

2026年3月期 第2四半期 決算説明資料

対象期間:2025.4.1-9.30

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

証券コード:8242

2025年10月31日



上期業績

- 連結業績は、減収減益となったが、概ね会社想定通りの進捗。
当期純利益は前年1Qに計上した特別利益の反動もあり大幅減。
- 百貨店事業は、前年の高いインバウンド売上実績と改装に伴う売場閉鎖影響もあり、減収減益。
2Qは、1Qと比べインバウンド売上が改善、国内売上も堅調に推移し、営業利益は前年を上回る。
- 食品事業は、食品スーパーの売上好調が継続、増収増益

業績予想

- 通期連結営業利益・経常利益は修正なし
- 当期純利益を上方修正。投資有価証券売却益(東宝株式売却、25.3Q計上)を見込む。

2026年3月期(2025年度) 上期業績

		対前年	予想 5/13公表
総額売上高	5,554億円	▲30億円 ▲1%	5,600億円
営業利益	119億円	▲31億円 ▲21%	110億円
当期純利益	69億円	▲202億円 ▲75%	63億円

2026年3月期(2025年度) 業績予想

		対前年	予想 5/13公表
総額売上高	11,630億円	+34億円 +0%	11,680億円
営業利益	300億円	▲48億円 ▲14%	300億円
当期純利益	240億円	▲108億円 ▲31%	180億円

1 2026年3月期 上期業績

2 2026年3月期 業績予想

3 中期経営計画(2024-2026)進捗

4 Appendix

本資料の記載について

- 本資料における記載金額は、億円表示の場合は億円未満を四捨五入、百万円表示の場合は切り捨てして記載
- 本資料における「総額売上高」は収益認識に関する会計基準適用前の数値を記載
- 2025年3月期第1四半期に新規連結した(寧波開発及び)寧波阪急ののれん金額を、同第4四半期に暫定値から確定値に修正したことに伴い、前年ののれん償却の金額を確定値ベースに遡及修正して記載
- 「親会社株主に帰属する当期(四半期・中間)純利益」は「当期純利益」と表示

1 2026年3月期 上期業績

2 2026年3月期 業績予想

3 中期経営計画(2024-2026)進捗

4 Appendix

- 連結業績は減収減益も、概ね会社想定通りの進捗。当期純利益は前年1Qに計上した特別利益の反動もあり大幅減。
- 2Qは、その他事業の増益もあり、連結営業利益が前年を上回る

単位:億円

	2024年度 上期実績	2025年度			2025年度
		上期実績	対前年増減率	対前年増減	上期予想 5/13公表
総額売上高	5,585	5,554	▲0.5%	▲30	5,600
売上高	3,313	3,330	+0.5%	+18	3,340
営業利益	150	119	▲21.0%	▲31	110
経常利益	159	124	▲22.1%	▲35	116
当期純利益	271	69	▲74.5%	▲202	63

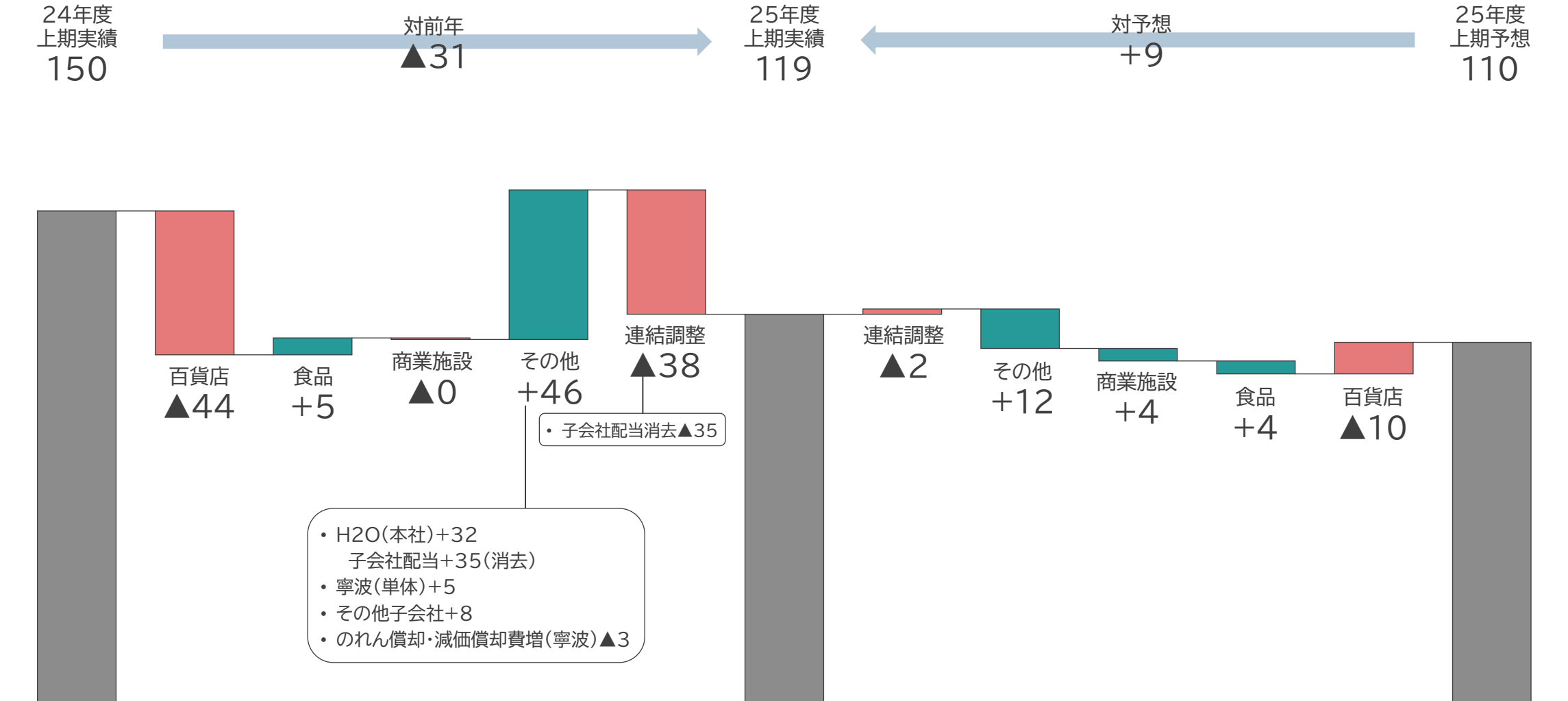
2026年3月期 上期業績
セグメント別業績

単位: 億円

		2024年度	2025年度			2025年度
		上期実績	上期実績	対前年増減率	対前年増減	上期予想 5/13公表
	百貨店	3,050	2, 866	▲6.0%	▲184	2,900
	食品	2,112	2,160	+2.3%	+49	2,165
	商業施設	160	147	▲7.9%	▲13	150
	その他	263	381	+44.9%	+118	385
総額売上高		5,585	5,554	▲0.5%	▲30	5,600
	百貨店	126	82	▲34.7%	▲44	92
	食品	37	42	+13.9%	+5	38
	商業施設	21	21	▲2.0%	▲0	17
	その他	48	93	+95.8%	+46	81
	連結調整	▲82	▲120	—	▲38	▲118
営業利益		150	119	▲21.0%	▲31	110

2026年3月期 上期業績 セグメント別業績－営業利益増減要因(対前年、対予想)

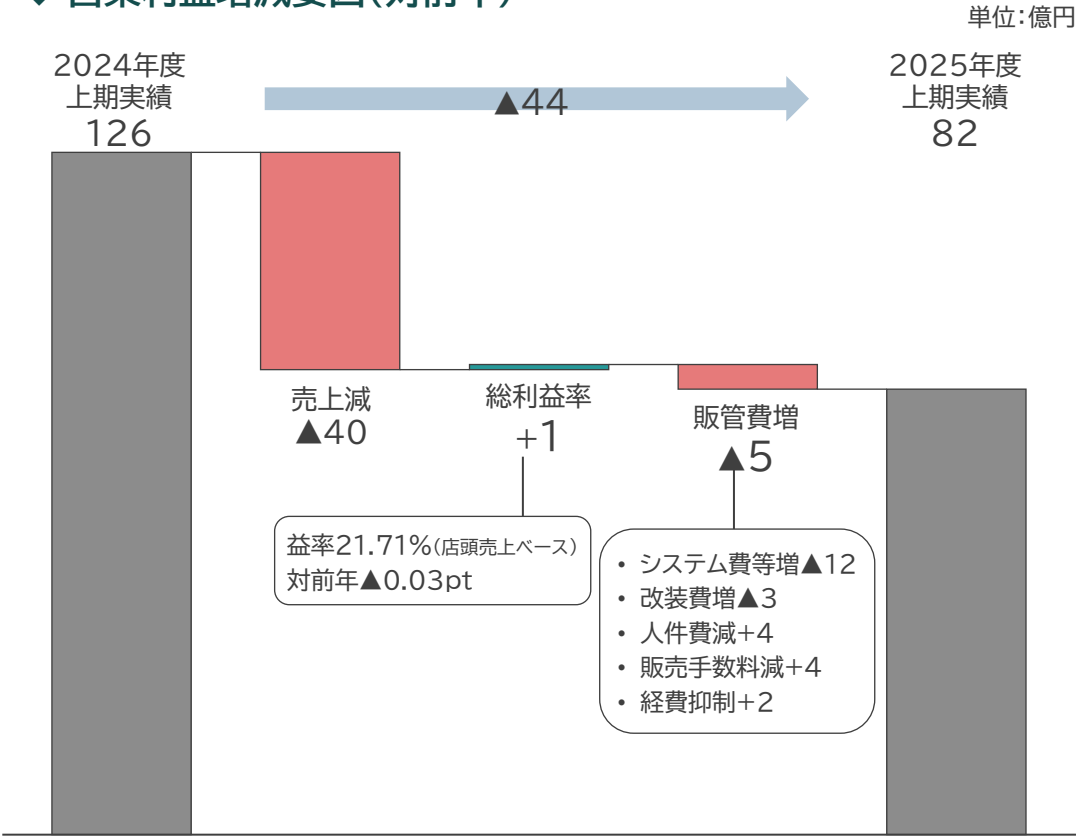
単位: 億円



- 上期業績は、前年の高いインバウンド売上実績と改装に伴う売場閉鎖影響もあり、減収減益
会社予想に対してはインバウンド売上が約50億円下振れたことから、売上・営業利益ともに未達
- 2Qは国内売上が堅調、8-9月のインバウンド売上が前年並み。販管費も前年から減少し、増益。

	2024年度	2025年度			単位: 億円
	上期実績	上期実績	対前年増減率	対前年増減	2025年度 上期予想
総額売上高	3,050	2,866	▲6.0%	▲184	2,900
売上高	920	867	▲5.8%	▲54	
売上総利益	665	625	▲5.9%	▲39	
販売管理費	539	543	+0.8%	+5	
営業利益	126	82	▲34.7%	▲44	92

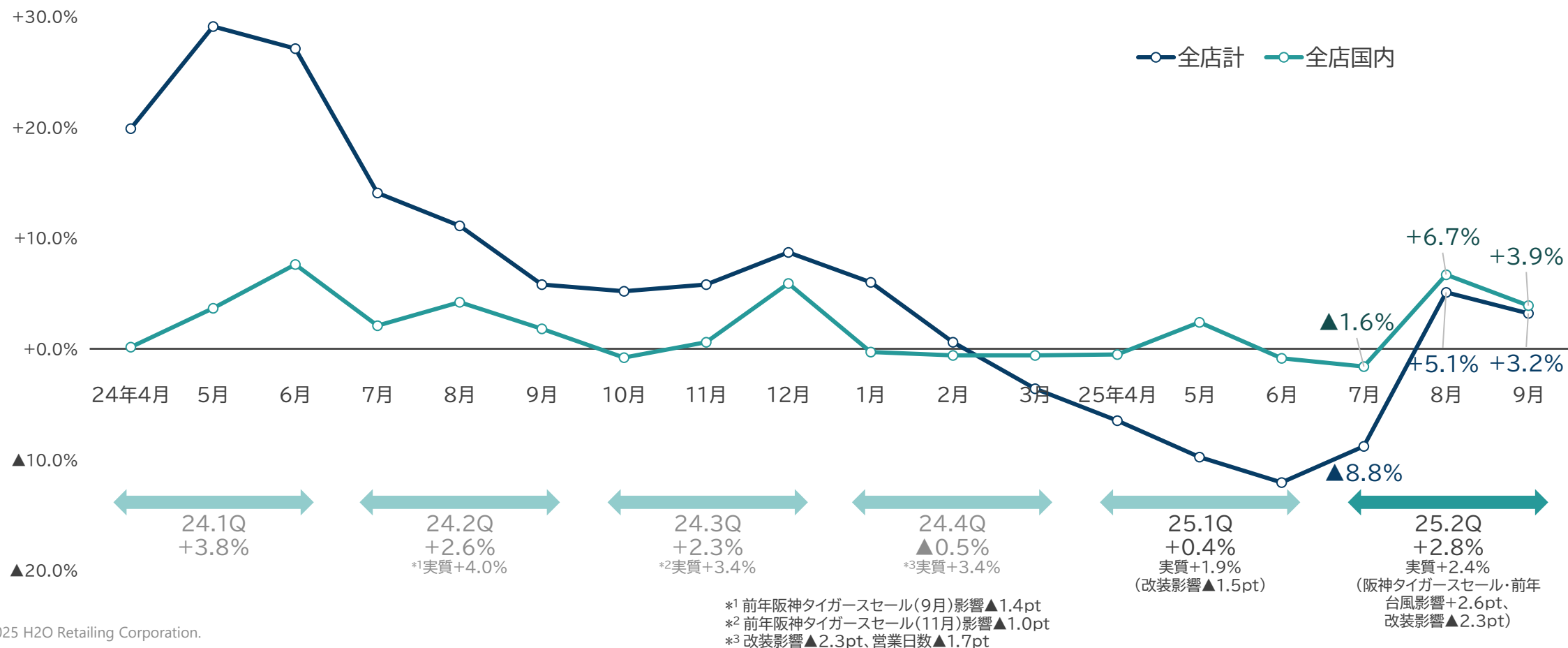
◆ 営業利益増減要因(対前年)



2026年3月期 上期業績 百貨店セグメントー売上推移

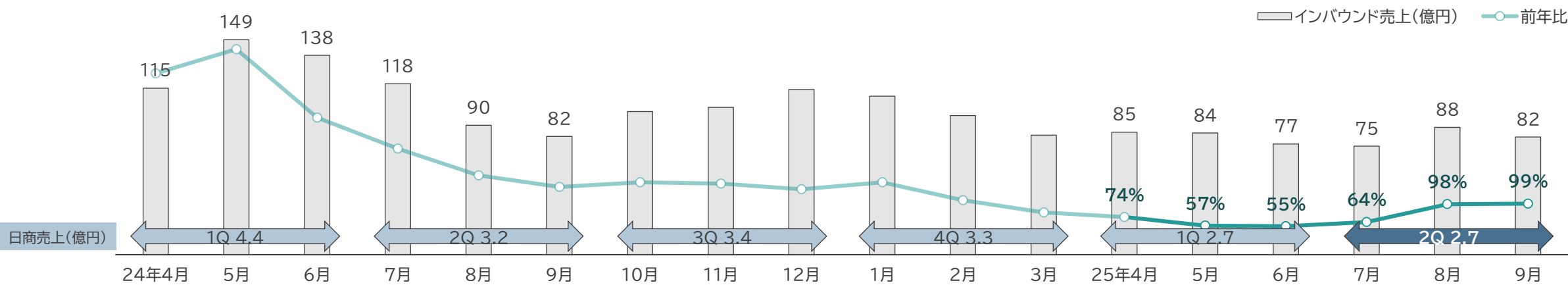
- 全店売上(2Q)は1Qから改善、対前年▲1%(1Q:▲10%)
- 国内売上(2Q)は+2.8%と堅調継続、改装オープン後の阪神梅田本店・川西阪急スクエアが好調、阪神タイガースセルの押上げもあり阪急本店の改装工事影響を軽減
- インバウンド売上は1Qの大幅減から2Qは改善傾向

◆ 全店計/全店国内 売上推移

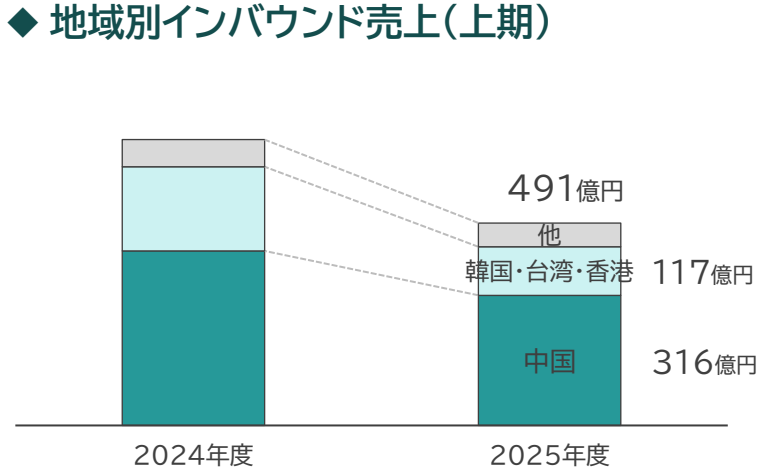


- 1Qは高い前年実績に対して約4割減となったが、8-9月は前年水準まで回復し、対前年での基調が改善
- 上期実績は491億円と会社予想(540億円)に未達、下期予想は560億円(前年下期実績605億円)を据え置き、通期売上予想は1,050億円に修正(期初予想1,100億円)

◆ インバウンド売上推移



◆ 地域別インバウンド売上(上期)



	(対前年増減:%)		
	売上	客数	客単価
中国	▲25%	+10%	▲32%
韓国・台湾・香港	▲42%	▲22%	▲26%
他	▲12%	+11%	▲21%
合計	▲29%	▲4%	▲26%

- 客数
韓国顧客が大幅に減少も中国顧客が伸長
- 客単価
1Qは前年の急伸(ラグジュアリーブランドの値上げ前駆け込み×円安)もあり大きく低下も8-9月は前年並みまで回復

- 食品スーパーの既存店売上は堅調継続、新店・改装店舗(Aタイプ・Cタイプ)の押上げもあり総額売上高は+2.3%
- 売上増加により増益。営業利益は会社予想からも上振れ

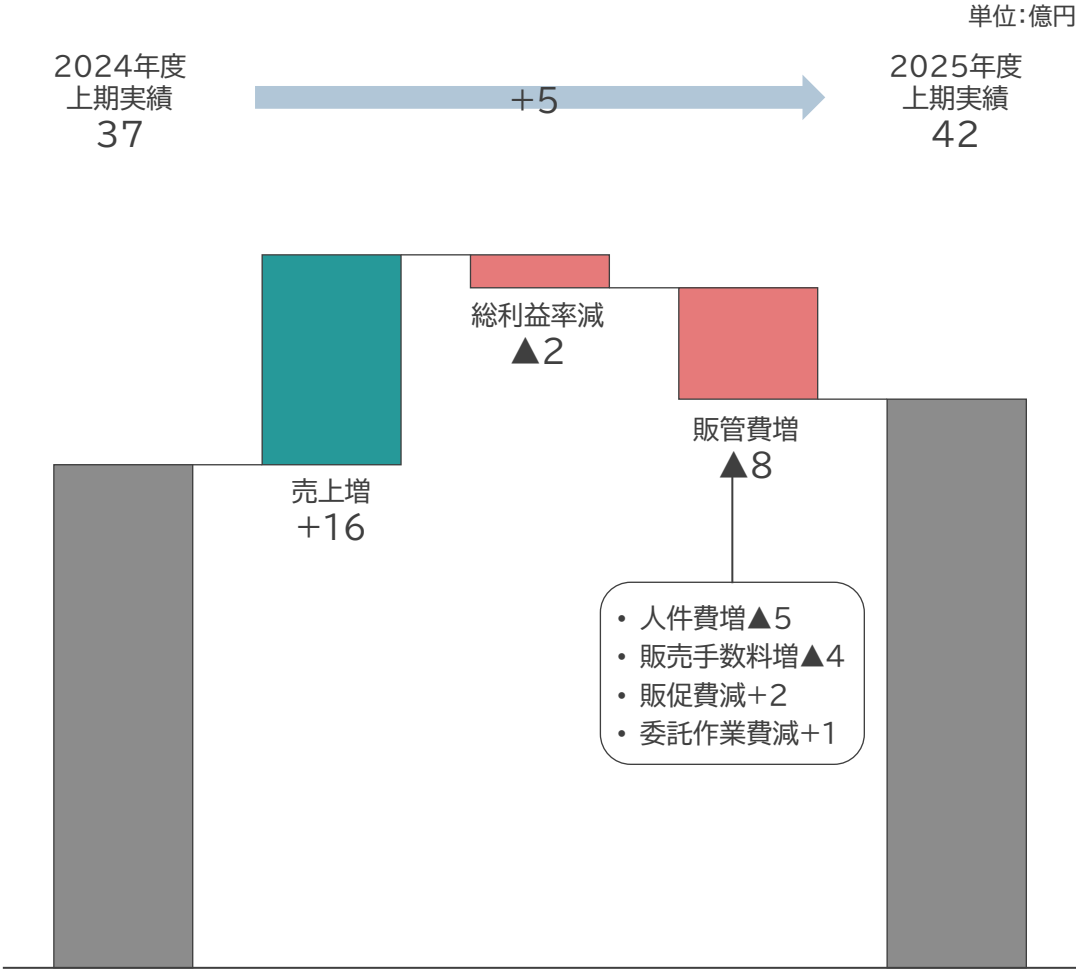
単位:億円				
	2024年度	2025年度		
	上期実績	上期実績	対前年増減率	対前年増減額
総額売上高	2,112	2,160	+2.3%	+49
営業利益	37	42	+13.9%	+5

食品スーパー既存店売上(上期、対前年増減率)

- ・ 継続的な値上げに加え、米価格上昇の影響もあり一品単価が上昇
- ・ 客数は前年の影響(地震・台風)により前年を下回った8月を除き、安定して前年を上回って推移



営業利益増減要因(対前年)



商業施設事業

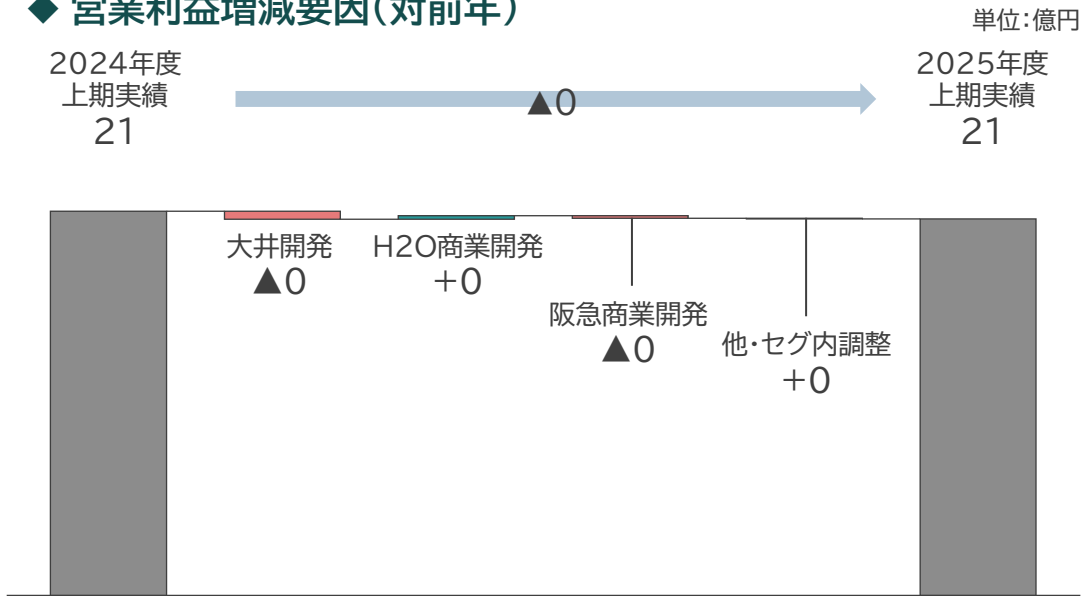
前年実行した子会社売却の影響で減収となったものの、営業利益は会社予想から上振れ

単位: 億円

	2024年度	2025年度		
	上期実績	上期実績	対前年増減率	対前年増減額
総額売上高	160	147	▲7.9%	▲13
営業利益	21	21	▲2.0%	▲0

- 各社で会社予想を上回る業績となり、営業利益は上期で4億円上振れ
- ビジネスホテルを運営する大井開発は客室改装工事を実施しているものの、工事影響を除いた稼働率は97%、客室単価(ADR)が+16%と想定を上回って推移

◆ 営業利益増減要因(対前年)



その他事業

セグメント全体で増収増益、2024年度に改装を実施した寧波阪急は上期で5億円増益

単位: 億円

	2024年度	2025年度		
	上期実績	上期実績	対前年増減率	対前年増減額
総額売上高	263	381	+44.9%	+118
営業利益	48	93	+95.8%	+46

- カード事業のペルソナは、関西スーパーで4月から新規導入した電子マネー「litta」が順調に取扱高を拡大するなど好調に推移
- H2O(本社)は、子会社からの配当収入増加により大幅に増益(配当収入は連結調整により消去)

1 2026年3月期 上期業績

2 2026年3月期 業績予想

3 中期経営計画(2024-2026)進捗

4 Appendix

2026年3月期 業績予想
連結業績予想

- 通期連結営業利益・経常利益は修正なし(売上計画の前提も修正なし)
- 当期純利益は、投資有価証券売却益(東宝株式売却、25.3Q計上)を見込み、上方修正
- 年間配当は、前年から2円増加の44円。期初公表から変更なし。

単位:億円

	下期					通期				
	24年度実績	25年度予想 5/13公表	25年度予想 10/31公表	増減		24年度実績	25年度予想 5/13公表	25年度予想 10/31公表	増減	
				対前年	対前回予想				対前年	対前回予想
総額売上高	6,012	6,080	6,076	+1.1% +64	▲4	11,596	11,680	11,630	+0.3% +34	▲50
売上高	3,505	3,560	3,560	+1.6% +55	▲0	6,818	6,900	6,890	+1.1% +72	▲10
営業利益	198	190	181	▲8.5% ▲17	▲9	348	300	300	▲13.9% ▲48	—
経常利益	200	194	186	▲6.9% ▲14	▲8	359	310	310	▲13.7% ▲49	—
当期純利益	78	117	171	+120.4% +93	+54	348	180	240	▲31.1% ▲108	+60

2026年3月期 業績予想
セグメント別業績予想

単位:億円

		下期					通期				
		24年度実績	25年度予想 5/13公表	25年度予想 10/31公表	増減		24年度実績	25年度予想 5/13公表	25年度予想 10/31公表	増減	
					対前年	対前回予想				対前年	対前回予想
	百貨店	3,300	3,265	3,265	▲1.0% ▲35	—	6,350	6,165	6,131	▲3.4% ▲219	▲34
	食品	2,174	2,235	2,235	+2.8% +61	—	4,285	4,400	4,395	+2.6% +110	▲5
	商業施設	158	155	155	▲1.7% ▲3	—	318	305	302	▲4.8% ▲15	▲3
	その他	381	425	421	+10.5% +40	▲4	644	810	802	+24.5% +158	▲8
総額売上高		6,012	6,080	6,076	+1.1% +64	▲4	11,596	11,680	11,630	+0.3% +34	▲50
	百貨店	156	148	148	▲5.3% ▲8	—	282	240	230	▲18.4% ▲52	▲10
	食品	53	57	57	+8.4% +4	—	89	95	99	+10.6% +10	+4
	商業施設	18	16	16	▲11.1% ▲2	—	39	33	37	▲6.2% ▲2	+4
	その他	▲26	▲31	▲31	— ▲5	—	22	50	62	+182.1% +40	+12
	連結調整	▲3	—	▲9	— ▲6	▲9	▲85	▲118	▲128	— ▲43	▲10
営業利益		198	190	181	▲8.5% ▲17	▲9	348	300	300	▲13.9% ▲48	—

1 2026年3月期 上期業績

2 2026年3月期 業績予想

3 中期経営計画(2024-2026)進捗

4 Appendix

方針	2025年上半期の進捗
「国内顧客・店舗ビジネス」の深化	● 百貨店事業:重点顧客のLTV最大化に向けて、阪急本店リモデルが進行中 ● 食品事業:イズミヤ・阪急オアシス(株)と(株)関西スーパーマーケットを統合へ、具現化を進める 2つの店舗フォーマット(価値訴求型・価格訴求型)には手応え
「海外顧客ビジネス」への注力・強化	● 海外顧客対応強化に向け、人材の増強およびアバター活用等の多言語対応を推進
新たな収益源の開発・展開	● 顧客データ活用ビジネスの展開に向けて、生活者との多頻度な接点構築のため「食・健康」領域のサービス開発を進行
グループインフラ整備・利活用	● 人材育成と地域共創に向けた取り組みが社外から高い評価を獲得 ● IT/DX投資は食品スーパーセルフレジ導入をはじめ、事業への実装を進める
資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応	● 資本収益性の向上を目指し、段階的な政策保有株式縮減を進める ● 2025年度150億円を上限とする自己株式取得は102億円まで実施済み(9月末時点) *3カ年累計300億円規模の取得を目指す

■ 阪急本店グローバルデパートメントストア化に向けて、顧客体験を深化させる環境・体制を整備

阪急本店リモデル*が進行中(2026年春頃に概ね完了の見込み)

重点顧客との関係性構築によりLTV最大化を目指す

- 国内富裕層顧客の新規識別化とLTV向上に貢献する拠点として
クリスタルサロンを改装(2025年6月)
- 洗練された大人の女性に向けてハイクラスなファッションを提案する
「プレミアム」ワールドが7階婦人服フロアにリニューアル(2025年10月)
- 特定カテゴリーのスペシャリストによるトータルコーディネート接客の体制を整備
売場やブランドを超えて顧客の自己実現を応援する横断販売社員を任命(約50名)

海外顧客対応強化

- (株)パソナグループとの包括業務提携を通じて、海外顧客への対応を強化
大阪・関西万博で活躍した海外顧客対応人材を採用へ(約10名)
阪急本店にて多言語対応するアバター接客の実証実験を開始
- 顧客体験向上と顧客化に向け、専門スタッフによる通訳・店内アテンドを軸とした
ショッピングサポート体制を整備

*リモデル状況(10月末時点)

■ :リモデル完了、■ :リモデル中・予定

13F	VIPサロン			レストラン
12F				
11F	各階 コトコト ステージ	キッズインター	ベビー・キッズ	
10F		クリスタルサロン	趣味雑貨	趣味雑貨・ビューティー
9F		祝祭広場・催事・ギャラリー・アートステージ・ホール		
8F		家具・アート	グリーンエイジ	
7F		ビューティー	婦人FA	リビング
6F		ラグジュアリー		
5F				
4F		婦人靴	婦人FA	
3F		婦人FA		
2F		ビューティー	ビューティー・バッグ	
1F		アクセサリー	バッグ	
B1F	フード			
B2F				

【今後の取り組み】

- 阪神梅田本店の食品フロアが2025年11月にリニューアルオープン、収益力アップを目指した段階的な改装が完了
- 阪急本店は2026年春頃、ラグジュアリービッグメゾンをインスタ旗艦店化、ハイエンドジュエリー＆ウォッチ売場を拡大

- イズミヤ・阪急オアシス(株)と(株)関西スーパーマーケットの統合により経営効率向上へ
- 具現化を進める2つの店舗フォーマットに手応え、得られた知見を今後の店舗政策に活用

イズミヤ・阪急オアシス(株)と(株)関西スーパーマーケットを統合(2026年4月)

- ・ 意思決定の迅速化と経営資源の集中、製販連携により、競争力を一層強化

2つの店舗フォーマット

	価値訴求型(Aタイプ)	価格訴求型(Cタイプ)
特徴	鮮度・品質、専門性にこだわった品揃え	品目を絞り込んだ低価格帯の品揃え
手応え	売上は想定を上回って推移 (客数は想定通り、客単価が自社SM平均より上振れ) 特定のマーケットで高い効果を発揮する可能性	売上は想定を上回って推移 (足元商圈の来店頻度が増加、新規顧客を獲得) 幅広いエリアで展開できる手応えから、転換を加速

省人化に向けたセルフレジ導入

- ・ 10月末までに8店舗に導入、検証・運用改善に取り組み、効果の最大化を目指す

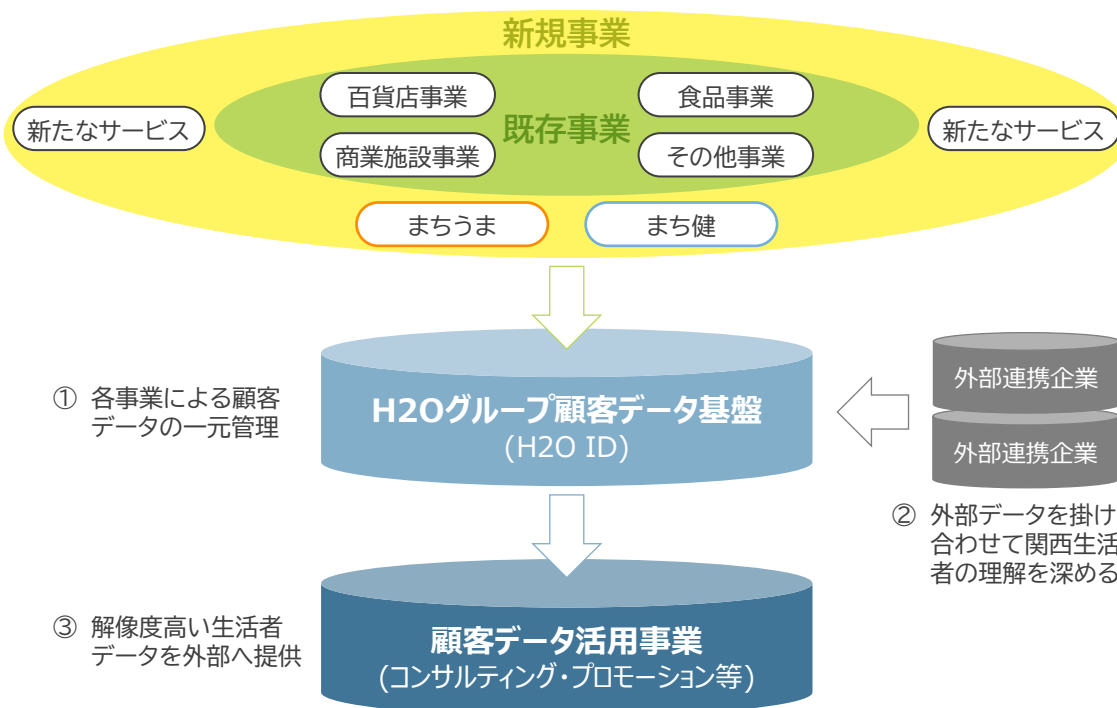
【今後の取り組み】

- ・ 会社統合に向けて、物流・基幹システムや人事制度統合に着手
- ・ 既存店舗の改装や新規出店を通じて、2つの店舗フォーマットへの転換を推進(本年度中にAタイプ2店舗、Cタイプ9店舗 転換へ)
- ・ 1カ月に3店舗のペースで、セルフレジ導入を加速(本年度中に24店舗導入へ)

- 解像度の高い顧客データを活用したコンサルティングやプロモーション等のサービスを開発し、BtoB事業化を目指す
- 生活者との多頻度な接点構築に向けて、「食・健康」領域の顧客サービス開発が進行

顧客データ活用ビジネス

- ・ 専門人材を増強し事業基盤を強化、グループ顧客データ基盤(H2O ID)を構築し一元管理に向けて既存データを移管中
- ・ 「食品・飲料」を初期ターゲット市場として設定、社内データ活用の有用性検証に向け、食品スーパーとの連携を強化



顧客サービスビジネス

- ・ 生活者が頻度高く利用するオンライン基軸のサービスを開発
- ・ 一人ひとりの理解を深めて新たなニーズを掘り起こし、サービスを通じてまちを元気に

食サービスアプリ「まちうま」

まちうま
高槻

- ・ 2023年5月にリリース、高槻エリアで10万人(市民の約3~4人に1人)の会員を獲得
- ・ 利用頻度向上のため、高い地域密着性を目指し「おいしい」を通じ、愛するまちをみんなで盛り上げるコミュニティサービス」にリニューアル
- ・ 今後は他エリアに進出し、会員・加盟店拡大へ

健康マネジメントサービス「まち健」

まち健

- ・ 「まちの健康を、まちかど健康チェックから」をコンセプトに、生活習慣の改善を促すサービス提供を目指し、2025年5月より実証実験を開始
- ・ 健康チェックイベントを通じてがん検診・特定健診の予約につながるなど、生活者の関心の高さと行政との連携に手応え

■ 人材育成・地域共創への取り組みが、社外から高い評価を獲得

	取り組み	評価された点	受賞
(株)阪急阪神百貨店	ビジョン実現を目指すためのマインドである「バリュー*」を、共に働く取引先スタッフとも共有するため、コンセプトを可視化、分かりやすいコピーで表現	人々の幸せに寄り添う企業姿勢や、楽しさ、明るさ、そして温かさを感じさせる表現である点	「第42回織研新聞流通広告賞」第3部門金賞(2025年7月) 
(株)エイチ・ツー・オーKU カーボンニュートラル デザイン	「スマート空調」理論を活かした空調エネルギーマネジメント事業のための専門人材育成に特化したリスキリングを実施	大学が提供するプログラムに派遣した社員によって、エネルギー効率を高めコスト削減にまでつながった点	「日経リスキリングアワード2025」審査委員特別賞(2025年9月) 
千里中央公園 パークマネジメント(株)	ハードではなくソフト(人とネットワーク)を活かして地域の絆を深める活動を推進し、協力企業との連携イベントや地域団体・サークル主催のイベントを連日開催	地域住民・行政・企業が連携し、都市公園を地域の価値創造の場として再定義した点	「ワールドアーバンパークス・アワード」近隣公園アジアパシフィック部門(2025年10月) ※ ワールドアーバンパークス(WUP)は都市公園や公共空間の価値向上を目的とする国際組織 

*阪急阪神百貨店の
ビジュアル化されたバリュー

バリュー(=大切にしている価値観)は
「お客様の喜びは私たちの喜び」



一般財団法人H2Oサンタ: 10周年を迎えるこども支援の輪

- 「誰もが誰かのサンタになれる。」を合言葉に、規模が着実に拡大
 寄付総額: 2億1,544万4,699円
 賛助会員: 法人209社、個人43名
 イベント累計参加者数約: 約27万人(全て2024年度末時点)



営業利益・経営指標

	2025年度 期初予想 5/13公表	2025年度 予想 10/31公表	増減	2026年度 目標
(単位:億円)				
百貨店事業	240	230	▲10	250
食品事業	95	99	+4	115
商業施設事業	33	37	+4	25
その他事業	50	62	+12	10
営業利益	300	300	—	320
ROE	6.0%	7.9%	+1.9pt	6.6%以上
ROIC	5.4%	5.2%	▲0.2pt	5.9%

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応－2025年度進捗・現状分析

- 東宝株式売却により政策保有株式が縮減する見込み
- 2025年度の自己株式取得(上限150億円)の買付けを実施中
- 進行中の阪急本店のグローバルデパートメントストア化など成長戦略を着実に実行することで持続的な利益成長を図り、企業価値のさらなる向上を目指す

◆ 企業価値・株式価値の向上に向けた方針(2024-2026)

事業戦略

- 高成長/高収益事業への集中投資
(既存事業の深化と富裕層対応強化)
- 成長戦略の明確化
(「顧客基盤」を活かした新たな収益源の開発・展開)

資本・財務戦略

- 株主還元強化
余剰資本の積極的還元
(増配、3カ年自己株式取得300億円規模)
- 総資産・自己資本のコントロール
(資本収益性の向上)

- 株主・投資家層拡大とコミュニケーション強化
(IR強化)

直近

$$\begin{array}{ccccccc} \text{PBR} & = & \text{ROE} & \times & \text{PER} \\ 0.8\text{倍程度} & = & 6-7\%\text{程度} & \times & 12-14\text{倍} \end{array}$$

将来

$$\begin{array}{ccccccc} \text{PBR} & = & \text{ROE} & \times & \text{PER} \\ 1.2\text{倍超} & = & 8\%\text{以上} & \times & 15\text{倍超} \end{array}$$

■ 東宝が実施する自己株式の公開買付け(TOB)に応募し、当社保有株式の一部を縮減

◆ 公開買付け応募概要・日程等

応募予定株式の種類	普通株式
応募予定株式数	1,700,000株
買付け価格 / 売却予定総額	1株8,782円 / 149億円
決済開始日	2025年12月8日

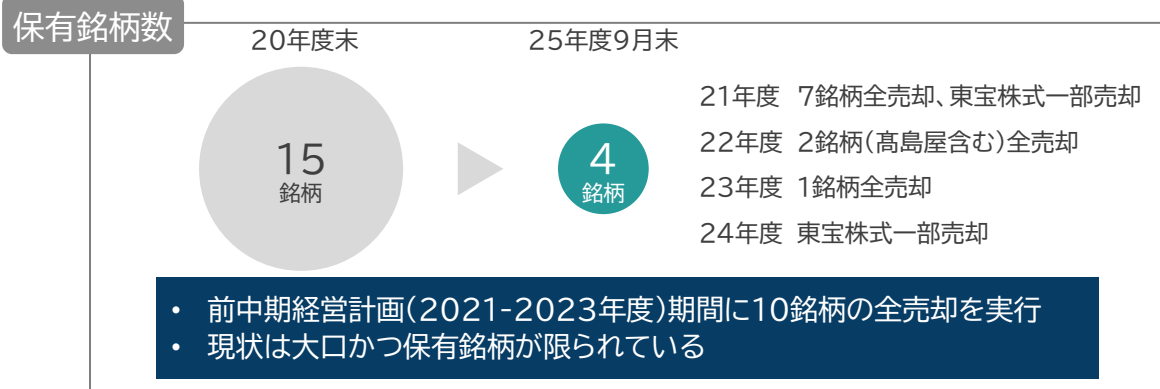
◆ 公開買付け応募前後の東宝株式所有状況

	所有株式数・応募株式数	発行済株式総数に対する割合
公開買付け前	8,797,852 株	5.19%
公開買付けへの応募	1,700,000 株	1.00%
公開買付け後	7,097,852 株	4.19%

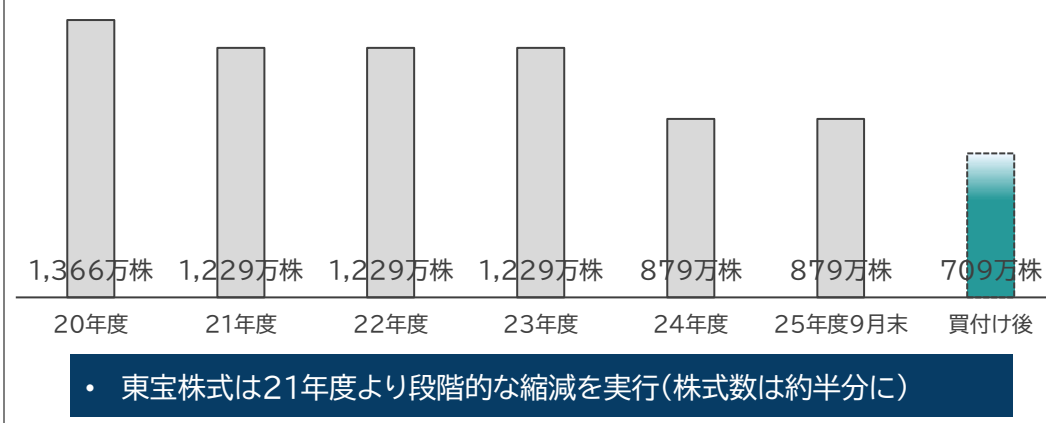
資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応－政策保有株式(上場株式)縮減状況

- 2021年度以降の売却により、保有銘柄数は大きく減少しており、今回の東宝株式売却予定額を合わせると売却額はおよそ600億円(2021-2025年度)
- 保有銘柄の株価上昇により連結純資産比率は上昇傾向にあるが、政策保有株式については今後も縮減を継続する方針

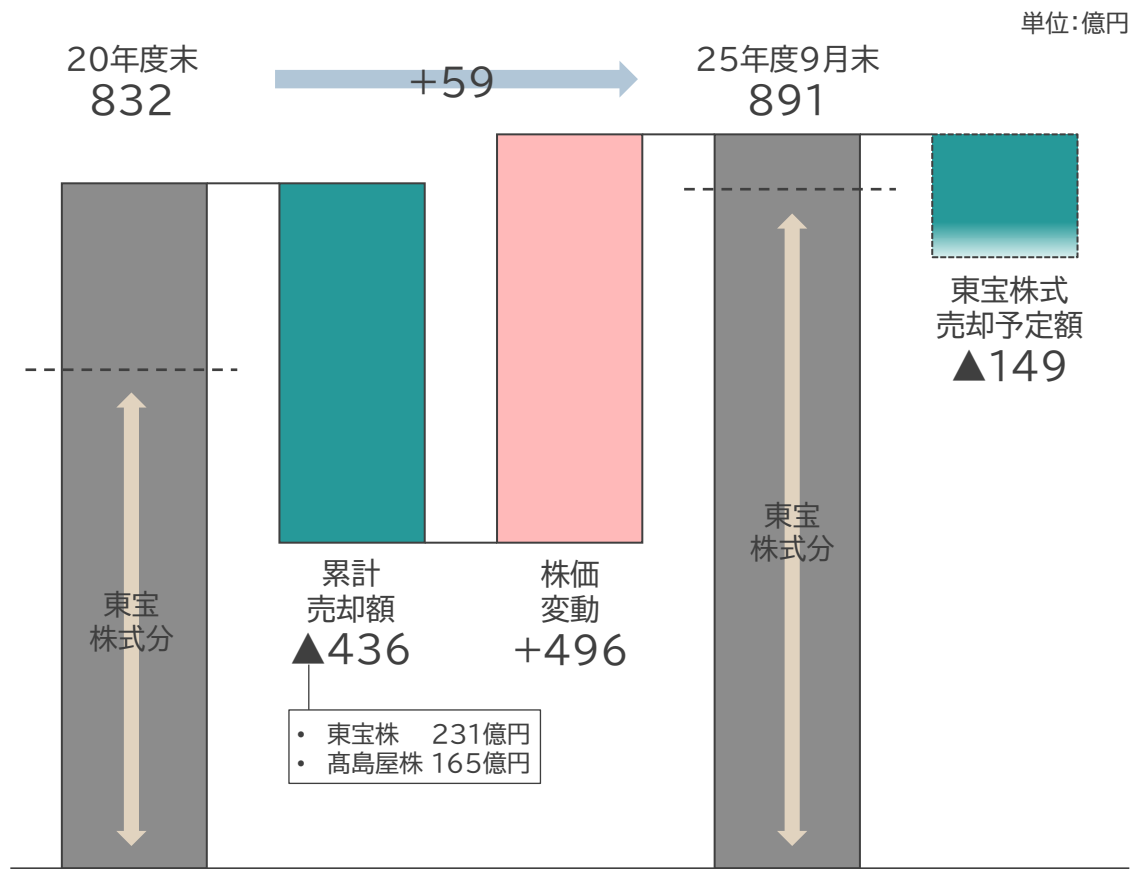
保有銘柄数推移



東宝株式保有数

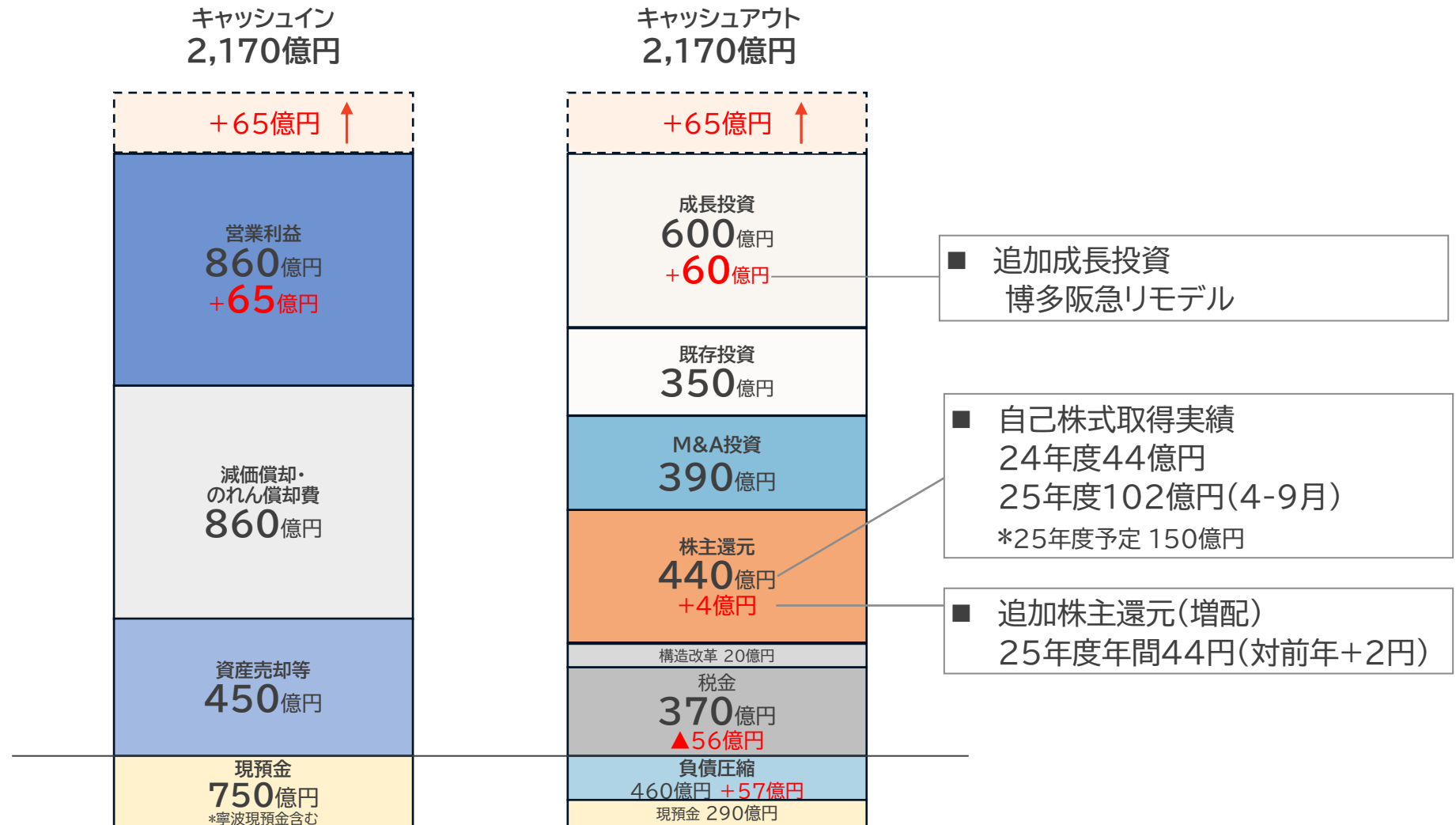


上場政策保有株式残高の増減要因(2020年度末～2025年度9月末)



CFアロケーション(2024-2026)

- 2025年5月公表から変更なし
- 中期経営計画(2024-2026)に則り、資本の効率化と中長期の成長に向けた投資を実行中



1 2026年3月期 上期業績

2 2026年3月期 業績予想

3 中期経営計画(2024-2026)進捗

4 Appendix

単位:億円

	2024年度 上期実績	2025年度		
		上期実績	対前年増減率	対前年増減
総額売上高	5,585	5,554	▲0.5%	▲30
売上高	3,313	3,330	+0.5%	+18
売上総利益	1,484	1,486	+0.1%	+2
販管費	1,334	1,367	+2.5%	+33
人件費	498	495	▲0.5%	▲2
賃借料	246	245	▲0.5%	▲1
広告宣伝費	43	43	+1.2%	+1
減価償却費	103	120	+17.1%	+18
委託作業費	100	108	+8.4%	+8
販売手数料	64	63	▲1.1%	▲1
運搬費	82	80	▲2.6%	▲2
その他経費	199	212	+6.7%	+13
営業利益	150	119	▲21.0%	▲31
経常利益	159	124	▲22.1%	▲35
特別損益	244	▲5	—	▲249
当期純利益	271	69	▲74.5%	▲202

単位: 億円

	2024年度				2025年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	対前年	2Q	対前年
総額売上高	2,764	2,821	3,155	2,857	2,733	▲1.1%	2,821	+0.0%
売上高	1,619	1,694	1,836	1,669	1,636	+1.1%	1,694	+0.0%
営業利益	93	57	139	59	55	▲38	64	+6
経常利益	102	57	140	59	61	▲41	63	+5
当期純利益	265	6	104	▲26	40	▲225	29	+23

Appendix
セグメント別業績推移

単位: 億円

		2024年度				2025年度			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	対前年	2Q	対前年
	百貨店	1,554	1,496	1,766	1,533	1,393	▲10.3%	1,472	▲1.6%
	食品	1,034	1,078	1,130	1,043	1,064	+2.9%	1,096	+1.7%
	商業施設	82	78	87	71	75	▲8.4%	72	▲7.3%
	その他	94	169	172	209	200	+113.3%	181	+6.9%
総額売上高		2,764	2,821	3,155	2,857	2,733	▲1.1%	2,821	+0.0%
	百貨店	80	47	107	50	35	▲45	48	+1
	食品	15	21	32	20	21	+6	21	▲0
	商業施設	13	8	12	6	13	▲0	8	▲0
	その他	66	▲18	▲12	▲14	105	+40	▲12	+6
	連結調整	▲82	▲0	▲0	▲3	▲119	▲37	▲1	▲1
営業利益		93	57	139	59	55	▲38	64	+6

Appendix
百貨店事業－業績推移

単位: 億円

	2024年度				2025年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	対前年	2Q	対前年
総額売上高	1,554	1,496	1,766	1,533	1,393	▲10.3%	1,472	▲1.6%
売上高	457	463	542	459	417	▲8.9%	450	▲2.8%
売上総利益	338	327	390	330	305	▲33	321	▲6
販売管理費	259	280	283	281	270	+12	273	▲7
営業利益	80	47	107	50	35	▲45	48	+1

Appendix
営業外損益・特別損益

単位: 億円

	2024年度 上期実績	2025年度		
		上期実績	前年増減	主な増減項目
営業利益	150	119	▲31	
営業外損益	9	6	▲4	・ 子会社株式取得関連費用の減少 + 7 ・ 為替差益の減少 ▲4 ・ 受取配当金の減少 ▲3 ・ 為替差損の増加 ▲2 ・ 持分法による投資利益の減少 ▲1
経常利益	159	124	▲35	
特別損益	244	▲5	▲249	・ 補助金収入の増加 + 9 ・ 投資有価証券売却益の減少 ▲142 ・ 段階取得に係る差益の減少 ▲80 ・ 固定資産売却益の減少 ▲26 ・ 固定資産除却損の増加 ▲6 ・ 店舗等閉鎖損失の増加 ▲5
税引前利益	403	119	▲284	
法人税、非支配株主損益	132	50	▲83	
当期純利益	271	69	▲202	

◆ 設備投資

単位:億円

		2024年度	2025年度		2025年度
		上期実績	上期実績	主な内容	1-4Q予想
	百貨店	19	42	阪急本店・阪神梅田本店・川西阪急スクエア改装	144
	食品	39	21	食品スーパー 新規出店・店舗改装	63
	商業施設	10	7	大井開発 客室改装工事	26
	その他	69	44	エイチ・ツー・オー リテイリング システム投資	161
	IT・DX	60	39		123
	寧波	6	1		14
	連結合計	132	114		395

◆ 減価償却費

単位:億円

		2024年度	2024年度	2025年度	
		上期実績	通期実績	上期実績	前年増減
	連結合計	104	235	122	+18

- 総資産は前期末からほぼ変動なし
- 投資有価証券の含み益増加により、固定資産及び純資産が増加

単位:億円

総資産7,312(前期末比+7)

主要な増減

- ・ 売掛金の減少 ▲77

流動資産
1,584
(前期末比▲111)

負債
4,123
(前期末比▲48)

主要な増減

- ・ 買掛金の減少 ▲50
- ・ 長期借入金の増加 +137
- ・ 未払金の減少 ▲123

主要な増減

- ・ 有形・無形固定資産の減少 ▲65
- ・ 投資有価証券の増加 +206

固定資産
5,727
(前期末比+117)

純資産
3,189
(前期末比+54)

主要な増減

- ・ 利益剰余金の増加 +42
- ・ 自己株式の増加 ▲100
- ・ その他の包括利益累計額の増加 +116

自己資本比率42%(前期末41%)

本資料に記載された情報については、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではなく、今後予告なしに変更されることがあります。

万が一、この情報に基づいて被ったいかなる損害に関しても、当社及び情報提供者は一切の責任を負いませんので、ご承知おき下さい。

また、本資料の著作権は全て当社に帰属し、著作権法に定める私的利用の範囲を超えて無断で、複写・転載等することを禁じます。

**2026年3月期第3四半期決算発表は、
2026年2月4日(水)を予定しております。**