

2026年2月期 中間期 決算説明資料

株式会社 ヤマザワ
代表取締役社長
古山 利昭

証券コード：9993



1. 業績概況 2026年2月期 中間期

(1)《連結》業績 … 3 ～ 4

(2)《単体》業績 … 6 ～ 10

2. 第4次中期経営計画の進捗状況

… 12 ～ 18

3. 業績見通し 2026年2月期

(1)《連結・単体》通期見通し… 20 ～ 21

1. 業績概況 2026年2月期 中間期

(1) 《連結》業績

(2) 《単体》業績

1.(1) 《連結》業績概況 2026年2月期 中間期

(単位:百万円)

前年同期		2026年2月期 中間期	前年同期比 %	差
50,958	営業収益	53,083	104.2 %	+2,125
14,062	売上総利益	14,836	105.5 %	+774
14,745	販売管理費	14,241	96.5 %	△504
△682	営業利益	595	-	+1,277
△275	経常利益	650	-	+925
△1,056	純利益	755	-	+1,811

※前期比:比較対象のいずれかがマイナス、または対比が1000を超える場合は“-”で表記しています。

1.(1)《連結》業績概況 2026年2月期 中間期

【連結財政状態】

前期末		2026年2月期 中間期	構成比	前期末比 %	差
55,577	総資産	56,106	100.0 %	100.9 %	+529
25,969	純資産	26,619	47.4 %	102.5 %	+649

(単位:百万円)

1. 財政状況

- (1) ROE (自己資本当期利益率)
2.8% (+12.4%)
- (2) ROA (総資産経常利益率)
1.1% (+1.8%)
- (3) 自己資本比率
47.4% (+0.7%)

【連結キャッシュフローの状況】

	実績	前年同期比 %	差
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,037	124.4 %	+990
投資活動によるキャッシュ・フロー	△407	33.7 %	+799
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,094	174.7 %	△1,750

(単位:百万円)

2. キャッシュフロー関連

- (1) 現金及び現金同等物
期末残高 (期中増減額)
5,868百万円 (+535)
- (2) 設備投資額
320百万円 (△749)
- (3) 減価償却費
1,668百万円 (△60)

※前期比:比較対象のいずれかがマイナス、または対比が1000を超える場合は“－”で表記しています。

1. 業績概況 2026年2月期 中間期

(1) 《連結》業績

(2) 《単体》業績

1.(2) 《単体》業績概況 2026年2月期 中間期



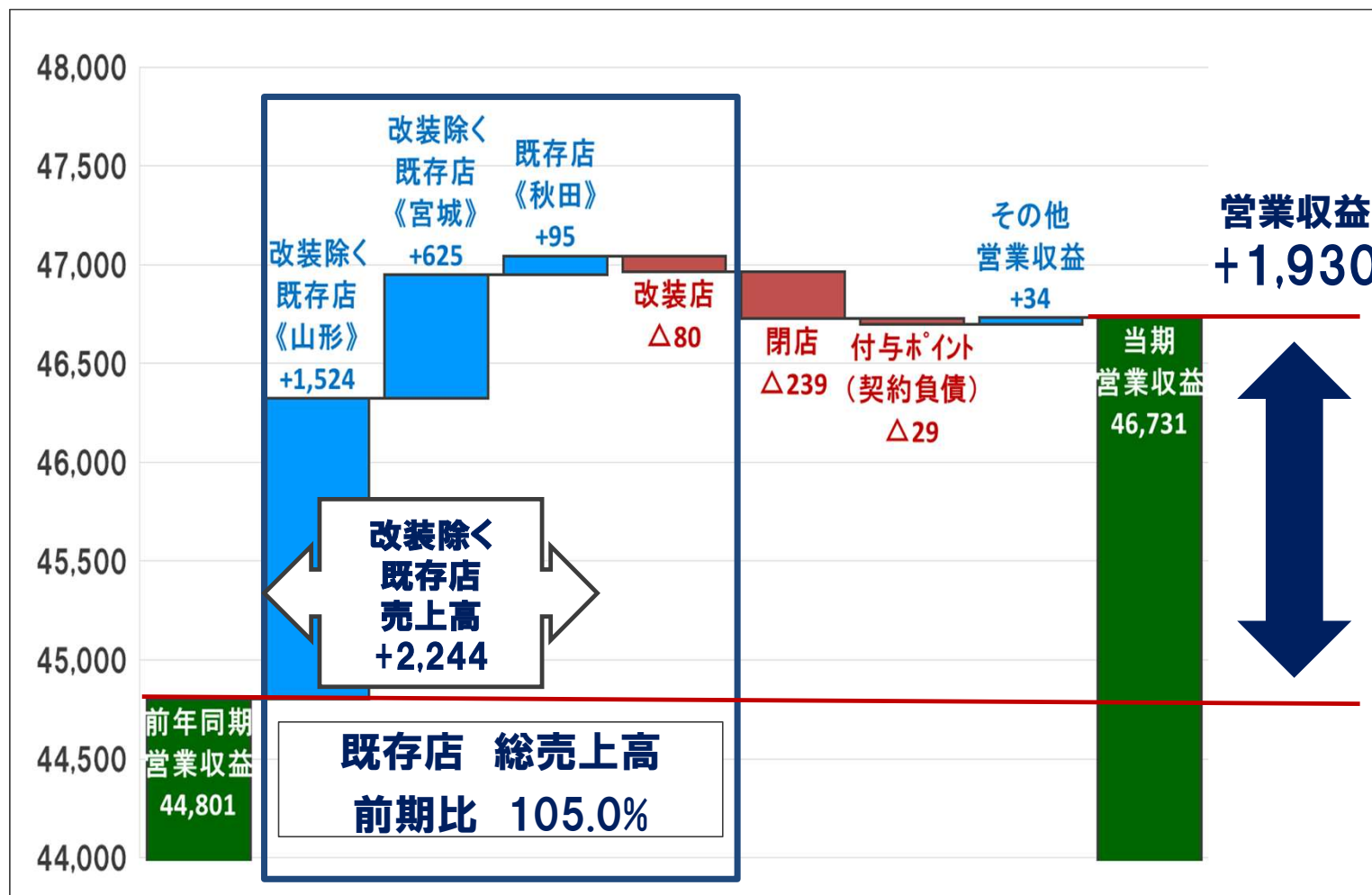
(単位:百万円)

前年同期		2026年2月期 中間期	前年同期比 %	差
44,801	営業収益	46,731	104.3 %	+1,930
12,414	売上総利益	13,052	105.1 %	+638
12,808	販売管理費	12,314	96.1 %	△494
△394	営業利益	738	-	+1,132
△157	経常利益	767	-	+924

※内部相殺前の数値を記載しております。
※前期比:比較対象のいずれかがマイナス、または対比が1000を超える場合は“－”で表記しています。

1.(2) 《单体》営業収益 増減要因（前年同期比較）

（単位：百万円）



◆改装店 内訳

	前年同期差
改装前 売上高	△ 22
休業期間 売上高	△ 96
改装後 売上高	+ 38
計	△ 80

◆その他営業収益 内訳

	前年同期差
委託販売収益	+ 4
テナント収益	+ 29
その他	+ 1
計	+ 34

※当社管理会計データより

Copyright(C) 2025 Yamazawa Co.,Ltd. All Rights Reserved

1.(2) 《単体》既存店 売上高 推移

客数・客単価（前年同期比）

	前年中間期	1Q	2Q	中間期
売上高	98.4 %	105.1 %	104.8 %	104.9 %
客 数	100.8 %	104.2 %	103.0 %	103.5 %
客単価	97.7 %	100.9 %	101.8 %	101.4 %
買上点数	96.0 %	97.7 %	98.6 %	98.2 %
一品単価	101.7 %	103.3 %	103.2 %	103.2 %

- 【客数】新ポイントカード切替一巡による会員来店頻度の増加（前年同期比+6%）
- 【客単価】物価高の影響の他、客単価の高い60代顧客の回復により徐々に上昇

※当社管理会計データより。ベーカリー・フードサービス等を除いた全店共通部門のみで比較

1.(2) 《単体》既存店 商品別 売上高・荒利益率の状況

売上・客単価（前年同期比）

生鮮部門	前年中間期	1Q	2Q	中間期
売上高	99.4 %	105.4 %	104.7 %	104.7 %
客単価	98.6 %	100.5 %	101.7 %	101.1 %
買上点数	99.5 %	99.3 %	98.6 %	99.0 %
一品単価	99.1 %	101.3 %	103.1 %	102.2 %

グロサリー	前年中間期	1Q	2Q	中間期
売上高	97.8 %	105.4 %	104.8 %	105.1 %
客単価	97.0 %	101.2 %	101.8 %	101.5 %
買上点数	93.6 %	96.2 %	98.6 %	97.4 %
一品単価	103.6 %	105.2 %	103.2 %	104.1 %

荒利率（前年同期差）

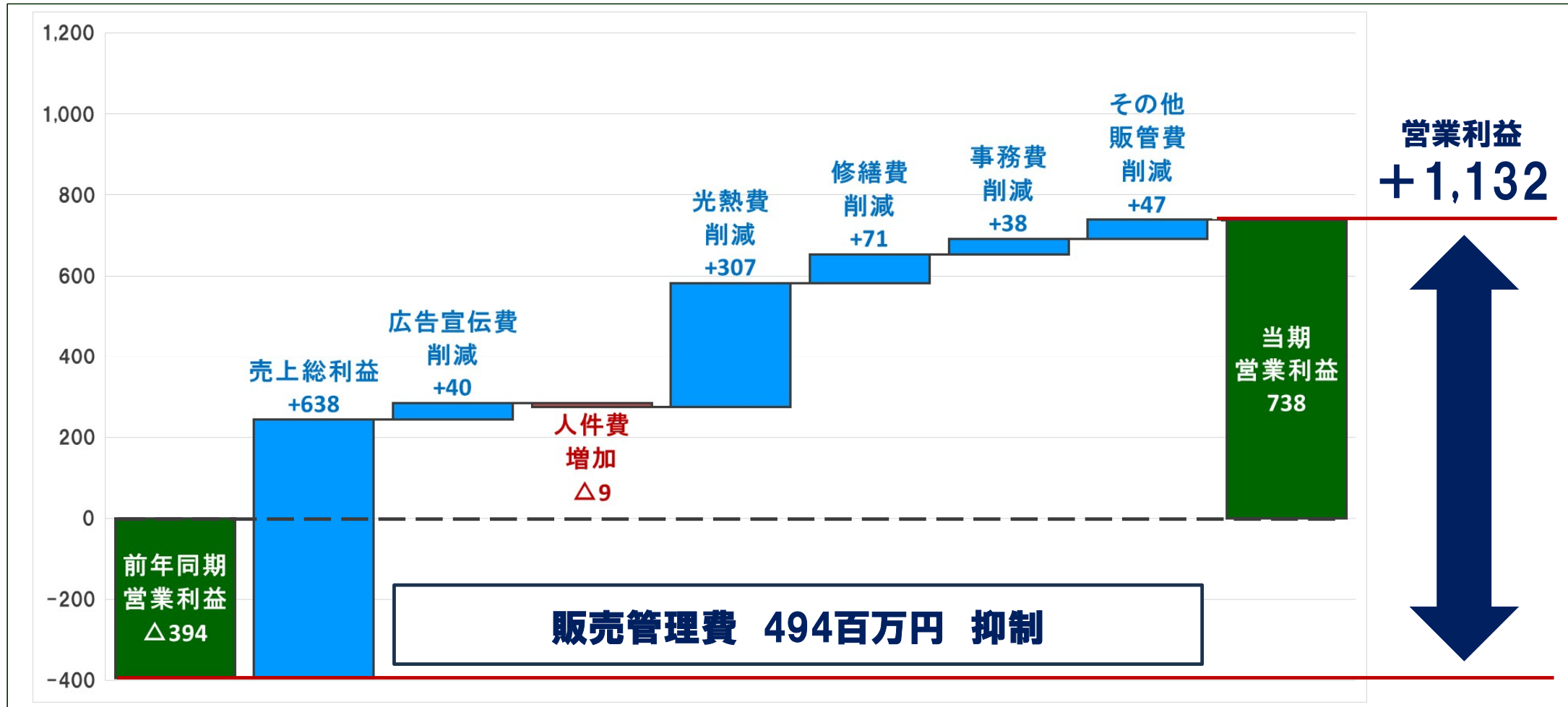
	1Q	2Q	中間期
生鮮食品	+0.6	+1.1	+0.9
青果	+2.7	+3.0	+2.9
鮮魚	△ 1.4	△ 1.0	△ 1.2
精肉	△ 1.4	△ 2.6	△ 2.0
惣菜	△ 2.0	△ 1.7	△ 1.9
グロサリー	+0.3	+0.5	+0.5
食品類	+0.4	+1.8	+1.8
家庭用品	△ 0.4	△ 2.3	△ 2.0

- 【売上高】客数増加による純増の他、販売価格見直しと値上による単価の上昇が影響
- 【荒利率】集客目的の低価格戦略見直しにより、青果・日配の利益率は大幅改善。
他部門の原価上昇の影響を受け利益率低下となるも、上記2分類での利益改善で吸収。

※当社管理会計データより。ベーカリー・フードサービス等を除いた全店共通部門の合計で比較

1.(2) 《単体》営業利益 増減要因

(単位:百万円)

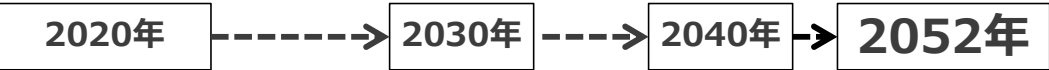


※当社管理会計データより

Copyright(C) 2025 Yamazawa Co.,Ltd. All Rights Reserved

2. 第4次中期経営計画の進捗状況

◆ 中長期あるべき姿のイメージ



人口減少 マーケット縮小 競争激化 コスト高騰

① 経営基盤安定

【組織】

- グループ連携強化
- 業務改革
- 供給体制整備（PC）
- 未来を担う人材育成

【DX業務効率】

- AI自動発注
- IoT、RPA
- 電子化・ペーパーレス
- 決済・会計多様化

② 成長戦略

- 既存店活性化推進
- 新店出店
- 付加価値創造
- 買物難民対策強化
- 業務提携・M&A
- 新規事業

③ 社会的要請

【持続性】

- SDGs、ESG
- ガバナンス強化
- 株価・配当対策

**創業
100周年**

◆ 第4次中期経営計画グループ連結目標

第3次 実績		第4次中期経営計画 目標			
		2026年 2月期	2027年 2月期	2028年 2月期	第4次 期間計
3,037 億円	営業収益	1,030 億円	1,035 億円	1,030 億円	3095 億円
11 億円	経常 利益高	5 億円	8 億円	10 億円	24 億円
0.4 %	経常 利益率	0.5 %	0.8 %	1.1 %	0.8 %

◆ スーパーマーケット事業

第3次 実績		第4次中期経営計画 目標			
		2026年 2月期	2027年 2月期	2028年 2月期	第4次 期間計
2,669 億円	営業収益	875 億円	874 億円	872 億円	2,662 億円
13 億円	経常 利益高	6 億円	9 億円	10 億円	25 億円
0.5 %	経常 利益率	0.7 %	1.0 %	1.1 %	1.0 %

2.第4次中期経営計画の進捗状況

1. 安定収益の確保(黒字化)

(1) 収益力強化(儲かる仕組みへ構造改革)

① マーケティング戦略

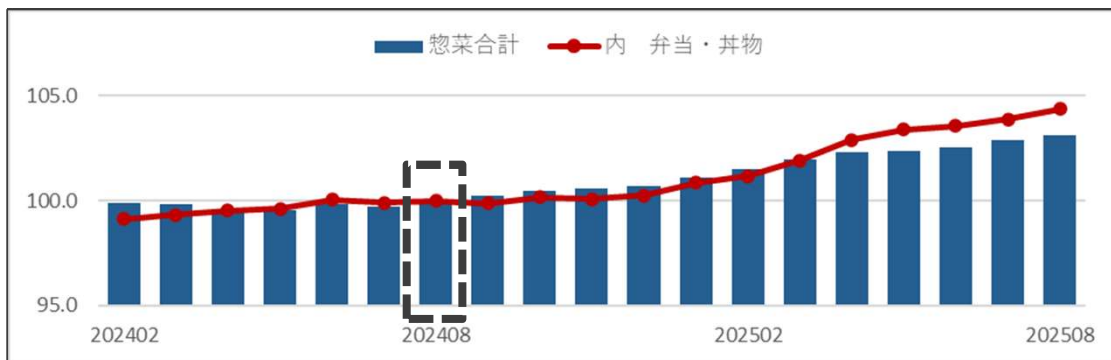
(顧客分析・プライスライン分析・品揃え見直し)

② 商品改革

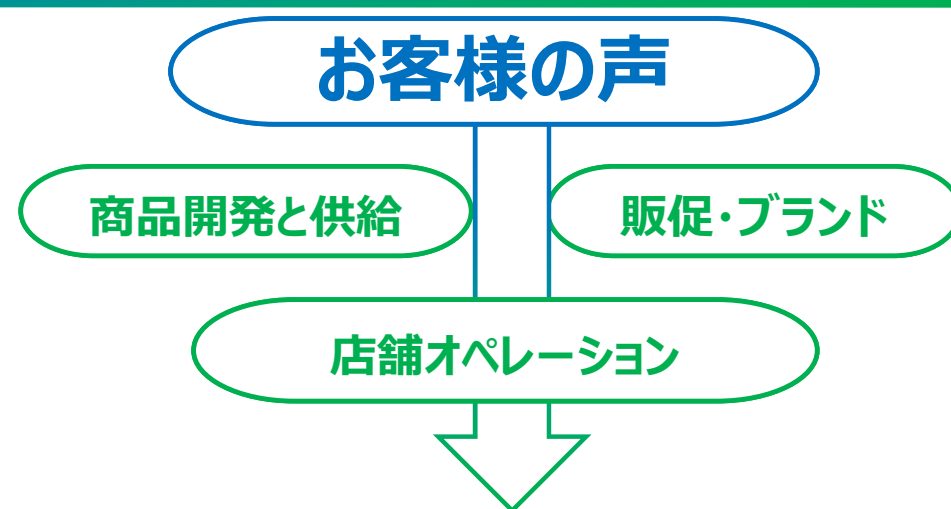
(新規開発・産地開拓・ヤマザワオリジナルブランド)

- i. 同一素材による複数部門での商品開発
- ii. 主力商品の高付加価値を目的としたブラッシュアップによる収益の追求

◆2024年上半期を100とした時の伸長率(移動年計)



商品改革「ヤマザワオリジナルブランド」



惣菜全体ブランド 惣菜個別ブランド



頑張りすぎず お惣菜に
頼りながらいこうよ



2.第4次中期経営計画の進捗状況

商品改革

「主力商品のブラッシュアップ」

「同一商品を使用した複数部門での商品開発」

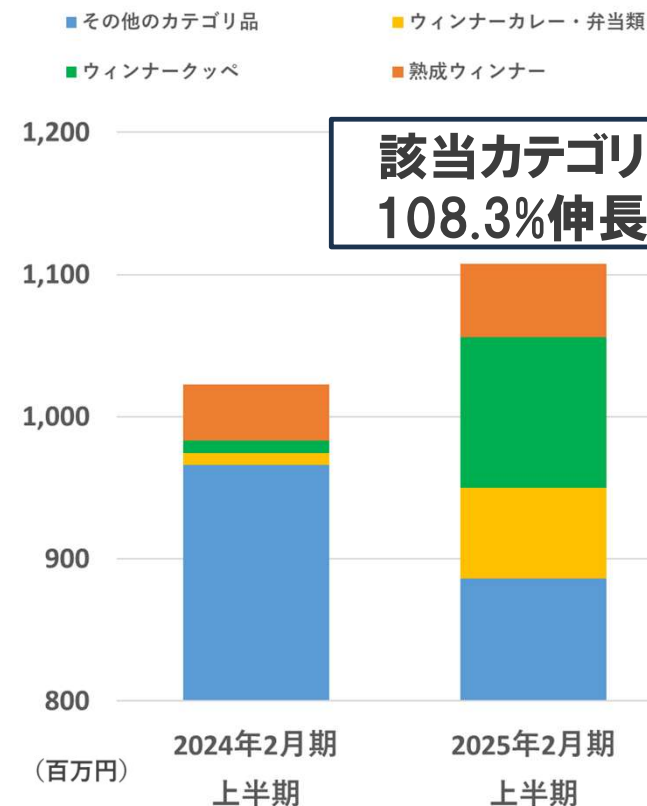
◆主力商品のリニューアル：複数部門で商品開発



部門の
垣根を超えた
新しい価値



◆該当カテゴリ商品 前年同期比較

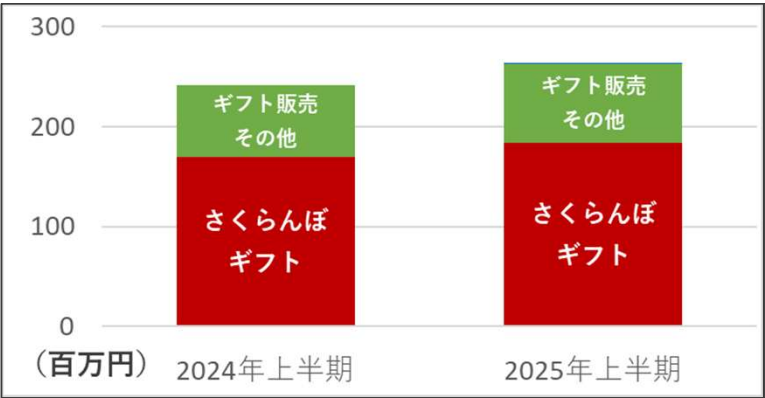


2.第4次中期経営計画の進捗状況



販売チャネルの拡大

◆ ギフト商品（パンフレット・ネット販売）



◆ とくし丸事業

2025年8月末時点 稼働台数
山形県16台 宮城県6台 秋田県9台
計31台

	2025年上半期 前年同期比較
売上高	118.0%
営業利益高	107.1%
稼働台数	+ 2台

2.第4次中期経営計画の進捗状況

1. ヤマザワグループ黒字化

(2) オペレーション改革

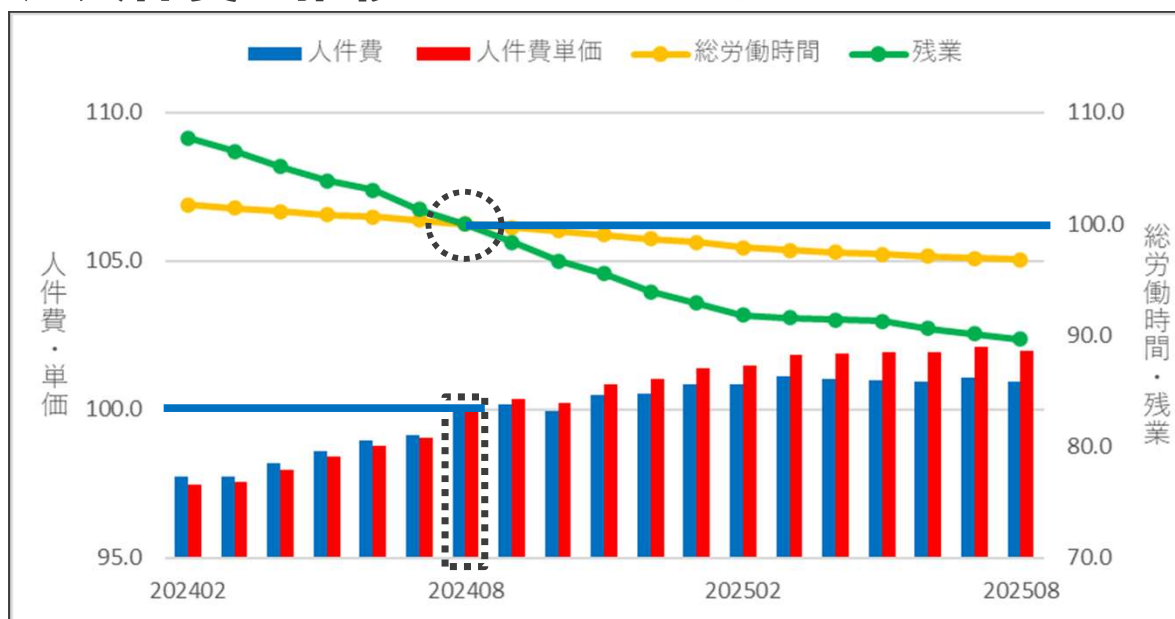
- ① 人件費コントロール 現状作業の見直し
- ② 店舗作業削減の為の商品供給物流改革
- ③ 第4次中期経営期間でのMH15%削減

● 前年同期比

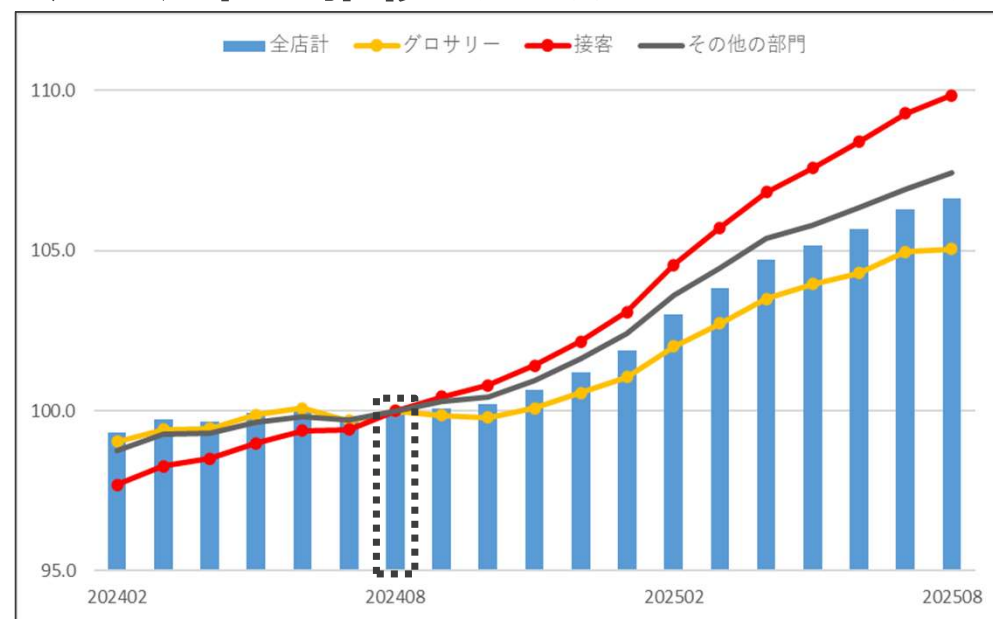
- ・ 総労働時間 96.8%
- ・ 人件費 100.9%
- ・ 人件費単価 102.0%

- 更なる省力化にかかる投資を行う他、小型店においては旗艦店からの商品供給、2店舗兼任スタッフによる運営を試行する等、処遇改善を進めると共に生産性向上を推し進め、総人件費のコントロールを図っていく。

◆ 人件費の推移 (移動年計・前年度中間期を100とした時)



◆ 生産性の推移 (前年度中間期を100とした時)



2.第4次中期経営計画の進捗状況



2. 店舗戦略

(1) 活性化等設備投資

- ① 出店 :薬品調剤店舗 3店舗
- ② 改装・活性化 :SM17店舗

(2) 不採算店整理

2025年2月期 実績			2026年2月期 (予定)		
70店舗		S M 薬品	62店舗		計 画
70店舗			71店舗		
実績			計 画		
薬品 調剤店舗	1 店舗	新 店 改 装	薬品 調剤店舗	1 店舗	100
SM	6 店舗		SM	5 店舗	840
空調更新			空調更新		1,460
IT投資			IT投資		
その他			その他		
1,289		合 計	2,400		

◆ 事業ポートフォリオの見直し
財務体質改善と今後の成長と競争力の確保
を目的として、秋田地区の事業譲渡を決断。

対象事業の概要

秋田県でのスーパーマーケットを展開するよねや
事業、その周辺事業であるフィットネス事業及び
不動産事業等

店舗数	スーパーマーケット6店舗、フィットネ ス事業3店舗
売上高	5,894百万円 ※一定の仮定に基づき算出した 社内管理数値
譲渡先	株式会社東北ナイス
公表日	● 2025年9月29日 ● 2025年12月1日に譲渡予定

3. 2026年2月期の見通し

(1) 《連結・単体》見通し

(2) 株主還元

3.(1) 2026年2月期 業績見通し

(単位:百万円, %)

◆ 連結

前 期		通期見通し	前期比	前期差
102,558	営業収益	103,000	100.4	+ 441
△ 821	営業利益	450	-	+ 1,271
△ 407	経常利益	500	-	+ 908
△ 2,617	当期純利益	70	-	+2,688

◆ 単体

前 期		通期見通し	前期比	前期差
90,316	営業収益	95,000	105.2	+ 4,683
△308	営業利益	550	-	+ 858
△84	経常利益	540	-	+ 624

2025年9月29日公表の「会社分割(簡易吸収分割)に関するお知らせ」の通り、現時点での影響額は未定となっております。よって2026年2月期の業績予想につきましては、不確定要素の影響が大きいため、2025年2月期決算短信で公表致しました内容から変更はせず、詳細が分かり次第速やかにお知らせいたします。

3.(2) 株主還元

・ 2026年2月期 年間27円の見込み

引き続き、安定配当の方針。前期同様の配当見込み

2023年 2月期	2024年 2月期 実績	2025年 2月期		2026年 2月期 (予想)
13.5	13.5	13.5	中間配当金	13.5
13.5	13.5	13.5	期末配当金	13.5
27.0	27.0	27.0	年間配当金	27.0

※前期比:比較対象のいずれかがマイナス、または対比が1000を超える場合は“－”で表記しています。

ご清聴ありがとうございました

お問い合わせ

株式会社 ヤマザワ

経営企画部

kanri@yamazawa.co.jp

APPENDIX

以下ご参考

2026年2月期 中間 貸借対照表



(単位:百万円, %)

《 連結 》					
2025年2月期末			2026年2月期中間		
構成比			構成比		
14,294	25.7	流 動 資 産	15,031	26.8	
5,753	10.4	現金預金	6,288	11.2	
4,531	8.2	商品製品	4,313	7.7	
41,282	74.3	固 定 資 産	41,075	73.2	
34,964	62.9	有形固定資産	34,363	61.3	
55,577	100.0	資 産 合 計	56,106	100.0	
21,076	37.9	流 動 負 債	20,865	37.2	
6,951	12.5	買掛金	9,390	16.7	
8,531	15.4	固 定 負 債	8,622	15.4	
29,608	53.3	負 債 合 計	29,487	52.6	
25,969	46.7	純 資 産	26,619	47.4	
12,228	22.0	有 利 子 負 債	8,584	15.3	

自己資本比率:47.4%(前年差 +0.7%)

《 単 体 》					
2025年2月期末			2026年2月期中間		
構成比			構成比		
11,300	22.5	流 動 資 産	11,880	23.4	
4,877	9.7	現金預金	5,333	10.5	
2,569	5.1	商品製品	2,397	4.7	
38,986	77.5	固 定 資 産	38,955	76.6	
30,907	61.5	有形固定資産	30,427	59.9	
50,286	100.0	資 産 合 計	50,835	100.0	
19,233	38.3	流 動 負 債	18,810	37.0	
5,639	11.2	買掛金	7,892	15.5	
6,598	13.1	固 定 負 債	6,797	13.4	
25,831	51.4	負 債 合 計	25,607	50.4	
24,454	48.6	純 資 産	25,227	49.6	
12,228	24.3	有 利 子 負 債	8,584	16.9	

自己資本比率:49.6%(前年差 +1.0%)

2026年2月期 中間 損益管理表



(単位:百万円, %)

2025年2月期		《連結》 中間期	2026年2月期		前期比
実績	売 比		実績	売 比	
50,958	100.0	営業収益	53,083	100.0	104.2
36,895	72.4	売上原価	38,246	72.0	103.7
14,062	27.6	売上総利益	14,836	27.9	105.5
14,745	28.9	販売費 一般管理費	14,241	26.8	96.6
△682	-	営業利益	595	-	-
438	0.9	営業外収益	98	0.2	22.4
30	0.1	営業外費用	44	0.1	146.7
△275	-	経常利益	650	-	-
△1,056	-	当期純利益	755	-	-

2025年2月期		《単体》 中間期	2026年2月期		前期比
実績	売 比		実績	売 比	
44,801	100.0	営業収益	46,731	100.0	104.3
32,387	72.3	売上原価	33,679	72.1	104.0
12,414	27.7	売上総利益	13,052	27.9	105.1
12,808	28.6	販売費 一般管理費	12,314	26.4	96.1
△394	-	営業利益	738	-	-
263	0.6	営業外収益	71	0.2	27.0
27	0.1	営業外費用	41	0.1	151.9
△157	-	経常利益	767	-	-

県別店舗数推移



(単位:百万円, %)

2024年2月期 中間			2025年2月期 中間			2026年2月期 中間			
	出店	退店	期末店数	出店	退店	期末店数	出店	退店	期末店数
山形県	3	1	43	1	0	44	0	0	44
宮城県	0	0	19	0	0	19	0	0	19
秋田県	0	2	8	0	1	7	0	0	7
山形県	売上高	30,386		30,498		32,000			
	前期比	103.8		100.3		104.9			
宮城県	売上高	12,112		12,127		12,688			
	前期比	98.2		100.1		104.6			
秋田県	売上高	3,654		3,613		3,443			
	前期比	82.4		98.8		95.3			
全 店	売上高	46,152		46,237		48,132			
	前期比	100.2		100.1		104.0			

(単位:百万円)

No	社 名	VC	店舗	食品販売高	シェア%	増減%
1	ヤマザワ	ニチリウ	44	53,891	24.0	+ 1.3
2	ヨークベニマル	7&i	22	47,078	21.0	△ 0.1
3	イオン東北	イオン	31	3,8851	17.3	△ 2.0
4	おーばん	CGC	19	25,138	11.2	+ 1.0
5	生協(共立社)		11	16,376	7.3	+ 0.5
6	オーシャンシステム		10	7,546	3.4	+ 0.4
7	主婦の店	CGC	7	5,850	2.6	△ 0.1
8	トー屋	CGC	6	4,850	2.4	△ 0.1
9	たかき		4	4,462	2.0	± 0.0
10	マルエーうちや		3	4,000	1.8	+ 0.2
	その他		26	16,549	7.3	△ 0.7
	計		183	224,591	100.0	

人口	1,012,355	△ 1.4%	食品市場規模	4,088億	+ 4.6%
世帯数	422,458	+ 0.1%	内スーパー食品販売高	2,246億	△ 3.4%

(単位:百万円)

No	社 名	VC	店舗	食品販売高	シェア%	増減%
1	ヨークベニマル	7&i	63	118,251	23.1	△ 0.9
2	みやぎ生協		49	98,888	19.3	+ 1.7
3	イオン東北	イオン	28	47,461	9.3	△ 2.0
4	ウジェスーパー	CGC	29	37,099	7.2	± 0.0
5	イオンビッグ	イオン	19	28,900	5.6	△ 0.7
6	西友	CGC	17	23,672	4.6	+ 0.8
7	ヤマザワ	ニチリウ	19	21,362	4.2	± 0.0
8	フレスコ	CGC	13	18,919	3.7	+ 0.3
9	マルニ		6	14,464	2.8	+ 0.6
10	イトーチェーン	CGC	9	13,066	2.6	± 0.0
	その他		94	89,657	17.2	+ 0.2
	計		346	511,739	100.0	

人口	2,224,980	△ 0.7%	食品市場規模	9,199億	△ 1.9%
世帯数	1,052,122	+ 0.7%	内スーパー食品販売高	5,117億	+ 2.9%

(単位:百万円)

No	社 名	VC	店舗	食品販売高	シェア%	増減%
1	伊徳	CGC	22	47,184	20.5	+ 0.5
2	イオン東北	イオン	44	45,261	19.6	△ 3.3
3	タカヤナギ	CGC	15	26,246	11.4	+ 0.5
4	ナイス		11	17,622	7.6	+ 0.1
5	中央市場	AJS	8	10,260	4.4	+ 0.2
6	イオンSC	イオン	6	10,248	4.4	+ 0.1
7	コープあきた		2	9,857	4.3	+ 0.2
8	バザール		4	8,550	3.7	+ 0.4
9	マルエーうちや		6	7,762	3.4	+ 0.1
10	アマノ		3	6,960	3.0	± 0.0
	その他		48	40,733	17.6	+ 1.2
	計		169	230,683	100.0	

人口(人)	907,593	△1.8%	食品市場規模	3,751億	+1.3%
世帯数	423,081	△0.3%	内スーパー食品販売高	2,307億	△1.9%