

# 株主の皆様へ

## 第49期(2025年3月1日~2026年2月28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、前期の防災・防犯需要増の反動減や冬物季節商品などの不振の影響を受けたものの、新規出店による上積みに加え、年度を通じてPRO向け商材、日用消耗品及び食品などが牽引し前年同期を上回りました。一方で、各段階利益は、売上総利益の伸びが新規出店などによる販管費の伸びを下回ったことに起因し、前年同期を下回りました。

実績としましては、コーナングループ連結で、売上高は5,020億59百万円(前年同期比3.7%増、当初計画比0.8%減)、売上総利益は1,855億32百万円(同3.4%増、同1.8%減)、営業利益は223億97百万円(同10.4%減、同12.5%減)、経常利益は207億54百万円(同11.0%減、同13.5%減)、親会社株主に帰属する当期純利益は122億63百万円(同13.7%減、同15.4%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8店舗、コーナンPROを12店舗、建デポを6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2店舗の計30店舗をオープンしました(4店舗閉店)。また、2025年10月にグループインしたホームセンターみつわの4店舗も加わり、第49期末時点のグループ店舗数は671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」を策定しております。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。また、グループ総合力の強化を図るため、2025年10月には福井県を地盤とするホームセンターみつわ、同年12月にはインテリア・家具を中心とするEC専業事業会社2社を統括するInTホールディングスを子会社化しました。ホームセンターみつわのグループインにより北陸地域における店舗網強化を図ります。InTホールディングスのグループインにより、内製化されたECノウハウを共有化し、当社とInTホールディングス傘下の2社双方が培ってきた商品企画力・販売力・物流体制などを融合することで、EC



代表取締役社長 足田 直太郎

ビジネス領域の拡大が可能となります。さらに、本年2月にはアレンザホールディングスの株式公開買付け及び資本業務提携契約締結、並びに親会社で共同出資会社となるパローホールディングスと資本業務提携に向けた協議を行っていく基本合意書の締結について公表しました。本年4月にはアレンザホールディングスは当社グループの持分法適用会社となりました。本件の意義として、業界内でのプレゼンス向上、経営規模拡大効果実現の効率的な推進、双方の事業ノウハウ・店舗網を相互活用した事業領域の拡大、及び専門性強化を想定しております。ステーキホルダーの皆様への期待に応えるべく、持続的な成長と中長期的な企業価値向上により一層努めてまいります。

### 株主還元の充実

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期の配当につきましては、中間・期末いずれも1株当たり65円、年間の配当額は1株当たり130円と12期連続の増配となりました。さらに、第50期の配当につきましては1株当たり10円増配し年間140円を予定しております。これにより、13期連続の増配となる予定です。引き続き、投資計画及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 <b>5,600億円</b>	営業利益 <b>290億円</b>	EBITDA <b>430億円</b>
	当期純利益 <b>165億円</b>	総還元性向 <b>40%以上</b>	配当方針 <b>累進配当</b>

### 《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などでPER水準の引上げを展望し、PBRの一層の改善を目指します。

PBR(株価純資産倍率)	=	ROE(自己資本利益率)	×	PER(株価収益率)
2025年度実績 <b>0.72倍</b>		<b>7.23%</b>		<b>10.01倍</b>

(2026年2月末株価で算出)

### ROE向上に向けた取り組み

<b>売上高</b> ✓ 出店・改装の推進 ✓ 強みとするPRO商材販売の強化 ✓ EC・法人営業・RF売上拡大 ✓ グループシナジーの極大化	<b>当期純利益</b> ✓ 粗利益率の引き上げ(原価改善/PB拡販・供給拡大) ✓ 既存店の販管費コントロール推進 ✓ 持分法適用会社損益計上による利益率向上	<b>総資産・自己資本</b> ✓ 需要予測システム活用による在庫適正化推進 = 既存店在庫削減目標: ▲10% ✓ 有利子負債の有効活用と適正水準へのコントロール推進(DER引下げ)
---	---	---

### 《重点戦略》

重点戦略	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	⑦ 人材経営

#### ① 出店戦略(PRO業態の強化)

- 大都市圏への出店強化 人口集中エリアでのドミナント構築
- 全国中核市への出店 全国規模でブランド浸透を目指す
- ホームセンターコーナン から コーナンPRO への業態転換の実施



建デポ葛飾水元店: 東京23区



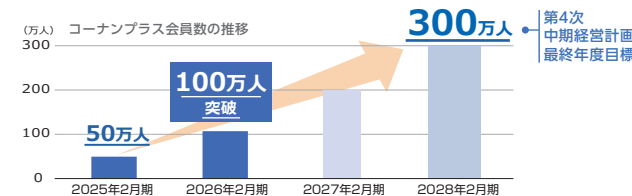
コーナンPRO新潟桜木店: 新潟県初出店



コーナンPRO東三国店: 業態変更

#### ④ ファン化戦略

会員様限定クーポン・会員様限定サービスの展開で会員数増加  
コーナンプラスと楽天ID・コーナンPayの紐づけで更に便利に



#### ② 商品・価格戦略(PB商品の強化)

- 既存主力商品の再拡販(まとめてお得)
- 増量品・大容量品の訴求(コスパ重視・専用販売)
- ECの口コミや従業員からの提案・ワークショップなどから商品開発・改善



● 販売好調商品一例  
花と野菜の培養土34L



USB充電電動ブッシュガン

#### ⑤ 物流戦略

<大阪ベイ流通センター新規開設>  
管轄店舗の見直しで配送距離短縮  
最新機器導入で作業負担軽減



<自動運転トラックの試験運用>  
関西⇄関東の高速道路一部区間で実施

