

2026年2月期 第3四半期 決算説明会

連結業績予想の修正ならびに 2025年度下半期取り組み進捗について



2026年1月8日
ミニストップ株式会社

代表取締役社長 堀田 昌嗣

1. 連結業績予想の修正

2. 決算数値報告

3. 下半期取り組み進捗



連結業績予想の修正



手づくりおにぎり等の販売中止に伴う売上へのマイナス影響、安全・安心対策費用等の増加を受け、連結業績予想を修正

2026年2月期 連結業績予想の修正

	営業総収入	営業利益	経常利益	当期利益
前回発表予想(A)	97,000	1,200	1,600	70
今回発表予想(B)	97,000	△ 3,500	△ 3,000	△ 6,000
増減額(B-A)	0	△ 4,700	△ 4,600	△ 6,070
(参考:前期実績)	87,475	△ 3,486	△ 2,868	△ 6,774

【修正理由】

- ・手づくりおにぎり等の販売中止による売上減少および関連購買の減少
- ・安全・安心対策等の経費の増加
- ・来期計画の不採算店舗閉鎖の迅速な実行に向け、今期中の方針決定と織り込み既存店再生へ経営資源を集中する

※営業総収入は加盟店からのロイヤルティ収入と直営店売上高等で構成され、
ロイヤルティ収入の減少が直営店増加による売上の増加により相殺される見通しのため、据え置き

単体計画差 要因



手づくりおにぎり等の関連購買・来店誘引のマイナスによる売上減少、安全・安心対策、加盟店バックアップ費用増加が想定を上回る

	項目	10/9時点予想 通期営業利益 推定影響額	今回予想 通期営業利益 推定影響額	単体計画差 営業利益 影響要因
収益	売上影響	△8.0億円 (上半期:2.0億円 下半期:6.0億円)	△25.2億円	<ul style="list-style-type: none"> ●品揃え拡充、値下げ販売オペレーションの推進 ●関連購買商品の品揃え追加 ■チキン等、惣菜類の販売中止による関連購買の減少 ■来店誘引減による客数減少 ■緊急休業による売上減少 ■その他GP率等影響
	安全・安心 対策	△1.7億円 (上半期:0.2億円 下半期:1.5億円)	△2.1億円	<ul style="list-style-type: none"> ●厨房見守りカメラ、新型ラベル発行機等設備導入 ●手づくりおにぎり等販売再開に向けた活動
費用	加盟店 バックアップ	△4.3億円 (上半期:1.8億円 下半期:2.5億円)	△8.7億円	<ul style="list-style-type: none"> ●手づくりおにぎり等販売中止に伴う手残り支援 ●FF食材ロス補填 <p>※手残り支援、食材ロス補填は加盟店からの収入のマイナスとして計上</p>

1. 連結業績予想の修正

2. 決算数値報告

3. 下半期取り組み進捗



連結 第3四半期累計決算実績



直営店増加による連結増収、営業利益は14億円の赤字

単位：百万円	2024年度 第3四半期累計	2025年度 第3四半期累計	前年比/差 (百万円 %)	
営業総収入	66,578	70,034	105.2	… 直営店の増加
営業利益	△2,023	△1,446	+576	… 単体第3四半期の 売上低下、経費増
経常利益	△1,692	△1,085	+607	
四半期 純利益	△1,854	△2,119	△265	… 不採算店舗の 閉店損失計上

※海外は為替影響を含む

2025年度 計画数値 進捗



売上・売上総利益率の状況 (単体)

※単体の実績は2025年3月～11月

項目	2025年度 通期計画	2025年度 第3四半期実績	進捗率 (%)
チェーン全店売上高 (百万円)	300,000	212,520	70.8
既存店日販 (千円)	445	428	96.1
全店平均日販 (千円)	445	428	96.1
売上総利益率 (%)	30.7	30.8	+0.1pt
店日売上総利益高 (千円)	136	131	△5千円

項目	2025年度 通期計画	2025年度 第3四半期実績	進捗 (店)
出店	28	8	△20
閉店	56	60	+4

事業経費率 (%)	17.9	19.2	△1.3
-----------	------	------	------

販管費の状況 (単体)

(連結)

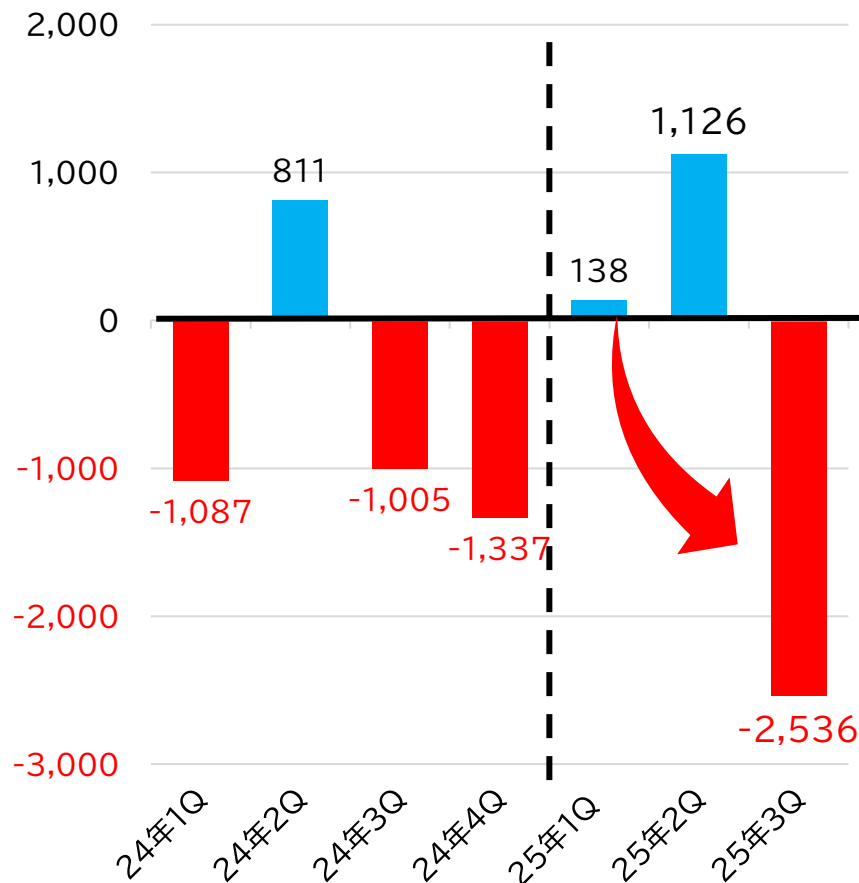
項目	2025年度 通期計画	2025年度 第3四半期実績	進捗率 (%)	2025年度 通期計画	2025年度 第3四半期実績	進捗率 (%)
販売費及び一般管理費 (百万円)	42,750	31,286	73.1	45,940	33,166	72.1
うち、人件費	11,380	8,597	75.5	11,970	9,402	78.5

単体・ベトナム 四半期毎の営業利益推移



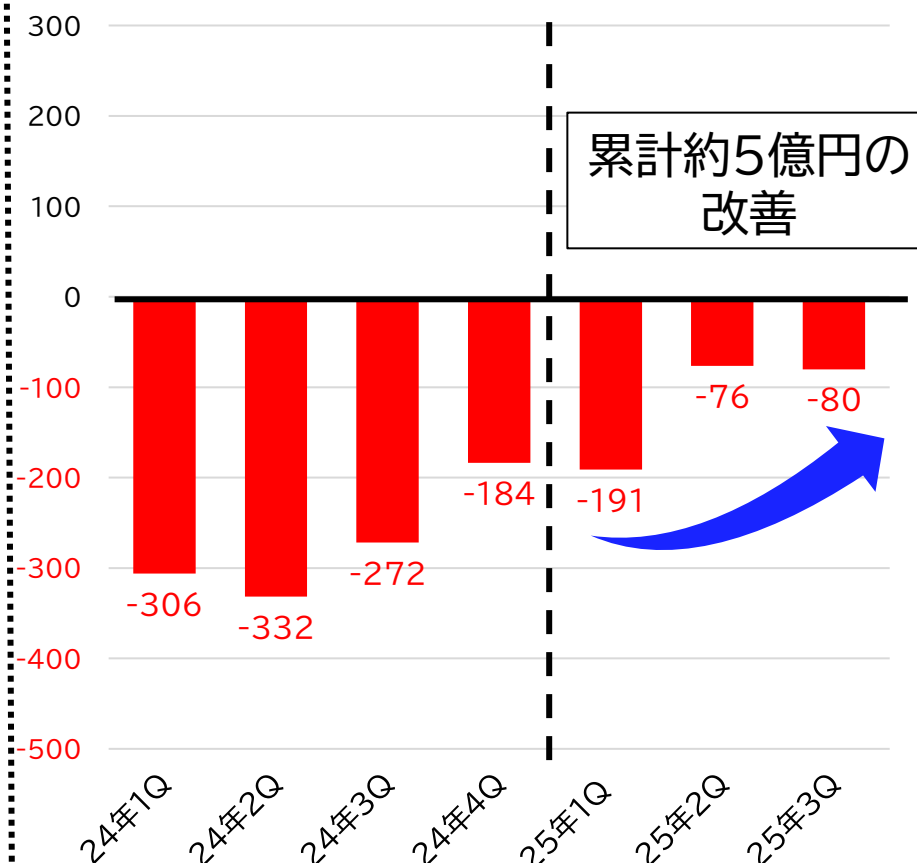
単体は第3四半期で25億円の営業損失を計上
ベトナムは業績改善が進み、前年に対して第3四半期まで累計5億円の営業損失を圧縮

■単体営業利益



■ベトナム営業利益

単位:百万円



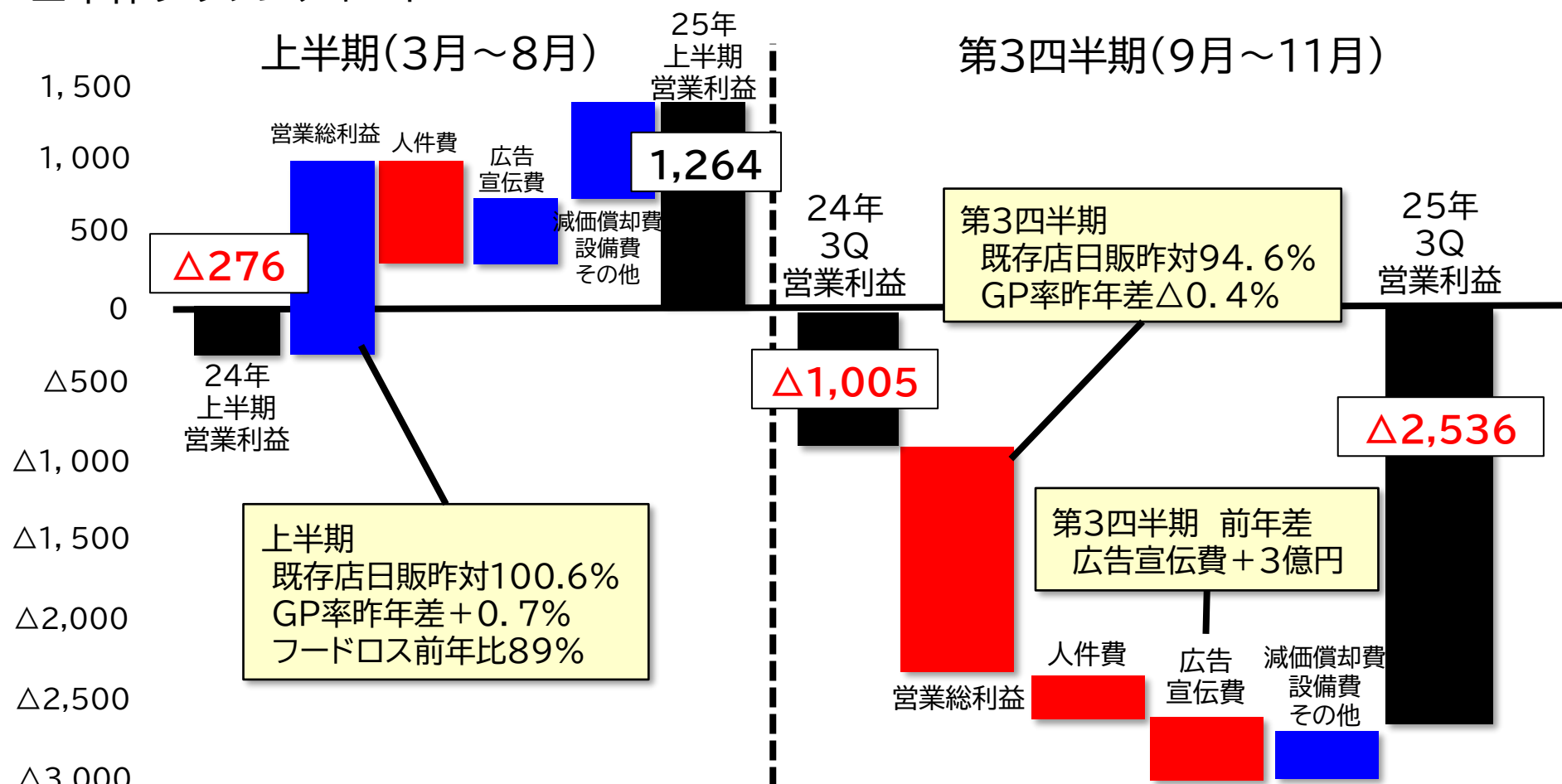
単体上半期・第3四半期営業利益 前年度比較



手づくりおにぎり等販売中止に伴い、前年に対して、
営業総利益高で13億円、経費面で2億円の営業利益マイナス影響

■単体ブリッジチャート

単位:百万円



単体 第3四半期取り組み

※25年9月－11月期間 昨年対比実績



手づくりおにぎり等を代替するCVS商品の品揃え拡充、販促施策、
フードロス低減の取り組みは引き続き強化

CVS商品

おにぎり・弁当・惣菜

手づくりおにぎり等
代替商品の拡充・
販促施策



売上昨対
125%



売上昨対
107%



売上昨対
174%

FF商品

高付加価値商品の
拡充

パフェ



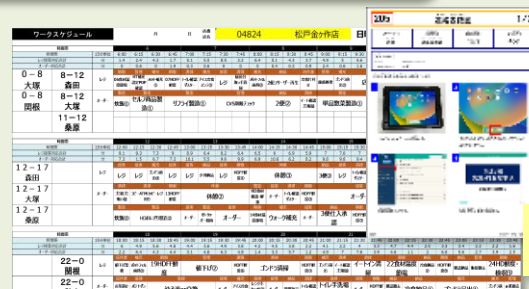
売上昨対
116%

ポテト



売上昨対
113%

ワークスケジュール・
作業手順書



効率的な作業計画
と正しい作業手順



店舗QSCの改善

PS店 上期対3Q期間実績
人件費昨対差 $\Delta 2.3\%$

値下げ販売

フードロス削減を推進



販促物を刷新



値下実施店舗率**94%**
フードロス前年比**80.6%**

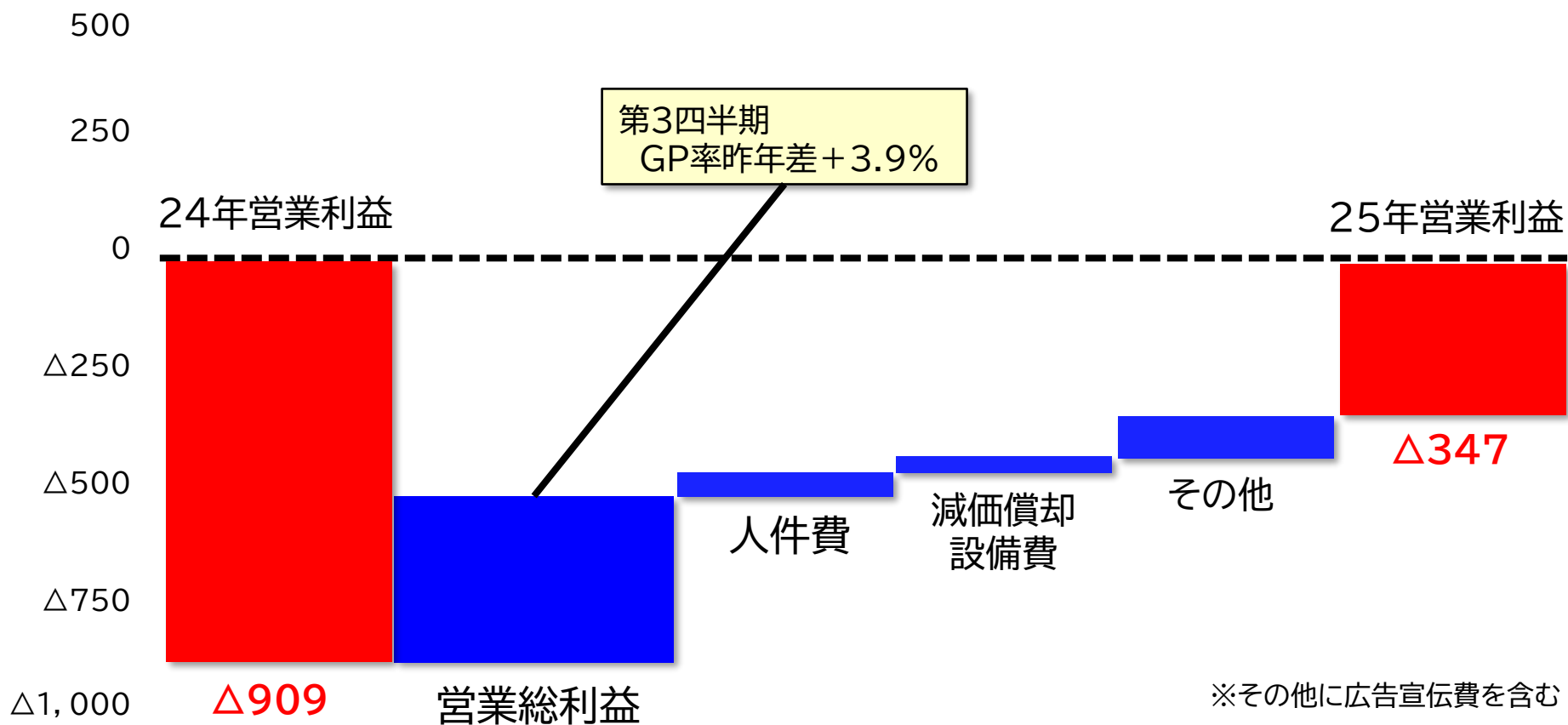
ベトナム 第3四半期累計営業利益 前年度比較



MD改革とオペレーション改革により店舗段階利益の改善が進む

■ベトナム 第3四半期累計(1月～9月)営業利益ブリッジチャート

単位:百万円



※その他に広告宣伝費を含む

※海外は為替影響を含む

為替レート 前年比94.9%

ベトナム 第3四半期取り組み

※25年7月—9月期間 昨年対比実績



MD改革では価格戦略を見直し、高付加価値商品の品揃えを拡充
オペレーション改革は、人時削減を中心に取り組み、運営コストを低減

価格戦略



ソフトドリンク、菓子、インスタント麺
市場・競合調査実施、価格設定の見直し

高付加価値商品の拡充

新規ベーカリー商品



ベーカリー
売上総利益高
昨対**180%**



集合展開



店内加工ドリンク
品揃え拡大、売場訴求の拡充

店内加工ドリンク
売上総利益高
昨対**480%**

店舗経費の削減

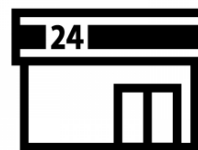


店内作業の精査・削減
WSの見直し、人時を適正化

第3四半期 平均人時昨年差
△3.5人時/店日



フードロスの週次管理



不採算店舗の閉店

店舗経費
前年比**94.5%**

第3四半期 営業利益
昨年差+1.9億円

1. 連結業績予想の修正

2. 決算数値報告

3. 下半期取り組み進捗





単体

手づくりおにぎり等の販売再開対応

手づくりおにぎり等の販売中止に対するリカバリー対策

既存店の再構築

ベトナム

店舗段階利益黒字化の取り組み

個店モデル確立に向けた取り組み

重大事案の教訓から“食の安全・安心No.1”へ



創業来の重大事案を教訓とし、改めて“食の安全・安心No.1”を目標に
対策を徹底し不正を防止する

■表示不正の発生形態と動機

形態	内容	動機
仕置き	商品製造から時間を空けてラベル発行する	<ul style="list-style-type: none"> ・作業効率を上げるため ・廃棄を減らすため
リパック	製造直後にラベル発行し、時間を空けて再度発行する	<ul style="list-style-type: none"> ・廃棄を減らすため

■不正防止対応策

新型ラベル発行機

- 商品ごとに作業者の登録
- 製造時間外のラベル発行時に作業者に警告、本部に通知

ラベル発行データ
販売・廃棄データ

①照合

【ラベル発行アラート】
①製造時間外の発行
②販売・廃棄数との差異

②アラート

衛生監査室

- ・見守りカメラでアラート発生時の行動確認
- ・マニュアル通りのオペレーションが行動内容を確認

③通知・対応要請・確認

営業部門

店舗訪問、
是正・指導

再発防止策、安全・安心な厨房環境づくり 進捗



設備導入、制度導入、教育の実施について、計画通り進捗

10月15日リリース 再発防止策、安全・安心な厨房環境づくり 実施事項

実施事項		進捗(12月末時点)
【1】 製造・販売・廃棄に係るデータ照合の定期化		完了 運用継続
【2】 社長直轄の品質管理専任担当者の設置		完了 10月発足
【3】 設備導入、衛生管理強化とルール違反を撲滅する仕組みの構築		
	新型ラベル発行機の導入	順次導入 865店舗導入済み
	見守りカメラの導入	順次導入 789店舗導入済み
	アルコール自動噴霧器の導入	全店導入完了
	【選択制認定制度】の導入	完了 運用継続
	製造マニュアルの再点検	完了 統合・多言語化
	イオングループ企業協力の下衛生基準・マニュアル策定	完了
	商品仕様の見直し	完了 SKU数削減
【4】 第三者機関による衛生調査の評価基準の厳格化		完了
【5】 「厨房衛生相談窓口(厨房110番)」新設 内部通報体制を強化		完了 10月新設
【6】 加盟店、本部従業員全員を対象とした再教育		
	イオングループ企業協力の下、社員・加盟店向け衛生教育	完了 履修完了者:24,757名
	全営業部員の製造オペレーション習得	完了



販売再開を希望する店舗からの申請に基づき、
本部が定める基準を満たしていることを認定した店舗から順次再開

■販売再開フロー

- ① 加盟店からの申請
- ② 営業部確認
-製造体制
-教育状況
- ③ 設備導入
-新型ラベルプリンター
-見守りカメラ
- ④ オペレーション教育
商品検査
- ⑤ 検査合格



オペレーション教育



外部機関による商品検査

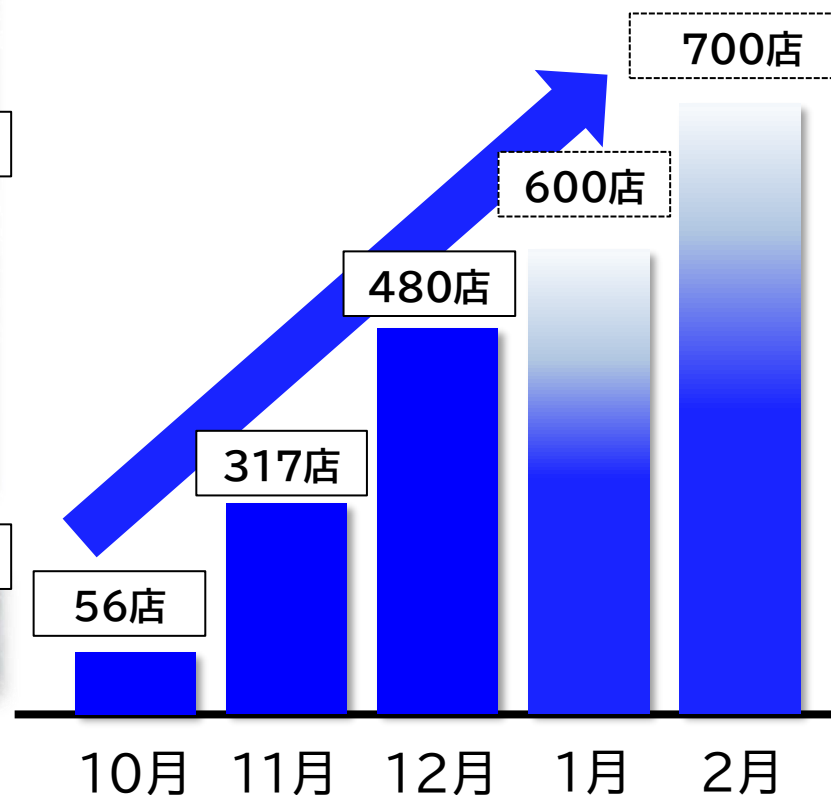


認定・販売開始

■販売再開状況、見通し

※12月まで実績、1, 2月は計画

再開店構成比 約40%



リカバリー対策 品揃え充実への取り組み



お客さまに引き続きご満足いただける品揃えの充実に取り組む

①コンビニエンスストア商品

おにぎり



お買い得価格のおにぎり、
大きなおにぎりシリーズ拡充

弁当



価格と価値両面にこだわり
おいしさを追求

麺・軽食 惣菜



好調な麺類・単品惣菜の
展開強化

②ファストフード商品



チキン・ポテト
デリケース展開強化

新規投入・
発売記念
企画



③メディア活用、お得な販売促進企画の充実



TV番組放映

増量企画

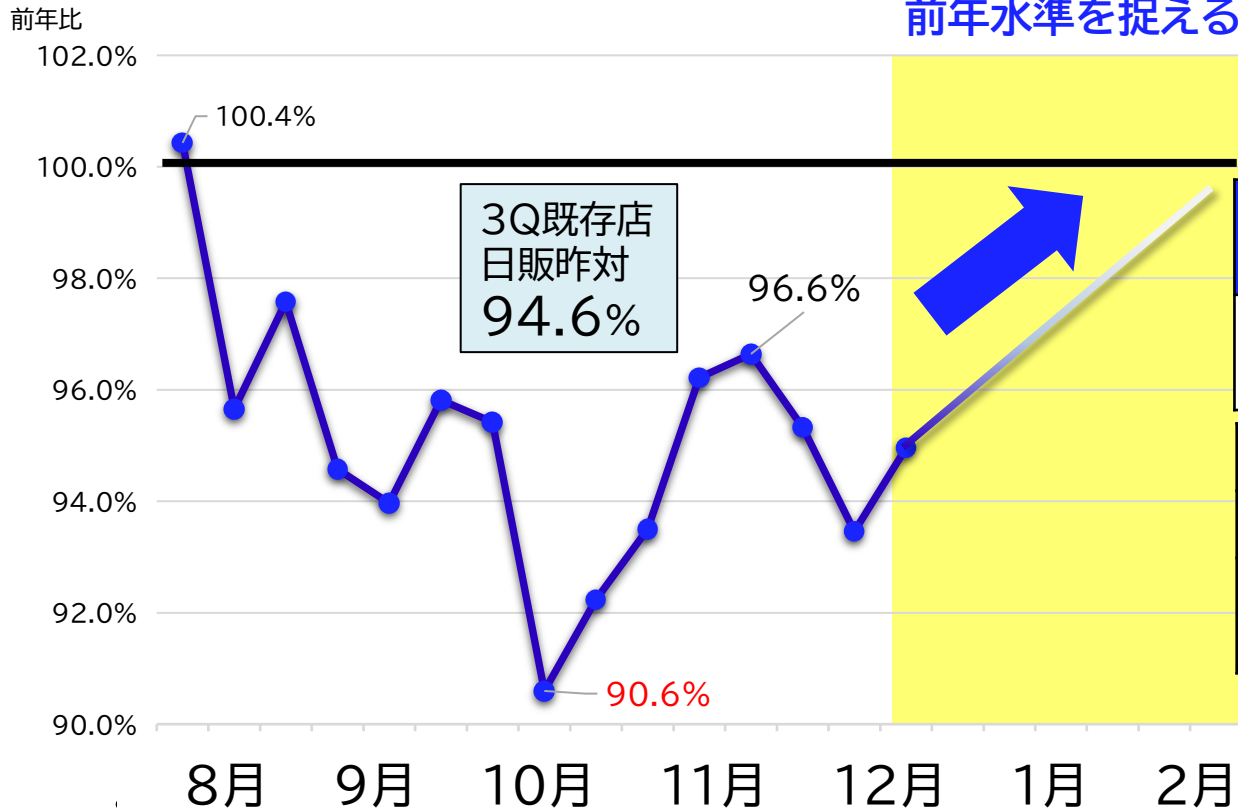
単体 第4四半期 計画



手づくりおにぎり等の販売再開を進め、ホットスナック拡充、
コンビニエンスストア商品の品揃え充実と販促で売上回復を実現する

■売上計画

既存店日販昨対推移



“食の安全・安心No.1”
店舗QSC改善

施策	店日売上 前年差
手づくりおにぎり 等の販売再開	△9千円
FFチキン売り込み	+1千円
FFポテト訴求	+2千円
CVS品揃え対策、 販促施策展開	+7千円



2025年度 連結計画数値



単位:百万円

	2024年度 通期実績	今回予想 2025年度 通期計画	前年比/差 (百万円 %)
営業総収入	87,475	97,000	110.9
営業利益	△3,486	△3,500	△13
経常利益	△2,868	△3,000	△131
当期純利益	△6,774	△6,000	+ 774

ステークホルダーの皆さまと共に



ミニストップのミッション

ミッションは、私たちがなすべきもの、使命をあらわしています。

私たちは、
「おいしさ」と「便利さ」で、
笑顔あふれる社会を実現します。





本資料には将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれております。

世界経済・競合状況・為替の変動等に関わるリスクや不確定要因により、実際の業績が記載の予測と大幅に異なる可能性があります。