

WHIAT

is

NAFCO!?

ナフコって

何?



進化&深化する事業の広がり

多様化する暮らしに対応

心豊かで快適なライフスタイルの実現を目指し、常に新しいことに挑戦。今あるものも、より価値ある商品・店舗へと深めてゆけるよう日々追求し続けています。

HOME PLAZA NAFCO

ホームセンター事業



ホームプラザナフコは、暮らしと仕事のクオリティー向上をテーマに展開するホームセンターです。主にローカルエリアを中心に店舗、地域密着型の店舗として近隣の皆様に愛される存在となっています。



日用品、家庭用品、生活家電、季節用品などの生活系用品、ペット用品、カー用品、アウトドア用品などのレジャー系用品、木材、工具、ワークウェアなどの資材・DIY系用品など、総取扱商品点数は約241,000点にも上ります。その中にはナフコオリジナルのプライベートブランド商品も多数含まれています。現在、新規の店舗開発とともに開店から時間が経った店舗の見直しを進めており、最新のトレンドを取り入れた店舗デザイン、高感度な売場及び商品の導入など順次リニューアルが進行中です。

TWO-ONE STYLE

家具・ホームファッション事業



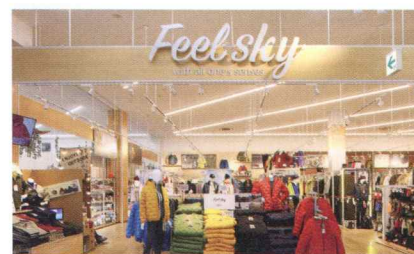
ナフコのルーツである家具販売業。その血脈を今に伝えるツーンスタイルは、ナフコの象徴ともいえる存在です。時代は移ってもそのスピリットは、店舗へ商品へそして人へと連綿と受け継がれています。



リビング・ダイニング、収納、ベッド、学習机などの家具、カーペット、カーテン、寝具などのインテリア商品に加え、デザイン性の高いキッチンツール、インテリア雑貨なども品揃えし、多様化するライフスタイルを高い感性でプロデュースしています。当社ならではの商品力で、国内外一流メーカーとのコラボ商品、海外での製造輸入商品など、高品質と価値感を両立させた商品開発に取り組んでいます。ホームセンターと異なり都市部・ショッピングセンター内への出店など独自の店舗展開もしています。

Work Casual
フィールスカイ
FEELSKY
WITH NAFCO DIGITAL-LAB

ワークウェア・アウトドアストア



ワークにカジュアルのデザイン性を、カジュアルにワークの機能性をプラスした、ハイブリッドな価値を提案するワークショップ。ワーク、アウトドア、スポーツ、トレッキングなど幅広いシーンでアクティブにサポートします。

Smile
SELECTEN

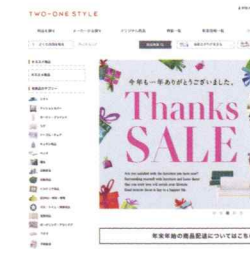
100円均一コーナー



100円均一コーナー「スマイルセレクトアットエヌ」は「人に地域に笑顔と満足」というコンセプトから生まれたナフコ内のショップ・イン・ショップ。ホームセンター商品との差別化で、お客さまに幅広い選択肢をご提供する新しい取り組みは要注目です。

EC・デジタルコンテンツ

オンラインストア・アプリ



オンラインストアではナフコの商品を24時間365日ご購入可。ネットで広告チラシやカタログも公開しています。アプリやSNSでのクーポン・お得情報の提供などデジタルの活用も広がっています。

先輩 & 社員の ON タイム

のびやかに働く

今日の私が明日をつくる

Open mindで働いて、遊んで

力をつけたら思いっきり

地面を蹴って Step Up!



9:00 起床(遅番)

30分ほどで身支度を整え、車で出勤。朝礼が始まるまでに準備を済ませます。

10:00 朝礼

社員と販売員、全員揃って社訓唱和と6大用語の声出し。連絡事項や本部の取り決めなどの報告を受けて、1日の業務スタートです。

10:15 売上確認等

売場へ出る前に社内メールを確認し、売上のチェック。売れ筋商品の売場確認などを行います。

10:30~ 接客販売

1日を通してのメインの業務は接客販売です。お客様の反応や売上を考慮して、担当販売員と相談しながら売場の拡張やレイアウト変更も随時行います。ホームプラザは家庭用品を多く取り扱うので、主婦の方に意見を聞いて売場づくりに反映させたりもしています。今、力を入れているのは家庭用品の売場ですね。以前の店舗でメーカーの方が作られた売場が主婦層に好評で、自店でも導入してみたんです。狙った商品の売れ行きが好調になって売上が上がった時は、手応えを感じられました!



- ホームプラザナフコ富合店 所属
- 下関市立大学 経済学部卒
- 入社 2018 年

むら さき あや
村崎 綾

目標&メッセージ

自分が作った売場でお客様が足を止め、商品を手にとってもらえる大きなやりがいを感じます。販売員さんと積極的に協力しあって売上目標を達成し、いずれは経験と女性の感性を活かせるバイヤーになりたいと考えています。就活は、焦らず自分のペースで進めましょう。やりたい事がなければ興味を持てる何かを探すことからスタートしても良いのです。すぐに見つからなくても大丈夫。ナフコのように、きちんと育ててくれる会社が必ずあります。

15:30~ 接客販売

閉店まで、売場でお客様や商品のフォローを続けます。ナフコはアットホームで働く人たちの気持ちが優しいので、転勤してもすぐに新しい店舗になじむことができました。前の店舗の皆さんとも今も連絡を取り合っていて、仕事の相談など、良いお付き合いを続けています。働きやすい職場で、責任ある仕事を任されるのは嬉しいことです。お客様が気持ちよくお買い物できるように、笑顔で売場に立つことを常に心がけています。



20:30 退勤

一日の業務を終えて帰宅。ゆっくり休んで疲れを取ります。

OFFタイム

私は家族が大好きなので、毎月一度、実家へ帰っています。この日を楽しみに、毎日の仕事を頑張ってますね(笑)。大学生の頃は一人暮らしに憧れていましたが、自分で何もかもやってみて初めて、家族の大切さ、ありがたさに気づかされました。地元には友達がいるので久しぶりに会ってテンション上げて遊んだり、大好きな妹に癒してもらったりして元気をたっぷりもらっています。父親が同業種なので、



黙っていても仕事のことを理解してくれて、家族の存在が自分の力になっているんだと改めて実感することもあります。十分にリラックスして過ごすオフタイムはとても幸せですね。



8:30 起床(遅番)

早番の日は7時半に起床します。遅番の日は、支度を済ませるタイミングと子供の起床時間が重なるので、オムツを変えてミルクをあげて、出社準備完了!

9:45 マイカーで出社

連絡事項の確認後、お客様の状況を見ながら、社内メールや売上、伝票・納期の確認など、細かな作業を手抜きなく行います。発注商品が到着したら、商品の振り分けと補充をして午前の作業は終了です。

13:00~ 接客販売

接客販売をメインに、商品の補充などを行います。ツーワンスタイルの主力商品は家具。お客様にとっては大きな買い物ですから、納得していただけるまで、じっくりと相談に乗っています。「彼に任せたい」と言われる存在になれるよう日々研鑽し、お客様の幸せを叶える良い提案ができるよう、アフターフォローまで責任を持って対応しています。「ありがとう」の一言をいただいた時、ナフコで働いて良かったと心から思いました。

17:00~ 売場メンテナンス等

お客様が少なくなる夕刻から、売場のメンテナンスや伝票チェックを開始。新商品の入れ替えが多い時期には、店長や店長代理の指示のもと、商品の選別と売場のイメージをすり合わせます。意識しているのは、「お客様にとってわかりやすい売場づくり」。プライベートでもいろいろな店舗を見て、良い点を採用するようにしています。その結果、担当部門の売上が昨年より格段にアップ! 大きなやりがいを感じた瞬間でした。

20:00 閉店

残りの作業を片付けて、愛する家族が待つ家へダッシュで帰宅します。



- ツーワンスタイル 旗崎店 所属
- 中村学園大学 流通科学部卒
- 入社 2018 年

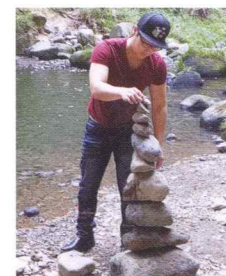
おお つ せい ごう
大津 誠剛

目標&メッセージ

接客販売を経験する中で「お客様が求めるものが揃い、心地よく買い物ができる店を目指したい」という気持ちが育ち、将来はバイヤーとして、ニーズにあった商品展開に携わりたいと考えています。仕事というのは実際に入社して知ることがほとんどですから、自分のやりたい事を踏まえて、やりがいをもって働ける会社かどうかを見極めることが大切です。先輩社員の生の意見を聞いてみるのが、後悔しない就活のコツ。私にもどんどん聞きにきてください!

私らしい過ごし方 楽しんでいます!

1歳半を迎えた子供と過ごすオフタイムは、最高の時間です。休日は少し遅めの時間に子供に起こされて、家族で朝食。その後は、お楽しみの筋トレへGO!ジムで約1時間筋トレをした後にプロテインをゴクリと飲むと、ホエイの力が疲れを吹き飛ばしてくれるんです(笑)。久留米は福岡と佐賀のちょうど中間あたりにあり、交通の便が良いので、赴任してきてからは家族で遊園地へ出かけたり、ドライブをしたりと有意義な休日を過ごしています。帰宅したら家事などを妻と済ませ、子供を寝かしつけた後に二人でゲーム。オフタイムはしっかり休んでしっかり遊んで、パワーを充電しています。



キャリアアップへの道



成功への近道は“努力”

誠心誠意こめてお客様と向き合い、力をたくわえてほしい。
個性を活かしチャレンジを支援するナフコは人を育てる企業です。

入社後は、幹部候補生として店長を目指すことからスタートします。現場の最前線である店舗業務の経験を重ね、販売→営業主任→店長代理→店長、という順でキャリアステップ。職務昇給制度による定期的な査定で、知識力や実績、日々の努力をスタッフ全員で評価。その積み重ねがキャリアアップにつながります。適性に応じた専門分野への道も広がっています。

START

2月下旬に4泊5日での入社前研修を実施。店舗で使う挨拶や用語、レジの扱い方、社会人の心構えなどを団体生活を通して学びます。



夢への第1歩がはじまる！

すべての道は店から始まる！

営業主任 (入社2年目(大卒者))

緊張と共にうれしさも！

責任ある立場へ昇進。担当部門の商品管理、売場管理、売上管理、従業員の指導などを行います。

販売 (入社1年目)

店や従業員に慣れ、お客様や商品に触れ合う時期。次のステップを意識し、前向きな姿勢でチャレンジを！

店舗

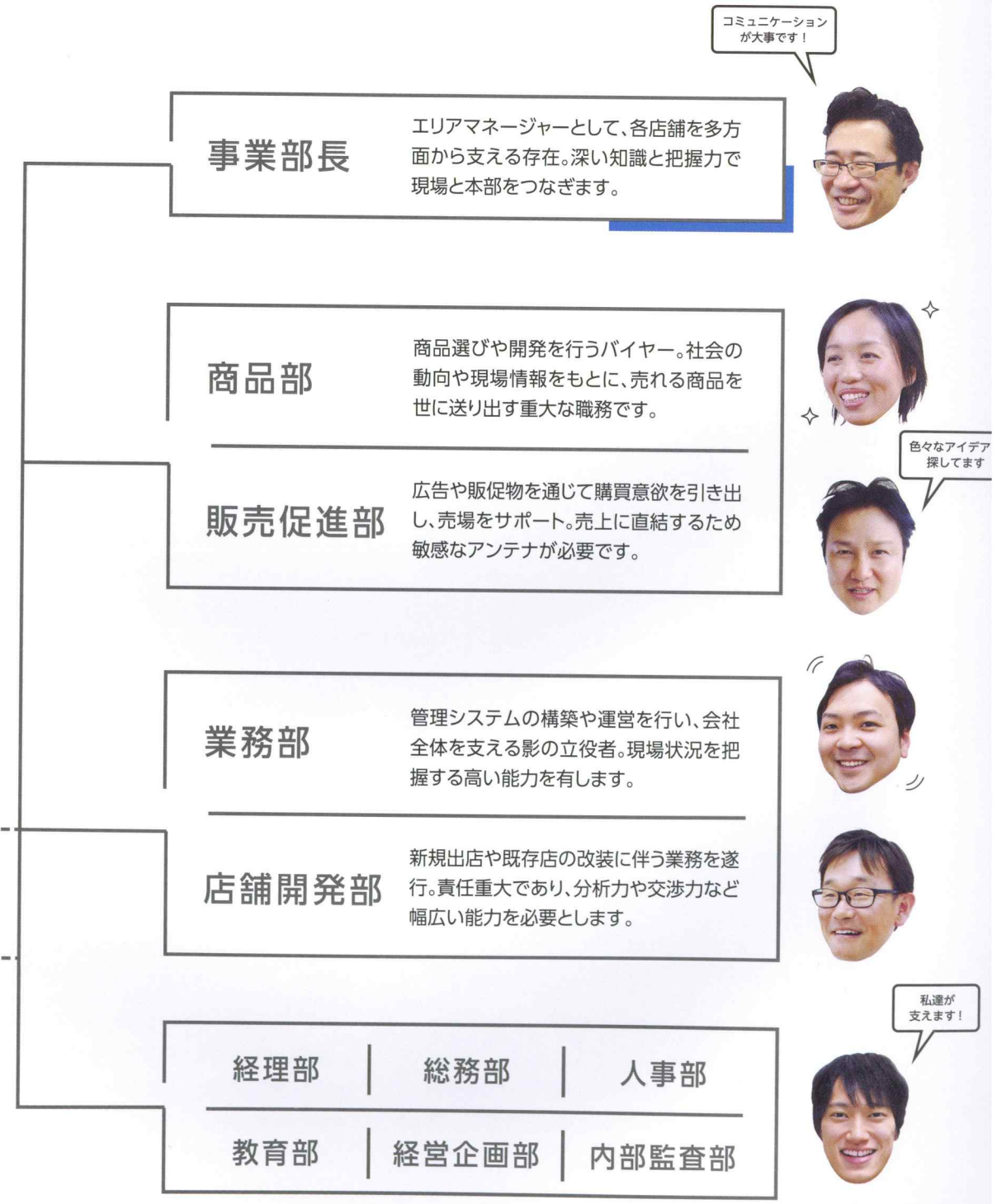
店長代理 店全体の管理や指導を行い、店長不在時には責任者として店に立つ。マネジメント力を養い磨く大切な期間です。

店長 店の総責任者。一経営者として社員と協力しあい店舗を運営する経験は、本部のどの部門でも活かされます。

一緒に頑張れる仲間がいる！



努力と適性で掴む専門分野への道も。



店舗を支えるプロの仕事

事業推進部



事業推進部は、エリアマネージャーとして各店舗の運営を監督し、成果を上げることを使命とする部署です。担当事業部長としてエリアごとに配属され、現場で働く社員や販売員とコミュニケーションをとりながらサポート。店舗で起きる現場の声を吸い上げて、本部や各部署と現場との連携を取るパイプラインの役目を担います。店のため、お客様のために、商品やオペレーション、店舗設備など、あらゆる面を広範囲に支えます。

店舗開発部



主に新規出店に関連する業務を担当します。候補地の調査、選定から始まり、店舗の規模や配置計画など綿密な計画を経て、地権者との契約条件の折衝、調整を行い契約を締結。建築工事では施工業者や行政との調整を行いながら、社内各部の協力を得つつ、お客様や従業員が快適に過ごせる店舗を目指して建築を管理、進行。完成引渡しまで責任を負います。テナント誘致から建物に係る建築工事、既存店の改装工事なども担当します。

業務部



業務部は、店舗をサポートする後方支援的な側面と、新しいことに挑戦する側面をあわせ持ちます。レジやPCなどの機器設置やメンテナンス、障害管理などを行う後方支援では、全店が利用する仕組みを変えることもあり、大きな責任を伴います。会社全体で新しい取り組みを行う際には部署として必ず関わり、現在はEC事業など新規事業の展開に挑戦。時代の流れをスピーディーにつかみ、お客様の満足度を高める会社づくりを支えます。

販売促進部



チラシやTVCMなどのセールスプロモーションを企画・制作し、売上げ向上に貢献する部署です。時代の変化を受けて、現在はデジタルチラシに注力。前年度の売上実績をもとに、各部署ごとの売れ筋商品やシーズン商品などを選定し、市場の流れや最新のトレンド情報などを取り入れ、集客力の高い販促物を作成します。各店舗の販促備品の取りまとめから、今後さらに加速するデジタルマーケティング力の強化まで行う「縁の下の力持ち」です。

ナフコの信念



ナフコの使命—それは必要なときに必要なものを必要な方へご提供すること。たとえ近年発生した大災害時であってもその思いは揺らぎませんでした。当時、複数のナフコ店舗や社員自らも被災し傷つきました。しかし、熊本地震の際には1度目の地震の翌日にいち早く販売を開始。県内の流通がストップする中、県境にある店舗にテントを立て緊急の物流センターとし、そこから商品を供給しました。また、西日本豪雨の際広島のある店舗では、帰宅できなくなったお客様へ商品のラーメンをご提供しながら共に一夜を過ごしたことも…。どんな時でも「ナフコがあった良かった」と安心していただける店に—それが社員一人一人に息づくナフコの信念です。



2011年3月	東日本大震災	●被災者義援金
2014年8月	広島市豪雨災害	●被災者義援金
2017年8月	九州北部豪雨	●被災者義援金 ●組布団提供 (朝倉市の被災仮設住宅)
2018年7月	西日本豪雨災害	●被災者義援金 ●ブルーシート、生活用品など提供 (被災各地) ●災害復旧用品など提供 (北九州市)

災害時物資供給協定を結んでいます

「災害時における物資供給に関する協定」調印式
玉名市 株式会社ナフコ



ナフコ所在地の各行政と締結を進行中。令和元年12月25日現在、114団体と締結。防災用品売場等の設置、防災対策会議等への出席などの要請に応じ、災害発生時には支援物資を調達し引き渡します。

締結数 総数 **114** 団体 ●11県 ●99市町村 ●2県警 ●2地区防災連合

環境にやさしい商品開発

ナフコでは環境に配慮した天然資源原料商品の販売にも力を入れています。弊社プライベートブランド商品として、砂糖生産工程で発生する「さとうきび繊維」を有効活用した、リサイクル可能な食器を開発し販売しております。また、パージンパルプ材原料の紙製食器に関しても、未晒しそのまま商品化する事で漂白剤廃液が排出されない、環境配慮型の商品を提供しております。また世界的に問題視されている「プラ製ストロー」に関しては、「紙製ストロー」の販売にいち早く取り組み、他にも「プラ製スプーン」から「木製スプーン」への対応も同様に進めています。このように企業として「地球環境に配慮した商品」への切り替え、取り扱いの拡大に努めております。今後も多種多様な商品に渡って同様の取り組みを続けて参ります。



History & Story.

「店はお客様のためにあり」
創業時から変わらない
商売人のところを、
かたくななまでに守り抜く。

創業、そして
ホームセンター開業へ



創業者 故深町会長が最初に目指したのは「家具屋日本一」。名だたる経営者を輩出した経営研究団体に参加し、チェーンストア理論を学ばなかに、研修で訪れたアメリカのホームセンターに衝撃を受け、帰国するや全国に先駆けてホームセンターを立ち上げます。今につながる家具とホームセンターが共存する斬新な業態への移行は試行錯誤の連続。生粋の家具屋だった当時の社員は、釘1本から取り扱う新業態に戸惑います。しかし、苦しいときこそ「プラス思考」「ピンチはチャンス」この会長の言葉を胸にナフコマンたちは奮闘。全国の金物店を巡り取引交渉、商品についても一から学びました。マイカーブームを見据え、駐車場付き店舗も確保。時代を読んだ判断と行動力で店舗網は一気に拡大し、現在のナフコの礎を築くこととなったのです。



昭和

- 1947年 深町家具創業
- 1970年 株式会社ナフコ設立
- 1973年 ホームセンター実験店開店

令和

- 2020年 ナデボキャッシュレス サービス開始
- 2019年 フィールスカイ一号店開店



新しいトレンドを発信するワークカジュアル専門店「FEEL SKY」、ワークとアウトドアの専門館「ワークステーション」のオープン、100円ショップ「Smile」の併設など新業態へも意欲的に取り組んでいます。

- 2018年 EC事業開始
- 2013年 関東地区初出店
- 2003年 ジャスダックへの株式公開
- 2001年 ツーワンスタイル一号店開店
- 1996年 むなかたセンター開設

EC+実店舗
新しいカタチの
ホームセンターへ

「全国のお客様にナフコのサービスを届けたい」。強い思いを抱き、ネット販売開始の翌年にはオムニチャネル化に向けた展開をスタートさせました。FEEL SKYではリアル店舗とECを融合させた新しいサービスも始まっています。



平成

TWO-ONE STYLE誕生
ゆとりをもち
暮らしを楽しむ時代へ



住生活を楽しむ時代に突入した平成。ただ暮らすだけでなく、家を楽しむ「ホームファッション」を提案する「TWO-ONE STYLE」を立ち上げます。国内外の有名ブランドとの共同開発を行うなど、独自の取り組みで幅広いお客様からの支持を獲得。ジャスダックへの上場も果たし、大家業から大企業へと大きな飛躍を遂げました。

社長からのメッセージ

～次代を担うみなさまへ～

少子高齢化、人口減少、貿易摩擦、地球温暖化など大きな世の中の変化に伴い、ネット通販に代表されるショッピング形態の多様化やキャッシュレス決済の普及など、小売業の世界も確実に変化してきています。一方で、いつの時代も変わらずお客様は、価値と価格両面での満足度を常に求めておられます。私たちナフコは、ネット販売とリアル店舗の融合およびそれに伴うシナジー効果の向上という課題に向き合うとともに、今まで以上に「価値ある商品」でお客様のニーズにお応えすべく、輸入商品開発技術の向上やプライベートブランド商品の差別化に加え、国産品の品質強化、安心・安全の追求など、日々たゆまず挑戦を続けています。

お客様に満足していただければ数字は後からついてくる。だから私たちは「売上のために売る」ではなく、お客様のニーズに応えていくことに重きを置きます。お客様に「ここにナフコが出来て良かった」と感じていただくためにはどうしたら良いか？その答えは店舗にしかありません。ナフコ1店舗平均10万点ある商品のうち約5%は地域商材。さながら地産地消のようなものです。これは、地域のお客様にとって「魅力的な店」であるための独自の店作りであり、ここにこそナフコの仕事の面白さと醍醐味があるのです。根底に流れる「店はお客様のためにある」という創業以来の経営理念を経営方針に言い換えれば「現場第一主義」。社員全員のパワーは、全てのプロフィットを稼ぎ出す現場＝「店舗」に注ぎ込まれていると言っても過言ではありません。AI化が進む世の中にあっても、意見を出し合い声を掛け合う、フェイス-toフェイスの触れ合いのある社風はナフコの誇りです。プライベートも益々充実出来る環境づくり、商売人だけに留まらない各分野におけるプロフェッショナルの育成にも力を入れていきたいと思っています。

小売業はお客様一人一人に最大限の満足を提供することが原点。これからもナフコは「お客様満足度100%」を目指し続けます。難しく高い壁に感じられるかもしれませんが、全てはここに始まりここへ戻ります。私はこれを「夢」でなく実現できる「ビジョン」として捉え、同じビジョンを胸に全従業員と歩み続けています。これから入社される皆さんとも同じビジョンを共有したい。さあ皆さん、私たちと一緒に歩み、ともに成長していきましょう。

代表取締役社長 石田 卓巳



もっと
知りたい
ナフコのデータは
こちらから

会社概要

<https://www.nafco.biz/recruit/profile/index.html>



ナフコのシゴト 概要 検索

店舗・チラシ情報

<https://www.nafco.life/hc/shop/>



ナフコ チラシ 検索

ホームセンター オンラインストア

<https://nafco-online.com/>



ナフコ ホームセンター 検索

TWO-ONE STYLE ECサイト

<https://www.21style.co.jp/>



21スタイル 検索

子育て応援宣言

<http://www.nafco.tv/corporate/kids/index.htm>



ナフコ 子育て 検索



株式会社ナフコ

〒802-0006 福岡県北九州市小倉北区魚町 2-6-10

TEL.093-521-5155 FAX.093-521-1694

E-mail recruit@ma.nafco.jp <http://www.nafco.tv/>



特設サイト
「ナフコのシゴト」
公開中

ナフコのふつう



全国のスタッフが とっておきの エピソードを大公開。 これが ナフコのふつうだ！

全国360店舗以上をチェーン展開するホームセンター、ナフコ。ここで働くスタッフ達は、山ほどオモシロ・エピソードをもっている。なぜかって？それは彼らが業務マニュアルをかる〜く飛びこえた働き方をしているから。成功と失敗を繰り返して、一人ひとりが主体的に成長していく。マニュアル通りだけでは人は育たない。ね、ふつうのことですよ。

01
CASE

ホスト風接客で大クレーム！
気持ち悪いって言われて、
自信を完全に失いました。



松任店 店長
重豊 和彦 2004年入社

ホストをテーマにしたドラマが大流行した年。このブームに乗って店を盛り上げようと、男性スタッフ全員にスーツを着用させ、ド派手な歌舞伎町風メイクで接客。絶対に受けると確信していましたが、これが大失敗。お客様から相次ぐクレームの嵐でした。

02
CASE

売り込みたい商品を大宣伝！
誰も見向きもしてくれず、
在庫の山だけが残りました。



小倉南店 HI営業主任
上杉 由太 2014年入社

人気のナショナルブランド商品と同等の品質、価格は2割も安いPB商品を大量に仕入れ、目玉商品として売り出しました。お客様の喜ぶ顔が目に見える思いでしたが、結果は大量在庫の山。思いと思ひ込みをはき違えて、僕はすこしだけ成長しました。

06
CASE

まさか停電するなんて！
高圧洗浄機の実演販売で
店中大パニックに！



沼田店 HI店長代理
佐伯 寿則 2009年入社

高圧洗浄機の威力をお客様に体感して頂こうと、店内で実演販売を開催。複数台の洗浄機の電源を同時に入れた瞬間、店内は停電！洗浄機からは水が溢れ出て床は水浸し。お客様に大変なご迷惑を…。店の電圧がこんなに低いなんて、聞いてないよ〜（泣）

07
CASE

100万円の高級ベッド。
何の知識もない新人の接客で
売れてしまうという奇跡！



小倉南店 家具店長代理
安部 順子 2006年入社

家具の知識が豊富なお客様。高級ベッドについての質問が、矢継ぎ早に私（新人）に浴びせられました。先輩に聞いたリメーカーに問い合わせたり。右往左往する私を見て、「その姿勢が気に入った！」と即購入をご決断。諦めない姿勢が大事なんですね。

03
CASE

お客様には必ず名刺を配り
顔と名前で指名率アップ！
いまや店一番の人気者。



宮崎店 HI店長代理
梶原 康平 2010年入社

たとえばお買い求めの電球のサイズが分からない時、お客様はひとまずご帰宅されますよね。名刺をお渡ししておけば、次の機会にお越しいただいた際に、ご指名して下さる機会が増えます。そうやってこっそり、販売のチャンスを広げるようにしています。

04
CASE

タイガース優勝セール開催！
でもそこは、カープ一色の街。
とんでもない結果に。



小倉南店 家具店長代理
藤本 紘行 2002年入社

タイガース18年ぶりのリーグ優勝の年、タイガースデザインのタンスが関西地区でバカ売れ中との情報をキャッチ。便乗しちゃえ!と広島市内の店舗でも売り出しを決行。カープファンのお客様から大クレームを頂いちゃいました(泣)

05
CASE

万全の台風対策のために
防災グッズを大量仕入れ。
でも台風が全然上陸しなくて…



和歌山北インター店 HI店長代理
新原 健太郎 2004年入社

その年は台風が多いという予測。お客様の安全を守りたい!と、防災関連グッズを大量に仕入れ、来るべく台風に備えました。ところが、待てど暮らせど台風は上陸せず。仕入れたグッズは大量に売れ残り、喜んでいいのか泣いていいのか…

08
CASE

「ない」と言わないのが
ナフコの接客スタイル。
どこまでも前向きに!



南加古川店 HI営業主任
登 知也 2015年入社

お客様がお探しになっている商品が店になかったとしても、「ない」とは言いません。他の店舗や問屋に在庫はないか調べます。それでもダメなら、近辺のホームセンター(競合)にも問い合わせます。お客様のために何が何でも見つけ出します。



人事部課長
和田浩明 2004年入社

人事からのメッセージ

“ Don't Think, Act. 主体性を何より重視する環境です ”

お読みいただいた8つのエピソードは、スタッフたちの主体的な行動力の表れです。なにひとつ業務マニュアルには記載されていない内容ですから、みな自分で考え、いや考えるより先に行動に移した結果なんです。一見めちゃくちゃのようにも思えますよね。でもそれは、あなたが常識に囚われてしまっている証拠。なかには「ちょっと考えればわかることだろ!」とツッコミたくなるエピソードもありますが、私たちはそれを咎めたりはしません。むしろ大いに賞賛したい。やってみて初めてわかることであるのですから。この環境をおもしろいと思うか、付き合ってもらえないと思うかはあなた次第。「やってみたい!」素直にそう思える方、ぜひお会いしましょう!

社長からのメッセージ

“ **ナフコ成長の原点は「現場第一主義」。**
お客様のご満足を追求していけば、結果は自ずとついてきます。 ”

「店はお客様のためにある」。この現場第一主義の姿勢がブレることはありません。お客様に愛される店をつくるのは難しいと思われるかもしれませんが、私たちの経験から言えばそうじゃない。「お客様のニーズにお応えする」という目的のために、全員が同じ熱量で取り組むことができれば、自然と売上は上がっていくものです。愚直にひたむきにお客様のご満足を追求することで、ナフコは成長してきたのです。だからこそ社員の評価方法も現場がすべて。仮に昇進試験が存在すれば、気持ちやパワーが多少なりともそちらに取られてしまい、現場第一主義が形骸化する恐れさえある。私たちは、お客様のために100%努力できる人を評価したい。そう考えています。この想いに共感できる方と、一緒に歩み、共に成長していきたいと、心から願っています。



代表取締役社長 石田卓巳



“ナフコのふつう”を
その目で確かめよう!

検証ムービー公開中

新卒採用サイトも要チェック
<http://www.nafco.biz/recruit/>

創業秘話

「日本一になること」を夢見つけた、創業者・深町勝義の物語

戦後間もない1947年に創業された「深町家具店」。早くに父を亡くした勝義は、高校卒業後すぐに一家の大黒柱となり、寝る間を惜しんで商売に励みました。遠く離れたお客様のもとへ、リヤカーを引き、家具をお届けする毎日。家族を守るため必死に働く日々でした。時代が高度成長に差し掛かると、家具が飛ぶように売れ、多くの従業員を雇い入れました。勝義は父親のように若者たちに接し、「日本一の家具屋になりたい」「商売人であれ」と常々語っていたようです。1970年には「株式会社ナフコ」を設立。チェーンストア理論を学んだ勝義はアメリカを視察。そこで見たホームセンターの将来性に気づき、1973年、全国に先駆けてホームセンター事業を開始。現在のナフコの礎となったのです。



北九州市小倉にあった勝義の店舗兼自宅。高度成長期には2階の自宅部分にまで商品を並べたとか。