



2027年2月期 第1四半期決算

2026年7月10日

Agenda

1 連結業績

2 グループ中期経営計画(2026年度-2030年度) 重点施策の進捗・セグメント別実績の概要

- トップシェア事業の創出
- 次世代事業の構築
- 食品小売事業の収益構造改革
- 既存事業の再活性化
- 報告セグメント別実績一覧

3 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、営業利益は前年同期比33.6%増の大幅増益。第1四半期は、通期業績予想に対し想定を上回る着地

連結業績		2026年度 第1四半期			(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	29,419	25,668	14.6%	+3,750	
営業利益	752	562	33.6%	+189	
経常利益	635	480	32.3%	+155	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	138	-65	-	+203	

Agenda

1 連結業績

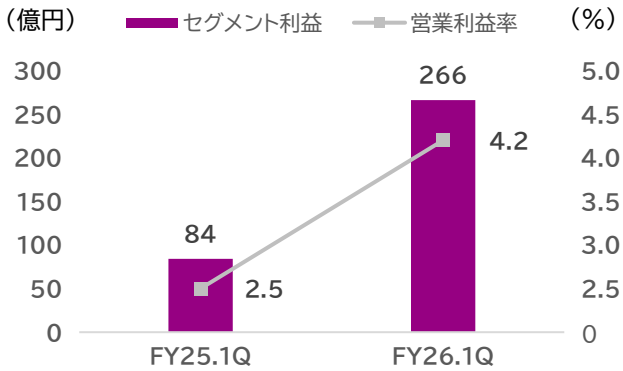
2 グループ中期経営計画(2026年度-2030年度) 重点施策の進捗・セグメント別実績の概要

- トップシェア事業の創出
- 次世代事業の構築
- 食品小売事業の収益構造改革
- 既存事業の再活性化
- 報告セグメント別実績一覧

3 2026年度の見通し

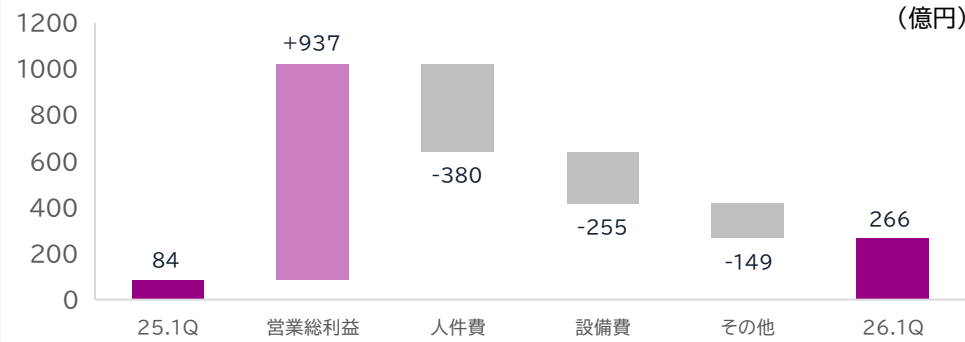
- ツルハグループ、ウエルシアグループ共に大幅増益。統合シナジーが順調に発現
- 統合効果による値入率改善に加え、売価統制や販促統合により荒利額を拡大。経費コントロールも奏功し、収益性が大幅に向上
- ドラッグ&フードモデルは新たに8店舗拡大、計18店舗へ。既存店客数、売上高共に二桁増で荒利高拡大に寄与

セグメント利益推移

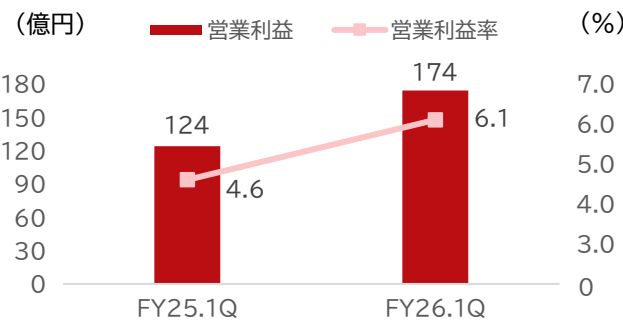


	営業利益	対前年同期比
H&W事業	266億円	216.0%増
ツルハG	174億円	40.1%増
ウエルシアG	122億円	41.8%増

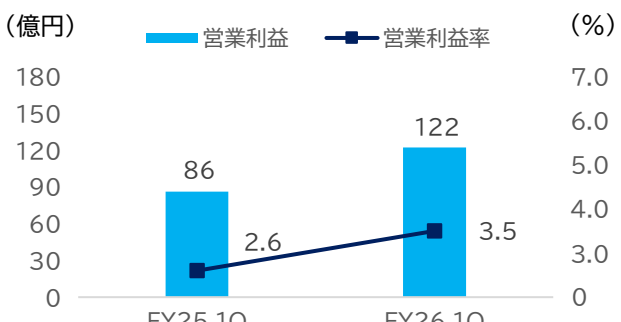
営業利益増減要因



● ツルハグループ



● ウエルシアグループ*1



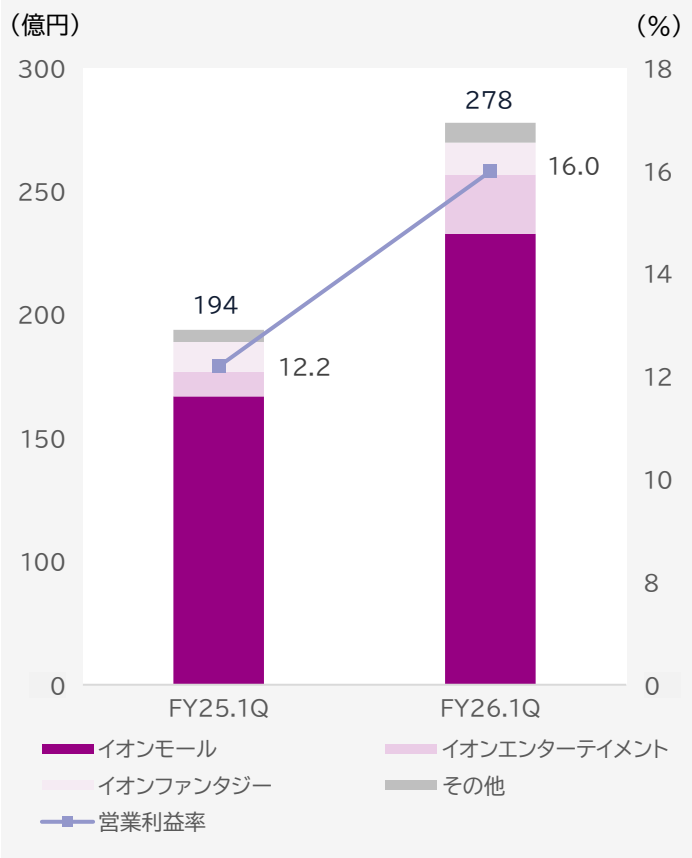
既存店売上高・客数前年同期比*2

(単位: %)	3月度	4月度	5月度	累計
既存売上高	3.3	5.0	4.6	4.3
物販	1.5	3.8	4.8	3.3
調剤	11.2	10.0	3.9	8.5
既存客数	0.4	1.0	2.4	1.2

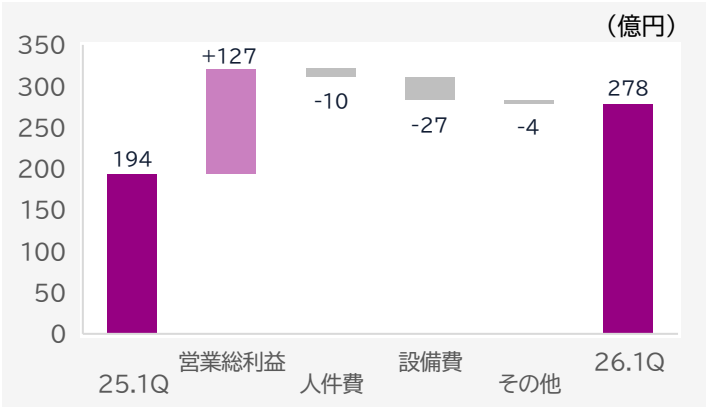
*1 ウエルシアグループのFY25.1Q営業利益実績はツルハグループとの統合後会計基準を遡及修正した数値 *2 ツルハHD連結(ツルハグループ・ウエルシアグループ経営統合後)数値

- イオンモールは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コンテンツが専門店売上を牽引。物販に留まらない多様な体験価値の提供に向け、過年度より活性化した店舗が収益向上に大きく貢献
- イオンエンターテイメントでは、非映画コンテンツによる動員数拡大やオリジナルグッズによる差別化が奏功し、大幅増益
- イオンファンタジーは増収増益。国内では「ちきゅうのにわ」「のびっこジャンボ」等の新業態のオープンを加速

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	120.8
(内)ODS*観客動員数	125.3
飲食・物販売上高	134.4

* 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	110.1
衣料品	107.4
服飾品	108.9
雑貨	115.3
飲食	119.7
アミューズメント・シネマ	118.6
サービス	106.8
専門店小計	111.3
合計	107.8

FY25,26.1Q
国内リニューアル32モール
専門店売上前年同期比
110.4%
(対リニューアル未実施モール
+3.8%)

イオンファンタジー新業態のオープンを加速

「遊び」と「新たな体験価値」の提供を拡大



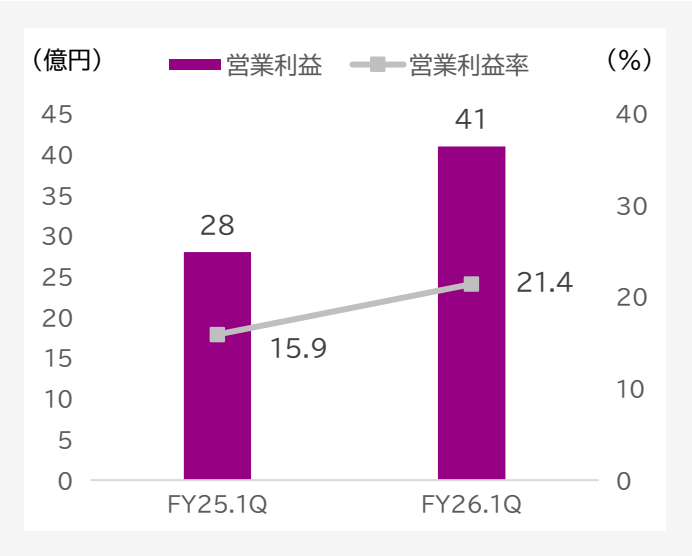
のびっこジャンボ

「ちきゅうのにわ」3店舗
「のびっこジャンボ」2店舗
「クレーン横丁 極」2店舗
を新たにオープン

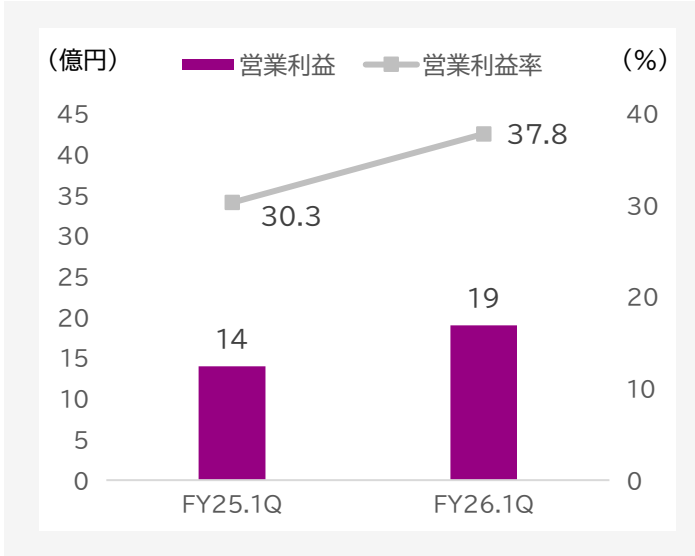
- イオンモールは中国・ベトナムともに国内を上回る利益成長
- 中国では消費者ニーズに対応した既存モールの活性化が奏功し客数増。ベトナムでは同国経済成長を取り込み堅調に事業を拡大
- イオンファンタジーでは収益力向上と投資効率を重視した活性化が奏功しアセアン事業が増収増益

イオンモール海外事業営業利益推移

● 中国



● ベトナム



7月3日開業
「AMダナン タンケー」
ベトナムでは
下期にさらに
2モール開業予定



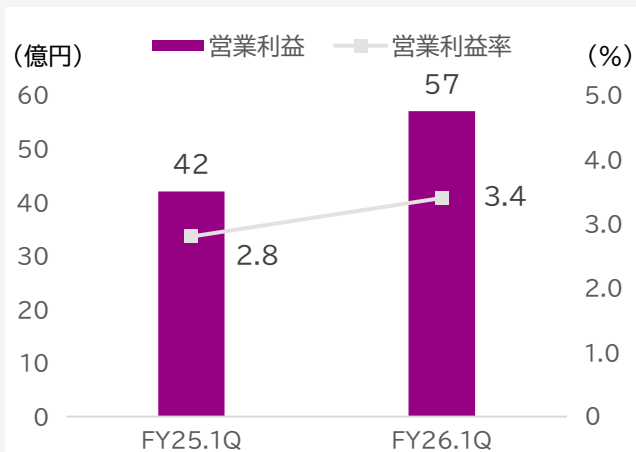
昨年12月ハノイに開業
イオンシネマベトナム1号店
今年1月にはハイフォンに
2号店を開業

国内 35.5%増
中国 45.6%増
ベトナム 38.2%増

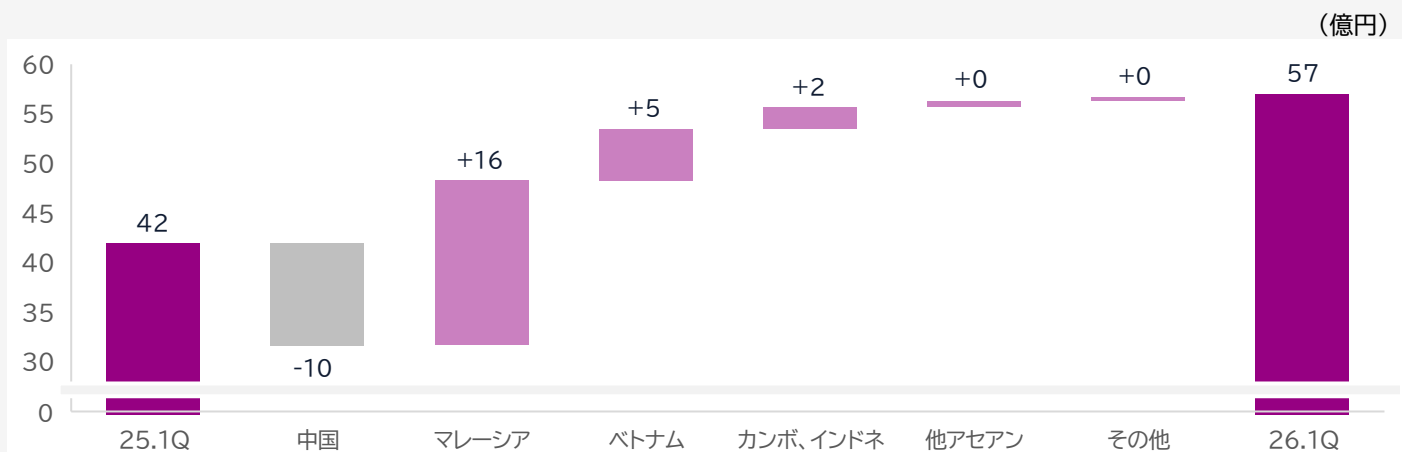
- 中国は人口集積と都市化が進展する華東エリア(内陸部)が好調
- ベトナムは既存モール専門店売上高が対前年同期比128.8%

- 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、中国事業の不振を補い国際事業として大幅増益
- 最重点エリアであるベトナムでは、過年度からの出店拡大により同国の経済成長を取り込み約1.7倍の大幅増益
- 中国:ディベロッパー、総合金融は好調も、低調な消費マインドや競争激化により小売は苦戦

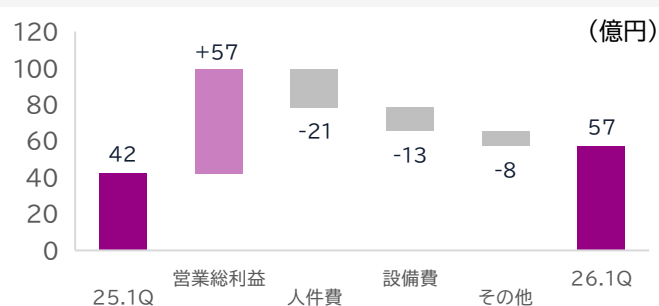
セグメント利益推移



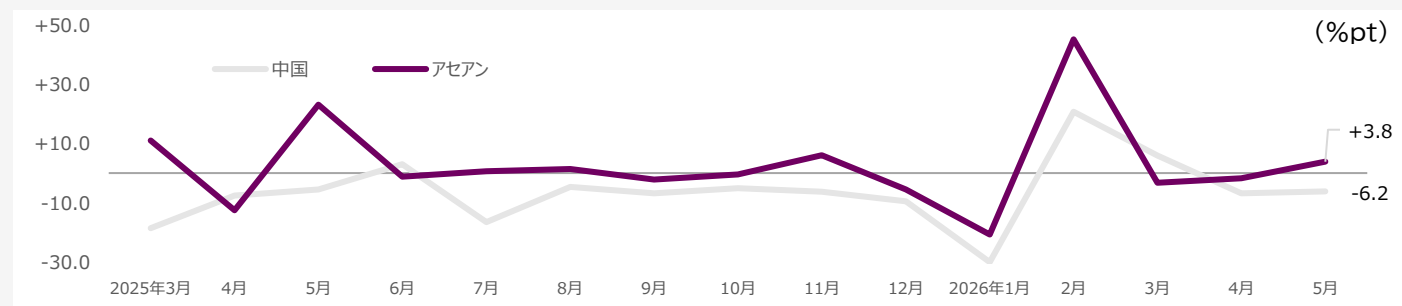
セグメント利益エリア別増減要因



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

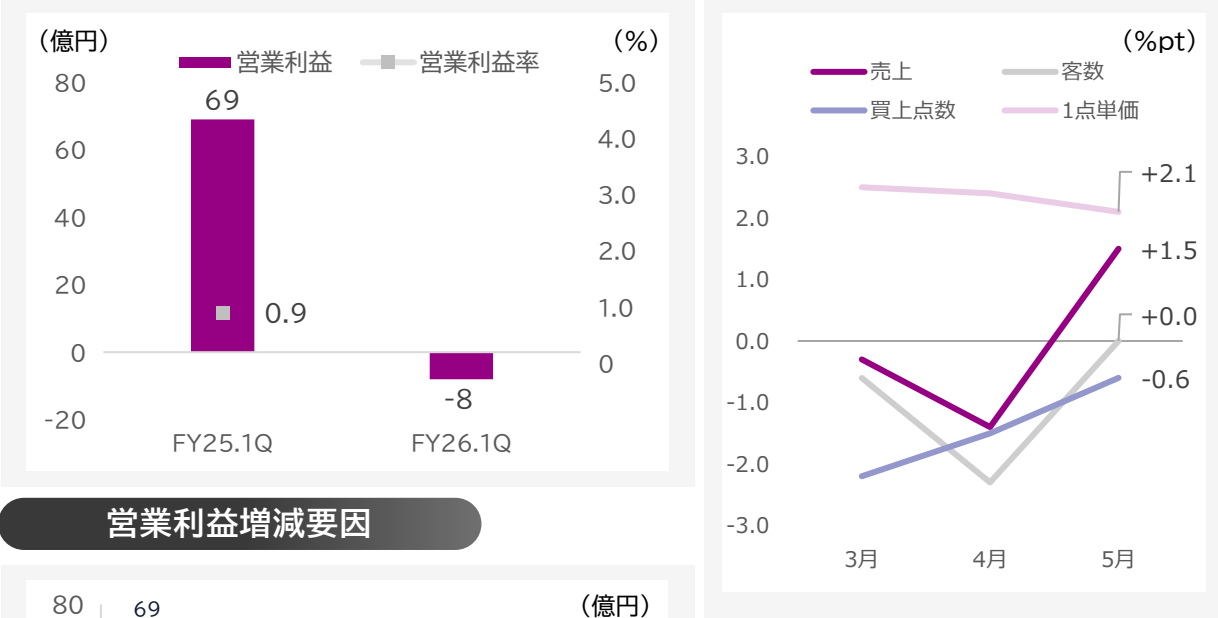


*1 報告セグメント「国際事業」は、アセアン地区及び中国における小売事業であり、ディベロッパー事業や総合金融事業等の海外事業は含まれておりません

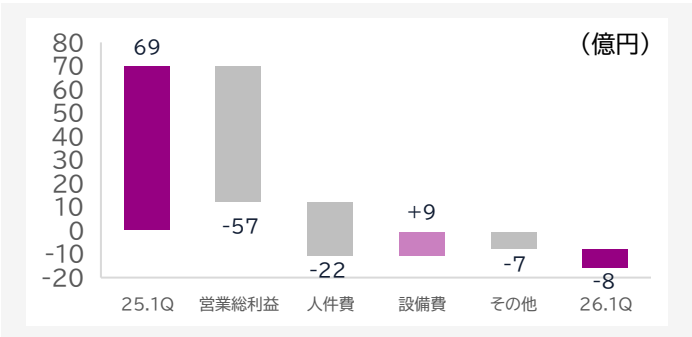
*2 管理会計、アセアン:イオンマレーシア、イオンビッグマレーシア、イオンタイランド、イオンベトナム、中国:イオン香港、イオン華東、青島イオン、広東イオン、北京イオン、イオン華南、イオン湖北

- 前年コメ相場高の反動減の影響や価格政策と販促施策の連動が不十分等により、トップラインが伸び悩み、SM・DSは減益
- まいばすけっとは、店舗数を着実に拡大(累計店舗数1,337店)。既存店平均日販は前年同期比0.6%増の71.7万円
- 収益構造改革に向けた、PB拡販、店舗DX、商品IDの統合、グループ共同調達の実施等は着実に進展(後述)

スーパーマーケット事業 | セグメント利益推移、既存店売上等前年同期比*

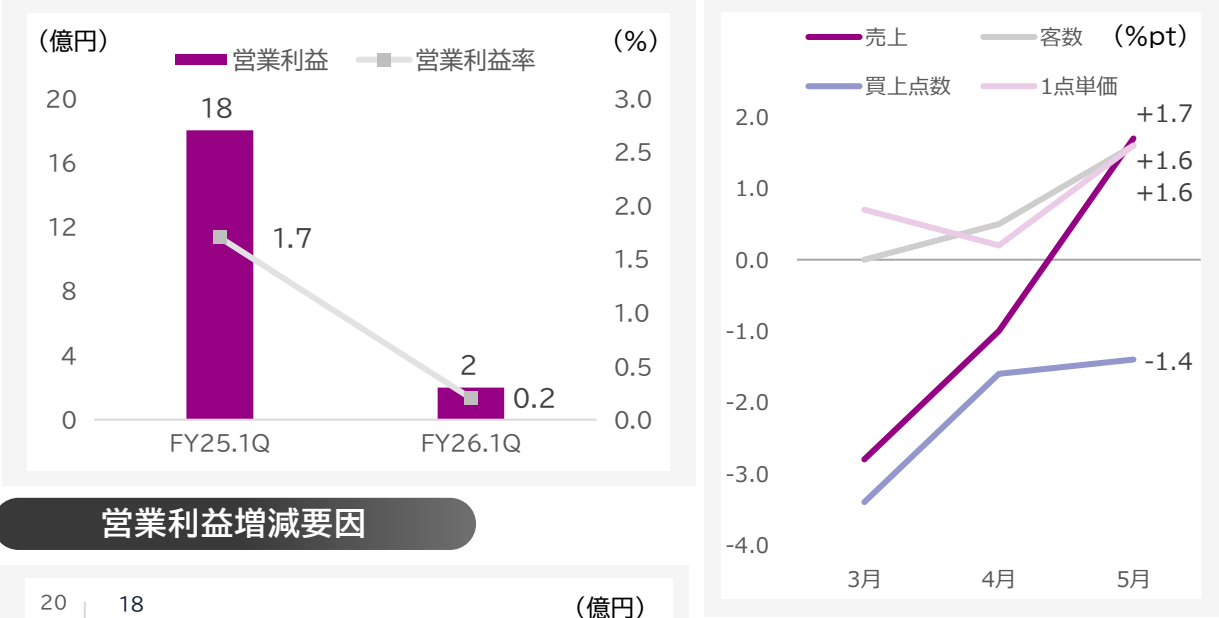


営業利益増減要因

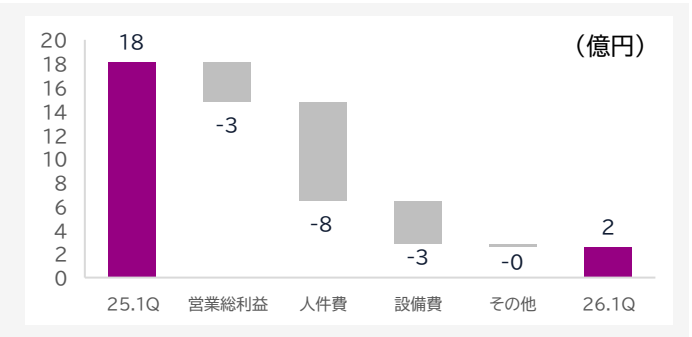


トップバリュ「価格凍結宣言」開始の5月は既存店売上・客数ともに改善傾向

ディスカウントストア事業 | セグメント利益推移、既存店売上等前年同期比



営業利益増減要因



トップバリュ「価格凍結宣言」開始の5月は既存店売上・客数ともに改善傾向

* 管理会計 スーパーマーケット事業主要企業13社

- 今期業績回復に向け、「価格競争力の強化」「商品力の強化」「オペレーション改革」を推進
- トップバリュは、メガアイテム(年間売上高10億円超の商品)を100アイテムから300アイテムへ

2026年度業績回復に向けた短期施策

価格競争力の強化

- トップバリュや重点NBの価格訴求を強化
- 価格と販促との連動性を改善し、価値を的確に訴求するプロモーションを展開

商品力の強化

- トップバリュメガアイテムの拡大
- 生鮮・デリカ等の差別化商品の磨き込み
- DS:専用PBの拡販、2桁価格訴求

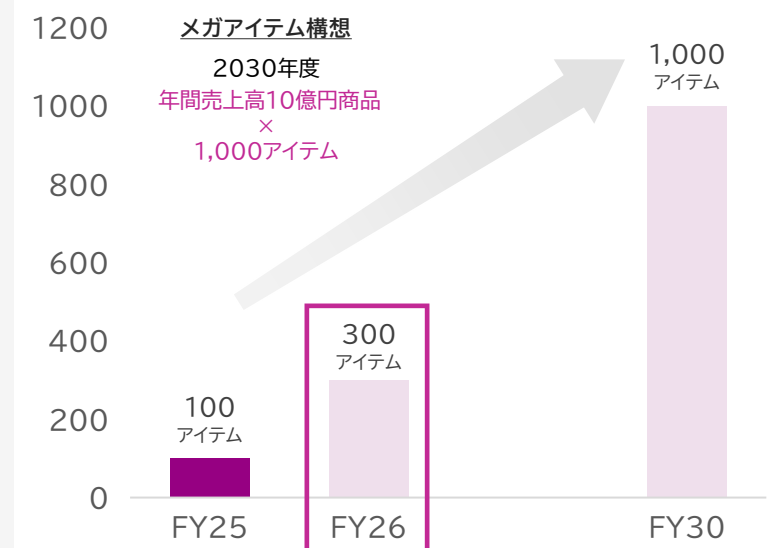
オペレーション改革

- 店舗DX継続による人時生産性向上
- 大型店舗で製造した商品を周辺店舗へ展開するマイクロプロセスセンターの活用拡大

メガアイテム構想に向けた取り組み

トップバリュ売上高前年同期比 105%(うち食品のみ105%)

食品トップバリュ売上高構成比 15.9%(前年同期比0.6%増)

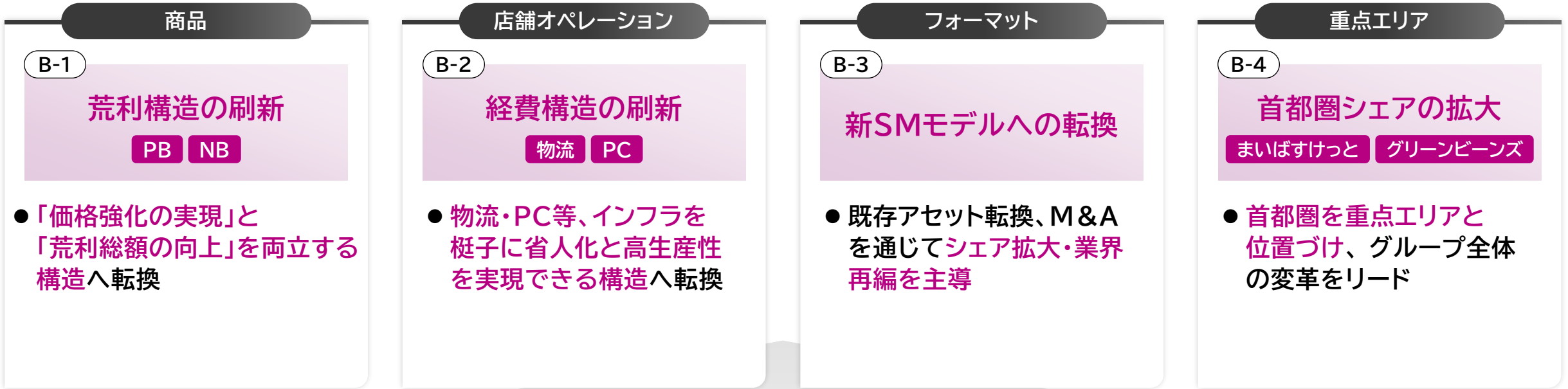


年間売上高5億円以上の商品から
約200アイテムを選定

7月より、
グループ横断的に
拡販強化

▶ 単品販売量を高め原価低減効果を向上、価格への再投資で来店客数拡大を図る

- 「商品」「店舗オペレーション」「フォーマット」を一体として連動させる事業構造へのシフトを図る
- 実行を支える基盤・体制整備をHLDGSが主導し、スケールを利益に転換する収益構造へ着実に転換させる



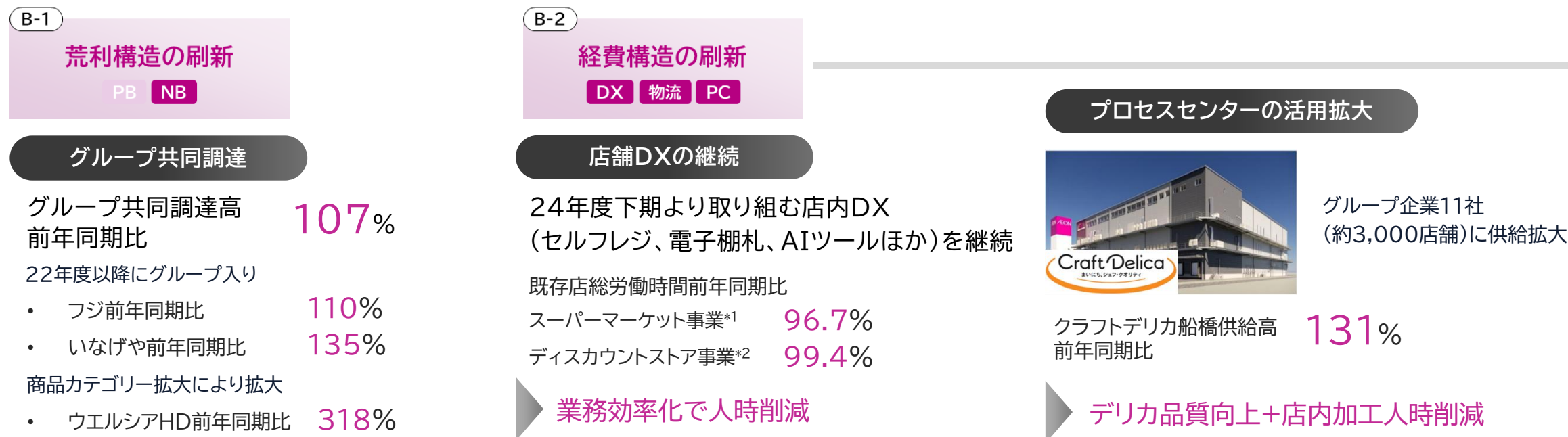
グループ共通基盤

- グループ全体の商品ID・顧客ID統合
- サプライチェーン全体の情報の可視化
- データ活用を促進するグループ共通データ基盤

実行体制

- 最適化の単位を、個社からリージョナル・グループへ
- インフラ設計・投資配分・導入をHLDGSが主導
- 科学的MD・データ分析の高度化を担う専門部隊の組成

■ スケールを利益に転換する収益構造へ向けて、荒利・経費構造の刷新に向けた取り組みは着実に進展



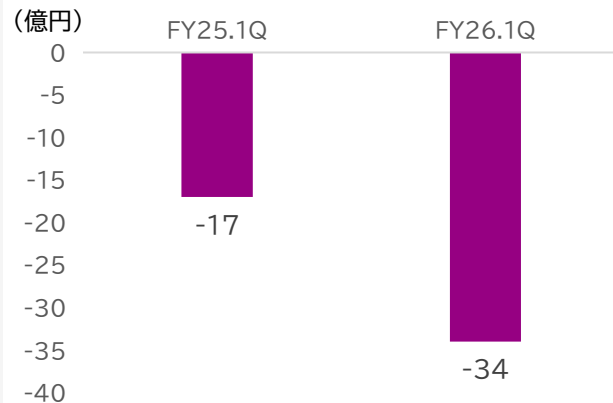
グループ共通基盤

- グループ全体の商品ID・顧客ID統合
- サプライチェーン全体の情報の可視化
- データ活用を促進するグループ共通データ基盤

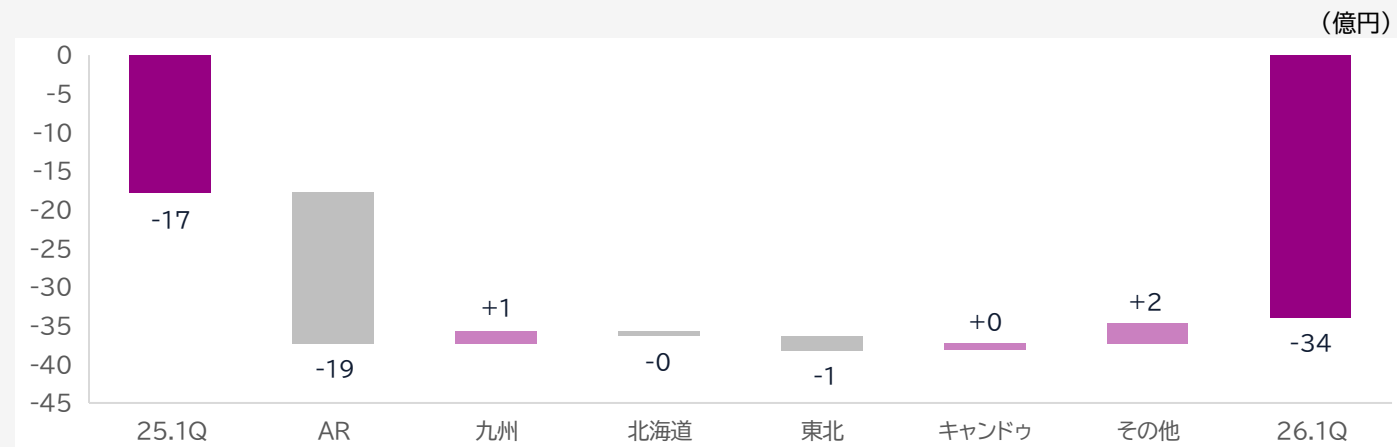
8月からグロサリー、デイリー等の
統合IDを事業会社・機能会社計19社で活用開始
需要予測を高度化

- 前年のコメ・野菜相場高による売上押し上げ効果の剥落等で食品が伸び悩み営業損失が増加
- 季節需要の取り込みにより衣料、住居余暇、H&BCの非食品ラインは荒利増益
- 法人別では、イオンリテール、イオン北海道、イオン東北が減益。イオン九州、キャンドウが増益

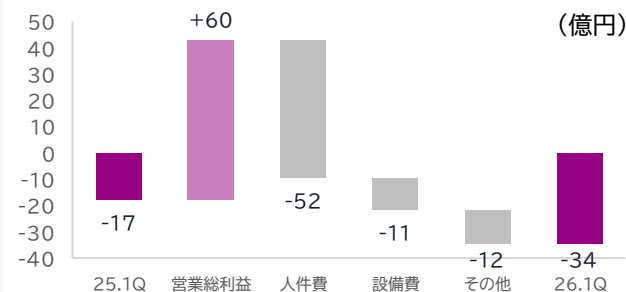
GMS事業 | セグメント利益推移



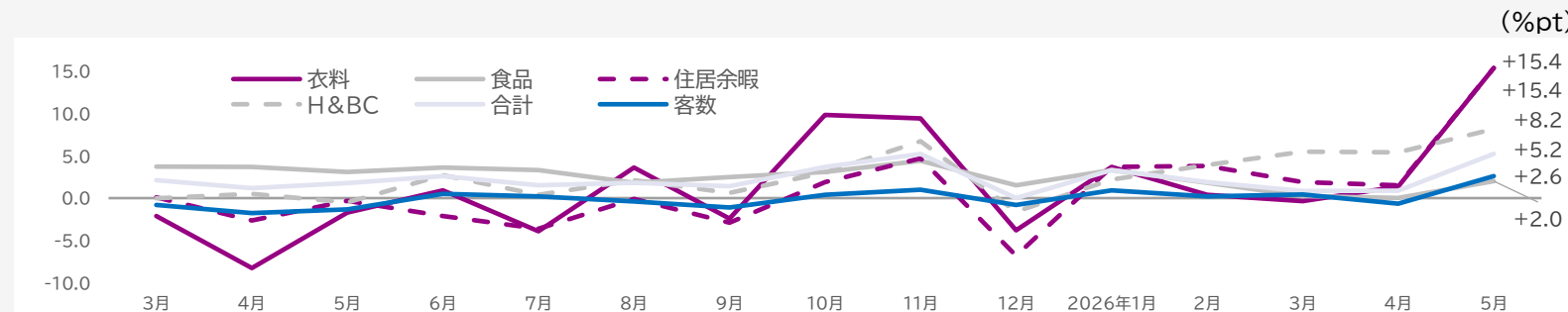
セグメント損益法人別増減要因*1



営業利益増減要因

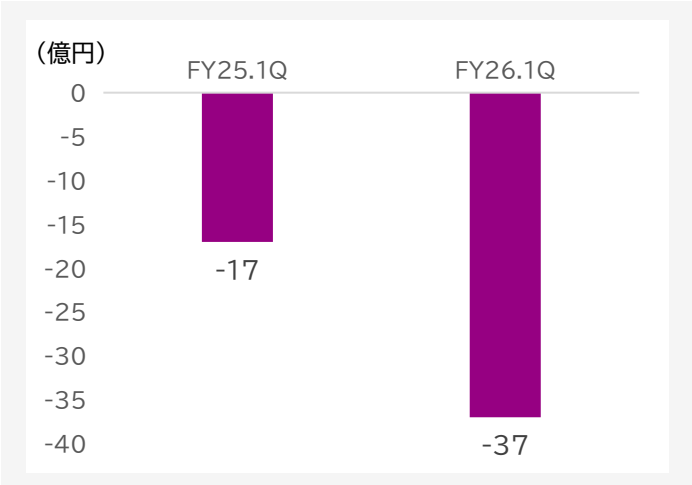


ライン別既存店売上・客数前年同期比*2

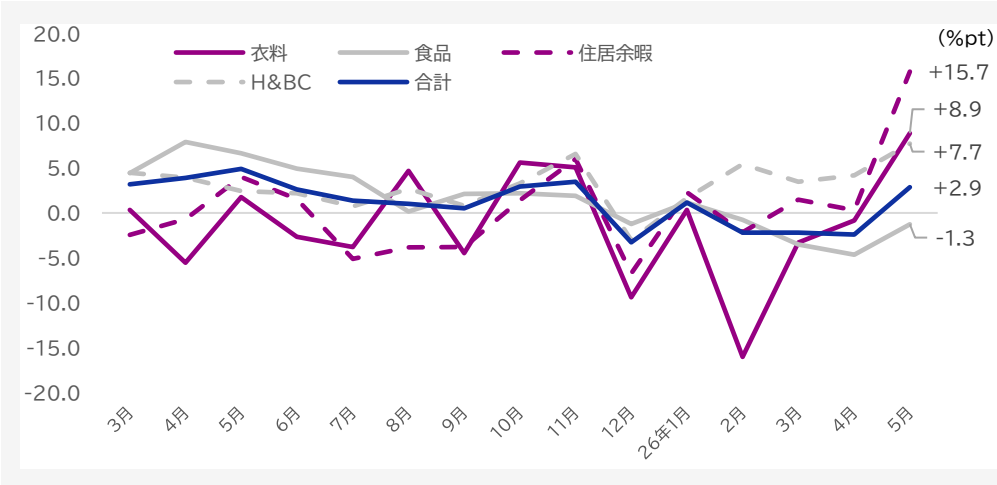


- 食品荒利が減益となり営業損失が増加。衣料・住居余暇・H&BCの非食品ラインは荒利増益
- 衣料・住居余暇は過年度からの「専門店化」と「売場モデル」の推進が奏功し客層を拡大
- 新たな収益事業の柱を目指す「リテールメディア事業」ではメーカーとのアライアンス増加で営業利益が二桁成長

営業損益推移



ライン別荒利額前年同期比推移*1

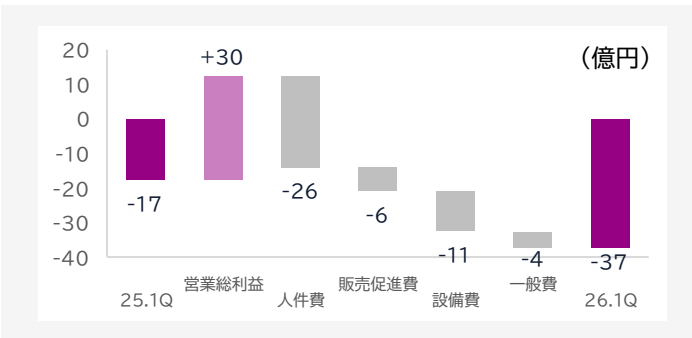


「専門店化」×「売場モデル」
で衣料・住居余暇を強化

アパレル専門店モデルは累計34店舗
若年層獲得 カジュアル強化
Doublefocus SELF+SERVICE

住居余暇改革実験店舗は累計11店舗
エンタメ分野の強化等で
実験店舗全店で坪効率を大幅に改善

営業損失増減要因



その他重要指標

既存店売上高 前年同期比	102.4%	既存店客数 前年同期比	101.1%
トップバリュ売上高 前年同期比	103.0%	食品トップバリュ売上高 前年同期比	102.1%
人時生産性 前年同期比*1	102.1%	在庫 前期末増減	1,386億円 +52億円
人件費 前年同期差	+26億円	水光熱費 前年同期期差	+0.9億円

新たな収益事業の確立

リテールメディア事業

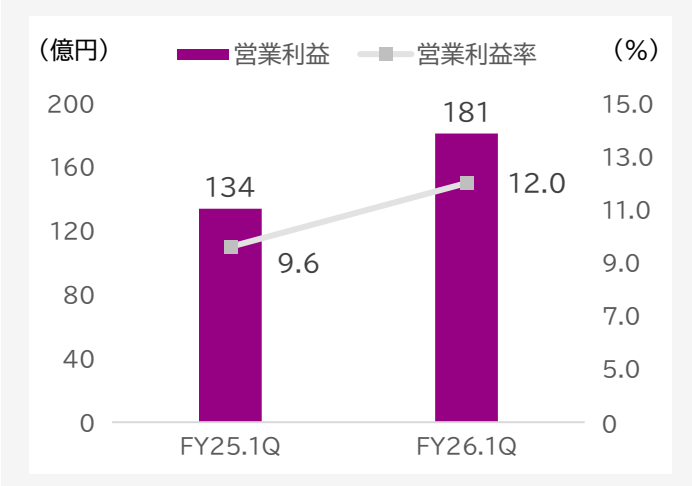
営業利益前年同期比 **110.6%**

- 商品販促効果でメーカーとのアライアンス増加
- 「売場」×「メディア」で成長加速

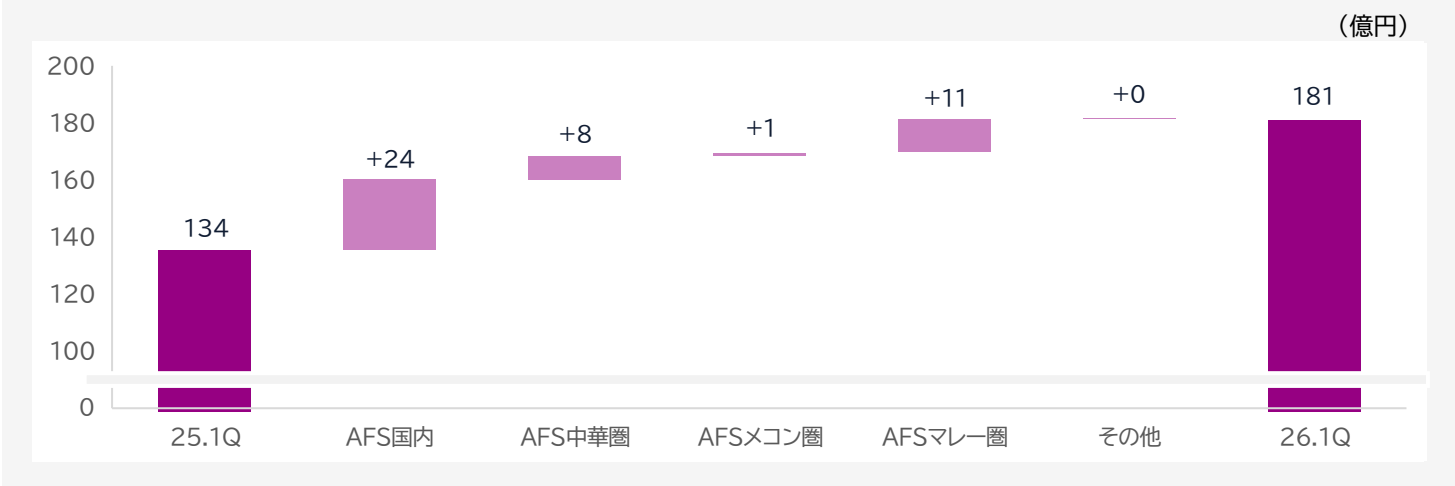
*1 管理会計

- 国内外で取扱高・債権残高を拡大し、大幅増益
- 国内では、分割債権や住宅系ローン残高を拡大。AEON Pay会員数は、期首差160万人増の1,368万人に増加
海外では全エリアで増収増益。ベトナム金融子会社はイオン生活圏形成に向け、現地グループ各社と連携し順調に事業を拡大
- 競争力強化に向け、国内新基幹システムを6月より稼働。システム入替に伴う費用は第2四半期以降に計上

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	20,385	104%	15,834	+894
	キャッシング	955	92%	4,389	+36
	住宅ローン	1,205	131%	40,846	+381
海外	ショッピング	1,270	110%	1,763	▲10
	キャッシング	500	106%	1,535	▲29

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	172%	33	134%	41	103%	40	141%
貸倒関連費用		62	96%	20	103%	84	107%	99	120%

*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

2026年度 第1四半期

		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	GMS事業	9,232	3.9%	-34	-16	-
	スーパーマーケット事業*1	7,572	-0.4%	-8	-77	-
	ディスカウントストア事業	1,092	1.1%	2	-15	-85.8%
	ヘルス&ウェルネス事業*2	6,380	89.9%	266	+182	216.0%
	(内ツルハグループ除く*3)	3,542	5.4%	137	+39	41.0%
	総合金融事業	1,515	8.8%	181	+47	35.6%
	ディベロッパー・エンターテイメント事業*1	1,740	9.2%	278	+84	43.3%
	サービス・専門店事業*1	1,583	2.6%	44	-3	-7.4%
	国際事業	1,696	11.9%	57	+14	35.0%
その他		225	21.0%	-36	-8	-
調整額*1		-1,618	—	0	-18	-99.1%
連結合計		29,419	14.6%	752	+189	33.6%

*1 過年度実績はセグメント移動会社を調整 *2 ツルハHD連結子会社化に伴うのれん等償却費：23億円を含む *3 連結調整除く同規模比較

Agenda

1 連結業績

2 グループ中期経営計画(2026年度-2030年度) 重点施策の進捗・セグメント別実績の概要

- トップシェア事業の創出
- 次世代事業の構築
- 食品小売事業の収益構造改革
- 既存事業の再活性化
- 報告セグメント別実績一覧

3 2026年度の見通し

- 通期業績予想に対して、第1四半期は想定を上回り進捗
- 第2四半期は、酷暑を背景とした生活課題に対応し、前年に続き、グループを挙げた涼感提案を推進
- H&Wのさらなるシナジー発現と食品小売の回復を図り、通期業績予想達成に向けた成長を加速

(億円)

2026年度

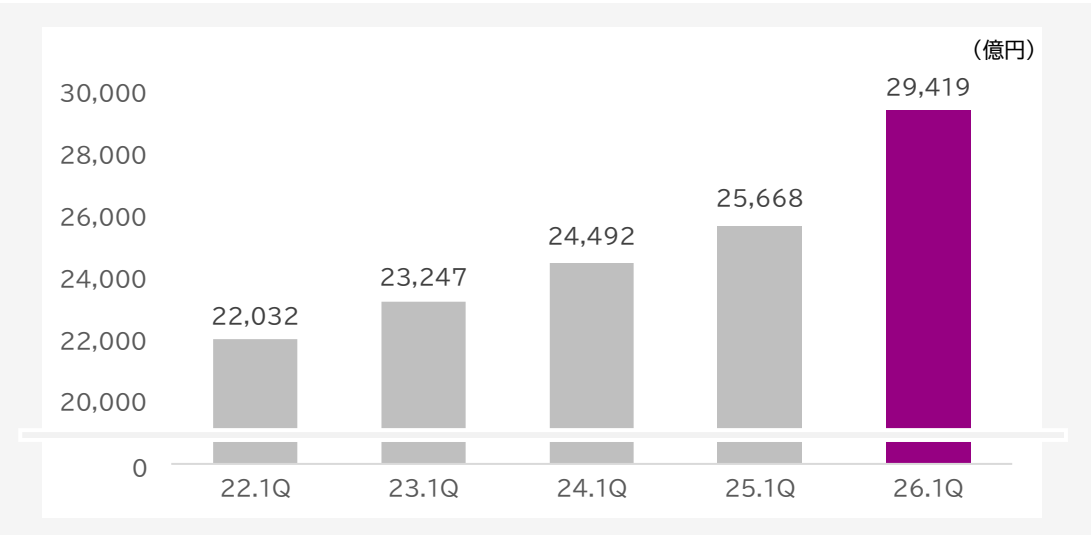
	予想	前期比	前期差	第1四半期実績	進捗率
営業収益	120,000	+12.0%	+12,847	29,419	24.5%
営業利益	3,400	+25.7%	+695	752	22.1%
経常利益	2,900	+19.3%	+470	635	21.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	730	+0.4%	+3	138	18.9%

Agenda

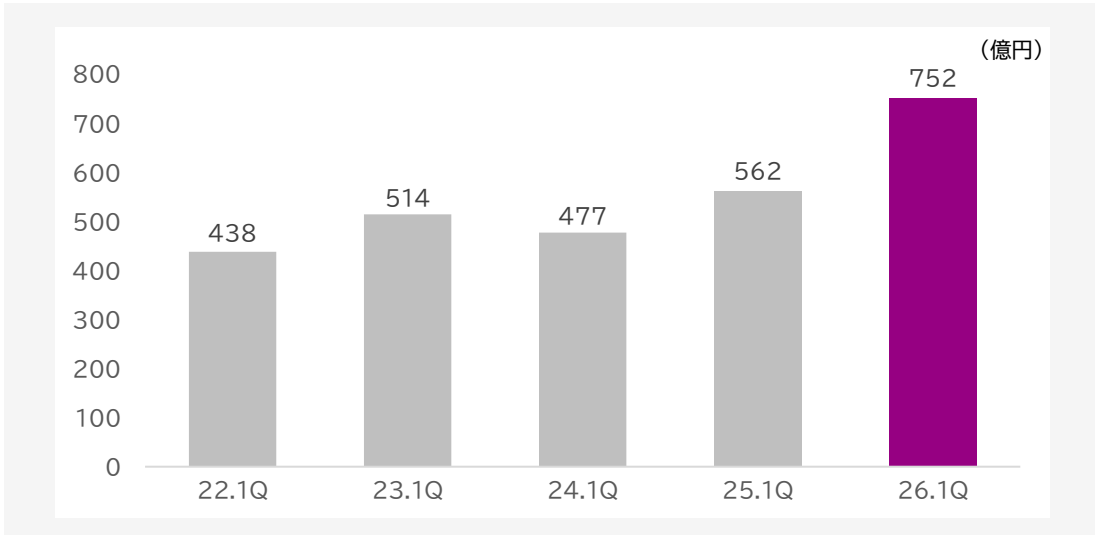
Appendix

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	2026/5	前期末差		2026/2	2026/5	前期末差
現預金	13,500	12,135	△1,365	支払手形・買掛金	14,759	16,293	+1,534
受取手形・売掛金 (割賦売掛金含む)	18,876	20,162	+1,286	有利子負債 (金融子会社除く)	30,264	31,408	+1,144
たな卸資産	8,295	8,430	+135	有利子負債 (金融子会社)	14,389	14,296	△92
営業貸付金・ 銀行業における貸出金	38,613	39,762	+1,149	銀行業における預金	54,740	54,172	△568
有形固定資産	39,415	40,126	+710	負債合計 (金融子会社除く)	131,653 (58,979)	134,069 (61,300)	+2,415 (+2,320)
投資その他資産	11,540	11,438	△102	株主資本	10,256	10,209	△47
資産合計 (金融子会社除く)	153,696 (76,058)	155,935 (78,238)	+2,238 (+2,180)	純資産合計 (金融子会社除く)	22,042 (17,078)	21,865 (16,937)	△176 (△140)
				負債・純資産合計 (金融子会社除く)	153,696 (76,058)	155,935 (78,238)	+2,238 (+2,180)

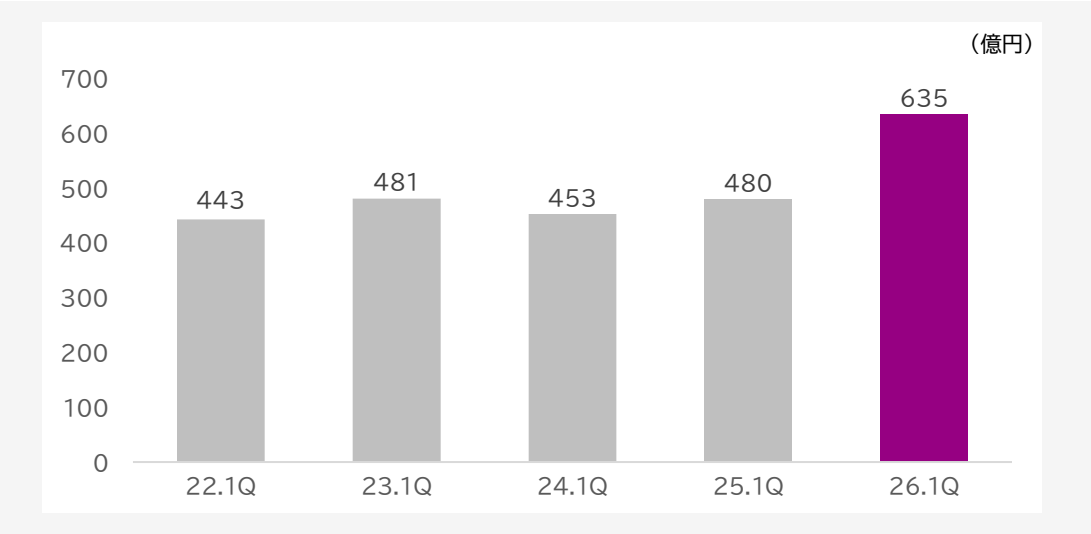
営業収益



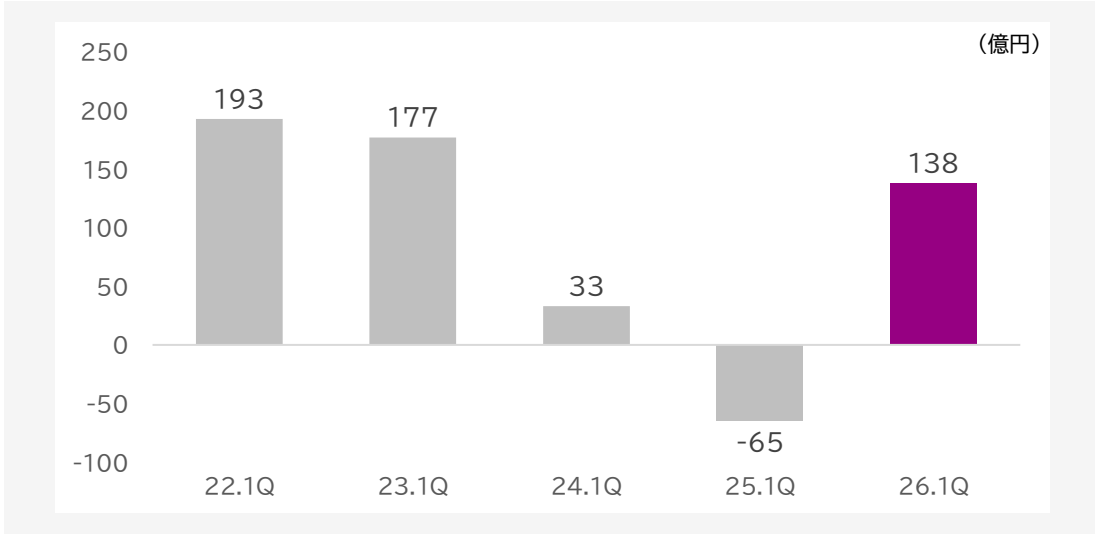
営業利益



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	20円	7.5円 (22.5円)
期末	7円 (21円)	7.5円 (22.5円)
合計	27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