



2026年2月期

# 決算説明会資料

(2025年3月1日～2026年2月28日)

2026年4月13日

コーナン商事株式会社

(証券コード：7516 東証プライム)



## 2026年2月期

<b>1. 2026年2月期 決算概要</b>	<b>P. 3</b>
<b>2. 2027年2月期 業績予想</b>	<b>P.18</b>
<b>3. 成長戦略への取組み</b>	<b>P.20</b>
<b>4. 企業価値向上に向けた取組み</b>	<b>P.39</b>
<b>5. 株主還元方針</b>	<b>P.43</b>
<b>補足資料</b>	<b>P.46</b>

1

# 2026年2月期 決算概要

# 損益計算書（連結）

- 売上高は、新店による上積みに加え、年度を通じてPRO商材・日用消耗品・食品などが牽引し、増収
- 各段階利益は、売上総利益の伸びが販管費の伸びを下回ったことに起因し、減益（なお、修正後計画はクリア）

項目（百万円）	2025年2月期	売上比	2026年2月期	売上比	前年同期比	前年同期比 増減	計画比 (修正後)	計画比 (修正前)
売上高	484,293	-	502,059	-	103.7%	17,766	100.6%	99.2%
既存店売上高※	485,880	-	484,104	-	99.6%	△1,776	98.6%	98.6%
営業収入	17,110	-	17,719	-	103.6%	609	100.7%	100.7%
営業収益	501,403	-	519,779	-	103.7%	18,375	100.6%	99.3%
売上総利益 (カッコ内は粗利益率前年差)	179,458	<粗利益率> 37.06%	185,532	<粗利益率> 36.95%	103.4% (△0.11pt)	6,073	100.5%	98.2%
販売管理費	171,567	35.4%	180,854	36.0%	105.4%	9,286	99.9%	99.9%
営業利益	25,001	5.2%	22,397	4.5%	89.6%	△2,604	105.4%	87.5%
経常利益	23,306	4.8%	20,754	4.1%	89.0%	△2,552	104.8%	86.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	14,210	2.9%	12,263	2.4%	86.3%	△1,947	102.2%	84.6%

※ 当期において開店から13か月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期を比較しております。

# 損益計算書（連結／四半期別）

## 【第4四半期】

- 売上高は、暖冬により冬物商材が不振ながら、PRO商材・日用消耗品・園芸などが伸長し、既存店も増収
- 各段階利益は、粗利益率がプラスに転じ、減益幅が縮小。純利益は、前年度の子会社での固定資産売却益計上の反動減

項目 (百万円)	2026年2月期						第4四半期 (12月-2月)	前年同期比
	第1四半期 (3月-5月)	前年同期比	第2四半期 (6月-8月)	前年同期比	第3四半期 (9月-11月)	前年同期比		
売上高	126,419	104.2%	129,878	102.4%	121,635	103.3%	124,127	104.9%
既存店売上高*	121,539	100.1%	124,883	98.6%	118,385	99.8%	119,296	100.1%
営業収入	4,369	105.0%	4,381	102.8%	4,424	101.7%	4,543	104.7%
営業収益	130,789	104.2%	134,259	102.4%	126,059	103.2%	128,670	104.9%
売上総利益	46,763	103.4%	47,941	102.5%	44,626	102.4%	46,200	105.2%
粗利益率	36.99%	△0.28pt	36.91%	0.05pt	36.69%	△0.32pt	37.22%	0.12pt
販売管理費	44,024	105.9%	44,730	104.2%	45,251	105.1%	46,848	106.4%
営業利益	7,109	90.8%	7,593	94.0%	3,798	77.8%	3,895	92.4%
経常利益	6,451	88.5%	7,279	89.9%	3,315	82.4%	3,708	95.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4,373	91.8%	4,353	97.6%	2,180	88.4%	1,355	53.8%

\* 当期において開店から13か月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期を比較しております。

# 損益計算書（連結） 販売管理費

➤ 販管費は、新店出店費用を計上する一方で、既存店の増加幅を抑制し、計画の範囲内（計画比：99.9%）

販管费率（連結）：前期 35.4% → 今期 36.0%（前年同期比 + 0.6 pt）

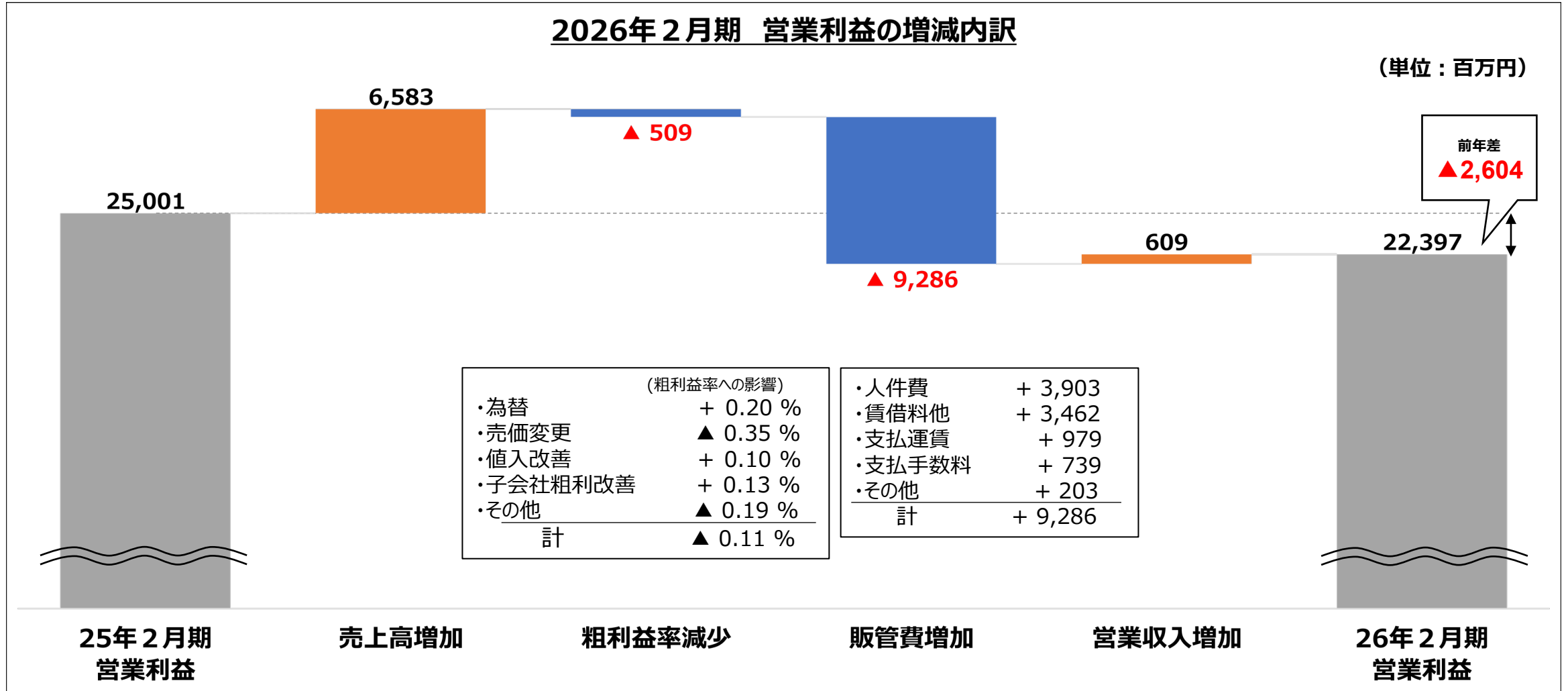
販管費（コーナン単体）：新店 6,802百万円 既存店 + 999百万円（前年同期比 + 0.7 pt）

人件費（コーナン単体）：新店 2,284百万円 既存店 + 621百万円（前年同期比 + 1.5 pt）

項目（百万円）	2025年2月期	売上比	2026年2月期	売上比	前年同期比	前年同期比増減
人件費	58,909	12.2%	62,812	12.5%	106.6%	3,903
賃借料	53,101	11.0%	55,599	11.1%	104.7%	2,497
減価償却費等	16,817	3.5%	17,782	3.5%	105.7%	964
その他販管費	42,738	8.8%	44,659	8.9%	104.5%	1,921
うち、水道光熱費	5,868	1.2%	5,673	1.1%	96.7%	△195
うち、支払手数料	5,696	1.2%	6,435	1.3%	113.0%	739
うち、流通費	4,843	1.0%	5,700	1.1%	117.7%	857
<b>販売管理費計</b>	<b>171,567</b>	<b>35.4%</b>	<b>180,854</b>	<b>36.0%</b>	<b>105.4%</b>	<b>9,286</b>

# 損益計算書（連結） 営業利益の増減要因

➤ 営業利益は、売上高は増加したものの、粗利益率の低下分及び販管費の増加額が上回り、減益



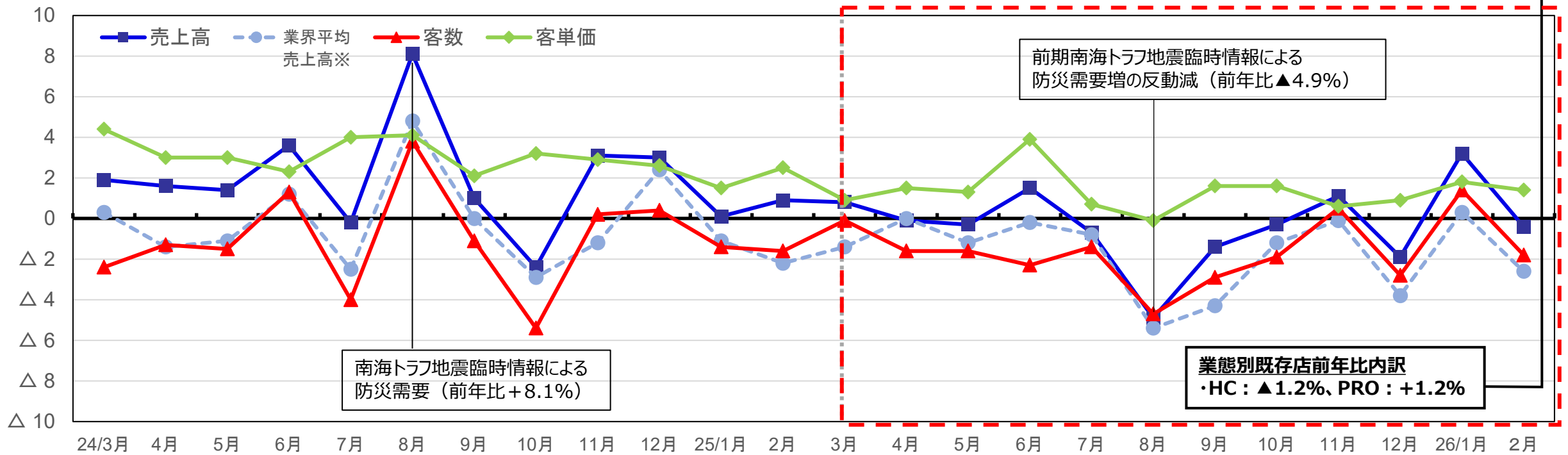
# 既存店前年比（連結） 売上高・客数・客単価

- 既存店売上高：前年度の防災・防犯特需の反動減（8月～11月）に加え、夏季以外の季節商材の販売苦戦を主因として、前年同期比 ▲0.4%。なお、PRO業態が堅調を維持していることから、業界平均の ▲1.7%を上回る
- 既存店客数：11月・1月は前年同期比プラス。例年比で気温が低く、冬物商材が動く（12月は暖冬で不振）
- 既存店客単価：価格転嫁の抑制及び販促強化などにより前年同期比 +1%台で推移

2025年度累計前年同期比	
・売上高：	▲ 0.4 %
(業界平均※)	▲ 1.7 %
・客数：	▲ 1.7 %
・客単価：	+ 1.3 %

(単位：%)

既存店売上高・客数・客単価 前年同期比推移（連結）



※ 業界平均は上場HCの既存店売上高9社平均

# 業態別実績（売上高・粗利益率・営業利益率） 連結/コーナン単体

- **HC業態**：売上高は、防災・防犯用品の売上反動減などを、日用消耗品・食品などの売上の伸びと新店での積み上げによりカバーし、増加。営業利益率は、新店出店に伴う販管費の増加幅が売上総利益の増加幅を上回り、低下
- **PRO業態**：売上高は、内装工事資材・エアコン用部材・工具などの販売好調が継続していることで増加。営業利益率は、粗利益率が改善する一方で、販管費が新店出店により増加したことにより、若干、低下

(百万円)	業態	2026年 2月期	売上高 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差	営業利益率	営業利益率 前年差
連結	HC <sup>※1</sup>	337,781	102.0%	38.44%	38.58%	△0.14pt	5.3%	△0.9pt
	PRO <sup>※1</sup>	147,712	106.2%	34.01%	33.57%	0.44pt	6.4%	△0.1pt
コーナン (単体)	HC <sup>※1</sup>	317,668	101.6%	38.75%	38.85%	△0.10pt	5.7%	△0.9pt
	PRO <sup>※1</sup>	95,464	107.7%	35.16%	35.07%	0.09pt	6.8%	△0.4pt

※1 各業態別数値は、店舗段階での数値となります。

## <会社計>

(百万円)		2026年 2月期	売上高 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年同期	粗利益率 前年差	営業利益率	営業利益率 前年差
連結	会社計 <sup>※2</sup>	502,059	103.7%	36.95%	37.06%	△0.11pt	4.5%	△0.7pt
コーナン(単体)	会社計 <sup>※2</sup>	422,963	102.9%	37.44%	37.67%	△0.23pt	5.0%	△0.7pt

※2 会社計には、その他売上（EC、他社への商品供給等）を含んでおります。

# 業態別実績（売上高・粗利益率） 子会社別

- 建デポ：売上高は、新店による積み上げ及び開業2年未満の店舗の早期認知度向上により増加。粗利益率は、原価低減やPB売上拡大により上昇
- HIヒロセ：売上高は、日用消耗品・園芸・加工食品などの伸長やダイソーの一部店舗への導入により、増加。粗利益率は、食品で競合対策による価格強化で大幅に低下したことに起因し、低下
- コーナンベトナム：売上高は、新店積み上げにより増加。粗利益率は、現地生産のストアブランド売上が伸長したことで、大幅に上昇
- ホームセンターみつわ・I'nTホールディングス：今年度より売上計上（ホームセンターみつわは4ヶ月分、I'nTホールディングスは3ヶ月分）

（百万円）	業態	2026年2月期	売上高 前年同期比	粗利益率	粗利益率 前年差	PB売上 構成比※2
建デポ	PRO※1	52,247	103.4%	31.91%	0.96pt	27.3%
HIヒロセ	HC+PRO※1	14,535	100.6%	33.65%	△0.34pt	-
	食品※1	8,506	108.3%	22.03%	△2.20pt	-
	会社計	24,273	103.3%	29.80%	△0.97pt	26.9%
ホームセンターみつわ	HC※1	1,219	-	28.03%	-	2.3%
I'nTホールディングス	会社計	1,874	-	50.29%	-	-
コーナンベトナム	HC※1	4,358	105.5%	35.47%	1.56pt	16.8%

※1 各業態別数値は、店舗段階での数値となります。 ※2 PB売上構成比は、会社合計の数値となります。

# 商品部門別売上（連結）

商品部門 (百万円)	連結		
	2026年2月期	前年同期比	売上構成比
ホームインプローブメント (DIY用品・PRO商材・園芸・リフォーム)	240,177	103.5%	47.8%
ハウスキーピング (家庭用品)	158,928	104.2%	31.7%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	70,254	100.4%	14.0%
食品 (フード・酒類)	16,693	117.4%	3.3%
その他 (100円ショップ、灯油、自販機)	16,006	103.7%	3.2%
合計	502,059	103.7%	100.0%

- ホームインプローブメント …… 木材・建材、工具、金物・水道、塗料・作業用品、園芸用品、園芸植物、資材・エクステリア、住設機器、リフォーム
- ハウスキーピング …… ダイニング用品、インテリア、電材・照明、日用品、収納用品、薬品、履物・衣料、家庭雑貨品、家電、介護用品
- ペット・レジャー …… カー用品、ペット用品、文具・事務用品、サイクル・レジャー用品

# 商品部門別売上（詳細：コーナン単体）

商品部門 (百万円)	コーナン単体		
	2026年2月期	前年同期比	売上構成比
ホームインプルーブメント（HC）	56,610	99.8%	13.4%
ホームインプルーブメント（PRO）	75,404	106.9%	17.8%
ガーデニング	40,722	103.6%	9.6%
リフォーム	15,904	100.4%	3.8%
日用雑貨・家庭用品	91,774	103.9%	21.7%
インテリア・収納・家電・文具	64,513	102.2%	15.3%
ペット・カー・レジャー	55,991	100.1%	13.2%
その他（100円ショップ、灯油、自販機）	22,041	103.1%	5.2%
合計	422,963	102.9%	100.0%

- ホームインプルーブメント（HC/PRO） … 木材・建材、工具、金物・水道、塗料・作業用品
- ガーデニング … 園芸用品、園芸植物、資材・エクステリア
- リフォーム … 住設機器、リフォーム工事、物置
- 日用雑貨・家庭用品 … ダイニング用品、日用品、薬品、履物・衣料、家庭雑貨品、介護用品、フード、酒類
- インテリア・収納・家電・文具 … インテリア用品、収納用品、電材・照明、家電、文具・事務用品
- ペット・カー・レジャー … ペット用品、カー用品、サイクル・レジャー用品

# PB商品部門別売上（連結/コーナン単体）

	商品部門 (百万円)	2025年2月期		2026年2月期	
		PB 売上高	PB売上 構成比※	PB 売上高	PB売上 構成比※ (前年同期比)
連結	ホームインプローブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	69,600	34.4%	72,814	34.8% (0.4pt)
	ハウスキーピング (家庭用品)	53,516	35.3%	54,431	35.0% (△0.3pt)
	ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	26,842	39.2%	27,290	40.1% (0.9pt)
	合計	149,959	35.5%	154,537	35.7% (0.2pt)
コーナン単体	ホームインプローブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	59,409	35.7%	61,685	35.7% (0.0pt)
	ハウスキーピング (家庭用品)	50,536	37.6%	51,300	37.2% (△0.4pt)
	ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	26,120	40.4%	26,483	40.8% (0.4pt)
	合計	136,065	37.2%	139,469	37.2% (0.0pt)

※ リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出しております。

# 貸借対照表（連結）

科目（百万円）	2025年2月期	2026年2月期	増減	増減要因他
<b>流動資産合計</b>	<b>170,496</b>	<b>189,346</b>	<b>18,850</b>	
現金及び預金	10,842	15,518	4,676	
売掛金	17,893	18,050	156	
商品及び製品	131,973	145,955	13,981	新店などに伴う在庫増
<b>固定資産合計</b>	<b>308,510</b>	<b>315,446</b>	<b>6,936</b>	
有形固定資産	216,101	215,952	△148	
無形固定資産	25,148	28,391	3,242	
<b>資産合計</b>	<b>479,006</b>	<b>504,793</b>	<b>25,786</b>	
<b>流動負債合計</b>	<b>123,480</b>	<b>142,403</b>	<b>18,923</b>	
買掛金	47,272	49,962	2,690	
短期借入金	17,100	28,200	11,100	運転資金の増加・買収資金など
1年以内返済長期借入金	31,178	34,830	3,651	
<b>固定負債合計</b>	<b>189,734</b>	<b>188,541</b>	<b>△1,192</b>	
長期借入金	118,774	118,240	△534	
<b>純資産合計</b>	<b>165,792</b>	<b>173,849</b>	<b>8,056</b>	自己資本比率 34.4%
<b>負債純資産合計</b>	<b>479,006</b>	<b>504,793</b>	<b>25,786</b>	

# キャッシュフローの状況（連結）

単位：百万円	2025年2月期	2026年2月期	増減	2026年2月期 各CFの主な内訳（百万円）
営業活動による キャッシュ・フロー	22,441	22,990	549	税引前当期純利益 18,798 減価償却費 16,596 利息の支払い $\Delta 2,777$ 法人税等の支払 $\Delta 7,916$
投資活動による キャッシュ・フロー	$\Delta 21,723$	$\Delta 20,650$	1,072	有形固定資産の取得 $\Delta 13,874$ 無形固定資産の取得 $\Delta 805$
財務活動による キャッシュ・フロー	$\Delta 1,433$	1,460	2,893	短期・長期借入等による収入 192,900 短期・長期借入金等の返済 $\Delta 182,949$ 自己株式の取得・配当 $\Delta 5,382$
現金及び現金同等物 期首残高	10,205	9,523	$\Delta 681$	
現金及び現金同等物 期末残高	9,523	13,300	3,776	
フリーキャッシュ・フロー	717	2,340	1,622	(営業CF+投資CF)

# 有利子負債

有利子負債は、新規出店及びそれに伴う在庫増加、およびM&Aなどにより増加

DEレシオ（有利子負債÷純資産）： 1.26倍（前期末1.25倍）

自己資本比率： 34.4 %

(単位：億円)

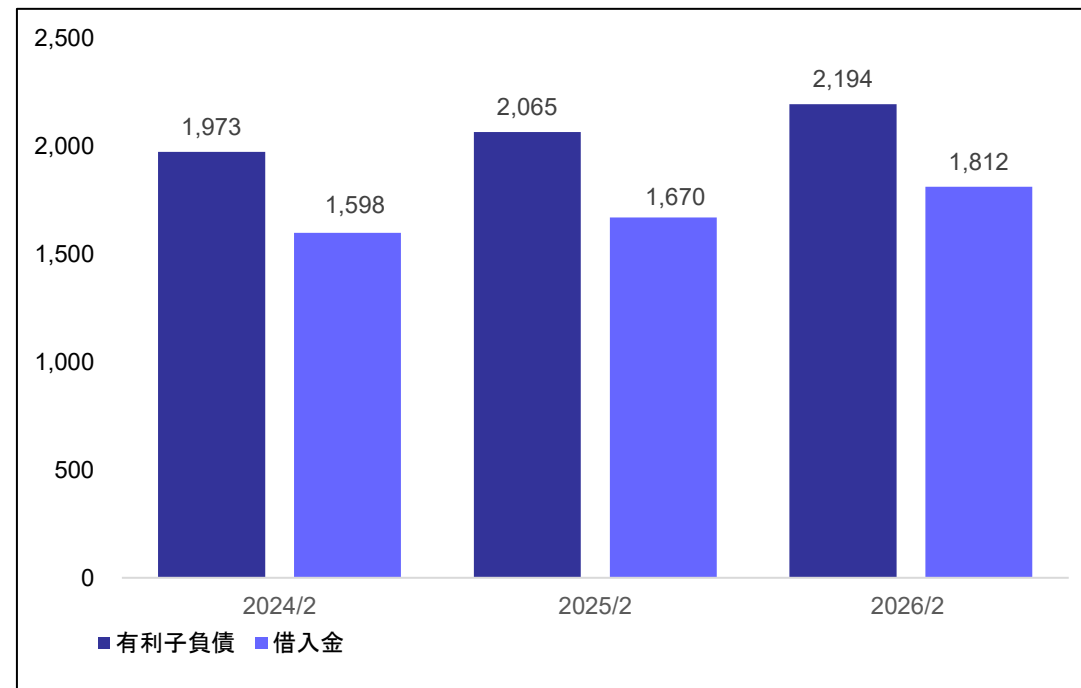
科目	2025年2月期	2026年2月期	増減
有利子負債 合計※1	2,065	2,194	128
内) 借入金 合計※2	1,670	1,812	142

※1 有利子負債合計：借入金合計+1年内リース債務+リース債務+1年内長期未払+長期未払

※2 借入金合計：短期借入金+長期借入金+1年内長期借入金

有利子負債・借入金 推移表

(単位：億円)

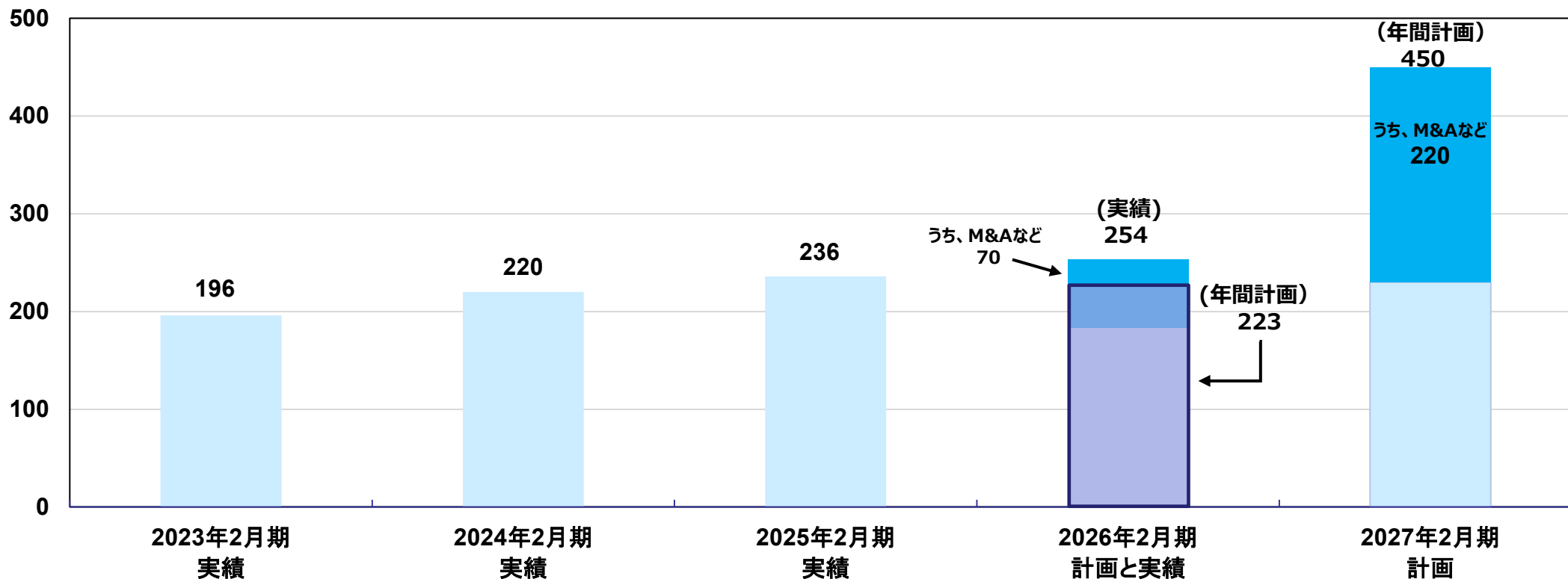


# 設備投資 実績・計画

- 2026年2月期実績：254億円 – M&A費用の追加により、当初計画より約30億円上振れ。主な投資内容は、新規出店・改装費用
- 2027年2月期計画：450億円 – 新規出店・改装に加え、アレンザホールディングス株式会社への出資資金などを計画しており、前年度より約200億円増加

設備投資金額実績・計画

(単位：億円)



**2**

**2027年2月期  
業績予想**

# 2027年2月期 業績予想 (連結)

項目 (百万円)	2027年2月期 第2四半期(上期)	売上比 (前年)	前年 同期比	2027年2月期 通期	売上比 (前年)	前年 同期比
営業収益	277,100	-	104.5%	543,500	-	104.6%
売上高	268,000	-	104.6%	525,000	-	104.6%
(内 既存店売上高)	-	-	-	-	-	100.6%
売上総利益	100,050	37.33% (36.95%)	105.6% (0.38pt)	196,000	37.33% (36.95%)	105.6% (0.38pt)
営業収入	9,100	-	104.0%	18,500	-	104.4%
販売管理費	94,200	35.1%	106.1%	191,500	36.5%	105.9%
営業利益	14,950	5.6%	101.7%	23,000	4.4%	102.7%
経常利益	13,950	5.2%	101.6%	21,000	4.0%	101.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,750	3.3%	100.3%	12,500	2.4%	101.9%

※ アレンザホールディングス株式会社の持分法適用会社化に伴う損益見込みの影響も反映。

# 3

---

## 成長戦略への取組み

# 1. 7つの重点戦略と主な進捗

第4次中期経営計画 成長のための投資を先行 2026年2月期は『未来の基盤構築』の初年度

①	出店戦略	PRO業態の積極出店
②	商品・価格戦略	PBブランド戦略の推進
③	EC×店舗戦略	自社ECサイトの強化
④	ファン化戦略	コーナンプラス会員数100万人超
⑤	物流戦略	物流効率化の推進
⑥	オペレーション戦略	店舗オペレーションの効率化
⑦	人財経営	全社ヒトみらい会議の発足

# ① 出店戦略（2026年2月期 出店状況）

■ 2026年2月末時点：店舗数計 671店舗（出店34店/退店4店）

みつわ4店舗のグループインを含む

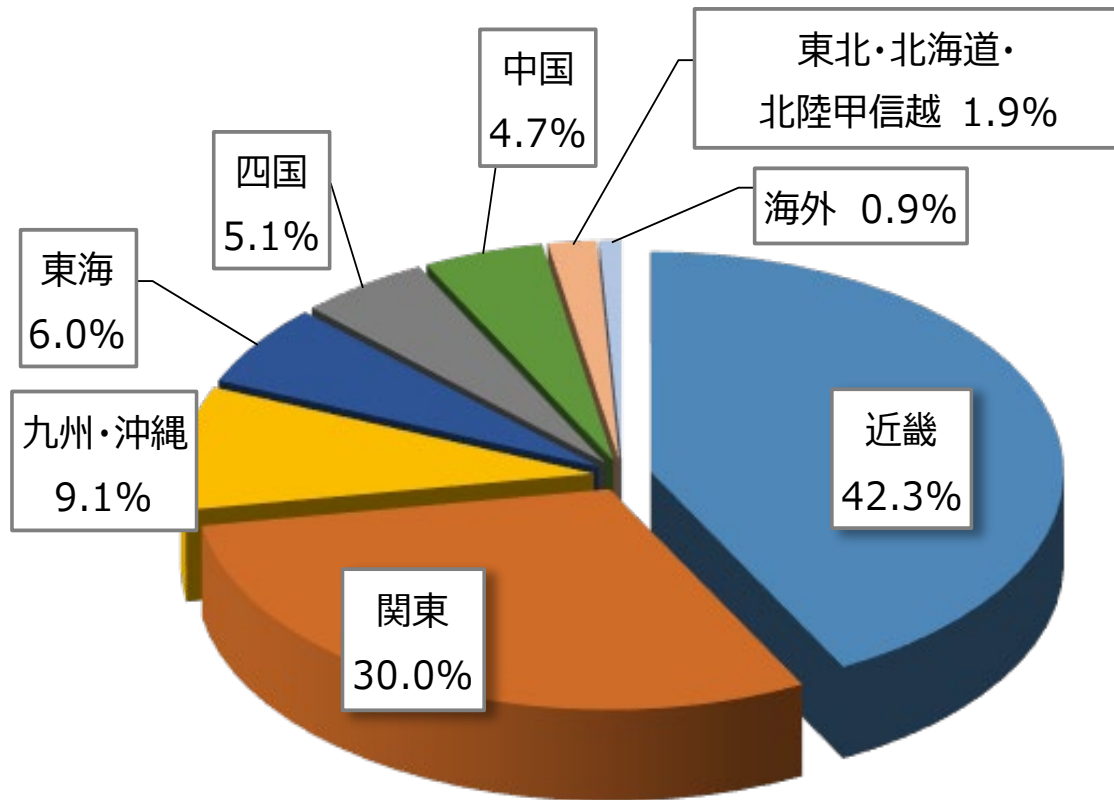
	店舗数	ホームセンター		PRO		ホームセンター+食品+PRO
						
国内	652					
		366※1	4	154	94（うちFC3）	34（うちPRO3）
	出店32 退店3	出店8 退店2	出店4 退店0	出店12 退店0	出店6 退店0	出店2 退店1
	店舗数	ホームセンター				
海外	19			 (非連結)		
		16※2		3		
	出店2 退店1	出店2 退店1		出店0 退店0		

※1 CAMP DEPOTの店舗数8店舗、gardens umekita店を含んでおります。

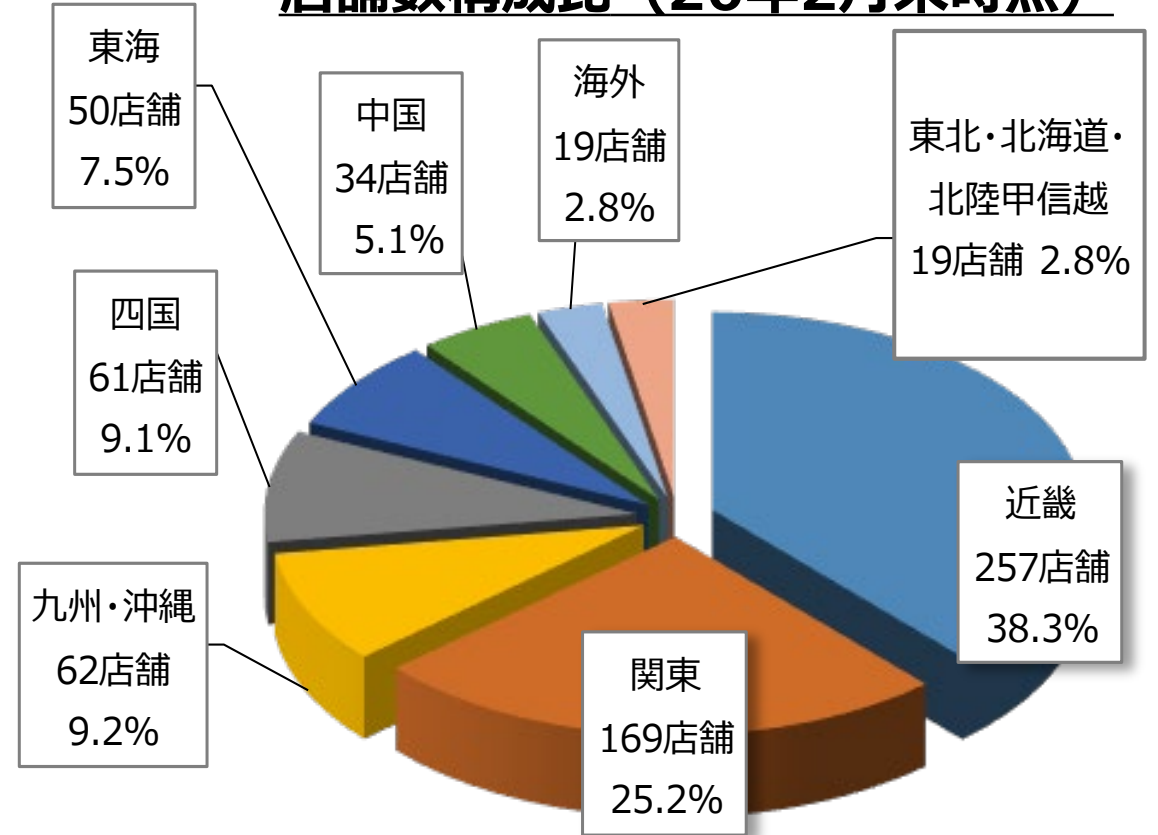
※2 店舗数はコーナンベトナムの会計期間（1月～12月）ではなく、当社の会計期間（3月～2月）内に出店した店舗を表示しております。

# ① 出店戦略（2026年2月期 地域別売上高・店舗数実績）

## 売上高構成比（26年2月末時点）



## 店舗数構成比（26年2月末時点）



総店舗数：671店舗  
(2026年2月末)








# ① 出店戦略（2027年2月期 出店計画）

## ■ 2027年2月期 出店計画：32店舗

	店舗数	ホームセンター		PRO		HC 食品 PRO
						
国内	29	7	0	13	9	0
海外	3			 (非連結)		
		3※		0		

## ■ 2027年2月末時点 店舗数計：701店舗（予定）

ホームセンターコーナン2店舗閉店あり

	店舗数	ホームセンター		PRO		HC 食品 PRO
						
国内	679	371	4	167	103 (うちFC3)	34 (うちPRO3)
海外	22			 (非連結)		
		19※		3		

※ コーナンベトナムの店舗数はコーナンベトナムの会計期間（1月～12月）ではなく、当社の会計期間（3月～2月）を基準に表示しております。

# ① 出店戦略（PRO業態の強化／伸長）

PRO業態売上高：147,712百万円

- ・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
- ・コーナンPRO『25周年記念セール』の実施

PRO業態取組み

- ・ゲストニーズ や 地域特性 に応じ商品を入替え、既存ゲストを囲い込む
- ・SNSの活用により商品情報・イベント情報などを発信し、新規ゲストを獲得
- ・グループ会社:建デポ による ボーダレス株式会社 の子会社化  
工具の買取・リユース販売の市場に進出し、事業領域を拡大



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



工具買取専門店  
コーナングループ敷地内で営業

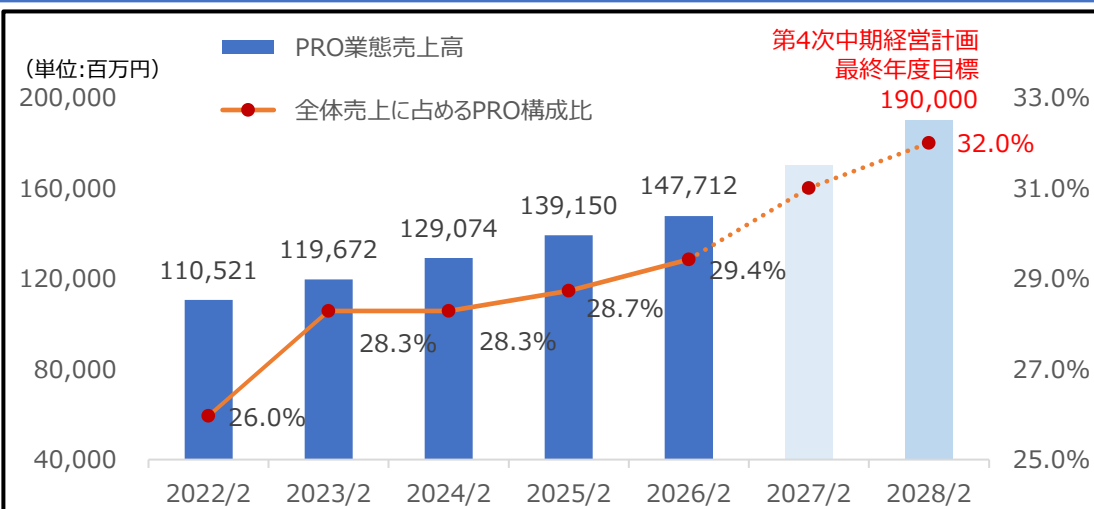


コーナンPRO東淀川菅原店敷地内



コーナードット東大宮店敷地内

PRO業態売上高推移



PRO業態店舗数（2026年2月期 出店数）

	関東	関西	その他	店舗数合計
コーナンPRO	40 (+3)	71 (+4)	43 (+5)	154 (+12)
Ken Depot pro	58 (+5)	2	34 (+1)	94 (+6)
HI TOTE	—	—	3 (+2)	3 (+2)
計	98 (+8)	73 (+4)	80 (+8)	251 (+20)

## ② 商品・価格戦略

### 2026年2月期実績

PB商品開発数：約4,200sku

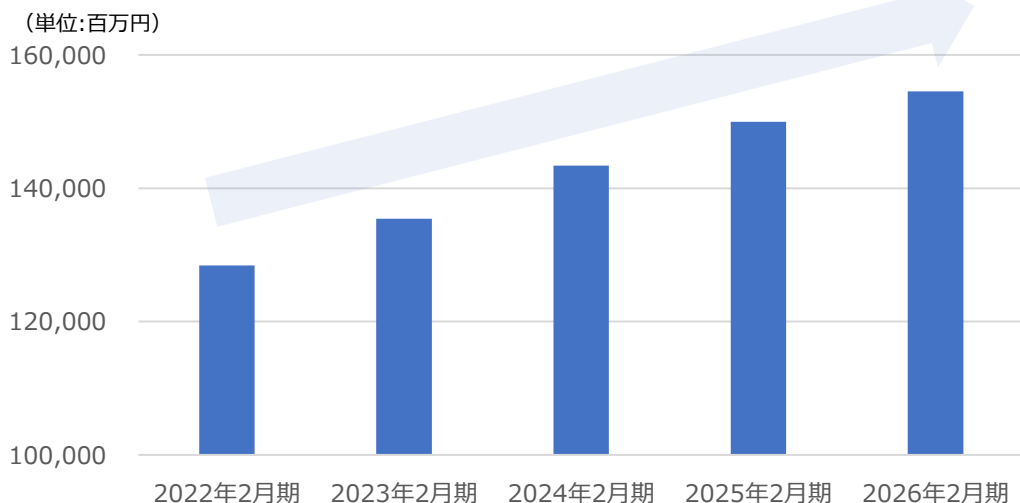
既存主力商品の再拡販（まとめてお得）

増量品・大容量品の訴求（コスパ重視・専用販促）

ECの口コミや従業員からの提案・ワークショップなどをもとに商品開発・商品改善を実施



PB商品売上高推移



広告と連動した訴求  
まとめてお得



花と野菜の培養土  
34L



ハンディターボファン



USB充電  
電動プッシュガン



2026年2月期開発のPB商品：販売好調商品一例

### 2025年秋冬からの季節商品展開方法

コンセプト・カラーを統一し、PB商品の視認性を高める

売場・チラシ紙面・ECサイト・SNSを連動させ、季節商品と販促物のイメージをリンクさせる

対象秋冬季節商品：防寒衣料 インテリア ペット 衣料・履物 暖房用品 お鍋

売上前年同期比105%

販促物一例



売場イメージ

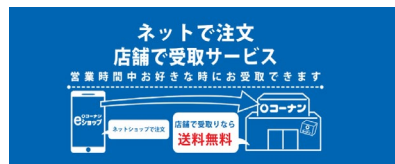
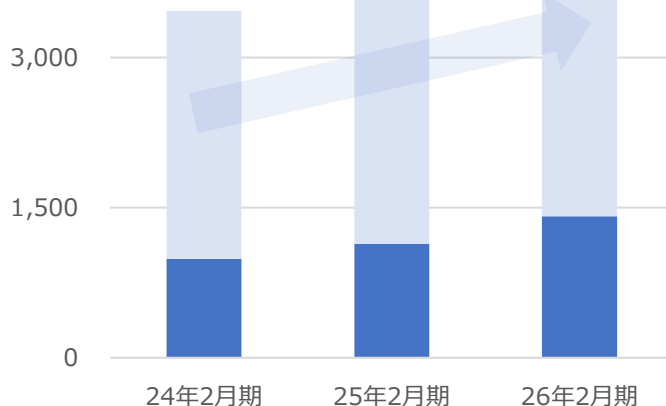


# ③ EC×店舗戦略

## 2026年2月期実績

■ 自社サイト売上 および 店舗受取(貢献)売上  
 ■ EC売上全体

(単位:百万円)



売上前年同期比  
約120%

ECから店舗へ送客  
 ネット注文店舗で受取サービス  
 → ついで買いの促進

売上押しあげ効果  
約+2.5%

店舗からECへ誘導  
 コーナンプラス会員へのメールマガジン配信  
 コーナンeショップ誘導販促物を売場に設置  
 → どこで買うかを選択できる環境構築



## 2025年12月 I'nTホールディングス グループイン

家具・インテリア専門EC事業者 傘下に「GRAMスタイル」と「イーナ」を保有



**GRAMスタイル** <ターゲット顧客: 30~40代のこだわり層>  
 窓周り(カーテン・ロールスクリーン)と床敷物(ラグ・カーペット)に強みを持つ  
 インテリア用品の小売・卸売EC専門事業者。窓周りは自社で加工機能も所有。  
 (展開ECサイト)



**イーナ** <ターゲット顧客: 20~30代の女性層が中心>  
 ソファやベッド、収納用品を中心にトレンド性が高いインテリア用品を手頃な価格で  
 提供する事をコンセプトとする家具・インテリア用品の小売・卸売EC専門事業者。  
 (展開ECサイト)



## 自社サイト(コーナンeショップ)強化

サービスメニューの拡充により顧客利便性の向上

「重い・かさ張る・数量が必要・高単価」商品を積極的に訴求

外部からECへ新規顧客を獲得するためのアプローチ強化

ECサイト運営のノウハウ共有化 → コーナンeショップ集客力・売上拡大  
 自社加工(GS社)・PB開発力(ENA社) → 付加価値創出へ取り組む

# ④ ファン化戦略

2026年2月期実績

## コーナンプラス会員「100万人」突破！

会員様限定クーポンの配布や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お買い物が可能  
 会員コードのスクリーンショットだけで、会員様限定クーポンのご利用・楽天ポイントの加算、更にはコーナンPayでのお支払いまでが可能

コーナンプラス会員数の推移

第4次中期経営計画最終年度目標



レシート広告を使用して、コーナンアプリのダウンロードとコーナンプラスへの登録をご案内



コーナンプラス会員の特征 (2025年2月期実績:楽天会員との比較)

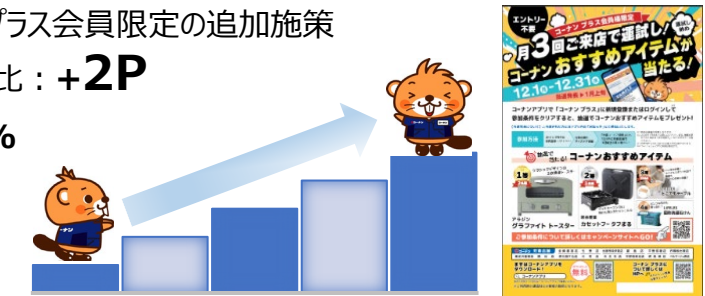
客単価 + 895円

優良顧客の囲い込み  
 新規会員の獲得  
 お客様とより良い関係構築

### 会員数・客単価・来店回数増加の試験取組みの実施

関西一部地域にて、コーナンプラス会員限定の追加施策  
 コーナンプラス会員客数構成比: +2P  
 月間購入金額/1人: +7%

購入金額に応じた  
 会員ランクの検討



# ⑤ 物流戦略

## 2026年2月期実績

大阪ベイ流通センター新規開設	自動運転トラックの試験運用	既存物流拠点の業務効率化
<p>2025年8月稼働 管轄店舗の見直しで配送距離 約50% 短縮 最新機器導入で作業負担 約30% 削減</p>	<p>2025年9・11月、26年1・3月試験運用 関西⇄関東の高速道路一部区間で実施 ドライバー不足問題などへ取り組む</p>	<p>2025年11月 助松DCでの効率化対応完了 レイアウト変更でピッキング作業 約50%改善・商品保管容積 約10%拡大 年間トータルコスト 1億円削減予定</p>



## グループ会社 HIヒロセ 物流拠点の移管実施

## グループ会社 サザンポートライン



**【HIヒロセ社の状況】**  
2025年3月 大分の拠点を 筑紫野へ移管  
第2段階として、佐賀の拠点を筑紫野へ集約することを予定

**【検討事項】**  
福岡のコーナン・建デポ社の拠点を 筑紫野に  
移管・集約  
コーナングループ九州地区物流拠点共同化を目指す



**【物流費増加への対応】**  
自家車両・自社ドライバーによる配送で  
中間コストの削減  
子会社での配送業務の一部対応にて  
キャッシュアウト削減

**【ドライバー不足への対応】**  
自社ドライバーの採用・育成で業務継続性  
安定性の向上  
コーナン業務優先で車両手配の安定化

# ⑥ オペレーション戦略

## 2026年2月期実績



### 業務端末『NAVI-KO』の機能拡充

ヒートマップ機能（店別・棚別効率数値をマップ上で確認）実装  
紙でのご注文承り業務を電子化 いつでもどこでもペーパーレスで受注可能 電子化による帳票管理の効率化も実現  
既存機能の継続的なアップデートを実施

### 店舗オペレーションの効率化 継続的な業務支援の実施



### シフト作成と勤怠管理の一元化を実施

シフト自動作成ツール：月間および日別シフトの作成・運用支援  
就業管理システム：R-shift に入力された情報が連携

### 店舗管理業務の効率化 事務作業の削減

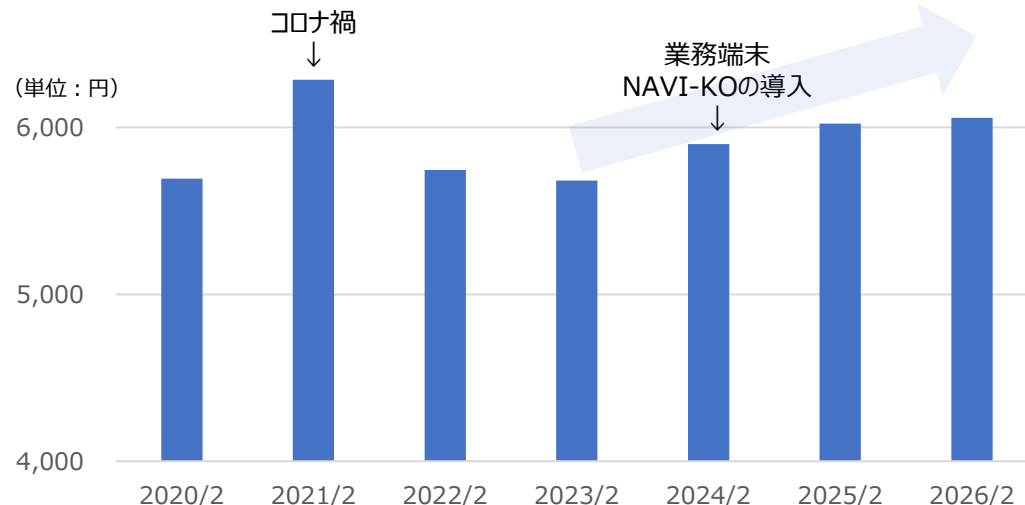
### 需要予測発注システムの導入

ホームセンター：16店舗 コーナンPRO：19店舗で運用  
全店運用にむけて調整中

目的：発注業務負担の軽減・在庫の適正化

内容：売数予測に基づき個店ごと・単品ごとに発注数を自動算出

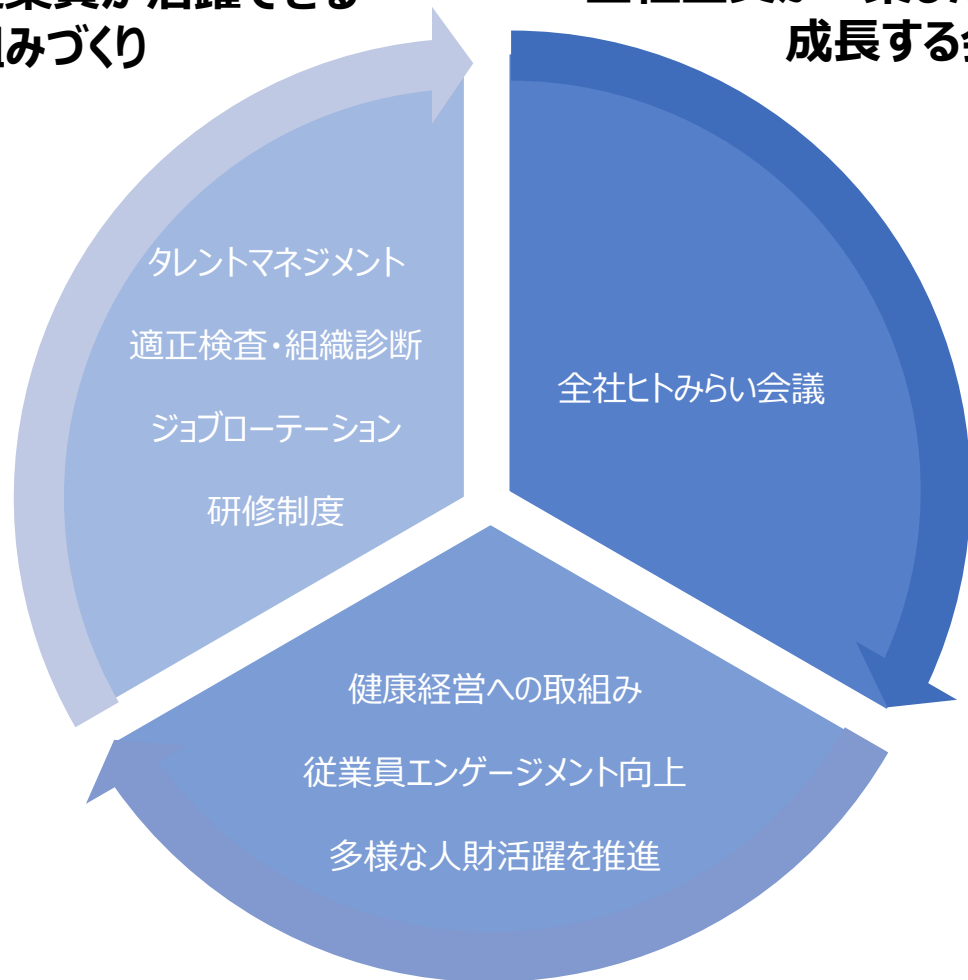
### 人時生産性推移



# ⑦ 人財経営

全従業員が活躍できる  
仕組みづくり

全社全員が“楽しんで”  
成長する会社



人的資本経営の取組み

## 全社ヒトみらい会議 (社内公募から約90名選出:3つのチームで進行中)

土台を作る・整える	現場の声を広く集め、経営とつなぐ橋渡しとなる
人を育てる	50年先へ繋がるアイデアのプロトタイプを作る
社内風土を醸成する	上下だけでなく多方向からの人財育成

## 健康経営優良法人2026 に認定

「従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる企業」として 5年連続で認定



## 従業員エンゲージメント向上

J-E S O P (従業員向け株式給付信託) の導入、従業員持株会の奨励金UP、奨励金付き職場つみたてNISAの導入、新人事制度の導入などを通じ、会社への帰属意識と働きがいを醸成

### デジタル研修



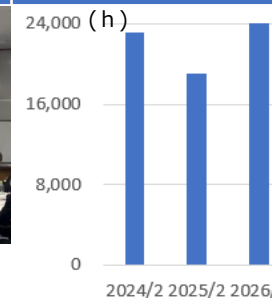
デジタルの普及研修、及び若年層から上位職者への研修という新たな取組み

### 50代ライフプランセミナー



タッチポイントの拡大 シニア層の活性化を目的とした取組み

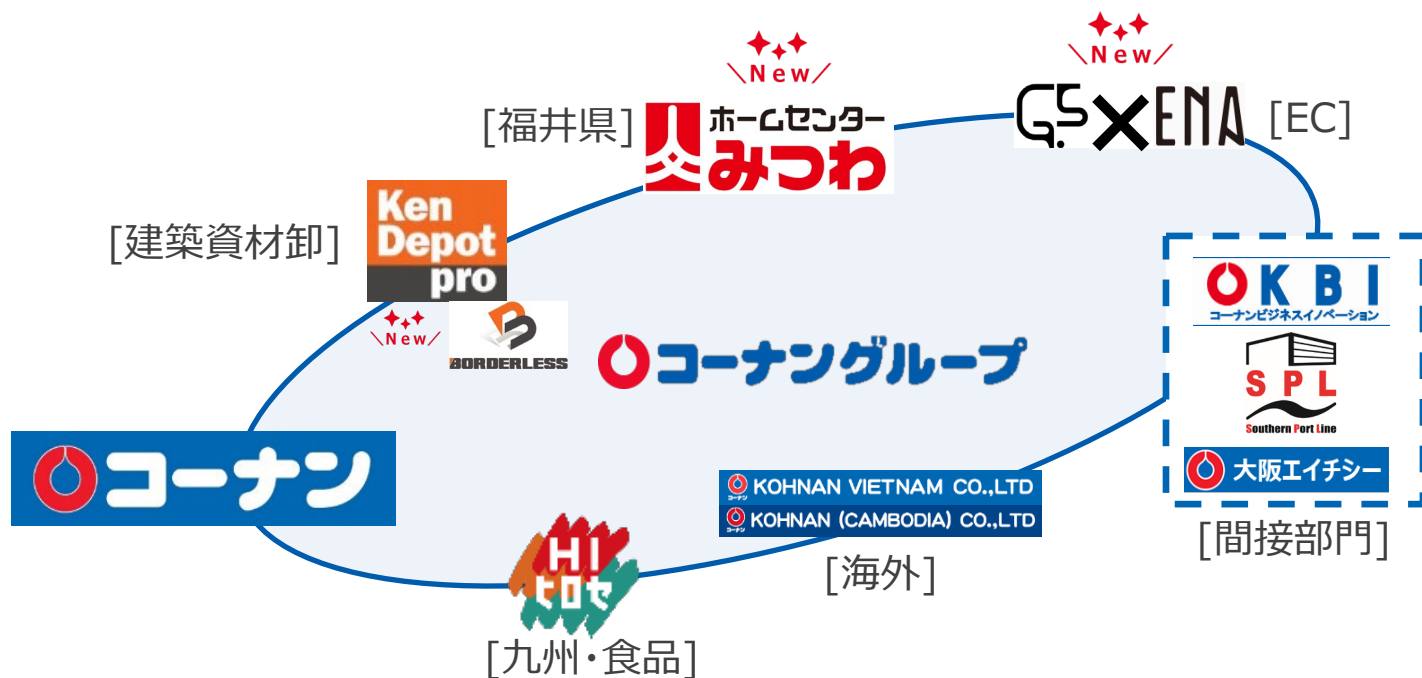
### 社内研修時間



## 2. グループ総合力の強化

地域的・業態的に多彩なグループ企業が加わり、コーナン単体以外の年間売上1,000億円規模へ

- ◆◆◆ New ◆◆◆ ボーダレス株式会社（建デポ子会社）2025年6月2日グループイン
- ◆◆◆ New ◆◆◆ 株式会社ホームセンターみつわ 2025年10月31日グループイン
- ◆◆◆ New ◆◆◆ 株式会社I'ntホールディングス 2025年12月26日グループイン  
（傘下の事業会社：株式会社グラムスタイル/株式会社イーナ）

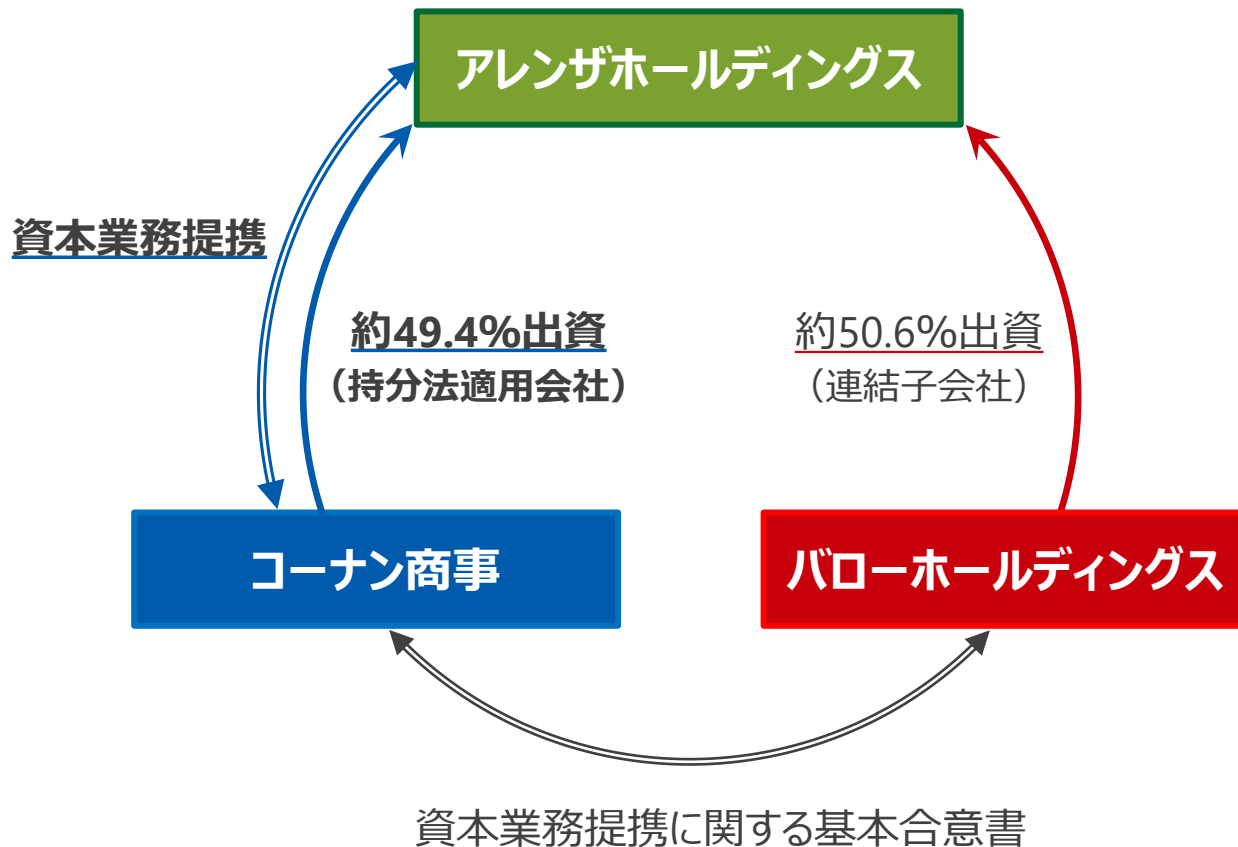


### ●グループ各社の主な事業内容

	事業内容
建デポ	首都圏を中心に会員制建築資材卸売店舗「建デポ」を運営
HIひろせ	創業地の大分県を中心に九州各県にてHCおよび食品併設店舗を運営
コーナンベトナム・カンボジア	ベトナム・カンボジアにてHC店舗を運営
ホームセンターみつわ	福井県にてHC店舗を運営
グラムスタイル・イーナ	I'ntホールディングスの傘下にある2社 家具・インテリア専門ECサイトを運営
大阪エイチシー	建物・設備に関するメンテナンス事業運営
KBI	店舗作業支援など総合サービス運営
SPL	輸送を中心とした物流関連事業を運営
ボーダレス	建デポの子会社 店舗・ECでの工具買取・販売事業を運営

### 3. アレンザホールディングス株式会社との資本業務提携について

2026年2月12日付で、アレンザホールディングス株式会社の株式等の公開買付け及び同社との資本業務提携契約の締結、並びに株式会社バローホールディングスとの資本業務提携に関する基本合意書の締結について公表



#### ●本件スケジュール

時期	内容
2/13～3/30	公開買付け期間
3/31	公開買付けの結果公表 → 買付予定数の下限以上の応募があり、 2/12付で公表のとおり買付けを実施
4/6	公開買付けの決済開始日である同日付で アレンザホールディングスの株式の38.79% を取得し、同社を持分法適用会社化
5/下旬 (予定)	アレンザホールディングスにおいて 臨時株主総会が開催される予定 (株式併合に関する議案の付議・決議)
各種手続き後	株式併合の効力発生 (見込み)

# 3. アレンザホールディングス株式会社との資本業務提携について

## ● 本件意義

売上と収益性の向上を通じ、企業価値向上を展望

HC業界で  
トップの  
連合体へ

- 単純合算でホームセンター業界トップの売上規模となり、プレゼンスが向上

展開エリア  
の拡充

- 店舗網重複が少なく、効率的な規模拡大

事業領域  
の拡大・  
専門性の  
強化

- コーナン・アレンザ双方の事業ノウハウおよび店舗網を相互活用し、新たな成長機会を創出
- 多様化するニーズへの対応と高付加価値サービスの提供を実現

## ● 本件シナジー

➤ PB商品の供給

➤ ペット事業での連携

➤ 建築職人向けプロ業態強化に関する連携

➤ 物流に関する合理化の共同推進

➤ 事業コストの最適化（什器・備品等の共同購入など）

# 4. 海外戦略

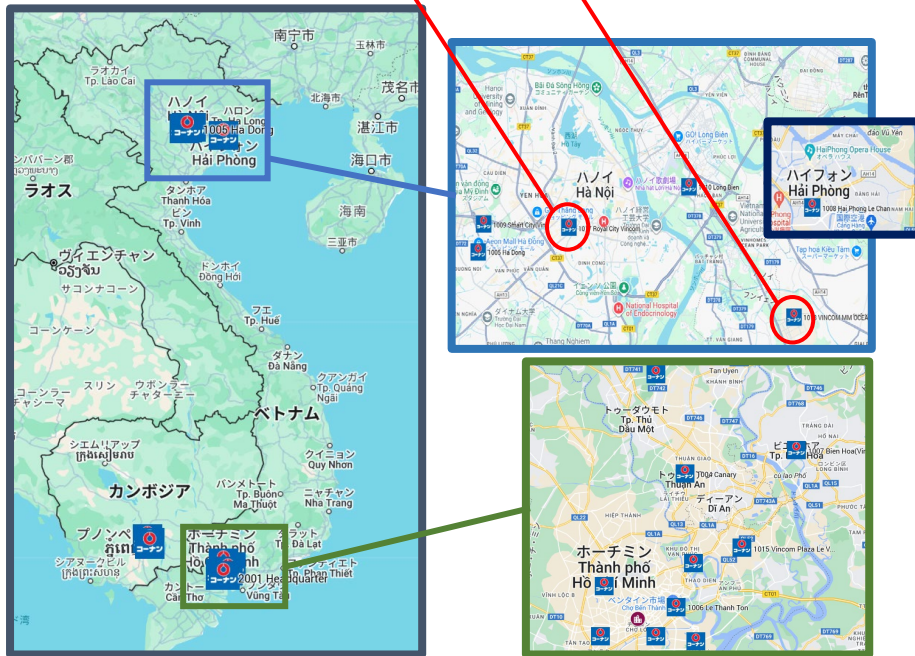
KOHNAN VIETNAM CO.,LTD.

## 北部：ハノイ周辺に2店舗新規出店



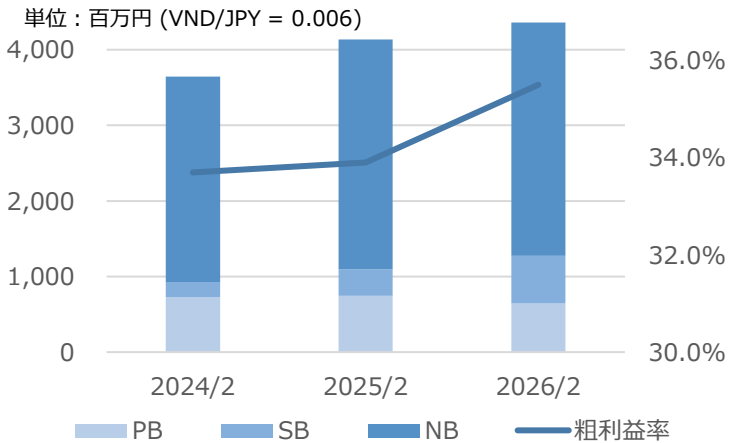
2025/4開店 ビンコムロイヤルシティ店

2025/12開店 オーシャンシティ店

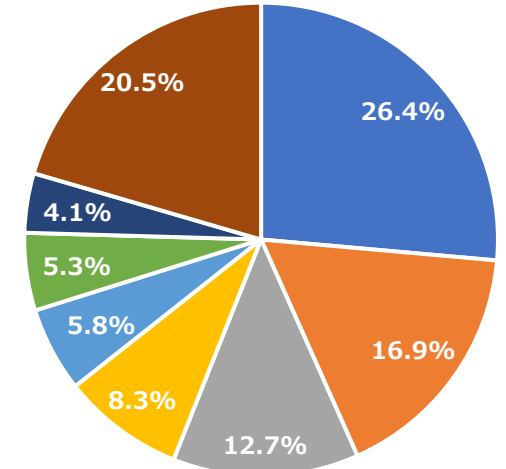


## 直近3年間の売上・粗利益率推移

PB売上とSB（ストアブランド:ベトナムオリジナル商品）強化  
売上・粗利益ともに、着実に伸長



## カテゴリ別売上状況



## SB(ストアブランド)商品売上BEST4



- 1位 コットンパッド150枚
- 2位 ウェットティッシュ無香料
- 3位 ウェットティッシュ
- 4位 トイレtpーパー10ロール

- 日用品
- インテリア
- ダイニング用品
- 食料・飲料
- 家庭雑貨
- ヘルスケア
- 履物・衣料
- その他

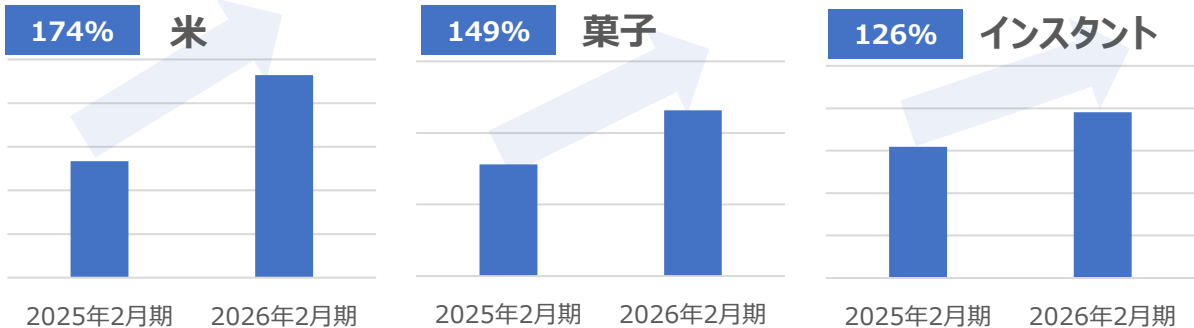
# 5. 食品戦略

## 2026年2月期実績

店舗集客および坪効率UPを目的として、食品売場を強化

### 好調カテゴリ

食品売上前年比 約**120%**



### 政府備蓄米の販売

販売数量 約**12.9**万点  
販売金額 約 **3.2**億円



### シャトレーゼ (フランチャイズ) 2号店の出店

2025年5月 奈良県北葛城郡に出店 (西大和店)



## 食品強化フォーマット



### りんくう羽倉崎店

6月改装後~2月末  
売上前年比  
約 **530%**

食品+酒類+日配



### 西宮今津店

10月改装後~2月末  
売上前年比  
約 **180%**

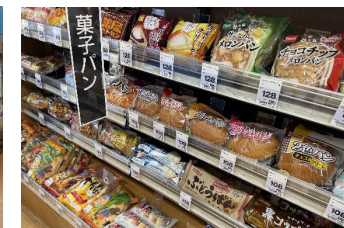
食品+酒類+日配



牛乳やお豆腐など、要冷蔵商品の取り扱い



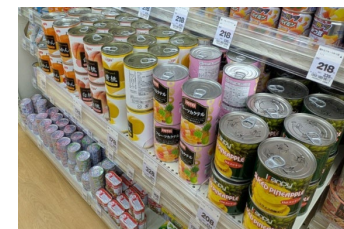
冷凍食品の品揃えもしっかり確保



食パンや菓子パンなども豊富に取り揃え



ウイスキー・日本酒などの品揃えを強化



加工食品も強化 缶詰スライド什器の使用



ジャンブル什器で訴求力・作業効率UP

# 6. サステナビリティの取組み

## 自家消費型太陽光発電設備の設置

2026年2月期 新規設置 **14**拠点

東京都の補助金を利用して 6店舗 自社設置  
 神奈川県補助金を利用して 3店舗 自社設置

自家消費型太陽光発電設備 合計 **22**拠点



↑ PRO世田谷八幡山店

↓ PRO一宮店



↑ PRO浅草店

↓ PRO府中甲州街道店



新設14拠点 年間CO2削減量

約710 t

合計22拠点 年間CO2削減量

約1,673 t

## 自治体との災害協定の締結

2026年2月期 締結実績 14件

- |           |            |
|-----------|------------|
| 愛知県春日井市   | 愛媛県新居浜市    |
| 愛知県清須市    | 京都府久世郡久御山町 |
| 和歌山県紀の川市  | 大阪府泉大津市    |
| 埼玉県川越市    | 和歌山県有田市    |
| 埼玉県戸田市    | 大阪府門真市     |
| 滋賀県草津市    | 滋賀県大津市     |
| 愛知県知多郡東浦町 | 愛知県知立市     |



2026年1月29日 大阪府門真市との締結式

## 災害協定締結先自治体の防災イベントへの出展

- |       |        |                                |
|-------|--------|--------------------------------|
| 2025年 | 3月22日  | Mitakaみんなの防災フェスタ               |
|       | 9月 6日  | 市制70周年記念亀岡市総合防災訓練              |
|       | 10月19日 | 生駒市総合防災訓練第2弾 防災講演会・防災マルシェ      |
|       | 26日    | 防災フェスタin大阪狭山2025               |
|       | 11月 1日 | 大和市防災・消防体験フェスタ2025             |
|       | 2日     | 浪速区制100周年×EXPO記念 第51回 ナニワ区民まつり |
|       | 8日     | はびきの防災クエスト2025                 |
|       | 23日    | 令和7年度富田林市防災フェア                 |
|       | 12月14日 | 令和7年度伏見区総合防災訓練                 |
| 2026年 | 1月17日  | 平野区防災フェスタ                      |
|       | 25日    | 芦屋市防災総合訓練                      |
|       | 2月15日  | 宝塚市総合防災訓練                      |



浪速区制100周年×EXPO記念「第51回 ナニワ区民まつり」

# 7. メディアでの取り上げ

## 株式会社プレジデント社「PRESIDENT」

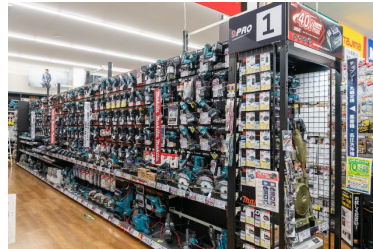
2026年3/20号



「なぜそれがやれたのか」のコーナーに、飽和市場でコーナンが勝てたワケとして、社長インタビューが掲載



コーナンPRO八尾沼店



## 株式会社京阪神エルマガジン社「Meets Regional」

2026年4月号『梅田大辞典』



今どきグリーンは、ホームセンターで！の特集に弊社店舗「gardens umekita」が掲載



gardens umekita



## 防犯・防災についての取材対応一例

読売新聞社	読売新聞 「暮らし家庭」面 連載「住」	「防犯ブザー」についての取材 「補助錠」についての取材
朝日新聞社	窃盗注意喚起	「キーボックス」についての取材
毎日放送	よんちゃんTV 他	最長寒波到来を受けて 「防寒グッズ」についての取材
NHK	ほっと関西 他	最長寒波到来を受けて 「寒波対策グッズ」についての取材
日本テレビ放送網	DayDay	青森県東方沖の地震を受けて 「冬の時期の避難グッズ」についての取材
名古屋テレビ放送	ドデスカ+	青森県東方沖の地震を受けて 「寒さ・暗さに使える避難グッズ」についての取材

## ホームセンター商材についての取材対応一例

テレビ愛知	5時スタ	ホームセンターの花粉対策グッズランキング 大掃除グッズランキング・防犯グッズランキング 地震対策グッズランキング・おうちの大雨対策グッズランキング 屋内での熱中症対策グッズランキング
小学館	BE-PAL	道具いらずでDIYチャレンジ（セルフ工房の紹介） ホームセン“便利ツール”選び A to Z（作業用工具の紹介） アイデア満載！先駆け便利ギアが豊富（キャンプギアの紹介）

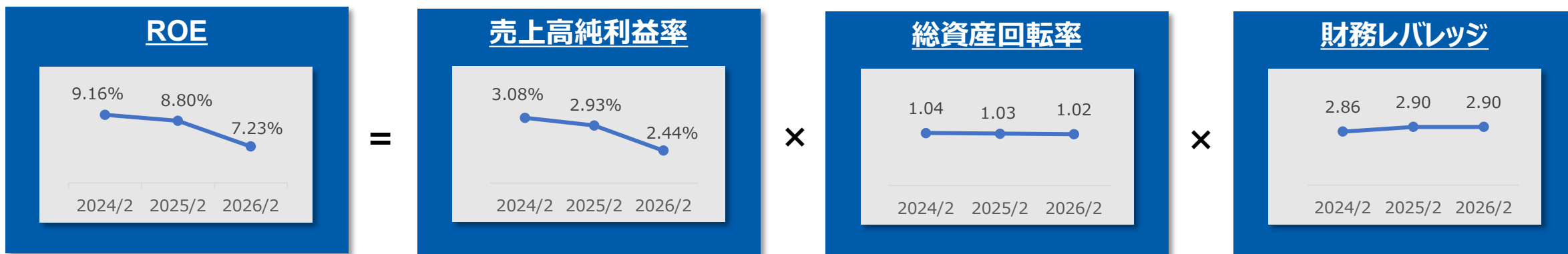
# 4

## 企業価値向上に向けた取組み

# ① 企業価値向上に向けた取組み

## ● ROEの現状認識と改善策

ROEは、利益率低下を主因として低下傾向。成長戦略への着実な取組みを通じて各構成項目の改善を図り、次期中期経営計画期間において10%以上を目指す



### ROE向上に向けた取組み

売上高 ↑

- ✓ 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

当期純利益 ↑

- ✓ 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

総資産・自己資本 ↓

- ✓ 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)

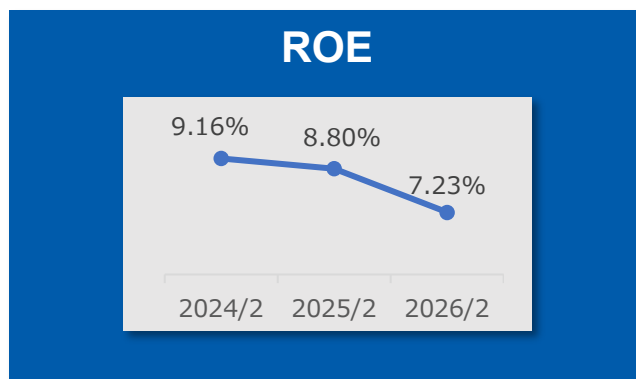
# ① 企業価値向上に向けた取組み

## ● PBRの現状認識と改善策

ROEは低下し、PERは上昇するも10倍程度であるため、PBRは0.72倍と1倍割れが継続  
成長戦略の遂行及びIR強化により、将来的な成長に対する市場の期待感・確信度を醸成し、PBR1倍超えを展望



=

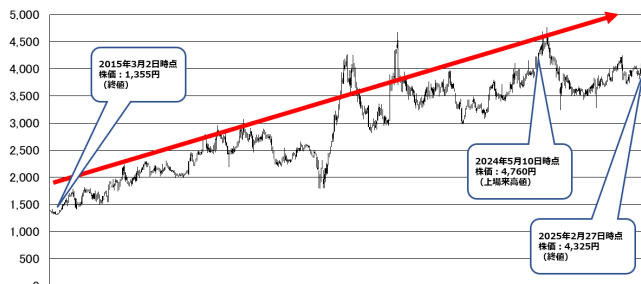


×

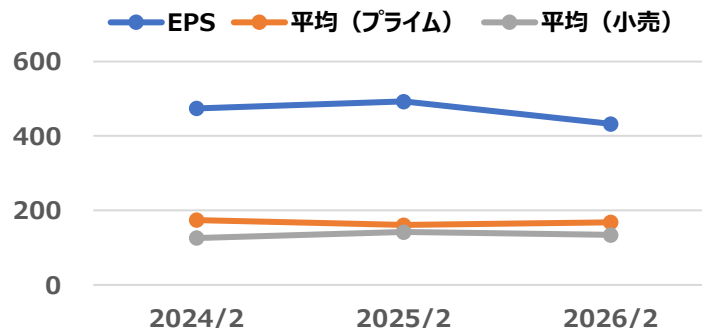


## 株価

直近約10年間の株価推移  
(15年3月:1,355円 → 26年2月末:4,325円)



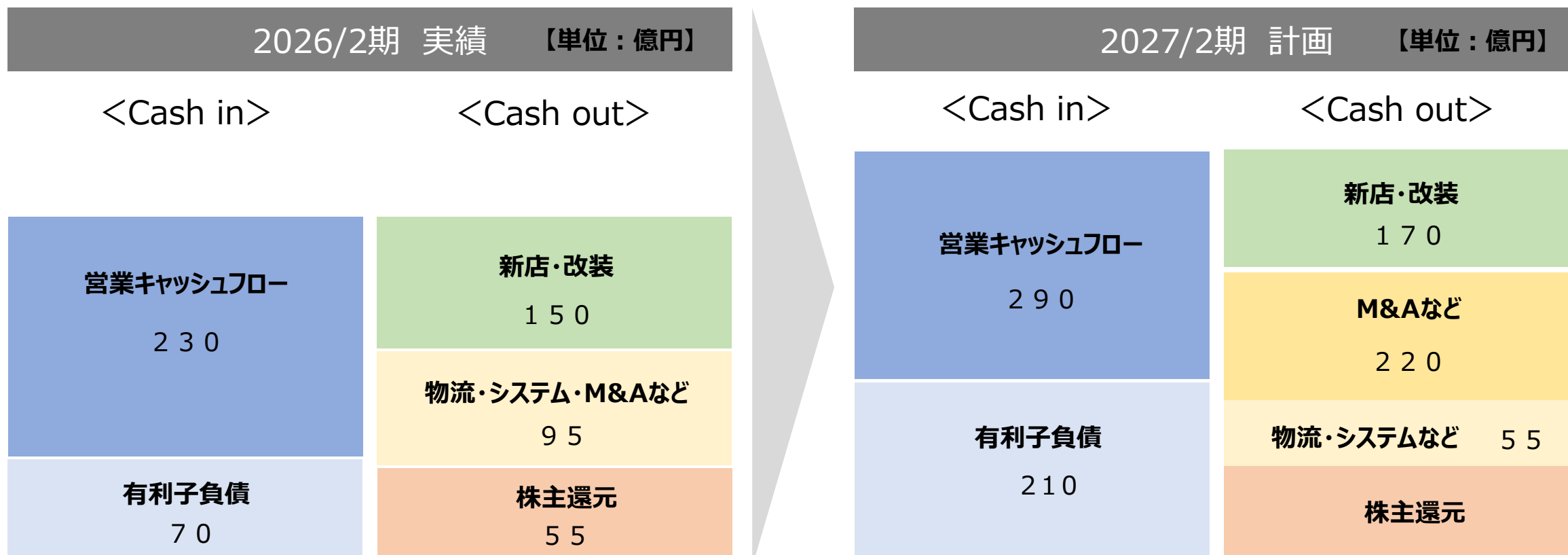
## EPS 低下したものの、市場水準 対比では依然、高水準



IR活動(2026/2期)	件数
決算説明会	4
個人投資家向けIR	2
投資家向け個別IR	118
社長メディア取材(成長戦略)	4

## ② キャッシュアロケーション

- 2026/2期（実績）：営業キャッシュフローの範囲で新店/改装を主とした成長投資と株主還元を実施
- 2027/2期（計画）：引き続き、新店/改装などへの成長投資と共に、有利子負債を有効活用してM&A（アレンザホールディングスへの出資等）への投資を計画



5

## 株主還元方針

# 株主還元方針

株主還元は重要な経営課題と認識し、第4次中期経営期間中（2026/2期 – 2028/2期）は以下の方針に基づいて株主の皆様へ利益還元を行います

## 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

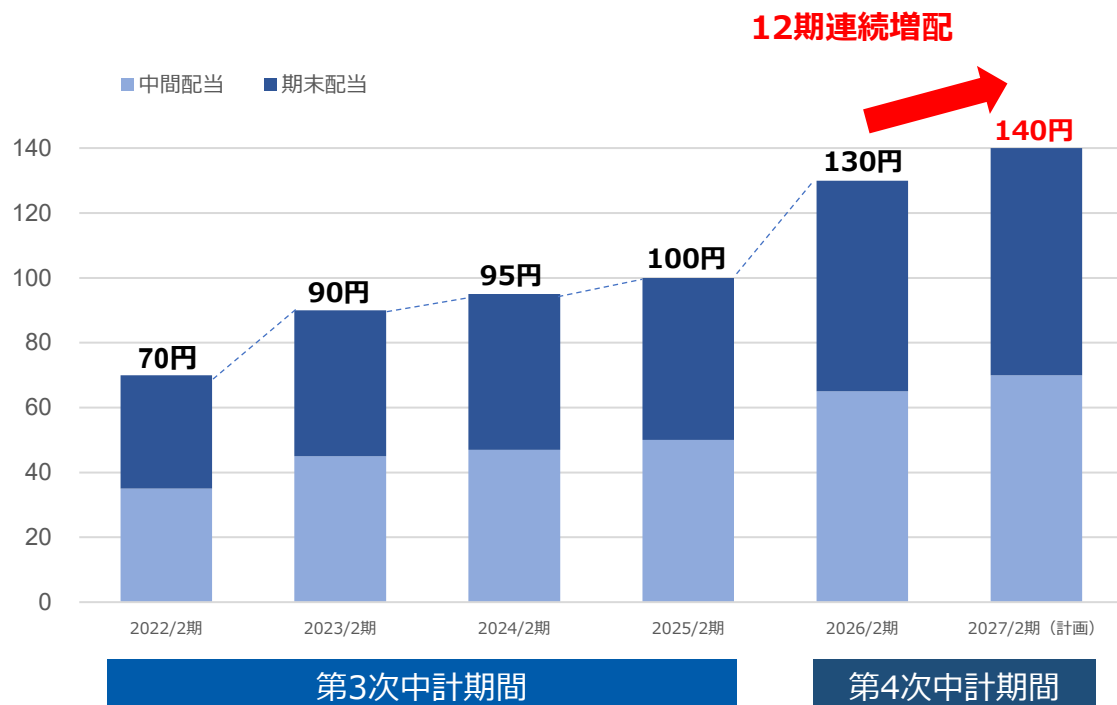
- ・ **総還元性向：40%以上**
- ・ **累進配当**

2027年2月期【予定】

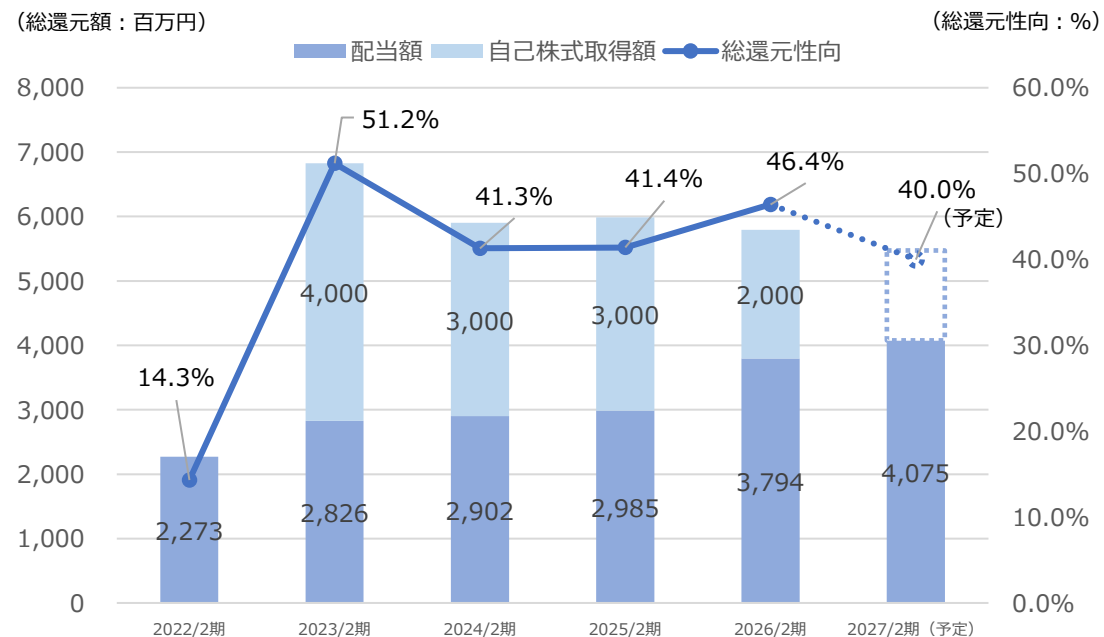
「配当金額を140円／年（前期実績差 + 10円／年）とし、年度の総還元性向を40%以上となることを目指す」

# 株主還元方針

## 1株配当金の実績推移と計画



## 総還元性向の実績推移と計画





2026年2月期

# 補足資料

(2024年2月期 ~ 2026年2月期)

# 01.損益計算書（連結）

項目 (百万円)	2024年2月期			2025年2月期			2026年2月期		
	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比
売上高	456,345	107.8%	-	484,293	106.1%	-	502,059	103.7%	-
既存店売上高※	424,373	101.0%	-	463,267	101.9%	-	484,104	99.6%	-
営業収入	16,309	102.7%	-	17,110	104.9%	-	17,719	103.6%	-
営業収益	472,655	107.7%	-	501,403	106.1%	-	519,779	103.7%	-
売上総利益	170,806	106.9%	37.43%	179,458	105.1%	37.06%	185,532	103.4%	36.95%
販売管理費	163,018	106.1%	35.7%	171,567	105.2%	35.4%	180,854	105.4%	36.0%
営業利益	24,097	109.4%	5.3%	25,001	103.8%	5.2%	22,397	89.6%	4.5%
営業外収支	△1,498	-	-	△1,695	-	-	△1,642	-	-
経常利益	22,598	109.0%	5.0%	23,306	103.1%	4.8%	20,754	89.0%	4.1%
特別損益	△1,547	-	-	△1,766	-	-	△1,955	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	14,054	106.2%	3.1%	14,210	101.1%	2.9%	12,263	86.3%	2.4%

※ 各期において開店から13か月以上経過した店舗を既存店とみなし、その売上実績及び前年同期比較しております。

## 02.販売管理費（連結） 他

項目 (百万円)	2024年2月期			2025年2月期			2026年2月期		
	実績	前年同期比※	売上比	実績	前年同期比	売上比	実績	前年同期比	売上比
人件費	55,669	106.9%	12.2%	58,909	105.8%	12.2%	62,812	106.6%	12.5%
賃借料	51,043	106.2%	11.2%	53,101	104.0%	11.0%	55,599	104.7%	11.1%
減価償却費 (のれん償却含)	15,848	109.0%	3.5%	16,817	106.1%	3.5%	17,782	105.7%	3.5%
その他販管費	40,457	103.7%	8.9%	42,738	105.6%	8.8%	44,659	104.5%	8.9%
計	163,018	106.1%	35.7%	171,567	105.2%	35.4%	180,854	105.4%	36.0%

項目 (百万円)	2024年2月期		2025年2月期		2026年2月期	
	実績	前年同期比	実績	前年同期比	実績	前年同期比
自己資本比率	34.3%	△1.4pt	34.6%	0.3pt	34.4%	△0.2pt
有利子負債	197,398	114.7%	206,587	104.7%	219,408	106.2%
DEレシオ	1.26倍	-	1.25倍	-	1.26倍	-

## 03.貸借対照表（連結）

科目（百万円）	2024年2月期	増減	2025年2月期	増減	2026年2月期	増減
流動資産計	159,455	18,163	170,496	11,040	189,346	18,850
現金及び預金	11,723	2,505	10,842	△881	15,518	4,676
売掛金	15,798	2,230	17,893	2,094	18,050	156
商品及び製品	121,758	12,859	131,973	10,215	145,955	13,981
固定資産合計	299,101	21,144	308,510	9,408	315,446	6,936
有形固定資産	206,786	17,392	216,101	9,314	215,952	△148
無形固定資産	26,860	△28	25,148	△1,711	28,391	3,242
資産合計	458,557	39,307	479,006	20,449	504,793	25,786

流動負債計	125,032	9,478	123,480	△1,551	142,403	18,923
買掛金	44,823	2,542	47,272	2,448	49,962	2,690
短期借入金	24,000	3,062	17,100	△6,900	28,200	11,100
1年内返済長期借入金	27,673	1,049	31,178	3,504	34,830	3,651
固定負債合計	176,267	22,127	189,734	13,466	188,541	△1,192
長期借入金	108,138	20,511	118,774	10,636	118,240	△534
純資産合計	157,257	7,702	165,792	8,534	173,849	8,056
負債純資産合計	458,557	39,307	479,006	20,449	504,793	25,786

# 04.商品部門別 売上高（連結/コーナン単体）

## ■ 連結

商品部門 (百万円)	2024年2月期		2025年2月期		2026年2月期	
	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比	売上高	前年同期比
ホームインプロブメント (DIY用品・PRO商材・園芸)	218,848	105.6%	232,140	106.1%	240,177	103.5%
ハウスキューピング (家庭用品)	144,630	105.6%	152,519	105.5%	158,928	104.2%
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	67,554	111.6%	69,986	103.6%	70,254	100.4%
食品 (フード・酒類)	11,351	-	14,215	125.2%	16,693	117.4%
その他 (100円ショップ・灯油・自販機など)	13,961	103.9%	15,431	110.5%	16,006	103.7%
合計	456,345	107.8%	484,293	106.1%	502,059	103.7%

## ■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2024年2月期			2025年2月期			2026年2月期		
	売上高	前年同期比	粗利益率	売上高	前年同期比	粗利益率	売上高	前年同期比	粗利益率
ホームインプロブメント	173,190	106.7%	39.03%	182,423	105.3%	38.45%	188,642	103.4%	38.30%
ハウスキューピング	134,844	101.6%	37.21%	141,256	104.8%	36.89%	145,920	103.3%	36.53%
ペット・レジャー	64,738	108.0%	41.80%	66,162	102.2%	41.39%	66,358	100.3%	41.05%
その他	19,327	106.8%	24.58%	21,386	110.7%	24.57%	22,041	103.1%	25.18%
合計	392,101	105.1%	38.15%	411,229	104.9%	37.67%	422,963	102.9%	37.44%

# 05.PB商品部門別 売上高（連結/コーナン単体）

## ■ 連結

商品部門 (百万円)	2024年2月期			2025年2月期			2026年2月期		
	PB売上高	PB売上構成比*	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比*	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比*	構成比前年差
ホームインプロブメント (DIY用品)	65,227	34.1%	0.4pt	69,600	34.4%	0.3pt	72,814	34.8%	0.4pt
ハウスキーピング (家庭用品)	51,878	36.1%	△1.0pt	53,516	35.3%	△0.8pt	54,431	35.0%	△0.3pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	26,272	39.7%	△1.1pt	26,842	39.2%	△0.5pt	27,290	40.1%	0.9pt
合計	143,377	35.7%	△0.3pt	149,959	35.5%	△0.2pt	154,537	35.7%	0.2pt

## ■ コーナン単体

商品部門 (百万円)	2024年2月期			2025年2月期			2026年2月期		
	PB売上高	PB売上構成比*	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比*	構成比前年差	PB売上高	PB売上構成比*	構成比前年差
ホームインプロブメント (DIY用品)	56,509	35.5%	△0.5pt	59,409	35.7%	0.2pt	61,685	35.7%	0.0pt
ハウスキーピング (家庭用品)	49,827	38.6%	△0.3pt	50,536	37.6%	△1.0pt	51,300	37.2%	△0.4pt
ペット・レジャー (ペット・レジャー用品)	25,863	40.8%	△0.1pt	26,120	40.4%	△0.4pt	26,483	40.8%	0.4pt
合計	132,200	37.6%	△0.3pt	136,065	37.2%	△0.4pt	139,469	37.2%	0.0pt

※ 連結・コーナン単体共に、リフォーム、100円ショップ、フード・酒類等を除いて、部門売上高構成比を算出しております。

## 06.事業会社 業態別実績

会社名 (百万円)	業態	2024年2月期			2025年2月期			2026年2月期		
		売上高	前年同期比	粗利益率	売上高	前年同期比	粗利益率	売上高	前年同期比	粗利益率
コーナン	HC	300,794	101.9%	39.33%	312,725	104.0%	38.85%	317,668	101.6%	38.75%
	PRO	81,903	109.2%	35.43%	88,626	108.2%	35.07%	95,464	107.7%	35.16%
	その他*	9,402	-	-	9,877	-	-	9,829	-	-
	計	392,101	103.4%	38.15%	411,229	104.9%	37.67%	422,963	102.9%	37.44%
建デポ	PRO	47,170	105.6%	30.74%	50,523	107.1%	30.95%	52,247	103.4%	31.91%
	その他*	1,564	-	-	1,981	-	-	2,192	-	-
	計	48,734	106.7%	30.25%	52,505	107.7%	30.35%	54,440	103.7%	31.23%
HIヒロセ	HC+PRO	10,588	-	32.79%	14,446	136.4%	33.99%	14,535	100.6%	33.65%
	食品	5,753	-	25.90%	7,854	136.5%	24.23%	8,506	108.3%	22.03%
	その他*	1,406	-	-	1,197	-	-	1,231	-	-
	計	17,748	-	29.86%	23,499	132.4%	30.77%	24,273	103.3%	29.80%
ホームセンターみつわ	計	-	-	-	-	-	-	1,408	-	32.43%
I'nTホールディングス	計	-	-	-	-	-	-	1,874	-	50.29%
コーナンベトナム	計	3,757	122.1%	33.69%	4,133	110.0%	33.91%	4,358	105.5%	35.47%
連結調整		△ 5,996	-	-	△ 7,073	-	-	△ 7,258	-	-
連結合計	計	456,345	107.8%	37.43%	484,293	106.1%	37.06%	502,059	103.7%	36.95%

※ その他：EC、他社への商品供給（自社グループ内含む）等。

# 07.店舗数（2026年2月末時点）

	業態	2024年2月期			2025年2月期			2026年2月期		
		出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数	出店	退店	店舗数
コーナン	HC※	8	2	340	21	1	360	8	2	366
	PRO	12	1	130	12	0	142	12	0	154
	計	20	3	470	33	1	502	20	2	520
建デポ	PRO	8	0	80	9	1	88	6	0	94
HIヒロセ	HC+食品	31	0	31	1	0	32	0	1	31
	PRO	1	0	1	0	0	1	2	0	3
ホームセンター みつわ	HC	0	0	0	0	0	0	4	0	4
コーナンベトナム	HC	2	0	13	2	0	15	2	1	16
コーナンカンボジア	HC	0	0	3	0	0	3	0	0	3
合計	計	62	3	598	45	2	641	34	4	671

※ CAMP DEPOT 8店舗、gardens umekita店を含む。



**【見通しに関する注意事項】**

当社が開示する情報の中には、将来の見通しに関する記述が含まれている場合があります。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定に基づくほか、様々なリスクや不確定・不確実性を含んでおります。したがって、現実の業績は当社の見込みとは異なる可能性があります。