

各 位

会 社 名 株式会社ニッセンホールディングス
代表者名 代表取締役社長 佐村 信哉
(コード番号 8248 東証・大証第一部)
問合せ先 執行役員CFO兼財務本部長 石畑 成人
(T E L 075-682-2041)

新中期経営計画「Nissen Vision 50」に関するお知らせ

当社は、この度、ニッセングループとしての新中期経営計画「Nissen Vision 50」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。

記

1. ニッセングループ中期経営計画「Nissen Vision 50」を策定した趣旨

当社グループは、1970 年の創業以来、変化の激しい市場環境の中、事業を拡大し続け、売上規模 2,000 億円を超える企業グループにまで成長してきました。一方、当社グループを取り巻く経営環境は、マクロ要因による景気の先行き不透明感に加え、国内大手小売各社による e コマース市場への本格参入、グローバル企業による国内投資の拡大等の競合環境激化により益々厳しいものとなっております。

このような環境下、当社グループとして国内小売市場で勝ち残り、将来的に大きく飛躍するためには、過去から積み上げてきたビジネスモデルを大胆に変革すると同時に、新たなビジネスモデルをゼロベースで築き上げる必要があります。これらを具現化するために、当社グループでは、将来的に目指すべき企業グループ像を明確にした上で、本年度から創業 50 周年である 2020 年までの 8 年間で“第二の創業期”と位置づけ、成長戦略の 5 つの柱を軸にした中長期にわたる 8 カ年計画「Nissen Vision 50」を策定いたしました。

2. 2020 年度（創業 50 周年）の到達目標

グループ売上高	5,000 億円
経常利益率	5%
年間稼働顧客数	1,000 万人

3. ニッセングループ中期経営計画「Nissen Vision 50」の概要

I. ミッション

「個々のお客様にとってのベストセクションを最適な環境で提供し世の中を豊かにする」

II. 目指すべき独自のビジネスモデル

マルチチャネル型ダイレクトマーケティング企業グループとして、大規模な顧客データベース、顧客分析ノウハウ、One-to-One アプローチ力、通販インフラに基づき、自社開発の付加価値型 P B 商品 + 厳選された N B 商品群を、個々のお客様にとって最適な環境で提供する。

Ⅲ. 成長戦略の5つの柱

① 顧客支持ナンバーワン戦略

全てのグループ企業・従業員の活動において、常に“お客様の立場”で考えて行動する企業文化を根付かせ、顧客支持ナンバーワン企業グループを目指します。

② 次世代 One-to-One 戦略

顧客属性・購買履歴等の既存利用データに加えて、今まで蓄積してきた膨大な未利用データの再活用及び国内トップレベルのビッグデータ保有企業との戦略的アライアンスを通じて、個々のお客様に対する最適な商品・サービスの提案、マーケティングプロモーションの高効率化、高LTV（顧客生涯価値）の新規顧客開拓を目指します。

③ バリューリーダーMD戦略

オリジナリティ溢れる商品の開発と生産から販売まで一貫して品質・コスト管理された複数SPAブランドの育成等により、独自性を有する差別化された商品・サービスを提供し続け、変動する時代においても勝ち続けるバリューリーダーになることを目指します。

④ オープンユーザビリティ戦略

One-to-One で個々のお客様に最適化された商品・サービスを、複数のチャネルと最新のデバイスによる斬新なチャネル・デバイス融合を通じて提供することで、“いつでも、どこでも、誰にでも”購入可能で使いやすいオープンユーザビリティ環境の構築を目指します。

⑤ M&A+アライアンス戦略

事業拡大のためのM&A及びアライアンスを積極的に実行しながら、情報共有によるグループ企業間のクロスセルの活性化及びスケールメリットを活かしたコスト削減を通じて、グループシナジー最大化による効率的経営を目指します。

以上