

2026年6月期上期業績は、

顧客の価格感度の高まりや購買行動の変化に対応した価格戦略を中心とする販促強化が奏功し、マーケットシェアが拡大。また、競争優位性を持つ人的資本が生み出す強固なオペレーション力が収益基盤を支え、過去最高の業績を達成しました。現場と本社の両輪で、新業態の創出・出店戦略・M&A戦略・MD戦略などの各戦略を連動させることで、新たな市場の開拓とさらなるマーケットシェアの拡大を推進する。

売上高
1兆2,101億円

国内リテール事業は多角的なプロモーション強化やMD戦略の奏功などによる免税売上高の貢献、顧客の生活防衛意識の高まりに対応したマジ価格などの価格戦略、様々なトレンド変化を捉えた商品展開や魅力的なPB/OEM商品開発に加え、新規出店などが売上に貢献しました。また、アジア事業、北米事業は各エリアの既存店売上伸長や、新規出店などにより売上高が増加しております。これらにより、売上高は1兆2,101億円（前年同期比7.2%増）となりました。

営業利益
940億円

営業利益は940億円（同4.7%増）と上期累計で過去最高益を達成しました。カネ美食品の連結子会社化や各事業の価格戦略の強化により、売上総利益率が0.5pt前年を下回っていますが、引き続きPB/OEM商品の拡大や免税の伸長が収益性改善に貢献しています。また、成長投資や人財育成に対して投資をしながらも、売上の伸長や運営オペレーションの改善による生産性の改善などにより、販管費率は0.4pt減少したことが寄与しました。

経常利益
965億円

為替差損が前年同期比で減少したこと、為替差益が前年同期比で増加したことなどから営業外収支戻（営業外収益-営業外費用）は25億円のプラスとなり、経常利益は965億円（同11.0%増）となりました。

四半期純利益
637億円

税金等調整前当期純利益が952億円となる一方で、法人税等合計305億円の計上などにより、親会社株主に帰属する当期純利益は637億円（同18.1%増）となりました。

総資産
1兆6,175億円

現預金が411億円増加、商品及び製品が312億円増加、無形固定資産が48億円増加したことなどにより、総資産は1兆6,175億円（前期末比1,065億円増）となりました。

純資産
6,862億円

利益剰余金が482億円増加したことや為替換算調整勘定が36億円増加したこと、純資産は6,862億円（同621億円増）となりました。この結果、自己資本比率は40.6%、ネットD/Eレシオは0.25倍となりました。引き続き、効率性と安全性のバランスに留意した財務戦略を行ってまいります。

EPS
35.54円

当社の現場主義・個店主義に立脚した強みを遺憾なく発揮し、収益体質の改革を継続した結果、1株当たり当期純利益（EPS）は、35.54円（年換算、前期比0.21円増、0.6%増）となりました。

ROE
20.2%

株主資本当期純利益率（ROE）は20.2%（年換算）となりました。引き続き、資本の効率性を高める事業活動を行ってまいります。

お買上客数
3億6,436万人

国内外の当社グループ各店舗をご利用いただいたお客さま（レジ通過客数）は、3億6,436万人となりました。消費者の節約志向や選別消費の傾向が一層強まっているなか、当社グループの「顧客最優先主義」に基づく当社グループ店舗の魅力を引き続きご評価いただけたものと考えております。

店舗数
784店

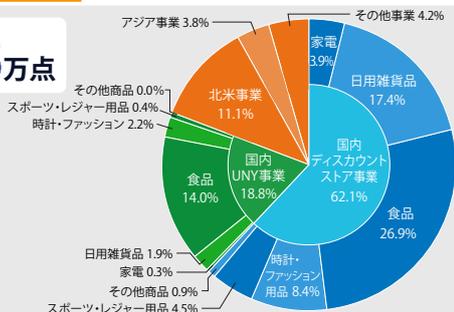
国内における新規出店は7店舗となった一方で、閉店が1店舗となりました。海外事業の出店状況には、タイに1店舗、カリフォルニアに2店舗の合計3店舗を開店した一方で、閉店が4店舗となりました。これらのことから当社グループ全体の店舗数は国内661店舗、海外123店舗、合計784店舗となりました。

中間配当金
3円

当社グループは、株主に対する利益還元を経営の最重要課題のひとつとして認識しています。中間配当金（3円）を含めた当期の年間配当金は、8.5円（前期比1.5円増）を予定しています。

商品点数
27億2,638万点

当社グループが、当期間にお客さまの手元にお届けした商品点数は27億2,638万点となりました。

商品分類別売上高構成比

個人その他株主数
99,489人

個人その他株主が36,057人増加（前期末比156.8%）しました。それに伴い、総株主数は前期末に比べて36,517人増加し、101,519人となりました。なお、外国人株主の持株比率は、58.7%と前期末比0.7pt増加しました。

株主分類別持株数構成比
