



2026年5月13日

各 位

会 社 名 株式会社バローホールディングス
代表者の役職名 代表取締役会長兼 CEO 田代正美
(コード番号: 9956 東証プライム市場・名証プレミアム市場)
問い合わせ先 常務取締役管理本部長 篠花 明
電 話 番 号 (0 5 7 4) - 6 0 - 0 8 5 8

**資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について
(アップデート)**

2025年5月13日に公表いたしました、「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」に関し、あらためて当社の現状分析と課題認識を行い、今後の改善に向けた取組み等の内容をアップデートしましたのでお知らせいたします。

なお、詳細につきましては、添付資料「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について (アップデート)」をご参照ください。

以 上

株式会社バローホールディング

～ 資本コストや株価を意識した経営の
実現に向けた対応について ～

2026年5月アップデート

	2024年 3月期	2025年 3月期	2026年 3月期	概 要
営業収益（億円）	8,078	8,544	9,241	スーパーマーケット事業がグループ全体の収益を牽引し、31期連続増収
営業利益（億円）	228	231	275	スポーツクラブ事業の業績回復、クレジットカード事業の黒字化により、6期ぶりに全セグメントで営業黒字
当期純利益（億円）	119	136	164	減損損失など特別損失の増加を抑制し、2期連続で過去最高を更新
ROE（%）	7.5	8.1	9.2	当期純利益が大幅に増加した結果、ROEは9%を超過
ROIC（%）	4.8	5.0	5.6	WACC（当社想定4.0%～5.0%）を上回り、資本収益性が大きく改善
PBR（倍）	0.82	0.74	1.06	ROE上昇に加え、成長期待からPERも上昇し、目標のPBR1倍を超過

ROEは目標の8%を2期連続で達成。関西に続く関東進出など成長期待からPERも上昇

PBR

1倍超へ

ROE

目標8%達成

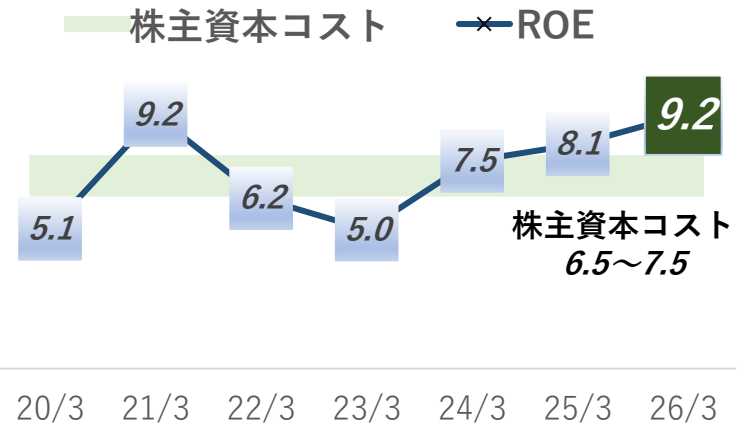
- ▶ 当期純利益が大幅に増加した結果、ROEの構成要素である当期純利益率が約0.2%上昇
- ▶ ROEは株主資本コスト（CAPMベース当社計算6.5～7.5%）を上回る水準を維持

PER

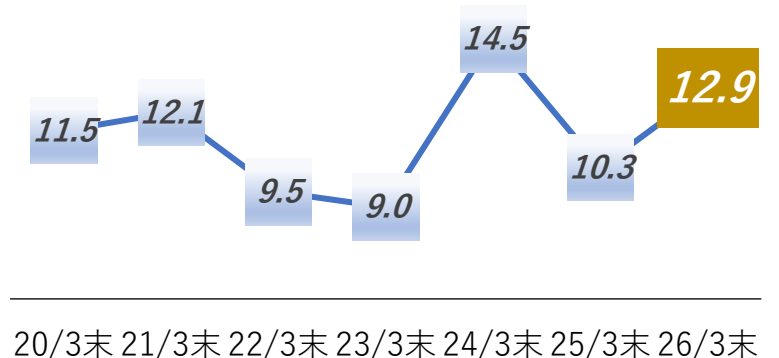
12.9倍へ上昇

- ▶ SMバロー神奈川初出店の成功
⇒ 関西圏に続き関東圏での認知度、成長期待の高まり
- ▶ 業績予想精度アップと計画達成の蓋然性向上
⇒ 市場評価とのギャップ縮小

ROE(%)推移



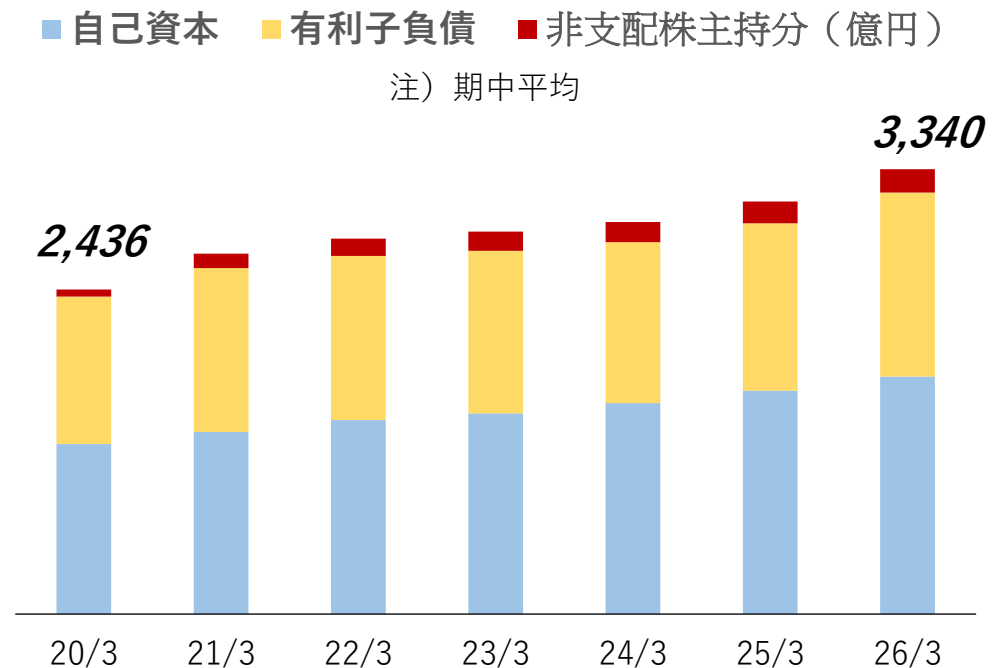
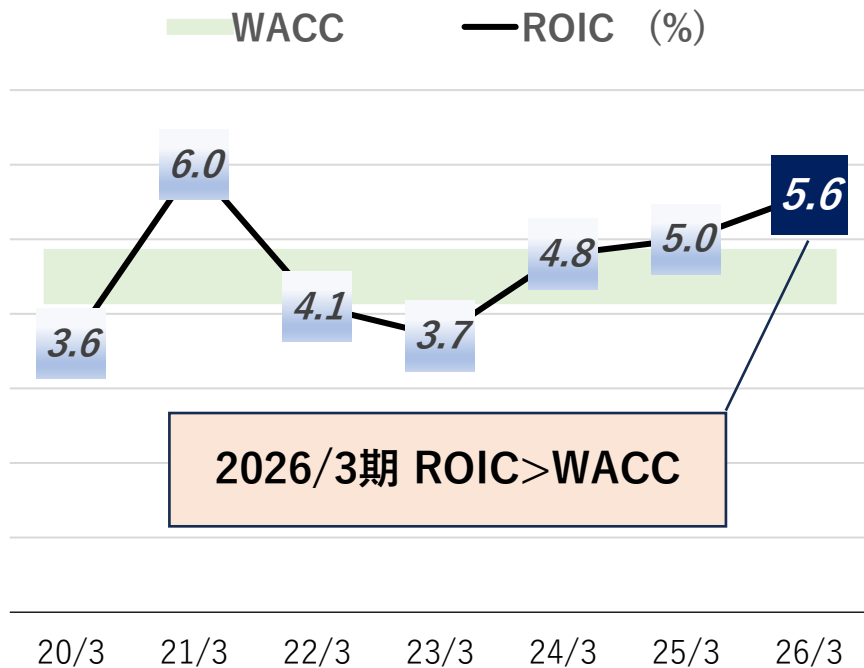
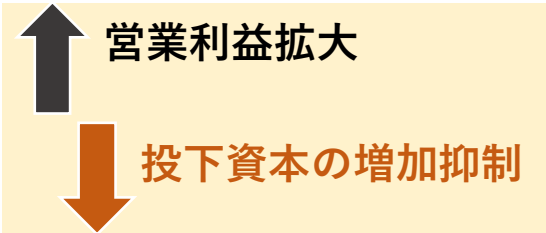
PER(倍)推移



3 現状分析 ROIC

2026年3月期は積極的な出店投資やM&Aなどにより投下資本が大きく増加したものの、大幅な営業増益により資本コスト(当社想定WACC 4.0~5.0%)を上回る資本収益性 (ROIC 5.6%) を達成。ROICのさらなる向上には営業利益の拡大と投下資本の増加抑制への取組みが必要。

$$\text{ROIC} = \frac{\text{営業利益} \times (1 - \text{税効果会計適用後の法人税等の負担率})}{\text{投下資本 (有利子負債+自己資本+非支配株主持分)}}$$

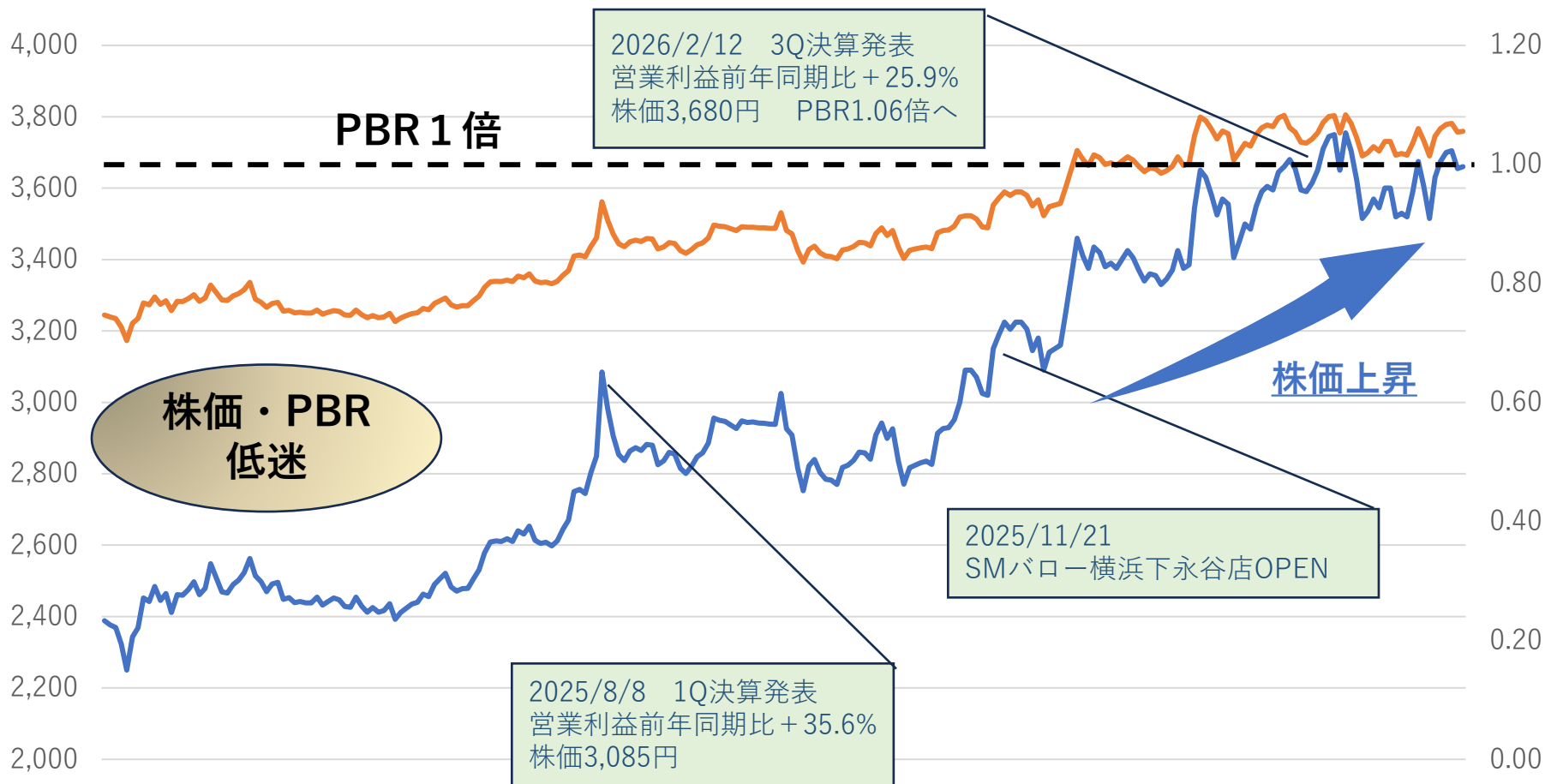


業績が公表予想を大きく上回って推移したうえ、神奈川県初出店の成功で当社の認知度が高まり、成長期待から株価上昇とともにPBRは1倍を超過。

2026年3月期年間の推移

— 株価 (円)

— PBR (倍、右軸)

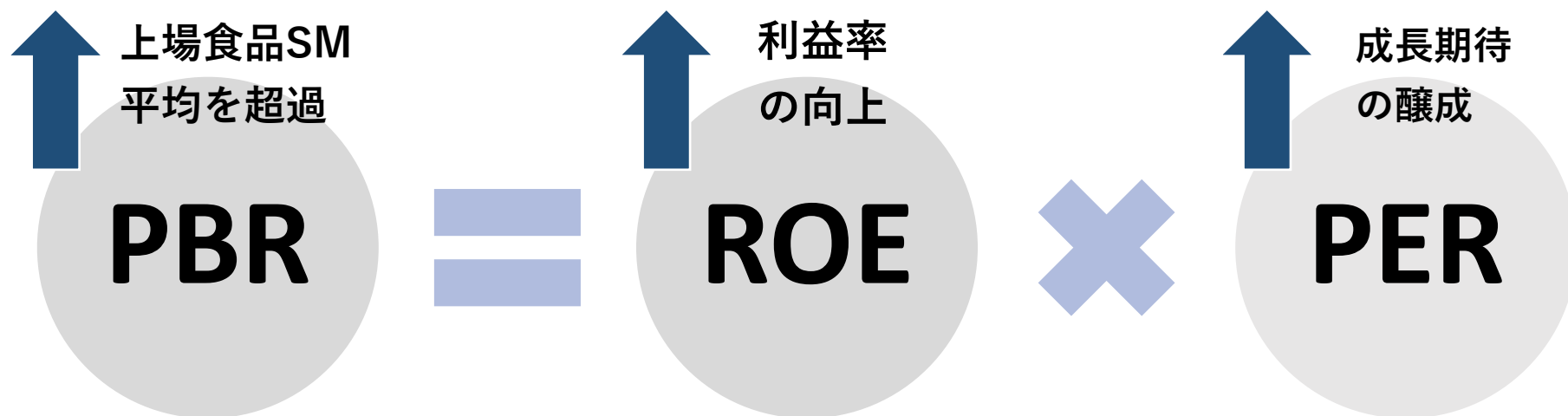


ROE、PBRとも目標を達成したものの、プライム市場上場食品SM平均(2026年3月末：ROE 9.3%、PER 18.4倍、PBR 1.18倍)を下回り、改善余地が大きい。

PBRの向上にはROEだけでなく、PERの引き上げが課題と認識。

<課題>

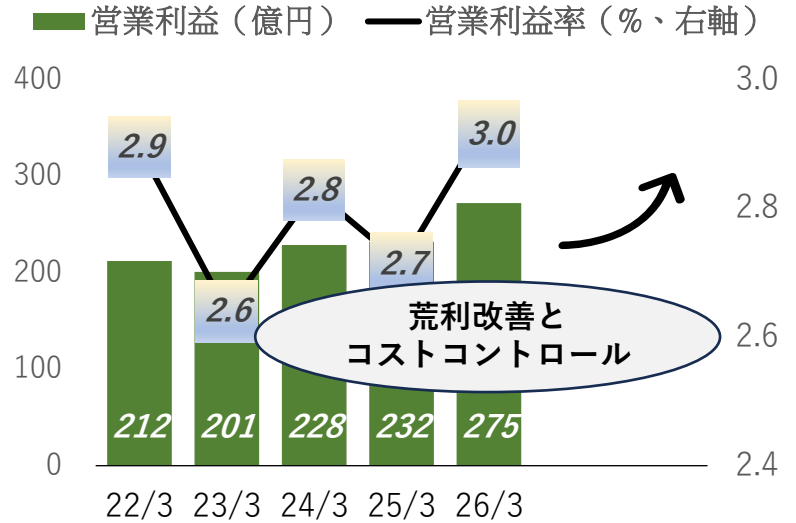
- SM事業を中心とした持続的な利益成長と「稼ぐ力」の向上
- 継続的かつ多額な特損の低減と当期純利益率の改善
- SMバロー関東出店拡大など成長戦略の発信を通じた市場評価の向上



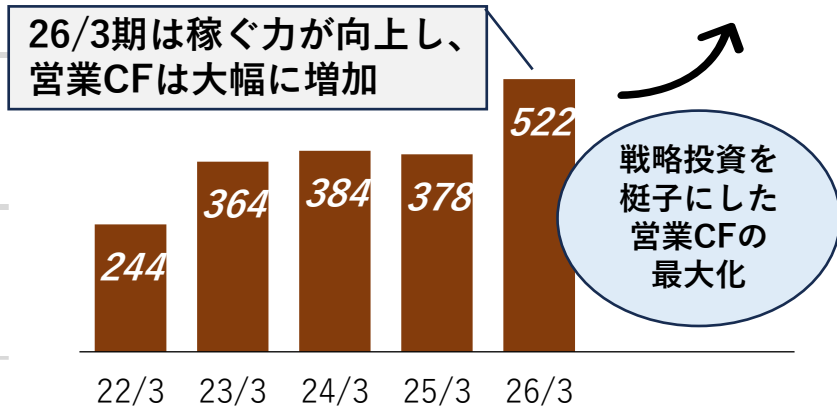
6 セグメント別の施策

セグメント	主な取組み
スーパーマーケット (SM)	<ul style="list-style-type: none"> ・デスティネーションストアの推進、関東圏への出店拡大 ・新工場設立など製造基盤の強化
ドラッグストア (Drug)	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗フォーマットと強化カテゴリーを組み合わせによる個店の強化 ・グループ連携による「食」の強化とグループPBの積極導入
ホームセンター (HC)	<ul style="list-style-type: none"> ・コーナン商事とのPB相互供給 ・PRO専門店の出店拡大
ペットショップ	<ul style="list-style-type: none"> ・トリミング、ドッグトレーニング部門の強化 ・ペット専門店の出店拡大
スポーツクラブ	<ul style="list-style-type: none"> ・スクール事業の強化 ・小学校水泳授業の受託拡大
流通関連	<ul style="list-style-type: none"> ・物流の効率化、運送形態の拡充 ・資材消耗品などの外販拡大
その他 (クレジットカード)	<ul style="list-style-type: none"> ・SMバローの関東圏出店、店舗改装などに伴う新規会員募集の強化 ・新規入会者のインセンティブ継続

稼ぐ力の向上



営業キャッシュフロー (億円)



ROEを三要素に分解

当期純利益率 (%)

- 投資マネジメントの徹底により減損損失の増加を抑制。当期純利益率は上昇傾向

収益性

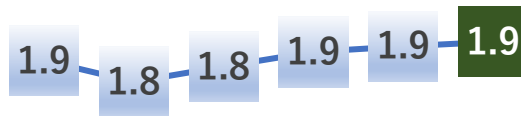


21/3 22/3 23/3 24/3 25/3 26/3

総資産回転率 (回)

- 積極的な設備投資などにより資産が増加したものの、売上高の増加でほぼ横ばい。

資産効率性



21/3 22/3 23/3 24/3 25/3 26/3

財務レバレッジ (倍)

- 設備投資やM&Aなど有利子負債の積極活用で高水準が続く。

負債活用度



21/3 22/3 23/3 24/3 25/3 26/3

主な取組み内容

当期純利益率	減損損失の低減に向け、主に不採算店舗の改装投資に対するマネジメント強化
総資産回転率	在庫削減、SM閉店店舗を製造工場へ転換するなどグループで資産を有効活用
財務レバレッジ	財務の健全性、安定性及び外部格付を維持した有利子負債の柔軟な活用

➤ 2026年3月期 IR活動

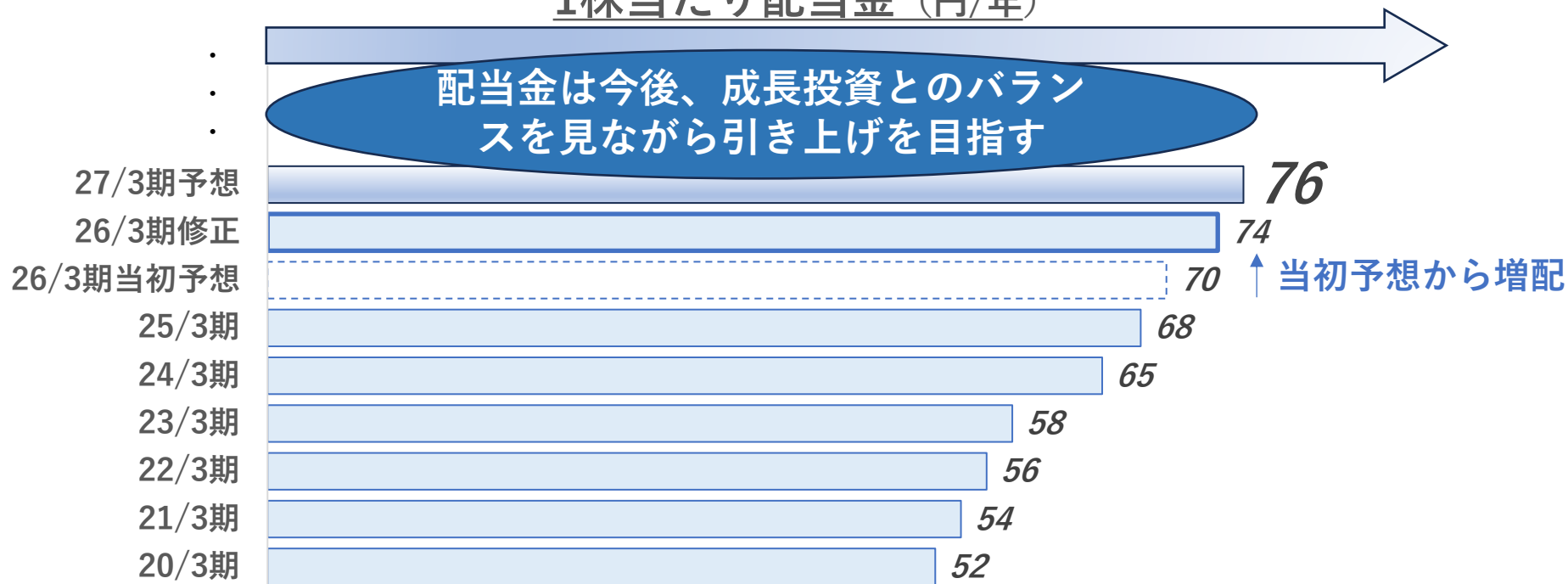
項目	活動内容
個別面談	機関投資家・セルサイドアナリストと30~40件継続的に実施。主に業績の状況、中期経営計画の進捗、成長投資の考え方などについて説明。
決算説明会 スモールミーティング	本決算説明会および第2四半期決算説明会をハイブリッド形式（会場＋オンライン配信）で実施。
店舗見学会	機関投資家・アナリストを対象に現場を実感いただく機会として、神奈川県初出店のSMバロー横浜下永谷店の見学会を実施。

➤ 取組み

目的	主な内容
成長期待の醸成 (PER向上)	<ul style="list-style-type: none"> ・ SMバロー関東出店拡大、関西圏でのドミナント化を中心とした成長ストーリーの発信 ・ 投資家に対する新店、製造工場などの見学機会の提供と現場理解の促進 ・ 既存店動向、出店効果、収益性などの継続的な情報発信 ・ 投資家との対話機会の拡充

- 配当性向30%をメド、DOE（株主資本配当率）2%を下限
- 累進配当（2026/3期 16期連続増配）

1株当たり配当金（円/年）



	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期
配当性向（%）	43.1	23.0	33.4	41.0	29.1	26.4	23.7
DOE（%）	2.1	2.2	2.1	2.1	2.1	2.2	2.3

現中期経営計画の最終年度となる今期は、従来の定量目標を継続するが(但し、さらなる改善を目指す)、2028年3月期以降は次期中期経営計画の中で新たに定量目標を設定する予定。

～2026/3月期

2027/3月期

2028/3月期～

現中期経営計画

次期中期経営計画

定量目標

PBR 1倍超

ROE 8%以上

ROIC 5.5%以上

新たな定量目標を設定

(～2030年3月期)

創造先取挑戰