

2026年3月期 第1四半期 決算説明会資料

株式会社ヤマダホールディングス

2025年8月7日





1. 2026年3月期 第1四半期業績	P 3
2. 2026年3月期 業績予想	P 23
3. ヤマダホールディングスの取り組み	P 27



1. 2026年3月期 第1四半期業績



- ・「くらしまるごと」戦略の推進およびLIFE SELECTを中核としたヤマダ経済圏の構築等を目的としたポイント施策の強化に伴う「収益認識に関する会計基準」の影響額増加や未納品の増加により、減収
- ・営業利益以降の段階利益は、ポイント施策と収益認識の影響により前年を下回るも、各種経費の抑制・効率化の取り組みにより、計画を上回る水準

(単位：百万円・%)

当期実績

前期実績

前期比

売上高	377,663	379,103	99.6%
-----	---------	---------	-------

※ 上述の、ヤマダデンキにおけるポイント施策強化及び未納品増加の影響を除いた場合の売上高は、387,338百万円（前期比：101.7%）となります。

売上総利益	113,985	114,744	99.3%
-------	---------	---------	-------

営業利益	13,392	14,346	93.3%
------	--------	--------	-------

経常利益	14,644	16,110	90.9%
------	--------	--------	-------

親会社株主に帰属する 四半期純利益	8,852	9,616	92.1%
----------------------	-------	-------	-------

1. LIFE SELECT 3店舗出店（茨木目垣、横浜本店、足立竹の塚）

- スーパービバホーム、ロピア、イオンとのコラボ出店を実施
- 3店舗合計で年商200億円規模を目指す

※ Tecc LIFE SELECT横浜本店は、ヤマダデンキ単独出店となります。



▲ Tecc LIFE SELECT 足立竹の塚店イメージ

2. SPA 斜めドラム式洗濯乾燥機「RORO」発売（4月26日～）

- ボトムラインからのグレードアップ提案で単価・粗利アップ
- ドラム式洗濯機の売上構成比 3ポイントアップ

※ 当社、洗濯機カテゴリにおける売上構成比。



(2025年4月26日発売)
99,800円 (税抜) / 109,780円 (税込)

3. 家電リユース ヤマダ西日本リユースセンター 山口工場 稼働

- 当社リユース家電の生産能力 6万台アップ（総計：最大20万台規模）
- 九州地域のヤマダデンキ店舗のリユース展開強化 & 運搬コストの低減



▲ヤマダ西日本リユースセンター 山口工場 外観



- ・「くらしまるごと」戦略の推進およびLIFE SELECTを中核としたヤマダ経済圏の構築等を目的としたポイント施策の強化に伴い「収益認識に関する会計基準」の影響額増加や未納品の増加により、減益
- ・営業利益以降の段階利益は、ポイント施策と収益認識の影響により前年を下回るも、各種経費の抑制・効率化の取り組みにより、計画を上回る水準

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	377,663	100.0	379,103	100.0	99.6
売上総利益	113,985	30.2	114,744	30.3	99.3
人件費	44,126	11.7	44,307	11.7	99.6
広告宣伝費	5,146	1.4	5,145	1.4	100.0
地代家賃	18,986	5.0	18,754	4.9	101.2
減価償却費	5,184	1.4	4,977	1.3	104.2
リース料及びリース減価償却費	431	0.1	382	0.1	113.0
その他	26,717	7.1	26,831	7.1	99.6
販売費及び一般管理費	100,593	26.6	100,397	26.5	100.2
営業利益	13,392	3.5	14,346	3.8	93.3
営業外収益	2,923	0.8	2,932	0.8	99.7
営業外費用	1,671	0.4	1,168	0.3	143.0
経常利益	14,644	3.9	16,110	4.2	90.9
特別利益	26	0.0	226	0.1	11.5
特別損失	638	0.2	406	0.1	157.3
法人税等合計	5,007	1.3	6,179	1.6	81.0
非支配株主に帰属する四半期純利益	171	0.0	135	0.0	126.8
親会社株主に帰属する四半期純利益	8,852	2.3	9,616	2.5	92.1

《ご参考》

ヤマダデンキにおける未納品増加と「収益認識に関する会計基準」のポイント影響額を除いた場合の実績

(単位：百万円 / %)	当期実績	前期比
売上高	387,338	101.7

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります。



・買い替え需要の高まるパソコンや携帯電話のほか、猛暑を受けたエアコンが大きく伸長

(単位：百万円・%)		当期実績	構成比	前期比	前期実績	構成比	構成比増減
家電	カラーテレビ	17,651	4.7	87.3	20,229	5.3	△ 0.7
	冷蔵庫	24,429	6.5	92.1	26,521	7.0	△ 0.5
	洗濯機	24,684	6.5	93.7	26,338	6.9	△ 0.4
	調理家電	13,834	3.7	95.3	14,510	3.8	△ 0.2
	エアコン	42,767	11.3	104.9	40,783	10.8	0.6
	工事	19,994	5.3	98.1	20,384	5.4	△ 0.1
	その他 ※1	59,190	15.7	93.2	63,540	16.8	△ 1.1
	小計	202,551	53.6	95.4	212,307	56.0	△ 2.4
情報家電	パソコン	23,127	6.1	105.2	21,988	5.8	0.3
	パソコン周辺機器	9,763	2.6	105.7	9,238	2.4	0.1
	携帯電話	31,851	8.4	119.6	26,631	7.0	1.4
	その他 ※2	10,548	2.8	86.2	12,241	3.2	△ 0.4
小計	75,291	19.9	107.4	70,100	18.5	1.4	
住宅関連 ※3	73,481	19.5	106.2	69,178	18.2	1.2	
家具・インテリア	10,211	2.7	95.3	10,711	2.8	△ 0.1	
AVソフト・GMS他	16,126	4.3	96.0	16,805	4.4	△ 0.2	
全体売上高	377,663	100.0	99.6	379,103	100.0	0.0	

集計区分について

※1
【家電 その他】
ビデオ・DVD
オーディオ
健康関連商品
理美容商品
クリーナー
その他の冷暖房器具
サービス関連売上等

※2
【情報家電 その他】
デジカメ
パソコンサプライ
パソコンソフト
電話機・FAX
DOS/V等

※3
【住宅関連】
住宅・リフォーム関連等

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります。



- ・デンキセグメント：「くらしまるごと」戦略の推進およびLIFE SELECTを中核としたヤマダ経済圏の構築等を目的としたポイント施策の強化に伴う「収益認識に関する会計基準」の影響額増加や未納品の増加により、減益
- ・住建セグメント：過去最高売上を更新し、初めて第1四半期における営業黒字を達成

(単位：百万円・%)	売上高				営業利益			
	当期実績	前期実績	前期差	前期比	当期実績	前期実績	前期差	前期比
デンキセグメント	307,238	313,093	△ 5,855	98.1	12,257	14,620	△ 2,363	83.8
住建セグメント	64,391	61,390	3,001	104.9	382	△ 1,046	1,429	-
金融セグメント	1,143	1,121	21	102.0	290	311	△ 20	93.3
環境セグメント	9,915	8,574	1,341	115.6	386	385	0	100.2
その他セグメント	2,545	2,822	△ 276	90.2	46	38	8	121.6
連結合計	377,663	379,103	△ 1,440	99.6	13,392	14,346	△ 954	93.3

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります。

※第1四半期連結累計期間において、子会社間の合併を実施したことに伴い、従来「その他セグメント」に含めていた当該実績を「デンキセグメント」に含めて記載しております。

※第1四半期連結累計期間のヤマダデンキにおけるポイント施策強化及び未納品増加の影響を除いた場合の売上高は、387,338百万円（前期比：101.7%）となります。



(単位：百万円)	2025年3月末	2025年6月末	増減
現金及び預金	58,378	61,904	3,526
受取手形及び売掛金	100,865	92,926	△ 7,939
商品	336,660	386,004	49,344
販売用不動産	57,709	62,031	4,322
流動資産	655,250	721,916	66,666
有形固定資産	454,713	455,756	1,043
無形固定資産	39,144	38,946	△ 198
投資その他の資産	175,872	180,400	4,528
固定資産	669,729	675,103	5,374
資産合計	1,324,980	1,397,020	72,040
支払手形及び買掛金	84,529	154,744	70,215
短期借入金	150,093	177,431	27,338
1年内返済予定の長期借入金	49,772	47,528	△ 2,244
流動負債	469,402	557,069	87,667
長期借入金	110,321	99,479	△ 10,842
固定負債	210,302	201,020	△ 9,282
負債合計	679,704	758,090	78,386
純資産	645,275	638,930	△ 6,345
負債・純資産合計	1,324,980	1,397,020	72,040
【ご参考】			
有利子負債	325,553	338,424	12,871

【資産】

商品	<ul style="list-style-type: none"> ・夏季商戦の備え、エアコン等 ・新店在庫の確保 (LIFE SELECT 3店舗増)
販売用不動産	<ul style="list-style-type: none"> ・建売分譲の拡大に向けた、土地仕入れの増強

※商品の増加は期初計画通り。在庫削減の取り組みも予定通りに進捗。

【負債】

有利子負債	<ul style="list-style-type: none"> ・設備投資に係る資金調達
支払手形及び買掛金	<ul style="list-style-type: none"> ・夏季商戦に係る仕入増

【純資産】

利益剰余金	<ul style="list-style-type: none"> ・配当金の支払い △9,009 ・親会社株主に帰属する 四半期純利益 +8,852
自己株式	<ul style="list-style-type: none"> ・自己株式取得 △5,479



- ・「くらしまるごと」戦略の推進およびLIFE SELECTを中核としたヤマダ経済圏の構築等を目的としたポイント施策の強化に伴う「収益認識に関する会計基準」の影響額増加や未納品の増加により、減収
- ・営業利益以降の段階利益は、ポイント施策と収益認識の影響により前年を下回るも、各種経費の抑制・効率化の取り組みにより、計画を上回る水準
- ・第2四半期以降、PB+SPA商品の展開強化と、第1四半期にオープンしたLIFE SELECT店舗の本稼働で、増収・増益を図る

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	307,238	100.0	313,093	100.0	98.1
売上総利益	97,657	31.8	99,688	31.8	98.0
人件費	35,019	11.4	35,299	11.3	99.2
広告宣伝費	3,883	1.3	3,921	1.3	99.0
地代家賃	17,713	5.8	17,474	5.6	101.4
減価償却費	4,787	1.6	4,614	1.5	103.7
リース料及びリース減価償却費	324	0.1	291	0.1	111.2
その他	23,672	7.7	23,465	7.5	100.9
販売費及び一般管理費	85,400	27.8	85,067	27.2	100.4
営業利益	12,257	4.0	14,620	4.7	83.8
営業外収益	2,749	0.9	2,541	0.8	108.2
営業外費用	1,302	0.4	1,028	0.3	126.6
経常利益	13,704	4.5	16,133	5.2	84.9

《ご参考》

ヤマダデンキにおける未納品増加と「収益認識に関する会計基準」のポイント影響額を除いた場合の実績

(単位：百万円 / %)	当期実績	前期比
売上高	316,913	100.6

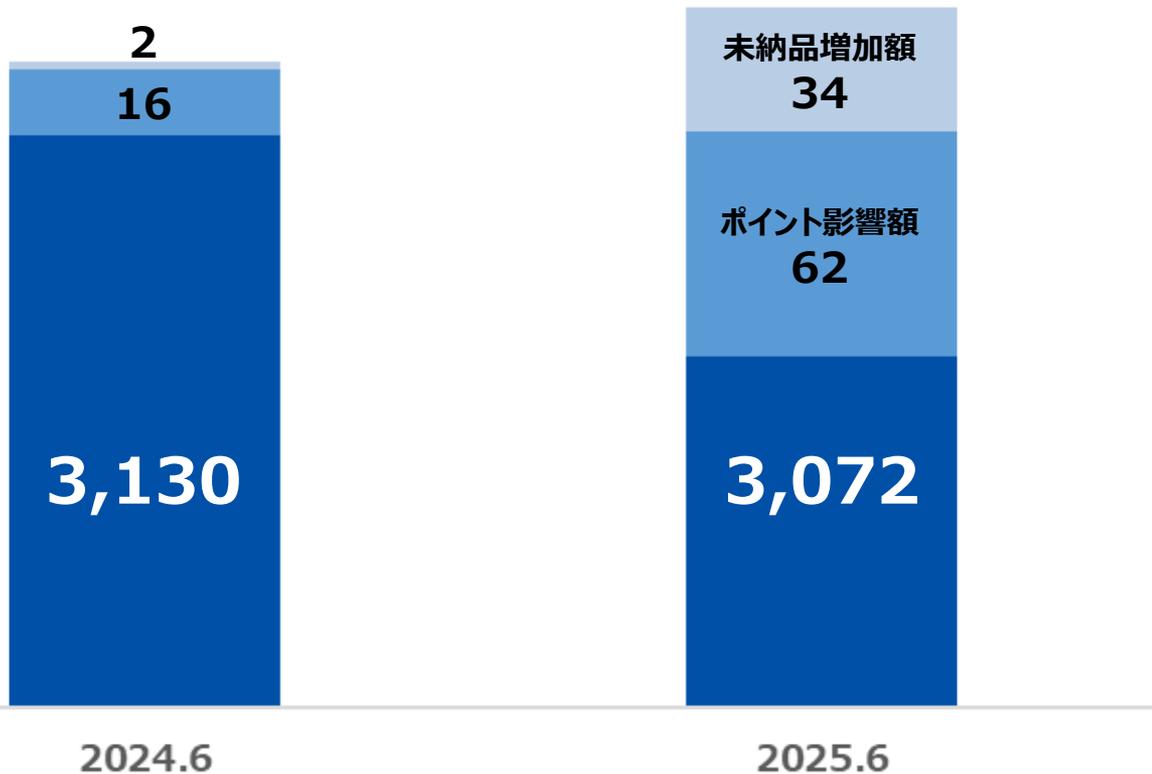
※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります。

※当期において、子会社間の合併を実施したことに伴い、従来「その他セグメント」に含めていた当該実績を「デンキセグメント」に含めて記載しております。



- ・「くらしまるごと」戦略の推進およびLIFE SELECTを中核としたヤマダ経済圏の構築等を目的としたポイント施策の強化に伴う「収益認識に関する会計基準」の影響額増加や未納品の増加により、減収
- ・本施策による固定客の創出・集客拡大で、第2四半期以降の売上・利益の伸長を見込む

(単位：億円)



未納品増加と
ポイント影響を除く
売上高

3,169億円
(前期比 100.6%)

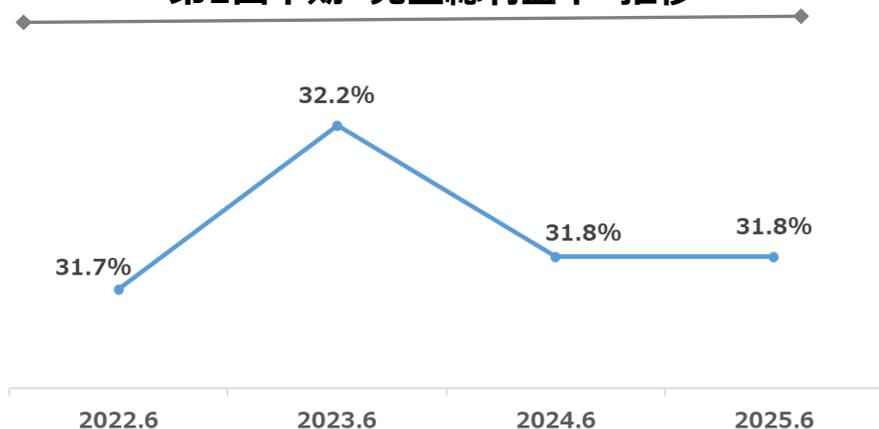
会計基準適用後
売上高

3,072億円
(前期比 98.1%)



・売上総利益率は前年並みにまで改善 今後、PB+SPAの拡販等でさらなる向上を図る

2023年3月期～2026年3月期
第1四半期 売上総利益率 推移



【今期の方針】

- PB+SPAの拡大で粗利率の改善
- リフォーム・家具インテリアの拡販強化でMIXでの粗利率伸長を推進
- ポイント施策を継続・先行的な粗利率へのマイナス影響は、ポイントの利用促進による売上高・粗利高の確保で補う

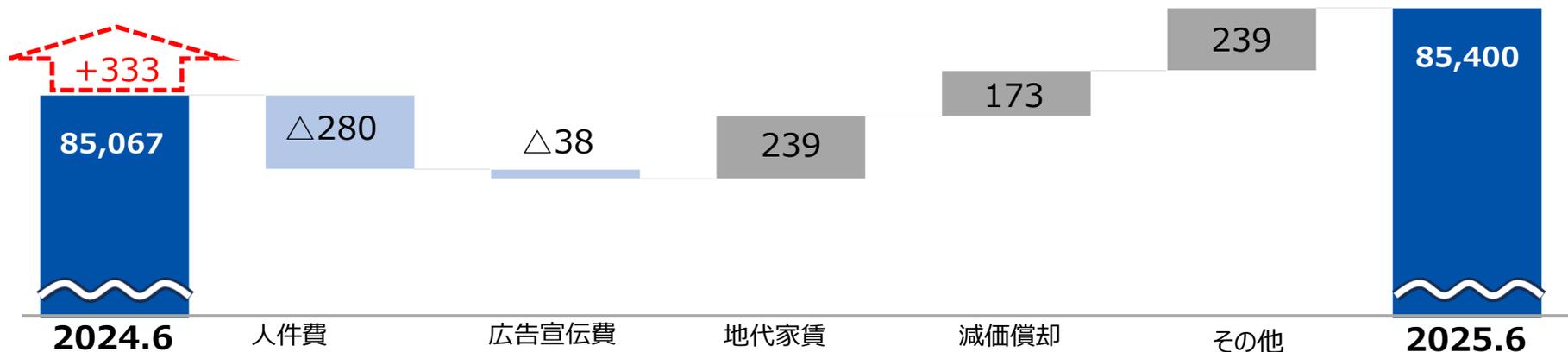
【第1四半期 概況】

上昇要因	<ul style="list-style-type: none"> • 斜めドラム式洗濯乾燥機「RORO」など、高粗利のSPA商品の売上伸長 • 雑貨など粗利の高い商品へのポイント利用促進による、売上・粗利の押し上げ
下降要因	<ul style="list-style-type: none"> • 携帯電話・パソコン・ゲーム機などの粗利率の低い商品の構成比上昇 • ポイント販促強化に伴う「収益認識に関する会計基準」の影響額増加に起因する、先行的・一時的な売上総利益率の低下



・経費抑制の取り組みは継続 一方で出店費用の発生が先行し、販管費が増加

【販売費および一般管理費】 (単位：百万円)



第1四半期累計 増減要因

(ヤマダデンキにおいて)

人件費	前年比：99.2% (店舗数前年差△17店舗) 店舗統廃合により、人員の配置の最適化・効率化を進め、人件費抑制
広告宣伝費	デジタル広告の強化 / 紙チラシ見直しによる削減
地代家賃	新規出店による増加 / 店舗統廃合による地代削減
減価償却費	新規出店および改装等による増加
その他	電気代値上げ・補助金終了等による水道光熱費の増加



・LIFE SELECTの出店は順調 異業種との共同出店・コラボレーションも積極的に推進

■ヤマダデンキ 業態別店舗数

LABI	13
LIFE SELECT	39
(LABI LIFE SELECT)	(6)
(Tecc LIFE SELECT)	(33)
YAMADA web.com	28
Tecc.Land	550
家電住まいる館	10
アウトレット・リユース専門店	44
インショップ型店舗	25
Tecc Land (小商圈)	73
地域密着型	144
PC専門店	7
家具専門店	16
その他専門店	2
合計	951

(2025年6月末時点)

■LIFE SELECT 推移

	(単位: 店・%)	2023.3	2024.3	2025.3	2025.6
店舗数(店)		28	32	36	39
売上構成比* ¹		13.2	16.3	17.3	19.0
リフォーム・インテリア 売上構成比* ²		10.0	10.6	11.5	11.6
粗利構成比* ²		23.0	23.6	24.3	23.2

* 1 : 国内直営店舗総売上に対する割合

* 2 : LIFE SELECT全店舗総売上・粗利に対する割合

■今後のモデル店舗 Tecc LIFE SELECT

※ 売場面積3,000坪以上を目安とする。また、異業種との共同店舗開発も積極的に推進。



▲ 共同出店事例「Tecc LIFE SELECT 野々市御経塚店」イメージ
 (※ 生活提案型ショッピングスクエア「アークスクエア御経塚」内)



・LIFE SELECTをコアとした店舗開発を継続 エリア毎の売上シェア確保と収益性向上を推進

■ 出店実績

(単位：店・%)			新規出店* 1 (LIFE SELECT)	出店による 増床面積 (㎡)	退店数	退店による 減床面積 (㎡)	増床率* 2 ※退店影響除く	増床率* 2 ※退店影響含む	期末店舗数
2025年3月期	実績	通期	21 (4)	97,543	45	75,798	3.5	0.9	949
2026年3月期	計画	通期	20 (5)	120,000	—	—	4.2	—	—
	実績	第1四半期	7 (3)	42,844	5	9,217	1.6	1.3	951

* 1 : 増床を伴う改装オープン店舗を含む

※ 「期末店舗数」の増減に関わる新規出店 (2025年3月期 通期 : 19店舗 / 2026年3月期 第1四半期 : 7店舗)

* 2 : 前期末の売場面積対比

■ 出店店舗一覧

《第1四半期》

店名	都道府県	出店日
テックランドロノリ津田沼駅前店	千葉県	4月11日
テックランドららぽーと安城店	愛知県	4月18日
YAMADA TAX FREE 成田空港第1ターミナル店	千葉県	4月25日
IDC OTSUKA 池袋ショールーム	東京都	4月26日
Tecc LIFE SELECT 茨木目垣店	大阪府	5月23日
Tecc LIFE SELECT 横浜本店	神奈川県	6月6日
Tecc LIFE SELECT 足立竹の塚店	東京都	6月27日

《施策》

- ・ 新規出店と並行して、店舗の統廃合を推進
- ・ 退店店舗の人員を、新店等へ配置転換
- ・ 商品在庫を大型の新規店舗へ集約
- ・ 旧店はリーシングビジネスへの転換及び売却で収益改善



《施策による効果》

- ・ **配置転換先での生産性及びパーヘッド向上**
- ・ **追加採用の人件費抑制・地代抑制**
- ・ **在庫効率の向上**



・前年与件の反動等の一過性の要因により、売上高に若干の足踏みがみられるが、LIFE SELECT店舗を中核とした成長戦略は着実に進展

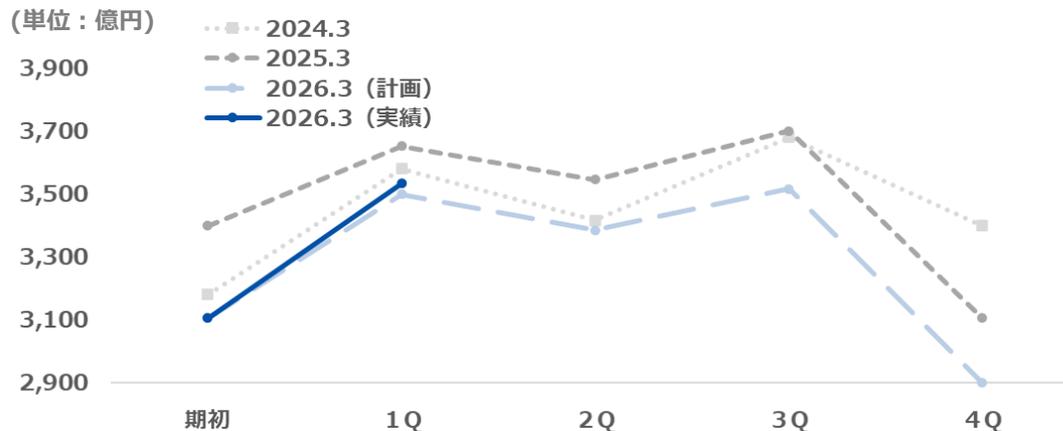
		(単位：億円・%)	当期実績	前期実績	前期差	前期比
EC (ネット・TVショッピング)			228	216	12	105.6
リフォーム			151	160	△ 9	94.6
※「リフォーム」の減収は、前年において、行政補助金施策で大きく伸長したことによる反動減です。						
家具・インテリア			99	103	△ 5	95.4
(ヤマダデンキ：大塚家具事業部実績を除く)						
			39	37	2	106.0
(大塚家具事業部実績)						
			60	67	△ 7	89.6
※「家具・インテリア」の減収は、前年において、富裕層特需で伸長したことによる一時的な反動減です。						
PB+SPA			203	185	18	109.8
〃	売上構成比 (※1)		6.5	5.9	+0.6P	-
〃	粗利構成比 (※1)		13.4	12.4	+1.0P	-
海外			88	82	6	106.8
デジタル会員数 (万人)			2,862	2,769	93	103.4

※1 「売上・粗利構成比」の前年実績は2025年3月期の通期実績 ※2 デジタル会員数の前期実績は、2025年3月末実績



・今期200億円の在庫削減は、概ね計画通りに推移

【在庫推移（POSベース）】



取り組み方針

- 定番・定数の見直し
- 不動在庫の削減
- 商品在庫のメーカー連携

今期 在庫削減の取り組み

(単位：億円)	削減実績	通期計画	具体的取り組み内容
定番・定数の見直し	44	50	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新定番ランク基準策定による在庫効率化 ・ 低回転商品から高回転商品への組み換え：セルアウトの拡大
不動在庫の削減	30	100	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新たな長期不動在庫の解消 ・ 廃番商品の店頭・チラシ・WEB訴求の強化
商品在庫のメーカー連携	11	50	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社及びメーカー間の在庫連携・適正化 ・ 在庫データのシステム連携推進



・構造改革とグループシナジーが奏功し、第1四半期の営業利益の黒字化を初めて達成

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	64,391	100.0	61,390	100.0	104.9
売上総利益	15,646	24.3	14,458	23.6	108.2
人件費	8,451	13.1	8,346	13.6	101.3
広告宣伝費	1,230	1.9	1,184	1.9	103.9
地代家賃	1,180	1.8	1,196	1.9	98.7
減価償却費	389	0.6	364	0.6	106.9
リース料及びリース減価償却費	84	0.1	68	0.1	124.5
その他	3,926	6.1	4,345	7.1	90.4
販売費及び一般管理費	15,264	23.7	15,504	25.3	98.4
営業利益	382	0.6	△ 1,046	△ 1.7	-
営業外収益	195	0.3	218	0.4	89.4
営業外費用	504	0.8	246	0.4	204.6
経常利益	73	0.1	△ 1,074	△ 1.8	-

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります。



・グループシナジーの発揮と早期着工・完工の取り組みにより、増収・増益

ヤマダホームズ

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	20,440	100.0	19,824	100.0	103.1
売上総利益	4,379	21.4	3,922	19.8	111.7
販売費及び一般管理費	4,505	22.0	4,808	24.3	93.7
営業利益	△ 125	△ 0.6	△ 885	△ 4.5	-
経常利益	△ 206	△ 1.0	△ 901	△ 4.5	-

ヒノキヤグループ

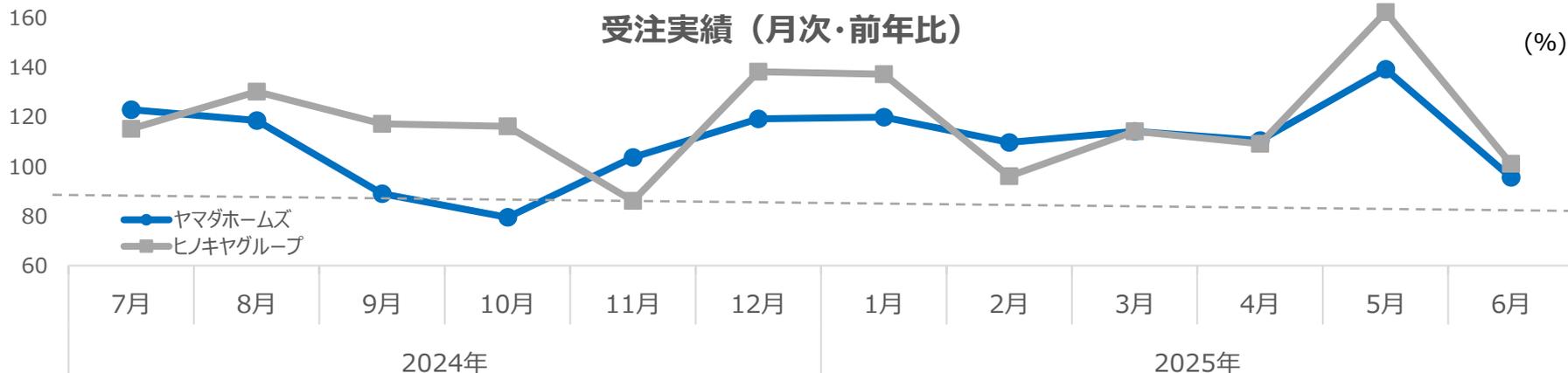
(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	28,828	100.0	26,732	100.0	107.8
売上総利益	5,984	20.8	5,178	19.4	115.6
販売費及び一般管理費	5,639	19.6	5,464	20.4	103.2
営業利益	344	1.2	△ 285	△ 1.1	-
経常利益	324	1.1	△ 323	△ 1.2	-

※事業会社によって連結対象月は異なります。



・注文・分譲住宅の受注が好調に推移 / 着工・完工管理の徹底で安定的な収益実現を推進

2026年3月期 第1四半期 (単位：百万円・%)	受注金額				販売金額			
	今期実績	前期実績	前期差	前期比	今期実績	前期実績	前期差	前期比
ヤマダホームズ	23,631	20,943	2,688	112.8	20,440	19,824	616	103.1
注文住宅	14,635	12,561	2,074	116.5	10,988	11,437	△ 449	96.1
分譲住宅	6,294	5,189	1,105	121.3	4,591	4,189	402	109.6
リフォーム	1,529	1,662	△ 133	92.0	1,227	1,319	△ 92	93.0
中古再販	1,173	1,531	△ 358	76.6	1,086	1,219	△ 133	89.1
その他	-	-	-	-	2,548	1,660	888	153.5
ヒノキヤグループ	27,342	24,320	3,022	112.4	28,828	26,732	2,096	107.8
注文住宅	23,650	21,138	2,512	111.9	14,553	12,834	1,719	113.4
分譲住宅	3,112	2,562	550	121.5	2,294	2,290	4	100.2
リフォーム	580	620	△ 40	93.5	593	747	△ 154	79.4
断熱材・その他	-	-	-	-	11,388	10,861	527	104.9



※事業会社によって連結対象月は異なります。



- ・当社グループの住宅・リフォーム事業と連携したローン実績は着実に伸長
- ・一方で、フラット35の市場環境の変化の影響及び金利コスト上昇に伴う粗利率低下の影響を受け、増収・減益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	1,143	100.0	1,121	100.0	102.0
売上総利益	975	85.4	1,019	90.9	95.7
人件費	280	24.5	317	28.3	88.5
広告宣伝費	11	1.0	18	1.7	61.9
地代家賃	22	1.9	24	2.2	90.5
減価償却費	1	0.1	1	0.1	92.1
リース料及びリース減価償却費	0	0.0	0	0.0	87.3
その他	369	32.3	346	30.9	106.6
販売費及び一般管理費	684	59.9	707	63.1	96.7
営業利益	290	25.5	311	27.8	93.3
営業外収益	21	1.9	28	2.6	73.9
営業外費用	13	1.2	27	2.5	49.6
経常利益	298	26.1	312	27.9	95.4

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります。



- ・家電リユースは堅調に拡大、PC製造事業も好調に推移
- ・なお、新リユース工場の稼働に伴い経費が先行的に発生し、一過性の影響により、増収・減益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	9,915	100.0	8,574	100.0	115.6
売上総利益	1,455	14.7	1,334	15.6	109.1
人件費	474	4.8	424	4.9	111.9
広告宣伝費	4	0.0	3	0.0	118.9
地代家賃	133	1.3	110	1.3	120.3
減価償却費	21	0.2	19	0.2	110.6
リース料及びリース減価償却費	18	0.2	19	0.2	99.7
その他	416	4.2	371	4.3	112.1
販売費及び一般管理費	1,069	10.8	948	11.1	112.7
営業利益	386	3.9	385	4.5	100.2
営業外収益	20	0.2	24	0.3	82.9
営業外費用	22	0.2	14	0.2	151.9
経常利益	384	3.9	395	4.6	97.2

※事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります。

※株式会社シー・アイ・シーの「ヤマダ西日本リユースセンター 山口工場」が2025年6月1日より操業を開始し、本稼働が同年9月以降になる見通しのため経費が先行して計上されております。



2. 2026年3月期 業績予想

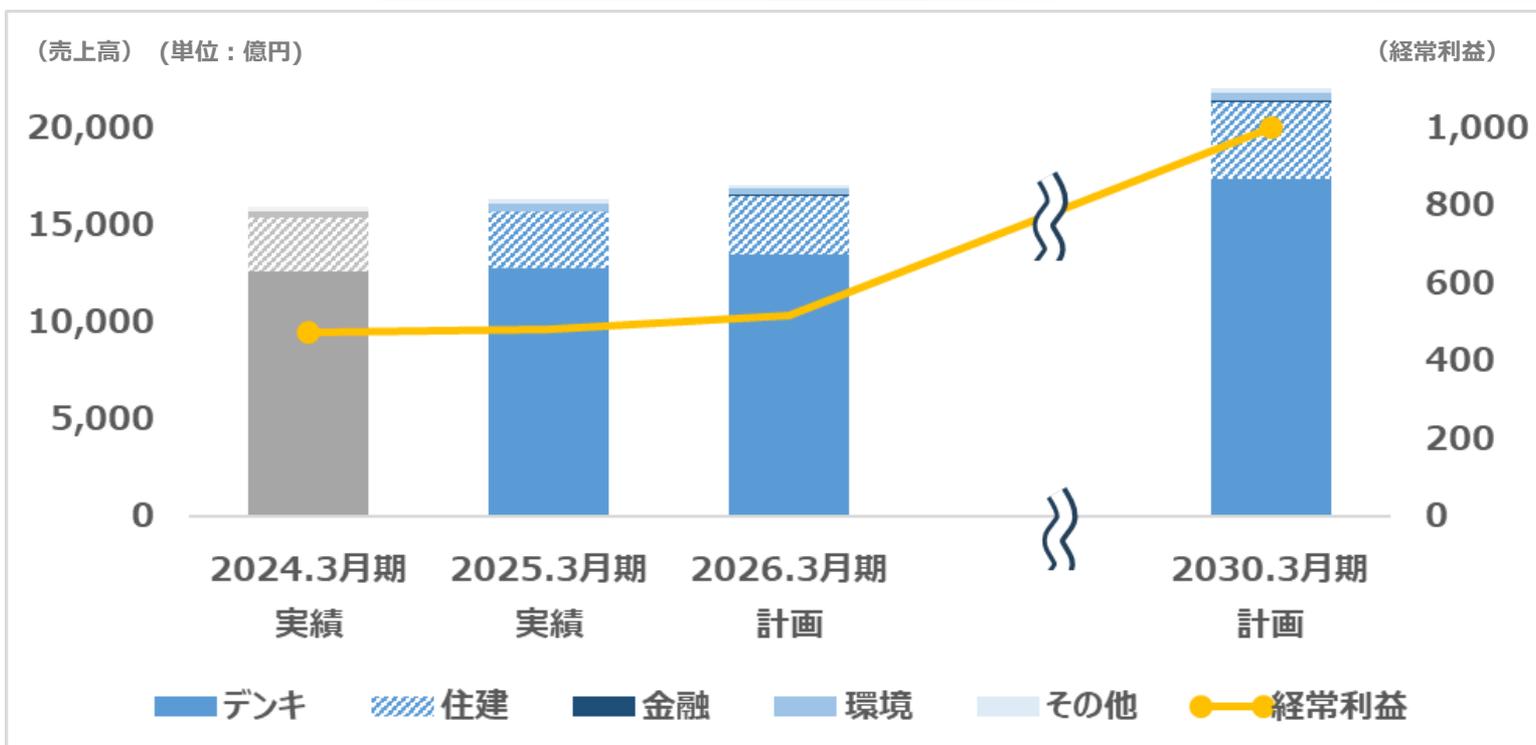
(※ 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無)



(単位：百万円・%)	通期				
	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	1,697,500	100.0	1,629,069	100.0	104.2
売上総利益	486,700	28.7	457,360	28.1	106.4
販売費及び一般管理費	437,800	25.8	414,539	25.4	105.6
営業利益	48,900	2.9	42,821	2.6	114.2
経常利益	51,500	3.0	48,045	2.9	107.2
親会社株主に帰属する 当期純利益	27,300	1.6	26,912	1.7	101.4

(単位：百万円・%)	上期					下期				
	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	818,700	100.0	796,001	100.0	102.9	878,800	100.0	833,068	100.0	105.5
売上総利益	238,900	29.2	228,841	28.7	104.4	247,800	28.2	228,519	27.4	108.4
販売費及び一般管理費	215,400	26.3	205,613	25.8	104.8	222,400	25.3	208,925	25.1	106.4
営業利益	23,500	2.9	23,227	2.9	101.2	25,400	2.9	19,593	2.4	129.6
経常利益	25,000	3.1	24,831	3.1	100.7	26,500	3.0	23,214	2.8	114.2
親会社株主に帰属する 中間純利益	13,000	1.6	12,772	1.6	101.8	14,300	1.6	14,140	1.7	101.1

(※) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無



(単位：百万円・%)

	2024.3月期 実績	2025.3月期 実績	2026.3月期 計画
売上高	1,592,009	1,629,069	1,697,500
経常利益	47,037	48,045	51,500
ROE	3.9%	4.3%	4.3%
ROIC	2.9%	2.9%	3.2%

2030.3月期 計画	
売上高	2,200,000
経常利益	100,000
ROE	8.5%
ROIC	6.0%



- 中期経営計画の目標「配当性向40%」を鑑み、配当予想を17円に増額
 - さらなる利益還元として、4,000万株（上限） / 200億円（上限）の自己株式取得を決議
- ⇒ 第1四半期は概ね計画通りに推移しており、当期の配当予想は変更なく実施予定
 （※ 2025年6月30日現在の自己株式取得状況：12,392,900株 / 5,479,617,731円）

	2026年3月期（予想）	2025年3月期 実績
期末配当	普通配当 17円	普通配当 13円
配当性向	43.1%	33.4%
自己株式取得	4,000万株（上限） / 200億円（上限）	—
総還元性向	113.9%	33.4%



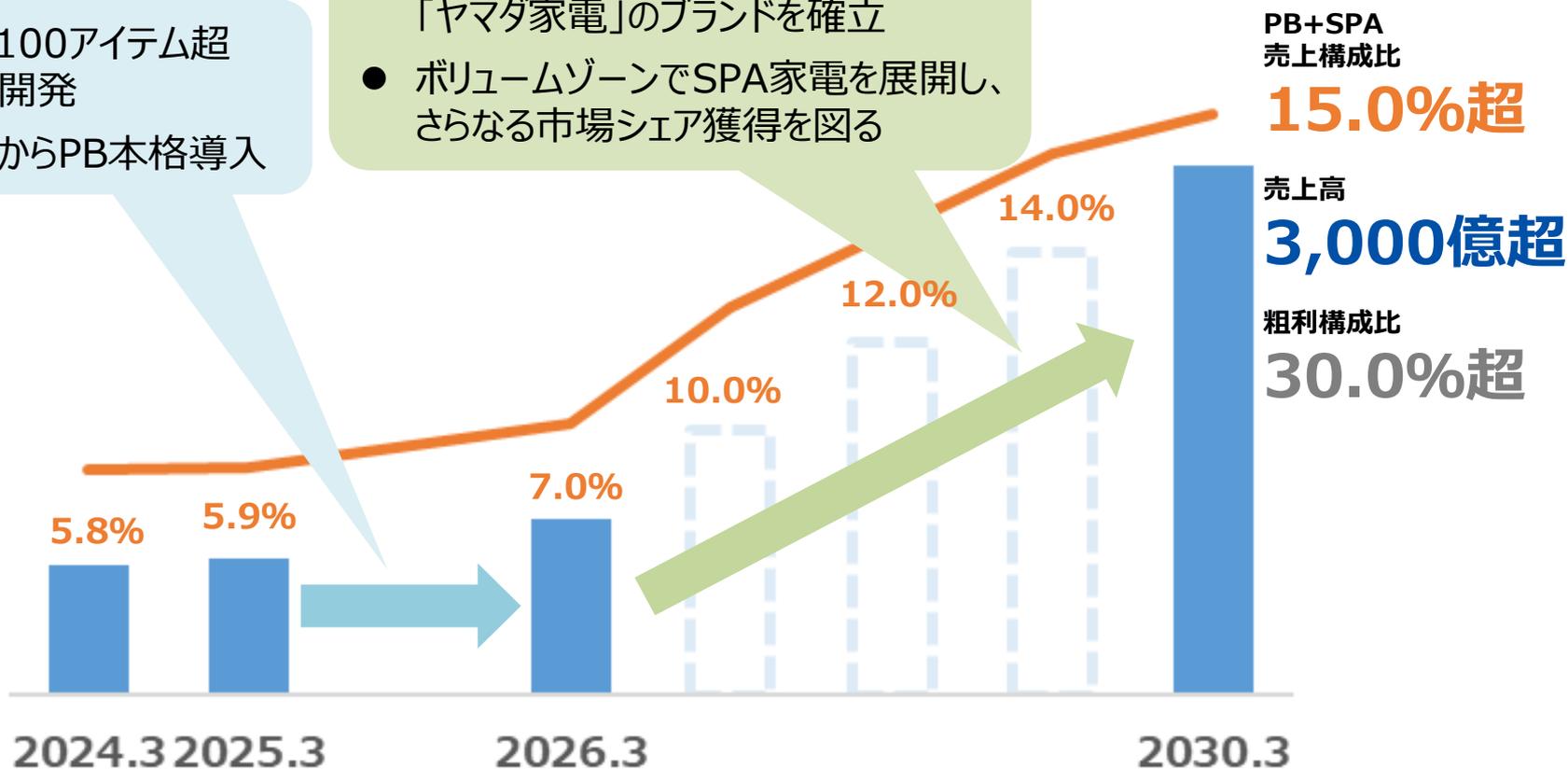
3. ヤマダホールディングスの取り組み



- 「消費者ニーズに応える企画力」と「国内・海外メーカーと積み重ねた技術」で独自開発
- 多種多様な商品を取り扱ってきた「家電のプロフェッショナル」としての知識・経験を活かし、お客様にご満足いただける「良質・安全・安心のヤマダオリジナル商品」を開発

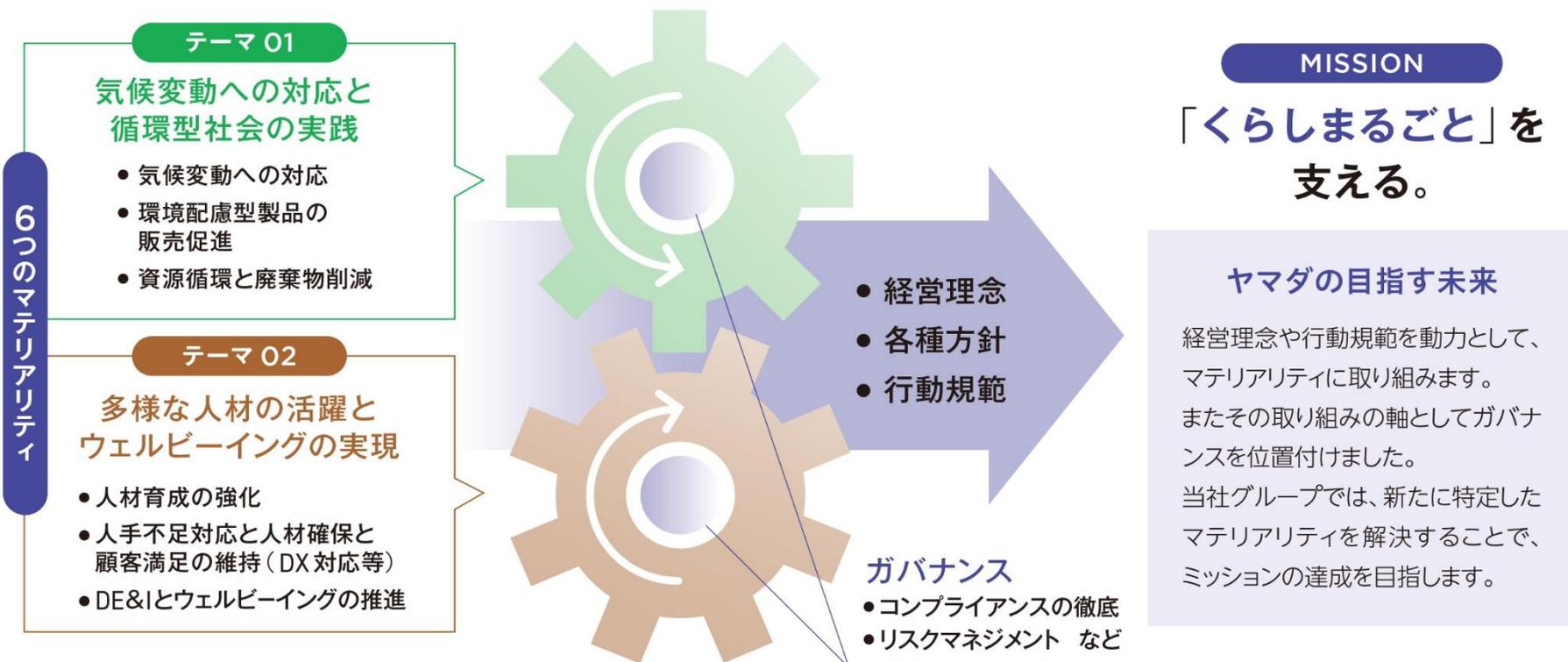
- 製造小売としての事業を拡大し、「ヤマダ家電」のブランドを確立
- ボリュームゾーンでSPA家電を展開し、さらなる市場シェア獲得を図る

- SPA100アイテム超新規開発
- 下期からPB本格導入



新たに特定したマテリアリティ

ESGや世界的にサステナビリティの重要性がますます高まる中、さらなるグループシナジーの最大化を図る必要があると考え、2025年5月にマテリアリティと目標の見直し・再特定を行いました。引き続き、定期的にリスク・機会を見直し、課題解決に資する事業活動を行っていきます。





サステナビリティ経営の推進：マテリアリティとKPI

マテリアリティ	具体的な取り組み(KPI)	目標年	目標
気候変動への対応	スコープ1およびスコープ2における排出量削減		42%削減
	電力使用による延べ床面積当たりCO ₂ 排出量	2031年3月期 (21年3月期比)	53%削減
	電力使用量全体に占める再生可能エネルギー		38%
環境配慮型製品の販売促進	省エネラベリング制度における省エネ基準達成率100%以上の家電製品(テレビ、冷蔵庫、エアコン)販売台数構成比	2031年3月期	60%
	YAMADA GREEN認定商品の販売金額	毎期	前期比増
	災害対策商品(防災グッズやポータブル電源等)の販売金額		
	「ZEH」供給率	2031年3月期	50%
	太陽光パネルの出荷量		50,000枚
資源循環と廃棄物の削減	家電4品目(テレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコン)のリユース	2030年3月期	300,000台
	パソコンリユース・リサイクル	2026年3月期	344,300台
	小型家電リサイクル台数	2030年3月期	1,000,000台
人材育成の強化	1人当たりの平均研修時間	2031年3月期	30時間以上/年
人手不足対応と 人材確保と 顧客満足の維持 (DX対応等)	1人当たりの販売金額	2030年3月期	71,000,000円/年
	ネット、テレビショッピング売上		1,900億円
	正社員離職率	2031年3月期	4.5%
DE&Iと ウェルビーイングの推進	長時間労働抑制	毎期	残業時間を削減した 会社割合 前期比増
	有給休暇取得率		80%
	女性管理職比率		10%以上
	健康診断受診率	2031年3月期	100%
	ストレスチェック受検率		100%
	エンゲージメントサーベイ		総合評価「A」
	休業災害度数率		0.50以下
	女性及び男性社員の育児休業取得率	2029年3月期	女性:100%維持 男性:80%以上

【免責事項】

本資料に記載されている情報のうち過去の歴史的事実以外のものは、当社が判断した種々の前提及び仮定に基づいたものであり、その性質上、将来その通りに実現するという保証はなく、実際の結果と大きく乖離する可能性や客観的には不正確である可能性があり、そのような事態の原因となりうる不確実性やリスクの要因は多数あります。

また、記載された将来の計画や予想、目標数値、施策等の実行を確約または保証するものではありません。

実際の業績は、今後の事業環境の変化等様々な不確定要因により、計画数値と異なる可能性があります。

本資料の内容は、情報の提供を目的としたもので、投資勧誘を目的としたものではありません。

株式会社ヤマダホールディングス及びそのグループ各社の役員または従業員は、本資料の使用、その内容から生じる直接的、間接的または派生的な損害または損失に対して理由の如何を問わず一切責任を負うものではありません。

※本資料の無断使用・譲渡・複製・転載を禁じます。