

株式会社ニトリホールディングス

2022年2月期 第3四半期決算説明会

2021年12月24日

東証第一部、札証 (9843)

連結業績概要

(単位：億円)

	当第3四半期 実績		前第3四半期 実績		増減	
	(売上比)		(売上比)		(前期比)	
売上高	6,061	-	5,401	-	660	112.2%
荒利益高	3,200	52.8%	3,086	57.1%	113	103.7%
販売費及び 一般管理費	2,120	35.0%	1,901	35.2%	219	111.6%
営業利益	1,079	17.8%	1,185	21.9%	▲105	91.1%
経常利益	1,104	18.2%	1,196	22.2%	▲92	92.3%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	757	12.5%	767	14.2%	▲9	98.7%

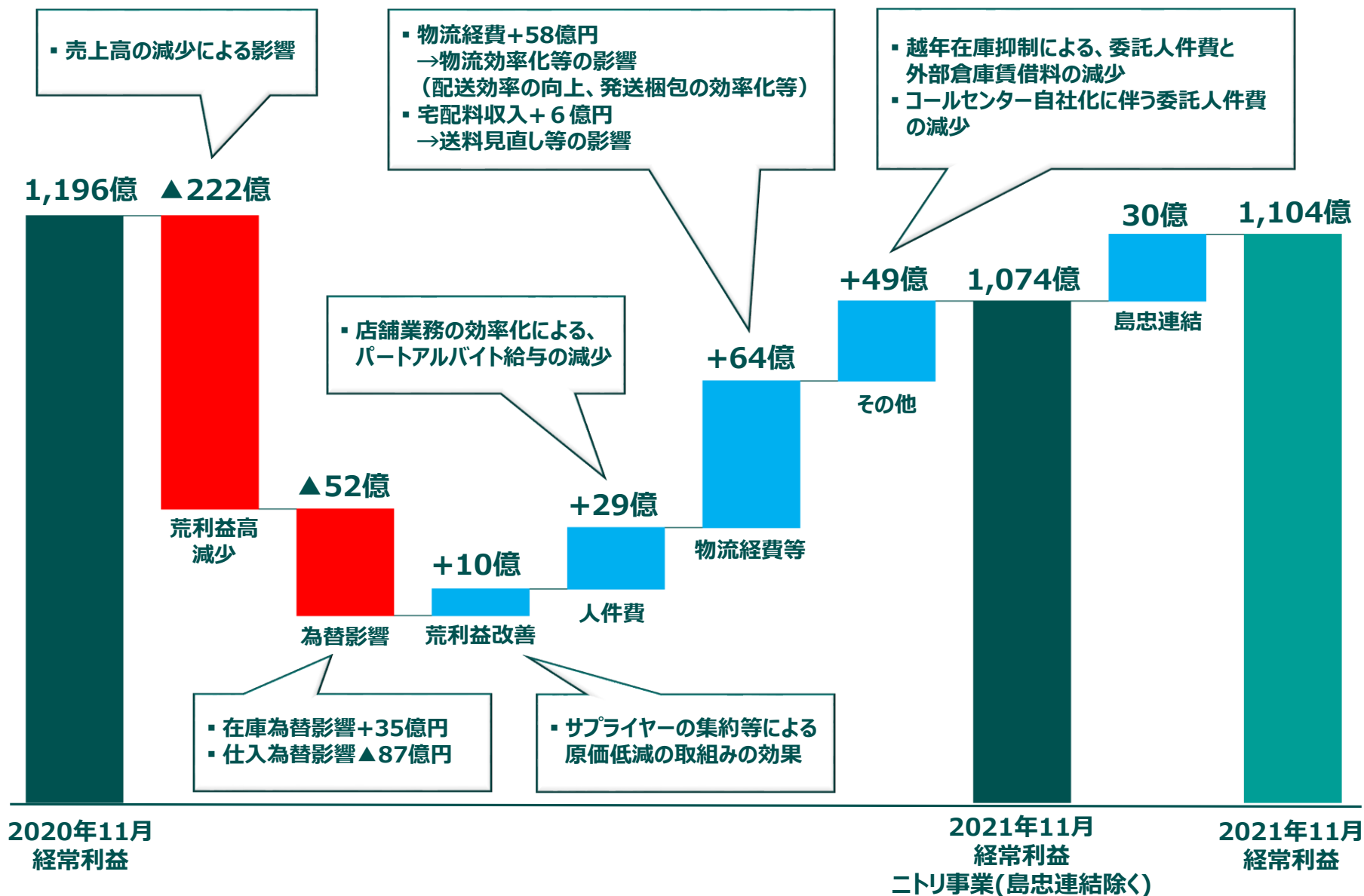
セグメント別業績概要



(単位：億円)

		当期	前期 (2020年度)				前々期 (2019年度)		
		第3四半期 実績	第3四半期 実績	増減 (前期比)		第3四半期 実績	増減 (前々期比)		
ニトリ 事業	売上高	5,046	5,401	▲355	93.4%	4,814	231	104.8%	
	営業利益	1,053	1,185	▲132	88.8%	844	208	124.7%	
島忠 事業	売上高	1,045	—	1,045	—	—	1,045	—	
	営業利益	26	—	26	—	—	26	—	

連結経常利益（前期比）



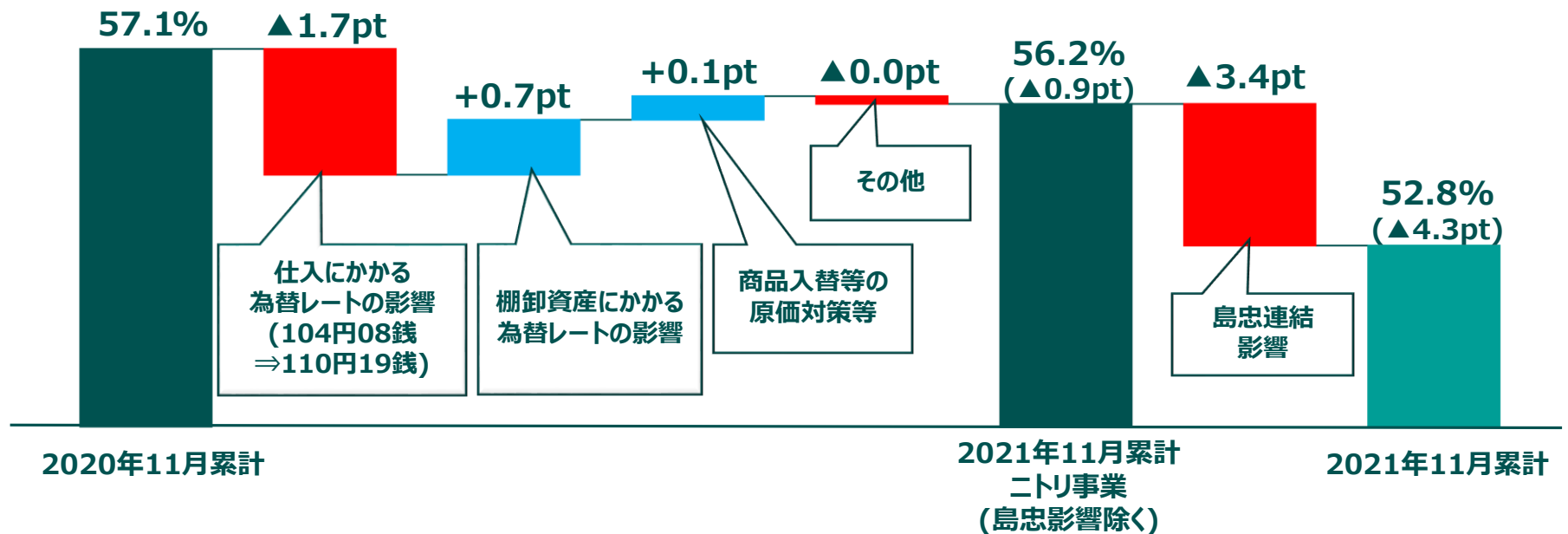
荒利益・販管費

販管費	金額	前期比	売上比	前期差
人件費	663億円	114.9%	10.9%	+0.3pt
賃借料	347億円	122.0%	5.7%	+0.5pt
発送配達費	188億円	83.8%	3.1%	▲1.1pt
広告宣伝費	128億円	113.2%	2.1%	+0.0pt

販管費	金額	前期比	売上比	前期差
業務委託費	139億円	89.2%	2.3%	▲0.6pt
減価償却費	151億円	125.2%	2.5%	+0.3pt

設備投資等	
設備投資額	292億円

荒利益率



連結貸借対照表



(単位：億円)

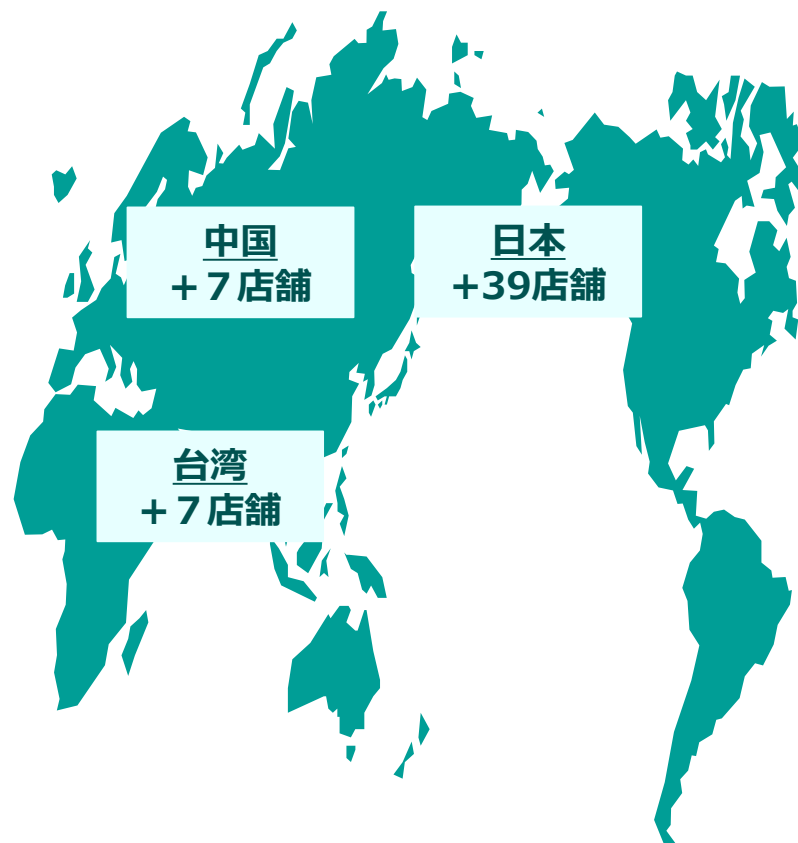
区分	科目	2021年 11月期末	2021年 2月期末	増減	主な増減要因
	流動資産	3,256	3,027	228	
	うち 現金及び預金	1,828	1,585	243	
	うち たな卸資産	779	807	▲27	商品及び製品▲38
	固定資産	6,438	6,339	98	
	うち 有形固定資産	4,954	4,824	129	土地+136
	うち 無形固定資産	391	426	▲35	
資産合計		9,694	9,366	327	
	流動負債	1,562	2,554	▲992	未払金▲586
	うち 支払手形及び買掛金	395	445	▲50	
	うち 短期借入金	350	487	▲136	
	固定負債	1,038	391	647	
	うち 長期借入金	669	20	649	
負債合計		2,600	2,945	▲345	
純資産合計		7,094	6,420	673	利益剰余金+597
負債純資産合計		9,694	9,366	327	

※株式会社島忠との企業結合について、前連結会計年度において暫定的な会計処理を行っていましたが、第2四半期連結会計期間に確定しております。

2022年2月期第3四半期 店舗数

		期首 店舗数	純増数	3Q末 店舗数
国内		450	15	465
		17	2	19
		106	23	129
		17	1	18
		61	▲2	59
海外		35	7	42
		34	7	41
		2	0	2
合計		722	53	775

合計 775店舗
前期末比 (+53店舗)



主要経営効率の推移 (1)

全社連結 (9ヶ月累計)	番号	効率項目	単位	目標	評価	2021.11	2020.11	2019.11	2018.11	2017.11
	1	総資本経常利益率	%	11.25%以上	○	11.6	16.6	13.5	13.9	14.0
	2	総資本回転率	回	1.5回以上	×	0.64	0.75	0.75	0.79	0.83
	3	営業収入経常利益率	%	10%以上	○	18.2	22.2	17.9	17.8	16.9
	4	1株あたり純利益高	円	75円以上	○	670.9	680.7	511.9	464.1	458.6
	5	自己資本当期純利益率	%	11.25%以上	×	11.21	12.9	11.0	11.2	12.4
	6	自己資本構成比率	%	60%以上	○	73.2	82.6	82.8	81.9	81.2
	7	インタレスト・カバレッジ	倍	20倍以上	○	374	1,804	1,083	1,037	1,676
	8	総売上高増加率	%	10%以上	○	12.2	12.2	7.3	6.1	11.5
	9	経常利益高増加率	%	10%以上	×	▲7.7	39.1	8.0	11.4	0.5
	10	総売上高総利益率	%	48%以上	○	52.8	57.1	54.8	54.6	54.5
11	損益分岐点売上高比率	%	80%未満	○	62.5	57.3	63.7	63.9	65.4	

主要経営効率の推移 (2)

2社連結 (ニトリホールディングス・ニトリ)	番号	効率項目	単位	目標	評価	2021.11	2020.11	2019.11	2018.11	2017.11
	12	売場販売効率	万円	95万円以上	○	101.6	115.0	106.0	102.4	101.1
	13	商品回転率	回	9回以上	×	5.6	5.7	5.3	5.5	5.9
	14	販売資産回転率	回	2.9回以上	○	3.4	3.5	3.4	3.6	3.9
	15	利潤分配率	%	20%以上	○	38.4	38.6	32.0	32.4	30.9
	16	不動産費分配率	%	25%未満	○	21.2	18.9	21.2	21.6	21.9
	17	販促分配率	%	6%以下	○	4.5	4.3	5.5	6.2	6.0
	18	労働生産性	万円	1,000万円以上	○	2,060	2,297	1,963	1,905	1,836
	19	従業員1人当り売場面積	坪	60坪以上	×	37.0	35.8	34.6	34.7	34.2
	20	坪あたり営業利益高	万円	15万円以上	○	20.1	23.6	16.9	16.6	15.5
21	坪あたり在庫高	万円	9万円以下	○	8.0	8.7	9.1	8.4	7.8	
22	平均従業員年齢	歳	30歳~35歳	○	33.1	33.3	33.4	33.2	33.1	
評価成績 (○勝/×敗)						17勝5敗	19勝3敗	15勝7敗	16勝6敗	17勝5敗

ニトリ事業 トピックス



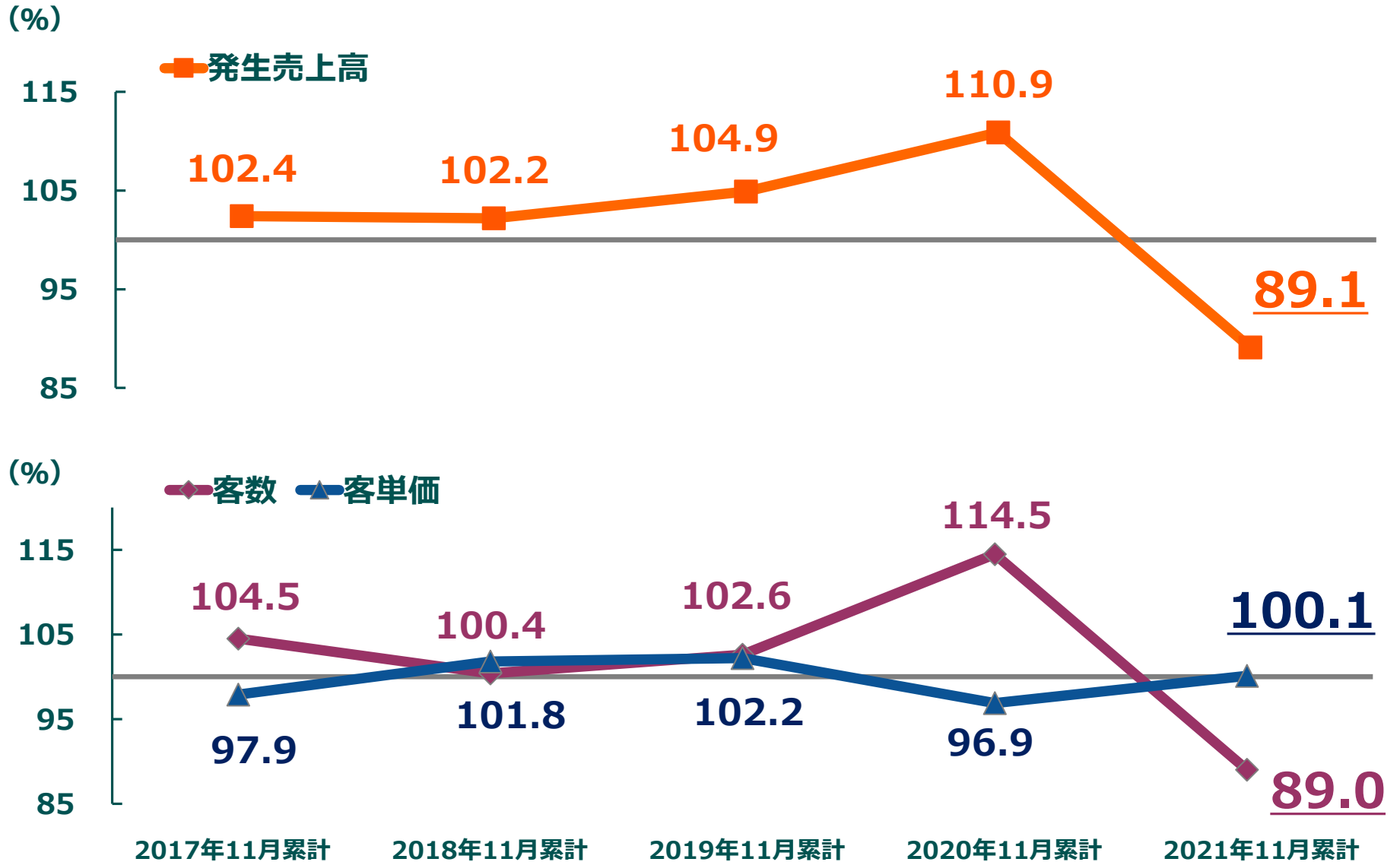
第3四半期総括

度重なる緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の影響に加え、平均気温に比べ気温が高かったことによる季節商品の売上伸び悩み等により、第3四半期累計期間の既存店前年比89.1%、全店前年比91.5%。

	発生売上高			買上客数		客単価	
	前期比 (20年度比)		前々期比 (19年度比)	前期比 (20年度比)		前期比 (20年度比)	
	既存店	全店	既存店	既存店	全店	既存店	全店
9月度	99.7%	102.0%	98.2%	97.6%	101.6%	102.2%	100.4%
10月度	83.2%	85.7%	84.9%	84.9%	89.3%	98.0%	96.0%
11月度	93.3%	96.0%	105.8%	91.0%	95.5%	102.5%	100.5%
第3四半期 会計期間	91.6%	94.2%	96.0%	90.9%	95.3%	100.8%	98.9%
第3四半期 累計期間	89.1%	91.5%	98.8%	89.0%	92.9%	100.1%	98.5%

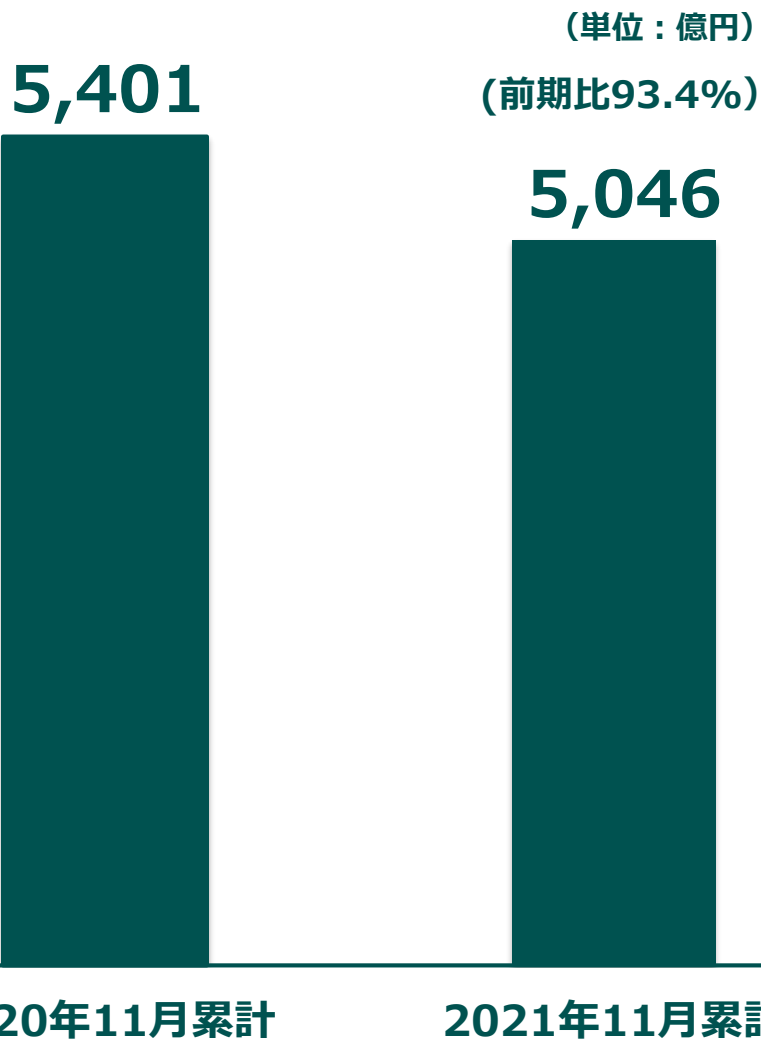
※発生売上高=受注ベース売上高 ※集計対象:ニトリ・デコホーム・通販

既存店前年比推移



※発生売上高=受注ベース売上高 ※集計対象:ニトリ・デコホーム・通販

ニトリ事業売上高（純売上高）



売上高		金額	前期比
店舗売上(海外含む)		4,313億円	91.8%
店舗外売上 (海外含む)	通販	531億円	100.8%
	法人& リフォーム	76億円	103.7%
賃貸収入		56億円	101.2%
その他		68億円	152.9%
合計		5,046億円	93.4%

地区別売上構成比					
北海道	4.4%	▲0.1pt	中国 四国	7.1%	▲0.2pt
東北	5.2%	▲0.2pt	九州 沖縄	8.8%	+0.0pt
関東	28.0%	▲1.1pt	通販	10.4%	+0.7pt
北陸 甲信越	5.1%	▲0.1pt	法人& リフォーム	1.5%	+0.1pt
中部 東海	9.5%	▲0.2pt	海外	3.3%	+0.8pt
近畿	14.2%	▲0.4pt	その他	2.5%	+0.7pt

- 2021年度グッドデザイン賞[※]において6項目を受賞。(2013年度から9年連続)
- 「廃棄時に分解しやすいポケットコイルマットレス」はニトリグループ初、ベスト100に選出。

廃棄時に分解しやすい ポケットコイルマットレス



ポケットコイルマットレスの再資源化までも見据え、業界初の分解しやすい構造を開発。分解作業の短縮化と簡易化を図り、作業時間は約55分から約6分に短縮。

新しい暮らし方のためのツール by BEAMS DESIGN



「新しい暮らし方のためのツール」をコンセプトに、ビームスの「BEAMS DESIGN」と協働し開発した家具シリーズ。多様なライフスタイルに合わせて変更できる機能。

回収ペットボトルから カーペット製造販売を通じた リサイクルシステム



回収ペットボトルからペレット製造、紡績、カーペット製造、販売までの一連のサイクルを確立。

※公益財団法人日本デザイン振興会

- 超保温ボトル「N-Heatex」は、12月より一部店舗で取り扱いを開始。
- 「オイルスクリーン」と「レースカーテン」は、コロナ禍で増加した在宅時間の快適性に貢献。

立てられる オイルスクリーン



取っ手がスタンドになり自立するため、調理中の置き場所に困らない。コロナ禍で増えた家庭での料理時間をより快適にするキッチン用品。

超保温ボトル Nヒーテックス(N-Heatex)



中栓の構造見直しと真空ステンレスコップの追加で、6時間後90℃以上（900ml）と最高レベルの保温効力を実現。

透け感調整ができる 2WAYレースカーテン



1枚で2通りの使い方ができるレースカーテン。「透け感がある」と「外から見えにくく透けにくい」の相反する機能を1枚の生地に織り方で具現化。

※公益財団法人日本デザイン振興会

アプリ会員数

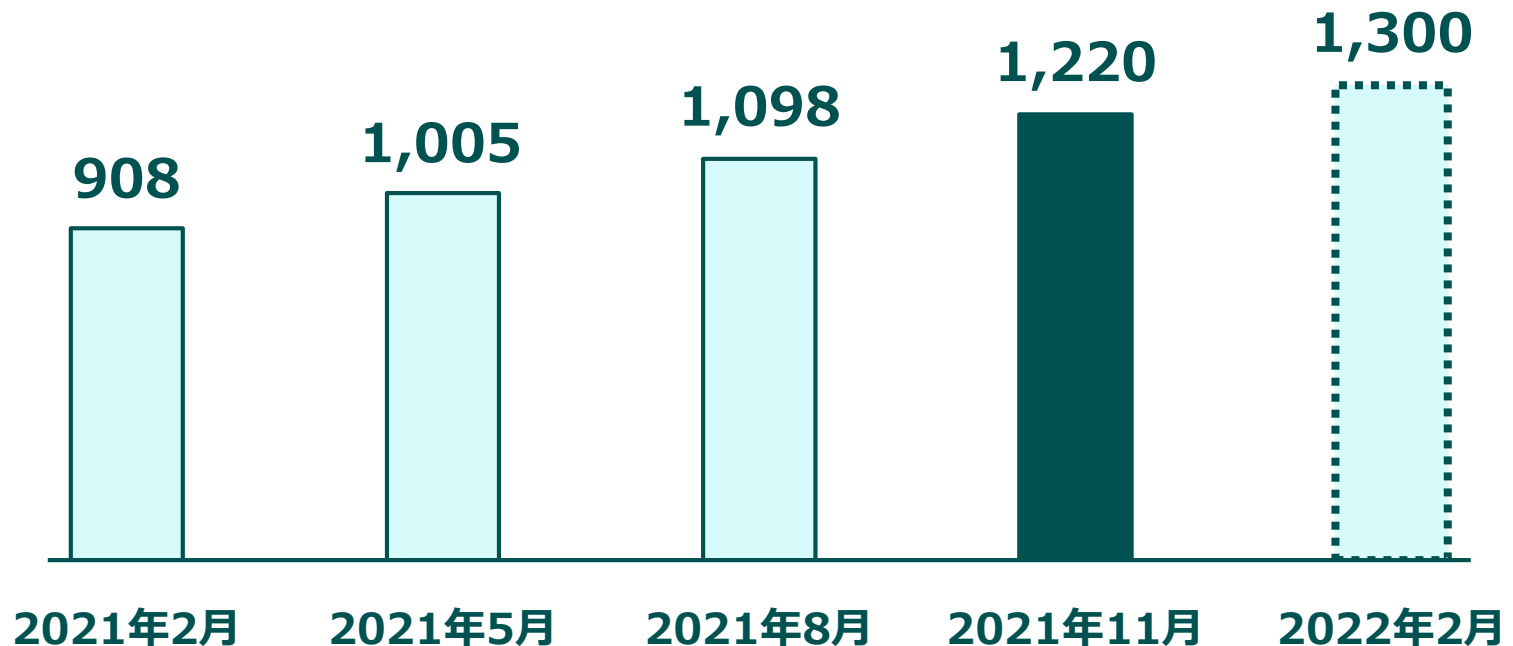
- 今期末目標1,300万人に対し、3Q末時点で1,220万人と順調に推移。
- アプリを通じたオンラインとオフラインの融合施策により、お客様の買物利便性の向上へ。

2021年11月度末
1,220万人



今期末目標
1,300万人

(単位：万人)



- ニトリアプリの新機能として、「店内モード」の運用を開始。
- お店を指定し、商品の売場位置、在庫状況、納期等の情報を簡単に確認が可能に。

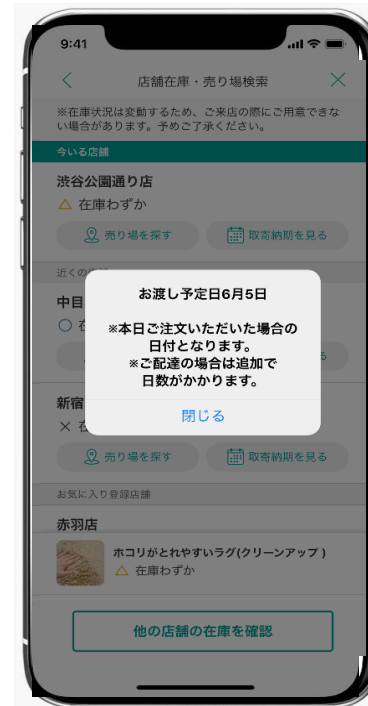
商品の売場



在庫状況



納期



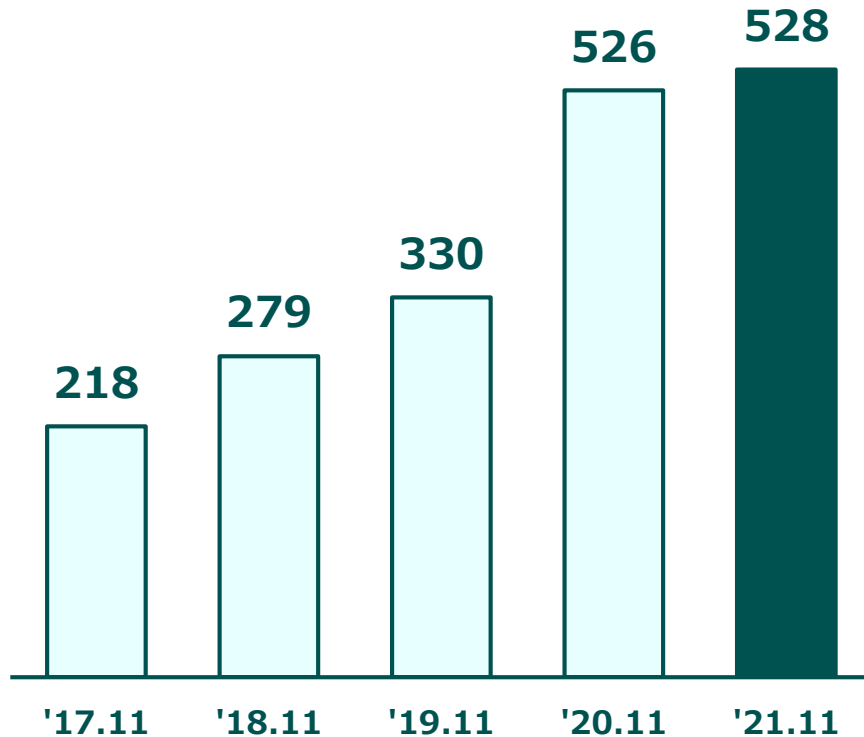
商品レビュー



- 3Q末時点の国内通販売上高は、前期比100.4%の528億円。
- ニトリネット新機能として、ニトリ従業員による「スタッフコーディネート」を運用開始。

国内通販売上高推移

(単位：億円)



スタッフコーディネート



- アパレル業界で活用されていた「STAFF START」を家具インテリア業界で初導入。
- 実際にニトリ商品を使用している従業員が自宅インテリアコーディネートを投稿。



投稿画像



bekky
ニトリ大田大島店
1LDK
2人暮らし

コーディネートは私のものにもしました。

テーマは趣味と暮らしです。
壁面いっぱいには壁面収納Nポルダを配置し、趣味のカメラ、旅行のポストンバッグやキャリーケース、水桶、珈琲、絵画、本、DIY道具、スノーボード用品、釣り用品を見せる収納、隠す収納両方を実現出来るNポルダに全部収納。

目指すスタイルはヴィンテージのインダストリアルスタイルです。
ミドルブラウンの木製家具と黒いアイアンによる工業的な雰囲気と、バスケットムスカや観葉植物を多く取り入れてナチュラルさも追加し、カフェのような空間に。染にはコンクリート調のウォールペーパーでインダストリアルな調子を追加。

カラーはメインがブルー、差し色にイエロー
クッションカバー、テーブルアクセント、アートの黄色がバランスよく目に飛び込んでくるように大きな三角形を作るような配置にしています。

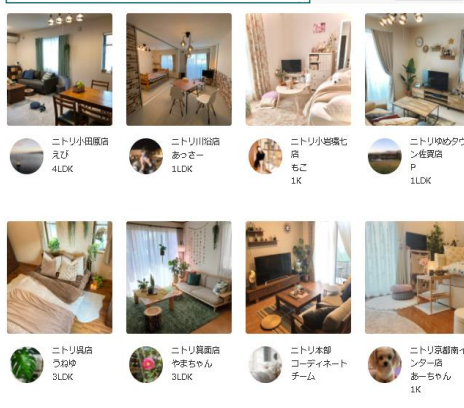
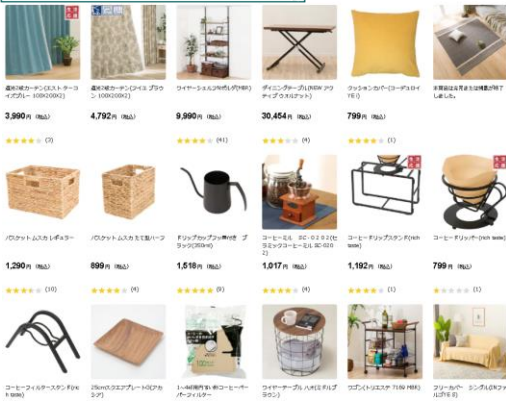
モノが多い私にも、コーディネートはみんなのものに

2021/10/31

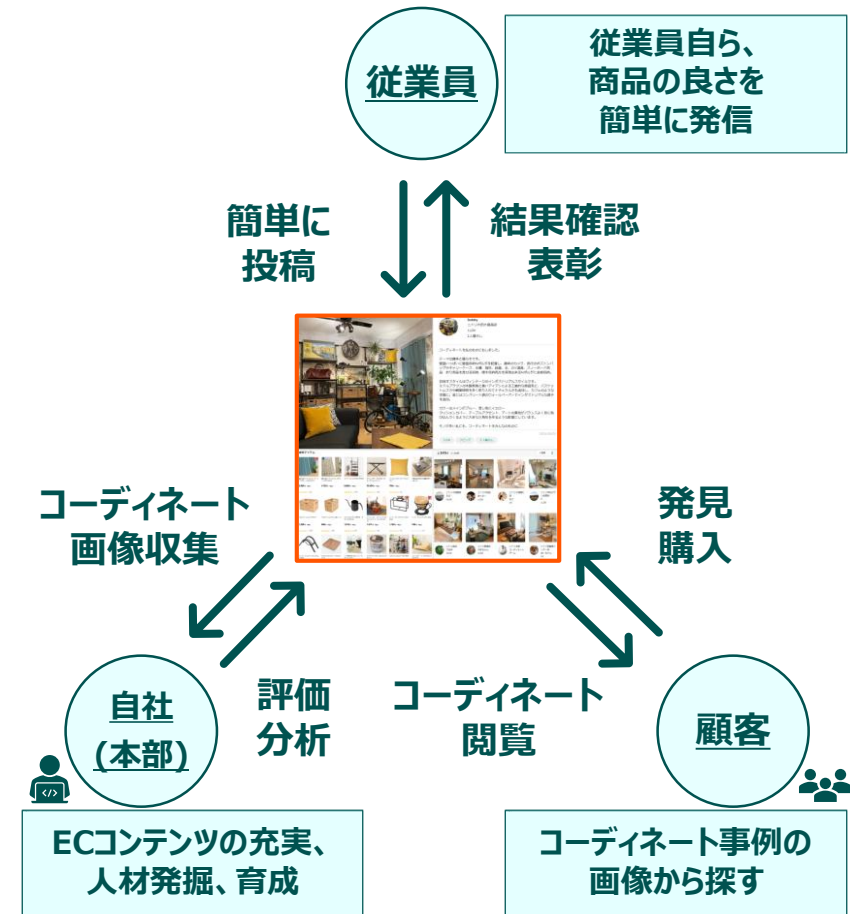
投稿者ページ(コンセプト)

おすすめコーディネート

実際の使用アイテム

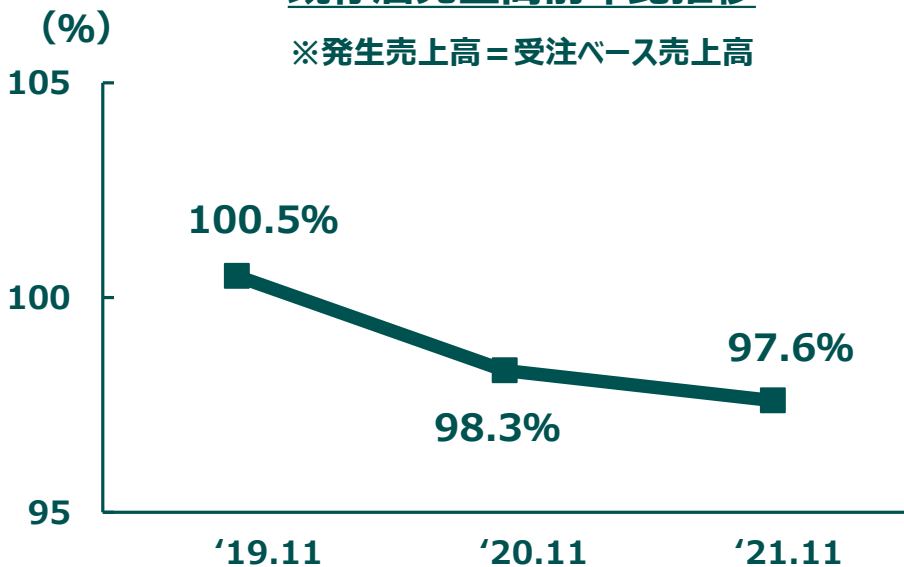


消費者視点に立ったオンライン接客実現へ

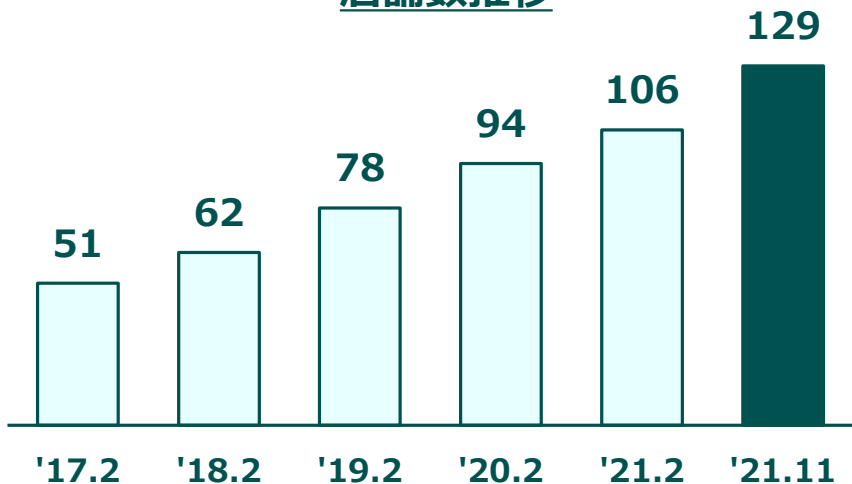


既存店売上高前年比推移

※発生売上高 = 受注ベース売上高



店舗数推移



- 秋冬コーディネート企画「In Bloom」シリーズを展開。
- デコホームオリジナル商品開発を拡大。



- 3Q会計期間に4店舗を新規出店、台湾における合計店舗数は42店舗。
 - ニトリグループ初となる、寝具専門店「Nスリープショップ」を出店。
- 台湾で人気の商業施設（新光三越百貨）の寝具フロアへ出店。
→競合テナントが多い寝具フロアへ出店し、新規顧客の獲得と認知度向上を期待。



NITORI 宜得利家居 寢具専門店

店舗名

NITORI 台中中港新光三越寢具専門店

出店

2021年10月5日

売場面積 50坪

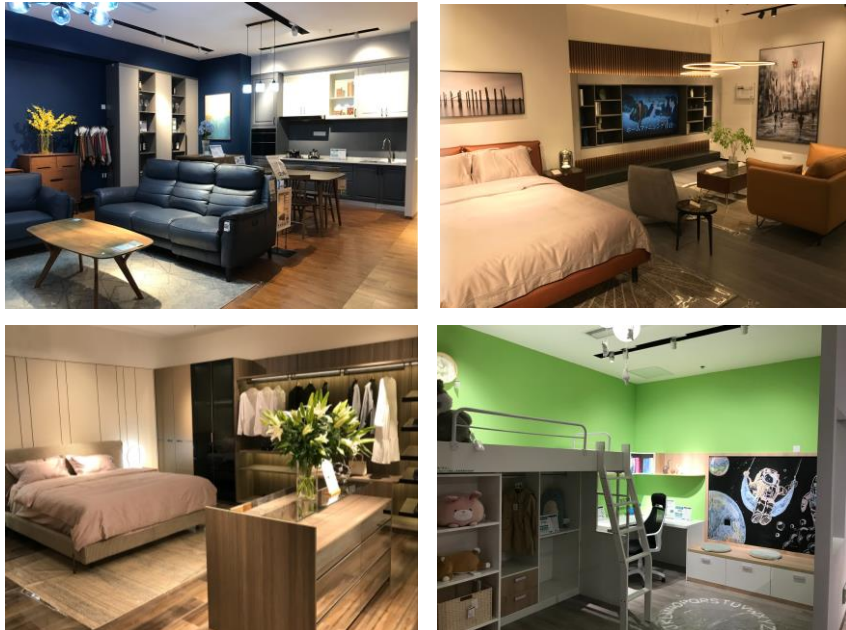
家具：36.5坪、Hfa：13.5坪

取り扱い商品

ベッド家具、カバリング、布団等の寝具寝装品を専門に展開

- 3Q会計期間に4店舗を新規出店、中国における合計店舗数は41店舗。
- 上海徐家湾店6Fフロアにオーダー家具売場、法人ショールームをオープン。

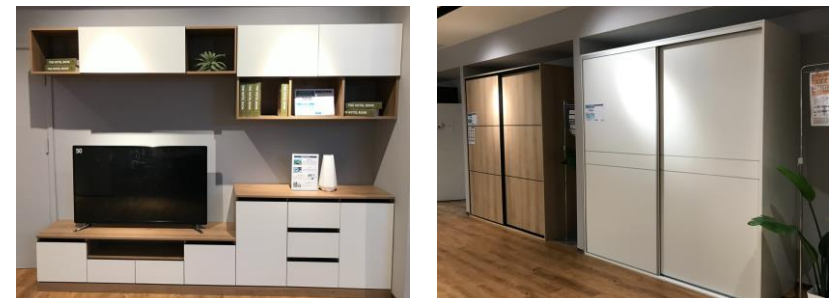
オーダー家具売場



法人ショールーム

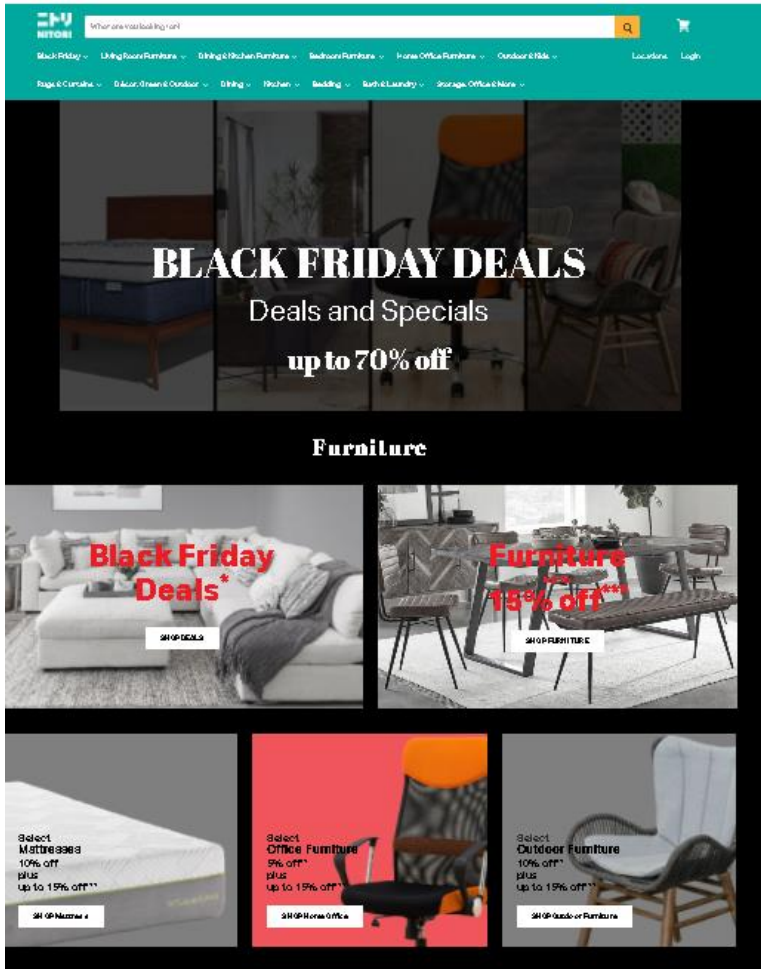


収納用品の展開



- 一般のお客様向けにオーダー家具を使ったスタイル別ショールームを展開。
- サイズの大きいオーダー家具の拡大。
- 自社の強みトータルコーディネートを訴求。

- ブラックフライデーとクリスマス商戦の準備をECサイトや店舗売場にて実施。
- ECサイトにブラックフライデー特設ページを作成し、Hfa商品、家具の値下げを実施。



東南アジア進出（マレーシア・シンガポール）

- ニトリグループ初となる東南アジア地域への店舗出店を開始。
- 2022年1月にマレーシア、3月にシンガポールへそれぞれ1号店を出店予定。
- 今後5年間でマレーシア20店舗、シンガポール10店舗の出店を計画。

マレーシア

家具・Hfaを取り扱うエリアと併設し、
寝具寝装アイテムに特化した
「Nスリープショップ」もオープン予定



NITORI LaLaport
BUKIT BINTANG CITY CENTRE店

※店内イメージ

シンガポール

Hfa売場を全面に
コーディネートを訴求



NITORI ORCHARD店

※店内イメージ



売場面積
約800坪



売場面積
約760坪

- 川崎DC、五霞DCへのコンテナ輸送を開始。
- 自社で車両を保有し、港から各物流拠点までの輸送効率を向上し、コストを削減。
- 今後の国内物流拠点再配置に合わせ、ドレージ事業の拡大へ。



11月度末ドレージ本数実績

- 川崎DCへのドレージ
9月27日開始
11月度末時点：272本
- 五霞DCへのドレージ
10月8日開始
11月度末時点：67本



12月度ドレージ本数計画

- 合計269本を予定

※ドレージ：海外からコンテナで輸送されてきた荷物を、直接目的地まで陸送する方法

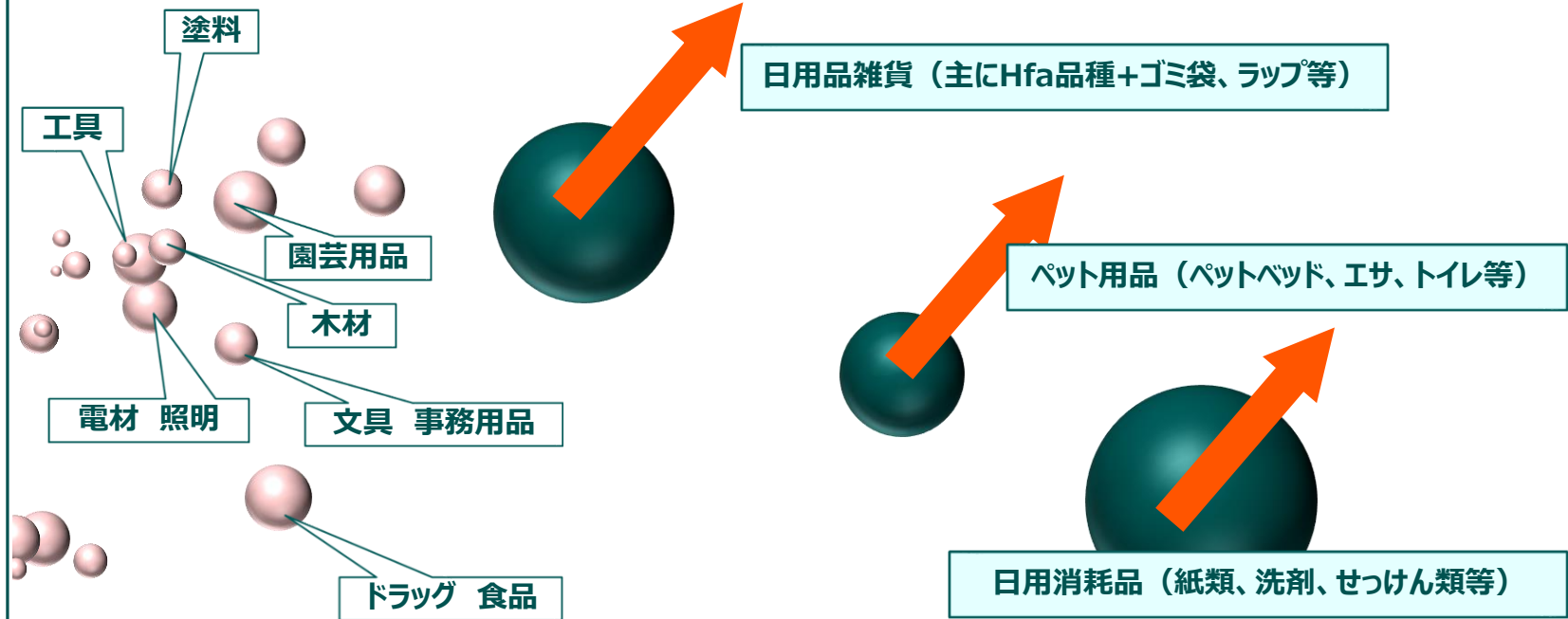
島忠事業 トピックス

ニトリ
HOME'S
家具・ホームセンター
HOME'S
島忠



- 相対的に販売数量の多い品や荒利益率の低い品を優先してPB商品開発へ。
→ 日用消耗品、ペット用品、日用品雑貨に先行着手

荒利益率



販売数量

島忠（PB商品開発）

- 島忠PB商品の第1弾として、トイレトーパーとBOXティッシュの販売を開始。
- 継続して島忠のPB商品開発を行い、荒利益率の改善へ。

商品名	BOXティッシュ	再生紙 トイレトーパー	パルプ100% トイレトーパー
商品画像			
売価（税込）	298円	398円	598円
商品詳細	200組(400枚)×5個パック 縦180mm×215mm	【ダブル】 幅108mm 30m×18ロール 【シングル】 幅108mm 60m×18ロール	【ダブル】 幅108mm 30m×18ロール 【シングル】 幅108mm 60m×18ロール
製造地	日本	日本	日本
売場例			

- ホームズ草加舎人店にて「N easy」を販売開始。
- ニトリ商品部で商品開発を行い、島忠ホームセンター売場内で展開
- 低価格帯の衣料品（下着・肌着、ルームウェア、アクティブウェアが中心）



価格帯
299円～1,990円の低価格帯

取り扱い品種
下着・肌着、ルームウェア、
アクティブウェアを中心に、
レディス、メンズ、キッズを対象に展開

売場面積
ホームセンター売場内に50坪で展開



▶▶▶ 全社トピックス



ニトリグループのSDGs（再資源化）

- 「廃棄時に分解しやすいポケットコイルマットレス」を開発。
- ニトリグループ初となる、グッドデザイン・ベスト100を受賞※



→ポケットコイルマットレスの再資源化まで見据え、業界初、分解しやすい構造を開発
→作業時間は約55分から約6分へ短縮、カッター等不要、家庭で容易に分解し処分が可能

お客様の不平・不満・不便を解決 (家庭で容易に分解し処分可能)



社会課題の解決 (処分困難物の再資源化を容易に)



※公益財団法人日本デザイン振興会

分解方法



※動画

<https://www.g-mark.org/award/describe/52220?token=BRyHgHZKZ4>

- 資源循環・再製品化推進の第1歩として、「羽毛布団リサイクルキャンペーン」を実施。
- 販売元にかかわらず店頭で無料回収し、解体・洗浄加工の上、羽毛布団に再製品化へ。
- 回収から再製品化・販売まで、100%自社循環させ環境負担の軽減へ。
- 羽毛布団約750枚回収、ダック約7.5万羽分相当。（Sサイズ1枚 ダック約100羽相当）
- 持込みのお客様のうち、約8割がニトリで新たに買物。（うち羽毛布団3割、他布団1割）

「羽毛布団リサイクルキャンペーン」 一部店舗にて期間限定で実施 (期間：2021年11月1日～11月28日)

限りある資源だから捨てる。より、リサイクルという選択。

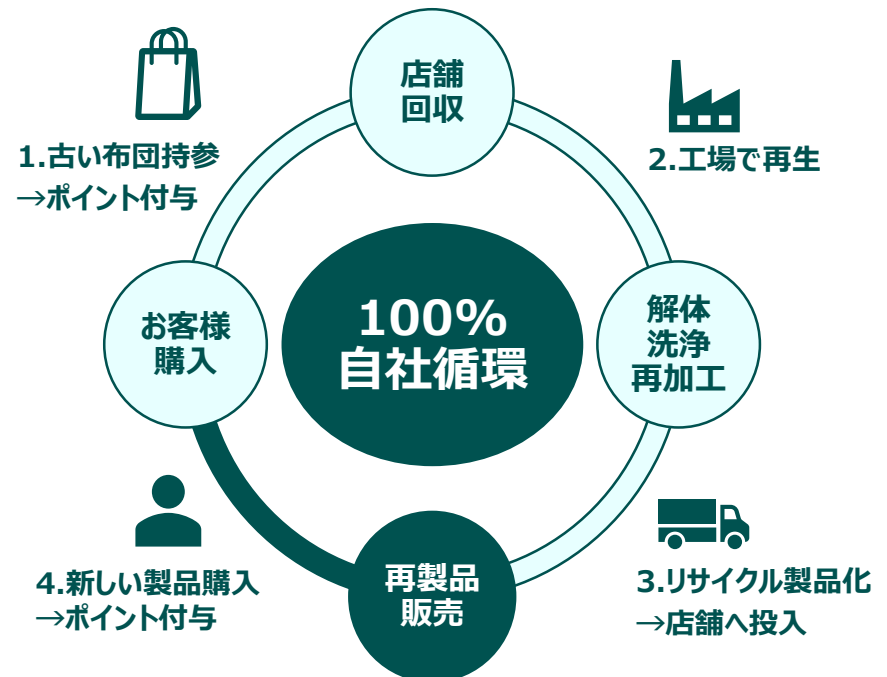
「捨てる」→「リサイクル」

ニトリグループでは循環型社会（サーキュラーエコノミー）に取り組んでいます。

限りある資源を使った羽毛ふとんは、回収し、ニトリの新しい羽毛ふとんに生まれ変わります。お客様のご協力が、環境保全につながっています。

— 未来にいいこと。みんなにいいこと。 —

回収から再製品化・販売まで 自社で100%循環を実現



- 気候変動に対する取り組みとして、「温室効果ガス排出量削減目標」を設定。
 - コーポレートガバナンスコード改訂に合わせて、TCFDの提言に基づく開示を実施。
- ニトリホールディングス「サステナビリティ」サイト内に公表

温室効果ガス排出量削減目標

（海外拠点を含むスコープ1 + スコープ2の排出量）

- 2030年度 ▲50%排出削減 ※2013年度比
（売上高1億円あたり排出量）
- 2050年度 カーボンニュートラル（実質排出量ゼロ）

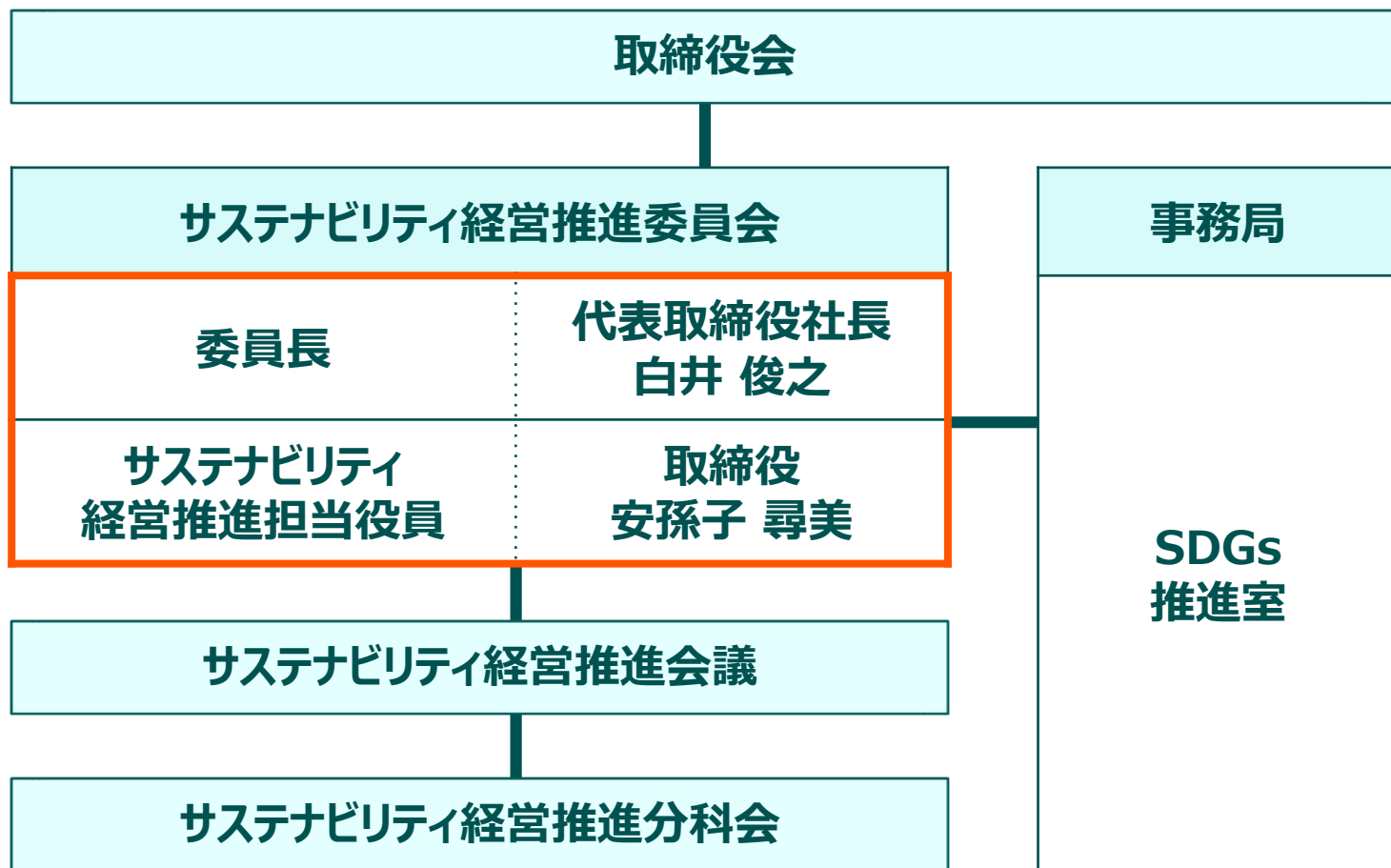
↓「サステナビリティ」サイトへのアクセスはこちら

<https://www.nitorihd.co.jp/sustainability/materiality03/index2.html>



ニトリグループのSDGs（ガバナンス体制強化）

- 「サステナビリティ経営」のガバナンス体制を強化。
- 「サステナビリティ経営推進委員会」の委員長をニトリホールディングス代表取締役社長に。
- サステナビリティ全般に関する課題をグループ全体で把握し、対応策を協議。



出店計画と業績予想



2022年2月期 出店計画



	期首 店舗数	3Q累計 純増数	4Q純増 予定数	期末 店舗数
	467	17	11	495
	106	23	11	140
	17	1	0	18
	61	▲2	▲3	56
 台湾	35	7	2	44
 中国	34	7	5	46
 アメリカ	2	0	0	2
 マレーシア	0	0	1	1
合計	722	53	27	802

2022年2月期末 802店舗を計画
前期末比 (+80店舗)



2022年2月期 通期連結業績予想

業績予想の変更はなし。

(単位：億円)

	2022年2月期実績		2021年2月期実績		増減	
		(売上比)		(売上比)		(増減率)
売上高	8,736	-	7,169	-	1,566	121.9%
荒利益高	4,582	52.4%	4,117	57.4%	464	111.3%
販売費及び 一般管理費	3,143	36.0%	2,741	38.2%	401	114.7%
営業利益	1,439	16.5%	1,376	19.2%	62	104.5%
経常利益	1,464	16.8%	1,384	19.3%	79	105.8%
親会社株主に帰属 する当期純利益	986	11.3%	921	12.8%	64	107.0%



【見通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通しの記述が含まれています。これらの記述は過去の事実ではなく、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。