



代表取締役社長 兼COOの白井俊之でございます。

本日はお忙しいなか、多数お集まりいただき、誠に有難うございます。  
心より御礼申し上げます。

それでは、早速ではございますが、株式会社ニトリホールディングスの  
2021年2月期 第1四半期決算についてご説明いたします。

## 連結業績概要



(単位：億円)

	当第1四半期 (売上比)		前第1四半期 (売上比)		増減 (前年比)	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率
売上高	1,737	-	1,673	-	64	103.9%
荒利益高	977	56.3%	901	53.9%	75	108.4%
販売管理費	605	34.8%	597	35.7%	7	101.3%
営業利益	372	21.4%	304	18.2%	67	122.3%
経常利益	373	21.5%	307	18.4%	66	121.6%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	255	14.7%	203	12.2%	51	125.4%

Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

2

売上高は、前期比 103.9%の 1,737億円、  
 荒利益高は、108.4%の 977億円、  
 販売費および一般管理費は、101.3%の 605億円となり、  
 荒利益率は、前期比 2.4ポイント増の 56.3%、  
 販管費率は、0.9ポイント減の 34.8%となっております。

これらの結果、営業利益は、前期比 122.3%の 372億円  
 経常利益は、121.6%の 373億円、  
 純利益は、125.4%の 255億円となりました。

各項目の詳細につきましては、後ほどご説明いたします。

# 連結貸借対照表



(単位：億円)

区分	科 目	2020年 5月期末	2020年 2月期末	増 減	主な増減要因
資産の部	流動資産	2,803	2,635	167	売掛金+110
	うち 現金及び預金	1,675	1,591	83	
	うち たな卸資産	579	655	▲75	
	固定資産	4,158	4,196	▲37	
	うち 有形固定資産	3,054	3,073	▲19	
	うち 無形固定資産	248	245	2	
	資産合計	6,961	6,832	129	
負債の部	流動負債	878	970	▲91	未払金▲64、未払法人税▲75
	うち 買掛金	187	197	▲10	
	うち 短期借入金	27	27	0	
	固定負債	236	253	▲16	
	うち 長期借入金	30	40	▲9	
	負債合計	1,115	1,223	▲108	
	純資産合計	5,846	5,608	238	四半期純利益 +255
	負債純資産合計	6,961	6,832	129	

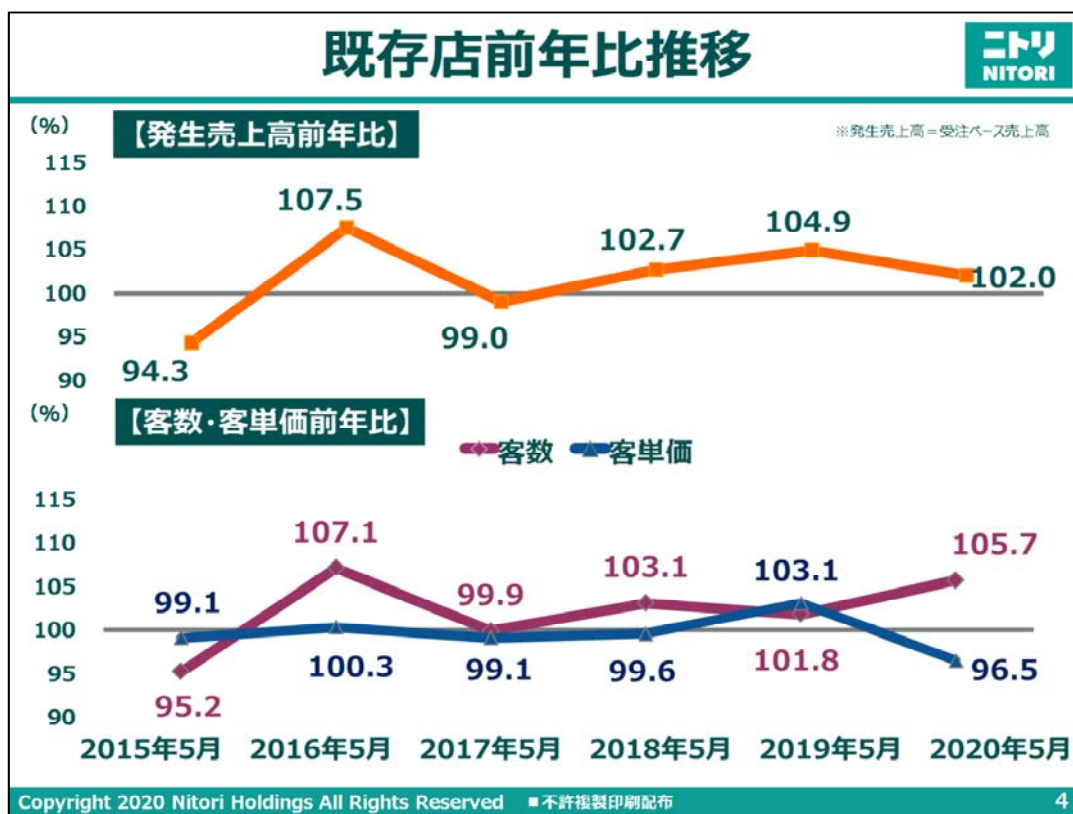
Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

3

総資産は前期末に比べ 129億円増加し、6,961億円となりました。  
売掛金が 110億円増えたこと等によるものでございます。

負債につきましては、  
未払金や未払法人税が支払いにより減少したこと等で  
108億円の減少となりました。

そのほかはご覧のとおりでございます。



当第1四半期は、緊急事態宣言発令後、外出自粛による消費需要の高まりにより、ホームオフィス家具、簡易家具・収納整理品、ダイニング・キッチン用品等が好調に推移し、また、気温の上昇に伴い、季節商材の寝具・寝装品が売上を牽引した結果、発生売上高は、前期比 102.0%となりました。

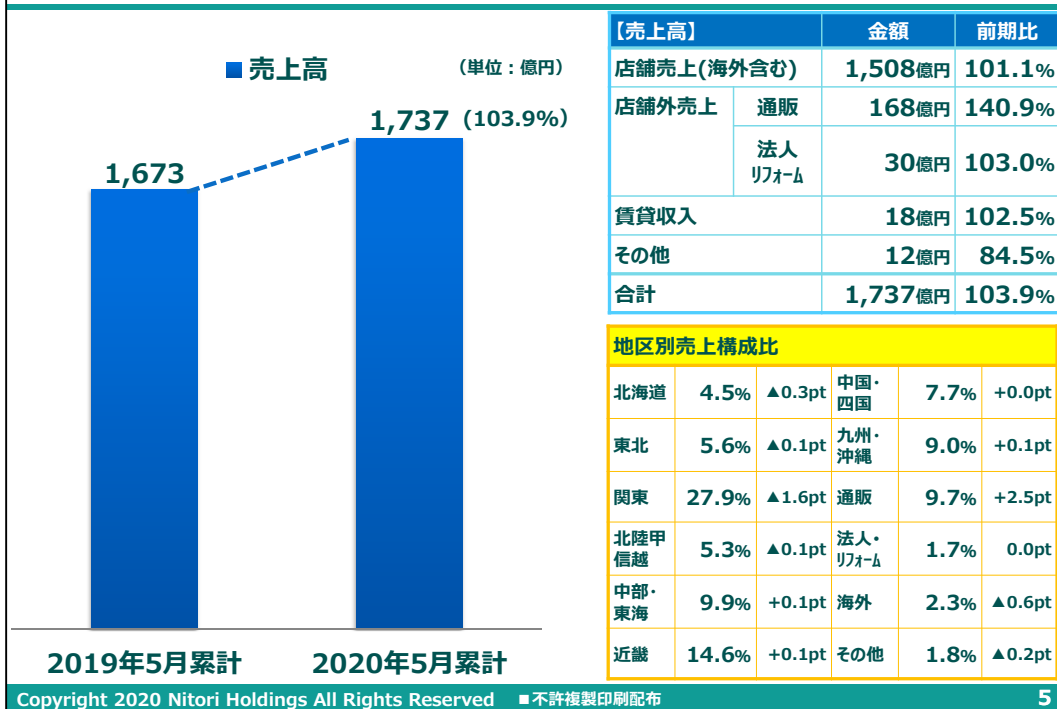
買上客数につきましても、105.7%と前期を上回りました。

客単価につきましては、ホームファッション品の販売が好調であった一方で、家具の売上構成比が 37.5%と 2.3ポイント減った影響もあり、前期比 96.5%となりました。

尚、6月23日に公表致しました6月度の発生売上高前年比につきましても、引き続き好調を維持し、既存店 147.4%、全店 151.1%と大幅なプラスとなりました。

新型コロナウイルス拡大による商況の影響、変化については後ほど纏めてご報告させていただきます。

# 連結売上高（純売上高）



売上高は、前期比 103.9%の 1,737億円となりました。

日本・海外を含めた店舗での売上は前期比 101.1%の 1,508億円、  
通販事業の売上は前期比 140.9%の 168億円となり、  
通販事業の売上が大きく伸びました。

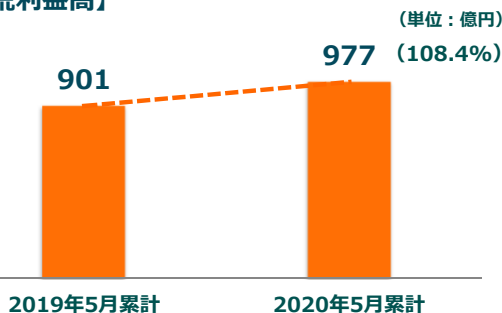
地区別売上構成比につきましても

通販事業が 2.5ポイント増加の 9.7%となっております。

# 荒利益・販管費



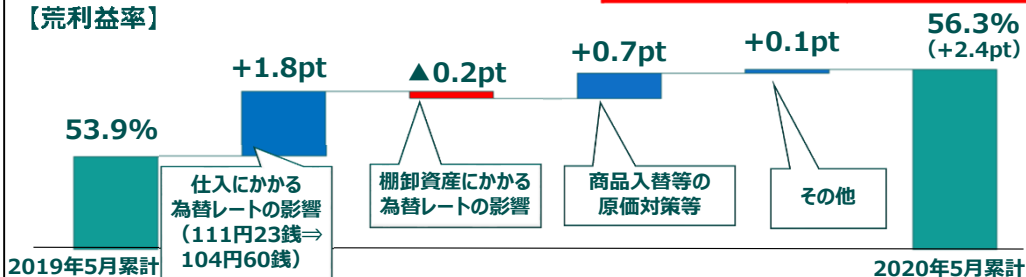
## 【荒利益高】



【販管費】	金額	前年比	売上比	前年差
人件費	183億円	105.5%	10.6%	+0.2pt
賃借料	92億円	98.7%	5.3%	▲0.3pt
発送配達費	78億円	99.7%	4.5%	▲0.2pt
広告宣伝費	38億円	90.0%	2.2%	▲0.3pt
業務委託費	49億円	103.0%	2.9%	▲0.0pt
展示什器費	5億円	122.1%	0.3%	0.0pt

減価償却費	36億円
設備投資額	36億円

## 【荒利益率】



Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

6

荒利益高は、前期比 108.4%の 977億円となり、  
 荒利益率につきましては、2.4ポイント増加いたしました。  
 内訳といたしましては、  
 平均決済レートが 6円 63銭円高になったことによる、  
 仕入にかかる為替レートの影響がプラス 1.8ポイント、  
 棚卸資産にかかる為替レートの影響がマイナス 0.2ポイント、  
 商品入れ替え等の原価対策などをすすめた効果による影響がプラス 0.7ポイント、  
 その他プラス 0.1ポイントとなりました。

販管費の主な内訳といたしましては、  
 発送配達費が売上比で 0.2ポイント減少の 78億円、  
 業務委託費は昨年と同等の 49億円、  
 一方で、当初、計画していた広告宣伝を自粛したこともあり、  
 広告宣伝費は 0.3ポイント減少の 38億円となりました。

# 2020年5月期末 店舗数



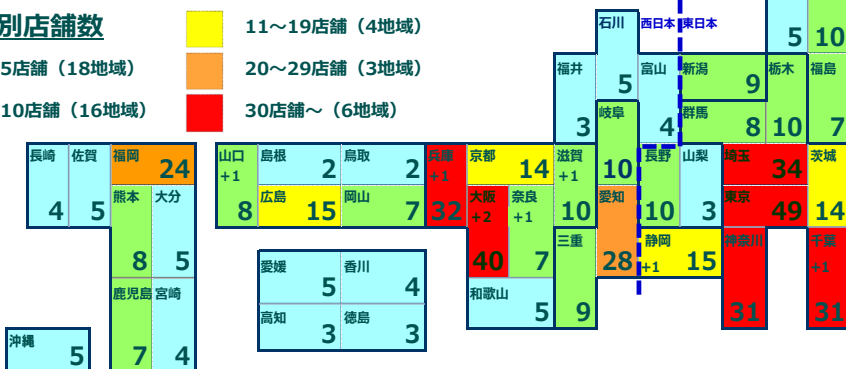
619店舗 (+8店舗)



地区別店舗数	前期末比
北海道	23
東北	38
関東	177 (+1)
北陸甲信越	34
中部・東海	62 (+1)
近畿	108 (+5)
中国・四国	49 (+1)
九州・沖縄	62
台湾	30 (±0)
米国	2
中国	34

## 都道府県別店舗数

- 1~5店舗 (18地域)
- 6~10店舗 (16地域)
- 11~19店舗 (4地域)
- 20~29店舗 (3地域)
- 30店舗~ (6地域)



Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

7

前期末から比較しますと、

国内は 8店舗増加し、Nプラスの4店舗を含めまして、553店舗となりました。

海外では、台湾において、1店舗出店、1店舗閉店をした結果、66店舗となっており、国内・海外あわせて 619店舗となりました。

### 東日本：

北海道・東北地方・関東地方の1都1道12県と、関東地方に隣接する新潟県、山梨県、長野県及び静岡県の計1都1道16県。

### 西日本：

新潟県を除く北陸地方・静岡県を除く東海地方6県と、近畿地方・中国・四国地方・九州地方・沖縄の計2府27県。

## 主要経営効率の推移（1）



基準	番号	効率項目	単位	目標	評価	2020.5	2019.5	2018.5	2017.5	2016.5
全社連結 （3ヶ月累計）	1	総資本経常利益率	%	3.75%以上	○	5.4	4.9	5.5	5.2	6.5
	2	総資本回転率	回	0.5回以上	×	0.25	0.27	0.28	0.30	0.32
	3	営業収入経常利益率	%	10%以上	○	21.5	18.4	19.5	17.6	20.2
	4	1株あたり純利益高	円	25円以上	○	226.7	181.2	176.0	170.9	152.9
	5	自己資本当期純利益率	%	3.75%以上	○	4.5	4.0	4.4	4.8	5.1
	6	自己資本構成比率	%	60%以上	○	84.0	82.4	80.4	80.7	78.5
	7	インタレスト・カバレッジ	倍	20倍以上	○	1,717	1,203	1,431	1,559	1,843
	8	総売上高増加率	%	10%以上	×	3.9	6.1	6.9	7.6	14.9
	9	経常利益高増加率	%	10%以上	○	21.6	0.1	17.9	△6.0	29.4
	10	総売上高総利益率	%	48%以上	○	56.3	53.9	55.2	53.3	54.4
	11	損益分岐点売上高比率	%	80%未満	○	57.6	61.9	60.8	62.8	58.5

Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

8

11番までは連結ベースで算出しております。  
後ほどご説明する 12番以降につきましては、  
家具・インテリア販売事業を基準として計算しております。

主な項目についてご説明いたします。

9番 経常利益高増加率につきましては、経常利益が前期に比べ、  
プラス 21.6%となったため、目標を上回っております。



## 主要経営効率の推移（2）



基準	番号	効率項目	単位	目標	評価	2020.5	2019.5	2018.5	2017.5	2016.5
家具・インテリア 販売事業	12	売場販売効率	万円	95万円以上	○	112.4	111.3	109.4	107.1	108.1
	13	商品回転率	回	9回以上	×	5.5	5.7	6.0	6.2	6.6
	14	販売資産回転率	回	2.9回以上	○	3.4	3.7	3.9	4.3	4.5
	15	利潤分配率	%	20%以上	○	38.0	34.6	35.0	32.8	37.3
	16	不動産費分配率	%	25%未満	○	19.2	20.6	20.0	20.3	18.8
	17	販促分配率	%	6%以下	○	4.7	5.7	6.7	6.4	6.0
	18	労働生産性	万円	1,000万円 以上	○	2,210	1,979	2,016	1,847	2,064
	19	従業員1人当り売場面積	坪	60坪以上	×	36.0	33.9	34.1	33.3	36.1
	20	坪あたり営業利益高	万円	15万円以上	○	22.0	18.9	19.5	17.0	20.0
	21	坪あたり在庫高	万円	9万円以下	○	9.0	9.1	8.2	8.0	7.5
	22	平均従業員年齢	歳	30歳～35歳	○	32.8	32.8	32.6	32.6	32.6
	評価成績（○勝/×負）						18勝4敗	16勝6敗	17勝5敗	16勝6敗

Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■不許複製印刷配布

9

21番 坪あたり在庫高につきましては、売上増により在庫消化が進んだため、9万円以下となり、目標を達成しております。

その他の項目はご覧のとおりでございます。

全体の成績は 18勝 4敗となりました。引き続き改善・改革を実行してまいります。

# トピックス



**3月:新生活向け家具・家電等が貢献、売上・客数ともに好調に推移**  
**4月、5月:最大110店舗の臨時休業を実施。休業した店舗の数字を**  
**営業継続した店舗、通販事業がカバーする実績に**

- ✓ 買上率向上:目的を持ったお客様がご来店し、お買い上げ
- ✓ 自社サイト構成比向上:認知度向上、オムニチャネル戦略の貢献

### 第1四半期月別販売状況

	発生売上高		買上客数		客単価	
	既存店	全店	既存店	全店	既存店	全店
3月	110.9%	114.0%	113.1%	118.3%	98.1%	96.4%
4月	96.0%	98.1%	99.0%	102.0%	97.0%	96.2%
5月	100.6%	101.9%	106.7%	107.6%	94.3%	94.7%
累計	102.0%	104.1%	105.7%	108.5%	96.5%	96.0%

※臨時休業、営業時間短縮した店舗は、除外せず算出しております。

3月は、新生活向け家具や家電等の貢献により、  
 売上、客数ともに好調に推移いたしました。

4月、5月は、緊急事態宣言を受け、政府からの要請に従い、  
 最大110店舗の臨時休業や営業時間の短縮を行いました。営業を継続した店舗や  
 通販が、売上をカバーする形になりました。

特に、通販事業においては、店舗におけるECサイトへの積極的な誘導の効果もあり、  
 過去最高の売上、客数を達成することができました。

コロナ禍の商況の変化としましては、まず、お客様が買い回りをされず、  
 目的を持ってご来店され、お買い上げ頂いた事で、買上率が向上した事です。

次に、ニトリの自社サイトから、お買い上げ頂くお客様が増えた事です。

これは、以前から進めていたO2O、オムニチャネル戦略が功を奏し、  
 リアル店舗とECサイトを有する強みが、活かされたと考えております。

これらの事から、ニトリがお客様にとってのデスティネーション・ストアとして成りえた  
 受けとめております。

# コロナ影響 ～お客様・従業員感染予防～



## 営業時間の短縮

**ご案内**  
営業時間変更のお知らせ

4/29(水)～5/31(日)  
平日  
**11:00～19:00**  
土・日・祝日  
**11:00～19:00**

ご不便をおかけしますが  
何卒、ご理解のほど  
よろしくお願い申し上げます

✓ 緊急事態宣言に合わせて対応

- ・コールセンター受電も11時開始
- ・店舗引取お客様にSMS配信

## ソーシャル・ディスタンスの確保

**お客様へ**

**こちらでお待ちください**

お客様同士、間隔をあけてお並びいただきますようお願いいたします

**お客様へご協力をお願い**

1. 従業員による「レジでの発声・読み上げ」を控えていただきます。
2. 現金でのお支払いのお客様へ「金銭」レーンを使用した現金の受け渡しにご協力をお願いいたします。

お客様のご理解、ご協力の程よろしくお願いいたします。

- ✓ マスク着用をお願い
- ✓ 2名以下でのご来店をお願い

## 接客時間の短縮



- ✓ オーダーカーテンの承り一時中止
- ✓ 家具販売の積極的お声がけ中止

ニトリネットへの送客を優先

Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

12

私たちニトリグループは、お客様、そして、従業員全員の健康を守ることが第一優先であり、その上で、企業経営が成り立つと考えております。行政からの指示だけではなく、自主的に厳しい安全管理を設け、企業活動を継続してまいりました。これらはその一例でございます。

緊急事態宣言を受け、営業時間の短縮を迅速かつ柔軟に実施いたしました。また、ソーシャル・ディスタンスの確保、及び家具販売のお声がけを中止し、接客時間の短縮や、ECサイトでのお買い求めを優先するなどして、店舗側の負担とバランスを図りながら、感染リスクを最小限になるように努めてまいりました。

「お店はお客様のためにある」

緊急事態宣言の延長

従業員への功労

本部から店舗への支援

国内ニトリグループ全パート社員

- 特別感謝支援金（4/7～5/31間の出勤）
- 休業手当支給（近隣店舗での就業不可の場合）

国内ニトリグループ全従業員

- 特別有給休暇付与（最大5日間）
- マスク（1人50枚）を配布

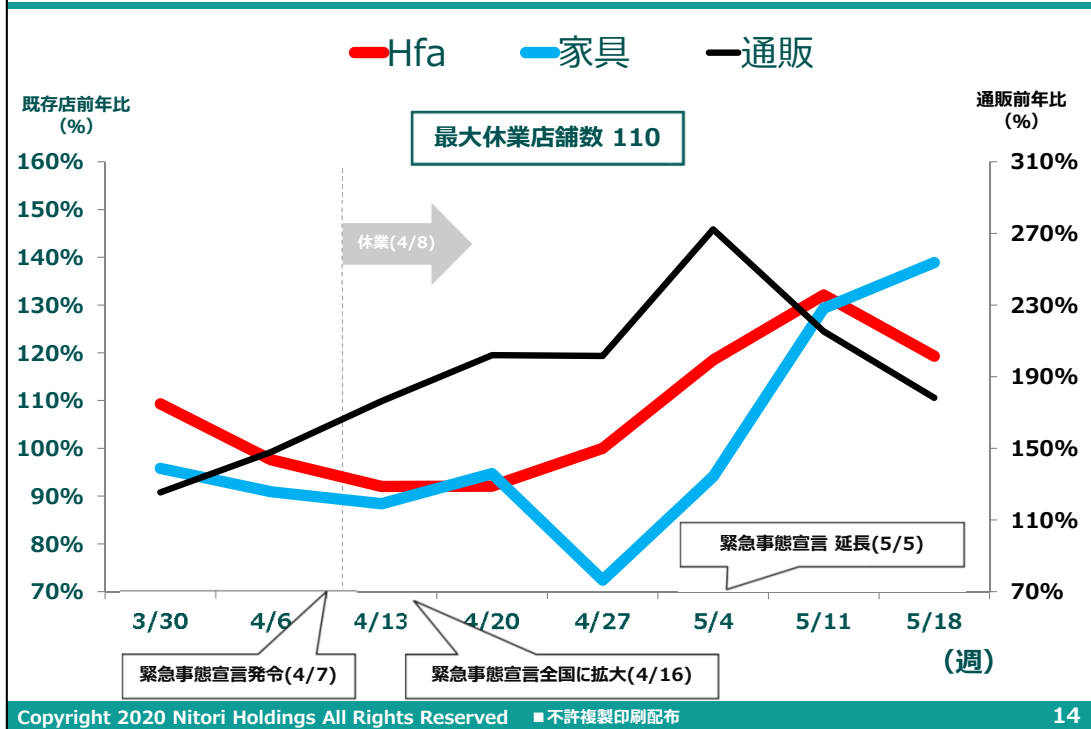
本部従業員が各店舗支援（現在継続中）

延べ**1万5千人**

私たちニトリグループは、「お店はお客様のためにある」という理念のもと、日々活動しております。その一方で、当初予定されていた緊急事態宣言の期間が延長され、全国の店舗で働く従業員一人一人において、負担がより一層重くなりました。私たちはオールニトリで、その困難な状況を乗り越えるべく、延べ1万5千人もの本部従業員が、各店舗の営業時間前に入荷処理、品出し等、後方支援を行いました。尚、現在もこの活動は継続しております。

また、従業員の皆さんの支えがあったことでありますので、心ばかりではありますが、特別感謝支援金や休業手当を支給させて頂きました。今後も予断を許さない中、お客様のご要望にお応えしながらも、従業員全員が安心して働けるよう、状況を見定めながら、柔軟な働き方を実践してまいります。

# コロナ影響 ～売上動向(既存店前年比)～



Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布 14

4月7日に緊急事態宣言が発令され、当初は7都道府県が対象地域でしたが、その後、全国に拡大し、外出自粛要請期間も延長されました。結果として、約2か月もの間、過去に例の無い、ビジネス状況の中に置かれた形となりました。

宣言後、当初は、店舗の臨時休業、営業時間短縮により、家具・ホームファッションともに前年を下回る動きをしましたが、外出自粛要請やテレワークの推進等により、自宅で過ごす時間が増えたことによる需要の結果、売上が好転いたしました。

まず、ホームファッション商品では、自宅での時間をより快適に過ごすことを目的とした収納整理品が大きく伸び、自宅での食事の頻度が増えた事で、食器を中心としたキッチン、ダイニング用品等も好調に推移しました。

家具についても在宅勤務の増加に伴い、ホームオフィス家具が大きく伸びました。

また、この期間、外出自粛や店舗でのECサイトへの誘導等により通販事業が大きく伸び、週によっては、前年比 200%を超える実績を出しております。ECサイトにつきましては、昨年夏にサイトをリニューアルし、性能を向上させていた事で、大量のご注文に対応する体制が整っていた事も大きく実績を伸ばせた要因と考えております。

## オフィスワーク家具



- シンプルなデザイン、組み立て易い商品が選ばれる傾向
- コンパクトサイズ(120cm幅)が売れ筋商品



- 座り心地の良さ、デザインが優れている商品が選ばれる傾向
- 高価格帯、低価格帯両方とも選ばれる

世界中で、新型コロナウイルス感染症の影響が増す中、日本でも多くの企業が、テレワークを取り入れ、自宅で業務に従事される方が増えました。その結果、「オフィスワーク家具」が多くのお客様から好評を得ました。

デスクに関しましては、シンプルで組み立てやすい商品の売上が大きく伸びいたしました。

また、チェアに関しましては、長時間座ることを念頭に置かれ、座り心地の良く、デザインに優れた商品が好調な結果となりました。



## 簡易家具・収納整理



- 組み立て易く、コーディネートが容易な商品が選ばれる傾向
- 組み合わせ自由なNインボックスは人気
- カラボと組み合わせたバスケットも売れ筋



オフィスワーク家具に限らず、自宅で過ごされる時間が増えることにより、身の回りの収納に、関心が向かうことで、簡易家具や、収納整理品が好調な結果となりました。

組み合わせが自由な、プラスチック収納の「Nインボックス」や、「カラボ」といった商品が人気でしたが、「カラボ」と組み合わせて使うことができる「バスケット」も、非常に好調に推移いたしました。



### ダイニング用品・キッチン用品



- 和食器、オーブン食器、木製食器などの食器類が売れ筋
- グラスや、冷水筒、トレー(滑り止め)も人気商品



- キッチン用品全般が好調

自宅で過ごされる時間が長くなるだけでなく、これまで外食をされていた方も、自宅で食事をされることが多くなり、食器類の需要が生まれました。和食器や、オーブン食器、あるいは「アカシア」に代表される木製食器が、人気商品としてお客様からご支持をいただきました。

食器類に限らず、水筒、配膳に便利な滑り止めトレーなども人気商品でした。キッチン用品においては、個々の商品に限らず、全般において好調な結果となりました。

## SPRING&SUMMER COLLECTION

### SPRING20

カラフルな春色とフルーツモチーフで  
スプリングコーディネート



## SPRING&SUMMER COLLECTION

### SUMMER20

海風を感じるモチーフとカラーで  
リゾートスタイルコーディネート



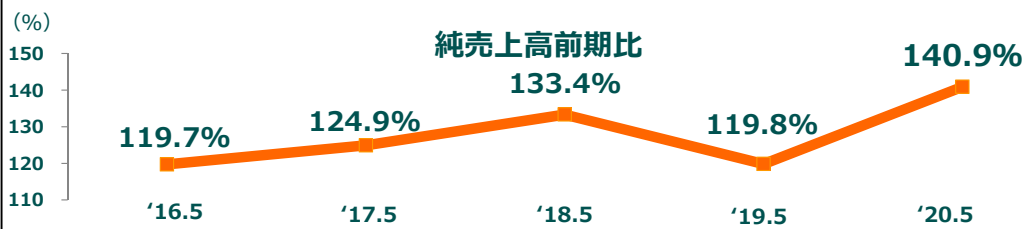
## カラフルな色を楽しむコーディネート提案 「Nクール」も組み合わせたコーディネートの提案

夏の季節の商品企画といたしましては、  
「スプリング 20（にじゅう）」、  
「サマー 20（にじゅう）」の2つのコンセプトを展開しております。

カラフルな春色と、フルーツモチーフで春を身にまとう「スプリング 20」、  
そして海風を感じるモチーフと、カラーでリゾートスタイルの演出を楽しんでいただける「サマー20」

“ナチュラル”、“リラックス”、“癒し”を、感じていただきたく、  
日々の生活が、より楽しくなるためのご提案をまいります。

## 通販事業



### 1Q好評ネット限定商品



- コンパクトなポケットコイルカウチソファ (171cm幅)
- たためる座椅子 (個別送料不要)

Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

19

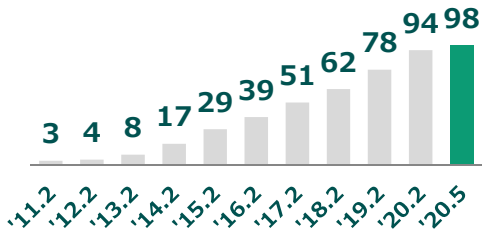
通販事業は、売上高 前期比 140.9%となりました。

先ほどご説明させて頂いたように、外出自粛や店舗でのECサイトへの誘導により、当社ECサイトからのご注文が増えたため、大幅な増加となりました。

また、ネット限定商品として、コンパクトでありながら、座り心地に優れているポケットコイルカウチソファや、たためる座椅子が人気商品でした。

昨年度、ECサイトを刷新しましたが、今後も、ECサイトを通じてお買い物されることが多くなることも考えられ、お客様がよりご利用しやすい環境を整えてまいります。

## 店舗数推移



## 新生活向け

**Floral Romance**  
(春の訪れを楽しむ)

**In the Breeze**  
(夏の光を爽やかに楽しむ)



店舗数は、4店舗の新規出店により、  
第1四半期末時点で98店舗となりました。

デコホームにおいても新生活に向けた提案を行いました。  
やさしいベールカラーでコーディネートを楽しめる「フローラル・ロマンス」、  
ボーダー柄のリネンにブルー系のフレッシュで清々しい「イン・ザ・ブリーズ」を展開いたしました。

今後も、ニトリとの差別化をはかり、デコホームらしさを追求してまいります。

## 働く女性の為に

N+  
テレワークの日の  
華やか&  
リラックスSTYLE

“華やかさ”と  
“リラックス”の両立

## 全ての女性の方へ

NITORIのクールウェアと同じ冷たさ  
肌ざわり  
なめらか

接触冷感  
ひんやりインナー

“接触冷感”  
ひんやりインナーを展開

大人の女性が毎日着たいと思うファッションとして、ニトリグループ発のファッションブランド N+(エヌプラス)を前年度より展開しております。「私のための大人服」をコンセプトに、お手軽な価格で、着心地もよく、簡単にカラーコーディネートを楽しんでいただけるように努めており、第1四半期末時点で4店舗とECサイトを展開しております。5月29日に新店舗1店舗を含めると、現在、5店舗体制となっております。

新型コロナウイルス感染症の影響により、4月8日から5月28日の間、4店舗が休業となりました。現在は、通常営業に戻り、これまで以上に、Nプラスの商品をお届けしたいと考えております。

現在、テレワークをされている“働く女性の皆様”には、「華やかさ」と、「リラックス」が両立できるトップスを、ご用意しております。また、特徴的な機能商品として、これからの季節を快適に過ごしていただけるように、接触冷感機能を持つ、「ひんやりインナー」を展開しております。

今後も引き続き、認知度向上だけでなく、機能性とデザイン性の両面から、Nプラス独自のブランドを築きあげていきたいと考えております。



# 出 店



名張店(三重県)



高雄漢神百貨店 (台湾)



デコホーム イオンモール幕張新都心店  
(千葉県)



デコホーム フォレオ大津一里山店  
(滋賀県)



ニトリEXPRESSイオンモール神戸北店  
(兵庫県)



Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

22

第 1 四半期 国内ではニトリ 4 店舗、ニトリエクスプレス 1 店舗、  
デコホーム 4 店舗の合計 9 店舗を出店しております。  
海外では台湾に 1 店舗を出店しております。

# 人材



ニトリは「ロマン」と「ビジョン」で成長してきた  
→自律的キャリアデザイン制度により更に加速



Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

23

これまで、私たちニトリグループは「ロマン」と「ビジョン」が、その成長を支えてきました。これからも成長し続けるためには、この「ロマン」と「ビジョン」が支えになることは間違いありません。

そのためには、ニトリグループで働く従業員一人一人の成長が欠かせません。

「ロマン」とは、「仕事を通じて解決したい“社会的課題”」、そして「ビジョン」とは、「その社会的課題をどうやって成し遂げる」のかと言い換えることができます。

そのうえで、“何を目指し”、“いつまでに実現するのか”、ということを個人の課題に落とし込みます。そうすることで、会社と個人が同じ方向をみながら課題を解決していくことができます。

ニトリグループは、これらを自律的キャリア制度として整備しており、会社と個人がともに成長する企業です。

更なる成長に向けて、人材の育成に努めてまいります。

2021年2月期 出店計画								NITORI
業態別 店舗数	NITORI EXPRESS	DECO HOME	N+	NITORI 宜得利家居 台湾	AKI+HOME 米国	NITORI 中国	合計	
1Q末 店舗数	451	98	4	30	2	34	619	
2Q~4Q 純増数	+21	+16	+6	+6	+1	+2	+52	
期末 店舗数	472	114	10	36	3	36	671	

中国 +2

米国 +1

台湾 +6

日本 +43

Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布 24

第2四半期以降、日本国内ではニトリ、デコホーム、Nプラス合わせて43店舗を出店いたします。

海外では、台湾、中国、アメリカで計9店舗の出店を行い、国内海外合わせて52店舗の増加を予定しております。

これらの結果、2021年2月期末時点では、世界で671店舗となる見込みです。



## 2021年2月期 連結業績予想



(単位：億円)

	2021年2月期					
	上期計画			通期計画		
		(売上比)	(前年比)		(売上比)	(前年比)
売上高	3,189	-	99.2%	6,532	-	101.7%
荒利益高	1,803	56.5%	103.6%	3,710	56.8%	104.7%
販売管理費	1,226	38.4%	103.5%	2,588	39.6%	104.8%
営業利益	577	18.1%	103.8%	1,122	17.2%	104.4%
経常利益	579	18.2%	102.4%	1,133	17.3%	103.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	391	12.3%	106.1%	757	11.6%	106.0%

業績予想は変更しておりません

Copyright 2020 Nitori Holdings All Rights Reserved ■ 不許複製印刷配布

25

2021年2月期の連結業績予想につきましては、  
4月6日に発表いたしました計画から変更はございません。

以上をもちまして、決算報告を終了いたします。

ご清聴ありがとうございました。



【見直しに関する注意事項】

本資料では、当社および関係会社の将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見直しの記述が含まれています。これらの記述は過去の実績ではなく、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定および所信に基づく見込みです。また、経済動向や個人消費、市場需要、税制や諸制度などに関わるリスクや不確実性を含んでいます。それゆえ実際の業績は当社の見込みとは異なる可能性のあることをご承知おきください。

本資料には監査を受けていない参考数値が含まれており、金額は億円未満切捨て、それ以外を四捨五入で表示しております。