



マックスバリュ東海株式会社

2027年2月期 第2四半期決算 説明会資料



■ 2027年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

■ 2026年度 上半期の取り組み

■ 2026年度 下半期重点取り組み方針

■ 2027年2月期 連結業績予想

■ 2027年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

■ 2026年度 上半期の取り組み

■ 2026年度 下半期重点取り組み方針

■ 2027年2月期 連結業績予想

連結損益計算書

（単位：百万円、％）

2027年2月期第2四半期（中間期）			
	前年同期	実績	前期比
営業収益	192,524	192,884	100.2
売上高	188,563	188,878	100.2
営業利益	5,841	4,889	83.7
経常利益	5,971	5,090	85.2
親会社株主に帰属する 中間純利益	5,663	3,256	57.5

・新店13店舗の開設やノンストア事業の拡大など成長戦略の継続的な取り組みにより、**営業収益は増収（過去最高）を達成**

・人件費や設備費など、販管費の増加に対し、生産性向上や経費抑制に努めたものの、営業利益/経常利益は減益

・中間純利益については、前期の中国事業会社清算に伴う税効果会計の適用により、税金費用が大幅に減少した影響が含まれる

・下半期は、売上高の増加に努め、年間トータルでは当初計画数値の達成を目指す

連結財務状況

（単位：百万円、％）

	前年同期	実績	構成比	前期増減
総資産	152,277	151,259	-	▲1,017
純資産	91,865	98,002	64.8	+6,137

既存店売上高の状況

	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）	2027年2月期 第2四半期 （中間期）
売 上	102.7%	101.7%	99.3% (前期差 ▲2.4%)
客 数	101.7%	100.4%	99.8% (前期差 ▲0.6%)
客単価	101.0%	101.4%	99.5% (前期差 ▲1.9%)
一品単価	103.4%	104.6%	101.6% (前期差 ▲3.0%)
買上点数	97.7%	96.9%	98.0% (前期差 +1.1%)

- ・競争環境の激化や前年の米価格高騰の反動、夏季の天候不順などの影響もあり、既存店売上高は昨年に届かず
- ・客数の減少は課題と認識。
下半期には、重点商品の売り込みや地域密着の取り組みを更に進化させるとともに、売場づくり、接客など「基本の徹底」を図ることで客数増を目指す
- ・根強い節約志向に対する価格戦略の継続や、米価格の安定化を受け、一品単価の伸びが鈍化
- ・買上点数は改善傾向にあるものの減少が続く。
時間帯ニーズに応じた品揃えやバラ販売等の強化を図り、前期を上回る水準まで改善を図る
- ・下半期は客数・買上点数を改善し、売上増加の実現を目指す

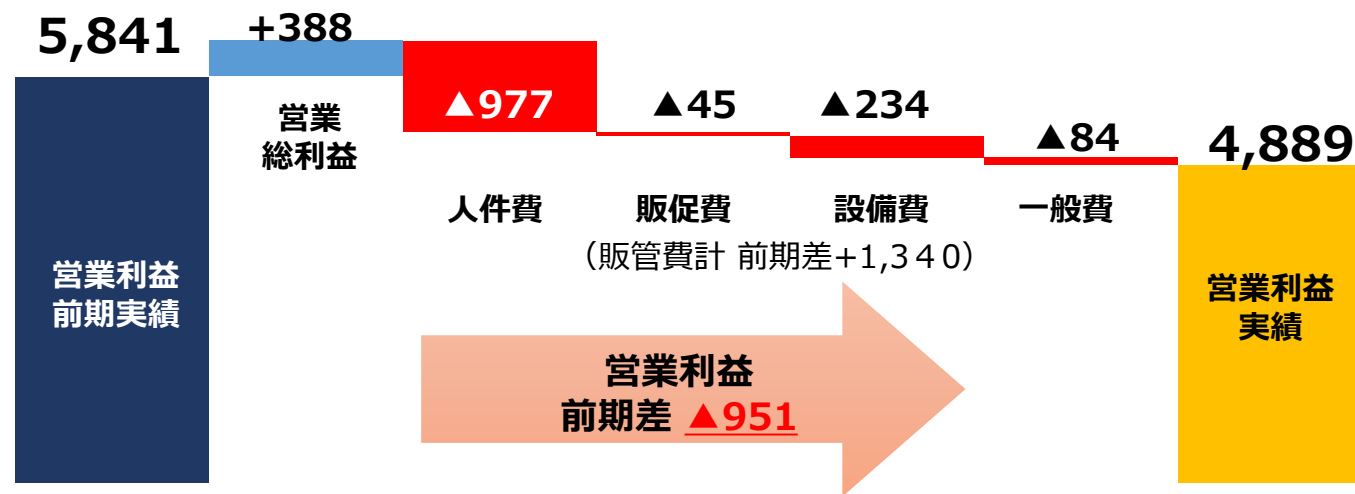
営業利益の状況

（単位：百万円、％）

2027年2月期第2四半期（中間期）			
	実績	売上比（前期差）	前期比
営業総利益	54,517	28.9（+0.2）	100.7
人件費	25,161	13.3（+0.5）	104.0
販促費	5,016	2.7（+0.0）	100.9
設備費	15,832	8.4（+0.1）	101.5
一般費	3,618	1.9（+0.0）	102.4
販管費計	49,628	26.3（+0.7）	102.8
営業利益	4,889	2.6（▲0.5）	83.7

営業利益 増減の要因

（単位：百万円）



- ・営業総利益は388百万円（0.2ポイント）増加
- ・販管費は、賃上げに伴う人件費増や設備費の増加等により、販管費率が0.7ポイント増加
- ・販管費の増加を営業総利益の増加で補えず、営業利益は前期より951百万円の減少

上半期の新規出店・改装の状況

店舗合計 **260** 店舗 (2026年8月末現在)

	静 岡	愛 知		三 重	岐 阜	滋 賀	神奈川	山 梨	店舗計
		内 都市型 小型店							
26年2月期 期末店舗数	109	61	(3)	48	8	6	16	1	249
新規出店	2	11	(10)	－	－	－	－	－	13
閉店	2	－	－	－	－	－	－	－	2
27年2月期 中間期末店舗数	109	72	(13)	48	8	6	16	1	260
改装実施	6	－	－	1	－	－	－	－	7

新規出店： 13 店舗 (内 都市型小型店10店舗)
 閉店： 2 店舗
 改装： 7 店舗

2027年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

2026年度 上半期の取り組み

2026年度 下半期重点取り組み方針

2027年2月期 連結業績予想

雇用・個人消費の改善などにより、緩やかな景気回復基調が継続
一方、中東情勢や自然災害による影響が懸念されるなど、依然として
先行き不透明な状況が続く

«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、さまざまな施策を推進**

【2026年度の位置づけ】

マックスバリュ東海らしさの発揮

働く仲間と共に成長

お客さま・地域社会との「つながり」を
意識した価値提供を実践

2026年度経営基本方針

マックスバリュ東海らしい
成長の実現

【戦略テーマ】

- (1) 商品力の強化
- (2) 地域密着経営
- (3) 暮らしに寄り添うさまざまな
フォーマットによる価値提供

高収益構造の確立

【戦略テーマ】

- (1) 店舗オペレーションの最適化と
働き方改革
- (2) 業務の最適化「なくす、へらす、
改善する」

企業価値を高める
事業基盤の構築

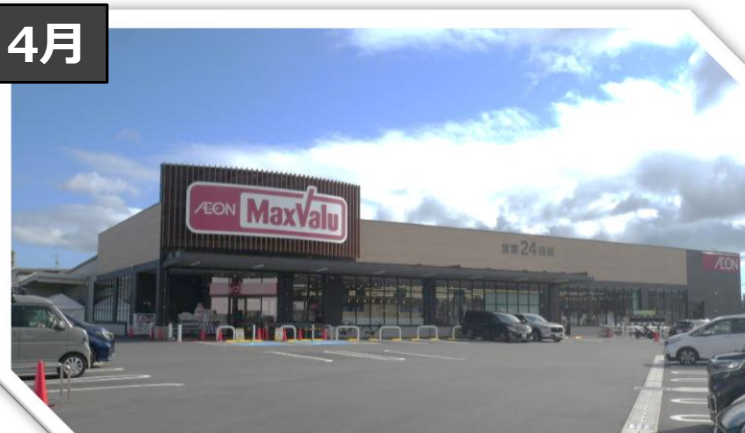
【戦略テーマ】

- (1) 多様な人材が活躍できる
組織風土
- (2) DX活用による価値の最大化
- (3) ブランド力の醸成

マックスバリュ東海らしい 成長の実現

2026年度 上半期：13店舗（内 都市型小型店10店舗）を新規出店

4月



浜松宮竹店（浜松市中央区）

生鮮食品とデリカを強化した旗艦店。「じもの」こだわり、商品だけでなく、当社初のイートインカフェではテーブルやイスに地元浜松の天竜スギや天竜ヒノキを活用するなど、あらゆる面で「じもの」に特化。

5月



Exp守山小幡店（名古屋市守山区）

「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「マックスバリュ エクスプレス」を2店舗新規出店。
食べきり、使いきりを意識した小容量品、日常の暮らしに必要な品揃えの確保、「じもの商品」の導入など、普段使いにちょうど良い、便利で地域に密着した店舗です。

6月



Exp浜松西浅田店（浜松市中央区）

※Exp=エクスプレスの略

2026年度 上半期：都市型小型店を10店舗開店

3月 Exp鶴舞2丁目店	3月 Exp本郷駅北店	3月 Exp千代田4丁目店	4月 Exp上社駅前店	5月 Exp平針駅西店
6月 Exp新栄2丁目店	7月 Exp池下駅北店	7月 Exp岩塚駅東店	7月 Exp瑞穂運動場西駅前	8月 Exp松原1丁目店

「おいしさすぐそこ、毎日を便利に。」をコンセプトに、名古屋市の都心部を中心に展開する約50坪の「都市型小型店」を集中出店。
上半期には10店舗を開店し、8月末現在で13店舗を展開しています。



2026年度 上半期：既存店7店舗で改装を実施

5月



松崎店 (静岡県松崎町)

7月



名張店 (三重県名張市)

7月



磐田西貝塚店 (静岡県磐田市)

3月



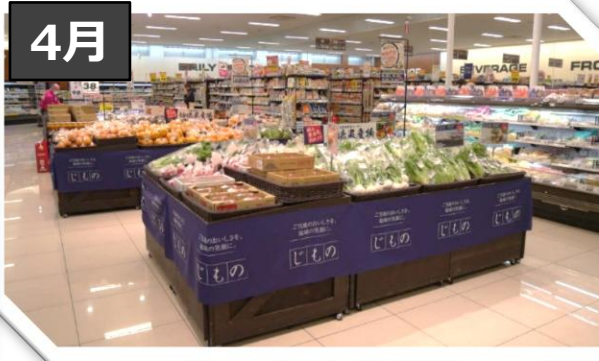
Exp静岡羽鳥店 (静岡市葵区)

3月



藤枝藪田店 (静岡県藤枝市)

4月



Exp静岡西脇店 (静岡市駿河区)

4月



御殿場富士岡店 (静岡県御殿場市)

トップバリュ・じもの・生鮮・デリカの状況

トップバリュ



- ・インフレ下における当社の武器としてトップバリュの売り込み継続
- ・「ベストプライス商品」をはじめ、「今こそ値下げ」・「増量企画」など、価値あるお買い得商品を提供

トップバリュ構成比

19.3%

(前年同期+0.6)

じもの商品



- ・地域とのつながりを大切に地域の味、地域食文化の継承などを目的に当社の強みとしてじものを展開
- ・地場野菜だけでなく、地元の銘菓、地物素材を活用したお惣菜など

じもの構成比

19.0%

(前年同期+1.3)

生鮮・デリカ



- ・お惣菜のばら販売強化、やきとり、手づくりおむすびなど、単品の強化
- ・インスタアベーカーの導入拡大、来店動機につながる名物商品開発
- ・生鮮品の強化で集客

生鮮・デリカ構成比

37.5%

(前年同期+0.7)

当社ならではの価値提供（地域に根ざした商品の販売）

ローカルP B「こまつな・みずな」



東伊豆産ニューサマーオレンジサワー



きなこ餅 小倉トースト味



三重県誕生150周年記念商品



産官学連携商品の開発



地元有名店のハンバーグ弁当



当社ならではの価値提供（価格の打ち出し）

家計に寄り添うトップバリュ



「安さ実感 納得価格」



毎日がお買得



移動スーパー



- ・上半期3台を運行開始
- ・買物困難なお客さまの利便性向上に寄与
- ・地域コミュニティ活性化、地域見守りの役割を担う

上半期稼働

3台

上半期末台数

46台

無人店舗「Maxマート」



- ・上半期31拠点開設
- ・三重県松阪市役所など公的機関への導入も推進
- ・企業等の福利厚生充実と利便性向上に寄与

上半期開設

31拠点

上半期末店舗数

231拠点

Uber Eats



- ・上半期93拠点を開設
- ・PPP（ピック・パック・ペイ）の活用で拠点拡大加速
- ・若い世代を中心にデリバリー需要の取り込みを推進

上半期開設

93拠点

上半期末拠点数

190拠点

高収益構造の確立

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

66.0%

(前年同期+4.8)

電子棚札



電子棚札導入店舗数

246店舗

部門横断の働き方推進



人時売上高

18,104円

(前年同期+187円)

- ・「効率化投資」の効果継続、店舗効率化が向上
- ・デリカ・寿司・ベーカリーやグロサリー・ノンフーズなど、店内組織の部門横断化を推進

人時生産性

4,231円

(前年同期+50円)

企業価値を高める 事業基盤の構築

多様な人材が活躍できる組織風土

短時間正社員制度の活用



- 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、「短時間正社員制度」を導入
- 同制度を活用し、パート社員12名を正社員に登用

男性育休の取得



- 「産後パパ育休制度」など、男性が育休を取得しやすい制度を整備
- 育休取得をフォローする体制の構築
- 配偶者が出産した男性従業員全員の育休取得を推進

女性活躍の推進



- 女性活躍推進の取り組みとして、「なでしこ勉強会」を開催
- 女性管理職育成を目指し、数値管理や商品開発を学ぶ研修
- 上半期には25年度の受講生が開発した和惣菜2品を販売開始

D Xを活用した価値の最大化

トータルアプリ「iAEON」



- ・「iAEON」の利用促進を推進
- ・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

185.6万件 (前年+58.8万件)

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、リテールメディアとしての活用も拡大

製造工場におけるロボット活用



- ・デリカの製造工場における省人化の取り組みとして総菜自動盛付ロボットを導入
- ・不定形で自動化が困難とされる総菜品の盛り付けをロボット化
- ・デリカ長泉工場（静岡県長泉町）及び大口工場（三重県松阪市）の2工場に導入

地域との連携活動

長泉町との包括連携協定



- ・店舗を展開する市町とイオンとの包括協定の締結を推進
- ・6月に静岡県長泉町との包括連携協定を締結
- ・電子決済を活用した地域貢献、地産地消と地域製品の販路拡大、地域防災への協力など、地方創生の実現に向け連携強化

ご当地WAON寄付



- ・ご利用金額の一部を自治体等に寄付する「ご当地WAON」
- ・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

2026年度 寄付金額

1,993万円

健康キャンペーン



- ・店舗と自治体の連携により、「健康」をテーマにしたイベントを開催
- ・お買物に合わせて、健康について考えていただく機会として、健康測定健康メニューの試食、食育クイズなどを実施
- ・お客さま参加型で楽しみながら食や健康への関心を高めていただく

環境・社会貢献活動

イオン ふるさとの森づくり 植樹祭



- ・浜松宮竹店オープン前イベントとして「イオン ふるさとの森づくり 植樹祭」を開催
- ・店舗近隣のお客さまとともに、地域に自生する樹木の苗木を植樹
- ・木々の成長とともに、店舗の成長を見守っていただく取り組み

ちびっ子健康マラソンの開催



- ・地域の子どもたちの健やかな成長を願い、エスビー食品さまとともに、ちびっ子健康マラソン三重大会を主催
- ・コロナで休止していた大会を7年ぶりに再開し、多くの子どもたちにご参加いただいた

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」
- ・今年度は三重県四日市エリアを立上げ、現在3クラブを運営

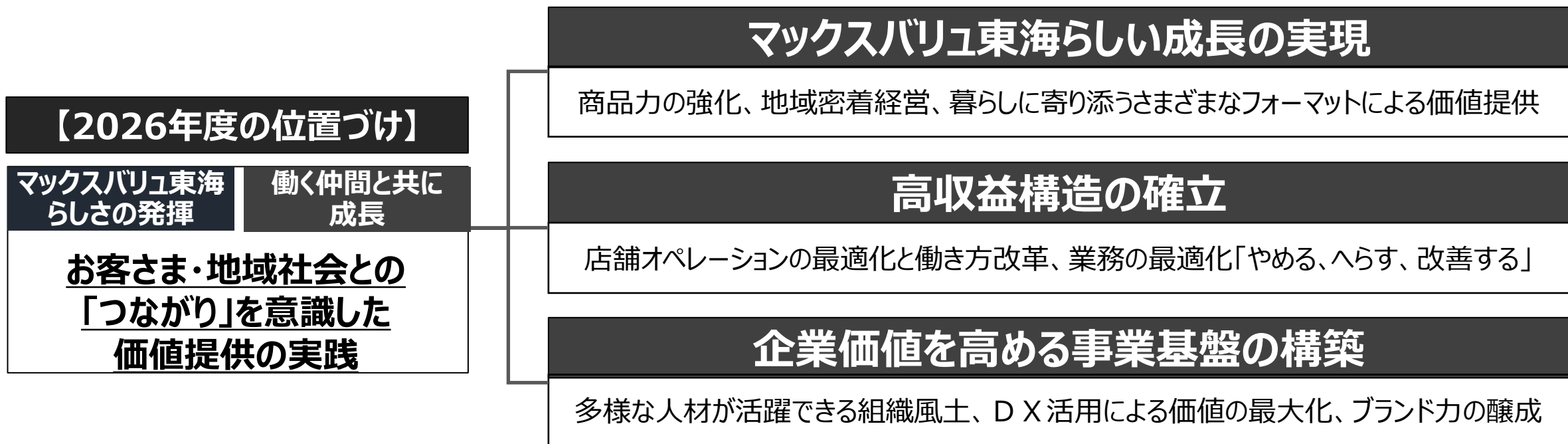
■ 2027年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

■ 2026年度 上半期の取り組み

■ 2026年度 下半期重点取り組み方針

■ 2027年2月期 連結業績予想

2026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。
上半期の売上高向上の施策を一層強化します。



下半期は客数へのこだわりを徹し、売上高を改善させる

当社の強みである地域密着の取り組みを更に磨き上げるとともに、
生鮮・デリカなど商品の付加価値を向上させ、集客力を高め、売上高の拡大を図る

2026年度下半期の主要施策

お客さまの暮らしに寄り添う 価値の提供

- ・地域密着、じもの強化に伴う地域とのつながり強化
- ・お客さまに安さが伝わる重点商品（KVI）の価格訴求を継続実施

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
- ・トップバリュベストプライスの売り込み
 - ・イオン株式会社化100周年記念商品、値下げ、増量品などの売り込み強化

生鮮・デリカの強化

- 部門横断組織の推進と製造部門への人的資本の傾斜配分により、競争に打ち勝つ武器である生鮮・デリカの強化を実現
- ・デリカのバラ販売の強化と新商品の開発による差別化
 - ・市場成長が高いインスタベアリーの拡大と名物商品の開発
 - ・強い生鮮の定着による集客力の向上

デジタルマーケティングの推進とノストア事業の顧客接点充実の更なる強化

2026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AEONを軸としたデジタル販促の推進
- ・AEON Payポイント施策の訴求・単品販促との連動
 - ・販促企画に連携した効果的な会員拡大
 - ・新規ご当地WAONとの地域連携強化

ノストア事業の推進

- 移動スーパー、無人販売「Maxマート」の拡大
- ・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、エリア拡大
 - ・Maxマート：300拠点体制確立を目指す

マックスバリュ東海ブランドの確立に向け、多様な人材が活躍できる組織風土の構築、及び地域の発展とサステナブルな地域社会の構築に貢献できる取り組みの推進を継続実施

2026年度下半期の主要施策

マックスバリュ東海 ブランドの醸成

多様な人材が活躍できる組織風土を構築するとともに、地域連携の強化、環境保全・社会貢献活動の推進に取り組む

- ・女性・障がい者・外国人材の活躍推進
- ・ご当地WAONを活用した地域連携強化
- ・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
- ・イオン チアーズクラブの活動推進

2027年2月期 第2四半期（中間期）決算概要

2026年度 上半期の取り組み

2026年度 下半期重点取り組み方針

2027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	400,000	103.9%
営業利益	14,700	108.4%
経常利益	14,700	106.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	9,300	90.7%
1株当たり当期純利益	291円66銭	▲29円83銭
1株当たり年間配当	85円	±0円



マックスバリュ東海株式会社