



2026年2月期 第2四半期

決算説明会資料

(2025年3月1日～2025年8月31日)

2025年10月9日

コーナン商事株式会社

(証券コード：7516 東証プライム)



2026年2月期 第2四半期

1. 第2四半期 決算概要	P. 3
2. 2026年2月期 業績予想	P. 17
3. 成長戦略への取組み	P. 19
4. 企業価値向上に向けた取組み	P. 35
補足資料	P. 39

1

2026年2月期 第2四半期 決算概要

損益計算書（連結）

- 売上高は、PRO商材及び夏物季節品や日用品などを中心に売上を伸ばし、増収
- 営業利益は、売上総利益の伸長に対し、新店増加による販管費の増加が上回り、減益
- 売上・利益項目何れも計画は未達

項目（百万円）	2025年2月期 第2四半期	売上比	2026年2月期 第2四半期	売上比	前年同期比	前年同期比 増減	計画比
売上高	248,190	-	256,297	-	103.3%	8,107	99.1%
既存店売上高※	248,094	-	246,422	-	99.3%	△1,671	98.2%
営業収入	8,421	-	8,751	-	103.9%	329	100.6%
営業収益	256,612	-	265,049	-	103.3%	8,436	99.2%
売上総利益 (カッコ内は粗利益率前年差)	91,975	<粗利益率> 37.06%	94,705	<粗利益率> 36.95%	103.0% (△0.11pt)	2,729	97.9%
販売管理費	84,493	34.0%	88,754	34.6%	105.0%	4,261	99.7%
営業利益	15,904	6.4%	14,702	5.7%	92.4%	△1,202	89.6%
経常利益	15,388	6.2%	13,730	5.4%	89.2%	△1,657	88.0%
親会社株主に帰属する 中間純利益	9,225	3.7%	8,726	3.4%	94.6%	△498	91.9%

※ 当期において開店から13か月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期を比較しております。

損益計算書（連結／四半期別）

【第2四半期】

- 売上は、新店積み上げ、PRO伸長のほか、前年8月の防災用品特需反動を夏物季節品や日用品、食品などで一部カバーし、増加
- 各段階利益は、粗利益率の前年同期差改善及び販売管理費の伸び幅縮小により、改善

項目 (百万円)	2026年2月期			
	第1四半期 (3月-5月)	前年同期比	第2四半期 (6月-8月)	前年同期比
売上高	126,419	104.2%	129,878	102.4%
既存店売上高※	121,539	100.1%	124,883	98.6%
営業収入	4,369	105.0%	4,381	102.8%
営業収益	130,789	104.2%	134,259	102.4%
売上総利益	46,763	103.4%	47,941	102.5%
粗利益率	36.99%	△0.28pt	36.91%	0.05pt
販売管理費	44,024	105.9%	44,730	104.2%
営業利益	7,109	90.8%	7,593	94.0%
経常利益	6,451	88.5%	7,279	89.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,373	91.8%	4,353	97.6%

※ 当期において開店から13か月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期を比較しております。

損益計算書（連結） 販売管理費

- 販管費率（連結）：前期 34.0% → 今期 34.6% （前年同期比 +0.6pt）
- 販管費（コーナン単体）：新店 + 4,388百万円 既存店 + 516百万円（前年同期比 + 0.8%）
→ 主に人件費・賃借料増加に起因
- 人件費（コーナン単体）：新店 + 687百万円 既存店 + 101百万円（前年同期比 + 0.5%）
- その他販管費（連結）：支払手数料 + 297百万円 + 10.5% キャッシュレス比率上昇などに起因
（前期 53.2%⇒今期 56.5%）

水道光熱費 + 91百万円 電気使用量は新店増加により増加するものの第2四半期より
政府補助金が入り、使用料金の増加幅は縮小

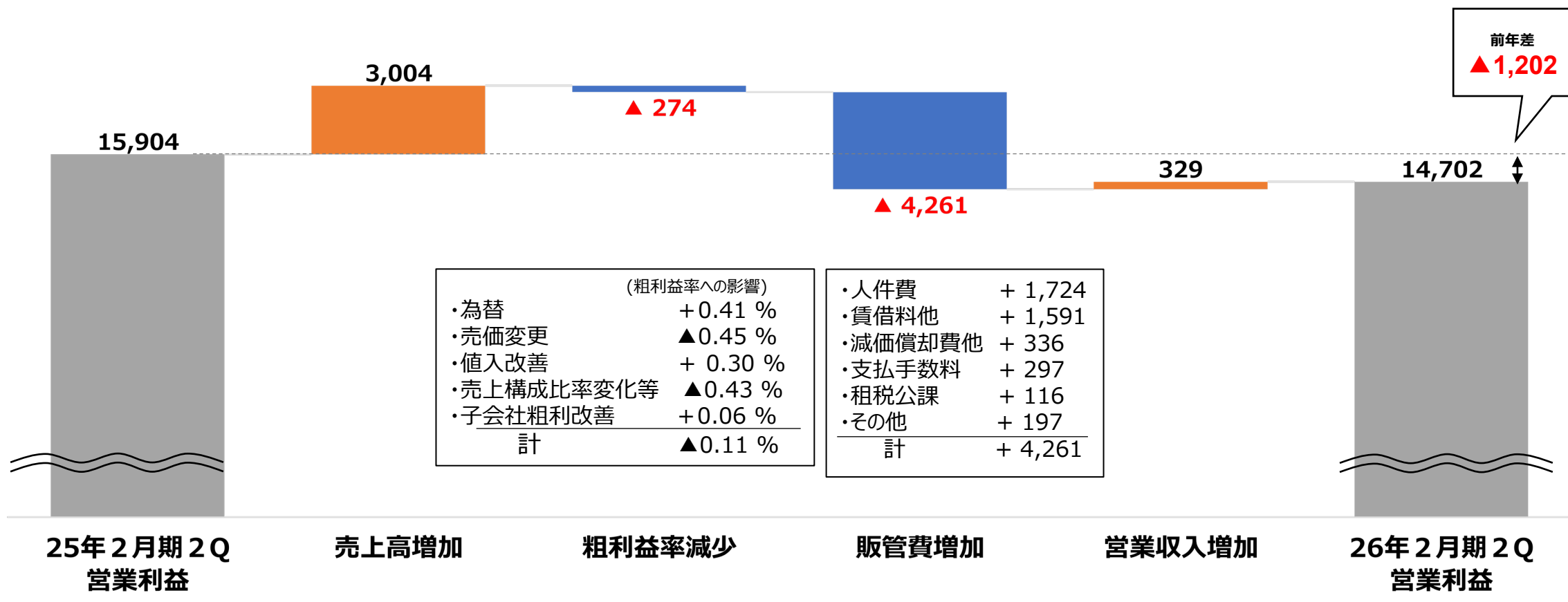
項目（百万円）	2025年2月期 第2四半期	売上比	2026年2月期 第2四半期	売上比	前年 同期比	前年同期比 増減
人件費	29,008	11.7%	30,732	12.0%	105.9%	1,724
賃借料	26,334	10.6%	27,588	10.8%	104.8%	1,254
減価償却費等	8,208	3.3%	8,545	3.3%	104.1%	336
その他販管費	20,941	8.4%	21,888	8.5%	104.5%	946
販売管理費計	84,493	34.0%	88,754	34.6%	105.0%	4,261

損益計算書（連結） 営業利益の増減要因

➤ 営業利益は、売上高は増加したものの、粗利率の低下要因と販管費の増加が上回り、減益

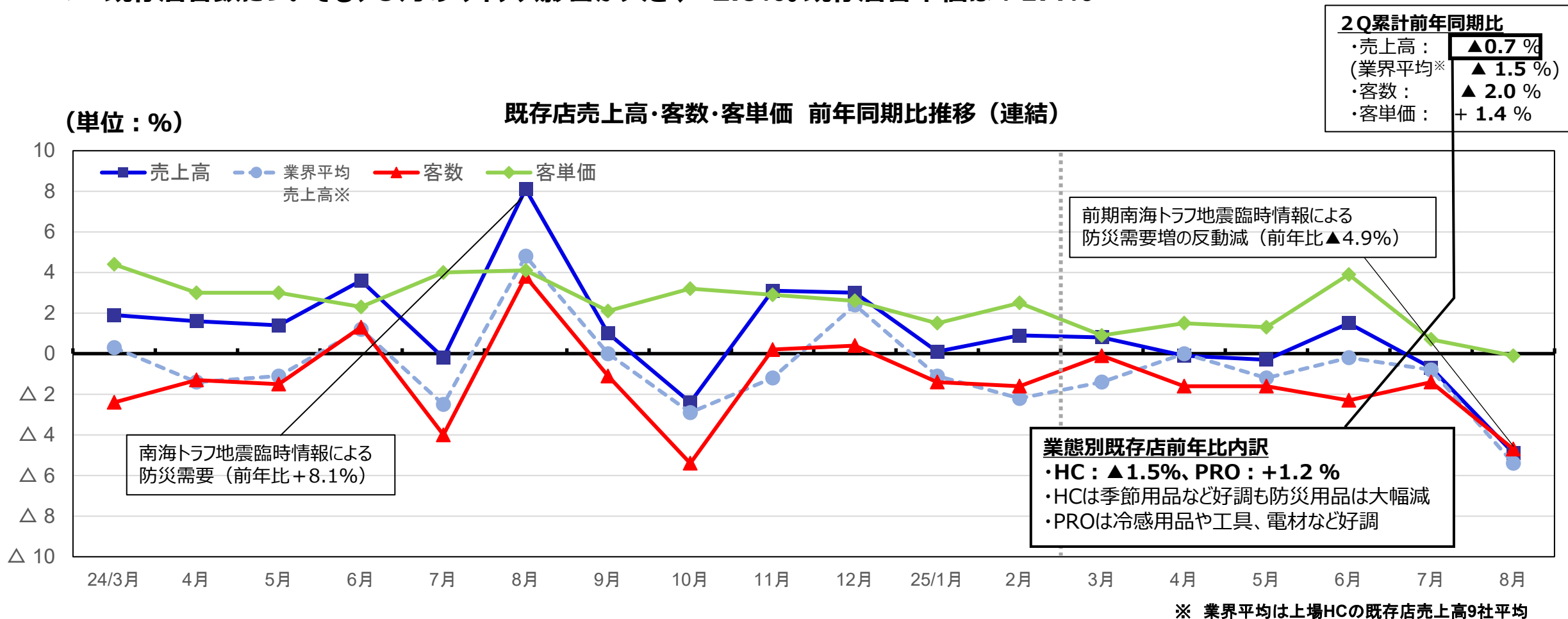
2026年2月期第2四半期 営業利益の増減内訳

(単位：百万円)



既存店前年比（連結） 売上高・客数・客単価

- 既存店売上高は、夏物季節品や日用品、食品などで売上伸長。但し、8月に、前年の防災用品特需の反動をカバーできず大幅減となったことから、上期累計では▲0.7%。
- 既存店客数についても、8月のマイナス影響が大きく▲2.0%。既存店客単価は+1.4%



業態別実績（売上・粗利益率・営業利益率） 連結/コーナン単体

- HC業態：売上高は、新店積み上げのほか、前年8月の防災用品特需の反動を夏物季節品や日用品、食品などで一部カバーし、増加
営業利益率は、売上の増加により売上総利益は伸長するも、新店出店に伴う販管費増加をカバーできず、低下
- PRO業態：売上高は、内装建材、ファン付ウェア、電動工具、エアコン部材などが好調に推移し増加
営業利益率は、原価改善による粗利益率UPに起因し、マイナス幅は縮小（第1四半期：△0.7pt）

（百万円）	業態	26年2月期 第2四半期	売上高 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差	営業利益率	営業利益率 前年差
連結	HC※1	174,463	101.8%	38.61%	38.59%	0.02pt	6.9%	△0.8pt
	PRO※1	74,383	106.5%	33.73%	33.29%	0.44pt	6.8%	△0.3pt
コーナン （単体）	HC※1	164,958	101.8%	38.85%	38.81%	0.04pt	7.3%	△0.9pt
	PRO※1	48,199	108.2%	35.00%	34.68%	0.32pt	7.6%	△0.1pt

※1 各業態別数値は、店舗段階での数値となります。

<会社計>

（百万円）		26年2月期 第2四半期	売上高 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差	営業利益率	営業利益率 前年差
連結	会社計※2	256,297	103.3%	36.95%	37.06%	△0.11pt	5.7%	△0.7pt
コーナン（単体）	会社計※2	218,400	103.2%	37.46%	37.63%	△0.17pt	6.4%	△0.6pt

※2 会社計には、その他売上（EC、他社への商品供給等）を含んでおります。

業態別実績（売上・粗利益率） 子会社別

- 建デポ：売上高は、新店積み上げのほか、首都圏・九州中心に、作業用品、資材、工具などが好調により増加。粗利益率は、原価改善やPB商品の拡販などが奏功し上昇
- HIヒロセ：売上高は、前年8月の防災用品特需反動減はあるも、日用品、ペットなどが好調で増加。粗利益率は、食品中心の価格強化継続と在庫処分により、低下
- コーナンベトナム：売上高は、新店積み上げ及び北部の一部店舗の売上回復により増加。粗利益率はストアブランド※1の売上シェア拡大により、上昇

※1 現地生産しているプライベートブランド

（百万円）	業態	26年2月期 第2四半期	売上高 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差
建デポ	PRO※2	26,183	103.5%	31.40%	30.85%	0.55pt
HIヒロセ	HC+PRO※2	7,470	102.6%	34.21%	34.81%	△0.60pt
	食品※2	4,364	113.6%	22.68%	24.03%	△1.35pt
	会社計	12,421	106.0%	30.36%	31.39%	△1.03pt
コーナンベトナム	HC※2	2,034	100.7%	35.22%	34.47%	0.75pt

※2 各業態別数値は、店舗段階での数値となります。

商品部門別売上（連結）

商品部門 (百万円)	連結		
	2026年2月期 第2四半期	前年同期比	売上構成比
ホームインプルーブメント (DIY用品・PRO商材・園芸・リフォーム)	123,462	103.7%	48.1%
ハウスキーピング (家庭用品)	79,676	102.3%	31.1%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	36,615	100.4%	14.3%
食品 (フード・酒類)	8,655	119.2%	3.4%
その他 (100円ショップ、灯油、自販機)	7,886	105.6%	3.1%
合計	256,297	103.3%	100.0%

- ホームインプルーブメント … 木材・建材、工具、金物・水道、塗料・作業用品、園芸用品、園芸植物、資材・エクステリア、住設機器、リフォーム
- ハウスキーピング … ダイニング用品、インテリア、電材・照明、日用品、収納用品、薬品、履物・衣料、家庭雑貨品、家電、介護用品
- ペット・レジャー … カー用品、ペット用品、文具・事務用品、サイクル・レジャー用品

商品部門別売上（詳細：コーナン単体）

商品部門 (百万円)	コーナン単体		
	2026年2月期 第2四半期	前年同期比	売上構成比
ホームインプルーブメント（HC）	28,848	99.9%	13.2%
ホームインプルーブメント（PRO）	37,801	107.5%	17.3%
ガーデニング	23,483	104.3%	10.7%
リフォーム	7,787	100.1%	3.6%
日用雑貨・家庭用品	47,765	103.9%	21.9%
インテリア・収納・家電・文具	31,920	101.7%	14.6%
ペット・カー・レジャー	29,603	100.5%	13.6%
その他（100円ショップ、灯油、自販機）	11,189	106.1%	5.1%
合計	218,400	103.2%	100.0%

- ホームインプルーブメント（HC/PRO）・・・木材・建材、工具、金物・水道、塗料・作業用品 ■ガーデニング・・・園芸用品、園芸植物、資材・エクステリア
 ■リフォーム・・・住設機器、リフォーム工事、物置 ■日用雑貨・家庭用品・・・ダイニング用品、日用品、薬品、履物・衣料、家庭雑貨品、介護用品、フード、酒類
 ■インテリア・収納・家電・文具・・・インテリア用品、収納用品、電材・照明、家電、文具・事務用品 ■ペット・カー・レジャー・・・ペット用品、カー用品、サイクル・レジャー用品

PB商品部門別売上（連結/コーナン単体）

	商品部門 (百万円)	2025年2月期第2四半期		2026年2月期第2四半期	
		PB 売上高	PB売上 構成比※	PB 売上高	PB売上 構成比※ (前年同期比)
連結	ホームインプルーブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	36,238	34.8%	37,541	34.7% (△0.1pt)
	ハウスキーピング (家庭用品)	27,437	35.5%	27,559	34.9% (△0.6pt)
	ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	14,327	40.1%	14,455	40.7% (0.6pt)
	合計	78,003	35.9%	79,556	35.7% (△0.2pt)
コーナン単体	ホームインプルーブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	31,113	36.0%	32,236	35.8% (△0.2pt)
	ハウスキーピング (家庭用品)	25,937	37.8%	26,003	37.1% (△0.7pt)
	ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	13,953	41.3%	14,036	41.4% (0.1pt)
	合計	71,004	37.6%	72,276	37.2% (△0.4pt)

※ リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出しております。

貸借対照表（連結）

科目（百万円）	2025年2月期	2026年2月期2Q	増減	増減要因他
流動資産合計	170,496	186,789	16,293	
現金及び預金	10,842	14,491	3,648	
売掛金	17,893	20,604	2,710	キャッシュレス比率の増加（売上比 前期末53.2% ⇒ 今期56.5%）
商品及び製品	131,973	139,847	7,874	主に新店増加
固定資産合計	308,510	309,434	923	
有形固定資産	216,101	215,672	△429	
無形固定資産	25,148	24,321	△826	
資産合計	479,006	496,223	17,216	
流動負債合計	123,480	133,220	9,740	
買掛金	47,272	54,998	7,725	売上増に伴う仕入増加など
短期借入金	17,100	13,800	△3,300	長・短比率の調整（長期借入金ヘシフト）など
1年以内返済長期借入金	31,178	33,548	2,370	
固定負債合計	189,734	191,195	1,461	
長期借入金	118,774	120,778	2,004	
純資産合計	165,792	171,807	6,014	自己資本比率 34.6%
負債純資産合計	479,006	496,223	17,216	

有利子負債

- 有利子負債は新規出店などにより微増
- DEレシオ（有利子負債÷純資産）： 1.21倍（前期末1.25倍）
- 自己資本比率： 34.6 %
- ROE（自己資本利益率）： 8.52 %（見込み※）
※ 2026年2月期予算ベース

（単位：億円）

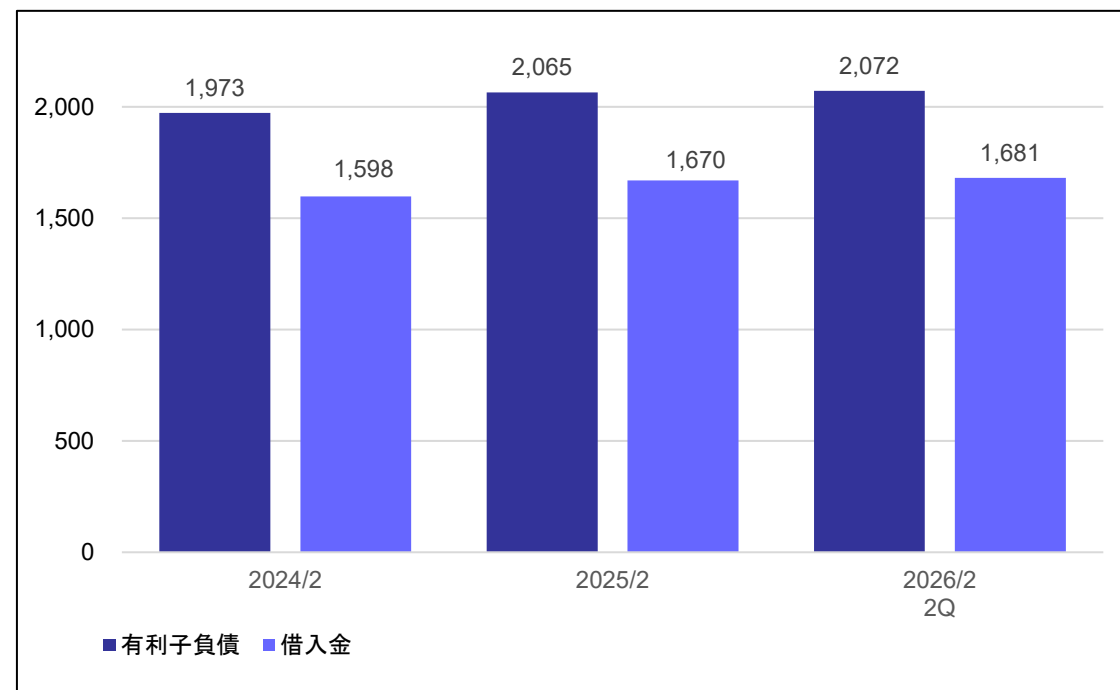
科目	2025年2月期	2026年2月期 2Q	増減
有利子負債 合計※1	2,065	2,072	7
内) 借入金 合計※2	1,670	1,681	10

※1 有利子負債合計：借入金合計+1年内リース債務+リース債務+1年内長期未払+長期未払

※2 借入金合計：短期借入金+長期借入金+1年内長期借入金

有利子負債・借入金 推移表

（単位：億円）

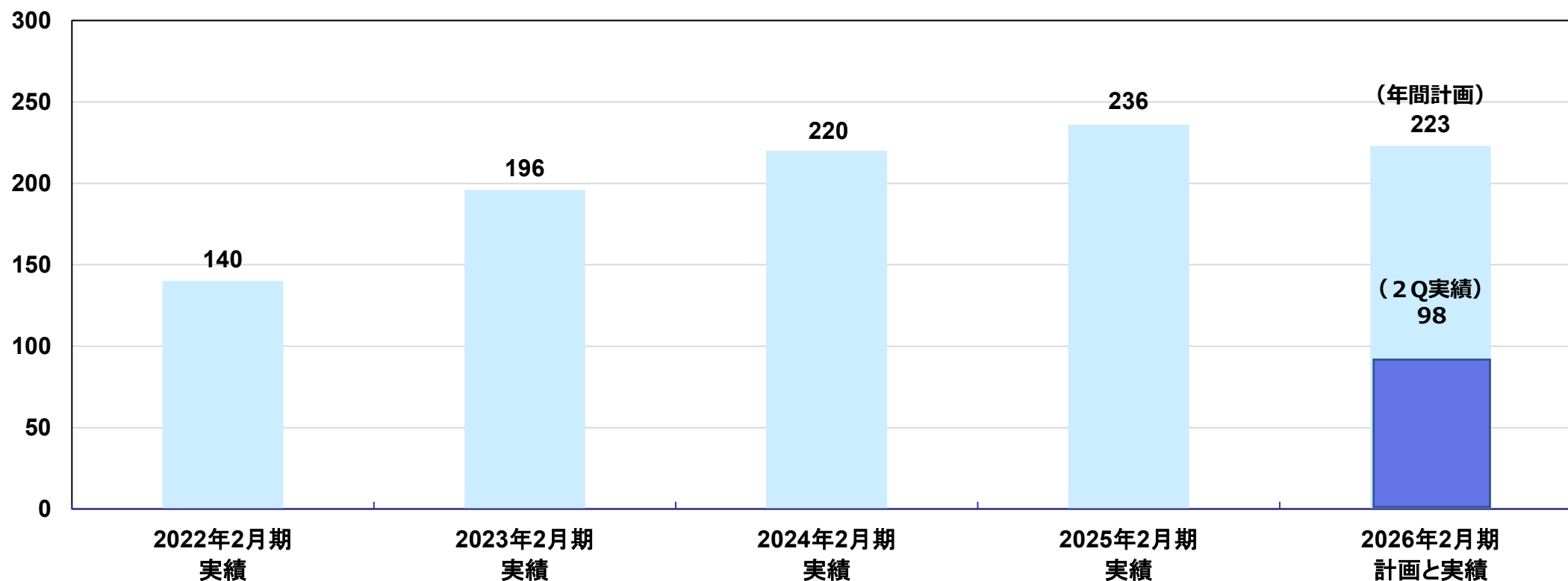


設備投資 実績・計画

- 2026年2月期第2四半期の設備投資実績は約98億円（年間計画に対する進捗は43.9%）
- 設備投資のうちの約85%は新規出店や既存店の改装など店舗関連、約15%は物流やシステムなど

（単位：億円）

設備投資金額実績・計画



2

2026年2月期 業績予想

2026年2月期 業績予想（連結） 通期計画：修正なし

➤下期は新店出店に伴う売上増と粗利益率の改善により、通期計画達成を目指す

項目 (百万円)	2026年2月期 第2四半期(上期)	前年 同期比	計画比	下期計画 (通期-上期実績)	前年 同期比	通期計画	前年 同期比
営業収益	265,049	103.3%	99.2%	258,550	105.6%	523,600	104.4%
売上高	256,297	103.3%	99.1%	249,702	105.8%	506,000	104.5%
(内 既存店売上高)	-	99.3%	-	-	102.9%	-	101.1%
売上総利益	94,705	103.0%	97.9%	94,294	107.8%	189,000	105.3% (0.29pt)
営業収入	8,751	103.9%	100.6%	8,848	101.8%	17,600	102.9%
販売管理費	88,754	105.0%	99.7%	92,245	105.9%	181,000	105.5%
営業利益	14,702	92.4%	89.6%	10,897	119.8%	25,600	102.4%
経常利益	13,730	89.2%	88.0%	10,269	129.7%	24,000	103.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,726	94.6%	91.9%	5,773	115.8%	14,500	102.0%

3

成長戦略への取組み

1. 第4次中期経営計画における7つの重点戦略

- ① **出店戦略**：お客様にもっと出会う場所を
- ② **商品・価格戦略**：お客様に豊かなモノをお得な価格で
- ③ **EC×店舗戦略**：お客様に更なる利便性を
- ④ **ファン化戦略**：お客様に次なる期待と感謝を
- ⑤ **物流戦略**：お客様に喜ばれる配送を
- ⑥ **オペレーション戦略（店舗／本社）**：お客様のことを常に考える業務を
- ⑦ **人財経営**：未来を担う人財採用と育成

① 出店戦略（2025年上期 出店状況）

■ 2025年8月末時点：店舗数計 655店舗（出店16店/退店2店）

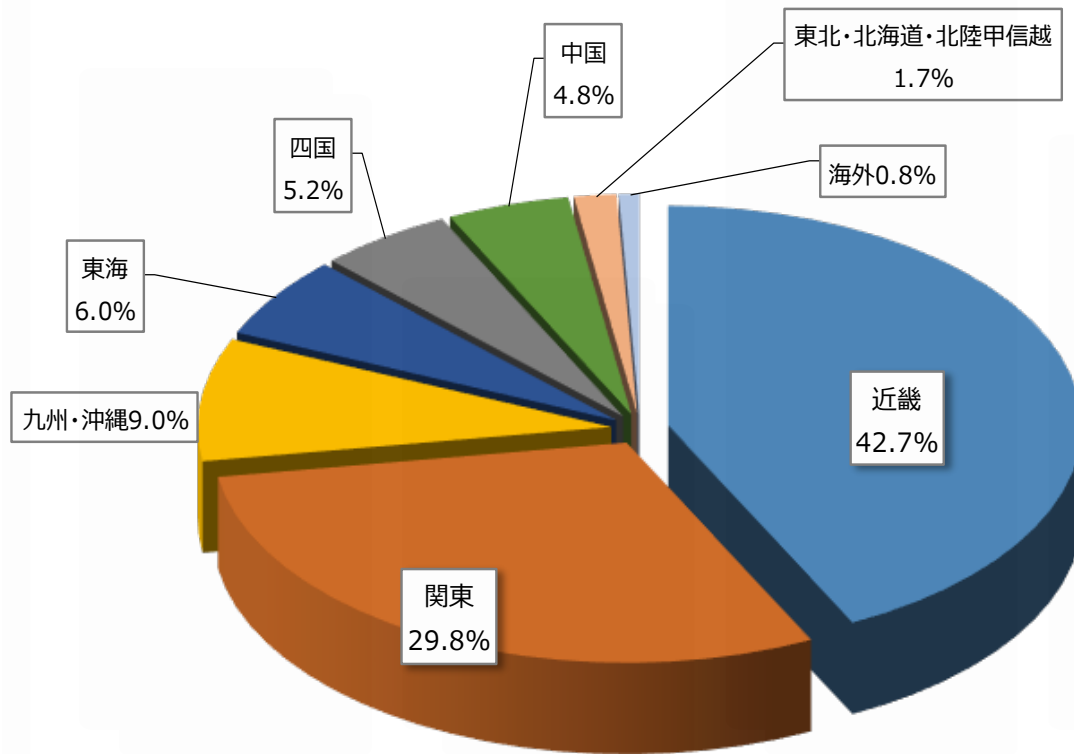
	店舗数	ホームセンター	PRO		ホームセンター+食品+PRO
国内	636				
		363※1	149	89（うちFC3）	35（うちPRO3）
	出店15 退店2	出店5 退店2	出店7 退店0	出店1 退店0	出店2 退店0
	店舗数	ホームセンター			
海外	19	 KOHNAN VIETNAM CO.,LTD.		 KOHNAN (CAMBODIA) CO.,LTD. (非連結)	
		16※2		3	
	出店1 退店0	出店1 退店0		出店0 退店0	

※1 CAMP DEPOTの店舗数8店舗、gardens umekita店を含んでおります。

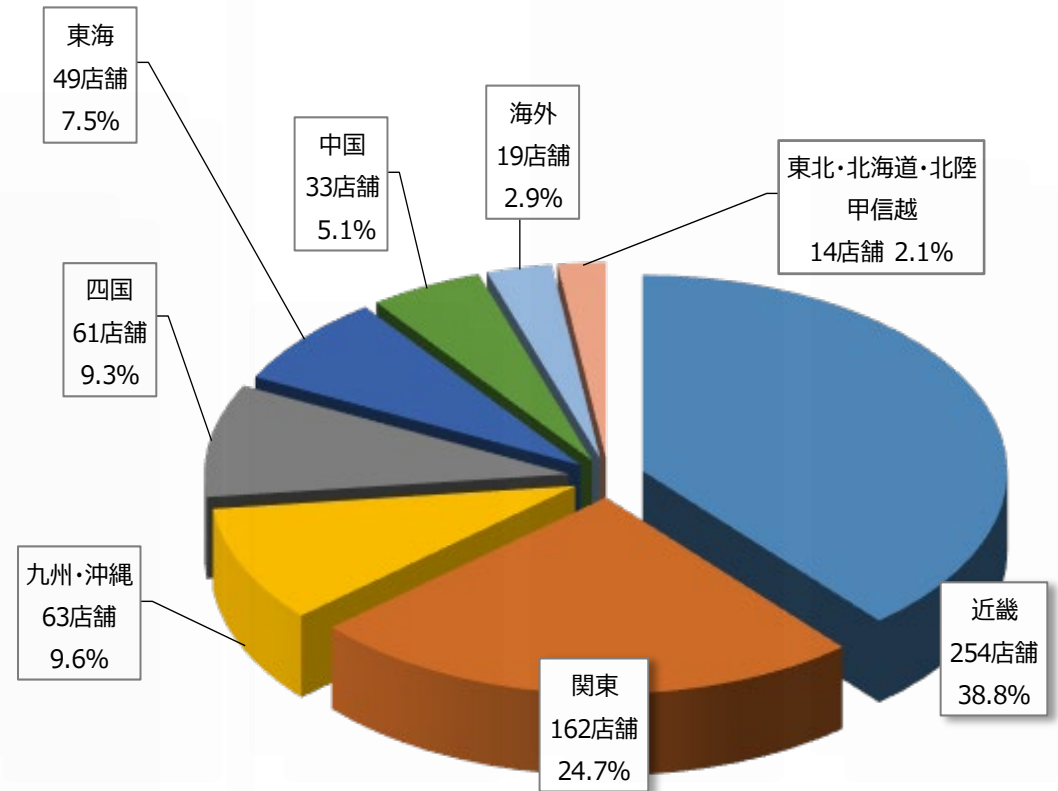
※2 店舗数はコーナンベトナムの会計期間（1月～12月）ではなく、当社の会計期間（3月～2月）内に出店した店舗を表示しております。

① 出店戦略（2025年上期 地域別売上高・店舗数実績）

売上高構成比（25年上期末時点）



店舗数構成比（25年上期末時点）



総店舗数：655店舗
(2025年8月末)

① 出店戦略（2026年2月期 出店計画）

■ 2026年2月期 出店計画（3Q以降）：16店舗

	店舗数	ホーム センター	PRO		HC+食品 +PRO
国内	15				
		3	5	7	0
海外	1			 (非連結)	
		1※1		0	

※1 コーナンベトナムの店舗数はコーナンベトナムの会計期間（1月～12月）ではなく、当社の会計期間（3月～2月）を基準に表示しております。

■ 2026年2月末時点 店舗数計：671店舗（予定）

	店舗数	ホーム センター	PRO		HC+食品 +PRO
国内	651				
		366	154	96 (うちFC3)	35 (うちPRO3)
海外	20			 (非連結)	
		17※1		3	



① 出店戦略（PRO業態の強化／伸長）

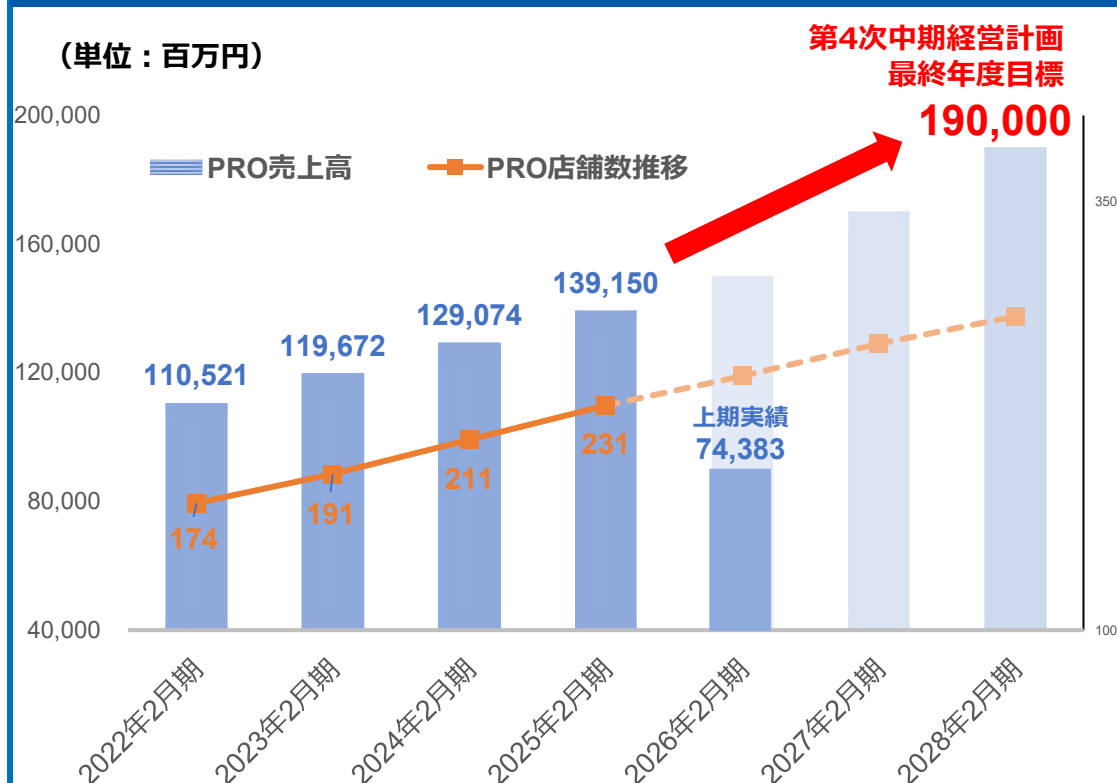
販売強化

「時短」「軽量化」「安全」重視、法令対応（熱中症対策義務化etc）の商品を積極導入

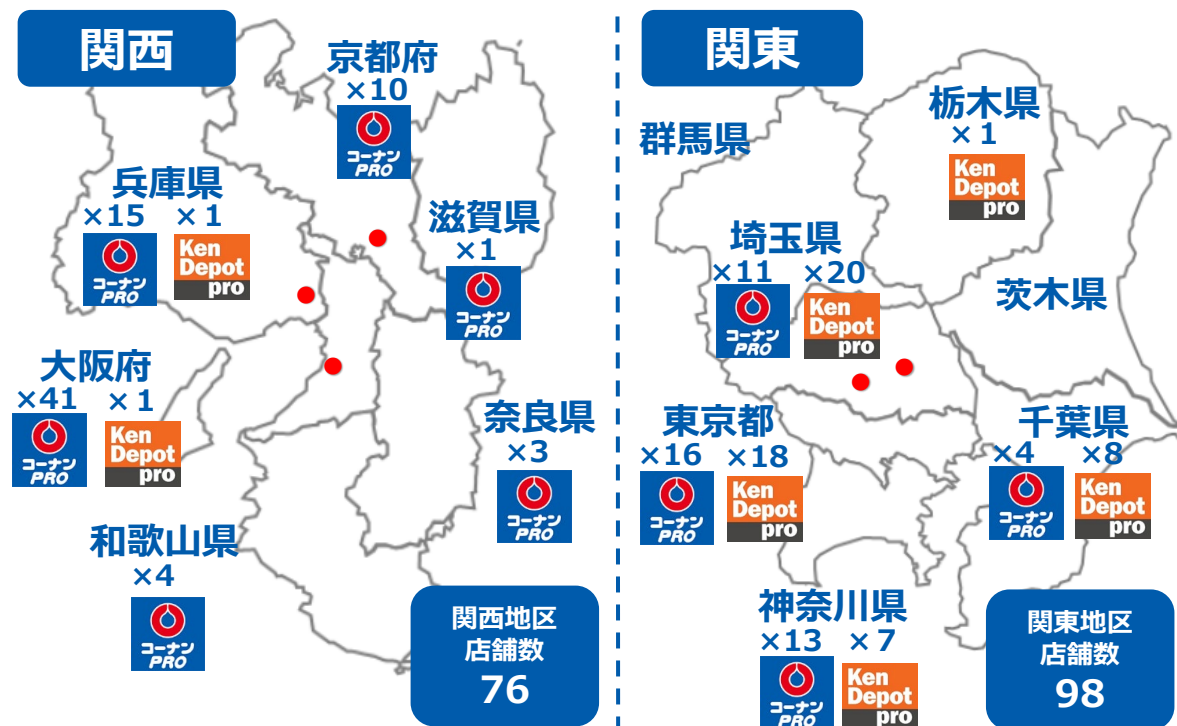
ドミナント形成

フォーマット小型化(300-500坪)により、コストを抑えて都市部への出店を強化

PRO業態売上・店舗数推移



2大都市圏 PRO業態店舗数



PRO業態上期出店：10店舗（2大都市圏出店：計5店舗●）

2025年上期末時点

② 商品・価格戦略

2025年上期実績

PB商品開発数：前年同期比 **109%**

- 季節品（履物・衣料・ペット・インテリア etc）
- パッケージ変更や、顧客からの要望に応じた改良を推進
- ワークショップを活性化（上期 計19回実施）

PB商品の販促強化

- 厳選特価／まとめてお得／大容量 etc.

主なPB開発商品



【ハンディターボファン】
小型・強力ブロー



【防犯砂利】
40Lと大容量



【コンパクトキャットケージ】
お客様の声からリニューアル



第4次中期経営計画

お客様に支持される為の商品戦略

- ・お客様と共に創る象徴的PBの確立
- ・SKU数・在庫高・回転率の最適化
- ・PB売場訴求力の最大化

PB戦略

商販宣
一体化

カテゴリー別
買い回り
ストーリーの
設計

- ✓ 粗利益率への貢献
- ✓ お客様に支持されるPBの確立
- ✓ PB商品販売の最大化

- ・商品・販促・売場計画の連携徹底
- ・話題性を喚起する広報
- ・売場における価値訴求の徹底

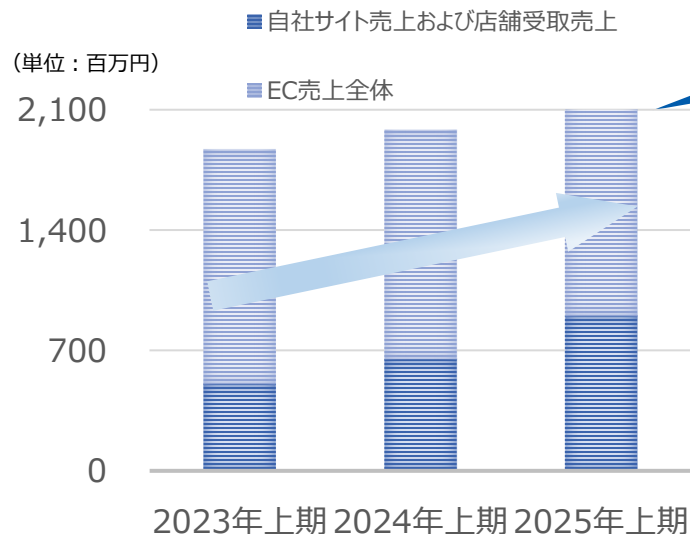
- ・カテゴリー別商品基本政策設計
- ・カテゴリー別NB・PB構成の最適化

今後に向けた取り組み

- お客様に支持されるPB商品開発の一層の強化
- 売れ筋商品の販売促進／プロモーション強化

③ EC×店舗戦略

直近3年間の上期売上推移



前年同期比：110%

「重い」「かさ張る」「数が多い」

「高単価」商品の訴求強化

タイルカーペット・ペット用品・お米 etc.

法人売上の伸長

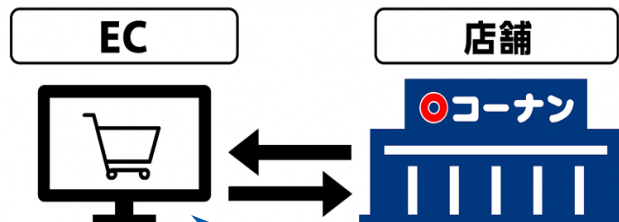
コーナンアプリ会員へのメールマガジン配信

e-shop(自社サイト)強化



工事メニューの拡大 ➡ 受注増加

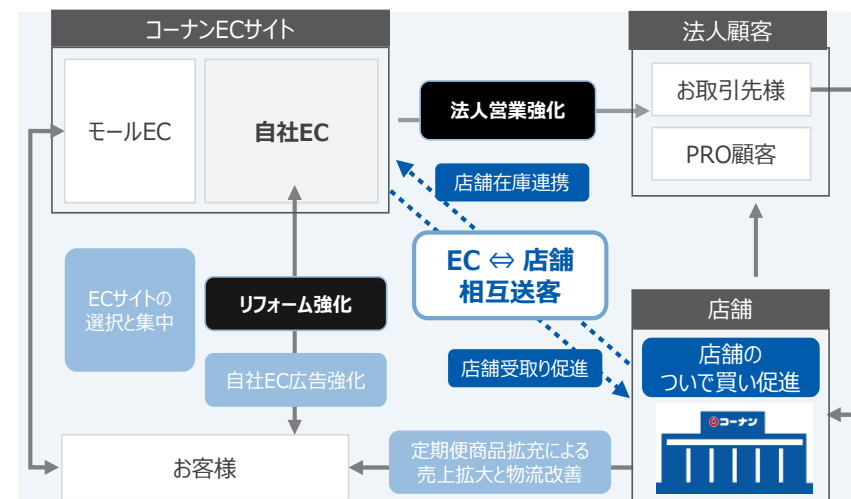
ネットで注文店舗で受取



前年同期比：121%

第4次中期経営計画

EC×店舗戦略の目指す姿



今後に向けた取り組み

- ECでのPB商品販売拡大と、それに合わせた開発推進
- クロスユース(1人の顧客が店舗とECの両方で商品を購入するケース)の拡大

④ ファン化戦略

2025年上期実績

コーナンプラス会員「80万人」突破！



関西の一部地域にて、会員限定の追加クーポン配信を試験運用

→ 対象地域の会員数増加は、他地域対比で **+約20%**



●【全エリア】

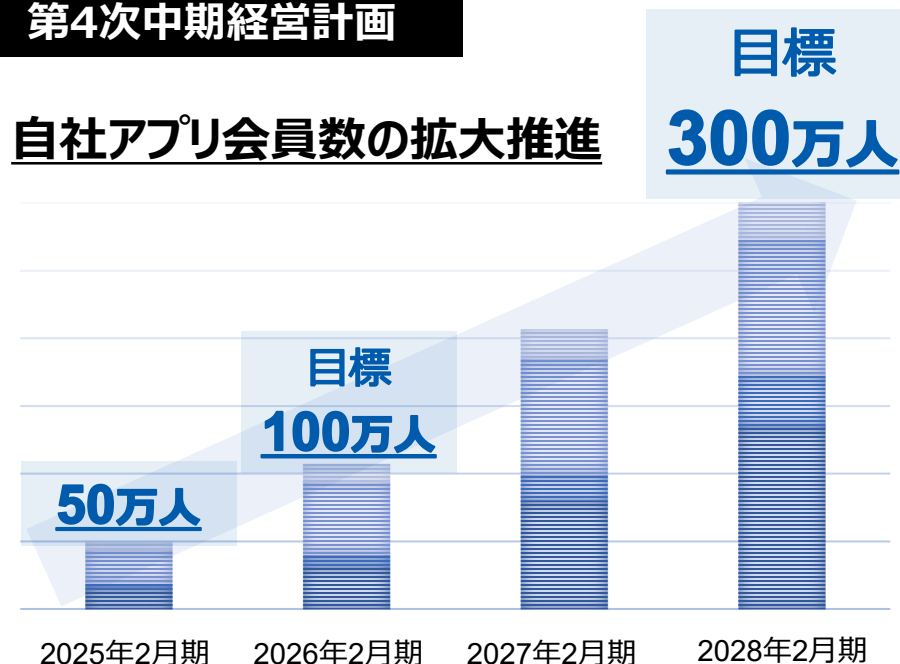
- ・会員数拡大推進
- ・クーポン以外の会員限定サービス展開

【試験運用エリア】

- ・利用回数に応じた追加クーポン配信
- 会員ステージ化の検証

第4次中期経営計画

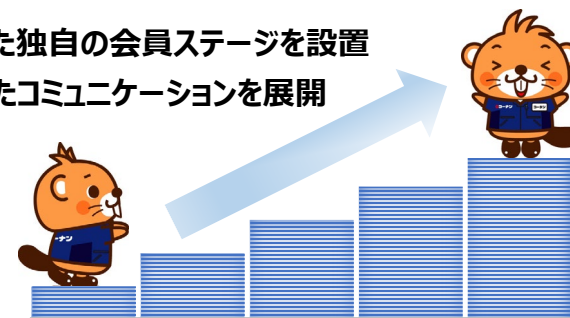
➤ 自社アプリ会員数の拡大推進



➤ 目指す姿

- 年間購入額金額に応じた独自の会員ステージを設置
- それぞれのお客様に適したコミュニケーションを展開

(注) ステージ区分や各ステージの条件は検討中



⑤ 物流戦略

2025年上期実績

大阪ベイ流通センター新規開設



- 関西地区での今後の新店出店増物量増への対応
- 物流コストの削減
- 最大出店地区である関西地区におけるBCP対応の強化

自動運転トラックによる幹線輸送の実証開始を発表



ドライバー不足問題への取組み

- 株式会社T2と共同し、9月から関東⇔関西の高速道路一部区間で実施
(工具・家庭雑貨などの配送)

A. センター管轄：新貝塚・京都・神戸西 → 一部大阪ベイに分散



⇒ 配送距離：▲約50%短縮見込み

B. 大阪ベイに生産性の高い最新の仕分け機器を導入



⇒ 作業負担：▲約30%削減見込み

物流子会社SPL(サザンポートライン)の稼働本格化

- 昨年12月より、先ずは倉庫間移動から開始
→ 売上・利益は計画を上回る進捗で黒字化前倒し目途
(9月より倉庫から店舗への配送も開始)

⑥ オペレーション戦略

2025年上期実績



店舗業務端末
『NAVI-KO』
の機能拡充

3月:ヒートマップ活用による棚替促進

効率に応じ色分けされたマップ上で店別・棚別の売上・粗利・在庫を可視化



※2025年上期実績

店舗棚替促進 (新規棚替7,000 Gondra超)



7月:シフト作成と勤怠管理を一元化



店舗での管理業務を軽減 人件費計画に対して月中の消化具合を確認可能へ

7月:業務端末でのご注文承り運用 全店開始

FAX送受信を業務端末・PCで完結する運用に変更



※2025年上期実績

約58万枚のペーパーレス化(複合機出力枚数ベース)
ご注文承り業務に係る事務処理 90%削減

今後に向けた取り組み

➤ 需要予測システムの実装

将来の売数を予測して商品発注数量を自動で計算
店舗で行っている発注業務の自動化
店舗在庫・生産性・欠品率のコントロールを実施
来期全店運用に向け、実証開始

⑦ 人財経営

2025年上期実績

- 人財育成の専管部署：人財開発部を設立（6月）
- 「人材育成方針」と「社内環境整備方針」を具現化する場
人財委員会： 全社ヒトみらい会議 発足
社内公募を通じ、店舗・本部の幅広い従業員層から
多くのメンバーが選出され、多様性のある委員会を構成

基本的役割

- ✓ 現場の「声」を集め、整理する場
- ✓ 「アイデアのプロトタイプ」を作る場
- ✓ 「現場」と「経営」をつなぐ橋渡し役

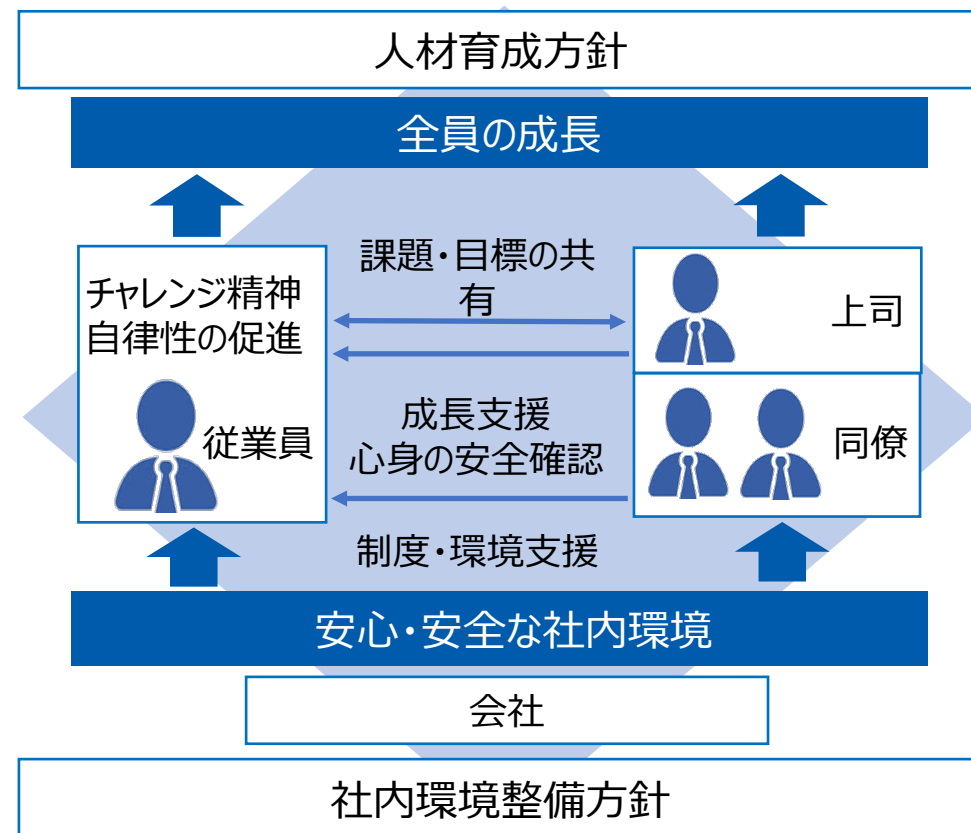
今後の方向性

- ・ 将来像からの逆算
 - ・ 短期課題の改善
- 未来志向と現場改善を両輪に
持続的な人財成長を実現

第4次中期経営計画

目指す姿

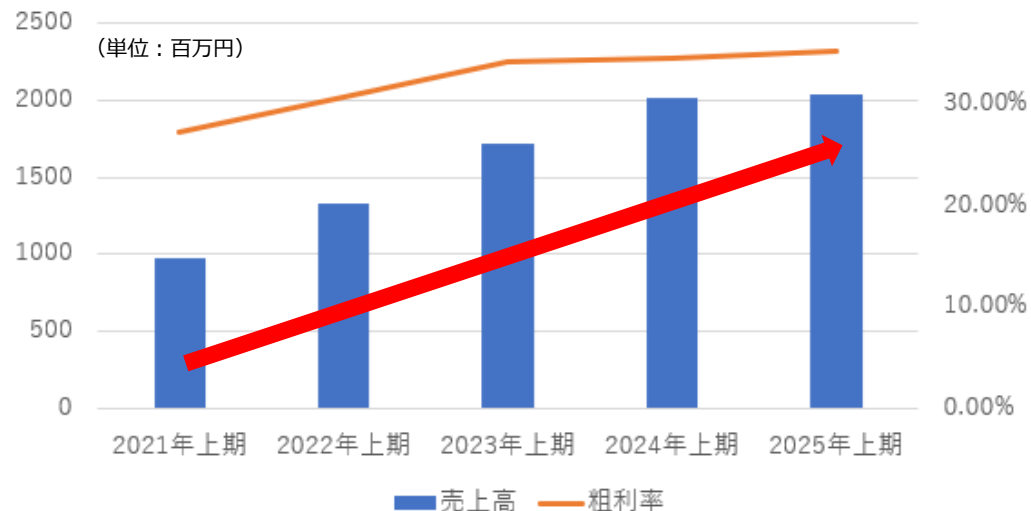
全員が成長する会社になる



2. 海外戦略

直近5年間の上期売上・粗利率推移（ベトナム）

売上高・粗利率共に着実に伸長



➤ 主な取り組み戦略

2大都市(ホーチミン・ハノイ)への集中出店
中間所得層急増に伴うペットブームへの対応



トイレトーパー



ウェットティッシュ



ビンコムロイヤルシティ店ペット用品売場

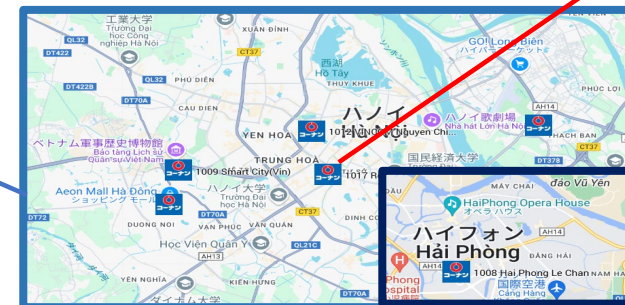
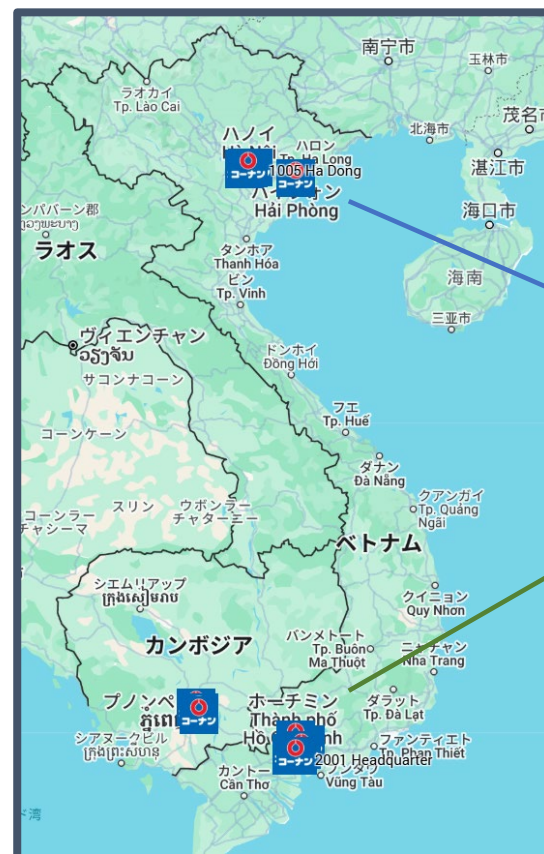
現地オリジナル商品（SB：ストアブランド）の拡充で収益率強化

出店状況

●ベトナム社会主義共和国：16店舗

●カンボジア王国：3店舗

2025年4月出店
ビンコムロイヤルシティ店



3. 食品戦略

2025年上期実績

店舗集客および坪売上UPを目的として、食品売場を強化
単品強化の継続と品種の拡大

➤ 主に伸長した商品

商品カテゴリ	前年同期比
菓子	147%
麺類(インスタント)	118%
米	175%



政府備蓄米の販売状況 玄米1,000t契約 7月15日から販売
8月末までの実績 **販売数量:約10万個 販売金額:約2億6千万円**

➤ シャトレーゼ(FC)：2号店として西大和店5月開店

6月度売上 **近畿以西で1位（全国6位）**



新たな食品強化施策

➤ 食品売場強化：りんくう羽倉崎店の取組み

● チルド・フローズン・パン・卵等
日配の取扱い（生鮮3品除く）

・ 冷蔵庫48尺・冷凍庫40尺での展開



● 即食・簡便調理品を主とした
加工食品の拡大

・ 多品種展開、缶詰スライド棚の導入



● RTD:開栓してすぐに飲める飲料
の品揃え強化

6月改装後～8月末まで

食品売上前年比240%(備蓄米の販売除く)



4. サステナビリティの取り組み

自家消費型太陽光発電設備の設置

➤ 2025年上期 4店舗 新規稼働

川越的場店・三田対中店・PRO仙台東インター店・PRO一宮店

太陽光設備 合計 12拠点



PRO一宮店

4拠点
年間CO2削減量

約411t

12拠点
年間CO2削減量

約1,374t

➤ 2025年下期設置・稼働計画 7店舗

うち6店舗は、東京都補助金を利用して自社設置を実施

防災協定締結先自治体の防災イベント出展

➤ 東京都三鷹市 3月22日 「Mitaka みんなの防災フェスタ」

➤ 京都府亀岡市 9月 6日 亀岡市総合防災訓練

今後も自治体と連携し、社会の安全と安心の確保を実施



三鷹市:展示ブース



亀岡市:イベントの様子

大阪教育ゆめ基金への寄附実施

➤ 2010年度から15回目の寄附



この寄附金は大阪の子どもたちの
確かな「学び」と「はぐくみ」を支え
大阪の教育力向上のための事業
資金として活用

2025年5月8日：感謝状贈呈式の様子

5. 直近のメディアでの取り上げ実績

株式会社
ダイヤモンド・リเทลメディア社
「ダイヤモンド・ホームセンター」
2025年4月15日号

「STORE OF THE YEAR 2025」
のコーナーに、当社店舗
「gardens umekita」が
ベスト1位として掲載



株式会社
日本経済新聞社
「日本経済新聞 全国版」
2025年6月28日付

新中期経営計画の掲載



株式会社
ダイヤモンド社「ダイヤモンドZAi」
2025年9月号

「今買いの最強高配当株ベスト144」
のコーナーに掲載



テレビ東京
「カンブリア宮殿」
2025年9月25日放送

「コーナン特集」として、社長対談や
当社の特徴、成長戦略を番組内
で紹介



gardens umekita



4

企業価値向上に向けた取組み

企業価値向上に向けた取組み

● PBRの現状認識と改善策

ROEは業界平均を上回るが資本効率をさらに高めることで10%以上を目指し、PERは成長戦略と資本政策が市場に評価されることにより水準引き上げを展望して、PBRの一層の改善を目指す

PBR

株価は長期的に上昇トレンド
ながら直近PBRは0.7倍程度
(市場目安 1倍)

ROE

株主資本コストはCAPMで概ね
6-7%で、それを上回る水準
(2025年2月時点：8.8%)
10%以上が目標

PER

7～8倍程度
(市場平均 10倍以上)

=

×

直近10年間の株価の推移



PBR向上に向けた取組み

- ✓ 売上高純利益率：粗利率改善／出店とのバランスを考慮した販管費コントロール
- ✓ 総資産回転率：出店推進およびPRO・食品強化／適正在庫管理（GMROI重視）
- ✓ 財務レバレッジ：有利子負債の有効活用／株主還元強化

- ✓ 将来の収益増強のための基盤構築（投資回収効果の高い出店強化・アプリ会員増強による顧客拡大など）
- ✓ 成長投資とのバランスを睨んだ 株主還元へのキャッシュアロケーション
- ✓ 投資家IRの強化／非財務項目を含む開示強化

株主還元方針

- 株主還元は重要な経営課題と認識し、以下の方針のもと、株主の皆様へ利益還元を行います

■ 基本方針

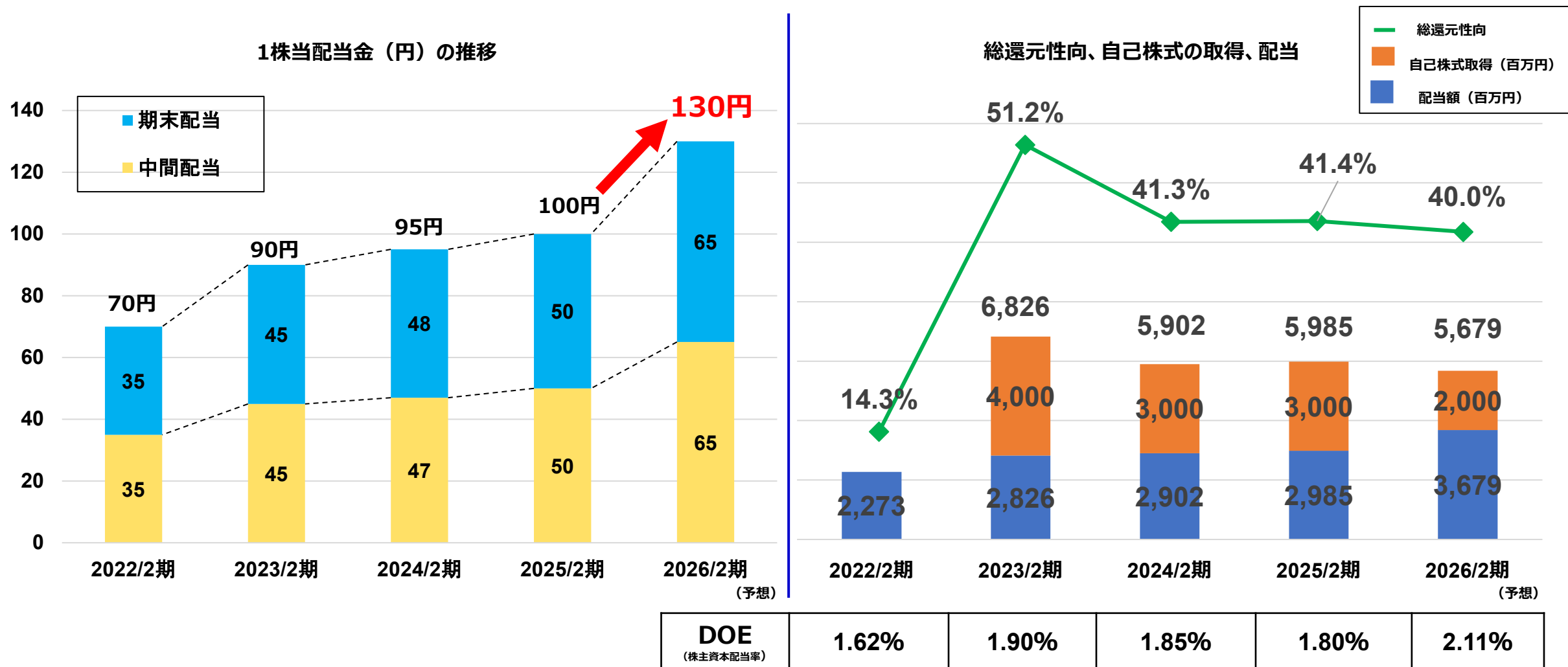
- ・株主の皆様に対する利益の還元を経営上の重要施策の一つとして位置づけ、業績の見通し、事業活動への投資、財務健全性などを総合的に判断しながら、長期にわたって安定した配当を実施する
- ・自己株式の取得についても業績ならびに株価水準等に応じ、適宜検討を行う

＜目標＞ 第4次中期経営計画期間中（2025－2027）

- ・総還元性向：40%以上
（2026年2月期【予定】：配当 130円／年 自己株式取得 20億円）
- ・累進配当

株主還元：配当と自己株式の取得

➤ 2026年2月期 ⇒ 配当は通期で30円増配予定で累進配当見込み、自己株式取得も20億円予定





2026年2月期 第2四半期

補足資料

(2024年2月期 第2四半期 ~ 2026年2月期 第2四半期)

01.損益計算書（連結）

項目 (百万円)	2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期			2026年2月期 第2四半期		
	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比
売上高	230,113	107.4%	-	248,190	107.9%	-	256,297	103.3%	-
既存店売上高※	216,467	101.6%	-	234,396	102.7%	-	246,422	99.3%	-
営業収入	8,097	102.5%	-	8,421	104.0%	-	8,751	103.9%	-
営業収益	238,210	107.2%	-	256,612	107.7%	-	265,049	103.3%	-
売上総利益	86,882	107.0%	37.76%	91,975	105.9%	37.06%	94,705	103.0%	36.95%
販売管理費	79,350	104.9%	34.5%	84,493	106.5%	34.0%	88,754	105.0%	34.6%
営業利益	15,628	115.8%	6.8%	15,904	101.8%	6.4%	14,702	92.4%	5.7%
営業外収支	△669	-	-	△516	-	-	△971	-	-
経常利益	14,959	116.9%	6.5%	15,388	102.9%	6.2%	13,730	89.2%	5.4%
特別損益	△141	-	-	△1,152	-	-	△566	-	-
親会社株主に帰属する 中間純利益	10,253	120.3%	4.5%	9,225	90.0%	3.7%	8,726	94.6%	3.4%

※ 各期において開店から13ヵ月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期比較しております。

02.販売管理費（連結） 他

項目 (百万円)	2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期			2026年2月期 第2四半期		
	実績	前年同期比※	売上比	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比
人件費	27,094	104.3%	11.8%	29,008	107.1%	11.7%	30,732	105.9%	12.0%
賃借料	25,185	105.7%	10.9%	26,334	104.6%	10.6%	27,588	104.8%	10.8%
減価償却費 (のれん償却含)	7,605	107.7%	3.3%	8,208	107.9%	3.3%	8,545	104.1%	3.3%
その他販管費	19,465	103.7%	8.5%	20,941	107.6%	8.4%	21,888	104.5%	8.5%
計	79,350	104.9%	34.5%	84,493	106.5%	34.0%	88,754	105.0%	34.6%

項目 (百万円)	2024年2月期 第2四半期		2025年2月期 第2四半期		2026年2月期 第2四半期	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比
自己資本比率	33.8%	△2.1pt	33.9%	0.1pt	34.6%	0.7pt
有利子負債	194,934	122.2%	198,962	102.1%	207,287	104.2%
DEレシオ	1.26倍	-	1.23倍	-	1.21倍	-

03.貸借対照表（連結）

科目（百万円）	2024年2月期	増減	2025年2月期	増減	2026年2月期2Q	増減
流動資産計	159,455	18,163	170,496	11,040	186,789	16,293
現金及び預金	11,723	2,505	10,842	△881	14,491	3,648
売掛金	15,798	2,230	17,893	2,094	20,604	2,710
商品及び製品	121,758	12,859	131,973	10,215	139,847	7,874
固定資産合計	299,101	21,144	308,510	9,408	309,434	923
有形固定資産	206,786	17,392	216,101	9,314	215,672	△429
無形固定資産	26,860	△28	25,148	△1,711	24,321	△826
資産合計	458,557	39,307	479,006	20,449	496,223	17,216
流動負債計	125,032	9,478	123,480	△1,551	133,220	9,740
買掛金	44,823	2,542	47,272	2,448	54,998	7,725
短期借入金	24,000	3,062	17,100	△6,900	13,800	△3,300
1年内返済長期借入金	27,673	1,049	31,178	3,504	33,548	2,370
固定負債合計	176,267	22,127	189,734	13,466	191,195	1,461
長期借入金	108,138	20,511	118,774	10,636	120,778	2,004
純資産合計	157,257	7,702	165,792	8,534	171,807	6,014
負債純資産合計	458,557	39,307	479,006	20,449	496,223	17,216

04.商品部門別 売上高（連結/コーナン単体）

■ 連結

商品部門 (百万円)	2024年2月期 第2四半期		2025年2月期 第2四半期		2026年2月期 第2四半期	
	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比
ホームインプルーブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	111,987	105.9%	119,100	106.4%	123,462	103.7%
ハウスキーピング (家庭用品)	71,858	104.7%	77,875	108.4%	79,676	102.3%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	34,624	112.2%	36,482	105.4%	36,615	100.4%
食品 (フード・酒類)	4,825	-	7,261	150.5%	8,655	119.2%
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	6,818	104.8%	7,469	109.5%	7,886	105.6%
合計	230,113	107.4%	248,190	107.9%	256,297	103.3%

■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期			2026年2月期 第2四半期		
	売上高	前年同期比	粗利益率	売上高	前年同期比	粗利益率	売上高	前年同期比	粗利益率
ホームインプルーブメント	89,712	107.6%	39.44%	94,310	105.1%	38.79%	97,920	103.8%	38.68%
ハウスキーピング	67,988	102.0%	37.28%	72,291	106.3%	36.33%	74,605	103.2%	36.13%
ペット・レジャー	33,604	110.0%	42.28%	34,548	102.8%	41.16%	34,685	100.4%	40.96%
その他	9,359	107.0%	25.38%	10,545	112.7%	24.54%	11,189	106.1%	24.83%
合計	200,665	106.0%	38.53%	211,695	105.5%	37.63%	218,400	103.2%	37.46%

05.PB商品部門別 売上高（連結/コーナン単体）

■ 連結

商品部門 (百万円)	2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期			2026年2月期 第2四半期		
	PB売上高	PB売上構成比※	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※	構成比前年差
ホームインプルーブメント (DIY用品)	33,747	34.3%	0.2pt	36,238	34.8%	0.5pt	37,541	34.7%	△0.1pt
ハウスキーピング (家庭用品)	25,970	36.4%	△0.7pt	27,437	35.5%	△0.9pt	27,559	34.9%	△0.6pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	13,980	41.3%	△0.5pt	14,327	40.1%	△1.2pt	14,455	40.7%	0.6pt
合計	73,699	36.2%	△0.2pt	78,003	35.9%	△0.3pt	79,556	35.7%	△0.2pt

■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期			2026年2月期 第2四半期		
	PB売上高	PB売上構成比※	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※	構成比前年差
ホームインプルーブメント (DIY用品)	29,654	35.9%	△0.7pt	31,113	36.0%	0.1pt	32,236	35.8%	△0.2pt
ハウスキーピング (家庭用品)	25,216	38.8%	△0.1pt	25,937	37.8%	△1.0pt	26,003	37.1%	△0.7pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	13,844	42.1%	0.2pt	13,953	41.3%	△0.8pt	14,036	41.4%	0.1pt
合計	68,715	38.1%	△0.3pt	71,004	37.6%	△0.5pt	72,276	37.2%	△0.4pt

※ 連結・コーナン単体共に、リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出しております。

06.事業会社 業態別実績

会社名 (百万円)	業態	2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期			2026年2月期 第2四半期		
		売上高	前年 同期比	粗利益率	売上高	前年 同期比	粗利益率	売上高	前年 同期比	粗利益率
コーナン	HC	154,956	102.6%	39.82%	162,111	104.6%	38.81%	164,958	101.8%	38.85%
	PRO	40,976	110.2%	35.32%	44,547	108.7%	34.68%	48,199	108.2%	35.00%
	その他※	4,732	-	-	5,036	-	-	5,242	-	-
	計	200,665	104.2%	38.53%	211,695	105.5%	37.63%	218,400	103.2%	37.46%
建デポ	PRO	23,579	106.7%	30.32%	25,305	107.3%	30.85%	26,183	103.5%	31.40%
	その他※	737	-	-	963	-	-	1,122	-	-
	計	24,317	106.9%	29.86%	26,269	108.0%	30.23%	27,305	103.9%	30.73%
HIひろせ	HC+PRO	3,663	-	32.59%	7,279	198.7%	34.81%	7,470	102.6%	34.21%
	食品	1,945	-	24.51%	3,843	197.5%	24.03%	4,364	113.6%	22.68%
	その他※	537	-	-	598	-	-	586	-	-
	計	6,146	-	29.00%	11,720	190.7%	31.39%	12,421	106.0%	30.36%
コーナンベトナム	計	1,719	129.4%	34.15%	2,020	117.5%	34.47%	2,034	100.7%	35.22%
連結調整		△ 2,734	-	-	△ 3,515	-	-	△ 3,864	-	-
連結合計	計	230,113	107.4%	37.76%	248,190	107.9%	37.06%	256,297	103.3%	36.95%

※ その他：EC、他社への商品供給（自社グループ内含む）等

07.店舗数（2025年8月末時点）

	業態	2024年2月期			2025年2月期			2026年2月期 第2四半期		
		出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数
コーナン	HC※	8	2	340	21	1	360	5	2	363
	PRO	12	1	130	12	0	142	7	0	149
	計	20	3	470	33	1	502	12	2	512
建デポ	PRO	8	0	80	9	1	88	1	0	89
HIひろせ	HC+ 食品	31	0	31	1	0	32	0	0	32
	PRO	1	0	1	0	0	1	2	0	3
コーナンベトナム	HC	2	0	13	2	0	15	1	0	16
コーナンカンボジア	HC	0	0	3	0	0	3	0	0	3
合計	計	62	3	598	45	2	641	16	2	655

※CAMP DEPOT 8 店舗、gardens umekita店を含む



【見通しに関する注意事項】

当社が開示する情報の中には、将来の見通しに関する記述が含まれている場合があります。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定に基づくほか、様々なリスクや不確定・不確実性を含んでおります。したがって、現実の業績は当社の見込みとは異なる可能性があります。