



2026年6月期

連結決算説明資料

2026.8.14

BRUNO株式会社（東京証券取引所グロース市場 証券コード3140）
代表取締役社長 塩田 徹

世界中に“たのしい”&“うれしい”
ライフスタイルをひろげたい。

01 当期純利益は上場来最高益を達成

当期純利益 **818百万円**、前期**192百万円**、前期比**425%**

02 売上高は前年比ビハインドも収益体質を強化、二期連続営業利益増益、利益率・営業CFも向上

連結売上高	▶ 12,877百万円	前期 14,502百万円	前期比 89%
連結売上総利益率	▶ 45.2%	前期 42.5%	前期差 +2.7pt
連結営業利益	▶ 567百万円	前期 440百万円	前期比 129%
連結営業キャッシュフロー	▶ 2,692百万円	前期 497百万円	前期比 542%
R O E	▶ 14.6%	前期 3.7%	前期差 +10.9pt

03 配当金の増額 — 過去最高水準

増配を実施 ▶ 一株当たり配当額 **4円 ⇒ 11.5円へ増額**

P/L

売上高は減少も、収益体質を強化し、**営業利益は前期比129%**と伸長、
親会社株主に帰属する当期純利益は上場来最高益を達成

(単位：百万円・%)

	2025年6月期	2026年6月期	増減	前期比
売上高	14,502	12,877	▲1,625	89%
売上総利益	6,172	5,824	▲348	94%
販売費 及び 一般管理費	5,731	5,257	▲474	92%
営業利益	440	567	126	129%
経常利益	329	436	107	133%
親会社株主に帰属する 当期純利益	192	818	625	425%
ROA※1	1.8%	7.8%	6.0pt	—
ROE※2	3.7%	14.6%	10.9pt	—

※1 ROA：親会社株主に帰属する当期純利益÷総資産(算定期間中の期首期末平均)

※2 ROE：親会社株主に帰属する当期純利益÷株主資本(算定期間中の期首期末平均)

- 当期純利益は818百万円と上場来最高益を更新。収益性改善と繰延税金資産の増額が要因
- 繰延税金資産の増額は、収益性の改善により今後の継続的な利益創出の蓋然性が認められたことによるもの

(単位：百万円)

	前回発表予想 (A)	2026年6月期実績	増減額 (B-A)	増減率	参考 前期実績 (2025年6月期)
売上高	13,000	12,877	▲123	▲0.9%	14,502
営業利益	600	567	▲33	▲5.5%	440
経常利益	400	436	36	+9.0%	329
親会社株主に帰属する 当期純利益	380	818	438	+115.2%	192
1株当たり 当期純利益 (円)	26.49	57.05	—	—	13.43

※前回発表予想は2026年2月12日「業績予想の修正に関するお知らせ」にて公表した2026年6月期の連結業績予想数値です。

B/S

棚卸資産を前期末より約38%削減
在庫管理の高度化で運転資本を大幅改善しキャッシュを創出
自己資本比率は57.7%（+8.1pt）に上昇し、財務基盤が一段と強化

(単位：百万円)

資産の部 (主要項目のみ)	2025年6月期 期末	2026年6月期 期末	前期末差
現金及び預金	1,898	3,130	1,231
受取手形売掛金	1,391	1,129	▲261
商品及び製品	2,739	1,690	▲1,048
その他流動資産	2,596	2,129	▲466
有形固定資産	192	148	▲44
無形固定資産	1,355	1,254	▲100
投資その他の 資産合計	334	924	590
繰延資産	0	0	0
資産合計	10,507	10,407	▲99

負債・純資産の部 (主要項目のみ)	2025年6月期 期末	2026年6月期 期末	前期末差
支払手形及び 買掛金	503	898	394
有利子負債	2,019	638	▲1,381
その他負債	2,776	2,861	85
負債合計	5,299	4,397	▲901
株主資本	5,220	5,980	760
純資産合計	5,208	6,010	801
負債純資産 合計	10,507	10,407	▲99

キャッシュフロー計算書

在庫適正化／収益体質強化により、
営業キャッシュフローは前期比542%と伸長

(単位：百万円)

項目	2025年6月期	2026年6月期	増 減
営業活動によるキャッシュフロー	497	2,692	2,195 ↑
投資活動によるキャッシュフロー	▲1,324	111	1,435 ↑
財務活動によるキャッシュフロー	53	▲1,624	▲1,677 ↓
フリーキャッシュフロー	▲827	2,803	3,630 ↑
現金及び現金同等物の増減	▲792	1,231	2,023 ↑
期末現金残高	1,888	3,120	1,232 ↑

キャッシュの活用方針

業績改善とキャッシュフロー創出を踏まえ、
株主還元の強化と非連続成長への投資を推進

① 特別株主優待の実施
(済)

業績成長を株主の
皆様に還元する
30周年特別優待を実施

② 増配

1株当たり配当を
4円→11.5円に増配
(前期比+7.5円)

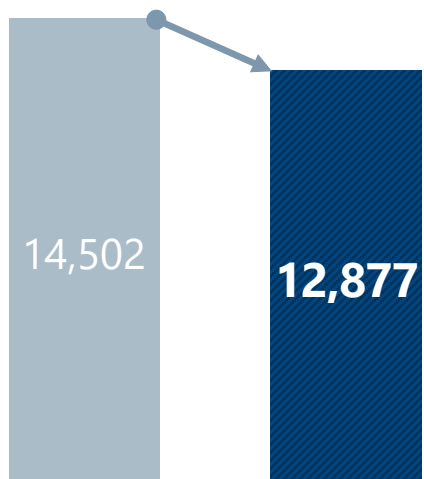
③ 非連続成長等への投資

M&A・新規事業等、
次の成長ドライバーへの
投資を検討

対前期 売上高／営業利益／営業CF

(単位：百万円)

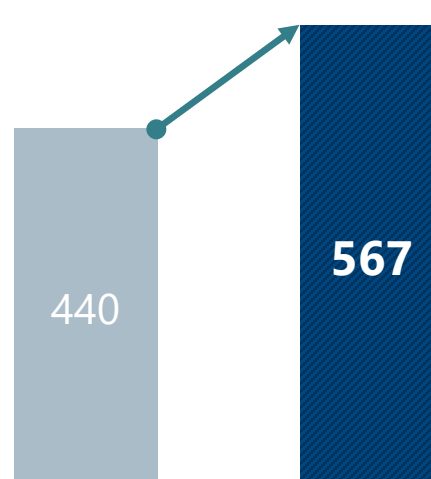
売上高
▲ 89%



2025年6月期 2026年6月期

商品のブランド力と
収益性の向上を重視
する販売戦略に注力

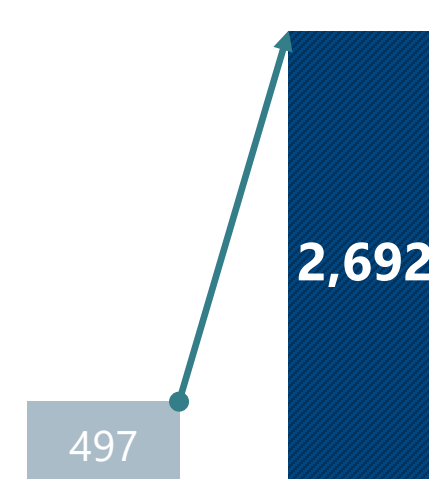
営業利益
+ 127百万円



2025年6月期 2026年6月期

物流費削減等、
収益改善施策により
営業利益拡大

営業CF
+ 2,195百万円

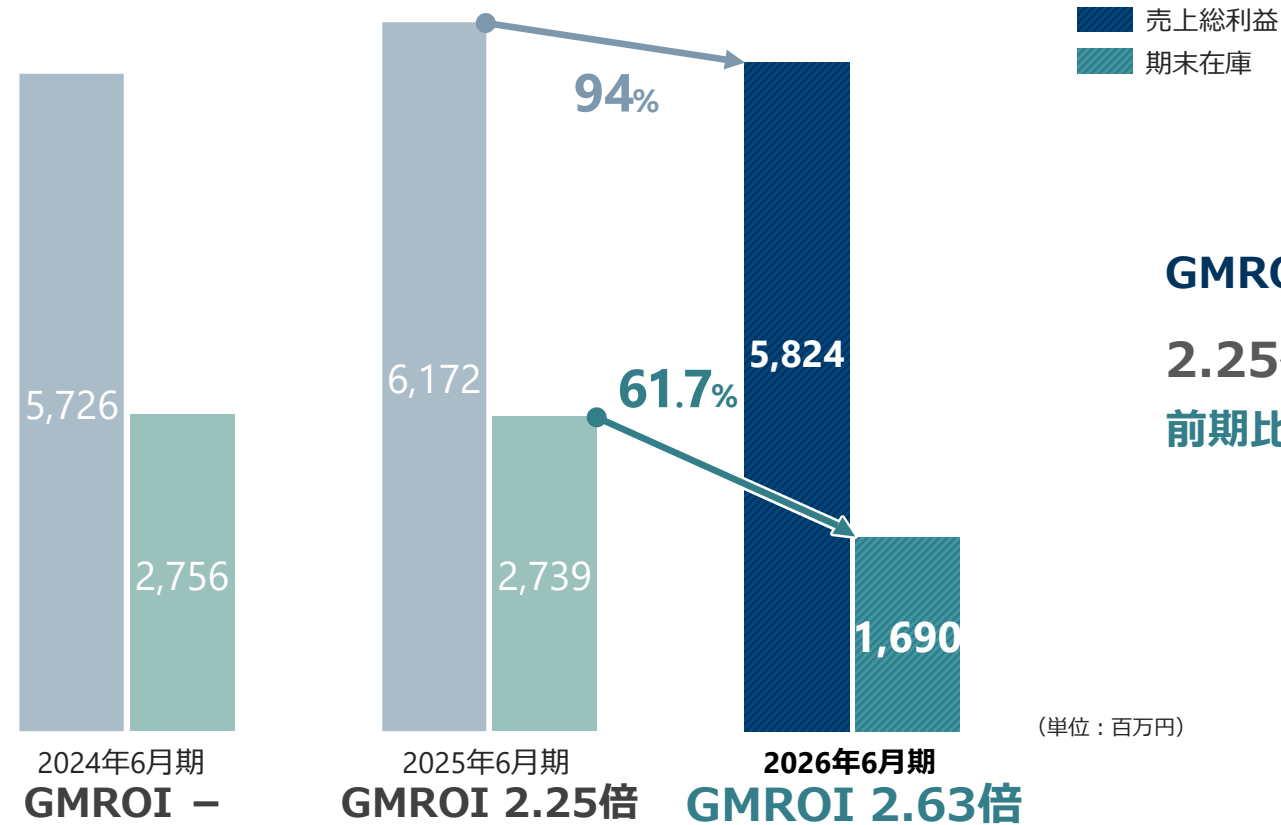


2025年6月期 2026年6月期

SKU数、生産サイクルの
最適化等により
キャッシュ創出

売上総利益と在庫（商品及び製品）

売上総利益は微減も、在庫の最適化を推進したことで
GMROI（商品投下資本粗利益率）が改善、収益体質を強化



※GMROI（Gross Margin Return on Inventory Investment）＝売上総利益 ÷ 在庫（商品及び製品）の期首期末平均
2024年6月期は期首（2023年6月期末）が単体決算のため算出対象外とした

売上高販管費率 ➡ 売上減少も物流費など**固定費の遁減により、販管費率40%水準を維持**

(単位：百万円)

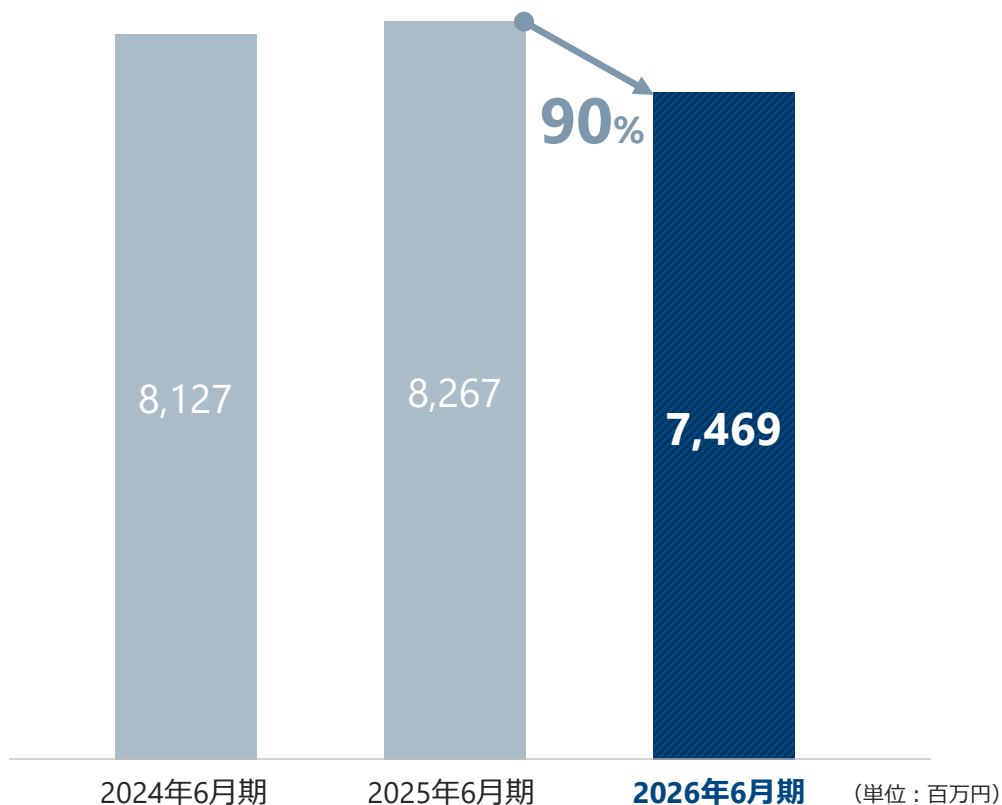
	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期	前年比
売上高	12,940	14,502	12,877	88.8%
販管費	5,579	5,731	5,257	91.7%
販管費率	43.1%	39.5%	40.8%	—

BRUNOブランド

商品売上高推移



売上減少もブランド力と収益性重視



『BRUNO』ブランド

売上高 7,469百万円

前期比 90%

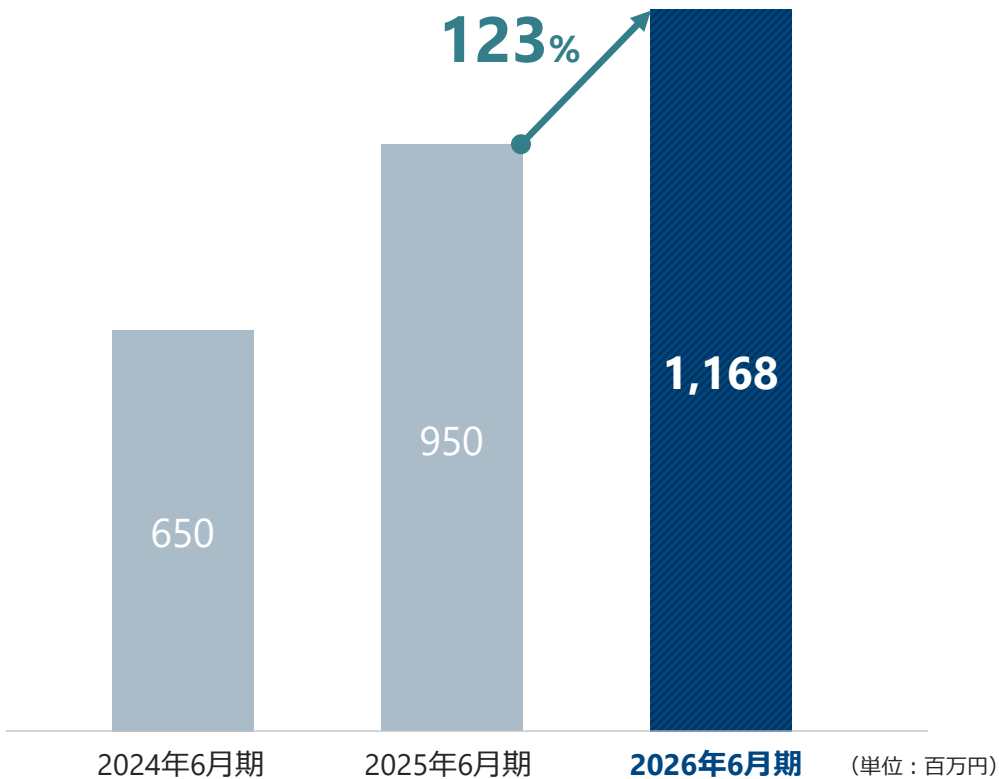
販路の絞り込み（国内卸・海外）等による戦略的な減収。一方、ガラスエアフライヤーなどの新規キッチン家電が計画を超過する売上で推移



BRUNOブランド トピック



カタログギフトがさらに拡大



カタログギフト

販売額 **1,168**百万円
前期比 **123%**

高価格帯カタログの販路の拡大が進み、
過去最高売上を更新

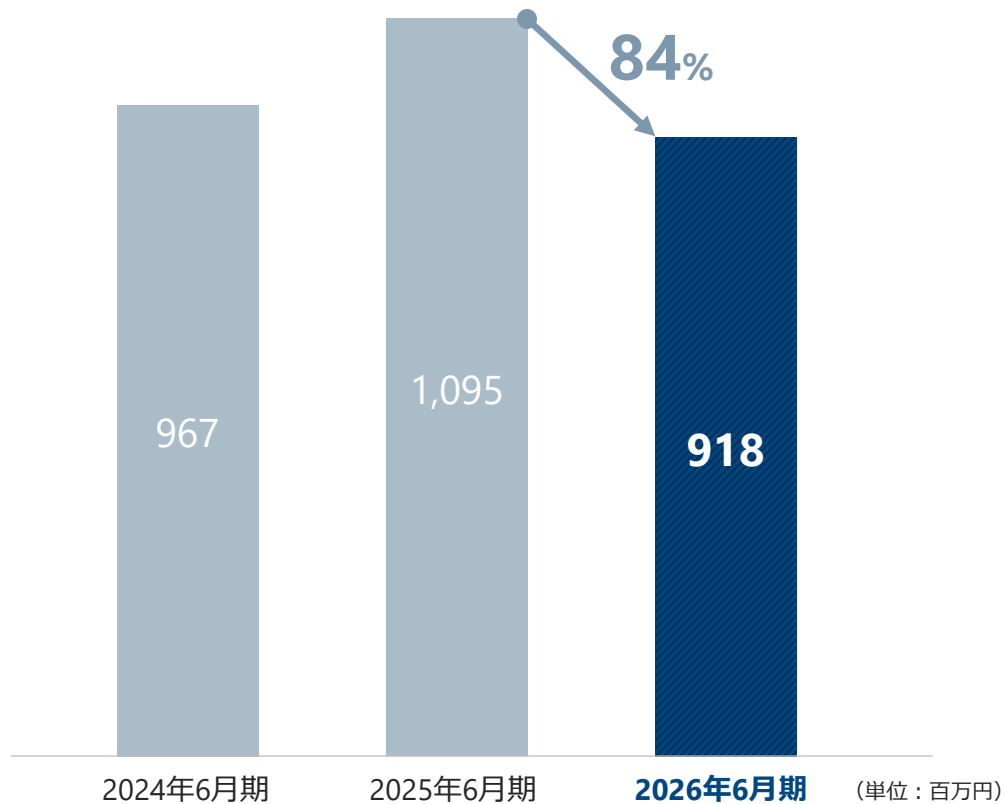


MILESTOブランド

商品売上高推移



インバウンド需要の取込が想定を下回る



『MILESTO』ブランド

売上高 **918**百万円

前期比 **84%**

新商品のデザイン性と機能が評価され

グッドデザイン賞 受賞、

ブランドパーパス再定義による認知強化へ



ブランドパーパス

ブランド力向上のため、BRUNO・MILESTOのブランドパーパスを再定義

『BRUNO』



BRUNO

楽しみ上手な大人が集い、
生まれた、ライフスタイルブランド BRUNO
わたしたちの楽しいが、あなたの楽しい毎日に。
あなたの一日が、ちょっとたのしくなる。

“たのしい”をつなぐ。
Let's enjoy!

https://bruno-inc.com/?pg=brand_bruno

『MILESTO』



すべての移動を、もっと自由に。



海外事業

中国のライセンス転換による収益性向上と新市場での商圈拡大

中国：卸売事業からライセンスモデルへ転換

(単位：百万円)

	2024年6月期	2025年6月期	2026年6月期	前期比
売上高	67	1,032	914	88.5%
売上総利益	18	140	200	142.8%
売上総利益率	26.9%	13.6%	21.9%	+8.3pt

※中国事業：中国子会社の代理店への卸売を中心とした事業+ライセンスモデルでの収益

売上総利益 前期比**142.8%**

売上総利益率 前期差**+8.3pt**

中国子会社の卸売を中心とした事業を途中で終了し、

ライセンスモデルへ転換

売上減少もライセンス収入の寄与により**収益性が向上**

その他の国・地域：商圈拡大

その他の国・地域については、商圈拡大を目指し、
パリ中心部の1区にて催事店舗を展開中
※2026年7月15日～9月12日

現地の反応は良好、今後の商品開発や販売戦略に活かす





キッチン深掘と理美容家電開発

主力キッチン家電の販売戦略を再設計し、成長市場への商品カテゴリ拡張、顧客ニーズを起点とした新商品開発を推進

主力商品の販売戦略の再設計

主力商品であるホットプレートおよびブレンダーについては、販路を絞り込むことでブランドの一貫性を強化。ブレンダーは顧客の利用実態や意見を商品改良に反映



成長市場へのカテゴリ拡張

キッチン家電やインテリア家電、美容家電等の成長商品カテゴリへの参入。
BRUNO社のデザイン力を生かして、顧客の課題を解決する商品の開発



商品開発強化とブランド認知拡大

旅と日常をシームレスにつなぐデザインと機能性を備えた商品の開発、ブランド認知の拡大

ハイエンドモデルの展開

従来の当社商品ラインでは使用していない機能性の素材を使用。機能性・耐久性・快適性を追求



ブランドの認知拡大

SNSを活用したプロモーションを強化し、セレクトショップでの展開拡大と直営店舗における販売促進を推進



BRUNO

「自動調理ポット」 材料を入れたらおまかせ調理で完成！



Q4売上高計画比157%！

材料をざっくり切ったらボタンをおすだけ。
加熱・砕く・混ぜる・時間管理すべておまかせ！

材料を入れてスタート



ほったらかしで完成



調理時間
約30分

2025年6月～ 順次発売中

※全て税込価格

- オートクックポット 0.6L ¥9,900
- オートクックポット 1.0L ¥12,100

URL

<https://bruno-onlineshop.com/item/07761169.html>

BRUNO



「ガラスエアフライヤー」 気になる油をサクッとカット! 「おいしい」が見える



Q4売上高計画比143%!

バスケットは調理しながら、中身が見えるガラス製。見ていて愉しく、おいしいタイミングを見逃しません。

収納時には、バスケットに本体を入れてコンパクトに。

2025年6月～ 順次発売中

※税込価格

■ ガラスエアフライヤー ¥13,200

URL

<https://bruno-onlineshop.com/item/07761168.html>

BRUNO



ディズニーキッチンアイテム第2弾「くまのプーさん」 原作100周年記念デザインが登場



世界中で愛され続けるプーさんと仲間たちをあしらった、原作100周年記念デザインの新品。

トレードマークの“赤シャツ”や仲間たちのデザインが、キッチンアイテムをクラシカルに彩ります。



©DISNEY
Based on the "Winnie the Pooh" works
by A.A. Milne and E.H. Shepherd



©DISNEY
Based on the "Winnie the Pooh" works
by A.A. Milne and E.H. Shepherd



©DISNEY
Based on the "Winnie the Pooh" works
by A.A. Milne and E.H. Shepherd

2026年7月17日～ 発売

※全て税込価格

- Pooh コンパクトホットプレート ¥17,600
- Pooh オートクックポット 1.0L ¥12,650
- Pooh 蓋つきステンレスマグ short/tall ¥2,530/2,750

URL

<https://bruno-onlineshop.com/ext/feature/bruno/pooh/>

BRUNO, Inc. All Rights Reserved. 2026 | 19

BRUNO



1台2WAYの「ジュース&かき氷」が新登場。365日出しっぱなしで愉しめる新しい季節家電

BRUNO
2way Juicer & Kakigori Maker

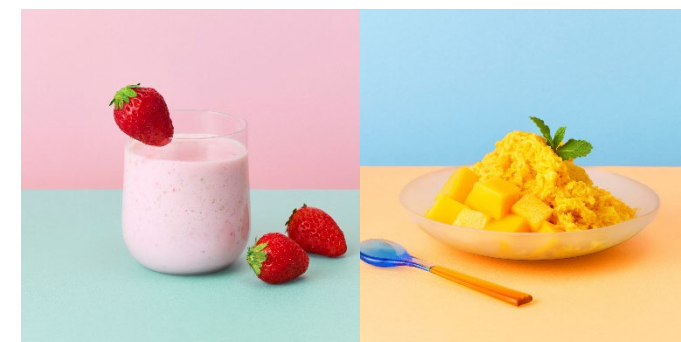
ジュースもかき氷も
1台2役で愉しめる
ポータブルジュース



ユニットを付け替えるだけで「かき氷機」から「ジュース」へ変身。1台2役で通年活躍します。

USB充電式のコードレス仕様で、キッチンはもちろんリビングやベランダ、キャンプでも活躍します。

お店のようなふわふわ氷や、約40秒で自動停止するパワフルジュースを1台に凝縮。製氷カップは3個付きで、家族でシェアも愉しめます。



2026年6月～ 発売

※税込価格

■ 2WAYジュース&かき氷 ¥6,380

■ カラー：ホワイト/ブルーグレー

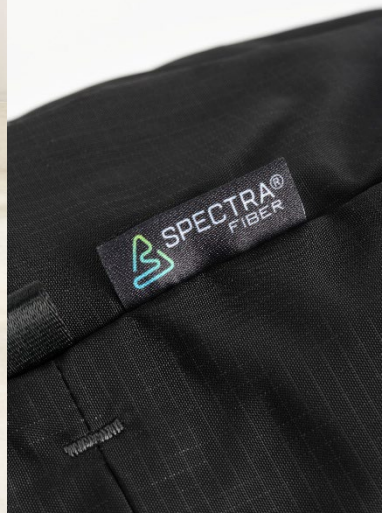
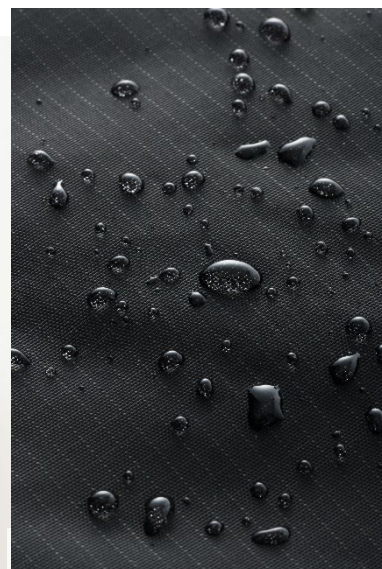
URL

<https://bruno-onlineshop.com/item/06761108.html>

MILESTO



「TROT」シリーズから黒SPECTRA®採用の新ラインが定番化。直営店・直営EC限定



軽量で人気の「TROT」から、黒SPECTRA®採用の新ライン全7型が定番化。

SPECTRA®×CORDURA®で耐久性・軽量性・防犯機能を両立したハイエンドモデル。

SPECTRA®（スペクトラ）とは
米ハネウェル社開発の高機能繊維。同じ重さで鉄の約15倍の強度を持ちながら水に浮くほど軽く、防弾ベストにも使われる世界最強クラスの素材です。

2026年5月29日～ 発売

※全て税込価格

- TROT SPECTRA マルチショルダーバッグ ¥9,900
- TROT SPECTRA ショルダーバッグ ¥12,650
- TROT SPECTRA バックパック M ¥15,950
- TROT SPECTRA バックパック L ¥17,050
- TROT SPECTRA ダッフルバッグ ¥18,150
- TROT SPECTRA ソフトショルダー S ¥9,350
- TROT SPECTRA zソフトショルダー L ¥13,200

URL

https://bruno-onlineshop.com/category/SH_MLS_FE_TROT_SPT

BRUNO



BRUNOカタログギフト 新サービス拡充



オリジナル水引ギフトセット

日本の伝統美と遊び心を融合したオリジナル水引ギフトセットを新たに展開。歓送迎、結婚、引っ越しなど様々なギフトシーンに対応したラインナップ。



2026年4月～ 順次発売中

URL

https://bruno-onlineshop.com/category/FE_CATALOG_MIZUHIKI/

- 業績の伸長とキャッシュフロー創出を踏まえ、株主還元を強化。
- 当初予想の1株当たり4円から増額し、当社として過去最高となる1株あたり11.5円の期末配当を実施
今後も収益成長に応じた継続的な株主還元の強化を目指す。

	前回発表予想 (2025年8月公表)	今回決定額
1株当たり配当額	4円	11.5円

■ 足元の為替リスクや地政学リスクを鑑み、保守的に見込み。

	売上高	営業利益	経常利益	親会社に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
2027年6月期 連結業績予想	百万円 14,100	百万円 960	百万円 840	百万円 710	円 銭 49.50

—— 免 責 事 項 ——

本資料は、当社の企業説明に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。

本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証または約束するものではなく、今後、予告なしに変更されることがありますので予めご了承ください。