

株式会社コメリ

2026年3月期 中間期

決算説明会資料

(2025年4月1日～2025年9月30日)



KOMERI

<https://www.komeri.bit.or.jp/>



2025年10月29日
東証プライム (8218)

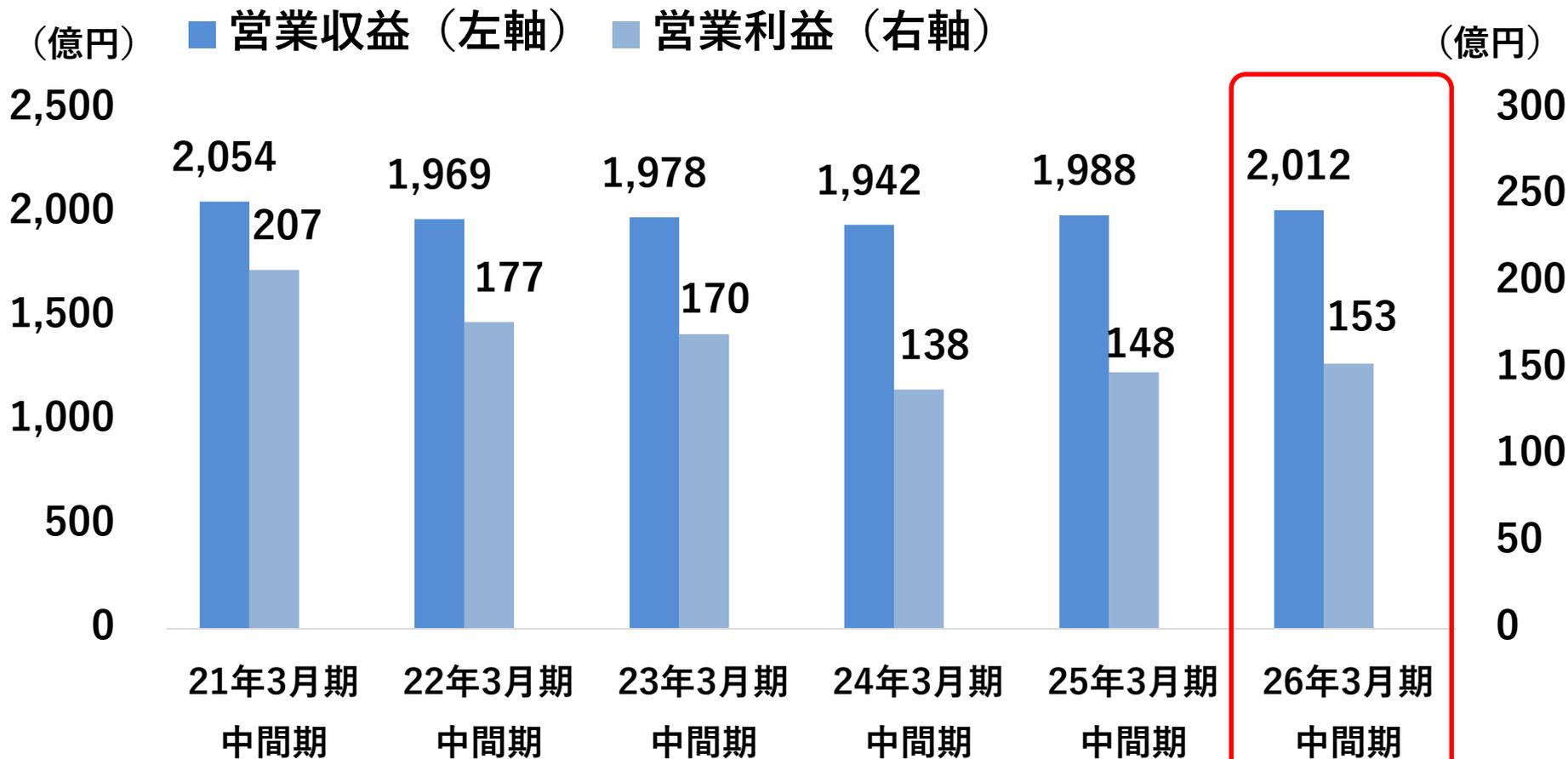
2026年3月期 中間期 決算実績 (連結)



(単位：百万円)

| | 2026年3月期 中間期実績 | 営業収益比 | 前年比 | 計画比 |
|---------------------|-------------------|--------|--------|--------|
| 営業収益 | 201,234 | 100.0% | 101.2% | 98.6% |
| 営業総利益 | 70,073 | 34.8% | 102.4% | 99.2% |
| 販売管理費 | 54,714 | 27.2% | 102.0% | 98.6% |
| 営業利益 | 15,359 | 7.6% | 103.7% | 101.7% |
| 経常利益 | 15,605 | 7.8% | 107.1% | 102.0% |
| 親会社株主に帰属 する中間純利益 | 10,360 | 5.1% | 108.4% | 101.6% |

営業収益・営業利益推移



- ・ 当社の主力カテゴリーである、農業資材の販売が堅調に推移
- ・ 4～5月は天候が不安定な週末が多く、ガーデニング用品が低調
- ・ 6～7月は気温が高く、冷房用品や遮光用品が堅調

商品カテゴリー別実績



(単位：百万円)

| | 2026年3月期 中間期 | | | | |
|------------------|--------------|--------|-------|--------|------|
| | 売上金額 | 前年比 | 営業収益比 | 荒利益率 | 前年差率 |
| 工具・金物・作業用品 | 35,889 | 101.3% | 17.8% | 42.3% | ▲0.2 |
| リフォーム資材・エクステリア用品 | 28,381 | 99.2% | 14.1% | 29.0% | +0.2 |
| 園芸・農業・ペット用品 | 70,694 | 102.1% | 35.1% | 31.0% | +0.7 |
| 日用品・家電・カー・レジャー用品 | 38,204 | 100.9% | 19.0% | 25.7% | +0.3 |
| インテリア・家庭・オフィス用品 | 16,615 | 98.4% | 8.3% | 39.9% | +0.2 |
| 燃料等 | 2,094 | 123.1% | 1.0% | 10.6% | ▲0.4 |
| その他 | 7,410 | 105.0% | 3.7% | 100.0% | — |
| ホームセンター事業計 | 199,290 | 101.3% | 99.0% | 34.8% | +0.3 |

- ・ 作業シートや電材等の建設事業者向けの商品の販売が堅調
- ・ 熱中症対策の義務化により、ファン付きウェア等が好調
- ・ カー用品のPBブランド「CRUZARD」が好調
- ・ 発電機や乾電池等、去年の防災用品特需の反動減

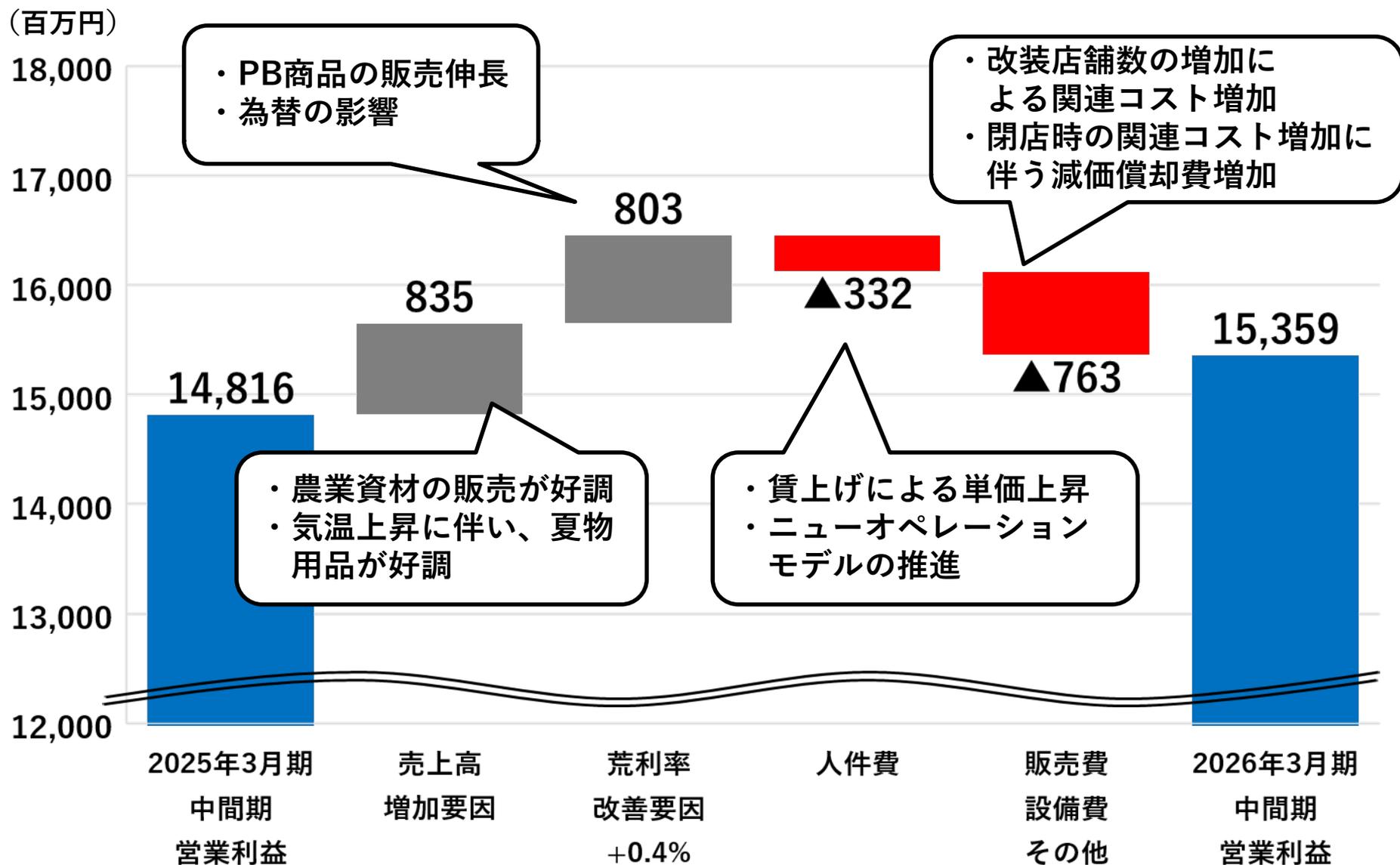
フォーマット別実績



| | 2025年3月期 中間期 | | 2026年3月期 中間期 | |
|----------|-----------------|-----------|-----------------|-----------|
| | 売上 前年比 | 売上 既存比 | 売上 前年比 | 売上 既存比 |
| パワー | 103.4% | 101.6% | 102.4% | 100.3% |
| PRO | 140.3% | 108.2% | 130.5% | 106.7% |
| ハード&グリーン | 101.2% | 100.8% | 99.7% | 99.6% |
| 合計 | 102.4% | 101.2% | 101.2% | 100.0% |

- ・パワーは冷房用品等の夏物関連商品が堅調
- ・PROは、作業シートや電材等の消耗資材や、熱中症対策の義務化によりファン付ウェア等の販売が堅調に推移
- ・ハード&グリーンは、水稻資材を中心に農業者の購買が伸長

営業利益増減要因



販売管理費



(単位：百万円)

| | 2026年3月期 | | 中間期 | |
|-------|----------|--------|--------|--------|
| | 実績 | 前年比 | 前年差 | 計画比 |
| 人件費 | 24,192 | 101.4% | +332 | 99.4% |
| 販売費 | 6,395 | 99.4% | ▲40 | 92.3% |
| 設備費 | 18,275 | 102.5% | +441 | 100.4% |
| その他経費 | 5,850 | 106.6% | +363 | 97.5% |
| 合計 | 54,714 | 102.0% | +1,096 | 98.6% |

- ・ニューオペレーションモデルにより人件費の増加を抑制
- ・電気料金の単価を見直し光熱費を抑制
- ・改装店舗数の増加に伴い、関連コストの増加

連結貸借対照表



(単位：百万円)

| | 科目 | 2025年9月末 | 2025年3月末 | 前期末増減 | 2024年9月末 | 前年増減 |
|------|------------|----------|----------|---------|----------|---------|
| 資産の部 | 流動資産 | 178,816 | 181,484 | ▲2,668 | 172,769 | +6,046 |
| | うち 現金及び預金 | 17,071 | 16,342 | +729 | 12,919 | +4,151 |
| | うち 商品 | 120,322 | 130,419 | ▲10,097 | 122,102 | ▲1,780 |
| | 固定資産 | 209,124 | 205,176 | +3,947 | 194,841 | +14,282 |
| | うち 有形固定資産 | 181,795 | 178,258 | +3,537 | 167,844 | +13,950 |
| | うち 無形固定資産 | 9,278 | 9,120 | +158 | 9,190 | +87 |
| | 資産合計 | 387,940 | 386,661 | +1,278 | 367,611 | +20,328 |
| 負債の部 | 流動負債 | 94,575 | 105,740 | ▲11,164 | 97,266 | ▲2,690 |
| | うち 短期有利子負債 | 12,408 | 22,613 | ▲10,205 | 16,734 | ▲4,325 |
| | 固定負債 | 37,570 | 34,604 | +2,965 | 27,753 | +9,816 |
| | うち 長期有利子負債 | 14,496 | 11,530 | +2,965 | 9,408 | +5,087 |
| | 負債合計 | 132,146 | 140,345 | ▲8,198 | 125,019 | +7,126 |
| | 純資産合計 | 255,794 | 246,316 | +9,477 | 242,591 | +13,202 |
| | 負債・純資産合計 | 387,940 | 386,661 | +1,278 | 367,611 | +20,328 |

中間期の出店・改装実績



■ 出店 店舗数計 1,227店舗 (2025年9月末時点)

| 出店 | 合計 | パワー | PRO | H&G | アテナ |
|-------------|----|-----|-----|-----|-----|
| 通期計画 | 35 | 8 | 8 | 19 | 0 |
| 中間期 出店実績 | 5 | 2 | 2 | 1 | 0 |
| 退店 | 6 | 0 | 0 | 4 | 2 |

※うち1店舗はパワー化

■ 改装

| 改装 | 店舗数 | 改装坪数 |
|-------------|------|-----------------|
| 中間期 改装実績 | 65 | 改装面積 31,248坪 |
| 通期計画 | 約150 | 総売場面積 10%以上 |

- ・ H&Gのプロトタイプの水平展開
 - ・ キープヤング
- 売上 3.5% 増加

成長基盤投資 ～投資計画～



| | 2026年3月期 計画 | > > | 2026年3月期 中間期実績 |
|---------------------|-----------------------------------|--------|----------------------------------|
| 新規出店 | 35店舗 130億円 | > > | 5店舗 25億円 |
| 既存店 改装等 | 売場面積の 10%強 30億円 | > > | 65店舗実施 9億円 |
| 流通 センター (非店舗) | センター新設 既存センター 機能拡充 120億円 | > > | センター新設 既存センター 機能拡充 90億円 |
| 各種 システム投資 | 20億円 | > > | 9億円 |
| 合計 | 300億円 | > > | 133億円 |



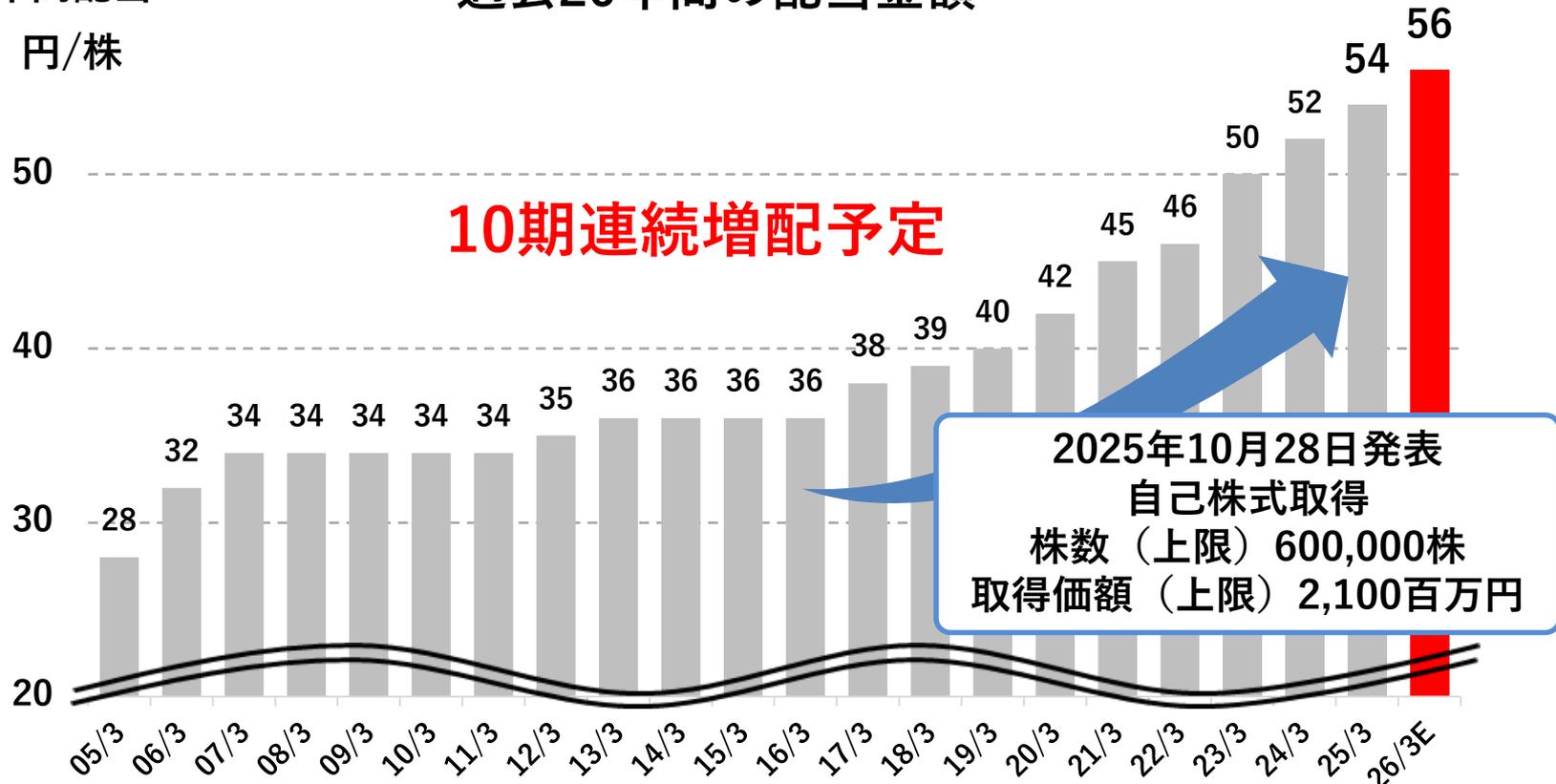
株主還元方針



■当社グループは、成長基盤投資が中長期的な企業価値向上、および株主利益の増大に資すると考えております。持続可能な成長に向けての財務健全性を維持しつつ、配当は安定的・継続的に実施してまいります。

年間配当
円/株

過去20年間の配当金額



2026年3月期業績予想



(単位：百万円)

| | 2026年3月期 中間期実績 | 前年比 | 計画比 | 計画差 | 2026年3月期 業績予想 | 前年比 |
|---------------------|-------------------|--------|--------|--------|------------------|--------|
| 営業収益 | 201,234 | 101.2% | 98.6% | ▲2,766 | 391,000 | 103.1% |
| 営業利益 | 15,359 | 103.7% | 101.7% | +259 | 23,500 | 104.9% |
| 経常利益 | 15,605 | 107.1% | 102.0% | +305 | 23,700 | 106.5% |
| 親会社株主に帰属 する中間純利益 | 10,360 | 108.4% | 101.6% | +160 | 14,600 | 106.4% |
| 配当金 | 中間 28円 | +1円 | - | - | 中間 28円 期末 28円 | +2円 |

2025年4月22日に公表いたしました
通期業績予想を据え置いております



全部、**コメリ**ましょ。



新CM「全部、コメリましょ。」

【お庭編】 <https://youtu.be/QMgHilq3wqw> 【雑草編】 <https://youtu.be/TU6RB7R6gCE>

競争環境の変化

フォーマットの細分化とそれに伴うパイの奪い合い

- ・ HC、SM、DgS、CVS、各種専門店等 . . .

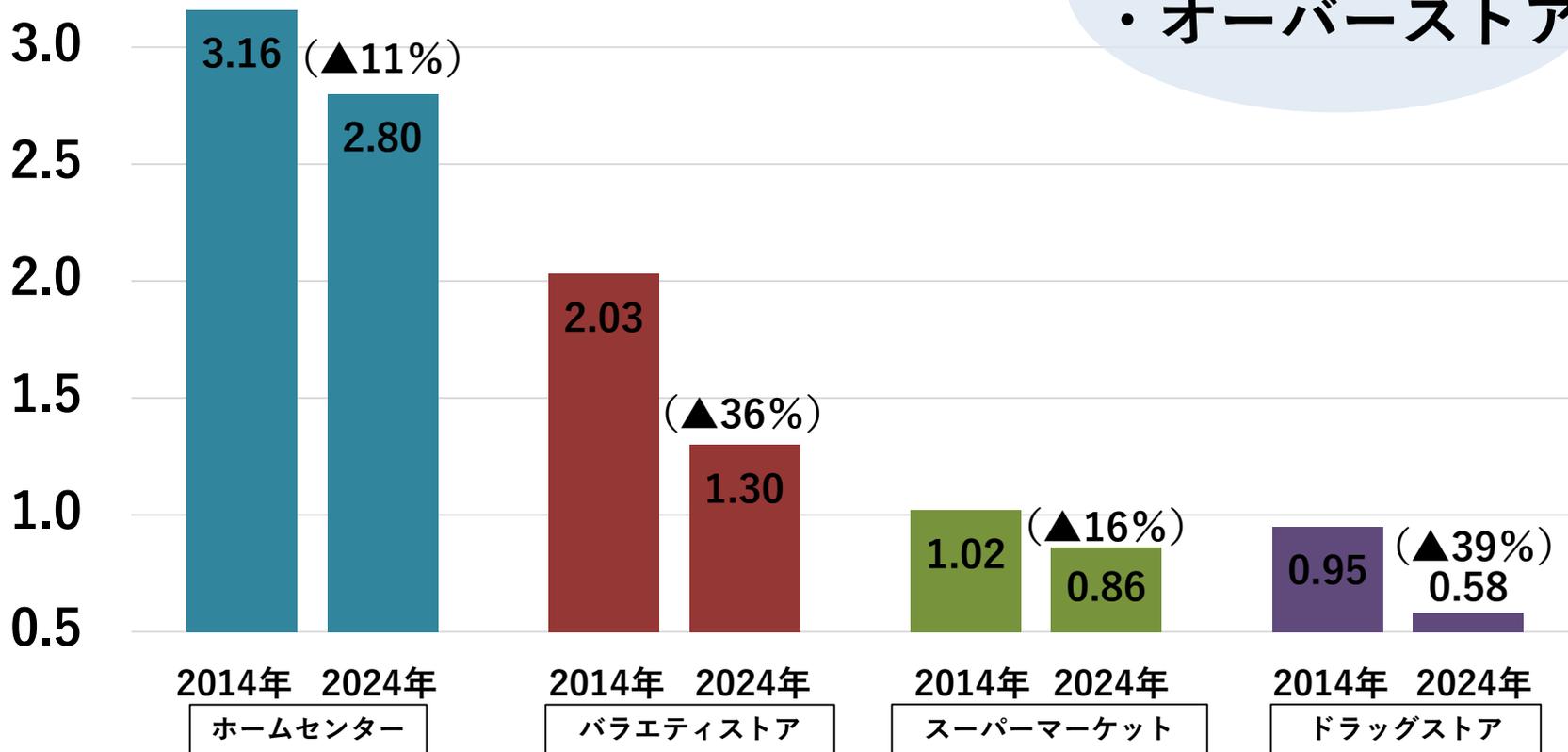


奪う量 > 奪われる量 = 成長

競争環境の変化

各フォーマットの1店当りの人口

(万人/店舗)



- ・人口減少
- ・オーバーストア

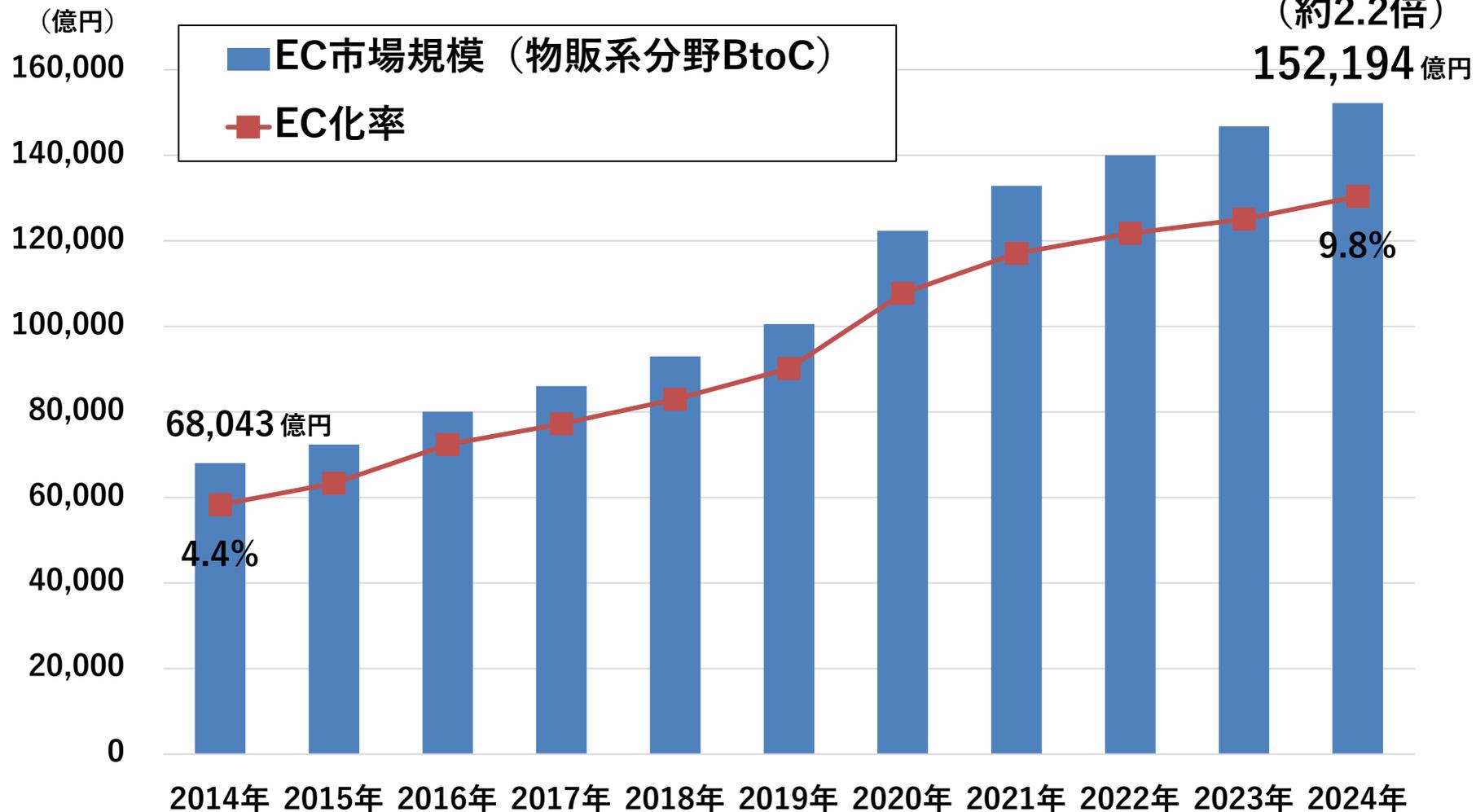
1店当たりの人口は減少の一途

※ 1店舗あたり人口は日本の総人口を各フォーマットの店舗数で割って、1店舗あたり人口を算出

競争環境の変化



E C市場の拡大

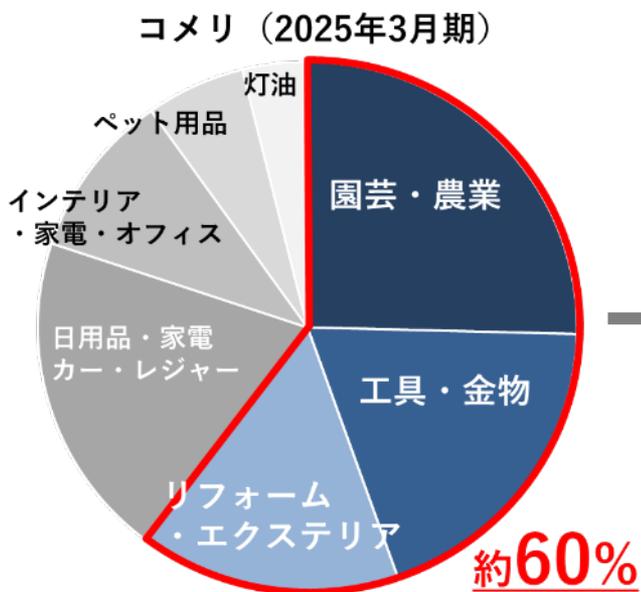


出典：経済産業省商務情報政策局 令和6年度電子商取引に関する市場調査報告書

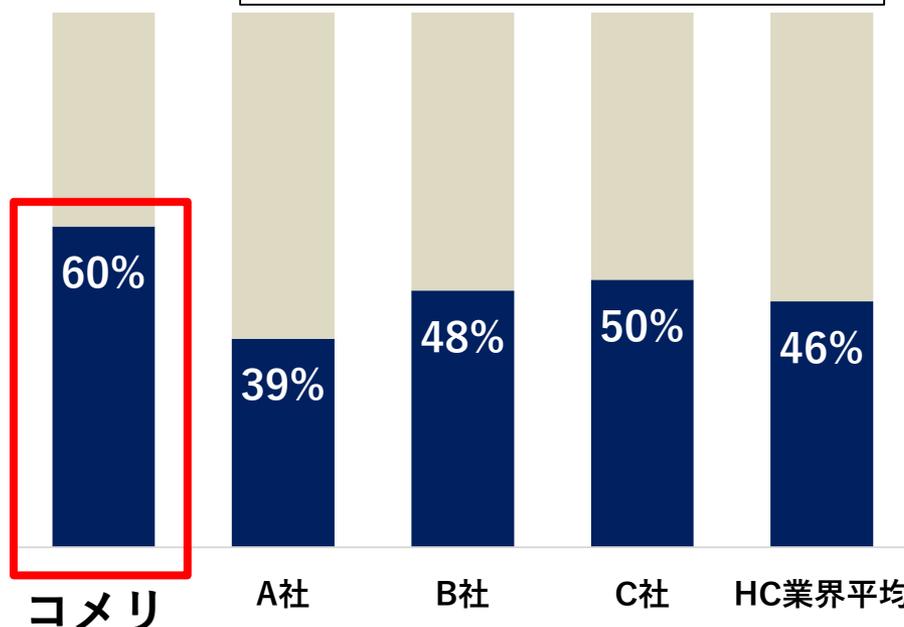
HC業界の状況

適正規模を超えた巨艦店舗の苦戦

- ・各種フォーマットの細分化により品種単位で奪取される
 - 店舗選定基準（近さ、安さ、品揃え）
 - コメリの核カテゴリーによる差別化



核カテゴリーの売上構成比較



- チェーンストアの原理原則
- ローコストオペレーション
- 小商圏フォーマット
- 関連サービスの展開
- 人材育成



一隅を照らす経営

3S主義（単純化、標準化、差別化）

『住関連分野』

- ・ お客様のご不満が最も多い
 - 前近代的な流通が多く残る分野
 - ① 資材・建材、金物、工具、
 - ② 園芸・農業資材



チェーンストアによる流通近代化

→ 業種店のニーズを担う 『○○ならコメリ』

重点戦略

①商品のマス化

- ・標準化された多店舗展開によって実現される商品のマス化

②生産～販売までをコーディネート

- ・グローバル物流：世界のベストソースから

③損益分岐点の低さを実現

- ・徹底したローコスト化

④近代的チェーンストアによる流通

- ・トラディショナルな業種店流通から転換

標準化された3つのフォーマット

■ハード&グリーン（小商圏）

- ・多店舗展開可能
- ・潜在的出店可能店舗3,000店舗
- ・ローコストオペレーション
→損益分岐点の低い、腰の低い経営

■パワー/PRO（中～大商圏）

- ・旗艦店として周辺のハード&グリーンと連携



完全に標準化された3つのフォーマットを隙間なく多店舗展開
→商品のマス化、商品力の源泉となる

ローコストこそ最大の武器

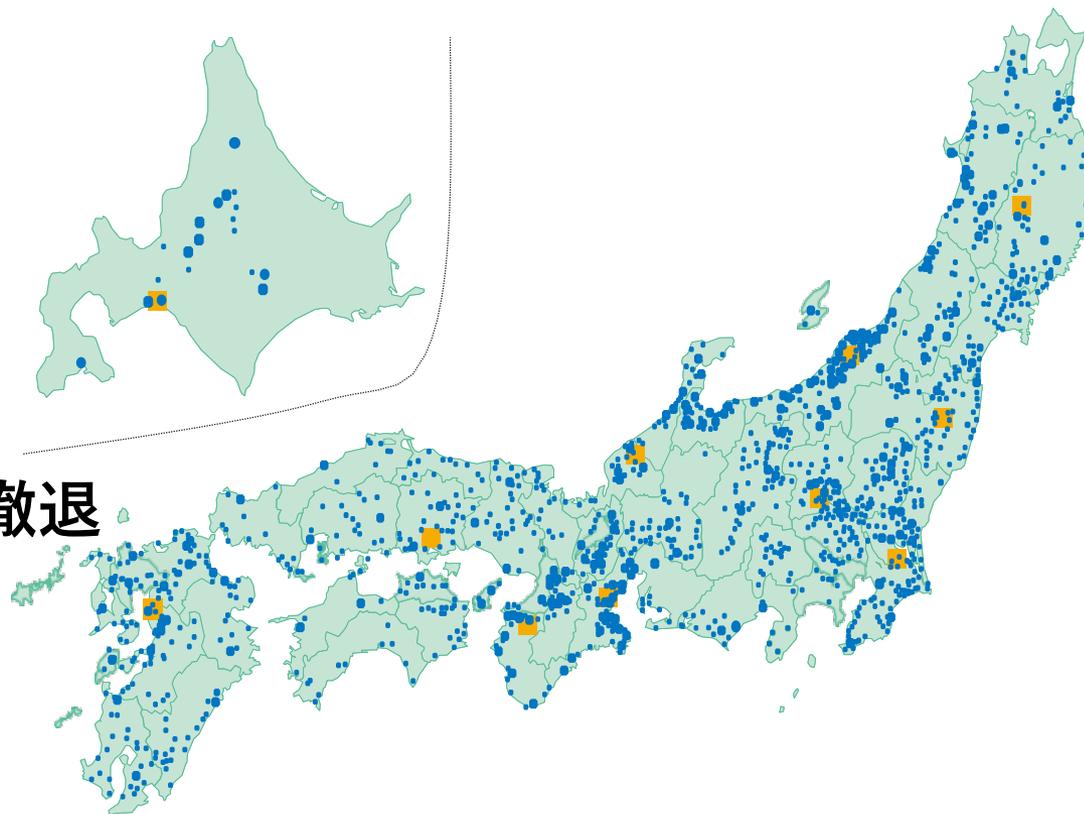
■低損益分岐点を実現

『建設費』 『仕組み』 → ローコストオペレーションの実現

- ・人口減少
- ・オーバーストア

損益分岐点の高い店から撤退

売上は残存店に上乘せ



改装による既存店の活性化

立地与件、競合与件の変化に対応

・ キープヤング



・ プロトの水平展開



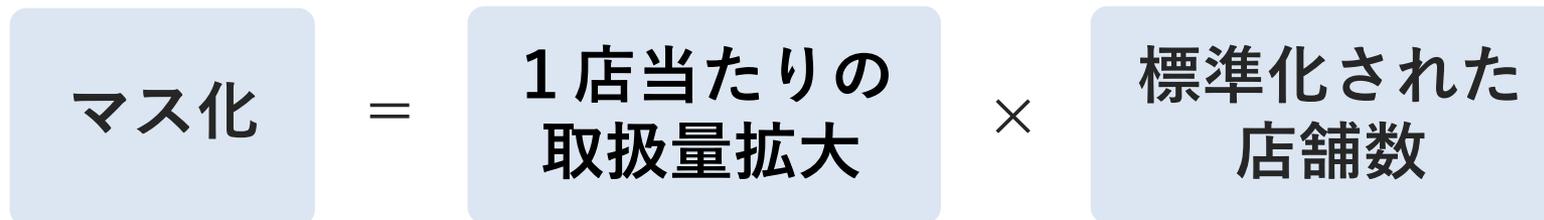
・ フォーマット転換



- ・ 上半期：改装実施店舗 **65店舗** (改装面積：31,248坪)
→ 下半期85店舗を計画
- ・ 改装実施後
→ 売上高 **3.5%** 増
- ・ パワー/PROへの業態転換
→ 増床及び棚割の見直し
→ 専門サービスの充実

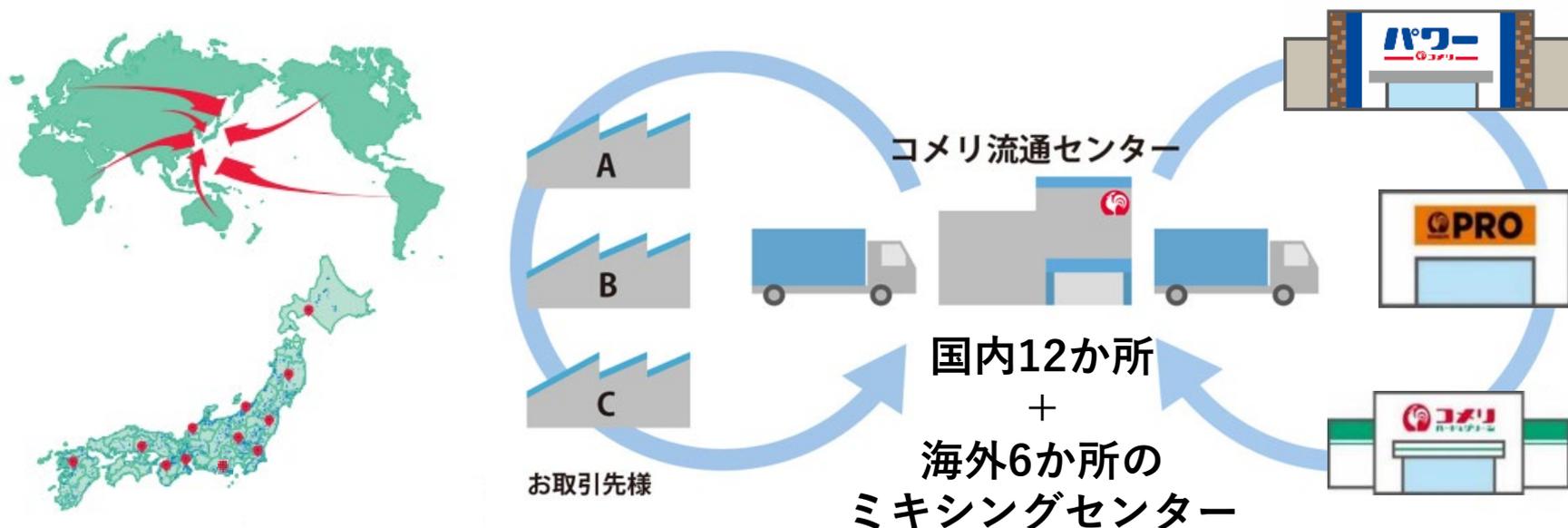
商品力の強化

■ マス化による商品力アップ



■ 商品力強化のための物流

- ・ より良い商品をより安く、世界のベストソースから



商品力の強化



PB強化、カテゴリーブランドの強化

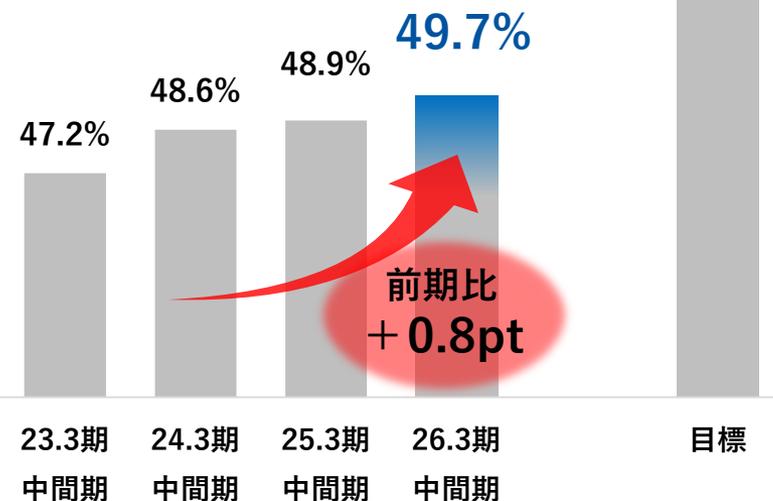
暮らしを守る（同じ商品であればどこよりも安く）

暮らしを育てる（同じ価格であればどこよりも良い商品を）

PB売上高構成比

(燃料を除く)

60.0%



選んでお得！コメリのオリジナル商品



CRUZARD

Jenix

Athena Life

L'CREST



SOLVIC

Pet ami

BICROP

Breezy Green



2026年3月期2Qの新商品の例



<プレミアムかんたんワックススプレー> <ちりとりにもなるスタンドバッグ>

商品力の強化



販売力の強化

- ・ EDLPの推進
 - SKUを絞って毎日安い商品
 - 大量仕入れでローコスト
- ・ シーズナル企画の完全標準化
 - ステープル以外も標準化によるマス化&商品の強化

とく 得値

厳選特価で
ご提供いたします!

家計 応援!

安さ 毎日
EVERYDAY LOW PRICE

お客様の生活応援!
EVERYDAY LOW PRICE

目印はこのマーク

毎日がお買い得価格

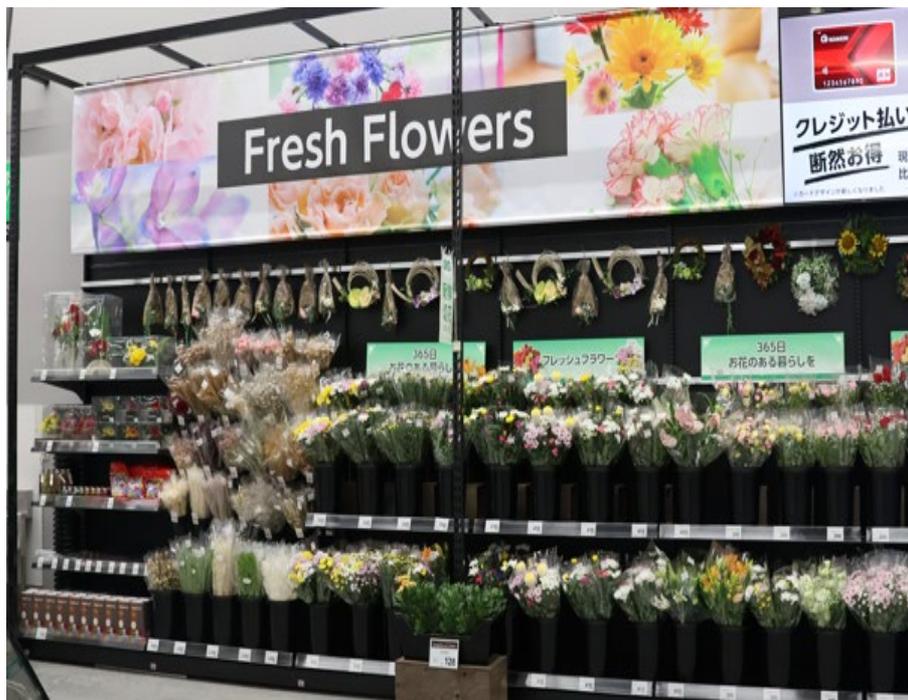
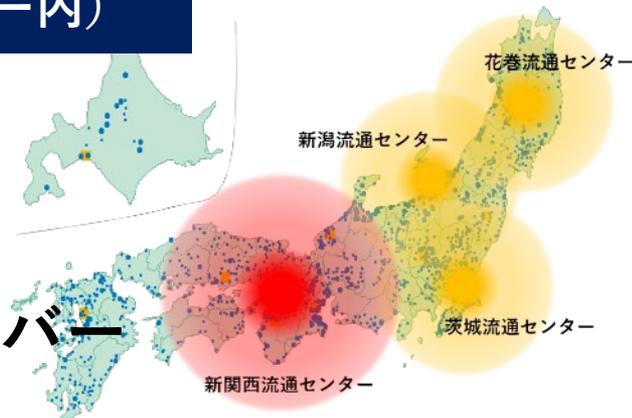


FMC（フレッシュマネジメントセンター）



切花の流通・加工を自社で実施（物流センター内）

- ・ 国内外の生産者から花材調達
→ 「より新鮮でより安い」切花を提供
- ・ 新関西センター稼働後：約1,000店舗カバー



物流の役割

生産～販売
までのトータル
プロデュース

商品力の強化

ローコスト
オペレーション

- 
- ・ 現関西センターを移転拡張
 - 関西エリアの出店強化
 - 物流の効率化
 - ・ 最新システム導入
 - 構内および店舗の省力化・省人化
 - ・ 車両待機時間 平均25分→5分

ローコストオペレーション



止める、他でやる、頻度の見直し、やり方を変える

■仕入・納品

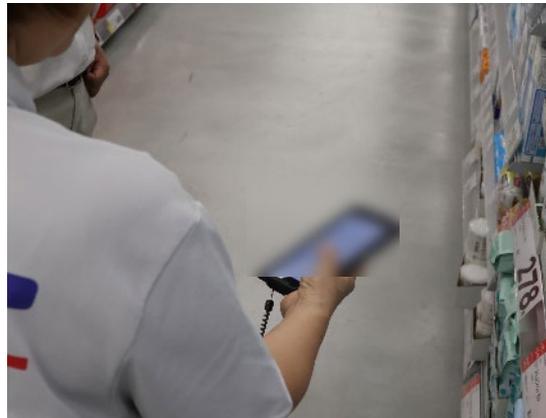
- ・物流センター
→ 検品、売場別納品
- ・ EDLP 等

■売場

- ・ユニットコントロール
- ・FRM、SRP 等

■DX

- ・セルフレジ
- ・清掃ロボット
- ・自動発注比率向上
- ・稼働計画の準自動化 等



接客時間を創造（コンサルティングセールス）

リフォーム事業



1,200を超える店舗数を活かしたチェーンリフォーム

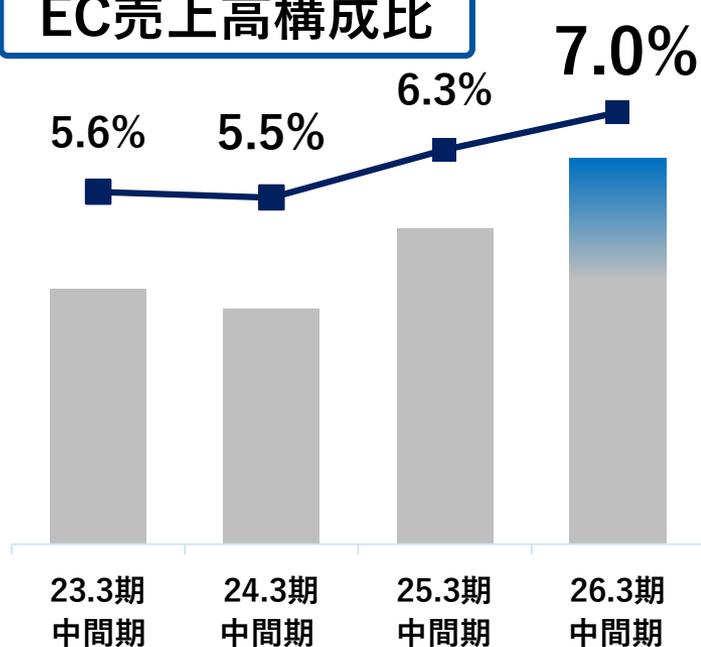
- ・標準化された「商品力・提案力・施工力」
- ・リフォームマイスター2級取得率：**82.7%**
(2025年9月末時点)



ネットとリアル融合

- ・ 1,200を超えるリアル店舗の強みを活用
- ・ EC売上前期比115.3%、EC売上比率7.0%（前期比0.7%増）
- ・ EC注文商品の店舗受取比率は80%超

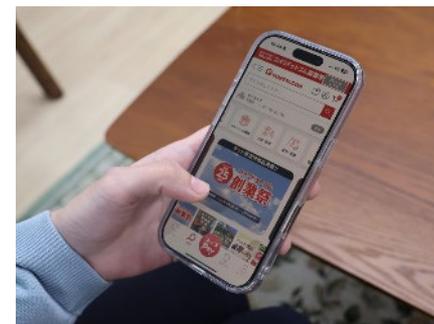
EC売上高構成比



送料不要の
店舗受取
BOPIS

約52万SKUが
ネット注文可能

 **KOMERI.COM**



ロイヤルカスタマーづくり

- ・ 個人、農家、法人等の決済ニーズに合わせた6種類のカード
→カードホルダーの売上構成比約50%
- ・ 年間の購入金額に応じてポイント率を優遇するFSP施策
- ・ カードとアプリの連携によりお客様のニーズに合ったCRM

FSP制度



アプリ連携

Pay
コメリの
スマホ決済

お買い得
情報が届く

お店の在庫が
わかる!

在庫数
〇〇個

ダウンロードは
こちらから

お店で商品の
場所がわかる!

〇〇番
通路に
ごていませ

お選確率アップ

〇〇〇〇
キャン
ペーン

アプリからのエントリーで
応募
口数 **UP!**

お客様に合ったCRM

春の農業用品
予約受付中

灯油宅配
一回のお申込みで
ひと冬安心

リフォーム
KOMERI

農業分野の取り組み



農業者の利便性向上

- ・ アグリ営業マネジャー 98名
→ 518店舗にて営農指導
- ・ 6JAとの協業関係
→ JAの商品を取り扱っている店舗は39店舗に拡大
→ JA・農業者・コメリの「三方良し」 (2025年9月末時点)



<アグリ営業マネジャーによる営農指導> <2025年6月/JA山梨みらいとの協業開始セレモニー>

唯一無二の ホームセンター創り



人的資本投資



お客様のお困りごとを解決できる人材・環境づくり

賢和塾

提案力

- ・社内マイスター制度の充実
→ハード、グリーン、リフォーム等



商品知識・業務習得

- ・Eラーニング
- ・OJT、OffJTの環境整備



マネジメント

- ・社内アメリカセミナー
- ・中堅育成セミナー 等



ジョブローテーション制度

- ・計画的な配置転換により知見の拡大
→多角的な視点で問題解決能力の向上
- ・FA制度の導入
→経験したい部署への立候補制度

多様な人材の活躍



・女性活躍推進



店舗オペレーションの省力化

→ 478名の女性が店舗管理職として活躍中

【大型店】

店長2名、店次長5名、グループリーダー358名

【H&G】

店長113名

(2025年9月末時点)

・採用環境の整備

コメリグループ採用選考におけるお約束

- 私たちは、応募してくださる皆さんの個性と尊厳を尊重します。
- 私たちは、応募してくださる皆さんにいかなるハラスメント行為も行いません。
- 私たちは、応募してくださる皆さんに公平な選考環境を提供します。

(採用活動に関するご相談窓口)

コメリグループへの就職活動の際に、ハラスメントなどの不適切な行為に関するご申告やご相談がございましたら、以下の窓口までご連絡いただけますようお願い申し上げます。ご連絡いただいたことで選考が不利になることはありません。

コメリグループ
防止方針

社内相談窓口



メール：soudan@bit.or.jp

社外相談窓口



メール：oshirase@resus.co.jp

コメリグループ公正採用方針を策定

- ・ 応募者の人権と多様性を尊重
- ・ 公正で透明性の高い採用活動

(2025年9月30日策定)

サステナビリティの取り組み

・ 太陽光発電設備の導入拡大



| | 当中間期 設置数 | 累計設置数 (2025年9月末時点) |
|--------|-------------|-----------------------|
| 店舗 | 2 | 21 |
| 物流センター | 1 | 5 |
| 合計 | 3 | 26 |

年間CO2排出削減量見込み：約630 t

・ 環境に配慮した商品開発



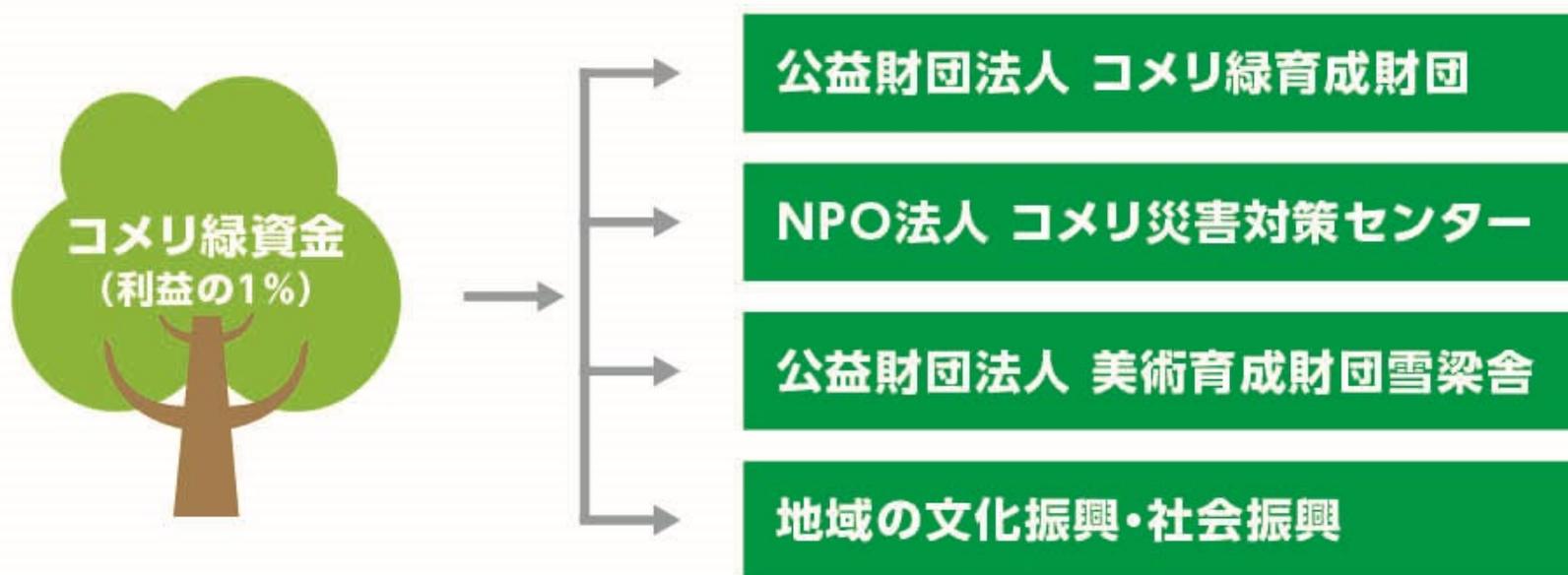
農業用品のPB「BICROP」のボードン袋

→従来品のプラスチックを**20%**削減

→輸送時の環境負荷も抑制

地域社会へのご恩返し「コメリ緑資金」

1990年から毎年利益の約1%を社会還元



35年間の活動総額は 約26.0億円



公益財団法人

コメリ緑育成財団

自然環境保全
里地里山保全活動

コメリ緑資金
ボランティア

農業の振興・
支援事業



各自治体や地域社会と連携し、自然環境保全活動や森林整備や自然環境の保全・育成に取り組んでおります。
一般公募助成 21都道府県 42団体（2024年度）



NPO法人
コメリ災害対策センター



< 2025年8月/練馬区総合防災訓練 >



< 2025年7月/愛媛県八幡浜市 協定締結式 >

災害対策センター設立20年

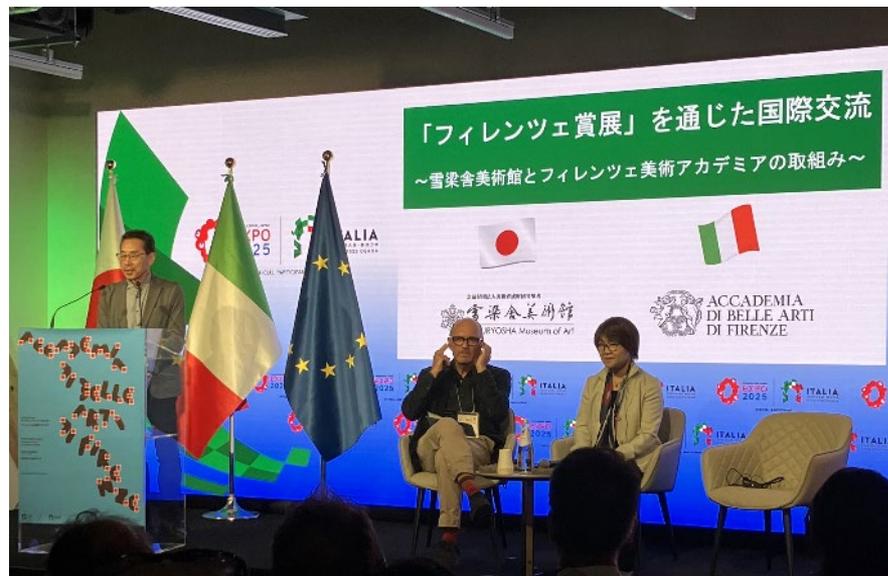
- ・ 1,185団体との物資支援協定を締結（25年9月末時点）
- ・ 各自治体の「防災・減災」意識の向上に努めております。

公益財団法人美術育成財団雪梁舎



雪梁舎美術館

SETSURYOSHA Museum of Art



・若手芸術家の育成支援

→フィレンツェ賞展優秀者へフィレンツェへの留学支援等

・大阪・関西万博イタリア館より招待

→若手芸術家の育成支援活動についてパネルディスカッション



KOMERI

【見通しに関する注意事項】

当社が開示する情報の中には、将来の見通しに関する記述が含まれている場合があります。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定に基づくほか、様々なリスクや不確定性・不確実性を含んでおります。したがって、現実の業績は当社の見込とは異なる可能性があります。