

# 2026年3月期 決算説明会資料

---

株式会社ヤマダホールディングス

2026年5月8日

 **YAMADA** HLDGS.

<b>決算ハイライト</b>	<b>3</b>
<b>1. 2026年3月期 通期業績</b>	<b>4</b>
<b>2. 中計初年度の振り返りと今後の取り組み</b>	<b>23</b>
<b>3. 2027年3月期 事業計画</b>	<b>32</b>

- 売上面では、一部家電の買い控えが見られたものの、LIFE SELECT店舗開発の進捗及び、ECやSPA商品の貢献もあり好調に推移したほか、住建セグメントにおいて年度末にかけて着工・完工売上を大きく伸長させた結果、増収
- 利益面においては、約240億規模の戦略的在庫処分を実施したほか、第3四半期までにおけるポイント施策の強化に伴う収益認識上の先行的な利益負担の増大や、一部大型店舗の退店等の影響で減益

(単位：百万円・%)	当期実績	前期実績	前期比
売上高	1,691,808	1,629,069	103.9%
売上総利益	441,647	457,360	96.6%
営業利益	16,166	42,821	37.8%
経常利益	20,002	48,045	41.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	14,778	26,912	54.9%

※（参考）在庫処分影響（約240億円規模）を除いた場合の概算の最終利益 30,778（前期比114.4%）

# 2026年3月期 通期業績

## 中計目標達成に向けた、戦略的な在庫処分影響などの一過性要因により、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
<b>売上高</b>	<b>1,691,808</b>	<b>100.0</b>	<b>1,629,069</b>	<b>100.0</b>	<b>103.9</b>
<b>売上総利益</b>	<b>441,647</b>	<b>26.1</b>	<b>457,360</b>	<b>28.1</b>	<b>96.6</b>
人件費	189,795	11.2	182,403	11.2	104.1
広告宣伝費	21,433	1.3	21,494	1.3	99.7
地代家賃	77,035	4.6	75,622	4.6	101.9
減価償却費	21,165	1.3	20,161	1.2	105.0
リース料及びリース減価償却費	1,864	0.1	1,617	0.1	115.3
その他	114,187	6.7	113,239	7.0	100.8
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>425,481</b>	<b>25.1</b>	<b>414,539</b>	<b>25.4</b>	<b>102.6</b>
<b>営業利益</b>	<b>16,166</b>	<b>1.0</b>	<b>42,821</b>	<b>2.6</b>	<b>37.8</b>
営業外収益	9,807	0.6	10,336	0.6	94.9
営業外費用	5,971	0.4	5,112	0.3	116.8
<b>経常利益</b>	<b>20,002</b>	<b>1.2</b>	<b>48,045</b>	<b>2.9</b>	<b>41.6</b>
特別利益	11,670	0.7	3,203	0.2	364.3
特別損失	7,403	0.4	8,382	0.5	88.3
法人税等合計	8,691	0.5	15,427	0.9	56.3
非支配株主に帰属する当期純利益	800	0.0	526	0.0	152.0
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>14,778</b>	<b>0.9</b>	<b>26,912</b>	<b>1.7</b>	<b>54.9</b>

※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1四半期は低調となるも、第2四半期から下期にかけて売上・収益性は着実に向上

(単位：百万円・%)	第1四半期 [ 4-6月 ]						第2四半期 [ 7-9月 ]					
	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比
<b>売上高</b>	<b>377,663</b>	<b>100.0</b>	379,103	100.0	△ 1,440	99.6	<b>422,436</b>	<b>100.0</b>	416,897	100.0	5,538	101.3
<b>売上総利益</b>	<b>113,985</b>	<b>30.2</b>	114,744	30.3	△ 758	99.3	<b>114,118</b>	<b>27.0</b>	114,096	27.4	21	100.0
人件費	<b>44,126</b>	<b>11.7</b>	44,307	11.7	△ 180	99.6	<b>47,402</b>	<b>11.2</b>	46,851	11.2	550	101.2
広告宣伝費	<b>5,146</b>	<b>1.4</b>	5,145	1.4	1	100.0	<b>5,353</b>	<b>1.3</b>	5,466	1.3	△ 112	97.9
地代家賃	<b>18,986</b>	<b>5.0</b>	18,754	4.9	232	101.2	<b>19,129</b>	<b>4.5</b>	19,041	4.6	87	100.5
減価償却費	<b>5,184</b>	<b>1.4</b>	4,977	1.3	207	104.2	<b>5,212</b>	<b>1.2</b>	5,058	1.2	154	103.1
リース料及びリース減価償却費	<b>431</b>	<b>0.1</b>	382	0.1	49	113.0	<b>454</b>	<b>0.1</b>	406	0.1	48	111.9
その他	<b>26,717</b>	<b>7.1</b>	26,831	7.1	△ 114	99.6	<b>28,286</b>	<b>6.7</b>	28,391	6.8	△ 105	99.6
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>100,593</b>	<b>26.6</b>	100,397	26.5	195	100.2	<b>105,839</b>	<b>25.1</b>	105,216	25.2	623	100.6
<b>営業利益</b>	<b>13,392</b>	<b>3.5</b>	14,346	3.8	△ 954	93.3	<b>8,278</b>	<b>2.0</b>	8,880	2.1	△ 601	93.2
営業外収益	<b>2,923</b>	<b>0.8</b>	2,932	0.8	△ 8	99.7	<b>2,233</b>	<b>0.5</b>	2,268	0.5	△ 35	98.4
営業外費用	<b>1,671</b>	<b>0.4</b>	1,168	0.3	502	143.0	<b>1,160</b>	<b>0.3</b>	2,427	0.6	△ 1,266	47.8
<b>経常利益</b>	<b>14,644</b>	<b>3.9</b>	16,110	4.2	△ 1,465	90.9	<b>9,351</b>	<b>2.2</b>	8,721	2.1	629	107.2
特別利益	<b>26</b>	<b>0.0</b>	226	0.1	△ 200	11.5	<b>0</b>	<b>0.0</b>	0	△ 0.0	0	-
特別損失	<b>638</b>	<b>0.2</b>	406	0.1	232	157.3	<b>1,559</b>	<b>0.4</b>	2,983	0.7	△ 1,423	52.3
法人税等合計	<b>5,007</b>	<b>1.3</b>	6,179	1.6	△ 1,171	81.0	<b>3,671</b>	<b>0.9</b>	2,624	0.6	1,046	139.9
非支配株主に帰属する四半期純利益	<b>171</b>	<b>0.0</b>	135	0.0	36	126.8	<b>191</b>	<b>0.0</b>	△ 42	△ 0.0	234	-
<b>親会社株主に帰属する四半期純利益</b>	<b>8,852</b>	<b>2.3</b>	9,616	2.5	△ 763	92.1	<b>3,928</b>	<b>0.9</b>	3,155	0.8	772	124.5

※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

(単位：百万円・%)	第3四半期 [ 10-12月 ]						第4四半期 [ 1-3月 ]					
	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比
<b>売上高</b>	<b>407,941</b>	<b>108.0</b>	397,652	104.9	10,288	102.6	<b>483,766</b>	<b>114.5</b>	435,415	104.4	48,351	111.1
<b>売上総利益</b>	<b>118,363</b>	<b>31.3</b>	116,069	30.6	2,294	102.0	<b>95,179</b>	<b>22.5</b>	112,449	27.0	△ 17,269	84.6
人件費	<b>46,386</b>	<b>12.3</b>	43,703	11.5	2,682	106.1	<b>51,879</b>	<b>12.3</b>	47,541	11.4	4,338	109.1
広告宣伝費	<b>5,235</b>	<b>1.4</b>	5,351	1.4	△ 116	97.8	<b>5,697</b>	<b>1.3</b>	5,532	1.3	165	103.0
地代家賃	<b>19,157</b>	<b>5.1</b>	18,919	5.0	238	101.3	<b>19,761</b>	<b>4.7</b>	18,907	4.5	854	104.5
減価償却費	<b>5,279</b>	<b>1.4</b>	5,092	1.3	187	103.7	<b>5,488</b>	<b>1.3</b>	5,032	1.2	455	109.1
リース料及びリース減価償却費	<b>456</b>	<b>0.1</b>	401	0.1	55	113.7	<b>521</b>	<b>0.1</b>	427	0.1	94	122.1
その他	<b>28,464</b>	<b>7.5</b>	26,497	7.0	1,967	107.4	<b>30,718</b>	<b>7.3</b>	31,519	7.6	△ 800	97.5
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>104,980</b>	<b>27.8</b>	99,965	26.4	5,015	105.0	<b>114,067</b>	<b>27.0</b>	108,959	26.1	5,108	104.7
<b>営業利益</b>	<b>13,383</b>	<b>3.5</b>	16,104	4.2	△ 2,720	83.1	△ <b>18,888</b>	△ <b>4.5</b>	3,489	0.8	△ 22,378	-
営業外収益	<b>2,406</b>	<b>0.6</b>	2,237	0.6	168	107.5	<b>2,245</b>	<b>0.5</b>	2,897	0.7	△ 652	77.5
営業外費用	<b>1,430</b>	<b>0.4</b>	104	0.0	1,326	1369.7	<b>1,708</b>	<b>0.4</b>	1,411	0.3	297	121.1
<b>経常利益</b>	<b>14,358</b>	<b>3.8</b>	18,237	4.8	△ 3,879	78.7	△ <b>18,351</b>	△ <b>4.3</b>	4,976	1.2	△ 23,327	-
特別利益	<b>572</b>	<b>0.2</b>	2,564	0.7	△ 1,991	22.3	<b>11,071</b>	<b>2.6</b>	412	0.1	10,658	2681.9
特別損失	<b>127</b>	<b>0.0</b>	742	0.2	△ 614	17.2	<b>5,077</b>	<b>1.2</b>	4,251	1.0	826	119.4
法人税等合計	<b>5,213</b>	<b>1.4</b>	7,308	1.9	△ 2,094	71.3	△ <b>5,201</b>	△ <b>1.2</b>	△ 684	△ 0.2	△ 4,516	-
非支配株主に帰属する四半期純利益	<b>168</b>	<b>0.0</b>	125	0.0	43	134.6	<b>267</b>	<b>0.1</b>	308	0.1	△ 40	87.0
<b>親会社株主に帰属する四半期純利益</b>	<b>9,421</b>	<b>2.5</b>	12,626	3.3	△ 3,204	74.6	△ <b>7,424</b>	△ <b>1.8</b>	1,514	0.4	△ 8,938	-

※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

※(参考) 上期・下期における売上高及び各利益(在庫処分影響(約240億円規模)を除いた場合の概算値)

上期：売上高 800,099 (前期比100.5%)、売上総利益 228,104 (前期比99.7%)、営業利益 21,671 (前期比93.3%)、最終利益 12,780 (前期比100.1%)

下期：売上高 891,708 (前期比107.0%)、売上総利益 237,543 (前期比103.9%)、営業利益 18,494 (前期比94.4%)、最終利益 17,997 (前期比127.3%)

## パソコン・携帯電話等が大きく伸長したほか、住宅関連事業が好調に推移

		(単位：百万円・%)	当期実績	構成比	前期比	前期実績	構成比
家電	カラーテレビ		82,864	4.9	93.2	88,928	5.5
	冷蔵庫		103,769	6.1	91.1	113,908	7.0
	洗濯機		107,596	6.4	94.3	114,158	7.0
	調理家電		62,785	3.7	99.5	63,089	3.9
	エアコン		123,483	7.3	102.0	121,030	7.4
	工事		67,839	4.0	102.0	66,527	4.1
	その他 ※1		280,544	16.6	96.5	290,788	17.8
	小計		828,883	49.0	96.6	858,432	52.7
情報家電	パソコン		115,961	6.9	121.4	95,536	5.9
	パソコン周辺機器		41,395	2.4	101.6	40,738	2.5
	携帯電話		162,251	9.6	112.4	144,367	8.9
	その他 ※2		46,910	2.8	96.1	48,807	3.0
	小計		366,519	21.7	111.3	329,449	20.2
家電 + 情報家電	小計		1,195,403	70.7	100.6	1,187,881	72.9
住宅関連 ※3			368,926	21.8	111.9	329,766	20.2
家具・インテリア等			43,792	2.6	103.1	42,468	2.6
AVソフト・GMS他			83,685	4.9	121.4	68,953	4.2
全体売上高			1,691,808	100.0	103.9	1,629,069	100.0

### 【退店数・売上影響】

- 2025.4月～2026.3月末までのヤマダデンキの退店数：41店舗
- ヤマダデンキ全店の売上高に対する影響度：約1.5%程度

### 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。

(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	<b>1,329,426</b>	1,312,017	17,409	101.3	<b>2,492</b>	30,204	△ 27,712	8.3
※在庫処分影響を除いた場合のデンキセグメントの概算の営業利益					<b>26,492</b>	30,204	△ 3,712	87.7
住建セグメント	<b>333,866</b>	297,240	36,625	112.3	<b>10,254</b>	9,372	882	109.4
金融セグメント	<b>4,710</b>	4,492	217	104.8	<b>1,258</b>	1,307	△ 48	96.3
環境セグメント	<b>42,835</b>	36,111	6,724	118.6	<b>1,871</b>	1,634	237	114.5
その他セグメント	<b>10,118</b>	11,457	△ 1,338	88.3	<b>177</b>	162	14	108.7
連結合計	<b>1,691,808</b>	1,629,069	62,738	103.9	<b>16,166</b>	42,821	△ 26,655	37.8

※ 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。

- 商品：約240億円規模の戦略的在庫処分を実施。一方、エアコン・PC需要対策等で在庫増強  
(※在庫削減の取り組み詳細はP28参照)
- 販売用不動産：建売分譲事業の拡大に向けて土地仕入れを強化

(単位：百万円)	① 2025年3月末	② 2026年3月末	②-① 前期末比増減
現金及び預金	58,378	38,217	△ 20,161
受取手形及び売掛金	100,865	95,878	△ 4,987
商品	336,660	316,151	△ 20,509
販売用不動産	57,709	64,072	6,363
<b>流動資産</b>	<b>655,250</b>	<b>613,743</b>	<b>△ 41,507</b>
有形固定資産	454,713	469,848	15,135
無形固定資産	39,144	39,457	313
投資その他の資産	175,872	180,856	4,984
<b>固定資産</b>	<b>669,729</b>	<b>690,162</b>	<b>20,433</b>
<b>資産合計</b>	<b>1,324,980</b>	<b>1,303,905</b>	<b>△ 21,075</b>
支払手形及び買掛金	84,529	87,345	2,816
短期借入金	150,093	148,560	△ 1,533
1年内返済予定の長期借入金	49,772	54,159	4,387
<b>流動負債</b>	<b>469,402</b>	<b>466,160</b>	<b>△ 3,242</b>
長期借入金	110,321	94,865	△ 15,456
<b>固定負債</b>	<b>210,302</b>	<b>195,186</b>	<b>△ 15,116</b>
<b>負債合計</b>	<b>679,704</b>	<b>661,346</b>	<b>△ 18,358</b>
<b>純資産</b>	<b>645,275</b>	<b>642,558</b>	<b>△ 2,717</b>
<b>負債・純資産合計</b>	<b>1,324,980</b>	<b>1,303,905</b>	<b>△ 21,075</b>
<b>【ご参考】</b>			
有利子負債	325,553	309,641	△ 15,912

**【資産】**

現金及び預金	・グループ内キャッシュマネジメントで 現預金・借入金の資金効率化
商品	・戦略的在庫処分の実施 (約△240億円規模) ・需要急増の商品在庫の増強 (エアコン・パソコン等)
販売用不動産	・建売分譲事業の拡大に向けた、 土地仕入れの増強

**【負債】**

有利子負債	・グループ内の資金効率化に伴う、 借入れの縮減
-------	----------------------------

**【純資産】**

利益剰余金	・配当金の支払い △90億円 ・親会社株主に帰属する 当期純利益 +147億円
自己株式	・自己株式取得 △154億円

- 下期で前年同期比104.6%と大きく売上伸長し、累計増収
- 約240億円規模の戦略的在庫処分を実施したほか、第3四半期までにおけるポイント施策の強化に伴う収益認識上の先行的な利益負担の増大や、一部大型店舗の退店等の影響で減益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>1,329,426</b>	<b>100.0</b>	<b>1,312,017</b>	<b>100.0</b>	<b>101.3</b>
<b>売上総利益</b>	<b>361,942</b>	<b>27.2</b>	<b>384,225</b>	<b>29.3</b>	<b>94.2</b>
人件費	148,173	11.1	145,228	11.1	102.0
広告宣伝費	16,411	1.2	17,136	1.3	95.8
地代家賃	71,316	5.4	70,596	5.4	101.0
減価償却費	19,145	1.4	18,580	1.4	103.0
リース料及びリース減価償却費	1,366	0.1	1,239	0.1	110.2
その他	103,036	7.8	101,239	7.7	101.8
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>359,450</b>	<b>27.0</b>	<b>354,020</b>	<b>27.0</b>	<b>101.5</b>
<b>営業利益</b>	<b>2,492</b>	<b>0.2</b>	<b>30,204</b>	<b>2.3</b>	<b>8.3</b>
営業外収益	9,467	0.7	9,620	0.7	98.4
営業外費用	5,295	0.4	4,619	0.4	114.6
<b>経常利益</b>	<b>6,664</b>	<b>0.5</b>	<b>35,206</b>	<b>2.7</b>	<b>18.9</b>

《ご参考》

ヤマダデンキにおける「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
<b>売上高</b>	<b>1,353,742</b>	<b>102.0</b>

(単位：百万円・%)	上期		下期	
	当期実績	前比	当期実績	前期比
<b>売上高</b>	<b>647,602</b>	98.1	<b>681,823</b>	104.6
<b>営業利益</b>	<b>18,379</b>	81.8	△ <b>15,887</b>	-
※在庫処分影響を除いた場合の <b>下期営業利益</b>			<b>8,112</b>	104.8

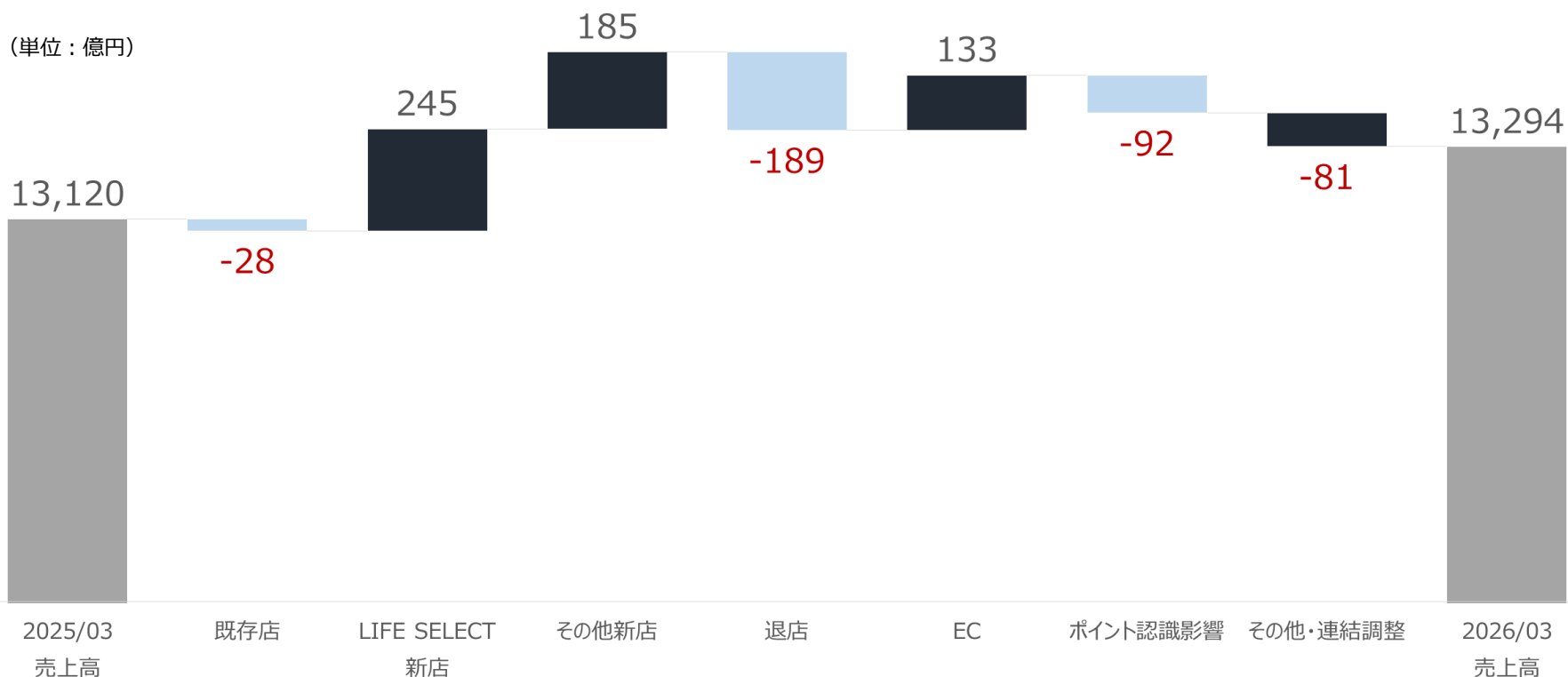
※ 事業会社によって連結対象月は異なります。また、内部取引相殺等のため、セグメント別実績を合算した数値と連結実績は異なります。

- **ポイント施策の収益認識影響は、第4四半期で逆転し利益貢献のフェーズへ**
- **今後は、ポイント戦略の最適化および施策効果の一巡により、着実な売上・利益の伸長を見込む**

- LIFE SELECTを中核とするエリア店舗開発・改革の取り組みは着実に進捗し、売上伸長に貢献する一方、LABI店舗を含む大型店退店やポイント施策等による一過性の減収影響が増収幅を抑制
- 大型店舗退店やポイント収益認識影響の一巡後（中計2年目以降）に大幅な増収を見込む

## 【デンキセグメント】売上増減分析

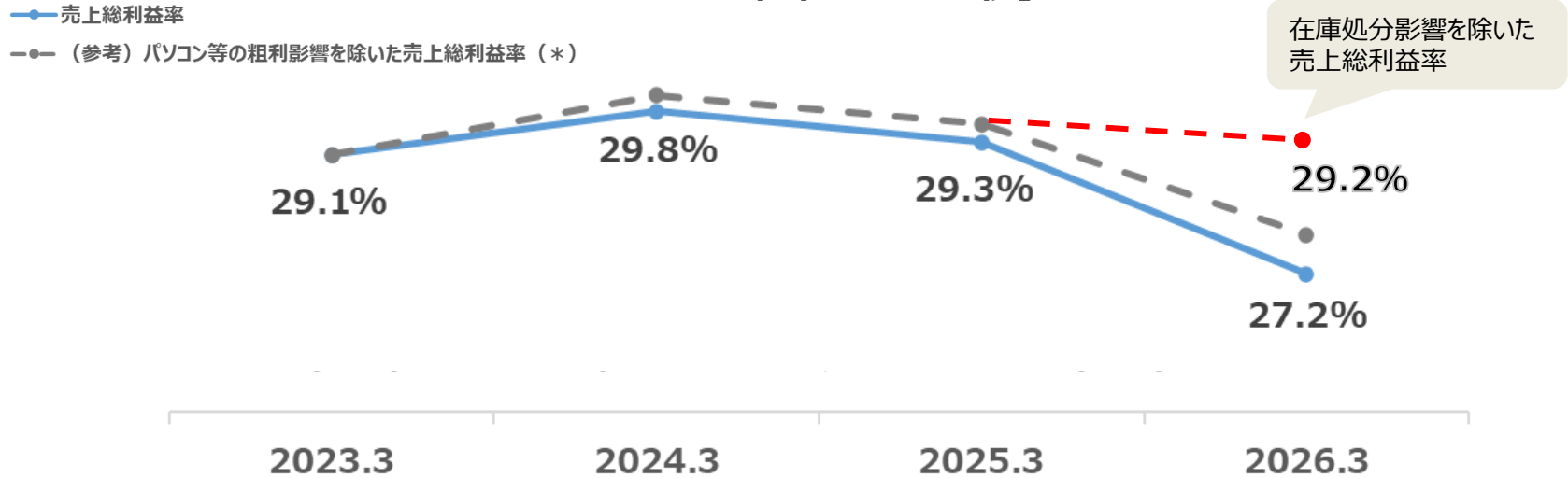
(単位：億円)



※ 新店は新既存含む S&B新店は旧店からの増収分のみ計上

・ **パソコン等の低粗利商品の売上伸長に伴う粗利率低下をPB・SPAの拡販等でカバー**

【売上総利益率 推移】



\* : パソコン・携帯電話・ゲーム関連等による売上総利益率の低下影響について、2022年度の実績を基準値として、その概算影響額の増減を反映

【売上総利益率 個別要因】

上昇要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドラム式洗濯乾燥機「RORO」・「JVC Fire TV」など、高粗利のSPA商品の売上伸長</li> <li>リフォームや家具・インテリア等の高粗利な「くらしまるごと」商品の提案強化</li> <li>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</li> </ul>
下降要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>パソコン・携帯・ゲーム機などの粗利率の低い商品の売上伸長に伴う、粗利率低下</li> <li>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、主に上期における先行的・一時的な売上総利益率の押し下げ（※第4四半期は利益改善）</li> <li>戦略的な在庫処分（約240億円規模）の実施に伴う、売上総利益率の低下</li> </ul>

## ・ LIFE SELECTの出店は順調 / リフォーム・家具インテリア売上構成比も着実に伸長

### ■ ヤマダデンキ 業態別店舗数 (2026年3月末時点)

LABI	11
LIFE SELECT	41
(LABI LIFE SELECT)	(6)
(Tecc LIFE SELECT)	(35)
YAMADA web.com	28
Tecc.Land	541
家電住まいる館	11
アウトレット・リユース専門店	41
インショップ型店舗	24
Tecc Land (小商圈)	78
地域密着型	131
PC専門店	6
家具専門店	14
その他専門店	2
合計	928

※ LABI池袋本店は大塚家具池袋ショールームとの2館体制の特性上、従来通り、LIFE SELECTとしてカウント

### ■ LIFE SELECT 推移

	(単位: 店・%)	2023.3	2024.3	2025.3	2026.3
店舗数(店)		28	32	36	41
売上構成比* <sup>1</sup>		13.2	16.3	17.3	20.1
リフォーム・インテリア 売上構成比* <sup>2</sup>		10.0	10.6	11.5	11.8
粗利構成比* <sup>2</sup>		23.0	23.6	24.3	25.7

\* 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
- ・ 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 須坂店」  
(総合生活提案型ショッピングスクエア「アークスクエア須坂」内)

## LIFE SELECTを中核としたエリア店舗開発・改革で、売上シェアと収益性向上を推進

### ■ 出退店実績

		(単位：店・%)	新規 出店* <sub>1</sub>	(LIFE SELECT)	出店による 増床面積 (㎡)	増床率* <sub>2</sub> ※退店影響除く	退店数	退店による 減床面積 (㎡)	減床率* <sub>2</sub>	増床率* <sub>2</sub> ※退店影響含む	期末店舗数
2025年3月期	実績	通期	21	(4)	97,543	3.5	45	75,798	2.6	0.9	949
2026年3月期	実績	通期	<b>20</b>	<b>(5)</b>	<b>120,754</b>	<b>4.2</b>	<b>41</b>	<b>89,072</b>	<b>2.5</b>	<b>1.7</b>	<b>928</b>

\* 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 通期 : 20店舗)

\* 2 : 前期末の売場面積対比

### ■ 出店店舗一覧

《第4四半期》

店名	都道府県	出店日
ベスト電器 ゆめモール那珂川店	福岡県	2月20日
テックランド由利本荘店	秋田県	2月27日
テックランドNew唐津店	佐賀県	3月20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**

・ **中計で掲げた成長分野は着実に伸長**

	(単位：億円・%)	当期実績	前期実績	前期比
EC (ネット・TVショッピング)		<b>1,152</b>	1,019	113.1
リフォーム		<b>662</b>	660	100.2
家具・インテリア		<b>395</b>	380	104.0
(ヤマダデンキ：家具インテリア)		<b>163</b>	152	107.2
(大塚家具事業部実績)		<b>232</b>	228	101.8
<b>PB+SPA オリジナル商品 (※1)</b>		<b>1,522</b>	1,226	124.1
"    売上構成比		<b>11.2</b>	9.4	+1.8P
海外 (※2)		<b>377</b>	355	106.4
商品在庫 (ヤマダデンキ：POSベース) (※3)		<b>2,842</b>	3,107	△ 265
デジタル会員数 (万人)		<b>3,125</b>	2,769	+ 356

※1 前年より販売している、当社専売商品の「創業50周年記念モデル」について、「PB+SPA オリジナル商品」の実績に合算しております。

※2 海外売上は、集計基準変更に伴い、前期実績を更新しております。

※3 在庫削減の取り組みの詳細は後述：P28参照。

- 2025年4月の改正建築基準法及び建築物省エネ法の施行に起因する住宅の着工・完工遅れを年度末にかけて着実に挽回し、増収・増益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>333,866</b>	<b>100.0</b>	<b>297,240</b>	<b>100.0</b>	<b>112.3</b>
<b>売上総利益</b>	<b>78,902</b>	<b>23.6</b>	<b>70,898</b>	<b>23.9</b>	<b>111.3</b>
人件費	38,969	11.7	34,850	11.7	111.8
広告宣伝費	4,903	1.5	4,191	1.4	117.0
地代家賃	5,358	1.6	4,688	1.6	114.3
減価償却費	1,957	0.6	1,545	0.5	126.7
リース料及びリース減価償却費	405	0.1	283	0.1	143.0
その他	17,052	5.1	15,966	5.4	106.8
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>68,647</b>	<b>20.6</b>	<b>61,526</b>	<b>20.7</b>	<b>111.6</b>
<b>営業利益</b>	<b>10,254</b>	<b>3.1</b>	<b>9,372</b>	<b>3.2</b>	<b>109.4</b>
営業外収益	1,387	0.4	874	0.3	158.7
営業外費用	1,713	0.5	822	0.3	208.4
<b>経常利益</b>	<b>9,928</b>	<b>3.0</b>	<b>9,424</b>	<b>3.2</b>	<b>105.4</b>

※ 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。

## 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	<b>93,882</b>	100.0	91,712	100.0	102.4
売上総利益	<b>19,418</b>	20.7	18,780	20.5	103.4
販売費及び一般管理費	<b>18,828</b>	20.1	18,257	19.9	103.1
営業利益	<b>589</b>	0.6	523	0.6	112.7
経常利益	<b>472</b>	0.5	433	0.5	109.1

## ヒノキヤグループ

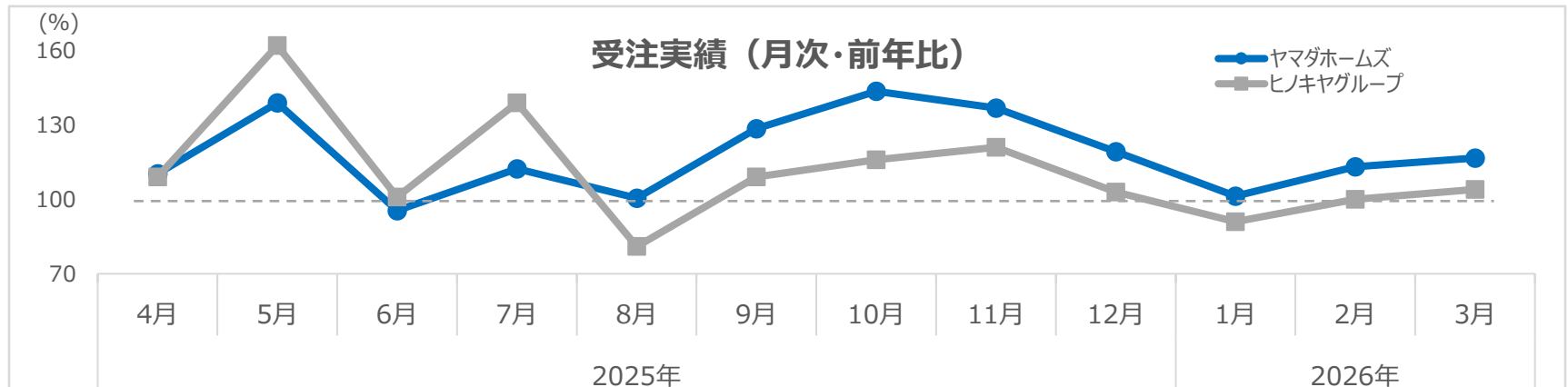
(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
売上高	<b>177,286</b>	100.0	144,885	100.0	122.4
売上総利益	<b>37,344</b>	21.1	30,541	21.1	122.3
販売費及び一般管理費	<b>29,182</b>	16.5	23,216	16.0	125.7
営業利益	<b>8,161</b>	4.6	7,325	5.1	111.4
経常利益	<b>8,084</b>	4.6	7,291	5.0	110.9

※ 事業会社によって連結対象月は異なります。

※ 決算期の変更により、ヒノキヤグループの当期実績は2025年1月～2026年3月の15か月決算となります。

● 受注は好調 積み上げた受注残高を背景に、今後のさらなる市場シェア拡大を図る

2026年3月期 通期累計 (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
<b>ヤマダホームズ</b>	<b>96,378</b>	87,819	8,559	109.7	<b>93,882</b>	91,712	2,170	102.4
注文住宅	<b>61,422</b>	53,975	7,447	113.8	<b>53,407</b>	53,320	87	100.2
(受注残高)	(46,859)	(39,000)	(7,859)	(120.2)	-	-	-	-
分譲住宅	<b>24,484</b>	21,749	2,735	112.6	<b>23,838</b>	20,787	3,051	114.7
リフォーム	<b>6,446</b>	6,577	△ 131	98.0	<b>6,605</b>	6,829	△ 224	96.7
中古再販	<b>4,026</b>	5,518	△ 1,492	73.0	<b>3,916</b>	5,120	△ 1,204	76.5
その他	-	-	-	-	<b>6,116</b>	5,656	460	108.1
<b>ヒノキヤグループ</b>	<b>139,904</b>	101,849	38,055	137.4	<b>177,286</b>	144,885	32,401	122.4
注文住宅	<b>114,599</b>	80,887	33,712	141.7	<b>99,485</b>	80,855	18,630	123.0
(受注残高)	(72,948)	(54,528)	(18,420)	(133.8)	-	-	-	-
分譲住宅	<b>21,769</b>	18,336	3,433	118.7	<b>14,260</b>	12,839	1,421	111.1
リフォーム	<b>3,536</b>	2,626	910	134.7	<b>3,548</b>	2,869	679	123.7
断熱材・その他	-	-	-	-	<b>59,993</b>	48,322	11,671	124.2



※ 事業会社によって連結対象月は異なります。※ 決算期の変更により、ヒノキヤグループの当期実績は2025年1月～2026年3月の15か月決算となります。  
 ※ 「受注」の集計基準変更に伴い、前期受注実績を一部更新しております。

- 金利上昇に伴う粗利率低下の影響等が生じた一方、ヤマダデンキ店舗と連携したリフォームローンや少額短期保険の取扱高が着実に伸長し、増収・増益

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>4,710</b>	<b>100.0</b>	<b>4,492</b>	<b>100.0</b>	<b>104.8</b>
<b>売上総利益</b>	<b>4,039</b>	<b>85.7</b>	<b>4,041</b>	<b>90.0</b>	<b>99.9</b>
人件費	1,134	24.1	1,167	26.0	97.2
広告宣伝費	24	0.5	66	1.5	36.6
地代家賃	87	1.9	94	2.1	93.3
減価償却費	16	0.4	32	0.7	51.4
リース料及びリース減価償却費	1	0.0	4	0.1	26.8
その他	1,515	32.2	1,368	30.5	110.7
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>2,780</b>	<b>59.0</b>	<b>2,733</b>	<b>60.9</b>	<b>101.7</b>
<b>営業利益</b>	<b>1,258</b>	<b>26.7</b>	<b>1,307</b>	<b>29.1</b>	<b>96.3</b>
営業外収益	42	0.9	70	1.6	59.7
営業外費用	70	1.5	147	3.3	47.5
<b>経常利益</b>	<b>1,231</b>	<b>26.1</b>	<b>1,230</b>	<b>27.4</b>	<b>100.1</b>

※ 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。

- ・ リユース事業（家電・PC・スマホ）が好調に推移し、増収・増益
- ・ 焼却発電プラントの建設は予定通りに進捗（2027年稼働予定）

(単位：百万円・%)	当期実績	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>42,835</b>	<b>100.0</b>	<b>36,111</b>	<b>100.0</b>	<b>118.6</b>
<b>売上総利益</b>	<b>6,574</b>	<b>15.3</b>	<b>5,606</b>	<b>15.5</b>	<b>117.3</b>
人件費	2,222	5.2	1,813	5.0	122.5
広告宣伝費	24	0.1	32	0.1	75.0
地代家賃	610	1.4	458	1.3	133.1
減価償却費	101	0.2	78	0.2	128.6
リース料及びリース減価償却費	77	0.2	76	0.2	101.7
その他	1,667	3.9	1,513	4.2	110.2
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>4,702</b>	<b>11.0</b>	<b>3,972</b>	<b>11.0</b>	<b>118.4</b>
<b>営業利益</b>	<b>1,871</b>	<b>4.4</b>	<b>1,634</b>	<b>4.5</b>	<b>114.5</b>
営業外収益	680	1.6	615	1.7	110.5
営業外費用	115	0.3	66	0.2	173.5
<b>経常利益</b>	<b>2,437</b>	<b>5.7</b>	<b>2,183</b>	<b>6.0</b>	<b>111.6</b>

※ 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。

(空白)

# 2026/3~2030/3 中期経営計画

## 初年度振り返りと今後の取り組み

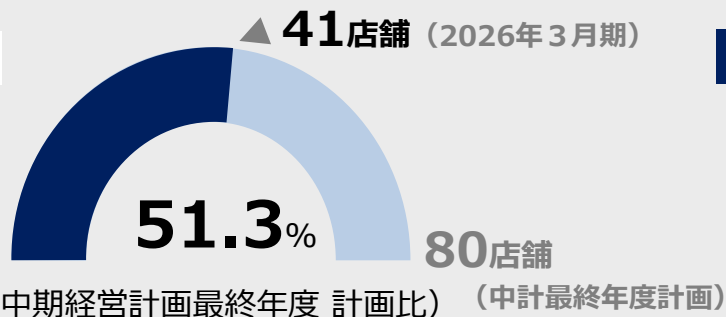
### 3. 【デンキセグメント】個別戦略取り組み実績 ①

## 店舗開発

### LIFE SELECTを中核としたエリア店舗開発・改革の推進

出店拡大とともに、LIFE SELECT業態店舗の売上シェアは順調に推移

店舗数



売上構成比

20.1% (2026年3月期)  
前期 17.3% → +2.8pt

#### ✓ 2026年3月期 LIFE SELECT5店舗オープン

・計画通りに進捗。累計41店舗。

#### ✓ LIFE SELECTを中核とする店舗統廃合の推進

・LIFE SELECTの近隣の小型店舗・不採算店舗の退店推進  
・2026年3月期は41店舗を退店（直近3か年で132店舗の統廃合実施）

#### ✓ 店舗再編に伴う、人員・リソース配置の最適化

・店舗統廃合による人員の最適配置化。人件費抑制・人時生産性向上  
・商品在庫及びその他店舗資産の戦略的再配分の実施。資本効率向上

#### 今後の取り組み

##### ・ LIFE SELECTの出店加速

当期は10店舗ペースで出店予定（下期中心）  
来期も10店舗の新店オープンを見込む  
⇒ 売上高1,000億円規模の増収インパクト

##### ・ 店舗統廃合・改革の推進

近隣店舗の統廃合を継続・店舗効率向上  
なお、大型店退店の減収影響は一巡し縮減

⇒ 2028年3月期に大幅増収の見通し

### 3. 【デンキセグメント】個別戦略取り組み実績 ②

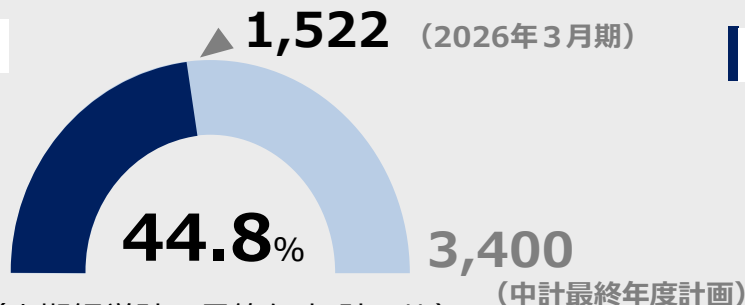
#### PB+SPA 商品開発

#### PB・SPAヤマダオリジナル商品の積極的開発

中計最終年度目標は売上構成比20%超・売上高3,400億円超へ上方修正

売上

(億円)



売上構成比

11.2% (2026年3月期)

前期 9.4% → + 1.8pt | 中計最終目標 20%超

(※ PB・SPAその他オリジナル商品を含む売上)

#### 施策

- ✓ **市場をけん引する新製品の開発・販売**
  - ・ボリュームゾーンSPA商品の展開強化
  - ・ドラム式洗濯乾燥機で複数モデルの新規開発・販売
- ✓ **ストアブランド力の向上**
  - ・SPA各ブランドをYAMADA Productsに集約
  - ・ブランド展開強化で認知度及びブランドイメージ向上

#### 今後の取り組み

- ・ **PB・SPA商品の積極的開発**  
新商品投入・カテゴリシェア拡大
- ・ **長期展開商品の入れ替え・品揃え強化**  
商品刷新に合わせ、高粗利商品へ刷新
- ・ **在庫コントロール・商品管理体制強化**

⇒ **中計期間中の利益貢献を拡大**

### 3. 【デンキセグメント】個別戦略取り組み実績 ③

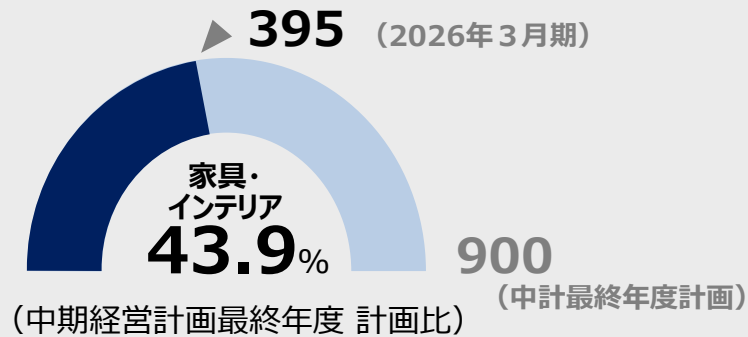
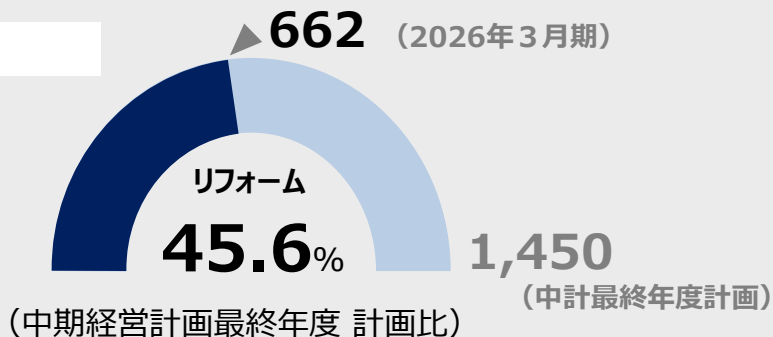
#### リフォーム/家具・インテリア

#### 「くらしまるごと」の家電・家具・リフォームのワンストップ提案

#### 家電・住宅とのクロスセルで市場開拓・事業拡大

売上

(億円)



#### 施策

- ✓ **LIFE SELECT出店によるシェア拡大**  
・全国へリフォーム・家具インテリアのショールーム展開
- ✓ **リフォーム：オリジナル商品の拡販**  
・オリジナル商品構成比 約40%強 (該当カテゴリ内)
- ✓ **売場改装・品揃え増による集客力向上**

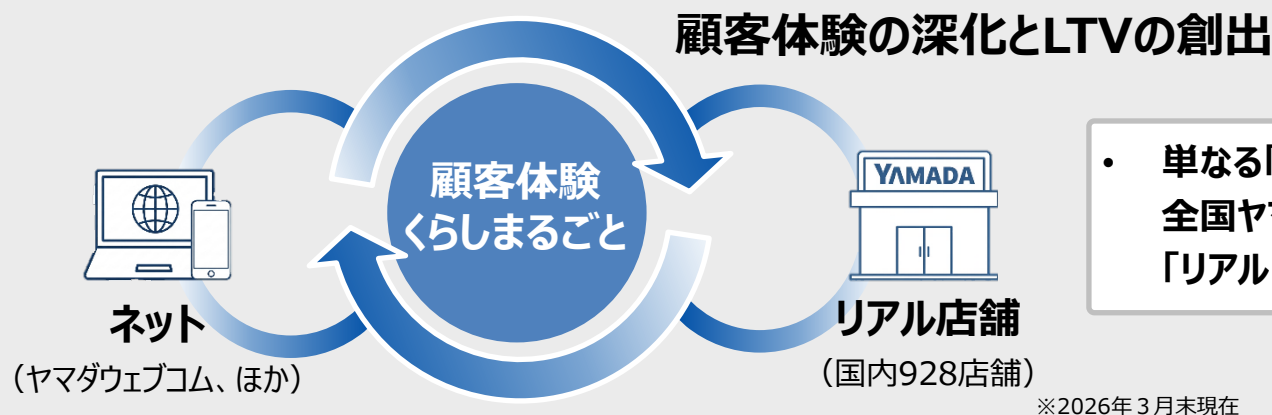
#### 今後の取り組み

- ・ **LIFE SELECT出店によるシェア拡大**  
新商圈進出および住宅案件の取り込み
- ・ **オリジナル商品の展開強化**  
オリジナル商品の構成比目標：50%以上  
リフォームコーナー：トクラス製品の導入  
その他PB・SPAの拡販で粗利率向上
- ・ **ECへの商品展開強化**  
家具・インテリア商品等のWEB品揃えの増強

### 3. 【デンキセグメント】個別戦略取り組み実績 ④

## ECマースの強化推進

リアル店舗とネットの融合による、顧客体験価値の最大化



- 単なる「ネット完結」を目指すのではなく、全国ヤマダデンキ928店舗を起点とした「リアル×ネット融合型」ECを推進

### 施策

- ✓ **自社ECサイトの利便性・UI/UX改善**
  - 商品ラインアップ・SKU拡充、顧客満足度向上
  - ⇒ 自社サイトの売上構成比向上
- ✓ **店舗連携の強化**
  - デジタルアプリ会員基盤（3,100万人超）の活用拡大
  - リアル店舗とEC顧客基盤の統合、相互送客を推進

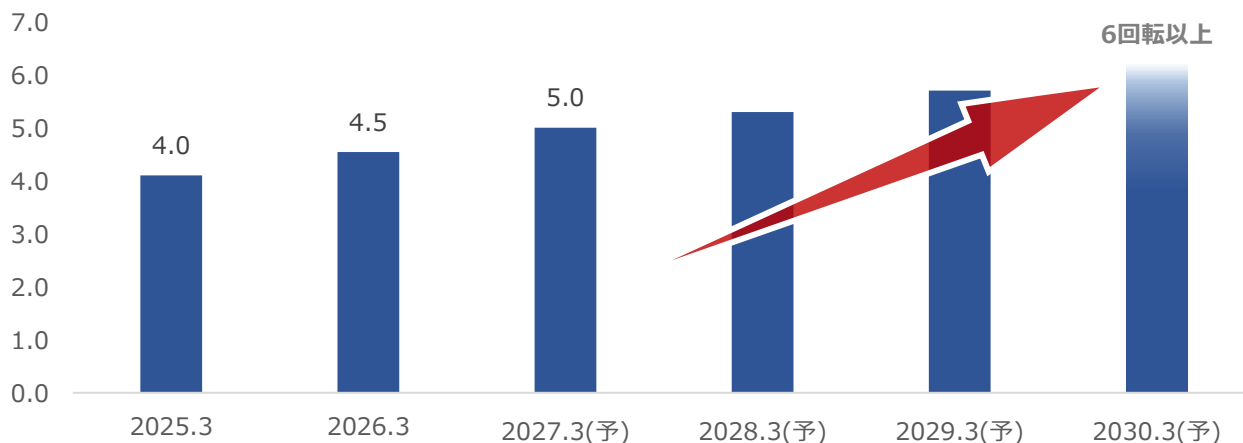
### 今後の取り組み

- **自社サイト比率のさらなる向上**  
UI・UX改善による自社サイト満足度向上
  - **家具などの非家電商品のEC展開強化**  
高粗利な非家電商品拡販による粗利率向上
  - **リアル店舗との融合、顧客体験向上**  
「くらしまること」の価値提案体制の強化
- ⇒ **EC事業の収益性・LTVを最大化**

### 3. 【デンキセグメント】個別戦略取り組み実績 ⑤

#### 在庫回転率の向上

在庫削減・バランスシートの改善で経営資源の最適化を推進



- ✓ 年間200億円の在庫削減目標は計画未達で着地※
- ✓ 但し、戦略的な在庫処分の実施（約240億円）により商品回転・在庫鮮度の向上は加速  
（2026年3月期 4.5回転 ← 2025年3月期 4回転）

#### ※計画未達要因

- 需要急増の商品在庫増強  
エアコン・パソコン等
- SPA商品の開発前倒し・店舗への早期導入、等

#### 今後の取り組み

- **定番・定数の抜本的縮減**  
店舗業態別・商品別に総見直しを実施  
特に、低回転商品の定番カットを断行  
⇒ 定番基準を200億縮減  
通年で販売消化
- **処分商品在庫の削減**
- **商品在庫のメーカー連携**

**2030年3月期目標 ROE8.5%以上 > 株主資本コスト 7.0%~**

PBR1.0倍超へ向けて、ROEの最大化（特に総資産回転率の向上）に向けた施策を推進

2026年3月期 実績

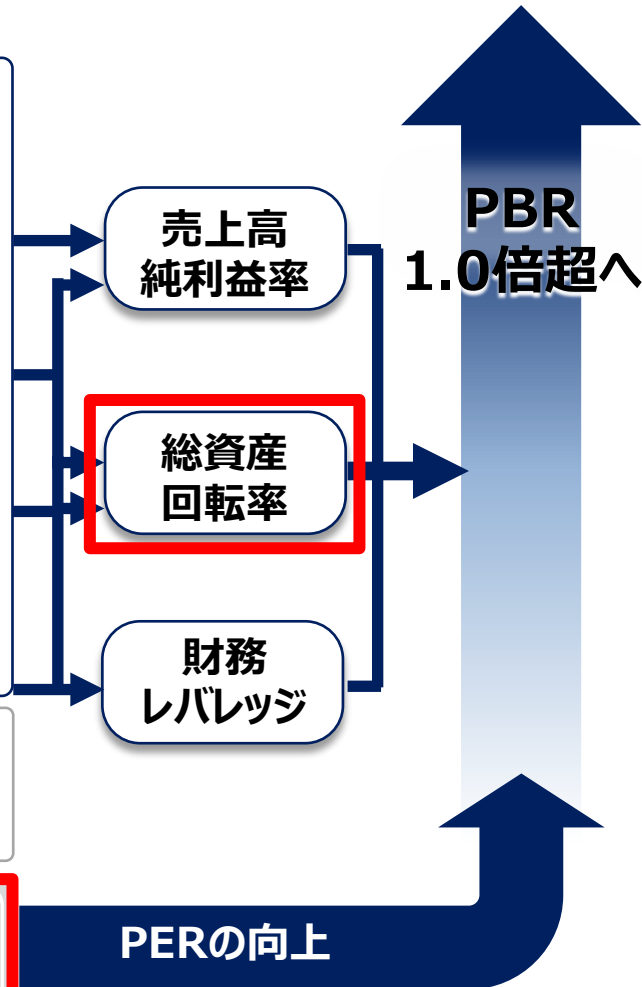
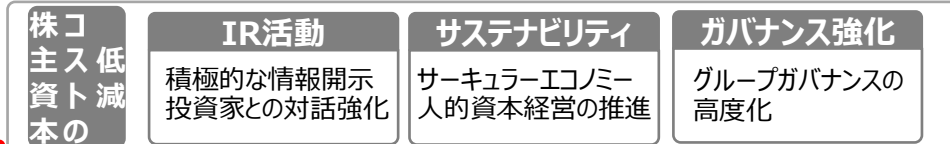
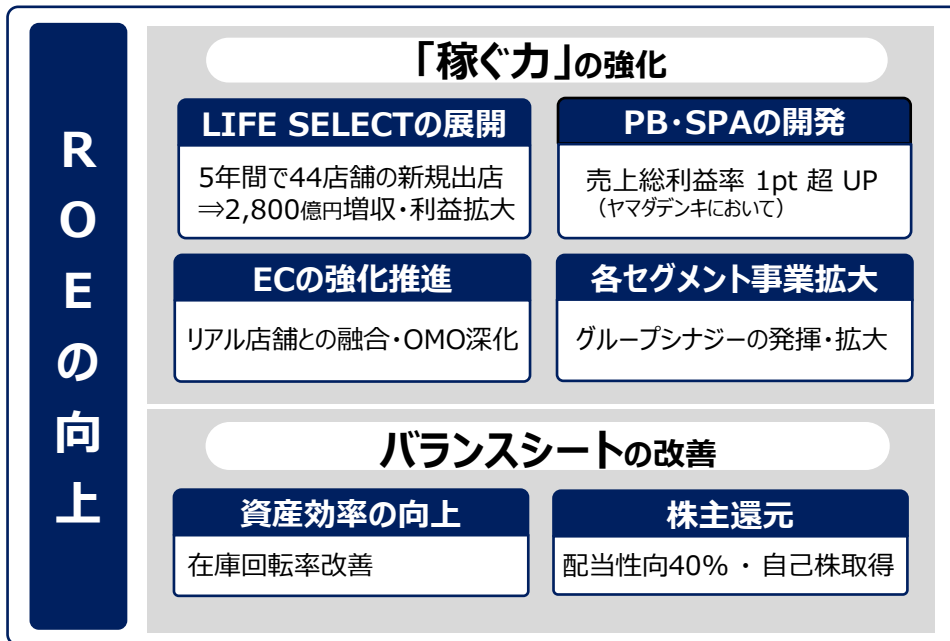
**PBR**  
**0.54倍**  
 ※2026年4月30日現在

**ROE**  
**2.3%**  
 ※在庫処分の影響を除く場合は約4.7%

**PER**  
**11倍~**  
 ※在庫処分の影響を控除して算出

**株主資本コスト**  
**7.0%程度**  
 ※資本資産価値モデル(CAPM)により算出

《 新中期経営5カ年計画期間における取り組み 》



**ROE 3要素分解**

**売上高純利益率**  
**0.9%**  
 ※在庫処分の影響を除く場合は約1.8%

**総資産回転率**  
**1.2回**

**財務レバレッジ**  
**2.0倍**

## 資産効率重視の経営へ転換

バランスシートの筋肉質化とキャッシュフロー創出力を強化し、2年以内を目途にPBR1.0倍を前倒しで達成

総資産回転率の低下をPBR 1倍割れの最重要課題と捉え、  
**資産ポートフォリオの再編・構造改革**を加速

《これまで》

### PLを中心とした経営

重点指標 **売上高 & 経常利益**

投資基準 **事業規模とシェア拡大**  
⇒ 多角的な成長投資を推進

資産所有方針 **安定経営を支える資産所有**  
⇒ 中長期的な構造改革を見据えた、  
外部環境に左右されない安定経営

課題

- 総資産回転率の低下
- ROE・PBRの低迷

《今後》

### 資産効率・キャッシュフローを重視した経営

重点指標 **総資産回転率・売上高純利益率**

投資基準 **投資効率とキャッシュ創出力**  
⇒ コア事業との相乗効果、投下資本の  
早期回収と収益性を重視

資産所有方針 **資産効率・稼ぐ力の最大化を推進**  
⇒ 資産ポートフォリオを最適化し、本業の  
収益性に直結する資産へ集中投資

効果

- 総資産回転率の向上
- ROE・PBRの上昇、企業価値の最大化

構造改革

## 資産効率の最大化に向けた資産ポートフォリオ再編と成長投資の加速

総額1,300億円規模の資産売却により創出したキャッシュを、成長領域へ集中投資し、株主価値を最大化する

### 資産売却によるキャッシュ創出

#### ノンコア・低収益資産の整理

売却規模

約 **1,300** 億円  
(取得額ベース・総額\*)

売却対象

主にデンキセグメントにおける  
ノンコア事業資産、  
低効率な事業用資産、  
保有株式等

実行方針

聖域なき資産ポートフォリオ  
再編を段階的かつ迅速に  
実行

戦略的再配分

### 資本の戦略的再配置と未来への投資

#### LIFE SELECTを中核とした店舗開発の加速

- 売上高・エリア内シェアの向上と、グループ内サービスインフラの効率化による持続的な収益成長体制の構築

#### 戦略的M&A投資の推進

- コア事業とのシナジー・早期利益貢献が見込まれる案件の推進
- コア事業の成長に依存しない非連続な収益基盤の拡大によるROEと株主価値の向上

#### 有利子負債の削減

- 金利上昇局面におけるリスク管理として、支払利息の低減及び金利変動リスクの抑制による、純利益水準の向上と財務体質の強化

#### 機動的な株主還元の実行

- 最適な資本構成と自己株式取得・配当還元策の機動的な実行

\* 1,300億には、2026年2月16日開示の2027年3月期売却予定約100億円を含みます。

# 2027年3月期 事業計画

## 「売上高2.2兆円 経常利益1,000億円」 新中期経営5カ年計画【2年目】

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比
<b>売上高</b>	<b>1,780,000</b>	<b>100.0</b>	1,691,808	100.0	88,191	105.2
<b>売上総利益</b>	<b>503,100</b>	<b>28.3</b>	441,647	26.1	61,452	113.9
人件費	<b>200,402</b>	<b>11.3</b>	189,795	11.2	10,606	105.6
広告宣伝費	<b>22,628</b>	<b>1.3</b>	21,433	1.3	1,195	105.6
地代家賃	<b>78,428</b>	<b>4.4</b>	77,035	4.6	1,392	101.8
減価償却費	<b>23,487</b>	<b>1.3</b>	21,165	1.3	2,322	111.0
リース料及びリース減価償却費	<b>2,000</b>	<b>0.1</b>	1,864	0.1	135	107.3
その他	<b>124,651</b>	<b>7.0</b>	114,187	6.7	10,464	109.2
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>451,600</b>	<b>25.4</b>	425,481	25.1	26,118	106.1
<b>営業利益</b>	<b>51,500</b>	<b>2.9</b>	16,166	1.0	35,333	318.6
営業外収益	<b>9,000</b>	<b>0.5</b>	9,807	0.6	△ 807	91.8
営業外費用	<b>7,900</b>	<b>0.4</b>	5,971	0.4	1,928	132.3
<b>経常利益</b>	<b>52,600</b>	<b>3.0</b>	20,002	1.2	32,597	263.0
特別利益	<b>0</b>	<b>0.0</b>	11,670	0.7	△ 11,670	0.0
特別損失	<b>6,000</b>	<b>0.3</b>	7,403	0.4	△ 1,403	81.0
法人税等合計	<b>17,800</b>	<b>1.0</b>	8,691	0.5	9,108	204.8
非支配株主に帰属する当期純利益	<b>1,000</b>	<b>0.1</b>	800	0.0	199	125.0
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>27,800</b>	<b>1.6</b>	14,778	0.9	13,021	188.1

※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

(単位：百万円・%)	上期						下期					
	計画	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比	計画	売上比	前期実績	売上比	前期差額	前期比
<b>売上高</b>	<b>862,000</b>	<b>100.0</b>	800,099	100.0	61,900	107.7	<b>918,000</b>	<b>100.0</b>	891,708	100.0	26,291	102.9
<b>売上総利益</b>	<b>247,700</b>	<b>28.7</b>	228,104	28.5	19,595	108.6	<b>255,400</b>	<b>27.8</b>	213,543	23.9	41,856	119.6
人件費	<b>98,226</b>	<b>11.4</b>	91,529	11.4	6,697	107.3	<b>102,175</b>	<b>11.1</b>	98,266	11.0	3,909	104.0
広告宣伝費	<b>10,868</b>	<b>1.3</b>	10,500	1.3	367	103.5	<b>11,760</b>	<b>1.3</b>	10,932	1.2	828	107.6
地代家賃	<b>38,810</b>	<b>4.5</b>	38,115	4.8	694	101.8	<b>39,617</b>	<b>4.3</b>	38,919	4.4	698	101.8
減価償却費	<b>11,520</b>	<b>1.3</b>	10,397	1.3	1,123	110.8	<b>11,967</b>	<b>1.3</b>	10,768	1.2	1,198	111.1
リース料及びリース減価償却費	<b>1,010</b>	<b>0.1</b>	886	0.1	123	114.0	<b>990</b>	<b>0.1</b>	978	0.1	12	101.2
その他	<b>59,763</b>	<b>6.9</b>	55,003	6.9	4,759	108.7	<b>64,887</b>	<b>7.1</b>	59,183	6.6	5,705	109.6
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>220,200</b>	<b>25.5</b>	206,433	25.8	13,766	106.7	<b>231,400</b>	<b>25.2</b>	219,048	24.6	12,351	105.6
<b>営業利益</b>	<b>27,500</b>	<b>3.2</b>	21,671	2.7	5,828	126.9	<b>24,000</b>	<b>2.6</b>	△ 5,505	△ 0.6	29,505	-
営業外収益	<b>4,850</b>	<b>0.6</b>	5,156	0.6	△ 306	94.1	<b>4,150</b>	<b>0.5</b>	4,651	0.5	△ 501	89.2
営業外費用	<b>3,950</b>	<b>0.5</b>	2,832	0.4	1,117	139.5	<b>3,950</b>	<b>0.4</b>	3,139	0.4	810	125.8
<b>経常利益</b>	<b>28,400</b>	<b>3.3</b>	23,995	3.0	4,404	118.4	<b>24,200</b>	<b>2.6</b>	△ 3,992	△ 0.4	28,192	-
特別利益	<b>0</b>	<b>0.0</b>	26	0.0	△ 26	0.0	<b>0</b>	<b>0.0</b>	11,644	1.3	△ 11,644	0.0
特別損失	<b>3,000</b>	<b>0.3</b>	2,198	0.3	801	136.5	<b>3,000</b>	<b>0.3</b>	5,205	0.6	△ 2,205	57.6
法人税等合計	<b>9,700</b>	<b>1.1</b>	8,679	1.1	1,020	111.8	<b>8,100</b>	<b>0.9</b>	12	0.0	8,087	-
非支配株主に帰属する当期純利益	<b>200</b>	<b>0.0</b>	363	0.0	△ 163	55.1	<b>800</b>	<b>0.1</b>	436	0.0	363	183.2
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	<b>15,500</b>	<b>1.8</b>	12,780	1.6	2,719	121.3	<b>12,300</b>	<b>1.3</b>	1,997	0.2	10,302	615.9

※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

(単位：百万円・%)	売上高				営業利益			
	計画	前期実績	前期差	前期比	計画	前期実績	前期差	前期比
デンキセグメント	<b>1,407,400</b>	1,329,426	77,974	105.9	<b>34,500</b>	2,492	32,008	1,384.4
住建セグメント	<b>367,400</b>	333,866	33,534	110.0	<b>13,900</b>	10,254	3,646	135.6
金融セグメント	<b>5,380</b>	4,710	670	114.2	<b>1,520</b>	1,258	262	120.8
環境セグメント	<b>45,000</b>	42,835	2,165	105.1	<b>2,100</b>	1,871	229	112.2
連結合計	<b>1,780,000</b>	1,691,808	88,192	105.2	<b>51,500</b>	16,166	35,334	318.6

※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

※（参考）前年の在庫処分影響（約240億円規模）を除いた場合の概算の営業利益前期比：連結 128.2%、デンキセグメント 130.5%

**LIFE SELECT店舗開発と、PB・SPA商品開発の構造改革推進で、V字成長を実現する**

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>1,407,400</b>	<b>100.0</b>	<b>1,329,426</b>	<b>100.0</b>	<b>105.9</b>
<b>売上総利益</b>	<b>411,500</b>	<b>29.2</b>	<b>361,942</b>	<b>27.2</b>	<b>113.7</b>
人件費	154,081	10.9	148,173	11.1	104.0
広告宣伝費	17,475	1.2	16,411	1.2	106.5
地代家賃	72,057	5.1	71,316	5.4	101.0
減価償却費	21,094	1.5	19,145	1.4	110.2
リース料及びリース減価償却費	1,488	0.1	1,366	0.1	108.9
その他	110,805	7.9	103,036	7.8	107.5
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>377,000</b>	<b>26.8</b>	<b>359,450</b>	<b>27.0</b>	<b>104.9</b>
<b>営業利益</b>	<b>34,500</b>	<b>2.5</b>	<b>2,492</b>	<b>0.2</b>	<b>1384.4</b>
営業外収益	8,900	0.6	9,467	0.7	94.0
営業外費用	6,300	0.4	5,295	0.4	119.0
<b>経常利益</b>	<b>37,100</b>	<b>2.6</b>	<b>6,664</b>	<b>0.5</b>	<b>556.7</b>

※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

**「くらしまるごと」戦略は着実に進捗 LIFE SELECTは10店舗出店を計画（下期集中）  
今期及び来期にかけてエリア内シェア及び売上・利益の更なる拡大を見込む**

**【店舗戦略】**

		(単位：店・%)	新規 出店* <sub>1</sub>	(LIFE SELECT)	出店による 増床面積 (㎡)	増床率* <sub>2</sub> ※退店影響除く	退店数	退店による 減床面積 (㎡)	減床率* <sub>2</sub>	増床率* <sub>2</sub> ※退店影響含む	期末店舗数
2026年3月期	実績	通期	20	(5)	120,754	4.2	41	89,072	2.5	1.7	928
2027年3月期	計画	通期	18	(10)	135,000	4.6	—	—	—	—	—

\*<sub>1</sub>：増床を伴う改装オープン店舗を含む

\*<sub>2</sub>：前期末の売場面積対比

**【事業戦略・在庫削減】**

(単位：億円・%)	計画	前期実績	前期差	前期比
EC（ネット・TVショッピング）	<b>1,200</b>	1,152	48	104.2
リフォーム	<b>745</b>	662	83	112.6
家具・インテリア	<b>412</b>	395	17	104.2
PB+SPA	<b>1,800</b>	1,522	278	118.3
海外	<b>410</b>	377	33	108.6
在庫削減（在庫高POSベース）	<b>2,642</b>	2,842	△ 200	93.0
在庫回転率	<b>5.0</b>	4.5	+0.5	—

※ 在庫削減の取り組みの詳細は、P28参照。

## 東和総合住宅株式会社およびトクラス株式会社のグループ入りのもと セグメント・グループ間の多面的シナジーの発揮でさらなる経営基盤の強化を図る

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>367,400</b>	<b>100.0</b>	<b>333,866</b>	<b>100.0</b>	<b>110.0</b>
<b>売上総利益</b>	<b>90,600</b>	<b>24.7</b>	<b>78,902</b>	<b>23.6</b>	<b>114.8</b>
人件費	43,500	11.8	38,969	11.7	111.6
広告宣伝費	5,015	1.4	4,903	1.5	102.3
地代家賃	5,656	1.5	5,358	1.6	105.6
減価償却費	2,853	0.8	1,957	0.6	145.8
リース料及びリース減価償却費	404	0.1	405	0.1	99.8
その他	19,272	5.2	17,052	5.1	113.0
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>76,700</b>	<b>20.9</b>	<b>68,647</b>	<b>20.6</b>	<b>111.7</b>
<b>営業利益</b>	<b>13,900</b>	<b>3.8</b>	<b>10,254</b>	<b>3.1</b>	<b>135.6</b>
営業外収益	410	0.1	1,387	0.4	29.6
営業外費用	1,750	0.5	1,713	0.5	102.2
<b>経常利益</b>	<b>12,560</b>	<b>3.4</b>	<b>9,928</b>	<b>3.0</b>	<b>126.5</b>

※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、セグメント別計画・実績を合算した数値と連結計画・実績は異なります

## デンキ・住建セグメントとの連携を強化し「くらしまるごと」戦略を金融面からサポート

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>5,380</b>	<b>100.0</b>	<b>4,710</b>	<b>100.0</b>	<b>114.2</b>
<b>売上総利益</b>	<b>4,410</b>	<b>82.0</b>	<b>4,039</b>	<b>85.8</b>	<b>109.2</b>
人件費	1,198	22.3	1,134	24.1	105.6
広告宣伝費	35	0.7	24	0.5	145.8
地代家賃	87	1.6	87	1.8	100.0
減価償却費	3	0.1	16	0.3	18.8
リース料及びリース減価償却費	2	0.0	1	0.0	200.0
その他	1,565	29.1	1,515	32.2	103.3
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>2,890</b>	<b>53.7</b>	<b>2,780</b>	<b>59.0</b>	<b>104.0</b>
<b>営業利益</b>	<b>1,520</b>	<b>28.3</b>	<b>1,258</b>	<b>26.7</b>	<b>120.8</b>
営業外収益	50	0.9	42	0.9	119.0
営業外費用	0	0.0	70	1.5	0.0
<b>経常利益</b>	<b>1,570</b>	<b>29.2</b>	<b>1,231</b>	<b>26.1</b>	<b>127.5</b>

※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

## 自社完結型資源循環システムの展開とグループシナジーの拡大で持続的成長を実現

(単位：百万円・%)	計画	売上比	前期実績	売上比	前期比
<b>売上高</b>	<b>45,000</b>	<b>100.0</b>	<b>42,835</b>	<b>100.0</b>	<b>105.1</b>
<b>売上総利益</b>	<b>7,200</b>	<b>16.0</b>	<b>6,574</b>	<b>15.3</b>	<b>109.5</b>
人件費	2,407	5.3	2,222	5.2	108.3
広告宣伝費	23	0.1	24	0.1	95.8
地代家賃	644	1.4	610	1.4	105.6
減価償却費	135	0.3	101	0.2	133.7
リース料及びリース減価償却費	85	0.2	77	0.2	110.4
その他	1,806	4.0	1,667	3.9	108.3
<b>販売費及び一般管理費</b>	<b>5,100</b>	<b>11.3</b>	<b>4,702</b>	<b>11.0</b>	<b>108.5</b>
<b>営業利益</b>	<b>2,100</b>	<b>4.7</b>	<b>1,871</b>	<b>4.4</b>	<b>112.2</b>
営業外収益	730	1.6	680	1.6	107.4
営業外費用	150	0.3	115	0.3	130.4
<b>経常利益</b>	<b>2,680</b>	<b>6.0</b>	<b>2,437</b>	<b>5.7</b>	<b>110.0</b>

※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

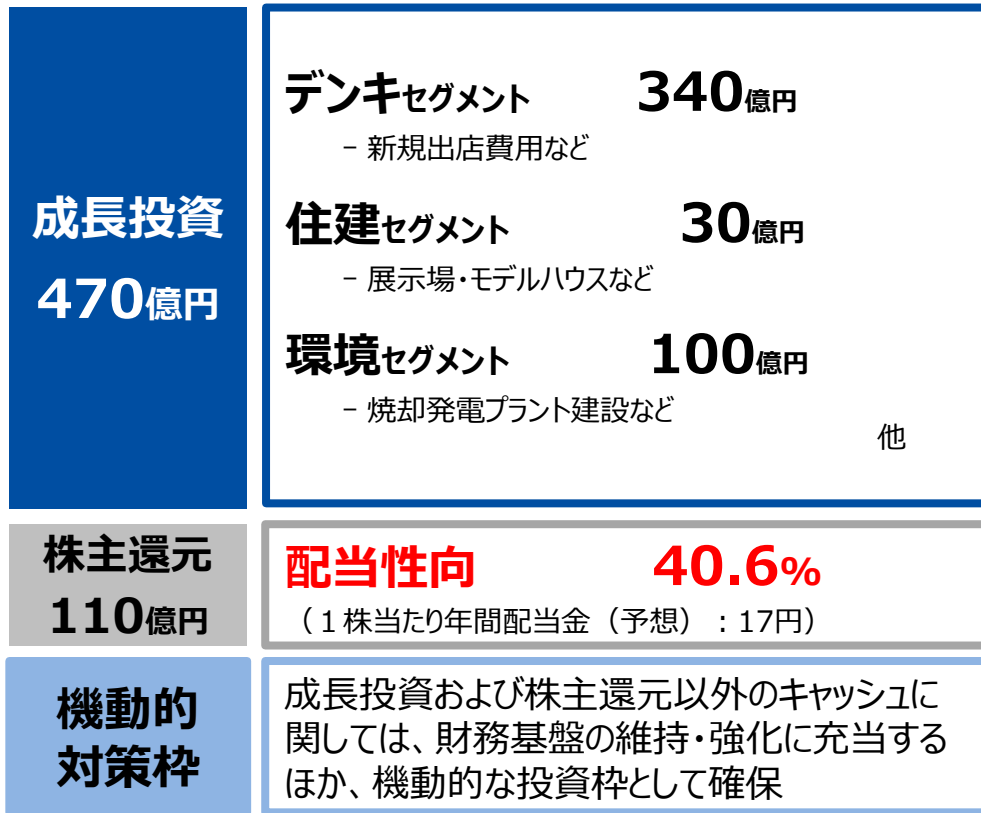
**積極的な成長投資と安定配当で中長期的な企業価値を最大化する**

《27年3月期計画》

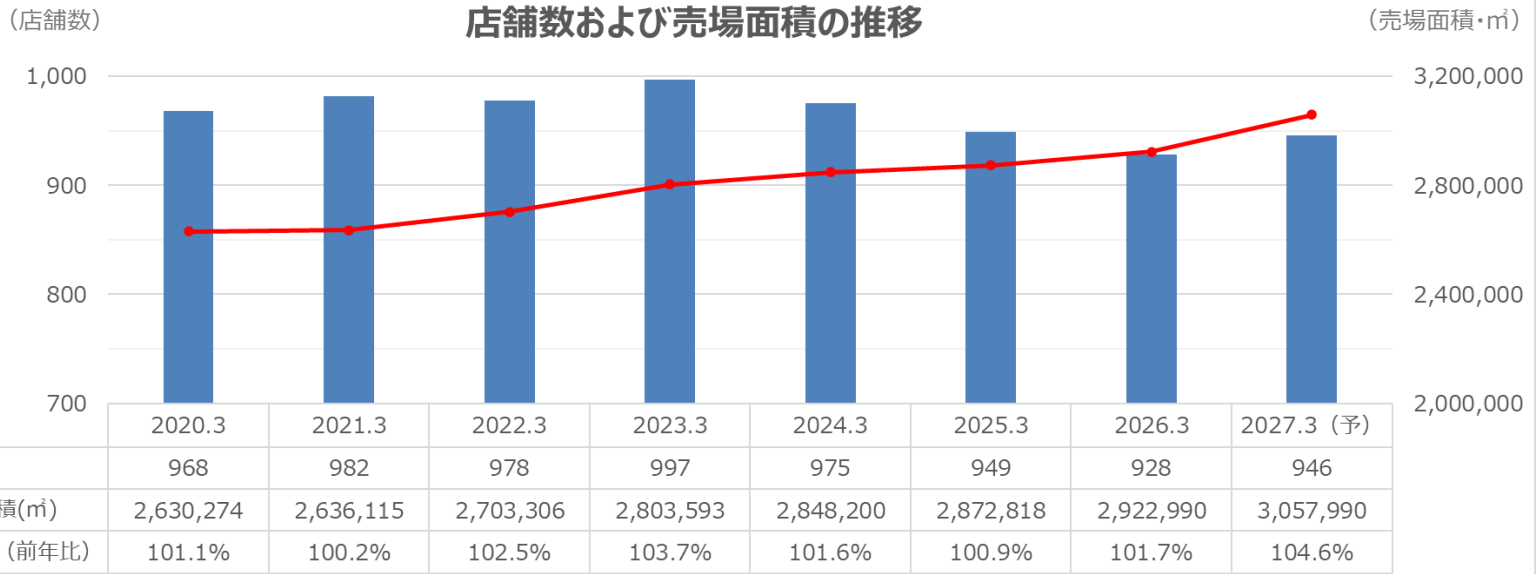
**キャッシュイン**



**キャッシュアウト**

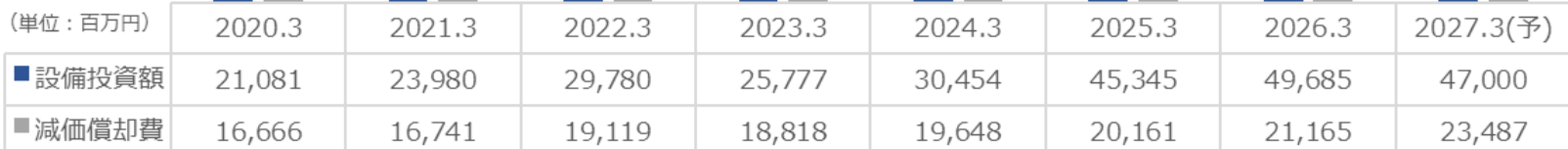


\* 営業CF : 「当期純利益+減価償却費等+在庫削減高」で簡易的に算出  
 \* 上記計画には、P31記載の「資産ポートフォリオの再編」の内容は含まれておりません。



\* 2027年3月期は、退店影響を含まない。

### 設備投資および減価償却



## IR活動

《2026年3月期》

- ・投資家等とのミーティング回数 205件（2025年3月期：216件）
- ・個人投資家説明会 開催（東京：2025年9月27日、参加者 約240名）

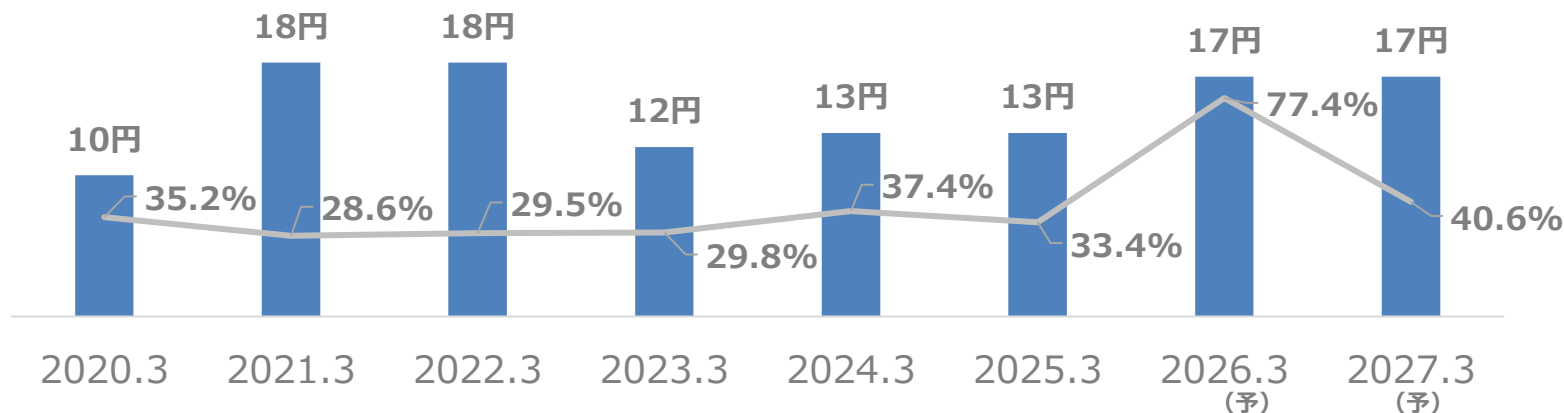
## 配当還元方針

- ・年間配当は「配当性向40%」を目標として決定
- ・戦略的な成長投資を行い、経営指標を向上させ、安定的な株主還元を目指す

## 自己株式の取得

- ・2025年5月9日～2026年3月31日の取得実績  
（取得株数：33,637,100株、取得総額：15,492,651,504円）
- ・持続的な成長及び財務健全性・資本効率向上を鑑み、機動的に検討を行う

1株当たりの配当金（年間）と配当性向 推移



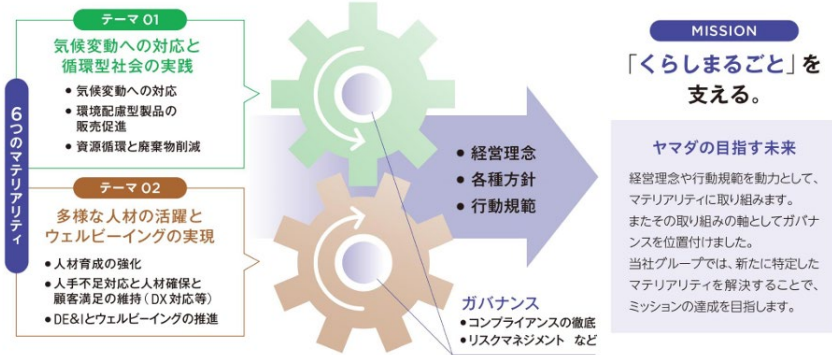
	26年3月期	27年3月期	前年比・増減
(単位：億円 / %)			
売上高	16,918	<b>17,800</b>	<b>+5.2%</b>
売上総利益	4,416	<b>5,031</b>	<b>+13.9%</b>
売上総利益率	26.1	<b>28.3</b>	<b>+2.2P</b>
経常利益	200	<b>526</b>	<b>+163.0%</b>
経常利益率	1.2	<b>3.0</b>	<b>+1.8P</b>
当期純利益	147	<b>278</b>	<b>+89.1%</b>
EBITDA	460	<b>830</b>	<b>+80.5%</b>
ROE	2.3	<b>4.3</b>	<b>+ 2.0P</b>
ROIC	0.8	<b>3.2</b>	<b>+ 2.4P</b>
商品在庫※	2,842	<b>2,642</b>	<b>△200億円</b>
在庫回転日数※	80	<b>71</b>	<b>△9日</b>
在庫回転率※	4.5	<b>5.0</b>	<b>+ 0.5P</b>

※商品在庫：ヤマダデンキPOSベース実績

※在庫回転日数：期末在庫高 ÷ 通期売上高 ×365、で簡易的に算出

## マテリアリティ・人的資本経営

### サステナビリティに関するマテリアリティの改定



### 健康経営優良法人（大規模法人部門） 2年連続認定



「エンゲージメントサーベイスコアの向上」をKGIに設定  
サーベイ結果を分析・活用した組織改善を推進

## 再生可能エネルギーの利用拡大

### 太陽光発電パネル設置を推進



2026年3月期中に計27店舗へ設置  
⇒ 店舗運営に伴うCO2排出量を大幅に削減  
(年間約3,200 tのCO2削減見込み)



リユース工場全体の使用電力の約33%を再生可能エネルギー化（年間約139 tのCO2削減見込み）  
⇒ サプライチェーン全体での脱炭素化及び循環型社会の構築を推進

### 【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。