

商品開発

マテリアリティ ① ② ③ ④



商品開発における強み

原材料調達まで遡り、サプライチェーン全体を設計することで、ご満足いただける品質と手に取りやすい価格を両立したプライベートブランドの開発を実現しています。小売業ならではの顧客接点を活かし、お客様の「不平・不満・不便」を解決する商品を自社で企画し販売。市場の常識に捉われない発想と、実用性と価格のバランスを追求する姿勢が、多彩なヒット商品を生み出しています。

中長期戦略に対する取り組み

お客様が求める商品を提供し続けるため、新商品の開発を最重要課題として取り組んでいます。「安さ」と「あるべき商品構成」を基軸に、売場における新商品比率を、前年の14%から2027年3月期中に40%程度まで引き上げる目標を掲げています。業務プロセス刷新により生産性が向上した結果、開発期間は約6か月から最短3か月以内へと短縮しました。更に、商品の良さや使用シーンが伝わる、商品を主役とした売場への改革を実施しています。新しい商品を生み出し、魅力的な売場を提案する体制整備と、収益力強化を進めています。

TOPICS ニトリ初の新商品展示会を開催

商品開発の加速を象徴する取り組みとして、2025年11月にニトリ初となる新商品展示会を開催しました。2026年2月には2回目の展示会を開催し、幅広い領域の春夏新商品約3,500アイテムから厳選した約300アイテムを一堂に集め、開発の成果を披露しました。お客様の声を反映した商品や新たな挑戦を伝えることで、ニトリが掲げる暮らしの豊かさを多くのステークホルダーに実感いただく取り組みとなっています。今後も継続的な開催を通じて、商品の進化につなげていきます。



Story

ヒット商品 開発STORY



ラグジュアリーLS1 シングル
99,990円（税込）

心地よい睡眠環境を追求したニトリ最上位モデル Nスリープマットレス ラグジュアリーシリーズ

Nスリープマットレスは「理想の眠り」を追求したニトリオリジナル開発のマットレスです。ポケットコイルが体のラインに合わせてフィットするので、睡眠時に優れた体圧分散を実現します。体への負担を減らし心地よい眠りをサポートすることから、多くのお客様から支持を集める人気シリーズです。2025年1月には、疲労回復を追求した最上位モデル「ラグジュアリーシリーズ」を発売し、累計販売枚数は27万枚※を達成しています。ポケットコイルは上段・下段ともに交互配列仕様にする事で耐久性を上げ、長く愛用していただけるマットレスを目指しました。更に、制菌・防臭・防ダニ加工を施す等、細部に至るまで快適な睡眠環境づくりにこだわっています。

※2026年3月末時点



ナノうるおいイオン美髪ドライヤー（NL701）
14,900円（税込）

まとまりのあるツヤ髪に ヘアケアドライヤー

ヘアドライヤーに求められるニーズは「髪を乾かす」から「髪をケアする」ことへと変化し、速乾性能・髪の艶やまとまりを向上させる等、ヘアケアを訴求した高機能ドライヤーが注目を集めています。こうした社会背景を受けて、2025年3月に株式会社エディオンと共同開発した「高濃度マイナスイオンヘアケアドライヤーNY281」を、1万円を切る9,990円（税込）で発売しました。2026年3月期末時点での販売計画比は約8倍と、大変ご好評をいただいています。更に、髪の水分保持力を高める効果が期待できる「ナノうるおいイオン美髪ドライヤー（NL701）」を2025年11月に発売。高機能ドライヤーをより手軽に楽しんでもらうため、今後もヘアケア性能を向上させた商品の開発を進めていきます。



1,490円（税込）～

着ただけで疲労回復

ニトリのリカバリーウェア Nミラク（一般医療機器®）

健康志向の高まりにより、「睡眠の質」や「疲労回復」が重視されるようになりました。特別な時間を割かず「着るだけ」で疲労回復や筋肉のコリ軽減が期待できるというリカバリーウェアの手軽さが、大きな魅力となっています。ニトリでは糸から開発を行うことで、手に取りやすい価格を実現し、2026年1月に販売を開始しました。

糸から開発したグラフフェン由来の独自素材は、遠赤外線の色行促進効果に加え、静電気防止や抗菌防臭機能を備えています。ルームウェアとしておすすめのコットン入りの生地と、インナーに最適な伸縮性のある吸水速乾DRY生地の2種類を展開し、素肌に快適な着心地を実現しました。今後は、春夏秋冬の季節に応じたラインアップを拡充していきます。

※一般名称:家庭用遠赤外線色行促進用衣、届出番号:27B2X00365000007（Nミラク）、27B2X00365000008（NミラクDRY）

※一部離島でのお買上げまたはお届けの場合は、別途手数料がかかります

持続可能な調達

環境・社会課題に配慮して調達することを目的とし、サプライチェーン全体で「持続可能な調達」を推進しています。中でも、「持続可能な木材調達」においては、森林破壊や違法伐採、人権侵害を排除したサプライチェーンの構築を目指しており、サプライヤーとともに生物多様性にも配慮したトレーサビリティを行っています。

木材調達方針 （ニトリグループ調達方針から抜粋）

私たちは、調達方針に基づき、森林破壊や違法伐採、人権侵害を排除したサプライチェーン構築を目指します。

1	伐採国・地域における法令を遵守します。
2	原産地までのトレーサビリティが確保された原材料（認証材または認証材以外で環境に配慮された木材と証明されたもの）の調達に努めます。
3	保護価値の高い森林（HCV ^{*1} ）の毀損に加担しません。
4	伐採や取引の過程において、先住民の人権侵害を避け、地域住民の慣習的な権利に十分配慮がされているか確認します。
5	伐採や取引の過程において、原産地の環境影響に配慮しているか確認します。
6	繊維板（MDF・パーティクルボード等）に関しては、通常廃棄する端材等 ^{*2} を無駄なく有効活用することで環境に配慮します。更にサイズ統一された繊維板を積極的に利用することで材料ロスを低減し、お求めやすい価格と環境負荷低減の両立を目指しています。

^{*1} HCV: High Conservation Valueの略。社会的、文化的、環境的に重要な場所を特定し、その生態的、社会的価値を維持しながら持続可能な原材料生産を行うための概念 参照: FSCジャパン/ 高い保護価値 (HCV) <https://jp.fsc.org/jp-ja/HCVs>

^{*2} 製品や製材にならない枝や木片等 例: 植林木を伐採した際に林地に放置される枝や木片、製造過程において発生する端材等

木材調達トレーサビリティ

調査対象

ニトリグループの家具プライベートブランド商品の仕入れ先のうち、木材調達量全体（体積）の80%以上を占めているサプライヤーを「重点調査対象」として選定し、調査しています。

調査方法

客観性を確保するため、世界的な環境NGO団体であるWWFジャパンが公開している、「林産物調達チェックリスト」をニトリグループ基準におきかえて活用し、「原産地までのトレーサビリティ」と環境・社会に配慮した「森林管理の適切性」の確認・評価を実施しました。

評価基準と実績

「原産地までのトレーサビリティ」と「森林管理の適切性」について、下記3レベルに分けて評価しています。

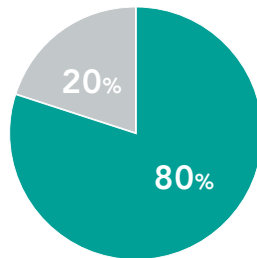
レベル	状態	2025年3月期	2026年3月期
レベルA	トレーサビリティに加え、環境・社会に配慮ができています木材	90.6%	91.7%
レベルB	トレーサビリティが確保されている木材	6.2%	7.1%
レベルC	トレーサビリティの確保が不十分な木材	3.2%	1.2%

レベルA：
FSC®、PEFC等による認証木材または認証木材以外で、トレーサビリティに加え、環境・社会に配慮した森林管理の適切性が検証済の木材

木材デューデリジェンス体制構築の取り組み

本年度は、海外サプライヤーにご協力いただき監査トライアルを実施しました。サプライチェーンの適切なリスク管理に向けて、木材デューデリジェンス体制の構築を進めています。

▼ニトリグループ家具プライベートブランド商品の木材調達サプライヤー



トレーサビリティ対象
調達量全体の80%以上の
サプライヤー

トレーサビリティ対象外
調達量全体の20%以下の
サプライヤー
重点調査の対象ではないが、
国別リスク等を調査

商品開発鼎談

誰にも真似できない「ニトリの価値」を創る。 商品開発で描く未来。

「暮らしの豊かさを世界の人々に提供する。」というロマン（志）を実現するため、原点回帰し、魅力ある「お、ねだん以上。」の商品開発に注力しています。



上席執行役員
家具商品開発部
マーチャンダイズマネジャー

相澤 修一

1989年入社。
ニトリ台湾董事長兼總經理、ニトリ中国販売商品部ゼネラルマネジャー、NTL家具マーチャンダイザーを務めたのち、2025年8月より現職。

執行役員
家電商品部ゼネラルマネジャー

奥田 哲也

2022年入社。
家電グループマーチャンダイザーマネジャーとして入社し、2025年2月より現職。

上席執行役員
商品開発研究所 所長

村林 廣樹

1992年入社。
店長、グローバル商品本部マーチャンダイザーグループマネジャーを務めたのち、2025年3月より現職。

POINT 特集の読みどころ

- ✓ 市場ニーズに即応するアジャイルな開発体制への転換
- ✓ サプライチェーンの進化による、価格競争力と品質水準の両立
- ✓ ライフスタイル提案の深化と、店舗・ECが一体となった「体験型売場」への変革

商品開発の概況を教えてください



大阪本部 モニターハウス リビング

相澤：お客様に魅力ある商品を届けるため、家具・ホームファッションそれぞれのマーチャンダイザーを増員し、商品開発数を増やしています。人数増強により、これまで未開拓であった新規サプライヤー※との連携も可能となり、より低価格の商品開発へとつながっています。更に、組織体制の変更により、決裁権限が各カテゴリーのマーチャンダイズマネジャーとなったことから、意思決定のスピードも向上しました。これまで約半年かかっていた開発スピードも最短3か月へと短縮し、市場のニーズ変化にも対応しています。

※メーカーや工場等の総称

奥田：家電事業は、ファミリー層へのアプローチを中心に「常識を変える家電」としてドラム式洗濯乾燥機等大型家電の開発に注力してきました。様々なメーカー出身の技術者が集まり、現在は80人体制で家電の開発を行っています。私も元々は家電メーカーの出身ですが、大きな違い

は、ものづくりからお客様に届けるまでのプロセスがしっかり把握できることです。その強みを活かし、商品の性能評価や市場で発生した問題解析にも積極的に取り組んでいます。

村林：私が担当する商品開発研究所では、今はない機能や素材を研究・検証し、2～3年先の未来に向けた商品開発を行っています。近年、インターネットやデジタル技術の発展により、商品開発の現場でも最新のトレンドや技術、素材、製造方法等の情報が簡単に手に入る時代となりました。その一方で、最新の情報は競合他社にも入手できることから、独自性のある商品も短期間で模倣されることが少なくありません。他社には真似できない商品を展開するには、新技術・新素材を活用した開発が必要であると考え、2025年3月に本研究所を設立しました。

現在注力している取り組みはなんでしょうか？



圧縮梱包ベッドフレーム・マットレス

相澤：各カテゴリーと共通している方針は、「安さ」と「あるべき商品構成」の実現です。「あるべき商品構成」とは、価格政策の考え方であり、円安前のプライスラインへと戻すことを意味しています。そのため、高い品質基準をクリアすることから始まる開発フローを、安価なサプライヤーを見つけることを起点に変更しました。サプライヤーの育成にこれまでの知見を活用し、ともに成長をしながら適正な品質基準を確保することに努めています。

奥田：家電において重要視しているのは品質です。大型家電の開発を進めると同時に修理の受付体制を強化してきました。当社の品質業務改革室やお客様相談室等関連部門にもサポートしてもらい、修理・点検等のお客様対応のためのAIツールを作成しています。店舗従業員の誰もが熟練のエンジニアと同じレベルでお客様からの情報収集や提案ができることで、スムーズな修理対応が可能となり、品質関連コストの削減も実現できています。また、今後は大型家電だけでなく、客数対策として小型家電の開発も強化していきます。特に販売数量の多いスマホ用のデジタルガジェットやお部屋づくりには欠かせない照明の品揃えを拡充します。

村林：品質を担保しながらも、物流経費の削減や原材料の見直し等、あらゆる方面で原点回帰をしているのが今の商品開発です。物流費削減の施策として、家具の設計を見直し梱包のコンパクト化を図ることで、輸送時の積載効率を大幅に向上させています。2026年3月には圧縮梱包のベッドフレームを発売しました。全国規模の店舗網と物流網を自社で保有し、配送まで一貫して管理しているからこそ実現可能な設計です。持ち帰って当日から使える点や、受

け取りの手間がない便利さから、多くのお客様にご好評をいただいています。今後も、コンパクト化・軽量化を開発の軸として位置づけ、商品開発につなげていきます。

相澤：今後、タンスやワードローブ等のハコモノと呼ばれる家具は簡単に組み立てられる商品へと進化させていきます。梱包のコンパクト化による物流効率の向上と、カスタマイズの自由度を両立させ、機能性と楽しさを兼ね備えた商品を展開します。具体的には数種類の基本フレームに対し、扉や引き出し等のパーツを別売りにすることで、種類が少ないながらも豊富な品揃えを実現することが可能です。暮らしに合わせて形を変える家具で、お客様のライフスタイルに寄り添っていきたくと考えています。また、グローバルに拡大していく上では、各国・地域の生活習慣に合わせた品揃えに注力し、サイズや素材、デザインの最適化を進めております。台湾では現地のニーズに合わせた商品開発によって好調な実績をつくることができています。

村林：グローバル展開を視野に入れた未来対策としては、説明書がなくても組み立てられる「非言語設計」でグローバル優位性を狙っていきます。素材については、他の業界の展示会にも足を運び、新たな素材に対しサプライヤーとの対話で商品化の可能性を探っています。既存の使用用途に捉われず、ニトリであればどのように活用できるか。初期段階では懐疑的な反応をされることもあります。が、しっかり説明し共同検討へつなげていけるよう、直接のコミュニケーションを大切にしています。

■ 新商品についてご期待いただきたいこと



大阪本部 家電実験室



上海 展示会



家電売場



家具・家電のコーディネート

相澤: 家具のみならず、カテゴリーを横断したコーディネート強化を進めています。家具の重点販売商品を軸に家電やホームファッション品を組み合わせたコーディネートで、売場展開していきます。結果として、継続品の育成につながり、その商品を中心に様々なスタイル提案が可能になると考えています。コーディネート企画・提案にあたっては、AIの活用も行っています。お客様に人気のナチュラル・モダン・シンプルなスタイルを中心に照明やラグ、インテリア雑貨の商品開発も並行して行っています。

奥田: ニトリの強みは、選び抜かれた商品構成による「買いやすさ」と、全国一律で提供される「接客サービス」にあります。複雑な比較検討を必要とせず、誰でも安心して購入できる環境は、お客様との信頼関係を深める上で、重要

な基盤になると思っています。また、家電もコーディネートに組み入れることで、暮らしに必要なものが一式揃えられる提案が可能となります。現在は、IoTスマートホームのシステムを利用して、家電同士、家電と電動家具を連携することで、より便利な暮らしの実現を目指しています。2025年はスマートフォンから複数の家電をコントロールできるアプリやスマートリモコンを発表しました。ミネベアミツミ株式会社とニトリが共同開発したセンサーベッドも、このアプリから操作が可能です。ベッドのセンサーに連動して照明やエアコン等、他の家電とも連携できます。

将来的にはテーブルやクローゼット等、あらゆる家具へIoTやロボット技術の実装を進めてまいります。テクノロジーを活用することで、お客様の暮らしに寄り添い、個々のニーズに応える新しい生活体験を実現していきます。

村林: お客様の購買行動も変化し、ECサイトでの購入も増加している今こそ、店舗とECを掛け合わせた価値提供を強化しなければなりません。翌日配送を行うネット通販に対して、ニトリでは店舗とECのシームレスな統合により、全てその場で揃う環境を目指します。家の近くに必ず店舗があるという利便性を今後も拡大させるとともに、単なる販売の場ではなく、相談できる場所としての役割を拡張させていきます。実際に家電事業に参入したことで、ニトリでの相談の幅は広がりました。

そして、製造・販売する企業であるからこそ、「つかいおわったあと」を考える責任が伴うと考えています。処分時のお客様の困りごとを解決すると同時に、限りある資源を守

るため、リサイクル回収の取り組みを推進しています。全国で回収を進めている羽毛ふとんは、回収した羽毛を丁寧に洗浄・選別することで、新たな羽毛製品へと生まれ変わっています。今後は商品を開発する段階から、環境に配慮した循環サイクルを構築できるよう推し進めていきます。



重点販売商品を軸としたコーディネート提案

■ニトリが目指すこれからの商品開発とは？

相澤：「暮らしの豊かさを世界の人々に提供する。」ため、「お、ねだん以上。」の価値ある商品をお客様にお届けすることはもちろん、コーディネート提案を強化し、お客様がワクワクする売場にしていきます。そのためには、未来を担う若手の人材育成は欠かせません。単純作業はAIを活用し効率化を図る一方で、商品開発の発想力を養うためには工場やメーカーのもとへ出向き、素材や工程を見て理解する現場主義が重要であると考えています。実際に良いものに触れて、意見交換をすることで新しいアイデアが生まれてくる。この体験をしてもらうため、積極的に多くの現場へ足を運んでもらうことを大切にしています。

奥田：実際に触れる・試すことは家電事業においても大切にしています。お客様の立場に立ったものづくりをするためには、自社のみならず他社製品も使って、我々に足りない機能や性能を実際に体験・体感してみることが重要です。また、製造物流IT小売業という独自のビジネスモデルのもと、お客様に近い距離で開発ができることはニトリ

ならではの強みです。これまでの常識にとらわれず、暮らしを豊かにする商品をこれからもどんどん創出していきたいと思っています。

村林：商品開発研究所としては、他社にはないニトリらしいオンリーワンの商品を開発していくことを一番のテーマとしています。お客様の「不平・不満・不便」を解決する商品はもちろん、今後は更に環境に配慮した商品の開発にも力を入れ、「つくる」段階から「つかいおわたあと」まで責任を持って取り組んでいきます。重要なのは「お、ねだん以上。」が前提であるということです。その上で、商品の分解・回収・リサイクルまでを視野に入れ、SDGsに貢献する持続可能なものづくりと、資源循環の仕組みづくりにも取り組み、環境に配慮した企業成長を目指します。

全員：これからのニトリグループの商品開発に、引き続きご期待ください。



コーディネート マテリアリティ ①



■コーディネートにおける強み

「コーディネートはみんなのものに。」をフィロソフィーとし、グループ全体で色・素材・スタイルを調和させた品揃えを目指しています。お客様が好みに合わせて組み合わせるだけで自然と空間に統一感が生まれるよう、カテゴリーの枠を超えた商品体系を設計している点がニトリの特長です。お部屋づくりに不安があるお客様でも、簡単にお部屋を整え、彩ることができるように、コーディネートの楽しさや新しい発見につながる売場づくりを行っています。コーディネートは、創業以来大切にしてきた暮らし提案の基盤となっています。

中長期戦略に対する取り組み

より多くのお客様に「コーディネートのニトリ」を感じていただくため、品揃えや提案力を一層高めています。手取りやすい価格帯で選択肢にバリエーションを持たせることで、お客様がまとめて選びやすい商品群を展開していきます。また、コーディネートの専門部署が中心となり、不足する品種やデザインの方向性を商品開発部門へ伝える等、商品開発の起点の役割を強化していきます。家具・インテリアに加え、家電分野まで含めて色や素材が自然につながる商品開発を行い、暮らし全体をコーディネートとして提案できる体制を強化しています。

TOPICS デジタル活用による暮らし提案

お客様が理想の暮らしを再現できるよう、インテリアコーディネートの知識や魅力の発信に注力しています。「誰でも気軽にコーディネートが楽しめる」ことをコンセプトとしたニトリライブでは、インテリアの基本から収納術までをわかりやすく解説しています。投票や投稿等、視聴者参加型の企画を通じて、双方向のコミュニケーションを図ることで、初めてコーディネートにチャレンジする方でも気軽に楽しめる環境を整えています。また、SNSの発信においても、売場で展開するおすすめコーディネートの紹介を増やしています。コーディネートの魅力を発信することにより、ニトリが目指す豊かな暮らしを実現していきます。



製造

マテリアリティ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥



製造における強み

ニトリグループの製造は、創業期から続く自前主義に基づく事業です。北海道の家具店として事業を開始して以降、お客様に価値ある商品を手に取りやすい価格で提供するため、商流の川上から川下までを自ら設計してきました。その代表的な取り組みとして、自社で工場を持ち、企画・開発から製造、品質管理までを一貫して担う製造体制を構築しています。これにより、改善を迅速に重ねながら品質とコストの最適化を図り、その成果を価格に反映しています。製造物流IT小売業というニトリグループ独自のビジネスモデルが織りなす価値創造を、根幹から支えています。

中長期戦略に対する取り組み

最新技術の活用による生産の自動化や原材料の見直しにより、ニトリファニチャーでは2025年3月期は約10億円、2026年3月期は約20億円規模のコスト改善を実現しました。成果は価格に反映し、値下げを継続的に実現できる仕組みを構築していきます。あわせて、グローバル展開の拡大に対応するため、生産拠点の機能強化と拡張を進め、ニトリ店舗・ECへの安定供給を一層強化します。なお、生産能力の拡大を背景に、ニトリグループ外の企業に向けた外販事業にも着手しています。海外拠点で働く従業員とともに、資源の有効活用や環境配慮、地域社会への貢献にも取り組み、持続可能なものづくりを推進していきます。

ニトリファニチャー ハノイ工場

ハノイ工場は、ニトリの主力家具を製造する中核拠点です。ベッドフレームやワードローブ、チェストといった収納家具、組み合わせ2万とおり以上のキッチンボード「リガーレ」やテレビボード等、幅広い主力商品を生産しています。また、家具の新商品開発も行い、原材料調達から生産までを担っています。生産ラインに新たなロボットを導入し、自動化に向けた取り組みも加速させています。



ハノイ工場 太陽光発電



ハノイ工場（収納家具製造）

ニトリファニチャー ホーチミン工場

ホーチミン工場は、複数カテゴリーを一拠点で担う大規模な製造拠点です。約40万㎡の敷地に、カーテン、マットレス・寝具、ダイニング家具の3つの製造棟を有し、年間約709万セット※を生産しています。カーテン製造棟では、糸の調達から織り、編み、染色、縫製までを一貫して行っています。マットレス・寝具、ダイニング家具棟では「かんたん分別マットレス」「Nクール」「Nコレクション」等50種以上の人気シリーズを生産。複数商品を同拠点で製造することで、安定した品質を維持しながら部門横断の商品開発や輸送効率の向上を実現しています。

※2026年3月期末値



ホーチミン工場
オフィス外観



ホーチミン工場
(カーテン製造 縫製)

「材料廃棄ゼロ」を目指した取り組み

木材

本来なら捨てられてしまう端材を加工し、木材をつなぎ合わせるためのダボとして再活用。



ウレタン

ウレタンの端材を砕いて接着した再生ウレタンを、マットレスのポケットコイルを支えるパーツとして再活用。



不織布

丁寧に洗浄し防錆剤を落とした不織布を溶かし、新しい不織布として再生し活用。



水資源の取り組み

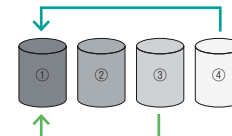
洗浄に使用する水の再利用

カーテンの洗浄工程で発生する洗浄水に対し、アルカリ処理を行い不純物を溶解。その水を再度洗浄工程に利用することで、水の総使用量を削減。

また、熱交換システムを新たに導入。洗浄水の排熱を回収し、再利用することで、ガス使用量の削減にも貢献しています。

4度の洗浄を経て染色へ

汚れの少ない4番目の洗浄水をアルカリ処理し、1番目の洗浄水へ再利用



3番目の排熱を回収し、1番目で再利用



染色に使用する水の再利用

カーテン染色後の水を専用のフィルターに通し、油分や薬剤を取り除き、丁寧にろ過。1日の廃水のうち約60%を再利用することで、水の総使用量を削減。

更に、ろ過設備の増設により、今後は約80%～90%の廃水を再利用できる見込みです。



廃水処理に使用されるろ過設備

ニトリファニチャー ハノイ第2工場

ハノイ第2工場は、将来の需要拡大を見据えて2025年6月に稼働した新たな製造拠点です。ハノイ工場で生産していたマットレスやソファの生産は、第2工場へ移管しました。生産効率と供給体制の強化を図るべく、将来の必要生産量や品目から逆算し、生産設備を段階的に拡張する計画です。更に、従来比約3倍のスピードで生産することが可能な機械やシステムを導入し、少ない人員でも安定した生産ができる体制を構築しています。



ハノイ第2工場

ホーム・デコ

カーテンメーカーとして企画・開発、縫製、輸入・輸出を担い、ジャカードカーテンや消臭機能付きのカーテン等、お客様の「あったらいいな」を実現する商品の開発を進めています。海外輸入の既製カーテンのほか、シェードやロールスクリーン、自社工場と国内外の協力工場で縫製しているオーダーカーテン等を世界各国・地域のニトリ店舗へ供給。年間約390万セット※を超える商品をお客様のもとへお届けしています。2025年3月より本社及び本社工場を幸手DC内に移転したことで物流コストを削減し、リードタイムも短縮できるようになりました。

※2026年3月期



ジャカードカーテン

サイアムニトリ

カーペット・ラグ・マットをつくる一貫製造工場のサイアムニトリ。ペットボトル等のリサイクル原材料から製造・販売までを一貫して行うサイクルが評価され、2021年にグッドデザイン賞を受賞しました。500mlペットボトル換算で年間約5,700万本相当※をリサイクルし、カーペットやラグを製造。着色工程でも、水を使わない環境に配慮した方法を採用しています。現在は3つの工場が稼働しており、2024年5月に竣工した第3工場には最先端設備を導入。従来よりも多品種のラグに加えて、クッションや枕等も効率的に製造できる体制が整いました。また、他社への販売を行うメーカーとしての機能も担っています。

※500mlペットボトル1本約22.4gにて計算



サイアムニトリ（カーペット製造）

TOPICS 残布を加工したマットを製造

サイアムニトリでは、工場が発生する残布を加工し、足元に敷くマットを製造。自社だけでなく他社への販売も含め、2026年3月期は48万枚以上販売する等、廃棄物の削減にも取り組んでいます。



世界で働く従業員

海外の店舗や事業所・自社工場で働く従業員は、13,717名です（2026年3月期）。多くの従業員が、ニトリグループの海外拠点として商品の安定供給を支えるだけでなく、現地の暮らしの豊かさにも貢献しています。また、その地域に店舗や自社工場等があることで現地の雇用を創出し、地域社会の発展にも貢献しています。

海外工場では、お客様に愛される商品を開発・製造するため、品質向上や技術力の強化、人材育成に継続して取り組んでいます。環境・社会課題解決につながる取り組みを従業員自ら提案し、改善・改革を繰り返し、主体となって取り組んでいます。今後もグローバル展開に向け、グループ一丸となって挑戦を続けていきます。



サプライヤーとの真のパートナーシップの構築

ロマン（志）の実現を目指し、持続可能な成長とともに築いていく仲間であるサプライヤーに対し、法令遵守のみならず、「真のパートナーシップ」の構築を求めています。

こうした考えのもと、環境破壊や人権侵害を排除したサプライチェーンの実現に向けて、2024年1月に「ニトリグループ調達方針」を制定しました。



調達方針の詳細はこちら

新規サプライヤー候補の評価監査

お客様に安全・安心な商品をお届けするため、新規サプライヤー候補の評価監査を実施しています。品質保証項目のほか、環境・社会課題への対応項目を含む、最大131項目にわたる現地調査の評価をクリアしたサプライヤーとのみ、契約を結んでいます。

▶P76 新規海外サプライヤー監査実施状況

ニトリグループ調達方針への誓約

本方針は、グループの従業員だけでなく全てのサプライヤーに理解と遵守を求めています。現在、お取引のある全てのサプライヤーに明示し、ご誓約いただくようお願いしています。本方針に抵触する事態が判明した場合には、サプライヤーの皆様に対し、改善を促すとともに、必要に応じて指導を行い、事態の改善を求めています。

真のパートナーシップ構築のための取り組み

サプライヤーへの伝達と対話

2026年3月期の海外サプライヤー向け経営方針説明会では、現状や今後の課題に加えて、暮らしの豊かさや環境・社会課題の解決につながる商品開発の方向性※を共有しました。

- ※ 圧縮パッケージ商品
- ・環境配慮を前提とした商品開発 等



サプライヤー評価

既存サプライヤーの実態把握やリスク特定を目的とし、既存サプライヤーを対象とした評価を年2回実施しています。評価項目は、都度見直しをしており、主に「開発」「品質」「物流・貿易」「企業姿勢」「サステナビリティ（環境課題・人権侵害を含む社会課題への対応項目）」の5つのカテゴリで合計50項目の評価を行っています。2025年度下期には、447社のサプライヤーに対し評価を実施しました。

▶P76 既存海外サプライヤー評価実施状況

サプライヤーインタビュー



照明をはじめとした家電の製造を担う海外サプライヤー。2014年頃からニトリグループとの取引を開始。安全性と品質を最優先とした理念のもと、徹底した管理体制により安定した品質を実現しています。作業環境や福利厚生の充実、人材育成にも注力し、持続可能なものづくりを推進している企業です。

Q ニトリグループとの関わりの中で、会社として成長できたことはありますか？

A ニトリグループとの協業は、当社の成長を大きく後押ししてきました。取引開始当初と比較すると売上高は約80倍に拡大し、事業成長の大きな原動力となっています。また、ニトリグループとの協業は、日本市場だけでなく欧米市場においても高い信頼の証として評価されており、新たなお客様との関係構築にもつながっています。更に、成長は事業面だけでなくとどまりません。毎年ニトリグループで開催されるサプライヤー大会や品質監査を通じて、高い品質基準や改善の考え方を学び、品質管理体制のレベルも大きく向上しました。ニトリグループは単なるお客様ではなく、ともに学び、成長を支えてくれる重要なパートナーだと感じています。

Q ニトリグループの勉強会や研修を受けたことはありますか？

A 当社の品質管理の仕組みは、ニトリグループとの取り組みを通じて大きく進化しました。例えば、説明書やラベル等副資材の定数管理や、刃物・治具の番号管理等、現在の品質管理の基盤となっている仕組みの多くは、ニトリグループからの指導をきっかけに導入したものです。また、NWC(▶P48)にも参加した経験があります。非常に先進的な他社も参加しており、優れた工場の改善事例や品質管理手法を学ぶ機会をいただきました。学んだ内容はすぐに現場で実践できるものが多く、当社の品質向上は「少しずつ改善した」というよりも、「大きな段差を上がるような進歩」だったと感じています。その結果、不良率は継続的に低下し、現在では非常に高い品質水準を維持できるようになりました。

Q ニトリグループらしさを感じる特徴はありますか？

A 最も特徴的だと感じるのは、品質管理への関わり方です。多くの企業は最終製品の確認が中心ですが、ニトリグループは商品開発から製品評価まで、製造プロセス全体に継続して関与されています。例えば、新規商品開発時に行われる技術評価制度は非常に厳格かつ網羅的で、商品の仕様だけでなく工程も含めて改善点が明確になるため、私たちにとっても大きな学びの機会となっています。また、品質チームの皆さんは一方的に要求事項を伝えるだけではありません。取引当初、品質向上に伴うコスト増加の懸念もありましたが、常に工場と同じ立場で課題を考え、不要な工程の削減や生産効率の向上まで含めて提案してくださり、本当に感謝しています。加えて、NTL※のナショナルスタッフがいてくださることも非常に助かっています。日本との文化的な違いによる認識のずれを的確に補い、疑問や戸惑いを解消すると同時にやり取りの曖昧さを取り除き、円滑なコミュニケーションを実現してくれました。より良い商品づくりを進める上で、NTLのナショナルスタッフは素晴らしい役割を果たしてくれています。

※NTL…似島(太倉)商貿物流有限公司のこと。商社・物流機能を担うグループ会社として、所属する現地のナショナルスタッフが日本のマーチャンダイザーと連携し、商品開発を支えている。

Q 今後、ニトリグループと目指したい「価値創造」

A 私たちはニトリグループの皆さんとともに、お客様の困りごとについて使う・買う立場で考え、暮らしをより豊かで彩りあるものにする商品をお客様の手に取りやすい価格で開発していきたいと考えています。また、ニトリグループからの要請も踏まえ、パッケージにおける環境配慮素材の活用を更に推進するとともに、省エネルギー性能の向上や生産工程の自動化等、環境分野の取り組みを一層強化していきます。多くの新しい試みに挑戦し、より高品質で、見た瞬間に好きになっていたような商品を、ニトリグループとともに創出していきます。

品質管理

マテリアリティ ① ④



品質管理における強み

製造物流IT小売業という一気通貫のビジネスモデルのもと、品質の専門部署を配置することで、品質管理を自社主導で行っています。出店国・地域の法令や公的規格に、国内事業を通じて蓄積してきた知見を加え、独自の品質基準を制定。この品質基準に基づき、商品開発段階から各種試験を実施しています。安定した品質を維持するため、商品に関する過去の知見をAIに取り込み、商品開発や品質管理に活用しています。

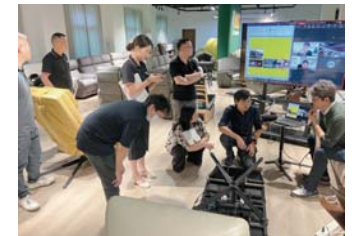
中長期戦略に対する取り組み

商品開発支援を重点施策とし、品質管理のDX化とサプライチェーン全体を見据えた仕組みづくりを一層推進していきます。新たな国・地域への出店や取扱い商品の拡大に伴い増加する品質リスクを見据え、AIを活用した判断支援・情報提供の高度化を進めています。

また、今後のグローバル展開を支えるナショナルスタッフの育成にもAIを活用し、地域や言語の違いを超えて品質技術の向上を図ることで、グローバルに対応可能な品質管理体制の構築を目指しています。

TOPICS DXで支える品質基盤

商品カテゴリーの拡大や、商品開発スピードの向上に対応するため、DXを活用した仕組みを構築しています。技術評価・不良解析・工場監査・工程改善に関する情報を一元管理し、可視化・標準化を進め、迷いなく判断できる品質基盤を整えています。更に、人材育成に向けてデジタルと現場教育を連動させることで、判断精度の向上にもつなげています。本部・海外拠点・協力工場が同じ基準で判断できる次世代の品質保証体制を構築し、お客様の暮らしに寄り添った商品開発を支えています。



物流

マテリアリティ ① ② ⑤ ⑥



物流における強み

国内最大規模の物量を扱い、ラストワンマイルまでを自社でコントロールできる一貫した物流ノウハウは、ニトリグループの大きな強みです。グループのスケールメリットを活かし、全体最適の視点で物流を設計・運営することで、リードタイムの短縮と輸送コストの削減を実現しています。その基盤として、輸入貨物の通関や、港からDC※1までのドレージ輸送※2、DC運営、幹線輸送の手配、ラストワンマイル配送までを自社で担っています。家具や大型家電の配送・納品は全国をカバーする物流ネットワーク（人口カバー率約99%）を有し、近年ではEC拡大に伴う小型商材の発送にも対応領域を広げています。

中長期戦略に対する取り組み

今後展開される多様な新商品の管理・輸送や、国内における物量拡大に備え、物流網を再構築し、効率化を進めています。約3,000億円規模の投資で全国7か所※3のDCを新設し、中長期的な物量変化を見据えながら稼働を段階的に拡大しています。拠点の最適配置と機能集約を柱に、業務のDX化や高性能なマテハン※4・治具の導入、オペレーションの標準化を進めています。あわせて、物流を取り巻く人手不足等の社会課題に対応するため、協業先との連携を通じた効率化や環境負荷の低減を推進し、持続可能な物流体制の構築に取り組んでいます。更に、グローバル事業の拡大を見据えた物流基盤の整備と体制づくりを進めています。

※1 Distribution Center（在庫保管型物流センター） ※2 海外の生産工場から日本各地の主要港に到着したコンテナを、物流センターへ運ぶこと。 ※3 当初の全国8か所・総額3,500億円規模の投資計画を、2025年8月に修正。 ※4 マテリアル・ハンドリングの略。物流業務を効率化するために用いられる作業機械の総称。

ホームカーゴ

ニトリグループのスケールメリットを活かした一貫物流を実現させるため、2021年2月に「株式会社ホームカーゴ」を設立しました。自社雇用のドライバーが貨物を運ぶ実運送事業を担うことで、ドライバーの課題を直接把握し、率先してドライバーの働き方改善に取り組んでいます。実運送事業を自前で行うことにより、新たな技術・経験・ノウハウが蓄積され、よりローコストで運営できる仕組みを構築しています。



店舗の作業効率向上の取り組み

物流側から店舗の作業効率を高める取り組みとして、「アイル別搬入」を推進しています。商品を売場の陳列順に沿って搬入することで、バックヤードと売場を何度も往復する作業を減らし、入荷から陳列までの動線を短縮しました。これにより入荷作業の効率が向上し、接客や売場の改善に充てられる時間の創出につながっています。物流から販売までを一体で捉え、店舗オペレーションの改善とコスト削減を両立できる点は、グループ全体で最適化を図るニトリグループならではの大きな強みです。



マテハン導入による労働環境の改善

2025年、物流現場の省人化・効率化を目的に、荷積み・荷降ろし工程を自動化するデバンニングロボットを自社物流拠点に導入しました。実運用を通じて得た知見をもとに、2026年より、物流ロボット開発を手がけるXYZ Robotics株式会社と連携し、デバンニングロボット「RockyOne」の代理販売事業を開始。導入検討から運用定着までを一貫して支援することで、物流業界全体が直面する人手不足や生産性向上といった社会課題の解決に貢献していきます。

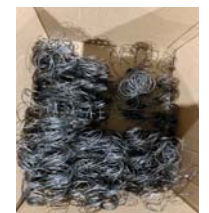


廃棄物の削減・資源化 ～廃棄時の分別の推進～

廃棄段階での分別を推進し、ごみではなく資源にまわすことで、限りある資源を有効活用しています。一部の物流拠点では、分別困難なベッドマットレスを細かく分解・分別し、金属等の再生可能なものは資源にまわしています。本年度は新たに電動ソファにも対象を拡大。廃棄物の削減と廃棄コストの低減を両立し、資源循環の取り組みを一層強化していきます。

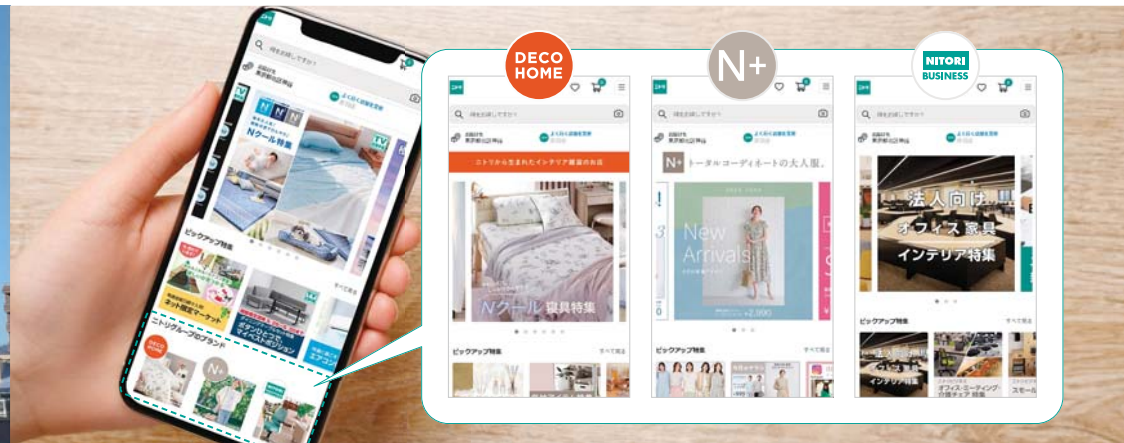


電動ソファの分解・分別の様子



マットレスの分解・分別の様子

販売（国内店舗 ニトリ・Eコマース） マテリアリティ ①⑤⑥



販売（国内店舗 ニトリ・Eコマース）における強み

ニトリの販売事業の強みは、全国の店舗網とECを一体運営し、顧客接点・品揃え・運営基盤を相互に強化できる点にあります。全国に広がる店舗は、暮らしの豊かさを体験いただける拠点であると同時に、商品・IT・物流・教育等各取り組みが最終的に反映され検証される場です。標準化されたオペレーションは、ローコストで安定した運営を支える基盤であり、変わらない品質とサービスを可能にしています。加えて、全国2,500万人※を超えるアプリ会員が店舗とネットを自由に行き来し、「店舗で試してネットで購入」「ネットで探して店舗で受け取り」と最適な買い方を選ぶことができます。お客様とのコミュニケーションも進化させ、ライブコマースや公式ファンコミュニティ等の新たな施策を通じて、店舗とECの利便性と提案力を高め続けています。

※2026年3月期時点

中長期戦略に対する取り組み

店舗オペレーションの効率化を進め、セルフレジや注文端末の導入、作業手順の標準化、エネルギーコスト抑制等、店舗運営全体を俯瞰した改善・改革を実行しています。各店舗から挙がる課題や改善案を本部で整理・検証し全店へ展開することで生産性を高めています。更に、創出した時間を接客・相談対応に振り向け、店舗ならではの価値を一層強化していきます。あわせて2025年にニトリネット・アプリを刷新し、店舗とECを横断した購買体験を向上させています。グループ事業の商品の集約やネット限定商品の拡充、マーケットプレイス施策を通じて、「暮らしの総合提案企業」として多様な選択肢を提供していきます。

マーケットプレイス

2026年1月より、ニトリネットにてマーケットプレイスを開始しました。ロマン（志）の実現に向け、自社商品に加え、他社の商品も取扱うことで、従来の枠にとらわれないカテゴリ展開に踏み出しています。開始当初は、ベビー用品や健康・美容関連と既存事業と親和性の高い分野からスタートし、段階的に領域を広げていきます。在庫を持たずに商品やカテゴリを拡張できる仕組みを活用し、ECを起点に新たな価値領域を切り拓いていきます。



ライブコマース

ECサイトでも店舗同様の接客を受けられるようにしたいという思いから、2022年にライブコマースを導入。2026年3月期時点で年間237回のライブ配信とアーカイブ配信により、年間累計1,400万人を超えるお客様にご視聴いただけるメディアへと成長しました。収納やコーディネートを学べる講座「みんなで学ぼう! #ニトコデ」や暮らしの困りごとを解決するアイデアを定期配信する等、積極的なコンテンツ拡充に努めています。また、お客様からリアルタイムでいただくコメントは貴重なご意見として、商品開発やサービスの改善に役立てています。出演・撮影から運営まで全てを内製化しているライブコマース動画は、店舗内のサイネージ動画や国内外のSNS等でも活用しています。



公式ファンコミュニティ ニトリチャンネル

「おしゃれも、快適も、みんなで創る」をテーマに、お客様同士とニトリが双方向でやりとりできるサイトを2025年6月にオープンしました。生活の知恵や困りごとを解決するアイデア等、情報交換できる場を構築することで、ニトリとお客様だけでなく、お客様同士でも情報交換や交流ができる場を増やし、暮らしの豊かさを共創していきます。



販売（国内店舗 デコホーム） マテリアリティ ①⑤⑥



デコホーム事業における強み

日用品からお部屋のアクセントになる小物まで、大人可愛いデコホームオリジナル商品を幅広く展開し、柔らかく落ち着いた色を使った商品や季節小物、キャラクター商品が好評です。消耗品や生活雑貨を中心に、気軽に手に取れる低価格のラインアップとすることで、「毎日でも立ち寄れる店」としての売場づくりを行っています。駅近やショッピングセンターを中心に outlets しており、通勤・通学や日常の買い物動線の中に溶け込む存在として、お客様との接点を広げています。ニトリとは異なるフォーマットを活かし、ニトリグループ全体の成長を支える役割を果たしています。

中長期戦略に対する取り組み

商品のデザインや価格帯、取扱品種においてニトリとの差別化を一層明確にし、ブランドイメージの確立を図っています。独自の商品開発により、オリジナル商品比率は約80%※に達し、消耗品を含めた日常使いの商品を手に取りやすい価格で提供しています。また約60坪で展開する新たな小型店フォーマットを確立し、小規模面積で最大限の魅力を発揮できる売場づくりを進めています。2026年3月期にはデコホーム独自のアプリをリリースし、お客様との継続的な接点づくりを強化しています。国内で培ったモデルを基盤に、グローバル展開も開始しながら事業の成長を目指していきます。

※2026年3月期時点

デコホームブランドの確立

シマエナガやデコネコ等のキャラクター商品のみならず、「女性の可愛い・楽しいを近くで実現できる店」として、「日用品もインテリアも・自分も可愛い」の実現を目指しています。そのために、ビューティー用品（スキンケア・美容家電）や服飾雑貨、押し活グッズ等の商品を取り揃え、バラエティストア化を進めています。デコホームならではの世界観を確立し、存在感を高めています。



販売（国内店舗 島忠） マテリアリティ ①⑤⑥



島忠事業における強み

家具・インテリアとホームセンター機能を併せ持つ業態を強みとしています。首都圏・関西の人口が集中する地域を中心とした店舗網を基盤に、日用消耗品やDIY、ガーデン用品に加え、様々な価格帯・デザインのニーズに応える家具・インテリア等、幅広い商品群を展開しています。また、商品開発では、グループが培ってきたプライベートブランド開発やサプライチェーンのノウハウを活用し、ホームセンター商材に加え、家具分野においてもプライベートブランド商品を拡充。グループとしての相乗効果を生み出しています。

中長期戦略に対する取り組み

ホームセンター業態を展開する島忠は、ニトリとともに「暮らしの総合提案企業」への進化を目指します。こうした背景のもと、島忠ではプライベートブランド開発を積極的に進め、年間1,000品目を超えるスピードでオリジナル商品を開発。更に、同一建物に島忠・ニトリそれぞれの店舗を配置する一体型店舗を展開しました。また、既存店においてもDIYやリフォーム売場の拡充に加え、商品構成の見直しを通じた改装を進め、収益力の向上につなげています。

TOPICS 暮らし提案の取り組み

幅広い商品ラインアップを活かし、ペット用品や電動アシスト自転車をはじめ、暮らしの様々な場面に対応する商品を開発・販売しています。また、カテゴリーごとにプライベートブランド商品の開発を進めており、衣料分野ではリカバリーウェア等を展開する「N easy」、家具分野では、インテリアへのこだわりに応えるデザイン性と品質を備えながら、手の届きやすい価格で提供するブランド「yutoria（ユトリア）」を展開しています。更に、ニトリ家電の取扱いや島忠オリジナル家具のニトリグループ展開等、グループシナジーを活かした商品提案の拡充にも取り組んでいます。



IT・DX マテリアリティ ①



IT・DXにおける強み

システムの企画から開発・導入・運用・管理までを自社主導で担い、各部署と一体となって取り組んでいます。IT部門と各部署が密接に連携し、現場理解に基づいたシンプルで使いやすいシステムを構築することで、ローコストオペレーションを支えています。内製化比率を高めることで、成長に合わせた機能領域の拡張や業務改革への迅速な対応を可能とし、意思決定から実装までのスピード向上につなげています。

AI・システム活用による業務効率改善施策

1. 商品開発

商品企画システム

商品企画から開発に至るまでの一連のプロセスに関する情報を、サプライヤーとニトリ双方で共有・管理する仕組みを構築し、商品開発業務の効率化と品質向上を図ります。

2. 商品供給

輸出入システム

手作業のデータ入力や各種書類のチェックを自動化、国内の貿易業務の改善、及び標準化を進めています。

販売予測・発注計画

販売予測及び発注計画の自動化により、業務効率の向上を図ります。現在、中国大陸で導入に向けた実証実験中です。

3. 海外事業

店舗システム刷新及び会員基盤の構築

海外店舗における業務の単純化・効率化・標準化を目的として、海外店舗の基幹システムの刷新を進めています。これにより、持続的な高速出店を支える仕組みを構築しています。あわせて、海外における会員基盤を新たに構築し、顧客情報を一元管理することで、顧客利便性の向上と、データ活用による効果的な販促及び利益拡大につなげていきます。



4. データサイエンスによる業務改革

品揃えの過不足を可視化

「用途・使い方・価格帯」といった購買の軸に基づき、AIを活用して商品を整理・分類することで、無駄のない売場を作成しています。

棚割作成の自動化

商品の売れ行きをもとに、AIを活用して「どの商品を」「どの場所に」「どれくらい並べるか」を整理。お客様が欲しい商品を見つけやすい売場を実現します。

AI駆動開発

システム開発の過程にAIを取り入れ、より迅速かつ正確な仕組みを提供できるよう開発を進めています。

循環（資源・エネルギー） マテリアリティ ① ② ③ ④ ⑤



資源・エネルギーの循環における強み

一気通貫のビジネスモデルを最大限活かし、「つくる」段階から「つかいおわたったあと」までを見据えたサーキュラー（循環）ビジネスを推進することで商品・資源・価値が循環する仕組みを構築しています。更に、フリースタンディングの店舗やDCを自社で保有している強みを活かし、屋根上に太陽光パネルを設置した「ニトリ発電所」を展開。モノだけでなくエネルギーも無駄なく循環させることで、「お、ねだん以上。」の価格・品質を維持しながら、持続可能な暮らしの豊かさにつながる商品・サービスを生み出しています。

中長期戦略に対する取り組み

原材料やエネルギーの枯渇による価格高騰、環境規制の強化等に対応するため、循環型ビジネスの構築を重要な成長戦略の一つと位置づけています。省エネルギーの取り組み、資源の使用量や廃棄物の削減等「減らす」取り組みを進めることで経費の削減に寄与。加えて、リサイクル回収・再資源化による資源循環の拡大、再生可能エネルギーの活用を進めることで、環境負荷の低減と事業のレジリエンス向上を図っています。



TOPICS リサイクル回収の取り組み

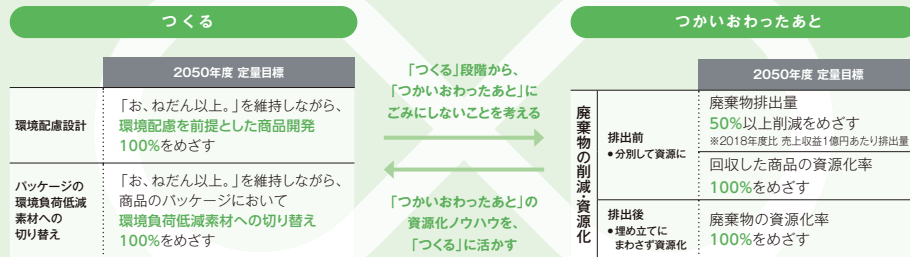
「まだ使えるのにもったいない」という声が多い商品を中心にリサイクル回収の取り組みを推進しています。お客様の困りごとを解決すると同時に限りある資源を守るため、自社製品だけでなく他社製品も回収している点、全国に窓口となる店舗があることによる圧倒的な回収量と処理実績等を評価いただき、2025年度グッドデザイン賞を受賞しました。



サーキュラー（循環）ビジネスの推進

ニトリグループは「製造物流IT小売業」という独自のビジネスモデルを持ち、「つくる」段階から「つかいおわたあと」までを見据えたサーキュラー（循環）ビジネスを推進しています。「つくる」段階では、環境配慮を前提とした商品開発を行い、特に資源化を見据えたものづくりに注力しています。更に、「つかいおわたあと」の商品の分別・資源化ノウハウを「つくる」段階に活かすことで、一連のつながったビジネスモデルを通じて、循環型社会の実現に向けた取り組みを進めています。

サーキュラー（循環）ビジネス推進の全体像



ものづくりに活かす

- 設計段階から分別・資源化を前提とした商品
- 設計段階から物流効率を考えた商品



将来的には
カーボンニュートラル
にも大きく寄与

ノウハウの蓄積

- どんな構造であれば「分別」できる？
- どんな素材であれば「資源化」できる？



環境配慮を前提とした商品開発

「つくる」段階の取り組みとして、「環境配慮を前提とした商品開発」を進めています。ニトリグループ独自の環境配慮設計の定義を定め、2026年3月期より実績数値の開示を開始しました（▶P71）。商品開発から自社で行っているニトリグループだからこそ、一気通貫のビジネスモデルの中でコストを吸収し、お客様の手に取りやすい価格で「お、ねだん以上。」を維持した環境配慮設計を目指します。

2050年度 定量目標	2026年3月期	
「お、ねだん以上。」を維持しながら、環境配慮を前提とした商品開発100%をめざす	20.6%	販売したプライベートブランド商品のうち、ニトリグループの環境配慮設計の定義※に当てはまる商品の重量の割合 ※経済産業省・環境省等の関係省庁による「資源有効利用・脱炭素化促進に関する各種指針」等の環境配慮設計に関するガイドラインの考え方を参考に、当社の事業特性及び製品特性を踏まえて独自に設定しています。

環境に配慮した商品開発の例



パッケージの環境負荷低減素材への切り替え

環境負荷の高いプラスチック製の梱包資材（緩衝材やパッケージ等）について、「プラスチック製の素材を無くす・減らす・変える」という軸で見直しを実施しています。その上で、素材名や材質記号を表示し、ごみではなく資源にまわしやすい状態を目指しています。



詳細はこちら

廃棄物の削減・資源化

物流拠点でマットレスを自前で分解・分別し、資源化する取り組みに加え（▶P36）、店舗においても廃棄物の削減・資源化に取り組んでいます。店舗で使用した紙の販促物等を廃棄せず、資源として回収することで、資源循環の促進に取り組んでいます。今後も全社一丸となって、廃棄物の削減と資源化を推進していきます。

リサイクル回収

カーテン・タオル・羽毛ふとんの常時回収に加え、2026年4月より一部地域を限定し「小型家電のリサイクル回収」を開始しました。ニトリ・ニトリネットで購入いただいたお客様を対象に、同一品目・数量の小型家電を無料で回収しています。

今後も回収して資源にまわせる品目を拡大し、お客様の困りごとを解決すると同時に、限りの資源を守ります。



詳細はこちら

気候変動への対応

TCFD提言に基づく開示

重要な経営課題である気候変動への対応を、更に実効性のあるものにするため、TCFDの枠組みに基づいた開示を行っています。



詳細はこちら

ニトリ発電所

再生可能エネルギー施策として、FIP (Feed In Premium) 制度を利用した余剰電力活用型スキームの太陽光発電事業「ニトリ発電所」を推進しています。店舗及び物流拠点の屋根全面に太陽光パネルを設置し、各拠点の使用電力を上回る発電をして、余剰電力を太陽光パネル未設置のグループ内他拠点へ供給することで、再生可能エネルギー循環の仕組みを構築。これにより、再生可能エネルギーの発電と無駄のない活用が可能となり、従来のスキームと比較して約3倍の温室効果ガスの削減に寄与しています。

各拠点の豊富な屋根上資産を活用した本取り組みは、2030年度までに国内180拠点への拡大を予定しています。



幅広い事業 マテリアリティ ① ② ⑤

お客様に暮らしの豊かさを感じていただくため、様々な事業を展開しています。



N+(Nプラス)

NHは、2019年3月に展開を開始した、大人の女性向けアパレルブランド。「トータルコーディネート」の大人服。」をコンセプトに、色と柄がつながるカラー提案と、ONからOFFまでの着回し力で、毎日を軽やかに彩ります。着心地がよく、日常でのお手入れが簡単なアイテムを、手に取りやすい価格で揃えています。



モール事業部

お客様の多様なライフスタイルにお応えするモール事業を展開し、地域のお客様に喜んでいただけるテナントの調査や誘致を行っています。楽しくお買い物いただけるよう、モール全体が一体となり、地域のお客様の豊かな暮らしに貢献していきます。2026年3月期時点では、とりと島島の施設で約500テナントの運営・管理を行っています。

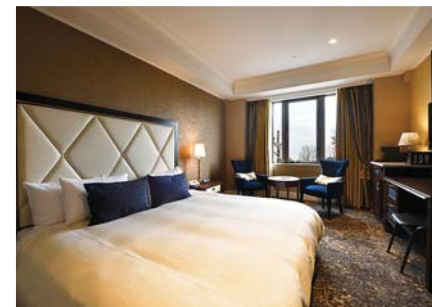
法人&リフォーム事業部

法人事業

オフィス、商業施設、医療・福祉施設、宿泊施設等、法人のお客様の多様なニーズに対応しています。プランニング提案から内装工事、オーダーメイド商品の製作までをノンストップで提供できる体制を強みとし、適正な品質の商品を手に取りやすい価格で提供しています。また、グループの信頼性と販売基盤を活用した協業やネット販売、新商品の開発にも注力しています。2026年に開催されるアジア競技大会では、オフィシャルパートナーとして移動式宿泊施設の整備を担い、大会終了後もその活用を通じて、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを推進していきます。

リフォーム事業

ニトリの家具・家電・ホームファッション用品を含め、住空間をトータルにご提案しています。特に、高品質かつ手に取りやすい価格にこだわったシステムキッチンも多くのお客様から高い評価をいただいております。ニトリの家具と同じ面材によるコーディネートも可能となりました。また、オンライン相談の導入により、お客様の利便性向上を図っています。商品のラインアップを拡充しニトリならではの空間提案を行うことで、リフォームを通じた暮らしの豊かさを提供しています。



ニトリファシリティ

ニトリグループの廃棄物処理・清掃・警備等の管理業務や、保険代理店としての保険業務を担っています。施設の維持・管理のみならず、グループ全体の最適化を考えながら経費削減・効率化に取り組むとともに、従業員の福利厚生を充実させることを目指しています。



ニトリパブリック

総合広告会社としてインハウス広告・販促事業に加え、外部顧客企業にも幅広いサービスを提供しています。グループのネットワークを活用した商品開発や輸出事業を行うほか、旅館「銀鯉荘(北海道・小樽)」や赤れんが庁舎内の土産店運営等、北海道観光の振興にも取り組み、企業価値向上の一翼を担っています。

