

いい暮らし、いいあした。



**2026年3月期 第2四半期
決算説明会資料**

1. 上半期業績概況

2. グランドデザインと中期計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

1. 上半期業績概況

2. グランドデザインと中期計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

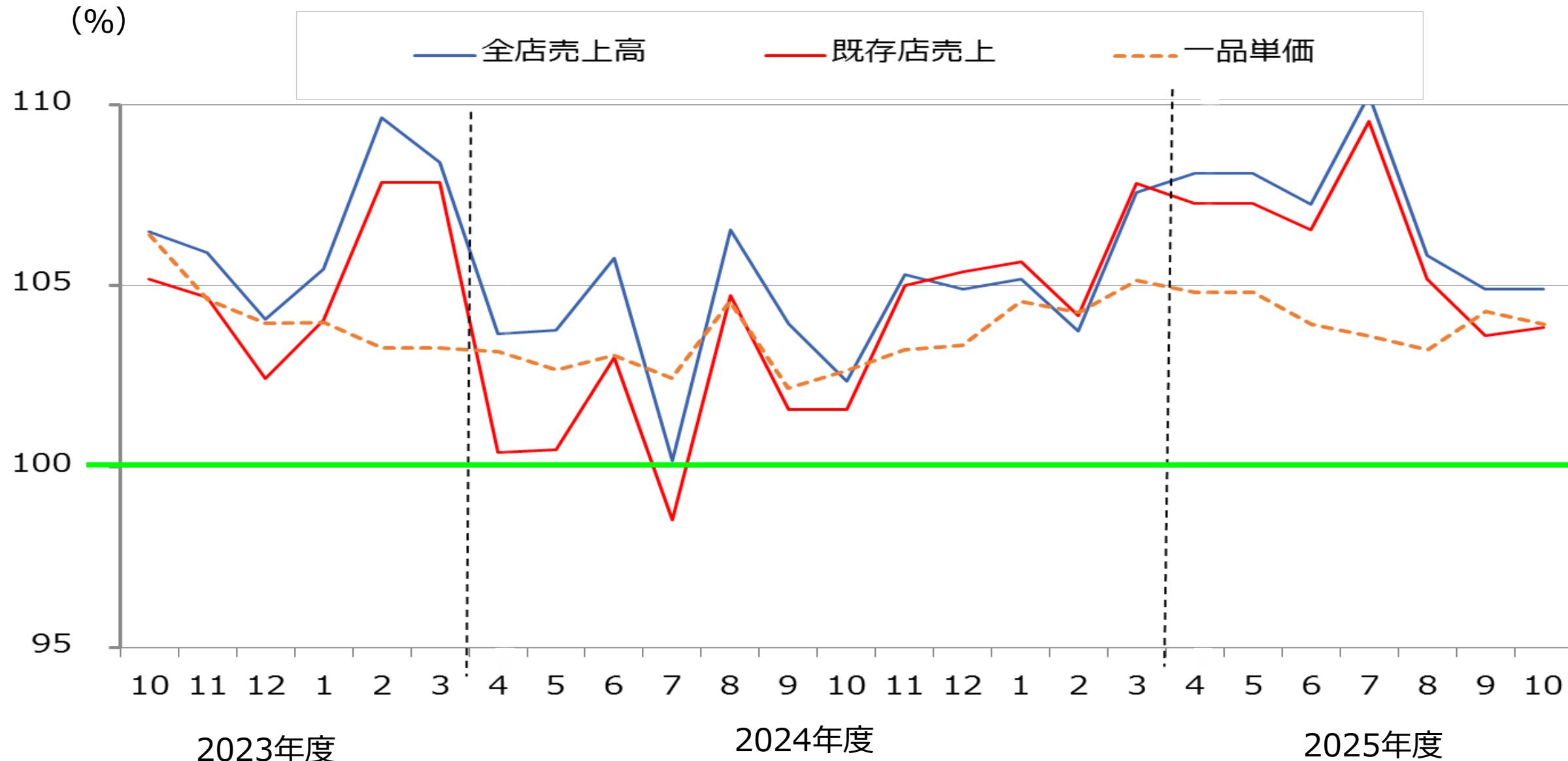
1 (1) 上半期 業績概要



	2024/9	2025/9	増減%	増減額	(単位：百万円)
売上高	137,812	146,718	6.5%	8,905	予想1,410億 既存店+6.6%
売上総利益	40,138 (29.1%)	41,807 (28.5%)	4.2%	1,668	戦略的競争対策、EDLP強化、インストアマーチャンダイジング、ロス・チャンスロスマネジメント
販売費及び一般管理費	34,323 (24.9%)	35,920 (24.5%)	4.7%	1,597	前向きな賃上げによる人件費増加 コストカット委員会の取り組み
経常利益	5,938 (4.3%)	6,026 (4.1%)	1.5%	88	予想52億
中間純利益	3,998	4,054	1.4%	56	予想35億
ROE/ROA	9.4%／9.0%	9.0%／8.8%	年間換算値		
開店店舗数	0	0	開店無し 改装 F富塚（伊勢崎市） H美沢店（長岡市）		
閉店店舗数	1	0	閉店無し		

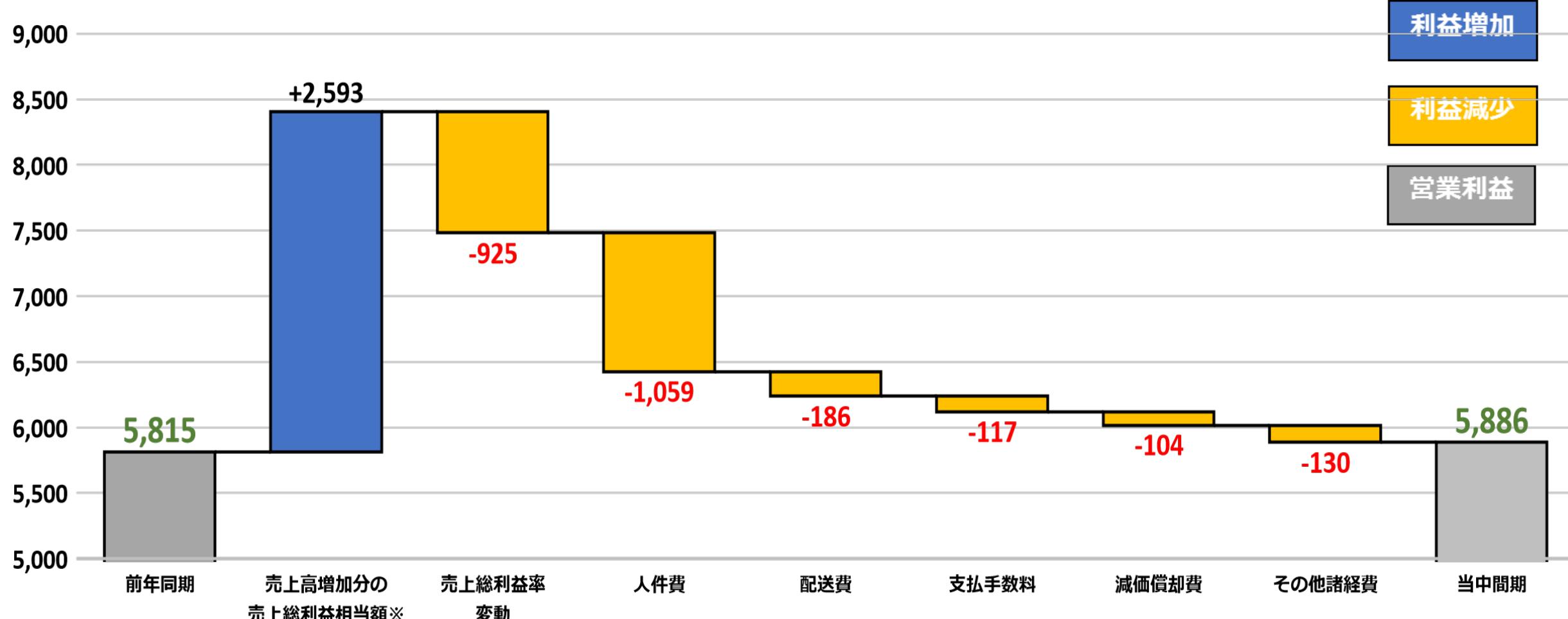
自社株市場買付 12億（2025年2月から開始した取得枠20億のうちの当期取得分）

1 (2) 売上高月別前年比



1 (3) 営業利益の増減要因

(単位：百万円)



※ 売上高増加分の売上総利益相当額 = 売上高増加額 × 前年同期の売上総利益率

1 (4) グループ別業績概況

Axial
RETAILING

(単位：百万円)

	 原信・ナルス				 フレッセイ			
	2025/9	増減率	増減額		2025/9	増減率	増減額	
売上高	104,954	7.7%	7,518		42,515	3.9%	1,581	
売上総利益	29,337 (28.0%)	5.7%	1,576		12,544 (29.5%)	0.8%	97	
販売費 及び一般管理費	24,647 (23.5%)	5.9%	1,369		11,356 (26.7%)	2.0%	223	
営業利益	4,690 (4.5%)	4.6%	206		1,187 (2.8%)	△9.6%	△125	
経常利益	4,874 (4.6%)	5.7%	264		1,219 (2.9%)	△7.7%	△101	
中間純利益	3,322	6.1%	191		815	△8.8%	△78	

1 (5) 四半期ごと業績

(単位：百万円)

	1Q (4-6)			2Q (7-9)		
	2025/4-6	増減率	増減額	2025/7-9	増減率	増減額
売上高	71,244	7.1%	4,721	75,474	5.9%	4,183
売上総利益	20,264 (28.4%)	4.9%	945	21,542 (28.5%)	3.5%	723
販売費 及び一般管理費	17,514 (24.5%)	5.1%	850	18,405 (24.3%)	4.2%	746
営業利益	2,749 (3.9%)	3.6%	94	3,136 (4.2%)	△0.7%	△23
経常利益	2,835 (4.0%)	2.5%	67	3,191 (4.2%)	0.6%	20
当期純利益	1,919	2.7%	46	2,124	0.5%	10

1. 上半期業績概況

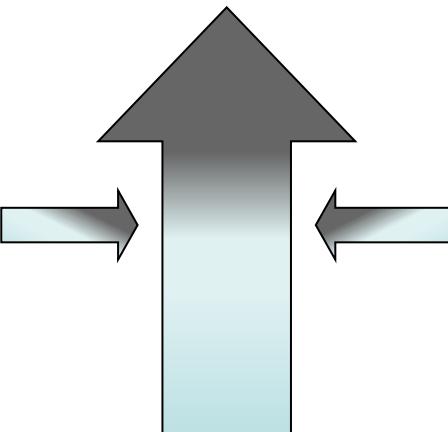
2. グランドデザインと中期計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

チェーンストアのマスメリットを生み出し
お客様に『豊かさ』『楽しさ』『便利さ』
をご提供する。

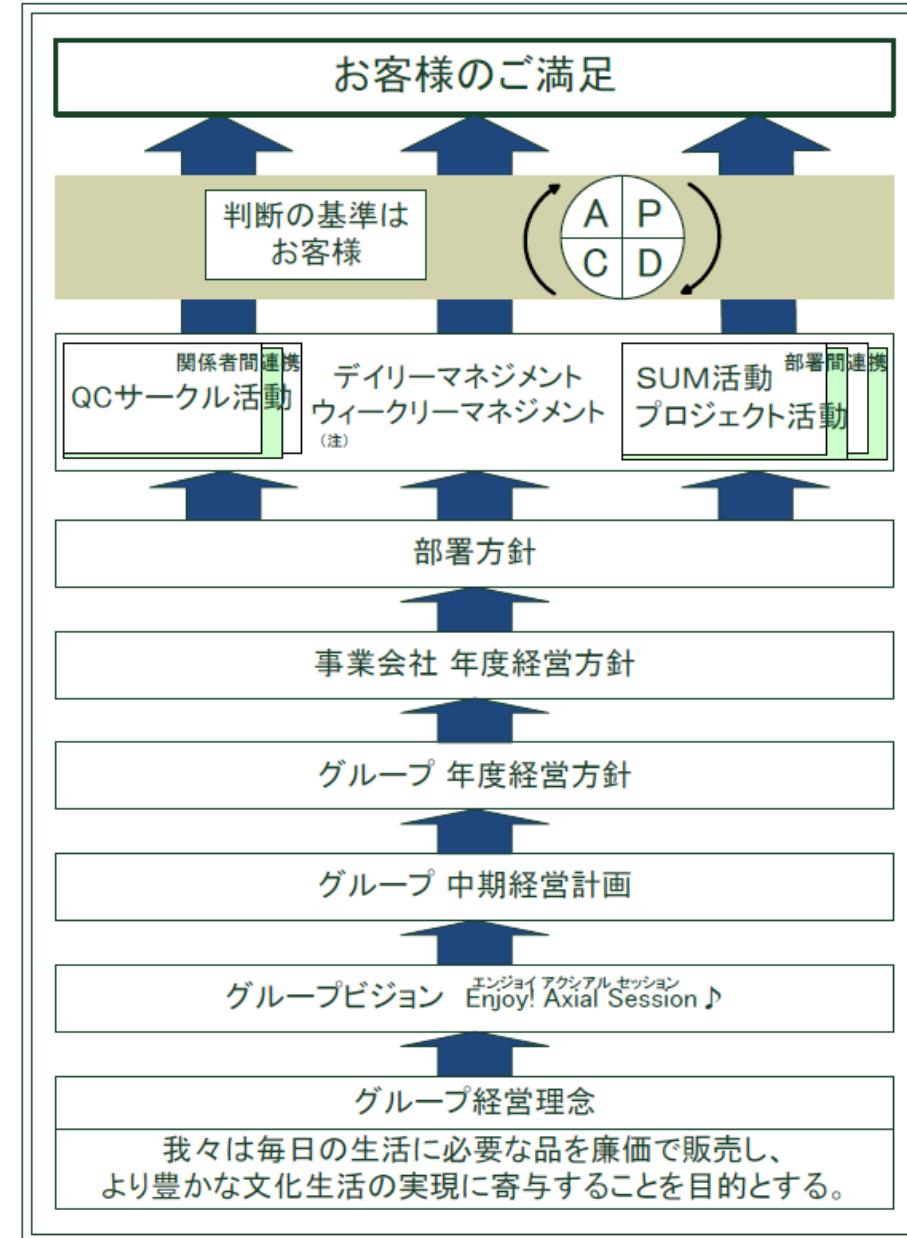
規 模
(スケール)



機 能
(仕組み)

人 材：基盤はTQM

2 (1) TQMとVISION、中期経営計画



中期計画（2025年度～2027年度）

年度方針・計画

2 (2) 中期経営計画（2025～2027）

規模

- ・売上高 3,100億円 経常利益率4.2%
- ・出店 12店舗 130店→2027年度末140店

機能

- ・グループ基盤再整備計画（製造・物流・IT）
(長野エリアセンター設置、製造機能強化、前橋拠点整備開始)
- ・パーティカルMD推進 ・集中仕入強化
- ・PB,オリジナル商品開発推進
- ・ESLP戦略推進 ・省力化（レジ業務の負担軽減）

人材

- ・スペシャリストの育成
- ・人事教育システム（教育体系再整備）
- ・やりがいを感じられる風土づくり
- ・働きやすさにつながる環境整備

2 (3) 中期経営計画



	前期実績	2026/3	2027/3	2028/3	備 考
売上高	281,870	285,000	294,000	310,000	
経常利益率	4.5%	4.4%	4.3%	4.2%	
店舗数	130店	131店	134店	140店	
開店/閉店	2／3	2／1	3／0	7／1	
投資額	7,907	10,000	11,700	12,000	
ROA	9.5%			9.0%	経常利益/総資産
ROE	10.4%			10.0%	
備 考	<ul style="list-style-type: none"> ・本部移転 ・デリカ工場新設 ・中之島チルドセンター増強 	<ul style="list-style-type: none"> ・長野エリアセンター新設 ・Itec移転 	<ul style="list-style-type: none"> ・ローリー洋菓子工場等再編 ・前橋拠点 (DC着工、製造拠点着工準備) 		

2 (4) 中計 キャッシュフロー計算

Axial
RETAILING

区分	分類	項目	金額(百万円)	
IN	営業キャッシュフロー	税引き後利益 減価償却費 計	27,375 18,000 45,375	
OUT	設備投資	新店・改装投資 基盤投資・その他 (IT・製造・物流等基盤) 計	20,000 13,700 33,700	
	配当	1株当たり年間29円で試算	7,700	今期の配当水準で試算
	その他	戦略的投資	3,975	M&A 自社株買いなど

1. 上半期業績概況

2. グランドデザインと中期経営計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

3 (1) 年度方針

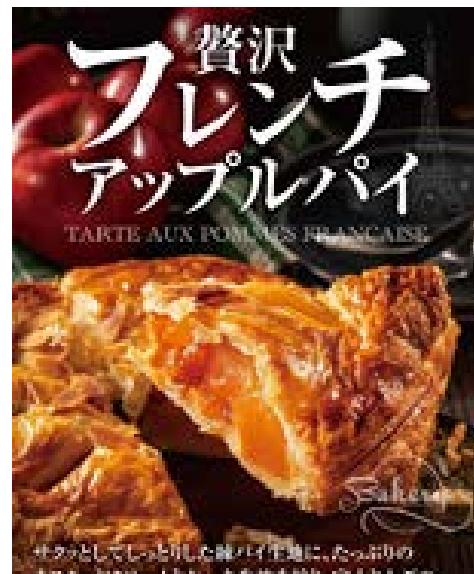
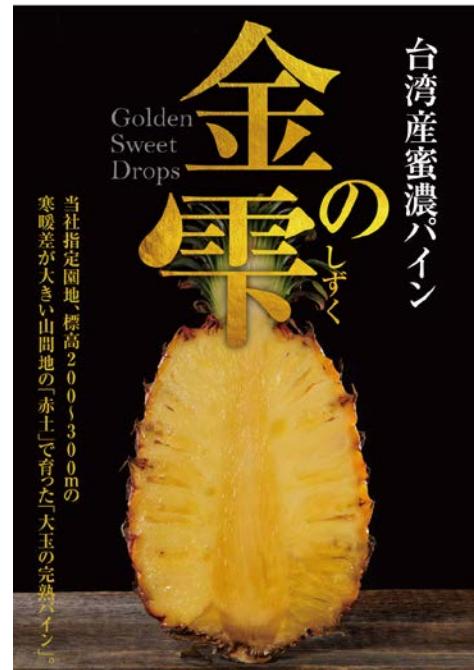
『もっと おいしさがドまん中大作戦！』
～ “いかす”アクシアルへ ～

インフラを活かす・人材を活かす・イカス！！アクシアル

- 1. 値上げラッシュ
- 2. さらなる競争激化
- 3. 社会環境意識の変化
 - ・社会課題対応への責任
 - ・働きやすさから「働きがい」へ

- 1. コモディティ（価格対応、ESLP拡大）
- 2. 差別化
 - ✓ウチにしかない商品
 - ✓ウチにしかないサービス
- 3. そのための原資、余力づくり
- 4. 従業員の「働きがい」

3 (2) おいしさ企画化計画



3 (2) もっとおいしさがドまん中大作戦！ 自社制作CM・SNS **Axial** RETAILING



3 (2) もっとおいしさがドまん中大作戦！ インフラを活かす

Axial
RETAILING

新本部（2025年10月新設）での商品開発設備の充実



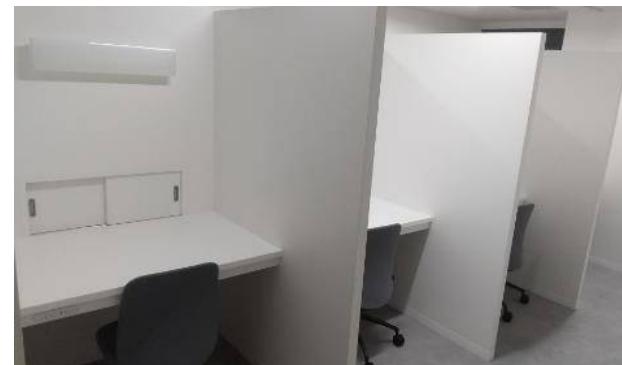
MDラボ1・2



はらナルキッチン

官能評価室

官能評価員
制度を新設



撮影室



3 (2) もっとおいしさがドまん中大作戦！ 人材を活かす

Axial
RETAILING

美食の旅～自己啓発支援制度

美食体験レポート レポートは一部内容を省略。店名は伏せています。

訪れたお店の地域 東京都中央区 「銀座のトラットリアでピツツアランチ」 原信 南万代店（ベーカリー部門） 石川 陽希さん

選んだ理由 銀座にあるお店ながらリーズナブルで本格的なピザが楽しめるという口コミを参考に選びました。ナポリピザ、魚介料理をメインに売り出しておる、ナボリやシチリアなどの南イタリアをモチーフにした内装で、家庭的であります。本場感のある雰囲気のお店です。

おいしさ考察ポイント ピツツアランチマルゲリータ

（サービス）お客様のためと思っての行動が見られ、常に店員同士笑顔

訪れたお店の地域 長野県上高井郡 「長野旅行で小布施のモンブラン有名店へ」 原信 小出店（FES部門） 横本 陽春さん

選んだ理由 小布施と言えば栗が有名です。モンブランを食べられる店はたくさんありますが、その中で老舗菓子店が経営するカフェへ行ってきました。「朱雀」は、岩松院の天井絵 葛飾北斎作「八方睨み鳳凰図」から名付けられたそうです。

おいしさ考察ポイント モンブラン 朱雀セット

（店内）過去ヘタイムスリップしたかと

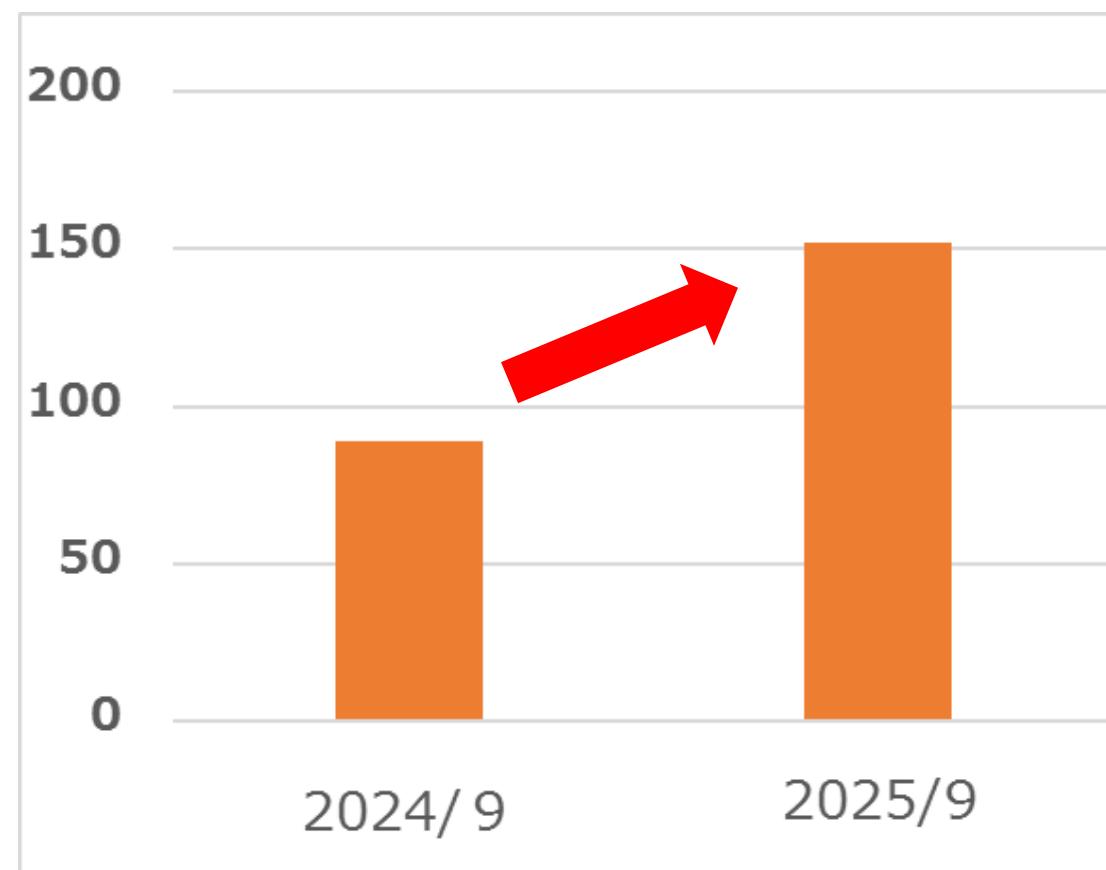
P B比べちゃいました
～自己啓発支援制度
スペシャリスト認定試験



カゴメ様監修



おいしさ企画化計画による開発品目数



3 (3) 名物づくり

じつくり金炊き。



おはぎに最適な北海道産「えりも小豆」をじつくりと大釜で炊き、ひとつひとつ丁寧に包みこんだ甘さ控えめの自慢のおはぎです。

金炊きあんの
キ造りおはぎ



一九八五年、おはぎの名店「さいち」様に学び
さらにおいしさを磨き続けた「伝承の味」。



銘菓 山理屋

3 (4) 「健康」+「簡単便利」提案

Axial
RETAILING



3 (5) プライベートブランド

Axial
RETAILING

560品目超の
アクシアルブランド
毎日お買い得価格



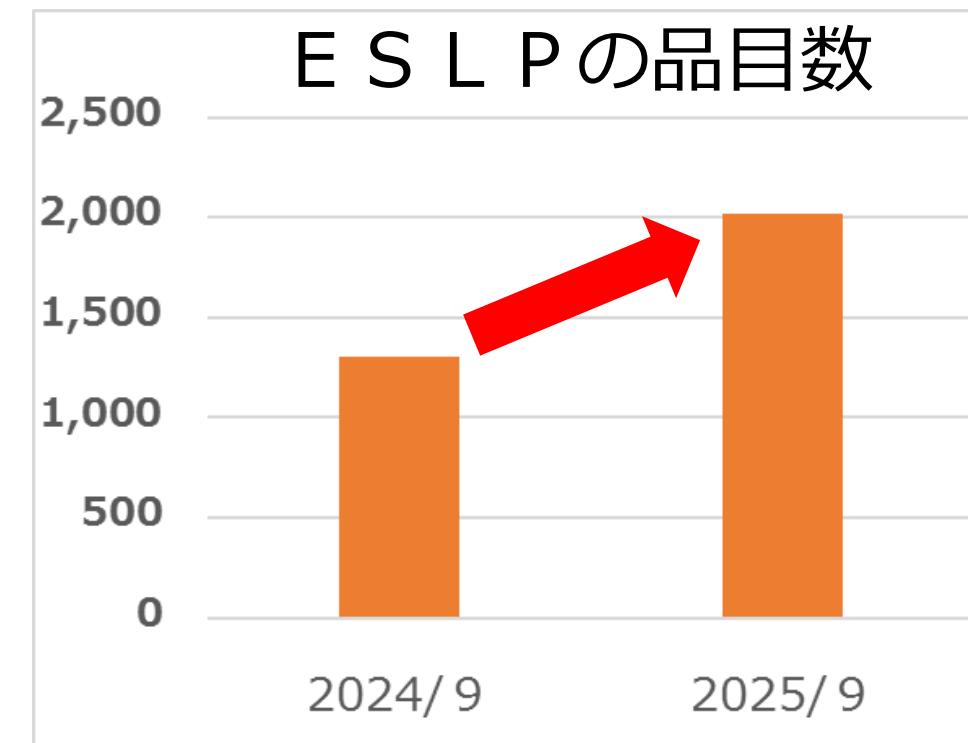
よりよい品質と価格を提供する
当社オリジナル商品



3 (6) E S L P

Axial
RETAILING

いつでも同じ低価格でお買い得



3 (7) アクシアル レーベルによる海外直輸入

Axial
RETAILING



3 (8) エシカルMD

事業活動と社会課題対応の一体化

Axial
RETAILING



Hana-well



事業と社会性を一体化させることを目指し、エシカル商品ブランド Hana-wellを立ち上げました。5つの軸で社会課題への対応に貢献してまいります。

Earth

地球に優しく環境負荷を低減する商品をご提供します。

Healthy

体に優しく、心に癒しを与えてくれる商品をご提案します。

Local

地域で育まれた自然の恵みや文化の発信と継承に取り組みます。

Diversity

差別のない、笑顔がうまれる社会の実現を支援していきます。

Future

未来に向けた新技术に挑戦する取り組みを応援していきます。

コンセプト：『おいしさと、やさしさを』



若者・人材の育成支援

地域の健康・食の支援

文化・歴史の継承

- ・原信サマースカラシップ[®] (31回)
- ・長岡社奨学金
- ・長岡技科大へのTQM出前講座
- ・まちごと美術館コトコト様コラボ
- ・食育 お魚教室
- ・原信ナルスウォーキングデー
- ・みんな（こども）食堂支援
- ・にいがたケンジュプロジェクト
- ・各地祭、花火寄付（正三尺玉三連発）₂₈

3 (10) 働きやすさ・働きがいの追求

賃上げ 2024年度6.5%、2025年度6.0%

有給取得率 原信ナルス 85.7%
フレッセイ 70.8%

(厚労省令和6年就労条件総合調査 平均65.3%)

男性育休取得率92.9% (2024年度原信)

(厚労省令和5年雇用均等基本調査 平均30.1%)

年間休日の増加と連休制度の拡充 (6連休年4回)

不就労制度の導入

2時間中抜け制度 (家族の送迎などに活用され好評)

フェムケアの取り組み (グループ全事業所対象)

奨学金返済支援制度



着替時間の労働時間算入



新本部多目的ホール

1. 上半期業績概況

2. グランドデザインと中期経営計画

3. 年度方針と最近の取り組み

4. 2026年3月期計画

4 (1) 今期業績予想

	連結	増減	グループ別の目安			
			HN	増減	F	増減
売上高	286,000	1.5%	202,000	1.3%	84,000	1.5%
営業利益	11,400	△5.5%	8,900	△4.2%	2,500	△11.6%
経常利益	12,000	△5.6%	9,100	△5.3%	2,600	△10.1%
純利益	8,200	△9.0%	6,200	△1.5%	1,900	△5.4%
開店(改装)	1 (3)	△1 (1)	1 (1)	△1 (-)	0 (2)	-(2)
1株配当	29円	+2円	設備投資金額100億、減価償却費55億			

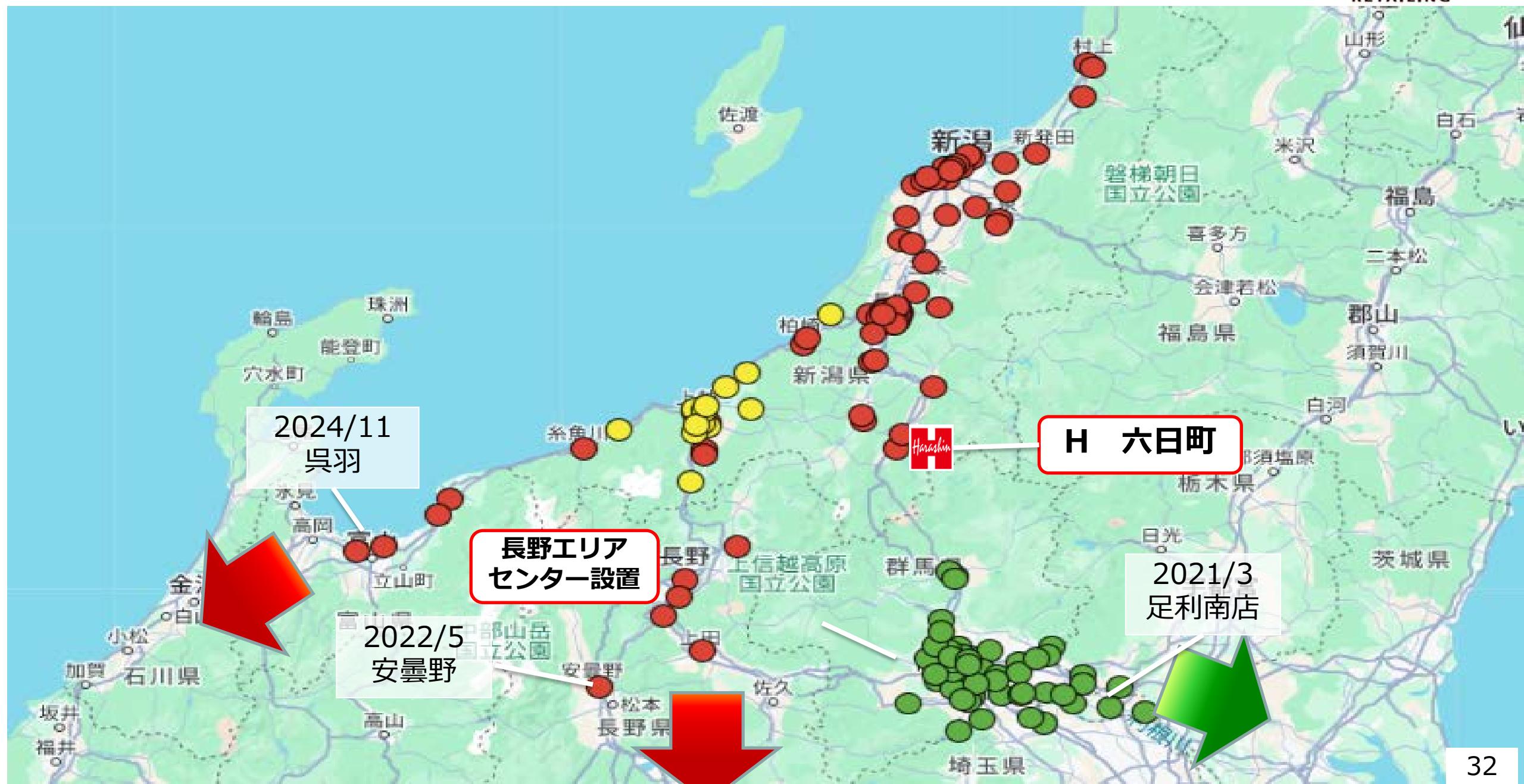
下表に上半期の実績を記載していますが、通期数値や下右表および上表の売上高予想と整合性を取っていません。

売上高 予算値	上期実績	下期	通期
全 店	7.4%	1.8%	2.2%
既存店	6.6%	0.2%	1.5%

客数単価予算	客 数	客単価
全 店	1.5%	0.8%
客単価内訳	買上点数	一品単価
	△2.2%	3.0%

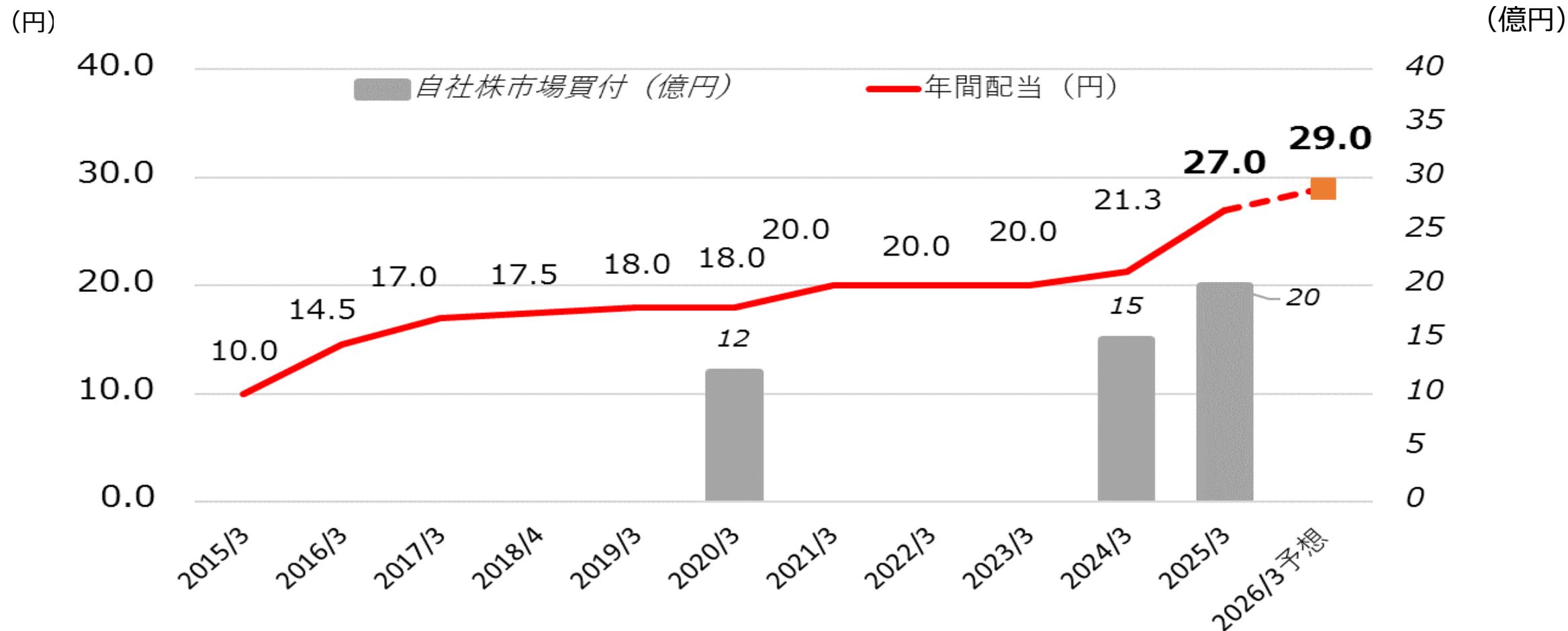
4 (2) 今期出店予定

Axial
RETAILING



4 (3) 株主還元

1株当たり配当金の推移（分割後基準）と自社株式市場買付



連結配当性向 (%)	28.3	29.0	27.4	26.9	26.1	26.6	22.3	26.1	29.0	26.0	27.1	31.3
総還元性向 (%)	28.3	29.0	27.5	26.9	26.2	45.3	22.3	26.1	29.0	46.0	35.5	

いい暮らし、いいあした。



ご清聴ありがとうございました