



2025年2月期 決算短信〔日本基準〕(連結)

2025年4月10日

上場会社名 ミニストップ株式会社

上場取引所 東

コード番号 9946

URL <https://www.ministop.co.jp/>

代表者(役職名) 代表取締役社長

(氏名) 藤本 明裕

問合せ先責任者(役職名) 執行役員経営管理本部長

(氏名) 本橋 直樹 (TEL) 043-212-6472

定時株主総会開催予定日 2025年5月16日

配当支払開始予定日 2025年5月1日

有価証券報告書提出予定日 2025年5月30日

決算補足説明資料作成の有無 : 有

決算説明会開催の有無 : 有 (機関投資家・アナリスト向け)

(百万円未満切捨て)

1. 2025年2月期の連結業績(2024年3月1日~2025年2月28日)

(1) 連結経営成績

(%表示は対前期増減率)

	営業総収入		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025年2月期	87,475	10.7	△3,486	—	△2,868	—	△6,774	—
2024年2月期	79,056	△2.7	△609	—	10	—	△468	—

(注) 包括利益 2025年2月期 △7,318百万円(—%) 2024年2月期 △509百万円(—%)

	1株当たり 当期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 当期純利益	自己資本 当期純利益率	総資産 経常利益率	営業総収入 営業利益率
	円 銭	円 銭	%	%	%
2025年2月期	△233.53	—	△18.8	△3.8	△4.0
2024年2月期	△16.14	—	△1.2	0.0	△0.8

(参考) 持分法投資損益 2025年2月期 一百万円 2024年2月期 一百万円

(2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2025年2月期	74,686	32,781	43.5	1,120.67
2024年2月期	77,900	40,681	50.9	1,366.28

(参考) 自己資本 2025年2月期 32,508百万円 2024年2月期 39,633百万円

(3) 連結キャッシュ・フローの状況

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 期末残高
	百万円	百万円	百万円	百万円
2025年2月期	1,939	△492	△806	23,086
2024年2月期	585	△7,780	△795	22,416

2. 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (合計)	配当性向 (連結)	純資産 配当率 (連結)
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計			
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	百万円	%	%
2024年2月期	—	10.00	—	10.00	20.00	580	—	1.4
2025年2月期	—	10.00	—	10.00	20.00	580	—	1.6
2026年2月期(予想)	—	10.00	—	10.00	20.00		—	

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無: 無

3. 2026年2月期の連結業績予想(2025年3月1日~2026年2月28日)

(%表示は、対前期増減率)

	営業総収入		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益	1株当たり当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	円 銭
通期	97,000	10.9	1,200	—	1,600	—	70	2.41

※ 注記事項

(1) 期中における連結範囲の重要な変更 : 無
新規 一社 (社名) 、除外 一社 (社名)

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無
- ② ①以外の会計方針の変更 : 無
- ③ 会計上の見積りの変更 : 無
- ④ 修正再表示 : 無

(3) 発行済株式数 (普通株式)

- ① 期末発行済株式数 (自己株式を含む)
- ② 期末自己株式数
- ③ 期中平均株式数

2025年2月期	29,372,774株	2024年2月期	29,372,774株
2025年2月期	364,537株	2024年2月期	364,100株
2025年2月期	29,008,489株	2024年2月期	29,008,941株

※ 決算短信は公認会計士又は監査法人の監査の対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

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述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想のご利用にあたっては、資料P. 12「1. 経営成績等の概況 (4) 今後の見通し」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 経営成績等の概況	2
(1) 当期の経営成績の概況	2
(2) 当期の財政状態の概況	11
(3) 当期のキャッシュ・フローの概況	11
(4) 今後の見通し	12
(5) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当	13
(6) 事業等のリスク	13
2. 企業集団の状況	14
3. 経営方針	15
(1) 会社の経営の基本方針	15
(2) 目標とする経営指標	15
(3) 中期的な会社の経営戦略	15
(4) 会社の対処すべき課題	15
(5) 環境および社会貢献活動への取り組み	16
(6) 人的資本・多様性への対応	16
4. 会計基準の選択に関する基本的な考え方	16
5. 連結財務諸表及び主な注記	17
(1) 連結貸借対照表	17
(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書	19
(3) 連結株主資本等変動計算書	22
(4) 連結キャッシュ・フロー計算書	24
(5) 連結財務諸表に関する注記事項	26
(継続企業の前提に関する注記)	26
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	26
(連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項)	26
(連結貸借対照表関係)	29
(連結損益計算書関係)	29
(連結株主資本等変動計算書関係)	30
(連結キャッシュ・フロー計算書関係)	32
(セグメント情報等)	33
(収益認識関係)	35
(1株当たり情報)	37
(重要な後発事象)	37

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当連結会計年度において、日本国内では雇用・所得環境が改善するなか、3月には賃金と物価上昇の好循環を踏まえ日本銀行がマイナス金利政策を解除し17年ぶりの利上げによる緩やかな物価上昇の定着を図ったほか、7月以降の記録的な猛暑と9月以降も続く残暑が消費活動を活発化させ、景気は緩やかに回復しました。しかしながら、いっそう不安定化が進む国際情勢や米国をはじめとした海外の通商政策の変化に起因する原材料価格、エネルギー価格の高騰による物価上昇が消費行動に影響しており、景気の先行きは不透明な状況が続いております。

このような環境において、当社グループは、“私たちは、「おいしさ」と「便利さ」で、笑顔あふれる社会を実現します。”をミッションに掲げ、2023-2025中期経営計画2年目にあたる2024年度の方針を下半期より「構造改革の断行と戦略的成長の推進」として、より構造改革に優先度を置き経営資源を集中することといたしました。成長戦略は新店出店や既存店活性化といった成長投資を抑制し施策を厳選したうえで、構造改革に注力しフランチャイズ契約を前提とした発想を切り替え、手元に残る事業利益を重視する発想を企業風土から根付かせるための変革を推し進めました。この構造改革へ優先度をシフトした将来計画に基づき、回収可能性を検討した結果、減損損失を計上しております。加盟店と本部が一体となって創出した事業利益を分け合うミニストップパートナーシップ契約へとビジネスモデル転換が進むなか、その対策として効果的・効率的な経営指導体制の確立と人財教育や採用をはじめとするマネジメントシステム改革を全社一丸となって迅速に推進しております。

国内事業では、創業以来のコンボストアモデルの構成要素である「ファストフード」と「コンビニエント」それぞれの価値を磨き上げ個店競争力を向上させるNewコンボストアモデル確立を推し進め、第2フェーズとして両方の提供価値のさらなる進化に取り組んだことにより、客数および既存店日販が伸長しました。一方で、原材料価格が高騰するなか、即食の米飯や麺類の価値型商品が伸び悩んだことにより、売上総利益率の成長が鈍化しました。5月には第2フェーズの象徴となるフラッグシップ店舗を改装オープンしました。創業以来培ってきたノウハウとイオングループのリソースを最大限活用した多数の取り組みが成果を創出しており、成功カセットとして細かく切り出し既存店へ水平展開を推し進めたことにより、多くのお客さまのご支持をいただいております。また、Newコンボストアの成功カセット導入と加盟店を主体にお客さま第一のマインドセットを醸成する「心装」を柱とした既存店活性化は、店舗を厳選し61店舗で実施し全社を上回る実績となりました。これらの成果を踏まえ、フラッグシップ店舗の核となる取り組みについて最も店舗数構成比の高い坪面積の店舗に全面展開する第3フェーズの既存店活性化に向けた準備を推し進めてまいります。

下期より経営資源を集中して推し進めている経営指導改革は、手元に残る事業利益を重視する発想への転換を根幹に、マネジメントシステム改革をベースとして直営店経営モデルの再生から取り組みを進めております。直営店は2025年2月末時点で271店舗と前年同期より84店舗増となりました。効率的な店舗経営の成功モデルを確立し加盟店へと水平展開していくプロセスの再構築と“店頭実現100%”に向け、人財採用・教育体制の再設計から着手し、手順書発注や店長ワークスケジュールをはじめとした経営改善ツールの活用、作業システム改革に取り組みしました。パートナーシップ契約は期首計画より先行して移行を推し進め、2025年2月末時点で全加盟店の半数を超える884店舗となりました。加盟店経営者一人一人と向き合う体制の構築および経営指導方針の確立と店舗経営数値の全方位的な“レントゲン”と“処方箋”からなる店舗カルテの活用を両軸に、効果的・効率的な経営指導への転換を進めております。また、構造改革のベースとなるマネジメントシステム改革は、採用や教育といった人財対策から推し進めております。ビジネスモデル転換が進むなか、パートナーシップ契約を軸とした組織・風土改革を推し進め、人財採用およびイオングループとの人財交流といった人員体制の整備と教育組織を充実させました。また、本部より加盟店へのトレーナー派遣教育を推し進めました。

新事業では、構造改革へ優先度をシフトするなか成果を生み出している施策を厳選し事業成長を推し進めました。デジタル事業として、デリバリーサービスでは事業利益向上とお客さま利便性の向上、Eコマースでは整備を進めた販売インフラの活用とリアル店舗で実証した商品力の強みを活かし、売上拡大と店頭およびイオングループと連動した商品・サービス提供に取り組みしました。また、リアルとデジタルをつなぐインターフェースとなるミニストップアプリは、会員基盤の拡大とロイヤルカスタマー創出に向けたキャンペーン・施策、機能改善に取り組み、デジタル事業は事業成長とともにリアル店舗と融合する機能化を推し進めました。職域事業では、オフィスなどの施設内に設置する無人コンビニ「MINISTOP POCKET（ミニストップ・ポケット）」をはじめ関連サービスを含む拠点数が2025年2月末時点で1,700拠点となりました。新たなマーケットシェアの獲得を進めたほか、商品供給サービスの拡充、売れ筋商品を中心とした在庫管理に取り組み、1拠点当たりの収益が伸長したことにより職域事業は引き続き安定した事業利益を創出しております。成長投資により事業基盤が整い、成果を実証したこれらの新事業を引き続き推進してまいります。

海外事業では、ベトナム事業の再成長に向け根幹となるMDプロセスの再設計をはじめ、親会社である当社担当役員の関与を強めて取り組みを推進しております。カテゴリーマネジメントの推進と成功モデル実証に基づく個店モデル確立および水平展開、後方支援体制の整備に取り組んだほか、32店舗を新規に出店しました。価格政策の再設計とお客さまにご満足いただける高付加価値商品の訴求、イオングループ売れ筋商品の品揃え拡充に取り組みましたが、2024年10月に発生した物流センタートラブルにより商品供給に遅れや不足が生じ、日販に影響を及ぼしました。後方支援体制の整備では1人の店舗責任者が複数店舗を管理するスーパーインテンデント制（以下、S I 制）の導入を、実務教育ならびに作業システム改革とともに推し進めました。

ミニストップのミッションをもとに事業成長と社会課題の解決を直結させるパーパス経営の実践に向け、象徴としてのソフトクリームのブランディングを推進するとともに、従業員のエンゲージメント向上を図る研修を全部門で実施し、新たな価値創造と社会課題の解決に取り組みました。

これらの結果、当連結会計年度における連結業績は、営業総収入874億75百万円（前期比110.7%）、営業損失34億86百万円（前期実績 営業損失 6 億 9 百万円）、経常損失28億68百万円（前期実績 経常利益10百万円）、親会社株主に帰属する当期純損失67億74百万円（前期実績 親会社株主に帰属する当期純損失 4 億68百万円）となりました。

各セグメント別の業績は以下のとおりです。

[国内事業]

継続する物価上昇がお客さまの価格と価値の二軸に対する一層合理的な購買行動を促進するなか、コンビニエンスストア商品の価格訴求が定着しお客さまのご支持が拡大したほか、高付加価値の品揃えを拡充したことによりチェーン全店売上高は100.7%となりました。ミニストップ店舗の既存店1店1日あたりの売上高の前年比は100.8%となり、既存店平均客数は同100.6%、既存店平均客単価は同100.3%となりました。コンビニエンスストア商品の既存店日販は同99.5%、店内加工ファストフード商品の既存店日販は同108.1%となりました。また、売上総利益率は、原材料価格高騰の影響を受けたほか、コンビニエンスストア商品のおにぎりや菓子パンを中心に価格訴求型の品揃えを拡充したことにより、前年同期比0.3%減少し30.2%となりました。

コンボストアの構成要素のひとつである「ファストフード」では、創業から45年間培ったノウハウを結集し進化に取り組みました。専門店品質のできたてのおいしさにこだわるとともに、“健康”の価値を新たに加えた高付加価値商品の開発、環境にやさしいといった新しい価値を訴求するブランディング、デジタルを活用した商品価値訴求の刷新と提供方法改革に取り組みました。

店内で炊き上げたごはんとかだわりの旬の具材を組み合わせた手づくりおにぎりでは、ボリューム感ある具材と国内産コシヒカリとの組み合わせにこだわったおいしさがTV番組で高評価を受け、「北海道産焼しゃけ」や「博多辛子明太子」といった人気定番商品が多くのお客さまにご支持をいただきました。11月には、秋の香りを楽しめる舞茸を使用した「舞茸かき揚げ」、2月にはこだわりの出汁とたけのこの組み合わせで春を感じられる商品に仕立てた「たけのこごはん」といった旬の商品を発売し好評を博しました。また、ボリュームとおいしさにこだわった総菜と店内で炊き上げたごはんを組み合わせでできたてのおいしさを提供する店内手づくり弁当では、10月に食べ応えのある三元豚のロースカツをだしの香り豊かな玉子煮で贅沢にとじた「ロースカツ丼」、12月には彩りある野菜をふんだんに使用した健康価値の「彩り野菜の甘酢あん弁当」を発売、食材から加工手順までこだわりインスタの価値の進化に取り組んだ商品が好評を博しました。高付加価値の店内手づくり米飯をお客さまにご満足いただける品揃えでご提供するため、2月に炊飯手順を再設計しごはんのおいしさはそのままに1回の炊飯量の引き上げを実現し、計画的な製造量の増加と作業効率の改善を図りました。これらにより、手づくり米飯の売上は前年同期比117.5%となりました。加えて、未着手領域の加盟店支援の取り組みとして本部でトレーナーを育成したうえで加盟店に派遣し、ワークスケジュールと製造計画に沿った加盟店の完全作業に向け手づくり米飯製造者の新規育成と衛生教育を推し進めました。引き続き、当社の強みを発揮しおいしさに健康価値を加えた高付加価値の商品開発および充実した品揃えの実現に取り組んでまいります。

お客さまからご注文をいただいた後に店内で再調理を行うことで、できたてのおいしさをご提供するポテトでは、定番人気商品の「Xフライドポテト」を中心に認知拡大と商品価値訴求に取り組みました。ボリュームの価値を訴求する「Xフライドポテト1.5倍増量」企画を断続的に実施したほか、9月には、お客さま参加型の人気商品投票企画「ミニストップ総選挙」を実施、「Xフライドポテト」は46,000票を超える投票で第1位となりました。また、11月には発売20周年を記念しSNSを活用した写真投稿企画を行い、目標を大きく上回る36,949件の投稿をいただくなど、当社ホットスナックの象徴的な商品としてブランディングに貢献しました。チキンでは、オリジナルの衣を使用した特徴的な食感で人気の定番商品「克蘭キーチキン」で、6月に初となるメーカー人気商品とのタイアップ企画として「克蘭キーチキンコンソメWパンチ味」を発売し好評を博しました。スナックでは、2月に米粉を使用した生地と特徴的な食感が楽しめるポテトを組み合わせた衣でジューシーなソーセージと伸びるチーズを包んだ食べ応えのある「チーズハットグ」を発売しました。2019年に累計販売本数930万本を超えた人気商品として、お客さまの声にお応えしリバイバル発売したことにより改めて多くのお客さまにご支持いただきました。これらにより、ホットスナックの売上は前年同期を上回りました。

お客さまの購入頻度が高い主食カテゴリーの核商品として、「ホットドッグ」を9月より全国発売しました。食感にこだわった胚芽パンとジューシーなポーク100%ウィンナーを使用し毎日食べたいくなるおいしさに仕上げ、店頭ではできたてをスピーディーに提供するオペレーションを確立しました。価値ある商品を本体価格199円とお値打ち価格で発売し好調な販売となり、10月には具だくさんで満足感ある「チリドッグ」、11月には濃厚な味わいの「チーズドッグ」と追加のフレーバーを投入し商品ラインナップの拡充を図りました。一方、第4四半期にかけては新規商品の投入が遅れ、ポテトとのセット販売が伸び悩みました。引き続き、主食カテゴリーの進化に向け、毎日食べたいと思えるおいしさの価値ある商品開発を加速してまいります。

できたてのおいしさをお届けするコールドスイーツでは、7月にこだわりの商品を紹介する大型TV企画にて、コンビニエンスストアでは初となる全品高評価を受けました。夏の定番フルーツのすいかを、旨味を逃がさないこだわりの製法で加工し、みずみずしい食感に仕上げた果実氷に宮古島の雪塩を使用したすいかシロップを組み合わせた「ハロハロ果実氷すいか」や、酸味と甘みのバランスがとれたカナダ産の大粒のブルーベリーと北海道十勝産原料を使用したヘルシーなヨーグルトを組み合わせた健康価値の「ブルーベリーヨーグルトパフェ」といった高付加価値商品について原料や製法へのこだわりが評価されました。9月には人気パフェの「なめらかプリンパフェ」をリニューアルし北海道産生乳と生クリームにこだわった飽きないおいしさに仕上げました。1月には北海道産生クリームを使用した濃厚なミルクプリンとフランボワーズソースを合わせ、トッピングに「とよのかいちご」を贅沢に使用した「白いパフェ」を発売しました。長引く残暑の影響でいちごの出荷量が減少し市場価格が高騰するなか、お客さまに見た目からお楽しみいただけるショートケーキのようなかわいらしいパフェに仕上げました。希少な旬の食材を計画的に調達し産地から製法までこだわったほか、見た目の新しさとできたてのおいしさを追求しコールドスイーツの売上は前年同期を上回りました。

当社の看板商品であるソフトクリームでは、おいしさの価値に加えて環境や健康にやさしいといった新たなブランディングを推し進めました。3月には、ソフトクリーム（食べるスプーン付）のカーボンフットプリント（CFP）を算定し環境負荷を可視化、0.2914kgCO2eqと環境にやさしい商品としての価値訴求を進めました。6月にはSNSを活用した写真投稿企画において昨年の世界記録23,137件を大きく超える45,111件の投稿をいただき、当社を象徴する看板商品として認知向上に繋げました。10月には、カカオの生産者を支援するサステナブルな原料を使用した「香るカカオチョコソフト-Vietnam-(ベトナム)」を発売しました。1月には同じ原料をトッピングにも使用した「プレミアムソフト-いちご×チョコ×バニラ-」を発売、おいしさの価値だけでなく環境に配慮した高付加価値商品を連続して展開し好評を博しました。また、地域の身近な店舗でいつもお客さまにご満足いただけるおいしさと品質でご提供するために、従業員の商品知識向上とオペレーションスキル向上を図る目的で、2019年以来となる「ソフトクリームマイスター」制度を復活いたしました。引き続き、環境や健康にやさしく、身近な店舗を介した地域とのつながりや原料の生産者支援といった社会貢献を開発コンセプトにブランディングを推進してまいります。

ファストフードをお客さまがいつでも気軽にご注文いただける体制に向けた提供方法改革の一環として、商品価値訴求の刷新を推し進めました。当連結会計年度にて新たに573店舗で店内メニューをデジタルコルトンへ置き換え、2025年2月末時点で1,024店舗にて動画による商品訴求を実施しており、デジタルコルトンと連動したセルフレジからのご注文とお呼び出しシステムの整備が進みました。また、モバイルオーダーでは、お得なクーポンの限定配信やモバイルオーダー限定商品の展開、店頭訴求を拡充し利用促進に取り組みしました。加えて、デジタルサイネージとしてのリテールメディアの取り組みでは、イオングループ企業との協業をはじめ機動的な広告獲得活動を進めたほか、営業・商品が一体となってサイネージ放映商品の店頭展開の成功事例を創出しリテールメディアの価値訴求につなげました。引き続き、デジタルサイネージと店内放送が連動した商品価値訴求の進化とお客さま利便性の向上に取り組んでまいります。

お客さまのニーズにお応えし「今求められる便利さ」を追求する「コンビニエント」では、MDプロセスの磨き直しによる商品力の向上、節約志向の高まりに対応する価格訴求を充実させるとともに、トップバリュをはじめとするイオングループ商品の活用拡大および当社オリジナル商品のラインナップ拡充に取り組みました。また、生鮮食品や“暮らしの品”の品揃えを拡大しワンストップ、ショートタイムショッピングの実現を推し進めております。

MDプロセスの磨き直しによる商品力向上では、7月の大型TV企画にてコンビニエンスストア商品のスイーツが全品高評価を獲得しました。培った商品力を生かしたチルドスイーツは店頭でもお客さまから高くご支持いただき、台湾蜜いも餡とフランス産発酵バターを合わせた和洋折衷スイーツ「台湾蜜いもバターどら焼き」や定番の「ベルギーチョコパフェ」が好評を博しました。また、北海道産原料を使用し本体価格100円のお値打ち価格で展開する当社No.1スイーツの「ダブルクリームシュー」では、人気のファストフード食材と同じ原料を用いて8月に「マンゴーシュークリーム」、9月に「クラウンメロンシュー」を発売しました。また、11月には「珈琲シュークリーム」を発売しいずれもお値打ち価格で訴求し好調な売れ行きとなりました。加えて、人気のチーズケーキ専門店とのコラボ商品を第5弾まで発売し、リアル店舗での好調な実績を踏まえてEコマースでも9月より同じ専門店のクリスマスケーキ取り扱いを開始したことにより、リアルとデジタル両方でお客さまに高くご支持いただきました。これらにより、スイーツの売上は前年同期を上回りました。

価格訴求の定着に向けた取り組みでは、菓子パンで6月の「ずっとデニッシュ（りんご）」、7月の「毎日食べたいカレーパン」を皮切りに本体価格100円の商品をシリーズとして計12品を展開しました。通常売場での展開に加え、前期に設備投資したジャンブル什器での陳列手法の習熟が進み、お客さまの認知が拡大したことが菓子パンの売上を押し上げました。おにぎりでは、7月より投入した「いつも本体価格98円シリーズ」が定着し売場の活性化が進んだことにより、定番商品を含めたおにぎり全体でお客さまのご支持が拡大しました。また、お手頃価格の商品のリニューアルを継続して行い、商品価値の向上を進めたことにより当第4四半期連結会計期間におけるおにぎりの売上は前年同期を上回りました。お客さまのご来店動機につながる品揃えの充実では、先行投資によりたばこの什器の増設を5月に完了し、6月以降は販促の充実と品揃え拡充および品切れの防止に取り組みました。これらの取り組みが下半期にかけて効果を積み上げ、当連結会計年度の客数は前年同期を上回りました。

生鮮食品と“暮らしの品”の拡大では、フラッグシップ店舗で成果を上げた農産・日配品の売場づくり成功カセットの水平展開を加盟店とともに推し進め、新たなお客さまの獲得につながりました。9月よりイオングループの商流を活用し関東エリアから農産の供給体制刷新とともに容量再設計、鮮度向上に取り組んだほか、日配品の品揃え拡充を推し進めました。農産では、バナナ部門でプライベートブランドNo.1の販売実績があり、甘さひかえめでやわらか食感の「ベストプライスバナナ」を、5月より東京・千葉・埼玉で販売開始し12月には関東全域へと拡大したことにより売上を押し上げました。引き続き、農産・日配品をはじめとした普段使いの品揃え拡充と品切れの防止に取り組み、ワンストップショッピング・ショートタイムショッピングの実現に取り組んでまいります。

暮らしの品の拡大と価格訴求では、物価上昇によるお客さまの節約志向にお応えするべく、イオングループの独自価値商品であるトップバリュのさらなる活用を進めております。手軽に食事の準備が整う“時短調理”といった便利さの価値を訴求するパウチ総菜や冷凍食品では、計画的な売場づくりと品揃えの拡充を進めたことで、「チーズインハンバーグ（デミグラスソース）」や「豚バラ生姜焼き」、「がつ飯」シリーズの「な、なんと大きなナポリタン&ミラノ風ドリア、ハンバーグのせ」といった商品がイオングループ企業で1位の販売実績となりデイリーや冷凍食品の米飯の売上を押し上げました。また飲料では、記録的な猛暑や残暑へ対応するため売場変更のタイミングを気温に応じた時期に変更し、お手頃価格のトップバリュ商品のお茶や水の売場づくりをお客さまの購買行動に基づき再設計したことにより、売上を押し上げました。加えて、菓子・加工食品では、10月に「トキメクおやつ部」シリーズを発売しM・Z世代のお客さまに向けた品揃えを拡大しご支持いただいたほか、11月にはラーメンで「トップバリュ」50周年の記念商品である「トップバリュ ジェーカップシリーズ」を2品発売し好評を博したことにより菓子・加工食品の売上を押し上げました。引き続きイオングループの独自価値あるトップバリュ商品の活用を拡大し価格と価値の両面からお客さまに訴求してまいります。

5月に改装開店したNewコンボストアモデル第2フェーズのフラッグシップ店舗では、「ファストフード」「コンビニエント」両方の提供価値の進化に取り組むとともに、リアル店舗とデジタルサービスをインターフェースとなるミニストップアプリで融合するOMO（Online Merges with Offline、オンラインとオフラインの融合）活用を推し進め、多くのお客さまにご支持いただいているほか、創出した成功カセットの既存店への水平展開が成果につながりました。ラボ店舗としてフラッグシップ店舗が創出した成功カセットは2025年2月末時点で80カセットと、商品・オペレーション両面での積み上げが進んでおります。成功カセットの取り組みは、フラッグシップ店舗においてワンストップ、ショートタイムショッピングの実現から新たなお客さまのご支持につながっており、当第4四半期連結会計期間における日販の前年比は平日で140%、週末で180%超と大きく伸長しました。「ファストフード」では、主食の核商品「ホットドッグ」を5月の開店当初から発売し商品価値訴求やオペレーションを磨き上げて9月の全国発売を実現しました。また、ファストフード専門店事業のドリンクスイーツをミニストップ店舗事業でも展開できる商品仕様とオペレーションに仕上げ、既存店への水平展開に向け先鞭をつけました。当社が目指すファストフードの世界観をお伝えする商品価値訴求とご注文体制の刷新では、デジタルサイネージを活用し時間帯に応じた動画での告知と音声連動での価値訴求を磨き上げたほか、セルフレジやモバイルオーダーを活用しカスタマージャーニーに沿って気軽にファストフードをご注文いただける設計を確立しました。「コンビニエント」では、生鮮食品や“暮らしの品”の拡充に取り組み新たなお客さまの支持を獲得したほか、容量や鮮度、仕様を再設計した商品の供給体制を既存店にも拡大し成果につながりました。また、イオングループで売れ筋の米飯やサラダ、おかずの拡充に取り組みしました。米飯では「トップバリュ鶏照焼き重」や「トップバリュ10品目のサーモン西京焼弁当」、サラダや総菜では「18品目のコブサラダ」「れんこん金平」といった商品が好評を博し当第4四半期連結会計期間における常温弁当の売上は230%超、サラダでは340%超、おかずでは2,500%超と大きく伸長しました。イオングループの独自価値商品であるトップバリュの品揃えは構成比30%まで拡大し売場づくり成功カセットの水平展開に取り組みしました。OMO活用では、インターフェースとなるミニストップアプリについて、プレミアム会員制度がお客さま来店頻度を引き上げ、ロイヤルカスタマー創出の成果につながっているため、活性化・新店開店時に毎日来ていただけるお客さまのご来店促進の取り組みとして水平展開しております。Eコマースでは、オンライン専用商品の店頭取り扱いとコラボ企画の情報発信拠点としての活用が進み、リアル店舗の強みをデジタルでも生かすといった成功パターンの確立が進みました。第2フェーズフラッグシップ店舗の実績と水平展開した成功カセットの成果を踏まえ、今後の新店および既存店活性化はすべてNewコンボストアモデルとすることを方針とし、フラッグシップ店舗の成功の核を既存店に全面展開する次のフェーズへの準備を進めております。

お客さま第一のマインドセットを醸成する「心装」を柱に、Newコンボストアモデルの成功カセットを導入する既存店活性化は、下半期より構造改革へ経営資源を集中するにあたり実施店舗を厳選し2025年2月末時点で61店舗にて実施しました。2023年度の活性化店舗と合わせ計230店となり、全エリアでハード面での改装をきっかけとした計画的な「心装」が進み、店舗経営者から従業員まで巻き込んで地域のお客さまを新たにお迎えする取り組みの組織的学習が進みました。また、競争店対策としてのMD政策立案と実行に加え、売上から荒利、経費まで全方位的に分析する“レントゲン”と“処方箋”からなる店舗カルテの活用につなげています。これらにより、2024年度活性化店舗の1店1日当たり売上高の前年同期比は103.8%と全社実績を上回りました。引き続き、個店競争力を高めるNewコンボストアモデルの既存店活性化を推進してまいります。

構造改革の重点施策として経営資源を集中する経営指導体制/本部改革は、手元に残る事業利益を重視する発想および設計への転換に向け、人財採用や教育といったマネジメントシステム改革をベースに、直営店経営モデルの再生および本質的な経営指導の転換に並行して取り組んでおります。直営店は2025年2月末時点で271店舗と前年同期より84店舗増となりました。上半期に課題となった直営店の増加に対応する店舗運営人財の充足では、下半期にかけて時間給スタッフの採用プロセス改善を推し進めたことにより採用が計画通り進み、中間期末と比較して当第4四半期連結会計期間末の人時充足率は7%改善しました。また、基礎教育を重視する教育体系再設計に取り組み、資格要件を満たす店舗責任者の充足が進んだことにより同期間における有資格者の配属は64店舗改善しました。

直営店で成功モデルを確立し加盟店へと水平展開する経営改善ツールの活用では、販売実績とAIによる客数予測を活用し合理的に利益を上げる「手順書発注」を直営店168店舗で開始し、完全作業を前提に売上総利益の改善を実証しました。加えて、適切な手順に基づく値下げ作業の実施を「手順書発注」と組み合わせることで拡大し利益を上げる発注の実現と商品廃棄の削減が両軸で進んだことにより同期間における直営店の売上荒利益高の昨年は3%超改善しました。また、ワークスケジュールおよび製造計画の活用が進んだほか、店長ワークスケジュールを活用した店舗責任者の付加価値業務の仕分けが進みました。上半期を中心に不足人時の応急的な充足により人件費が増加しましたが、これらの取り組みと外部人材活用ルールの再設計により同期間における外部人材活用コストは1店あたり40%超減少しました。これら経営改善ツール活用の成功モデル確立が直営店で進み成果を実証しており、引き続き、店頭実現100%および効率的な複数店舗管理の実現に向け、パートナーシップ契約店舗から加盟店への水平展開を進めてまいります。

加盟店との新たな関係を築き、共に成長を目指すパートナーシップ契約店舗は2025年2月時点で前年同期より215店舗増の884店舗と、期首計画に先行し全加盟店の半数を超えて移行を進めました。未着手領域への踏み込みをはじめとした経営指導の質的転換と加盟店経営者一人一人と向き合う体制への転換に向け、6月には充実した経営指導のためのプロセス改革を進め、会議体を集約し52週MDの適切な情報発信を踏まえた営業現場での着実な経営指導の実行に焦点を当て、管理職とストアアドバイザーがともに加盟店の経営課題解決に取り組む時間を増やしました。9月にはあるべき経営指導体制確立に向けたプロジェクトを組成し全社横断での討議と制度化につなげました。また共に繁栄する事業の共同体として一加盟店ごとの経営指導方針確立と、売上から経費まで経営状態の全方位的な“レントゲン”と“処方箋”からなる店舗カルテを両軸に、加盟店と合意した経営目標数値と適切な“レントゲン”から導いた問題解決の枠組みに沿った改善活動を推し進めました。また“店頭実現100%”に向け経営改善ツールの活用を軸となるワークスケジュールから推進したほか、全店に導入したマネジメントタブレットを活用したダイレクトコミュニケーションでは、52週MDのテーマに合わせた動画コンテンツや売場づくり情報を充実させ具体的な行動につながるタイムリーな情報発信に取り組みました。これらにより、中間期と比較して下半期におけるパートナーシップ契約店舗1店1日当たり売上高の前年比が改善するとともに事業経費の増加率が低減しました。引き続き、共に繁栄する事業の共同体として加盟店と本部の役割分担のもと、手元に残る事業利益を重視する発想への切り替えをベースに、お客さまニーズにお応えする売場づくりと効率的な店舗経営の実現に向け、構造改革を完遂してまいります。

デリバリーサービスは、2025年2月末時点で1,174店舗にて展開し拠点収益力向上の取り組みとお客さまの利便性向上に取り組みました。売上拡大に向けた販売促進では、お客さまのご利用頻度と買上点数向上を目的に、人気商品のセールや送料無料のキャンペーンを展開したほか、売れ筋商品の価格訴求、人気アニメとのコラボ企画に取り組むなど、費用対効果を明確にした販促を展開しました。また、業務効率化として受注システムを統合しスムーズな受付とピッキング対応を実現しました。お客さま利便性の向上では、一部デリバリーサービスの24時間受付対応を2025年2月末時点で約800店規模まで拡大したほか、デリバリーで需要の高い即食の米飯をはじめとした日配品、大容量の飲料から高付加価値のデリバリー専用商品まで品揃えを約1,100SKUまで拡充しました。これらによりデリバリーサービスの事業利益は前年同期比135%超伸長しました。引き続き高まるQコマースへのお客さまニーズにお応えしスムーズで確実な注文対応と品切れの防止に向け、デリバリーサービスキャリアとの協働に加え、在庫管理の精緻化とオペレーションを軸とした経営指導に取り組んでまいります。

Eコマースでは、整備が進んだ販売チャネルと冷凍を含む物流インフラを活用した売上拡大に取り組んだほか、リアル店舗での実績や催事に連動したオリジナル商品や企画の展開、イオングループEコマースとの相互送客を推し進めました。6月には母店となる「MINISTOP Online（ミニストップオンライン）」および大手ECモールで酒類の取り扱いを開始したほか、7月にはお手頃価格の飲料を取り揃えた専門店を開設し利便性向上と記録的猛暑のなか高まる飲料への需要にも対応しました。リアル店舗での実績に連動した取り組みでは、9月より人気のチーズケーキ専門店とのコラボ商品をクリスマスケーキとして展開しました。高単価で店頭では品揃えの難しいこだわりの商品を、協業先とともにミニストップファンに向けて丁寧な情報発信とともに訴求したことにより多くのお客さまからご支持いただき、Eコマースでの再現性ある成功パターンを確立しました。また相互送客では、イオングループのネットスーパー「Green Beans」へのミニストップオリジナル商品の展開のほか、お得なクーポンによるネットスーパーからリアル店舗への誘導に取り組みました。新たなミニストップファンの創出に向けたマインドシェアの拡大を推し進め、Eコマースの売上高は前年同期より290%超伸長しました。引き続き、店頭実績と連動したミニストップオリジナルの核商品開発とコラボ企画の展開、イオングループEコマース連動の深耕とグループ決済手段の活用を推し進め、お客さまの購買体験を変え利便性を実現するとともに事業利益創出に取り組んでまいります。

OMOのインターフェースとなるミニストップアプリは、2025年2月末時点でダウンロード数が259万件を超え、会員売上高は前年同期比140%超伸長しました。会員基盤の拡大に向けた取り組みでは、5月にモバイルオーダー機能の活用でソフトクリームがお得になるキャンペーンを店頭販促の充実とともに実施したほか、7月には大型TV企画と連動したクーポン発行によりダウンロード数が伸長しました。また1To1マーケティングでは、お客さまの属性やアプリの利用頻度、購入商品に応じて購入頻度の高い商品のクーポン配信ならびにプッシュ通知での販売促進に取り組みました。お客さま利便性の向上をはじめとしたインターフェースの進化では、7月にイオングループのコード決済サービスであるAEON Pay（イオンペイ）を実装、10月より1日1回抽選でお得なクーポンが当たる「MINIくじ」を開始したほか1月にはアプリ内体験型店舗運営シミュレーションゲーム「マイ・ミニストップ」を開始し施策の積み上げによるお客さま利用頻度の向上に取り組みました。引き続き、リアル店舗とデジタルをつなぐインターフェースとして、会員基盤の拡大と利用促進を中心に取り組み、ロイヤルカスタマーの創出につなげてまいります。

安定した事業利益を創出している職域事業では、オフィスなどの施設内に設置する無人コンビニ「MINISTOP POCKET（ミニストップ・ポケット）」をはじめ関連サービスを含む拠点数が2025年2月末時点で1,700拠点と前年同時期と比べて120%超拡大しました。近畿圏への拠点拡大を進めたほか、病院などの新ロケーションである半職域マーケットでは、AIを活用した無人店舗やレジレスのウォークスルー型店舗を展開しお客さま利便性の向上と新たな購買体験を実現しました。また、協業先の拠点展開を補完する新サービスとして、オフィスの食事需要にお応えする商品供給サービスを2月に開始し更なるマーケットシェアの拡大に取り組みました。加えて、各拠点の売れ筋商品の把握をはじめとした在庫管理システムの稼働を推し進め品切れの防止に取り組んだことにより、1拠点当たりの売上高は前年同期を110%超上回りました。また、ミニストップ店舗へ高付加価値商品の供給を行うクラウドキッチンの展開を提携先とともに推し進めました。引き続きスピーディーな拠点拡大と各拠点の運営レベル向上、OMOで融合したミニストップ店舗事業とのシナジー創出に取り組んでまいります。

政策を着実に遂行し成果を創出するマネジメントシステム改革は、採用や教育といった人財対策を中心に取り組んでおります。直営店舗の増加に対し時間給スタッフの採用プロセス改善に取り組み、下半期にかけて直営店の人時充足状況が改善するとともに、応急的な外部人財活用コストの削減が進みました。12月には店舗の実務教育部門とキャリア教育部門を統合した新たな教育組織を組成し店舗責任者やS Iの育成から本部人材育成、加盟店支援教育へもつながる教育体系の再設計を推し進めました。引き続き、バリューチェーンの再設計および加盟店と本部で共通する人財課題の解決に向け、未着手領域の加盟店支援を含めた制度設計を推し進めてまいります。

パーパス経営の実践に向け、イオングループ未来ビジョンおよびミニストップのミッションをもとに、事業の成長が社会課題の解決に直結するよう事業活動を推進しております。パーパス経営の象徴としてソフトクリームのブランディングを推進し、従来の「おいしさ」の価値軸に、「環境にやさしい」「からだにやさしい」「地域とのつながり」「社会貢献」といった新たな価値創造を目的とした「ソフトクリーム委員会」を3月に立ち上げ、“ナラティブ”と“ブランドストーリー”を作成しました。ソフトクリームの歴史と新たな開発に挑戦していくことを誓った“ナラティブ”は、パーパス浸透の為に2024年度下半期より社内で開催しているミッション座談会において共有し、当社のミッションに込めた想いとともに浸透を進めています。お客さまをはじめとしたステークホルダーへの感謝と、毎日食べていただけるよう環境やからだにもやさしいソフトクリームをご提供し続けることを表現した“ブランドストーリー”は、今後幅広いステークホルダーへの発信を進めてまいります。

従業員一人ひとりを事業活動の源泉と捉え、2024年度下半期より開催しているミッション座談会では、ミッション浸透に取り組む意義、イオン基本理念、未来ビジョンの共有、ミニストップの歴史の振り返りなどを行い、参加者全員でのグループワークにおいて、各自の想いや取り組みを共有しております。部長・室長が主催する座談会では、同じ職場で働く意義や共通認識、新たな課題を発見する場となり、全国36チーム延べ366名の従業員が参加しました。また、役員と従業員との座談会では、現場の課題や政策方針について忌憚のない意見交換を行っており、2024年度は店舗と関わりが深い、加盟店と共に価値を作り出してゆく営業部門22チームから開始しました。2025年度はさらに商品部門・スタッフ部門を対象として開催する計画です。これらの座談会を通して従業員の夢や成し得たいことと企業理念を結びつけ、理念の実現に向けた行動に繋げるとともに、ソフトクリームのブランディングを推進することで、よりサステナブルな企業経営を実践してまいります。

気候変動対応として、当社が算定した範囲内におけるCO2排出量の86.3%を占める、店舗の電力使用量を削減することに注力しております。2030年までに店舗で排出するCO2を2013年比50%削減するという目標のもと、一部地域の使用電力源を再生可能エネルギーに切り替えるとともに、電力使用量の削減に向け店内外の照明のLED化、節電機器の設置等に取り組み、目標を前倒して達成いたしました。今後は「2040年ネットゼロ(CO2排出量が実質ゼロ)」を目指し、電力調達方法の変更や省エネ機器類の計画的入れ替えを進めることでさらなる削減に取り組んでまいります。

資源循環の促進として、2025年までに2015年比50%削減するという目標のもと食品ロス削減に取り組んでおりますが、目標設定時と現時点において、食品リサイクルの実施状況に差異が発生しております。店舗においては値下げ販売による「発生抑制(リデュース)」を9割の店舗で進めており、値下げ販売手順の完全作業による効率的な販売体制の構築に向け、加盟店との協働で一層の食品ロス削減を実現するためのツールの整備を推し進めてまいります。なお、より実効性の高い取り組みを行うために目標達成年度を2030年に変更いたしております。また、2024年度はお客さまとともに食品ロス削減に取り組みました。毎年10月に全店で実施しております「てまえどり」は年間を通した告知を行いました。さらに、家庭から出る食品ロス削減のために、イオングループが推進しているフードドライブに219店舗が参加し、お客さまのご協力のもと未利用食品をフードバンクや子ども食堂に寄贈しました。引き続き食品ロス50%削減を達成するために発生抑制に注力し、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを行ってまいります。

プラスチック使用量削減の取り組みでは、アイスコーヒーについて、全店で紙製カップとストローレスの蓋への切り替えをすることで脱プラスチック化を進めました。これにより全店切り替え後から2025年2月末までのプラスチック削減量は約6割となりました。2030年までに使い捨てプラスチック利用量を2018年度比で半減とする削減目標を前倒しで達成しており、売上伸長といった使用量増加要因に対しても引き続き現在の目標達成水準を保つべく、さらなる削減の取り組みを進めてまいります。また、一部のファストフードのパフェ商品において、容器の紙化実験を実施するとともに手作り弁当容器の重量を18.5%削減するなど軽量化を進めました。今後も、ファストフード商品を中心に、使用素材の紙への変更および容器の軽量化を進め脱プラスチック化の拡大を図るとともに全ての使い捨てプラスチックを環境配慮型素材へ変更することを推し進めてまいります。

地域とのつながりの取り組みとしては、小中学生向け職場体験学習「チャイルドインターンシップ」を2005年より実施しています。未来を担う子どもたちに向けて、“私たちは、「おいしさ」と「便利さ」で、笑顔あふれる社会を実現します。”というミニストップのミッションを学んでいただくとともに、今期は環境や健康といった新たな価値を訴求するソフトクリームから環境問題を捉えていただくようプログラムを改訂し、今期累計で67校269人の生徒の皆さまにご参加いただきました。フラッグシップ店舗においては、地域の催事と連携してソフトクリーム加工を中心とした職業体験会を実施し、多くの地域のお子さまに体験していただきました。小学校に花の苗を届ける花の輪運動募金は通年で実施し、本年度は400校の小学校に花の苗を贈呈しました。1991年の開始時から、延べ17,534校、合計で約463万5千株の寄贈となります。また、加盟店を中心に近隣の福祉施設等でボランティアを行う活動では、2016年より延べ1,642施設において、イベントのお手伝いや清掃活動などを通じて地域との親交を深めております。グループをあげての募金活動においては、イオン ユニセフセーフウォーターキャンペーン募金、24時間テレビ47募金、令和6年能登豪雨災害支援募金（福井県店舗のみ）、首里城支援募金、全国こども食堂応援募金の5件の募金活動をイオンとともに取り組みました。「福祉」「環境」「災害復興」の3つの分野の支援活動に活用するために、お客さまのご協力のもと総額で9,005,915円を寄付いたしました。

ミニストップで働く一人ひとりに対して、その個性と能力を十分に発揮できるよう、性別や雇用形態に関わらず、多様な人材が活躍し全員が働きやすい職場環境づくりに取り組んでいます。まず女性活躍推進においては、将来の管理職計画に女性管理職の配置を織り込み、そこからバックキャストして候補者の計画的な育成を進めております。管理職候補者のうち9名をイオンの女性活躍プログラムへ参加させキャリアアップを目指す意識を醸成し、また多様な人材の活躍推進として、店舗で働くパート・アルバイト17名を店長（契約制社員）へと積極的に登用しました。登用された契約制社員へはマニュアル検定さらにMS P（ミニストップステップアッププログラム）に参加することにより着実に店長業務を習得できる体制を整えています。雇用形態にとらわれず、当社で働く一人ひとりがその能力や意欲に応じて活躍できる体制へと刷新してまいります。さらに障がいを持ちながら働くことを希望される方を4名新規採用し、雇用率は2.53%となりました。入社後は障がいを持つ方と人事部との丁寧な面談を継続的に実施することで、長く働き続けられる職場環境を目指してまいります。

生産性と従業員満足の上昇を目的として、本年度より人事制度においてLコース（地域選択制度）を新設し、従業員の約20%が新コースを選択しています。引き続き従業員一人ひとりが安心して働くことのできる労働環境を整えてまいります。

ミニストップをご利用されるすべてのお客さまに安心してご利用いただき、ミニストップに関わるすべての人々が安全・安心に働くことが出来る環境づくりのため、イオンの人権基本方針に則り、すべての人々の人権が尊重される社会の実現を目指す“人権デュー・デリジェンス委員会”を2024年度に発足させました。また、2月にはカスタマーハラスメントに対応する店内の掲示を実施いたしました。お客さまに安心してご利用いただけるお買い物環境の提供と、一人ひとりの人権、多様性を尊重し、事業に関わる全ての人が活躍できる環境整備を進め、笑顔あふれる社会の実現につなげてまいります。

ネットワークサービス株式会社は、国内店舗向けの共同配送事業を展開しており、定温センター13ヶ所、常温センター6ヶ所、冷凍センター10ヶ所を運営しております。配送ルート数および1ルートあたりの走行距離の適正化のほか、冷凍商品の納品形態変更を拡大し、コスト削減とともにCO2排出量削減による環境負荷の低減に取り組んでいます。また、2024年4月から自動車運転業務の時間外労働時間上限が制限されるのに際し、ドライバーの働き方改革および配送効率改善への対応を推し進めました。常温品・冷凍品を定温便に混載することによる車両積載率の改善のほか、店舗納品ルールを統一することで配送員の拘束時間を削減しました。引き続き、物流効率改善の取り組みを推進してまいります。

店舗開発は10店舗を出店、18店舗を閉店し当連結会計年度末店舗数は1,848店舗となりました。構造改革へ経営資源を集中するなか、エリア戦略に基づき収益性を重視して厳選した出店を引き続き進めてまいります。

以上の結果、当連結会計年度における国内事業の営業総収入は779億80百万円（前期比110.2%）、営業損失は23億98百万円（前期実績 営業損失 1億96百万円）となりました。

[海外事業]

当連結会計年度において、ベトナムでは2024年の実質GDP成長率（推計値）が前年同期比7.09%と政府目標を達成し、第4四半期（10～12月）には前年同期比7.55%と伸び率が加速しました。製造業の復調に加え、政府による付加価値税（VAT）減税の効果もあり、飲食・観光等サービス業の売上高（推計値）は前年比12.9%増となったほか、小売業では前年比8.3%増となりました。

このような環境の中、ベトナムのMINISTOP VIETNAM COMPANY LIMITEDは、直営多店舗化事業として根幹となるMDプロセスの再設計を中心に親会社役員の関与を強め取り組んでいます。ホーチミン市のドミナント確立に向け32店舗を新規出店し2025年2月末時点の店舗数は182店舗、チェーン全店売上高は前年同期比114.4%となりました。また、お客さまニーズに対応し飲料や冷凍食品の売場を拡大する既存店改装を4店舗で実施したほか、高付加価値のフルーツドリンクの世界観を訴求するためのドリンクカウンターを設置する改装を47店舗で実施しました。カウンター設置店舗は累計86店舗となり、商品価値訴求に取り組んだことでフルーツドリンクの実績は、前年同期と比較して160.8%伸長しました。

ベトナムの消費動向の変化にスピーディーに対応するとともに、競争店となる小型スーパーや伝統的な市場に対し価格優位性を確保するための価格設計を進めました。カテゴリーマネジメントに沿って売場の役割を再定義し購買頻度の高い飲料の天然水や袋麺、紙製品といったカテゴリーに厳選した価格訴求を進めるとともに、対象商品の一つ買うと交換商品の一つ無料でもらえる「Buy1Get1」の販促施策を断続的に実施し、お客さま支持が拡大しました。また、スナックでは価値型商品の品揃えを拡充し売場を拡大して酒類との関連購買を誘引したほか、雑貨では市場が成長しているヘアケアをはじめとした品揃えを充実させたことにより実績が伸長し、売場づくりの成功モデルとして実証が進んだことを踏まえて既存店への水平展開を推し進めました。高付加価値のファストフード商品では、店内で加工するフルーツドリンクについて、抽出後ケースに陳列するオペレーションに変更したことによりお客さまの認知度が向上し、販売を押し上げました。また、全店拡大を進めた主食カテゴリーのベーカリーでは、お客さまにご注文いただいた後、店内で焼き上げるとともに、「クロワッサンチョコ」や「韓国パン」といった商品をデリケースで一段展開して訴求し好評を博しました。加えて、イオングループのデリカ商品をベンチマークレンジ麺といった即食を展開したほか、「チョコパン」をはじめとした付加価値型の韓国スイーツを発売し売上を押し上げました。

個店モデルの確立では、人件費、廃棄ロスを中心にコスト構造の再設計に取り組みました。店内作業の精査と削減を進めたうえで、ワークスケジュールの再設計と勤務実態の合致に取り組み、当連結会計年度末の全店平均人時は中間期末比94%と削減が進みました。また、廃棄を差し引いたGP率をKPIとして設定し販売上位商品の品揃え拡充や廃棄実績の個店別進捗管理を進めたことにより、当連結会計年度末の廃棄額を中間期末と比較して25%削減、ロス額を中間期末と比較して61%削減しました。引き続き、利益を上げるための発注や売場づくり、作業システム改革に取り組んでまいります。

業績改善に向けた取り組みが進む一方、10月に新たに移転した物流センターでトラブルが発生し商品供給に遅れや不足が生じ、既存店日販に影響を受けました。再発防止に努めるとともに、引き続き、ベトナム事業の再成長に向けたMD政策の確立と成功モデルの水平展開を推し進めてまいります。

直営多店舗化を実現する後方支援体制の構築では、1人の店舗責任者が複数店舗を管理するS I 制の導入をワークスケジュールの活用並びに業務効率化、S I 本人とS I 店舗のスタッフを含めた教育制度の再設計とともに推し進めました。また、お客さまの視点であるべき売場づくりやサービスの提供ができているかを総合点検する店舗サポート体制を引き続き運用したことにより、店舗レベルの継続的な改善が進みました。引き続きS I 店舗拡大を作業システム改革とともに推進してまいります。

以上の結果、当連結会計年度における海外事業の営業総収入は94億95百万円（前期比114.4%）、営業損失は10億88百万円（前期実績 営業損失 4億13百万円）となりました。

(2) 当期の財政状態の概況

流動資産は、前連結会計年度末と比べて12億11百万円増加し522億42百万円となりました。これは主に現金及び預金が23億13百万円、未収入金が17億49百万円増加し、償還により有価証券が21億98百万円減少したことによります。

固定資産は、前連結会計年度末と比べて44億25百万円減少し224億44百万円となりました。これは主にソフトウェアが減損により32億63百万円、投資有価証券が8億6百万円、差入保証金が7億60百万円減少し、有形固定資産が3億68百万円増加したことによります。

流動負債は、前連結会計年度末と比べて46億86百万円増加し356億91百万円となりました。これは主に預り金が47億40百万円増加したことによります。

固定負債は、前連結会計年度末と比べて0百万円減少し62億13百万円となりました。これは主に長期預り保証金が1億39百万円減少し、リース債務が1億18百万円増加したことによります。

純資産は、前連結会計年度末と比べて78億99百万円減少し327億81百万円となりました。これは主に親会社株主に帰属する当期純損失を67億74百万円、非支配株主に帰属する当期純損失を8億8百万円計上し、配当金の支払として5億80百万円があったことによります。

(3) 当期のキャッシュ・フローの概況

当連結会計年度末における現金及び現金同等物の期末残高は6億70百万円増加し、230億86百万円となりました。

営業活動によるキャッシュ・フローは、前連結会計年度末と比べて13億53百万円収入が増加し、19億39百万円の収入となりました。これは主に税金等調整前当期純損失74億4百万円の計上に加え、増加要因として減損損失44億96百万円、減価償却費30億73百万円、預り金の増加で47億33百万円、また減少要因として未収入金の増加で17億93百万円等があったことによります。

投資活動によるキャッシュ・フローは、前連結会計年度末と比べて72億88百万円支出が減少し4億92百万円の支出となりました。これは主に増加要因として有価証券の償還による収入30億円、また減少要因として有形固定資産の取得による支出30億26百万円、無形固定資産の取得による支出15億20百万円によります。

財務活動によるキャッシュ・フローは、前連結会計年度末と比べて10百万円支出が増加し8億6百万円の支出となりました。これは主にリース債務の返済による支出1億51百万円、配当金の支払額5億80百万円があったことによります。

(参考) キャッシュ・フロー関連指標の推移

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期
自己資本比率 (%)	29.9	24.3	51.3	50.9	43.5
時価ベースの自己資本比率 (%)	36.7	35.5	50.9	58.4	64.1
キャッシュ・フロー対有利子負債比率 (%)	74.2	△272.9	△83.8	65.1	16.6
インタレスト・カバレッジ・レシオ (倍)	103.0	△28.9	△88.3	47.4	68.2

(注) ・自己資本比率：自己資本／総資産

・時価ベースの自己資本比率：株式時価総額／総資産

・キャッシュ・フロー対有利子負債比率：有利子負債／営業活動キャッシュ・フロー

・インタレスト・カバレッジ・レシオ：営業活動キャッシュ・フロー／利払い

(注1) 各指標はいずれも連結ベースの財務数値により算出しております。

(注2) 株式時価総額は自己株式を除く発行済株式数をベースに計算しております。

(注3) 営業活動キャッシュ・フローは、連結キャッシュ・フロー計算書の営業活動によるキャッシュ・フローを使用しております。

(注4) 有利子負債は連結貸借対照表に計上されている負債のうち利子を支払っているすべての負債を対象としております。

(4) 今後の見通し

日本国内では、雇用・所得環境の改善が進むなか、政府の経済・財政政策により賃金と物価上昇の好循環が進み、実質賃金の上昇による緩やかな物価上昇が個人消費を下支えし景気は緩やかな回復が期待されます。一方で、米国をはじめとした海外の通商政策および経済情勢の変化による影響を受けることに加え、いっそう高まる地政学的リスクに起因する原材料価格の高騰、サプライチェーンの不安定化、人件費の高騰による収益悪化が懸念されております。

また、海外事業を展開しているベトナムでは、2025年の社会・経済発展計画においてGDP成長率目標を8%に引き上げ、貿易や国内消費の回復が進むなか公共投資の拡大とともに経済成長が一段と加速することが期待されます。一方で、不安定な国際情勢により製造業をはじめ外需に敏感な産業が影響を受け、景気が不安定化する可能性があります。

このような見通しの下、当社グループは、企業価値向上と持続的成長を実現するため、ビジネスモデル転換に伴い手元に残る事業利益を重視する発想への転換を土台に、構造改革の断行と戦略的成長を推し進めます。国内事業では、構造改革の完遂に向け取り組みを加速するとともに、芽の出ている施策に厳選した成長戦略を推進します。海外事業では、カテゴリーマネジメントに基づくMD政策の再設計と成長経済下で収益を上げる個店モデルの確立に取り組み、直営多店舗化事業として出店拡大を推し進めます。

国内事業では、構造改革について加盟店経営者一人一人と向き合う経営指導方針と、店舗カルテでの売上・荒利・経費の全方位的な“レントゲン”から決定し加盟店と合意した“処方箋”の実行を両軸とする経営指導改革を推し進めます。確立した経営指導方針に基づく複数店舗経営を推進し計画的な直営店稼働を実現します。また、店舗カルテの処方箋の実行にあたっては、直営店で成功モデルを確立した経営改善5ツールの運用をパートナーシップ契約店舗、フランチャイズ契約店舗へと水平展開し成果創出に取り組みます。ワークスケジュールおよび作業手順書をベースにモデルと実態人時の合致から人時コントロールを推し進めるほか、店長ワークスケジュールの活用を進め、効率的な複数店舗管理を実現します。また、手元に残る事業利益を重視すべく実証した手順書発注の拡大をAIの活用とともに推し進めます。加えて、本部のMD設計も手元に残る事業利益を上げるためのより綿密な設計へと転換しカテゴリーごとに蓋然性ある商品計画の実行に向けた商品構造改革を推し進めます。並行して、これら経営指導改革と商品構造改革の土台となるバリューチェーンの再設計と人財対策をはじめとしたマネジメントシステム改革に取り組みます。加盟店と本部が共通の人財課題を持つことを踏まえ、人財供給体制と教育体系をベースに人財プールを構築し人財育成と加盟店支援を計画的に進めてまいります。店舗責任者やS Iの育成から加盟店派遣支援の体制を作り上げるほか、小売りの基礎教育を重視したうえでキャリア教育体系を整え本部人財の育成に取り組みます。また経営改善5ツールの運用においても、本部が人財育成と加盟店教育支援を実施するとともに作業システム改革を推し進め、“店頭実現100%”に向け生産性の向上と外部人材活用コスト低減を実現します。

成長戦略では、New コンボストアモデルの確立を引き続き推し進めます。「ファストフード」と「コンビニエント」両方の提供価値の進化にリアル店舗とデジタルを融合するOMO活用を推進することに加え、New コンボストアモデル第2フェーズの核となる成功要素をレガシーである既存店に全面展開する第3フェーズへの移行を進めます。2025年度は全ての新店と既存店活性化をNew コンボストアモデルとして推し進め、特に第3フェーズの既存店活性化は既存レガシーを最大限活用すべく、最も店舗数構成比の高い坪面積の店舗に第2フェーズの核となる成功カセットを全面移植するとともに、2023年度より活性化の柱として取り組んでいる「心装」と合わせて、利益を上げることを重視した設計と実行を推し進めます。また2024年度大きな成果を実証した第2フェーズのフラッグシップ店舗は、引き続きラボ店舗として成功カセット創出に取り組むほか、収益性向上に力点を置いたプロトタイプの新店出店に取り組みます。フラッグシップ、プロトタイプ店舗ともに立地別のモデル店舗確立とNew コンボストアを運営する人財の育成拠点として活用してまいります。

事業確立と機能化に取り組む新事業は、実証した成果をもとに投資を厳選して推し進めます。Eコマースでは、事業黒字化を目指してリアル店舗、イオングループとの連動を推し進め、店頭実績と連動したミニストップオリジナルの核商品開発とコラボ企画、ミニストップファン創出に向けたイオングループEコマースとの相互送客に取り組みます。デリバリーサービスでは、拠点収益力とお客さま利便性の向上に取り組みます。デリバリーという新たな販路で売れる専用商品の新規投入のほか、在庫管理システムの連動と経営指導による品切れ防止、品揃えの拡大を推し進めます。インターフェースとなるアプリでは、ロイヤルカスタマーの創出に向けた会員基盤の拡大とインターフェースとしての機能改善を推し進め、リアル店舗とデジタルの融合による便利さを実現します。新事業の柱となる職域事業では、新たな協業先と連動した拠点拡大をスピーディーに進めるとともに、各拠点の収益改善に向けた品揃えの充実や在庫管理、生産への連携に取り組み、オフィスや半職域領域におけるマーケットシェア獲得を推し進めます。加えて、クラウドキッチンやダークストアの拡大と既存ミニストップ店舗への商品供給拡大を推し進めます。またファストフード専門店事業では、イオングループ拠点への小型ユニット出店をはじめとした直営店舗の再拡大に取り組むとともに、第2フェーズのフラッグシップ店舗で実証したオリジナルドリンクスイーツ「MINISOF Drinks」をミニストップ店舗事業にも水平展開し事業のシナジーを創出してまいります。

当社は、ミッションである“「おいしさ」と「便利さ」で、笑顔あふれる社会の実現”をパーパスに、「環境にやさしい」「健康にやさしい」「地域とのつながり」「社会貢献」の新たな価値創造と実践に取り組みます。パーパス経営の象徴としてのソフトクリームブランディングを引き続き推し進めるとともに、「おいしさ」と「健康」の価値を主軸とした商品開発と価値訴求を推し進め、お客さまへの健康価値浸透に向けた行動計画を実行してまいります。地域に身近な店舗での職場体験をはじめとしたつながりの創出や商品原料の地産地消といった取り組みのほか、花の輸運動や加盟店を中心に実施している店舗近隣の福祉施設等でのボランティア活動や、直営店でのフードドライブなどの取り組みを推し進めてまいります。

海外事業では、ベトナム事業について、カテゴリーマネジメントに基づくMD政策の再設計と実証に基づく個店モデルの水平展開に取り組みます。カテゴリーの役割を再定義するとともに、売上荒利益まで設計したMDプロセスを推し進め、価格と価値の二軸に対応した価格訴求と高付加価値商品の訴求のほか、イオングループの売れ筋商品導入を拡大します。また店舗および本部のコスト構造改革に取り組み、人件費をはじめとしたコストコントロールを推し進め収益性の向上を図るとともに、直営多店舗化事業として出店拡大と黒字化を達成します。

以上により2026年2月期における連結業績は、営業総収入970億円、営業利益12億円、経常利益16億円、親会社株主に帰属する当期純利益0億円を見込んでおります。

(5) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当

当社は、財務体質と経営基盤の強化を図りながら、株主への利益還元を充実させることを重視いたします。内部留保金は、既存店のリニューアル、情報システム、新規事業などに投資し、事業の拡大、業績の向上に努めます。当事業年度の利益配分につきましては、当中間期は10円00銭、期末配当金につきましては10円00銭とし、年間配当金は1株当たり20円00銭となります。また、今後の配当につきましては、持続性のある企業体質の確立を図りながら、連結業績を勘案した配当政策を継続いたします。

(6) 事業等のリスク

当連結会計年度において当社の事業等のリスクは、2024年5月27日提出の有価証券報告書に記載の以下内容から重要な変更がないため開示を省略しております。

① 小売業界における持続的な低迷のリスク、② 競争の激化に関するリスク、③ 食品の安全性に関するリスク、④ 仕入・流通ネットワークの障害に関するリスク、⑤ 天候不順に関するリスク、⑥ 地震等の自然災害、テロ活動等に関するリスク、⑦ 感染症に関するリスク、⑧ 環境への負荷に関するリスク、⑨ 個人情報の漏洩に関するリスク、⑩ 法的規制の強化に関するリスク、⑪ 為替変動に関するリスク、⑫ 貸倒れに関するリスク、⑬ 加盟者の経営断念及び新規契約減少に関するリスク、⑭ 店舗の賃借物件の保証金回収に関するリスク、⑮ 知的財産権に関するリスク、⑯ 人権に関するリスク、⑰ 重要な訴訟事件等に関するリスク

2. 企業集団の状況

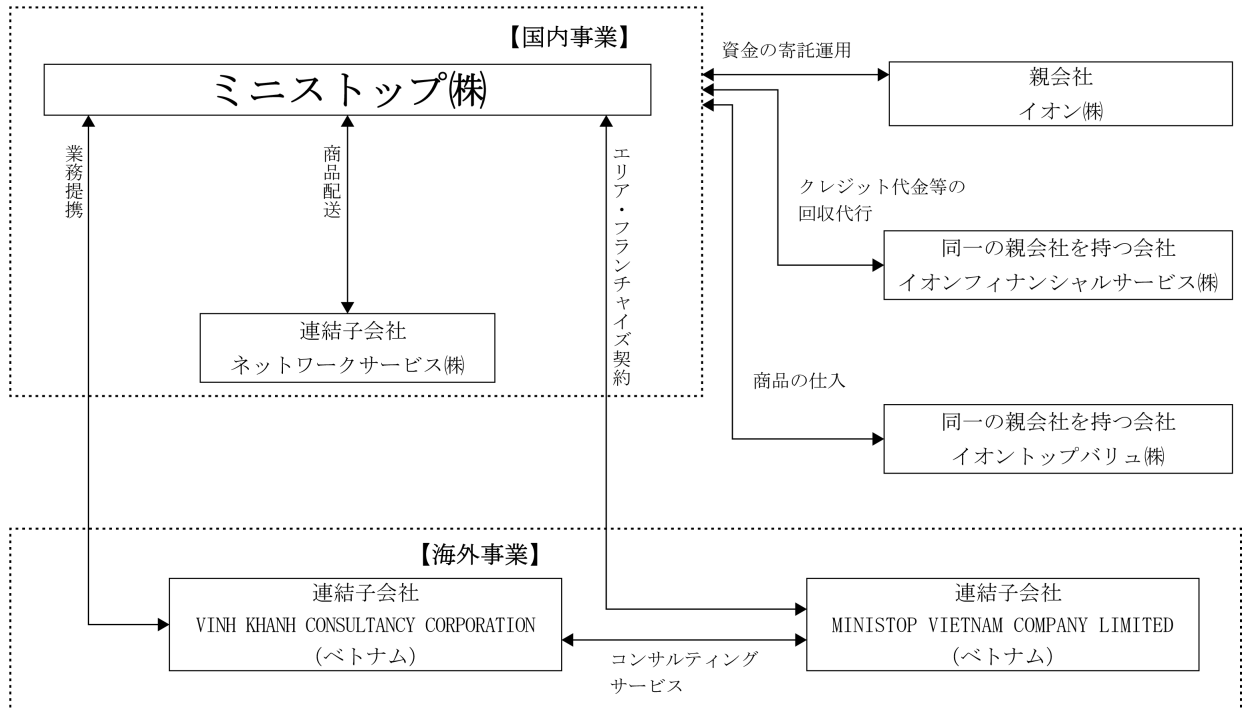
当社グループは当社、連結子会社3社で構成され、各社が営んでいる主な事業内容と当該事業に係る位置づけは、次のとおりであります。

【国内事業】 国内事業は、当社および国内子会社1社から構成されており、当社はフランチャイズチェーン方式の加盟店と直営店によるコンビニエンスストア事業を営んでおり、連結子会社であるネットワークサービス株式会社は国内ミニストップ店舗への物流業務を行っております。

【海外事業】 海外事業は、海外子会社2社から構成されており、連結子会社であるMINISTOP VIETNAM COMPANY LIMITEDは、フランチャイズチェーン方式の加盟店と直営店によるコンビニエンスストア事業を営んでおります。連結子会社であるVINH KHANH CONSULTANCY CORPORATIONは、持株会社としてMINISTOP VIETNAM COMPANY LIMITED への出資参画を通じ、ベトナムにおいてコンビニエンスストア事業を展開しております。

当社は、当社の親会社であるイオン株式会社及びその子会社等で構成しているイオングループのSM事業区分に属しております。純粋持株会社であるイオン株式会社と当社との事業上の関係は、資金の寄託運用等をしております。なお、当社は独自にコンビニエンスストア事業を営んでおります。

事業系統図は次のとおりであります。



3. 経営方針

(1) 会社の経営の基本方針

当社が属するイオングループでは“お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する”という基本理念を定めております。当社はこの基本理念をふまえ、“私たちは、「おいしさ」と「便利さ」で、笑顔あふれる社会を実現します。”というミッションを定めております。そして加盟店と本部は「お客さま第一」を実践し、共に繁栄を目指す「事業の共同体」であると考え、時代や環境の変化への対応を進めるとともに新しい時代の要請に積極的に応え、コンビニエンスストア事業の新たなビジネスモデルを創造し、企業の社会的責任を果たしてまいります。

(2) 目標とする経営指標

最優先すべき経営目標は各加盟店の収益向上であり、経営指標としては1店当たりの売上総利益高です。また、企業価値の向上のために店舗投資の効率化に努め、自己資本利益率（ROE）の向上に努めてまいります。

(3) 中期的な会社の経営戦略

当社は、構造改革の断行と戦略的成長の推進を中期的な経営戦略として推進してまいります。加盟店と本部が一体となって創出した事業利益を分け合うパートナーシップ契約で利益を上げ、フランチャイズ・直営を問わず通用する経営指導ができる組織となり、ミニストップ店舗の店頭をはじめ、デリバリーやEコマース、職域、外販といったあらゆる販路で、お客さまが求める高い価値の商品を供給できるユニークな事業体を目指します。

国内事業においては、手元に残る事業利益を重視した発想への転換を根幹に、経営指導改革と人財採用・教育をはじめとしたマネジメントシステム改革へ経営資源を集中し推し進めます。また成果を上げた成長戦略を推進しNewコンボストアモデル第3フェーズへの移行を進めるとともに新事業の事業確立と機能化に取り組み、お客さまの購買体験を変革してまいります。

海外事業においては、ベトナム事業でMD政策の再設計と収益を上げる個店モデルの水平展開に取り組みます。変化するお客さまの消費動向に対応した売場づくりと商品開発、価値訴求を推し進めるとともに、コスト構造改革に取り組みます。

(4) 会社の対処すべき課題

① 構造改革の完遂

個店モデルの競争力向上に向けて、Newコンボストアモデルの確立を推し進め日販向上を実現します。また、加盟店との新たな関係を築く「ミニストップパートナーシップ契約」のさらなる推進とともに、手元に残る事業利益を重視した経営指導体制の改革を進め加盟店の経営効率向上に取り組みます。構造改革と成長戦略を推進するために、本部組織の刷新と人財対策をはじめとしたマネジメントシステム改革を進め事業再成長を実現します。

② 成長戦略の推進

事業として成長したデリバリーサービス・EコマースをOMOのパーツとして機能化しミニストップアプリをインターフェースにリアル店舗との融合による新たな買い物体験を創出します。職域事業はOMOを活用しミニストップ店舗と商品供給をはじめとした接続を実現するとともに、新たなマーケットへの拠点拡大を推し進め、収益向上を実現します。ベトナム事業は、直営多店舗化事業として着実な投資を進めるとともに、MD政策の再設計と個店モデルの収益性向上を実現し成長を進めてまいります。

③ パーパス経営の実践

パーパス経営の実践に向け、イオングループ未来ビジョン、ミニストップのミッション“私たちは、「おいしさ」と「便利さ」で、笑顔あふれる社会を実現します。”を基に、事業そのものを社会課題の解決に繋げるため事業活動を推進しております。このミッションのもと、2021年11月に「ミニストップ サステナビリティ基本方針」を制定いたしました。従業員の夢や成し得たいことと企業理念の結びつきが理念の実現に向けた行動に繋がっていくものと考え、2024年度下半期よりミッション座談会を開催しています。ミッション座談会を通じて、従業員一人ひとりを事業活動の源泉と捉えた企業経営を進めてまいります。

(5) 環境および社会貢献活動への取り組み

当社は、「2030年までに店舗で排出するCO2等を2013年度比50%削減する」、「2030年までに店舗で発生する食品ロスを2015年度比50%削減する」、「2030年までに使い捨てプラスチック利用量を2018年度比半減する」という環境目標を設定し、持続可能な社会の実現に向けて取り組みを推進しております。CO2削減では、気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）に賛同し、気候変動に関するリスク・機会を洗い出し、ミニストップ事業に与える影響を定量的に把握、対応策の立案・取り組みを精査し内容を深めてまいります。

将来を担う子どもたちと地域社会の社会課題を解決する活動として、1991年より公益財団法人花と緑の農芸財団が提唱している「育てよう、花と緑、校庭に～花の輪運動」に賛同し、お客さまからお預かりした店頭募金と土曜日のソフトクリームの売上の1%を基に毎年小学校に花の苗を届けております。出店地域の小学校への贈呈のほか、加盟店から推薦いただいた小学校へも苗を贈呈しており、小学校、地域と店舗を繋ぐ懸け橋として継続してまいります。

小中学生の職場体験をもっとも身近な『コンビニエンスストア』を通じて学習していただく「チャイルドインターンシップ制度」は2005年より開始しました。職場体験学習を通じて、お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する、イオンの理念を学んでいただくとともに、ソフトクリームの加工体験を通じ、笑顔あふれる地域社会づくりを目指してまいります。

(6) 人的資本・多様性への対応

当社は、人こそが会社の中核、会社の源泉であり、そして人こそが企業文化を作り、事業を作り、企業理念を実現する原動力と考えています。従業員一人ひとりが仕事の本質を「自身を成長させる好機」と考えるようになれば、ビジネスの変革が生み出され、最終的には企業の成長に繋がると考えています。このような、人を会社の中核と捉えた企業経営を推進させていくために、次の3つの取組みを実行していきます。

- － 従業員一人ひとりの仕事を通じて成し得たいこと（夢）を探求する。
- － 従業員一人ひとりの夢と企業理念（ミッション）を結びつける。
- － ロールモデルを共有し、になりたい自分、成し得たい夢の実現性を高める。

従業員一人ひとりがすべてのステークホルダーに誠意を持ちエンゲージメントの高い従業員へと成長するためには、それぞれの持つ可能性や情熱を引き出すことが重要だと捉えています。自分なりの観点や経験をもって貢献し大切にされる組織になることで、従業員のエンゲージメントが高まり企業の成長が促進され则认为ます。さらに一人ひとりが企業理念（ミッション）を真に深く理解し、自らの成し得たいことと企業理念が結びつくことで、従業員一人ひとりの持つ情熱や可能性が企業理念の実現に向けていきいきと躍動する、そういった組織づくりを目指していきます。

4. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社グループは日本基準を適用しております。

なお、国際財務報告基準(IFRS)の適用につきましては、国内外の諸情勢を考慮の上、適切に対応していく方針であります。

5. 連結財務諸表及び主な注記

(1) 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年2月29日)	当連結会計年度 (2025年2月28日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	8,783	11,096
加盟店貸勘定	7,871	8,570
有価証券	3,000	802
商品	1,979	2,568
短期貸付金	0	0
未収入金	11,331	13,081
関係会社預け金	14,000	12,000
その他	4,117	4,186
貸倒引当金	△54	△64
流動資産合計	51,030	52,242
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	24,844	24,671
減価償却累計額	△18,966	△19,614
建物及び構築物（純額）	5,878	5,056
機械装置及び運搬具	2,630	2,613
減価償却累計額	△1,436	△1,567
機械装置及び運搬具（純額）	1,193	1,045
器具及び備品	20,196	21,541
減価償却累計額	△17,174	△17,423
器具及び備品（純額）	3,022	4,118
土地	428	593
リース資産	3,450	3,405
減価償却累計額	△3,387	△3,249
リース資産（純額）	62	155
建設仮勘定	55	40
有形固定資産合計	10,641	11,009
無形固定資産		
ソフトウェア	3,363	99
その他	292	190
無形固定資産合計	3,656	290
投資その他の資産		
投資有価証券	907	101
長期貸付金	1	0
長期前払費用	502	274
差入保証金	10,781	10,020
退職給付に係る資産	212	565
繰延税金資産	2	4
その他	307	282
貸倒引当金	△143	△105
投資その他の資産合計	12,572	11,144
固定資産合計	26,870	22,444
資産合計	77,900	74,686

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年2月29日)	当連結会計年度 (2025年2月28日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	2,150	2,842
加盟店買掛金	11,669	10,992
加盟店借勘定	261	202
リース債務	151	46
未払金	4,097	3,997
加盟店未払金	83	80
未払法人税等	163	330
預り金	11,491	16,231
賞与引当金	179	128
役員業績報酬引当金	6	5
店舗閉鎖損失引当金	24	23
その他	※1 724	※1 809
流動負債合計	31,005	35,691
固定負債		
リース債務	33	151
長期預り保証金	3,804	3,665
繰延税金負債	211	298
資産除去債務	1,856	1,867
その他	※1 308	※1 231
固定負債合計	6,214	6,213
負債合計	37,219	41,904
純資産の部		
株主資本		
資本金	7,491	7,491
資本剰余金	6,032	6,032
利益剰余金	26,869	19,514
自己株式	△642	△643
株主資本合計	39,750	32,395
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	39	41
為替換算調整勘定	△266	△216
退職給付に係る調整累計額	110	288
その他の包括利益累計額合計	△116	113
新株予約権	3	3
非支配株主持分	1,043	269
純資産合計	40,681	32,781
負債純資産合計	77,900	74,686

(2) 連結損益計算書及び連結包括利益計算書

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
営業総収入	79,056	87,475
営業原価	38,170	46,720
営業総利益	40,885	40,755
販売費及び一般管理費		
販売手数料	9	12
広告宣伝費	1,300	1,266
従業員給料及び賞与	7,990	9,744
賞与引当金繰入額	183	129
役員業績報酬引当金繰入額	6	5
法定福利及び厚生費	1,498	1,584
地代家賃	16,902	17,039
賃借料	198	267
減価償却費	3,467	3,073
業務委託費	1,942	2,145
その他	7,994	8,973
販売費及び一般管理費合計	41,495	44,242
営業損失(△)	△609	△3,486
営業外収益		
受取利息	430	433
受取配当金	2	3
違約金収入	48	22
為替差益	65	—
受取補償金	9	165
過年度消費税等	65	—
その他	20	35
営業外収益合計	643	659
営業外費用		
支払利息	12	28
為替差損	—	8
その他	10	5
営業外費用合計	22	41
経常利益又は経常損失(△)	10	△2,868

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
特別利益		
固定資産売却益	※1 19	※1 6
店舗閉鎖損失引当金戻入額	70	13
減損損失戻入益	3	—
その他	0	1
特別利益合計	93	21
特別損失		
減損損失	※2 543	※2 4,496
店舗閉鎖損失	5	40
店舗閉鎖損失引当金繰入額	9	13
固定資産除却損	—	7
その他	0	—
特別損失合計	558	4,557
税金等調整前当期純損失 (△)	△454	△7,404
法人税、住民税及び事業税	96	170
法人税等調整額	△8	7
法人税等合計	87	178
当期純損失 (△)	△542	△7,582
非支配株主に帰属する当期純損失 (△)	△74	△808
親会社株主に帰属する当期純損失 (△)	△468	△6,774

連結包括利益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
当期純損失 (△)	△542	△7,582
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	15	1
為替換算調整勘定	△158	84
退職給付に係る調整額	176	177
その他の包括利益合計	33	264
包括利益	△509	△7,318
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	△391	△6,544
非支配株主に係る包括利益	△117	△774

(3) 連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度(自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)

(単位：百万円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	7,491	6,032	27,917	△642	40,799
当期変動額					
剰余金の配当			△580		△580
親会社株主に帰属する当期純損失(△)			△468		△468
自己株式の取得				△0	△0
非支配株主との取引に係る親会社の持分変動					—
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	—	—	△1,048	△0	△1,049
当期末残高	7,491	6,032	26,869	△642	39,750

	その他の包括利益累計額				新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	その他有価証券評価差額金	為替換算調整勘定	退職給付に係る調整累計額	その他の包括利益累計額合計			
当期首残高	24	△151	△65	△192	3	—	40,610
当期変動額							
剰余金の配当							△580
親会社株主に帰属する当期純損失(△)							△468
自己株式の取得							△0
非支配株主との取引に係る親会社の持分変動						1,160	1,160
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	15	△115	176	76	—	△117	△41
当期変動額合計	15	△115	176	76	—	1,043	70
当期末残高	39	△266	110	△116	3	1,043	40,681

当連結会計年度(自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)

(単位:百万円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	7,491	6,032	26,869	△642	39,750
当期変動額					
剰余金の配当			△580		△580
親会社株主に帰属する当期純損失(△)			△6,774		△6,774
自己株式の取得				△0	△0
非支配株主との取引に係る親会社の持分変動					—
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	—	—	△7,354	△0	△7,355
当期末残高	7,491	6,032	19,514	△643	32,395

	その他の包括利益累計額				新株予約権	非支配株主持分	純資産合計
	その他有価証券評価差額金	為替換算調整勘定	退職給付に係る調整累計額	その他の包括利益累計額合計			
当期首残高	39	△266	110	△116	3	1,043	40,681
当期変動額							
剰余金の配当							△580
親会社株主に帰属する当期純損失(△)							△6,774
自己株式の取得							△0
非支配株主との取引に係る親会社の持分変動							—
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	1	50	177	229	—	△774	△544
当期変動額合計	1	50	177	229	—	△774	△7,899
当期末残高	41	△216	288	113	3	269	32,781

(4) 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純損失 (△)	△454	△7,404
減価償却費	3,467	3,073
減損損失	543	4,496
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	△16	△28
事業損失引当金の増減額 (△は減少)	△34	—
退職給付に係る負債の増減額 (△は減少)	△97	—
退職給付に係る資産の増減額 (△は増加)	△212	△352
受取利息及び受取配当金	△433	△436
過年度消費税等	△65	—
支払利息	12	28
固定資産除売却損益 (△は益)	△19	1
投資有価証券売却損益 (△は益)	0	—
店舗閉鎖損失	4	8
店舗閉鎖損失引当金戻入額	△70	△13
加盟店貸勘定の増減額 (△は増加)	△48	△698
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△544	△552
未収入金の増減額 (△は増加)	△1,925	△1,793
その他の流動資産の増減額 (△は増加)	△487	△134
仕入債務の増減額 (△は減少)	319	△42
加盟店借勘定の増減額 (△は減少)	87	△59
未払金の増減額 (△は減少)	174	26
預り金の増減額 (△は減少)	682	4,733
その他の流動負債の増減額 (△は減少)	△256	52
その他	△43	754
小計	580	1,658
利息及び配当金の受取額	386	385
利息の支払額	△12	△28
法人税等の支払額又は還付額 (△は支払)	△368	△76
営業活動によるキャッシュ・フロー	585	1,939
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有価証券の取得による支出	△3,812	—
有形固定資産の取得による支出	△2,868	△3,026
有形固定資産の売却による収入	53	29
無形固定資産の取得による支出	△1,718	△1,520
有価証券の償還による収入	—	3,000
投資有価証券の売却による収入	2	—
貸付金の回収による収入	0	0
差入保証金の差入による支出	△80	△128
差入保証金の返還による収入	1,229	1,050
預り保証金の預りによる収入	489	396
預り保証金の返済による支出	△594	△523
その他	△480	229
投資活動によるキャッシュ・フロー	△7,780	△492

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入金の返済による支出	△177	—
非支配株主からの払込みによる収入	1,160	—
配当金の支払額	△580	△580
短期借入金の純増減額（△は減少）	△346	—
リース債務の返済による支出	△773	△151
自己株式の純増減額（△は増加）	△0	△0
その他	△77	△73
財務活動によるキャッシュ・フロー	△795	△806
現金及び現金同等物に係る換算差額	33	29
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△7,956	670
現金及び現金同等物の期首残高	30,372	22,416
現金及び現金同等物の期末残高	※1 22,416	※1 23,086

(5) 連結財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項)

1 連結の範囲に関する事項

すべての子会社を連結しております。

(1) 連結子会社の数 3社

連結子会社の名称

ネットワークサービス株式会社

VINH KHANH CONSULTANCY CORPORATION

MINISTOP VIETNAM COMPANY LIMITED

(2) 連結範囲の変更

該当はありません。

2 持分法の適用に関する事項

(1) 持分法を適用した関連会社の数

該当はありません。

(2) 持分法適用の範囲の変更

該当はありません。

3 連結子会社の事業年度等に関する事項

VINH KHANH CONSULTANCY CORPORATIONおよびMINISTOP VIETNAM COMPANY LIMITEDの決算日は12月31日であります。

連結財務諸表を作成するに当たっては同日現在の財務諸表を使用し、連結決算日との間に生じた重要な取引については、連結上必要な調整をしております。

ネットワークサービス株式会社の事業年度は連結決算日と一致しております。

4 会計方針に関する事項

(1) 重要な資産の評価基準及び評価方法

① 有価証券

満期保有目的の債券

償却原価法（定額法）

その他有価証券（金銭信託債権を含む）

市場価格のない株式等以外のもの

時価法（評価差額は全部純資産直入法により処理し、売却原価は主として移動平均法により算定）

市場価格のない株式等

主として移動平均法による原価法

② デリバティブ

時価法

③ 棚卸資産

a 商品

提出会社

「企業会計原則と関係諸法令との調整に関する連続意見書」第四に定める売価還元平均原価法
(貸借対照表価額は収益性の低下に基づく簿価切下げの方法)

ただし、店内加工ファストフードは最終仕入原価法

在外連結子会社

主として移動平均法(貸借対照表価額は収益性の低下に基づく簿価切下げの方法)

b 貯蔵品

最終仕入原価法

(2) 重要な減価償却資産の減価償却の方法

① 有形固定資産(リース資産を除く)

経済的耐用年数に基づく定額法

各資産別の経済的耐用年数として下記の年数を採用しております。

建物及び構築物

店舗・事務所 20～40年

建物附属設備 5～18年

構築物 5～20年

機械装置及び運搬具

機械装置 17年

車両運搬具 5年

器具及び備品

看板工事 5～10年

店舗什器他 5～10年

② 無形固定資産

定額法

なお、自社利用のソフトウェアについては、社内における利用可能期間(原則5年)に基づく定額法によっております。

③ リース資産

所有権移転外ファイナンス・リース取引に係るリース資産

リース期間を耐用年数とし、残存価額を零とする定額法によっております。

④ 長期前払費用

契約期間に基づく均等償却によっております。

(3) 重要な引当金の計上基準

① 貸倒引当金

債権の貸倒れによる損失の発生に備えるため、一般債権については貸倒実績率により、貸倒懸念債権等特定の債権については個別に回収可能性を検討し、回収不能見込額を計上しております。

② 賞与引当金

従業員の賞与の支給に充てるため、支給見込額のうち当連結会計年度に対応する金額を計上しております。

③ 役員業績報酬引当金

役員に対して支給する業績報酬の支払に充てるため、支給見込額のうち当連結会計年度に対応する金額を計上しております。

④ 店舗閉鎖損失引当金

店舗閉店に伴い発生する損失に備え、店舗閉店により合理的に見込まれる中途解約違約金等の閉店関連損失見込額を計上しております。

(4) 退職給付に係る会計処理の方法

① 退職給付見込額の期間帰属方法

退職給付債務の算定にあたり、退職給付見込額を当連結会計年度末までの期間に帰属させる方法については、給付算定式基準によっております。

② 数理計算上の差異及び過去勤務費用の費用処理方法

過去勤務費用は、その発生した連結会計年度に一括処理しております。数理計算上の差異は、主として各連結会計年度の発生時における従業員の平均残存勤務期間以内の一定の年数（10年）による定額法により按分した額をそれぞれ発生の翌連結会計年度から費用処理しております。

(5) 重要な収益及び費用の計上基準

当社および連結子会社の顧客との契約から生じる収益に関する主な履行義務の内容及び当該履行義務を充足する通常の時点（収益を認識する通常の時点）は以下のとおりであります。なお、これらの履行義務に対する対価は、履行義務充足後、別途定める支払条件により概ね1ヶ月以内に受領しており、重大な金融要素は含んでおりません。

① 加盟店からの収益

当社グループはコンビニエンスストアのフランチャイズ加盟店に対して、運営ノウハウや商標等のライセンスの供与、会計事務代行等の役務提供、販売用什器、看板及び情報システム等の貸与といった契約上の義務を負っておりますが、これらの活動は相互に密接に関連しており、分離して別個のサービスとして履行することができないことから、リース取引を除き、原則として単一の履行義務であるとしております。この履行義務は時の経過及びサービスの提供に従って充足されと考えられますが、取引価格が店舗の営業総利益ベースの変動ロイヤリティであるため、契約期間にわたり、当該営業総利益が発生するにつれて収益を認識しております。また、パートナーシップ契約店についても、取引価格が店舗の事業利益ベースの変動本部シェア、および営業総利益ベースの変動設備料収入であるため、契約期間にわたり、当該事業利益、営業総利益が発生するにつれて収益を認識しております。

加盟店に対して支払った各種奨励金や補填金は、取引価格から減額しております。また、リース取引から生じる収益は「リース取引に関する会計基準」に基づいて認識し、加盟店からの収益に含めております。

② 物品の販売

当社グループは直営店舗の来店客に対して、食品や日用品等の商品の販売を行っており、顧客に対して商品を引き渡す履行義務を負っております。これらの商品の販売は、顧客に商品を引き渡した時点で顧客が商品に対する支配を獲得し、履行義務が充足されることから、当該商品の引渡し時点で収益を認識しております。

なお、商品の販売のうち、消化仕入など当社の役割が代理人に該当すると判断したものについては、顧客から受け取る対価の総額から仕入先に対する支払額を差し引いた純額で収益を認識しております。

(6) 重要な外貨建の資産又は負債の本邦通貨への換算基準

外貨建金銭債権債務は、連結決算日の直物為替相場により円貨に換算し、換算差額は損益として処理しております。

なお、在外連結子会社の資産及び負債は在外連結子会社の決算日の直物為替相場により円貨に換算し、収益及び費用は期中平均相場により円貨に換算し、換算差額は純資産の部における非支配株主持分と為替換算調整勘定に含めております。

(7) 連結キャッシュ・フロー計算書における資金の範囲

手許現金、要求払預金、預け金及び取得日から3ヶ月以内に満期日又は償還日の到来する流動性の高い、容易に換金可能であり、かつ、価値の変動について僅少なリスクしか負わない短期的な投資を現金及び現金同等物としております。

(連結貸借対照表関係)

※1 契約負債

前連結会計年度(2024年2月29日)

流動負債「その他」のうち、契約負債の残高は20百万円であります。また、固定負債「その他」のうち、契約負債の残高は46百万円であります。

当連結会計年度(2025年2月28日)

流動負債「その他」のうち、契約負債の残高は16百万円であります。また、固定負債「その他」のうち、契約負債の残高は50百万円であります。

(連結損益計算書関係)

※1 固定資産売却益の内容は、次のとおりであります。

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
建物及び構築物	11百万円	4百万円
器具及び備品	8百万円	1百万円
機械装置及び運搬具	0百万円	0百万円
計	19百万円	6百万円

※2 減損損失の内容は、次のとおりであります。

当社グループは、以下の資産グループについて減損損失を計上いたしました。

(1) 減損損失を認識した資産グループの概要

前連結会計年度(自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)

(単位：百万円)

用途	種類	場所	店舗数	金額
店舗	建物等	日本	389	539
店舗	建物等	ベトナム	6	3
合計			395	543

当連結会計年度(自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)

(単位：百万円)

用途	種類	場所	店舗数	金額
店舗	建物等	日本	448	647
店舗	建物等	ベトナム	132	535
共用資産	ソフトウェア等	日本	-	3,122
共用資産	ソフトウェア等	ベトナム	-	191
合計			580	4,496

(2) 減損損失の認識に至った経緯

営業活動から生ずる損益が継続してマイナス又は継続してマイナスとなる見込みである資産グループの帳簿価額を回収可能価額まで減額し、当該減少額を減損損失として特別損失に計上しております。

(3) 減損損失の金額

前連結会計年度(自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)

(単位:百万円)

種類	金額
建物及び構築物	303
機械装置及び運搬具	1
器具及び備品	215
リース資産	22
土地	0
合計	543

当連結会計年度(自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)

(単位:百万円)

種類	金額
建物及び構築物	716
機械装置及び運搬具	5
器具及び備品	469
リース資産	1
ソフトウェア	3,131
長期前払費用	172
合計	4,496

(4) 資産のグルーピングの方法

キャッシュ・フローを生み出す最小単位として、店舗を基礎としてグルーピングしております。

店舗基幹システム等の本部資産については、独立したキャッシュ・フローを生み出さないことから共用資産としております。

(5) 回収可能価額の算定方法

資産グループの回収可能価額は正味売却価額または使用価値を使用し、主として、土地については正味売却価額、その他の資産については使用価値により測定しております。正味売却価額は、取引事例等を勘案した合理的な見積りにより評価しております。また、使用価値は、将来キャッシュ・フローを5.7%で割り引いて算定し、使用価値がマイナスとなった場合には回収可能価額を零として算定しております。

(連結株主資本等変動計算書関係)

前連結会計年度(自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)

1 発行済株式に関する事項

株式の種類	当連結会計年度期首	増加	減少	当連結会計年度末
普通株式(千株)	29,372	—	—	29,372

2 自己株式に関する事項

株式の種類	当連結会計年度期首	増加	減少	当連結会計年度末
普通株式(千株)	363	0	—	364

(変動事由の概要)

増加数の主な内訳は、次のとおりであります。

単元未満株式の買取による増加

0千株

3 新株予約権等に関する事項

会社名	内訳	目的となる株式の種類	目的となる株式の数 (千株)				当連結会計年度末残高 (百万円)
			当連結会計年度期首	増加	減少	当連結会計年度末	
提出会社	ストック・オプションとしての新株予約権	—	—	—	—	—	3
合計			—	—	—	—	3

4 配当に関する事項

(1) 配当金支払額

決議	株式の種類	配当金の総額 (百万円)	1株当たり配当額 (円)	基準日	効力発生日
2023年4月12日 取締役会	普通株式	290	10.00	2023年2月28日	2023年4月28日
2023年10月11日 取締役会	普通株式	290	10.00	2023年8月31日	2023年11月8日

(2) 基準日が当連結会計年度に属する配当のうち、配当の効力発生日が翌連結会計年度となるもの

決議	株式の種類	配当の原資	配当金の総額 (百万円)	1株当たり 配当額(円)	基準日	効力発生日
2024年4月10日 取締役会	普通株式	利益剰余金	290	10.00	2024年2月29日	2024年5月2日

当連結会計年度(自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)

1 発行済株式に関する事項

株式の種類	当連結会計年度期首	増加	減少	当連結会計年度末
普通株式(千株)	29,372	—	—	29,372

2 自己株式に関する事項

株式の種類	当連結会計年度期首	増加	減少	当連結会計年度末
普通株式(千株)	364	0	—	364

(変動事由の概要)

増加数の主な内訳は、次のとおりであります。

単元未満株式の買取による増加

0千株

3 新株予約権等に関する事項

会社名	内訳	目的となる株式の種類	目的となる株式の数 (千株)				当連結会計年度末残高 (百万円)
			当連結会計年度期首	増加	減少	当連結会計年度末	
提出会社	ストック・オプションとしての新株予約権	—	—	—	—	—	3
合計			—	—	—	—	3

4 配当に関する事項

(1) 配当金支払額

決議	株式の種類	配当金の総額 (百万円)	1株当たり配当額 (円)	基準日	効力発生日
2024年4月10日 取締役会	普通株式	290	10.00	2024年2月29日	2024年5月2日
2024年10月9日 取締役会	普通株式	290	10.00	2024年8月31日	2024年11月8日

(2) 基準日が当連結会計年度に属する配当のうち、配当の効力発生日が翌連結会計年度となるもの

決議	株式の種類	配当の原資	配当金の総額 (百万円)	1株当たり 配当額(円)	基準日	効力発生日
2025年4月10日 取締役会	普通株式	利益剰余金	290	10.00	2025年2月28日	2025年5月1日

(連結キャッシュ・フロー計算書関係)

※1 現金及び現金同等物の期末残高と連結貸借対照表に掲記されている科目の金額との関係は、次のとおりであります。

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
現金及び預金	8,783百万円	11,096百万円
関係会社預け金	14,000百万円	12,000百万円
預入期間が3か月を超える定期預金	△367百万円	△10百万円
現金及び現金同等物	22,416百万円	23,086百万円

2 重要な非資金取引の内容は次のとおりであります。

前連結会計年度(自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)

該当事項はありません。

当連結会計年度(自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

1 報告セグメントの概要

当社グループの報告セグメントは、当社の構成単位のうち分離された財務諸表が入手可能であり、取締役会が、経営資源の配分の決定及び業績を評価するために、定期的に検討を行う対象となっているものであります。

当社グループは、コンビニエンスストア事業およびそれらに付随する業務を主たる事業としており、国内で事業活動を行う国内事業、および海外で事業活動を行う海外事業の2つを報告セグメントとしております。

国内事業は、当社および国内子会社1社から構成されており、当社はフランチャイズチェーン方式の加盟店と直営店によるコンビニエンスストア事業を営んでおり、連結子会社であるネットワークサービス株式会社は、ミニストップ店舗への物流業務を行っております。

海外事業は、海外子会社2社から構成されており、連結子会社であるMINISTOP VIETNAM COMPANY LIMITEDは、フランチャイズチェーン方式の加盟店と直営店によるコンビニエンスストア事業を営んでおります。連結子会社であるVINH KHANH CONSULTANCY CORPORATIONは、持株会社としてMINISTOP VIETNAM COMPANY LIMITEDへの出資参画を通じ、ベトナムにおいてコンビニエンスストア事業を展開しております。

2 報告セグメントごとの営業総収入、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額の算定方法

報告されている事業セグメントの会計処理の方法は、「連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項」における記載と同一であります。報告セグメントの利益は、営業利益ベースの数値であります。セグメント間の内部収益及び振替高は市場実勢価格に基づいております。

3 報告セグメントごとの営業総収入、利益又は損失、資産、負債その他の項目の金額に関する情報及び収益の分解情報

前連結会計年度(自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)

(単位：百万円)

	報告セグメント		
	国内事業	海外事業	計
営業総収入			
加盟店からの収益(注) 1	30,860	568	31,429
物品の販売(注) 2	22,459	7,528	29,987
その他(注) 3	2,249	202	2,452
顧客との契約から生じる収益	55,569	8,299	63,869
その他の収益(注) 4	15,186	—	15,186
外部顧客に対する営業総収入	70,756	8,299	79,056
セグメント間の内部営業総収入又は振替高	110	—	110
計	70,866	8,299	79,166
セグメント損失(△)(注) 5	△196	△413	△609
セグメント資産	49,226	1,982	51,208
その他の項目			
減価償却費	3,379	88	3,467
持分法適用会社への投資額	—	—	—
有形固定資産及び無形固定資産の増加額	4,469	271	4,741

(注) 1 加盟店からのロイヤルティ等の収入のほか、加盟店に対する商品の売上高が含まれます。

2 直営店における顧客に対するものです。

3 エリアフランチャイザーから受取ったロイヤルティ収入、デジタルサイネージ広告費、太陽光売電収入等が含まれます。

4 商品ベンダー等の取引先から受け取った運搬料や各種手数料が含まれます。

5 セグメント損失(△)は、連結損益計算書の営業損失(△)と一致しています。

当連結会計年度(自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)

(単位:百万円)

	報告セグメント		
	国内事業	海外事業	計
営業総収入			
加盟店からの収益(注) 1	29,966	406	30,373
物品の販売(注) 2	30,448	8,900	39,348
その他(注) 3	2,313	188	2,501
顧客との契約から生じる収益	62,728	9,495	72,223
その他の収益(注) 4	15,252	—	15,252
外部顧客に対する営業総収入	77,980	9,495	87,475
セグメント間の内部営業総収入又は振替高	115	—	115
計	78,096	9,495	87,591
セグメント損失(△)(注) 5	△2,398	△1,088	△3,486
セグメント資産	49,006	1,680	50,686
その他の項目			
減価償却費	2,938	134	3,073
持分法適用会社への投資額	—	—	—
有形固定資産及び無形固定資産の増加額	4,260	300	4,561

(注) 1 加盟店からのロイヤルティ等の収入のほか、加盟店に対する商品の売上高が含まれます。

2 直営店における顧客に対するものです。

3 エリアフランチャイザーから受取ったロイヤルティ収入、デジタルサイネージ広告費、太陽光売電収入等が含まれます。

4 商品ベンダー等の取引先から受け取った運搬料や各種手数料が含まれます。

5 セグメント損失(△)は、連結損益計算書の営業損失(△)と一致しています。

4 報告セグメント合計額と連結財務諸表計上額との差額及び当該差額の主な内容(差異調整に関する事項)

(単位:百万円)

資産	前連結会計年度	当連結会計年度
報告セグメント計	51,208	50,686
全社資産(注)	26,691	24,000
連結財務諸表の資産合計	77,900	74,686

(注) 全社資産は、主に提出会社での余資運用資金(現金及び預金、関係会社預け金)、長期投資資金(投資有価証券)等であります。

【報告セグメントごとの固定資産の減損損失に関する情報】

前連結会計年度(自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)

(単位:百万円)

	報告セグメント		
	国内事業	海外事業	計
減損損失	539	3	543

当連結会計年度(自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)

(単位:百万円)

	報告セグメント		
	国内事業	海外事業	計
減損損失	3,770	726	4,496

(収益認識関係)

1. 顧客との契約から生じる収益を分解した情報

顧客との契約から生じる収益を分解した情報は、「注記事項（セグメント情報等）」に記載のとおりであります。

2. 顧客との契約から生じる収益を理解するための基礎となる情報

加盟店からの収益及び物品の販売について、収益を理解するための基礎となる情報は、「（連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項）4. 会計方針に関する事項（5）重要な収益及び費用の計上基準」に記載のとおりであります。

3. 顧客との契約に基づく履行義務の充足と当該契約から生じるキャッシュ・フローとの関係並びに当連結会計年度末において存在する顧客との契約から翌連結会計年度以降に認識すると見込まれる収益の金額及び時期に関する情報

前連結会計年度(自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)

(1) 契約負債の残高等

(単位:百万円)

	当連結会計年度
契約負債（期首残高） 長期前受収益（1年内含む）	76
契約負債（期末残高） 長期前受収益（1年内含む）	66

契約負債は、主に、開店時において加盟店に付与するライセンスに関する前受金に関するものであります。当該ライセンス料は契約時に一括で収受し、契約期間の経過にしたがって収益を認識しております。

当連結会計年度に認識した収益のうち、期首現在の契約負債残高に含まれていた金額は、29百万円であります。

(2) 残存履行義務に配分した取引価格

残存履行義務に配分した取引価格の総額及び収益の認識が見込まれる期間は、以下のとおりであります。

(単位：百万円)

	当連結会計年度
1年以内	20
1年超5年以内	31
5年超	14
合計	66

当連結会計年度(自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)

(1) 契約負債の残高等

(単位：百万円)

	当連結会計年度
契約負債(期首残高) 長期前受収益(1年内含む)	66
契約負債(期末残高) 長期前受収益(1年内含む)	66

契約負債は、主に、開店時において加盟店に付与するライセンスに関する前受金に関するものであります。当該ライセンス料は契約時に一括で収受し、契約期間の経過にしたがって収益を認識しております。

当連結会計年度に認識した収益のうち、期首現在の契約負債残高に含まれていた金額は、21百万円であります。

(2) 残存履行義務に配分した取引価格

残存履行義務に配分した取引価格の総額及び収益の認識が見込まれる期間は、以下のとおりであります。

(単位：百万円)

	当連結会計年度
1年以内	16
1年超5年以内	31
5年超	19
合計	66

(1株当たり情報)

	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
1株当たり純資産額	1,366.28円	1,120.67円
1株当たり当期純損失(△)	△16.14円	△233.53円
潜在株式調整後 1株当たり当期純利益	—	—

(注) 1 潜在株式調整後1株当たり当期純利益については、潜在株式は存在するものの1株当たり当期純損失であるため記載しておりません。

2 1株当たり当期純損失の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

項目	前連結会計年度 (自 2023年3月1日 至 2024年2月29日)	当連結会計年度 (自 2024年3月1日 至 2025年2月28日)
1株当たり当期純損失(△)		
親会社株主に帰属する当期純損失(△) (百万円)	△468	△6,774
普通株主に帰属しない金額(百万円)	—	—
普通株式に係る親会社株主に帰属する 当期純損失(△) (百万円)	△468	△6,774
普通株式の期中平均株式数(千株)	29,008	29,008
潜在株式調整後1株当たり当期純利益		
親会社株主に帰属する当期純利益調整額(百万円)	—	—
普通株式増加数(千株)	—	—
(うち新株予約権(千株))	(—)	(—)
希薄化効果を有しないため、潜在株式調整後1株当たり 当期純利益金額の算定に含めなかった潜在株式の概要	—	

3 1株当たり純資産額の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

項目	前連結会計年度末 (2024年2月29日)	当連結会計年度末 (2025年2月28日)
純資産の部の合計額(百万円)	40,681	32,781
純資産の部の合計額から控除する金額(百万円)	1,047	273
(うち新株予約権(百万円))	(3)	(3)
(うち非支配株主持分(百万円))	(1,043)	(269)
普通株式に係る期末の純資産額(百万円)	39,633	32,508
1株当たり純資産額の算定に用いられた期末の普通株式の 数(千株)	29,008	29,008

(重要な後発事象)

該当事項はありません。