

(1) 第2ステージの事業戦略(2016年度～2020年度)

①加盟店のネットワークをプラットフォームに、IOT時代の新たなネットワーク事業展開！



②地域生活者を業際型ネットワークでサポートする「ローカルプラットフォーム」構築！



(2) 流通の常識を変えたビジネスモデルの進化～公正な競争環境提供

①地域店と量販店の共生による世界に類を見ないビジネスモデル実現！

会費制	月額一律1万円(商売に必要な基本の情報・仕入条件・アイテム数・安定供給)
均一仕切価格	仕入の量に関係なく均一価格
受益者負担の原則	追加のサービスコストは必要ところが負担する(LCC事業モデル)
債務保証サービス	保証金の代わりに利用
ヤマダ電機のインフラ活用	店舗、在庫、物流、修理工事他を利用

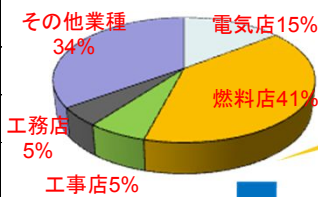
②加盟店の利便性向上と本部のローコスト運営を実現するIT化！

情報端末 BFC. Net	タブレット端末 ふれあいPad	交流サイト 文殊の知恵	情報サイト 家電プロPad	MSM流通研究所 サイト

(3) 成長の軌跡～加盟店の総店舗数は世界の家電VC第3位へ

加盟店数	3,653店
総店舗数	10,790店
加盟業種	79業種
従業員総数	約5万人
顧客総数	約650万世帯 (業種間重複)

業種・業態を超えた
チェーンネットワーク実現



会社設立10年で
総店舗数1万店突破
(2015年8月末日)

総店舗数
目標20,000店

