

株式会社ニトリホールディングス
2026年3月期 決算説明会

2026年5月14日

連結業績概要



(単位：億円)

	2026年3月期		2025年3月期		前期比較	
	実績	売上比	実績	売上比	増減	前期比
売上収益	9,122	-	9,288	-	▲165	98.2%
荒利益高	4,854	53.2%	4,739	51.0%	114	102.4%
販売費及び 一般管理費	3,637	39.9%	3,485	37.5%	151	104.4%
営業利益	1,255	13.8%	1,176	12.7%	78	106.7%
税引前当期利益	1,273	14.0%	1,174	12.6%	99	108.4%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	892	9.8%	825	8.9%	67	108.1%

セグメント別業績概要

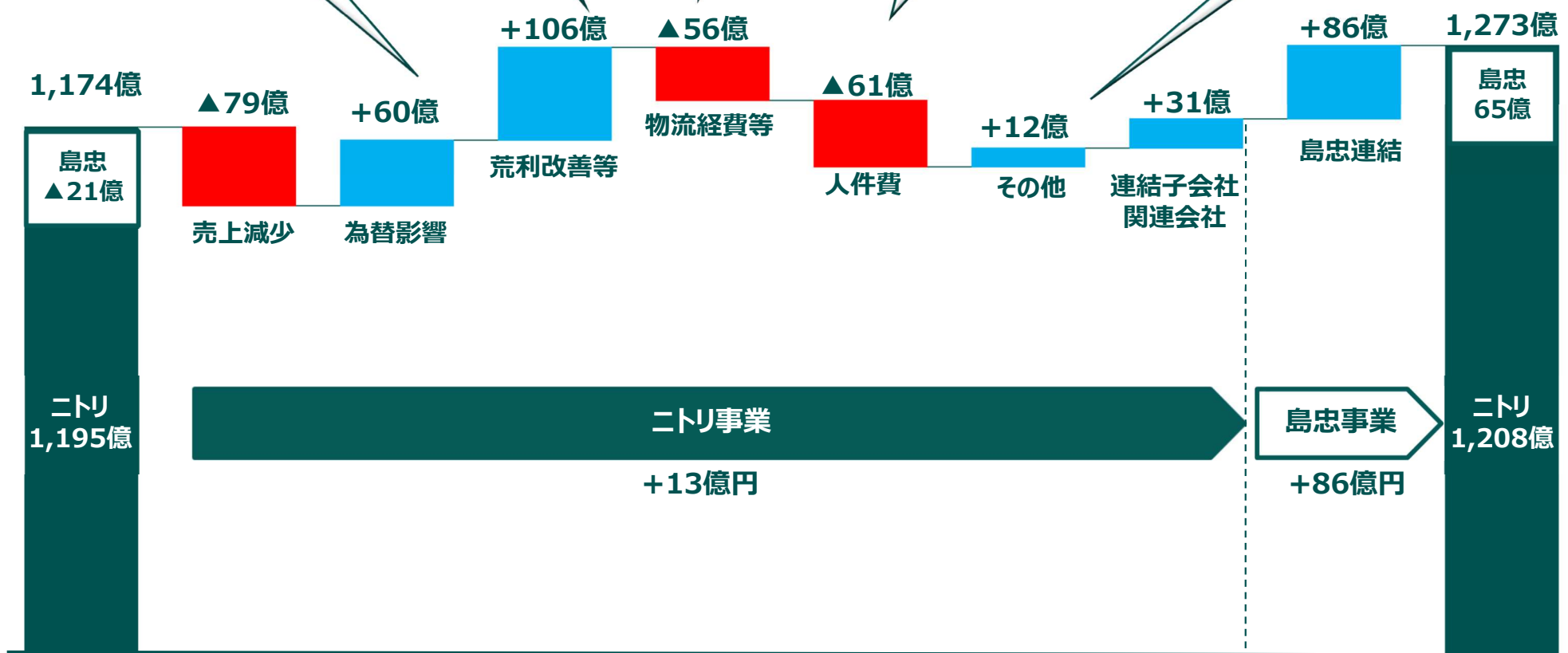


(単位：億円)

		2026年3月期		2025年3月期		前期比較	
		実績	売上比	実績	売上比	増減	前期比
ニトリ 事業	売上収益	8,161	-	8,208	-	▲46	99.4%
	営業利益	1,183	14.5%	1,189	14.5%	▲5	99.5%
島忠 事業	売上収益	1,102	-	1,195	-	▲93	92.2%
	営業利益	72	6.5%	▲12	-	85	-

税引前当期利益（前年差）

- 仕入為替影響+82億円
在庫為替影響▲22億円
- 原価低減による影響等
- 新DCの償却費等
- ベースアップによる給与単価の増加
社員数の増加
- 委託人件費の減少



2025年3月期
税引前当期利益
全社連結

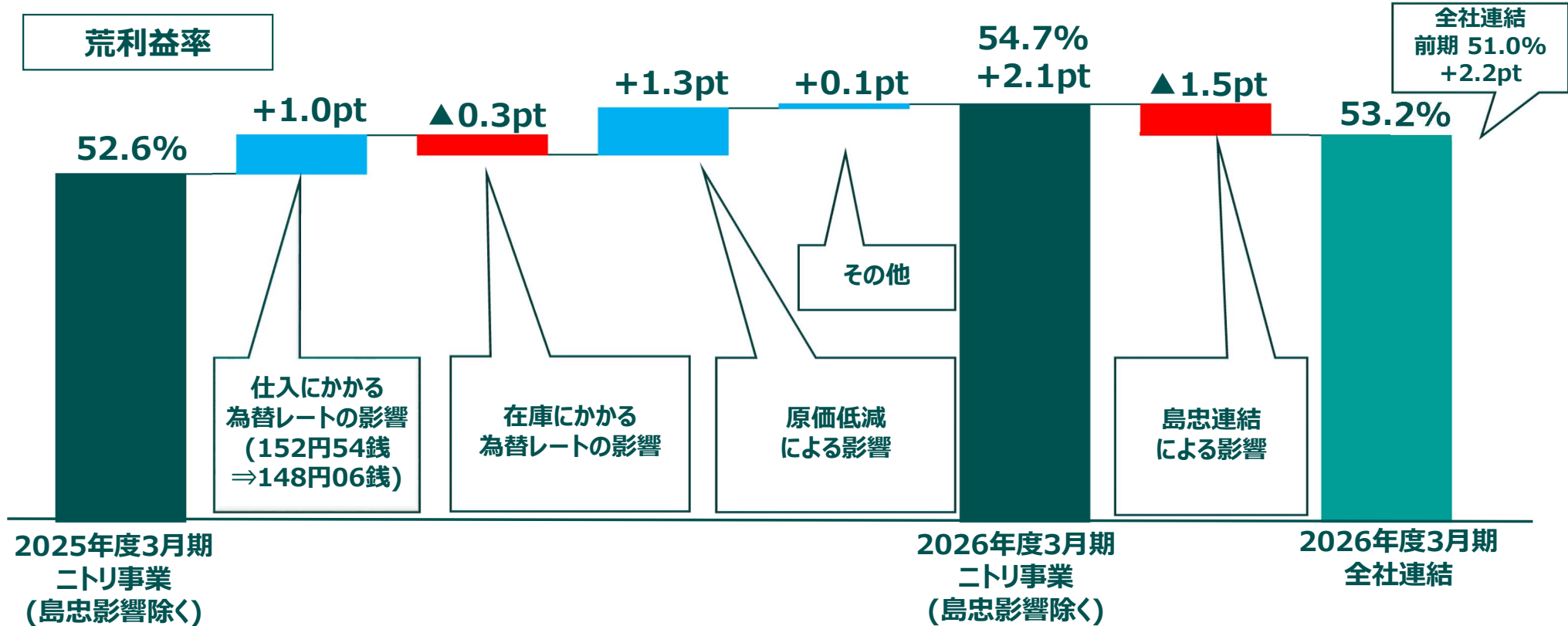
2026年3月期
税引前当期利益
全社連結

荒利益・販管費

販管費	金額	前期比	売上比	前期差
人件費	1,207億円	109.4%	13.2%	+1.4pt
賃借料	153億円	106.8%	1.7%	+0.1pt
発送配達費	338億円	98.9%	3.7%	+0.0pt
広告宣伝費	241億円	115.3%	2.6%	+0.4pt

販管費	金額	前期比	売上比	前期差
業務委託費	168億円	88.7%	1.9%	▲0.2pt
減価償却費	626億円	104.4%	6.9%	+0.4pt

設備投資等	
設備投資額	438億円



連結財政状態計算書



(単位：億円)

区分	科目	2026年 3月期	2025年 3月期	増減	主な増減要因
	流動資産	3,978	3,646	332	
	うち 現金及び現金同等物	1,450	1,360	90	当座預金+379 普通預金▲290
	うち 棚卸資産	1,221	1,127	94	商品+88
	非流動資産	11,733	11,647	86	
	うち 有形固定資産	9,090	9,051	38	機械装置+222
	うち 無形資産	99	93	6	ソフトウェア+37
資産合計		15,712	15,294	418	
	流動負債	3,234	3,536	▲301	
	うち 契約負債	294	305	▲10	
	うち 借入金	1,500	1,731	▲231	短期借入金▲231
	非流動負債	2,592	2,700	▲108	
	うち 借入金	100	200	▲100	長期借入金▲100
負債合計		5,827	6,236	▲409	
資本合計		9,885	9,057	828	利益剰余金+722
負債及び資本合計		15,712	15,294	418	

連結キャッシュ・フロー






(単位：億円)

	2026年3月期 実績	2025年3月期 実績	増 減	当期実績の主な内訳
営業活動による キャッシュ・フロー	1,489	1,443	45	税引前当期利益 1,273
投資活動による キャッシュ・フロー	▲551	▲1,278	727	有形固定資産及び投資不動産 の取得による支出 ▲414
財務活動による キャッシュ・フロー	▲865	12	▲877	短期借入金（3ヶ月以内） の純増減額 ▲200 リース負債の返済による支出 ▲360
その他	17	1	15	
現金及び現金同等物 の増減額	90	180	▲90	
現金及び現金同等物 の期末残高	1,450	1,360	90	
フリーキャッシュ・フロー	938	165	773	(営業CF + 投資CF)

2026年3月期 店舗数



地域	業態	期首 店舗数	期中 出店数	期中 退店数	純増数	期末 店舗数
国内	ニトリ・EX 	566	40	13	27	593
	デコホーム 	172	22	9	13	185
	Nプラス 	44	0	14	▲14	30
	島忠 	53	0	1	▲1	52
	小計	835	62	37	25	860
海外	台湾	68	6	1	5	73
	中国大陸	100	3	25	▲22	78
	香港	3	0	0	0	3
	韓国	5	5	5	0	5
	マレーシア	12	4	2	2	14
	シンガポール	4	3	1	2	6
	タイ	10	2	0	2	12
	ベトナム	3	1	0	1	4
	フィリピン	4	3	0	3	7
	インドネシア	3	3	0	3	6
	インド	1	0	0	0	1
	小計	213	30	34	▲4	209
合計		1,048	92	71	21	1,069

主要経営効率の推移 (1)

	番号	効率項目	単位	目標	IFRS			
					当期評価	2026.3	前期評価	2025.3
全社連結	1	総資本税引前利益率	%	15%以上	×	8.2	×	8.0
	2	総資本回転率	回	2回以上	×	0.59	×	0.63
	3	営業収入税引前利益率	%	10%以上	○	14.0	○	12.6
	4	1株あたり当期利益高	円	100円以上	○	158.0	○	730.4
	5	親会社所有者帰属持分当期利益率	%	15%以上	×	9.4	×	9.5
	6	親会社所有者帰属持分比率	%	60%以上	○	62.9	×	59.2
	7	インタレスト・カバレッジ	倍	20倍以上	○	117	○	150
	8	総売上収益増加率	%	10%以上	×	▲1.8	×	3.6
	9	税引前利益増加率	%	10%以上	×	8.4	×	▲5.9
	10	総売上総利益率	%	48%以上	○	53.2	○	51.0
	11	損益分岐点売上収益比率	%	80%未満	○	70.5	○	69.5

※ 目標値に関して、日本リテイリングセンターが定める経営効率数値のあるべき値に基づく

※ 4番「1株あたり当期利益高」について、株式分割（1株につき5株への割合をもって分割）を実施しております。

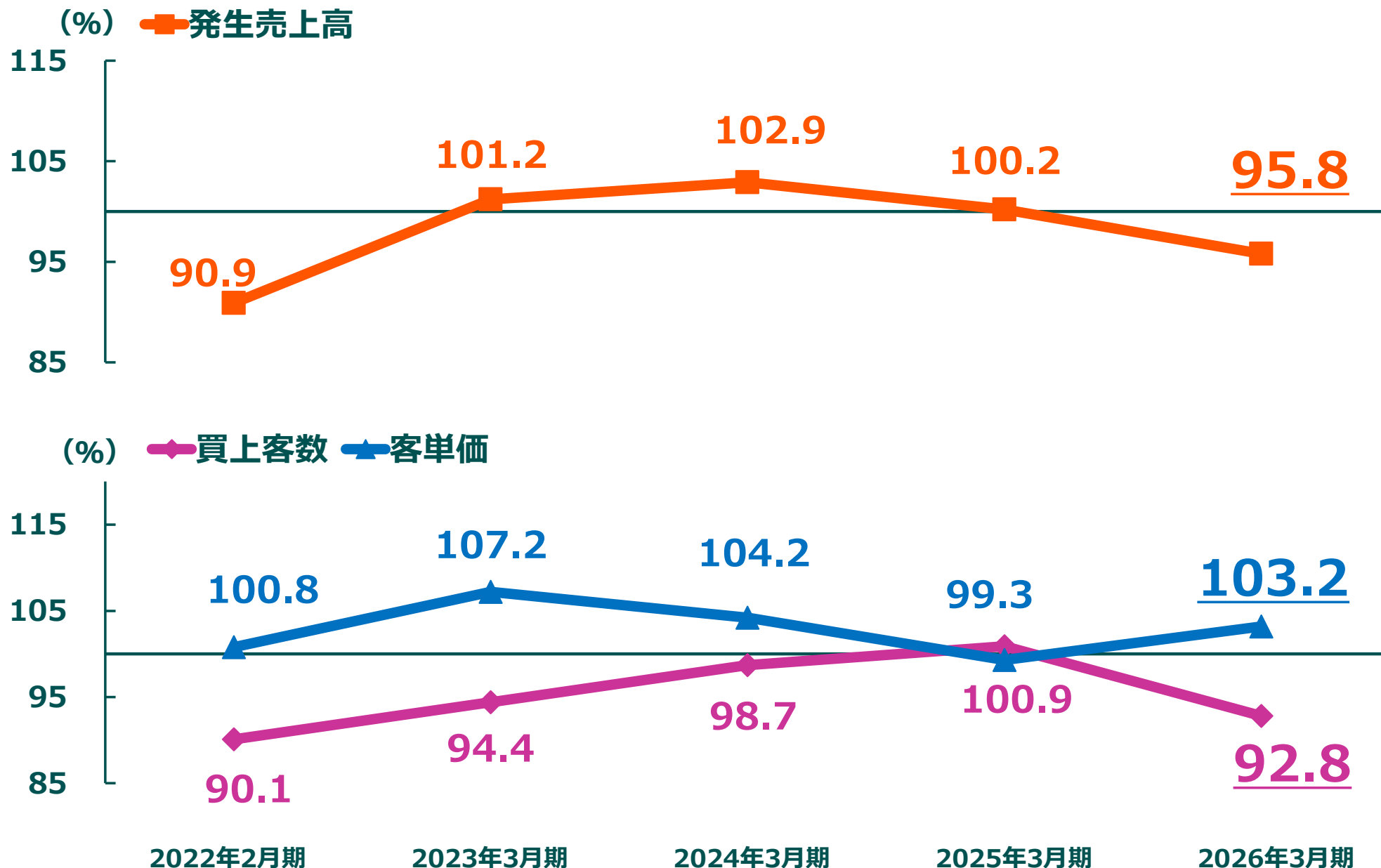
主要経営効率の推移 (2)

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	2026.3	2025.3	2024.3	2023.3	2022.2
	12	売場販売効率	万円	95万円以上	○	97.4	102.2	102.4	114.1	101.9
	13	商品回転率	回	9回以上	×	4.4	5.1	4.5	5.3	5.4
	14	販売資産回転率	回	2.9回以上	×	2.4	2.6	2.6	3.4	3.4
	15	利潤分配率	%	20%以上	○	27.0	28.9	32.0	33.7	37.1
	16	不動産費分配率	%	25%未満	○	23.9	25.9	24.0	21.7	22.7
	17	販促分配率	%	6%以下	×	6.7	5.2	5.4	4.7	4.3
	18	労働生産性	万円	1,000万円以上	○	2,051	2,039	2,056	2,094	2,069
	19	従業員1人当り売場面積	坪	60坪以上	×	39.3	38.4	38.2	35.3	37.5
	20	坪あたり営業利益高	万円	15万円以上	×	12.6	14.1	16.0	18.7	19.2
21	坪あたり在庫高	万円	9万円以下	×	11.2	10.5	11.5	10.7	8.5	
22	平均従業員年齢	歳	30歳~35歳	○	33.3	33.6	34.3	34.3	33.5	
評価成績 (○勝/×敗)						11勝11敗	10勝12敗	13勝9敗	15勝7敗	16勝6敗

ニトリ事業 トピックス

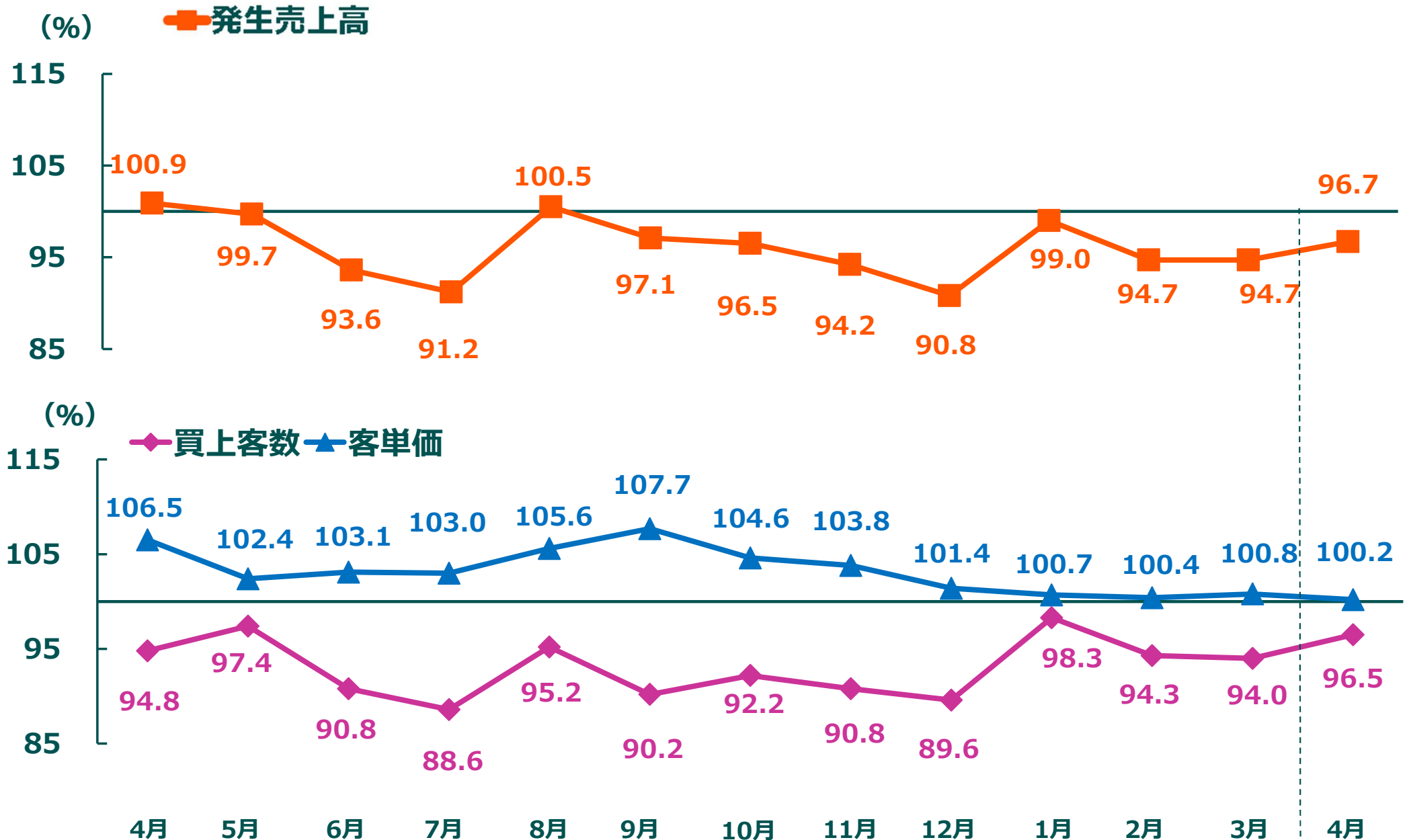


既存店前年比推移（年度別）



※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

国内既存店前年比推移 (月次)



※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

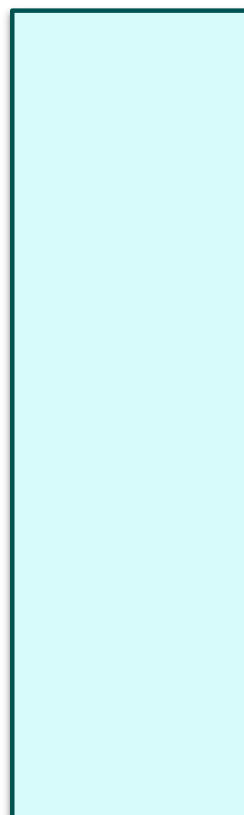
ニトリ事業 売上収益



ニトリ事業売上収益 8,161億円
前期比 99.4%

(単位：億円)

8,208



8,161



2025年3月期

2026年3月期

売上収益		金額	前期比
店舗売上(海外含む)		6,777億円	99.8%
店舗外売上 (海外含む)	通販	908億円	93.8%
	法人& リフォーム	174億円	109.1%
賃貸料収入		78億円	97.7%
その他		222億円	104.9%
合計		8,161億円	99.4%

販売チャネル別売上構成比		
店舗 (ニトリ・デコホーム)	75.7%	▲0.9pt
通販	11.0%	▲0.5pt
法人&リフォーム	2.1%	+0.2pt
海外	7.6%	+1.2pt
その他	3.6%	±0.0pt

新商品 月別のSKU比率

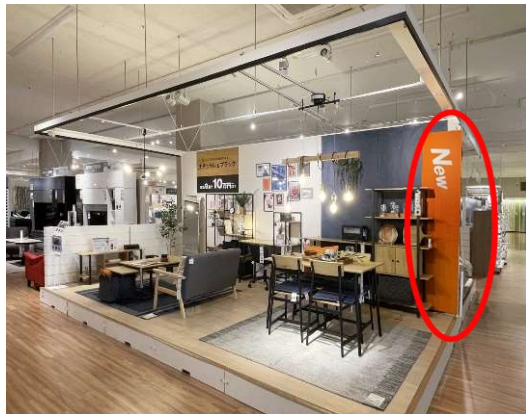
- 新商品SKU比率は12月の15%から8pt増加し 23%を実現

年度 / 月度	2025年度								2026年度						
	実績								実績	計画					
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	2Q	3Q	4Q	
当月発売 新商品数	374	474	1,551	674	708	840	1,370	804	1,464	925	1,106	2,800	3,500	3,600	
1年以内販売 新商品 SKU比率	13%	15%	16%	15%	15%	17%	21%	23%	24%	25%	26%	29%	34%	38%	

新商品増加後の売場



家具売場



ホームファッション売場



**メイン通路沿い以外の売場でも
新商品が充足してきていることが実感していただける状態**

第4四半期 売上貢献した 家具 新商品

1位 : マットレス ZC001シリーズ

かんたん分別構造
ポケットコイルマットレス

ZC001 EMシリーズ

厚さ約21cm。

ポケットコイルと、波型ウレタンを
詰め込んだ厚みのあるマットレスが、
効果的に体圧を分散。



「かんたん」に分別できる



ミシン目には赤い目印があるので分かりやすく、
スムーズに分解できます。

※画像はシングルマットレス(ZERO EM)を使用しています

売価

14,990円 (シングルサイズ)

特徴・ポイント

- お求めやすい価格だが厚みがあり、寝心地が良い
- ラクに持ち帰ってその日にすぐ使える圧縮梱包
- 捨てる時まで配慮した簡単分別仕様

2位 : シェルフデスク JH01シリーズ

デスクの上がスッキリ/
たっぷりしまえるシェルフ×デスク

必要なものが一目瞭然の
オープンシェルフ

プリントや小物は磁石でベタリ
マグネットボード

新必需品
タブレットスタンド付き



お部屋に合わせて選べる3カラー

ブラウンの2色はアイアンのブラックをアクセントに。
ホワイトウォッシュはアイアンもホワイトに統一。

LIGHT BROWN
ライトブラウン

MIDDLE BROWN
ミドルブラウン

WHITE WASH
ホワイトウォッシュ



売価

59,990円

特徴・ポイント

- デスクの上がスッキリ、たっぷりしまえる
- 子供から大人まで、成長に寄り添い使用できる
- マグネットボード、タブレットスタンド付き

第4四半期 売上貢献した ホームファッションソフト 新商品



1位 :点で支える 体圧分散敷布団



裏面の調湿センサー付き
除湿シートのおすすめポイント

1. 最大吸湿量 **660cc** コップ約3杯分
2. 4大消臭加工
3. 防ダニ・カビ加工

約1500個の点が体全体を支えて
体圧を分散します。



2位 :隙間ブロックカーテン RD120 シリーズ



売価

14,990円 (シングルサイズ)

特徴・ポイント

- 年間14万枚販売の人気シリーズをアップグレード
- 寝心地を維持したまま、裏面に除湿シートを追加
- 旧モデルより1,000円値下げ (シングルサイズ)

売価

5,490円(幅100cm×丈110cm 2枚入り)

特徴・ポイント

- 3層式の生地で遮光1級、遮熱、遮音
- 側面はL字形状、中央はマグネット付きで光・すきま風・音をブロック

第4四半期 売上貢献した ホームファッションハード 新商品

1位 : STスチールメッシュラック シリーズ

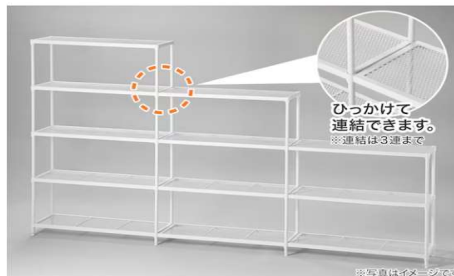
STメッシュ 奥行(30cm)

リビングに馴染んで
連結可能な
スチールラック

棚板1枚あたり
耐荷重 **30kg**

※当商品以外の一部にAIで作成された
画像を用いています。

おすすめポイント
連結して使うことができる!



2位 : 解凍プレート付きまな板 KY083 シリーズ

熱伝導率が高い
アルミニウム製

✓ドリップが出にくい

✓自然解凍より
時短

✓味・食感の劣化を抑制

冷凍食材を効率良く解凍

- ・冷凍肉 (ステーキ、ひき肉、薄切り)
 - ・冷凍魚 (刺身ブロックなど)
 - ・冷凍野菜・冷凍弁当の具材
- ※写真はイメージです

- ここが
進化!
- ✓ 解凍プレート面およびまな板面の面積が約20%拡大
 - ✓ 持ち手およびシャープナーの位置が真ん中から端に移動

1枚4役!

解凍 カット

冷凍食材を効率良く解凍

包丁を研ぐ

薬味おろし

RENEWAL

リニューアールしました! //

旧品

新商品

売価

5,990円 (幅65cm、2段)

特徴・ポイント

- インテリアになじみやすいデザイン
- スチールラックの機能性はそのまま
- 隙間なく連結でき、メッシュ天板で物が落ちにくい

売価

1,490円 (Mサイズ)

特徴・ポイント

- 冷凍食品を効率良く解凍できる
- より多くの食材を置けるように解凍面を改良
- シャープナー位置も見直し、さらに使いやすく

第4四半期 売上貢献した 家電 新商品



1位：410L 4ドアファン式 冷凍冷蔵庫

奥行約**59cm!**
大容量薄型冷蔵庫

大型家電 **5年** 保証無料

壁際にもピタッと収まる。
※壁から背面1cm以上、側面0.4cm以上のスペースが必要。

無駄な隙間をなくして、
キッチンをもっとスタイリッシュに。

410L
冷蔵 273L 冷凍 137L

※メーカー保証1年+Nitori大型家電保証4年の合計5年保証

売価

99,900円

特徴・ポイント

- 大容量ながら奥行約59cmで、奥まで手が届く
- 両開き扉で開閉空間が省スペース
- 冷凍室は6BOXで整理しやすい

2位：Mini LED TV シリーズ (55・65型)

大画面なら、**Mini LED**

色鮮やかで、深い黒。

Mini LED 従来品

どの角度からみても色が褪せることのない
広視野角パネルを使用。
設置場所を選ばず楽しめる。

売価

79,900円 (55型)

特徴・ポイント

- MiniLEDバックライトを細かく分割・制御することで明暗のメリハリが生まれ、色鮮やかで黒が深く、まるで映画館のような迫力を実現

2026年2月17日、18日に春夏に新発売する商品の展示会を実施 来場者から好評を得ました

- ニトリ・デコホームで約300の新商品を展示（前回展示会の2倍の商品数）
- 6月までに発売する3,500アイテムから厳選した新商品を展示
- アパレル（N+、Neasy）新商品も展示
- 来場者 1日目：投資家・メディア・アナリスト 2日目：インフルエンサー と分けて開催

AIマットレス

身長・体重・体動に自動適応
399,900円（Sサイズのみ）

低価格組立家具

シリーズ(12点)一式で13万円以下
食卓4点19,990円

アパレル（Nプラス）

客層を広げ、リブランディング
ふんわりやわらかニット 2,990円

会場の様子

アイスクリームメーカーや
トースターなど試食体験の様子



※マットレスに学習機能はありません



※写真は9点での組み合わせ



“ベッド下のスペースを有効活用”

- 収納ベッド「Nジオシリーズ」に、310リットルタイプを追加
- 今までニトリになかった、足元に引き出し収納付き
- シングルフレーム 売価 59,990円 ※マットレス別売り



夏の定番Nクールシリーズラグの極冷シリーズに新商品登場 (Q03シリーズ)

- ついつい床で過ごしたくなる厚さ30mmのウレタン使用
- 表面の生地の編み方を変えることで柄を表現
- 今までになかった「さらっとした肌触り」
- 売価 7,990円 (約130×185cmサイズ)



防汚加工

水性汚れも
油性汚れも
落ちやすい。



※防汚加工は、汚れを完全に落ちるようにしたものではありません。

防音

生活音を
やわらげるのにも
役立ちます



※防音性程度は自社試験による。防音性機能は住宅構造や環境により大きく影響されます。

※当商品以外の一部画像にAIを用いています

“ニトリの吸水性No.1 タオルSH01がリニューアル”

- 特許取得の独自構造を採用し、圧倒的な吸水力を実現
- トレンドのストライプ柄を新たにカラーバリエーションへ追加
- 売価：599円（フェイスタオル）、年間販売予定100万PCSを計画（全サイズ）



“時短と美味しさを両立” 瞬間発熱フラッシュトースター

▪ 売価 7,990円



食パンが
4枚同時に
焼ける※1

焼き網を
はずして
丸洗ができる

スライド式
くず受け皿
付き

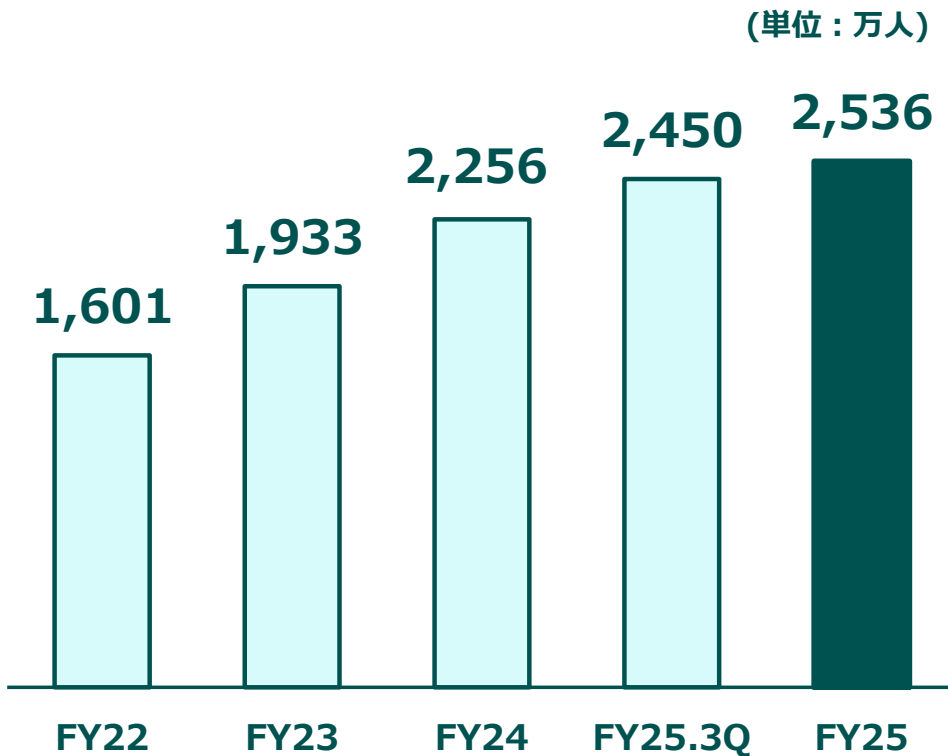
15分
タイマー

ハイパワー
1390w
type

※スイッチを入れてからヒーターが赤熱し始める時間。自社調べ(当社指定条件下)

- 2026年3月末のアプリ会員が2,536万人（期首+280万人）
- 足元と将来の来店基盤を支える2軸の施策

アプリ会員数推移



当期目標会員数 2,500万人
 目標会員数+36万人 (101.4%)

“足元”の来店基盤を支える施策

▪ アプリ新規入会特典

↳ アプリ新規入会、3,000円(税抜)以上購入で**500**ポイント贈呈

500
 期間限定
 (60日間) ポイント



“将来”の来店基盤を支える施策

▪ ゴールド会員

↳ 年間3万円(税抜)以上の商品購入で翌年のポイントが**3倍**



- EC販売店舗受取の強化（店舗受取件数前年比118%）
- EC総合モール化（グループ各ブランド+マーケットプレイス）

EC刷新

■ 購入動線の改善

- └ 配送、店舗受取それぞれの納期や送料の視認性が向上
- └ 梱包サイズがわかりやすく表示
- └ よく行く店舗の在庫状況も表示



送料
不要

店舗受取りサービス



ネットで注文、店舗で受取り

15時までの
ご注文で
最短当日
受取り可能！

梱包サイズ（約）※単位：cm



総合モール化

ニトリグループのブランド



ニトリネットマーケットプレイス



■ ブランド横断での商品展開

総合モール化を契機に、各ブランドECサイトで販売していた商品の販売実績が改善

新商品展示会 2月17日、18日

ニトリ・デコホームの新商品約300点を厳選し、投資家・メディア・アナリスト・インフルエンサー向けに展示会を開催



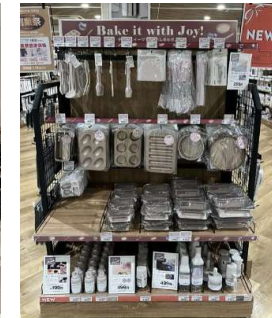
売場の改善

“コンコース沿い売場変更周期の改善”

8週に1度 変更

3週に1度 変更

売れる・売りたい商品



高頻度で売場の顔が変わり
売れる・売りたい商品が前面で展開可能に

新品種の拡大

2025年
SS

2025年
AW

2026年
SS

軽量・はっ水リュック
販売開始



軽量・はっ水リュック
色・形状拡大



ニットバッグ販売開始



2WAYバッグ追加
ニットバッグ拡大



EC売上実績好調

“デコホームのEC売上高 前年比111.8%で推移”
売上高EC化率15.6%

2026年度出店拡大 (33店舗)



N+

トータルコーディネートの大人数。



2026年3月末で30店舗

マジックベルトストレッチパンツシリーズ

累計販売数 18万本突破

春カラーが登場 全8色展開

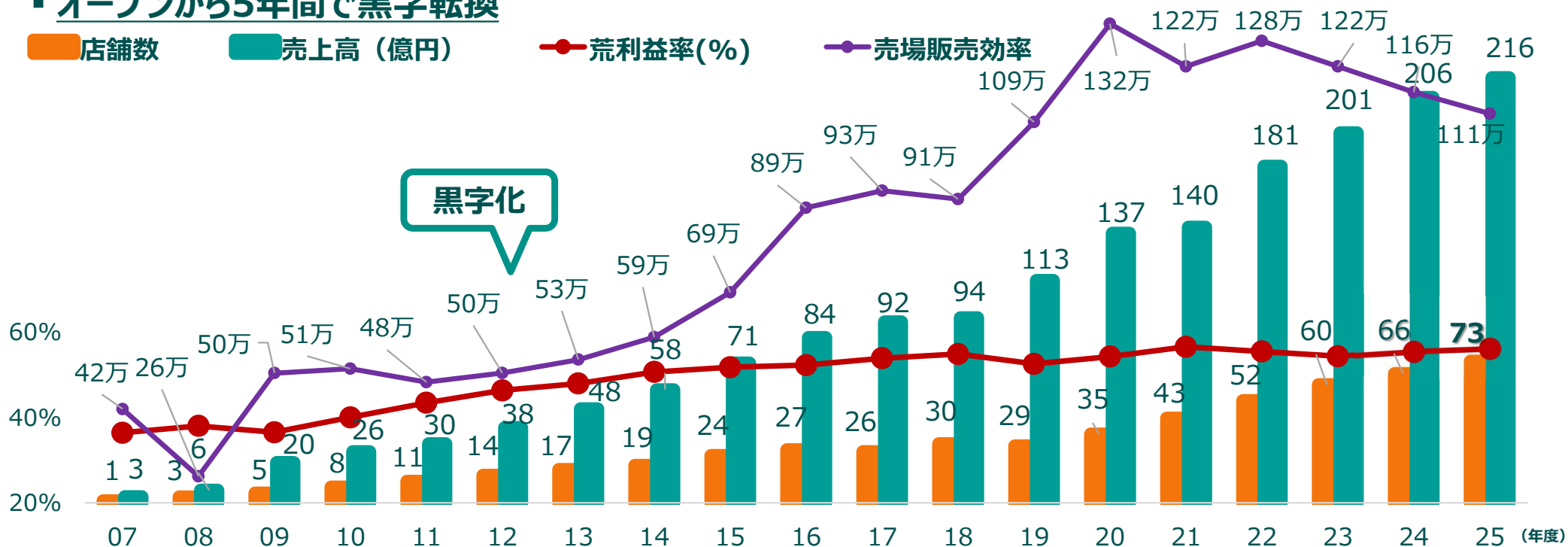
2026 SPRING COLLECTION

2 配色のカラーコーディネートをご提案

台湾での成功事例を基に 海外事業の課題解決へ導く

台湾

- 売場拡縮・店舗面積の適正化によって売場販売効率を改善
- オープンから5年間で黒字転換



海外事業の課題

【売場販売効率を上げる】 【荒利益率を上げる】 【販管費率を下げる】

- 営業利益高が大幅改善（前年比）
- 収益構造の改善を経て、2026年度出店拡大に向けた基盤を確立

売場販売効率を上げる

荒利益率を上げる

販管費率を下げる

- ① 売上構成・面積構成差を是正
- ② 適正面積の出店・減面改装
- ③ 訴求力のある売場に改装

- ① 適正売価見直し
- ② 値下げを伴う販促の抑制
- ③ 商品入替による原価低減

- ① 不採算店舗の閉店
- ② 物流経費コントロール
└ 家具縮小に伴い物流拠点再編成
輸送手段・契約方法の変更

売場販売効率（前年差）

+ 2.3pt

荒利益率（前年差）

+ 5.4pt

販管費率（前年差）

▲ 7.4pt

営業利益率（前年差）

+ 12.8pt

■ 店舗数を増やし、利益体質強化の基盤づくり

売上収益を増やす

荒利益率を上げる

販管費率を下げる

① 新規店舗出店

└ 純増数13店舗

② EC新規出店

└ フィリピン・インドネシアEC出店

③ 分類別売場面積適正化

④ 不足品種・新品種の拡大

① SKUの削減

└ 値入率の低い継続品、試売品、中止品の削減

② 売価の見直し

└ 競合調査し適正な売価へ

③ 産地から直接コンテナ仕入

└ 中国、ベトナムから産地混載仕入

① 経費削減プロジェクト

└ 備品自社開発・業者変更

② 物流経費コントロール

└ DC減面・保管ラック導入
車両単価見直し
庫内作業単価見直し
玄関先納品
1台当たり宅配件数改善

売上収益 (前年比)

+47.6pt

荒利益率 (前年差)

+3.0pt

販管費率 (前年差)

▲2.0pt

島忠事業 トピックス

家具・ホームセンター
HOME'S
島忠

HOME'S

SAITAMA CHUO

ニトリ×島忠 一体型店舗



“シナジーを創出する一体型店舗”

- 同建物各階に島忠・ニトリそれぞれの店舗を出店
ホームセンター・ホームファッション・家具すべてが揃う一体型店舗



収益性が高い一体型店舗（館）へ



7店舗が12月に一体型店舗として
リニューアルオープン

一体型店舗数：13店舗

2026/4/3 4店舗オープン
川越小仙波・さいたま中央・東村山・横浜岸谷

■ PB構成比の改善と、収益構造の見直しによる利益体質の最適化

売場販売効率を上げる

荒利益率を上げる

販管費率を下げる

①客数対策

└催事・アプリ施策・爆安挑戦セール

②売場改装、プロトタイプ^oの売場作成

③棚割り見直し、品種拡大

①PB開発

└販売強化_売上構成比UP

②在庫適正化

└計画ロス管理

③原価低減

└原価ダウン・商品入替

①不採算店舗の閉店

②オペレーション構築・人時適正化

③本部業務効率化

売場販売効率（前年差）

+ 3.6pt

荒利益率（前年差）

+ 0.7pt

販管費率（前年差）

▲ 1.0pt

営業利益率（前年差）

+ 1.6pt (店舗事業：+ 1.3pt)

ニトリグループ トピックス



“物流基盤構築”

■ 中長期成長を見据えた物流基盤の構築

国内最大級の物流インフラ

※物流業を除く事業会社の中で

効率化

6拠点の新DCが稼働

石狩・神戸・名古屋・幸手・仙台・福岡



物流拠点合計

約43.2万坪

DC（在庫拠点） 約40.2万坪
営業所（宅配拠点） 約3.0万坪



ニトリ・デコホーム店舗売場合計

約84.3万坪

“店舗の約1/2以上の面積”

3Dシャトル型新マテハン導入

保管効率2.5倍

段階的な設備拡張が可能



- 保管効率が上がり、DC新設コスト抑制
- ロボットが自動でパレットの入出庫をする事により、作業人時の削減を実現
- 従来より取り組んでいるパッケージの小型化と併せ総合的なコスト削減を実現

“新生活×「サステナブルな暮らし」提案売場”

- 新社会人・新大学生 = SDGsが義務教育となっている世代へ訴求
- 「サステナブル」という新たな視点で、商品の魅力や価値を知っていただく



暮らしに寄り添う、サステナブルな提案



“サステナブルな暮らし”

「日々のちょっとした工夫で、誰でも、
気軽に、資源を大事にできる暮らし」

“未来のお客様である子どもへのファンづくりの取り組み”

- ベネッセと協業してニトリグループのサステナブルな取り組みを教材化
- 「つかい終わったあと」までを見据えた商品づくりやサービスを広く知ってもらう機会に

The infographic on the left, titled "ぐるっとまわる! ニトリのものづくり" (Going around! Nitori's product making), shows a circular process: 1. つくる (Make) - represented by a blue square icon and a factory photo; 2. はこぶ (Deliver) - represented by a green truck icon and a warehouse photo; 3. つかう (Use) - represented by a yellow chair icon and a living room photo; 4. つかい終わったあと (After use) - represented by a pink recycling icon and a photo of hands holding a folded cloth. A central circular arrow connects these stages. Below the infographic is the text: "ニトリは、ただモノをつくって売っている会社ではないんだね" (Nitori is not just a company that makes and sells things). To the right, a photo shows a classroom scene titled "公開授業イベントの様子" (Classroom event scene). A teacher is holding a large cardboard box, and students are participating. The chalkboard has Japanese text about recycling and environmental care, including "RED STAR" and "ニトリは、ごみを減らすためにどのような工夫をしているのか" (How is Nitori working to reduce waste?).

- 全国の公立小中学校 約10,200校、360万人以上の児童・生徒が利用する
ベネッセの小中学生向けWEB学習システム「ミライシード」にて配信

2027年卒大学生対象「就職企業人気ランキング」にて
ニトリが4年連続で文系1位を獲得（日本経済新聞社・マイナビ調査）

※2026年4月20日発行 日本経済新聞より

文系総合

順位	企業名	昨年 順位
1	ニトリ	1
2	味の素	3
3	伊藤忠商事	4
4	コナミグループ	10
5	セガ	13
6	全日本空輸（ANA）	8
7	JTBグループ	7
8	トヨタ自動車	12
9	みずほフィナンシャルグループ	2
10	Sky	16

理系総合

順位	企業名	昨年 順位
1	味の素	2
2	Sky	3
3	KDDI	4
4	本田技研工業(Honda)	13
5	三菱重工業	7
6	ダイキン工業	115
7	デンソー	10
8	トヨタ自動車	8
⋮	⋮	⋮
14	ニトリ	13

キャリアデザインプログラムアワード“優秀賞”を受賞

第8回「学生が選ぶキャリアデザインプログラムアワード」インターンシップ／仕事体験コース（就業体験型）

- 店舗就業体験「ストアマネジメントコース」での受賞
- 学生投票による評価に基づくアワード選出
- 店舗経営の実態とやりがいを伝える完成度の高い就業体験として評価

新卒採用

- 2026年ニトリグループ新入社員**654**名入社
- 2026年度より総合職採用において通年採用導入“脱日本型雇用”
従来の4月、10月に加え7月および1月を新設



2027年3月期 重点課題



営業利益最大化

【安さ】と【あるべき商品構成】の実現

商品

① 新規商品開発

- └マーチャンドライザーを52名から99名へ増員
- └マーチャンドライザー出張日数増加 83日から162日
- └競合の商品構成マップを常に最新化
- └他社の入替頻度を定量的に把握し、自社の投入スピードや商品寿命の妥当性を検証
- └商品開発リードタイム短縮（6か月から3か月体制）

② 荒利益率の向上

- └バーチカルマーチャンドライジングの推進

③ 在庫管理精度向上と中止残の消化

④ 円安基調でも利益がでる商品開発

- └円安基調でも荒利益を毀損しない原価設計と調達先開発

売場

① 売場改革

- └新商品
 - └商品が主役の売場と販売計画
 - └売場の30%は新商品、主通路は50%で構成
 - └元売場でも新商品が埋もれない情報発信
- └全商品
 - └コーディネートでのプレゼンテーション開発

② ローコストオペレーション

- └固定作業頻度と作業種類の削減

③ SC店舗買上客数・大型店客単価対策

- └SC店：買上客数対策
- └大型店：客単価対策

④ 共用部催事拡大

⑤ リーシング戦略の強化

⑥ 顧客満足度向上・来店頻度向上

利益体質の強化

売場販売効率を上げる

- ① 新規出店⇒市場シェア獲得
- ② EC事業の拡大
 - └ ASEAN：EC売上高前年比207%
 - └ 中国大陸：クイックデリバリー拡大
- ③ 売場改装
 - └ 部門別の拡縮
 - └ ゴンドラ奥行40cm開発
 - └ 家具60坪型開発
 - └ Mix棚割り作成
- ④ 地域ごとのニーズにあった商品構成
- ⑤ 発注・在庫精度向上
 - └ 機会損失を抑制、欠品をゼロへ

荒利益率を上げる

- ① グローバル共通商品開発
- ② 新規商品開発・原価低減
 - └ 新しい地域・工場の開拓
 - └ 原価がより低い調達先、調達方法へ
 - └ 低価格商品・機能性商品の開発
 - └ 中国全土向けの産地開拓
 - └ サプライヤー提案会の拡大
- ③ 商品供給体制作り
 - └ 混載出荷・適量出荷
 - └ 社内組織効率化・商品開発人員増員
 - └ 貿易業務の技術向上
 - └ 新規商品投入までのリードタイム短縮
 - └ 海外直接仕入率の向上
 - └ バーチャルマーチャンダイジングの推進

販管費率を下げる

- ① 稼働計画・作業割当精度向上
 - └ 人材教育・マニュアル化
- ② 人件費率の削減
 - └ 業務標準化と省人化
- ③ 物流経費率削減
 - └ 倉庫運営省人化
 - └ 契約見直し・新契約
 - └ AI活用・導入、RPA活用
 - └ 道具・ツール開発
- ④ 本部経費の削減
 - └ AI活用・導入、RPA活用

利益体質の強化

売場販売効率を上げる

- ① 新品種の拡大
└ Neasy（150坪・80坪拡大）
- ② 高収益分類の拡大
└ 部門別採算で見た
分類毎の面積拡縮
- ③ 共用部催事の拡大
- ④ リーシング戦略の強化
- ⑤ 販促の費用対効果最大化
└ 折込チラシの回数、部数の見直し
└ 接触率・配布率の向上

荒利益率を上げる

- ① 価格・品質・品ぞろえの強化
└ PB商品の開発・販売の強化
└ PB販売構成比前年比+4.7pt
└ 海外展示会でのソーシング拡大
- ② 商品構成の最適化
└ 棚割り診断
└ 不振分類に対する観分判
- ③ 在庫の適正化
└ 死に筋商品のカット
- ④ 計画ロスの削減
└ 処分値下げ抑制
└ 廃棄を抑制





販管費率を下げる

- ① 稼働計画・作業割当習得
└ 人時コントロール技術向上
- ② 業務改革
└ 作業のIT・DX化
└ 業務スマホ・電子プライス
・予約サービス
- ③ ローコストオペレーション
└ 作業手順変更
(入荷処理・品出し)
└ 本部経費削減
└ 事務業務刷新・センター化

出店計画と業績予想



2027年3月期 出店計画

地域	業態	期首 店舗数	純増数	期末 店舗数
国内	ニトリ・EX 	593	22	615
	デコホーム 	185	33	218
	Nプラス 	30	5	35
	島忠 	52	1	53
	小計	860	61	921
海外	台湾	73	13	86
	中国大陸	78	20	98
	香港	3	4	7
	韓国	5	6	11
	マレーシア	14	7	21
	シンガポール	6	3	9
	タイ	12	7	19
	ベトナム	4	5	9
	フィリピン	7	7	14
	インドネシア	6	7	13
	インド	1	3	4
	小計	209	82	291
合計		1,069	143	1,212

2027年3月期 連結業績予想

- 既存店売上高前年比（ニトリ+デコホーム+通販）通期102.0%
- 社内レート：1ドル155円
- 設備投資見込額590億円

（単位：億円）

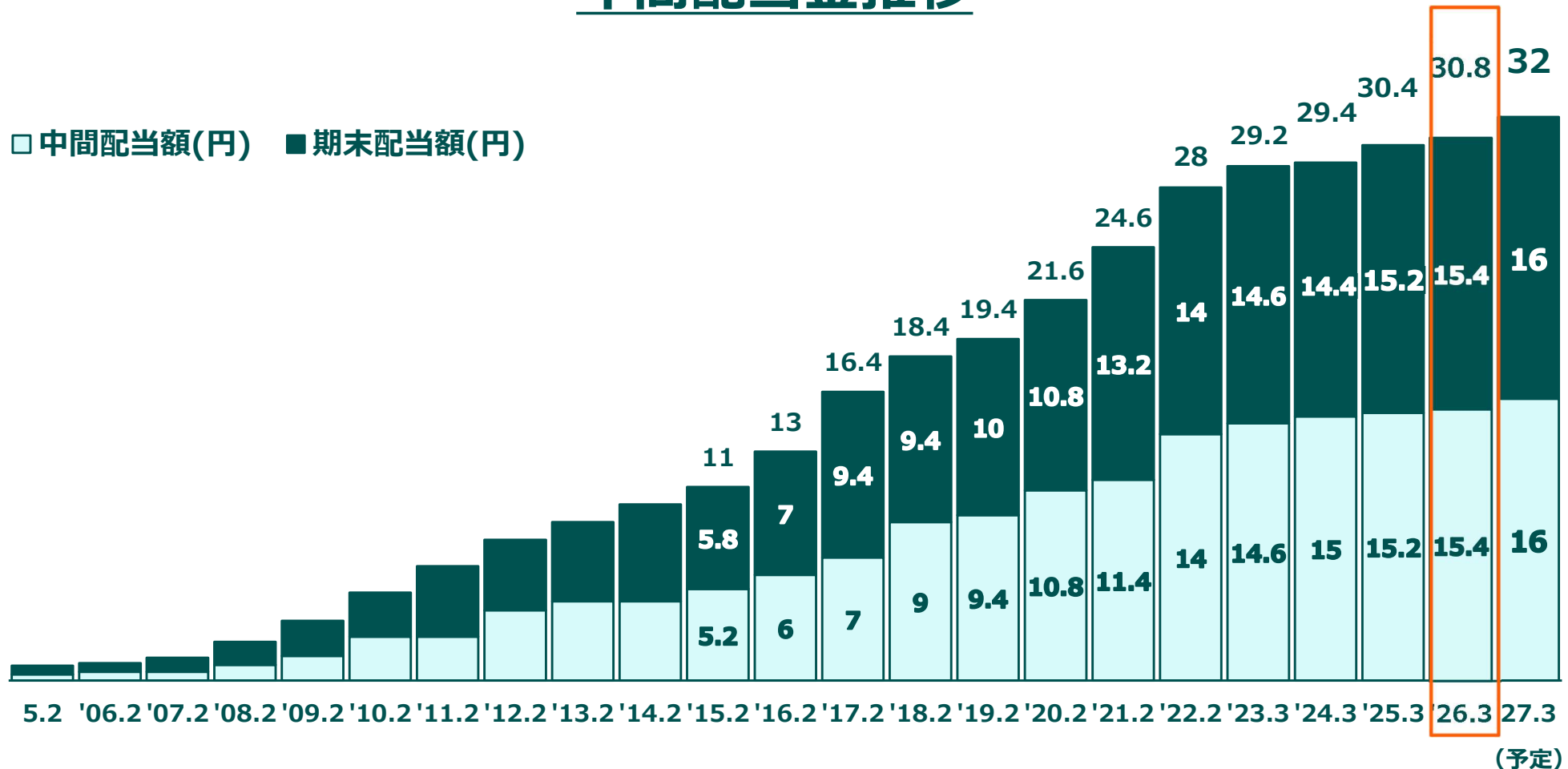
	2027年3月期		2026年3月期		前期比較	
	予想	売上比	実績	売上比	増減	増減率
売上収益	9,570	-	9,122	-	447	104.9%
営業利益	1,303	13.6%	1,255	13.8%	47	103.8%
税引前当期利益	1,310	13.7%	1,273	14.0%	36	102.9%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	910	9.5%	892	9.8%	17	101.9%

株主様への利益還元について

- 2026年3月期 22期連続の増配を実施
- 年間配当金：1株当たり30.8円（前期差 +0.4円）

※2025年10月1日付で株式5分割を実施。本資料の1株当たり配当金は、分割後の金額で表示しています。

年間配当金推移





【免責事項】

- 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。