

| 国内リテール事業 <small>※1</small> | | 2025年 | | | | | | 2026年 | | | | | | 通期 |
|----------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | |
| 既存店 | 売上高 | 103.2% | 103.4% | 104.0% | 106.3% | 106.9% | 103.0% | 107.4% | 104.0% | 104.2% | 105.2% | 108.1% | 99.3% | 104.6% |
| | 客数 | 100.5% | 99.9% | 99.7% | 101.2% | 102.5% | 101.1% | 103.9% | 101.7% | 101.8% | 101.4% | 103.7% | 97.6% | 101.3% |
| | 客単価 | 102.6% | 103.5% | 104.2% | 105.1% | 104.2% | 101.9% | 103.4% | 102.4% | 102.3% | 103.7% | 104.2% | 101.7% | 103.3% |
| | 対象店舗数 | 621店 | 626店 | 622店 | 626店 | 626店 | 629店 | 633店 | 634店 | 632店 | 635店 | 633店 | 632店 | 632店 |
| | 土日休日数増減 | 0日 | 1日 | -1日 | 0日 | 2日 | -1日 | 1日 | 0日 | -1日 | 0日 | 2日 | -1日 | 2日 |
| 全店 | 売上高 | 104.8% | 104.9% | 105.3% | 107.8% | 108.5% | 104.3% | 109.0% | 105.2% | 105.3% | 107.2% | 110.2% | 101.5% | 106.1% |
| | 対象店舗数 | 655店 | 655店 | 655店 | 659店 | 661店 | 662店 | 663店 | 664店 | 665店 | 666店 | 670店 | 677店 | 677店 |
| | 前年同月店舗数 | 632店 | 633店 | 634店 | 634店 | 635店 | 636店 | 636店 | 639店 | 638店 | 640店 | 642店 | 655店 | 655店 |

※1 (株)ドン・キホーテ、(株)長崎屋、UDリテール(株)、(株)橘百貨店、ユニー(株)

- 国内リテールは、台風などの天候不順に加え、低気温での推移が客数に影響し、衣料品を中心に季節品のマイナス影響が発生しています。
 また、当月は前年に発売した次世代ゲーム機の反動減が発生したことで、家電製品が全体売上を押し下げています。
 一方、嗜好品への選別消費を捉え続けたことで、トレンド商品や戦略的強化カテゴリーなどは引き続き好調に推移し、売上に貢献しています。
 前年と比較して休日（日曜）が1日少ないことによる押し下げ影響は▲1.5%、ゲーム機の押し下げ影響は▲0.7%です。
 - ディスカウント事業は、夏物インナーやサンダルなどの衣料品や夏物家電、シーズンスキンケアなどの日用雑貨品といった季節関連品が前年割れとなっています。
 一方、コスメ雑貨やバラエティウェア、お菓子や文房具など、新商品を中心にコンテンツコラボ商品が売上に貢献しています。
 また、展開を強化している美容液やプロテインに加え、ブラインドボックスやバスボールなどが伸長しています。
 休日1日減の押し下げ影響は▲1.5%、ゲーム機の押し下げ影響は▲0.6%です。
 - UNY事業は、夏物寝具や日傘に加え、特にカジュアルウェアやTシャツ、ショートパンツなどの衣料品が低調に推移しています。
 一方、食品は前年の米需要増の反動影響があったものの、価格強化している洋日配や冷凍食品に加え、品揃えを強化している精肉、鮮魚寿司、カット野菜が伸長しています。
 休日1日減の押し下げ影響は▲1.6%、ゲーム機の押し下げ影響は▲0.9%です。
- <7月度 新規出店予定>
 なし

| ※2 ディスカウント事業 | | 2025年 | | | | | | 2026年 | | | | | | 通期 |
|-----------------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | |
| 既存店 | 売上高 | 103.3% | 103.6% | 103.8% | 106.7% | 107.2% | 103.7% | 107.6% | 104.6% | 104.7% | 106.1% | 108.7% | 99.9% | 105.0% |
| | 客数 | 100.2% | 99.3% | 98.9% | 100.8% | 102.3% | 101.4% | 103.8% | 101.5% | 101.6% | 101.3% | 103.5% | 97.1% | 101.0% |
| | 客単価 | 103.1% | 104.4% | 104.9% | 105.8% | 104.8% | 102.2% | 103.7% | 103.1% | 103.0% | 104.8% | 105.0% | 102.9% | 104.0% |
| | 家電製品 | 93.1% | 94.4% | 96.0% | 100.5% | 101.9% | 95.1% | 97.7% | 99.3% | 102.6% | 106.7% | 118.1% | 81.9% | 98.2% |
| | 日用雑貨品 | 105.7% | 107.7% | 104.7% | 110.0% | 109.9% | 105.7% | 110.3% | 107.0% | 109.1% | 110.6% | 113.2% | 103.3% | 108.1% |
| | 食品 | 104.1% | 102.1% | 103.6% | 105.6% | 106.5% | 104.6% | 107.2% | 103.0% | 100.1% | 103.4% | 103.7% | 100.3% | 103.7% |
| | 時計・ファッション用品 | 101.5% | 103.6% | 103.4% | 106.8% | 102.7% | 100.1% | 106.9% | 103.3% | 108.6% | 102.7% | 106.9% | 96.9% | 103.5% |
| | スポーツ・レジャー用品 | 105.7% | 107.1% | 109.7% | 105.8% | 116.3% | 107.0% | 113.0% | 114.5% | 114.3% | 112.3% | 119.5% | 109.1% | 110.9% |
| 対象店舗数 | 493店 | 498店 | 495店 | 499店 | 499店 | 500店 | 504店 | 505店 | 503店 | 507店 | 507店 | 508店 | 508店 | |
| 全店 | 売上高 | 106.0% | 106.0% | 106.0% | 109.0% | 109.8% | 105.9% | 110.2% | 106.8% | 106.9% | 108.6% | 111.4% | 102.6% | 107.4% |
| | 対象店舗数 | 525店 | 525店 | 525店 | 530店 | 532店 | 533店 | 534店 | 535店 | 536店 | 537店 | 541店 | 548店 | 548店 |
| | 前年同月店舗数 | 501店 | 502店 | 503店 | 503店 | 504店 | 505店 | 505店 | 508店 | 508店 | 510店 | 512店 | 525店 | 525店 |

※2 (株)ドン・キホーテ、(株)長崎屋、UDリテール(株)、(株)橘百貨店

| ※3 UNY事業 | | 2025年 | | | | | | 2026年 | | | | | | 通期 |
|-------------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | |
| 既存店 | 売上高 | 102.5% | 102.6% | 104.4% | 105.2% | 105.9% | 101.2% | 106.9% | 102.2% | 102.5% | 102.3% | 106.0% | 97.3% | 103.2% |
| | 客数 | 101.4% | 101.6% | 101.9% | 102.4% | 103.2% | 100.4% | 104.4% | 102.1% | 102.2% | 101.9% | 104.2% | 99.1% | 102.0% |
| | 客単価 | 101.1% | 101.0% | 102.5% | 102.7% | 102.6% | 100.8% | 102.4% | 100.0% | 100.3% | 100.4% | 101.7% | 98.2% | 101.1% |
| | 家電製品 | 104.8% | 106.5% | 108.0% | 141.5% | 131.1% | 127.6% | 121.6% | 112.3% | 129.8% | 135.5% | 189.7% | 60.8% | 118.4% |
| | 日用雑貨品 | 100.0% | 101.8% | 101.7% | 107.9% | 106.0% | 98.4% | 106.8% | 102.8% | 104.5% | 107.7% | 111.4% | 98.0% | 103.8% |
| | 食品 | 103.7% | 101.6% | 105.3% | 104.1% | 106.2% | 102.4% | 105.7% | 101.7% | 102.1% | 101.8% | 104.3% | 101.2% | 103.3% |
| | 時計・ファッション用品 | 98.6% | 107.5% | 100.7% | 104.4% | 99.3% | 91.9% | 109.0% | 100.4% | 98.2% | 96.5% | 101.5% | 83.3% | 98.8% |
| | スポーツ・レジャー用品 | 99.7% | 108.6% | 107.7% | 108.4% | 122.9% | 102.3% | 114.9% | 113.5% | 110.0% | 111.3% | 123.9% | 105.9% | 110.2% |
| 対象店舗数 | 128店 | 128店 | 127店 | 127店 | 127店 | 129店 | 129店 | 129店 | 129店 | 128店 | 126店 | 124店 | 124店 | |
| 全店 | 売上高 | 101.1% | 101.2% | 103.1% | 104.0% | 104.5% | 99.6% | 105.0% | 100.4% | 100.6% | 102.3% | 106.3% | 97.7% | 102.1% |
| | 対象店舗数 | 130店 | 130店 | 130店 | 129店 | 129店 | 129店 | 129店 | 129店 | 129店 | 129店 | 129店 | 129店 | 129店 |
| | 前年同月店舗数 | 131店 | 131店 | 131店 | 131店 | 131店 | 131店 | 131店 | 131店 | 130店 | 130店 | 130店 | 130店 | 130店 |

※3 2025年7月からディスカウント事業とUNY事業の商品カテゴリーを統一しています。また、コーポレートサイトには、UNY事業の過去1年間（2024年7月～2025年6月）を遡及した月別販売高状況を掲載しています。