



2027年2月期 決算説明資料

株式会社オークワ（8217）

2026年9月30日

説明者：代表取締役社長 大桑弘嗣

2027年2月期 上期実績

単位：百万円、%

	2025/8	2026/8	期初公表	前期比	公表比
営業収益	124,448	123,227	126,300	99.0	97.6
営業利益	579	△57	600	—	—
経常利益	670	13	680	2.0	2.0
親会社株主に帰属する 中間純利益	248	△187	300	—	—
1株当たり 中間純利益（円）	6.00	△4.60	—	—	—

・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、%	2025/8	2026/8	前期比
オークワ	123,667	122,417	99.0
オークフーズ	721	747	103.7
リテールバック オフィスサポート	158	160	100.9
サンライズ	2,169	1,787	82.4
連結調整	△2,268	△1,886	—
連結合計	124,448	123,227	99.0

・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：企業別経常利益



単位：百万円、%	2025/8	2026/8	前期比
オークワ	525	△69	－
オークフーズ	56	41	72.7
リテールバック オフィスサポート	19	22	113.1
サンライズ	53	26	49.6
連結調整	△32	△32	－
持分損益	46	25	54.3
連結合計	670	13	2.0

・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。

	2024/8	2025/8	2026/8
営業収益営業利益率 (%)	0.20	0.47	△0.05
営業収益経常利益率 (%)	0.26	0.54	0.01
自己資本当期純利益率 (ROE,%)	0.11	0.34	△0.25
総資産経常利益率 (ROA,%)	0.24	0.52	0.01
1株当たり中間純利益 (EPS,円)	2.01	6.00	△4.60
1株当たり配当金 (DPS,円)	13	13	13
1株当たり純資産 (BPS,円)	1,807.22	1,795.53	1,811.75
配当性向 (DPS÷EPS,%)	647.09	216.73	—
自己資本比率 (%)	57.42	56.30	56.56
DEレシオ (倍)	0.25	0.27	0.28
ネットDEレシオ (倍)	0.08	0.14	0.14

単位：百万円	2025/8	2026/8	増減額
現金及び現金同等物 の期首残高	11,152	10,999	△153
営業活動によるCF	4,562	3,471	△1,090
投資活動によるCF	△2,667	△1,785	881
財務活動によるCF	△3,345	△2,634	710
現金及び現金同等物の 中間期末残高	9,701	10,049	348

・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、%

	2025/8	2026/8	期初公表	前期比	公表比
営業収益	123,667	122,417	125,600	99.0	97.5
直営売上高	120,087	118,641	—	98.8	—
荒利益額	33,246	32,785	—	98.6	—
荒利益率	27.7	27.6	—	△0.1	—
販売管理費	37,755	38,031	—	100.7	—
営業利益	453	△141	560	—	—
経常利益	525	△69	600	—	—
中間純利益	167	△225	250	—	—

・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、%

	2025/8	2026/8	前期比	既存店前期比
和歌山県	37,845	36,766	97.1	98.1
奈良県	23,827	23,679	99.4	99.4
大阪府	17,449	17,488	100.2	97.6
兵庫県	257	—	—	—
(近畿圏)	79,380	77,933	98.2	98.4
三重県	15,036	15,116	100.5	100.5
岐阜県	13,868	13,369	96.4	96.4
愛知県	9,944	10,328	103.9	101.5
静岡県	1,616	1,592	98.6	98.6
(東海圏)	40,465	40,406	99.9	99.2
合計	120,087	118,641	98.8	98.7

2027年2月期2Q 地域別売上高構成比



静岡 1.3%

・「収益認識による会計基準」適用前の数値です。

単体：業態別売上高

単位：百万円、%	2025/8	2026/8	前期比	既存店前期比
SC	4,685	4,547	97.1	97.1
SSM	57,541	57,679	100.2	99.0
SM	4,540	4,489	98.9	98.9
レギュラー	66,767	66,717	99.9	98.9
スーパーセンター	40,461	39,765	98.3	98.3
プライスカット	7,057	6,177	87.5	95.9
メッサ	5,559	5,680	102.2	102.2
合計	120,087	118,641	98.8	98.7

2027年2月期2Q 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、%	2025/8	2026/8	前期比	既存店前期比
生鮮食品	50,302	50,990	101.4	100.8
加工食品	53,295	51,546	96.7	96.9
食料品	103,597	102,536	99.0	98.8
住居関連用品	13,063	12,870	98.5	98.7
衣料品	3,426	3,234	94.4	94.4
合計	120,087	118,641	98.8	98.7

2027年2月期2Q 部門別売上高構成比



生鮮食品は、農産・畜産・水産・惣菜・インスタペーカリーの合計。
・「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、%	2025/8	2026/8	前期比
生鮮食品	31.7	32.2	+0.5
加工食品	23.2	22.4	△0.8
食料品	27.3	27.3	△0.1
住居関連用品	28.2	28.5	+0.2
衣料品	35.9	36.1	+0.2
合計	27.7	27.6	△0.1

2027年2月期2Q 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、%	2025/8	2026/8	前期比	売上高比	売上高比 (2025/8)
売上高	117,224	115,899	△1,324	100.0	100.0
販売費	931	946	14	0.8	0.8
人件費	16,887	16,982	+95	14.7	14.4
賃借料	3,782	3,759	△22	3.2	3.2
減価償却費	2,888	2,781	△106	2.4	2.5
水道光熱費	2,770	2,791	+21	2.4	2.4
その他一般管理費	10,495	10,769	+274	9.3	9.0
販売管理費合計	37,755	38,031	+276	32.8	32.2

2027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、%		2025/8	2026/8	前期比	(計画) 2027/2
	新設	2,373	11	0.5	100
	既存店他	1,173	2,281	194.4	5,500
	システム	510	181	35.6	600
	工事ベース	4,057	2,474	61.0	6,200

主な内訳

新設	当期新規出店（ANDDELICAひらかた）
既存店他	既存店の改装（わくわくシティ尾崎店、PRC法蓮店、等）
システム投資	レジのリプレイス

単体：店舗分布



(2026/8/20時点)



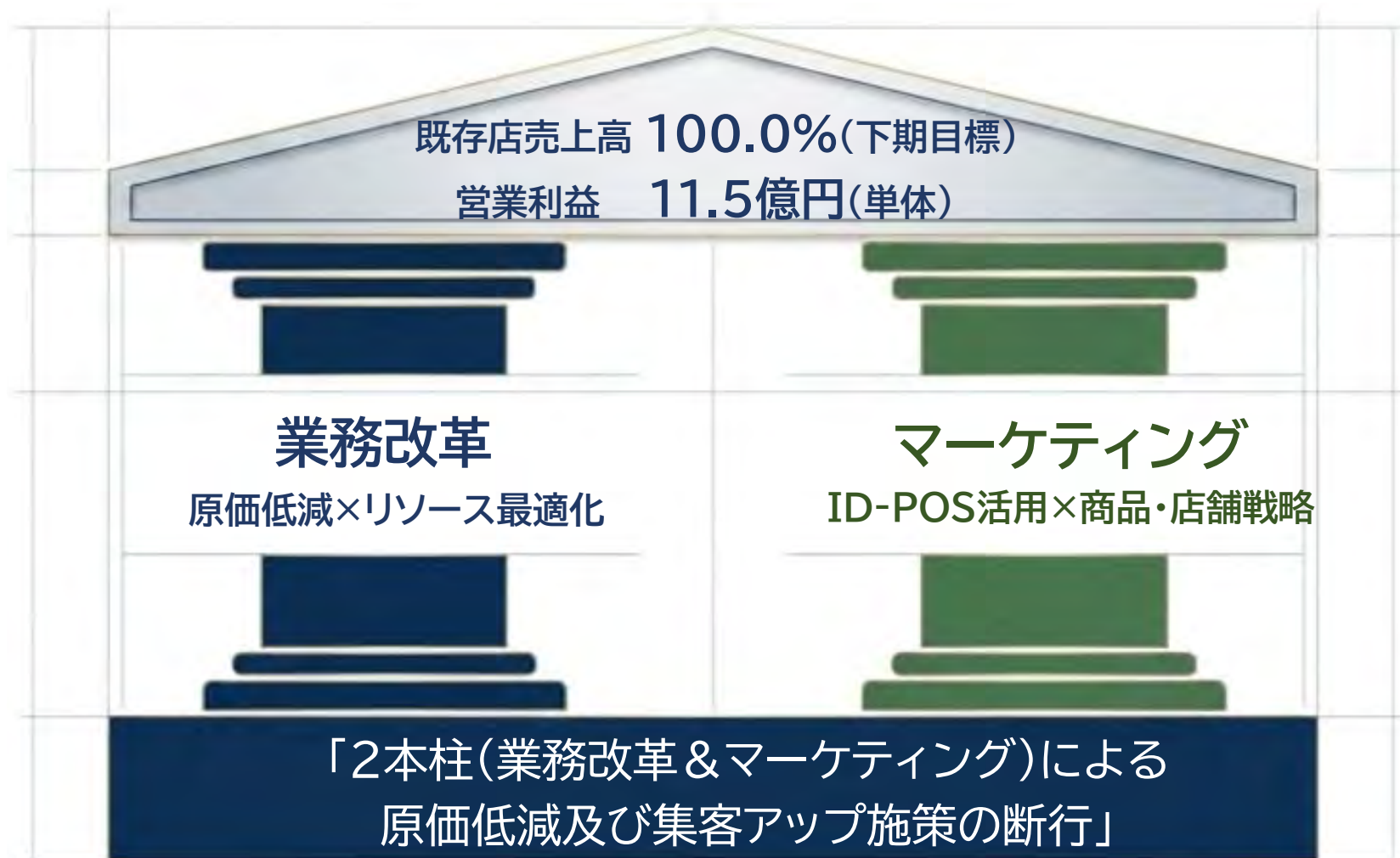
地域別
合計

和歌山県	31	7	6 (△2)	3	47 (△2)
奈良県	22	5	5	1	33
大阪府	18 (+1)	2	1	—	21 (+1)
兵庫県	—	—	— (△1)	—	— (△1)
(近畿圏)	71 (+1)	14	12 (△3)	4	101 (△2)
三重県	14	3	5	—	22
岐阜県	4 (PM1)	10	—	—	14
愛知県	8 (PM3、△1)	2	—	2 (PM2)	12 (△1)
静岡県	1 (PM1)	1	—	—	2
(東海圏)	27 (△1)	16	5	2	50 (△1)
業態別合計	98	30	17 (△3)	6	151 (△3)

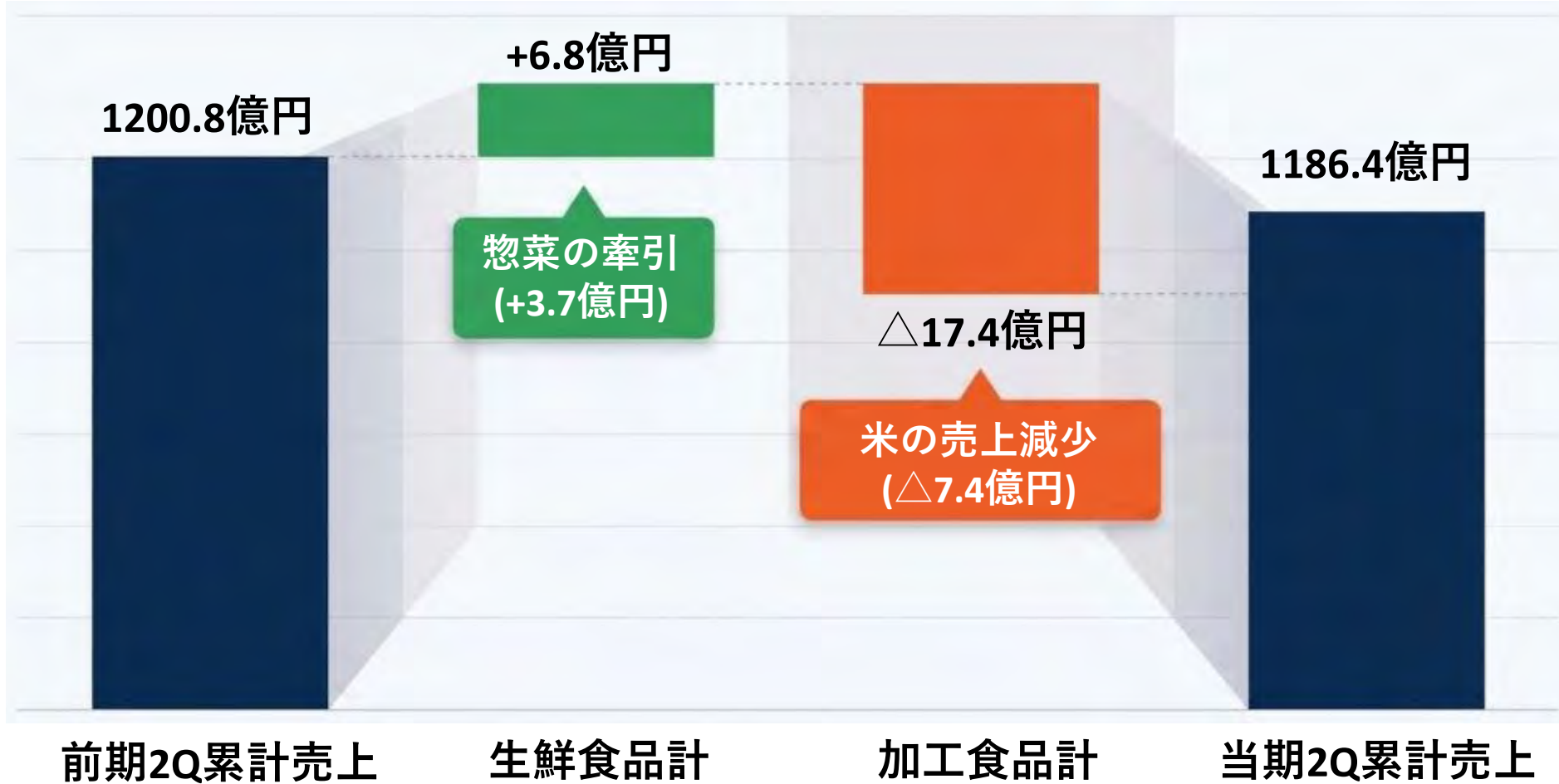
・前年同期に対する増減。
・PM パレマルシェ

2027年2月期 下期経営政策

1 2027年2月期経営政策:2つの柱

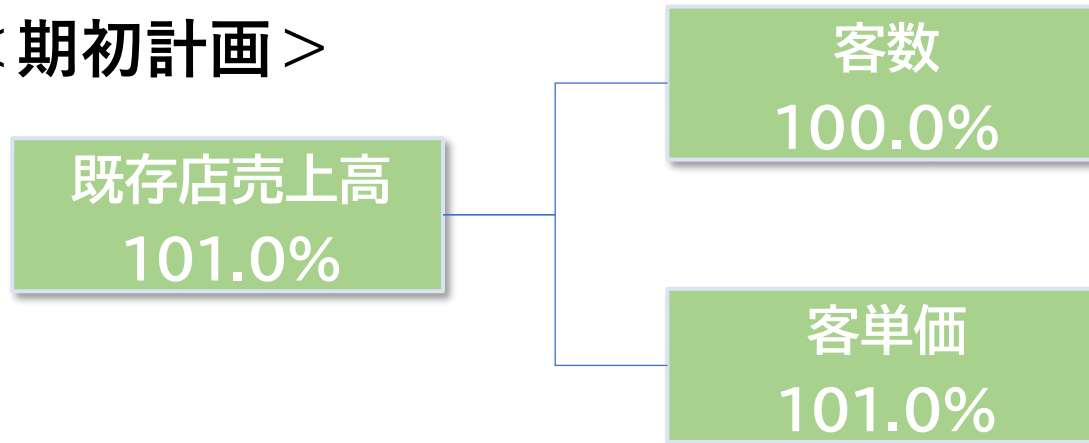


2 売上実績

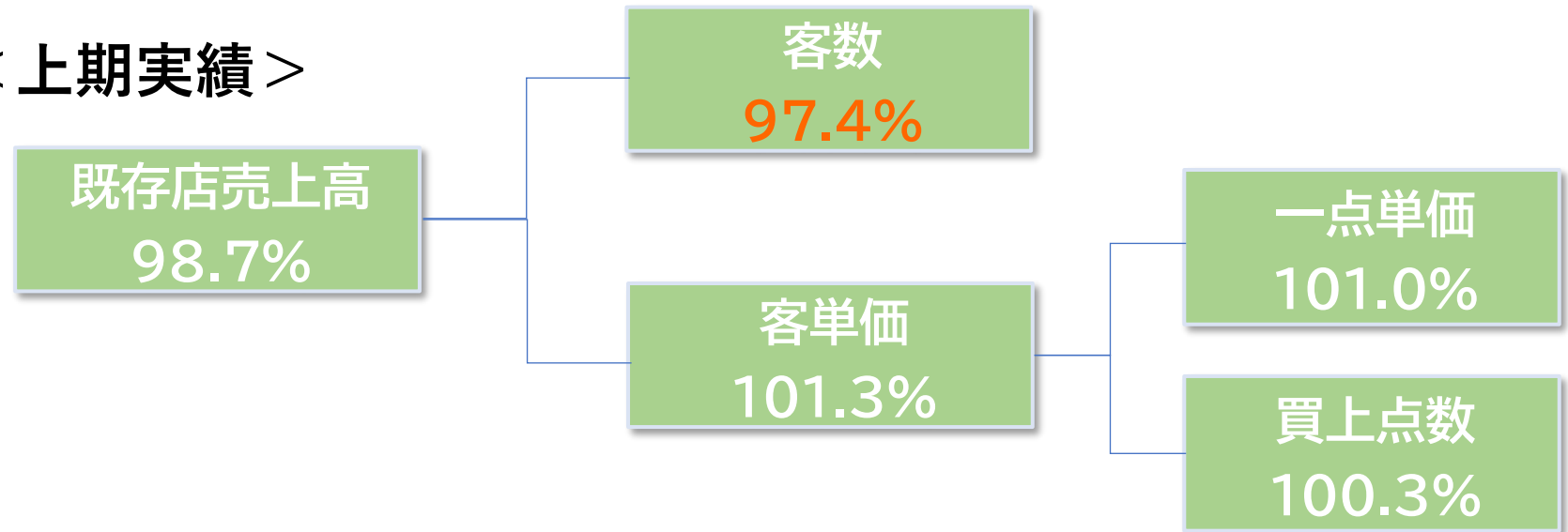


2 売上実績

< 期初計画 >

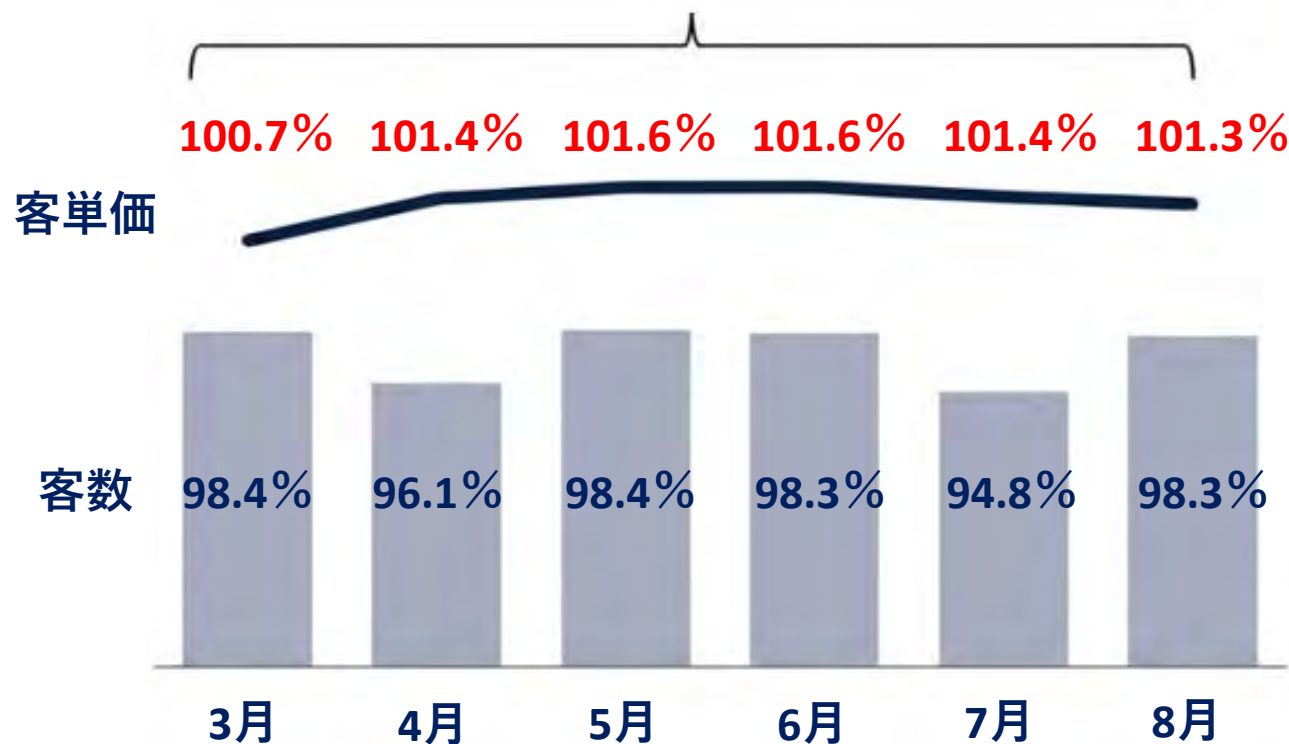


< 上期実績 >



3 客単価・来店客数

買上点数アップの成果が表れている



(既存店)

上期実績

$$\begin{aligned}
 & \text{買上点数} 100.3\% \\
 & \times \\
 & \text{一点単価} 101.0\% \\
 & = \\
 & \text{客単価} \mathbf{101.3\%}
 \end{aligned}$$

4 下期計画の見直し

既存店売上高:前期比100.0%に再設定

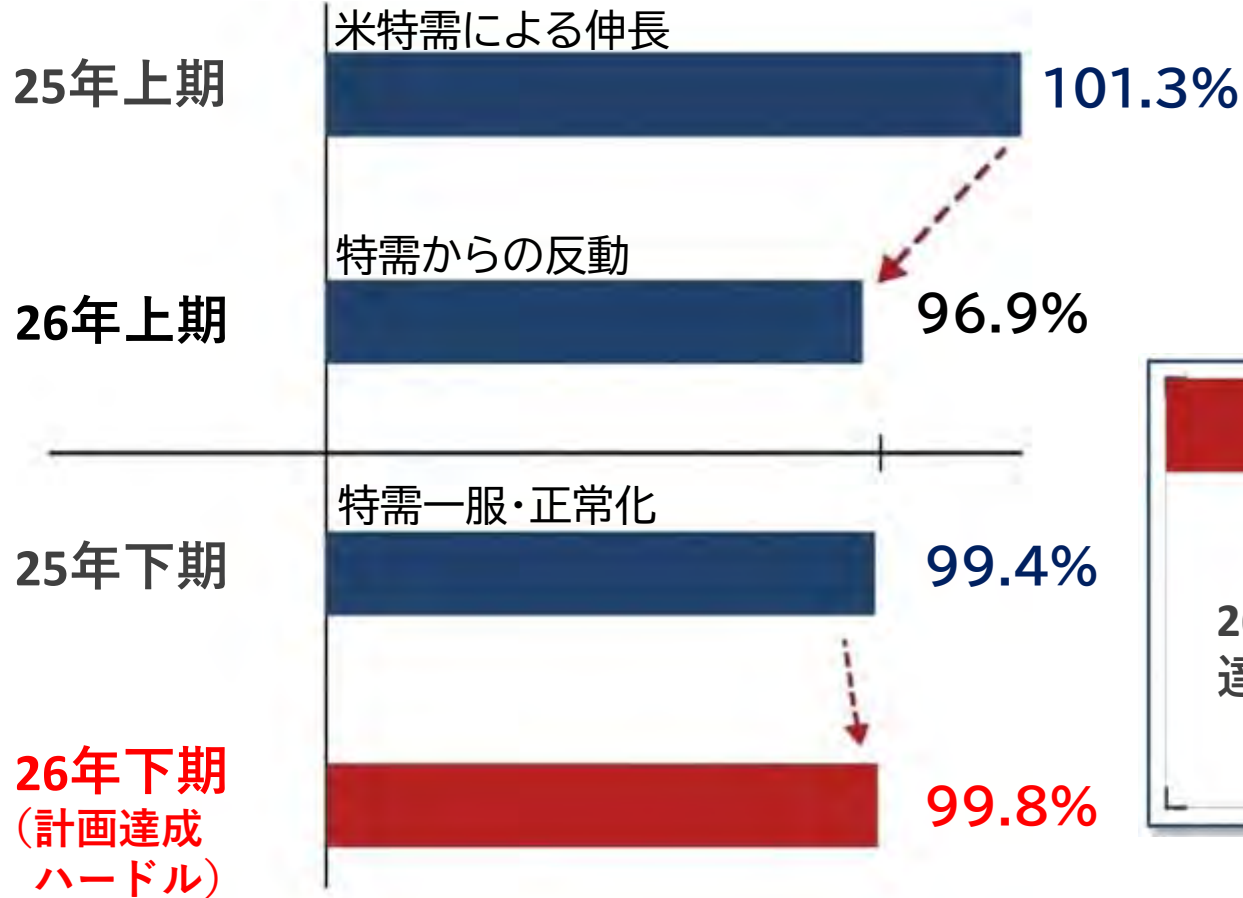
(達成イメージ)



生鮮食品、衣料品、住居関連用品が上期並みの水準で推移した場合のシミュレーション

4 下期計画の見直し

加工食品部門の前提



26年下期について

26年下期は、
達成可能な現実的水準

5 上期の成果と課題

成果・進展



生鮮部門

売上高・荒利益額ともに前年越え



マーケティング戦略

リーダー店売上高+2%



生産性向上

店舗内効率化/サテライト化

不振・課題



加工食品部門

前年の米の特需も影響し、
加工食品部門が低迷



客数減少

客数昨対97.4%

6 カテゴリー施策

重点カテゴリー



部門内の主力商品で
核となるカテゴリー

強化カテゴリー

明確な意思を持って5%
伸長を目指す
カテゴリー

育成カテゴリー



トレンド商品として
成長が見込める商品

現状と方針

生鮮食品で特に効果が表れ
「重点」・「強化」・「育成」
いずれも、昨年対比で売上伸長

(生鮮部門:上期実績)

重点カテゴリー 103.4%

強化カテゴリー 105.0%

育成カテゴリー 111.6%

7 WEBチラシの活用

売上計画比 **107.9%** (上期実績)

部門別企画数 **71回** (昨年45回)

WEBチラシ活用

オンライン上での幅広い提案

テーマに沿った展開

「来店目的」の創出



8 買上点数アップへの取り組み



ターゲット曜日の設定
意図的に週の間を狙い
来店動機と購買意欲を刺激

均一価格設定

「ついで買い(+1品)」を狙う

展開の徹底

生鮮から加工食品まで
日常消費材を網羅

(上期実績)

水・木曜日 買上点数 102.7%

9 マーケティング施策

マーケティングリーダー店の成果

売上高

リーダー店100.8%

その他店98.7%

リーダー店成果 **+2.1%**

客数

リーダー店99.3%

その他店97.2%

リーダー店成果 **+2.1%**

今期は26店舗を計画 全社押上効果 約0.35%を見込む

9 マーケティング施策

店舗事例（久居庄田店）

	設備・インフラ	売り方・配置・販促		
動線 視認性	 焼き芋電源移設	 生産者コーナー 配置変更	 敷物変更 サラダ売場見直し	 豆腐の配置変更 パン売場拡大
インフレ 対応		 大容量化	 手料理向けの 冷凍魚拡大	
目的買いの 創出		 生とんぼ短冊・刺身 コーナー化	 銘店ギフト拡大	

既存店差
(8月度実績)

売上高 **+5.5%**
客数 **+4.9%**

9 マーケティング施策

	店舗方針発表会			
店舗名	オークワA店	オークワB店	オークワC店	オークワD店
第一競合	競合A店	競合B店	競合C店	競合D店
取組事項	鮮魚と即食	高齢・単身対応	頻度品再構築	高付加価値化
方針資料				

目標客数昨対 100.0%以上を設定

10 加工食品部門への対応

催事場の有効活用



一般食品

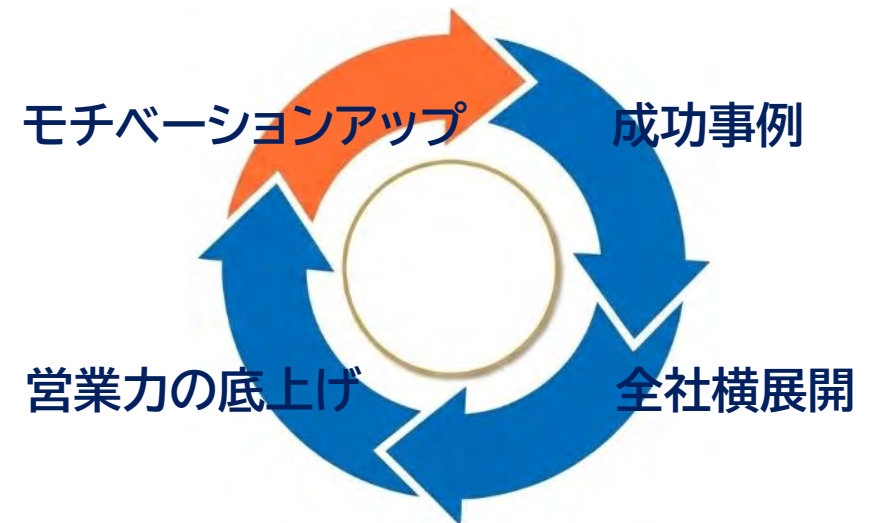


菓子



10 加工食品部門への対応

全社販売コンテスト



10 加工食品部門への対応

このチラシは価格設定をしております。インターネット掲載のみとさせていただきます。

くらしモア

生活応援価格 9月1日(火)~11月30日(月)

日配品がお得だ モア!

くらしモア スライム コーンボール (500g)	248円 (税込268円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	278円 (税込301円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	58円 (税込63円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	328円 (税込355円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)	498円 (税込538円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	498円 (税込538円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	328円 (税込355円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	148円 (税込160円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)	288円 (税込312円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	188円 (税込204円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	258円 (税込279円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	238円 (税込258円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)	198円 (税込214円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	168円 (税込182円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	98円 (税込106円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	228円 (税込247円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)	158円 (税込171円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	348円 (税込376円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	138円 (税込150円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	198円 (税込214円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)		くらしモア スライム コーンボール (500g)		くらしモア スライム コーンボール (500g)		くらしモア スライム コーンボール (500g)	188円 (税込204円)

加工食品がお得だ モア!

くらしモア スライム コーンボール (500g)	248円 (税込268円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	278円 (税込301円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	58円 (税込63円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	328円 (税込355円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)	498円 (税込538円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	498円 (税込538円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	328円 (税込355円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	148円 (税込160円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)	288円 (税込312円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	188円 (税込204円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	258円 (税込279円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	238円 (税込258円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)	198円 (税込214円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	168円 (税込182円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	98円 (税込106円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	228円 (税込247円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)	158円 (税込171円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	348円 (税込376円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	138円 (税込150円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	198円 (税込214円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)		くらしモア スライム コーンボール (500g)		くらしモア スライム コーンボール (500g)		くらしモア スライム コーンボール (500g)	188円 (税込204円)

お菓子がお得だ モア!

くらしモア スライム コーンボール (500g)	198円 (税込214円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	198円 (税込214円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	278円 (税込301円)	くらしモア スライム コーンボール (500g)	358円 (税込387円)
くらしモア スライム コーンボール (500g)		くらしモア スライム コーンボール (500g)		くらしモア スライム コーンボール (500g)		くらしモア スライム コーンボール (500g)	

くらしモア上期実績
(食料品計)

昨年比 101.5%

PB商品の積極的な訴求

相次ぐ値上げに対し、価格訴求力の高いPB商品を積極的にアピールする

11 大型改装

わくわくシティ尾崎店（7月16日）



地産地消



地場野菜・果物の
産地直送コーナーを拡大

購買意欲の喚起



夕食の「あと一品」や
おつまみニーズにも対応し
食卓の幅を広げる

店内調理のライブ感



ピザ専用オーブンを導入し
焼きたてを提供
店舗体験の価値を向上

11 大型改装

SuCパームシティ和歌山店（11月上旬）



12 ANDDELICA(惣菜・ベーカリー専門店)の取組み

専門店出店×既存店舗への展開

ANDDELICA

専門店として
出店注力

- ・ 谷町店
- ・ すみのどう店
- ・ ひらかた店

ノウハウ・
知見の還元
(波及効果)

既存店舗（MESA業態）への展開

来店動機創出

既存店活性化

集客アップ

ANDDELICA
コーナー



13 収益性向上に向けた生産性基盤の確立

セルフレジ利用率



47.9%

(前年比+5.4pt)

レジの適正稼働による
待機時間の削減

パートナー労働時間



昨対 97.6%

(前年比△2.4%)

第1・第2四半期ともに
安定して削減基調を維持

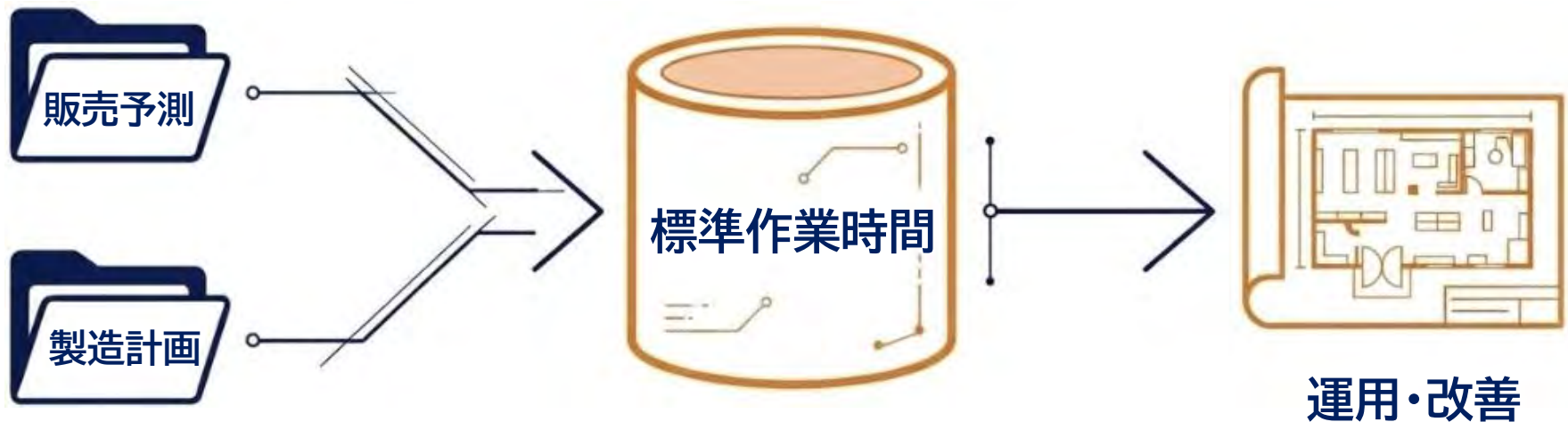
作業割当システム



シフト作成活用率70%

運用ルールが確立
下期より本格稼働へ

13 収益性向上に向けた生産性基盤の確立



上期実績

平日・週末における標準作業時間をモデル化
(住居衣料・後方部門除く)

下期取組

- ①店舗全体の「作業」に「人」を割り当てる
- ②余剰人員が他部門の「作業」を実施
- ③仕事の波動に合わせて人を動かす

トップライン

営業収益:2,493億円

既存店

下期売上高:100.0%

効率性

販売管理費:100.7%

荒利益率 :28.0%
(+0.2pt)

※「収益認識による会計基準」適用前



ボトムライン

営業利益:11.5億円

経常利益:12億円

14 通期業績予想(連結・単体)

連結	単位：百万円、%	2026/2	2027/2	伸率
営業収益		252,655	250,800	99.3
営業利益		1,878	1,300	69.2
経常利益		1,973	1,300	65.9
当期純利益※		264	50	18.9

※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、%	2026/2	2027/2	伸率
営業収益		251,094	249,300	99.3
営業利益		1,688	1,150	68.1
経常利益		1,785	1,200	67.2
当期純利益		213	0	—

(11月上旬 改装オープン) スーパーセンターオークワ パームシティ和歌山店



■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。