

# 株式会社オークワ（8217） 2026年2月期 中間期 決算説明資料



2025年10月1日

説明者：代表取締役社長 大桑弘嗣

# 連結：営業成績

単位：百万円、%

|                     | 2024/8  | 2025/8  | 期初公表    | 前期比   | 公表比   |
|---------------------|---------|---------|---------|-------|-------|
| 営業収益                | 122,558 | 124,448 | 126,500 | 101.5 | 98.4  |
| 営業利益                | 246     | 579     | 300     | 235.2 | 193.2 |
| 経常利益                | 313     | 670     | 350     | 214.0 | 191.4 |
| 親会社株主に帰属する<br>中間純利益 | 87      | 248     | 100     | 285.1 | 248.2 |
| 1株当たり<br>中間純利益（円）   | 2.01    | 6.00    | —       | —     | —     |

・本資料の端数処理：百万円未満は切り捨て、前期比・公表比等は四捨五入。

# 連結：企業別営業収益

| 単位：百万円、%            | 2024/8  | 2025/8  | 前期比   |
|---------------------|---------|---------|-------|
| オークワ                | 121,803 | 123,667 | 101.5 |
| オークフーズ              | 688     | 721     | 104.8 |
| リテールバック<br>オフィスサポート | 157     | 158     | 101.3 |
| サンライズ               | 2,452   | 2,169   | 88.4  |
| 連結調整                | △2,542  | △2,268  | —     |
| 連結合計                | 122,558 | 124,448 | 101.5 |

・本資料の端数処理：百万円未満は切り捨て、前期比・公表比等は四捨五入。

# 連結：企業別経常利益

| 単位：百万円、%            | 2024/8 | 2025/8 | 前期比   |
|---------------------|--------|--------|-------|
| オークワ                | 259    | 525    | 202.5 |
| オークフーズ              | 46     | 56     | 121.1 |
| リテールバック<br>オフィスサポート | 24     | 19     | 80.8  |
| サンライズ               | 11     | 53     | 462.9 |
| 連結調整                | △32    | △32    | —     |
| 持分損益                | 2      | 46     | —     |
| 連結合計                | 313    | 670    | 214.0 |

・本資料の端数処理：百万円未満は切り捨て、前期比・公表比等は四捨五入。

# 連結：経営指標

|                   | 2023/8   | 2024/8   | 2025/8   |
|-------------------|----------|----------|----------|
| 営業収益営業利益率（％）      | 0.58     | 0.20     | 0.47     |
| 営業収益経常利益率（％）      | 0.67     | 0.26     | 0.54     |
| 自己資本当期純利益率（ROE,％） | 0.51     | 0.11     | 0.34     |
| 総資産経常利益率（ROA,％）   | 0.61     | 0.24     | 0.52     |
| 1株当たり中間純利益（EPS,円） | 9.10     | 2.01     | 6.00     |
| 1株当たり配当金（DPS,円）   | 13       | 13       | 13       |
| 1株当たり純資産（BPS,円）   | 1,765.56 | 1,807.22 | 1,795.53 |
| 配当性向（DPS÷EPS,％）   | 142.89   | 647.09   | 216.73   |
| 自己資本比率（％）         | 57.12    | 57.42    | 56.30    |
| DEレシオ（倍）          | 0.28     | 0.25     | 0.27     |
| ネットDEレシオ（倍）       | 0.05     | 0.08     | 0.14     |

# 連結：キャッシュフロー

| 単位：百万円               | 2024/8 | 2025/8 | 増減額    |
|----------------------|--------|--------|--------|
| 現金及び現金同等物<br>の期首残高   | 16,182 | 11,152 | △5,030 |
| 営業活動によるCF            | 4,372  | 4,562  | 189    |
| 投資活動によるCF            | △3,997 | △2,667 | 1,330  |
| 財務活動によるCF            | △4,396 | △3,345 | 1,050  |
| 現金及び現金同等物の<br>中間期末残高 | 12,161 | 9,701  | △2,460 |

・本資料の端数処理：百万円未満は切り捨て、前期比・公表比等は四捨五入。

# 単体：営業成績

単位：百万円、%

|       | 2024/8  | 2025/8  | 期初公表    | 前期比   | 公表比   |
|-------|---------|---------|---------|-------|-------|
| 営業収益  | 121,803 | 123,667 | 126,000 | 101.5 | 98.1  |
| 直営売上高 | 118,452 | 120,087 | —       | 101.4 | —     |
| 荒利益額  | 32,441  | 33,246  | —       | 102.5 | —     |
| 荒利益率  | 27.4    | 27.7    | —       | —     | —     |
| 販売管理費 | 37,039  | 37,755  | —       | 101.9 | —     |
| 営業利益  | 172     | 453     | 250     | 262.4 | 181.4 |
| 経常利益  | 259     | 525     | 300     | 202.5 | 175.2 |
| 中間純利益 | 62      | 167     | 80      | 267.2 | 209.6 |

・荒利益率の増減は、小数点第2位に四捨五入した前期と当期の荒利益率の差異を商品分類毎に算出しています。  
丸め処理による誤差が生じる場合があります。

・直営売上高、荒利益額、荒利益率は、「収益認識による会計基準」適用前の数値です。

# 単体：地域別売上高

| 単位：百万円、% | 2024/8  | 2025/8  | 前期比   | 既存店前期比 |
|----------|---------|---------|-------|--------|
| 和歌山県     | 37,815  | 37,845  | 100.1 | 100.1  |
| 奈良県      | 23,060  | 23,827  | 103.3 | 100.4  |
| 大阪府      | 17,307  | 17,449  | 100.8 | 99.1   |
| 兵庫県      | 308     | 257     | 83.7  | 83.7   |
| (近畿圏)    | 78,491  | 79,380  | 101.1 | 99.9   |
| 三重県      | 14,845  | 15,036  | 101.3 | 101.3  |
| 岐阜県      | 14,678  | 13,868  | 94.5  | 99.2   |
| 愛知県      | 8,782   | 9,944   | 113.2 | 101.1  |
| 静岡県      | 1,620   | 1,616   | 99.8  | 99.8   |
| (東海圏)    | 39,926  | 40,465  | 101.3 | 100.4  |
| 合計       | 118,452 | 120,087 | 101.4 | 100.1  |

2026年2月期2Q累計 地域別売上高構成比



・「収益認識による会計基準」適用前の数値です。静岡 1.4%

# 単体：業態別売上高

| 単位：百万円、% | 2024/8  | 2025/8  | 前期比   | 既存店前期比 |
|----------|---------|---------|-------|--------|
| SC       | 4,810   | 4,685   | 97.4  | 97.4   |
| SSM      | 56,068  | 57,541  | 102.6 | 100.0  |
| SM       | 4,390   | 4,540   | 103.4 | 103.4  |
| レギュラー    | 65,269  | 66,767  | 102.3 | 100.1  |
| スーパーセンター | 39,891  | 40,461  | 101.4 | 100.0  |
| プライスカット  | 7,033   | 7,057   | 100.3 | 100.3  |
| メッサ      | 6,224   | 5,559   | 89.3  | 100.6  |
| 合計       | 118,452 | 120,087 | 101.4 | 100.1  |

2026年2月期2Q累計 業態別売上高構成比



SC: ショッピングセンター  
 SSM: スーパースーパーマーケット (1,000㎡以上)  
 SM: スーパーマーケット (1,000㎡未満)  
 スーパーセンター: ワンフロア・ワンストップショッピング  
 プライスカット: ディスカウント  
 メッサ: 高質スーパー (メッサ4店舗+パレマルシェ2店舗)  
 ・「収益認識による会計基準」適用前の数値です。

# 単体：部門別売上高

| 単位：百万円、% | 2024/8  | 2025/8  | 前期比   | 既存店前期比 |
|----------|---------|---------|-------|--------|
| 生鮮食品     | 49,694  | 50,302  | 101.2 | 99.8   |
| 加工食品     | 51,933  | 53,295  | 102.6 | 101.3  |
| 食料品      | 101,627 | 103,597 | 101.9 | 100.6  |
| 住居関連用品   | 13,257  | 13,063  | 98.5  | 97.9   |
| 衣料品      | 3,567   | 3,426   | 96.1  | 95.6   |
| 合計       | 118,452 | 120,087 | 101.4 | 100.1  |

2026年2月期2Q累計 部門別売上高構成比

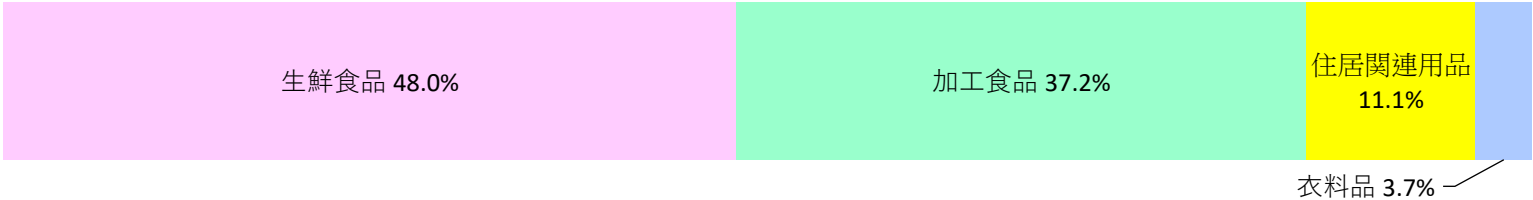


生鮮食品は、農産・畜産・水産・惣菜・インスタベーカーリーの合計。  
・「収益認識による会計基準」適用前の数値です。

# 単体：部門別荒利益率

| 単位：百万円、% | 2024/8 | 2025/8 | 前期比   |
|----------|--------|--------|-------|
| 生鮮食品     | 31.6   | 31.7   | + 0.1 |
| 加工食品     | 22.7   | 23.2   | + 0.6 |
| 食料品      | 27.0   | 27.3   | + 0.3 |
| 住居関連用品   | 28.0   | 28.2   | + 0.3 |
| 衣料品      | 35.6   | 35.9   | + 0.3 |
| 合計       | 27.4   | 27.7   | + 0.3 |

2026年2月期2Q累計 部門別荒利益額構成比



生鮮食品は、農産・畜産・水産・惣菜・インスタベーカーリーの合計。  
・「収益認識による会計基準」適用前の数値です。

# 単体：販売管理費

| 単位：百万円、% | 2024/8  | 2025/8  | 前期比     | 売上高比  | 売上高比<br>(2024/8) |
|----------|---------|---------|---------|-------|------------------|
| 売上高      | 115,566 | 117,224 | + 1,657 | 100.0 | 100.0            |
| 販売費      | 991     | 931     | △60     | 0.8   | 0.9              |
| 人件費      | 16,595  | 16,887  | +291    | 14.4  | 14.4             |
| 賃借料      | 3,694   | 3,782   | + 88    | 3.2   | 3.2              |
| 減価償却費    | 3,054   | 2,888   | △165    | 2.5   | 2.6              |
| 水道光熱費    | 2,504   | 2,770   | +265    | 2.4   | 2.2              |
| その他一般管理費 | 10,198  | 10,495  | +297    | 9.0   | 8.8              |
| 販売管理費合計  | 37,039  | 37,755  | + 716   | 32.2  | 32.1             |

2026年2月期2Q 販売管理費 金額構成比



# 単体：設備投資の状況

| 単位：百万円、% |       | 2024/8 | 2025/8 | 前期比  | (計画)<br>2026/2 |
|----------|-------|--------|--------|------|----------------|
|          | 新設    | 3,265  | 2,373  | 72.7 | 2,620          |
|          | 既存店他  | 2,034  | 1,173  | 57.7 | 2,520          |
|          | システム  | 768    | 510    | 66.3 | 1,080          |
|          | 工事ベース | 6,068  | 4,057  | 66.9 | 6,220          |

## 主な内訳

新設                    当期新規出店

既存店他            既存店の改装、等

システム投資    本社システムの入替、店舗のレジリプレイス、等

# 新設・閉店

## 新規出店:1店舗

6/20 オークワ豊明店（愛知県）

- 愛知県下13店舗目の出店
- 年商予定：21億円



## 店舗閉鎖:1店舗

5/20 オークワ忠岡店（大阪府）

# 単体：店舗分布

(2025/8/20時点)



地域別  
合計

|       |         |    |    |         |     |
|-------|---------|----|----|---------|-----|
| 和歌山県  | 31      | 7  | 8  | 3       | 49  |
| 奈良県   | 22      | 5  | 5  | 1       | 33  |
| 大阪府   | 17      | 2  | 1  | —       | 20  |
| 兵庫県   | —       | —  | 1  | —       | 1   |
| (近畿圏) | 70      | 14 | 15 | 4       | 103 |
| 三重県   | 14      | 3  | 5  | —       | 22  |
| 岐阜県   | 4 (PM1) | 10 | —  | —       | 14  |
| 愛知県   | 9 (PM3) | 2  | —  | 2 (PM2) | 13  |
| 静岡県   | 1 (PM1) | 1  | —  | —       | 2   |
| (東海圏) | 28      | 16 | 5  | 2       | 51  |
| 業態別合計 | 98      | 30 | 20 | 6       | 154 |

・8/20閉店のプライスカット明石大久保店、ザ・ロウズ園部店は店舗数に含みます。

# プライベートブランド実績

## オークワブランド

発売開始から 6 年目

食品内構成比**14.1%**(+1.1%)



2025年度上期  
販売実績145億円

## くらしモア

「いつも、ずっと、そばに」



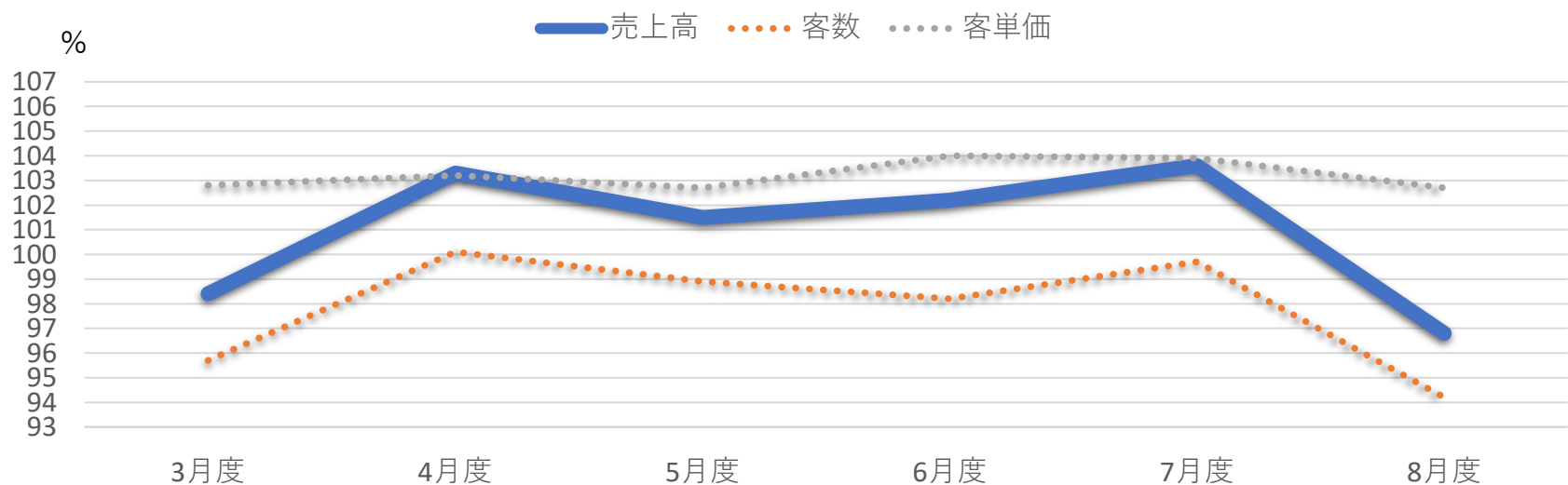
食品内構成比**8.5%**(+0.6%)

2025年度上期  
販売実績86億円

オークワブランド・くらしモア 計22.6% (+1.7%)

# 単体：既存店売上高状況

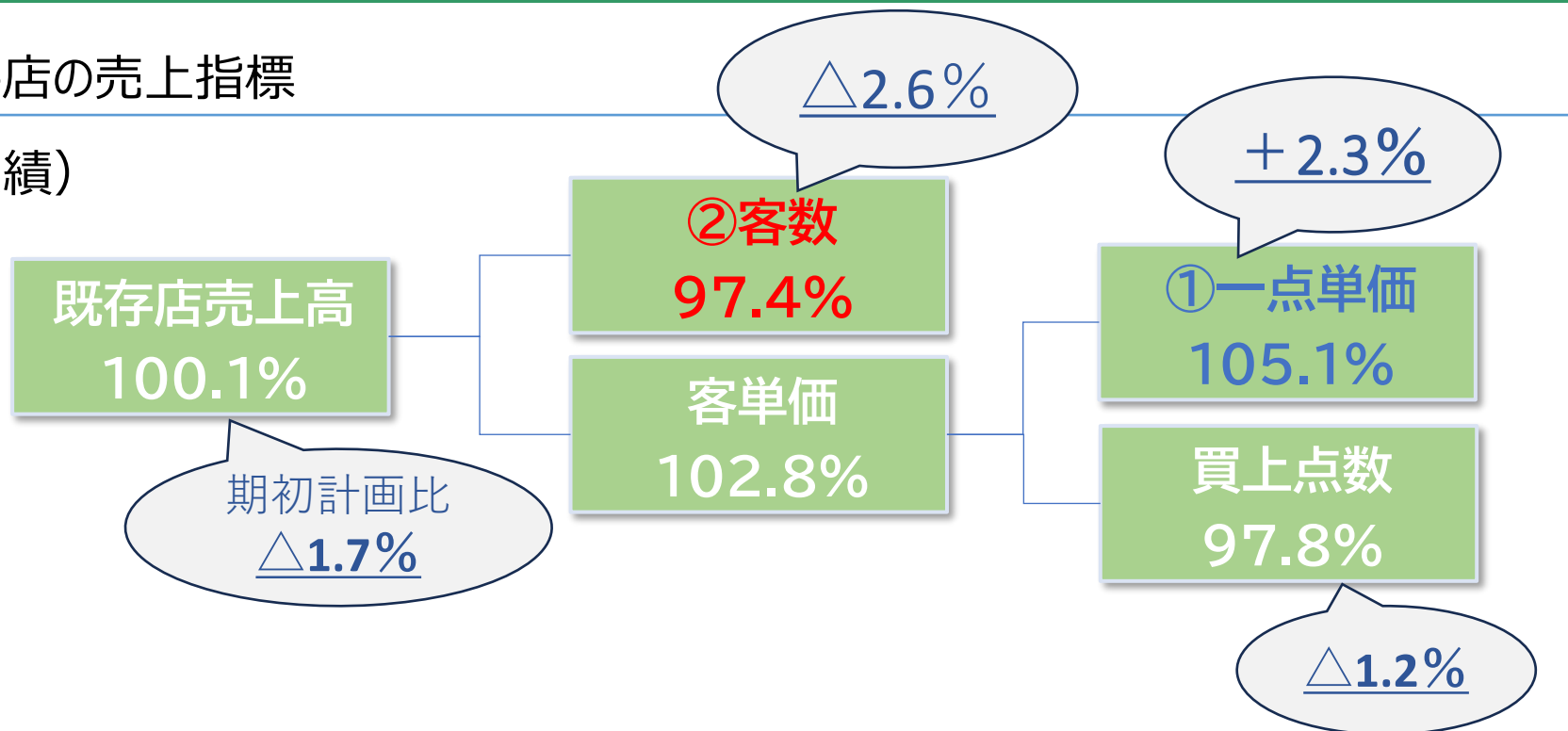
| 既存店前期比（%） | 売上高   | 客数   | 客単価   | 買上点数 | 一点単価  |
|-----------|-------|------|-------|------|-------|
| 第1四半期     | 100.6 | 98.0 | 102.7 | 97.9 | 104.9 |
| 第2四半期     | 99.7  | 96.9 | 102.9 | 97.7 | 105.3 |
| 第2四半期累計   | 100.1 | 97.4 | 102.8 | 97.8 | 105.1 |



# 単体：既存店売上高状況

## 既存店の売上指標

(実績)

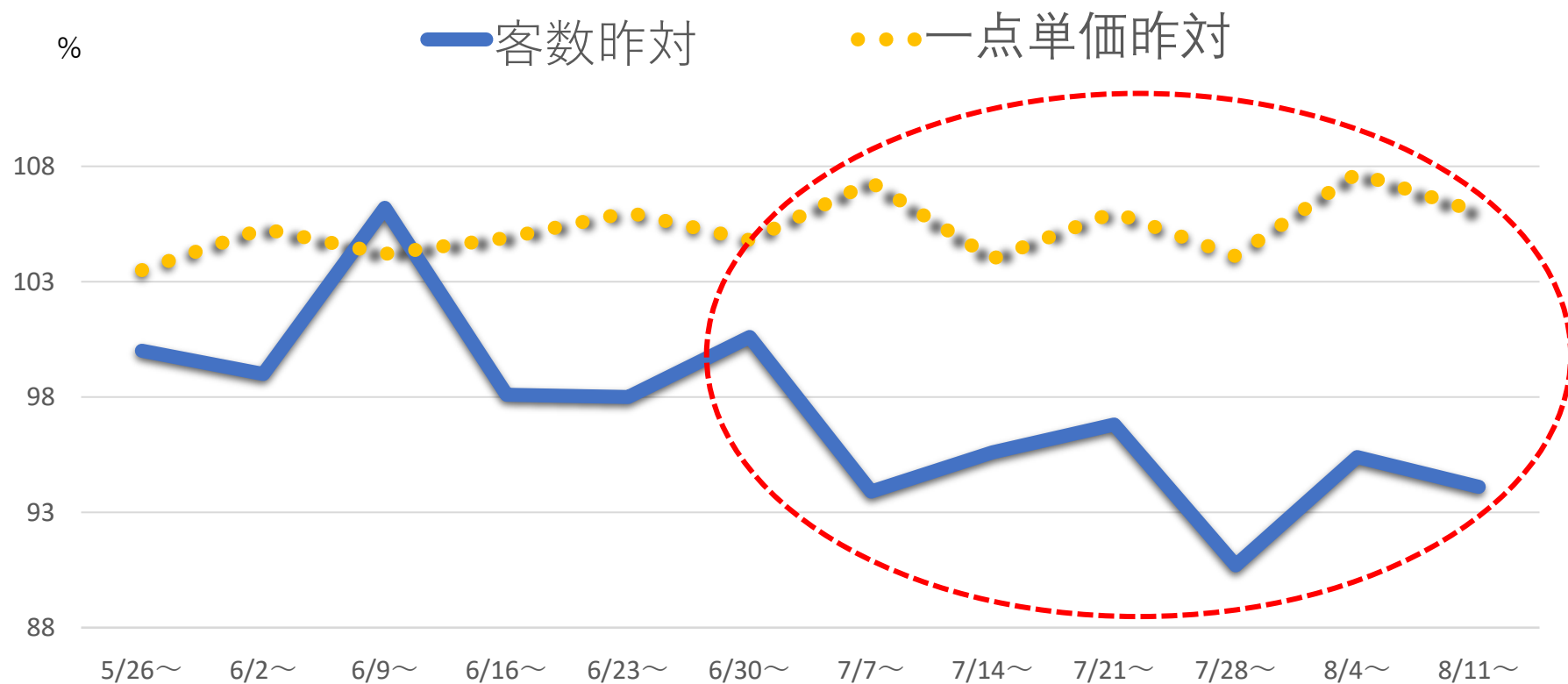


①一点単価 1Q:104.9% 2Q:105.3%

②客数 1Q: 98.0% 2Q: 96.9%

# 週間推移（一点単価・客数）

## 食料品部門



## ①一点単価の上昇による客数の低迷

---

価格感度の高い「食料品部門」において、価格の転嫁と訴求のバランスを十分に確保できず、来店客数減少の一因となったと考えられる。

## ②取組み・施策の成果発揮

---

取組み・施策自体は進行しているものの、その効果を十分に発揮・活用するまでに、時間を要している。

## ③外部環境

---

天候不順(猛暑、自然災害)、競争環境の変化、等

# 上期の総括

## ④業態別の差別化不足（同質化）

### （既存店実績）

|      |  |  |  |  |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 客数   | 97.2%                                                                             | 97.5%                                                                              | 97.6%                                                                               | 98.5%                                                                               |
| 客単価  | 102.9%                                                                            | 102.6%                                                                             | 102.8%                                                                              | 102.2%                                                                              |
| 一点単価 | 105.2%                                                                            | 105.1%                                                                             | 104.8%                                                                              | 104.2%                                                                              |
| 買上点数 | 97.8%                                                                             | 97.6%                                                                              | 98.1%                                                                               | 98.0%                                                                               |
| 売上   | 100.1%                                                                            | 100.0%                                                                             | 100.3%                                                                              | 100.6%                                                                              |

消費の二極化が進む中で、4つの業態の各経営指標に特徴を出せなかった

# 下期経営政策

# 商品戦略①

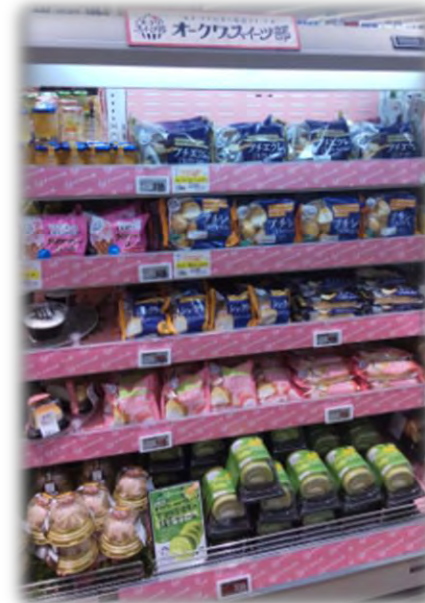
## 強化カテゴリ×育成カテゴリ

各部門毎に、強化カテゴリ(販促強化カテゴリ)と育成カテゴリ(差別化カテゴリ)を設定。業態としての強みを最大限に発揮する。



# 商品戦略②

## 強化カテゴリ×育成カテゴリ



# 店舗戦略①

## 新規出店

8/30 大阪府堺市にオークワ堺市駅前店をオープン。都市型小型店のモデル店舗として、新たなフォーマットを確立する。



# 店舗戦略②

## 業態の役割明確化

経営資源の効率的な再配分とコスト構造の最適化を進めることで、各業態のコンセプトを再定義し、現代に見合った業態を確立する。

### 磨きをかける点

### 解決・課題点



生鮮強化

客数・買上点数



住居衣料

客数・買上点数



高品質・集客力

高スキル人材の育成



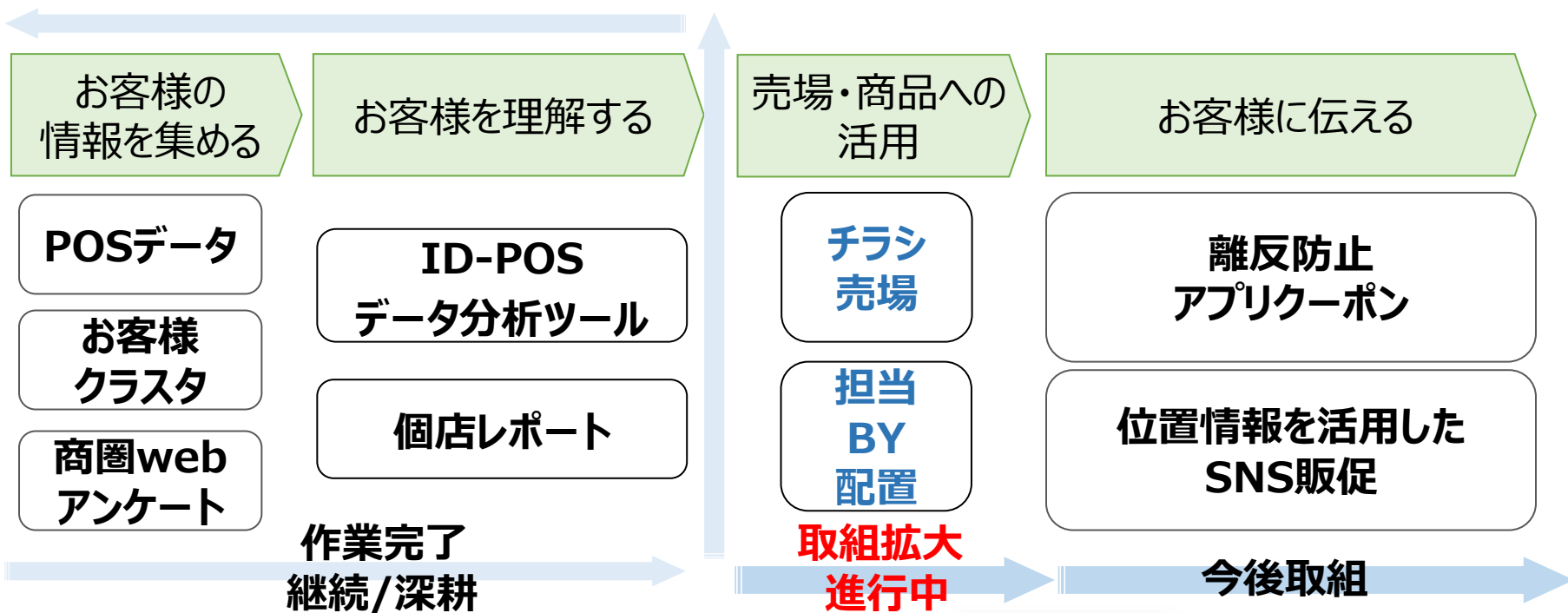
価格訴求

ローコスト運営

# マーケティング戦略の構築

## 商品部主体のマーケティング戦略

各部門がマーケティング戦略を理解し、活用・利用シーンの拡大へ



# 来店客数アップへの取組み①

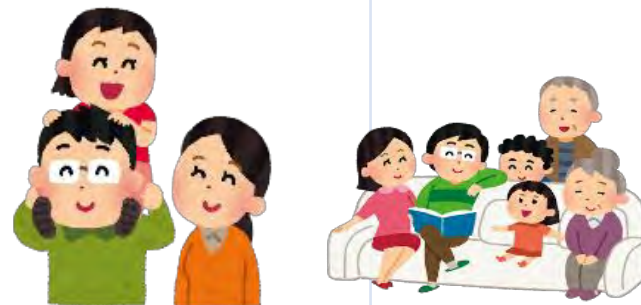
## 魅力ある売り場づくり

### 提案型売場



### 強化カテゴリー

### 価格戦略



### ID-POS分析・活用

# 来店客数アップへの取り組み②

## 来店動機の創出

### 商品による差別化

- ・オークワブランド
- ・くらしモア
- ・工場商品



- ・即食
- ・簡便
- ・健康



### お客様ニーズ

### オークワアプリ

- ・アプリからの新規入会
- ・離反防止



- ・外部テナントとの協働
- ・カテゴリー強化



### 利便性

## オークワアプリ

昨年リニューアルした新オークワアプリの有効活用

### ○稼働会員の拡大

#### ①新規会員の獲得

上期登録者数 約7.3万人 今期目標10万人

#### ②こそだてクラブ

上期登録者数 約1.7万人 今期目標 4万人



### ○第2回お客様アンケートの実施

- ・「第1回アンケート評価」との変化に基づく、戦略の立案
- ・お客様ニーズの把握



# サステナビリティ経営の深耕

## 環境への取組み（前期実績）

### ペットボトル水平リサイクル

約650 t

95店舗にて実施



CO<sub>2</sub> 排出量削減

再エネ比率  
約10%



## 統合報告書

年内発行に向けて作成中



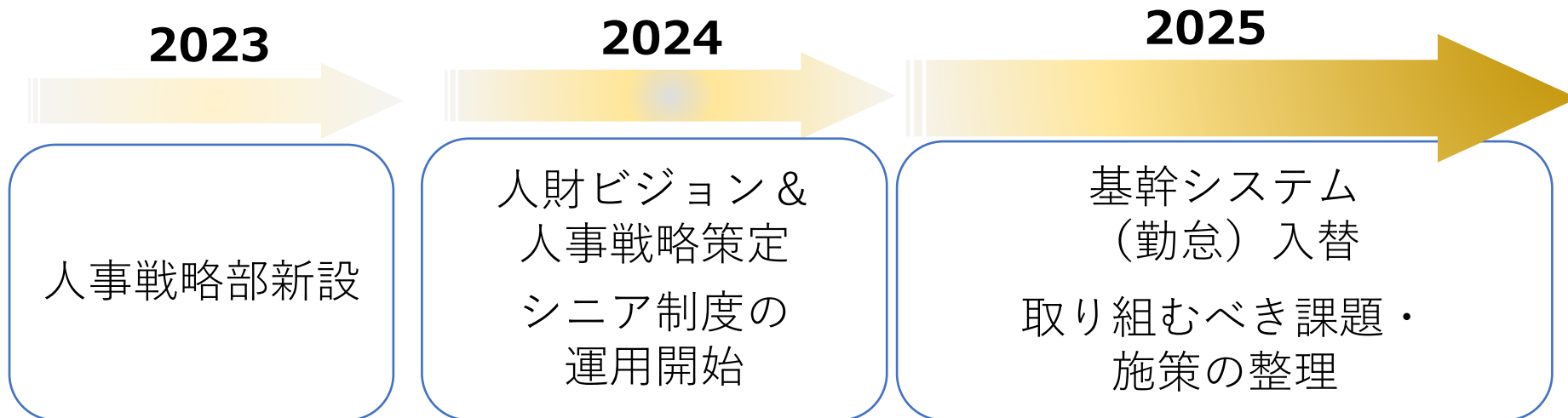
SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS

株式会社オークワは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています。

# 人的資本価値の最大化

## 人事戦略

当社の取り組むべき課題・施策をカテゴリー別に精査。中長期的な人事戦略を推進するための取組みを推進。



## 目指すべき姿



# 資本政策・財務戦略

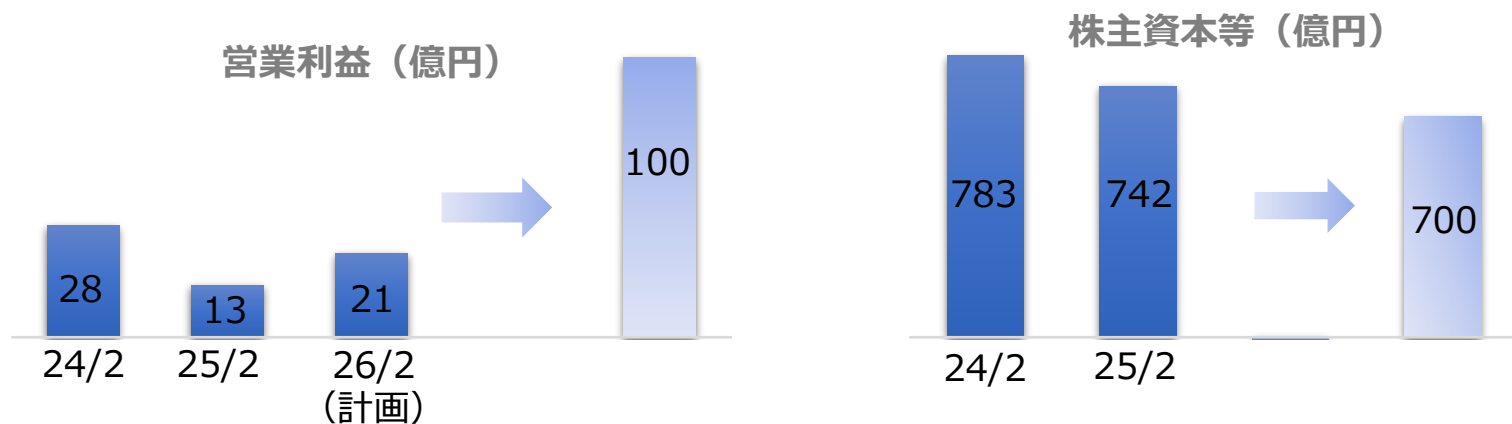
## 自己株式の取得

取得した株式の総数 1,082,500株 (25年4月2日～9月24日)

株式の取得価額の総額 999,947,900円



## 目指す収益・資本構造



# 通期業績予想

| 連結     | 単位：百万円、% | 2025/2  | 2026/2  | 伸率    |
|--------|----------|---------|---------|-------|
| 営業収益   |          | 250,150 | 259,000 | 103.5 |
| 営業利益   |          | 1,328   | 2,100   | 158.1 |
| 経常利益   |          | 1,442   | 2,100   | 145.6 |
| 当期純利益※ |          | △2,381  | 800     | —     |

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益

| 単体    | 単位：百万円、% | 2025/2  | 2026/2  | 伸率    |
|-------|----------|---------|---------|-------|
| 営業収益  |          | 248,636 | 258,000 | 103.8 |
| 営業利益  |          | 1,197   | 2,000   | 167.0 |
| 経常利益  |          | 1,341   | 2,000   | 149.1 |
| 当期純利益 |          | △2,411  | 750     | —     |

# 通期業績予想

単体（補足）

営業収益 2,580億円

・既存店売上高 前期比 101.8%

経常利益 20億円

・販売管理費 約780億円（前期比＋3.8%）

・荒利益率 27.3%（前期比＋0.3%）

※収益認識による会計基準適用後の荒利益率

当期純利益 7.5億円

## 8月30日 オープン 堺市駅前店（大阪府堺市）



### ■当資料の取扱上の注意点

当資料に記載されている、当社の計画や戦略、業績に関する予想及び見通しは、当社が現時点で把握可能な情報から判断した想定及び所信に基づくものであります。

実際の業績は様々な要因により、異なる結果となりうる可能性があることをご承知おきください。

法律上必要とされる場合を除いて、当社は事前の予告なく、将来の見通しに関する記述を見直したり、将来の見通しの根拠となった仮定及び要因について、変更を行なうことがございますのでご了承ください。