



2025年2月期 第2四半期

決算説明会資料

(2024年3月1日～2024年8月31日)

2024年10月10日

コーナン商事株式会社

(証券コード：7516 東証プライム)



2025年2月期 第2四半期

- | | |
|--------------------------------|-------------|
| 1. 第2四半期 決算概要 | P.3 |
| 2. 2025年2月期 業績予想と株主還元 | P.17 |
| 3. 第3次中期経営計画の取組み状況と成長戦略 | P.21 |
| 4. 企業価値向上への取組み | P.33 |
| 補足資料 | P.36 |

1

2025年2月期 第2四半期 決算概要

損益計算書（連結）

- 売上高は、日用品、季節商品及び防災用品などがけん引し増収（既存店も前年同期比・計画比共に上回る）
- 営業利益は、粗利益率が低下したものの、売上高が大きく伸長したことにより増益。純利益は、閉店に伴う特損計上などにより減益

項目（百万円）	2024年2月期 第2四半期	売上比	2025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	230,113	-	248,190	-	107.9%	18,076	101.7%
既存店売上高※1	228,205	-	234,396	-	102.7%	6,190	101.5%
営業収入	8,097	-	8,421	-	104.0%	324	100.3%
営業収益	238,210	-	256,612	-	107.7%	18,401	101.7%
売上総利益 (カッコ内は粗利益率前年差)	86,882	<粗利益率> 37.76%	91,975	<粗利益率> 37.06%	105.9% (△0.70pt)	5,093	100.0%
販売管理費	79,350	34.5%	84,493	34.0%	106.5%	5,142	100.8%
営業利益	15,628	6.8%	15,904	6.4%	101.8%	275	95.8%
経常利益	14,959	6.5%	15,388	6.2%	102.9%	428	98.0%
親会社株主に帰属する 中間純利益	10,253	4.5%	9,225	3.7%	90.0%	△1,028	87.0%

※1 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2四半期は、売上の好調維持及び粗利益率の前年同期差マイナス幅の縮小により、増収増益（売上高・営業利益）

項目 (百万円)	2025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	121,345	109.2%	126,845	106.6%
既存店売上高※1	112,305	101.6%	122,090	103.7%
営業収入	4,160	104.2%	4,261	103.8%
営業収益	125,505	109.1%	131,106	106.5%
売上総利益	45,224	106.3%	46,751	105.5%
粗利益率	37.27%	△1.04pt	36.86%	△0.38pt
販売管理費	41,557	108.3%	42,935	104.7%
営業利益	7,827	95.5%	8,077	108.6%
経常利益	7,290	94.6%	8,098	111.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,764	86.3%	4,460	94.3%

※1 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。

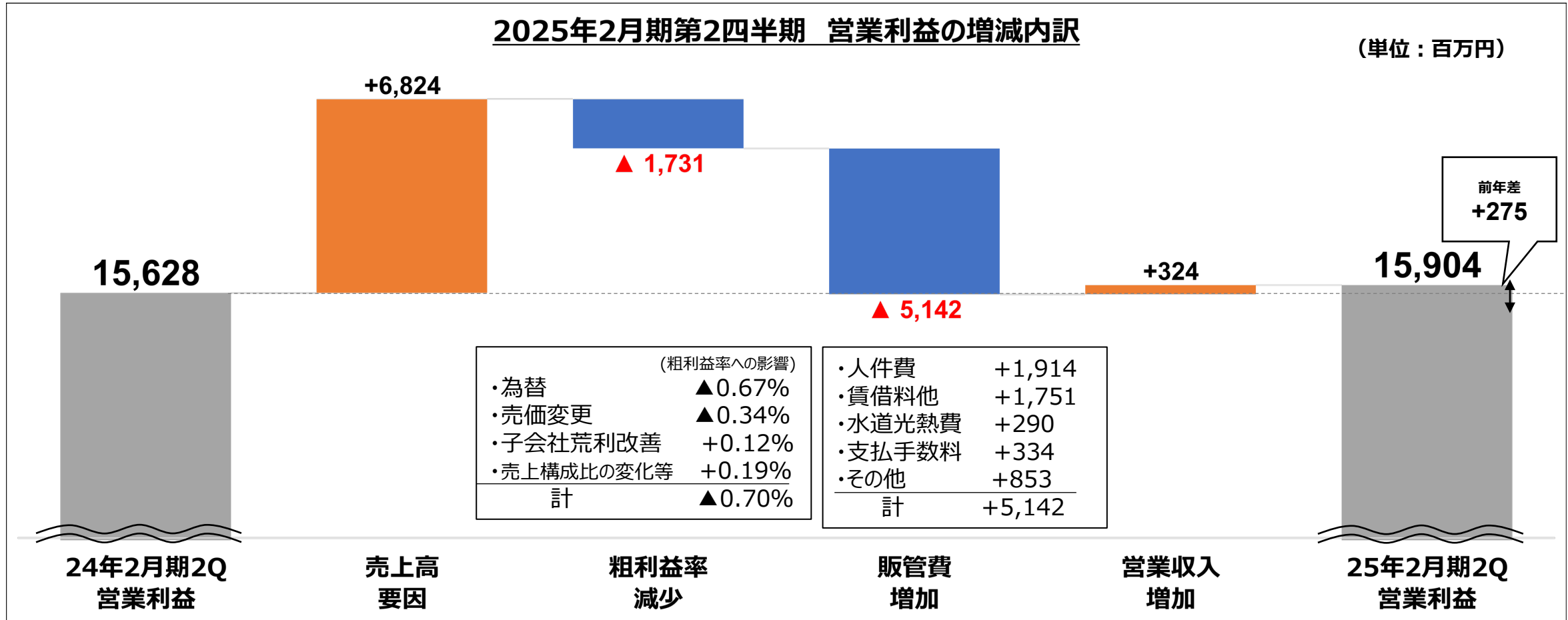
損益計算書（連結） 販売管理費

- 販管費は、新店に伴う増加はあるものの、計画通りで推移（計画比100.8%）
- 販管費率は、前期 34.5% から 今期 34.0% へ前年同期比0.5pt改善
- 販管費（コーナン単体）の増減：新店 +3,074百万円（+4.1%）、既存店 ▲540百万円（▲0.7%）
- 人件費（コーナン単体）の増減：新店 +927百万円（+3.8%）、既存店 ▲50百万円（▲0.2%）
- その他販管費：水道光熱費 ⇒ 気候要因による利用量増加及び補助金打ち切りにより約11.5%増加（+290百万円）
支払手数料 ⇒ キャッシュレス比率の増加などにより約13.3%増加（+334百万円）
（前年同期 50.2% ⇒ 今期 53.2%）

項目（百万円）	2024年2月期 第2四半期	売上比	2025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	27,094	11.8%	29,008	11.7%	107.1%	1,914
賃借料	25,185	10.9%	26,334	10.6%	104.6%	1,149
減価償却費等	7,605	3.3%	8,208	3.3%	107.9%	602
その他販管費	19,465	8.5%	20,941	8.4%	107.6%	1,476
販売管理費計	79,350	34.5%	84,493	34.0%	106.5%	5,142

損益計算書（連結） 営業利益の増減要因

➤ 営業利益は、売上高要因による増加分が、粗利益率の低下分と販管費の増加分を上回り増益



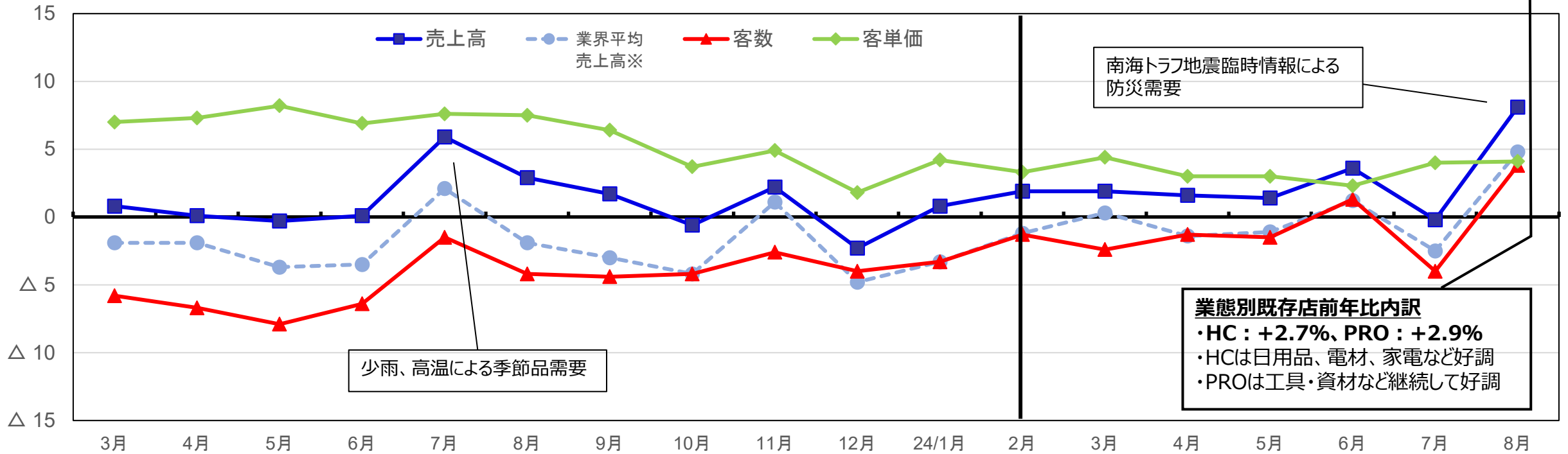
既存店前年比（連結） 売上高・客数・客単価

- 既存店売上高は、日用品、家電、PRO商材などの販売強化に取り組んだ結果、前年比は累計で+2.7%となり、業界平均値+0.2%を大きく上回る
- 既存店客数は、累計で▲0.7%と回復基調、8月度は南海トラフ地震臨時情報などによる防災需要の高まりにより、+3.8%と大きく回復
- 既存店客単価は、集客対策として一部商品の価格を抑えたものの、累計で+3.5%と伸長

2Q累計前年同期比	
・売上高：	+2.7%
(業界平均※	+0.2%)
・客数：	▲0.7%
・客単価：	+3.5%

(単位：%)

既存店売上高・客数・客単価 前年同期比推移（連結）



業態別既存店前年比内訳	
・HC	+2.7%
・PRO	+2.9%
・HCは日用品、電材、家電など好調	
・PROは工具・資材など継続して好調	

※ 業界平均は上場HCの既存店売上高9社平均

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、日用品、電材、資材など普段使いするものに加え、季節品や防災用品なども好調により増加。粗利益率は、為替影響を価格転嫁や値入改善でカバーできず低下
- PRO業態：売上高は、電動工具、作業服、作業用品などの品揃えを強化し増加。粗利益率は、為替と一部価格強化の影響により低下

(百万円)	業態	25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	170,947	106.9%	38.60%	39.61%	△1.01pt	7.8%	△0.3pt
	PRO※1	69,853	108.2%	33.29%	33.49%	△0.20pt	7.1%	△0.5pt
コーナン (単体)	HC※1	161,648	104.6%	38.82%	39.83%	△1.01pt	8.3%	△0.1pt
	PRO※1	44,547	108.7%	34.68%	35.32%	△0.64pt	7.7%	△0.9pt

※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)		25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	248,190	107.9%	37.06%	37.76%	△0.70pt	6.4%	△0.4pt
コーナン(単体)	会社計※2	211,695	105.5%	37.63%	38.53%	△0.90pt	7.0%	△0.5pt

※2 会社計には、その他売上（EC、キャンプデポ、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、首都圏中心に全ての商品カテゴリーで好調。粗利益率はPB商品拡大や棚割りの見直しなどにより上昇
- HIひろせ：HCについて、売上高は季節家電や防災関連商品が好調で、着実に推移。粗利益率は、コーナンの棚割り導入や
（昨年6月グループイン） PB商品拡大により上昇
- コーナンベトナム：売上高は、日用品や食品中心に好調。粗利益率は、ストアブランド商品拡大により上昇

（百万円）	業態	25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※1	25,305	107.3%	30.85%	30.32%	0.53pt
ホーム インフラメント ひろせ※2	HC+PRO※1	7,279	198.7%	34.81%	32.59%	2.22pt
	食品※1	3,843	197.5%	24.03%	24.51%	△0.48pt
	HIひろせ会社計	11,720	190.7%※2	31.39%	29.00%	2.39pt
コーナンベトナム	HC※1	2,020	117.5%	34.47%	34.15%	0.32pt

※1 各業態別数値は、店舗段階での数値となります。

※2 HIひろせは昨年6月にグループインしており、2023年6月から8月の期間に対する前年対比となります。

商品部門別売上（連結）

商品部門 (百万円)	連結		
	2025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)	119,100	106.4%	48.0%
ハウスキーピング (家庭用品)	77,875	108.4%	31.4%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	36,482	105.4%	14.7%
食品 (フード・酒類)	7,261	150.5%	2.9%
その他 (100円ショップ、灯油、自販機)	7,469	109.5%	3.0%
合計	248,190	107.9%	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		
	2025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)	28,865	104.2%	13.6%
ホームインプルーブメント (PRO)	35,156	107.9%	16.6%
ガーデニング	22,508	100.5%	10.6%
リフォーム	7,780	110.1%	3.7%
日用雑貨・家庭用品	45,982	105.4%	21.7%
インテリア・収納・家電・文具	31,391	107.0%	14.8%
ペット・カー・レジャー	29,465	102.9%	13.9%
その他（100円ショップ、灯油、自販機）	10,545	112.7%	5.1%
合計	211,695	105.5%	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)	2024年2月期第2四半期		2025年2月期第2四半期	
		PB 売上高	PB売上 構成比※1	PB 売上高	PB売上 構成比※1 (前年同期比)
連結	ホームインプローブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	33,747	34.3%	36,238	34.8% (0.5pt)
	ハウスキーピング (家庭用品)	25,970	36.4%	27,437	35.5% (△0.9pt)
	ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	13,980	41.3%	14,327	40.1% (△1.2pt)
	合計	73,699	36.2%	78,003	35.9% (△0.3pt)
コーナン単体	ホームインプローブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	29,654	35.9%	31,113	36.0% (0.1pt)
	ハウスキーピング (家庭用品)	25,216	38.8%	25,937	37.8% (△1.0pt)
	ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	13,844	42.1%	13,953	41.3% (△0.8pt)
	合計	68,715	38.1%	71,004	37.6% (△0.5pt)

※1 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）	2024年2月期	2025年2月期2Q	増減	増減要因他
流動資産合計	159,455	173,409	13,953	
現金及び預金	11,723	13,134	1,410	
売掛金	15,798	21,408	5,609	季節要因（8月の売上増による増加分） キャッシュレス比率の増加（売上比 前期末50.4% ⇒ 今期53.2%）
商品及び製品	121,758	127,279	5,520	季節要因、新店などに伴う在庫増、円安などによる原価増の影響 （ただし、海外仕入れ抑制により、倉庫在庫高は減少）
固定資産合計	299,101	305,698	6,596	
有形固定資産	206,786	213,435	6,649	京葉船橋インター店（大型店）の新築投資など
無形固定資産	26,860	25,893	△966	
資産合計	458,557	479,107	20,550	
流動負債合計	125,032	130,105	5,073	
買掛金	44,823	53,995	9,172	季節要因（8月の売上増による増加分）
短期借入金	24,000	13,800	△10,200	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	27,673	29,535	1,861	
固定負債合計	176,267	186,787	10,519	
長期借入金	108,138	118,100	9,962	新店投資など
純資産合計	157,257	162,214	4,956	自己資本比率 33.9%
負債純資産合計	458,557	479,107	20,550	

有利子負債

- 有利子負債は新規出店などにより微増
- DELシオ（有利子負債÷純資産）： 1.23倍（前期末1.26倍）
- 自己資本比率：33.9%
- ROE（自己資本利益率）：9.16%（見込み※）

※2025年2月期予算ベース

（単位：億円）

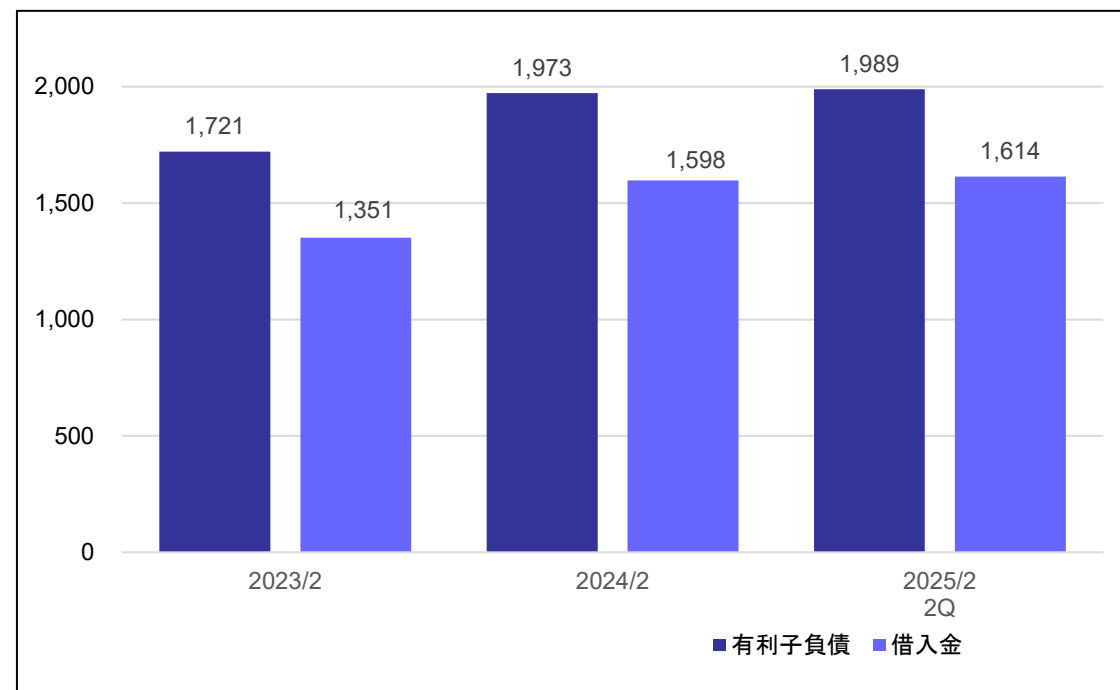
科目	2024年2月期	2025年2月期2Q	増減
有利子負債 合計※1	1,973	1,989	15
内) 借入金 合計※2	1,598	1,614	16

※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）

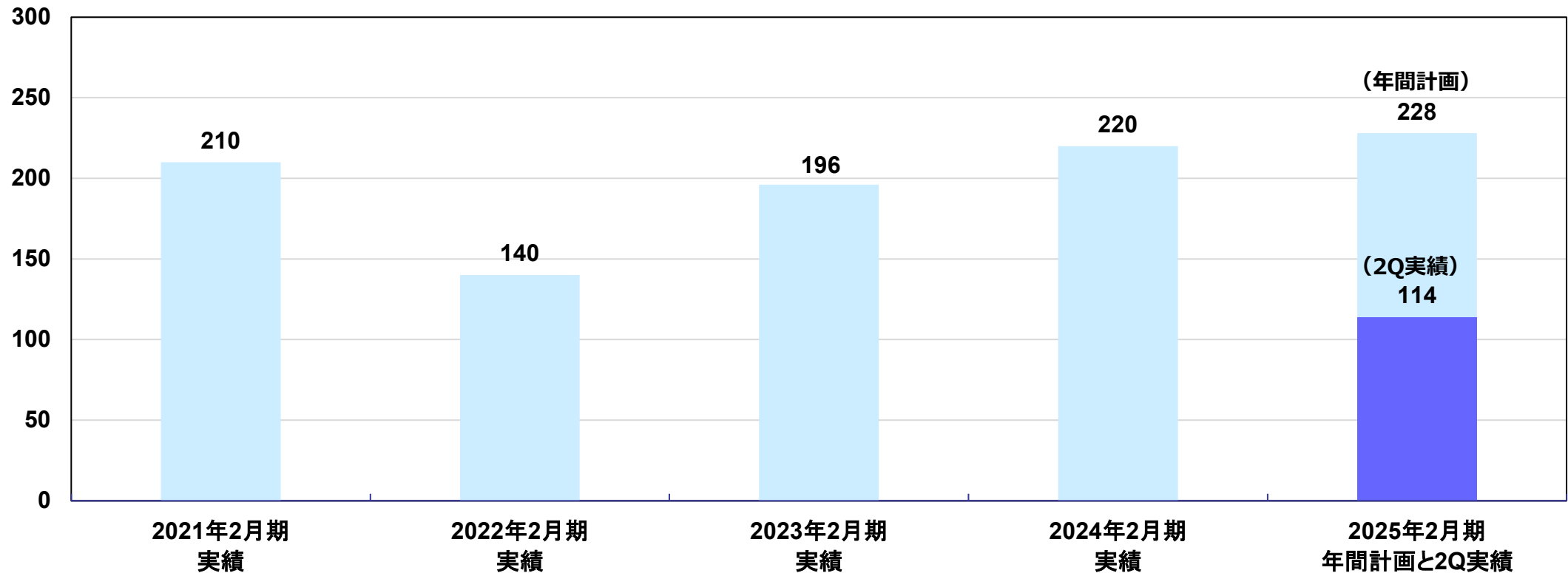


設備投資 実績・計画

- 2025年2月期第2四半期の設備投資実績は約114億円（年間計画に対する進捗は50%）
- 設備投資のうち約9割が出店や既存店の改装など店舗関連の投資

（単位：億円）

設備投資金額実績・計画



2

**2025年2月期
業績予想と株主還元**

2025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)	2025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	256,612	107.7%	101.7%	244,688	104.4%	501,300	106.1%
売上高	248,190	107.9%	101.7%	236,310	104.5%	484,500	106.2%
(内 既存店売上高)	-	102.7%	-	-	99.7%	-	101.2%
売上総利益	91,975	105.9%	100.0%	89,225	106.3%	181,200	106.1%
営業収入	8,421	104.0%	100.3%	8,379	102.0%	16,800	103.0%
販売管理費	84,493	106.5%	100.8%	87,607	104.7%	172,100	105.6%
営業利益	15,904	101.8%	95.8%	9,996	118.0%	25,900	107.5%
経常利益	15,388	102.9%	98.0%	8,612	112.7%	24,000	106.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	9,225	90.0%	87.0%	5,575	146.7%	14,800	105.3%

株主還元

- 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

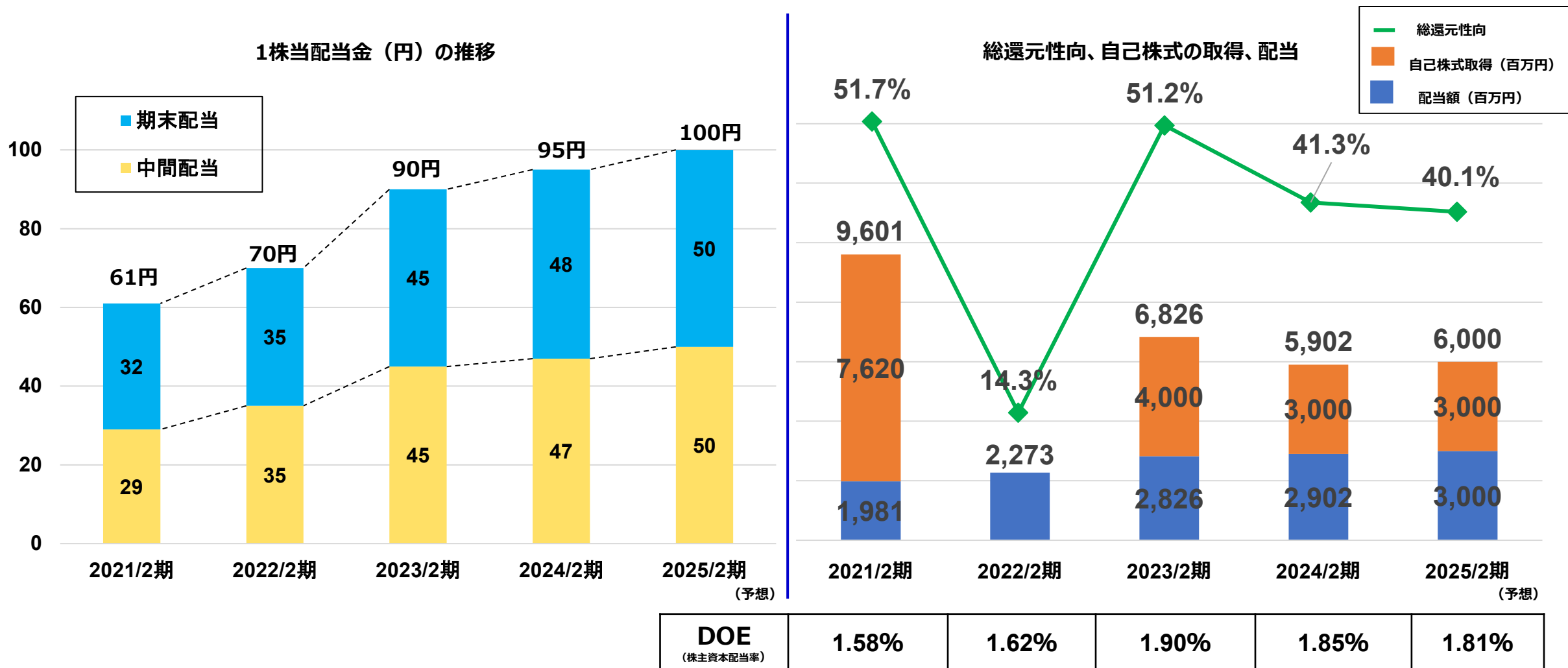
- ・株主の皆様に対する利益の還元を経営上の重要施策の一つとして位置づけ、業績の見通し、事業活動への投資、財務健全性などを総合的に判断しながら、長期にわたって安定した配当を実施する
- ・自己株式の取得についても業績ならびに株価水準等に応じ、適宜検討を行う

＜目標＞ 第3次中期経営計画期間中（2021－2025）

- ・総還元性向：30%以上
- ・DOE（株主資本配当率）：2.0%

株主還元：配当と自己株式の取得

➤ 2025年2月期 ⇒ 配当は11期連続増配を見込み、自己株式は8月末時点で予定通り約30億円取得済

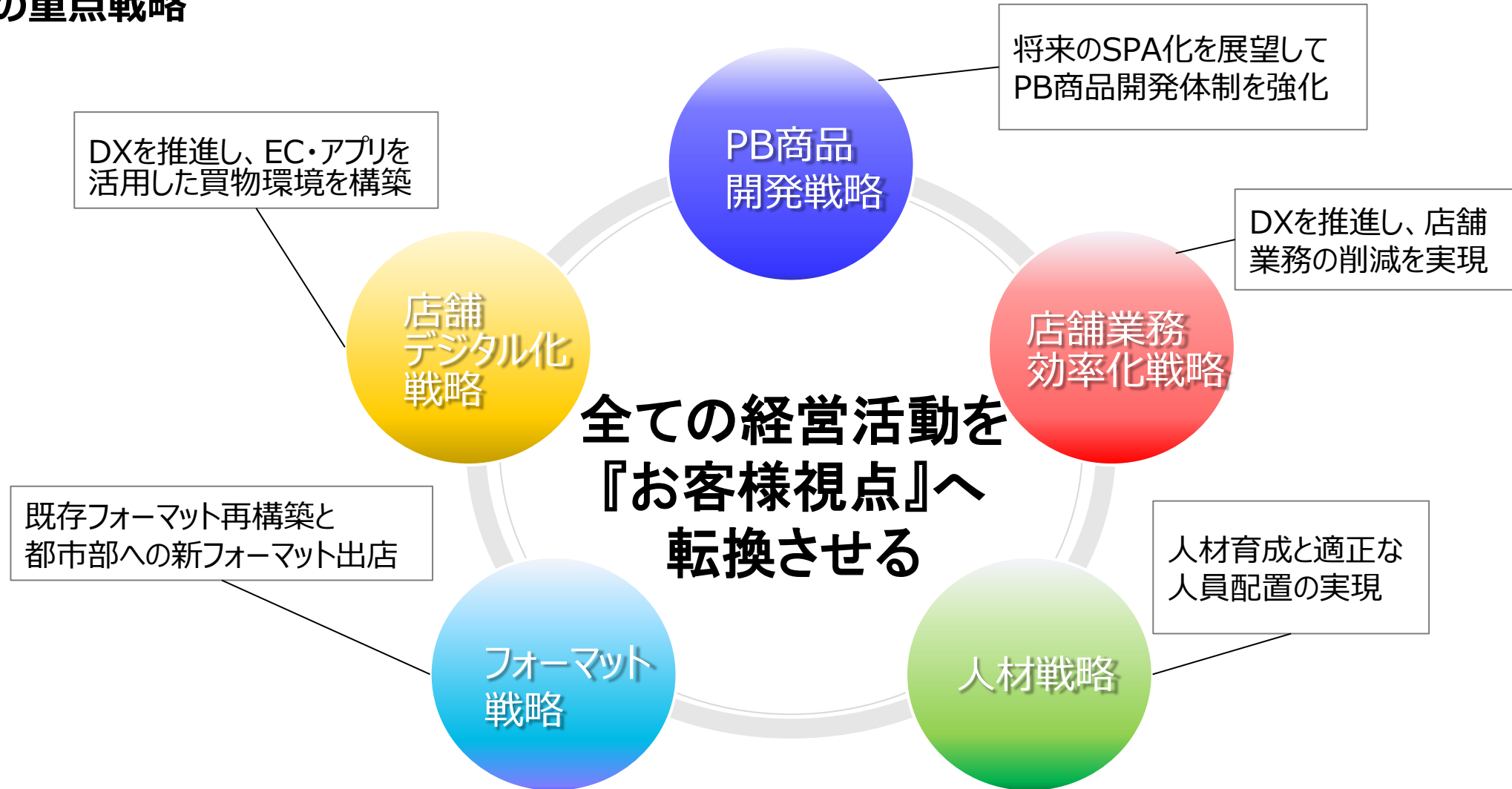


3

第3次中期経営計画の取組み状況と 成長戦略

第3次中期経営計画（2021-2025）の概要

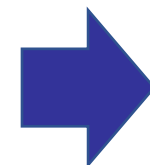
■ 5つの重点戦略



第3次中期経営計画の進捗状況

➤ 2026年2月期の目標値達成に向け、5つの重点戦略と新たな成長戦略に取り組む

	2022年2月期	2023年2月期※	2024年2月期
売上高	4,257億円	4,231億円	4,563億円
経常利益	242億円	207億円	225億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	155億円	132億円	140億円
ROE (自己資本利益率)	11.3%	9.1%	9.2%
EPS (一株当たり純利益)	489円	431円	473円
ROIC (投下資本利益率)	6.0%	4.9%	4.8%
総還元性向	14.3%	51.2%	41.3%
DOE (株主資本配当率)	1.62%	1.90%	1.85%



2026年2月期 (目標値)	
売上高	5,000億円
経常利益	310億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	195億円
ROE (自己資本利益率)	10.0%
EPS (一株当たり純利益)	575円
ROIC (投下資本利益率)	6.5%
総還元性向	30%以上
DOE (株主資本配当率)	2.0%

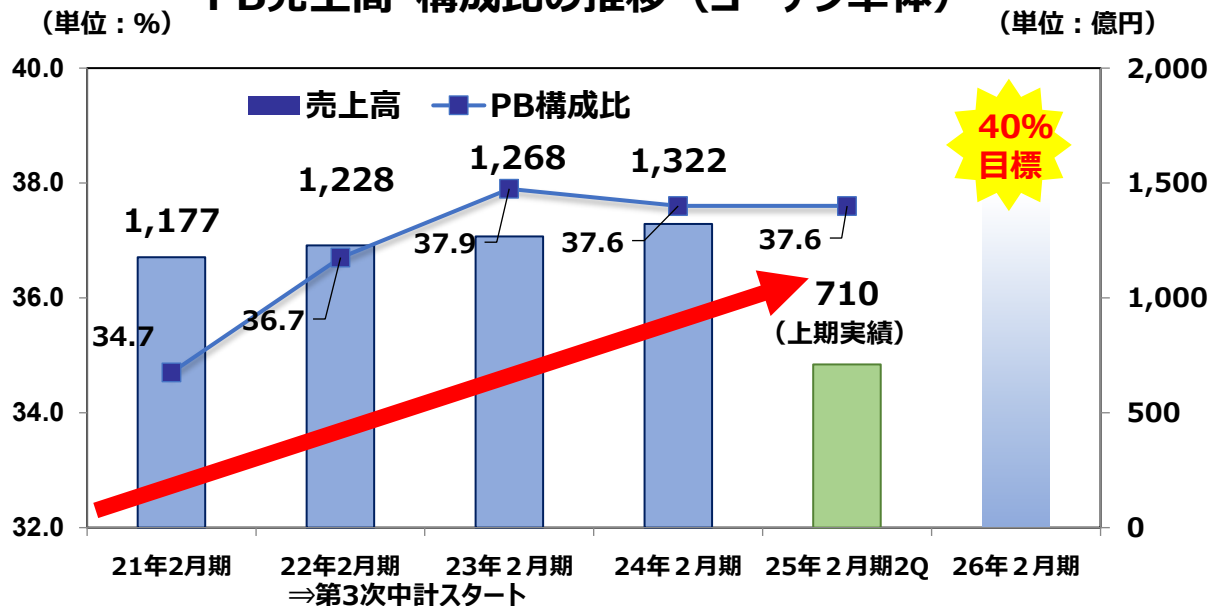
※2023年2月期より収益認識に関する会計基準等を適用しております。

第3次中期経営計画：PB商品開発戦略

中計最終年度(2025年)目標：PB商品構成比 40%

- 上期に販売数が躍進した主なPB商品：
防災関連（耐震ポール：前年比450%、懐中電灯：220%）、季節・生活関連（冷感ウェア：前年比117%、ジョイント式床材：115%）
- 上期商品開発／リニューアル数：約2,400SKU ⇒ 年間目標：4,300SKU（下期に防犯関連・枕など投入予定）
- 広州交易会などへの参加を通じた原価改善の徹底

PB売上高・構成比の推移（コーナン単体）



※ 自社HP「商品情報」(新発売や一押しPB商品を紹介) ⇒ <https://www.hc-kohnan.com/news/products/>



ペットカテゴリで続々とPB新商品を発売
(顔出しリュック・猫用玩具など)



今期売上好調の「大判ジョイントマット」

第3次中期経営計画：店舗デジタル化戦略

中計(2025年)目標：オンライン(EC) とオフライン（店舗）を融合し、EC化率5.5%へ

➤ ECサイトの活用による店舗送客/売上(EC関与売上)UPを軸としたインフラを整備

<2025/2期>

新たなプラットフォーム・
サイト環境にて、運用
(売上UPに寄与)

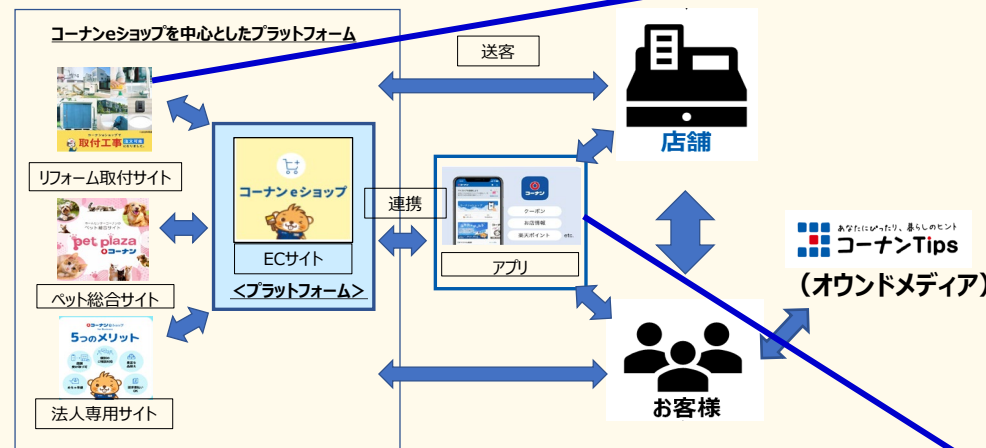
<EC関与売上>

EC単体

店舗受取

リフォーム
法人営業など
(EC関与)

➤ コーナンeショップが顧客情報の「プラットフォーム」となり、ニーズに応じた様々なサービス・お得情報を提供



➤ リフォームサイトをリニューアルし、ECでの受注を拡大

➤ DIY・ペット業者との在庫連携先拡大による品揃え強化

<リフォームECサイトをリニューアル>
⇒ECでの見積り機能を付加し、
受注拡大を企図



<コーナンアプリをリニューアル>
⇒「コーナン プラスID」を導入
会員数：30万人突破（8月末現在）



今後、顧客に応じたクーポンや
サービスの提供が可能に

第3次中期経営計画：店舗業務効率化戦略

中計最終年度(2026年2月期)目標：業務量▲20%

【次世代POSシステム】



➤2022年9月末設置完了

- ・スマホ決済作業簡素化
- ・レジ点検不要化
- ・ダイソー店舗発注自動化 など

【次世代スマートフォン型ハンディ『NAVI-KO』】



➤2023年1月末導入完了

- ・商品/在庫検索機能
- ・作業タスク機能
- ・フロアマップ上の機能拡張 など

導入効果

2025年2月期見込み

2021年2月期（第3次中計開始前）既存店対比

▲約80万時間、約16億円/年

+



「勤務表・作業指示書の自動化」

▲約13万時間、約2.5億円/年

第3次中期経営計画：フォーマット戦略

【新・都市型コンセプト店舗：gardens umekita】

- JR大阪駅前の「グラングリーン大阪」へ出店
- 「植物とアクアリウム」を中心とした、新・都市型コンセプト店舗を2024年9月6日オープン
- 新たな顧客層の開拓、広告塔、情報発信、企業認知度の向上を狙う

gardens
コーナン



<外観>



<多種多様な植物を展開>

【PRO+HC ハイブリッド店舗】⇒ 累計11店舗展開

- PROとHCにおける陳列棚の重複がなくなり、お客様の回遊性向上を実現
- 事務所機能の統一や人員配置の見直しなど、効率的な店舗運営を実現
- ハイブリッド店へ改装店舗の売上高の伸び
名谷店 売上前年比 112.0%、石内バイパス店 売上前年比 119.1%



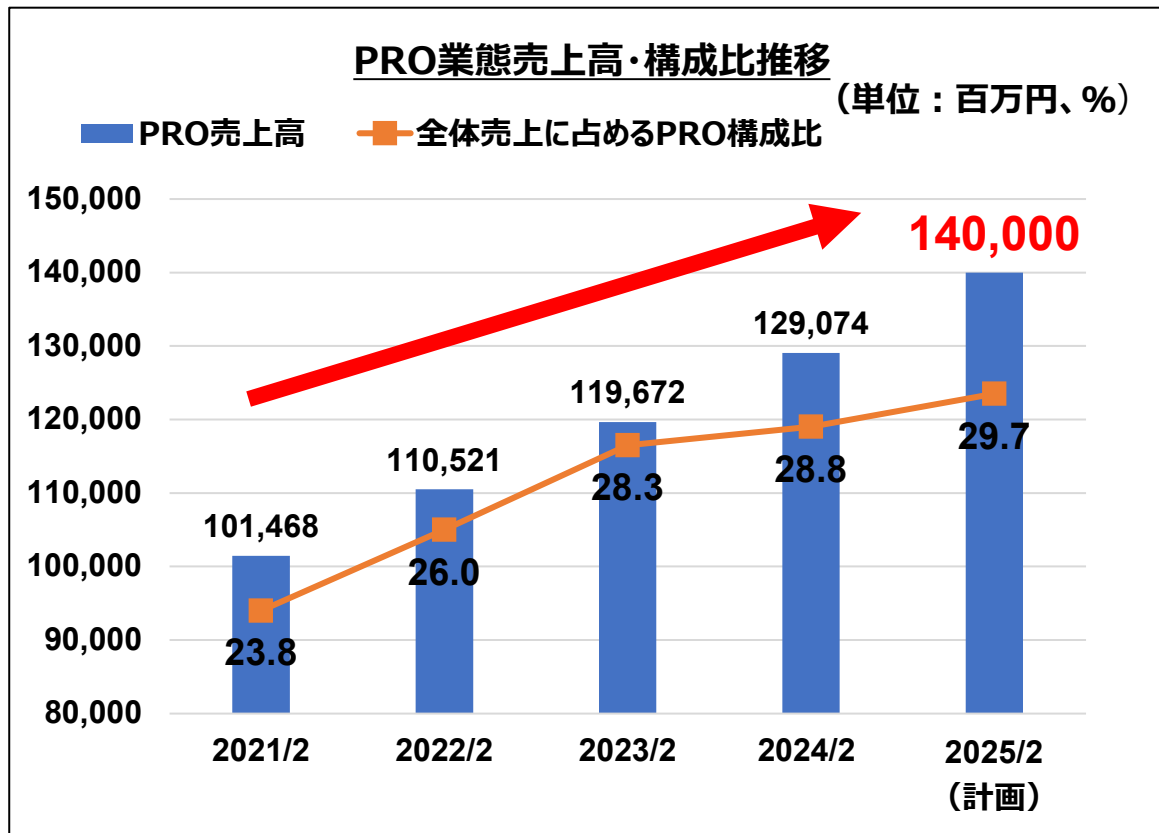
<ハイブリッド京葉船橋インター店 >
2024/8 新規オープン



<ハイブリッド宮今伊勢店 >
2024/6 改装オープン

成長戦略：PRO業態の市場シェア拡大

- 当社の強みであるPRO業態は、右肩上がりですべて事業規模を拡大しており、**当社の成長を大きく牽引**
- 新規出店によるドミナント効果に加え、顧客要望の品揃え強化、徹底した市場価格調査とワンストップショッピングの実現により成長（2001年よりPRO事業を開始しており、業界において、当社が圧倒的シェアを占める）









＜PRO需要を取り込んできた強みと特徴＞

- 建築需要の見込める地域でリアル店舗を展開（関東・関西・九州で圧倒的な店舗網を実現）
- 永年の営業ノウハウ蓄積による品揃え（特に資材）、値ごろ感、顧客ニーズへの対応力の充実（職人の皆様との対話重視とPRO固有の人材育成）
- 職人の皆様が保管スペース不要で無駄なく部材や工具の購入が可能（ネット注文・店舗取り置きにも対応）
- 一般顧客に比べ来店後の粘着性が高い上、日常消費動向に左右されにくく、安定的（PRO業態の売上は全体売上の約1/3を占める）

成長戦略：店舗数（2025年2月期 第2四半期）

■ 2024年8月末時点：店舗数計 613店舗（今期：出店15店/退店0店）

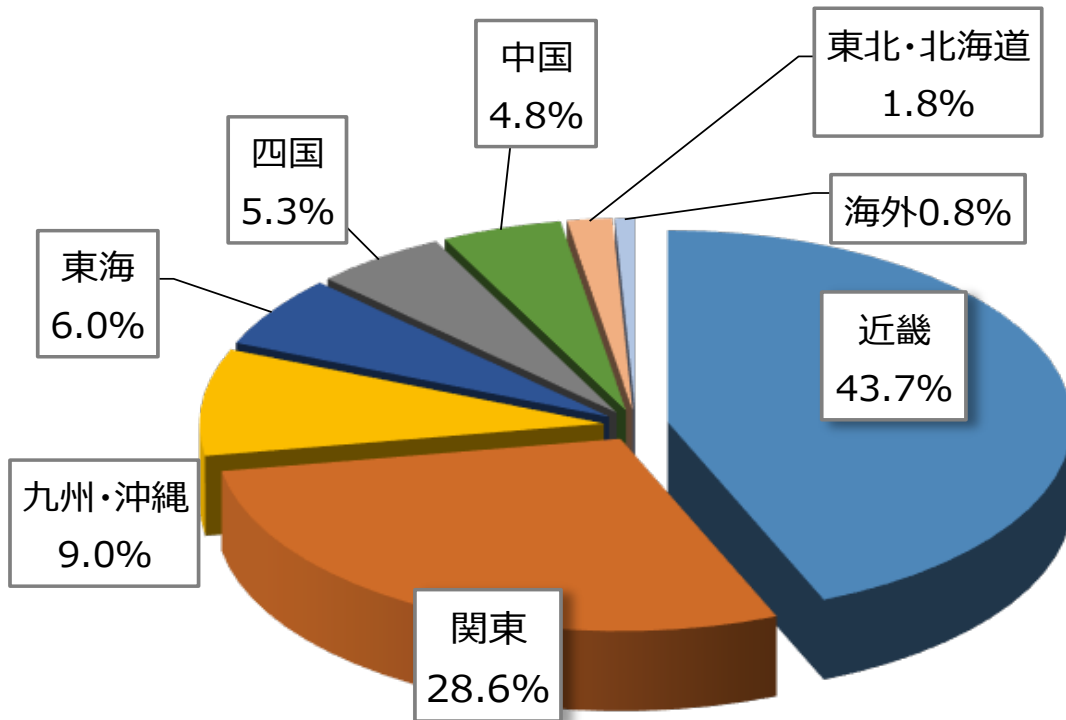
	店舗数	ホームセンター	PRO		ホームセンター+食品+PRO
国内	597				
		347※1	136	82（うちFC3）	32（うちPRO1）
	出店15 退店0	出店7 退店0	出店6 退店0	出店2 退店0	出店0 退店0
	店舗数	ホームセンター			
海外	16			 (非連結)	
		13※2		3	
	出店0 退店0	出店0 退店0		出店0 退店0	

※1 CAMP DEPOTの店舗数9店舗を含んでおります。

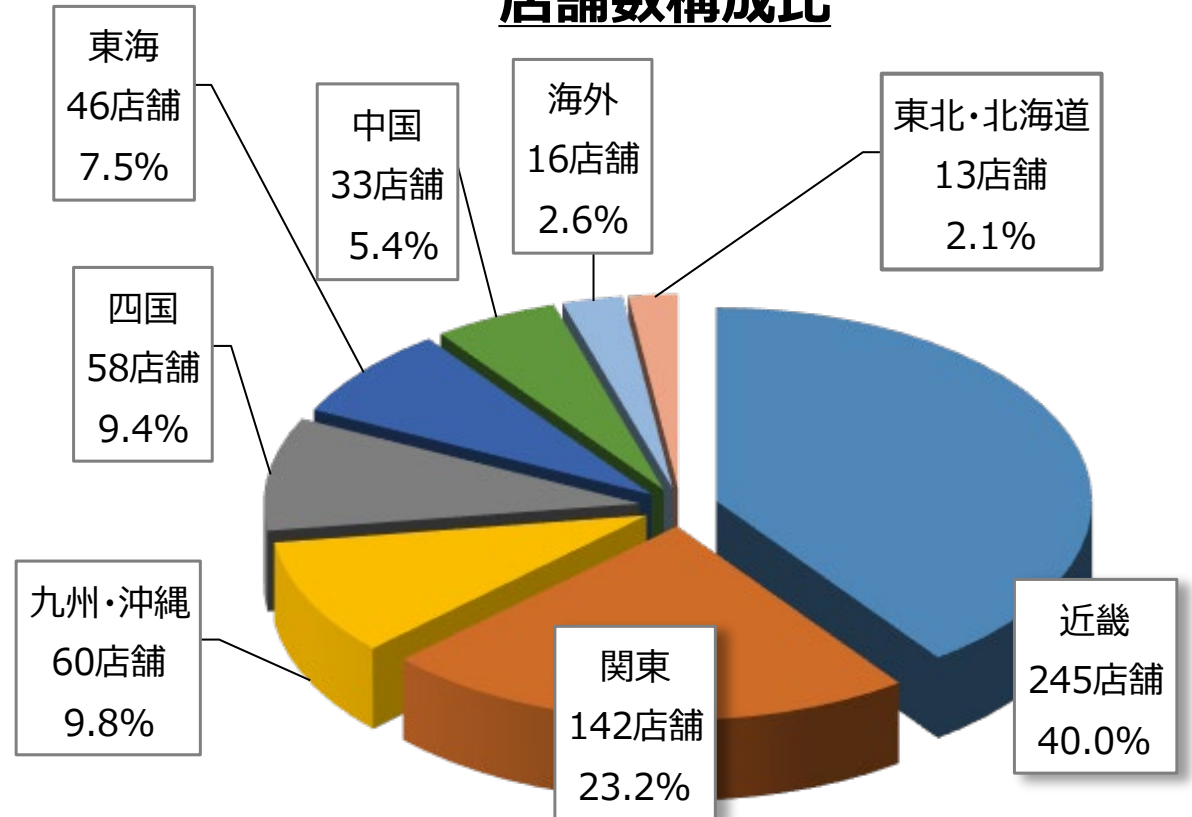
※2 店舗数はコーナンベトナムの会計期間（1月～12月）ではなく、当社の会計期間（3月～2月）内に出店した店舗を表示しております。

成長戦略：地域別売上高・店舗数実績（2024年3月～8月）

売上高構成比







店舗数構成比









総店舗数：613店舗
(2024年8月末)

成長戦略：2025年2月期 出店計画

■ 2025年2月期 出店計画（3Q以降）：32店舗

	店舗数	ホームセンター	PRO	
				
国内	30	15 (内居抜き10)	8	7
海外	2	 KOHNAN VIETNAM CO.,LTD.	 KOHNAN (CAMBODIA) CO.,LTD (非連結)	
		2※1	0	

■ 2025年2月期 店舗数計：645店舗（予定）

	店舗数	ホームセンター	PRO		H C+食品+PRO
					
国内	627	362	144	89 (うちFC3)	32 (うちPRO1)
海外	18	 KOHNAN VIETNAM CO.,LTD.		 KOHNAN (CAMBODIA) CO.,LTD (非連結)	
		15※1	3		



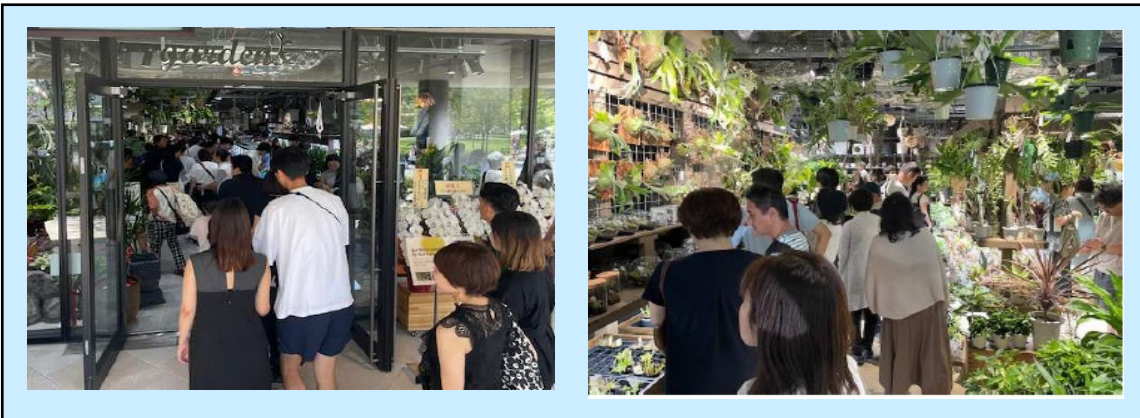
※1 コーナンベトナムの店舗数はコーナンベトナムの会計期間（1月～12月）ではなく、実際の出店日を基準に表示しております。

成長戦略：販売促進の強化とメディアでの取り上げ

- 「gardens umekita」メディア向けオープン前イベントを実施し、情報発信を強化（TV含め100以上の媒体で取り上げ）



- オープン後も、多くのメディアに取り上げられ、企業認知度や、企業イメージ向上に貢献（オープン時約600人が並ばれました）



- 南海トラフ地震臨時情報対応など防災準備で必要とされるホームセンターとして積極的にメディア対応

上期防災用品売上前年比（例）

・耐震ポール	454.7%
・携帯トイレ	389.6%
・カセットコンロ	226.1%
・カセットボンベ	195.9%
・水缶	189.7%

- 台風対策などでも、全国の店舗で取材依頼を受け、各地域で必要とされるホームセンターとして情報発信

「防災便利グッズ」で台風対策
 土のう袋3倍↑
 水をためるタンク5倍↑
 お尻ふき2倍↑

4

企業価値向上への取組み

企業価値向上へ向けた取組み

PBR（株価純資産倍率）

=

ROE（自己資本率）

×

PER（株価収益率）

||

≪2025/2期（計画）≫ 9.16%（株主資本コスト：6～7%）

PBR 1 超過に向けた取組み

≪ 売上・利益増強 ≫

- ・首都圏エリアへの新規出店上積み
⇒ 今期+8店 / +27億円（計画）
- ・日用品・ペット・園芸・PRO消耗品など利用頻度の高い商品の品揃え強化 / 棚卸更改
- ・PB・NB双方の原価改善徹底

≪ 成長戦略投資 ≫

- ・新規出店によるドミナント強化
⇒ 今期の国内出店45店中約8割が首都圏・関西エリア / 約5割がPRO業態
- ・IDプラットフォーム構築 / リフォームサイト刷新
- ・M&A / 資本提携などに向けた準備

≪ 財務マネジメント・株主還元 ≫

- ・営業CFとのバランスを考慮した有利子負債コントロール
- ・在庫水準の適正化
～ 本部発注によるマネジメント推進
- ・株主還元：
～ **総還元性向30% / DOE2.0%以上**

<Cash in>

営業CF（約260億円）

有利子負債

<Cash out>

新店投資/改装（約230億円）

IT投資（約10億円）

株主還元（約60億円）

その他（M&A・物流投資など）

JCR信用格付：「BBB+ポジティブ」→「A-安定的」へ

- （2024.8.5 日本格付研究所 ニュースリリースより抜粋）
- ・関東地区での店舗網拡大が着実に進んでいる他、需要が堅調なPRO業態の業績への貢献度も高まってきており、従前と比べて高水準の営業利益を確保
 - ・店舗網の拡充など成長投資を積極化しているが、キャッシュフロー創出力の向上や自己資本の増加を背景に、財務構成の改善を進めていくことは可能

キャッシュフロー
* 今期 *

企業価値向上へ向けた取組み

非財務戦略 <サステナビリティ/人的資本（第3次中期経営計画：人材戦略）>

● 災害対策に絡む地域貢献への取組み状況

行政との災害協定締結件数（2024年上期）：16件



<宝塚市との災害協定締結>



<三鷹市防災イベントへの参加>

● 子どもたちへの教育と社会貢献としてSDGsラジオへの参加

～私たちは、全国の子どもたちにSDGs教育、キャリア教育を届けています～

「SDGsラジオ」とは、その名の通り、企業のSDGsを耳で学ぶ「持続可能な」教育コンテンツです。



SDGsラジオ



<学校での利用の様子>

● CO2排出量削減に向けた取組み状況

【自家消費型太陽光発電設備導入（店舗屋上）】

2025/2期は2店舗導入済。累計7店舗で▲900 t /年削減見込み



<香川県/多肥店>



<静岡県/そよら西伊場店>

● 人的資本への投資：デジタル人材育成研修の実施

【デジタル人材育成研修】 第2ステージ

- ・経営企画、商品、販促、ECなど数字を活用して判断する部署の中堅層向けに実施
- ・研修内容：AI、クラウド、WEBマーケティングなどデジタルの基本知識からデータを活用した分析など



<デジタル人材育成研修風景>

※デジタルを利用し課題解決できる人材を育成



2025年2月期 第2四半期

補足資料

(2023年2月期 第2四半期 ~ 2025年2月期 第2四半期)

※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用しております。
前年同期比は2022年2月期に当該会計基準等を適用したと仮定して概算した増減率を記載しております。

01.損益計算書（連結）

項目 (百万円)	2023年2月期 第2四半期			2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期		
	実績	前年同期比※1	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	214,324	100.3%	-	230,113	107.4%	-	248,190	107.9%	-
既存店売上高※2	208,406	97.7%	-	216,467	101.6%	-	234,396	102.7%	-
営業収入	7,900	102.6%	-	8,097	102.5%	-	8,421	104.0%	-
営業収益	222,224	100.4%	-	238,210	107.2%	-	256,612	107.7%	-
売上総利益	81,232	98.7%	37.90%	86,882	107.0%	37.76%	91,975	105.9%	37.06%
販売管理費	75,633	102.3%	35.3%	79,350	104.9%	34.5%	84,493	106.5%	34.0%
営業利益	13,499	84.1%	6.3%	15,628	115.8%	6.8%	15,904	101.8%	6.4%
営業外収支	△702	-	-	△669	-	-	△516	-	-
経常利益	12,796	84.3%	6.0%	14,959	116.9%	6.5%	15,388	102.9%	6.2%
特別損益	△319	-	-	△141	-	-	△1,152	-	-
親会社株主に帰属する 中間純利益	8,522	84.1%	4.0%	10,253	120.3%	4.5%	9,225	90.0%	3.7%

※1 2023年2月期の前年同期比は、前期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

※2 各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比較しております。

02.販売管理費（連結） 他

項目 (百万円)	2023年2月期 第2四半期			2024年2月期 第2四半期			2025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	25,981	102.8%	12.1%	27,094	104.3%	11.8%	29,008	107.1%	11.7%
賃借料	23,818	103.4%	11.1%	25,185	105.7%	10.9%	26,334	104.6%	10.6%
減価償却費 (のれん償却含)	7,062	101.2%	3.3%	7,605	107.7%	3.3%	8,208	107.9%	3.3%
その他販管費	18,770	100.5%	8.8%	19,465	103.7%	8.5%	20,941	107.6%	8.4%
計	75,633	102.3%	35.3%	79,350	104.9%	34.5%	84,493	106.5%	34.0%

※ 2023年2月期の前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

項目 (百万円)	2023年2月期 第2四半期		2024年2月期 第2四半期		2025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	35.9%	1.7pt	33.8%	△2.1pt	33.9%	0.1pt
有利子負債	159,501	95.8%	194,934	122.2%	198,962	102.1%
DELシオ	1.09倍	-	1.26倍	-	1.23倍	-

03.貸借対照表（連結）

科目（百万円）	2023年2月期	増減	2024年2月期	増減	2025年2月期2Q	増減
流動資産計	141,292	17,408	159,455	18,163	173,409	13,953
現金及び預金	9,218	△3,024	11,723	2,505	13,134	1,410
売掛金	13,568	2,932	15,798	2,230	21,408	5,609
商品及び製品	108,898	15,785	121,758	12,859	127,279	5,520
固定資産合計	277,957	3,764	299,101	21,144	305,698	6,596
有形固定資産	189,393	1,822	206,786	17,392	213,435	6,649
無形固定資産	26,888	△1,281	26,860	△28	25,893	△966
資産合計	419,249	21,173	458,557	39,307	479,107	20,550

流動負債計	115,553	13,139	125,032	9,478	130,105	5,073
買掛金	42,280	2,868	44,823	2,542	53,995	9,172
短期借入金	20,937	11,750	24,000	3,062	13,800	△10,200
1年内返済長期借入金	26,624	882	27,673	1,049	29,535	1,861
固定負債合計	154,140	922	176,267	22,127	186,787	10,519
長期借入金	87,626	1,638	108,138	20,511	118,100	9,962
純資産合計	149,555	7,110	157,257	7,702	162,214	4,956
負債純資産合計	419,249	21,173	458,557	39,307	479,107	20,550

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)	2023年2月期 第2四半期		2024年2月期 第2四半期		2025年2月期 第2四半期	
	売上高	前年同期比 ^{※1}	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)	105,731	102.4%	111,987	105.9%	119,100	106.4%
ハウスキーピング (家庭用品)	71,217	97.4%	71,858	104.7%	77,875	108.4%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	30,866	99.9%	34,624	112.2%	36,482	105.4%
食品 (フード・酒類)	-	-	4,825	-	7,261	150.5%
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	6,508	102.2%	6,818	104.8%	7,469	109.5%
合計	214,324	100.3%	230,113	107.4%	248,190	107.9%

■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2023年2月期 第2四半期 ^{※2}			2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期		
	売上高	前年同期比 ^{※1}	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	83,378	100.5%	39.56%	89,712	107.6%	39.44%	94,310	105.1%	38.79%
ハウスキーピング	66,656	96.2%	37.53%	67,988	102.0%	37.28%	72,291	106.3%	36.33%
ペット・レジャー	30,558	99.8%	41.74%	33,604	110.0%	42.28%	34,548	102.8%	41.16%
その他	8,746	110.6%	27.00%	9,359	107.0%	25.38%	10,545	112.7%	24.54%
合計	189,339	99.3%	38.62%	200,665	106.0%	38.53%	211,695	105.5%	37.63%

※1 2023年2月期の前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

※2 ビーバートザンの数値は含んでおりません。

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)	2023年2月期 第2四半期			2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期		
	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差
ホームインプロブメント (DIY用品)	31,494	34.1%	4.2pt	33,747	34.3%	0.2pt	36,238	34.8%	0.5pt
ハウスキーピング (家庭用品)	25,274	37.1%	1.5pt	25,970	36.4%	△0.7pt	27,437	35.5%	△0.9pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	12,601	41.8%	2.8pt	13,980	41.3%	△0.5pt	14,327	40.1%	△1.2pt
合計	69,370	36.4%	3.0pt	73,699	36.2%	△0.2pt	78,003	35.9%	△0.3pt

■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2023年2月期 第2四半期※2			2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期		
	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比※1	構成比前年差
ホームインプロブメント (DIY用品)	28,023	36.6%	2.3pt	29,654	35.9%	△0.7pt	31,113	36.0%	0.1pt
ハウスキーピング (家庭用品)	24,788	38.9%	1.7pt	25,216	38.8%	△0.1pt	25,937	37.8%	△1.0pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	12,510	41.9%	2.8pt	13,844	42.1%	0.2pt	13,953	41.3%	△0.8pt
合計	65,322	38.4%	2.2pt	68,715	38.1%	△0.3pt	71,004	37.6%	△0.5pt

※1 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。

※2 ビーバートザンの数値は含んでおりません。

06.事業会社 業態別実績

会社名 (百万円)	業態	2023年2月期 第2四半期			2024年2月期 第2四半期			2025年2月期 第2四半期		
		売上高	前年※1 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	150,604	96.9%	39.78%	154,579	102.6%	39.83%	161,648	104.6%	38.82%
	PRO	37,176	106.7%	34.53%	40,976	110.2%	35.32%	44,547	108.7%	34.68%
	その他※2	4,768	-	-	5,109	-	-	5,500	-	-
	計	192,548	99.3%	38.52%	200,665	104.2%	38.53%	211,695	105.5%	37.63%
建デポ	PRO	22,091	110.7%	29.87%	23,579	106.7%	30.32%	25,305	107.3%	30.85%
	その他※2	667	-	-	737	-	-	963	-	-
	計	22,758	111.7%	29.37%	24,317	106.9%	29.86%	26,269	108.0%	30.23%
HIひろせ	HC+PRO	-	-	-	3,663	-	32.59%	7,279	198.7%	34.81%
	食品	-	-	-	1,945	-	24.51%	3,843	197.5%	24.03%
	その他※2	-	-	-	537	-	-	598	-	-
	計	-	-	-	6,146	-	29.00%	11,720	190.7%	31.39%
コーナンベトナム	計	1,328	136.1%	30.75%	1,719	129.4%	34.15%	2,020	117.5%	34.47%
連結調整		△2,311	-	-	△ 2,734	-	-	△ 3,515	-	-
連結合計	計	214,324	100.3%	37.90%	230,113	107.4%	37.76%	248,190	107.9%	37.06%

※1 2023年2月期の前年同期比は、前年同期に「収益認識に関する会計基準」等を適用したと仮定して算出しております。

※2 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（2024年5月末時点）

	業態	2023年2月期			2024年2月期			2025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*	15	1	334	8	2	340	7	0	347
	PRO	13	0	119	12	1	130	6	0	136
	計	28	1	453	20	3	470	13	0	483
建デポ	PRO	6	2	72	8	0	80	2	0	82
HIひろせ	HC+食品 +PRO	-	-	-	32	0	32	0	0	32
コーナンベトナム	HC	3	0	11	2	0	13	0	0	13
コーナンカンボジア	HC	3	0	3	0	0	3	0	0	3
合計	計	40	3	539	62	3	598	15	0	613

※CAMP DEPOT 9店舗含む



【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。