

The logo for ARCLANDS, featuring the word in a bold, white, sans-serif font.

アー克兰ズ株式会社

東証プライム [証券コード:9842] 2026年10月13日

2026年度
第1四半期・上期

決算説明資料

特別調査委員会の調査報告について

判明した不適切会計の概要と当社の見解

P.3～4

過年度決算への影響額(連結財務諸表の訂正)

P.5

再発防止策

P.6～7

2026年度上期 業績および財務報告

連結およびセグメント別損益

P.9～20

貸借対照表・キャッシュフロー・株主還元

P.21～23

2026年度 上期の取り組み

住関連の取り組み

P.25～32

外食事業の取り組み

P.34～40

参考資料

P.42～47

特別調査委員会の調査報告について

事案の発覚から調査報告書受領までの経緯と、本日のご報告事項

2026年6月11日

2026年7月3日

2026年10月2日

会計数値の不整合を発見

当社の連結決算作業プロセスにおいて
PFH社の会計数値の不整合を発見

特別調査委員会を設置

独立かつ客観的な調査を行う
「特別調査委員会」を設置

調査報告書を受領・公表

同委員会より調査報告書を受領し
同日付で公表

本日のご報告事項

01 過年度決算の訂正

2026年2月期の決算短信
有価証券報告書等を訂正

02 再発防止策

調査結果と提言を踏まえ、
再発防止策を実行

03 1Q・2Q決算の公表

延期していた2027年2月期1Q決算
及び2Q決算を公表

個人の不適切な判断に加え、PFH社のガバナンスと当社のモニタリングにも課題

不適切会計の概要

独自数値による報告

PFH社CFO(A氏)の主導により、実際の会計システムとは異なる独自の予測シミュレーションに基づいた数値を、意図的に当社への報告用として提出していた

その他の会計基準逸脱

その他、子会社間取引の未実現利益の消去漏れ(棚卸資産過大計上)、引当金の計上先送り等の会計基準逸脱が認定された

発生原因と当社の見解

A氏個人の要因

独自の経験則を優先し、財務報告に対する誠実性が欠如

PFH社のガバナンス不足

取締役会が実質的に機能せず、CFOの業務を監督・牽制する体制が欠如

PMI・追加モニタリングの未整備

買収時のDDで把握したリスクに対し、通常の資料確認にとどまらない「踏み込んだ追加モニタリング」を行う体制が未整備であった

訂正対象期間

2026年2月期 中間期、第3四半期、通期の決算短信・有価証券報告書等

過年度決算の訂正額サマリー

単位:百万円、%	2026年2月期 中間期(連結)				2026年2月期 通期(連結)			
	訂正前 (A)	訂正後 (B)	影響額 (B-A)	増減率	訂正前 (A)	訂正後 (B)	影響額 (B-A)	増減率
売上高	170,752	170,933	180	0.1	341,141	341,051	-90	-0.0
営業利益	8,878	8,471	-407	-4.6	14,196	12,971	-1,225	-8.6
経常利益	8,760	8,414	-345	-3.9	13,845	12,759	-1,086	-7.8
親会社株主に帰属する 中間・当期純利益	5,680	5,380	-300	-5.3	8,088	5,953	-2,134	-26.4
総資産	353,683	353,503	-179	-0.1	346,213	343,929	-2,283	-0.7
純資産	125,975	125,675	-300	-0.2	128,357	126,171	-2,186	-1.7

※上記数値は、特別調査委員会が算定した不適切会計による影響額に加え、軽微な未修正事項の訂正、PFH社の繰延税金資産の回収可能性の見直し等、決算訂正に必要な会計上の修正を反映した最終的な訂正額です。

買収後の統合(PMI)の再実施と、牽制機能の再構築

PFH社に対するPMIの推進

外部専門家を活用し、PMIを早期に立案・実施。主要リスクを把握し、改善方針と対応時期を明確化して継続モニタリング。今後のM&Aでも、買収直後から改善策を策定・監視する体制へ移行。

財務報告責任者の適格性確保

CFO等の選任・配置において、正確な財務報告を行う重要性を理解し、問題を適切に報告・是正する意識や姿勢を重視。選任後も取締役会・監査役が適性に留意し監督。

PFH社取締役会・監査機能の実効性確保

取締役会を毎月開催し、当社役員も出席して監督機能を強化。監査役が担当者から直接説明を受ける体制を整備するとともに、外部監査等の導入を検討。

子会社に対するリスク評価とモニタリングの強化

リスクの高い新規連結子会社等について、会計システム上の数値と連結レポーティング・パッケージ等の突合や手修正の根拠確認など、通常の決算手続に加えた踏み込んだ追加モニタリングを実施。

今後のM&Aにおいても、買収直後から改善策・モニタリング項目を明示的に設定する体制へ移行

風通しの良い組織風土の構築と、親会社による継続的な監視

エスカレーション・ 通報ルートの整備・運用強化

上位者を介さず、経営陣や親会社へ直接相談・報告できるルートを明確化
内部通報窓口の周知・運用状況も定期的に見直し。

教育・研修の実施

経営・財務担当者に対し、外部専門家も活用した継続的な教育・研修を実施。
経営幹部に対しても、毎週開催する経営会議のうち、月次決算確定後の最初の会議において財務諸表を共有・確認し、財務報告に関する意識及び理解の向上を図る。

再発防止策の実施状況 に関するモニタリング

再発防止策の実施状況を取締役会に報告し各施策の運用・進捗を継続的に検証。

制度・教育・監督を一体で運用し、グループ全体の財務報告に対する信頼性を継続的に高める

2026年 第1四半期・上期 業績報告

連結売上高は125億円の増収、経常利益は16億円の増益

売上高

連結売上高1,835億円

前期比:107.4% 計画比:101.1%

住関連※

- 中東情勢や値上げ前の駆け込み需要に伴う資材関連、日用消耗品の特需増加が売上を牽引
- 前期(2025年度)6月のペットファーストHD子会社化が寄与(第1四半期が純増)

外食事業

- 売上高は微増も計画未達、中食事業は外部向け冷凍食品の需要拡大を受け伸長
- かつやはグランドメニュー改定による改善途上、からやまは価格改定が奏功し堅調に推移

経常利益

連結経常利益100億円

前期比:119.3% 計画比:103.7%

住関連※

- 中東情勢を背景とした建築資材、日用消耗品の特需により、低荒利商品の売上構成比が上昇
- 一方、販管費の計画内運用により経常利益は達成(+6.8%)

外食事業

- 鶏肉・豚肉等の原価高騰を米価の下落で吸収し、仕入原価は前期から横ばいも計画には未達
- 人件費等のコストコントロールにより経常利益は前期から増益も計画には未達(-3.7%)

※住関連には事業セグメントにおける、小売事業、卸売事業、不動産事業を含みます

(単位:百万円・%)

	2026年度 第1四半期				2026年度 上期					
	連結実績	売上比	対前期		連結実績	売上比	対前期		対計画	
			差額	前期比			差額	前期比	差額	計画比
売上高	94,277	100.0	12,750	115.6	183,522	100.0	12,588	107.4	1,922	101.1
売上総利益	35,570	37.7 (前期±0.0)	4,795	115.6	69,791	38.0 (前期+0.1) (計画-1.4)	4,987	107.7	-1,708	97.6
営業収入	3,984	4.2	26	100.7	7,981	4.3	17	100.2	-118	98.5
営業総利益	39,554	42.0	4,822	113.9	77,772	42.4	5,005	106.9	-1,827	97.7
販売費及び一般管理費	34,088	36.2	3,570	111.7	67,834	37.0	3,555	105.5	-1,765	97.5
営業利益	5,466	5.8	1,251	129.7	9,938	5.4	1,449	117.1	-61	99.4
経常利益	5,422	5.8	1,114	125.9	10,059	5.5	1,628	119.3	359	103.7
親会社株主に帰属する四半期・中間純利益	3,349	3.6	463	116.1	5,921	3.2	524	109.7	-278	95.5

(単位:百万円・%)

	2026年度 第1四半期				2026年度 上期					
	住関連実績	売上比	対前期		住関連実績	売上比	対前期		対計画	
			差額	前期比			差額	前期比	差額	計画比
売上高	79,364	100.0	12,588	118.9	153,842	100.0	12,521	108.9	3,242	102.2
売上総利益	28,551	36.0 (前期+0.3)	4,706	119.7	55,834	36.3 (前期+0.3) (計画-1.3)	4,891	109.6	-815	98.6
営業収入	3,984	5.0	26	100.7	7,981	5.2	17	100.2	-118	98.5
営業総利益	32,535	41.0	4,733	117.0	63,816	41.5	4,908	108.3	-933	98.6
販売費及び一般管理費	28,364	35.7	3,549	114.3	56,509	36.7	3,553	106.7	-940	98.4
営業利益	4,171	5.3	1,183	139.6	7,307	4.7	1,354	122.8	7	100.1
経常利益	4,080	5.1	1,060	135.1	7,315	4.8	1,521	126.3	465	106.8
親会社株主に 帰属する四半期・ 中間純利益	2,528	3.2	438	121.0	4,189	2.7	558	115.4	-160	96.3

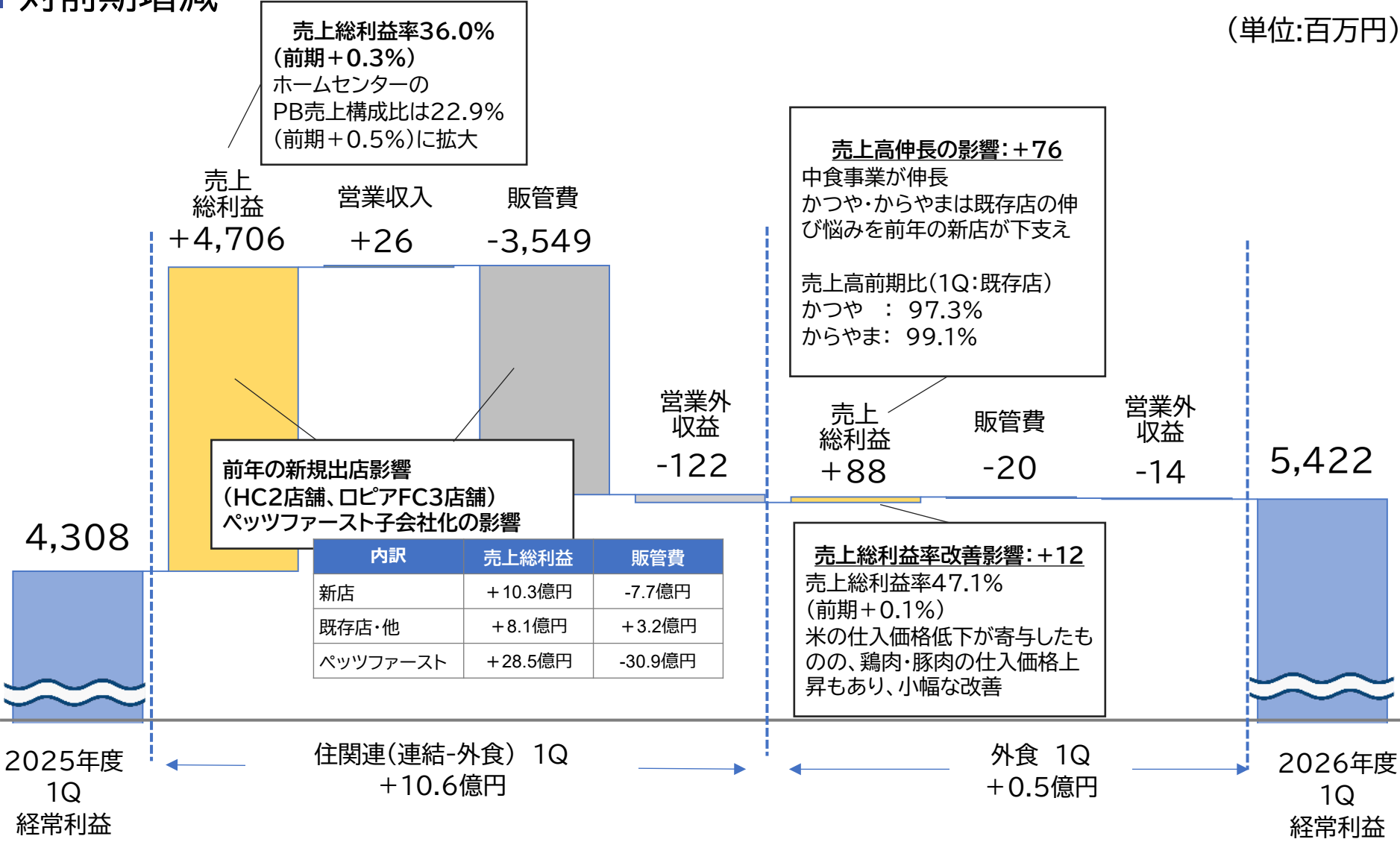
※住関連には事業セグメントにおける、小売事業、卸売事業、不動産事業を含みます

(単位:百万円・%)

	2026年度 第1四半期				2026年度 上期					
	外食実績	売上比	対前期		外食実績	売上比	対前期		対計画	
			差額	前期比			差額	前期比	差額	計画比
売上高	14,912	100.0	161	101.1	29,680	100.0	67	100.2	-1,319	95.7
売上総利益	7,018	47.1 (前期+0.1)	88	101.3	13,956	47.0 (前期+0.2) (計画 -0.9)	96	100.7	-893	94.0
販売費及び一般管理費	5,723	38.4	20	100.4	11,325	38.2	1	100.0	-824	93.2
営業利益	1,294	8.7	67	105.5	2,631	8.9	94	103.7	-68	97.4
経常利益	1,342	9.0	53	104.1	2,743	9.2	106	104.0	-106	96.3
親会社株主に 帰属する四半期・ 中間純利益	821	5.5	25	103.2	1,731	5.8	-33	98.1	-118	93.6

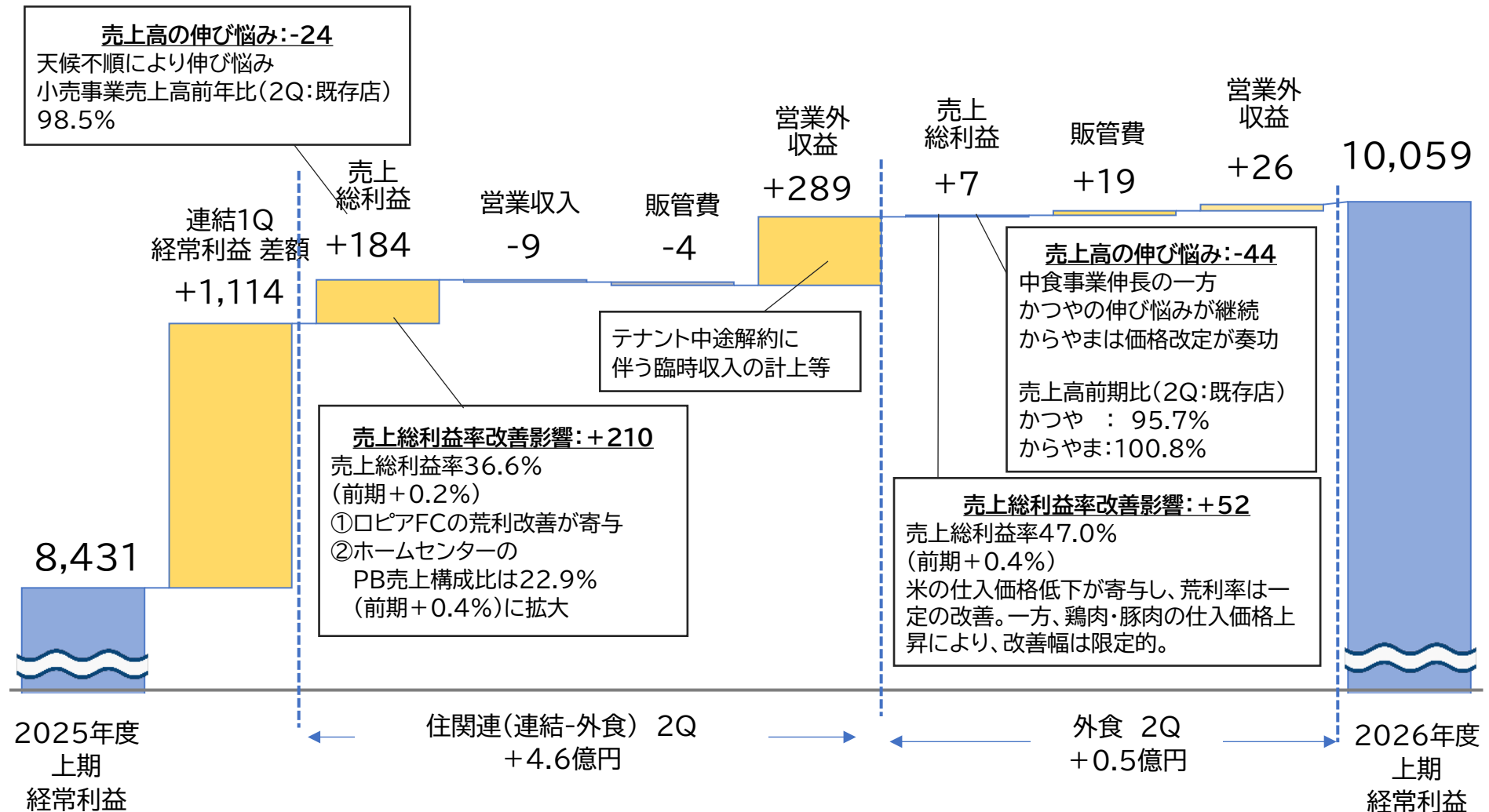
■ 対前期増減

(単位:百万円)



■ 対前期増減

(単位:百万円)



セグメント別 営業収益(売上高＋営業収入)及び営業利益



(単位:百万円・%)

		2025年度 第1四半期		2026年度 第1四半期		前期比		2025年度 上期		2026年度 上期		前期比	
		営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益
	小売事業	65,821	1,870	78,460	3,051	119.2	163.2	139,416	3,811	152,088	5,286	109.1	138.7
	卸売事業	1,055	129	932	114	88.3	88.8	2,064	236	1,812	183	87.8	77.6
	外食事業	14,754	1,309	14,917	1,388	101.1	106.0	29,621	2,585	29,689	2,664	100.2	103.0
	不動産事業	3,579	828	3,652	838	102.0	101.1	7,248	1,727	7,305	1,642	100.8	95.1
	その他※1	272	19	298	27	109.7	140.7	547	46	607	70	111.1	151.3
連結		85,484	4,214	98,261	5,466	114.9	129.7	178,897	8,488	191,503	9,938	107.0	117.1

※1 その他:フィットネス事業

※2 連結消去については記載を省略

(単位:百万円・%)

	2026年度 第1四半期			2026年度 上期		
	売上高	前期比	構成比	売上高	前期比	構成比
ホームセンター部門計	72,759	114.8	100.0	141,277	106.3	100.0
建築関連資材・用品 及びDIY関連	22,921	108.7	31.5	44,784	105.1	31.7
リフォームサービス	4,900	94.8	6.7	10,168	96.7	7.2
家庭用品	19,372	111.4	26.6	38,170	102.9	27.0
カー・レジャー用品	6,961	115.0	9.6	13,821	105.4	9.8
園芸用品	7,923	102.8	10.9	12,988	99.4	9.2
ペット	10,465	180.2	14.4	20,908	129.8	14.8
その他※1	213	107.8	0.3	434	103.4	0.3
その他の小売部門※2	5,430	258.7		10,256	174.6	

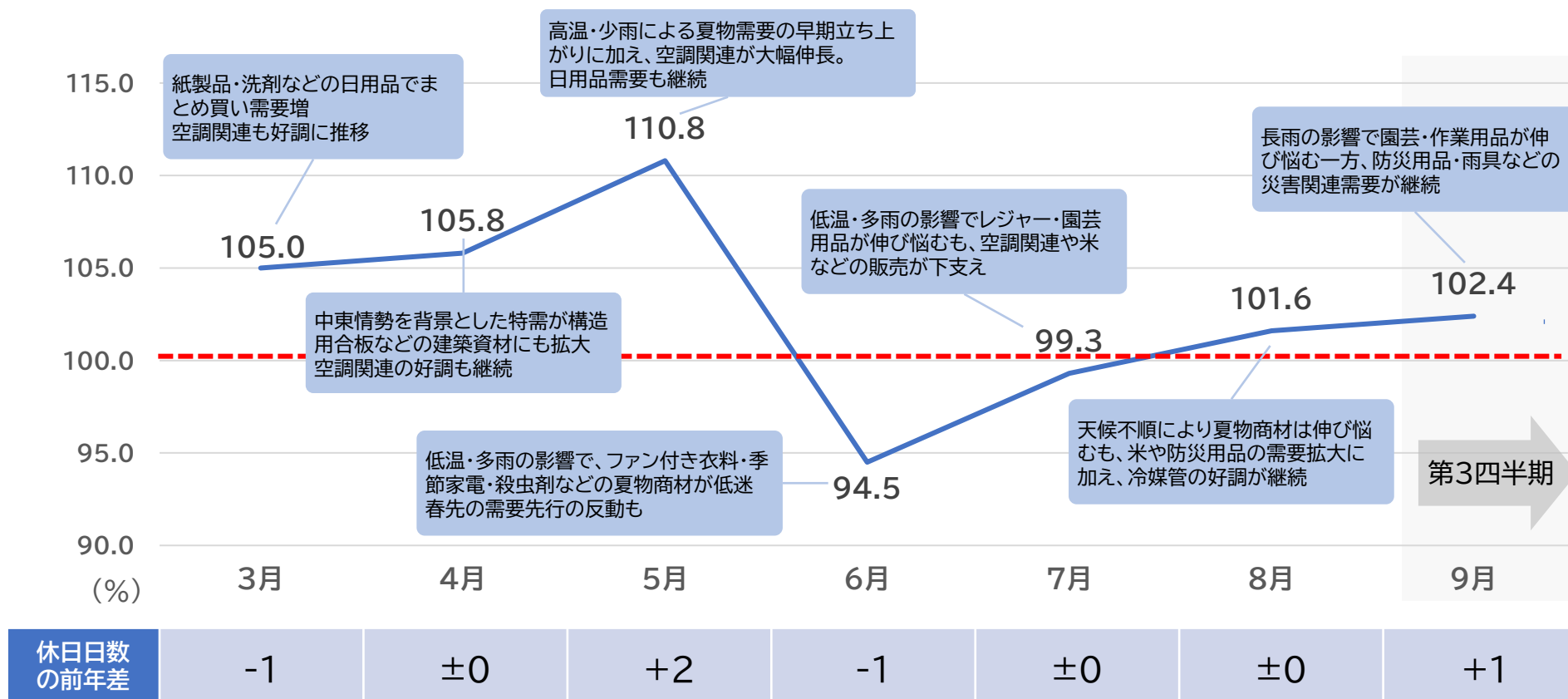
※1 その他:ドトール(FC)、FCロイヤリティ等

※2 その他小売部門:食品館、アート&クラフト専門店、インターネット事業、海外店舗

1Q:原油高・値上げ懸念を背景とした日用品の備蓄需要に加え、建築資材・空調関連商品が伸長

2Q:天候不順による夏物・園芸用品の低迷で前年割れも、防災用品や米などが下支えし、月を追って回復

■ 既存店 売上高前年同月比推移 上期累計 売上高102.8% 客数99.1% 客単価103.8%



※ホームセンターのほか、アークオアシス、NICO PET、ムサシプロ、ビバホームプロ、食品事業(スーパーマーケット)等の専門店も含む実績

	2025年度 末	増減	2026年度 上期末
ホームセンター	141	-1	140
ムサシ	41	±0	41
ビバホーム	100	-1	99
プロショップ	6	±0	6
NICO PET	20	+2	22
ペットファースト	91	+5	96
リフォーム	78	+1	79
ロピア	3	±0	3
他	28	-1	27
合計	367	+6	373

小売事業
店舗数

373 店舗

海外

2店舗

北海道

12店舗

甲信越

37店舗

中国

6店舗

北陸

15店舗

東北

23店舗

九州

20店舗

関東

180店舗

東海

31店舗

近畿

47店舗

中国

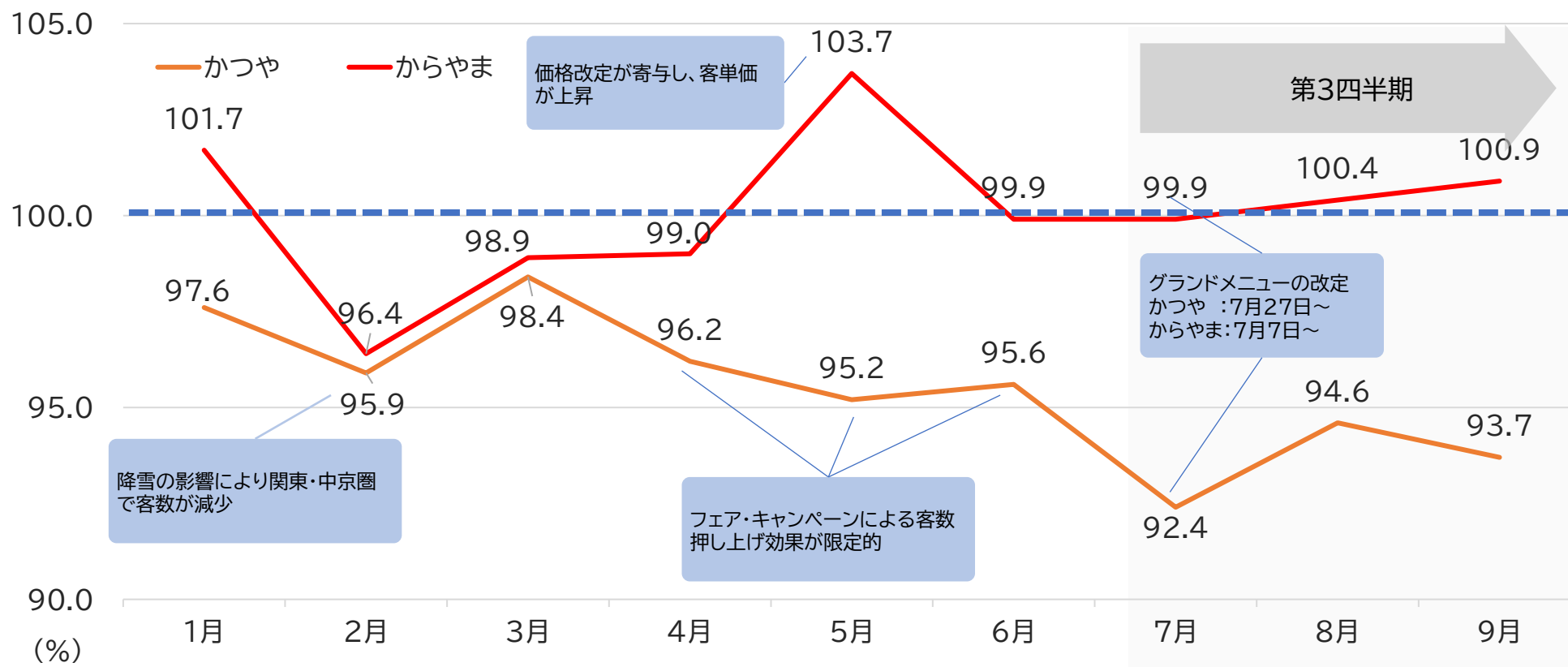
6店舗

外食事業の状況:外食事業既存店売上高 前年同月比

※当社第2四半期の連結は1～6月

厳しい市場環境を背景に既存店の伸び悩みが続くも、グランドメニュー改定で反転を目指す

■ 既存店 売上高前年同月比推移 **かつや** 上期累計 売上高96.5% 客数93.9% 客単価102.8%



単位:店

		2025年度末 (25年12月末)	出店	閉店	2026年上期 (2026年6月末)
かつや	国内	506	3	0	509
	海外	70	7	5	72
かつや 計		576	10	5	581
からやま	国内	127	1	0	128
	海外	11	1	1	11
縁	国内	32	0	2	30
からやま・縁 計		170	2	3	169
その他 計		61	2	9	54
全店 合計		807	14	17	804

連結貸借対照表

単位:百万円	2025年度末	2026年度 上期	増減
流動資産	97,097	97,991	893
現金及び預金	20,403	20,935	531
商品及び製品	56,284	54,565	-1,719
固定資産	246,832	255,281	8,449
有形固定資産	177,369	188,362	10,992
無形固定資産	36,098	34,399	-1,698
投資その他の資産	33,364	32,519	-844
資産合計	343,929	353,272	9,342
流動負債	122,160	149,482	27,321
買掛金及び電子記録債務	45,171	44,890	-281
短期借入金	36,655	48,800	12,144
1年内返済長期借入金	9,996	29,244	19,248
固定負債	95,596	72,917	-22,679
長期借入金	46,052	24,729	-21,323
リース債務	22,346	21,690	-655
負債合計	217,757	222,400	4,642
純資産合計	126,171	130,872	4,700
負債純資産合計	343,929	353,272	9,342

有形固定資産の増加
建物及び構築物、土地の増加
主に既存店の建物、底地取得による

有利子負債の増減

有利子負債増減	2026年度 上期	増減
借入	102,773	10,068
リース・社債	23,473	-670
有利子負債合計	126,246	9,397

自己資本比率36.9%(前期末比+0.4pt)

連結キャッシュフロー

(単位:百万円)

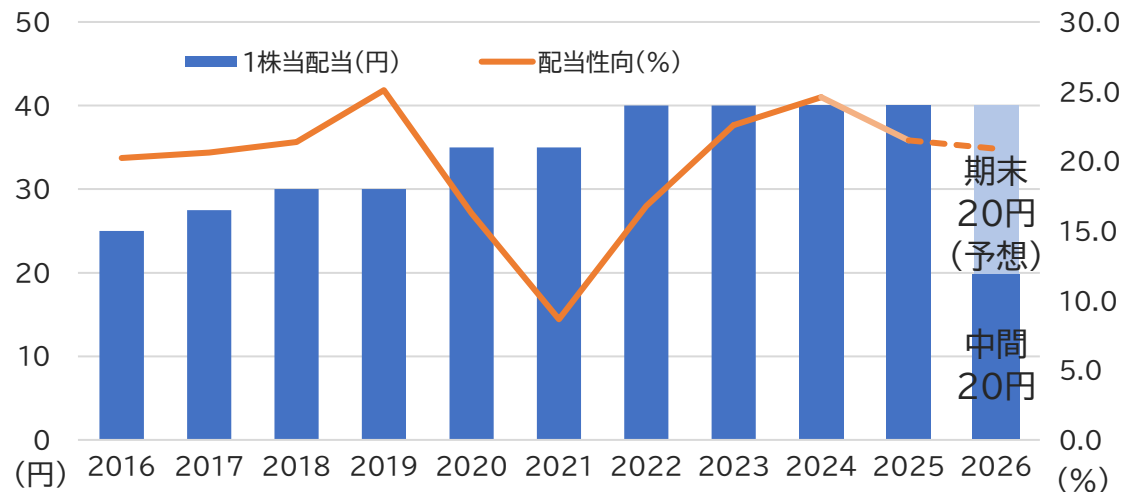
	2025年 上期	2026年 上期	増減	前期からの増減の主な内訳
営業活動による キャッシュ・フロー	12,284	9,762	-2,521	- 棚卸資産の増減額(+42億円) - 仕入債務の増減額(-46億円) - 法人税等の支払額の増加(-25億円)
投資活動による キャッシュ・フロー	2,481	-17,119	-19,601	- 有形固定資産の取得・売却(-261億円) - 子会社株式の取得による支出(+61億円) ※前期パッツファースト子会社の影響
財務活動による キャッシュ・フロー	-7,604	7,886	15,491	既存店の土地及び建物の取得資金
現金及び現金同等物の 増減額	7,160	530	-6,630	
現金及び現金同等物の 期末残高	25,205	20,914	-4,290	
フリーキャッシュ・フロー	14,766	-7,356	-22,123	

営業CFは前期から減少も、累進配当の方針に基づき前期と同額の1株あたり20円の配当を決定

■ 基本方針

長期的に安定した配当を行うことを重視するとともに、利益水準や配当性向を考慮し、企業価値向上のための内部留保とのバランスをはかりながら、利益配分を実施

■ 1株当配当推移: 今期予想は据え置き



■ 株主優待制度も継続



自社店舗の株主優待で株主基盤が分散
→ボラティリティの低減
あわせて新規顧客獲得を促進

住関連のトピックス



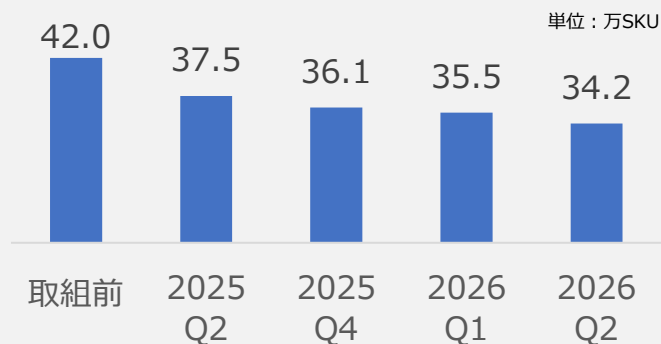
取組施策	中期経営計画			2026 1Q～2Q取組事項
	FY2025	FY2026	FY2027	
ベスト1品戦略	基本品揃えの統一			・全社取り扱い商品の集約を進行 ・個店の売場改善活動を強化
		新規カテゴリーの追加		
ローコストの仕組構築	業務見直しによる人件費率の抑制			・物流センターの人員配置・作業効率の改善推進 ・売場情報を活用した品出し効率改善の取り組みを開始
	物流コストの改善			
専門店の深耕と新たな専門店事業開発	ペット・リフォーム・プロ専門店の拡大			・NICO PET × Pet 's-firstの出店拡大 ・グリーンの新業態「武蔵乃葉品店」をオープン
ロイヤルカスタマーの拡大 ①販売チャネルと商品力強化 ②デジタル活用による新しい顧客体験	PB 統一ブランドの価値向上			
	オンライン購買体験向上			
	1to1販促の強化			
	新会員制度			・共通会員プログラム「ACPO(アクボ)」の運用を開始
新規出店	大型HC2店舗	既存売場の専門店化		
アークハピネスプロジェクトの推進	積極的な人員採用の継続と人事・教育制度改革			・社内教育プログラムを強化 ・健康経営優良法人認定への取り組みを開始

ベスト1品戦略

チェーン店の規模と効率、個店の地域密着の強みを融合させ、よりお客様に選ばれるお店作りを目指す

チェーン志向

会社全体のSKU数は42万→34万に削減



品揃え

個店経営志向

地域ニーズに対するラインナップ強化



小規模な間取りの住宅が多いエリアの間仕切り需要に応える、カーテンの1枚販売



農作業、家庭菜園が身近なエリアでの野良着の品揃え強化

取り組みメーカーとの共同販促による強い単品づくり



販売方法

供給環境の変化に対応した売場づくり



イラン情勢による混合燃料の供給不安定化に対応し、お客様自身で作成できる売場を展開

現有人員を維持し、業務効率化を通じて接客中心の働き方へシフト

バックオフィス業務
の効率化

お掃除ロボットの導入を開始

- ・清掃負担の軽減と品質の向上
- ・メーカー広告との組み合わせで拡大を推進

サイネージに
メーカー広告を表示



売場と事務所の一体化



事務作業中でもお客様に気づき、
すぐに接客できる環境へ。

物流効率化

物流センター作業詳細の可視化によ
る、人員配置・作業効率の改善売場情報を活用した納品により
店舗作業の効率化にも着手

NICO PETとパッツファースト、2ブランドの拡大でペット部門を強化

既存店売場の
NICO PET化



既存店のNICO PET化を推進し、セレクト含め計6店舗を出店

NICO PET + 2店舗



名古屋南店



寝屋川店

NICO PET Select + 4店舗



橿原店



高岡駅南店



平岸店



本庄店

パッツファースト
の出店拡大



パッツファーストの積極的な出店拡大で、販売数と単価のさらなる向上を実現

ホームセンター
の売場

テナントの入れ替え

既存
テナント

パッツ
ファースト

販売数単価
の拡大

- ・徹底した健康管理に基づく優良ペットのご案内
- ・保険や飼育サポートなど付帯サービスの充実

利益を
100%取込

- ・外部テナントから自社グループへの入れ替え
- ・テナント収入から直営収益への転換により、利益の100%取り込みを実現

「モノを売る店」から「植物のある空間を提案」することをコンセプトにした新業態

スーパービバホーム三郷店の総売場面積約6,453坪のうち、
約1,129坪を占めるガーデンセンターを全面改装し、7月15日にオープン



INTERIOR GREEN

観葉植物を中心に、室内空間に合わせたグリーンのある暮らしを提案



MUSASHINO FLOWERS

花苗・鉢花を中心に、季節に応じたガーデニングを提案



MUSASHINO TREES

植栽と石材を組み合わせた庭づくりを提案



CARE & TOOLS

用土・肥料・園芸用品を充実

お客様の視点に立ったPBへ、商品づくりと供給体制の見直しに注力

変化する顧客ニーズへの対応に向け、現場の声を活かした商品改良・入れ替えを短いサイクルで推進。
取引先集約と発注精度の向上によって在庫回転を高め、機動的な商品展開を支える供給体制を整備。

顧客視点の商品づくり

店舗参加型モニター会

現場スタッフによるPBモニター会を開始。日々の接客や売場で把握した顧客ニーズを、新商品の開発や既存商品のリニューアルに反映。



リニューアル商品の一例



2026年上期
の新規・リニューアル導入数

新規商品

341

SKU

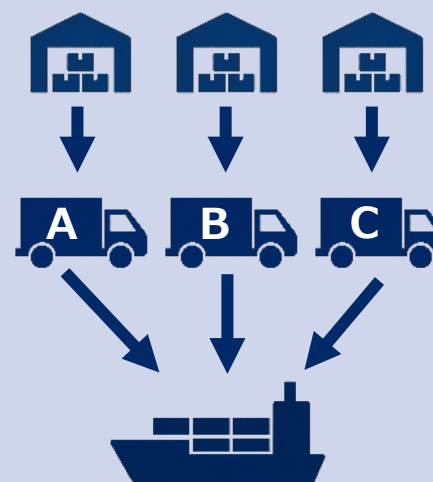
リニューアル

242

SKU

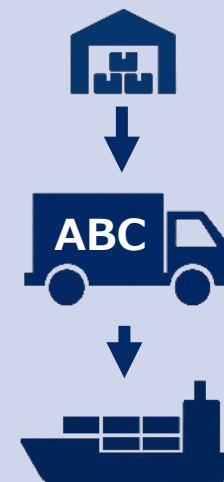
海外の取引先集約による供給体制の見直し

Before



取引先の分散により、限られた商品SKUでコンテナを組成する必要があり、1SKU当たりの発注量が増加。在庫の長期化につながる構造

After



取引先の集約により、複数の商品SKUを適正な発注量で組み合わせたコンテナ組成が可能となり、在庫回転期間の短縮を実現

新会員プログラムACPOスタート、本プログラムを起点にロイヤルカスタマーを拡大

新会員プログラム ACPO会員数

どこでも
使える&貯まる
共通ポイント



旧会員基盤を含む※稼働会員数
3,212千人のうち、8月末時点で

1,556 千人

が新会員基盤へ移行

※稼働会員:直近1年間に店舗もしくはオンラインサイトで購買した会員

1 to 1マーケティングに活用

ポイント 期限通知



ポイントの失効前にプッシュ通知で利用を促し、店舗・オンラインショップ双方での購買機会の創出につなげる。

ボーナス ポイント



日用消耗品を中心としたボーナスポイント施策を展開。期間限定ポイントの付与により、再来店までの期間短縮と来店頻度の向上を図る。

消耗品の 買替通知



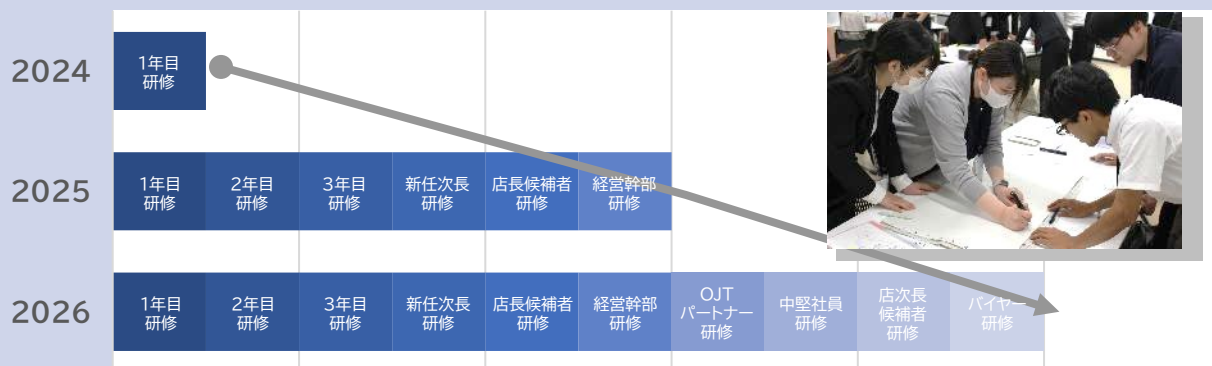
前回の購入からの経過期間をもとに、刈払機の替刃や日用品の衣類洗剤など、消耗品の交換時期に合わせてアプリで個別にプッシュ通知。

人材育成と健康経営を両輪で推進し、従業員の成長・定着・活躍を支える人的資本経営を強化

教育制度の充実



新人育成中心から、次世代店長・幹部候補・専門職までを育てる教育体系へ進化



従業員の健康を 起点とした 人的資本経営の推進

健康経営優良法人の認定取得を目指し、従業員の心身の健康を支える職場づくりを推進。

健康経営宣言

健康なら、仕事はもっとオモシロくなる。

私たちアークランズ株式会社は、「オモツコ（面白くて強い）」な会社を目指し、人を大切にする経営に取り組んでいます。

“オモツコ”とは、従業員一人ひとりが活気に満ち、前向きに挑戦し続けられる働きと楽しさが共存する会社であること。

そのためには、心と体の健康が何よりも大切です。

近年、「人的資本経営」の重要性が高まる中で、従業員の健康や働きがい、企業の持続的な成長を支える中核的な要素とされています。

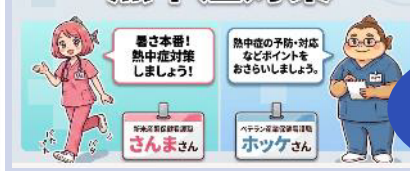
私たちはそうした考えのもと、人的資本に資する多様な取り組みを統合的に推進する社内プロジェクト「サステナビリティ推進委員会」を立ち上げ、健康推進、職場環境の改善、エンゲージメント向上などに取り組みをはじめました。

こうした活動を通じて、健康を経営の基盤とし、誰もが安心して働ける、前向きで活力ある職場づくりを今年一九九〇年として実現してまいります。



健康経営優良法人
の認定へ

こころカラダ通信8月
熱中症対策



女性健康セミナー
の実施

社内報を活用して
理解浸透

外食事業のトピックス



ARCLANDS

かつや・からやま グランドメニュー改定

かつや 7月27日より

からやま 7月7日より



「カツ丼ライト」からボリューム満点の
新メニューまで、品揃えを拡充



人気の「とり天」定番化や
新メニュー投入により商品力を強化

トピックス②:「かつや」のさらなる魅力

フェア・キャンペーンの積極的な実施・6月1日より23店舗で朝食メニューもリニューアル



全力飯。 かつや 5月28日(木)~31日(日)

感謝祭

4日間限定

150円引き

5品以上でも

とってもお得!! お弁当 出来ずす!

※割引券との併用はできません。 ※デリバリーは対象外です。

カツ丼(竹)	790円 → 640円
ロースカツ定食	830円 → 680円
ソースカツ丼(竹)	790円 → 640円
おろしカツ定食	970円 → 820円
カツカレー(竹)	990円 → 840円

かつやのお得な 朝ごはんセット 朝7時から 11時まで

朝丼セット

ミニカツ丼セット	ミニソースカツ丼セット	玉子としじみ丼セット
550円(税別605円)	550円(税別605円)	520円(税別572円)
※お弁当は486円になります。	※お弁当は486円になります。	※お弁当は486円になります。

朝定食

朝ロースカツ定食	朝とん汁定食	チャーシューソーセージ丼定食
650円(税別715円)	490円(税別539円)	690円(税別759円)
※お弁当は702円になります。	※お弁当は540円になります。	※お弁当は745円になります。

1~6月:9回のフェアと1回のキャンペーンを実施

トピックス③:新規出店強化～からあげNo.1チェーンへ

九州初進出～からやま博多東那珂店
2026年4月10日 オープン

かわらぬ丁寧な手作り、人気のフェアメニュー
1～6月:7回のフェアと1回のキャンペーンを実施





埼玉上尾店 6月24日、練馬駅前店 7月3日
複合業態型店舗を改装オープン

タレカツ食堂

たれとん

埼玉上尾店



練馬駅前店



「タイかつや」出店加速(今年度6店舗目)

セントラルチャントブリー店(タイ)
2月25日オープン



ザ モール タープラ店(タイ)
3月27日オープン



ザ モール バンカピ店(タイ)
4月1日オープン



★60店舗目(タイ既存店)
ホームプロ ランシット店(タイ)
4月25日オープン



セントラルコーンケンキャンパス店(タイ)
5月20日オープン



サムヤン ミットタウン店(タイ)
6月25日オープン



かつやフィリピンFC加盟契約

現地バーカリー運営企業とFC契約締結 2026年9月28日オープン



スピーディーなオーダーや会計により接客サービス向上

かつやPOS入替店舗数**334**店舗/509店舗(65.6%)

自動釣銭機



テイクアウト
オーダー機



テイクアウト
呼び出しモニター



テーブルオーダー
タブレット



ハンディ
オーダー機



レジ・オーダー待ちストレス、レジ教育時間の大幅軽減

例:かつや梶ヶ谷店 人時売上高向上 導入前 **6,092円** ▶ 導入後 **6,450円** ※2024年1～6月比 105.9%

参考資料 四半期別データ

連結 損益計算書

単位:百万円・%	1Q				2Q			
	実績	売上比	対前期		実績	売上比	対前期	
			差額	前期比			差額	前期比
売上高	94,277	100.0	12,750	115.6	89,245	100.0	-161	99.8
売上総利益	35,570	37.7	4,795	115.6	34,221	38.3	192	100.6
営業収入	3,984	4.2	26	100.7	3,997	4.5	-9	99.8
営業総利益	39,554	42.0	4,822	113.9	38,218	42.8	183	100.5
販売費及び一般管理費	34,088	36.2	3,570	111.7	33,746	37.8	-14	100.0
営業利益	5,466	5.8	1,251	129.7	4,471	5.0	198	104.6
経常利益	5,422	5.8	1,114	125.9	4,636	5.2	514	112.5
親会社株主に帰属する 当期(四半期・中間)純利益	3,349	3.6	463	116.1	2,572	2.9	60	102.4

単位:百万円・%	上期			
	実績	売上比	対前期	
			差額	前期比
売上高	183,522	100.0	12,588	107.4
売上総利益	69,791	38.0	4,987	107.7
営業収入	7,981	4.3	17	100.2
営業総利益	77,772	42.4	5,005	106.9
販売費及び一般管理費	67,834	37.0	3,555	105.5
営業利益	9,938	5.4	1,449	117.1
経常利益	10,059	5.5	1,628	119.3
親会社株主に帰属する 当期(四半期・中間)純利益	5,921	3.2	524	109.7

住関連損益計算書

単位:百万円・%	1Q				2Q			
	実績	売上比	対前期		実績	売上比	対前期	
			差額	前期比			差額	前期比
売上高	79,364	100.0	12,588	118.9	74,477	100.0	-67	99.9
売上総利益	28,551	36.0	4,706	119.7	27,283	36.6	184	100.7
営業収入	3,984	5.0	26	100.7	3,977	5.4	-9	99.8
営業総利益	32,535	41.0	4,733	117.0	31,280	42.0	175	100.6
販売費及び一般管理費	28,364	35.7	3,549	114.3	28,144	37.8	4	100.0
営業利益	4,171	5.3	1,183	139.6	3,135	4.2	171	105.8
経常利益	4,080	5.1	1,060	135.1	3,235	4.3	460	116.6
親会社株主に帰属する 当期(四半期・中間)純利益	2,528	3.2	438	121.0	1,661	2.2	120	107.8

単位:百万円・%	上期			
	実績	売上比	対前期	
			差額	前期比
売上高	153,842	100.0	12,521	108.9
売上総利益	55,834	36.3	4,891	109.6
営業収入	7,981	5.2	17	100.2
営業総利益	63,816	41.5	4,908	108.3
販売費及び一般管理費	56,509	36.7	3,553	106.7
営業利益	7,307	4.7	1,354	122.8
経常利益	7,315	4.8	1,521	126.3
親会社株主に帰属する 当期(四半期・中間)純利益	4,189	2.7	558	115.4

外食損益計算書



単位:百万円・%	1Q				2Q			
	実績	売上比	対前期		実績	売上比	対前期	
			差額	前期比			差額	前期比
売上高	14,912	100.0	161	101.1	14,767	100.0	-94	99.4
売上総利益	7,018	47.1	88	101.3	6,938	47.0	7	100.1
販売費及び一般管理費	5,723	38.4	20	100.4	5,601	37.9	-19	99.7
営業利益	1,294	8.7	67	105.5	1,336	9.0	27	102.1
経常利益	1,342	9.0	53	104.1	1,401	9.5	53	104.0
親会社株主に帰属する 当期(四半期・中間)純利益	821	5.5	25	103.2	910	6.2	-59	93.9

単位:百万円・%	上期			
	実績	売上比	対前期	
			差額	前期比
売上高	29,680	100.0	67	100.2
売上総利益	13,956	47.0	96	100.7
販売費及び一般管理費	11,325	38.2	1	100.0
営業利益	2,631	8.9	94	103.7
経常利益	2,743	9.2	106	104.0
親会社株主に帰属する 当期(四半期・中間)純利益	1,731	5.8	-33	98.1

セグメント別営業収益(売上高＋営業収入)及び営業利益

単位:百万円・%	1Q				2Q			
	実績		前期比		実績		前期比	
	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益
小売事業	78,460	3,051	119.2	163.2	73,628	2,234	100.0	115.1
卸売事業	932	114	88.3	88.8	880	68	87.3	64.0
外食事業	14,917	1,388	101.1	106.0	14,772	1,275	99.4	100.0
不動産事業	3,652	838	102.0	101.1	3,652	804	99.5	89.5
その他※1	298	27	109.7	140.7	309	42	112.5	159.4
連結	98,261	5,466	114.9	129.7	93,242	4,471	99.8	104.6

単位:百万円・%	上期			
	実績		前期比	
	営業 収益	営業 利益	営業 収益	営業 利益
小売事業	152,088	5,286	109.1	138.7
卸売事業	1,812	183	87.8	77.6
外食事業	29,689	2,664	100.2	103.0
不動産事業	7,305	1,642	100.8	95.1
その他※1	607	70	111.1	151.3
連結	191,503	9,938	107.0	117.1

※1その他:フィットネス事業

※2連結消去については記載を省略

小売事業品目別売上高

単位:百万円・%	1Q			2Q		
	実績	前期比	構成比	実績	前期比	構成比
ホームセンター部門計	72,759	114.8	100.0	68,517	98.5	100.0
建築関連資材・用品及びDIY関連	22,921	108.7	31.5	21,862	101.4	32.0
リフォームサービス	4,900	94.8	6.7	5,268	98.5	7.7
家庭用品	19,372	111.4	26.6	18,797	95.4	27.4
カー・レジャー用品	6,961	115.0	9.6	6,860	97.1	10.0
園芸用品	7,923	102.8	10.9	5,064	94.5	7.4
ペット	10,465	180.2	14.4	10,442	101.4	15.2
その他※1	213	107.8	0.3	221	99.5	0.3
その他小売部門※2	5,430	258.7		4,826	127.9	

単位:百万円・%	上期		
	実績	前期比	構成比
ホームセンター部門計	141,277	106.3	100.0
建築関連資材・用品及びDIY関連	44,784	105.1	31.7
リフォームサービス	10,168	96.7	7.2
家庭用品	38,170	102.9	27.0
カー・レジャー用品	13,821	105.4	9.8
園芸用品	12,988	99.4	9.2
ペット	20,908	129.8	14.8
その他※1	434	103.4	0.3
その他小売部門※2	10,256	174.6	

※1その他:FCロイヤリティ等

※2その他小売部門:食品事業(スーパーマーケット)、アート&クラフト専門店、インターネット事業、海外店舗

月次売上高前年同月比推移

小売事業既存店・全店

単位:%		3月	4月	5月	1Q	6月	7月	8月	2Q	上期
既存店	売上高	105.0	105.8	110.8	107.3	94.5	99.3	101.6	98.5	102.8
	客数	100.8	100.1	104.7	102.0	93.2	96.4	98.7	96.1	99.1
	客単価	104.2	105.7	105.9	105.2	101.4	103.0	103.0	102.5	103.8
全店売上高		113.2	113.5	115.2	114.0	96.1	101.6	102.6	100.1	106.9

		9月	10月	11月	3Q	12月	1月	2月	4Q	下期	通期
既存店	売上高	102.4			102.4					102.4	102.7
	客数	97.0			97.0					97.0	98.7
	客単価	105.5			105.5					105.5	104.0
全店売上高		104.3			104.3					104.3	106.5

小売事業 既存店 エリア別

単位:%	1Q	2Q	上期
北海道	106.1	95.0	100.4
東北	104.7	94.4	99.6
関東	107.5	99.3	103.4
甲信越	105.0	95.9	100.4
北陸	106.1	97.5	101.9
東海	111.2	104.4	107.8
近畿	108.3	99.1	103.7
九州	109.0	95.7	102.1

外食事業 既存店・全店

単位:%		1月	2月	3月	1Q	4月	5月	6月	2Q	上期
かつや 既存店	売上高	97.6	95.9	98.4	97.3	96.2	95.2	95.6	95.7	96.5
	客数	95.0	92.1	95.8	94.4	94.4	91.4	94.6	93.4	93.9
	客単価	102.7	104.1	102.7	103.1	101.9	104.2	101.1	102.5	102.8
全店売上高		102.9	100.3	101.8	101.7	100.1	100.9	98.2	99.8	100.8

		7月	8月	9月	3Q	10月	11月	12月	4Q	下期	通期
かつや 既存店	売上高	92.4	94.6	93.7	93.6					93.6	95.5
	客数	91.3	93.9	92.6	92.7					92.7	93.5
	客単価	101.2	100.8	101.2	101.0					101.0	102.2
全店売上高		97.7	98.6	97.8	98.1					98.1	99.8

くらし、満たす。こころ、満たす。

ARCLANDS

本資料は、企業情報の提供のために作成されたものであり、当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。

本資料に記載されております、将来の業績見通しに関する事項については、開示時点において当社が入手している情報に基づくほか、将来の予測を行うために一定の前提を用いており、様々なリスクや不確定性・不確実性を含んでおります。

従いまして、現実の業績の数値、結果等は、今後の事業運営や経済情勢の変化等の様々な要因により、開示情報に含まれる将来の見通しとは異なる可能性があることをご承知おきください。