

社長メッセージ

一貫通貫の ビジネスモデルを基盤に、 ビジョン達成へ

代表取締役社長兼
最高執行責任者 (COO)
白井俊之



2025年3月期の総括

当連結会計年度における我が国の経済は、雇用・所得環境の改善や各種政策の効果が緩やかな回復を支えることが期待されておりますが、米国の通商政策の影響による景気の下振れリスクが高まっています。加えて、物価上昇の継続による消費者マインドの下振れ等を通じて個人消費に及ぼす影響等も、景気を下押しするリスクとなっております。家具・インテリア業界においては、業種・業態の垣根を越えた販売競争の激化や、人手不足による人件費の高騰、原材料価格の上昇等により、依然として厳しい経営環境が続いております。

グループの当期経営成績は、売上高で9,289億円と前年比3.7%増、経常利益は1,262億円と前年比4.7%減、親会社株主に帰属する当期純利益では768億円と前年比11.1%減となりました*。店舗数につきましては、国内外合わせて計47店舗の純増です。今期の増収・減益という結果を受け、2026年3月期は改めて増収・増益を実現するべく、国内外の各種事業において重点課題を設定し、改善・改革を推し進めます。今後もお客様に「お、ねだん以上。」の価値がある商品・サービスを提供し、お客様の豊かな暮らしに貢献できるよう取り組んでまいります。

*数値は全て日本基準。

5つの中長期経営戦略

1 
事業領域の拡大と
顧客の支持獲得

2 
グローバルチェーン
展開の加速

3 
サプライチェーン
マネジメント・
IT・組織戦略による
ビジネス基盤改革

4 
ビジネス領域拡大に
向けたM&A、
アライアンスの推進

5 
社会課題解決と
ロマン(志)実現を
両立する
サステナビリティ経営

社長メッセージ

1. 事業領域の拡大と顧客の支持獲得

世界情勢における不確実性の高まりや、日本国内の人口減少・少子高齢化・単身世帯や共働き世帯の増加といった社会環境の変化と、テクノロジーの急速な進化により、消費に対する価値観そのものも変化し始めており、大きなビジネス環境の変化に直面しています。既存事業においては、今まで以上に魅力ある価格・品揃え・品質・コーディネート提案を実現し、客層の拡大と客数の増加を図ってまいります。

お客様の利用頻度が高いホームセンター事業においても、グループの強みを活かして客数の増加を図る一方、プライベートブランド（PB）の開発を一層推し進めることで利益の拡大に努めてまいります。お客様から支持し続けていただけるよう、買い物の仕方の変化に応じた販売方法の革新も続けてまいります。

2. グローバルチェーン展開の加速

海外販売事業が事業拡大の鍵になると考え、特にアジア各国・地域に重点を置いています。2025年3月期はフィリピン・インドネシア・インドの3つの国・地域に初出店を果たし、日本に加えアジア11か国・地域での事業展開となりました。今後も足元の経済情勢・地政学リスク等外部環境を見極めながら、海外における事業の拡大と収益性の改善を進めてまいります。

Topics 企業の持続的成長を支える「組織・人材・教育」

ニトリグループは創業以来、現状否定を繰り返し、前例のないことに挑戦し続けてきました。その主役は従業員であり、今後の事業領域拡大のためには優秀な人材の採用と、改善・改革のできる人材の育成が最重要であると考えております。グローバルチェーン展開の強化に向けて、海外現地での採用・教育も併せて推進する等、人的資本への積極投資を続けてまいります。



2025年4月 ニトリグループ入社式

3. サプライチェーンマネジメント・IT・組織戦略によるビジネス基盤改革

創業以来培ってきたサプライチェーン全般を自社ネットワークでコントロールする「製造物流IT小売業」を、長期ビジョンの実現を下支えするビジネス基盤として、IT部門を軸に今後更に発展させてまいります。（▶P21-22）そして、中長期経営戦略に沿った組織戦略と、従業員のキャリアアップとライフイベントとを両立させる人事制度により、従業員一人ひとりの成長を企業の成長の原動力とし、グループとしてロマン（志）実現と社会貢献を果たしたいと考えております。これらにより、グループのもつ店舗網・物流網・自社EC等の多様なチャネルの強みを最大限に活用するビジネス基盤を構築し、成長を加速させてまいります。

4. ビジネス領域拡大に向けたM&A、アライアンスの推進

ビジネス領域拡大や垂直的な機能強化の両面から、双方にとってシナジーが見込めるM&Aも視野に入れ、戦略的なアライアンスを模索してまいります。

5. 社会課題解決とロマン（志）実現を両立するサステナビリティ経営

お客様をはじめとする全てのステークホルダーの皆様と環境・社会にとって、より良い未来の実現を追い求めてまいります。

2026年3月期の重点課題

2026年3月期は、増収・増益の実現に向けて売上・荒利益・経費対策に注力し、会社をより筋肉質にするべく全事業共通で取り組んでまいります。まず売上対策として、今まで以上にお客様にご支持いただける商品づくりを進めるべく、2025年3月期末に商品関連組織の大規模な改編を行いました。この改編により、当社のあるべき品揃えを構築するバイヤーと、原材料の調達や生産工場の決定等ソーシングルートの開拓を担うマーチャンダイザーを同じ組織に統合し、より密接に連携した商品開発が可能な体制としました。商品開発の質・量・スピードを一層高め、お客様にとって魅力・価値のある商品を提供することで、新たな顧客層も含めた「ニトリのファンづくり」に努めてまいります。併せて、広告宣伝活動や売場づくり等も強化してまいります。

荒利益対策といたしましては、2026年3月期は為替予約を実施したことで、為替の変動に左右されない安定した開発体制を整えました。「商品仕様の見直し」「原材料の見直し」「生産拠点の見直し」「輸送方法等サプライチェーンの見直し」等に取り組んでまいります。

ニトリグループのサステナビリティ

グループ独自の循環型ビジネスモデルを活用し、お客様の快適な暮らしと環境・社会課題の解決を両立した事業推進に努め、7つのサステナビリティ重要課題（マテリアリティ）に基づき、持続可能な社会の実現を目指しております。

その一環として、2050年に向けた環境目標「NITORI Group Green Vision 2050」を掲げ、

ステークホルダーの皆様へ

ニトリグループは、ロマン（志）とビジョンの実現に向けて、ビジネスモデルを更に強化し、進化してまいります。ステークホルダーの皆様からの期待

経費対策につきましては「自社化」と「デジタル化・IT活用」をテーマに掲げ、製造物流IT小売業という一貫通貫のビジネスモデルだからこそできるサプライチェーン内のあらゆるコストの見直しを行い、徹底した経費削減の取り組みを推し進めてまいります。

各事業・各部署それぞれが役割に応じて売上・荒利益・経費対策目標を設定し、重点課題に真摯に取り組むことで、グループ一丸となって増収・増益実現に向け邁進してまいります。



2024年11月 商品発表会

「サーキュラー（循環）ビジネスの推進」、「持続可能な調達」、「気候変動への対応」の3つのテーマに沿って目標達成に向けた取り組みを推進しております。（▶P39-49）

今後もサステナビリティを経営の重要課題と位置づけ、より良い未来に貢献することを目指してまいります。

にこえるべく努力してまいりますので、引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。