



マックスバリュ東海株式会社

2026年2月期 第2四半期決算 説明会資料



2026年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

2025年度 上半期の取り組み

2025年度 下半期重点取り組み方針

2026年2月期 連結業績予想

2026年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

2025年度 上半期の取り組み

2025年度 下半期重点取り組み方針

2026年2月期 連結業績予想

連結損益計算書

（百万円・％）

	2025年2月期 第2四半期（中間期）	2026年2月期 第2四半期（中間期）	同期比
営業収益	188,076	192,524	102.4
売上高	184,192	188,563	102.4
営業利益	6,277	5,841	93.1
経常利益	6,272	5,971	95.2
親会社株主に帰属する 中間純利益	4,032	5,663	140.4

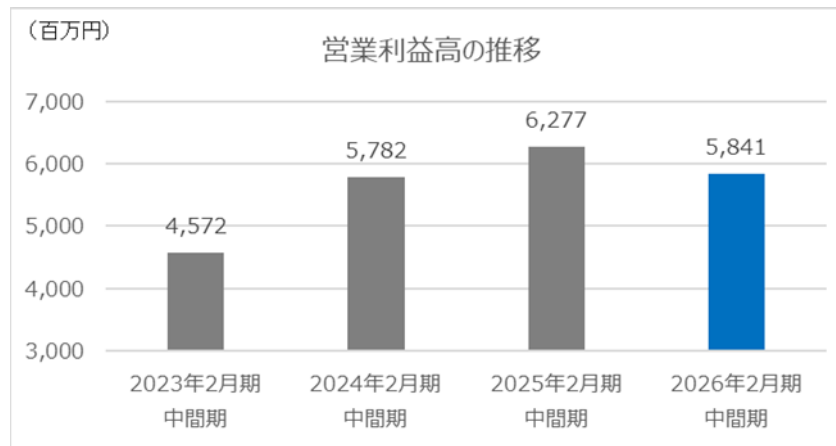
連結財務状況

（百万円・％）

	2025年2月期第2四半期（中間期）		2026年2月期第2四半期（中間期）		前期増減
	実績	構成比	実績	構成比	
総資産	143,242	100.0	152,277	100.0	+9,034
純資産	82,699	57.7	91,865	60.3	+9,165

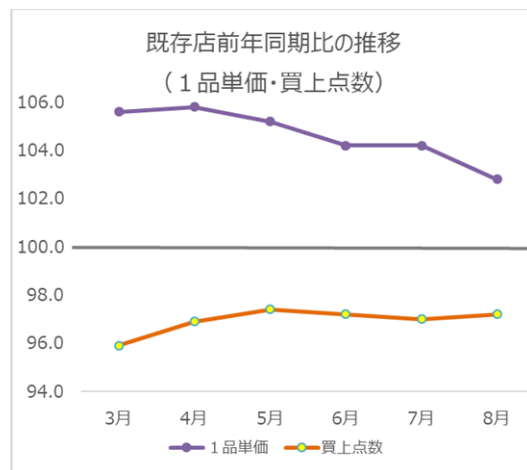
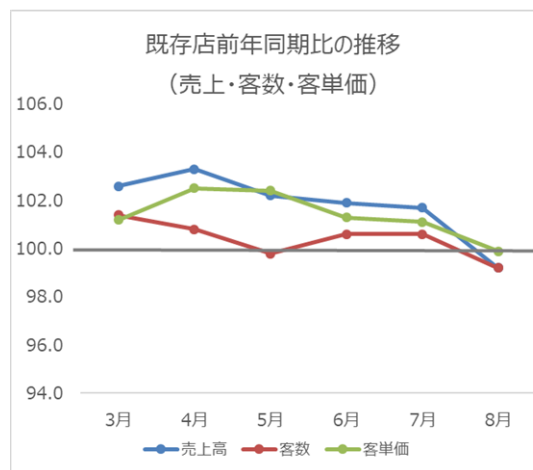
通期での増収増益達成を目指す

- ・営業収益は増収（過去最高）を達成
- ・営業利益・経常利益については、最もウエイトの高い8月度において、昨年の「南海トラフ地震臨時情報」発表に伴う影響を加味した利益確保ができず減益
- ・親会社株主に帰属する中間純利益は、中国事業撤退に伴う税効果会計適用等の要因により、増益を達成
- ・下半期は、客数・買上点数の増加による売上高の改善を図り、年間トータルでは当初計画数値の達成を目指す



既存店売上高の状況

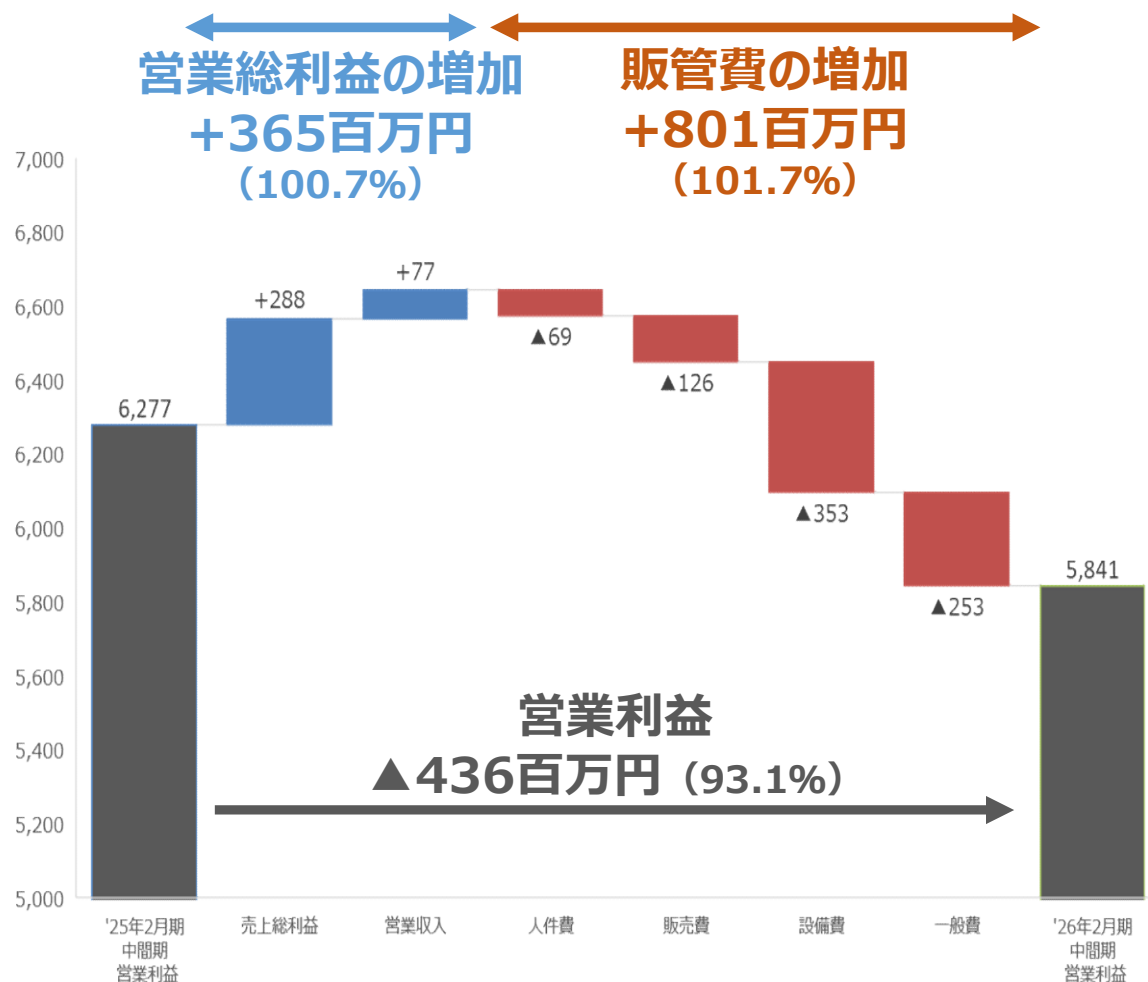
売上高 101.7% 前 期 102.7% 前々期 103.8%	客数 100.4%	前 期 101.7% 前々期 101.4%
	客単価 101.4%	前 期 101.0% 前々期 102.4%
	一品単価 104.6% 前 期 103.4% 前々期 106.0%	買上点数 96.9% 前 期 97.7% 前々期 96.7%



価格戦略見直しによる売上の高上げ

- ・お買い得感を打ち出した価格戦略の見直しにより、既存客数は前期を上回って推移
- ・一品単価の上昇により、客単価も上昇し、売上既存比101.7%と上乗せして着地
- ・物価高騰の影響により買上点数が停滞
- ・月別では、既存売上は7月まで継続的に昨年初8月の昨年割れは、防災・備蓄関連商品の需要が高まった反動による特殊要因と認識





営業総利益： 54,128百万円

前年差+365百万円

- ・売上総利益率 26.6% (昨年27.1% ▲0.5)
売上総利益率は戦略的に下げ、お客さまがお求めやすい価格設定を実現

販管費合計： 48,287百万円

前年差+801百万円

- ・効率化投資など構造改革を進め、筋肉質な経営体制構築が進む

経費科目別売比比較

科 目	2025年2月期 中間期	2026年2月期 中間期	前年率差
営業総利益率	29.2	28.7	▲0.5
人件費率	13.1	12.8	▲0.3
販売費率	2.6	2.6	0.0
設備費率	8.3	8.3	▲0.0
一般費率	1.8	1.9	0.1
販管費率	25.8	25.6	▲0.2
営業利益率	3.4	3.1	▲0.3

2026年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

2025年度 上半期の取り組み

2025年度 下半期重点取り組み方針

2026年2月期 連結業績予想

国内景気については、経済活動の活性化が進み、雇用・個人消費の改善など、緩やかな回復基調が続く。
一方、米国の関税引き上げによる影響が懸念されるなど、先行きの不透明感
は依然として強い。

「スーパーマーケット業界の状況」

- 食品価格の上昇に伴う消費マインド低迷
- 人件費・配送費用などコスト負担の増加
- 業種・業態を超えた競争環境の激化

“想いを形に、「おいしい」でつながる。”の具現化に向け
中期経営計画（2024年度～2026年度）の
基本戦略に沿った施策を推進

【2025年度の位置づけ】

- 確固たる成長軌道の確立
- 中期経営計画の達成を左右する重要年度
- お客さまに寄り添い、徹底した暮らし応援を実現

2025年度経営基本方針

高収益体質への転換

【戦略テーマ】
既存路線からの脱却
【戦略目的】
営業基盤強化

顧客接点の充実

【戦略テーマ】
新たな成長の芽を育成
【戦略目的】
同質化からの脱却

成長基盤の再構築

【戦略テーマ】
企業価値の向上
【戦略目的】
共感の醸成

高収益体質への転換

2025年度 上半期：新規出店 1 店舗・既存店改装 7 店舗（業態変更含）を実施

新規出店



マックスバリュ エクスプレス御器所 2 丁目店（7 月）

「わたしにうれしいとっても便利なお店」をコンセプトに、お客さまの多様なニーズやライフスタイルの変化に対応した小型店舗。
食べきり、使いきりを意識した小容量商品、日常の暮らしに必要な品揃えの確保、「じもの商品」の導入を推進し、普段使いにちょうど良い、便利で地域に密着した店舗。名古屋市内33店舗目となる。

既存店改装（業態変更）



マックスバリュ エクスプレス浜松早出店（7 月）

小型のマックスバリュ エクスプレスに業態変更。
小容量で買いやすさにこだわった売場構成に変更したほか、
イートインコーナーの新設、日用雑貨の均一コーナーの導入などにより、
『便利で快適』で地域に愛され、お客さまから“ありがとう”が溢れる生活便利ストアとしてリニューアルオープン。

2025年度 上半期：新規出店 1 店舗・既存店改装 7 店舗（業態変更含）を実施

既存店改装

マックスバリュ亀山店（3月）



マックスバリュ修善寺店（3月）



マックスバリュ大台店（4月）



マックスバリュベシティ裾野店（5月）



マックスバリュ知多新知店（6月）



マックスバリュ藤が丘店（7月）



新たな価格訴求の打ち出し

安さ実感 家計応援!!

お客さまの支持が高い商品を中心に、一定期間、お求めやすい価格で、安さを実感できる商品



- 物価高の長期化がお客さまの暮らしに大きく影響
→生活防衛意識の高まり
- お客さまの毎日の生活に寄り添い暮らしを支える食のインフラとしての社会的責任を果たす
→お客さまの生活に欠かせない商品を中心にお値打ち価格に見直すとともに、対象商品がわかりやすい店頭表示を導入
- iAEONを活用したクーポン販促も強化し、売場全体で安さのイメージを打ち出すことで、競争力を高めた

当社ならではの価値提供

じものを通じた地域連携



今こそ値下げ「トップバリュ」



バラ販売・少容量の品揃え



じもの商品の開発



産官学連携商品の開発



政府備蓄米の販売



効率化投資の効果 ～生産性向上～

セルフレジ



セルフレジ利用率

61.2%

(+8.2)

電子棚札



電子棚札導入店舗数

243店舗

発注システム



人時売上高

17,967円

(+1,148円)

- ・積極的な「効率化投資」の効果により店舗作業の効率化が進む
- ・大幅な賃上げを実現しつつ、人件費は昨年水準を維持できた

人時生産性

4,197円

(+178円)

顧客接点の充実

移動スーパー



- ・上半期 6 台を運行開始
稼働台数40台体制
- ・サービスエリアを初稼働の山梨県
含め 6 県に拡大
- ・地域の買物支援、地域見守りの
役割を担う

上半期稼働	総台数
6台	40台

無人店舗「Maxマート」



- ・上半期35店舗開設
総店舗数141店舗
- ・滋賀県・神奈川県に新たに
開設するなど、6県下に展開
- ・企業の福利厚生充実と
利便性向上に寄与

上半期開設	総店舗数
35店舗	141店舗

Uber Eats



- ・上半期11拠点を開設
総拠点数93拠点
- ・現在6県下に展開
- ・若い世代中心にデリバリー需要
の取り込みを推進

上半期開設	総拠点数
11拠点	93拠点

ECサイトの品揃え充実



- ・ごちそうメニューなど「予約販売」の強化
- ・「じもの商品」「産直果物」など、当社ならではの商品ラインナップ拡充で新規顧客を取り込み

トータルアプリ「iAEON」



- ・新AEON Payサービス開始
- ・WAONカードとの連携強化により、利便性を向上
- ・AEON Pay利用時の販促強化など、iAEONお気に入り登録件数の獲得を加速

iAEONお気に入り登録件数
126.8万件

デジタルサイネージの活用



- ・得意日案内、レシピ情報、各種販促、行政からのお知らせなど、お客さまへの情報発信ツールとして活用
- ・メーカーさまの情報配信など、リテールメディアの発信媒体へと利用を拡大

成長基盤の再構築

地域との連携活動

防災協定



- ・店舗所在地の自治体との防災協定の締結を推進
- ・災害発生時の緊急支援や平常時の防災体制の連携強化により、地域のライフラインとしての役割を担う

協定締結市町数

48市・18町

地域の見守り活動推進に関する協定



- ・移動スーパーの稼働に合わせて、自治体や社会福祉協議会等と「地域の見守り活動推進に関する協定」を締結
- ・移動スーパーでの販売を通じて、お客さまの見守り活動を推進

協定締結市町数

9市7町

指定暑熱避難施設（クーリングシェルター）



- ・気候変動適応法に基づき、夏季の暑さをしのげる施設として、市町村長が指定するクーリングシェルター
- ・当社も趣旨に賛同し、イートインコーナーを有する店舗を中心に、クーリングシェルターを申請

登録市町数

53市町

登録店舗数

133店舗

ご当地WAON寄付金贈呈

防災・減災都市なごやWAON



名古屋市の消防、救急業務に必要な車両の更新や資器材などの購入など、消防・防災力の向上に活用

出世城浜松城WAON



浜松市の森林、河川などの自然環境を守り育てる事業のために活用

しずおか富士山WAON



富士山の環境保全のための事業への助成や、富士山の安全対策に活用

- ・ご利用金額の一部を自治体等に寄付する「ご当地WAON」の利用を促進
- ・当社で発行する9種類の「ご当地WAON」のご利用金額の一部を各自治体等に寄付し、地域貢献活動等にご活用いただく
- ・iAEONアプリのバージョンアップにより、ご当地WAONのアプリ連携が可能となり、地域貢献への参加がますます便利に

**2025年度
ご当地WAON寄付金額**

2,051万円

社会貢献活動

イオン チアーズクラブ



- ・小中学生を対象に、環境・社会貢献活動について考える力を育む場として、店舗を拠点に体験学習を行う「イオン チアーズクラブ」
- ・現在、マックスバリュ グランド名西店とマックスバリュ浜松助信店にてクラブを運営
- ・未来のマックスバリュファンづくり

フードドライブの常時実施



- ・フードロス削減を目指し、7月より全店店頭にてフードドライブの常時実施をスタート
- ・ご家庭で消費されない食品を持ち寄っていただき、フードバンク団体を通じて、子ども食堂などに贈呈
- ・環境保全と社会貢献の2つの側面に寄与する取り組み

あいち商業・地域貢献活動大賞知事賞受賞



- ・地域との連携が積極的に行われている地域貢献活動を公募し、優れた事例を表彰する「あいち商業・地域貢献活動大賞」
- ・マックスバリュ小牧堀の内店の移動スーパーの地域連携の取り組みが、第1回の表彰において知事賞（最高賞）を受賞

従業員満足の上

DE&I推進室の新設



- 女性活躍推進
 - 障がい者雇用の促進と活躍推進
 - 外国籍従業員の活躍推進 など
- 多様な価値観と個性を尊重し、誰もがいきいき働き、能力を発揮できる組織風土醸成に向けDE&I推進室を新設

短時間正社員制度の導入



- 多様な人材が長期的に安心して働き続けることができる環境づくりの推進を目指し、2025年7月に「短時間正社員制度」を導入
- 所定労働時間を短縮しながらも、安定した雇用形態とキャリア形成の機会を提供

笑顔の花咲くキャンペーン



- 「笑顔」と「元気」、「幸せ」あふれる地域の共創に向け、最高の状態でお客さまをお迎えするための、インナーキャンペーン
- 挨拶コンクールや、従業員が相互にありがとうを伝える取り組みで、店舗スタッフのホスピタリティ向上を推進

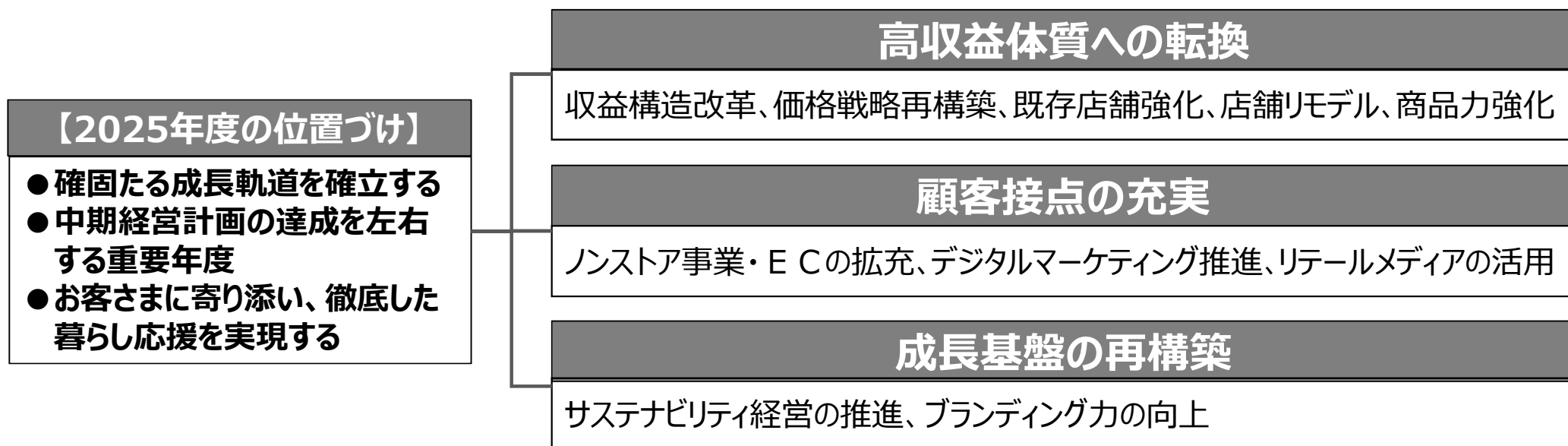
■ 2026年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

■ 2025年度 上半期の取り組み

■ 2025年度 下半期重点取り組み方針

■ 2026年2月期 連結業績予想

2025年度経営基本方針に従い、下半期も各項目の重点施策を推進します。
また、上半期の課題解決に向け、売上高向上の施策を強化します。



客数・買上点数の増加を図り、売上高の更なる伸長を目指す

お客さまの暮らしに寄り添ったお買得価格の実現と、付加価値の提供で、客数・買上点数を上げる施策により、売上高の拡大を図る

2025年度下半期の主要施策

プライスリーダーシップの奪取

価格訴求を継続し、競争に勝てる仕組みづくりで、買上点数を向上

- ・競争店に負けない価格の実現
- ・店舗間格差の是正
- ・トップバリュ ベストプライス商品の売り込み

トップバリュの拡販

重点商品の単品量販でグループシナジーを最大限活用

- ・新商品、リニューアル商品、値下げ、増量品などの売り込み強化

生鮮・デリカの強化

競争に打ち勝つ武器として生鮮・デリカを徹底強化

- ・市場成長が高いデリカ・インスタベーカーで差別化を実現
- ・強い生鮮の定着による集客力の向上
- ・改装店舗等でモデル確立を図る

デジタルマーケティングの推進と、生産性向上の継続実施による収益性の更なる改善に取り組む

2025年度下半期の主要施策

デジタルマーケティングの推進

- イオンのトータルアプリ*i*AEONを軸としたデジタル販促の推進
 - ・*i*AEONお気に入り店舗登録者の獲得を推進
→目標：150万件の登録を目指す
 - ・アプリクーポンなど、販促施策との連動で効果的に会員拡大を図る

生産性向上に向けた施策

- 効率化投資の効果を最大限発揮し、更なる生産性向上を図る
 - ・継続的なDX投資の実施
 - ・自動発注の精度向上
 - ・新たな効率化什器の検討など
→店舗における効率改善が更に進む仕組みの検討・導入

ノストア事業・E Cの継続的推進により顧客接点を更に充実させる。

2025年度下半期の主要施策

ノストア事業の推進

- 下半期も移動スーパー、無人販売「Maxマート」中心に拠点拡大
- ・移動スーパー：新規ルートの開拓準備が整い次第、順次稼働台数を増やし、エリアを拡大していく
 - ・Maxマート：200店舗体制の早期確立を目指す

ECの推進

- ECサイトの取り扱い商品の充実を図る
- ・じもの商品の取り扱い強化
 - ・予約販売商品の受け付け早期化による受注拡大
 - ・ペット用品、大容量の日用雑貨などのノンフーズ商品の強化

地域との共生を最も真剣に考える企業を目指し、引き続き、地域の発展とサステナブルな地域社会の構築に貢献。
マックスバリュ東海のブランディング確立を目指す。

2025年度下半期の主要施策

環境・社会貢献活動の推進

環境保全活動・社会貢献活動の推進により、サステナビリティ経営の更なる推進を図る。

- ・防災協定など地域との連携協定の締結
- ・再生可能エネルギーの活用（太陽光発電システムの導入促進）
- ・食品ロス削減・廃棄物の削減
- ・ありがとうキャンペーン寄付をはじめとした各種寄付活動
- ・植樹活動の実施
- ・イオン チアーズクラブの活動推進

■ 2026年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

■ 2025年度 上半期の取り組み

■ 2025年度 下半期重点取り組み方針

■ 2026年2月期 連結業績予想

	通期予想（百万円）	前期比・差
営業収益	393,000	104.1%
営業利益	14,300	101.7%
経常利益	14,200	100.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	9,400	100.1%
1株当たり当期純利益	294円84銭	+0円33銭
1株当たり年間配当	85円	+10円



マックスバリュ東海株式会社