

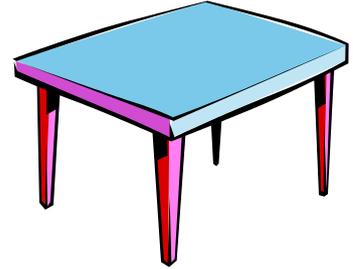
ニトリの生産体制

～ ケーススタディ:北海道発!! 株式会社ニトリ③ ～

1985年のプラザ合意(アメリカの対日貿易赤字が顕著であったため、実質的に円高ドル安に誘導する政策の合意)による急激な円高をプラスに考え、ニトリは台湾・韓国・タイなど東南アジアからの商品輸入を始めました。

しかし、当初は輸入品に質の悪いものも多く、家具の不良品率は3割近くに上がりました。

しかし、当初は輸入品に質の悪いものも多く、家具の不良品率は3割近くに上がりました。テーブルの塗装がはがれたものや、座ったとたんにバラバラに崩れた椅子などが続出し、会議のたびに「お客さんに怒られてばかり」「輸入をやめてほしい」など、社員から不満の声がたくさん出ました。



しかし、「安いのが一番。品質を良くしていけば爆発的に売れる」との信念は揺るがず、「3年たってだめならやめる」と会議を押し切りました。

似鳥社長は、高い製造技術を持つ現地工場を探し、丁寧な仕様書を送って品質や工程管理を指導した結果、宣言通り不良品は3年間で5%以下に激減しました。

海外生産を本格化するために、1994年にはインドネシア、2004年にはベトナムで自社工場を稼働させて、現在は8割が海外自社開発製品となっています。

製造・物流・販売を全て自社で行うことで、コストを削減し、他社の追随を許さない価格競争力を築きました。

お、ねだん以上。



似鳥社長は、「もうけようと思った事はない、自然にもうかってしまう」と述べています。これは「売上や儲けを重視するのではなく、お客様に買い物を楽しんでいただき、豊かさを味わってほしい」という考えがあるからです。

資料番号：戦略B-4-4

出所：『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
北海学園大学(2009)『北海道発流通・サービスの未来』中西出版
TBS『がちりマンデー』2013年9月29日放送