

2026年2月期 決算説明資料

Can★Do

(証券コード：2698)

<https://www.cando-web.co.jp>

2026年4月9日

- 2025年4月10日に公表した通期連結業績予想と実績に差異が発生
- 売上高は計画未達も、各段階利益は計画を大幅に超過
- 2026年2月期第4四半期連結会計期間において減損損失322百万円を計上
- 概要は、2026年4月8日に実施した適時開示をご参照

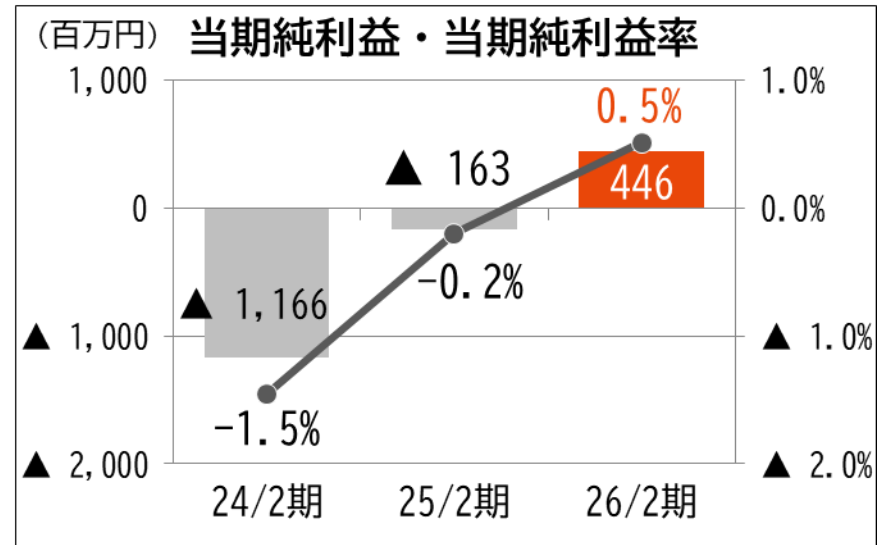
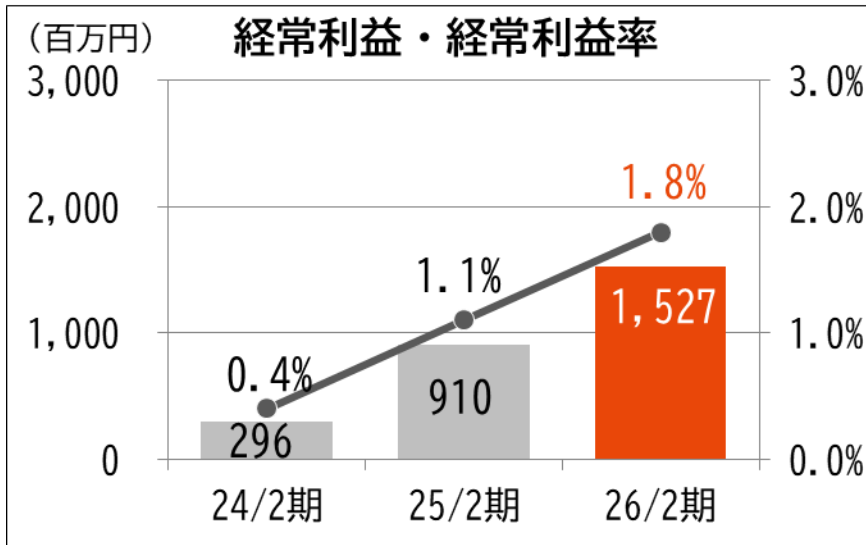
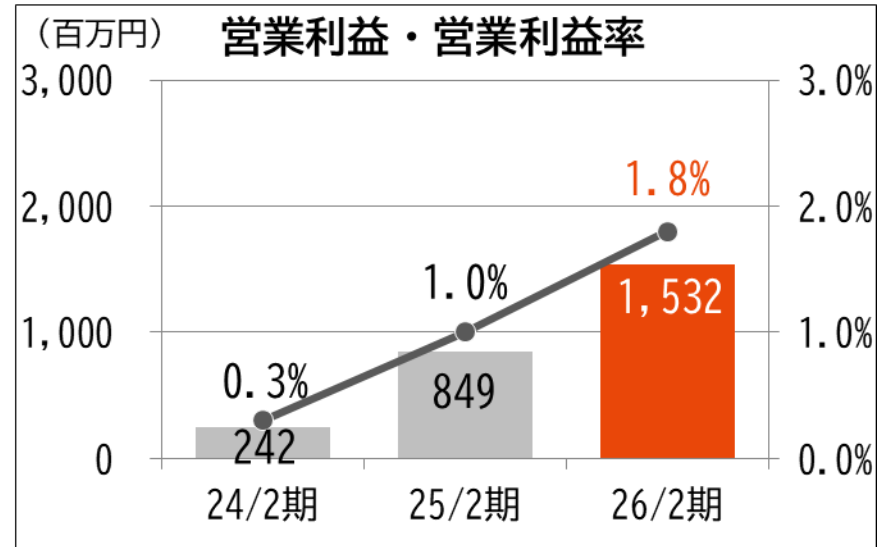
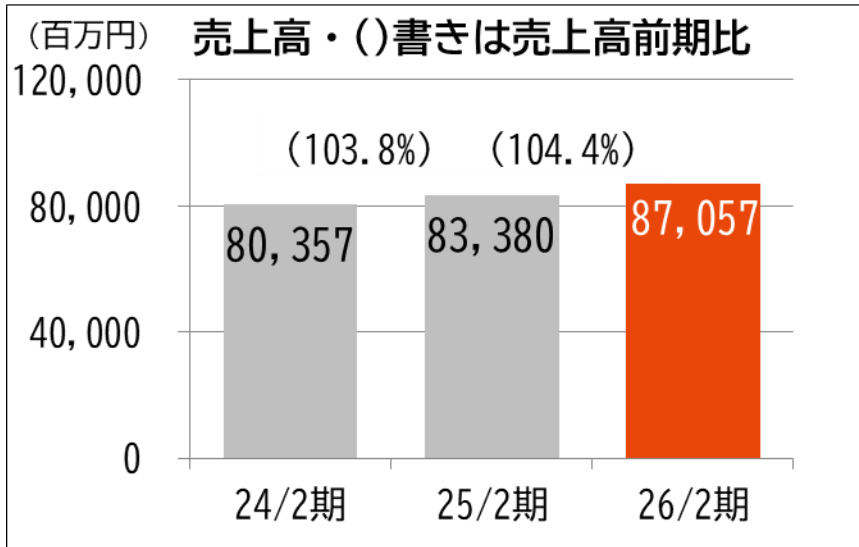
(単位 : 百万円)	当期予想	業績予想	業績予想 対比	増減額
売上高	87,050	91,800	94.8%	▲ 4,750
営業利益	1,530	1,080	141.7%	450
経常利益	1,520	1,110	136.9%	410
親会社株主に帰属 する当期純利益	440	100	440.0%	340
一株当たり当期純利益	27.50円	6.25円	440.0%	21.25円

連結損益計算書（前期対比）

- 売上高は、前期に対し、3,677百万円の増収
- 各段階利益は、前期に対し、大幅な増益を確保

(単位：百万円)	当期実績	前期実績	前期比	前期差
売上高	87,057	83,380	104.4%	3,677
営業利益	1,532	849	180.3%	682
経常利益	1,527	910	167.7%	616
親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失	446	▲ 163	-	610
一株当たり当期純利益又は当期純損失	27.89円	▲ 10.23円	-	38.12円

連結損益計算書 年次推移



連結貸借対照表

- 資産は、現金・預金2,607百万円、未収入金991百万円の増加
- 負債は、電子記録債務2,469百万円の増加

注)当連結会計期間末日が金融機関の休日であったため、期末日満期手形等の支払期日が翌連結会計年度に繰延べられております。その結果、現金・預金ならびに電子記録債務がそれぞれ1,756百万円増加しております。

(単位：百万円)

	当期末実績	前期末実績	前期末比	前期末差
資産	33,046	29,376	112.5%	3,669
負債	22,512	18,957	118.8%	3,555
純資産	10,533	10,419	101.1%	113
自己資本比率	31.9%	35.5%	—	▲ 3.6%
一株当たり純資産	658円31銭	651円39銭	101.1%	6円92銭

連結貸借対照表 資産の部 概況

(単位 : 百万円)	当期末実績	前期末実績	対前期末 増減差
流動資産	18,718	15,197	3,521
現金及び預金	4,641	2,033	2,607
売上債権・未収入金	5,111	3,905	1,205
商品	8,180	8,449	▲ 268
その他流動資産	783	807	▲ 23
固定資産	14,328	14,179	148
有形固定資産	7,233	7,054	178
無形固定資産	412	315	97
投資その他の資産	6,682	6,810	▲ 127
資産合計	33,046	29,376	3,669

(単位 : 百万円)	当期末実績	前期末実績	対前期末 増減差
流動負債	17,475	14,285	3,190
仕入債務	10,451	7,879	2,571
その他流動負債	7,024	6,406	618
固定負債	5,036	4,671	365
負債合計	22,512	18,957	3,555
資本金	3,028	3,028	0
資本剰余金	3,138	3,126	11
利益剰余金	5,304	5,130	174
その他純資産	▲ 936	▲ 864	▲ 72
純資産合計	10,533	10,419	113
負債・純資産合計	33,046	29,376	3,669

- 「ライフスタイル提案型ショップ° (New Can★Do)」フォーマットによる出店推進も、出店数及び大規模な改装・リニューアルが減少したため、前期に比べ店舗設備投資額は減少
- 生産性向上を目的としたセルフジ 導入をはじめとするデジタル投資額が増加

連結 (単位 : 百万円)	当期実績	前期実績	前期比	前期差
設備投資(総計)	2,116	2,472	85.6%	▲ 355
・店舗	1,520	2,250	67.6%	▲ 729
・デジタル	596	222	268.1%	373
減価償却費	1,208	1,070	112.9%	138

- 売上高の伸長により売上原価が伸びた一方で、商品在庫適正化を推進し、在庫回転率は前期より0.28改善

連結 (単位：百万円)	当期実績	前期実績	前期比	前期差
在庫回転率 (=(①/④))	6.44	6.16	104.6%	0.28
①期間売上原価	53,563	51,700	103.6%	1,863
②期首在庫	8,449	8,338	101.3%	111
③期末在庫	8,180	8,449	96.8%	▲ 268
④期間平均在庫 (②と③の平均)	8,315	8,394	99.1%	▲ 78

連結キャッシュ・フロー計算書

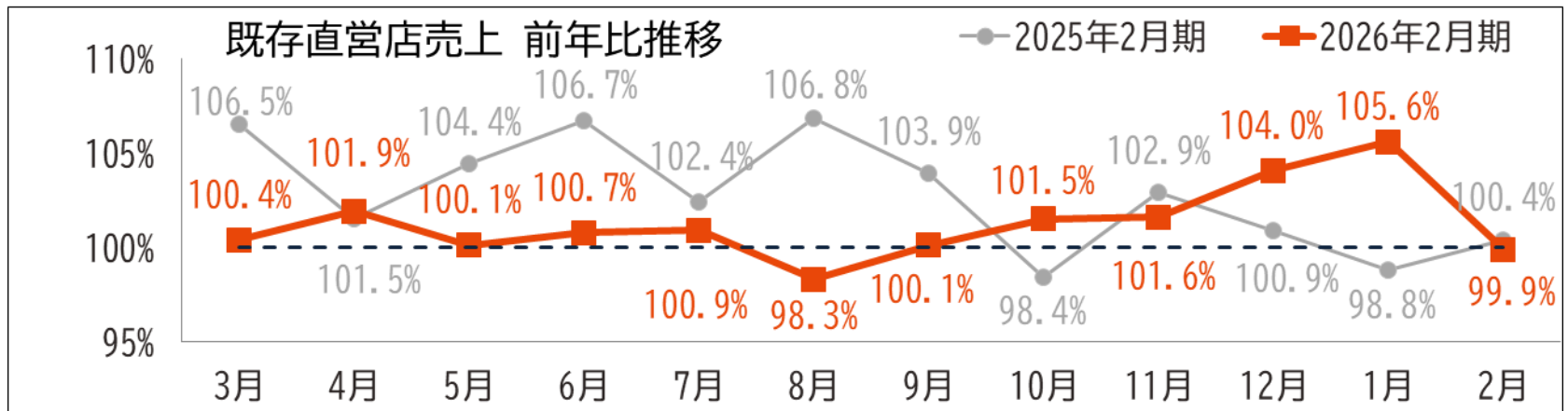
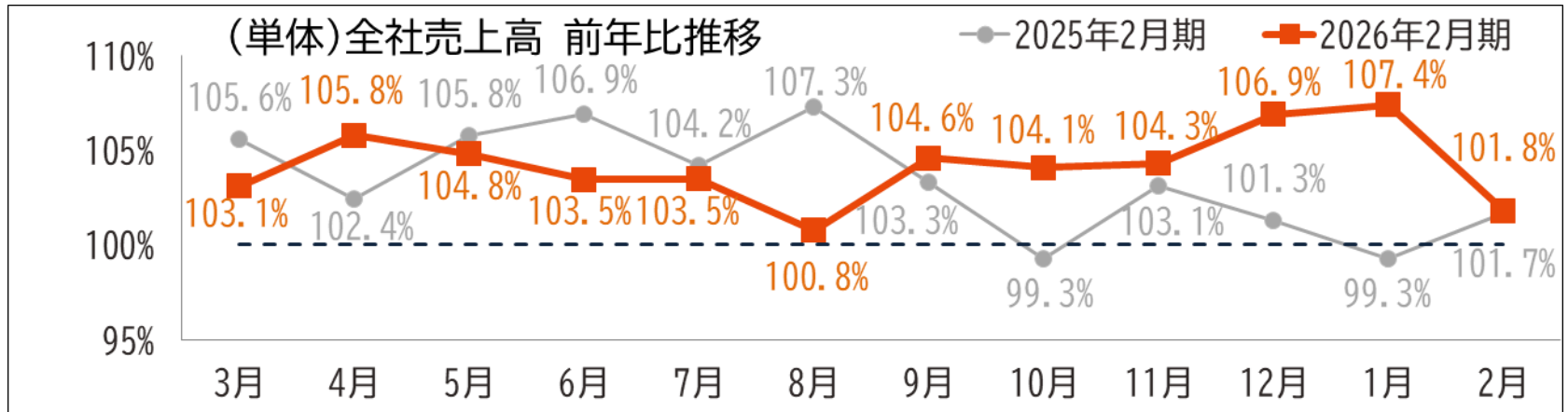
- 営業活動によるキャッシュ・フローの増加要因は、当期純利益の増加1,001百万円および仕入債務の増加2,571百万円、減少要因は未収入金の増加による991百万円など
- 財務活動によるキャッシュ・フローの増加要因は、長期割賦未払金の増加1,520百万円、減少要因は短期借入金の減少400百万円および長期割賦未払金の減少458百万円など

(単位 : 百万円)	当期実績	前期実績	前期差
営業活動による キャッシュ・フロー	4,386	1,885	2,501
投資活動による キャッシュ・フロー	▲ 2,165	▲ 2,509	343
財務活動による キャッシュ・フロー	386	▲ 173	560
フリー キャッシュ・フロー	2,221	▲ 623	2,845
現金及び現金同等物 の期末残高	4,641	2,033	2,607

連結損益計算書の概況

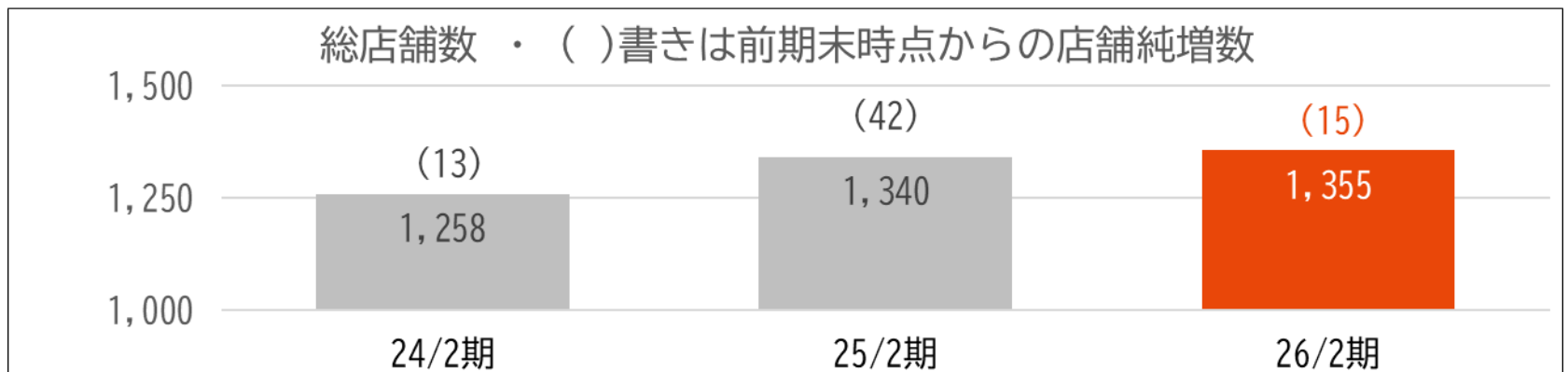
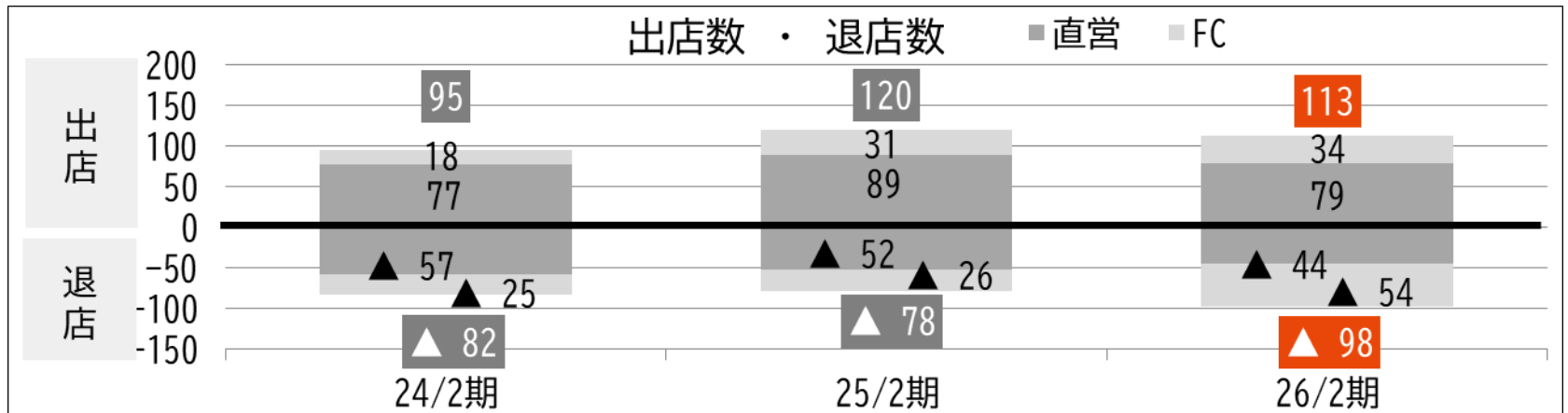
プラス与件	マイナス与件
<p data-bbox="274 815 440 882">当 社</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 節約志向による当社 既存店売上高の増加 ・ 他価格帯商品のニーズ 上昇 ・ 外出/お出かけ対応 商品への実需増加 ・ 酷暑・残暑や豪雨・ 厳冬・大雪など 異常気象への関心 及び防災意識の高まり 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 人員確保の難度上昇 ・ インフレによる 原材料等の高騰 ・ 豪雨などの店舗への影響

- (単体)全社売上高 前年比：(12～2月)105.5%、4Q累計(3～2月)104.2%
- 既存直営店売上高 前年比：(12～2月)103.2%、4Q累計(3～2月)101.3%



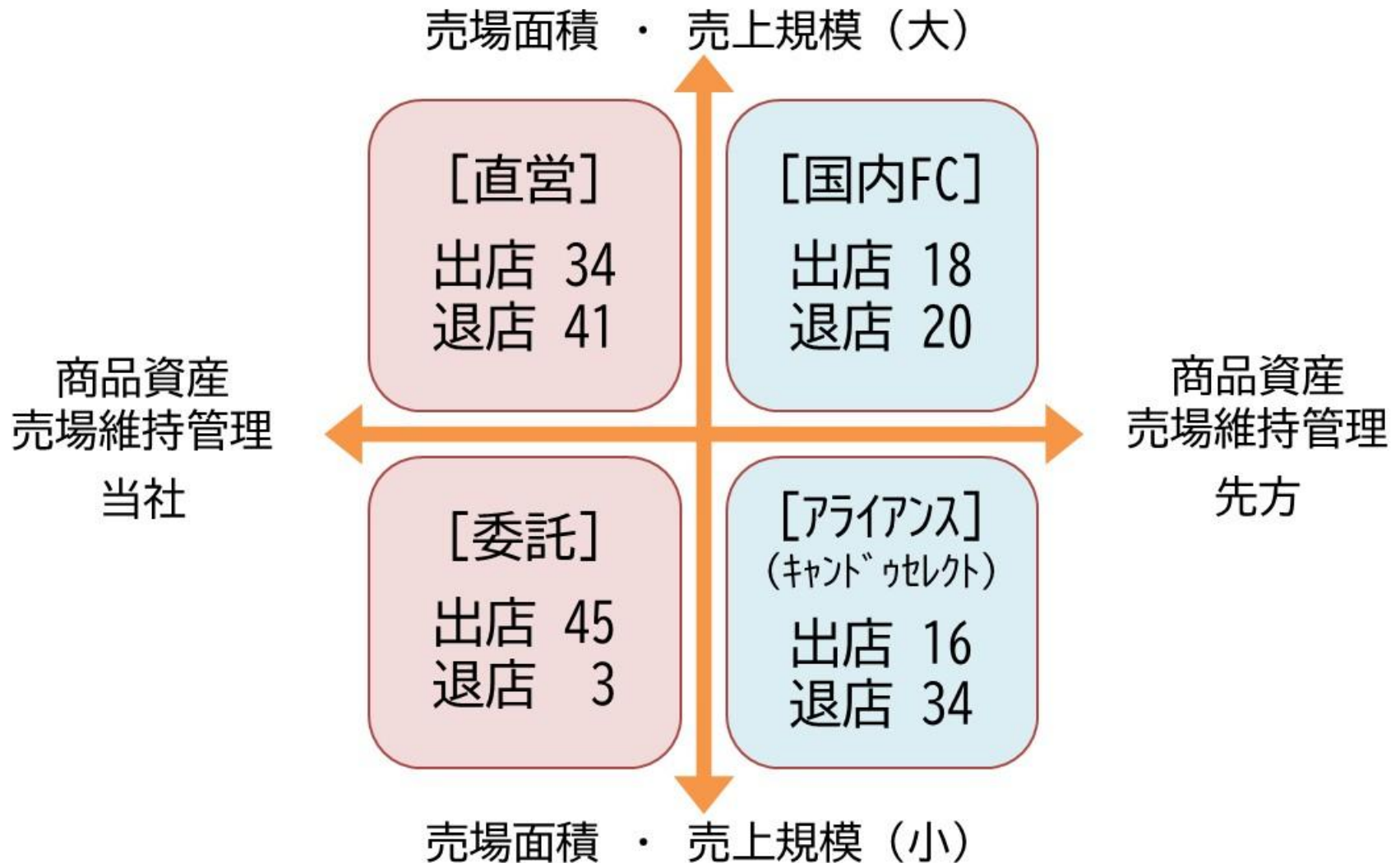
店舗数

- 出店：(12~2月)17店舗、4Q累計(3~2月)113店舗(通期計画100店舗)
- 退店：(12~2月)42店舗、4Q累計(3~2月) 98店舗(通期計画30店舗)



※ 2024年3月末よりキャドゥ社外計40店舗を開示店舗数に含めております

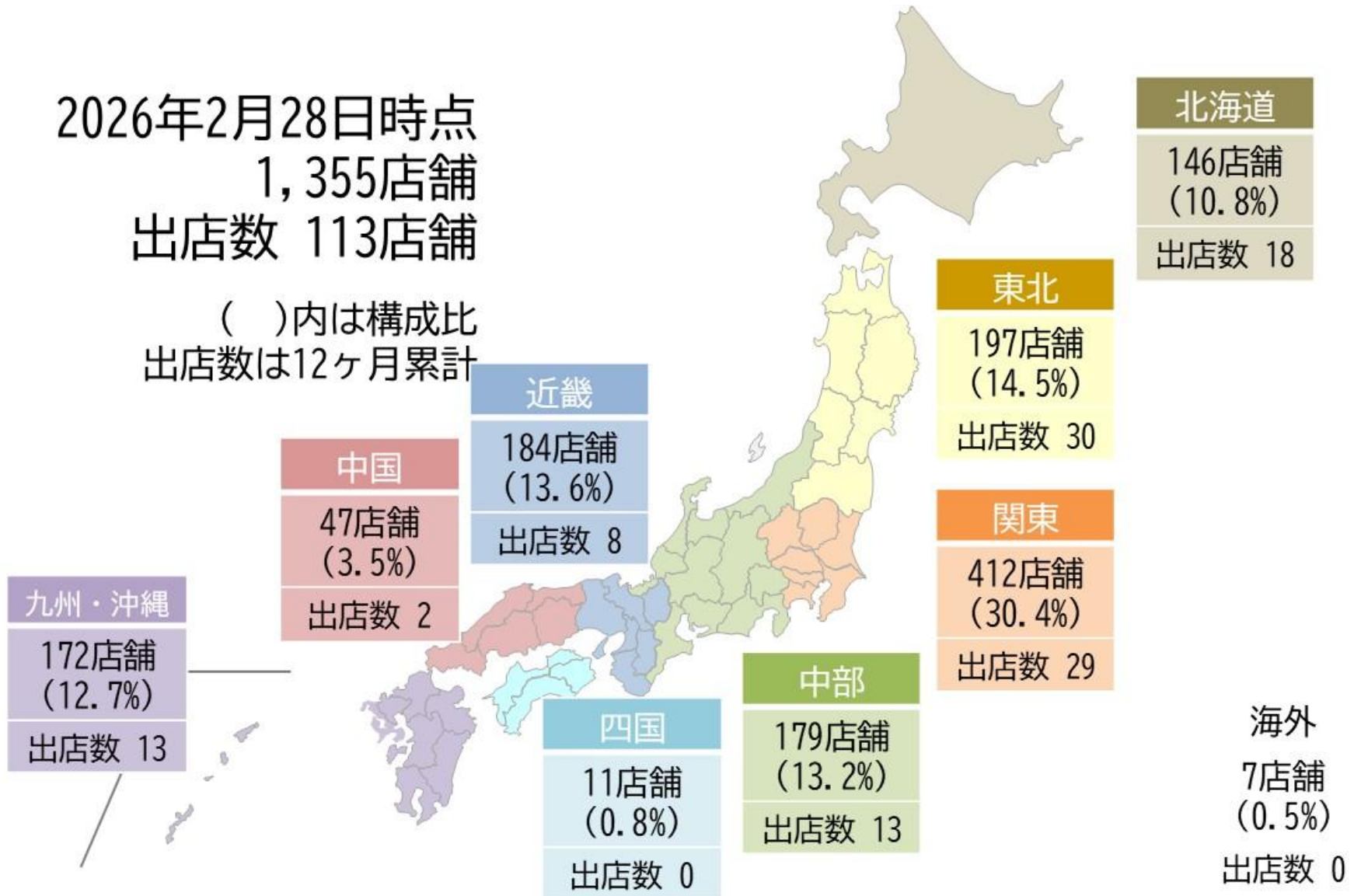
四業態別出店・退店実績(2026年2月期)



地域別出店状況

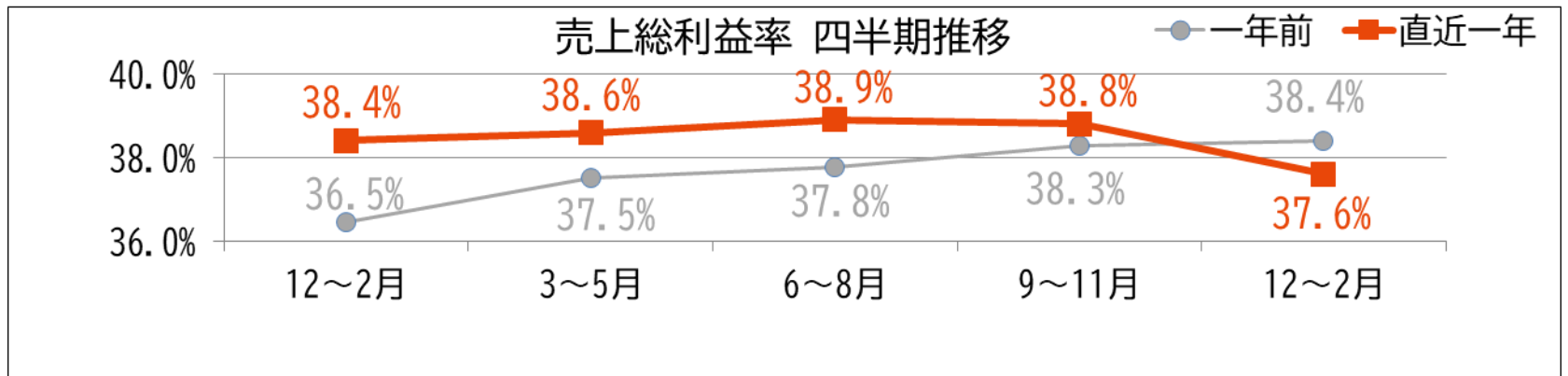
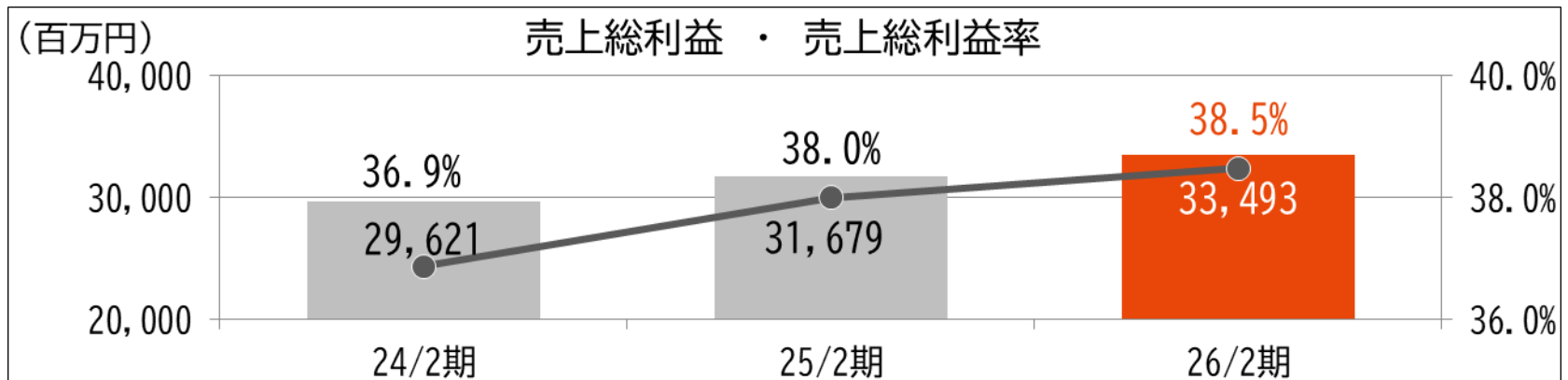
2026年2月28日時点
1,355店舗
出店数 113店舗

()内は構成比
出店数は12ヶ月累計



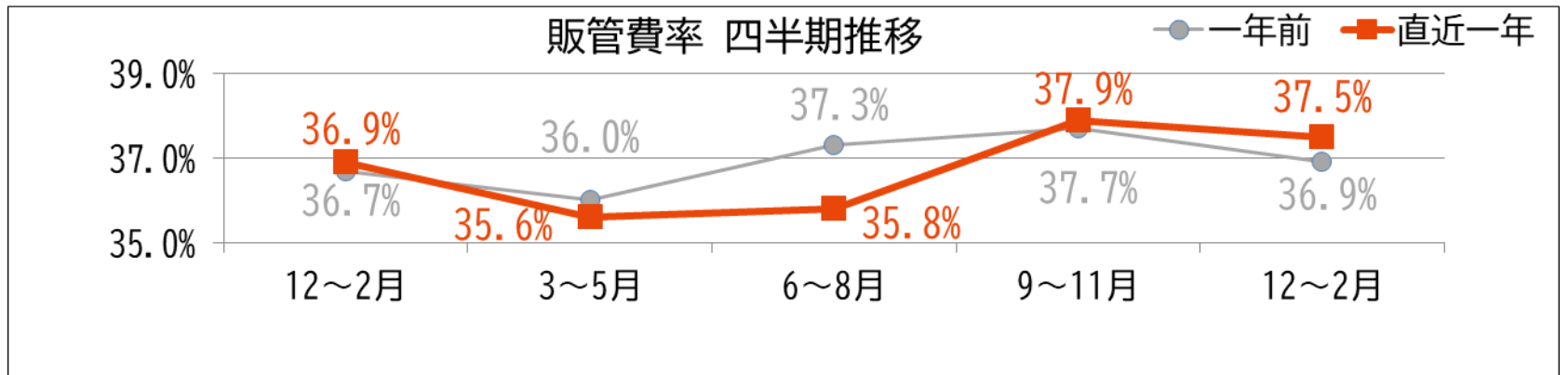
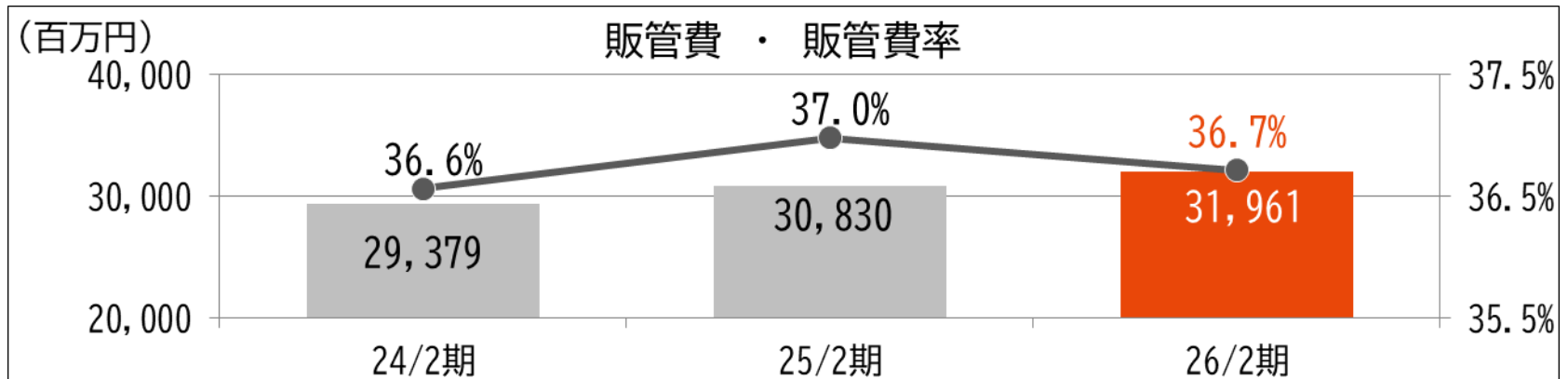
売上総利益

- 売上総利益：売上高の伸長に伴い、売上総利益も増加
- 売上総利益率：原材料高騰のなか、原価維持の取り組みが奏功
- 2026年2月期4Qで、積極的な商品入替を目的にした商品廃棄を実施

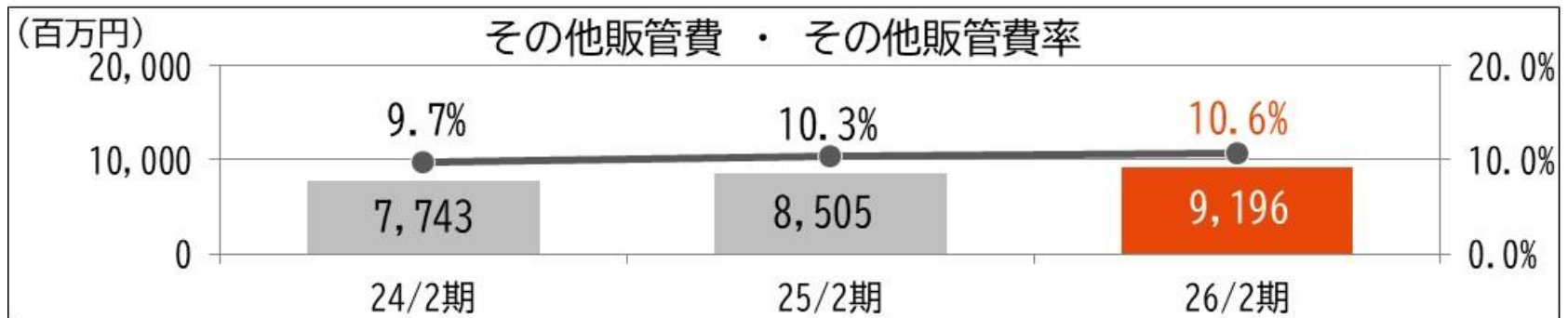
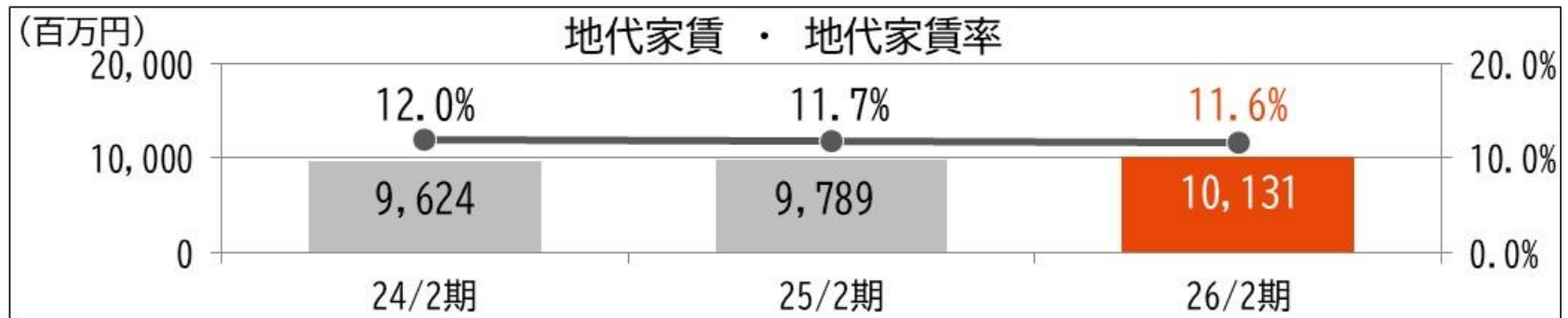
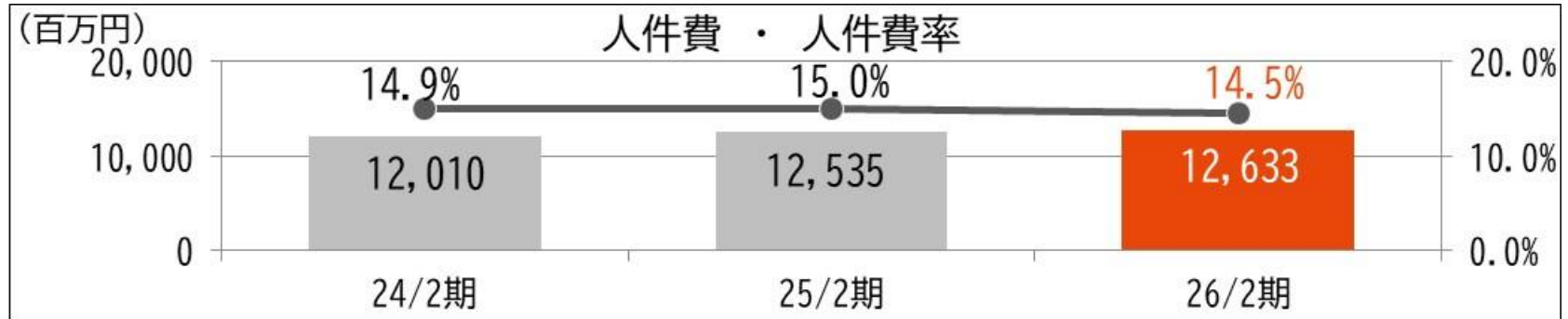


販管費

- 販管費：徹底した人時コントロールによる雑給と外注人件費の抑制
- 販管費率：売上高の伸長に伴い、人件費率・地代家賃比率が減少
- 2026年2月期4Qで、什器入替を中心とした売場メンテナンスを実施

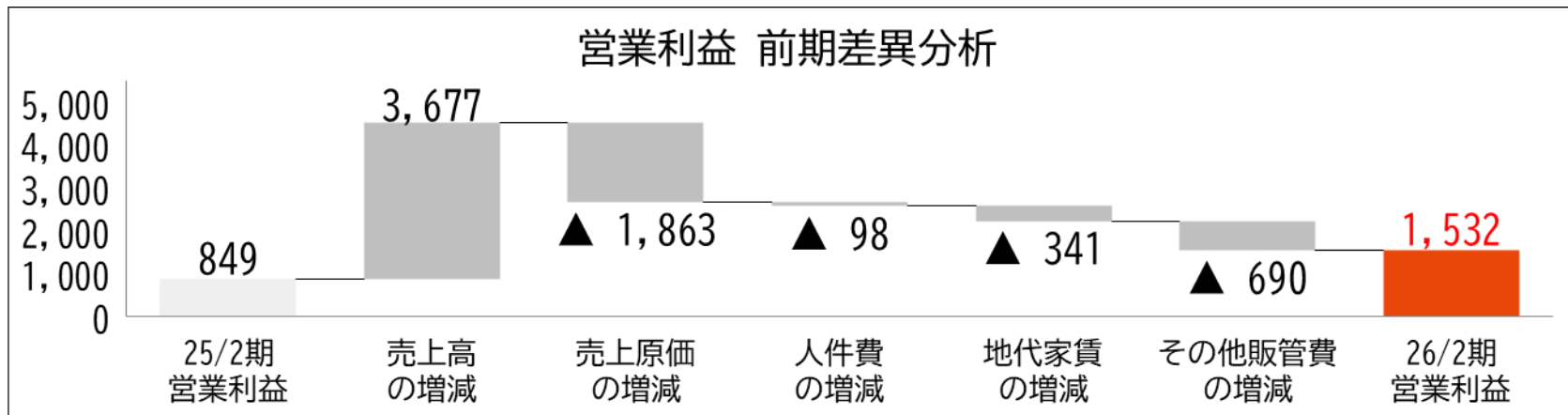


販管費の内訳



営業利益(増益) 前期差異分析

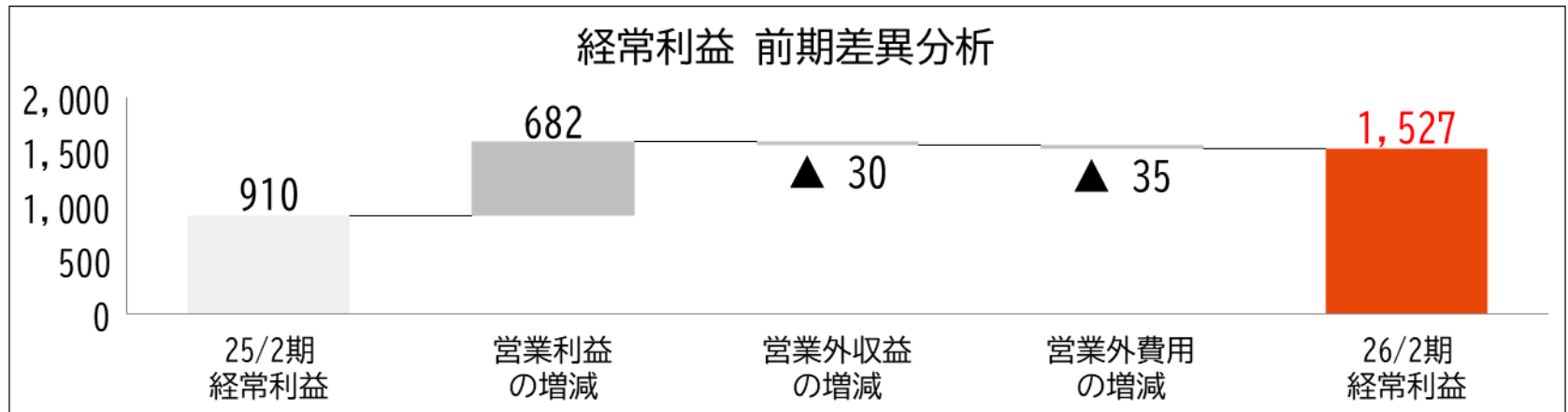
- 売上総利益の増加が、販管費の増加を上回り、682百万円の増益
- その他販管費は、クレジット等の手数料・母店販促費の増加など



連結 (単位 : 百万円)	当期実績	前期実績	前期比	前期差
売上高	87,057	83,380	104.4%	3,677
売上総利益	33,493	31,679	105.7%	1,814
営業利益	1,532	849	180.3%	682

経常利益(増益) 前期差異分析

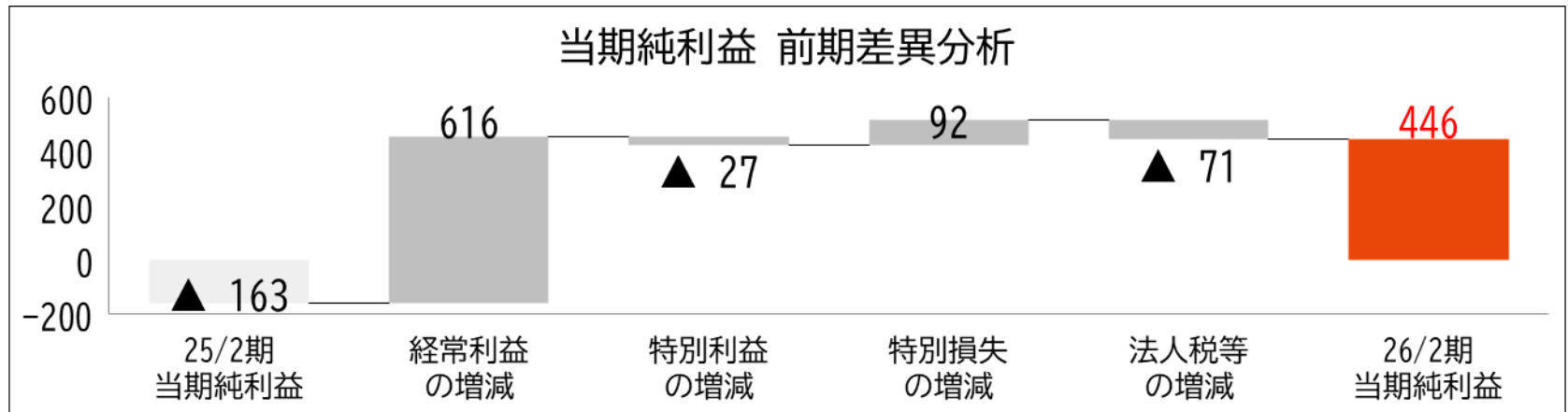
- 営業利益の増加に伴い、経常利益も616百万円の増益
- 営業外収益、営業外費用は概ね前年同期水準



連結 (単位 : 百万円)	当期実績	前期実績	前期比	前期差
売上高	87,057	83,380	104.4%	3,677
営業利益	1,532	849	180.3%	682
経常利益	1,527	910	167.7%	616

当期純利益(増益) 前期差異分析

- 法人税等増加も、当期純利益は610百万円の増益
- 特別損失は、前期に資産除去債務の見積変更を行った影響



連結 (単位 : 百万円)	当期実績	前期実績	前期比	前期差
売上高	87,057	83,380	104.4%	3,677
経常利益	1,527	910	167.7%	616
当期純利益	446	▲ 163	-272.6%	610

特別損失・法人税等の内訳

- 特別損失：前年は大型の退店・改装件数が多く、固定資産除却損が減少
- 法人税等：税引前当期純利益の増加により法人税等も増加

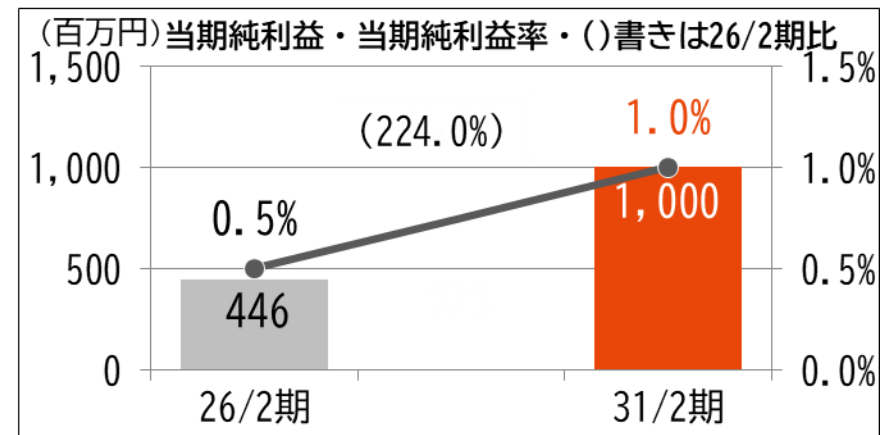
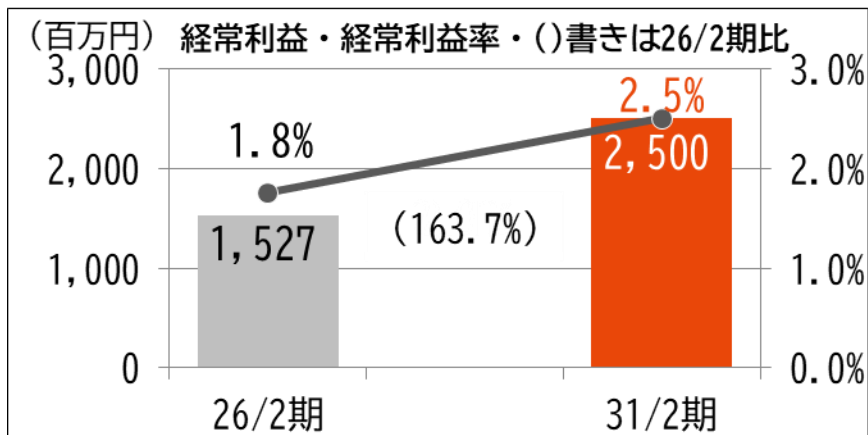
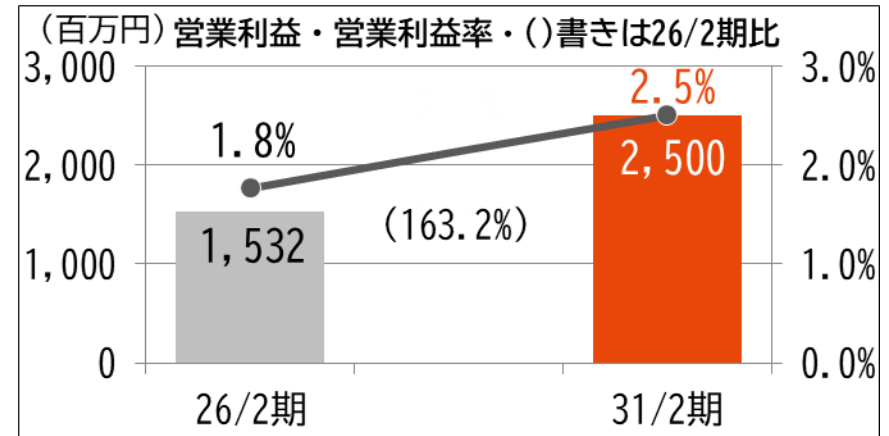
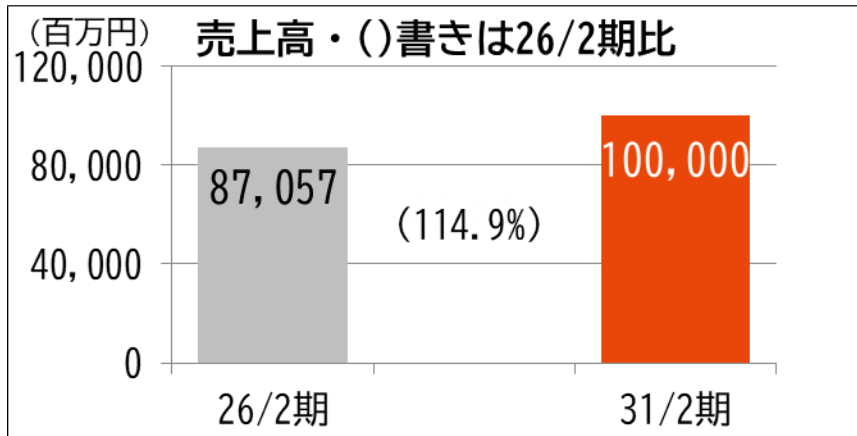
連結 (単位：百万円)	当期実績	前年実績	前期比	前期差
特別損失	567	660	85.9%	▲ 92
・減損損失	499	514	97.0%	▲ 15
・固定資産除却損	68	145	46.9%	▲ 77
法人税等	555	483	114.8%	71
・法人税住民税 及び事業税	485	330	146.7%	154
・法人税等調整額	69	152	45.8%	▲ 82

新中期経営計画

(2027年2月期～2031年2月期：五カ年)

定量目標

- 2031年2月期末時点店舗数：1,605店舗（2026年2月期末差+250店舗）
- 売上高100,000百万円、当期純利益1,000百万円、当期純利益率1.0%



ビジョン

選ばれるCan★Doへ

提供価値

「ライフスタイル」に寄り添い、
くらしに「便利」を提供することで
お客さまの生涯におけるライフシェアを獲得する

実現すること

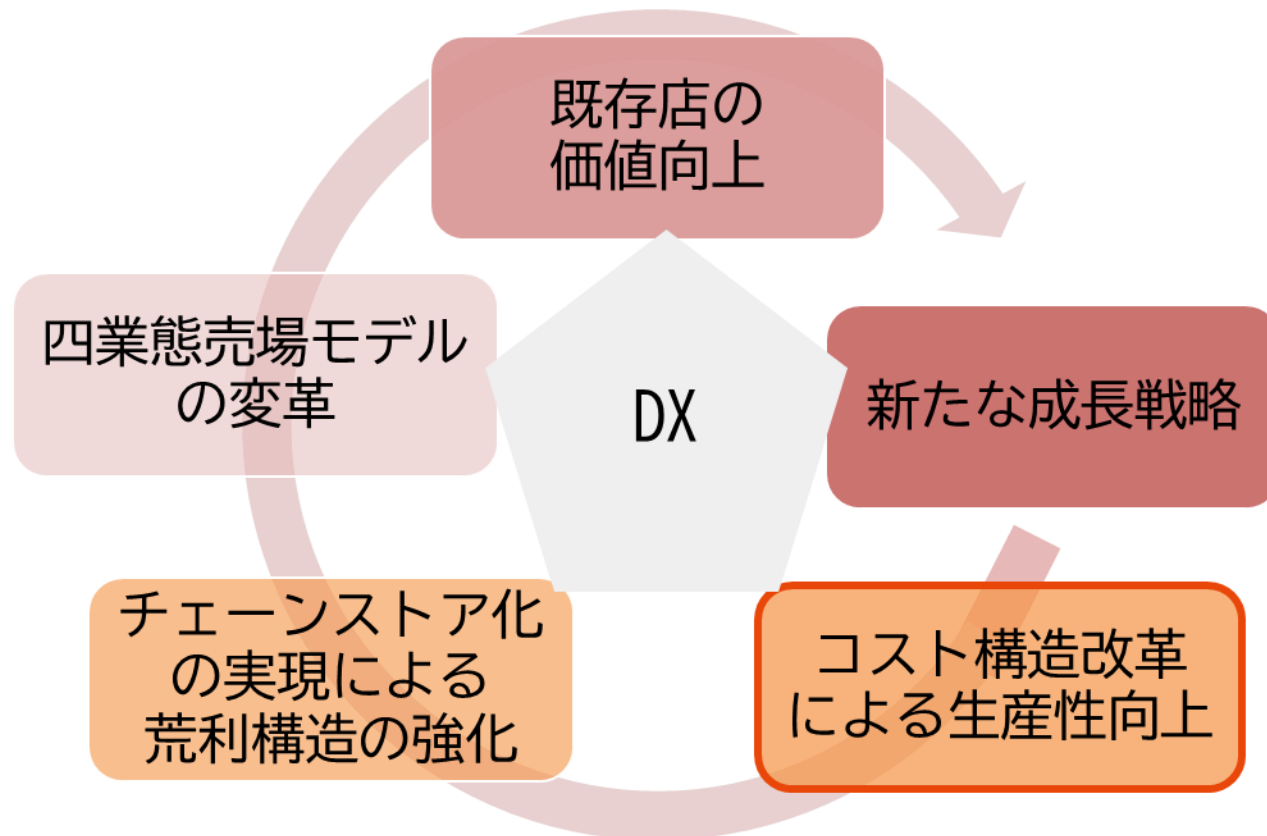
- ① 環境変化への対応と経営基盤の安定
- ② グループシナジーの更なる創出
- ③ 新たな売場・ビジネスモデルによる成長



<p>方針</p>	<p>「抜本的な構造改革」と「成長戦略の実行」</p>		
<p>戦略</p>	<p>販路の拡大</p>	<p>商品・ブランド の差別化</p>	<p>企業価値 の向上</p>
<p>施策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① タイプ別売場モデルの創造 ② マルチフォーマットの再構築 ③ グループ各社への継続的な出店 ④ お客さまの暮らしに寄りそう商品開発 ⑤ 新たなカテゴリの創造と市場の開拓 ⑥ 商品供給拡大によるスケールメリットの実現 ⑦ デジタル起点での仕組みと働き方の改革 ⑧ サステナブルな組織運営を実現する人材育成 ⑨ 効率的なサプライチェーンの構築 ⑩ お客さま起点の新たなサービス開発 ⑪ お客さまと従業員に愛される企業イメージの醸成 		

	2026年2月期	～2028年2月期	～2030年2月期	2031年2月期
方針	抜本的な構造改革		成長戦略の実行	
投資	中期投資の立案	IT・デジタル投資を優先	出店・活性化投資を優先	『選ばれるCan★Do』 と 自立的・持続的な経営 を実現
(セルフジ)	直営店全店導入完了			

- 新たなチェーンオペレーションを確立し、サステナブルな成長を実現
「選ばれるCan★Do」へ



業務における積極的なAI化の推進

データ統合・仕組み構築による商品管理精度の向上

多店舗管理ツールの活用浸透による業務の標準化



サイバー攻撃防御対策

IT - BCP の策定

2027年2月期の取り組み

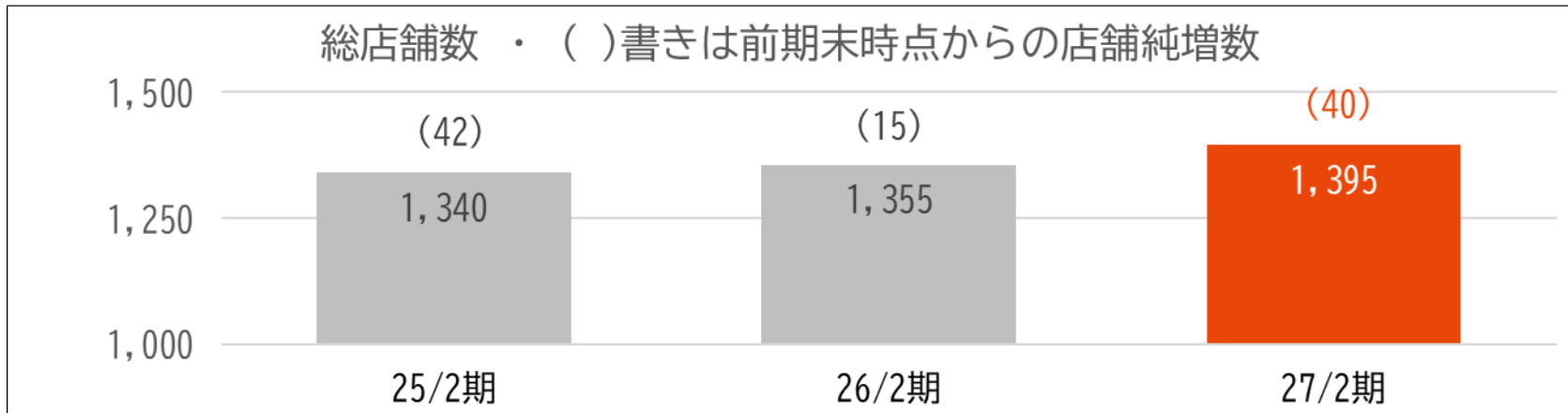
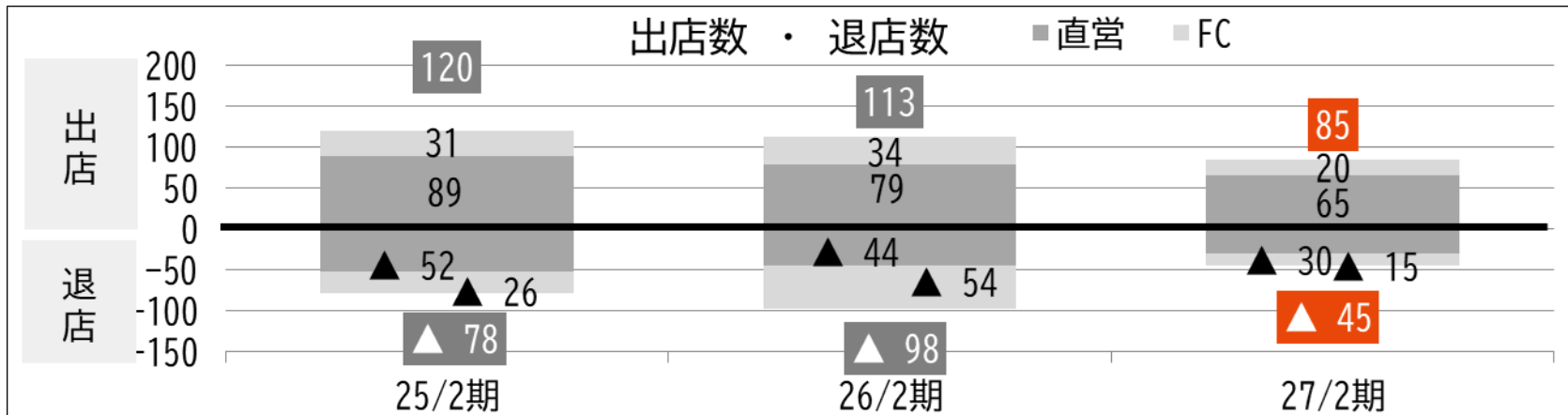
「抜本的な構造改革」

- 2026年2月期は、各段階利益が計画超過、コスト管理と生産性向上を図った
- 2027年2月期は、新中計の初年度となり、増収増益を計画

(単位 : 百万円)	当期計画	前期実績	前期比	前期差
売上高	88,600	87,057	101.8%	1,542
営業利益	1,670	1,532	109.0%	137
経常利益	1,600	1,527	104.8%	72
親会社株主に帰属 する四半期純利益	450	446	100.8%	3
一株当たり当期純利益	28.12円	27.89円	100.8%	0.23円

店舗数計画(2027年2月期)

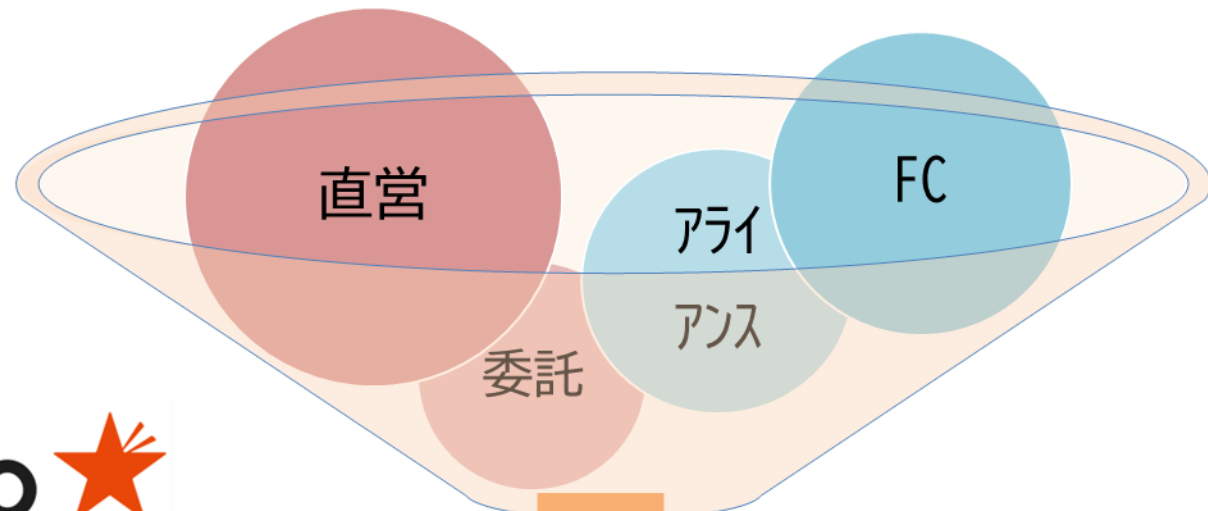
- 出店：通期計画85店舗、退店：通期計画45店舗
- 店舗数：1,395店舗



2027年2月期の具体的取り組み：I

『販路の拡大』

お客さまからの期待に応える店づくりの追求と
グループ出店を主軸にAIを活用した高効率な出店モデルの構築

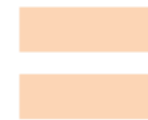


CanDo★

お客さまの
期待に応える
店づくり



グループ出店
・
AI活用



シェア拡大

イオン板橋ショッピングセンター店
(東京都・2025年10月31日オープン・150坪)



2027年2月期の具体的取り組み：Ⅱ

『商品・ブランドの差別化』

I ラインロビング戦略の徹底による新規顧客拡大

ネイル



押し



キャラクター



ペット



II キャンドゥらしい「楽しい商品」の強化

シリコンモールドUMA



たい焼きカワイイ



節分コスチューム



文響社うんこなぞなぞ



100円商品と他価格帯商品によるMD-MIXの進化

イオングループのスケールとシナジーを活用した商品開発

AIを活用した需要予測の精緻化



売上高と効率性の両立による売上総利益の最大化

- ・フォロワー数は、2026年2月現在、84万人超
- ・国内企業ランキングは、91位(対象10,000社超)
- ・お洒落な画像による商品活用シーン提案

Thanks! 800k



電車シリーズ

まんまるアニマル
シリーズ

浮世絵猫シリーズ



プリンセスシリーズ



- ・イメージ訴求のInstagramに対し、情報量を優先するXですみ分け
- ・メディアで取り上げられた商品もリポスト
- ・推し活アイテムなどXユーザーに親和性の高い商品を紹介

ハンディミシン



らんま1/2

ピノコ&ユニコ
シリーズ

ぬい着用ぐるみ



2027年2月期の具体的取り組み：Ⅲ

『企業価値の向上』

店舗運営方針：「省人運営の実行」と「本部業務AI化の推進」

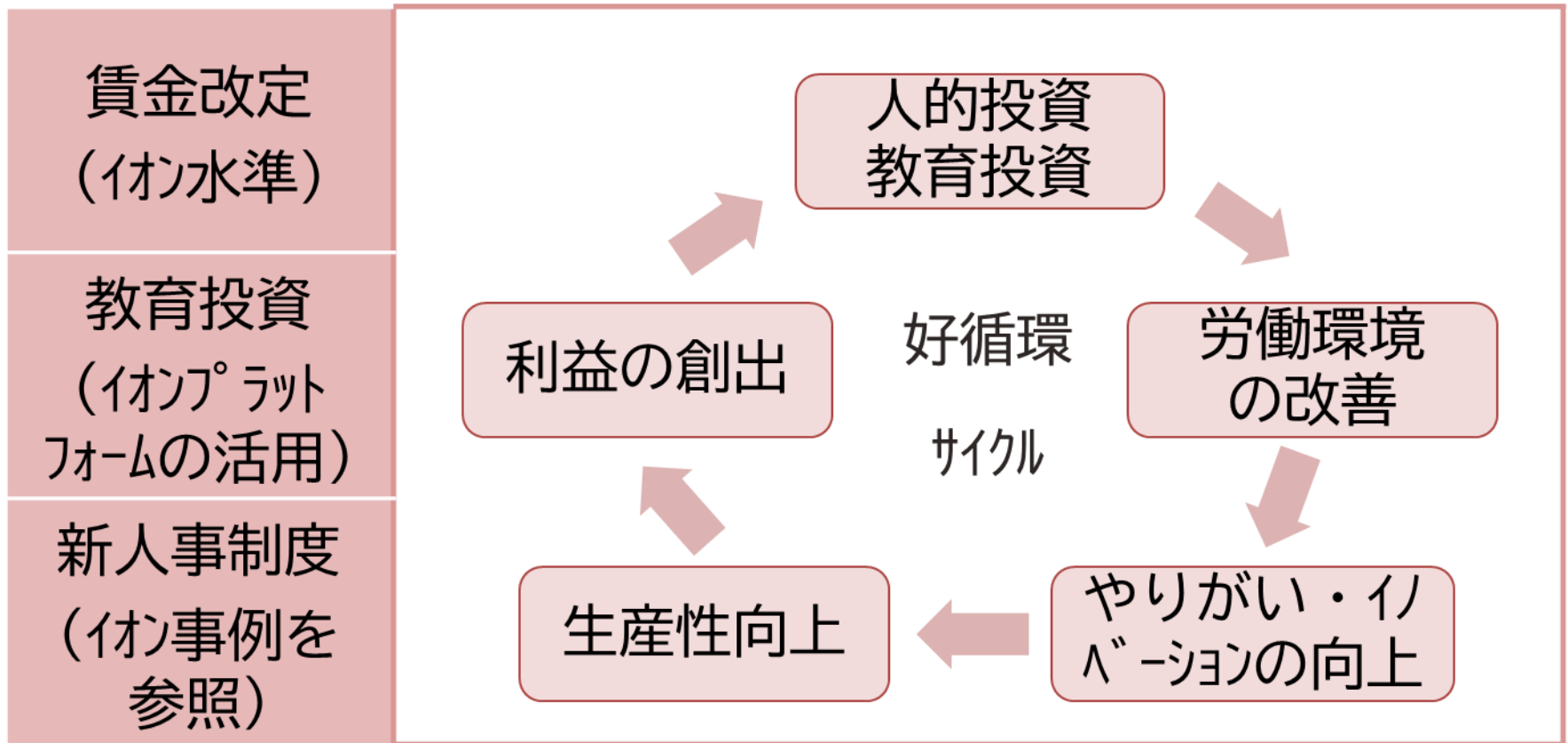
<p>店舗内物流の 再設計</p>	<ul style="list-style-type: none">・品出しオペレーションの刷新による人時効率の向上と欠品率の低減・ラインナップ管理と基本陳列方法の変更による商品補充頻度と欠品率の低減・小型活性化で店舗ポテンシャルを引き出し
<p>店舗運営ルールの 見直し</p>	<ul style="list-style-type: none">・各種オペレーションを店舗タイプごとに標準化し安定的なお買い物環境をお客さまに提供・標準人時設定を更新し、合理的な運営へ・多店舗管理ツールを活用した施策実行力の引き上げによる店舗間格差是正

セルフレジ導入の加速による生産性の向上

- ・ 2026年2月期末時点導入完了店舗数：79店舗
- ・ 2027年2月期導入計画店舗数：160店舗（累計239店舗）



生産性を高めるための人的資本への先行投資の継続と徹底



【 ご注意 】

本資料に掲載されている株式会社キャンドゥの現在の計画、見通し、戦略、認識、評価、想定等のうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確実な要因を含んでおります。これらの情報は、現在入手可能な情報から株式会社キャンドゥの経営者の判断に基づいて作成されております。

実際の業績は、様々な重要な要素により、業績見通しとは大きく異なる結果となりうるため、業績見通しのみに全面的に依拠することはお控えいただくようお願いいたします。

また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。

投資に関する決定は、利用者ご自身の判断において行われるようお願い申し上げます。