



2027年2月期 中間期決算

2026年10月13日

Agenda

- 1 連結業績
- 2 利益成長ドライバーの進捗
- 3 食品小売事業回復に向けた収益構造改革
- 4 事業構造改革の進展
- 5 2026年度の見通し

- 利益成長ドライバーと位置付けるヘルス＆ウェルネス、ディベロッパー・エンタメ、アセアンが牽引し、営業収益は前年同期比13.8%増の増収。営業利益は同10.7%増の増益。いずれも過去最高を更新

連結業績				
2026年度 中間期				
(億円)				
	当期実績	前年実績	対前年増減率	対前年増減差
営業収益	59,041	51,899	13.8%	+7,141
営業利益	1,307	1,181	10.7%	+126
経常利益	1,082	1,064	1.7%	+18
親会社株主に帰属する 中間純利益	133	40	229.1%	+92

2026年度 中間期

		営業収益		営業利益		(億円)
		実績	対前年増減率	実績	対前年増減差	対前年増減率
報告セグメント	ヘルス&ウェルネス事業 ^{*1}	12,778	87.4%	596	+369	162.9%
	(ツルハグループ実績を除く単純合算 ^{*2})	7,070	3.6%	333	+77	30.0%
	ディベロッパー・エンターテイメント事業 ^{*3}	3,542	8.2%	542	+132	32.3%
	国際事業	3,151	12.1%	56	+7	15.0%
	スーパーマーケット事業 ^{*3}	15,263	-1.2%	-1	-130	-
	ディスカウントストア事業	2,186	0.7%	4	-32	-87.7%
	GMS事業	18,653	2.6%	-126	-124	-
	総合金融事業	3,076	11.3%	260	-8	-3.3%
	サービス・専門店事業 ^{*3}	3,142	1.6%	71	-16	-19.1%
	その他	474	22.9%	-75	-22	-
調整額 ^{*3}		-3,230	-	-20	-48	-
連結合計		59,041	13.8%	1,307	+126	10.7%

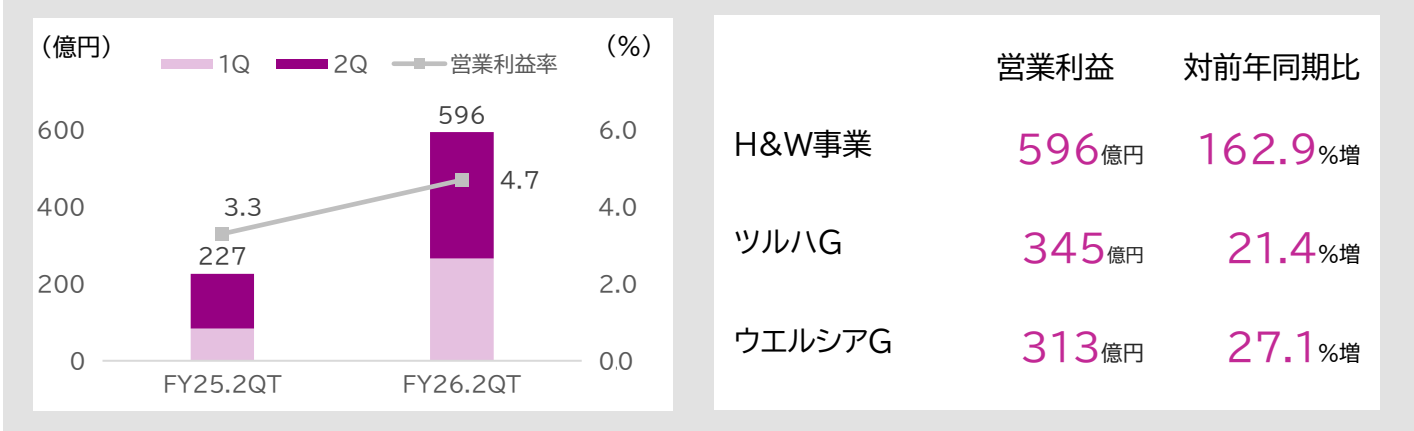
*1 ツルハHD連結子会社化に伴うのれん等償却費：44億円を含む *2 連結調整除く同規模比較 *3 過年度実績はセグメント移動会社を調整

Agenda

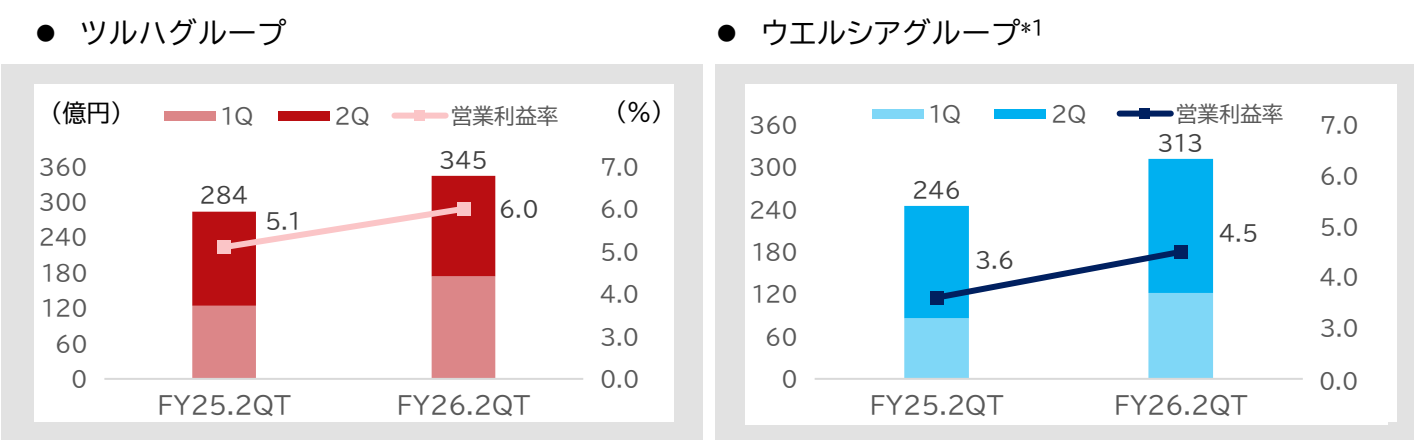
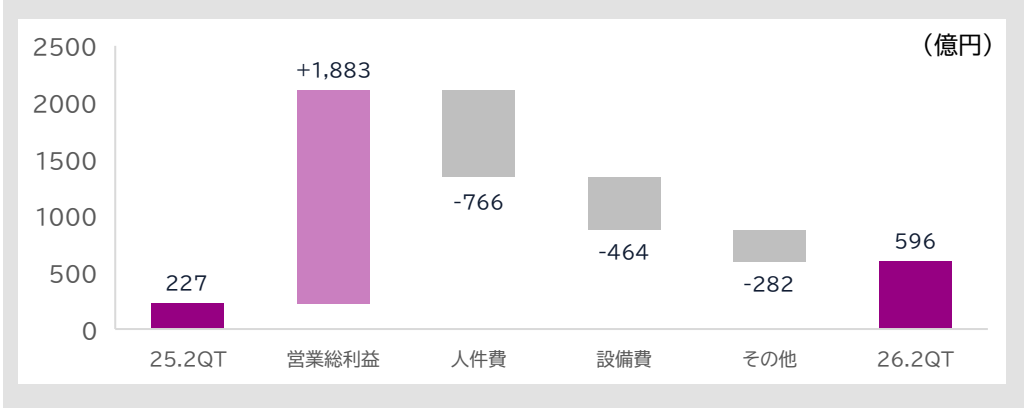
- 1 連結業績
- 2 利益成長ドライバーの進捗
- 3 食品小売事業回復に向けた収益構造改革
- 4 事業構造改革の進展
- 5 2026年度の見通し

- ヘルス&ウェルネス事業の成長性を見据え、ツルハHDを連結化したことにより大幅増益、過去最高益を更新
- 売上高は計画線以上に着地し、増収。第2四半期は、天候不順の影響で季節品需要が低下も、好調な調剤が牽引
- 統合シナジーは計画を上回り発現し、ツルハグループ、ウエルシアグループ共に収益性を改善、大幅増益。いずれも過去最高益を更新

セグメント利益推移



営業利益増減要因



既存店売上高・客数前年同期比*2

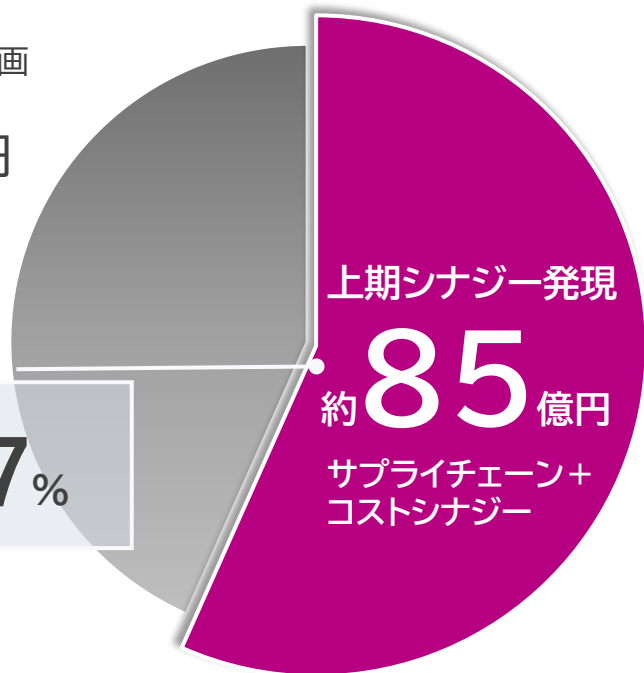
	3月度	4月度	5月度	6月度	7月度	8月度	累計
(単位：%)							
既存売上高	3.3	5.0	4.6	-1.1	1.7	1.5	2.5
物販	1.5	3.8	4.8	-3.8	0.0	0.3	1.0
調剤	11.2	10.0	3.9	11.4	9.0	7.0	8.8
既存客数	0.4	1.0	2.4	-4.2	-1.8	-2.0	-0.7

*1 ウエルシアグループのFY25営業利益実績はツルハグループとの統合後会計基準を適応修正した数値 *2 ツルハHD連結(ツルハグループ・ウエルシアグループ経営統合後)数値

統合シナジーの上期進捗

ツルハHDによる
統合シナジー年間計画

150億円



シナジー最大化と早期発現に向けた下期の取り組み

- H&BC+一部食品:帳合変更・棚割・取組み品等の統一
- 食品:帳合統合に向けた交渉開始
- 上期好調のトップバリュ(ツルハHD売上高前年同期比約1.3倍)をはじめとしたPB拡販強化

ドラッグ&フードモデル

ツルハホールディングス

全国
約5,600
の店舗網

約5万人
の専門人材
(薬剤師、登録販売者、
管理栄養士など)

+

イオン

食に関する
ノウハウ
(調達、食材管理、
商品開発力など)

地域住民の食を含めた健康を支えるドラッグ&フードモデルを展開

累計店舗数

37店舗

物販売上高

+11.3%

客数

+7.5%

荒利高

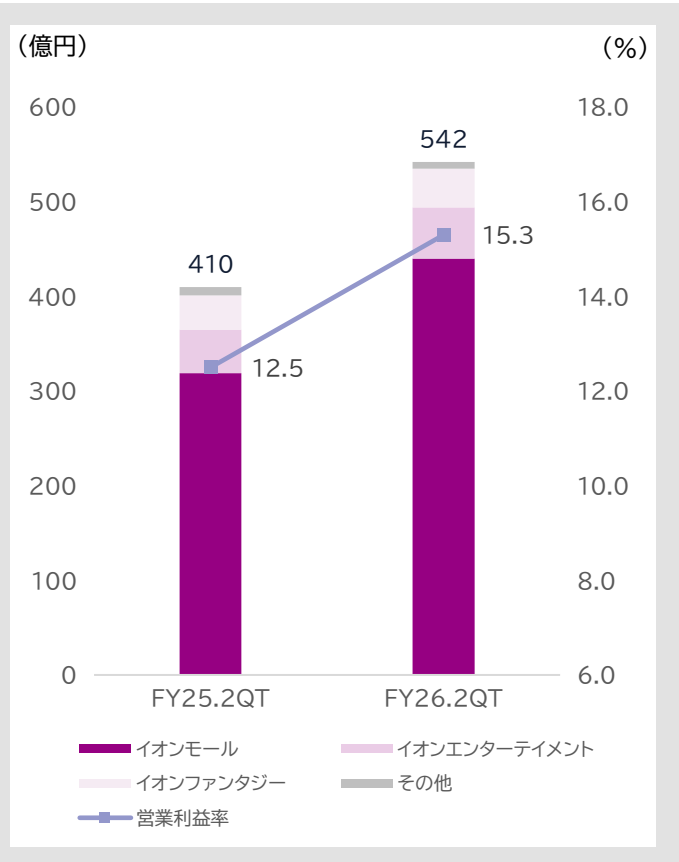
+10.5%

※2026年8月度実績

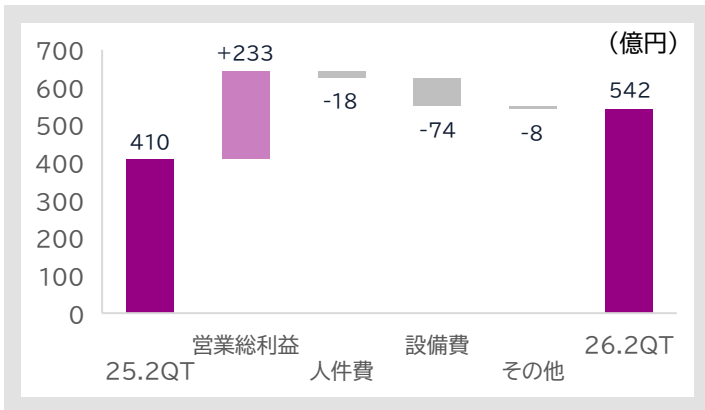
下期以降、商品供給体制や店舗運営体制の強化を図り展開を加速

- イオンモールは増収増益、過去最高益を更新。国内外ともに大幅増益。国内では「安・近・短」ニーズを捉えた体験型・時間消費型コンテンツが専門店売上を牽引。体験・交流・娯楽の場としての既存アセットの価値向上を推進し、活性化店舗が収益向上に寄与
- イオンエンターテイメントでは、非映画コンテンツの拡充や飲食物販の買上率向上が奏功し、2ケタ増益、過去最高益を更新
- イオンファンタジーは主力のプライズ部門の好調により2ケタ増益、過去最高益を更新。新業態「クレーン横丁 極」が好調

セグメント利益推移



営業利益増減要因



イオンエンターテイメント観客動員数等前年同期比

	前年同期比(%)
観客動員数	98.5
(内)ODS*観客動員数	115.8
飲食・物販売上高	118.6

* ODS: Other Digital Stuffの略。ライブビューイング等、非映画コンテンツ

国内既存イオンモール専門店売上高前年同期比

	前同比(%)
大型専門店	105.4
衣料品	99.6
服飾品	101.2
雑貨	107.5
飲食	105.4
アミューズメント・シネマ	107.7
サービス	105.9
専門店小計	104.6
合計	104.7

FY25-26.1H
国内リニューアル32モール
専門店売上前年同期比
106.8%
(対リニューアル未実施モール
+3.2%)

イオンファンタジー新業態のオープンを加速

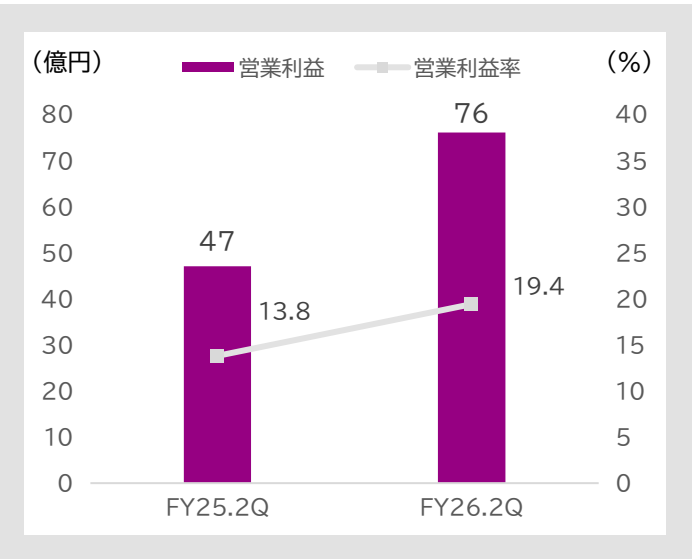
日用品や食品を景品とした
新業態「クレーン横丁 極」が主婦層に大好評



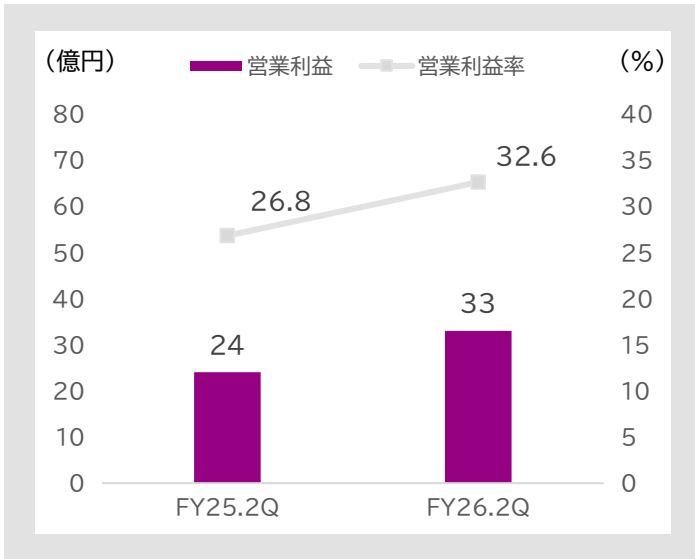
- イオンモールは中国・ベトナムともに国内を上回る利益成長
- 中国では消費者ニーズに対応した既存モールの活性化が奏功し客数増。ベトナムでは同国経済成長を取り込み堅調に事業を拡大
- イオンファンタジーでは屋内遊戯施設が浸透するアセアンにおいてプレイグランド業態が好調。海外事業も増収増益

イオンモール海外事業営業利益推移

● 中国



● ベトナム



ベトナム8号店として7月にオープンした「AMダナン タンケー」

AMダナン タンケーは、複合施設低層部にマスターリース方式で出店。ライトアセット型の開発モデルで投資を抑制しつつ早期に開業

ベトナムでは下期にさらに2モール開業予定



「Kizooona Safari」ベトナム1号店

イオンファンタジーではアセアンでプレイグランド業態が好調

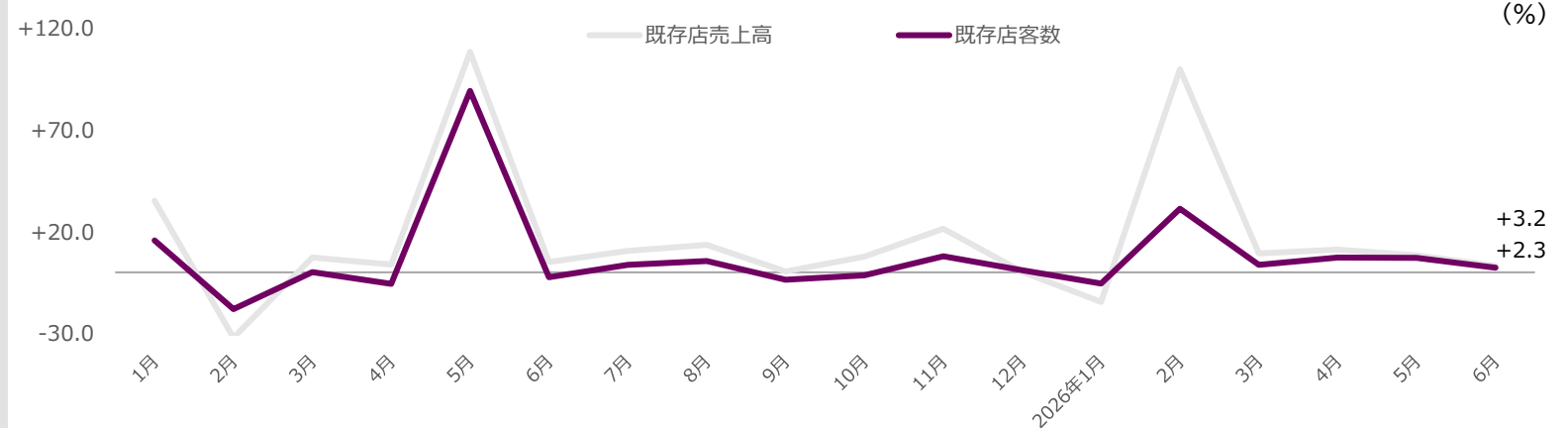
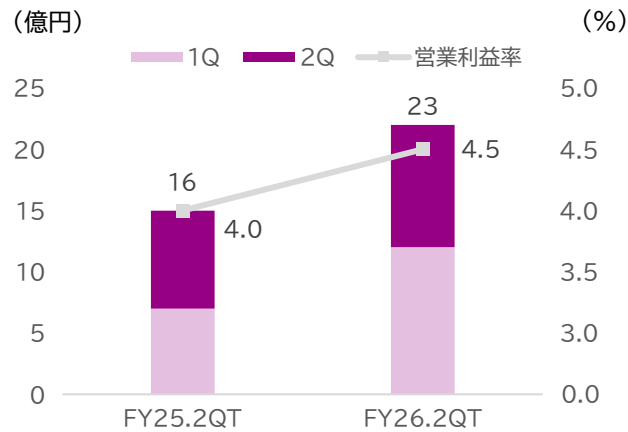
イオンエンタメではベトナムで映画館3劇場を運営
7月にはインドネシアで映画配給事業に参入

国内	30.4%増	● 中国は上期の3モールを活性化 飲食ゾーン拡張など、来店目的強化が奏功し、収益拡大に寄与 ● ベトナムは既存モール専門店売上高が対前年同期比122.1%
中国	60.3%増	
ベトナム	36.8%増	

- イオンベトナムでは、中東情勢に伴う物価高で消費マインド低下も集客施策が奏功し、大幅増益、過去最高益を更新
- 専門業態の他社SCへの出店で、顧客接点と商圈のさらなる拡大を推進
- 「イオン生活圏」の形成に向けて、小売に留まらず、H&W、DV・エンタメ、金融など、マルチフォーマットで事業を拡大

営業利益推移*1

既存店売上・客数前年同期比推移*1



国内GMSで展開するH&BCの最新売場モデル「グラムビューティーク」を他社SCに出店

多様な出店チャネルで顧客接点と商圈を拡大



ツルハは現在2店舗を運営
下期は、イオンベトナムとの共同出店を計画

市場の拡大を見据え、ドラッグストア市場でもシェア拡大を図る

Agenda

- 1 連結業績
- 2 利益成長ドライバーの進捗
- 3 食品小売事業回復に向けた収益構造改革
- 4 事業構造改革の進展
- 5 2026年度の見通し

上期食品小売事業の苦戦要因

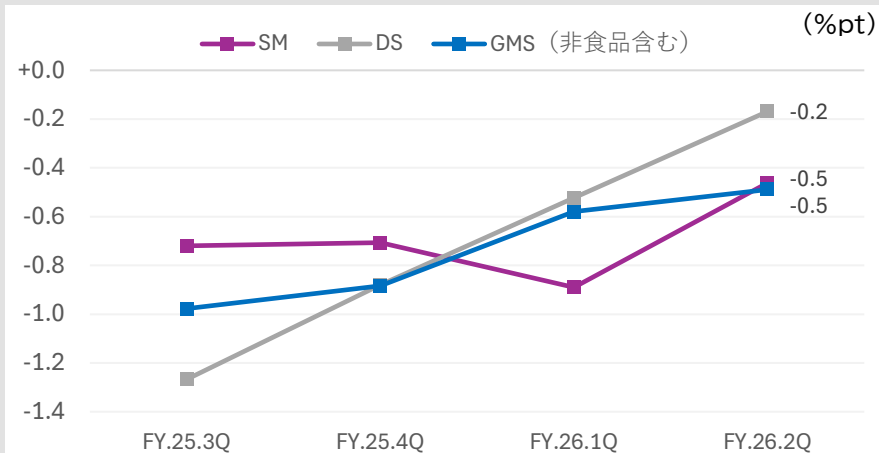
外部要因

- 前期の政府備蓄米影響等によるコメ特需の剥落
- 中東情勢等に伴うコスト上昇
- 物価高の長期化を背景とする消費者の節約志向の強まり

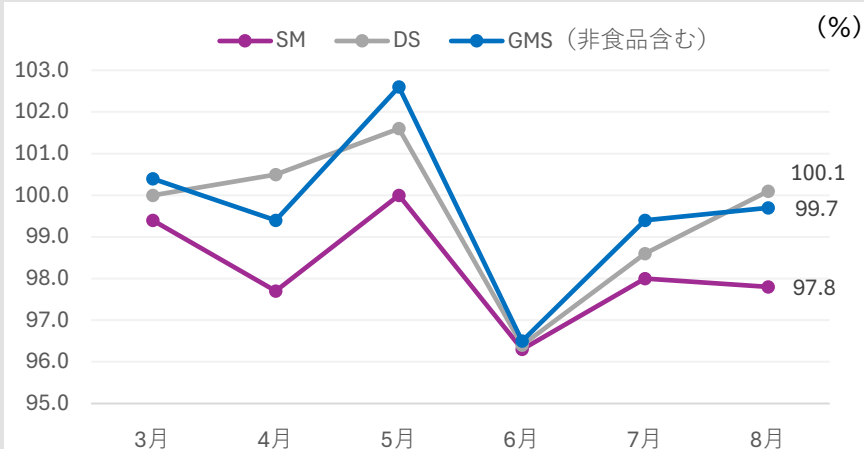
内部要因(課題)

- ① 価格政策の選択と集中
- ② 販促施策の運用管理
- ③ 既存店客数の回復

営業総利益率対前年同期差推移



FY26既存店客数対前年同期比推移



第2四半期以降、
 ・ 価格政策と販促施策の再構築
 ・ 価値訴求(生鮮・デリカ)強化
 に取り組んだ結果、
 荒利率、客数ともに改善傾向へ

客数は、天候不順を主因に
 6月に大きく落ち込むも
 7月以降は一部バラつきは
 あるものの回復基調に

① 価格政策の再構築

- 「ベストプライス」を中心としたトップバリュの拡販、NBからのPBへの切り替え促進
- 価格弾力性が高く、集客に繋がるNBに絞り価格強化

② 実効性の高い販促施策

- 「お買得品」が伝わる売場展開や一貫性のある販促施策、EDLP化で、お客さまからの価格信頼度を向上
- トップバリュの訴求を強化

③ 来店動機の創出と付加価値商品の強化

- 来店動機に繋がる商品開発・販売
- 購買頻度の高い生鮮の品質向上と差別化、簡便・即食ニーズに対応したデリカの強化

④ 経費構造改革

- 「販促費」と投資規律厳格化による「設備費」の適正化
- 省エネによる水光熱費抑制による固定費削減等で2024年度下期と同規模の経費構造改革を実施

客数回復

荒利ミックスの改善

収益性向上

Agenda

- 1 連結業績
- 2 利益成長ドライバーの進捗
- 3 食品小売事業回復に向けた収益構造改革
- 4 事業構造改革の進展
- 5 2026年度の見通し

■ 重点事業領域へ経営資源の最適配分、グループ全体の収益力の向上と資本効率の改善に向けて事業構造改革を着実に推進

赤字企業の解消による当期純利益の改善

- ジーフットの上場廃止し、完全子会社化(6月)
 - **GMSとの連携強化により建て直しを図る**
- イオンタイランド(タイ小売業)の株式を譲渡(9月)
 - アセアンでは最重点エリアである**ベトナムに経営資源を重点配分**、タイでは、金融・エンターテインメント・ヘルス&ウェルネスを中心に引き続き、収益向上を図る
- イオンファンタジー中国連結子会社の解散及び清算を決議

事業・機能の統廃合による資本効率の改善

- マックスバリュ東海では、**デリカのさらなる強化と経営効率改善**に向けて、完全子会社デリカ食品を吸収合併(9月)
- イオンモールでは、**都市部および人口集中エリアへの出店・顧客層拡大に向け経営資源の集中と経営効率化**を目的に、OPAを吸収合併(2027年3月)

対応済み

40社超

撤退・売却、事業・機能の統廃合等で
赤字企業の**債務超過解消**、
グループの**資本効率を改善**

Agenda

- 1 連結業績
- 2 利益成長ドライバーの進捗
- 3 食品小売事業回復に向けた収益構造改革
- 4 事業構造改革の進展
- 5 2026年度の見通し

- 通期業績予想に変更はなし
- 利益成長ドライバーであるヘルス & ウェルネス、ディベロッパー・エンターテインメント、アセアンの成長加速と食品小売事業における収益構造改革の断行により、通期業績予想達成を目指す

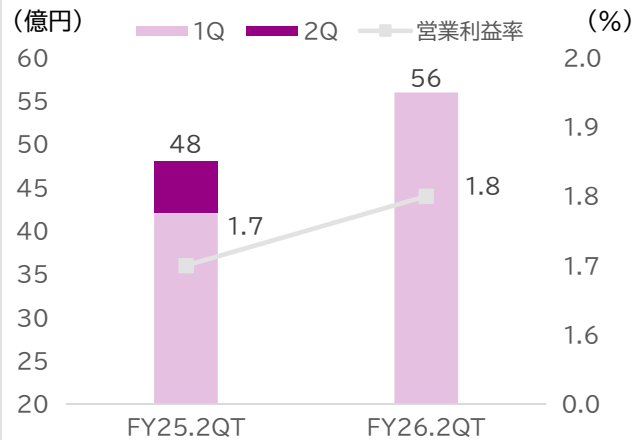
(億円)					
2026年度					
	通期予想	前期比	前期差	中間期実績	進捗率
営業収益	120,000	+12.0%	+12,847	59,041	49.2%
営業利益	3,400	+25.7%	+695	1,307	38.4%
経常利益	2,900	+19.3%	+470	1,082	37.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	730	+0.4%	+3	133	18.2%

Appendix

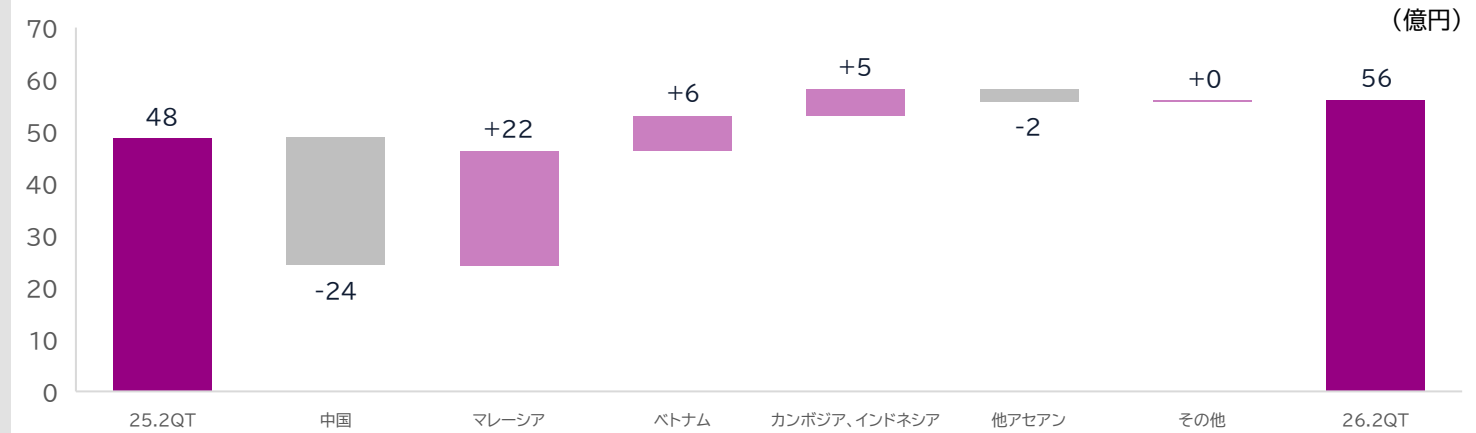
- セグメント別実績の概況
- 連結貸借対照表
- 連結業績5ヵ年推移
- 配当について

- アセアン:マレーシア、ベトナムが牽引し、営業利益が前年同期比約1.5倍、中国事業の苦戦を補い国際事業として2ケタ増益
- 最重点エリアであるベトナムでは、中東情勢に伴う物価高で消費マインド低下も集客施策が奏功し、大幅増益
- 重点領域への経営資源の最適配分、グループの資本効率改善を企図する事業構造改革の一環として、イオンタイランドの譲渡を決定

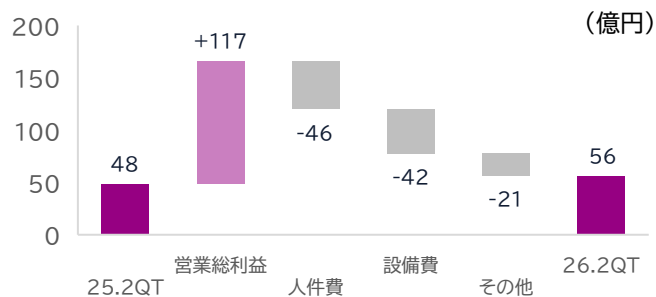
セグメント利益推移



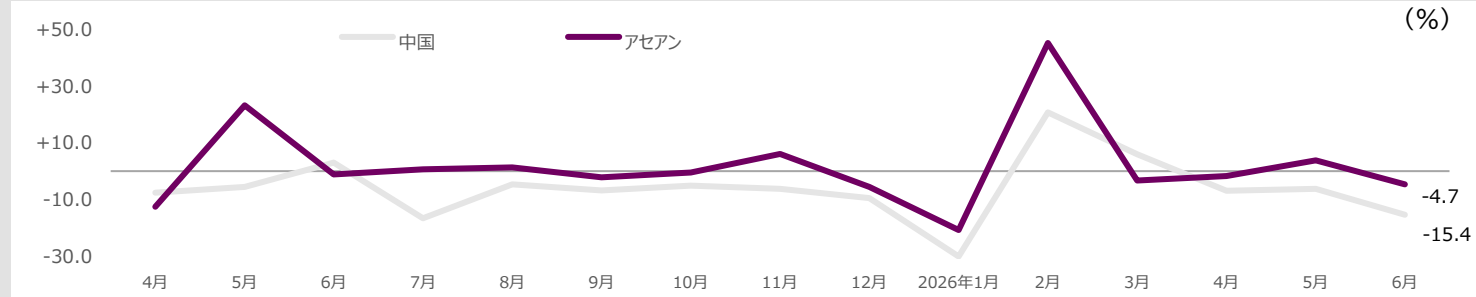
セグメント利益エリア別増減要因



セグメント利益増減要因



既存店売上前年同期比増減率*2

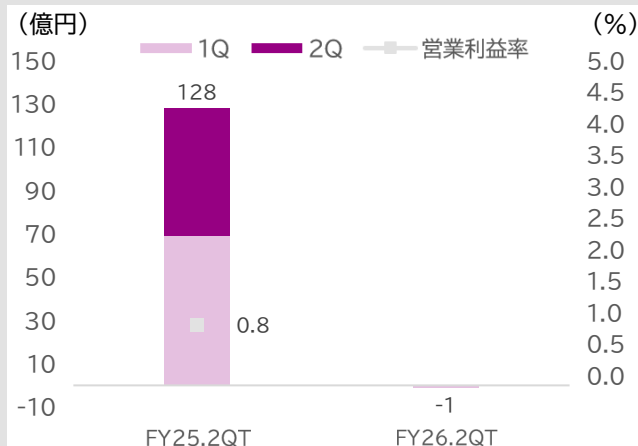


*1 報告セグメント「国際事業」は、アセアン地区及び中国における小売事業であり、ディベロッパー事業や総合金融事業等の海外事業は含まれておりません

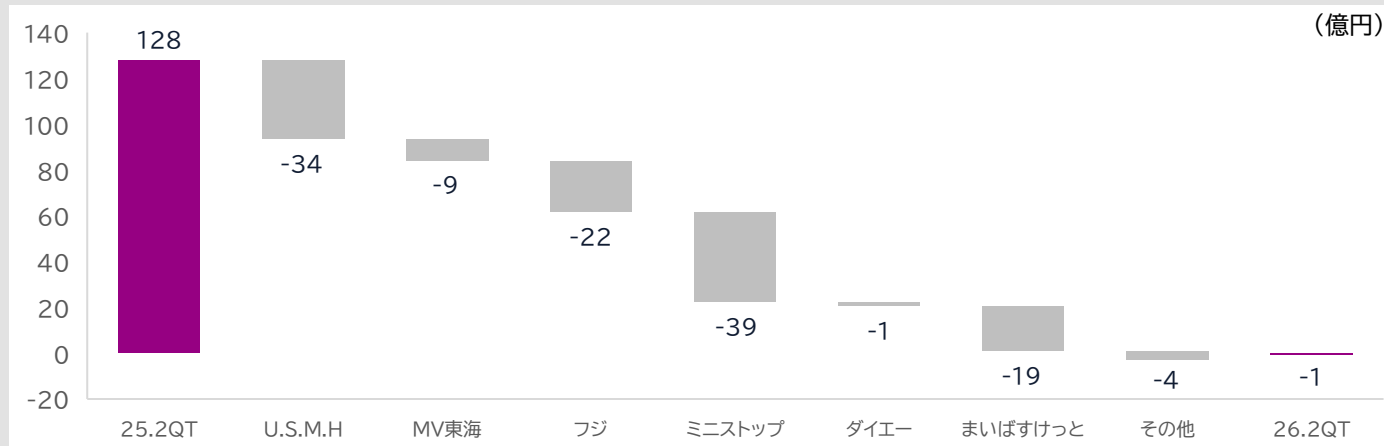
*2 管理会計、12月決算、アセアン:イオンマレーシア、イオンビッグマレーシア、イオンタイランド、イオンベトナム、中国:イオン香港、イオン華東、青島イオン、広東イオン、北京イオン、イオン華南、イオン湖北

- 前年、政府備蓄米影響によるコメ特需剥落等の外部要因に加え、価格政策や販促施策に課題が残り、減収減益
- まいばすけっとは、店舗数を着実に拡大(累計店舗数1,374店)。既存店平均日販は前年同期比1.1pt増の73.7万円
- U.S.M.Hでは個社最適からグループ最適に向けた本部機能の統合や資産の有効活用、商品政策におけるシナジー創出が着手

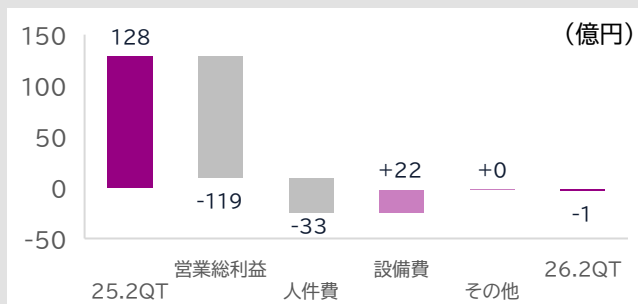
セグメント利益推移



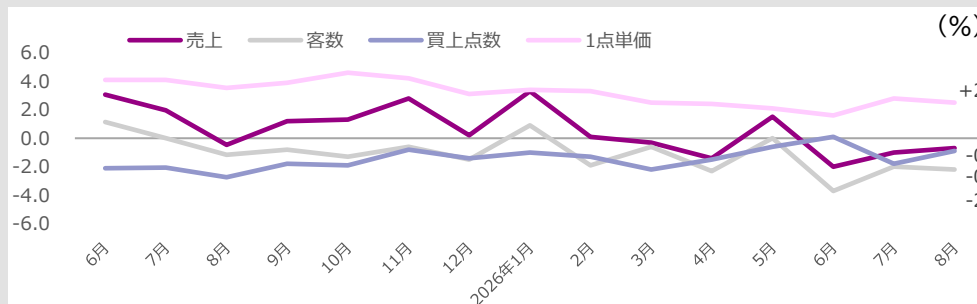
セグメント損益法人別増減要因*1



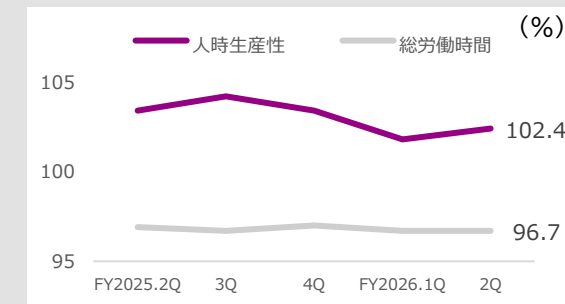
営業利益増減要因



既存店売上等前年同期比推移*1

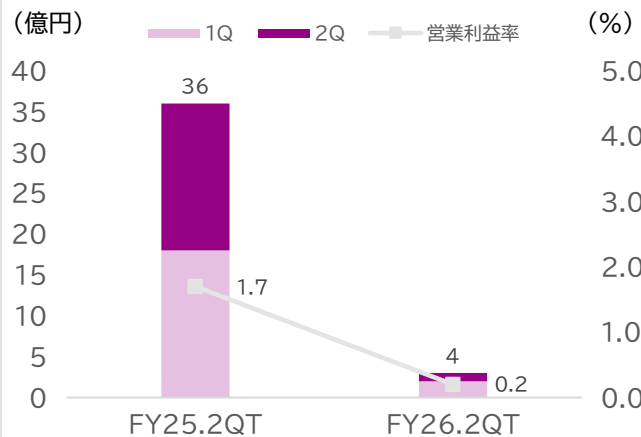


既存店人時生産性等前年同期比推移*2

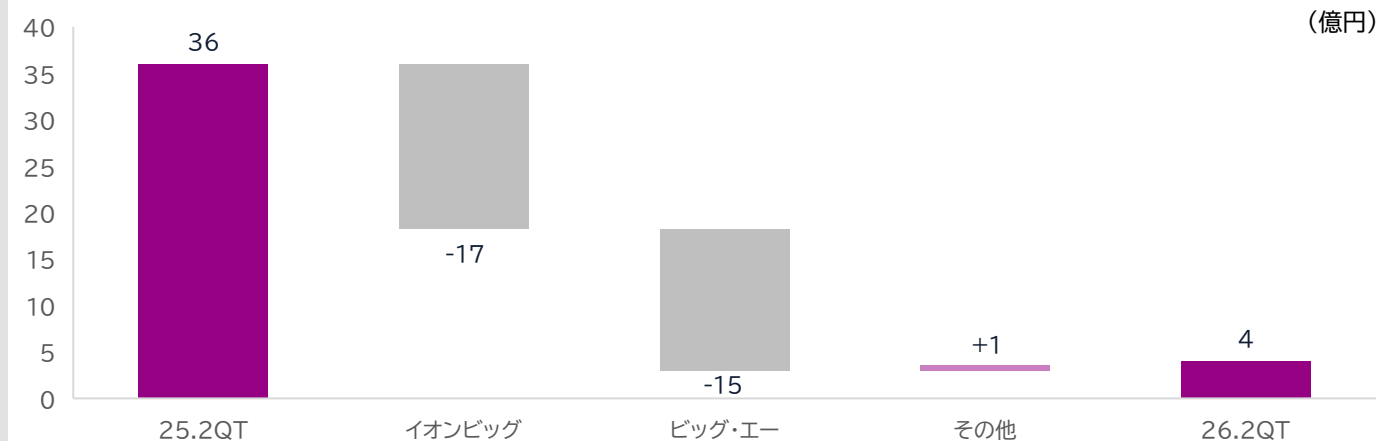


- 競争激化の中、トップラインが伸び悩み、人件費や電気代、配送費等のコストを吸収できず増収減益
- 既存アセットの見直しにより生鮮・デリカ強化型DSとして横浜市の激戦区に開業した「ザ・ビッグ港南台」は好調
- マイクロPCの活用やPC網の拡充、グループの資産活用により経営効率を高め、価格競争力の強化を図る

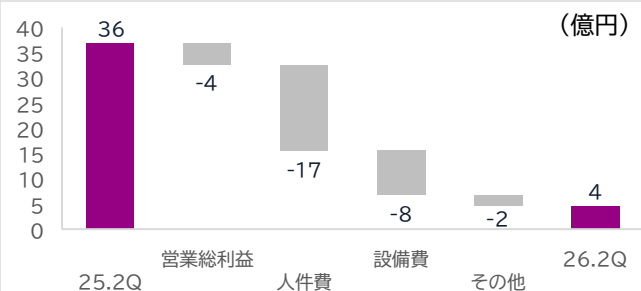
セグメント利益推移



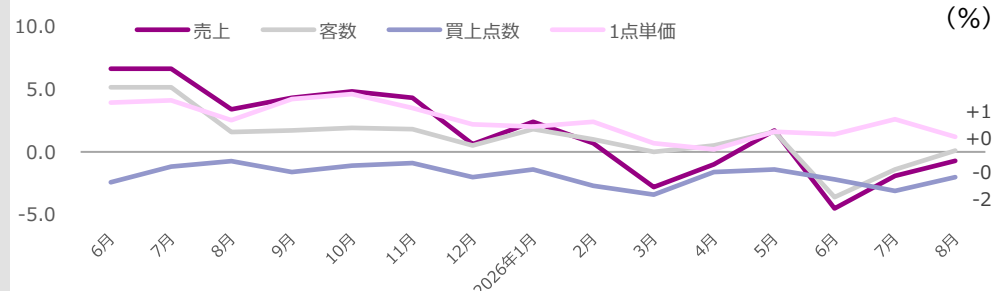
セグメント損益法人別増減要因*1



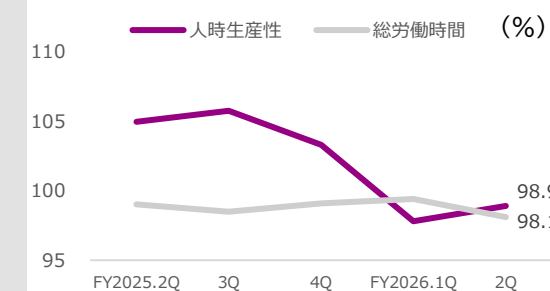
営業利益増減要因



既存店売上等前年同期比推移*1

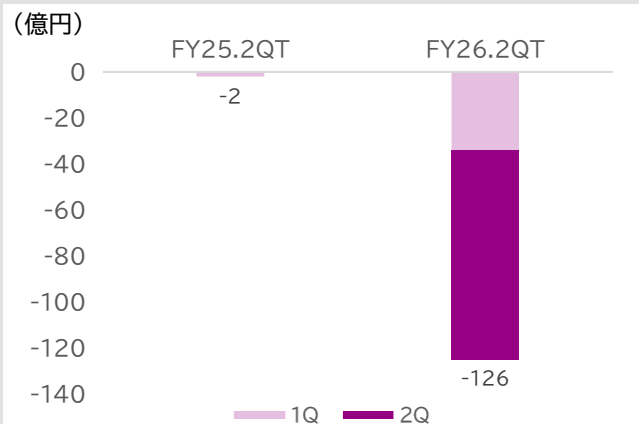


既存店人時生産性等前年同期比推移*2

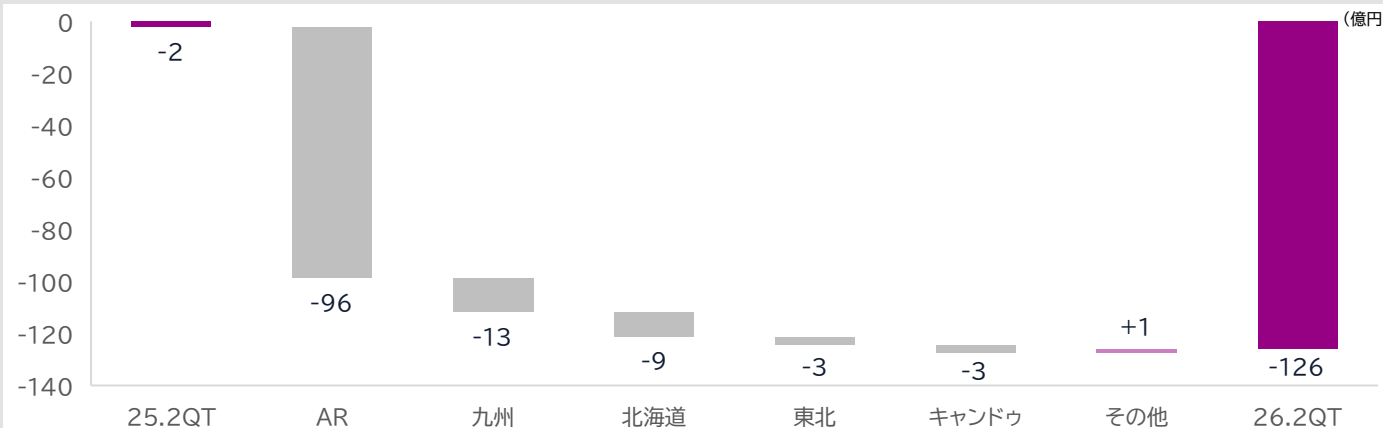


- 食品売上の伸び悩みや天候不順による衣料・住居余暇の苦戦を主因に営業損失額が増加
- 下期以降、食品小売の収益改善策と併せ、衣料において気候影響の少ないアイテム強化やMD見直しにより巻き返しを図る

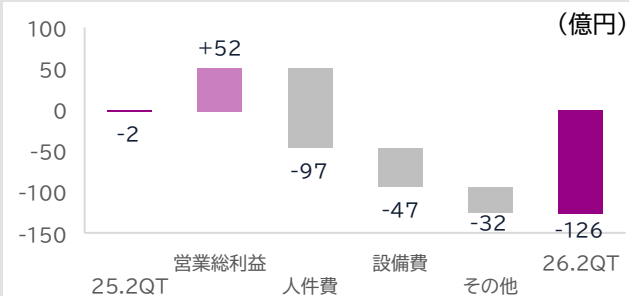
GMS事業 | セグメント利益推移



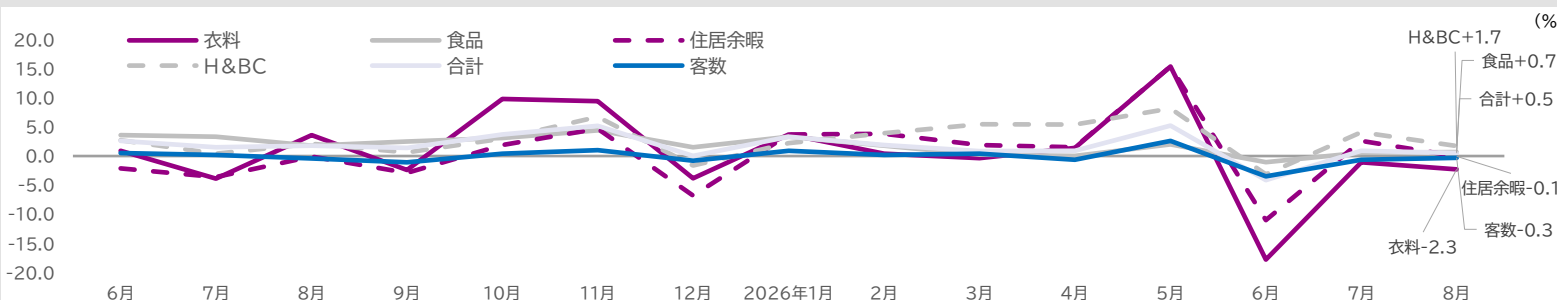
セグメント損益法人別増減要因*1



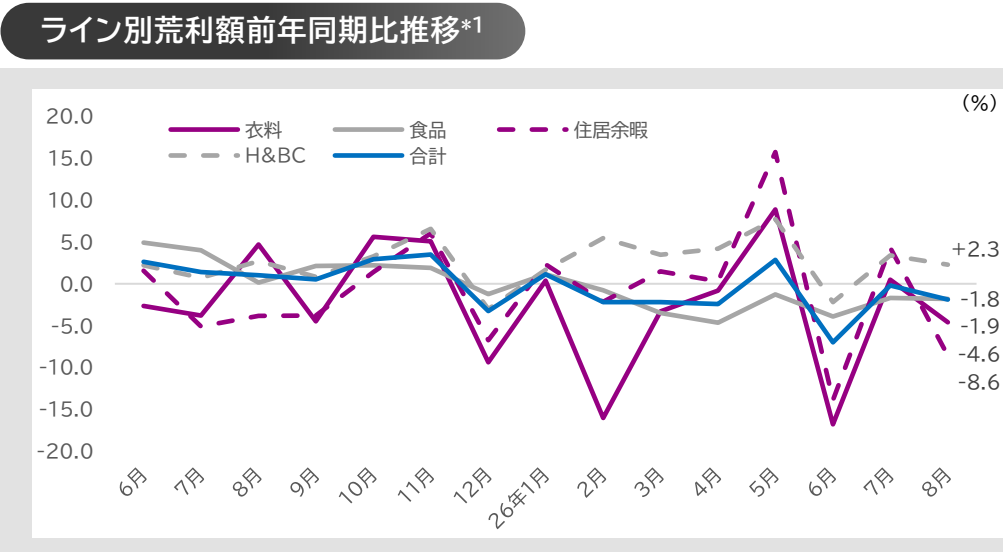
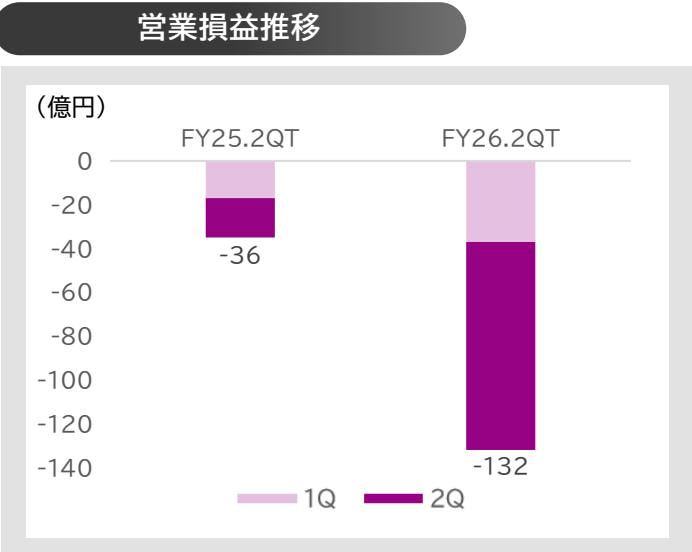
営業利益増減要因



ライン別既存店売上・客数前年同期比*2



- 食品・衣料の荒利が減益となり営業損失が増加。住居余暇・H&BCは荒利増益を確保
- 住居余暇はエンタメ強化型をはじめとした「売場モデル」が好調。客層拡大、荒利高増に寄与
- 新たな収益事業の柱を目指す「リテールメディア事業」ではメーカーとのアライアンス増加で営業利益が2ケタ増益

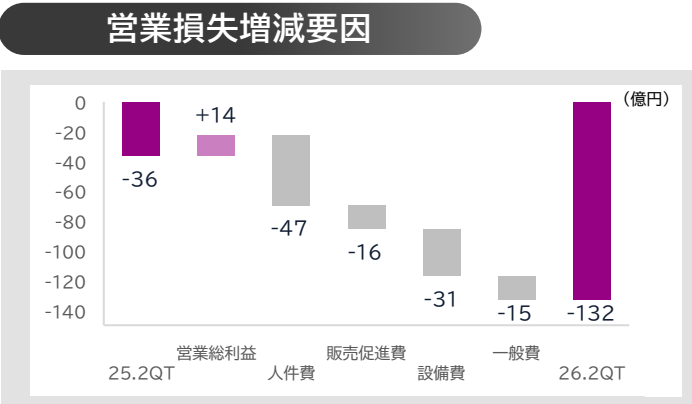


衣料 「専門店化」「SPA化」を推進

- 専門店化では若者向け「ダブルフォーカス」が好調、客層拡大に貢献
- SPA化推進でトップバリュ「ベストプライス」は前年同期比2倍超の売上

住居余暇 11の店舗で改革を検証中

- フロア一体をエンタメ化した「ワンダーゲート」が売上前年同期比2ケタ成長展開加速を目指す



その他重要指標

既存店売上高 前年同期比	100.6%	既存店客数 前年同期比	99.5%
トップバリュ売上高 前年同期比	102.2%	食品トップバリュ売上高 前年同期比	103.2%
人時生産性 前年同期比*1	100.9%	在庫 前期末増減	1,304億円 ▲29億円
人件費 前年同期差	+47億円	水光熱費 前年同期期差	+0.3億円

新たな収益事業の確立

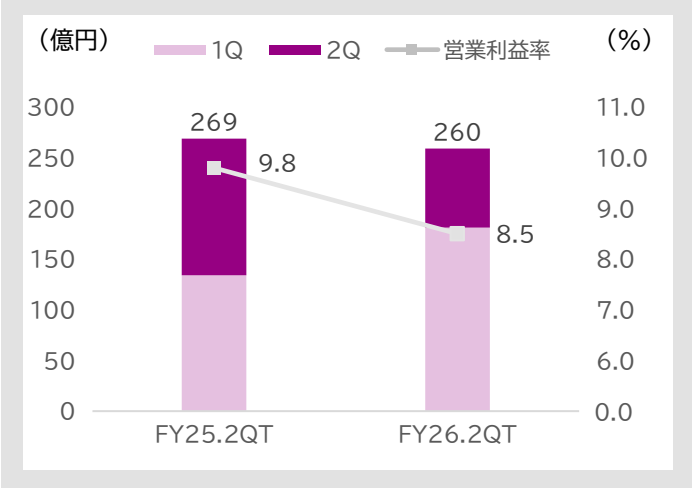
リテールメディア事業

営業利益前年同期比 **118.8%**

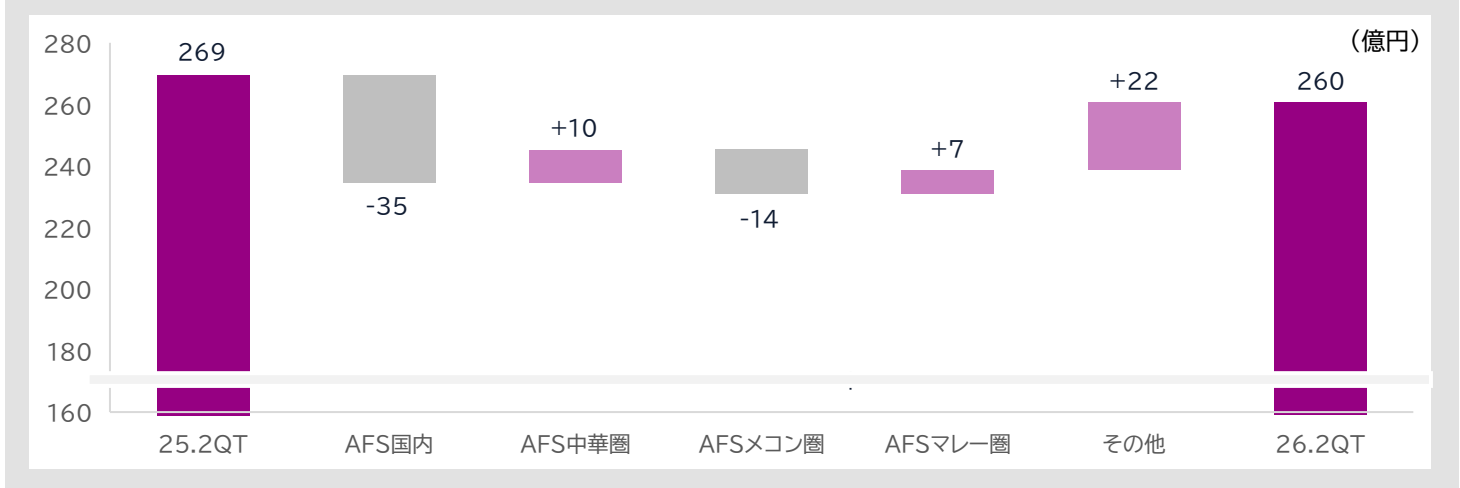
- ・ 「イオンお買物アプリ」会員数1,500万人超の顧客基盤を活用し、メディアとリアルを連動
- ・ 商品販促効果でメーカーとのアライアンス増加

- 国内外で取扱高を拡大し増収。期初想定どおり国内新基幹システム稼働に伴う一過性費用等により減益
- 国内では、分割債権の拡大等を背景にクレジットカード収益を拡大。AEON Pay会員数は、期首差274万人増の1,483万人に増加
- 海外では重点エリアであるベトナム・カンボジアへの先行投資によりメコン圏で減益もマレー圏、中華圏で上期2ケタ増益

セグメント利益推移



セグメント利益エリア別増減要因*1



各種取扱高、営業債権残高状況*2

(億円)		取扱高	前年同期比	営業債権残高	期首差
国内	ショッピング	40,037	102%	15,909	+969
	キャッシング	1,781	93%	4,294	▲59
	住宅ローン	2,132	100%	40,354	▲111
海外	ショッピング	2,538	108%	1,756	▲17
	キャッシング	991	104%	1,507	▲58

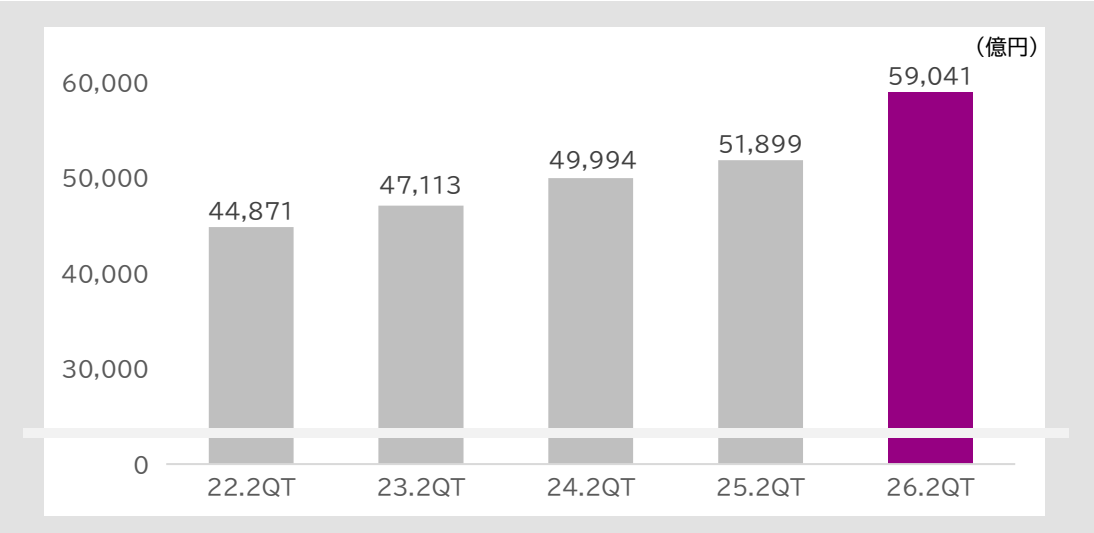
イオンフィナンシャルサービス エリア別業績*1

(億円)	国内	前年同期比	中華圏	前年同期比	メコン圏	前年同期比	マレー圏	前年同期比
営業利益	59	63%	63	120%	64	82%	63	114%
貸倒関連費用	138	104%	43	111%	190	115%	213	124%

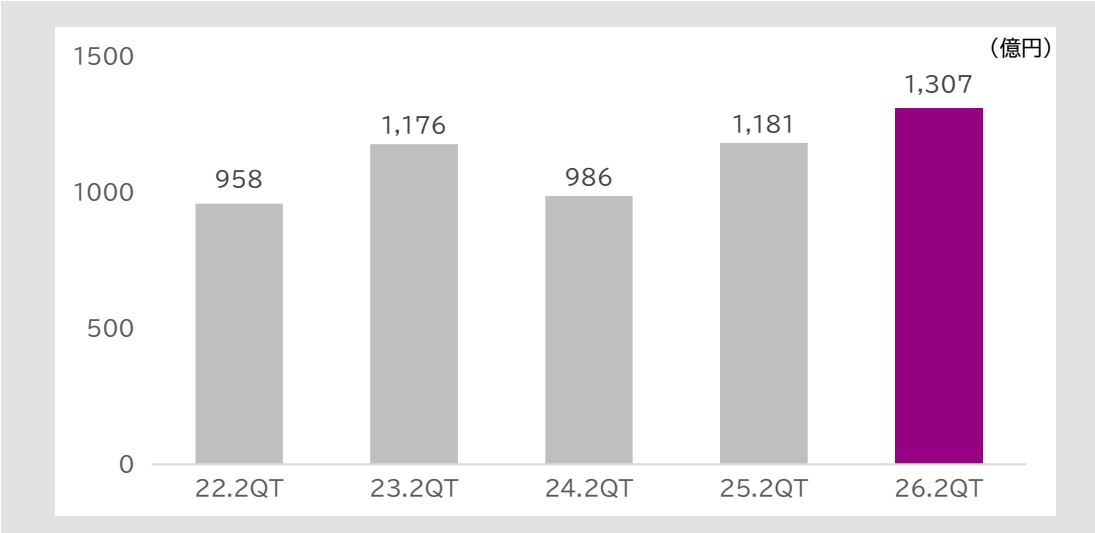
*1 AFS: イオンフィナンシャルサービス、AFS中華圏: 中国、香港、AFSメコン圏: タイ、ベトナム、カンボジア、ラオス、ミャンマー、AFSマレー圏: マレーシア、インドネシア、フィリピン、インド
*2 営業債権残高は、債権流動化前

資産の部(主要項目のみ)				負債・純資産の部(主要項目のみ)			
	(億円)				(億円)		
	2026/2	2026/8	前期末差		2026/2	2026/8	前期末差
現預金	13,500	9,765	△3,734	支払手形・買掛金	14,759	13,190	△1,568
受取手形・売掛金 (割賦売掛金含む)	18,876	20,159	+1,283	有利子負債 (金融子会社除く)	30,264	32,767	+2,502
たな卸資産	8,295	8,154	△141	有利子負債 (金融子会社)	14,389	14,515	+126
営業貸付金・ 銀行業における貸出金	38,613	40,260	+1,647	銀行業における預金	54,740	54,308	△432
有形固定資産	39,415	40,816	+1,400	負債合計 (金融子会社除く)	131,653 (58,979)	132,342 (59,522)	+688 (+542)
投資その他資産	11,540	11,636	+95	株主資本	10,256	10,147	△109
資産合計 (金融子会社除く)	153,696 (76,058)	154,353 (76,732)	+657 (+674)	純資産合計 (金融子会社除く)	22,042 (17,078)	22,011 (17,210)	△31 (+131)
				負債・純資産合計 (金融子会社除く)	153,696 (76,058)	154,353 (76,732)	+657 (+674)

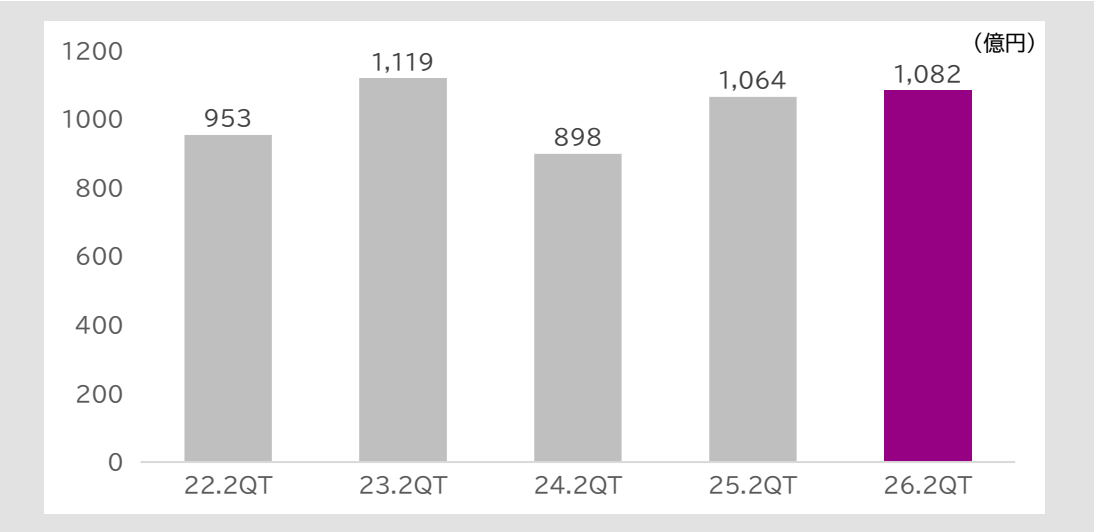
営業収益



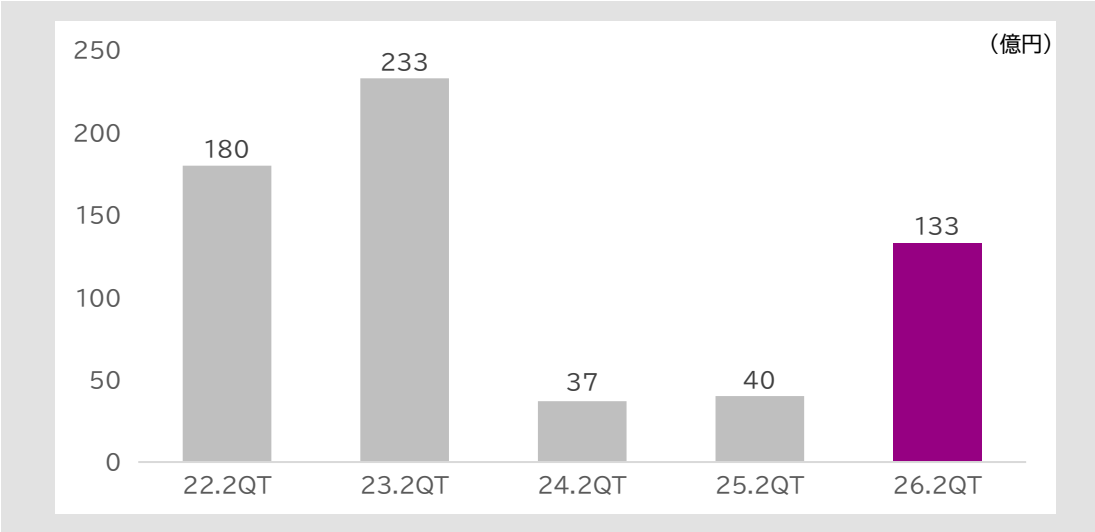
営業利益



経常利益



親会社株主に帰属する四半期純利益



	2025年度* (株式分割を考慮しない場合)	2026年度予想 (株式分割を考慮しない場合)
第2四半期末	6.67円 (20円)	7.5円 普通配当7円、記念配当0円50銭 (22.5円)
期末	7円 (21円)	7.5円 普通配当7円、記念配当0円50銭 (22.5円)
合計	13.67円 (41円)	15円 (45円)

※ 2025年9月1日に普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しております。2025年度の「1株当たり現金配当額」は同年度期首に当該株式分割が行われたと仮定した算出額を記載しております。