株式会社ライフコーポレーション
2026年10月9日

2027年2月期 第2四半期
決算説明会資料

2026年度上期決算の要点

経常利益は計画どおりの130億円
通期業績予想の達成を目指す

【トップライン】

- 外部要因の影響と備蓄米売上の反動が大きく、計画には届かず

【粗利益率】

- 原油価格の高騰や値ごろ感の訴求などにより、前年差▲0.2P
  一方、自社会員向け販促施策を強化し、「売って終わり」の値引きとは異なる販促を推進

【販管費】

- 規律ある費用管理により、販管費の増加を計画比で抑制

目次

1. 決算概要

2. 2026年度の取り組み

3. 2030年度に目指す姿達成に向けて

4. M&A、出店エリア拡大

5. 2026年度通期の業績予想、株主還元

目次

1. 決算概要

2. 2026年度の取り組み

3. 2030年度に目指す姿達成に向けて

4. M&A、出店エリア拡大

5. 2026年度通期の業績予想、株主還元

連結業績概要（上期）

- 営業収益および売上高は、上期として過去最高を更新
- 営業利益以下の各利益は計画どおりに着地

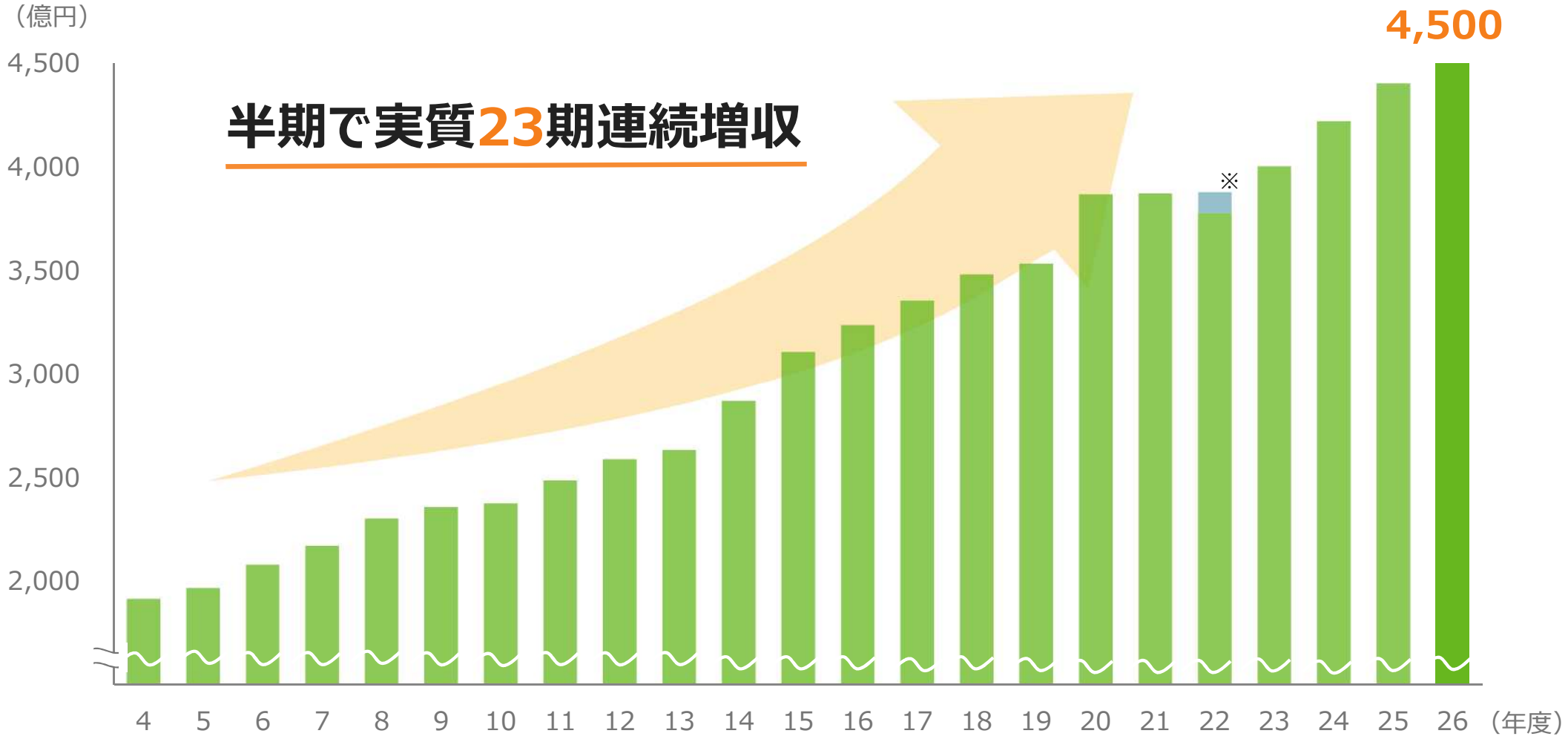
（百万円、%、P）	2025年度上期	2026年度上期				
		実績	増減額	増減率	売上比	売上比増減
営業収益	440,114	**450,051**	+9,937	+2.3	-	-
売上高	423,805	**433,237**	+9,431	+2.2	-	-
売上総利益（粗利益）	131,814	**133,948**	+2,134	+1.6	30.9	▲0.2
販管費	134,819	**138,313**	+3,494	+2.6	31.9	+0.1
営業利益	13,303	**12,448**	▲854	▲6.4	2.9	▲0.3
経常利益	13,858	**13,063**	▲795	▲5.7	3.0	▲0.3
中間純利益	9,327	**8,589**	▲737	▲7.9	2.0	▲0.2

（参考）四半期ごとの連結業績概要

（百万円、%）	2026年度1Q					2026年度2Q					上期
	実績	増減額	増減率	売上比	売上比増減	実績	増減額	増減率	売上比	売上比増減	実績
営業収益	223,296	+7,011	+3.2	-	-	226,754	+2,925	+1.3	-	-	450,051
売上高	215,015	+6,735	+3.2	-	-	218,221	+2,696	+1.3	-	-	433,237
売上総利益（粗利益）	66,655	+1,485	+2.3	31.0	▲0.3	67,292	+877	+1.0	30.8	▲0.1	133,948
販管費	67,705	+2,298	+3.5	31.5	+0.1	70,607	+1,195	+1.7	32.4	+0.1	138,313
営業利益	7,230	▲537	▲6.9	3.4	▲0.4	5,217	▲317	▲5.7	2.4	▲0.2	12,448
経常利益	7,484	▲488	▲6.1	3.5	▲0.3	5,579	▲307	▲5.2	2.6	▲0.2	13,063
中間純利益	5,081	▲500	▲9.0	2.4	▲0.3	3,508	▲237	▲6.3	1.6	▲0.1	8,589

営業収益の推移（上期）

- 新規出店(6店舗)・既存店の伸長により、上期の営業収益は4,500億円



※2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用（適用前　営業収益：3,878億円）

既存店の売上関連指標（上期）

- 天候不良や、大阪・関西万博に伴う人流増加の反動など、外部環境によるマイナス要因があったものの、客数は前年を上回り、お客様からの支持は引き続き拡大

売上高前年比

101.6%

2025年度　102.8%
2024年度　103.3%

客数前年比

100.4%

2025年度　101.0%
2024年度　101.8%

客単価前年比

101.2%

2025年度　101.7%
2024年度　101.5%

買上点数前年比

99.3%

2025年度　97.2%
2024年度　99.1%

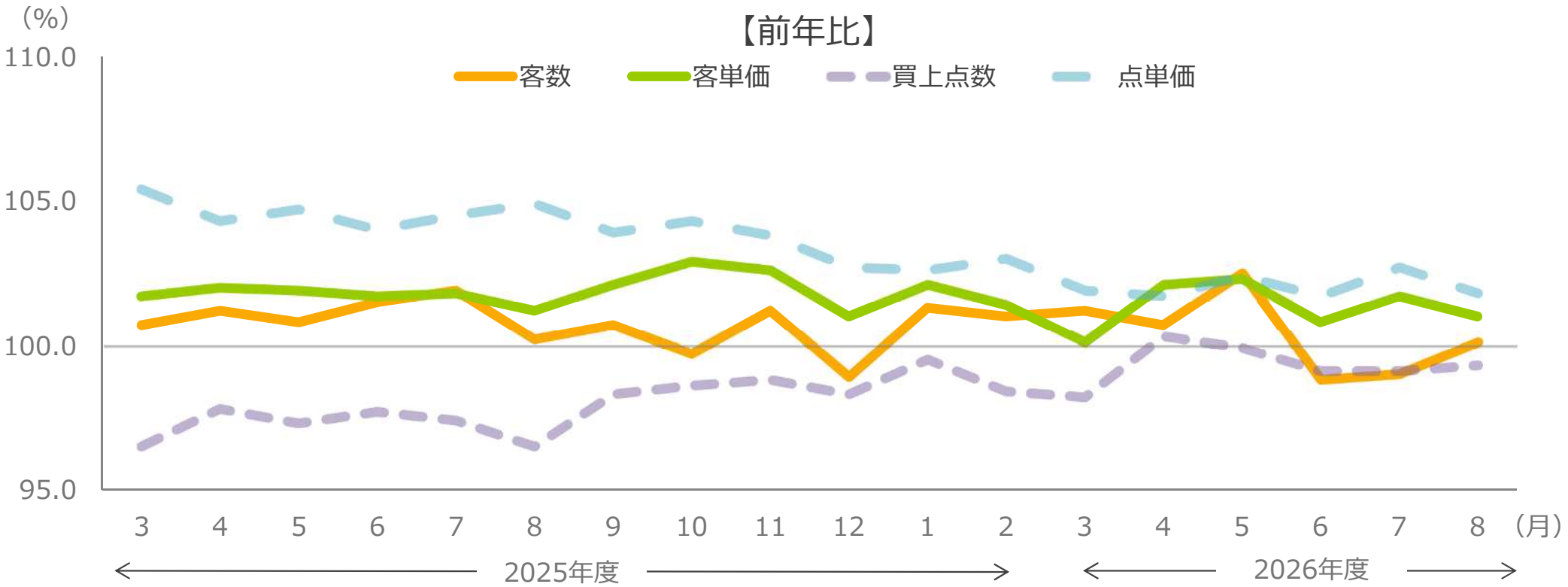
点単価前年比

101.9%

2025年度　104.6%
2024年度　102.3%

（参考）既存店の売上関連指標推移 （「収益認識基準に関する会計基準」適用前ベース）

- 自社会員向け販促の強化も奏功し、買上点数の減少幅は縮小傾向
- 点単価は低下傾向にあるものの、客単価は概ね安定して推移



（%）		2025/9	2025/10	2025/11	2025/12	2026/1	2026/2	2026/3	2026/4	2026/5	2026/6	2026/7	2026/8
全店	売上高	103.8	103.4	104.5	100.3	103.6	102.7	101.4	103.3	105.4	100.3	101.6	102.1
既存店	売上高	102.8	102.6	103.8	99.9	103.4	102.4	101.3	102.8	104.9	99.6	100.7	101.1
	客数	100.7	99.7	101.2	98.9	101.3	101.0	101.2	100.7	102.5	98.8	99.0	100.1
	客単価	102.1	102.9	102.6	101.0	102.1	101.4	100.1	102.1	102.3	100.8	101.7	101.0

部門別売上高（上期）

- 水産は「うを鮨」など素材を活かした商品、畜産は主力品群の強化でお客様の支持拡大
- 加工・日配は2025年2Qから随意契約の備蓄米を販売したことによる売上伸長の反動が大きい

（百万円、%）	2025年度上期		2026年度上期			
	売上高	全店前年比	売上高	全店前年比	既存店前年比	売上構成比
食品	378,084	105.0	**386,482**	102.2	101.6	89.2
農産	54,361	101.9	**55,402**	101.9	101.3	12.8
水産	32,201	103.5	**33,946**	105.4	104.7	7.8
畜産	46,534	104.9	**48,723**	104.7	104.0	11.2
惣菜	51,569	107.5	**53,201**	103.2	102.4	12.3
加工・日配	193,417	105.5	**195,208**	100.9	100.4	45.1
非食品	45,721	99.1	**46,755**	102.3	101.8	10.8
生活関連	34,440	99.4	**35,249**	102.3	101.9	8.1
衣料品	11,280	98.4	**11,506**	102.0	101.5	2.7
合計	423,805	104.3	**433,237**	102.2	101.6	100.0

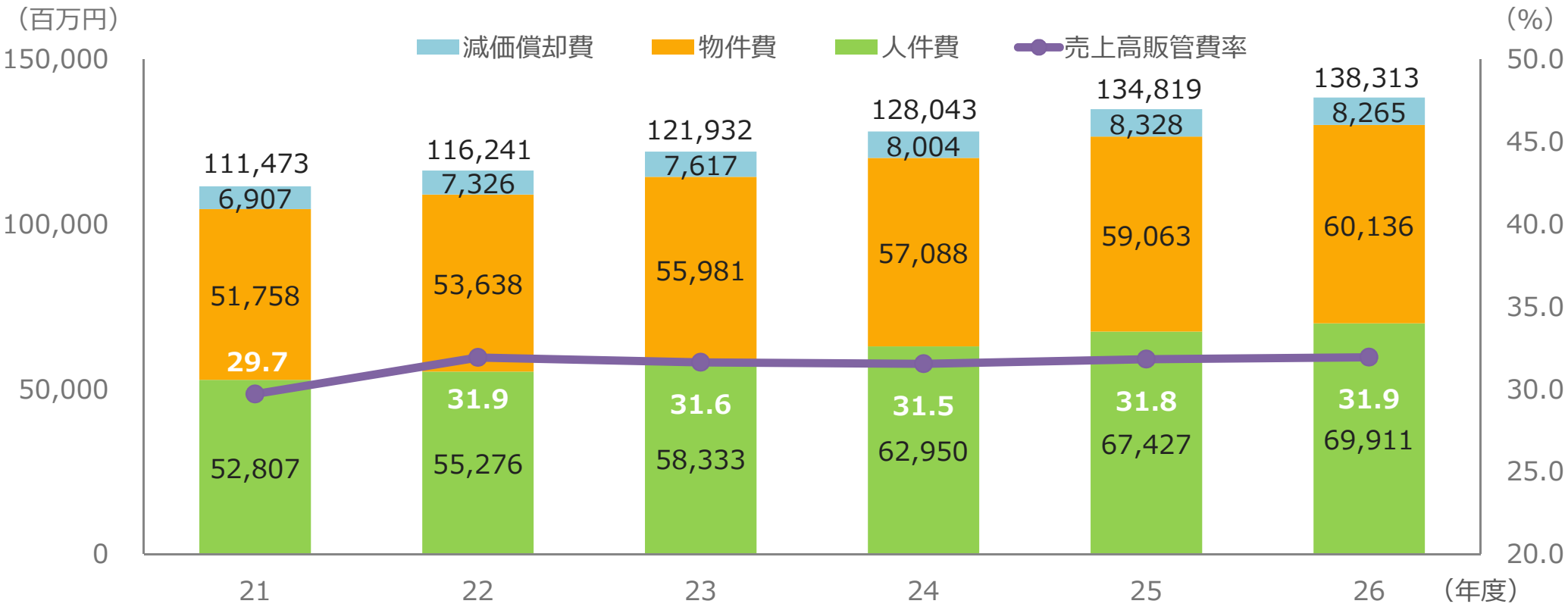
部門別粗利益率（上期）

- 粗利益率の低下要因は①原油価格の高騰による調達価格の上昇、②値ごろ感の訴求、③自社会員向け販促の強化（ポイント・クーポン）
- ポイント・クーポンによる販促は「売って終わり」の値引きとは異なり、ライフファンの増加につながる

(%、P)	1Q		2Q		2026年度上期	
	粗利益率	前年比増減	粗利益率	前年比増減	粗利益率	前年比増減
食品	31.1	▲0.3	31.0	▲0.2	**31.1**	▲0.2
農産	29.8	±0.0	29.2	▲0.1	**29.5**	▲0.1
水産	33.1	+0.2	34.3	+0.3	**33.7**	+0.3
畜産	28.7	+0.2	28.5	▲0.2	**28.6**	±0.0
惣菜	54.8	+0.2	54.6	▲0.1	**54.7**	±0.0
加工・日配	25.4	▲0.7	25.0	▲0.6	**25.2**	▲0.6
非食品	29.8	▲0.6	29.8	+1.0	**29.8**	+0.2
生活関連	26.4	▲0.9	26.9	+1.6	**26.6**	+0.3
衣料品	40.3	+0.2	38.8	▲0.4	**39.5**	±0.0
合計	31.0	▲0.3	30.8	▲0.1	**30.9**	▲0.2

販管費の状況（上期）

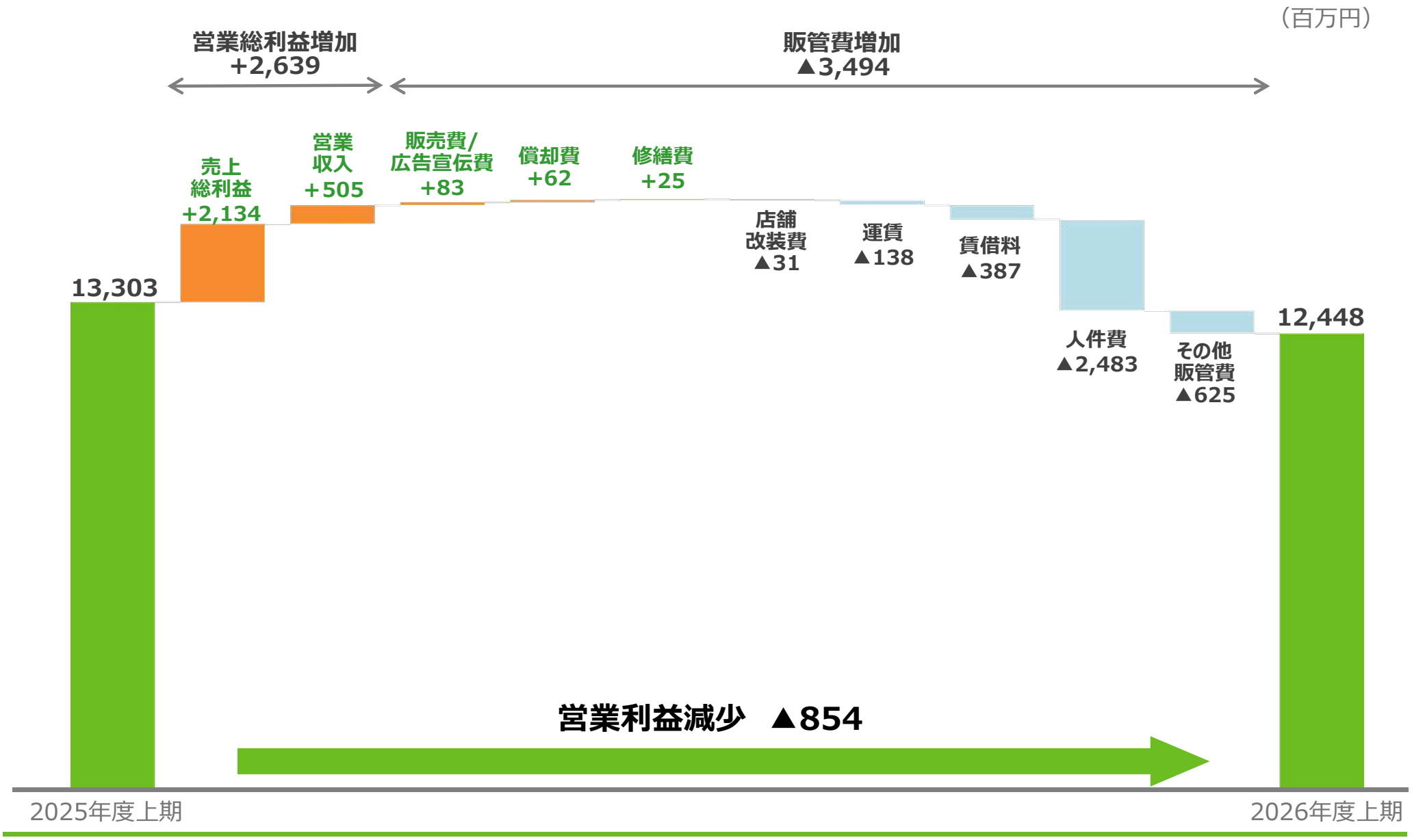
- 規律ある費用管理により物件費の増加を抑制し、販管費の増加率は過去6年間で最も低い水準となった



（百万円、%）	2021年度上期		2022年度上期		2023年度上期		2024年度上期		2025年度上期		2026年度上期	
	実績	増減率	実績	増減率	実績	増減率	実績	増減率	実績	増減率	実績	増減率
減価償却費	6,907	+7.8	7,326	－※	7,617	+4.0	8,004	+5.1	8,328	+4.0	8,265	▲0.8
物件費	51,758	+0.8	53,638	－※	55,981	+4.4	57,088	+2.0	59,063	+3.5	60,136	+1.8
人件費	52,807	+4.2	55,276	－※	58,333	+5.5	62,950	+7.9	67,427	+7.1	69,911	+3.7
販管費	111,473	+2.8	116,241	－※	121,932	+4.9	128,043	+5.0	134,819	+5.3	138,313	+2.6

※2022年8月期の人件費及び物件費の算出方法が従前と異なるため、増減率は未記載

営業利益増減要因（上期）


（百万円）
営業総利益増加
+2,639
販管費増加
▲3,494
13,303
売上
総利益
+2,134
営業
収入
+505
販売費/
広告宣伝費
+83
償却費
+62
修繕費
+25
店舗
改装費
▲31
運賃
▲138
賃借料
▲387
人件費
▲2,483
その他
販管費
▲625
12,448
営業利益減少　▲854
2025年度上期
2026年度上期

下期の方針

- 通期業績予想の達成に向け、下期は以下の取り組みを推進する

① 既存店売上高

■「節約志向」への対応

- 値ごろ訴求と付加価値商品の「メリハリ」調整・深化
- PB商品の活用拡大
  ・お手頃価格PBの露出増加
  ・品質・健康を重視したPBも需要高いため、強化継続

■ 会員基盤の拡大

- 会員向け販促施策のブラッシュアップ
- 買い物体験を向上させ、アプリ・自社カードの稼働率向上を図る

② 粗利益率向上

■ 高値入商品の拡販

- PB商品を含む独自性商品の強化
- 調達の見直し・最適化

■ PC活用の深化※

- 内製化商品の拡大
- 新商品の開発

■ ロスの抑制

- 生産計画の精度向上
- 不明ロス対策の推進
  AIカメラ等の実証実験拡大

③ 生産性向上

■ 人時生産性の向上

- デジタル投資の効果を最大限に活用。運用の改善によりさらなる生産性向上を図る
- 人員配置の最適化
- 店舗規模別のオペレーション見直し

④ 物件費の最適化

■ タブーなしのコスト改革

- 物流便の集約による最適化
- 資材・備品等の規格統一

※PC：プロセスセンター

株式会社ライフコーポレーション

連結貸借対照表

（百万円、%）	2026年2月末	2026年8月末		
		実績	増減額	増減率
流動資産合計	121,530	**108,797**	▲12,733	▲10.5
現金及び預金	10,592	**10,274**	▲317	▲3.0
有価証券	16,000	**-**	▲16,000	-
たな卸資産	32,023	**33,087**	+1,064	+3.3
売掛金	21,100	**27,910**	+6,810	+32.3
未収入金	37,567	**32,288**	▲5,278	▲14.1
その他	4,246	**5,235**	+988	+23.3
固定資産合計	213,716	**212,745**	▲970	▲0.5
有形固定資産	157,003	**156,410**	▲593	▲0.4
無形固定資産	5,741	**6,291**	+550	+9.6
投資その他の資産	50,970	**50,043**	▲927	▲1.8
資産合計	335,246	**321,542**	▲13,704	▲4.1
負債合計	179,712	**160,576**	▲19,136	▲10.6
流動負債	144,359	**129,745**	▲14,613	▲10.1
固定負債	35,353	**30,830**	▲4,522	▲12.8
純資産合計	155,534	**160,966**	+5,432	+3.5
株主資本	149,261	**154,991**	+5,729	+3.8
負債・純資産合計	335,246	**321,542**	▲13,704	▲4.1

自己資本比率

50.1%

有利子負債

51,903百万円

前年差+19,815百万円

連結キャッシュ・フロー

（百万円、%）	2025年度上期	2026年度上期		
		実績	増減額	増減率
営業活動による キャッシュ・フロー	70,402	**▲21,583**	▲91,986	▲130.7
投資活動による キャッシュ・フロー	▲5,929	**▲11,295**	▲5,366	▲90.5
フリーキャッシュ・フロー	64,473	**▲32,879**	▲97,351	▲151.0
財務活動による キャッシュ・フロー	▲36,681	**16,561**	+53,242	+145.1
現金及び 現金同等物の 期末残高	36,158	**10,274**	▲25,883	▲71.6

備考

- 営業キャッシュ・フローの大幅な減少は、前年同期の期末日が金融機関の休業日で、仕入債務等の支払いが当期首にずれ込んだ反動によるもの

目次

1. 決算概要

2. 2026年度の取り組み

3. 2030年度に目指す姿達成に向けて

4. M&A、出店エリア拡大

5. 2026年度通期の業績予想、株主還元

店への投資（新規出店、既存店改装）

- 上期は6店舗を新規出店（ライフ：3店舗、ビオラル：3店舗）
- 既存店改装は1店舗、下期の改装は実施タイミングを見直す

■ 新規出店（下期の開業予定を含む）

#	店舗名	所在地	売場面積(㎡)	開店
1	ビオラル池袋IT tower TOKYO店	東京都	148	2026年3月
2	緑地公園店	大阪府	3,153	2026年3月
3	大井町トラックス店	東京都	1,311	2026年3月
4	ビオラルクオーツ心斎橋店	大阪市	275	2026年4月
5	ビオラルなんばマルイ店	大阪市	122	2026年5月
6	遠里小野店	大阪市	2,235	2026年7月
7	鎌倉梶原店	神奈川県	1,807	2026年9月
8	ビオラル 淀屋橋ゲートタワー店	大阪市	-	2026年12月
9	ヒビエ堺東店	堺市	-	下期
10	豊崎店	大阪市	-	下期

■ 既存店改装（下期の改装予定を含む）

#	店舗名	所在地	売場面積(㎡)	改装開店
1	川端東一条店	京都市	999	2026年4月
2	菊川店	東京都	1,429	2026年9月
3	指扇店	さいたま市	3,150	2026年10月

【PICKUP】

池袋IT tower TOKYO店

クオーツ心斎橋店

なんばマルイ店

淀屋橋ゲートタワー店

1. ビオラル専用サテライトキッチン新設 — 省スペース
2. フルセルフレジ拡大 — 省力化
3. リモート年齢確認の導入 — 省力化

ビオラル50店舗体制を目指し、省スペース化・省力化を推進

同質化競争からの脱却（独自性商品の強化）

■ 2026年度上期のプライベートブランド状況

プライベートブランド名	売上高		売上高構成比		アイテム数(点)
	実績(百万円)	前年比(%)	実績(%)	前年差(P)	
スマイルライフ	27,393	105.3	6.3	+0.2	976
ライフプレミアム	4,016	111.2	0.9	+0.1	204
ビオラル	6,354	116.4	1.5	+0.2	629
スターセレクト	5,677	97.8	1.3	▲0.1	216
合計	43,442	106.3	10.0	+0.4	2,025

■ 健康志向の高まりに対応したPB商品開発

ライフプレミアム
地中海の気候で育った果実の
コールドプレス

ライフプレミアム
信州あづみ野 たんぱく質がとれる
高たんぱくヨーグルト

ビオラル
子ども菓子シリーズ

同質化競争からの脱却（BIO-RAL事業）

- ビオラル店舗の1号店である靭店は、10周年を迎えた
- BIO-RAL事業のさらなる成長に向け、ブランド力向上を目指す

■ ビオラル靭店

- 2016年の開業以降、ノウハウを蓄積し、2026年度末には合計16店舗となる予定
- ビオラル店舗の拡大がブランド力に直結

■ BIO-RAL×くら寿司 コラボ企画

- 全国展開する「くら寿司」の店頭でPB商品を販売
- お客様からご支持いただき、早くもコラボ第2弾「せんべいうすやき」を販売開始

同質化競争からの脱却（独自性商品の強化）

- プロセスセンターを活用した独自性商品の開発を強化
- 自社製造商品の拡大により、構造的な粗利益率の向上に貢献

■ ライフフローズン（自社製造の冷凍食品）

「自社製濃厚海老グラタン ミニ」

「よだれ鶏弁当」

自社プロセスセンター　ライフ店舗

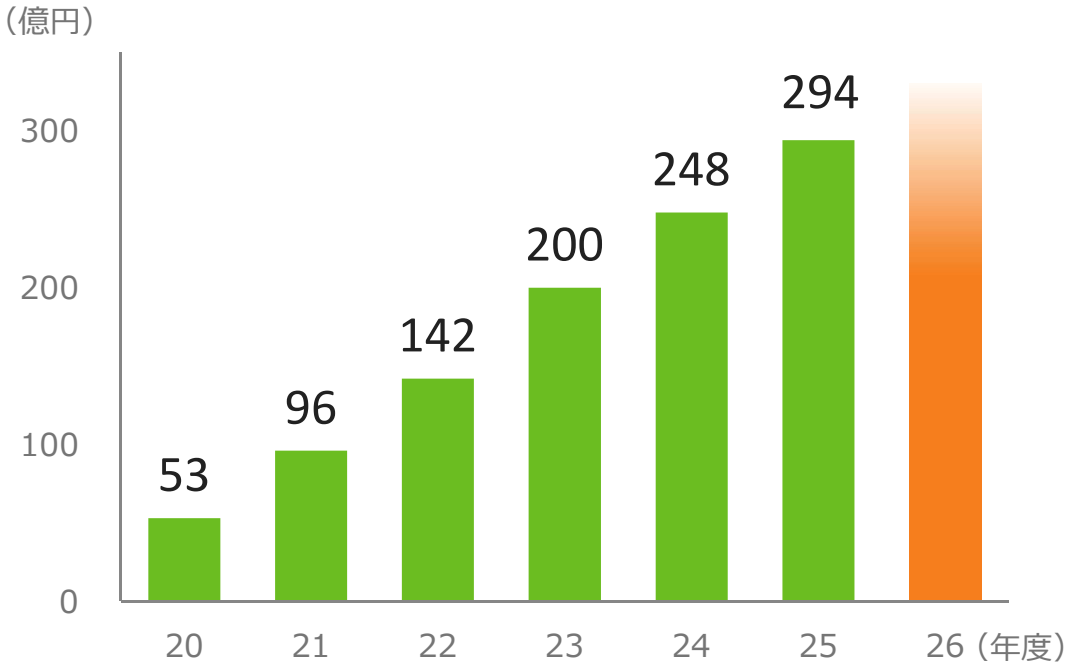
■ LIFEオリジナル　お手軽鍋

- 「味と食感が自慢のむきえび」「健美銀鮭」「伊勢黒潮まだい」等の独自性の高い生鮮素材を贅沢に使用
- プロセスセンターで製造し、高鮮度で提供

同質化競争からの脱却（ネットスーパー、EC）

- ネットスーパーの売上高は概ね計画通りに推移
- 既存のサービスに加え「ピック・パック・ペイ※」を開始し、新たに即配ニーズに対応

■ ネットスーパーの売上高推移（通期）



- 稼働会員数と客単価の増加などにより、売上高は2桁伸長を継続

■ “ピック・パック・ペイ”を活用したデリバリーサービス

- 49店舗（東京都：33店舗、大阪市：16店舗）でサービス開始
- 生鮮食品、インストアの惣菜、PB商品など豊富な商品に対応

※ “ピック・パック・ペイ”はUber Eatsの配達パートナーが店舗内で商品のピック、袋詰め、会計から配達までを一貫して担い、お客様のもとへお届けする仕組み

生産性向上の取り組み

- 2025年度までに実施したシステム投資の効果を最大限に活用する
- さらに、AI値引や品出し・倉庫管理の作業管理システムの実証実験を拡大する

■ 生産性向上に向けた取り組み状況

上期人時売上高前年比（全社）	上期人時売上高前年比（店舗）
103.3%	103.7%

～2025 システム投資
- 電子棚札
- AI発注
- セルフレジ

2026～ 実証実験
- AI値引
- 品出し・倉庫管理

＋ 人員配置の最適化

将来
人時生産性の継続的向上

AI値引
値引額の縮小 / 教育時間の減少 / 多能化の推進

品出し・倉庫管理作業改善
品出し作業の効率化 / 倉庫整理作業の短縮

（投影のみ）

持続可能で豊かな社会の実現に貢献

- バスケットボール日本代表「AKATSUKI JAPAN」の活躍を応援するとともに、スポーツと食の価値を掛け合わせた取り組みを推進し、地域社会に貢献する

日本代表「AKATSUKI JAPAN」とサポーティングカンパニー契約を締結

（投影のみ）

持続可能で豊かな社会の実現に貢献

- Ｊリーグに所属する「セレッソ大阪」の活動を支援するとともに、地域に根差した企業として皆さまから愛され、信頼されるスーパーマーケットを目指す

セレッソ大阪とゴールドパートナー契約を締結

持続可能で豊かな社会の実現に貢献

- 2025年に公益財団法人スペシャルオリンピックス日本とプレミアムスポンサー契約を締結
- 「多様な人財を活かす会社」の実現を目指し、障がい者雇用に積極的に取組んでいる当社との親和性が高く、ダイバーシティ推進の取り組みの一環として継続した支援を実施

■ スペシャルオリンピックス日本への支援

© Special Olympics Nippon

全国のライフ店舗で「スペシャルオリンピックス2026東京」のチラシを掲載

写真提供：スペシャルオリンピックス日本

IR活動の強化

- 2026年6月に「IR情報ページ」をリニューアル
- 幅広い投資家に当社の歴史・成長戦略をご理解いただけるよう、使いやすさを重視

■ IR情報ページ

CFOメッセージ

財務戦略や経営方針を丁寧に解説

3分でわかるライフ

事業内容や強み、成長戦略を3分で理解できるコンテンツ

業績推移

過去の業績や月次の動向をわかりやすく掲載

個人投資家向けページ

個人投資家の皆さまへ、当社の魅力を分かりやすく紹介

【URL】https://www.lifecorp.jp/company/ir/

目次

1. 決算概要

2. 2026年度の取り組み

3. 2030年度に目指す姿達成に向けて

4. M&A、出店エリア拡大

5. 2026年度通期の業績予想、株主還元

中期経営計画策定準備（経営理念の再定義）

経営理念　「志の高い信頼の経営」を通じて持続可能で豊かな社会の実現に貢献する

持続可能で豊かな社会

ライフが関わる全ての人々が、幸福であり続けられる社会

- お客様
- 生活者
- 従業員
- 生産者
- お取引先

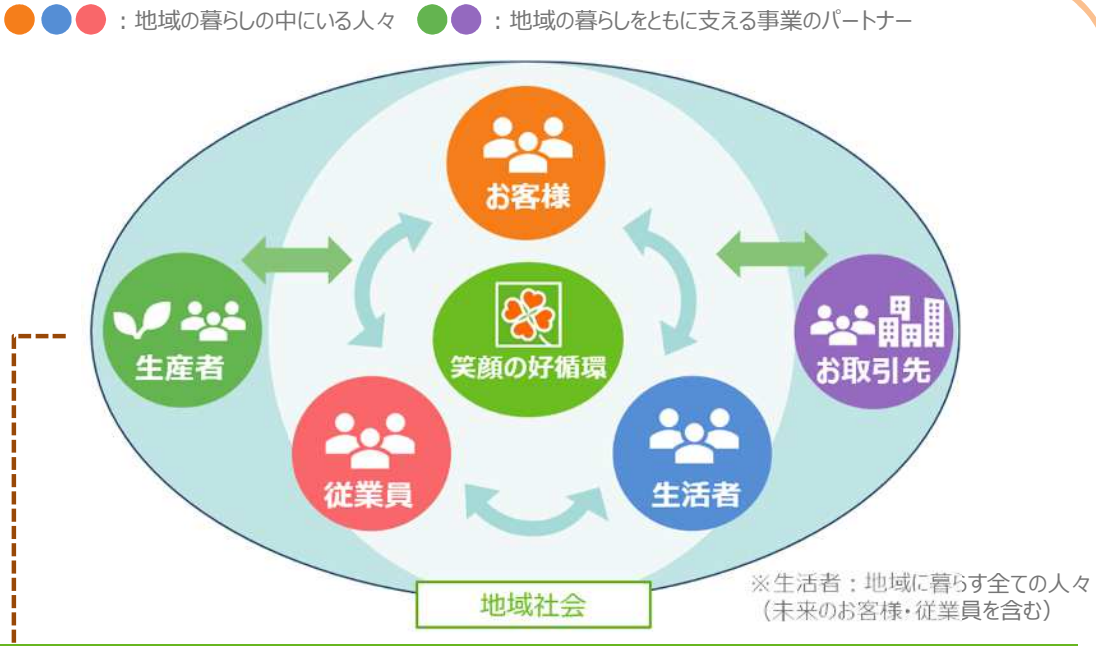
「幸福」とは

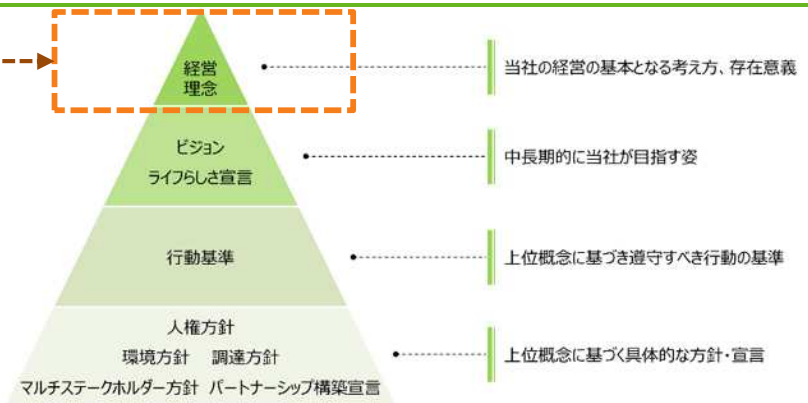
- 豊かな人間関係
- 心身の健康

▶ **笑顔**

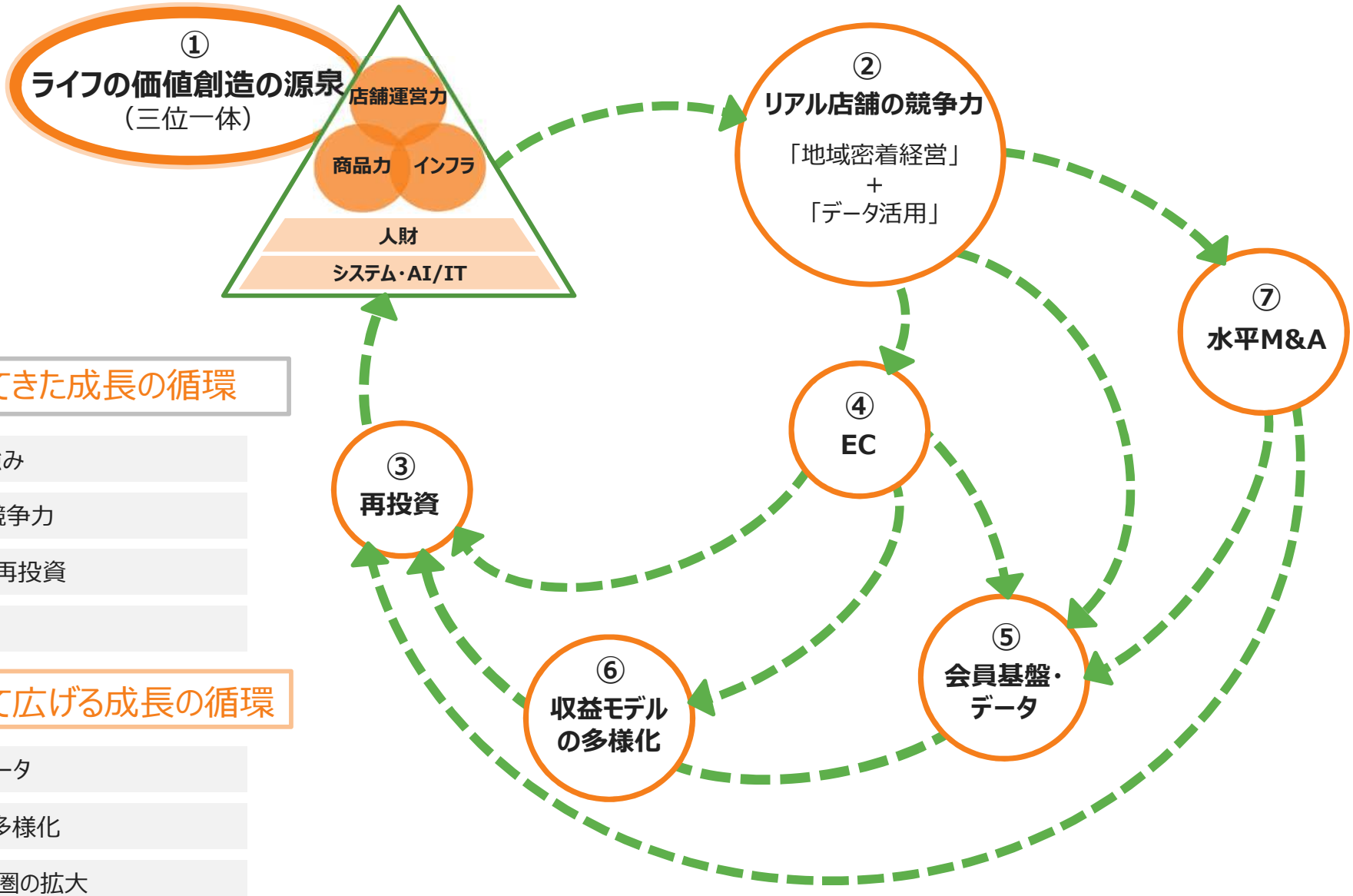
狙い

経営理念の解像度を上げ、
従業員の判断・行動につなげる





中期経営計画策定準備（ライフの循環型成長モデル）



これまで磨いてきた成長の循環

- ① 三位一体の強み
- ② リアル店舗の競争力
- ③ 収益の拡大と再投資
- ④ ECの拡大

2030年に向けて広げる成長の循環

- ⑤ 会員基盤とデータ
- ⑥ 収益モデルの多様化
- ⑦ M&Aによる商圏の拡大

第七次中期経営計画の振り返り

第七次中計 主要テーマ

①	②	③	④
人への投資	同質化競争からの脱却	持続可能で豊かな社会の実現に貢献	カイゼン活動

② 同質化競争からの脱却

成果

- 「価格以上の価値」創出
  - 独自性商品の支持拡大
  - リアル店舗とネットスーパーの連携、伸長
  - ビオラル事業の伸長

課題

- 各店舗には、今後さらにお客様のニーズに即した店づくりを推進する余地がある
  → 個店ごとの差別化をさらに深化

④ カイゼン活動

成果

- 好事例の水平展開
  - 従業員の多能化推進
  - 販売促進費の適正化
  - 施設管理体制の自社化

課題

- AI・IT活用を前提とした業務プロセス変革が必要
  → 従業員は付加価値の高い業務へ専念できる環境を早急に整備

第八次中期経営計画の重点テーマ

- 第八次中期経営計画は2027年4月頃に公表予定

NEW 1 AIを活用した業務プロセス変革

2 人への投資

3 同質化競争からの脱却

4 カイゼン活動

NEW 5 M&Aによる新たな成長

目次

1. 決算概要

2. 2026年度の取り組み

3. 2030年度に目指す姿達成に向けて

4. M&A、出店エリア拡大

5. 2026年度通期の業績予想、株主還元

M&Aの取り組み（水平M&A）

- 持続的な成長と企業価値の向上を目的として、
  北陸・中京地区で食品スーパーを展開するアルビス株式会社に対する株式公開買付けを開始
- 業績予想には織り込んでいない

■ 公開買付けの概要

株式会社ライフコーポレーション
（公開買付者）

↓ 公開買付けの実施
（子会社化を目指す）

アルビス株式会社
（対象者）

↑ 本公開買付には応募せず
対象者株式を継続保有

三菱商事株式会社
（不応募合意株主・筆頭株主）

発表日	2026年9月8日
買付期間	2026年9月9日～11月10日 （40営業日）
買付価格	1株　3,780円
買付予定数の下限	4,171,200株
対象者意見	賛同及び応募推奨

M&Aの取り組み（水平M&A）

本件の戦略的意義

- 「2030年度に目指す姿」の達成に向け、M&Aを重要な成長機会と位置付け
- **アルビスが北陸地域で培ってきた地域密着型の店舗運営力と生鮮食品の強みに当社の経営資源を組み合わせ、首都圏・近畿圏に加えて北陸・中京エリアでも競争優位性を発揮できる事業構築を目指す**

想定するシナジー（抜粋）

出店・M&A	商品・データ活用等	共同調達・仕入	流通・製造	システム・人財
店舗開発機能・ノウハウの共有 M&Aを含む店舗網の拡大	PB相互活用・購買データ活用 個店分析ノウハウの共有 ネットスーパーの拡大支援	取引ボリュームの拡大を通じた 取引条件の改善	物流センター・プロセスセンター 運営ノウハウの共有による 配送・生産効率向上	システムコスト低減と 運用効率の向上 人財交流による人財育成

出店エリア拡大（ビオラル店舗の全国展開）

方針 ビオラル店舗の出店エリア拡大により、店舗とECの両輪で全国のお客様ニーズに広く対応する

BIO-RAL事業の成長ステップ

2016～	2020～	2025～	Next Stage
PB商品の強化 新業態への挑戦	ビオラル店舗の出店拡大	ECの拡充	出店エリアの拡大

— BIO-RALが大切にしていること —

Organic	Local	Healthy	Sustainable
自然の恵みをいかした農作物や加工品。私たちはその価値をお伝えするとともにいつでも手にできる場を提供します。	私たちは、その土地で培われたおいしさ、四季折々の実りに感謝し、自然の摂理に合った食生活を提案します。	健康的な食生活が健全な体と心を育みます。私たちは、体にやさしい商品の品ぞろえや開発にも取り組みます。	自然の恵みをこどもの代まで受け継いでいくために、循環型社会の実現、地球環境保持を目指します。

目次

1. 決算概要

2. 2026年度の取り組み

3. 2030年度に目指す姿達成に向けて

4. M&A、出店エリア拡大

5. 2026年度通期の業績予想、株主還元

2026年度通期 業績予想（連結）

- 通期の業績予想は変更しない
- 売上・粗利益率の伸長を図りつつ、販管費の最適化を推進する

(百万円、%)	2025年度	2026年度		
		予想	増減額	増減率
営業収益	881,325	**922,500**	+41,174	+4.7
売上高	848,570	**888,000**	+39,429	+4.6
営業利益	26,006	**27,000**	+993	+3.8
経常利益	27,068	**28,000**	+931	+3.4
当期純利益	18,822	**19,000**	+177	+0.9

通期業績予想の前提

【新規出店】	【既存店売上高前年比】	【粗利益率見込】	【人件費見込】
10店舗	103.5%	+0.2P	+80億円程度

- 業績予想の達成に向け状況に応じた柔軟な運営を行う

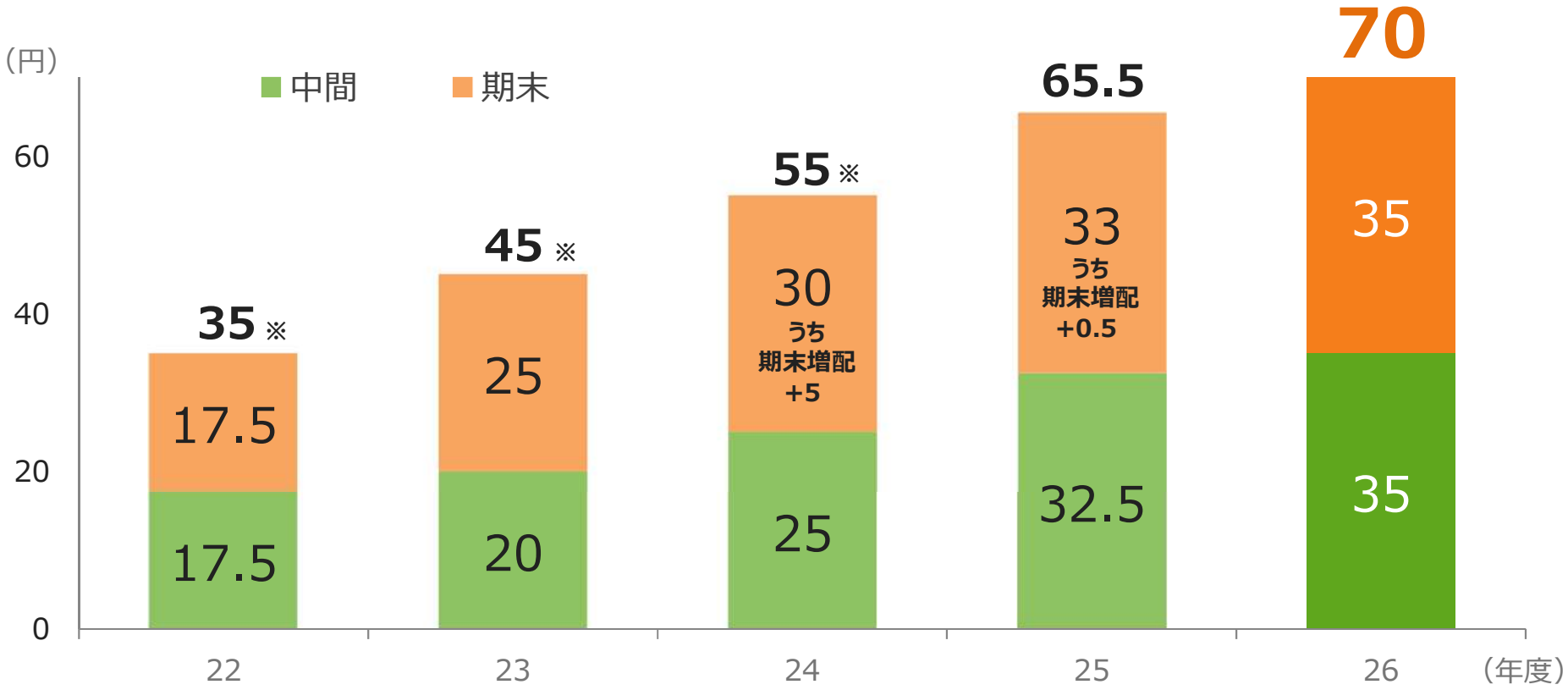
投資計画

- 改装投資は実施時期を見直す
- アルビスTOBを含め、過去10年間で最大規模の投資額となる見込み

（百万円）	2026年度上期		2026年度通期			
	実績	前年差	計画	当初計画	当初計画差	備考
新店投資	5,455	+3,338	**10,000**	10,100	▲100	新店10店舗
改装投資	47	▲459	**800**	1,400	▲600	投資時期の見直し　等
システム投資	1,467	▲365	**5,500**	4,800	+700	レジ関連、基幹システム改修　等
センター投資	1,407	▲284	**2,300**	2,300	±0	プロセスセンター機器導入　等
その他 （M&A・大修繕 等）	1,589	+238	**30,200**	3,700	+26,500	アルビスTOB　等
合計	9,965	+2,468	**48,800**	22,300	+26,500	

年間配当金の予想

- 2026年度：**年間配当は1株あたり70円**（中間35円、期末35円）を予定
  配当性向は31.9%を見込む



配当性向	24.6	24.9	28.2	30.1	31.9
DOE （株主資本配当率）	2.8	3.3	3.6	3.9	-

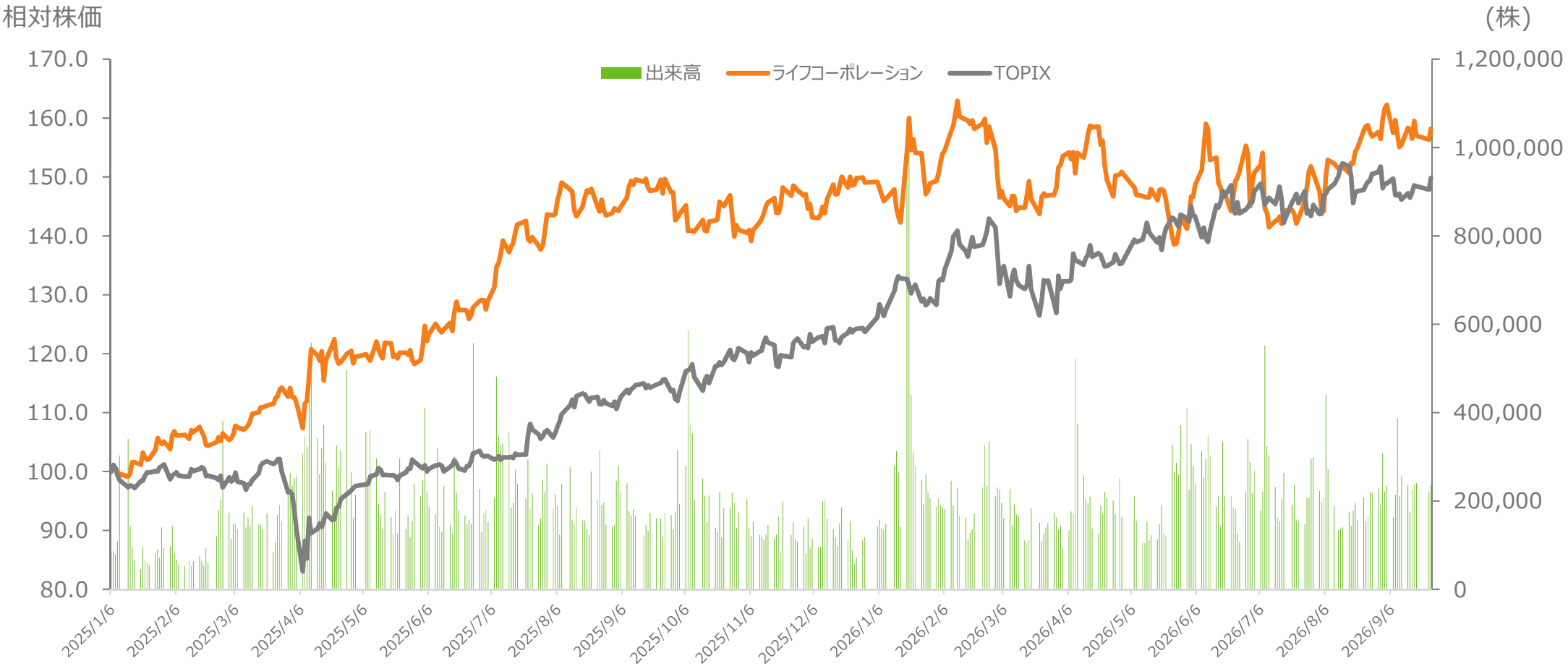
（%）

※2025年3月1日付で1株につき2株の株式分割を行ったため、株式分割後の基準で参考記載

Appendix

（参考）株価と出来高の推移※1※2

- 2026年8月末時点で、PBR：1.5倍、予想PER：12.3倍※3の水準で推移
  引き続き、さらなる企業価値の向上を目指す



※1：2025年3月1日付で1株につき2株の株式分割を実施。分割前の相対株価と出来高は株式分割後の基準で記載

※2：株価の推移は2025年1月6日を100として記載

※3：通期業績予想における当期純利益を基に算出した予想EPSを使用

【ご注意】

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記載は、
当社が現時点で把握可能な情報から判断したものです。
実際の成果や業績などは、当社の見通しとは異なる可能性があります。