

2025年2月期 決算説明資料



2025年4月10日

Can★Do

(証券コード:2698)

<https://www.cando-web.co.jp>

2025年2月期

特別損失の計上および通期業績予想との
差異に関するお知らせについて

当社は、以下のとおり、2025年2月期第4四半期連結会計期間において特別損失を計上するとともに、2024年4月9日に公表いたしました2025年2月期通期(2024年3月1日～2025年2月28日)の連結業績予想と実績に差異が生じたので、お知らせいたします。

記

1.特別損失の計上について

2025年2月期第4四半期連結会計期間において、当社が保有する店舗に係る固定資産について、退店・リニューアル・既存店の減損処理を行い、「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき、減損損失389百万円を計上いたしました。

また、2025年2月期第4四半期連結会計期間に、資産除去債務の見積変更を行い、減損損失の対象資産が増加したことで減損損失の金額が増加いたしました。

2.2025年2月期通期連結業績予想と実績との差異 (2024年3月1日～2025年2月28日)

(単位:百万円、%)

	2025年2月期 業績予想		2025年2月期 実績		増減額	業績 予想 対比
	金額	率	金額	率		
売上高	85,000	100.0	83,380	100.0	▲ 1,619	98.1
営業利益	450	0.5	849	1.0	399	188.8
経常利益	500	0.6	910	1.1	410	182.2
親会社株主に帰属 する当期純利益	40	0.0	▲ 163	-0.2	▲ 203	—
1株当たり 連結当期純利益	2.50	—	▲ 10.23	—	—	—

3.差異が生じた理由

当社2025年2月期の連結売上高は、直営店の既存店が当初計画を下回ったことと、計画外の大型店退店の影響で、当初計画を下回りました。

一方で連結営業利益、連結経常利益につきましては、他価格帯商品を中心とした原価低減、店舗当たりの出店コストの見直し、店舗オペレーションの統一による人時コントロール等でコスト抑制に努め、当初予想を上回りました。

また、親会社株主に帰属する当期純利益については、
「1.特別損失の計上について」で記載のとおり、
資産除去債務の見積額の変更を行ったことで、
減損損失が増加し、当初予想を下回る結果となりました。

以上

2025年2月期の業績について

プラス与件	マイナス与件
<p data-bbox="280 811 430 875">当 社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・節約志向による当社既存店売上高の増加 ・他価格帯商品のニーズ上昇 ・外出/お出かけ対応商品への実需増加 ・酷暑や残暑/厳冬や豪雪及び防災意識の高まり 	<ul style="list-style-type: none"> ・人員不足の顕在化 ・インフレによる原材料等の高騰 ・台風、豪雨、地震などの店舗への影響

(単位:百万円、%)

	2023年2月期 ^(※1) (2021/12-2023/2)		2024年2月期 (2023/3-2024/2)		2025年2月期 (2024/3-2025/2)		前年 同期比
	金額	売上高比率	金額	売上高比率	金額	売上高比率	
売上高	93,150	100.0	80,357	100.0	83,380	100.0	103.8
売上総利益	35,020	37.6	29,621	36.9	31,679	38.0	106.9
営業利益	538	0.6	242	0.3	849	1.0	349.7
経常利益	633	0.7	296	0.4	910	1.1	307.5
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲ 343	▲ 0.4	▲ 1,166	▲ 1.5	▲ 163	▲ 0.2	-
一株当たり 当期純利益	▲ 21.53 円		▲ 72.98 円		▲ 10.23 円		-
会計期末 店舗数	1,245 店舗		1,258 店舗		1,340 店舗	(※2) 82店舗 (42店舗)	

(※1) 決算期変更に伴い、2023年2月期は15ヶ月間、前期及び今期は12ヶ月間となります。

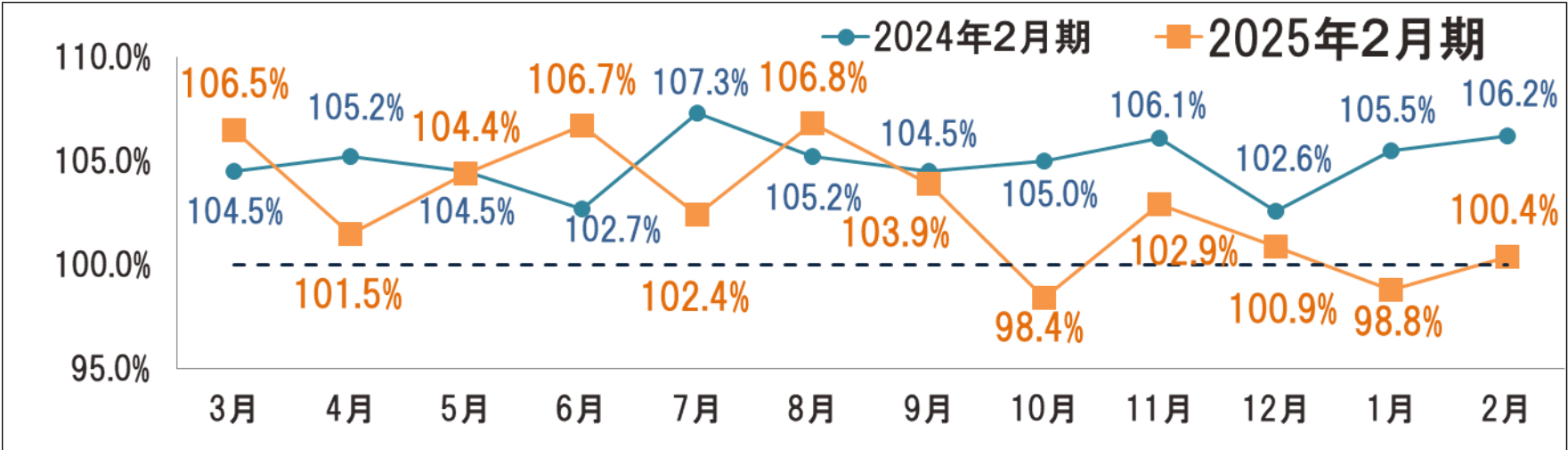
(※2) 売場のコーナーに展開することが多かったため、開示店舗数に含めていなかったキャンドウセレクト計40店舗を2024年3月末より店舗数に含めております。これを除外した2025年2月期の店舗純増数は()書きにある42店舗となります。

(単位:百万円、%)

	2023年2月期 (2021/12-2023/2)		2024年2月期 (2023/3-2024/2)		2025年2月期 (2024/3-2025/2)		前年 同期比
	金額	売上高比率	金額	売上高比率	金額	売上高比率	
営業利益	538	0.6	242	0.3	849	1.0	349.7
営業外収益	102	0.1	75	0.1	92	0.1	122.2
営業外費用	8	0.0	22	0.0	31	0.0	139.7
経常利益	633	0.7	296	0.4	910	1.1	307.5
特別利益	39	0.0	74	0.1	69	0.1	92.6
特別損失	662	0.7	725	0.9	① 660	0.8	91.0
税引前当期純利益	11	0.0	▲ 354	▲ 0.4	319	0.4	-
法人税等	354	0.4	812	1.0	② 483	0.6	59.5
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲ 343	▲ 0.4	▲ 1,166	▲ 1.5	▲ 163	▲ 0.2	-

①は資産除去債務について退店時の原状回復費用に関する見積額変更による影響等389百万円

②は繰延税金資産の取り崩し等152百万を法人税等調整額へ計上したことによる影響

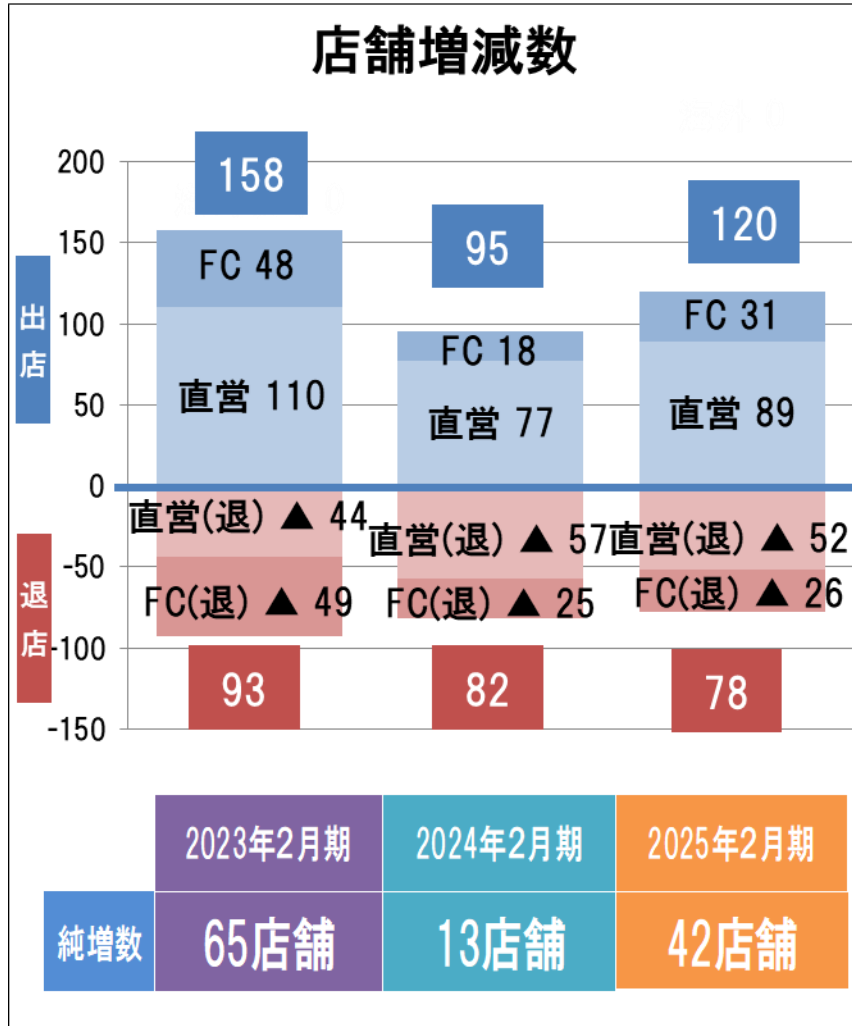


**2025年
2月期**

- ・12～2月 100.1%
- ・3～2月 102.7%

- ・インフレ進行に伴う生活防衛意識の高まりとお客さまニーズに沿った趣味趣向品が好調
- ・外出・旅行の活性化、インバウンドの復活
- ・天候不順(豪雪・厳冬)及び防災意識の高まりに対応した売場提案

出退店数の状況



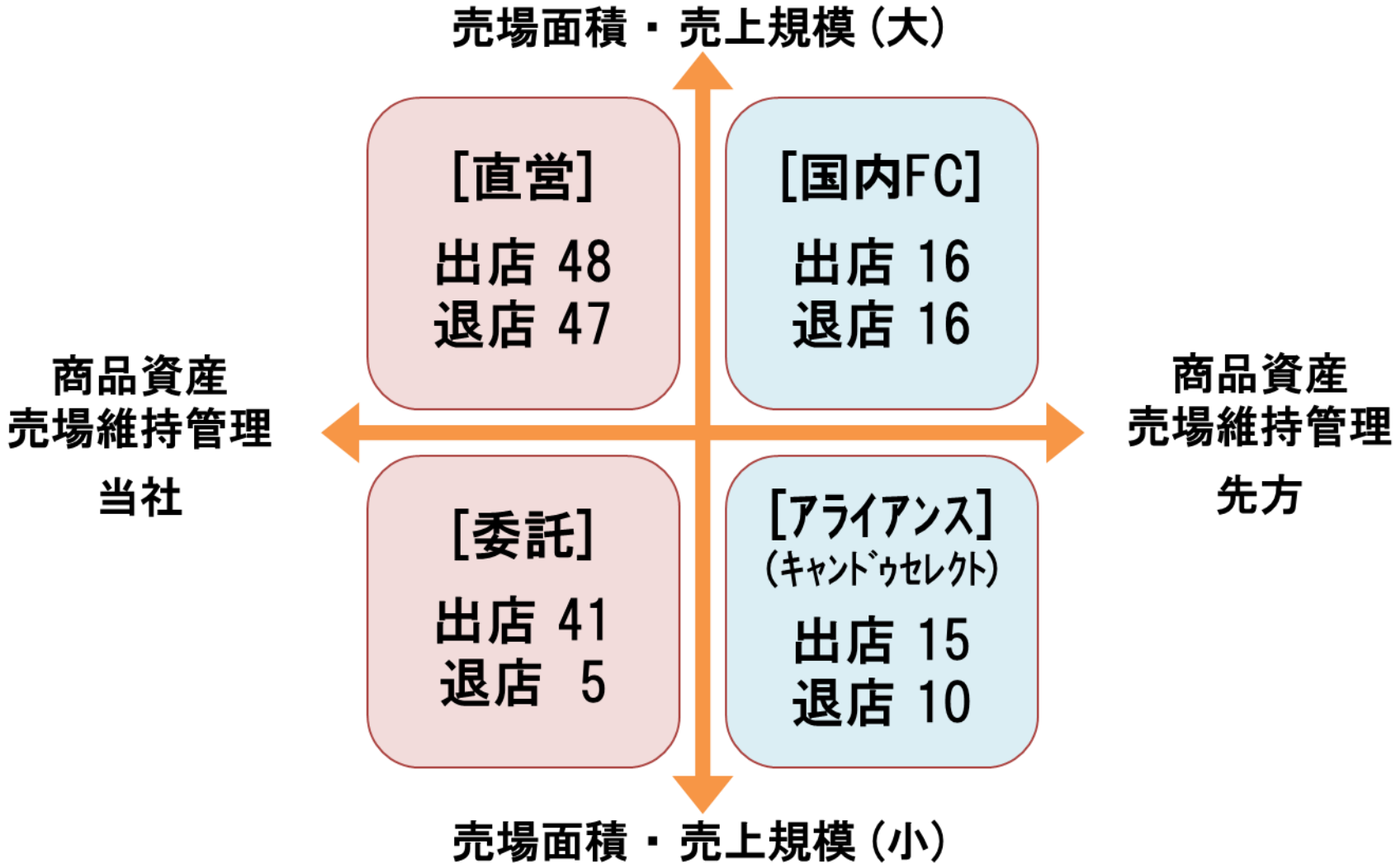
出店・リニューアル

- 新規出店: 120店舗 (計画: 170/通期)
直営89店舗、FC31店舗
※計画を下回る水準の実績
- 直営リニューアル: 27店舗
(計画: 20/通期)
※計画水準を上回る実績

退店

- 78店舗 (計画: 75/通期)
直営52店舗、FC26店舗
※概ね計画水準の実績

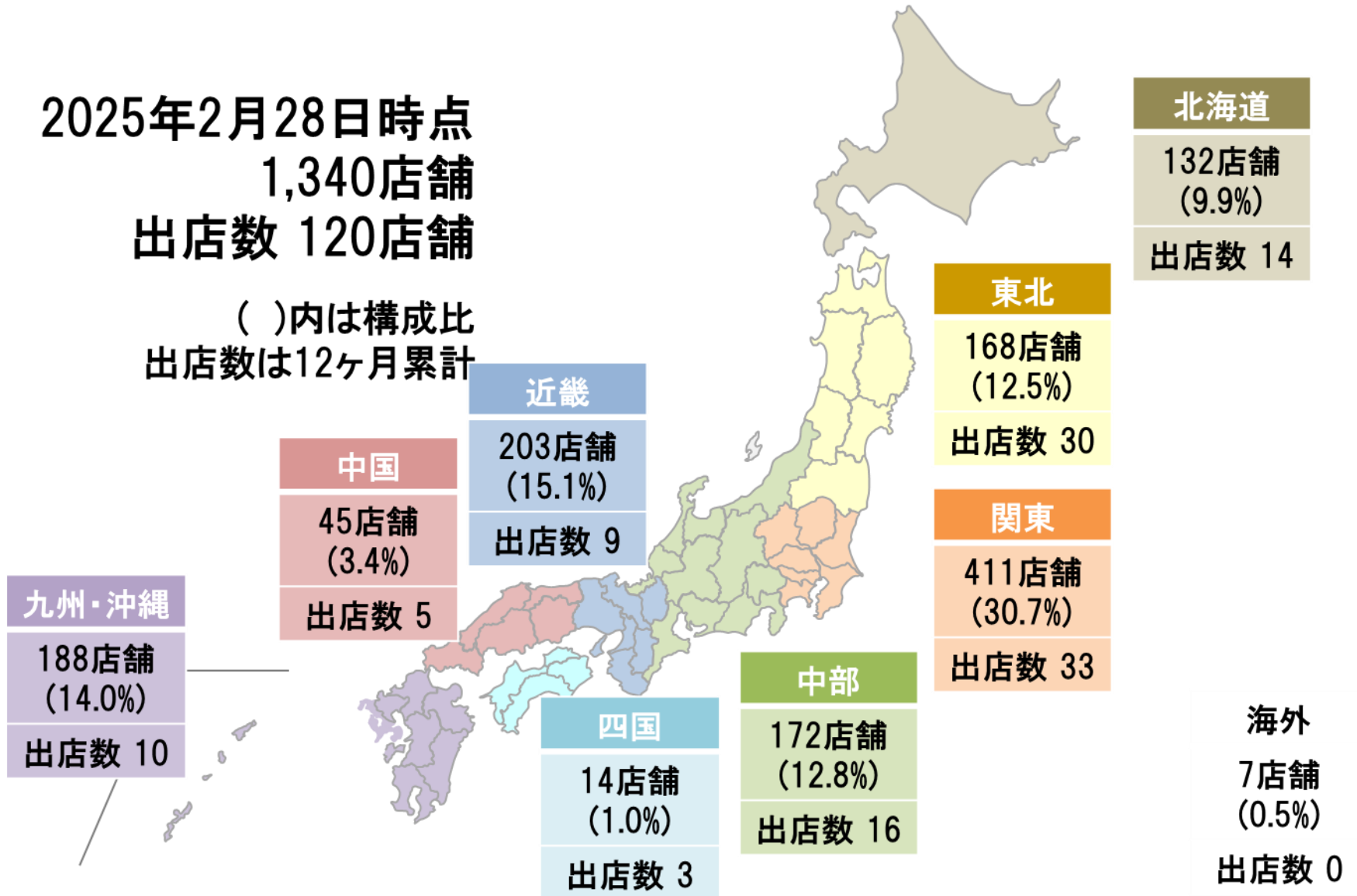
1,340店舗 【増減】直営 +37店舗、
FC +5店舗、
海外FC ±0店舗



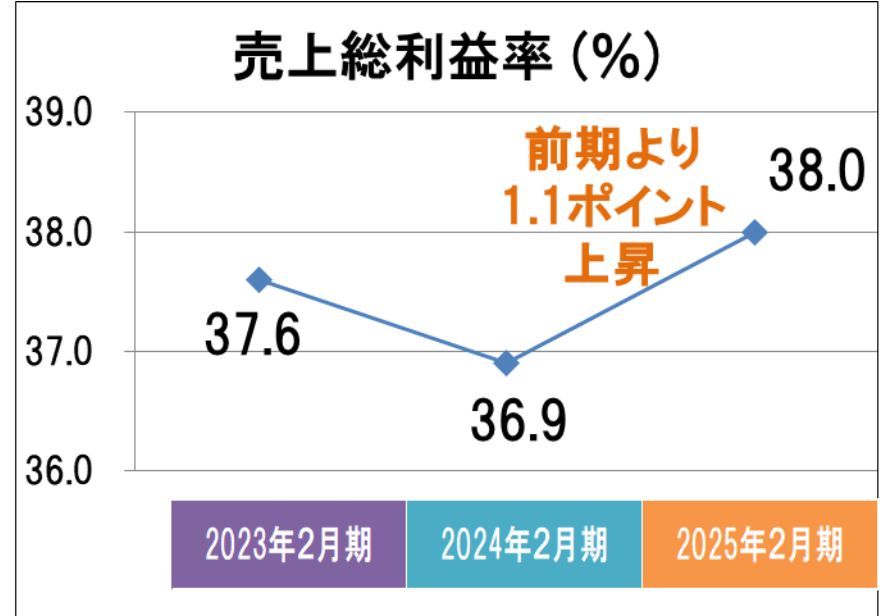
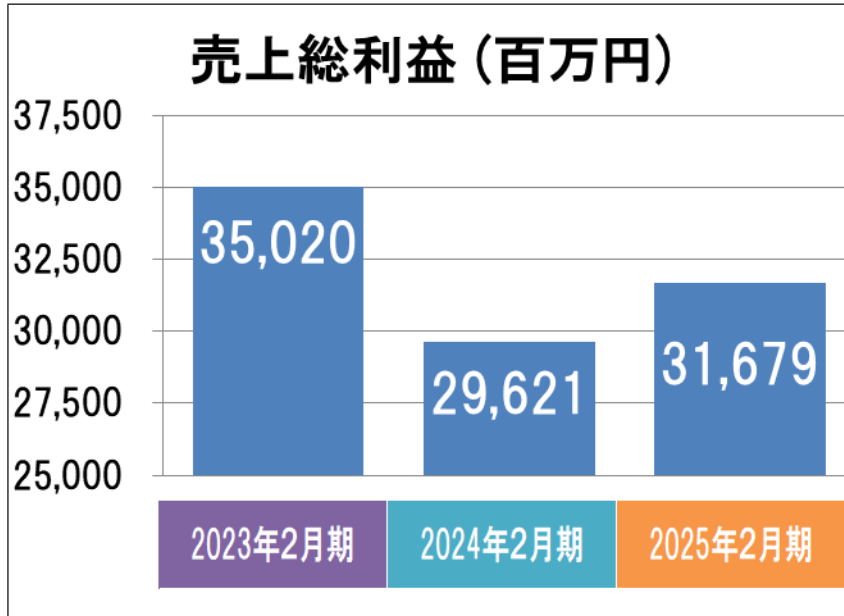
地域別出店状況

2025年2月28日時点
 1,340店舗
 出店数 120店舗

()内は構成比
 出店数は12ヶ月累計



売上総利益の内訳

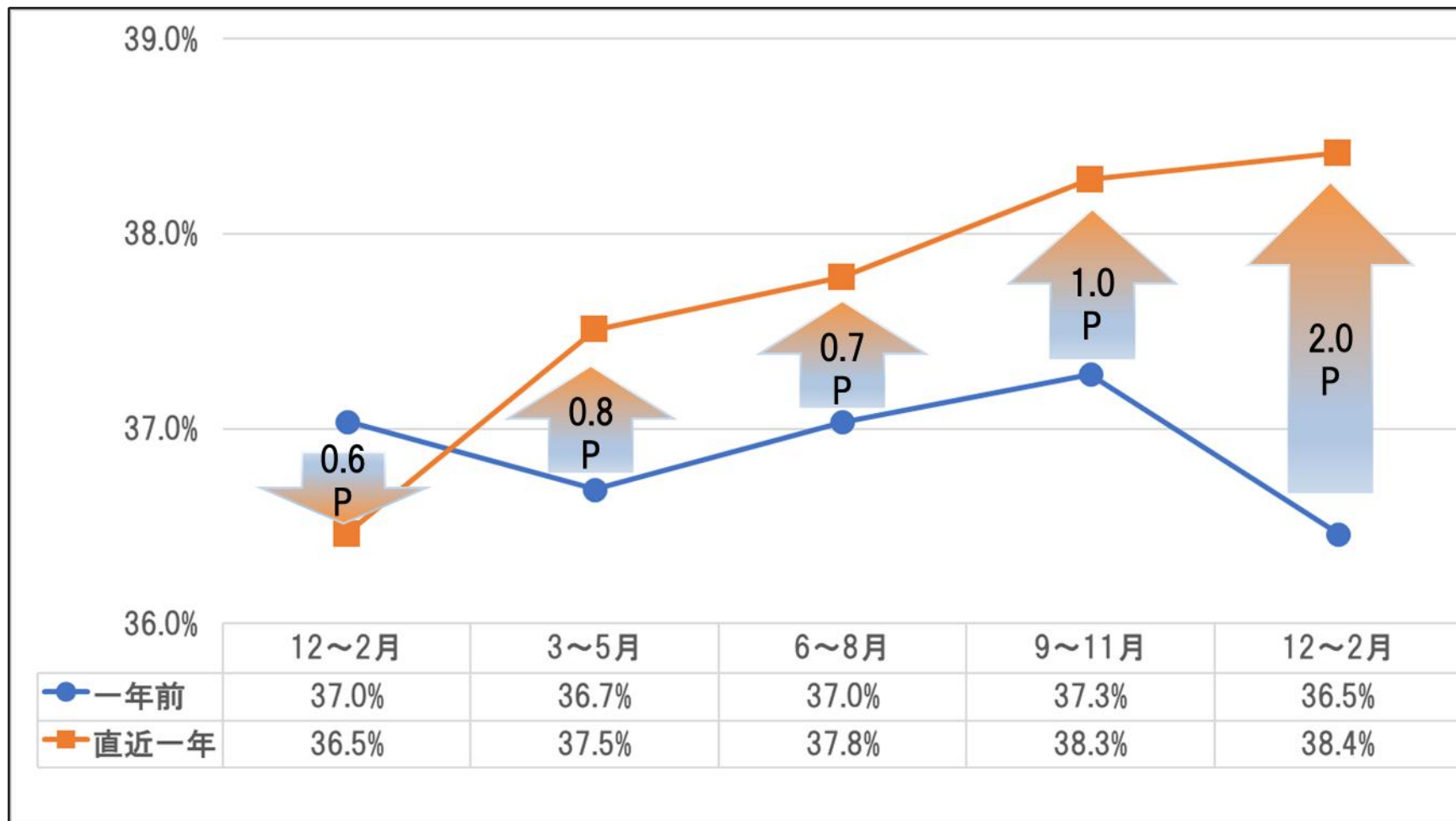


売上総利益の変動

- 100円雑貨の売上高を維持
- 他価格帯商品の売上比率増加

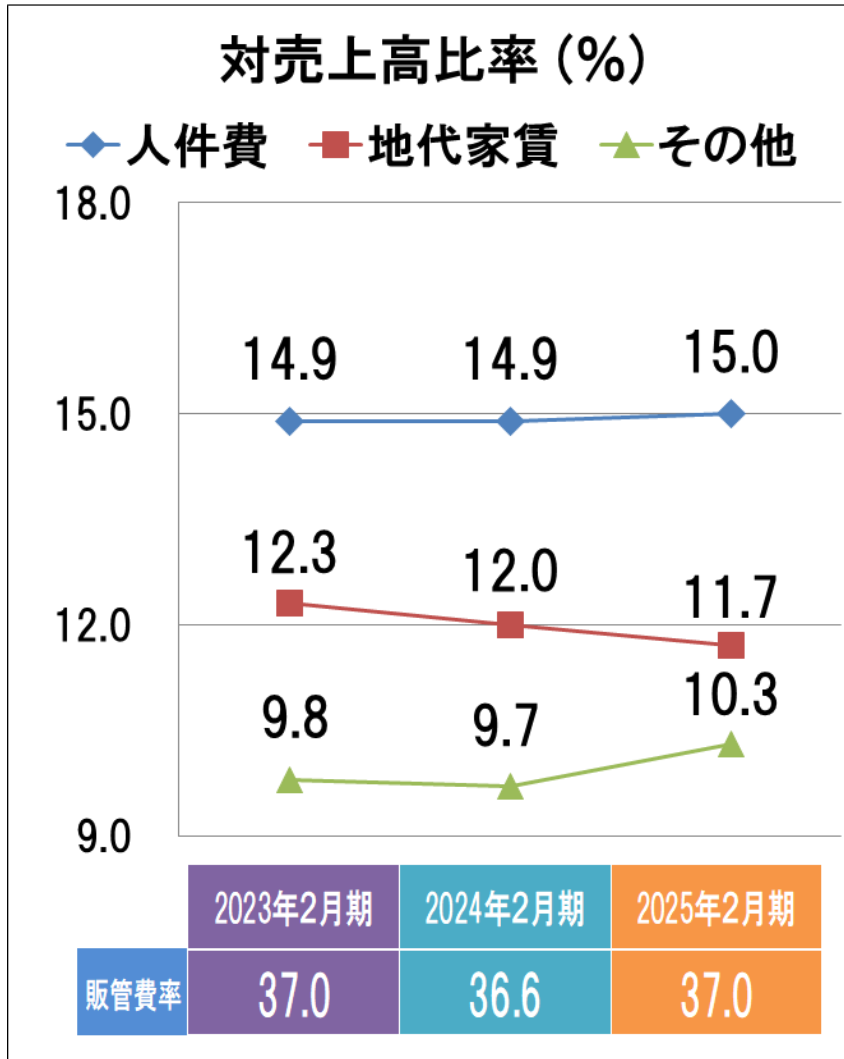
売上総利益率の変動

- 原材料の高騰や為替の影響
- 100円商品の原価維持への取り組み
- 付加価値を見直し、他価格帯へ移行



2024年2月期4Qで、積極的な商品入替を前提にした商品廃棄を実施

販管費の内訳



人件費

- ・イオン水準の賃金政策実施に伴う給与手当・雑給などの増加
- ・外注人件費の抑制

地代家賃

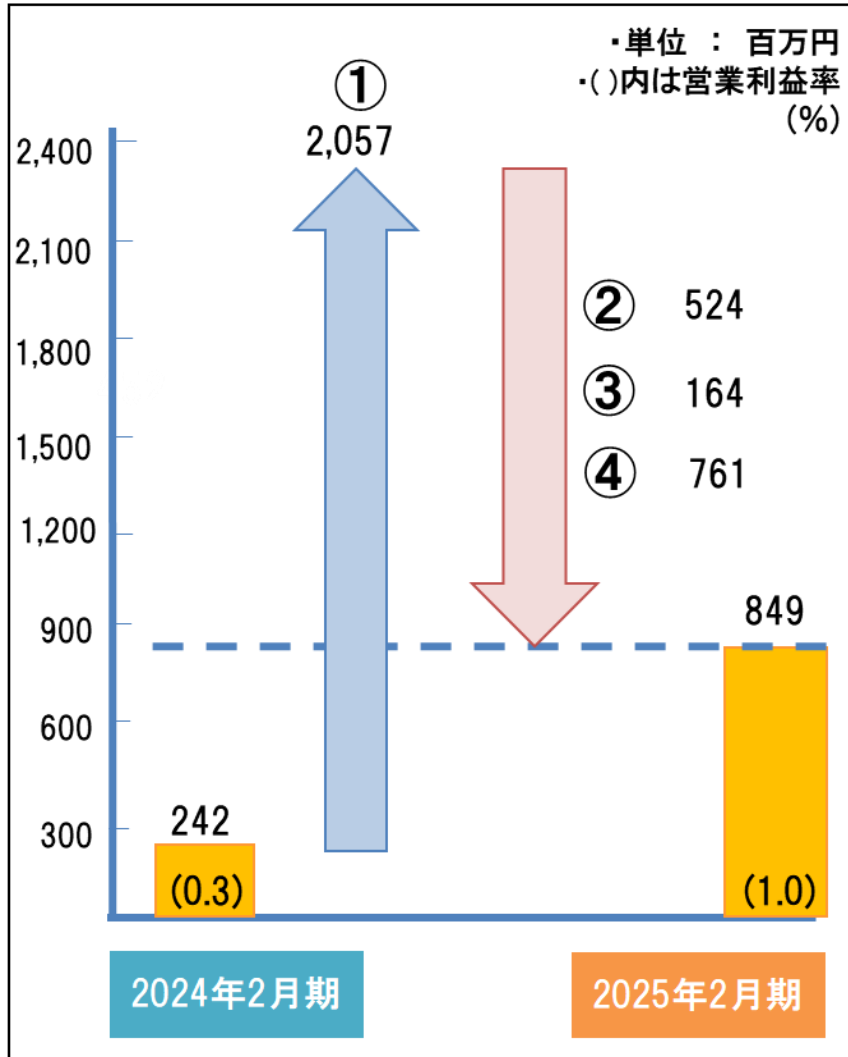
- ・売上高の伸長に伴い地代家賃比率が低下

その他販管費

- ・クレジット等手数料、母店販促費増
- ・出店費、修繕費などの増加

販管費率+0.4ポイント

営業利益(増益) 差異分析



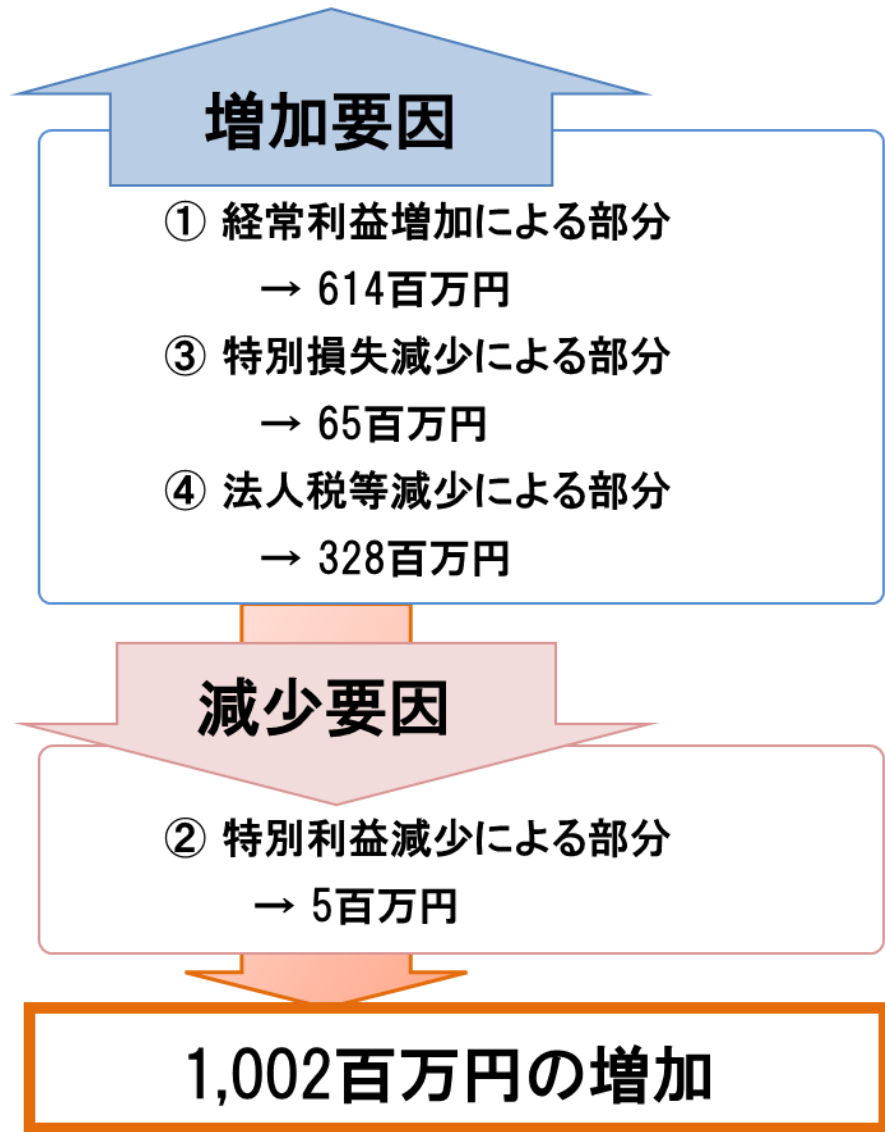
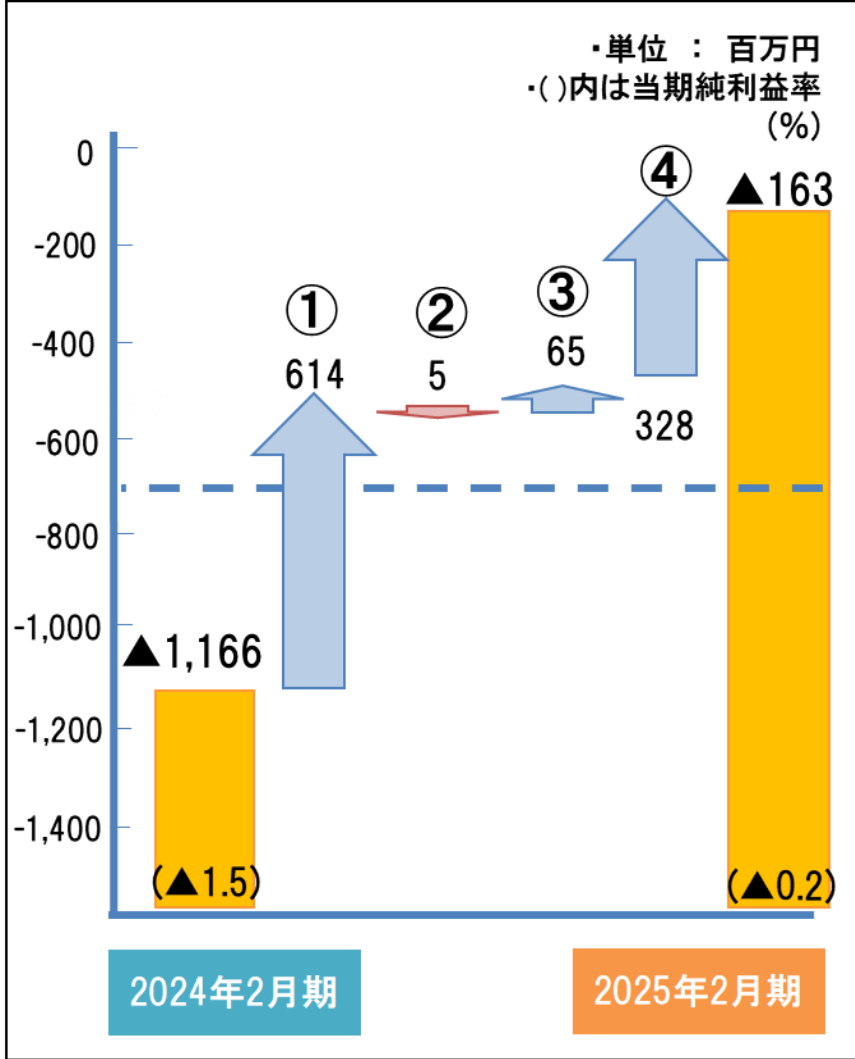
増加要因

- ① 売上総利益増加による部分
(売上増×売上総利益率)
→ 2,057百万円

減少要因

- ② 人件費増加による部分
→ 524百万円
- ③ 地代家賃増加による部分
→ 164百万円
- ④ その他販管費増加による部分
→ 761百万円

606百万円の増加



連結貸借対照表の状況

(単位:百万円)	2024年 2月期	2025年 2月期	前年 増減額		2024年 2月期	2025年 2月期	前年 増減額
流動資産合計	15,477	15,197	▲ 280	流動負債合計	13,900	14,285	385
現金及び預金	2,831	2,033	① ▲ 797	仕入債務	8,011	7,879	▲ 131
売上債権・未収入金	3,666	3,905	238	その他流動負債	5,888	6,406	③ 517
商品	8,338	8,449	111	固定負債合計	4,563	4,671	107
その他流動資産	640	807	166	退職給付に係る負債	2,322	2,090	▲ 231
有形固定資産合計	6,366	7,054	688	資産除去債務	1,806	2,203	④ 396
建物及び構築物	5,223	5,835	② 612	負ののれん	123	85	▲ 38
その他有形固定資産	1,142	1,218	75	その他固定負債	310	291	▲ 18
無形固定資産合計	283	315	32	負債合計	18,463	18,957	493
投資その他の資産合計	7,017	6,810	▲ 207	資本金	3,028	3,028	0
敷金及び保証金	5,673	5,621	▲ 52	資本剰余金	3,103	3,126	22
その他投資その他の資産	1,343	1,188	▲ 154	利益剰余金	5,565	5,130	▲ 435
固定資産合計	13,666	14,179	513	自己株式	▲ 1,117	▲ 1,096	21
資産合計	29,143	29,376	232	その他の包括利益累計額	100	231	131
				新株予約権	0	0	0
				純資産合計	10,680	10,419	▲ 260
				負債純資産合計	29,143	29,376	232

※対前年増減額が大きな項目について、その主なものを以下に記載

- ① 現金及び預金の減少 797百万円
- ② 建物及び構築物の増加 612百万円
- ③ 未払消費税の増加 324百万円
- ④ 資産除去債務の増加 396百万円

設備投資の状況

「ライフスタイル提案型ショップ(New Can★Do)」フォーマットによる新規出店・リニューアルを推進しました。また、生産性向上を図るべく、セルフジ導入に向けた取り組みを進めております。

(単位:百万円)

	2024年2月期	2025年2月期	増減
設備投資額	2,254	2,472	218
減価償却費	1,022	1,070	47

◆主な設備投資内訳

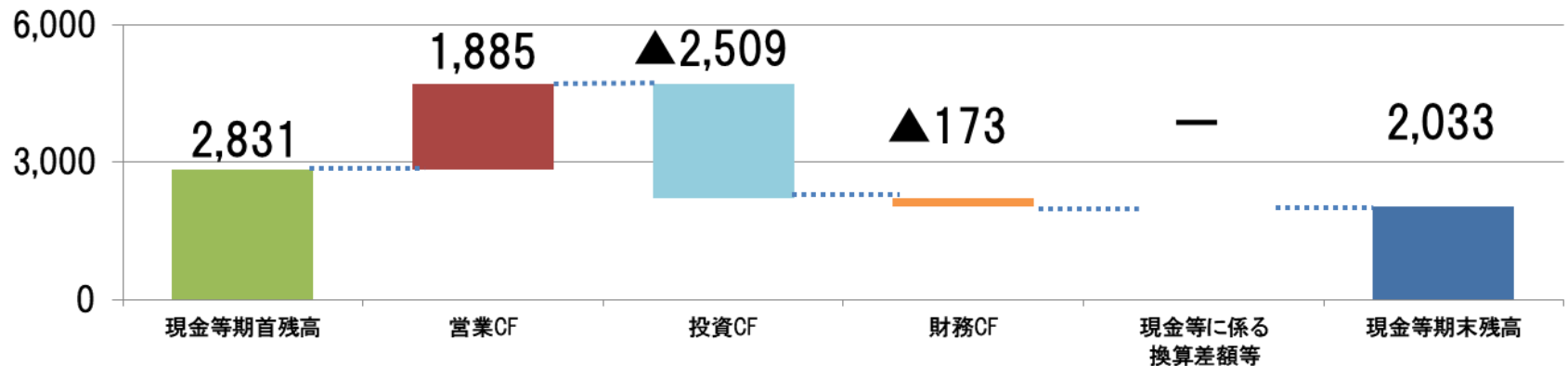
(単位:百万円)

	2024年2月期	2025年2月期	増減
直営新規出店・ 既存店リニューアル等	2,148	2,250	(※) 102
情報システム関連投資	106	222	116
合計	2,254	2,472	218

(※)1案件あたりの設備投資金額抑制施策効果も含む

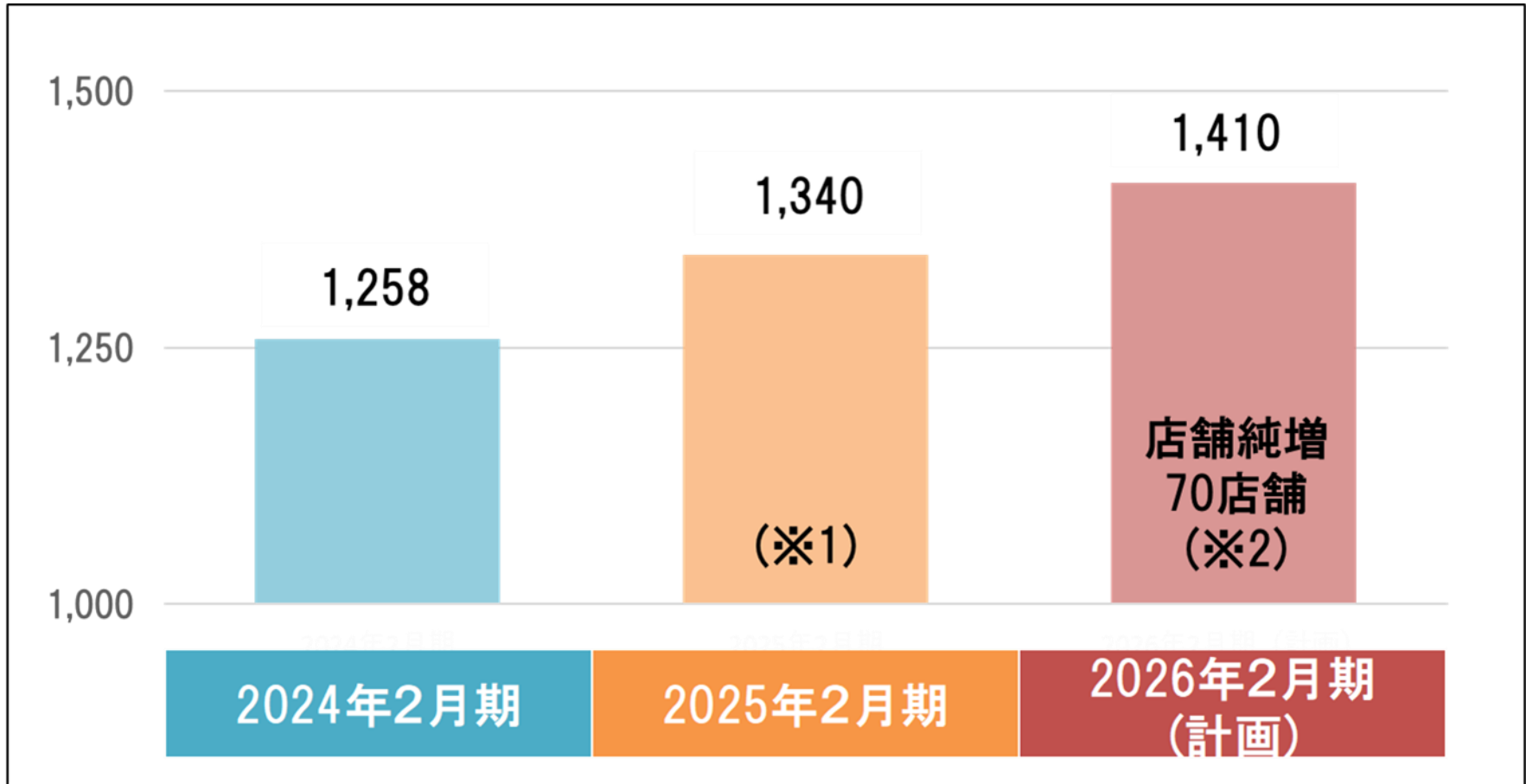
連結キャッシュ・フローの状況

(単位:百万円)	2024年2月期	2025年2月期	増減
営業キャッシュ・フロー	▲ 899	1,885	2,785
投資キャッシュ・フロー	▲ 2,112	▲ 2,509	▲ 397
財務キャッシュ・フロー	2,721	▲ 173	▲ 2,895
現金・現金同等物換算差額等	71	—	▲ 71
現金・現金同等物期首残高	3,050	2,831	▲ 218
現金・現金同等物期末残高	2,831	2,033	▲ 797



●営業キャッシュ・フローの内訳●

税金等調整前当期純利益319百万円に対して、
 加算項目は減価償却費1,070百万円、その他の負債の増加768百万円
 減算項目は法人税等の支払額593百万円、未収入金の増加161百万円等



(※1) 2024年4月8日に適時開示した「2024年3月度 月次売上高前年比速報」の注記にある
 キャンドゥセレクト40店舗は上記に含んでおります

(※2) 出店：100店舗、退店：30店舗

(単位:百万円、%)

	2025年2月期		2026年2月期 業績予想		前年 同期比
	金額	率	金額	率	
売上高	83,380	100.0	91,800	100.0	110.1
営業利益	849	1.0	1,080	1.2	127.1
経常利益	910	1.1	1,110	1.2	121.9
親会社株主に帰属 する当期純利益	▲ 163	▲ 0.2	100	0.1	—

2026年2月期の取り組み

方針：イオングループとの協業によるお客さま満足最大化

「販路の拡大」

- ・ [出店]利益が出る出店でお客さまの利便性の向上
- ・ [既存店]既存店の改装で利益体質を強化してお客さまの利便性を更に向上

「商品・ブランドの差別化」

- ・ [商品]お客さまから支持される商品の追求
- ・ [ブランド]品揃えと発信を確立した新たなライフスタイル提案型ショップへの進化

「企業価値の向上」

- ・ [成長]イオングループとのシナジーによる成長性の確立
- ・ [利益]デジタルシフトによる生産性の飛躍的な改善

イオングループとのシナジーを最大化＝成長と利益確保の両立

「 新たなお客さまの獲得 」

すでにCan★Doをご利用いただけていたり、ファンになっていただけたお客さまに加え、Can★Doを「ご利用いただけていない」お客さまを取り込む

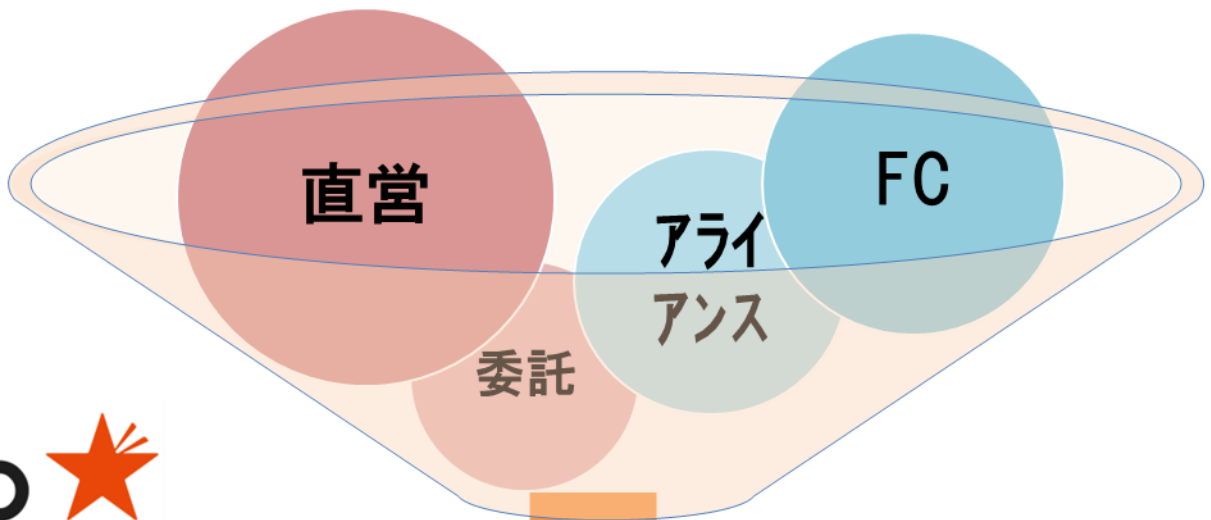
「 店舗のための仕組改革 」

お客さまとの接点になる『店舗』をよりよい場所にするために、リソースを最大限投入して、ハード面も含んだ仕組を改革する

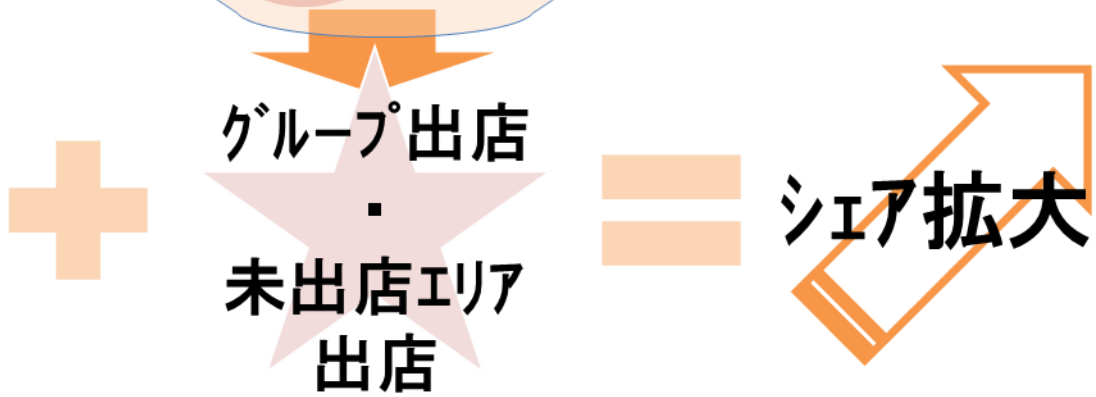
2026年2月期の具体的取り組み：I

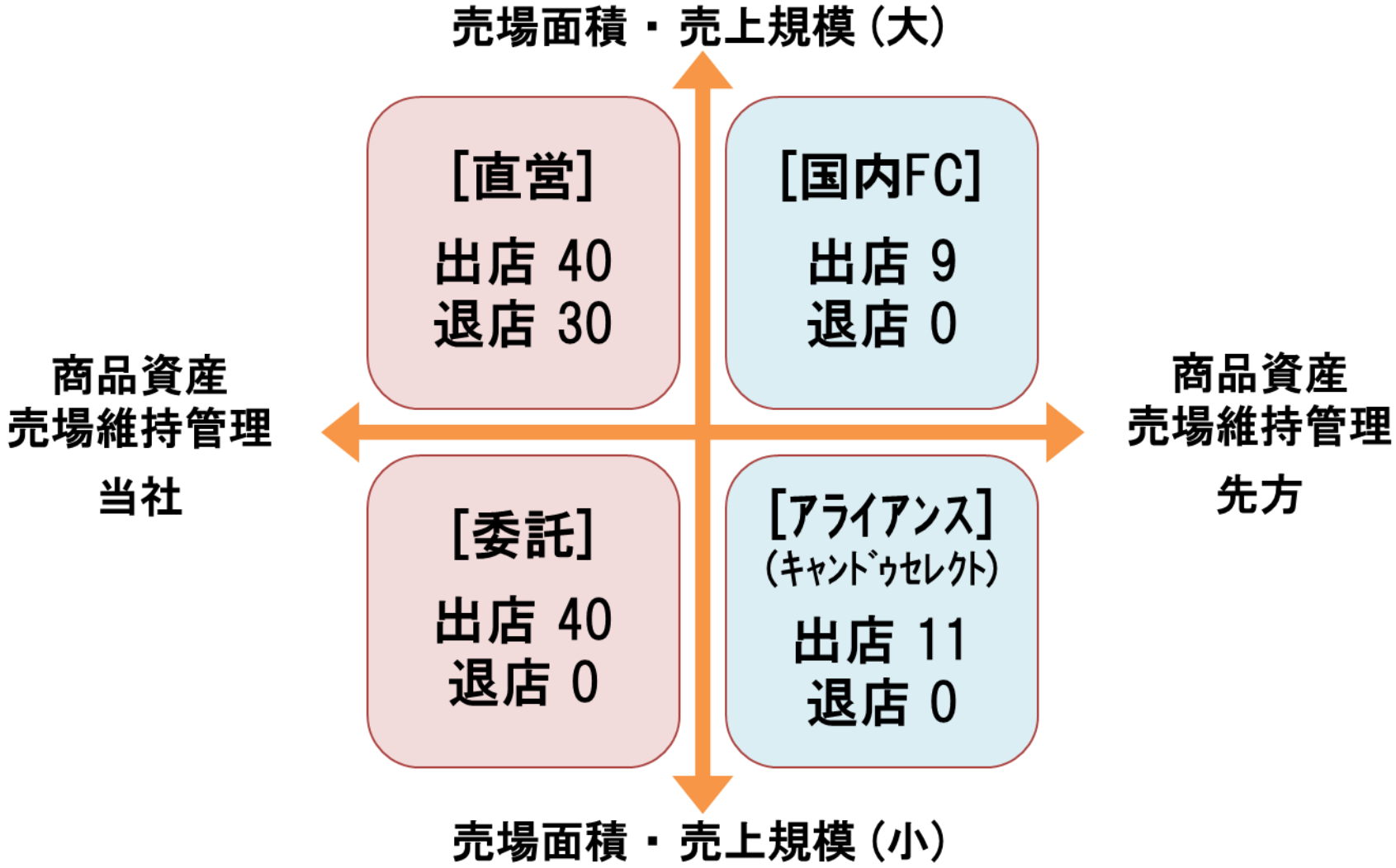
『販路の拡大』

お客さまからの期待に応える店づくりの追求と
グループ出店を主軸とした高効率出店の実現



CanDo★
お客さまの
期待に応える
店づくり





イオンモール盛岡南店
(岩手県・2025年2月21日オープン・310坪)



2026年2月期の具体的取り組み：Ⅱ

『商品・ブランドの差別化』

I ラインロビング戦略による新規顧客拡大

ビューティ



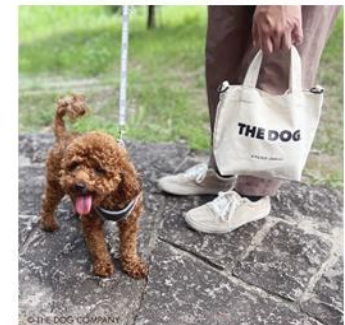
推し



知育玩具



ペット



II キヤンドウらしい「面白い商品」の強化

モンスターミニゴム



ミニリュックキーホルダー



マスコットキーホルダー



ペット用おもちゃニワトリ



100円商品

- 定番とスポットを再定義し機会損失を回避
- 生活雑貨・消耗品のラインナップ維持
- 用途の被る商品の集約
- 集客効果の高い食品のラインナップ維持

他価格帯商品

- お客さまに「お値打ち」と感じていただける売価設定
- 話題となる戦略的商品の展開
- 機能やデザインで付加価値のある商品の提案
- 加工食品や菓子類を中心に食品も取扱開始

・フォロワー数は、2025年2月現在、82万人超

・国内企業ランキングは、88位(対象10,000社超)

・お洒落な画像による商品活用シーン提案

Thanks! 800k



オリジナル/ディズニー
「ミニーマウス」



サンリオ
カオハナマスコット



カラフルライフ
シリーズ



スウィートハート
シリーズ



- ・イメージ訴求のInstagramに対し、情報量を優先するX(旧Twitter)ですみ分け
- ・メディアで取り上げられた商品もリツイート
- ・押し活アイテムなどX(旧Twitter)ユーザーに親和性の高い商品を紹介

デジタル
アドベンチャー



ちいかわ



モールドールキット



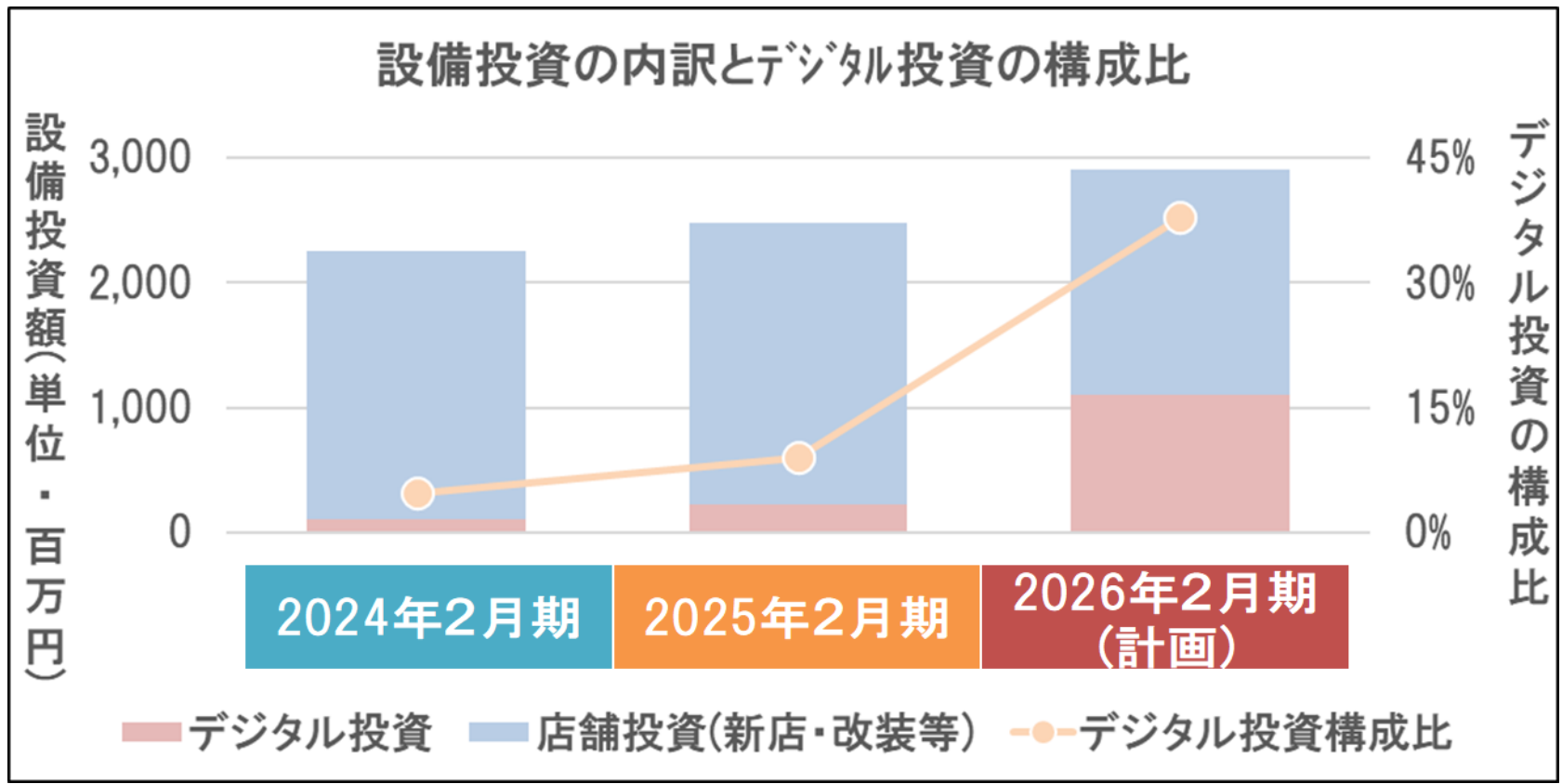
SWIMMER



2026年2月期の具体的取り組み：Ⅲ

『企業価値の向上』

デジタル投資へのシフトチェンジにより、
事業を継続し成長を加速させるべく、生産性の向上を図る



トライアルの結果、お客さまの待ち時間を削減でき、
従業員も付加価値の高い業務に時間を充て、生産性を向上



店舗運営方針：「店舗業務の標準化と店間格差是正」

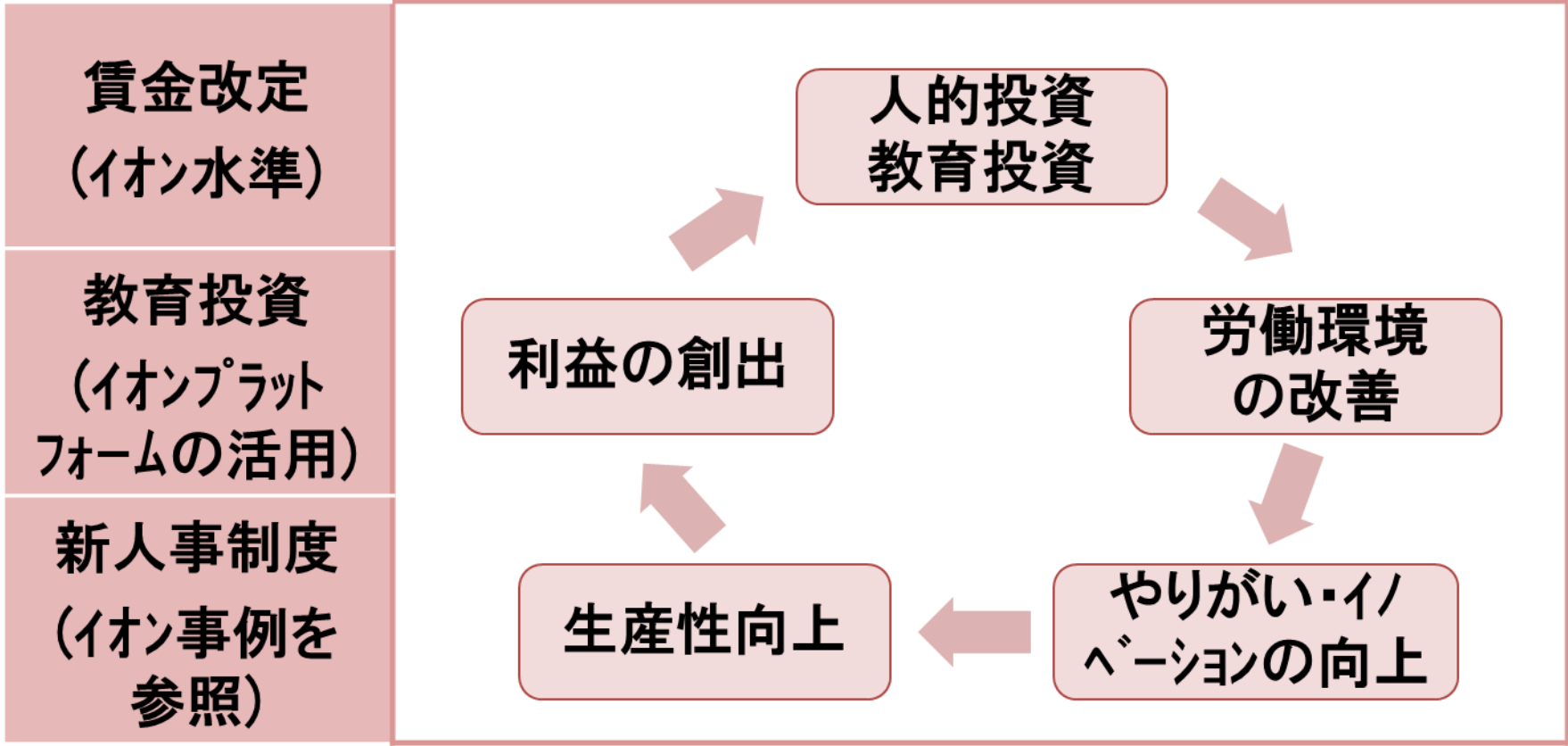
店舗業務の標準化

- ・モデル店舗策定と各地域への水平展開
- ・QSC(Quality:品質、Service:サービス、Cleanliness:清潔さ)レベルの底上げ
- ・投入人時管理の緻密化

店間格差是正

- ・店舗管理ツール導入による現場力の向上
- ・4S再徹底による業務効率化
- ・売場欠品の徹底的な抑制による機会損失の低減

生産性を高めるための人的資本への先行投資の継続と浸透



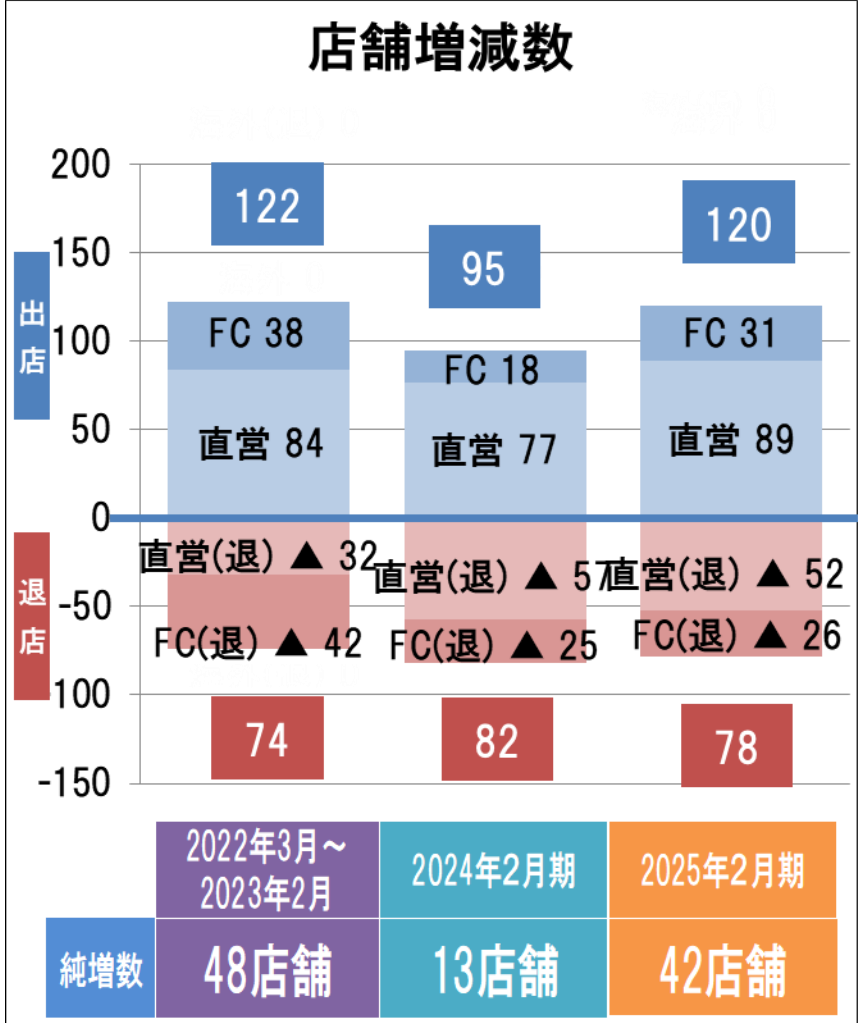
Appendix

各期同月累計(3-2月)推移について

(単位:百万円、%)

	2022年3月～ 2023年2月		2024年2月期		2025年2月期		前年 同月 (3～2月) 比
	金額	率	金額	率	金額	率	
売上高	75,005	100.0	80,357	100.0	83,380	100.0	103.8
売上総利益	28,055	37.4	29,621	36.9	31,679	38.0	106.9
営業利益	305	0.4	242	0.3	849	1.0	349.7
経常利益	380	0.5	296	0.4	910	1.1	307.5
親会社株主に帰属 する純利益	▲ 452	▲ 0.6	▲ 1,166	▲ 1.5	▲ 163	▲ 0.2	-
一株当たり 純利益	▲ 28.23 円		▲ 72.98 円		▲ 10.23 円		-
会計期末 店舗数	1,245 店舗		1,258 店舗		1,340 店舗		(※) 82店舗 (42店舗)

(※) 売場のコーナーに展開することが多かったため、開示店舗数に含めていなかったキャントゥセレクト計40店舗を2024年3月末より店舗数に含めております。これを除外した2025年2月期の店舗純増数は()書きにある42店舗となります。



出店・リニューアル

- 新規出店: 120店舗 (計画: 170/通期)
直営89店舗、FC31店舗
※計画を下回る水準の実績
- 直営リニューアル: 27店舗
(計画: 20/通期)
※計画水準を大きく上回る実績

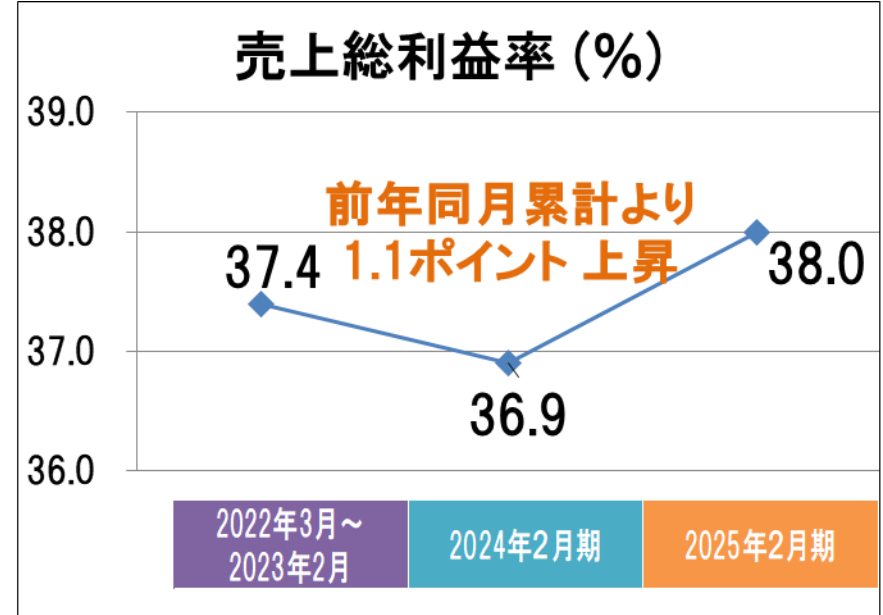
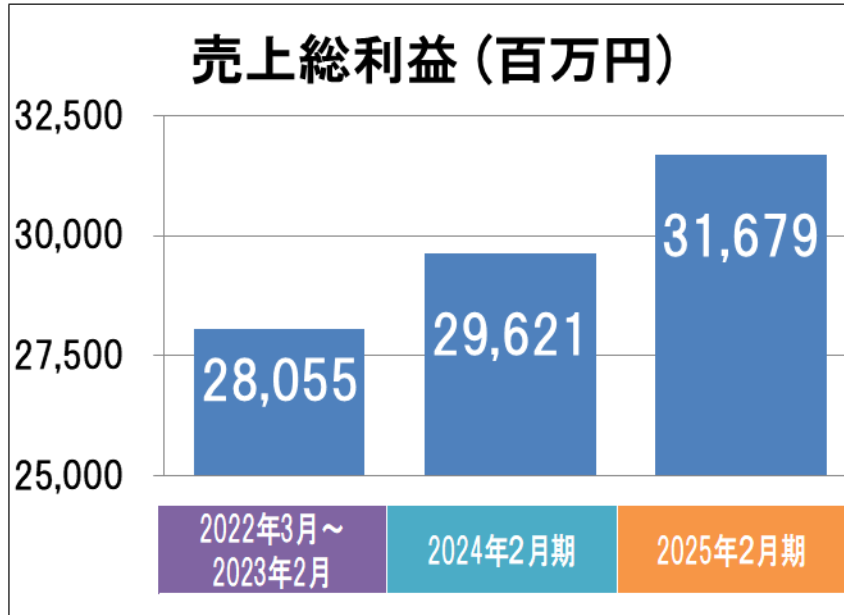
退店

- 78店舗 (計画: 75/通期)
直営52店舗、FC26店舗
※概ね計画水準の実績

【増減】直営 +37店舗、FC +5店舗、海外FC ±0店舗

1,340店舗

売上総利益の内訳(各期3~2月累計推移)



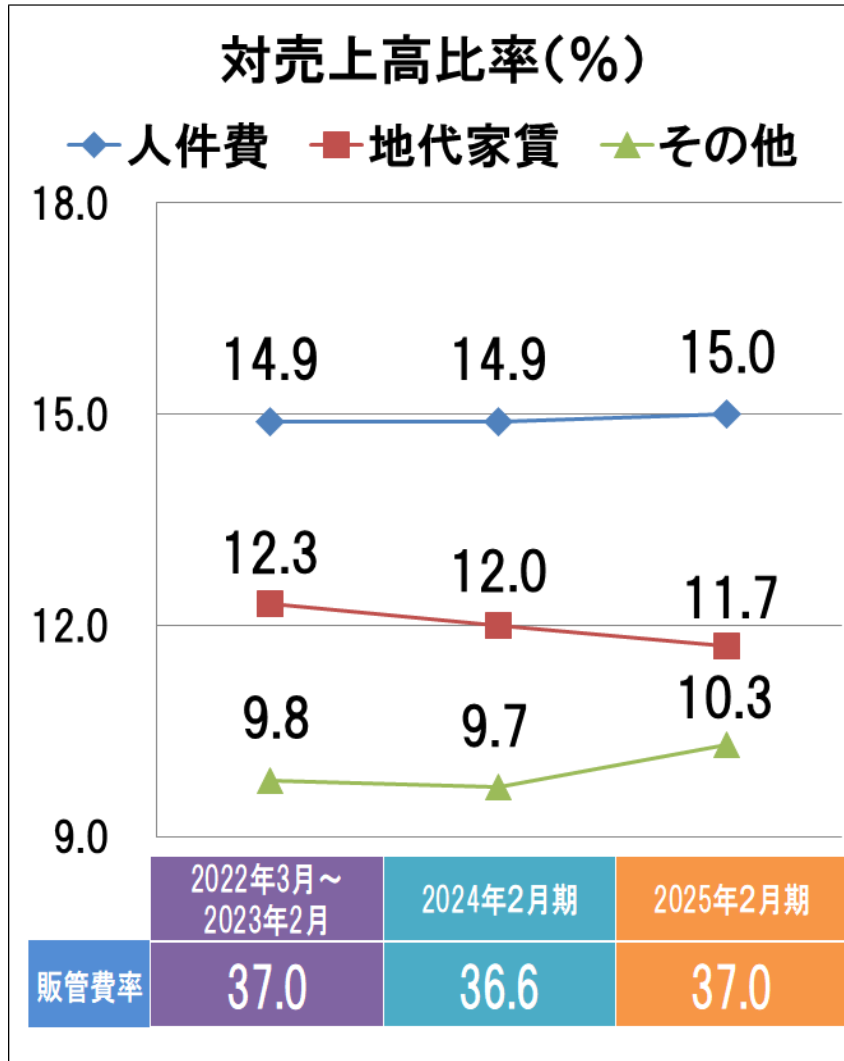
売上総利益の変動

- 100円雑貨の売上高を維持
- 他価格帯商品の売上比率増加

売上総利益率の変動

- 原材料の高騰や為替の影響
- 100円商品の原価維持への取り組み
- 付加価値を見直し、他価格帯へ移行

販管費の内訳(各期3~2月累計推移)



人件費

- ・イオン水準の賃金政策実施に伴う給与手当・雑給などの増加
- ・外注人件費の抑制

地代家賃

- ・売上高の伸長に伴い地代家賃比率が低下

その他販管費

- ・クレジット等手数料、母店販促費増
- ・出店費、修繕費などの増加

販管費率+0.4ポイント

【 ご注意 】

本資料に掲載されている株式会社キャンドウの現在の計画、見通し、戦略、認識、評価、想定等のうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確実な要因を含んでおります。これらの情報は、現在入手可能な情報から株式会社キャンドウの経営者の判断に基づいて作成されております。

実際の業績は、様々な重要な要素により、業績見通しとは大きく異なる結果となりうるため、業績見通しのみにより全面的に依拠することはお控えいただくようお願いいたします。

また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。

投資に関する決定は、利用者ご自身の判断において行われるようお願い申し上げます。