

株主の皆様へ

第49期第2四半期

(2025年3月1日～2025年8月31日)の事業の状況

株主の皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。第49期第2四半期までの概況についてご報告申し上げます。

当期の売上高につきましては、PRO向け商材、夏物季節商品、及び日用消耗品などを中心に売上を伸ばし増収となりましたが、前期の南海トラフ地震臨時情報発令による防災用品特需反動の影響が大きく、計画未達となりました。また、各段階利益につきましては、売上総利益の伸長に対し、新規出店などによる販管費の増加が上回り、減益となり、計画未達となりました。

実績としましては、コーナングループ連結で、売上高は2,562億97百万円(前年同期比3.3%増、計画比0.9%減)、売上総利益は947億5百万円(同3.0%増、同2.1%減)、営業利益は147億2百万円(同7.6%減、同10.4%減)、経常利益は137億300百万円(同10.8%減、同12.0%減)、中間純利益は87億260百万円(同5.4%減、同8.1%減)となりました。

新規出店につきましては、ホームセンターコーナンを5店舗、コーナンPROを7店舗、建デポを1店舗、ホームインブルーメントひろせを2店舗、そしてコーナンベトナムを1店舗と、計16店舗をオープンしたため、当第2四半期末時点のグループ店舗数は655店舗となりました。

当社グループは2026年2月期(第49期)から2028年2月期(第51期)までを対象期間とする「第4次中期経営計画」を本年4月に公表いたしました。本計画は経営体制の更なる強化を目指し、将来に向けた基盤構築を行う期間と位置付け、最終年度目標として、売上高5,600億円、営業利益290億円、当期純利益165億円を掲げております。これらを実現するために7つの重点戦略とESG経営、財務経営に取り組んでおります。

成長エンジンの一つである「①出店戦略」においては、強みとするPRO業態で都市部を中心としたドミナント強化を進めております。もう一つの成長エンジンとして位置付けている「②商品・価格戦略」においては、PB商品開発を進めると共に、まとめ買いや大容量による価格訴求などの販売促進を行っております。「③EC×店舗戦略」では、「重い」「かさばる」「まとめ買い」などEC購入が馴染む商品のラインアップ強化と店舗受取による来店促進を図っております。「④ファン化戦略」では自社アプリの会員数増加を進めると共に、一部地域で追加クーポン配信の取り組みを進めております。「⑤物流戦略」では、8月に大阪ベイ流通センターを新規開設し、物量増加への対応や物流コスト削減を図りました。「⑥オペレーション戦



代表取締役社長 足田 直太郎

略」では、営業支援端末に棚別の売上・利益・在庫可視化できる機能を追加し、店舗での有効な棚替えを促進させました。「⑦人財経営」においては、人材育成と社内環境整備方針を具現化するための人財委員会が始動しました。合わせて、ESG経営、財務経営にも取り組み、サステナビリティの推進や地域貢献、人材への配慮・教育、ガバナンス強化とともに、財務基盤の安定を前提とした成長投資と株主還元のパランスの取れたキャッシュアロケーションを行っております。これらを通じて、ステークホルダーの皆様のご期待にお応えし、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に努めてまいります。

株主還元の実践

当社は、株主の皆様に対する利益の還元を、経営上の重要課題の一つと位置づけております。基本方針として、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、長期にわたる安定した配当の実施と、業績ならびに株価水準などに応じた自己株式取得の検討を掲げております。第4次中期経営計画期間中の株主還元の目標として、総還元性向40%以上、及び累進配当と定めております。第49期の中間配当につきましては、本年4月に公表したとおり、前期より15円増配し65円といたしました。期末配当につきましても、15円増配の65円を予定し、年間の配当額は1株当たり30円の大幅増配を見込み130円となる予定です。これにより、12期連続の増配となる予定です。

また、自己株式の取得におきましても、本年4月に公表のとおり総額20億円、株式総数65万株(発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合2.18%)を上限とした自己株式の取得を進めております。本年10月末までに取得終了予定で、9月末時点の取得状況は約17億円、429,200株(自己株除く発行済株式数の1.47%)です。引き続き、投資計画および財務の健全性維持などを総合的に勘案して利益還元を継続してまいります。

株主の皆様におかれましては、引き続き絶大なるご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

第4次中期経営計画 (2025-2027)

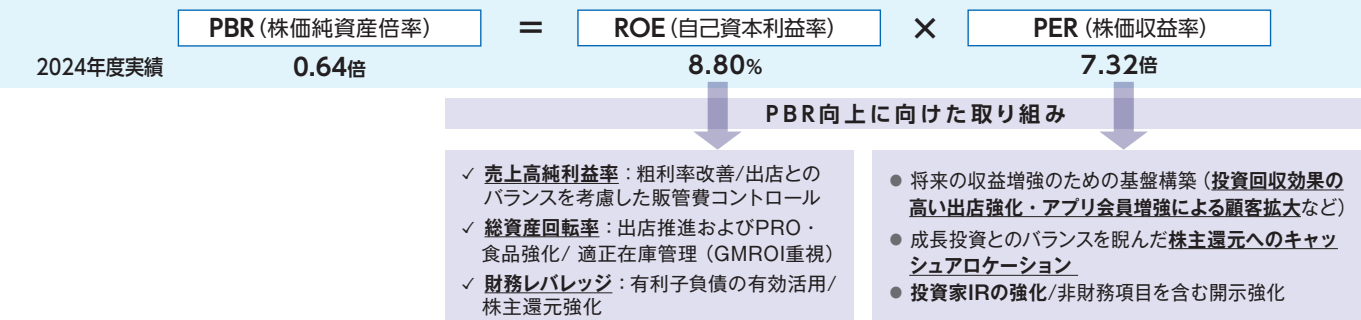
当社グループは、2025年4月に「第4次中期経営計画」を公表しました。当中期経営計画の目指す姿である誰からも愛される存在で「日本を代表する住まいと暮らしの総合企業」を実現すべく、一層の企業価値向上に取り組んでまいります。

《最終年度目標》

数値目標 (2027年度)	売上高	5,600億円	営業利益	290億円	EBITDA	430億円
	当期純利益	165億円	総還元性向	40%以上	配当方針	累進配当

《企業価値向上に向けた取り組み》

資本効率をさらに高めることでROE10%以上を目指し、市場から評価される成長戦略と資本政策でPER水準の引上げを展望し、PBRの一層の改善を目指します。



《株主還元方針》

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

目標水準：第4次中計期間中(2026/2-2028/2) ● 総還元性向：40%以上 2026年2月期(予定) 配当130円/年、自己株式取得20億円 ● 累進配当

《重点戦略・経営基盤》

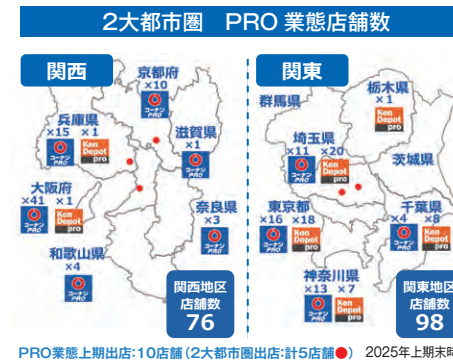
- 1 出店戦略
- 2 商品戦略・価格戦略
- 3 EC×店舗戦略
- 4 ファン化戦略
- 5 物流戦略
- 6 オペレーション戦略 (店舗/本社)
- 7 人財経営

ESG経営
財務経営

《成長エンジン》

① 出店戦略 (PRO業態の強化)

ドミナント形成 フォーマット小型化(300-500坪)により、コストを抑えて都市部への出店を強化



② 商品・価格戦略

