2027年３月期　第２四半期（中間期）決算短信〔日本基準〕(連結)

2026年11月10日

上 場 会 社 名　　株式会社丸井グループ　　上場取引所　東
コ ー ド 番 号　　8252　URL　https://www.0101maruigroup.co.jp/
代　　表　　者　（役職名）　代表取締役社長　　（氏名）　青井　浩
問合せ先責任者　（役職名）　財務部長　　（氏名）　飯塚　政和　　(TEL) 03-3384-0101

半期報告書提出予定日　　2026年11月12日　　配当支払開始予定日　　2026年12月４日
決算補足説明資料作成の有無　　：有
決算説明会開催の有無　　：有　（　機関投資家・アナリスト向け　）

（百万円未満切捨て）

１．2027年３月期第２四半期（中間期）の連結業績（2026年４月１日～2026年９月30日）

（１）連結経営成績(累計)

（%表示は、対前年中間期増減率）

	売上収益		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する中間純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2027年３月期中間期	146,973	7.7	30,837	16.8	25,377	10.1	16,755	13.0
2026年３月期中間期	136,427	10.1	26,395	22.7	23,058	17.3	14,825	22.0

(注) 包括利益　2027年３月期中間期　16,323百万円(△11.0%)　　2026年３月期中間期　18,334百万円(38.8%)

	１株当たり中間純利益	潜在株式調整後１株当たり中間純利益
	円 銭	円 銭
2027年３月期中間期	94.49	93.13
2026年３月期中間期	82.47	―

（２）連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率	１株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
2027年３月期中間期	1,206,712	232,024	19.2	1,329.83
2026年３月期	1,141,276	244,821	21.4	1,359.01

(参考) 自己資本　2027年３月期中間期 231,436百万円　　2026年３月期 244,186百万円

２．配当の状況

	年間配当金				
	第１四半期末	第２四半期末	第３四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2026年３月期	―	65.00	―	66.00	131.00
2027年３月期	―	67.00			
2027年３月期(予想)			―	67.00	134.00

株主資本配当率（ＤＯＥ）　2026年３月期 10.1%　2027年３月期（予想）10.4%

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無　：　無

３．2027年３月期の連結業績予想（2026年４月１日～2027年３月31日）

（%表示は、対前期増減率）

	売上収益		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益		１株当たり当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通　期	297,800	7.6	56,500	12.5	44,000	3.2	29,500	3.6	167.70

自己資本当期純利益率（ＲＯＥ）予想　2027年３月期 12.3%

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無　：　有

※　注記事項

（１）当中間期における連結範囲の重要な変更　　：無

新規　　ー社（社名）　　、除外　　ー社（社名）

（２）中間連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用　　：有

（３）会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

①　会計基準等の改正に伴う会計方針の変更　　：無

②　①以外の会計方針の変更　　：無

③　会計上の見積りの変更　　：無

④　修正再表示　　：無

（４）発行済株式数（普通株式）

①　期末発行済株式数（自己株式を含む）	2027年３月期中間期	183,660,417株	2026年３月期	183,660,417株
②　期末自己株式数	2027年３月期中間期	9,625,410株	2026年３月期	3,980,976株
③　期中平均株式数（中間期）	2027年３月期中間期	177,332,237株	2026年３月期中間期	179,771,678株

（注）期末自己株式数には、役員報酬ＢＩＰ信託および株式付与ＥＳＯＰ信託が保有する当社株式を含めています。
2027年３月期中間期　133,280株　　2026年３月期　　482,135株
期中平均株式数の算出において、発行済株式数から控除する自己株式数には、役員報酬ＢＩＰ信託および株式付与ＥＳＯＰ信託が保有する当社株式を含めています。
2027年３月期中間期　276,482株　　2026年３月期中間期　482,135株

※　第２四半期（中間期）決算短信は公認会計士または監査法人のレビューの対象外です。

※　業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載している業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等はさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件および業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料７ページ「（４）連結業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

○添付資料の目次

１．当中間決算に関する経営成績等の概況 …… 2
（１）経営成績の概況 …… 2
（２）財政状態の概況 …… 6
（３）キャッシュ・フローの概況 …… 6
（４）連結業績予想などの将来予測情報に関する説明 …… 7
（５）経営方針および経営戦略 …… 8
（６）サステナビリティに関する考え方および取り組み …… 13
２．中間連結財務諸表及び主な注記 …… 30
（１）中間連結貸借対照表 …… 30
（２）中間連結損益計算書及び中間連結包括利益計算書 …… 32
（３）中間連結キャッシュ・フロー計算書 …… 34
（４）中間連結財務諸表に関する注記事項 …… 35
（継続企業の前提に関する注記）…… 35
（株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記）…… 35
（中間連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用）…… 35
（セグメント情報）…… 35

１．当中間決算に関する経営成績等の概況

（１）経営成績の概況

グループ総取扱高は前年比９％増の２兆8,466億円、営業利益は前年比17％増の308億円、経常利益は金利上昇の影響を受けるも前年比10％増の254億円、当期利益は前年比13％増の168億円と、いずれも中間連結財務諸表の開示制度開始以降、過去最高となりました。

小売セグメントはテナントおよびイベントカテゴリの伸長、フィンテックセグメントは「好き」を応援するカードの会員数増加や分割・リボ手数料率の変更にともなう収入の増加などにより、両セグメントともに好調に推移しました。

（連結業績）

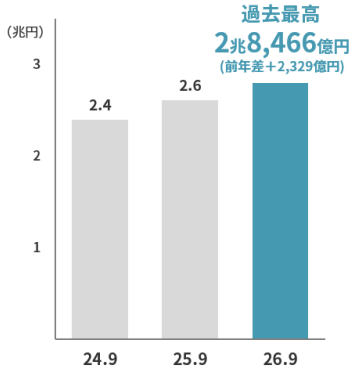
・グループ総取扱高は２兆8,466億円（前年比＋９％、前年差＋2,329億円）、フィンテックのカードクレジット取扱高が全体をけん引し、中間連結会計期間では過去最高となりました。

・売上収益は1,470億円（前年比＋８％）と６期連続の増収、営業利益は308億円（前年比＋17％）、経常利益は254億円（前年比＋10％）、当期利益は168億円（前年比＋13％）と、それぞれ３期連続の増益となりました。

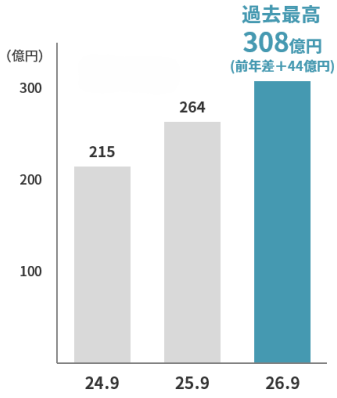
・ＥＰＳは94.5円（前年比＋15％、前年差＋12.0円）、利益の増加により前年を上回りました。

※「１．当中間決算に関する経営成績等の概況」において、億円単位で記載している金額は億円未満を四捨五入しています。

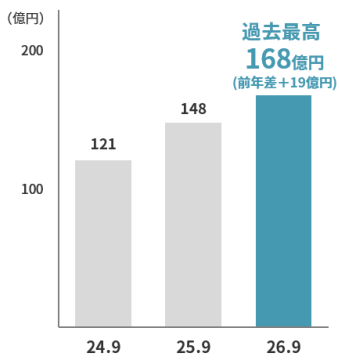
■ グループ総取扱高



■ 営業利益



■ 当期利益

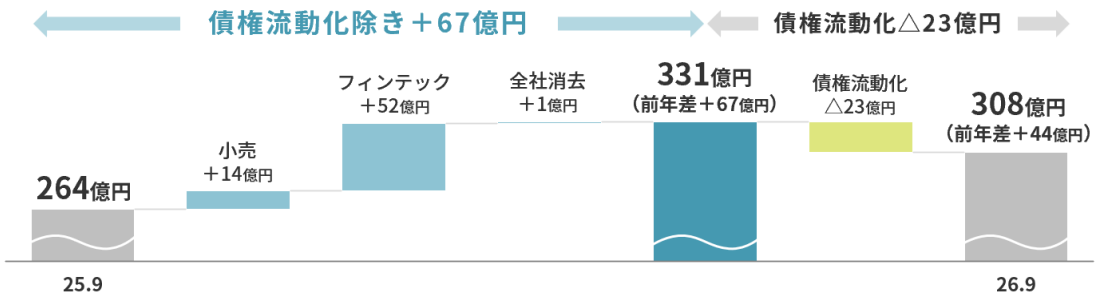


※営業利益、当期利益の「過去最高」は中間連結財務諸表の開示制度開始以降

営業利益の増減内訳

・債権流動化による債権譲渡益を60億円（前年差△22億円）、償却額・費用等を53億円（前年差＋１億円）計上したことにより、営業利益は23億円減少しました。

・上記の債権流動化影響を除いた実質的な営業利益は67億円の増益（小売＋14億円、フィンテック＋52億円）となりました。

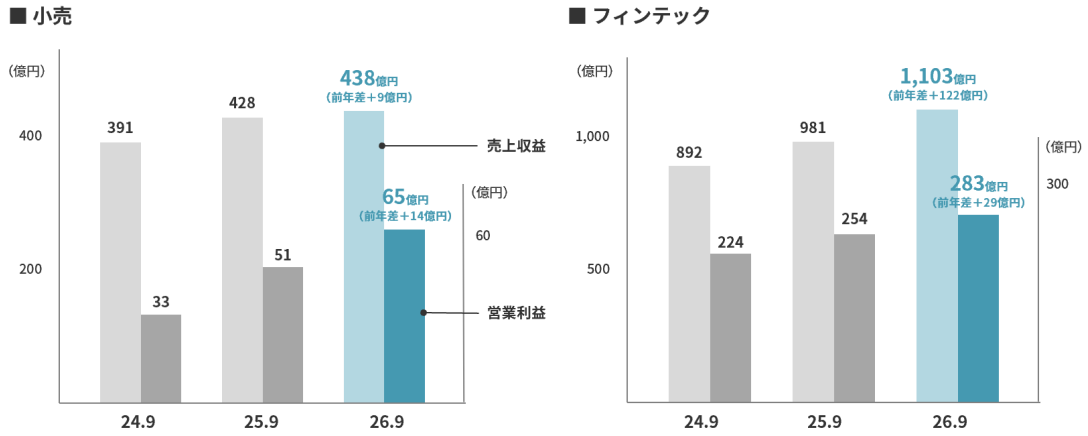


（セグメント別の状況）

・小売セグメントの営業利益は65億円（前年比＋27%）、前年を14億円上回りました。

・フィンテックセグメントの営業利益は283億円（前年比＋11%）、前年を29億円上回りました。

□ セグメント別の売上収益・営業利益

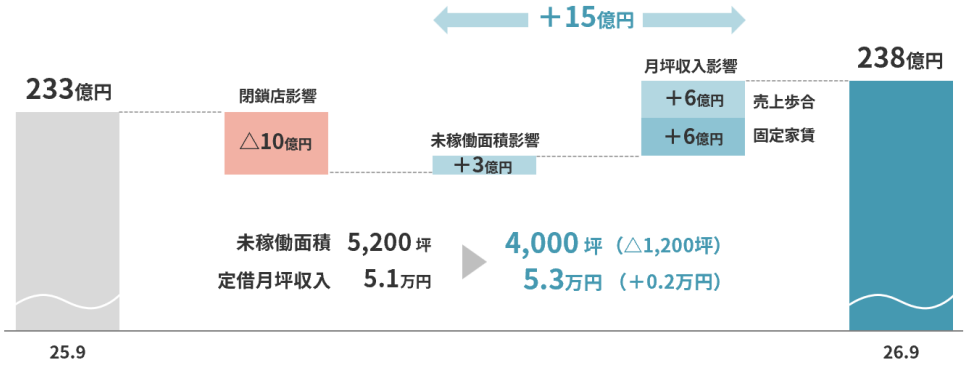


＜小売セグメント＞

・マルイ・モディ店舗においては、リアル店舗ならではの価値創出をめざして「売らない店づくり」を進めており、お客さまに支持されるテナントを導入し多くのお客さまにご来店いただくことで、店舗価値を高めています。

・テナント収入においては、より魅力的なテナントへの入替と売上に応じた変動収入の拡大への取り組みなどにより、未稼働面積の減少と収益性の向上が進み、当中間連結会計期間のテナント収入は238億円（前年比＋２%）となりました。

□テナント収入の増減内訳

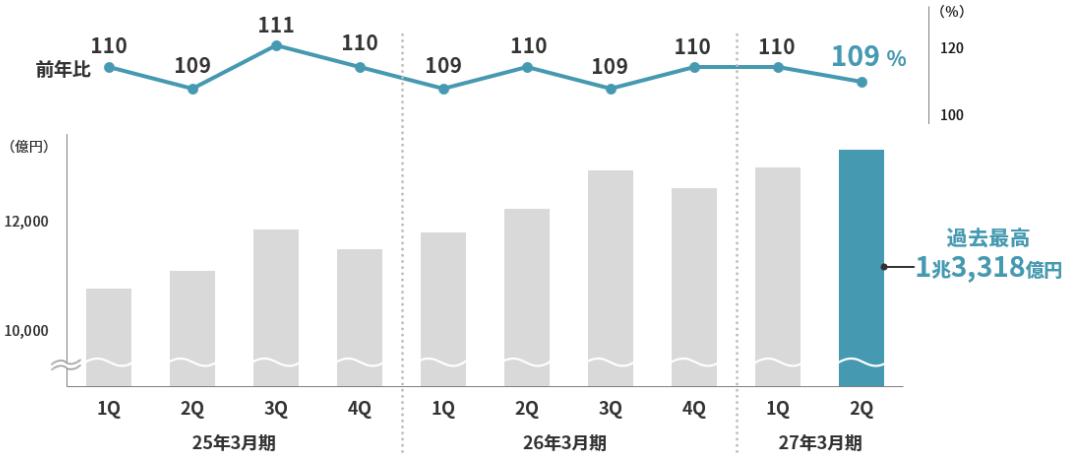


・拡大に向けて取り組みを進めている「好き」を応援するイベントにおいては、マルイ店舗だけではなく外部施設での出店を推進したことで、年間開催数は1,000回を超えています。このイベントは、カード募集力のある社員が運営しているため、１日当たりのカード入会数は一般イベントの16倍となっています。イベント面積は前年を上回る規模で順調に拡大しており、取扱高は83億円（前年比＋60%）となりました。

＜フィンテックセグメント＞

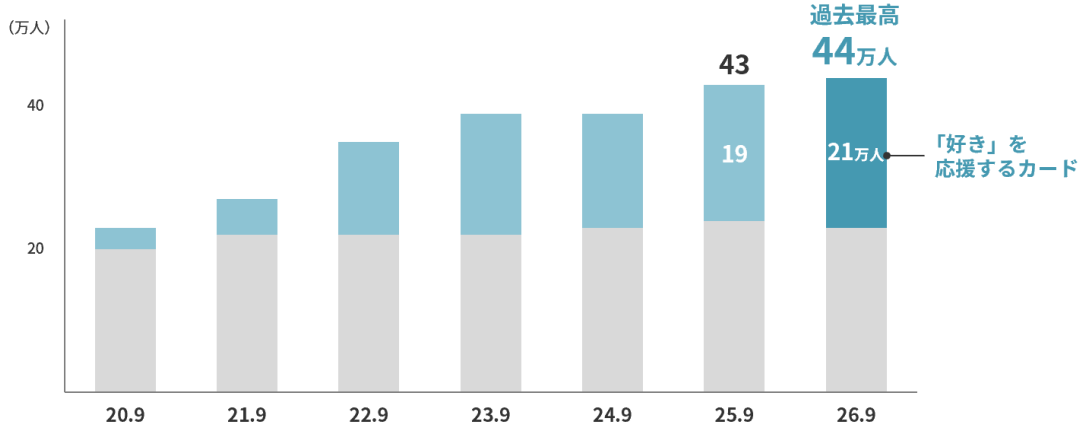
・戦略的に進めている「家計シェア最大化」の取り組みにより家賃払いでのご利用、公共料金などの定期払いが伸長したことで、第２四半期のカードクレジット取扱高は１兆3,318億円（前年比＋９%）、当中間連結会計期間では２兆6,312億円（前年比＋９%）とそれぞれ過去最高となりました。

□ カードクレジット取扱高の推移

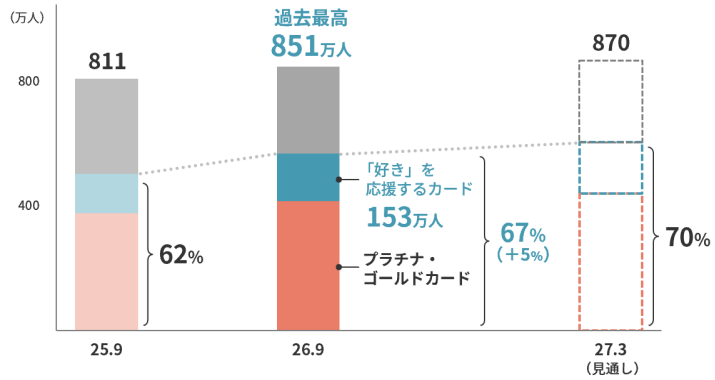


・分割・リボ取扱高は2,486億円（前年比＋７％）と拡大し、流動化債権を含む分割・リボ払い残高は過去最高の5,136億円（前年比＋６％）となりました。
・エポスカードの新規会員数は44万人（前年差＋１万人）、期末会員数は851万人（前年差＋40万人）と、それぞれ過去最高となりました。
・これまで事業の成長をけん引してきたゴールドカードに加えて、一人ひとりの「好き」を応援するカードの取り組みを強化しています。「好き」を応援するカードは、一般カードに比べて若者の保有比率が高く、ＬＴＶ（生涯利益）が２～７倍高いカードとなっています。アニメ・ゲームやエンターテインメントとのコラボレーションカードは、熱量の高いファンが多く、ＳＮＳなどを通じて認知が広まりやすい特性もあり、ネット入会との親和性が高いことが特徴です。また、利用時に付与されるポイントの一部を自動的にあらかじめ定められた団体へ還元する応援・寄付カードの拡大を進めるため、新たに開発する「好き」を応援するカードに、この応援・寄付機能を標準的に組み込んでいます。この「好き」を応援するカードは、フィンテックだけではなく、小売や共創投資に携わる社員からも提案が生まれており、企画数は全167企画に拡大しています。これらの取り組みにより、「好き」を応援するカードの新規会員数は21万人（前年差＋１万人）、期末会員数は153万人（前年差＋27万人）となりました。今後は、「好き」をきっかけにご入会いただいたお客さまと長く深い関係性を構築していき、お客さま一人ひとりとのエンゲージメントを高めることで、継続利用と利用額の拡大につなげていきます。

□ 新規入会の推移



□ カード会員数の推移



（ＬＴＶの安定性を表す指標）

当社グループの収益構造はこれまでのビジネスモデルの転換にともない、店舗の不動産賃貸収入やカード手数料をはじめとする「リカーリングレベニュー（継続的収入）」が拡大し、売上・利益に占める構成が大きくなりました。お客さま・お取引先さまとの契約に基づく継続的収入であるリカーリングレベニューからは、翌期以降の将来収益を「成約済み繰延収益」としてとらえることが可能であり、収益の安定性を測る指標として使用できます。これらは、ＬＴＶを重視した当社グループの長期視点の経営において重要な要素であると考えています。

・当期のリカーリングレベニュー（売上総利益ベース）は879億円（前年比＋12%）となり、売上総利益に占める割合は66.6%（前年差＋1.9%）となりました。
・期首時点の成約済み繰延収益は4,757億円（前年比＋19%）となり、2026年３月期の売上総利益の約1.9倍の将来収益が見込まれています。なお、成約済み繰延収益の算出は、不動産賃貸収入は契約年数、分割・リボ手数料やカードキャッシング利息は返済期間、加盟店手数料（リカーリング分）はカード有効期間、家賃保証は保証期間をもとに行っています。

□ ＬＴＶ経営の指標

リカーリングレベニュー（売上総利益ベース）

	26年3月期 4～9月	27年3月期 4～9月	前年比
	億円	億円	%
リカーリングレベニュー（売上総利益ベース）	785	879	112
売上総利益に占める割合	64.7%	66.6%	-

期首時点の成約済み繰延収益

27年3月期以降	26年3月期 売上総利益比
億円	%
4,757	193

（注）売上総利益ベースのリカーリングレベニュー、およびその構成を算出する際の売上総利益には、販管費戻り（お取引先さまから継続的にいただく経費）を含めています。

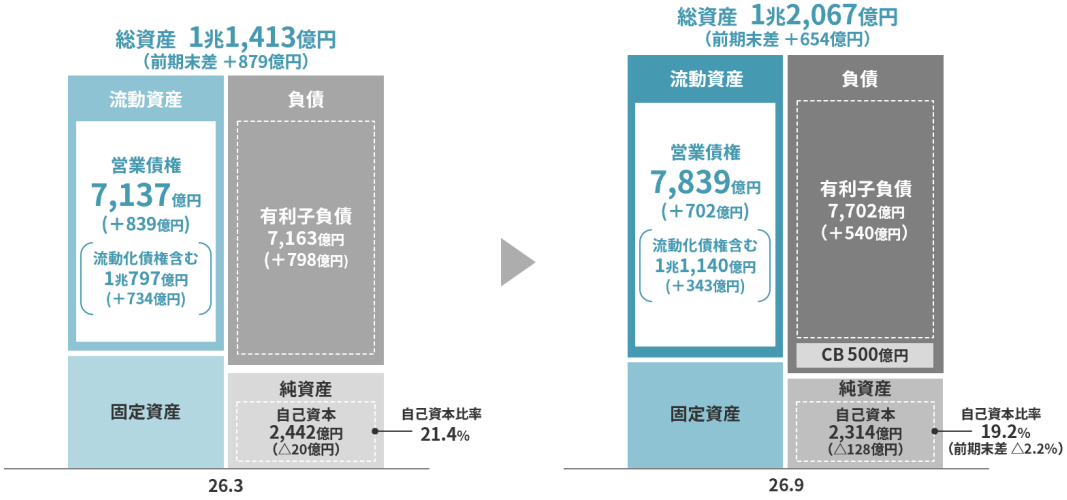
（２）財政状態の概況

・営業債権（割賦売掛金・営業貸付金）は、カードクレジット取扱高の拡大などにより7,839億円（前期末差＋702億円）となりました。総資産は１兆2,067億円（前期末差＋654億円）となりました。

・有利子負債（リース債務を除く）は8,202億円（前期末差＋1,040億円）となりました。また、転換社債（ゼロクーポンユーロ円ＣＢ）を除く有利子負債は7,702億円となりました。

・自己株式の取得や配当金の支払などにより、自己資本は2,314億円（前期末差△128億円）となり、自己資本比率は19.2%（前期末差△2.2%）となりました。

□ バランスシートの状況



（３）キャッシュ・フローの概況

・営業キャッシュ・フローは、661億円の支出（前期は604億円の支出）となりました。営業キャッシュ・フローから営業債権等の増減を除いた基礎営業キャッシュ・フローは、税金等調整前中間純利益が増加したことなどにより、前期より38億円増加し、279億円の収入となりました。

・投資キャッシュ・フローは、有形および無形固定資産の取得による支出58億円などにより、70億円の支出（前期は105億円の支出）となりました。

・財務キャッシュ・フローは、有利子負債の増加による1,039億円の収入や自己株式の取得による支出179億円、配当金の支払119億円などにより758億円の収入（前期は747億円の収入）となりました。

□ キャッシュ・フローの状況

	26年３月期 4～9月	27年３月期 4～9月	前年差
	億円	億円	億円
基礎営業キャッシュ・フロー	241	279	+38
営業キャッシュ・フロー	△604	△661	△57
営業債権等の増減（△は増加）	△846	△940	△94
投資キャッシュ・フロー	△105	△70	+35
財務キャッシュ・フロー	747	758	+12
現金及び現金同等物の増減	37	27	△10
現金及び現金同等物の期末残高	530	563	+33

（注）当社グループでは営業キャッシュ・フローから営業債権（割賦売掛金・営業貸付金）等の増減を控除した「基礎営業キャッシュ・フロー」を収益性・健全性の指標としています。

（４）連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

2027年３月期の業績予想については、当中間連結会計期間の業績および最近の動向を踏まえ、2026年８月４日の公表から以下のとおり修正します。

・2027年３月期のＥＰＳは167.7円（前回公表差＋3.7円）、ＲＯＥは12.3％（前回公表差＋0.5％）の見通しです。

・グループ総取扱高は５兆8,850億円（増減額△200億円、増減率△0.3％）の見通しです。
※増減額、増減率は前回公表との比較です。以下同じ。

・売上収益は2,978億円（増減額＋13億円、増減率＋0.4％）、営業利益は565億円（増減額＋10億円、増減率＋1.8％）、経常利益は440億円（前回公表どおり）、当期利益は295億円（前回公表どおり）と増収増益の見通しです。

・小売セグメントの営業利益は125億円（増減額＋５億円、増減率＋4.2％）の見通しです。

・フィンテックセグメントの営業利益は515億円（増減額＋５億円、増減率＋1.0％）の見通しです。

・年間配当金は15期連続の増配となり、過去最高の134円（前回公表どおり）となる見通しです。

□ 2027年３月期連結業績見通し

	26年3月期	27年3月期	前回公表差	前年比	前年差
EPS （円）	158.4	167.7	＋3.7	106	＋9.3
ROE （%）	11.6	12.3	＋0.5	－	＋0.7

＜ 参考 ＞

	兆 億円	兆 億円	億円	%	億円
グループ総取扱高	5 3,921	5 8,850	△200	109	＋4,929
売上収益	2,769	2,978	＋13	108	＋209
売上総利益	2,423	2,618	＋13	108	＋195
販管費	1,921	2,053	＋3	107	＋132
営業利益	502	565	＋10	113	＋63
経常利益	427	440	－	103	＋13
当期利益	285	295	－	104	＋10

	26年3月期	27年3月期	前回公表差	前年比	前年差
	億円	億円	億円	%	億円
小売	112	125	＋5	112	＋13
フィンテック	470	515	＋5	109	＋45
全社・消去	△80	△75	－	－	＋5
連結営業利益	502	565	＋10	113	＋63

（５）経営方針および経営戦略

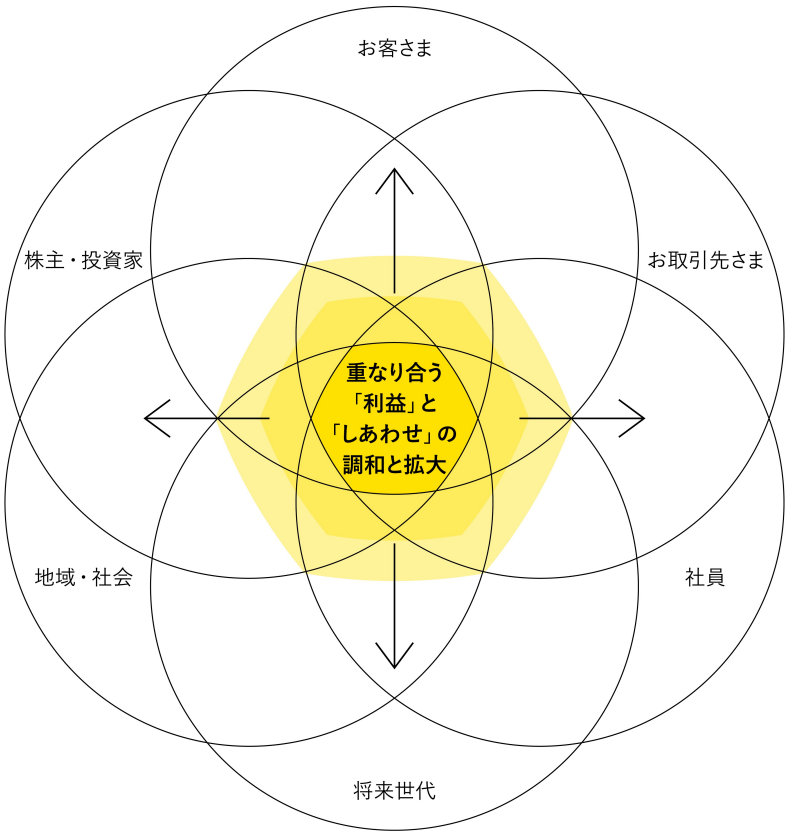
■ 会社の概要

当社グループは、1931年の創業以来、小売と金融が一体となった独自のビジネスモデルを進化させ続けることで、他社にはない強みと地位を確立し、近年では、共創投資や新規事業投資からなる未来投資を加え、小売、フィンテック、未来投資の三位一体のビジネスモデルをめざしてきました。現在は、フィンテックを中心に、イベント、グッズ、サービス、共創投資、事業開発、そして人・組織・働き方など、すべてを通じて「好き」を応援するビジネスへと転換し、さらなる企業価値の拡大をめざしています。

■ 会社の経営の基本方針

当社グループでは、「インパクトと利益の二項対立を乗り越える」というビジョンを掲げ、「お客さまのお役に立つために進化し続ける」「人の成長＝企業の成長」という経営理念に基づき、「すべての人が『しあわせ』を感じられるインクルーシブな社会を共に創る」をミッションとしています。

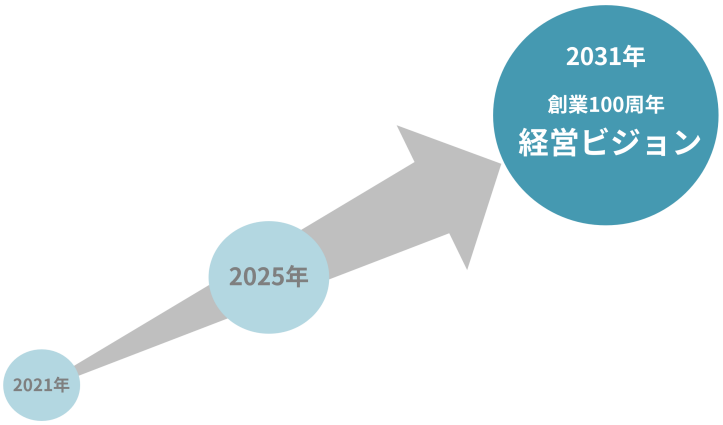
この実現には、私たちだけでなく、ステークホルダーの皆さまとの共創が必要です。当社グループでは、お客さまをはじめ、株主・投資家の皆さま、地域・社会、お取引先さま、社員、将来世代すべてのステークホルダーの「利益」と「しあわせ」の調和を企業価値としています。ステークホルダーの皆さまと共創する共創経営を進めることで、この企業価値の拡大とビジョンの実現をめざしています。



企業価値	＝	すべてのステークホルダーの「利益」と「しあわせ」の重なり合う部分
重なり合う部分の調和と拡大	＝	企業価値の向上

■ 経営ビジョン＆戦略ストーリー2031について

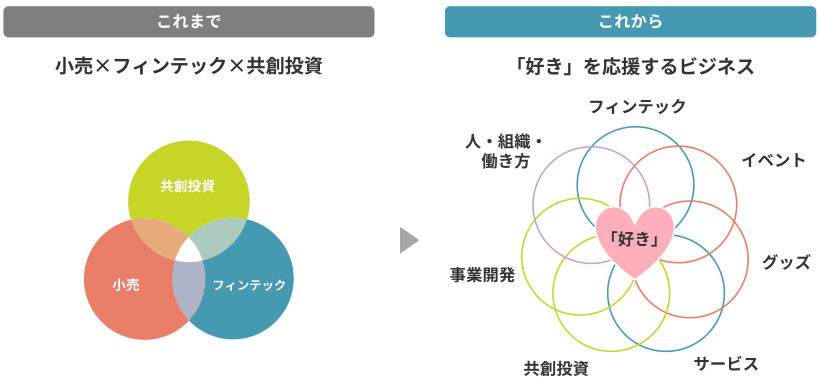
2031年の創業100周年に向けて、「経営ビジョン＆戦略ストーリー2031」を策定しています。経営ビジョンとして高い目標を掲げ、そこからバックキャスティングして戦略ストーリーを構築し、ビジョン・インパクト・事業戦略を連動させることで社会的価値の創出を実現していきます。



１）経営ビジョン

当社グループでは、2031年に向けた経営ビジョンとして「『好き』が駆動する経済」を掲げました。「好き」が駆動する経済とは、「機能と価格」という２軸で規定される「コスパ経済」の対極に位置する概念であり、一人ひとりの感情や価値観、つまり「好き」が原動力となるもう一つの経済のあり方です。この経営ビジョンの実現に向けて、これまでの小売・フィンテック・未来投資による三位一体のビジネスから、「好き」を中心に、小売やフィンテック、共創投資のノウハウ、そして、店舗やクレジットカードなどのアセットを活用する「好き」を応援するビジネスへと転換していきます。

この「好き」を応援するビジネスを軸に、社会的なインパクトと利益の両立をめざすとともに、高成長と高還元の実現をめざします。



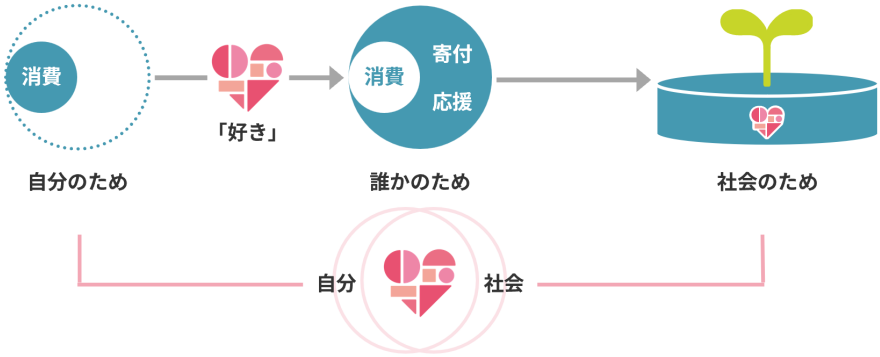
２）戦略ストーリー2031

「『好き』を応援するビジネス」を通じてめざすインパクトと、その実現に向けた戦略は以下のとおりです。

（「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費）

・「好き」を応援するビジネスの目的は、「好き」を応援することで「自分のため」の消費が「誰かのため」となり、やがて「社会のため」へと広がっていくことでインパクトと利益を両立させることにあります。

・当社グループの「好き」を応援するカードでは、ご利用を通じて応援したい相手に寄付ができるカードの会員が拡大しており、「誰かのため」に「寄付・応援」することにしあわせを感じる新しいタイプの消費者が、今後もますます増えていくと予想されます。
・新しいタイプの消費者にお応えすることで差別化戦略を進め、「好き」を応援するカードの会員数を2031年３月期には300万人まで拡大し、2041年３月期にはゴールドカードの会員数を上回ることをめざします。

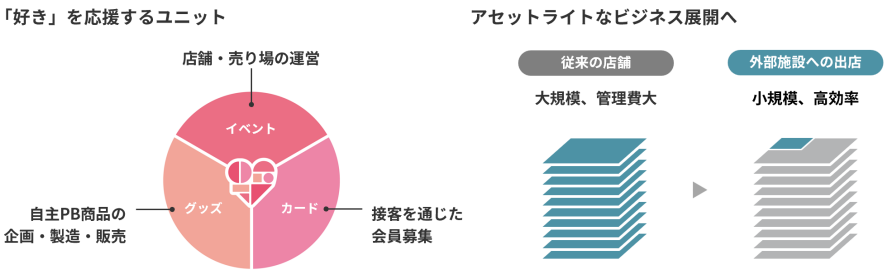


「好き」を応援するビジネスにより
インパクトと利益を両立

（「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント）
・当社グループはこれまで若者の自己実現を応援してきましたが、今後は「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメントを通じて、すべての人の自己実現を支援していきます。
・これまでのフィンテックのビジネスでは、丸井の店舗がある大都市圏を中心とした地域で「信用の共創」によりクレジットカードを発行してきましたが、今後はその対象範囲を広げ、地域を問わず、「好き」を応援するカード・イベント・グッズをかけ合わせた「『好き』を応援するユニット」を軸に全国展開を通じて会員募集を行います。
・また、今後拡大する自営業、スタートアップ、フリーランスなどの多様な働き方に対する「オーナーカード」、「ランサーズカード」、日本で働く外国人の方々に対する、協業を通じた「ＧＴＮカード」を含め、会員を拡大します。



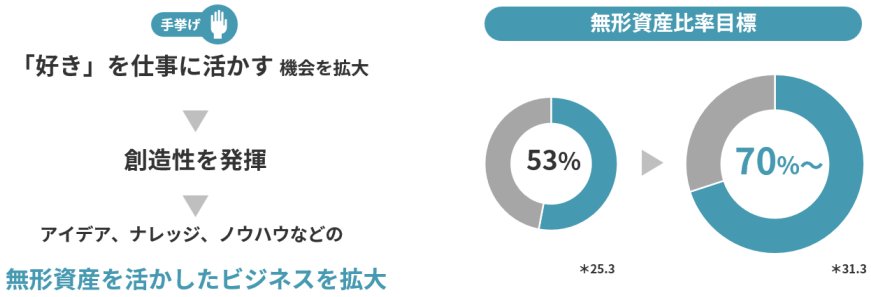
（支援戦略）
・これまでの自主売場・ＰＢ商品に代わる新たな顧客接点として、コンパクトな面積で、高い集客力や会員募集力、客単価や利益率の向上が期待できる「好き」を応援するユニットを戦略の柱にインパクトと利益の両立を実現します。
・このユニットに特化することで、従来の面積・人員を削減し、営業効率を高めます。さらに、全国の外部施設への出店も進め、店舗資産の効率的な活用と収益の向上を図ります。
・また、当社グループはこれまでＤＸを通じた顧客体験の向上をめざして、ＵＸの先進企業でもあるグッドパッチ社との合弁会社や新たに設立したマルイユナイトを通じて、専門人材の採用を進めるとともにアジャイルな開発体制を整備してきました。
・今後はプロフェッショナル人材の活躍を通じて、デジタルのＵＸと「好き」を応援するユニットによるリアルの体験を融合した独自の体験価値を提供することでロイヤルカスタマー化を推進します。



（「フロー」を通じた創造性の発揮）

・当社グループでは、能力と挑戦、創造性としあわせ、というビジネスにとって重要な要素を包括的にとらえることのできる「フロー」という概念に注目し、社員一人ひとりの働きがいと組織活力を高める取り組みを行ってきました。

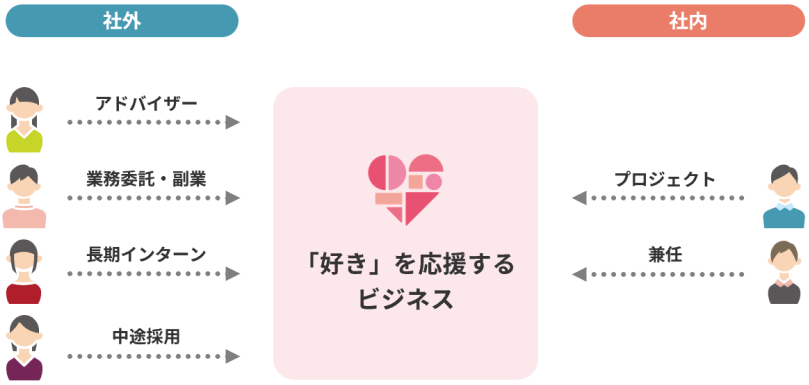
・今後は、「好き」を応援するビジネスコンクールなどを通じて自分の「好き」を仕事に活かす機会を増やし、創造性を発揮することで、アイデアやナレッジ、ノウハウなどの無形資産を活かしたビジネスを拡大し、2031年３月期までに無形資産比率を70%以上に高めることで企業価値の向上をめざします。



（ソーシャル・イントラプレナーによる事業開発）

・社外の起業家とのイノベーションの創出に加え、「会社にいながら社会を変えられるソーシャル・イントラプレナー（社内起業家）」の活躍を促すために、「好き」を応援するビジネスコンクールなど共創の場を通じて、丸井グループの強みと個人の「好き」を融合させることで、多様な「好き」を事業化していきます。

・中長期的な人材育成のため「ソーシャル・イントラプレナー育成財団」を設立し、大学生、中高生向けに講座を提供します。将来的には受講者の当社グループへの入社やプロジェクトへの参加を通じ、当社グループの事業開発にも活かしていきます。



（探究領域）

・「好き」を応援するビジネスのグローバル化に取り組み、まずは「世界から見た『好き』の対象としての日本」というテーマで世界中から人材を募集し事業開発を進めます。

３）リスク

（金利上昇による金融費用増加への対応）

・収益の増加を見込み、分割・リボ手数料については、2025年10月より手数料率を変更しています。

・調達金利については、平均調達年限を短縮することで調達利率の低減を図るとともに、格付の向上をめざして格付機関との対話を強化し、金融費用の増加抑制に取り組みます。

４）資本政策と株主還元

（資本政策）

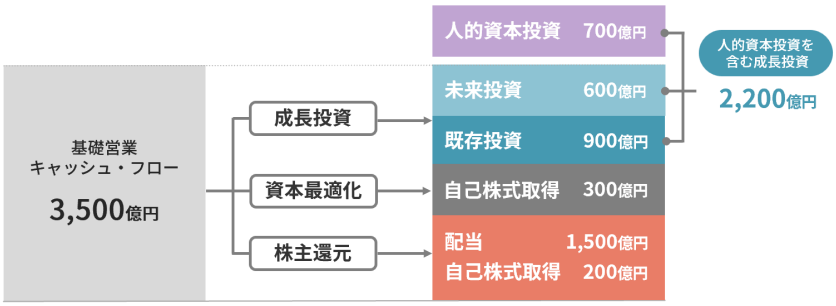
・2031年３月期には、バランスシートが1.5兆円規模に拡大する見通しとなり、セグメント別では小売の自己資本比率が50%と、当社グループが最適とする35%から乖離が見込まれるため、300億円の資本最適化をすることで連結自己資本比率16%を目標にバランスシートの見直しを進めます。

・株主還元方針については、2031年３月期に向けてＲＯＥ15%以上をめざすことを鑑み、株主資本配当率（ＤＯＥ）10%としています。

・資本配分については、６年間の基礎営業キャッシュ・フロー3,500億円を、成長投資として既存事業に900億円、ＤＸ投資・事業開発などの未来投資に600億円、資本最適化に向けた自己株式取得に300億円、株主還元に1,700億円を配分する計画です。

・人的資本投資として700億円を予定しており、これを含めた高成長に向けた投資額は、合計で2,200億円となります。

□ 資本配分（26年３月期～31年３月期）



（株主還元）

株主還元については、適正な利益配分を継続的に実施することを基本方針とします。

・配当については、ＥＰＳの長期的な成長に基づく継続的な配当水準の向上に努め、「高成長」と「高還元」の両立を図ります。

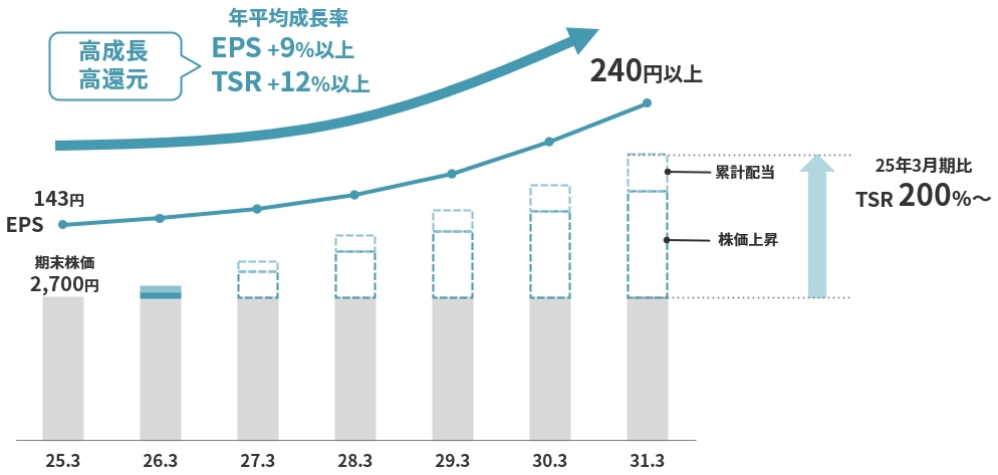
・株主資本配当率（ＤＯＥ）は10%程度を目安とし、長期安定的な増配の実現をめざします。

・自己株式の取得については、最適資本構成、財務状況および株価水準等を総合的に勘案し、資本効率と株主利益の向上に向けて、適宜機動的に実施します。なお、取得した自己株式は原則として消却します。

・配当の基準および自己株式取得の方針については、定期的に検証し適宜見直しを行います。

５）ＫＰＩ

・2031年３月期におけるＫＰＩはＰＢＲ３～４倍、ＥＰＳ成長率は年率９%以上、ＴＳＲ成長率は年率12%以上の高成長・高還元の実現をめざします。



（６）サステナビリティに関する考え方および取り組み

■ 会社の考えるサステナビリティ

＜サステナビリティ全般＞

当社グループでは、2016年より環境への配慮、社会的課題の解決、ガバナンスへの取り組みがビジネスと一体となった未来志向のサステナビリティ経営への第一歩を踏み出しました。それまで取り組んできた「すべての人」に向けたビジネスを「インクルージョン(包摂)」というテーマでとらえ直したうえで、重点テーマを整理し、取り組みを進めてきました。これらの取り組みは、国連の持続可能な開発目標「ＳＤＧｓ（Sustainable Development Goals）」の実現にも寄与するものです。

そして、2019年には本格的なサステナビリティ経営に向け、2050年を見据えた長期ビジョン「丸井グループビジョン2050」を策定し、「インパクトと利益の二項対立を乗り越える」ことを宣言しました。

2021年には「ビジョン2050」に基づき、サステナビリティとWell-beingにかかわる目標を「インパクト」として定義しました。インパクトは、「ビジョン2050」に定めた取り組みをアップデートし、「将来世代の未来を共に創る」「一人ひとりの『しあわせ』を共に創る」「共創のエコシステムをつくる」という共創をベースにした３つのテーマを定めました。

2025年には新たに「経営ビジョン＆戦略ストーリー2031」を策定し、「好き」が駆動する経済の実現に向けて、インパクトを「将来世代の未来を共に創る」「一人ひとりの『好き』が駆動する経済を創る」「働く人の『フロー』を生み出す社会を創る」の３つのテーマに再定義しています。

これらを踏まえ、ビジネスを通じて社会課題の解決と利益の両立をめざし、「インパクト」と「利益」の主要な取り組み項目を主要ＫＰＩとして設定しています。具体的な指標は「４）指標と目標」に記載しています。

当社グループは、サステナビリティ基準委員会（ＳＳＢＪ）基準への準拠に向けて、Scope３排出量算定の高度化や気候関連シナリオ分析などのサステナビリティ開示の充実を進めています。現時点ではＳＳＢＪ基準のすべての要求事項に準拠していませんが、2029年３月期までの準拠を目標として取り組んでいます。

なお、本開示は連結ベースで重要性に基づき作成し、サステナビリティ関連財務開示の信頼性向上のため、以下の体制により内部統制を実施しています。具体的には、温室効果ガス排出量等の環境および社会データの外部第三者機関による検証の実施や各拠点からのデータ収集および本社レビュー体制の構築、ＥＳＧ委員会および金融リスク委員会による定期的なモニタリングなどを実施しています。

１）ガバナンス

すべてのステークホルダーの「利益」と「しあわせ」の調和と拡大に向け、ステークホルダーをインクルードした経営の仕組みづくりに着手します。

ステークホルダー経営	ステークホルダーの求める利益としあわせを共に実現する共創経営に向けて、ステークホルダーをボードメンバーに迎えることで、ガバナンス体制を進化させていきます。
サステナビリティマネジメントの体制	取締役会の監督のもと、サステナビリティマネジメント体制の強化に向け、2019年にサステナビリティアドバイザーおよび取締役会の諮問機関として「サステナビリティ委員会」を設置しました。同委員会は、外部有識者や将来世代を含むメンバーにより構成され、グループ全体のサステナビリティ戦略および取り組みについて未来志向の対話を深めるとともに、取締役会に対して積極的に報告・提言を行っています。また、「ＥＳＧ委員会」では環境・社会課題の特定およびＫＰＩ管理を、「金融リスク委員会」ではフィンテック事業における信用リスクおよび気候関連金融リスク等への対応を担い、組織全体で効果的なリスク文化を推進するための戦略を講じています。これらの委員会は相互に連携し、サステナビリティ関連リスクおよび機会を統合的に管理しています。なお、2026年には、事業戦略と一体となってインパクトを推進することを目的に、「サステナビリティ委員会」を「インパクト推進委員会」に改称しています。
サステナビリティ関連事項の監督	取締役会は、共創サステナビリティ経営の推進に向けた活動を適時検証するため、温室効果ガス排出量および削減の進捗、再生可能エネルギーの導入状況、新興リスクの特定および対応状況、ならびにインパクトと利益の両立をめざすインパクトＫＰＩの進捗等について、年間４回以上報告を受け、監督を行っています。
取締役等報酬におけるサステナビリティ関連指標の組み込み	共創サステナビリティ経営の実効性を高めるため、取締役等の報酬のうち約30％を業績連動型株式報酬とし、その算定に財務指標およびサステナビリティ関連指標を組み込んでいます。具体的には、ＲＯＥ、ＥＰＳ年平均成長率、ＴＳＲに加え、ＣＯ２削減量および外部評価機関によるＥＳＧ評価を業績連動係数の算定に用いることで、インパクトと利益の両立に向けた取り組みを経営陣のインセンティブと連動させています。

２）戦略

当社グループは、「お客さまのお役に立つために進化し続ける」「人の成長＝企業の成長」という経営理念に基づき、「すべての人が『しあわせ』を感じられるインクルーシブな社会を共に創る」ことをミッションとしています。金融と小売の融合を通じて、経済的な豊かさだけでなく精神的な豊かさとしての「しあわせ」を提供すること、一部の人たちだけでなく、すべての人が「しあわせ」になれる社会の実現をめざします。

2050年を見据えた長期ビジョン「ビジョン2050」の策定に合わせ、当社グループが優先的に取り組むべき社会課題をインパクトとして定義しました。

2025年からは、新たに「経営ビジョン&戦略ストーリー2031」を策定し、「好き」が駆動する経済をビジョンとして掲げ、これを実現するための戦略として「好き」を応援するビジネスを推進し、「好き」を通じて自分のための消費が「誰かのため」、「社会のため」へと広がることでインパクトと利益の両立をめざします。

当社グループが取り組むべきことを３テーマ６つのインパクト目標として設定し、「インパクトと利益の二項対立を乗り越える」ビジョンの実現に向けた取り組みを進めることで、すべての人が「しあわせ」を感じられるインクルーシブな社会をめざします。

これらのインパクトは、外部環境の変化を踏まえたリスク分析をもとに策定しており、インパクト推進委員会で議論した後、取締役会で承認されています。策定後は、インパクト推進委員会で検証・分析・進捗管理を行い、取締役会にてレビュー・評価を年に１回以上実施しています。各プロセスを踏まえ、インパクトマネジメントとして、①社会課題の特定、②インパクトテーマの

設定、③ＫＰＩ（アウトプット・アウトカム）の設定、④財務価値への接続、⑤モニタリングおよび開示を実施しています。

ｉ．将来世代の未来を共に創る

「脱炭素社会の実現」や「将来世代の事業創出の応援」により、地球と共存する持続可能な未来を将来世代につなげます。

脱炭素社会の実現	＜自社排出の削減＞ 温室効果ガス削減への取り組みとして、2019年９月に策定した新たな温室効果ガス削減の中長期目標は、国際的なイニシアティブである「Science Based Targets(ＳＢＴ)イニシアティブ」により「１．５℃目標」として認定されました。さらに、2023年８月にＳＢＴネットゼロ認定を取得しました。グループ全体の温室効果ガス削減目標は次のとおりです。 2030年までに、2017年３月期比で ・Scope１（※１）＋Scope２（※２）を80%削減 ・Scope３（※３）を35%削減 2050年までに2017年３月期比でグループ全体のScope１、２の合計およびScope３を90%削減し、残余分を炭素除去することでネットゼロを達成 2026年３月期の実績 ・Scope１（8,363トン）＋Scope２（19,587トン）合計27,950トン 2017年３月期比 76.4%削減 ・Scope３（207,931トン）2017年３月期比 57.5%削減 温室効果ガス排出量原単位（※４）は4.7（前年比85.6%）となりました。 2018年７月にＲＥ１００に加盟し、2030年までにグループの事業で使用する電力を、すべて再生可能エネルギーにすることとしています。2026年３月期の再生可能エネルギー比率は81.2%となりました。 ※１自社の燃料の使用による温室効果ガスの排出量 ※２自社の電力等の使用による温室効果ガスの排出量 ※３自社のバリューチェーンにかかわる温室効果ガスの排出量 ※４温室効果ガス排出量（トン）／連結営業利益（百万円）にて算出 ＜お客さまとの共創による社会排出の削減＞ 当社グループは、株式会社ＵＰＤＡＴＥＲ（旧みんな電力株式会社）と共に、「みんなで再エネ」プロジェクトをスタートしました。カード会員に対し、再エネ電力を簡単に申し込めるサービスを提供し、お客さまと共にＣＯ２の社会排出削減に取り組みます。
将来世代の「事業創出」を応援	当社グループはこれまで、社外の起業家と共創投資を通じてイノベーションの創出をめざしてきました。今後はこれに加えて、社内起業家による事業創出に取り組みます。そのために、「会社にいながら社会を変えられるソーシャル・イントラプレナー」という働き方を提唱し、広く発信していきます。中長期的な人材育成を進めるためにソーシャル・イントラプレナー育成財団を設立し、大学生、中高生向けに講座を提供します。将来的には卒業生の入社やプロジェクトへの参加を通じて当社グループの事業開発に活かしていきます。

ⅱ．一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る

一人ひとりの「好き」の応援を通じて、個がエンパワーできる社会の実現を加速させます。

「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費	動物保護団体に寄付できるエポスペットカードをはじめ、作家の創作活動に寄付できるヘラルボニーカード、山岳保全団体に寄付できるＹＡＭＡＰエポスカード、再生可能エネルギーの生産者に寄付できるみんな電力エポスカードなど、「好き」を応援するカードを通じて応援したい相手に寄付できるカードのラインナップを増やしていきます。「自分のため」の消費が「誰かのため」になり、やがて「社会のため」に広がっていくことで、日本における寄付文化の醸成に貢献し、インパクトと利益の両立をめざします。
「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント	当社グループは、これまで家具やファッションなど消費財の割賦販売を通じて若者の自己実現を応援してきましたが、今後は「好き」を応援する金融サービスを通じて、すべての人の自己実現を支援していきます。対象となるのは、自営業やスタートアップ、フリーランサーといった多様な働き方をする人たち、そして日本で働く多くの外国人たちなどです。これらの人たちの多くは「月給」に代表される定期的・安定的な収入ではなく、不定期で変動的な収入形態を持つため、クレジットカードを持つことができない人々が多数存在します。このような人たちを中心に、「好き」を活かした暮らしと仕事の可能性を開花させるための応援を推進していきます。

ⅲ．働く人の「フロー」を生み出す社会を創る

社員一人ひとりの働きがいや組織活力を高めるための取り組みを、フロントランナーとして推進していきます。

社内外に開かれた共創の場	世界中の優秀な人材を惹きつけ、その活躍を促進するため、ビジネスプロデュース推進室を設置しています。さまざまな雇用形態を通じて、社内外からソーシャル・イントラプレナーを募り、「好き」が駆動する経済に向けた事業開発を進めていきます。
創造性を発揮する人・働き方	当社グループは、能力と挑戦、創造性としあわせ、というビジネスにとって重要な４つの要素を包括的にとらえる「フロー」という概念に注目し、社員一人ひとりの働きがいと組織活力を高める取り組みを推進しています。具体的には、「『好き』を応援するビジネスコンクール」などを通じて、自分の「好き」を仕事に活かす機会を増やし、創造性を発揮できる組織づくりを進めることで、アイデアやナレッジ、ノウハウなどの無形資産を活用したビジネスを拡大し、無形資産比率を70％以上に高めることで、企業価値の向上をめざします。

３）リスク管理

当社グループは、サステナビリティに関する課題を把握し評価するため、リスク・機会を特定しています。特定したリスク・機会はサステナビリティ推進体制のもと、戦略策定・個別事業運営の両面で管理しています。グループ会社の役員で構成されるＥＳＧ委員会で議論された内容は、代表取締役を長とするコンプライアンス推進会議や、取締役会の諮問機関であるインパクト推進委員会において定期的に報告し協議を行い、案件に応じて、取締役会への報告・提言を年１回以上行っています。企業戦略に影響する世の中の動向や法制度・規制変更等の外部要因の共有や、グループ各社の施策の進捗状況や今後のリスク・機会等の内部要因を踏まえて、戦略・施策等の検討を実施していきます。

リスクマネジメントの推進	サステナビリティ経営の礎として、「グループ行動規範」を定め、そのもとに「丸井グループ人権方針」「丸井グループ安全衛生方針」「丸井グループ環境方針」等を定めています。外部環境の変化に対応し、デジタル化や技術革新による事業構造転換のさらなるスピードアップに向けて、ＣＤＯ（Chief Digital Officer）を配置しています。また、情報セキュリティリスクへの対応を強化するため、情報セキュリティ委員会を設置し、グループ全体の情報資産などを保護・管理する最高セキュリティ責任者としてＣＳｅＯ（Chief Security Officer）を配置しています。さらに、今後の金融事業におけるリスク対応を強化するため、金融リスク委員会を設置し、マネー・ローンダリングへの対応をはじめとした法令・規制・ガイドラインのコンプライアンスや不正利用への対応など、組織全体で効果的なリスク文化を推進するための戦略を講じています。サステナビリティ経営における高リスク分野の管理向上を図るため、各委員会の統括機能として、代表取締役を長とするコンプライアンス推進会議にて、当社グループのリスクを統合的に管理しています。規範・各種方針は、実効性を年１回検証するとともに、研修などを通じてグループ社員へ周知を図っています。今後も毎年、検討および見直し等を行い、時代に合わせたリスクマネジメントを推進していきます。

４）指標と目標

当社グループは、社会的・環境的なインパクトの創出を通じた持続可能な価値創造をめざし、インパクト測定・評価マネジメントを導入しています。2031年３月期においては、共創を基盤とした以下の３つのテーマ「将来世代の未来を共に創る」「一人ひとりの『好き』が駆動する経済を創る」「働く人の『フロー』を生み出す社会を創る」を掲げ、具体的な取り組みを推進していきます。

早期のインパクトＫＰＩの達成に向け、グループ各社・各部が中期計画を策定し、経営層へ進捗を報告する会議にて、年１回モニタリングを実施しています。さらに、毎期実施するステークホルダーとの対話やビジネスを通じた社会実験を通じて、インパクトを特定し、改善に取り組んでいます。

テーマ・重点項目		2031年3月期　KPI		財務価値
将来世代の未来を共に創る	脱炭素社会の実現	自社と社会と個人のCO2削減量	100万t以上	取扱高100億以上（累計）
	将来世代の「事業創出」を応援	将来世代の事業創出支援数（ソーシャル・イントラプレナー支援等）	5,000件以上	
一人ひとりの「好き」が駆動する経済を創る	「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費	「好き」を通じて社会とつながる金融サービス利用者数	100万人以上	取扱高3,000億円以上 LTV700億以上
		「好き」を通じて社会とつながる金融サービス数	100件以上	
	「好き」を応援するファイナンシャル・エンパワーメント	若者・外国人等の金融サービス利用者数	1,000万人	取扱高5.7兆円以上 LTV2,500億以上
		多様な働き方を応援する金融サービス数	10件以上	
働く人の「フロー」を生み出す社会を創る	社内外に開かれた共創の場	世界中の優れた人材との共創の場の数	500回以上	共創投資貢献利益 70億
		共創の場を通じた新たな事業の創出数	20件	
	創造性を発揮する人・働き方	フローに入りやすい状態にある社員比率	60%	無形資産比率 70%以上
		自分の「好き」を仕事に活かせている社員比率	75%	

＜気候変動への取り組みとＴＣＦＤへの対応＞

気候変動は、もはや気候危機としてとらえるべきことであり、当社グループは、重要な経営課題の一つと認識し、パリ協定が示す「平均気温上昇を１．５℃に抑えた世界」の実現をめざしています。「丸井グループ環境方針（2022年３月改定）」に基づき、パリ協定の長期目標を踏まえた脱炭素社会へ積極的に対応すべく、ガバナンス体制を強化するとともに、事業への影響分析や気候変動による成長機会の取り込みおよびリスクへの適切な対応への取り組みを推進しています。

当社グループはＦＳＢ（金融安定理事会）により設立されたＴＣＦＤ（気候関連財務情報開示タ

スクフォース）による提言に賛同し、有価証券報告書（2019年３月期）にて、提言を踏まえ情報を開示しました。さらに分析を重ね、有価証券報告書（2020年３月期）にて、気候変動による機会および物理的リスク等の内容を拡充しました。今後も情報開示の充実を図るとともに、ＴＣＦＤ提言を当社グループの気候変動対応の適切さを検証するベンチマークとして活用し、サステナビリティ経営を進めていきます。

１）ガバナンス

気候変動にかかわる基本方針や重要事項等を検討・審議する組織として、取締役会の諮問機関であるインパクト推進委員会を設置しています。また、関連リスクの管理水準の向上を図る機関としてＥＳＧ委員会を設置し、代表取締役を長とするコンプライアンス推進会議を通じて、当社グループ全体のリスク管理を行っています。事業戦略の策定や投融資等に際しては、こうした体制をもとに「丸井グループ環境方針」や気候変動に係る重要事項を踏まえ総合的に審議し決定することで、気候変動に関するガバナンスの強化を進めていきます。

２）戦略

（事業のリスクと機会）

気候変動による世界的な平均気温の４℃上昇が社会に及ぼす影響は甚大であると認識し、気温上昇を１．５℃以下に抑制することをめざす取り組みへの貢献が重要であると考えています。２℃以下シナリオ（１．５℃目標）への対応力を強化すべく、気候関連のリスクと機会がもたらす事業への影響を把握し、戦略の策定を進めています。

当社グループは、フィンテックを中心に、イベント、グッズ、サービス、共創投資、事業開発、そして人・組織・働き方など、すべてを通じて「好き」を応援するビジネスを推進していきます。気候変動は、台風・豪雨等の水害による店舗・施設等への被害や規制強化にともなう炭素税の導入による費用の増加等のリスクが考えられます。一方、消費者の環境意識の向上に対応した商品・サービスの提供や環境配慮に取り組む企業への投資は当社グループのビジネスの機会であるととらえています。

（財務的影響の分析・算定）

事業への財務的影響については、気候変動シナリオ等に基づき分析し2050年までの期間内に想定される利益への影響額として項目別に算定しています。リスクについては、物理的リスクとして、気温上昇が１．５℃以下に抑制されたとしても急性的に台風・豪雨等での水害が発生しうると予測しています。店舗の営業休止による不動産賃貸収入等への影響（約19億円）および建物被害（約30億円）、被災地におけるクレジットカードの貸倒率上昇によるコスト影響(約0.5億円)を算定しています。移行リスクとしては、将来のエネルギー関連費用の増加を予測し、再生可能エネルギーの調達コストの増加（約８億円）および炭素税導入による増税（約22億円）を算定しています。機会については、環境意識が高い消費者へのライフスタイル提案による店舗収益への影響（約19億円）およびカード会員の増加による長期的収益（約26億円）、環境配慮に取り組む企業への投資によるリターン（約９億円）を算定しています。カード会員の再生可能エネルギー電力の利用によりリカーリングが増加しゴールドカード会員化につながることでの長期的収益（約20億円）、業界平均を下回る低貸倒率を維持する独自の与信システムにより、災害時の貸倒償却額を抑制（約0.2億円）、電力小売事業への参入による調達コストの削減（約３億円）および炭素税の非課税（約22億円）を算定しています。今後もさまざまな動向を踏まえ定期的に分析し、評価の見直しと情報開示の充実を進めていきます。

（前提要件）

対象期間	2020年～2050年
対象範囲	丸井グループの全事業
算定要件	気候変動シナリオ（ＩＰＣＣ・ＩＥＡ等）に基づき分析
	項目別に対象期間内に想定される利益影響額を算定
	リスクは事象が発生した際の影響額で算定
	機会は原則、長期的な収益（ＬＴＶ）で算定
	公共事業等のインフラ強化やテクノロジーの進化等は考慮しない

（気候変動によるリスクおよび機会）

	世の中の変化	丸井グループのリスク	リスクの内容	利益影響額
物理的リスク	台風・豪雨等による水害※１	店舗の営業休止	営業休止による不動産賃貸収入等への影響	約19億円
			浸水による建物被害（電源設備等の復旧）	約30億円
		システムセンターの停止	システムダウンによるグループ全体の営業活動休止	対応済※２
		貸倒コストへの影響	被災地におけるクレジットカードの貸倒率上昇	約0.5億円
移行リスク	再エネ需要の増加	再エネ価格の上昇	再エネ調達によるエネルギーコストの増加	約８億円（年間）
	政府の環境規制の強化	炭素税の導入	炭素税による増税	約22億円（年間）

	世の中の変化	丸井グループの機会	機会の内容	利益影響額
機会	環境意識の向上・ライフスタイルの変化	サステナブルなライフスタイルの提案	環境配慮に取り組むテナント導入等による収益	約19億円※３
			サステナブル志向の高いカード会員の増加	約26億円※４
			環境配慮に取り組む企業への投資によるリターン	約９億円
		一般家庭の再エネ需要への対応	カード会員の再エネ電力利用による収益	約20億円※５
	台風・豪雨等による水害	低貸倒率により抑えられた貸倒の回避額	独自の与信システムにより業界平均を下回る低貸倒率により、災害時の最終貸倒償却額を少額に抑制	約0.2億円
	電力調達の多様化	電力小売事業への参入	電力の直接仕入れによる中間コストの削減	約３億円（年間）
	政府の環境規制の強化	炭素税の導入	温室効果ガス排出量ゼロの達成による炭素税非課税	約22億円（年間）

※ １ ハザードマップに基づき影響が最も大きい河川（荒川）の氾濫を想定（流域の２店舗に３カ月の影響）

※ ２ バックアップセンター設置済みのため利益影響は無いと想定
※ ３ 不動産賃貸収入の増加およびクレジットカード利用の増加
※ ４ クレジットカードの新規入会や利用による収益を算定
※ ５ リカーリング等でのゴールドカード会員の増加による収益を算定

３）リスク管理

当社グループは、グループの事業が気候変動によって受ける影響を把握し評価するため、シナリオの分析を行い、気候変動リスク・機会を特定しています。特定したリスク・機会はサステナビリティ推進体制のもと、戦略策定・個別事業運営の両面で管理しています。グループ会社の役員で構成されるＥＳＧ委員会で議論された内容は、代表取締役を長とするコンプライアンス推進会議や、取締役会の諮問機関であるインパクト推進委員会において定期的に報告し協議を行い、案件に応じて、取締役会への報告・提言を年１回以上行っています。企業戦略に影響する気候変動を含めた世の中の動向や法制度・規制変更等の外部要因の共有や、グループ各社の施策の進捗状況や今後のリスク・機会等の内部要因を踏まえて、戦略・施策等の検討を実施していきます。

４）指標と目標

・温室効果ガスの削減については、グループ全体の温室効果ガス削減目標「2030年までに2017年３月期比Scope１＋Scope２を80％削減、Scope３を35％削減（2050年までに2017年３月期比Scope１＋Scope２の合計およびScope３を90％削減）」が、2019年９月にＳＢＴイニシアティブにより「１．５℃目標」として認定されています。
・2030年までにグループの事業活動で消費する電力の100％（中間目標：2025年までに70％）を再生可能エネルギーから調達することを目標として、2018年７月にＲＥ１００に加盟しています。

■ 会社の考える人的資本経営

当社グループでは「人の成長＝企業の成長」という理念のもと、継続的な企業価値向上をめざし、2005年より企業文化の変革に取り組んできました。企業文化の変革に向けて、「企業理念」「対話の文化」「働き方改革」「多様性の推進」「手挙げの文化」「グループ会社間職種変更異動」「パフォーマンスとバリューの二軸評価」「Well-being」等の施策を同時進行で進めてきました。

当社グループの「人的資本経営」のパフォーマンスデータについては、「ＥＳＧデータブック」の「社会（Social）」のカテゴリーをご覧ください。

ＥＳＧデータブック（https://www.0101maruigroup.co.jp/ir/lib/databook.html）

＜企業文化変革のための取り組み＞

ⅰ．企業理念

当社グループの人的資本経営は「人の成長＝企業の成長」という経営理念が根本となっています。この理念について、働く理由や会社に入って成し遂げたいことなどを対話の場を設けて話し合うことで、会社のパーパスと個人のパーパスのすり合わせを行い、10年以上で4,500名以上の社員が参加しました。その結果、理念を共有できない人が退職したことで一時的に退職率は上がりましたが、その後は低水準で定着しており、2026年３月期の退職率（定年退職者を除く）は3.6％となりました。また、入社３年以内の離職率は約17％と世の中の平均を大きく下回る水準で推移しており、会社と個人との「選び選ばれる関係」の基盤が構築されています。

ⅱ．対話の文化

かつての一方通行から、双方向のコミュニケーションを通じた「対話の文化」が醸成されてきました。「１．安全な場宣言から始める」「２．特に目的を定めない」「３．結論を求めない」「４．傾聴する」「５．人の発言を受けて発言する」「６．人の意見を否定しない」「７．間隔を置いて熟成させる」の７つの目安に沿って、会議やミーティングは必ず対話を交えて行われています。

ⅲ．働き方改革

働きやすい環境の実現のみならず、仕事の本質を「時間の提供」から「価値の創出」と考える企業文化の転換をめざしています。社員によるプロジェクト活動の結果、2008年３月期には月間11時間だった１人当たり残業時間は、2026年３月期では約6.0時間まで大幅に減少しました。

ⅳ．多様性の推進

2014年から「男女」「年代」「個人」の３つの多様性を掲げ、組織改革を推進しています。「男女」の多様性については、2014年３月期から女性活躍推進のプロジェクトをスタートし、「女性イキイキ指数」という独自のＫＰＩを掲げて取り組みを進め、2022年３月期からは男性の産休取得」と「男女の性別役割分担の見直し」にも着手しました。その結果、2026年３月期では男性社員の育休取得率が８年連続で100%、１カ月以上の取得率も96%と目標を大幅に上回り達成しました。一方、「男女の性別役割分担意識を見直すことに共感する人の割合」「家庭における男性の家事・育児の分担割合」「女性の上位職志向」については、女性の上位職志向が57%まで向上するなど改善は見られたものの、目標には届きませんでした。

◇女性イキイキ指数

	14年3月期	22年3月期	26年3月期
「男性は仕事、女性は家事育児」という性別役割分担意識を見直すことに、共感する人の割合	―	48%	54%
男性の育休取得率100%の維持	14%	100%	100%
男性の産休取得率（産後８週以内）	―	51%	100%
男性の育休１カ月以上取得率	―	2%	96%
家庭における男性の家事・育児の分担割合	―	35%	29%
女性の上位職志向	42%	68%	57%
女性リーダー比率	20%	32%	41%
意志決定層に占める女性の割合	7%	17%	22%
執行役員に占める女性の割合	―	24%	23%

こうした成果と課題を踏まえ、2031年に向け「女性イキイキ指数」の項目・目標を見直しました。目標を達成した男性の育休取得については新たに「男性の育休３カ月以上取得率」を指標とし、未達の３項目については引き続き取り組みを継続します。

さらに、女性活躍と経営戦略との連動を強化するため、新たに「強みを活かしてチャレンジしている女性の割合」「自分の『好き』を仕事に活かせている女性の割合」を指標に追加しました。これにより、2031年に向けたインパクトＫＰＩの重点項目「創造性を発揮する人・働き方」の実現を、女性活躍の面からも後押ししていきます。

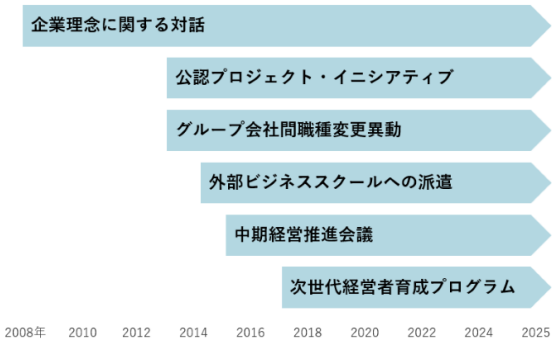
◇女性イキイキ指数　＊2026年～

	26年3月期	31年3月期目標
「男性は仕事、女性は家事育児」という性別役割分担意識を見直すことに、共感する人の割合	54%	70%
男性の育休取得率100%の維持	100%	100%
新設 男性の育休３カ月以上取得	43%	70%
家庭における男性の家事・育児の分担割合	29%	35%
新設 「強みを活かしてチャレンジしている」女性の割合	55%	80%
新設 「自分の『好き』を仕事に活かせている」女性の割合	61%	75%
女性の上位職志向	57%	70%
男性の上位職志向	75%	85%
女性のリーダー比率	41%	50%
意思決定層に占める女性の割合	22%	30%

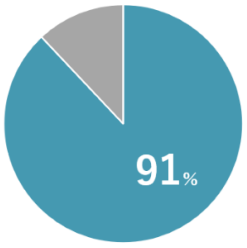
v．手挙げの文化

10年以上にわたり、社員が自ら手を挙げて参画する「手挙げの文化」づくりを進めてきました。手挙げの文化の目的は、社員一人ひとりの自主性を促し、自律的な組織をつくり、イノベーションを創出する企業になることです。「公認プロジェクト・イニシアティブ」「中期経営推進会議」など、幅広い手挙げの機会を設け、2026年３月期では自ら手を挙げて参画した社員の割合は９割を超えました。

◇ 手挙げで参画できる取り組み



◇ 自ら手を挙げ参画する社員率

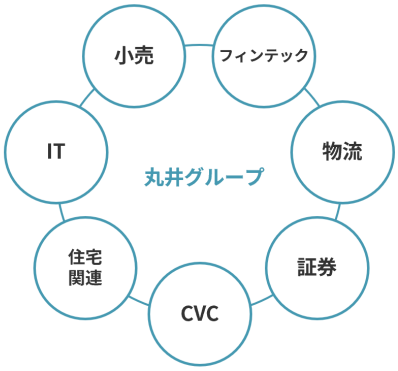


26年3月期

vi．グループ会社間職種変更異動

社員の手挙げに基づいて、当社グループ内のさまざまな事業を跨ぐ「グループ会社間職種変更異動」を2013年から本格的に推進し、2026年３月期までに、全グループ社員の約87%が職種変更を経験しています。2016年実施のアンケートでは、約86%が「異動後に成長を実感した」と回答しており、個人の中の多様性とレジリエンス力が育まれています。今後は、共創投資先を中心に他企業への出向にも拡げ、より変化に強い人材の育成を進めます。

◇ 異動イメージ



◇ 職種変更率

87%

＊26年3月時点

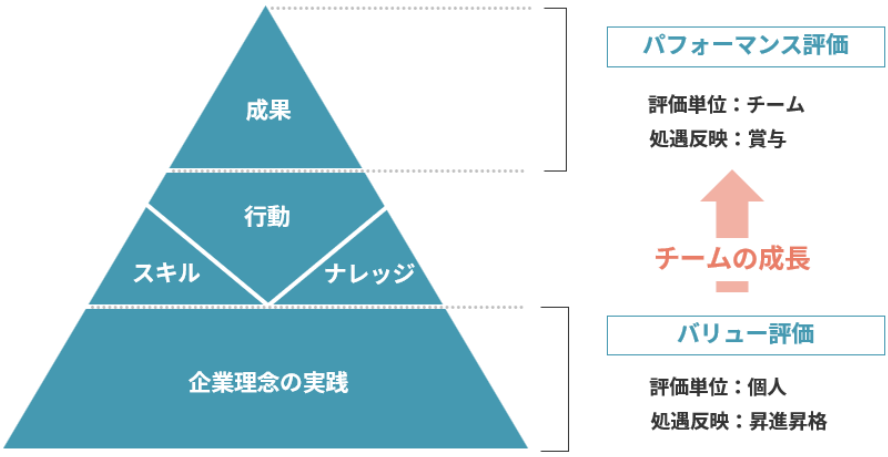
◇ 異動後に成長を実感した割合

86%

＊16年11月実施アンケート

vii．パフォーマンスとバリューの二軸評価

人事評価制度においては、業績に基づく評価だけでなく、バリューにかかわる上司、同僚、部下からの360度評価を実施することで、「人の成長」という企業理念の実現をめざします。



viii. Well-being

当社グループでは、一人ひとりがやりがいを持ってイキイキと仕事に取り組める活力のある組織をめざして、2016年からWell-beingに取り組んでいます。ＣＷＯ（チーフウェルビーイングオフィサー）で常務執行役員の小島玲子氏が中心となり、「幹部向けのレジリエンスプログラム」や社員の手挙げによる「Well-being推進プロジェクト」を通して、組織の中での一人ひとりのしあわせを実現していきます。

＜企業文化変革を通じた社員エンゲージメントの向上＞

当社グループ独自の取り組みを含む８つの施策を通じて、経営のＯＳである企業文化を新しいＯＳへと更新してきました。また、これらの施策の結果、社員のエンゲージメントが高まりました。当社グループが独自に計測しているエンゲージメント指標を2012年と2025年で比較すると、仕事での「期待」は46%から80%へ、職場での「尊重」は28%から69%へ、自分の「強みを活かす」は38%から61%へと、それぞれ大幅に改善しました。



◇社員エンゲージメント

	2012年		2025年
自分が仕事のうえで何を期待されているか分かっている	46%	▶	80%
自分が職場で尊重されていると感じる	28%	▶	69%
自分の強みを活かしてチャレンジしている	38%	▶	61%

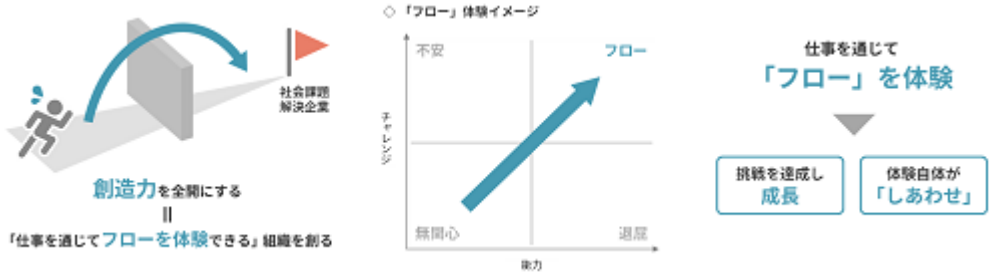
１）戦略

当社グループは、2019年に策定したビジョン2050で「インパクトと利益の二項対立を乗り越える」というビジョンを掲げています。企業文化の変革によって、このビジョンの実現に向けたイノベーションが創出できるようになりましたが、これらはまだ小さな「芽」にすぎません。インパクトと利益という「双葉」をつけたこれらの「芽」を増やし、成長させることで、大きな樹に育て上げ、たくさんの果実を実らせることで、「社会課題解決企業」へと進化していきます。



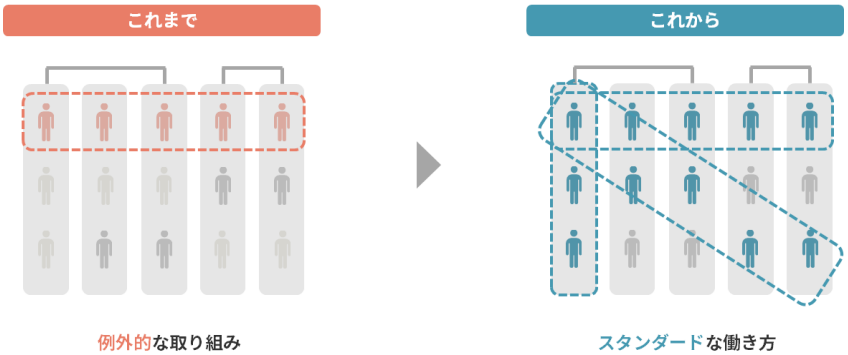
「利益追求」と「社会課題解決」の２つを両立するための高いハードルをクリアするためには、一人ひとりの「創造力」を全開にすることが不可欠であり、そのために「仕事を通じてフロー体験できる」組織づくりに取り組みます。

「フロー」は心理学者のチクセントミハイが提唱する概念で、人が能力と挑戦のレベルが釣り合っている時にしばしば体験する、「時を忘れ、我を忘れて」没頭する状態のことを指します。人はフローを体験することで、創造力をフルに発揮することができ、それによって高いハードルを乗り越え、成長することができます。また、フローはその体験自体が「しあわせ」をもたらします。「仕事を通じてフローを体験できる組織」を創ることで、めざす姿の実現と働く一人ひとりのしあわせの両立をめざします。そのために「働き方と組織のイノベーション」と「ＤＸの推進」の２つの取り組みを進めます。



（働き方と組織のイノベーション）

働き方と組織のイノベーションでは、プロジェクト型の働き方と組織づくりを促進します。インパクトを実現したいという思いを持った社員が自ら手を挙げ、グループ会社の枠を超えて集まり、プロジェクト的に働くことでイノベーションを進めてきましたが、このような働き方はこれまで例外的でした。今後は、プロジェクト型を例外ではなく、当たり前の働き方として広げていきます。



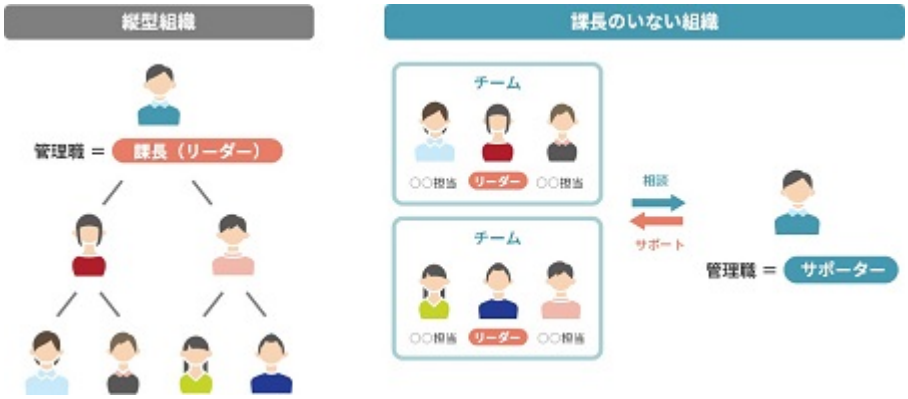
ⅰ．公認イニシアティブの拡大

インパクトと利益を両立させ、さまざまなテーマを設定した「公認イニシアティブ」を当期の14テーマのうち、３テーマは活動を終了し、１テーマは事業会社へ移管、10テーマは活動を継続します。各テーマについて自ら手を挙げて集まったメンバーが、社内外の枠を超えてプロジェクト的に活動することでイノベーションを創出します。

テーマ名
使うことがミュージアムの応援につながる「ミュージアムエポスカード」の拡大
AI時代における新たな顧客と丸井グループの顧客接点を創出
エポスカードご案内のノウハウを構造化し、顧客体験の向上の検討
グッズ事業戦略、およびビジョンの検討
「好き」を起点に間接的に社会課題解決につながっていく、ビジネススキームの検討
「『好き』を応援するビジネスコンクール」事業化に向けた取り組み【5テーマ】

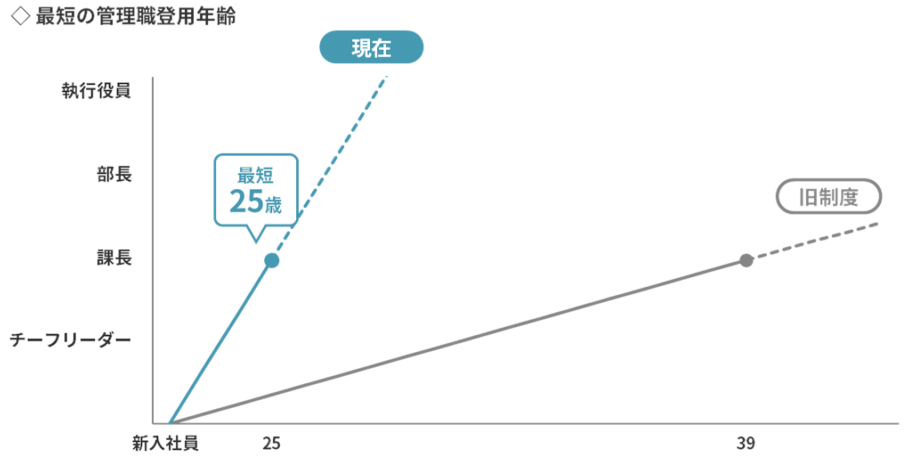
ⅱ．課長のいない組織

人と組織の管理を担う課長が、組織の長ではなく、チームのサポーターとして、上から横に回ることで、一人ひとりのメンバーが自立自走するフラットな組織を創り、チームとしての創造力を促します。



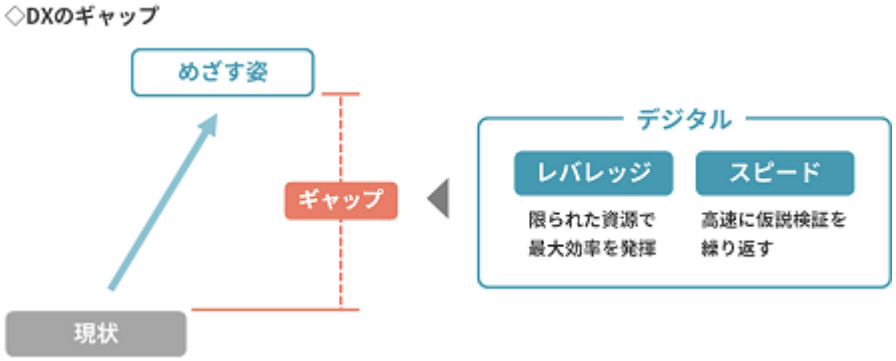
ⅲ．早期管理職登用

人事制度を改定し、「企業価値向上への貢献が期待できる人材」には、「人的資本投資」として早期昇進を後押ししています。旧制度では管理職への登用が可能となる年齢は最短39歳でしたが、現在では最短25歳での管理職登用が可能となっています。若手の優秀な人材が早期に活躍できる舞台を用意することで、イノベーションの創出を加速します。



（ＤＸの推進）

ＤＸにおいて、現状とめざす姿のギャップを埋めるためには、デジタルの力を活かすことが欠かせません。デジタルのレバレッジとスピードを活用し、高速に仮説検証を繰り返すことが不可欠です。



ⅰ．Ｍｕｔｕｒｅによる専門人材の採用

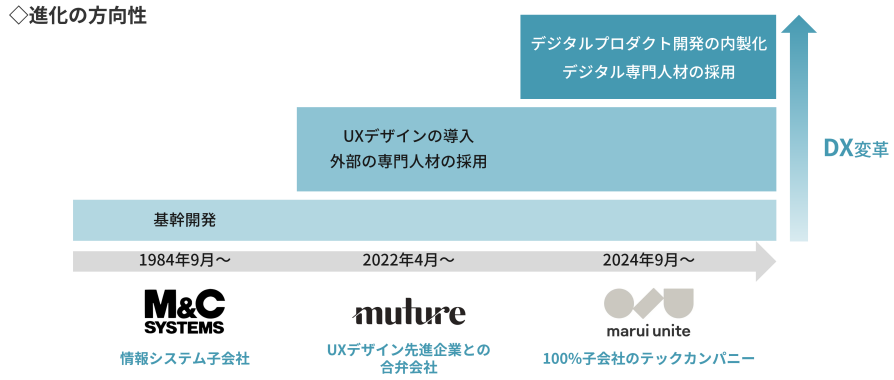
2022年４月、ＵＸデザインの先進企業であるグッドパッチ社との合弁会社Ｍｕｔｕｒｅを設立し、当社グループのブランドでは採用できなかった高度な専門人材の採用を開始しました。業界でも有数の人材が続々と参画しており、ライフスタイルアプリやＯＭＥＭＩＥの開発に貢献しています。

ⅱ．ＣＤＸＯの招聘

Ｍｕｔｕｒｅを通じた専門人材の活躍でプロダクトの開発は大きく進展しましたが、これを全社的に拡げ、継続的に進化させるためには、部門横断で連携の取りにくい縦割型の意思決定プロセスや組織構造を変革する必要がありました。そこで、アジャイルな組織開発を推進するため、組織開発に関する高度な知見を持ち、デジタルの専門家と経営者の双方の視点を併せ持つ株式会社グッドパッチ社の土屋尚史氏を、2023年６月に執行役員ＣＤＸＯ（チーフデジタルトランスフォーメーションオフィサー）として招聘しました。また、デジタル領域における経営体制の強化をはかるため、2026年６月に同氏は取締役に就任しました。

ⅲ．テックカンパニーの設立

アジャイルなプロダクト開発の推進・波及を目的に、2024年９月、新会社マルイユナイト（marui unite）を設立しました。プロダクト開発のテック専門組織としてグループの事業会社と一体となり、新たな体験価値の創出をスピード感をもって実現していくことで、当社グループのＤＸによる変革を後押ししていきます。



ⅳ．ＣＴＯの新設

ＤＸのさらなる推進に向け、2026年４月に新たにＣＴＯ（チーフテクノロジーオフィサー）を設置しました。エンジニアとしてＡＩ・ディープラーニングの知見を持ち、スタートアップでＣＴＯの経験を持つ、巣籠悠輔氏が執行役員ＣＴＯに就任しました。ＣＴＯを中心に、グループ全体のプロダクトの方向性を策定するとともに、プロダクト開発のプロセスを進化させることで「好き」を応援するビジネスを後押しし、企業価値の向上につなげていきます。

ⅴ．ＤＸビジョン＆戦略委員会の設置

企業価値の持続的な向上に向け、グループ全体および各事業のＤＸにおけるビジョンおよび戦略課題について検討・提言することを目的に、2025年10月から取締役会の諮問機関としてＤＸビジョン＆戦略委員会を新設しました。委員長にはＣＤＸＯで取締役執行役員の土屋尚史氏、委員にはＣＴＯで執行役員の巣籠悠輔氏が就任しています。取締役と外部有識者が参画することで多様な視点から議論を実施し、取締役会への報告・提言を行います。

■ 人的資本投資

当社グループの人的資本経営において、「人的資本投資」はイノベーションを起こしやすい組織風土づくりを通じて、中長期的な企業価値向上につながる「当社グループ独自の新規事業」や「新サービス」を創出すると考えています。この人的資本投資には、従来は人材投資としていた教育・研修費に加え、新規事業に係る人件費や共創チームの人件費、グループ会社間職種変更異動した社員の１年目の人件費など、中長期的に企業価値向上につながる費用項目を含めています。当第２四半期累計の人的資本投資は62億円に拡大しました。

２）ガバナンス

経営戦略と人材戦略の連動を図るため、2022年４月から取締役会の諮問機関として、人材戦略委員会を設置しています。委員長にはＣＨＲＯ（チーフヒューマンリソースオフィサー）で執行役員の長棹淳氏が就任しています。人材戦略委員会は戦略検討委員会と連携し、人材戦略を取締役会に提言する役割を果たします。

３）リスク管理

当社グループの成長は、社員一人ひとりの成長や活躍により実現できると考えています。今後、人材獲得競争の激化や既存社員の流出、それにともなう将来の経営人材の不足等が顕在化した場合、事業の進化や継続性に影響を及ぼす可能性があります。当社グループは、すべての社員が自ら手を挙げてチャレンジできる風土をベースとした、将来の企業価値の源泉となる無形資産としての人的資本投資を重視しています。公募型の教育・研修プログラムはもとより、対話を通じてグループ経営にとって重要なテーマを考える「グループ公認プロジェクト」や一人ひとりが創造性を発揮し、価値を創出することを目的とした「グループ公認イニシアティブ」、経営に革新を起こせる人材を育成する「次世代経営者育成プログラム（共創経営塾：ＣＭＡ）」の実施、さらにスタートアップ企業への出向など、計画的な人材投資により、さまざまな視点から、成長とやりがいを実感できる環境づくりを進めています。

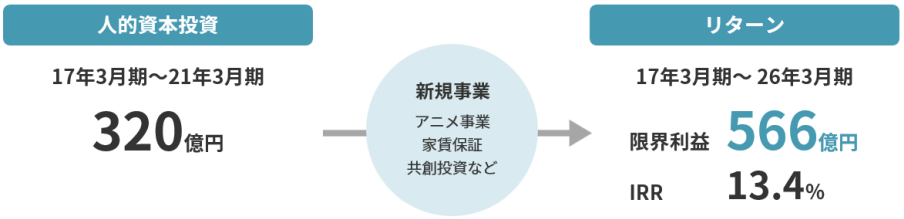
人材獲得に向けて、新卒採用においては長期インターンシップ等の新たな手法を積極的に活用することで、優秀な学生と早期に接点を設け、当社とのエンゲージメント向上につなげています。中途採用については、フィンテックやＥＣ事業のさらなる拡大に向け、これまで社内育成を行ってきた基幹系システム人材に加え、ＵＩ／ＵＸにスピーディに対応すべくＷｅｂ系システム人材の採用を推進しています。採用確保に向けては、丸井グループの独自のビジネスモデルや成長戦略を採用市場にて明示するとともに、2022年に立ち上げたＵＩ／ＵＸデザインの先進的企業であるグッドパッチ社との合弁会社Ｍｕｔｕｒｅを通じた、ＵＩ／ＵＸデザインの専門性を持つ人材の採用を行っています。また、デジタル顧客接点におけるアジャイルなプロダクト開発の推進・波及を目的として2024年９月に立ち上げた新会社マルイユナイトでは、ＤＸによる変革を加速するために、エンジニアリング領域などで活躍するデジタル人材の採用を積極的に進めていきます。

４）指標と目標

さらなる企業文化の変革に向け、自ら「社会実験企業」を宣言することで、「失敗を許容し、挑戦を奨励する」文化を育みます。そのために、行動ＫＰＩとして、チャレンジに向けた「打席数」や「試行回数」などを設けています。「たくさん実験して、早く失敗することで、成功のためのノウハウを蓄積する」 fail fast,fail forwardを奨励し、イノベーションを創出し続ける企業をめざします。



当社グループの2017年３月期から2021年３月期までの５年間の人的資本投資は320億円です。一方で、同期間に創出された、アニメ事業や家賃保証、共創投資などの新たな事業による限界利益をリターンとみなすと、2017年３月期から2026年３月期までの10年間に生み出された限界利益は566億円でした。投資採算、資本効率に関しては、ＩＲＲによるリターンを算出する測定モデルを用いており、2026年３月期までを投資回収期間とするとＩＲＲは13.4%となり、株主資本コストを上回りました。この測定モデルをもとに効果検証を継続しながら、企業価値向上につながる人的資本投資をさらに推進していきます。



人的資本投資のＩＲＲ13.4%は、店舗などを中心とした有形投資のハードルレートである10%を上回っています。今後は実効性を高めつつ人的資本投資を５年間で700億円以上に拡大することで、高効率な経営を実現します。



＊人的資本投資により創出された当社独自の新事業・サービスによる限界利益をリターンととらえ投資対効果を算定
（投資期間：17年3月期～21年3月期 ー 回収期間：17年3月期～26年3月期）

２．中間連結財務諸表及び主な注記

（１）中間連結貸借対照表

（単位：百万円）

	前連結会計年度 (2026年３月31日)	当中間連結会計期間 (2026年９月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	53,548	56,272
受取手形及び売掛金	6,922	7,248
割賦売掛金	635,676	697,059
営業貸付金	78,008	86,793
商品	659	649
その他	83,439	77,915
貸倒引当金	△24,167	△25,206
流動資産合計	834,087	900,733
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物（純額）	52,034	50,892
土地	97,056	97,153
その他（純額）	19,798	20,593
有形固定資産合計	168,888	168,639
無形固定資産	12,227	12,019
投資その他の資産		
投資有価証券	39,226	38,977
差入保証金	18,670	18,503
その他	68,175	67,839
投資その他の資産合計	126,072	125,320
固定資産合計	307,188	305,979
資産合計	1,141,276	1,206,712

（単位：百万円）

	前連結会計年度 (2026年３月31日)	当中間連結会計期間 (2026年９月30日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	7,564	6,456
短期借入金	129,805	130,598
1年内償還予定の社債	20,146	41,146
コマーシャル・ペーパー	31,000	53,000
未払法人税等	7,927	8,461
賞与引当金	2,985	3,184
ポイント引当金	45,525	48,506
株式給付引当金	929	―
商品券等引換損失引当金	142	142
その他	100,029	72,681
流動負債合計	346,056	364,176
固定負債		
社債	80,000	59,000
転換社債型新株予約権付社債	―	50,000
長期借入金	455,300	486,500
利息返還損失引当金	4,506	3,698
債務保証損失引当金	40	38
株式給付引当金	―	327
その他	10,551	10,945
固定負債合計	550,398	610,511
負債合計	896,454	974,687
純資産の部		
株主資本		
資本金	35,920	35,920
資本剰余金	88,023	88,034
利益剰余金	119,552	124,416
自己株式	△10,095	△27,216
株主資本合計	233,400	221,155
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	10,786	10,280
その他の包括利益累計額合計	10,786	10,280
非支配株主持分	635	588
純資産合計	244,821	232,024
負債純資産合計	1,141,276	1,206,712

（２）中間連結損益計算書及び中間連結包括利益計算書

中間連結損益計算書

（単位：百万円）

	前中間連結会計期間 （自 2025年４月１日 至 2025年９月30日）	当中間連結会計期間 （自 2026年４月１日 至 2026年９月30日）
売上収益	136,427	146,973
売上原価	16,921	16,717
売上総利益	119,506	130,256
販売費及び一般管理費	93,110	99,419
営業利益	26,395	30,837
営業外収益		
受取配当金	229	220
預り金精算益	54	225
その他	160	213
営業外収益合計	445	659
営業外費用		
支払利息	2,636	4,338
その他	1,146	1,780
営業外費用合計	3,783	6,119
経常利益	23,058	25,377
特別利益		
固定資産売却益	136	－
投資有価証券売却益	2,205	21
その他	105	－
特別利益合計	2,448	21
特別損失		
固定資産除却損	699	672
投資有価証券評価損	1,805	192
特別損失合計	2,504	864
税金等調整前中間純利益	23,001	24,534
法人税等	8,050	7,704
中間純利益	14,950	16,829
非支配株主に帰属する中間純利益	125	73
親会社株主に帰属する中間純利益	14,825	16,755

中間連結包括利益計算書

（単位：百万円）

	前中間連結会計期間 （自 2025年４月１日 至 2025年９月30日）	当中間連結会計期間 （自 2026年４月１日 至 2026年９月30日）
中間純利益	14,950	16,829
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	3,383	△505
その他の包括利益合計	3,383	△505
中間包括利益	18,334	16,323
（内訳）		
親会社株主に係る中間包括利益	18,209	16,249
非支配株主に係る中間包括利益	125	73

（３）中間連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	前中間連結会計期間 （自 2025年４月１日 至 2025年９月30日）	当中間連結会計期間 （自 2026年４月１日 至 2026年９月30日）
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前中間純利益	23,001	24,534
減価償却費	7,783	7,958
ポイント引当金の増減額（△は減少）	2,588	2,981
貸倒引当金の増減額（△は減少）	1,119	1,039
利息返還損失引当金の増減額（△は減少）	△1,151	△807
賞与引当金の増減額（△は減少）	198	199
受取利息及び受取配当金	△249	△245
支払利息	2,636	4,338
固定資産除却損	320	332
投資有価証券売却損益（△は益）	△2,205	△21
投資有価証券評価損益（△は益）	1,805	192
売上債権の増減額（△は増加）	2,961	△325
割賦売掛金の増減額（△は増加）	△80,609	△61,383
営業貸付金の増減額（△は増加）	24,117	△8,784
棚卸資産の増減額（△は増加）	△176	632
買掛金の増減額（△は減少）	△1,125	△1,108
その他	△30,170	△23,408
小計	△49,156	△53,877
利息及び配当金の受取額	231	243
利息の支払額	△2,638	△5,174
法人税等の支払額	△8,877	△7,326
法人税等の還付額	11	20
営業活動によるキャッシュ・フロー	△60,430	△66,113
投資活動によるキャッシュ・フロー		
固定資産の取得による支出	△11,458	△5,831
固定資産の売却による収入	263	－
投資有価証券の取得による支出	△362	△2,583
投資有価証券の売却による収入	3,007	1,897
差入保証金の回収による収入	669	2,616
その他	△2,611	△3,095
投資活動によるキャッシュ・フロー	△10,491	△6,996
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額（△は減少）	40,939	24,992
長期借入れによる収入	38,500	49,000
長期借入金の返済による支出	△31,500	△42,000
転換社債型新株予約権付社債の発行による収入	－	49,879
社債の償還による支出	△10,159	－
コマーシャル・ペーパーの純増減額（△は減少）	51,000	22,000
自己株式の取得による支出	△3,247	△17,901
自己株式取得のための預託金の増減額（△は増加）	△1,000	1,547
配当金の支払額	△9,602	△11,890
その他	△277	205
財務活動によるキャッシュ・フロー	74,652	75,833
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	3,730	2,723
現金及び現金同等物の期首残高	49,250	53,548
現金及び現金同等物の中間期末残高	52,980	56,272

（４）中間連結財務諸表に関する注記事項

（継続企業の前提に関する注記）

該当事項はありません。

（株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記）

当社は、2025年11月11日開催の取締役会での決議に基づき、当中間連結会計期間において2,896百万円（969千株）、2026年８月４日開催の取締役会での決議に基づき、14,999百万円（5,013千株）の自己株式の取得を行いました。

以上のことなどから当中間連結会計期間末において、自己株式は27,216百万円となりました。

（中間連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用）

（税金費用の計算）

税金費用の計算については、当中間連結会計期間を含む連結会計年度の税引前当期純利益に対する税効果会計適用後の実効税率を合理的に見積り、税引前中間純利益に当該見積実効税率を乗じて計算する方法によっています。ただし、見積実効税率を用いて計算すると著しく合理性を欠く場合には、法定実効税率を使用する方法によっています。

（セグメント情報）

前中間連結会計期間(自　2025年４月１日　至　2025年９月30日)

報告セグメントごとの売上収益及び利益又は損失の金額に関する情報

（単位：百万円）

	報告セグメント			調整額（注）１	中間連結損益計算書計上額（注）２
	小売	フィンテック	計		
売上収益					
外部顧客への売上収益	39,138	97,289	136,427	－	136,427
セグメント間の内部売上収益又は振替高	3,698	785	4,484	△4,484	－
計	42,837	98,074	140,911	△4,484	136,427
セグメント利益	5,144	25,429	30,573	△4,178	26,395

（注）１　セグメント利益の調整額は、セグメント間取引消去1,054百万円、各報告セグメントに配分していない全社費用△5,232百万円です。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない連結財務諸表提出会社の費用です。

２　セグメント利益は、中間連結損益計算書の営業利益と調整を行っています。

当中間連結会計期間(自　2026年４月１日　至　2026年９月30日)
報告セグメントごとの売上収益及び利益又は損失の金額に関する情報

（単位：百万円）

	報告セグメント			調整額（注）１	中間連結損益計算書計上額（注）２
	小売	フィンテック	計		
売上収益					
外部顧客への売上収益	40,140	106,833	146,973	－	146,973
セグメント間の内部売上収益又は振替高	3,622	3,466	7,088	△7,088	－
計	43,762	110,300	154,062	△7,088	146,973
セグメント利益	6,530	28,339	34,869	△4,032	30,837

（注）１　セグメント利益の調整額は、セグメント間取引消去1,552百万円、各報告セグメントに配分していない全社費用△5,584百万円です。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない連結財務諸表提出会社の費用です。
２　セグメント利益は、中間連結損益計算書の営業利益と調整を行っています。