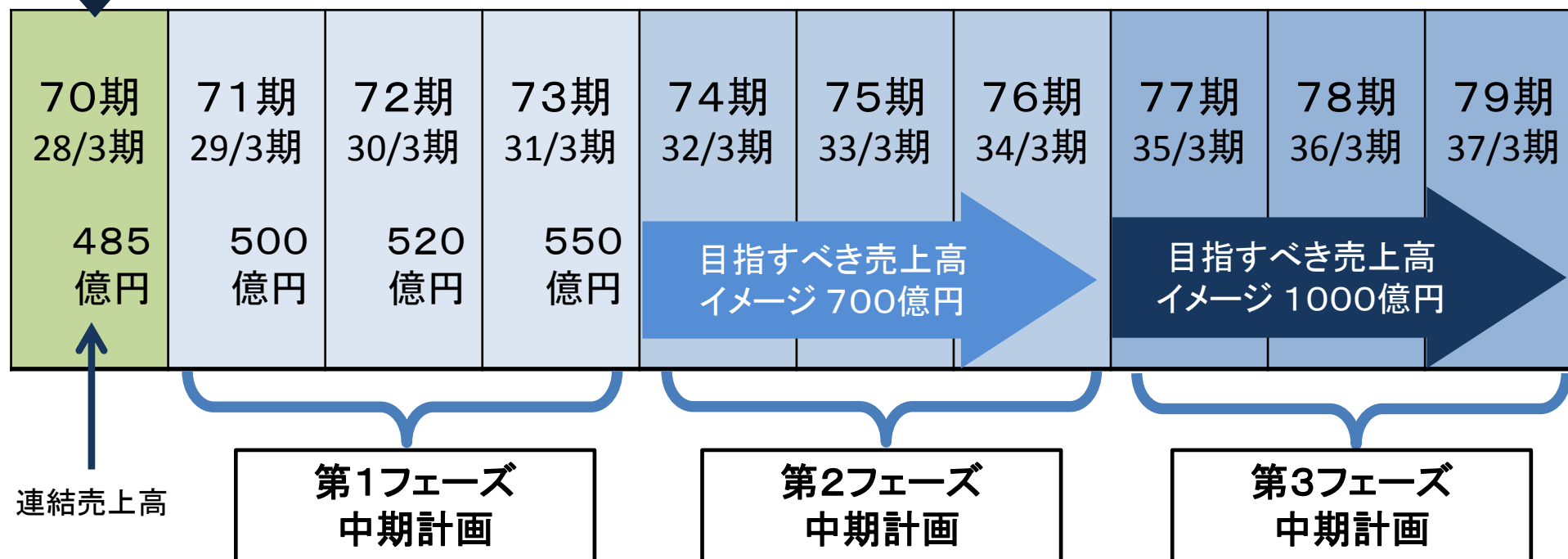
●自社オリジナル商品の強化

自社オリジナル商品「ベストコ」のブランディング強化や、株式会社インターフォームのデザイン力を活用した新商品の開発など、メーカー機能の更なる拡充を図ります。

■ nf10と中期経営計画の考え方

創業100周年までの9年間で3つのフェーズ(中期計画)として成長戦略を展開致します。

NF10 ファーストステージ : 10年の経営計画の初年度として、成長の芽を植える1年と致しました





創業100周年を迎えるにあたり、
次の100年を生き抜ける会社になるために

将来見通しに関する注意事項

本資料に掲載されている業績見通し等に関する内容につきましては、本資料の作成日現在において想定できる経済情勢、市場動向および計画などに基づき作成したものであり、その内容の正確性を保証したり、将来の計画数値、施策の実現を確約したりするものではなく、実際の業績は今後の様々な要因によって変動する可能性があります。