

2026年2月期 本決算 決算説明会



2026年4月9日
ミニストップ株式会社

代表取締役社長 堀田 昌嗣

i. 決算数値報告

ii. 2025年度 政策進捗

iii. 2026年度 計画

iv. 業績見通し





通期 連結業績は増収・減益
 当期純利益は前年差+10億円の着地

	2024年度 通期	2025年度 通期	前年比 (百万円 %)	直近公表比 (百万円 %)
営業総収入	87,475	91,788	104.9	94.6
営業利益	△3,486	△3,610	△123	△110
経常利益	△2,868	△3,067	△198	△67
当期純利益	△6,774	△5,630	+1,143	+369

※海外は為替影響を含む

2025年度 計画数値 進捗



売上・売上総利益率の状況 (単体)

項目	2025年度 通期計画	2025年度 通期実績	計画比・差 (%)
チェーン全店売上高 (百万円)	300,000	275,285	91.8
既存店日販 (千円)	445	421	94.3
全店平均日販 (千円)	445	421	94.3
売上総利益率 (%)	30.7	30.4	△0.3pt
店日売上総利益高 (千円)	136	127	△9千円

項目	2025年度 通期計画	2025年度 通期実績	計画差 (店)
出店	28	9	△19
閉店	56	64	+8

事業経費率 (%)	17.9	19.4	△1.5
-----------	------	------	------

※パートナーシップ契約店舗の売上高に対する事業経費の割合

販管費の状況 (単体)

項目	2025年度 通期計画	2025年度 通期実績	計画比 (%)
販売費及び一般管理費 (百万円)	42,750	41,534	97.2
うち、人件費	11,380	11,647	102.4

(連結)

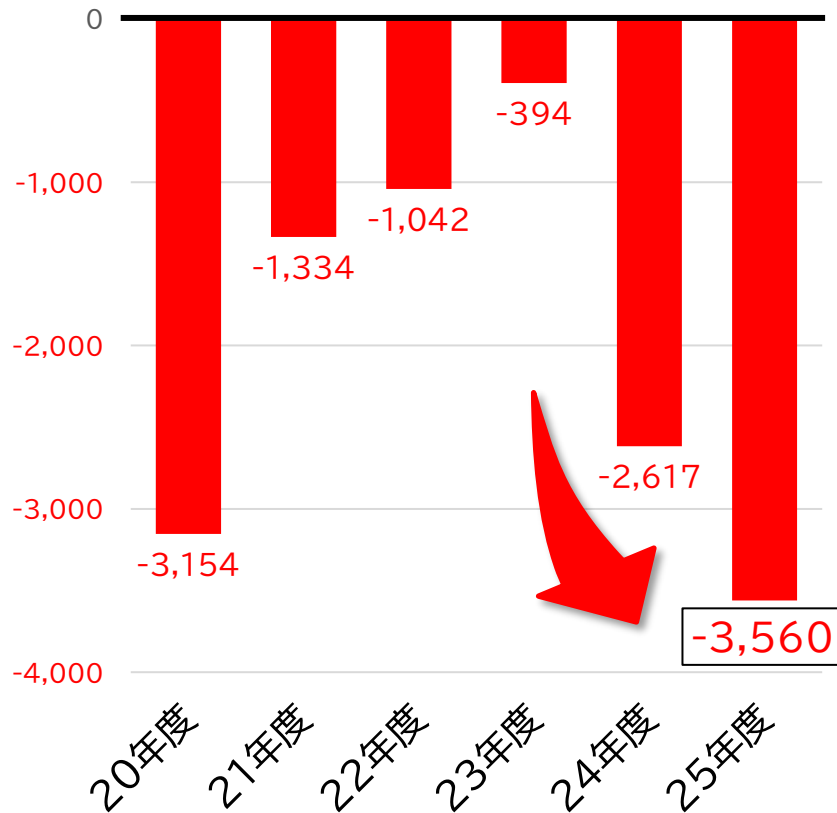
2025年度 通期計画	2025年度 通期実績	計画比 (%)
45,940	43,972	95.7
11,970	12,696	106.1

ミニストップ単体・ベトナム営業利益時系列



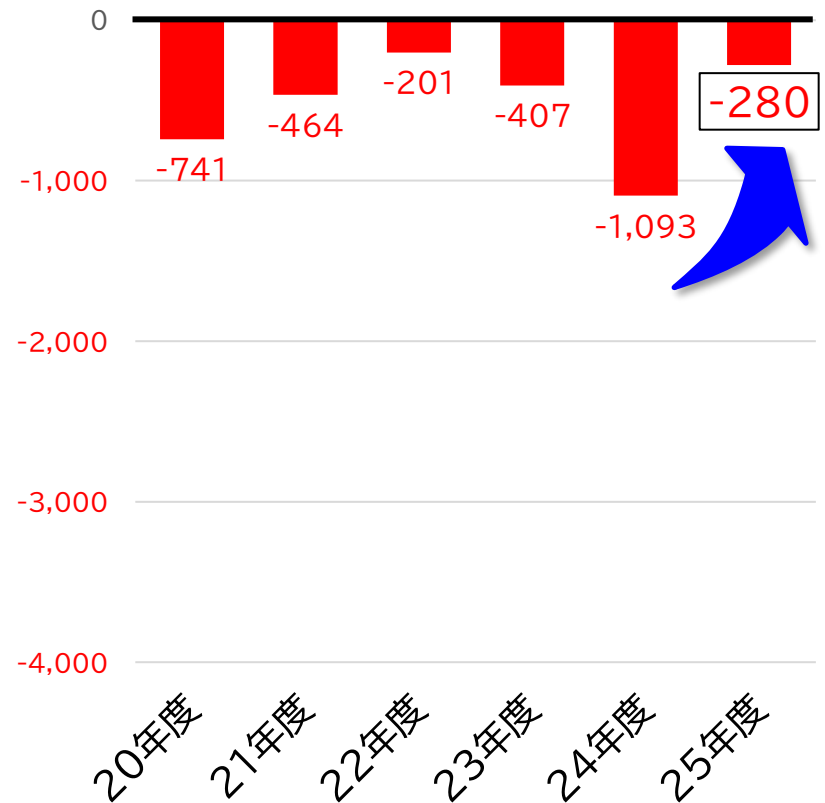
ミニストップ単体が連結業績を押し下げ
ベトナム事業は8億円の改善

■単体営業利益



■ベトナム営業利益

単位:百万円



※海外は為替影響を含む

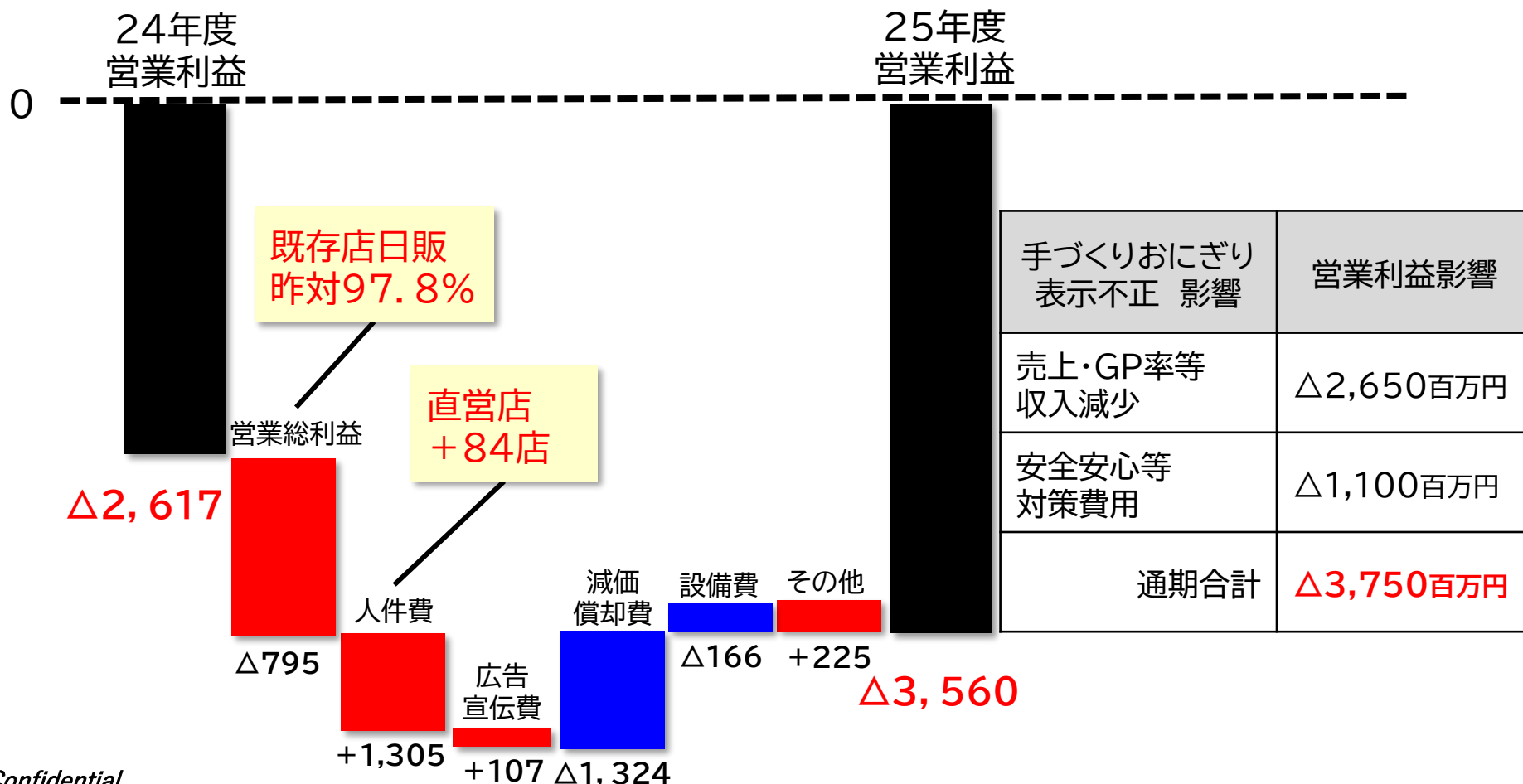
ミニストップ単体 年間 営業利益増減要因



直営増による売上高の増加が増収要因となる一方、加盟店からの収入は減少
 販管費では設備費削減が進むが、人件費が増加

単体 対前年ブリッジチャート

単位:百万円

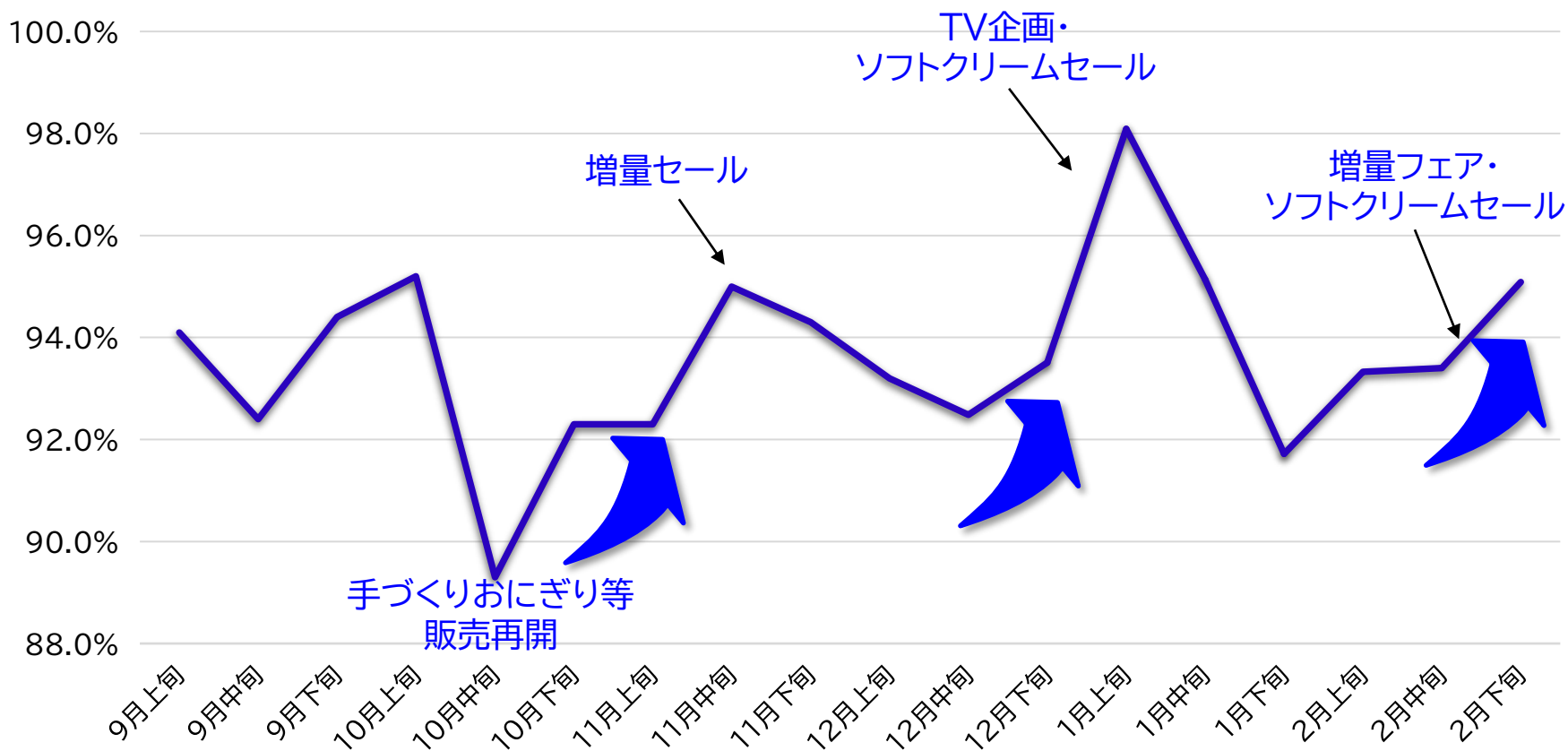


単体 客数 下半期推移



リカバリー対策により改善は進むが、計画には未達。客数が課題

既存店客数昨対推移



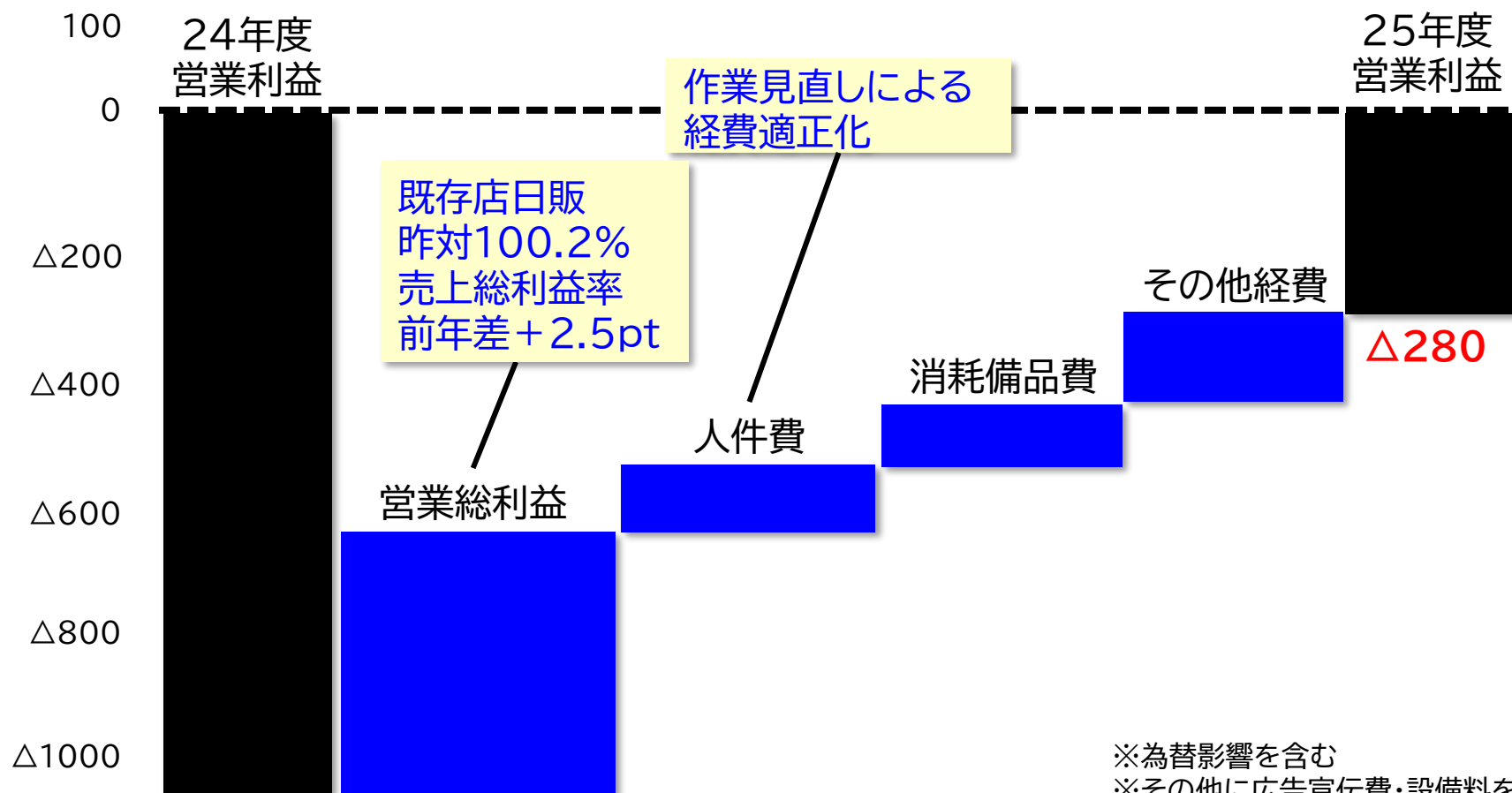
ミニストップベトナム 営業利益増減要因



MD改革による日販・GP率改善とオペレーション改革による経費適正化により業績改善

ベトナム 対前年ブリッジチャート

単位:百万円



※為替影響を含む
 ※その他に広告宣伝費・設備料を含む

i. 決算数値報告

ii. 2025年度 政策進捗

iii. 2026年度 計画

iv. 業績見通し





構造改革へ優先度をシフト
下半期は手づくりおにぎり等の販売中止に伴う対策を推進

■25年度政策

単体

■経営指導改革

- 店舗収益性の改善
- 既存店の再構築(QSC向上、直営店対策)
- お客さまの信頼回復に向けて(手づくりおにぎり等の販売再開)

■MD改革

- CVS、FF 価格戦略の見直しと商品価値向上
- 手づくりおにぎり等の販売中止に伴う対策

■基盤としての人財対策(マネジメントシステム改革)

ベトナム

■MD改革

- カテゴリー再定義 価格設計と商品構成の見直し
- ディスティネーションカテゴリーの育成(ドリンク・フード)

■オペレーション改革

- 人時適正化、フードロス削減

経営指導改革（店舗収益性の改善）



店舗収益性改善に向け、ツールと仕組みを活用
フードロス低減が上半期の業績改善につながる

■店舗収益性の改善

店舗カルテ



②人件費適正化

ワークスケジュール活用



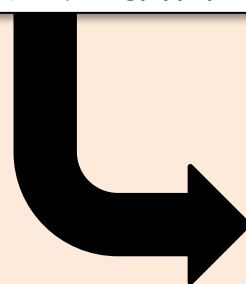
人件費計画比**96.9%**
(パートナーシップ契約店舗 年間実績)

①日配品品揃えの改善とフードロス削減

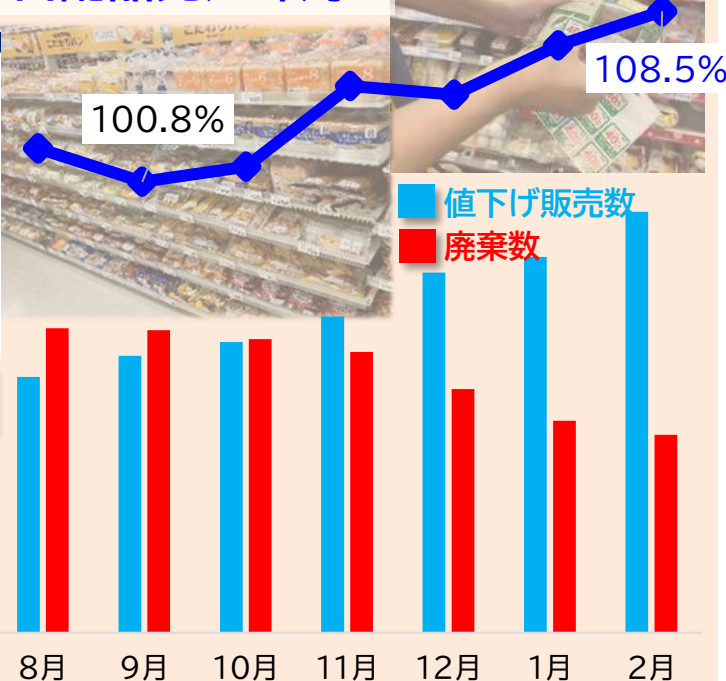
販売計画書



週次の発注・売場計画



日配品発注昨対



売り切るための活動を継続



QSC向上、直営店の収支改善が進む

■QSC改善

クオリティ

サービス

クリネス



是正指導・基準の見直し



仕組みに基づく改善活動



■直営店

採用・教育

☑採用機能の集約・効率化

☑店舗責任者 育成

管理体制

☑ユニット制 エリア拡大
-チームで複数店舗を管理

AI発注

☑直営156店舗で実験 売上・荒利改善

課題

□直営店収支改善

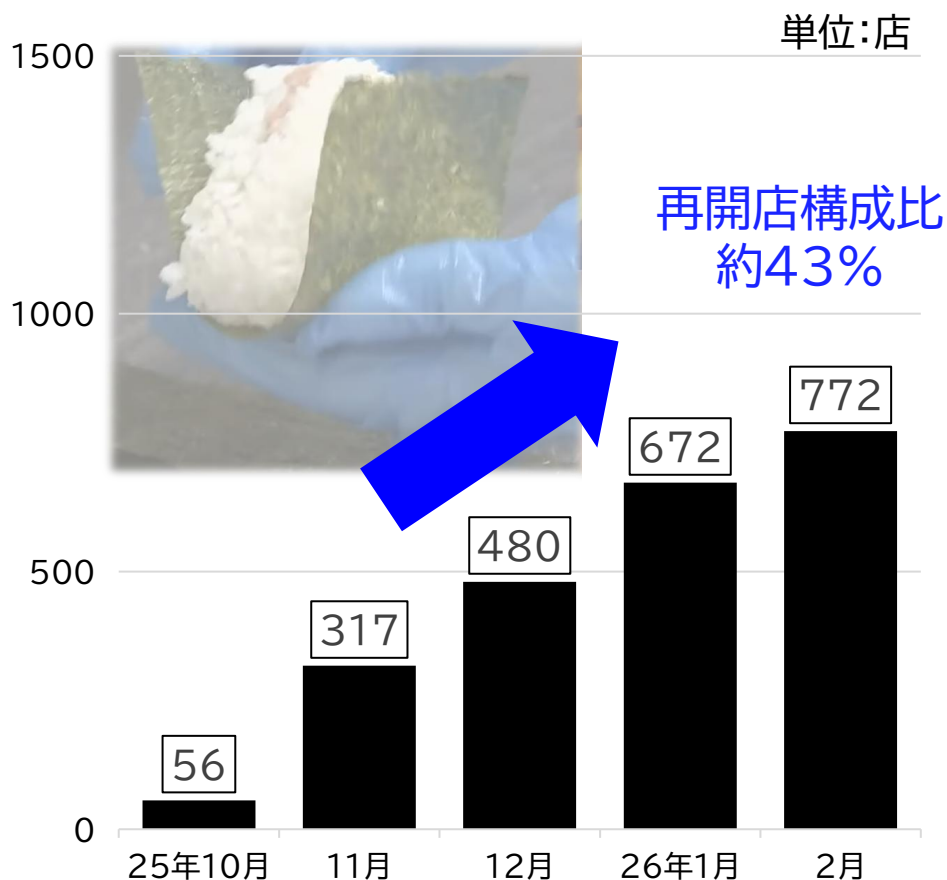
□直営店舗規模

お客さまの信頼回復に向けて



お客さまの信頼回復に向け、“食の安全・安心No.1”実現へ
引き続き取り組む

■手づくりおにぎり等の販売再開状況



本部・加盟店
勉強会



設備導入と
制度運用



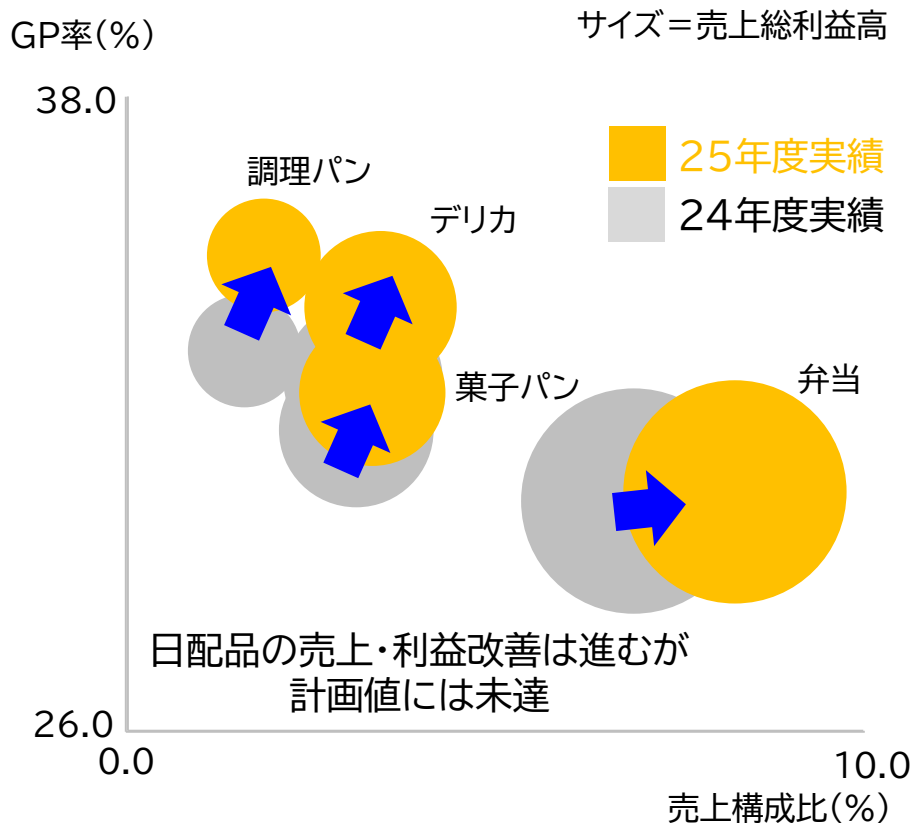
課題

□安全・安心第一の徹底



カテゴリー戦略を再設計、価格と価値を見直し、上半期業績を牽引
 下半期は日配品中心に対策が奏功するも計画未達

■下半期 日配品カテゴリーバブルチャート



■価格設計見直し、買い合わせ商品展開



■販促(増量訴求)



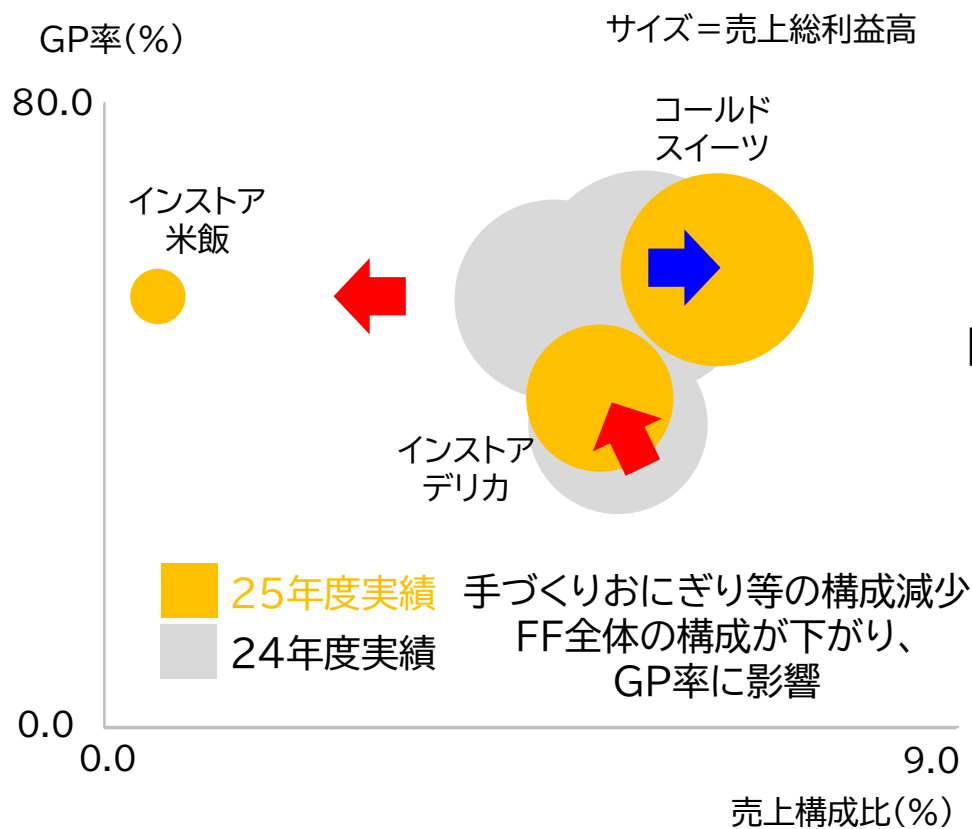
課題

- 朝・夜に伸長する日配品の商品力向上
- 飲料等グロッサリーの訴求



上半期、ソフトクリームのリニューアルが売上・利益を牽引
 下半期は安全・安心を最優先に取り組み

■下半期 FFカテゴリーバブルチャート



■看板商品リニューアル、価値軸商品展開



■販促(ボリューム訴求、来店促進)



課題

□ご来店目的のインスタデリカ・
 コールドスイーツの価値向上、訴求

ベトナム MD改革・オペレーション改革



価格戦略を見直し、価値ある品揃えを拡大
人時低減に取り組み、営業費を適正化

■MD改革

CVS商品



高価格帯構成
を引き上げ

店内加工ドリンク



価値ある商品が
支持を拡大

デリカ・ベーカリー

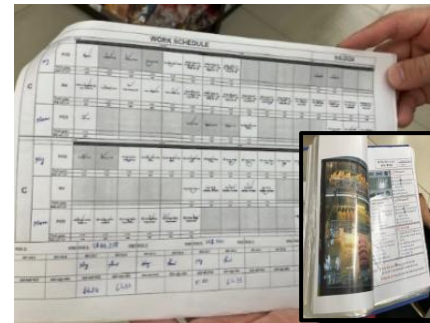


ベンチマークから
商品開発

店日売総高計 前年比110%

■オペレーション改革

人時適正化



作業モデルと実態との
差異分析・ムダ排除



作業手順の見直し

人時前年差
△3.5人時/日

フードロス管理



MDと営業が協働
週次・日次で進捗管理

店舗営業費計 前年比95%



単体はMDの見直し、収益性改善、直営店対策
ベトナムは、「ベトナム版コンボストア」確立

■課題

	課題
単体	<ul style="list-style-type: none"> ■CVS 日配品商品力の向上 ■FF コールドスイーツ・インスタデリカの商品価値向上 ■店舗収益性の改善 売上改善、フードロス率の適正化、オペレーション負荷の低減 ■直営店対策と加盟店事業者増に向けた取り組み
ベトナム	<ul style="list-style-type: none"> ■個店モデルの確立 ■本部コスト適正化

- i. 決算数値報告
- ii. 2025年度 政策進捗
- iii. 2026年度 計画
- iv. 業績見通し





構造改革フェーズとして、事業構造改革・収益構造改革に集中

政策骨子

26年度
主要な数値水準(前年比・差)

単体

収益構造改革

- MD改革
- Newコンボストア確立、取り組み要素の先行導入

事業構造改革

- 店舗収益改善、直営店規模縮小

店舗運営の支援体制刷新、本部機能強化・効率化

既存店日販前年比
105.6%

売上総利益率
+0.7pt

事業経費率
△1.0pt

直営店店舗数
△40店(期末時点)

職域事業

- 新商品・サービス開発、拠点開発、インフラ整備

ベトナム

個店モデル確立

- ベトナム版コンボストア確立
- ### 本部構造改革

収益構造改革（MD改革）



年間を通じてお客さまにご支持いただける品揃えと販促展開
ミニストップアプリを通じた固定客拡大を進める

商品

CVS



朝・夜需要に対応
重点分類設定

FFコールドスイーツ・
インスタデリカ

価値向上
売場・品揃え拡大



再来店促進、ロイヤルカスタマー拡大

アプリクーポン



店頭おすすめ強化

購買行動データ活用
1to1



1To1販促で
利用率向上

TVCM



再来店の
きっかけ創出

Newコンボストア確立、先行導入



ミニストップならではの新しい提供価値とローコスト運営を実現する
新しいフォーマットの確立

■Newコンボストアモデルの方向性

“食の安全安心NO.1”実現

「もっと便利、もっと健康、もっと感動、毎日行きたくなる店舗をつくります」の体現

CVS

農産・デイリー

FF



競合ベンチマーク+イオングループ商流活用

できたてのおいしさ追求
+設備見直し、ローコストオペレーション

取り組み要素の先行導入



既存店
売場改装

競合売場の定点調査、
MDの継続的改善と
全社への波及

店舗運営の支援体制、本部機能強化・効率化



“食の安全・安心No.1”実現、店舗収益性の改善に向け
支援体制と本部機能を見直し

■店舗運営の支援体制強化

加盟店 経営指導体制

☑巡回頻度改定

☑加盟店事業者ごとの担当制

直営店

☑ユニット制 全エリア拡大

☑週次での経営数値管理と対策

■本部機能強化・効率化

☑営業・商品企画機能 強化

☑店舗サポート・オペレーション部門統合

☑本部構造改革 推進



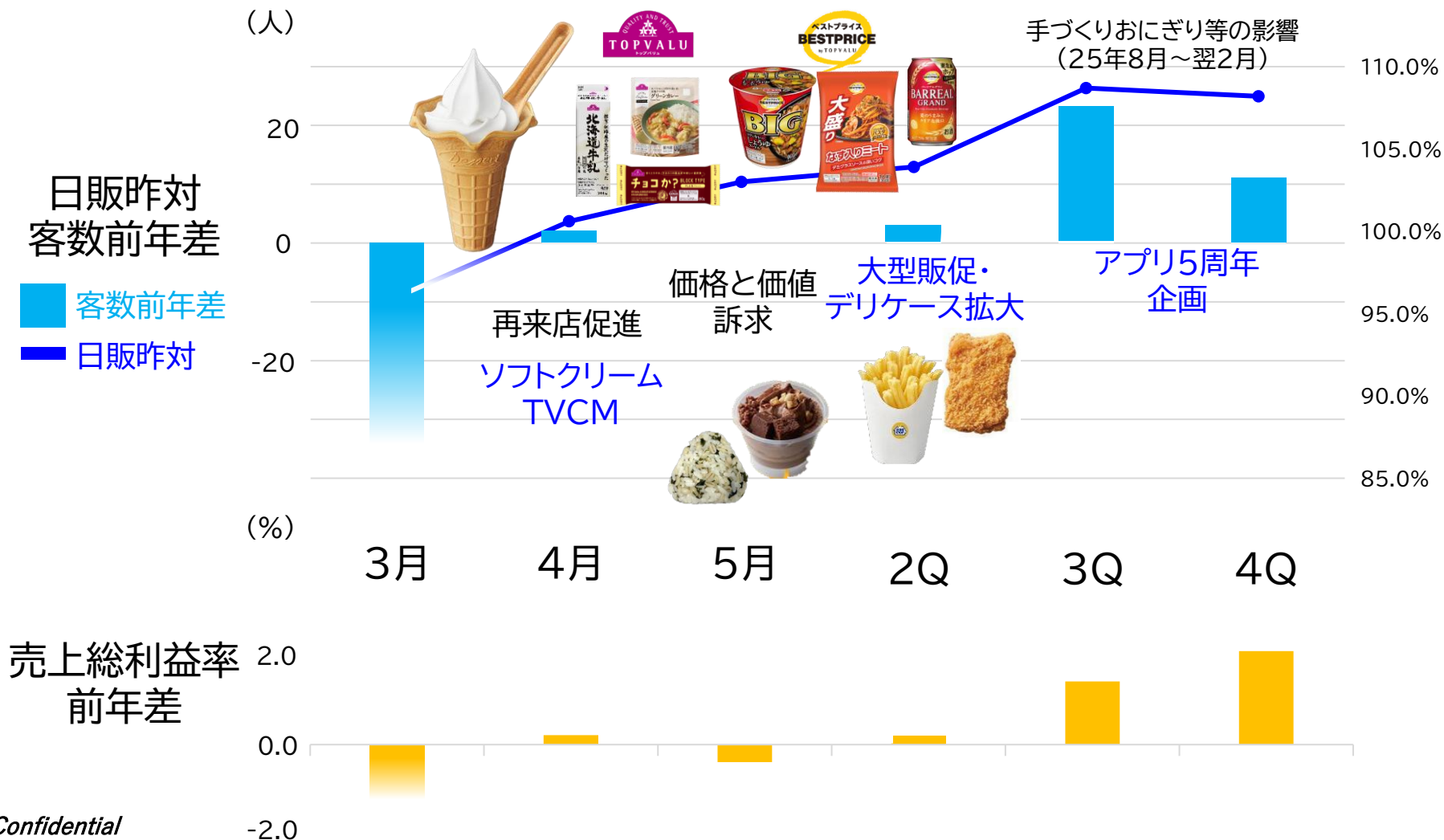
店を強くするための
組織体制・機能強化

一連の取り組みを通じて直営店等の規模を縮小、
事業構造改革を進める

日販・客数・売上総利益率 計画



ソフトクリームをフックに、TVCM・販促でお客さまの来店促進を図る
同時に、CVS商品の低価格訴求・重点カテゴリーの品揃えを拡大

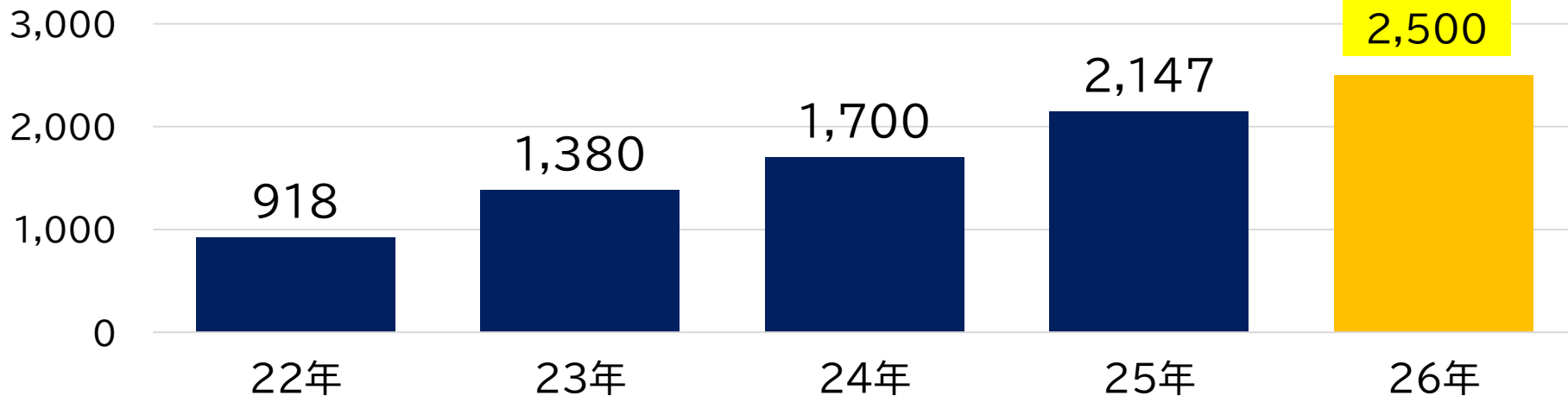




26年度はさらなる成長に向けたターニングポイントとして拠点開発、商品・サービス開発、インフラ整備に取り組む

■MINISTOP POCKET ※関連サービス拠点含む 単位:拠点

拠点数目標



競争力を高め、拠点収益向上を図る

- ☑商品開発・サービスの拡大
- ☑拠点開発
- ☑インフラ整備





「ベトナム版コンボストア」として個店モデルを確立

■ベトナム版コンボストア

フォーマット



ドリンク&フードの
ディスティネーション

FF:付加価値の向上、OP効率化



CVS:お客さま支持の拡大



個店モデル



既存店改装通じた
モデル刷新

☑MDを店頭で実現、QSC向上を図る営業体制

☑ローコスト運営

■本部構造改革

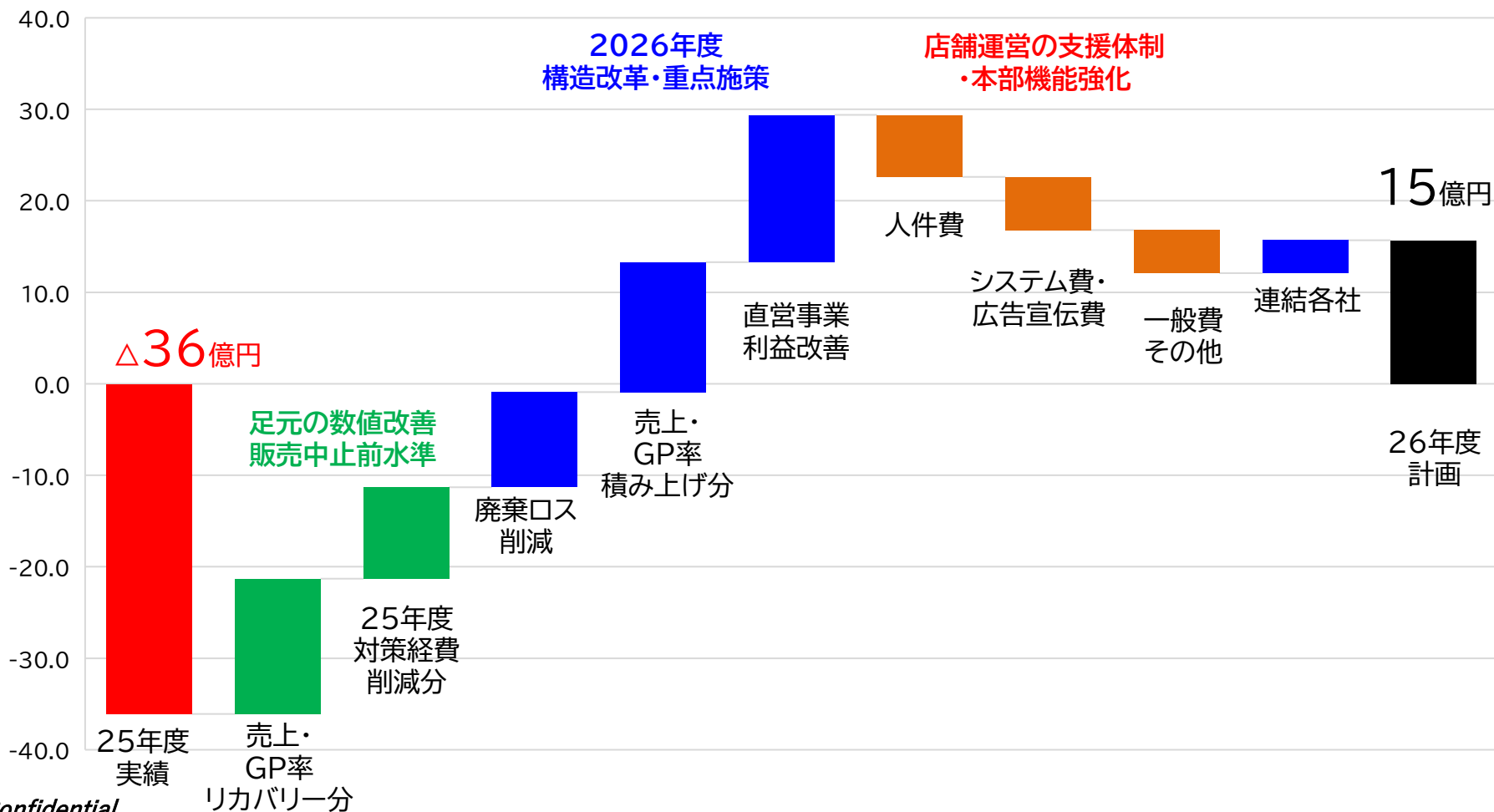
☑業務プロセス見直し、社内業務最適化

☑教育プログラム整備と運用

連結ブリッジチャート



構造改革各施策を通じて着実に改善を図る



- i. 決算数値報告
- ii. 2025年度 政策進捗
- iii. 2026年度 計画
- iv. 業績見通し**



2026年度 連結計画数値



足元の改善へ着実に取り組み、計画数値を達成する

単位:百万円

	2025年度 通期	2026年度 通期	前年比 (百万円 %)
営業総収入	91,788	97,000	105.7
営業利益	△3,610	1,500	+5,110
経常利益	△3,067	1,900	+4,967
当期純利益	△5,630	100	+5,730

2026年度 主要指標



売上・売上総利益率の状況 (単体)

売上・売上総利益率	2025年度 通期	2026年度 通期	前年比 (%)
チェーン全店売上高 (百万円)	275,285	284,740	103.4
既存店日販 (千円)	421	451	105.6
全店平均日販 (千円)	421	451	105.6
売上総利益率 (%)	30.4	31.1	+0.7pt
店日売上総利益高 (千円)	127	140	+13千円

※日販の前年比は計画閉店を織り込んだ数値

事業経費率 (%)	19.4	18.4	△1.0pt
-----------	------	------	--------

※パートナーシップ契約店舗の売上高に対する事業経費の割合

販管費の状況 (単体)

販管費	2025年度 通期	2026年度 通期	前年比 (%)
販売費及び一般管理費 (百万円)	41,534	44,429	106.9
人件費	11,647	13,671	117.3

(連結)

	2025年度 通期	2026年度 通期	前年比 (%)
	43,972	46,946	106.8
	12,696	14,588	114.9

出店 閉店	2025年度 通期	2026年度 通期
出店	9	11
閉店	64	80



本資料には将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれております。

世界経済・競合状況・為替の変動等に関わるリスクや不確定要因により、実際の業績が記載の予測と大幅に異なる可能性があります。

補足資料



株主配当について



	中間期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭
2025年 2 月期	10. 00	10. 00	20. 00
2026年 2 月期	10. 00	10. 00	20. 00
2027年 2 月期(予想)	10. 00	10. 00	20. 00