

2026 年 10 月 8 日

各 位

会 社 名 株式会社ミスターマックス・ホールディングス
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 平野 能章
(コード番号 8203 東証プライム、福証)
問 合 せ 先 執行役員 経営企画・財務部門管掌 上田 展貴
兼 財務部長
(TEL 092-623-1111)

中期経営計画（2025 年 2 月期～2029 年 2 月期）の数値目標の見直しに関するお知らせ

当社は、2026 年 10 月 8 日開催の取締役会において、2024 年 4 月 11 日に公表いたしました中期経営計画（2025 年 2 月期～2029 年 2 月期）の最終年度である 2029 年 2 月期の数値目標を、下記のとおり修正することを決議いたしましたので、お知らせいたします。

1. 見直しの内容

既存店につきましては、改装の実施、営業時間の見直し、売上総利益率改善に向けた取り組み等の施策が計画どおり進捗しており、2029 年 2 月期の数値目標（売上高 1,600 億円、営業利益率 5.0%）を達成する見込みです。

一方、新規出店につきましては、建築コストの上昇をはじめとする出店環境の変化により、出店のペースが当初計画に比べて緩やかになる見込みとなりました。

以上を踏まえ、既存店を中心とした収益基盤の強化を優先しつつ、新規出店につきましては投資回収の見込める案件を厳選し、収益性を重視して検討を進めることとし、全社の数値目標を下記のとおり修正いたします。

2. 修正後の数値目標

	2029 年 2 月期		
	当初計画	修正計画	増減
売上高	2,000 億円	1850 億円	△150 億円
営業利益	100 億	83 億円	△17 億円
営業利益率	5.0%	4.5%	△0.5 ポイント

※修正後の営業利益は、修正後の売上高に修正後の営業利益率を乗じた試算数値です。

※既存店の数値目標（売上高1,600億円、営業利益率5.0%）に変更はありません。

詳細につきましては、添付資料をご参照ください。

以上

25年2月期～29年2月期

中期経営計画

本資料は、2024年4月11日に公表した「中期経営計画（2025年2月期～2029年2月期）」を2026年10月に見直したものです。

株式会社ミスターマックス・ホールディングス

証券コード：8203

2026年10月8日

目次

- 01 - 中期経営計画目標数値の修正
- 02 - 既存店戦略
- 03 - 新規出店戦略
- 04 - 成長戦略
- 05 - 財務戦略・企業価値向上
- 06 - サステナビリティ
- 07 - 今後の方針

中期経営計画目標数値の修正

29年2月期目標

	当初中計目標	修正後目標	増減
売上高	2,000億円	1,850億円	△150億円
営業利益率	5.0%	4.5%	△0.5%

既存店

売上高目標

1,600億円 (当初から変更なし)

営業利益率目標

5.0% (新設：既存店の収益力を強化)

据置・強化

新店

売上高目標

400億円 → 250億円 (▲150億円)

見直しの方向性

収益性をより精査した出店ペースへ変更

計画見直し

既存店は売上高目標を据え置いたうえで営業利益率5.0%を目標とし収益力を強化。
新店出店時期の見直しにより、全社目標を修正するものである。

既存店の稼ぐ力は着実に向上。

目標修正は、出店環境の変化を踏まえた、新店の出店時期の見直しによるもの。

1

既存店の稼ぐ力は着実に向上

品揃え・サービスの最新化を続け、当初目標である売上高1,600億円に向けて着実に進捗。荒利益率も非食品カテゴリ強化等により改善し、既存店の競争力は向上

2

出店環境の変化

不動産・建築コスト等の上昇が計画当初の想定を上回り、従来と同じ投資採算基準を満たす物件に限られる状況

3

出店基準は堅持、時期を見直し

当社は従来から投資採算を基準に出店を判断。基準を緩めることなく採算の見込める物件を厳選し、出店時期を見直す

29年2月期 既存店 売上高目標

1,600億円

当初中計目標から据え置き

29年2月期 既存店 営業利益率目標

5.0%

既存店は成長戦略の中核。
稼ぐ力の強化を最優先で進める。

1 坪当たり売上高の向上

ライフスタイルの変化に合わせた、定番棚割り・品種構成の見直し、新たな品種への挑戦を繰り返す

3 客数の向上

EDLP・核売場の育成や、アプリを活用したオムニチャネルの推進による、利便性の向上

2 荒利益率の向上

PB開発推進による、売上構成比の向上と非食品カテゴリーの強化

4 ローコストオペレーション

売上高の伸長と同時にDXによる生産性向上で、ローコストオペレーションのレベルを上げる

既存店
営業利益率**5.0%**稼ぐ力の向上
(29年2月期)

既存店で高めた収益力は新店にも展開され、
建築費が上昇しても採算の見込める物件が増える

出店可能物件の増加

	課題	主な施策
1 坪当たり売上高の向上	- 既存品種の見直しの遅れ - 暮らしの変化に合う新品种の不足	- 定番棚割りと品種構成の見直し - 新たな品種への挑戦 - 必要な商品を選びやすい売場づくり
2 荒利益率の向上	- PB売上高構成比目標30% - PB新規品種の不足 - NBと比較購買しにくい売場	- PB新規開発の強化 - NBと比較購買しやすい定番売場の陳列 - 非食品カテゴリーの強化
3 客数の向上	購買行動の変化による客数減少	- EDLPの推進 - 目的買いにつながる核売場の確立と育成 - アプリを活用したオムニチャネルの推進
4 ローコストオペレーション	各種コストの上昇	- DX投資の継続による生産性向上 - 売上高の伸長による本部費率の圧縮



29年2月期

既存店
売上高

1600億円

既存店
営業利益率

5.0%

新規出店戦略

～出店基準を堅持し、採算を確保できる物件を厳選～

当社は従来から投資採算を基準に出店を判断。建築費高騰等の環境変化を踏まえつつ、基準を緩めることなく採算の見込める物件を厳選し、出店時期を見直す

	当初中計目標	修正後目標
新店 売上高	400億円	約250億円
出店数 目標	25店	16店舗前後

出店候補物件の状況

出店候補物件数は当初目標の25店を上回る水準で検討中。採算が見込める物件から順次具体化する。

出店戦略

総合DSの強みを発揮できる立地に出店

- ・総合DSの強みを発揮できる売場面積を確保
- ・その規模に見合う商圏人口を有する立地を選定
- ・DS、SuC、selectの3業態を中心にドミナント化を推進

前提となる投資規律

- ・物件収益性の精査（既存店の収益力・不動産関連コスト）
- ・資本コストを踏まえた投資判断

既存店の稼ぐ力を高めることが出店余地を広げ、次の成長を生み出す

STEP 1

中計期間

既存店の稼ぐ力を高める

- ・坪当たり売上高の向上
- ・荒利益率の向上
(PB・非食品カテゴリー強化)
- ・売上高の伸長と本部費率の低減

STEP 2

中計期間

新店の採算性が高まる

- ・既存店で実証した収益力を新店へ展開
- ・上昇する不動産コストに耐えうる
出店候補物件が増加
- ・投資回収期間の短縮

STEP 3

中長期

再び出店攻勢へ

- ・北部九州・首都圏中心部で
ドミナント化を推進
- ・より多くの検討物件を順次具体化
- ・M&Aも活用した規模拡大

店舗出店

- ・北部九州・首都圏中心部でドミナント化を推進
- ・収益力向上に合わせ出店ペースを再加速

16店舗前後・250億円を目標に出店

オムニチャネル

アプリをハブにオムニチャネルを浸透

- ・リアル店舗+αの品揃え提供
- ・実商圈を超えた集客

2029年2月期 売上高規模100億円を目指す

M&A及び新規事業戦略

- ・M&Aによる規模拡大
- ・他社物流業務の請負
- ・海外マーケットへ進出

成長の土台：既存店の稼ぐ力 坪当たり売上高・荒利益率の向上、本部費率の低減

営業CFを主たる原資に、資本コストを意識した成長投資を優先し、
安定配当を継続しながら財務の健全性を維持する

キャッシュイン

営業
キャッシュフロー
主たる原資

資金調達

補完的に活用
（財務の健全性を
維持できる範囲で）

キャッシュアウト

成長投資

5年間で264億円を計画

- 新店、既存店活性化
（コア事業の強化）
- オムニ・DX
（店舗とネットの連携、
業務基盤の強化）
- M&A
（シナジーの見込める
案件を中心に推進）

株主還元

配当性向30%を目安

安定配当の継続を基本とし
業績・財務状況・
投資機会を踏まえて決定

投資判断の考え方

案件の判断

投資回収期間を中心に、
収益性・リスクを踏まえ判断する

回収期間の目安は、投資の種類
やリスクに応じて設定する

見直し

立ち上がりを考慮し進捗確認
未達は改善・撤退を検討

※図の大きさは金額の大小を示すものではありません

財務戦略・企業価値向上

売上高当期純利益率の改善を軸にROEを高め、PERの維持・向上を目指す

$PBR = ROE \text{ (稼ぐ力)} \times PER \text{ (市場評価)}$
PBR 0.69倍 → さらなる向上へ

ROE (稼ぐ力) 現状 7.3% → 12%程度

主要ドライバー

売上高当期純利益率

- ・ 荒利益率改善：定番棚割り・PB開発・非食品カテゴリー強化
- ・ 客数対策：EDLP・核売場の育成・オムニチャネル
- ・ 生産性向上：DXの推進による本部・店舗業務の効率化

総資産回転率

- ・ 坪効率・販売資産回転率の向上
- ・ 出店後の継続モニタリング

財務レバレッジ

- ・ 金利上昇を踏まえ緩やかに低下
- ・ 成長投資との両立

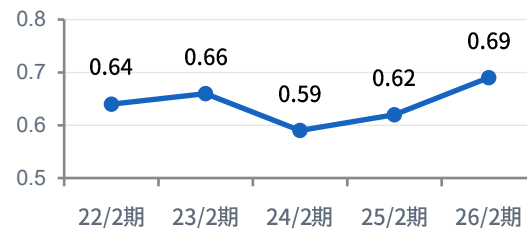
PER (市場評価)

現状9.8倍を
維持・向上

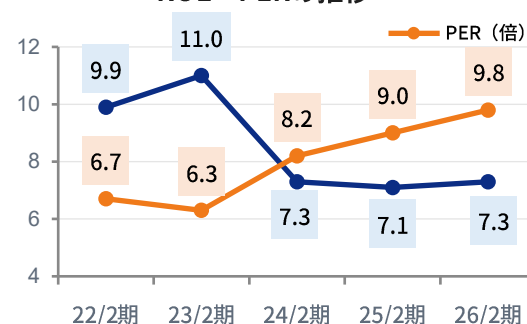
- ・ IR対話・非財務開示の強化
- ・ ガバナンス強化

経営理念・ブランディング — お客様・従業員・地域社会からの信頼がすべての基盤

PBRの推移 (倍)



ROE・PERの推移



商品の提供を通じた 社会価値創出

- ・ サステナブルなPB商品開発の推進
- ・ リサイクル促進による循環型社会の推進

持続可能な サプライチェーンの構築

- ・ 出店エリア自治体との災害協定締結推進
- ・ Scope1、2におけるCO2排出量削減に向けた取り組みの推進

持続的成長を支える 経営基盤の確立

- ・ 中期経営計画の実行に必要な人材採用と育成プログラムの推進
- ・ 会社の成長と自己成長を実感できるエンゲージメントの向上

既存店：最優先で目標達成を推進

売上高1,600億円・営業利益率5.0%

坪当たり売上高・荒利益率の向上と本部を含めた
ローコストオペレーションの深化により稼ぐ力を高め
、成長の原動力とする。

新店：利益創出に直結する出店を加速

16店舗前後・売上高約250億円

採算の見込める物件を厳選して出店。
既存店の収益力向上により出店可能な物件を広げ、
出店ペースの再加速を図る。

**既存店の稼ぐ力を成長の原動力とし、規律ある投資判断のもとで再び出店拡大を図り、
持続的な企業価値の向上を目指す。**