

インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) リッショウダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) タカハシ トシカズ ゼミナール
立正大学	経営学部	高橋 俊一 ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 動画 (有・無)
フリガナ) ニハン	フリガナ) オチ ヒロヤ	5	無
2班	越智 大也		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール (具体的に使用するツールを明記してください)

研究テーマ (発表タイトル)

ニトリ 海外展開におけるフラッグショップの重要性

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

国内での売上高はトップなのに対し、海外での売上高はどのような傾向にあるのか疑問に思った。現在、家具業界が縮小している中で、ニトリは業績が右肩上がりになっているのはなぜなのか調べた。研究を進めていく上で、アメリカにはウォルマートなどの強豪企業が多く、売上を伸ばしていくことが難しいと考えた。どのようにして他社との差別化を図っているか調査した。

2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

株式会社ニトリは、北海道札幌市北区に本社を置く、インテリア小売業の企業である。北海道を中心とし、471店舗展開するチェーンストア志向企業。うち27店舗は台湾に、中国に5店舗、アメリカに11店舗出店している。家具業界では国内で唯一製造小売業(SPA)を取り入れ、「生産→店舗販売」までをほぼ自社で行っている。製造小売りのみならず物流、配送までを自社で行う体制をとっており「製造物流小売業」と謳っている。国内のインテリア業界は市場規模が縮小し、困難な状況であるが1988年以来2017年現在「30期連続増収増益」と好調だ。一方で海外ではどうなのかと疑問に持ち、調べていくとアメリカで赤字の現状にあることが判明した。この問題の根拠を知るため株式会社ニトリ東京本部に企業訪問をし、ヒアリングを実地した結

果、「まず、第一にお客様がついていない」、「日本、中国にはなかったがアメリカには同じような形態で運営している企業が既に存在していた」ことが判明した。そこで日本、中国で成功した要因を参考に、提案を行った。

3. 研究テーマの課題

研究テーマの課題として挙げたのは、株式会社ニトリが米国で支持を得ていない、知名度が物凄く低いということだった。米国にはウォルマート社やターゲット社など、自国民から絶大の支持を得ている企業が存在している。このような企業に勝つためにはまずは、知名度の向上は克服すべき課題である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちが考えた、課題解決策は、人々の注目を集める大都市への出店である。大都市に出店し話題を作りリピーターを増やそう！というものだ。実際に株式会社ニトリは過去に、日本、中国で人々の注目を集める場所への出店で成功を収めたという事例がある。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

ゼミナール活動で、日々プレゼンテーションを行っている中で先生や先輩方からアドバイスをいただき、それをもとに研究を進めてきたが、研究を進めていく上で、事実確認が必要となり、株式会社ニトリにアポイントメントを取り企業訪問を行った。

6. 結果や今後の取り組み

実際に日本、中国で成果が出ているため、アメリカでも主要な大都市に旗艦店を作ることで、現地に根差し知名度が上がり売り上げが向上すると考えられる。今回研究した結果を踏まえ、顧客増大に向けた提案を進めていく。

7. 参考文献

<http://koichinakagawa.web.fc2.com/studentessay/f71.pdf> (2017/7/12)

インテリア業界 売上高&シェアランキング

<http://gyokai-search.com/3-interior.html> (2017/6/21)

https://ksurep.kyoto-su.ac.jp/dspace/bitstream/10965/742/3/KMR_19_61.pdf (2017/7/12)

ニトリ ビジネスモデル 未来をつかめ

http://biz-journal.jp/2016/03/post_14313.html (2017/07/22)

「ニトリ ビジネスモデル 未来を掴め」

<http://www.nitori.co.jp/recruit/newgraduate/business/> (2017/07/26)

【業界研究】インテリア業界の現状・動向・課題について

<https://media.1katsu.jp/archives/492> (2017/07/26)

ビジネスマガジン<市場を読み解く> インテリア業界

<http://vl-fcbiz.jp/article/ac066/a001980.html> (2017/07/26)

(株)ニトリホールディングス

<Http://www.waseda.jp/sem-hirota/studies/thesis/sotsuron-nitori.pdf>

日本発「垂直統合型自前主義」は通用するか？ ニトリ

<http://mag.executive.itmedia.co.jp/executive/articles/1307/24/news011.html>

https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07001089/report.pdf

<https://www5.jetro.go.jp/newsletter/news/2015/J->

<Biznet/part3/02052016%20Presentation1.pdf#search=%27%E5%B0%8F%E5%A3%B2%E6%A5%AD+%E3%83%8B%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%83%A8%E3%83%BC%E3%82%AF%E5%87%BA%E5%BA%97+%E3%83%A1%E3%83%AA%E3%83%83%E3%83%88%27>

MUJI の商品で社会に役立ち生活を快適にするお手伝い

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経BPマーケティング社様に作製していただく大会結果HPに本企画シートは掲載されます。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1〜7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。
- ※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HPなどに発表されていない)ものに限り、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。
- ※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。
- ※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを4ページ以内におさめて、提出してください