



2025年2月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕(連結)

2025年1月10日

上場会社名 ミニストップ株式会社

上場取引所 東

コード番号 9946

URL <https://www.ministop.co.jp/>

代表者(役職名) 代表取締役社長

(氏名) 藤本 明裕

問合せ先責任者(役職名) 執行役員経営管理本部長

(氏名) 本橋 直樹 (TEL) 043-212-6472

配当支払開始予定日 —

決算補足説明資料作成の有無 : 有

決算説明会開催の有無 : 無

(百万円未満切捨て)

1. 2025年2月期第3四半期の連結業績(2024年3月1日~2024年11月30日)

(1) 連結経営成績(累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	営業総収入		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025年2月期第3四半期	66,578	10.1	△2,023	—	△1,692	—	△1,854	—
2024年2月期第3四半期	60,486	△3.9	86	—	585	29.0	313	△97.9

(注) 包括利益 2025年2月期第3四半期 △2,251百万円(— %) 2024年2月期第3四半期 235百万円(△98.4%)

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2025年2月期第3四半期	△63.92	—
2024年2月期第3四半期	10.81	10.81

(2) 連結財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2025年2月期第3四半期	87,807	37,848	42.4
2024年2月期	77,900	40,681	50.9

(参考) 自己資本 2025年2月期第3四半期 37,237百万円 2024年2月期 39,633百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2024年2月期	—	10.00	—	10.00	20.00
2025年2月期	—	10.00	—	—	—
2025年2月期(予想)	—	—	—	10.00	20.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

3. 2025年2月期の連結業績予想(2024年3月1日~2025年2月28日)

(%表示は、対前期増減率)

	営業総収入		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	90,000	13.8	△2,300	—	△1,900	—	△2,500	—	△86.18

(注) 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 有

※ 注記事項

(1) 当四半期連結累計期間における連結範囲の重要な変更 : 無
新規 一社 (社名) 、除外 一社 (社名)

(2) 四半期連結財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無

(3) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無

② ①以外の会計方針の変更 : 無

③ 会計上の見積りの変更 : 無

④ 修正再表示 : 無

(4) 発行済株式数 (普通株式)

① 期末発行済株式数 (自己株式を含む)

2025年2月期3Q	29,372,774株	2024年2月期	29,372,774株
2025年2月期3Q	364,405株	2024年2月期	364,100株
2025年2月期3Q	29,008,546株	2024年2月期3Q	29,009,010株

② 期末自己株式数

③ 期中平均株式数 (四半期累計)

※ 添付される四半期連結財務諸表に対する公認会計士又は監査法人によるレビュー : 有 (任意)

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想のご利用にあたっては、添付資料P. 9「1. 当四半期決算に関する定性的情報 (3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	9
(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明	9
2. 四半期連結財務諸表及び主な注記	10
(1) 四半期連結貸借対照表	10
(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書	12
四半期連結損益計算書	12
第3四半期連結累計期間	12
四半期連結包括利益計算書	13
第3四半期連結累計期間	13
(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項	14
(四半期連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項)	14
(継続企業の前提に関する注記)	14
(キャッシュ・フロー計算書に関する注記)	14
(株主資本等関係)	14
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	14
(セグメント情報等)	15
(収益認識関係)	16
(1株当たり情報)	17
独立監査人の四半期連結財務諸表に対する期中レビュー報告書	18

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当第3四半期連結累計期間において、日本国内では引き続き雇用・所得環境の改善が進むなか、9月以降の記録的な残暑により飲食料品を中心に消費活動が活発となり個人消費の持ち直しが続いたことにより、景気は緩やかに回復しました。しかしながら、不安定さを増す国際情勢による原材料価格の高騰や円安による物価上昇が消費者の節約志向を強めるとともに、価格と価値の二軸に対する一層合理的な購買行動を促進しております。引き続き、米国をはじめとした政治的・経済的変化による物価高騰が予想され、景気の先行きは不透明な状況が続いています。

このような環境において、当社グループは“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。”をミッションに、2024年度下半期より「構造改革の断行と戦略的成長の推進」の方針のもと、構造改革を重点施策として経営資源を集中し推進しております。2024年度上半期における直営店舗の増加とそれに伴う人財課題への対策、期首計画より先行して移行を進めているパートナーシップ契約店舗に対する効果的・効率的な経営指導への転換を加速して推し進めており、2023-2025中期経営計画最終年度である25年度での完遂に向け全社一丸となって取り組んでおります。

国内事業では、創業以来のコンポストモデルの構成要素である「ファストフード」と「コンビニエント」両方の価値を磨き上げ個店競争力を高めるNewコンポストモデル確立を推し進め、第2フェーズとして、「ファストフード」と「コンビニエント」それぞれの提供価値の更なる進化に取り組みました。また、9月以降も続く記録的な残暑や10月の飲食料品をはじめとした価格改定に計画的に対応し、お手頃価格の飲料やコールドスイーツを訴求したことにより既存店日販が伸長しました。価格訴求も推し進め売場展開の定着が進みましたが、一方で買い合わせにつなげる取り組みは途上となったほか、コンビニエンスストア商品の価値型商品の投入が遅れたことにより、売上総利益率が伸び悩みました。5月に開店したNewコンポストモデル第2フェーズを体現するフラッグシップ店舗では、「ファストフード」と「コンビニエント」の進化に取り組み、既存店へ展開する成功カセットの創出を推し進めました。創業以来のノウハウとグループシナジーを活用した取り組みはフラッグシップ店舗のみならず成功カセットを水平展開した既存店でもお客さまのご支持を頂いております。また、既存店活性化はNewコンポストの成功カセット導入と加盟店を主体にお客さま第一のマインドセットを醸成する「心装」を柱として61店舗で実施しました。

経営指導体制/本部改革は、ミニストップパートナーシップ契約を主軸とした経営指導への転換に向け、採用や教育といった人財対策をはじめとするマネジメントシステム改革をベースに、直営店経営モデルの再生から推進しております。直営店は2024年11月末時点で256店舗と前年同期より67店舗増となりました。採用や教育といった人財対策から取り組みを進めているほか、廃棄・ロス削減をはじめとした経営効率化を推し進めました。また、ミニストップパートナーシップ契約店舗は2024年11月末時点で全加盟店の半数を超える821店舗と期首計画より先行して移行を進めました。加盟店経営者一人一人と向き合う体制の構築を推進しており、効果的・効率的な経営指導を実現する経営指導改革を推し進めてまいります。

新事業では、デリバリーサービスについて24時間受付対応や品揃え拡充をはじめお客さまの利便性向上に取り組んだほか、新規顧客獲得に向けた販売促進を拡充しました。Eコマースでは、リアル店舗の好調商品や人気コンテンツと連動したコラボ企画のほか、ブラックフライデー企画をリアル店舗と連携し当第3四半期連結会計期間のEコマースの売上高は前年同期比310%超伸長しました。職域事業ではオフィスなどの施設内に設置する無人コンビニ「MINISTOP POCKET（ミニストップ・ポケット）」をはじめ関連サービスを含む拠点数が2024年11月末時点で1,600拠点を超え、近畿圏への拡大と病院など新たなロケーションである半職域マーケットへの拠点展開を進めております。また、ダークストアやクラウドキッチンの拡大を推し進め、ミニストップ店舗事業とのシナジー創出とともに安定した事業利益を創出してまいります。

海外事業では、ベトナム事業で経済環境や消費動向の変化への対応を進めるため、親会社担当役員の関与を強めております。個店モデル確立とカテゴリーマネジメントに基づく商品設計、後方支援体制の整備を推進し32店舗を新規に出店しました。変化するお客さまのニーズに対応した高付加価値商品の品揃え拡充と訴求に加えて、実証に基づく価格政策の再設計を推し進め、チェーン全店売上高は前年同期比119.0%となりました。また、後方支援体制の整備では、1人の店舗責任者が複数店舗を管理するスーパーインテント制（以下、SI制）拡大に向けた業務効率化と教育制度設計に取り組みました。

これらの施策を着実に遂行するためのマネジメントシステム改革は、人財対策を中心として推進しております。人財採用およびイオングループとの人財交流、教育を中心に成長に向けた人員体制の整備を推し進めております。また、パーパス経営の実践に向け、従業員のエンゲージメント向上を図る研修を全部門で進め、新たな価値創造と社会課題の解決に向けた取り組みを推進しました。

この結果、当第3四半期連結累計期間の営業総収入は665億78百万円（前年同期比110.1%）、営業損失20億23百万円（前年同期実績 営業利益86百万円）、経常損失16億92百万円（前年同期実績 経常利益5億85百万円）、親会社株主に帰属する四半期純損失18億54百万円（前年同期実績 親会社株主に帰属する四半期純利益3億13百万円）となりました。

各セグメント別の業績は以下のとおりです。

[国内事業]

長期化する9月以降の残暑に対し計画的に訴求したお手頃価格の飲料やコールドスイーツが好調に推移したほか、好調な店内手づくり米飯の品揃え拡充と主食核商品のリリースとしては11年ぶりになる「ホットドッグ」を全国展開したことによりミニストップ単体のチェーン全店売上高は前年同期比100.6%となりました。ミニストップ店舗の既存店1店1日あたりの売上高の前年比は100.4%となり、既存店平均客数は同100.3%、既存店平均客単価は同100.1%となりました。コンビニエンスストア商品の既存店日販は同98.9%、店内加工ファストフード商品の既存店日販は同109.0%となりました。また、お客さまの節約志向にお応えするために、コンビニエンスストア商品のおにぎりや菓子パンを中心に価格訴求型の品揃えを拡充したことにより、売上総利益率は前年同期比0.3%減少し30.4%となりました。

創業以来培ってきたコンポストアの構成要素のひとつであり、45年間磨き上げた商品力を活かす「ファストフード」では、できたてのおいしさへのこだわりと“健康”の価値を加えた高付加価値の商品開発、環境やサステナブルといった新しい価値を訴求するブランディング、デジタル活用による商品価値訴求の刷新と提供方法改革を推進しました。

できたてのおいしさを、スピーディーな提供オペレーションでお客さまにお届けする主食カテゴリーでは、11年ぶりの新商品として9月に「ホットドッグ」を全国展開しました。胚芽パンと粗挽きウインナーを使用しおいしさと食べ応えにこだわった価値ある商品を、本体価格199円とお値打ち価格で発売し好評を博しました。また、9月のリリースに続き、10月には具沢山のチリソースをトッピングした「チリドッグ」、11月には濃厚チーズソースを贅沢にトッピングした「チーズドッグ」を発売し品揃えを充実させたほか、相性の良い人気商品の「Xフライドポテト」とのセット販売を実施し売上を押し上げました。高付加価値の商品をスピーディーに提供したことにより、売場の収益性が向上しております。引き続きミニストップが目指す「ファストフード」として、できたてのおいしさにこだわった商品開発を推し進めてまいります。

お客さまからご注文いただいた後に店内再調理を行うことで、できたてのおいしさをご提供するポテトでは、発売から20年間ご愛顧いただいている人気商品の「Xフライドポテト」が、9月に実施したお客さま参加型の人気商品投票企画「ミニストップ総選挙」の結果、46,000票を超える投票をいただき第1位となりました。多くのミニストップファンのお客さまにご支持いただいた主力商品として、11月に公約としていた「Xフライドポテト20円引きセール」を実施し好評を博しました。また11月には「Xフライドポテト」発売20周年を記念してSNSを活用した写真投稿企画を実施し、目標を大きく上回る36,949件の投稿をいただき、改めて当社を象徴するホットスナックとして大きな認知を獲得しました。加えて、10月には香りと食感にこだわった「Vカットポテト」を発売したほか、11月にはブラックフライデー企画として「Xフライドポテト1.5倍増量」企画を実施したことにより、「Xフライドポテト」の販売数は当第3四半期連結会計期間において130%超伸長しホットスナック全体の売上を牽引しました。

店内で炊き上げたごはんとこだわりの旬の具材を組み合わせた手づくりおにぎりでは、9月に産地にこだわり伊勢志摩産の海苔と静岡県産の茎わかさびを使用した「伊勢志摩産海苔佃煮」やヘルシーな野沢菜を贅沢に使用した「ごま油香る野沢菜」を発売したほか、10月には旬の栗を使った「栗ごはん」を発売、11月には旬のノルウェー産の脂の乗ったさばを贅沢に使用し旨味を逃さない製法で工夫した「塩さば」を発売し好評を博しました。また、ボリュームやおいしさにこだわった総菜と店内で炊き上げたごはんを組み合わせでできたてのおいしさを提供する店内手づくり弁当では、10月に厚切りで食べ応えのある三元豚のロースカツをだしの香り豊かな玉子煮で贅沢にとじた「ロースカツ丼」を発売しました。丼ぶり型弁当へのお客さまニーズを踏まえた新たなカテゴリーとして開発を進め、一食の満足感を重視し従来の枠にとらわれない発想で、有名店のベンチマークからカツ・玉子煮・ごはんそれぞれの具材や製法、店舗での加工オペレーションにこだわりました。また、多くのお客さまに味わっていただくために複数サイズで展開したことにより、好調な販売となり手づくり米飯全体の売上を押し上げました。引き続き、旬の季節や具材の産地にこだわったできたてのおいしさに加え、野菜をふんだんに使用した商品など“健康”の価値を磨き上げた商品開発を推し進めてまいります。

当社の強みを活かしてできたてのおいしさをお届けするコールドスイーツでは、9月以降の記録的な残暑に計画的に対応するなか、看板メニューであるソフトクリームバニラと、甘さが特長的な蜜いもを合わせた「台湾蜜いも」を9月に発売し温かさと冷たさを同時に味わえる当社ならではのスイーツとして好評を博しました。また、9月には毎年人気の定番商品である「なめらかプリンパフェ」について、今年はソフトクリームバニラと同じ北海道産生乳と生クリームの配合を増やしミルク感あるプリンに仕立てて発売したほか、11月には毎年ご好評いただいているフルーツパフェとして原料のいちごにこだわり自然な甘さを実現した「練乳いちごパフェ」を発売しコールドスイーツの売上を押し上げました。

当社の看板商品であり、環境や健康といったブランディングを推し進めているソフトクリームでは、10月に「香るカカオチョコソフト-Vietnam-(ベトナム)」と「プレミアムソフト-トリプルショコラ-」を発売しました。カカオ収穫後60日以内に加工され、フレッシュなカカオアロマが際立つ「60DAYSサステナブルチョコ」を使用したことに加え、発売3年目となる今年と同じ原料で作られた「60DAYSカカオマス」を新たに配合し、より深いチョコレート味わいとカカオアロマを引き出しました。カカオの生産者を支援するサステナビリティ・プログラムに準じた原料を100%使用することに加え、加工時の海外輸送にかかる移動距離を抑制することで、CO2削減にもつながるサステナブルな商品としております。

また、10月には店内で豆から抽出し淹れたてを味わえる店内セルフコーヒーを「新イオンサステナブルコーヒー」としてリニューアルしました。イオングループが推進する「サステナブルコーヒープロジェクト」で支援しているベトナム・ソンラ省の「ベトナムアラビカG1」を使用し香りとコクの特徴を活かしつつ、日本人の好みに合うブレンドに仕立て、毎日飲みたいくなる一杯を作り上げ好評を博しました。当社パーパスの象徴的商品としてのソフトクリームをはじめ、ミニストップの商品をお召し上がりいただくことが社会課題の解決につながるという新たな付加価値を創出しました。

商品価値訴求の刷新では、当第3四半期連結会計期間にて新たに144店舗で店内メニューをデジタルサイネージへ置き換え、2024年11月末時点で889店舗にて動画による商品訴求を実施しております。リテールメディアとしての活用では、イオングループ企業との協業が進んだほか、店頭展開と連動させた成功事例を踏まえた広告獲得活動や10月の衆議院議員選挙に関連した自治体からの出稿獲得活動を機動的に進めております。ファストフードをお客さまがいつでも気軽にご注文いただけるよう推し進めている提供方法改革では、モバイルオーダーについて、お得なクーポンの限定配信やモバイルオーダー限定商品の展開を進めたほか、店頭訴求を拡充し利用促進に取り組みました。引き続き、お客さま利便性の向上に向け取り組みを進めてまいります。

お客さまの便利さへのニーズにお応えする「コンビニエント」では、商品調達体制の改革を含めたMDプロセスの磨き直しによる商品力向上とイオングループ商品の更なる活用、当社オリジナル商品の拡充に取り組みました。また、生鮮食品や“くらしの品”の品揃えを拡大し、お客さまの新たなコンビニエントへのニーズにお応えしています。

MDプロセスの磨き直しによる商品力向上では、おいしさの更なる追求に取り組みました。9月にはマスクメロンの中でも最高級品として名高い静岡県産「クラウンメロン」のソースを使用した「クラウンメロンシュー」を本体価格100円のお値打ち価格で発売し好調な売れ行きとなりました。ファストフードと同じ原料を加工しサステナブルな商品として開発しております。また、11月にはほろ苦く香ばしさのある珈琲風味のクリームと、ホイップクリームのハーモニーを楽しめる「珈琲シュークリーム」を同じく本体価格100円で発売しました。これらは、全品高評価を獲得した7月のテレビ企画にて紹介された「ダブルクリームシュー」のセカンドフレーバーとして展開しており、いずれも好評を博しました。加えて、11月には台湾蜜いもとフランス産発酵バターを使用した「台湾蜜いもバターどらやき」がテレビ番組で紹介され、7月のテレビ企画に続き販売好調となりスイーツ全体の売上を押し上げました。

菓子パンでは、価格政策として実施してきた「お得な本体価格100円シリーズ」について、10月にはチョコを贅沢に使用した「チョコ棒」、11月には季節の和栗を使用した「ずっしりデニッシュ和栗」を発売しました。定番商品でお手頃価格の「毎日食べたいカレーパン」、「毎日食べたいメロンパン」とともに価格訴求商品として売場で常に10品以上を展開し定着が進んだことにより、お客さまの支持が拡大し菓子パンの販売を押し上げました。

コンビニエンスストア商品の米飯では、おにぎりについて、毎日お買い得価格でご購入いただける「いつも本体価格98円シリーズ」を2024年7月から定番商品として定着させる取り組みを推し進めております。10月には「わかめごはん」をリニューアル発売、11月には「やみつきおにぎり」を発売しシリーズとして計8品を集合展開し一体感をもって訴求するとともに売場展開の定着と品揃えの充実を図ったことにより、お客さまのご支持が拡大しコンビニエンスストア商品のおにぎりの販売数は当第3四半期連結会計期間において前年を上回りました。また常温弁当について、イオングループの調達力を活用し「トップバリュおかずいろいろ黒米弁当」といったお手頃価格の商品の品揃えを拡充し売上を押し上げました。引き続き、サプライチェーン全体の改革を推し進めるとともに、商品価値向上を図ってまいります。

たばこでは、第1四半期にかけて実施した陳列設備の増設と品揃えの拡充から、店頭訴求をはじめとする認知拡大に引き続き取り組んだことにより来店動機につながり、当第3四半期連結累計期間においてたばこの売上を押し上げました。このような来店動機につながる一連の施策を推進した結果、当第3四半期連結会計期間の客数は前年を上回りました。

生鮮食品の品揃え拡大では、農産や日配品について9月より順次供給体制の刷新に取り組んでおります。新たなコンビニエントのニーズにお応えするために、品揃えや旬の商品の取り扱い拡大、容量の設計、鮮度向上の実現に取り組み、関東エリア750店舗超で供給が進んでおり当第3四半期連結会計期間において売上を押し上げました。また、フラッグシップ店舗での生鮮食品や“くらしの品”の成功カセットの水平展開に向け、加盟店と協働し農産・デイリーなどの品揃え拡充と売場づくり実証を推し進め、従来の農産商品取り扱いの課題であった商品仕入れの効率化や売場づくりのルール化、価格訴求や認知拡大の取り組みにより、新たなお客さまのご支持獲得につながりました。引き続き、お客さまの購買行動の変化に対応したワンストップショッピングの実現に向け水平展開を進めてまいります。

くらしの品の拡大と価格訴求では、9月以降の飲食料品値上げにより一層拍車がかかるお客さまの節約志向にお応えするため、イオングループの独自価値商品であるトップバリュの更なる活用を進めております。手軽に食事の準備が整うといった便利さの価値を訴求するパウチ総菜では、世界中の人気屋台飯をイメージした「贅沢めし」として「おうちで楽しむCAFÉごはんシリーズ」の品揃えを拡充して集合展開したことによりデイリー商品の売上を牽引しました。また飲料では、記録的な残暑へ対応するため売場変更のタイミングを例年よりも遅らせるとともに、お手頃価格のトップバリュ商品のお茶や水の売場づくりをお客さまの購買行動に基づき再設計したことにより、売上を押し上げました。ラーメンでは、11月に「トップバリュ」50周年の記念商品である「トップバリュ ジェーカップシリーズ」を2品発売しました。「タスマニアビーフ」と「純輝鶏(じゅんきけい)」をだしに使用した価値ある商品をお値打ち価格で販売し好評を博しました。また菓子では、10月より「トキメクおやつ部」シリーズの品揃えを拡充しました。小型店としてのお客さまニーズに合わせた売場づくりと訴求を推し進めたことにより11月には一部商品がイオングループ内で販売実績1位となるなど好評を博し菓子・加工食品の売上を押し上げました。引き続き、イオングループの独自価値あるトップバリュ商品の活用を拡大し価格と価値の両面をお客さまに訴求してまいります。

5月に開店したNewコンボストアモデル第2フェーズのフラッグシップ店舗では引き続き「ファストフード」「コンビニエント」両方の進化に取り組むとともに、リアル店舗とデジタルサービスをインターフェースとなるミニストップアプリで融合するOMO(Online Merges with Offline、オンラインとオフラインの融合)活用を推し進めました。フラッグシップ店舗は成功カセットを創出するラボ店舗として位置づけており、2024年11月末までに77の商品・オペレーションの成功カセットを創出し既存店への水平展開を推進しています。これらの取り組みはお客さまの購買行動の変化を促すとともに、新たに多くのお客さまのご支持をいただいております。当第3四半期連結会計期間における日販は平日で前年同期比130%超、休日で同190%超となりました。「ファストフード」では5月の改装開店時から主食の核商品として発売した「ホットドッグ」について、商品仕様やオペレーションの実証を踏まえ9月度に全国展開し好調な販売となりました。また、人気の「Xフライドポテト」について、容量を3段階から選べる展開方法を実証し販売数が前年同期比1.3倍超となりました。ミニストップが目指すファストフードの世界観を訴求するデジタルサイネージについては、効果的な商品訴求に向けて時間帯別の放映メニューや放映時間を設定し核商品を中心に販売伸長を実証しました。引き続きファストフード専門店事業と協業したドリンクスイーツの取り扱いなど、実証と成功カセット創出に取り組んでまいります。「コンビニエント」では、農産について販売実績を踏まえ旬の果物の品揃えを拡充するとともに小規模化とパック加工を進め、お客さまが手に取りやすい商品開発に向け実証に取り組み、好調な売上となりました。また畜肉・水産では、お客さまの時短調理のニーズにお応えする半加工品の鍋物などの品揃えを拡充したほか、デイリーやデリカでは、実証結果をもとに販売効率に合わせた売場づくりを行うとともにイオングループの「Craft Delica」の品揃え充実に取り組み、売上を押し上げました。OMO活用では、インターフェースとなるミニストップアプリについて、一定金額以上お買い上げいただいたお客さま限定で特典を配布するプレミアム会員制度が引き続きお客さまの来店動機につながっており、それを受けて活性化・新店開店時のアプリ会員獲得手法として水平展開しております。Eコマースについては、“フルーツをトッピングした贅沢バー(リッチバー)”といったEコマース専用商品の店頭取り扱いを進め好評を博したほか、Eコマースでコラボした人気アニメコンテンツのリアル店舗での情報発信拠点として取り組みを行い、デジタルとリアル店舗での相互送客を実証しております。サービスについては、スマホ充電レンタルサービスの「ChargeSPOT」の実証結果を踏まえ、既存店50店舗に拡大しお客さま来店動機につながっております。

引き続き創業以来のノウハウを結集した第2フェーズの取り組みを推進し成果の創出と、既存店導入に向け細分化した成功カセットの水平展開につなげてまいります。

Newコンボストアモデルの成功カセットを導入しお客さま第一の mindset を醸成する「心装」を柱とした既存店活性化は、下半期より構造改革へ経営資源を集中する過程で実施店舗の厳選を行い、2024年11月末時点で61店舗での実施となりました。計画的な「心装」の推進や休業期間の短縮、改装内容の厳選に加えて、成功事例や競争店対策を踏まえたMD政策の立案と実行から、活性化後の店舗カルテを活用した課題発見と活動の修正を進めており、当第3四半期連結累計期間における24年度活性化店舗の1店1日当たり売上高の前年同期比は103.7%となりました。前期に実施した169店舗と合わせ230店舗となった活性化店舗での取り組みは、各エリアにおいて加盟店と向き合い、店舗経営者から従業員まで巻き込んだ取り組みを組織的に学習する成果も創出してまいります。

経営指導体制/本部改革は、人財対策をはじめとしたマネジメントシステム改革をベースに構造改革の重点施策として経営資源を集中し直営店経営モデルの再生から推進しております。直営店は2024年11月末時点で256店舗と前年同期より67店舗増となりました。直営店舗増加に対する人財対策では、時間給スタッフの採用活動拡充や従業員キャリア別教育などを推し進め、中間期末と当第3四半期末比で時間給スタッフの充足状況が改善したほか、資格要件を満たす店舗責任者の配属が進みました。また店頭実現度100%および効率的な店舗運営に向けた取り組みでは、52週MDに基づく販売計画書の運用が進んだことに加え、当社の強みであるファストフードをお客さまに常にご満足いただける品質でご提供するためにファストフード加工手順の徹底に取り組み、中間期末と比較して当第3四半期末における直営店舗の1店1日当たり売上高は前年を上回ったほか、廃棄・ロスの削減が進みました。採用面では、間接雇用から直接雇用へ転換を促す手法の確立を進めました。業務効率化ではファストフード食材の発注を販売目標数や製造数、在庫数に基づいて自動化するシステムの運用拡大を進め発注業務の作業時間が低減したほか、店舗責任者専用の店長ワークスケジュールおよび手順書の設計と直営店運用が進み、付加価値業務を仕分けしたことによる適正化が進みました。一方で、不足人時の応急的な充足により人件費が増加しました。引き続き、効率的な複数店舗運営を実現するための業務効率化と利益創出に向け、発注業務の効率化や利益を上げる発注を実現するための手順書発注・AI発注の実証拡大、MDプロセス全体で利益を創出するための取り組みを進めてまいります。

加盟店との新たな関係を築き、共に成長を目指すミニストップパートナーシップ契約店舗は2024年11月末時点で821店舗と前年同期より225店舗拡大し期首計画より先行して加盟店全体の5割まで移行を進めました。ビジネスモデル転換を進める中、経営指導の質的転換を図り未着手領域に踏み込む経営指導改革では、加盟店への向き合い方を変革してまいります。9月には、新たな経営指導確立に向けた横断的なプロジェクトを組成しました。加盟店と向き合う新たな体制構築では、共に繁栄する事業の共同体として一加盟店ごとに経営指導方針を確立することから進めております。そのうえで、店別経営状況について売上をはじめ経費を含めた総合的なレントゲンである“店舗カルテ”を土台とし、個別店舗の環境変化と課題に基づく対策立案を行い、新たに加盟店と合意した目標経営数値と、適切な問題解決の枠組みによる改善活動を推進しました。これにより中間期末と比較して当第3四半期末におけるパートナーシップ契約店舗の事業経費の増加率は低減しました。また、店頭実現度100%による売上改善や店舗経営効率改善への取り組みでは、経営改善5ツールの軸となるワークスケジュールによる効果的な稼働計画の運用を引き続き推し進めております。加えて、店頭実現度100%に向け、商品や売場づくり、販促に関する情報を本部からダイレクトに店舗とストアアドバイザーに伝える取り組みとして、全店へ導入したマネジメントタブレットを通じて、動画コンテンツの拡充や施策の実施理由と具体的行動を明確に整理した情報発信を推し進めました。これにより中間期末と比較して当第3四半期末におけるパートナーシップ契約店舗の1店1日当たり売上高の前年比が伸長しました。引き続き、共に繁栄する事業の共同体として加盟店と本部の役割分担のもと、お客さまニーズにお応えする売場づくりと効率的な店舗経営の実現に向け、経営指導改革へ経営資源を集中してまいります。

構造改革へ経営資源を集中するなか、成長戦略としての新事業では、成果の出ている施策を中心にNewコンボストアモデルに統合する機能のパーツとして進化に取り組んでおります。デリバリーサービスは、商品提供の利便性向上を機能として統合したほか、Eコマースはリアル店舗の実績と連動しながらもリアル店舗では取り扱いできない高付加価値商品や大容量の商品供給を進めました。OMOのインターフェースとなるミニストップアプリは購買実績を踏まえ、ターゲット客層へのアプローチを進化させた1To1マーケティングに取り組み、職域事業ではクラウドキッチンでの高付加価値商品の供給拡大を推し進めました。

デリバリーサービスは、2024年11月末時点で1,169店舗にて複数のデリバリーサービスを並行して展開したほか、お客さまの利便性向上に向け、一部デリバリーサービスの24時間受付対応を11月末時点で約800店規模まで拡大しております。また、普段使いのニーズにお応えするため品揃えを約1,100SKUまで拡充しデリバリーでのニーズが高い即食や菓子・加工食品、大容量の飲料や雑貨といった品揃えを充実させました。販売促進では、新規顧客獲得に向け人気の店内加工ファストフード商品のセールや送料無料のキャンペーンを展開したほか、デリバリー限定で人気アニメとのコラボ企画を実施するなどターゲット顧客を明確にしたキャンペーンが好評を博しました。加えて、受注システムの統合を進めたことによりご注文受付や商品のピックアップ対応の効率化が進みました。品切れやキャンセルを防止するオペレーション体制の構築とともにこれらの取り組みを推し進めたことにより、デリバリーサービスの事業利益は前年同期比140%超と伸長しました。

Eコマースは、前期に整備した販売インフラを活用しリアル店舗の販売実績と連動したコラボ企画の取り扱いやミニストップオリジナル商品の拡充に取り組みました。9月には、店頭で好調な販売実績となった人気チーズケーキ専門店とのコラボ商品となるクリスマスケーキの取り扱いを開始しました。店頭には無い高単価の商品について、コラボ先と協働での情報発信に加えて、ミニストップファンが多く利用するEコマースならではの企画として訴求を行ったことにより好調な販売となりました。また、11月には人気アニメとのコラボ商品を発売しSNSを活用した共同での情報発信と訴求を進め好評を博しました。加えて、店頭と連動したブラックフライデー企画として、店内加工ファストフード商品等の詰め合わせ福袋を発売し当第3四半期連結会計期間のEコマースの売上高は前年同期比310%超と伸長しました。引き続き、訴求力向上および認知拡大に向けた販売促進とリアル店舗と連動した企画の拡充、オリジナル商品開発を推し進めてまいります。

OMOのインターフェースとなるミニストップアプリは、2024年11月末時点でダウンロード数が236万件を超え会員売上高は前年同期比150%超と伸長しました。1 To 1 マーケティングの取り組みでは、購買データや会員情報をベースに、アプリ利用者のカスタマージャーニーに沿ったお得なクーポンやプッシュ通知での販売促進に取り組みました。認知拡大に向けた取り組みでは、10月にお得なクーポンが抽選で当たるくじを1日1回無料で引ける「MINIくじ」を開催しました。また、11月にはリアル店舗・Eコマースと連動したブラックフライデー企画として、人気の店内加工ファストフードのクーポン配信を実施したほか、税込800円以上のお買い上げでくじが引ける「アプリでWチャンス!アプリくじ」を開催しました。引き続き、リアル店舗とデジタルをつなぐインターフェースとして、会員基盤の拡大と分析に基づく活用、機能改善やお得なサービスの拡充に取り組んでまいります。

職域事業では、オフィスなどの施設内に設置する無人コンビニ「MINISTOP POCKET (ミニストップ・ポケット)」をはじめ関連サービスを含む拠点数が2024年11月末時点で1,629拠点に拡大しました。近畿圏への拠点拡大と病院などの新ロケーションである半職域マーケットの開拓を進めているほか、従来の拠点を活用し新たな職域ニーズに対応する小規模事業者向け定額プランの準備を進めております。加えて、高付加価値商品の製造とデリバリーを行うクラウドキッチンの拡大を提携先とともに推し進めております。手づくり弁当中心のデリバリー拠点として一般のお客さま向けに展開するほか、既存店舗への商品供給を順次拡大しております。引き続き、新事業の柱として24年度末約2,000拠点に向けた拠点拡大を進めるとともに、新サービスの展開やOMOで融合したミニストップ店舗事業とのシナジー創出に取り組んでまいります。

政策を着実に遂行し成果を創出するための人財対策をはじめとしたマネジメントシステム改革では、下半期より直営店の課題から取り組んでおります。直営店の稼働が計画を超過したことによる人財不足に起因する問題に対し下半期より増強している採用や教育設計といった人財対策を推し進め、直営店の人時充足率が改善したほか外部人財活用コストの削減が進みました。新規従業員採用に加えイオングループより小売のベーススキルとマインドを備えた人財を店舗に配置し、階層別に設計した教育体系に則り店舗運営に必要な教育を進めております。また、時間給スタッフ採用について、本部での曜日・時間帯別の店別不足人時の把握から面接回数拡充、求人媒体の最適化など採用体制の強化を推し進めております。加えて、加盟店を含む店舗人財の教育体制拡充に向けた新組織立ち上げのほか、教育チームの加盟店派遣による経営者動機付けや従業員教育に取り組んでおります。引き続き、直営店の課題を早期に解決し直営店での成功モデルを創出、加盟店へと展開する成功サイクルを改めて構築してまいります。

パーパス経営の実践に向け、イオングループ未来ビジョンおよびミニストップのミッションをもとに、事業の成長が社会課題の解決に直結するよう事業活動を推進しております。パーパス経営の象徴としてソフトクリームのブランディングを推進し、従来の「おいしさ」の価値軸に加え、「環境にやさしい」「からだにやさしい」「地域とのつながり」「社会貢献」といった新たな価値創造を目的とした「ソフトクリーム委員会」を3月に立ち上げ、「ナラティブ」と「ブランドストーリー」を作成しました。ソフトクリームの歴史を記し今後も新たなソフトクリームの開発に挑戦していくことを誓った“ナラティブ”は、パーパス浸透のために2024年度下半期より社内で開催しているミッション座談会において共有し当社のミッションに込めた想いととも浸透を進めています。“ブランドストーリー”は、お客さまをはじめとしたステークホルダーへの感謝と、毎日食べてもらいたいという想いから環境やからだにもやさしいソフトクリームをご提供し続けることを宣言しており、引き続き幅広くステークホルダーへの発信を進めてまいります。

気候変動対応として、当社が算定した範囲内におけるCO2排出量の85.5%を占める店舗の電力使用量を削減することに注力しております。2030年までに店舗で排出するCO2を2013年比50%削減するという目標のもと、一部地域の使用電力源を再生可能エネルギーに切り替えるとともに、店内外の照明を蛍光灯からLEDに変更する取り組みを進めております。引き続き、「2040年ネットゼロ(CO2排出量が実質ゼロ)」を目指し、更なる削減に取り組んでまいります。

資源循環の促進として、食品ロス削減については2025年までに2015年比50%削減するという目標のもと、値下げ販売による「発生抑制（リデュース）」を9割の店舗で進めております。新たに菓子や加工食品などの期限管理アラート機能を全店に導入、販売期限切れ前にアラート設定することで値下げを促進し食品ロス削減につなげています。引き続き、値下げ販売手順の完全作業による効率的な販売体制の構築に向け、加盟店との協働で一層の食品ロス削減を実現するための説明会やツールの整備を推し進めてまいります。また、10月の食品ロス削減月間に合わせて「てまえどり」を呼びかけ、お客さまとともに食品ロス削減に取り組みました。加えて、家庭から出る食品ロス削減の為に、イオングループが推進しているフードドライブに参画し当社は219店舗が活動に参加、お客さまのご協力のもと、総重量145.4kgの未利用食品をフードバンクや子ども食堂に寄贈しました。

プラスチック使用量削減の取り組みでは、アイスコーヒーについて、紙製カップとストローレスの蓋への切り替えを全店で完了しました。2024年9月の切り替え開始後から2024年11月末までのプラスチック削減量は6.5tとなりました。また、ファストフードのコールドスイーツの一部商品において、容器の脱プラスチック実験を進めております。

地域とのつながりの取り組みでは、小中学生向け職場体験学習「チャイルドインターンシップ」を2005年より実施しています。未来を担う子どもたちに向けて、イオンの理念を学んでいただくとともに、今期は環境や健康といった新たな価値を訴求するソフトクリームから環境問題を捉えていただくようプログラムを改訂し、当第3四半期連結累計期間で、63校246人の生徒の皆さまにご参加いただきました。また、フラッグシップ店舗では、地域の催事と連携してソフトクリーム加工を中心とした職業体験会を実施し地域の多くのお子さまに参加・体験いただきました。小学校に花の苗を届ける花の輪運動募金は、通年で実施し本年度は400校の小学校に花の苗を贈呈しました。1991年の開始時から、延べ17,534校、約463万5千株を寄贈しております。

社会貢献の取り組みでは、24時間テレビ47募金、能登令和6年豪雨災害支援募金（福井県店舗のみ）、首里城支援募金、全国子ども食堂応援募金を実施しました。「福祉」「環境」「災害復興」の3つの分野の支援活動に活用するために、お客さまのご協力のもと5,347,740円を寄付いたしました。

ネットワークサービス株式会社は、国内店舗向けの共同配送事業を展開しており、定温センター13ヶ所、常温センター6ヶ所、冷凍センター10ヶ所を運営しています。配送ルート数および1ルートあたりの走行距離の適正化のほか、冷凍商品の納品形態変更を拡大しコスト削減とともにCO2排出量削減といった環境負荷の低減に取り組んでおります。引き続き、配送効率の改善に向けた混載の取り組みのほか、店舗オペレーションの効率化や配送員の働き方を含めた物流改革の取り組みを継続してまいります。

店舗開発は7店舗を出店、15店舗を閉店し当第3四半期連結累計期間末店舗数は1,848店舗となりました。構造改革へ経営資源を集中し新規出店については25年度の開店に向け、エリア戦略に基づく活動を引き続き進めてまいります。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間における国内事業の営業総収入は594億31百万円（前年同期比109.0%）、営業損失は11億17百万円（前年同期実績 営業利益3億94百万円）となりました。

[海外事業]

当第3四半期連結累計期間において、ベトナムでは2024年第3四半期（7～9月）の実質GDP成長率（推計値）が前年同期比7.40%と発表され、7.09%（改定値）だった第2四半期（2024年4～6月）から、伸び率が2期連続で加速しました。製造業の成長が経済を牽引したほか、1～9月の小売り・サービス売上高は前年同期比8.8%増と堅調に推移しマクロ経済は安定した成長を保っております。

このような環境の中、ベトナムのMINISTOP VIETNAM COMPANY LIMITEDは、直営多店舗化事業として個店モデル確立とMDプロセスの再設計に親会社役員の関与を強め取り組んでいます。

出店は、ホーチミン市でのドミナント確立に向け当第3四半期連結累計期間で32店舗を新規出店し2024年9月末時点の店舗数は183店舗となりました。また、お客さまニーズに対応し飲料や冷凍食品の売場を拡大する既存店改装を4店舗で実施したほか、高付加価値のフルーツドリンクの世界観を訴求するためのドリンクカウンターを設置する改装を24店舗で実施し累計86店舗に展開しました。

ベトナムの消費動向の変化および小型スーパーや伝統的な市場との競争激化に対応するために、価格優位性を確保するための価格政策を再設計し、お客さま購買行動と実績を踏まえて価格訴求する商品の品揃えを厳選しました。インスタント麺や菓子では価格設定方法を見直すとともに、短期間で売場を変更しながらお手頃価格の商品を集中展開するディスカウントエンドの水平展開に取り組みました。また、ソフトドリンクでは価格改定後の実績を1品ごとに踏まえ価格設計を見直し、売上総利益率を改善するとともにお客さま来店頻度の増加に取り組みました。高付加価値のファストフード商品では、店内で加工するフルーツドリンクについて、ベトナムで人気の高いフレーバーを取り入れた新商品として、青りんごの爽やかな果汁を使用し健康に良いスーパーフードといわれるチアシードを組み合わせた「青りんごチアシードティー」を発売したほか、容量1.5倍のサイズアップ企画を実施し好評を博しました。加えてベトナム市場におけるベーカリー需要の取り込みを図るため、お客さまにご注文いただいた後店内で焼き上げる「パパロッティ(コーヒーパン)」や「クロワッサンチョコ」を発売、新カテゴリーとして全店に展開し好評を博しました。これらにより、チェーン全店売上高は前年同期比119.0%となりました。価格訴求に取り組む一方、MDプロセスの再設計が途上となり売上総利益率は前年同時期から3.9%低下しました。

直営多店舗化を実現する後方支援体制の構築では、完全作業を実現するための作業手順書ならびにワークスケジュールの全店活用を推し進めたほか、1人の店舗責任者が複数店舗を管理するS I 制の導入をワークスケジュールの活用並びに業務効率化とともに推し進めました。S I 制の導入に当たっては、店舗運営レベルを維持向上させるため、S I 登用基準を明確化したうえで、既存S I 自身やS I 店舗の副責任者、店舗スタッフのオペレーションレベルの棚卸とともに進めております。また、お客さまの視点であるべき売場づくりやサービスの提供ができていないかを総合点検する店舗サポート体制を引き続き運用したことにより、店舗レベルの継続的な改善が進みました。引き続きS I 店舗拡大を作業システム改革とともに推進してまいります。

以上の結果、当第3四半期連結累計期間における海外事業の営業総収入は71億47百万円(前年同期比119.4%)、営業損失は9億5百万円(前年同期実績 営業損失3億8百万円)となりました。

(2) 財政状態に関する説明

(資産、負債及び純資産の状況)

当第3四半期連結会計期間末における総資産は、前連結会計年度末に比べ99億6百万円増加し、878億7百万円となりました。これは主に関係会社預け金が60億円、現金及び預金が39億30百万円、未収入金が17億6百万円増加し、償還により有価証券が21億96百万円減少したことによります。

負債は、前連結会計年度末に比べ127億39百万円増加し、499億58百万円となりました。これは主に買掛金が89億23百万円、預り金21億23百万円、未払金が15億69百万円増加したことによります。

純資産は、前連結会計年度末に比べ28億32百万円減少し、378億48百万円となりました。これは主に親会社株主に帰属する四半期純損失を18億54百万円計上し、配当金の支払として5億80百万円があったことによります。

(3) 連結業績予想などの将来予測情報に関する説明

当第3四半期連結会計期間において、国内の物価高騰が継続するなか、ミニストップ単体ではファストフード商品について、店内できたての米飯やスイーツといった高付加価値商品の品揃え充実に取り組み好調に推移しました。一方、コンビニエンスストア商品では、お手頃価格の品揃えの拡充をはじめとした価格政策を推し進めましたが、お客さまの買い合わせを促す施策および価値型商品導入の遅れが発生し、既存店日販および売上総利益率ともに計画未達となりました。また、人件費をはじめとした経費の増加により事業経費が計画を超過し営業利益が計画を下回りました。

ベトナム事業においては、高付加価値の店内焼きたてパンの全店展開や好調の店内加工ドリンクを訴求するドリンクカウンター改装を推し進める一方、出店計画が未達となったことに加え、価格訴求を含め変化するお客さまの消費行動に対応するMD政策の確立およびモデル構築の遅れにより営業利益が計画を下回りました。

2023-2025中期経営計画最終年度となる2025年度については政策の優先順位を構造改革へシフトし、本年度計画未達の要因となった経営指導改革および人財対策をはじめとしたマネジメントシステム改革の完遂とベトナム事業の再生に取り組む計画です。

2. 四半期連結財務諸表及び主な注記

(1) 四半期連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年2月29日)	当第3四半期連結会計期間 (2024年11月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	8,783	12,713
加盟店貸勘定	7,871	8,733
有価証券	3,000	803
商品	1,979	2,380
未収入金	11,331	13,038
関係会社預け金	14,000	20,000
その他	4,117	3,947
貸倒引当金	△54	△63
流動資産合計	51,030	61,554
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物（純額）	5,878	5,530
機械装置及び運搬具（純額）	1,193	1,081
器具及び備品（純額）	3,022	4,223
土地	428	593
リース資産（純額）	62	17
建設仮勘定	55	141
有形固定資産合計	10,641	11,585
無形固定資産		
ソフトウェア	3,363	3,169
その他	292	269
無形固定資産合計	3,656	3,438
投資その他の資産		
投資有価証券	907	100
長期貸付金	1	0
差入保証金	10,781	10,165
退職給付に係る資産	212	299
繰延税金資産	2	2
その他	809	783
貸倒引当金	△143	△125
投資その他の資産合計	12,572	11,227
固定資産合計	26,870	26,252
資産合計	77,900	87,807

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (2024年2月29日)	当第3四半期連結会計期間 (2024年11月30日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	13,820	22,744
加盟店借勘定	261	200
未払金	4,181	5,751
未払法人税等	163	214
預り金	11,491	13,615
賞与引当金	179	252
店舗閉鎖損失引当金	24	41
その他	882	1,068
流動負債合計	31,005	43,888
固定負債		
リース債務	33	18
長期預り保証金	3,804	3,723
繰延税金負債	211	229
資産除去債務	1,856	1,858
その他	308	241
固定負債合計	6,214	6,070
負債合計	37,219	49,958
純資産の部		
株主資本		
資本金	7,491	7,491
資本剰余金	6,032	6,032
利益剰余金	26,869	24,434
自己株式	△642	△643
株主資本合計	39,750	37,315
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	39	41
為替換算調整勘定	△266	△238
退職給付に係る調整累計額	110	119
その他の包括利益累計額合計	△116	△77
新株予約権	3	3
非支配株主持分	1,043	607
純資産合計	40,681	37,848
負債純資産合計	77,900	87,807

(2) 四半期連結損益計算書及び四半期連結包括利益計算書

四半期連結損益計算書

第3四半期連結累計期間

(単位：百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2023年3月1日 至 2023年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)
営業総収入	60,486	66,578
営業原価	28,691	35,032
営業総利益	31,794	31,545
販売費及び一般管理費	31,708	33,568
営業利益又は営業損失(△)	86	△2,023
営業外収益		
受取利息	320	305
受取配当金	2	2
違約金収入	55	13
受取補償金	7	7
過年度消費税等	65	—
その他	71	20
営業外収益合計	521	348
営業外費用		
支払利息	10	6
為替差損	—	6
その他	11	5
営業外費用合計	22	18
経常利益又は経常損失(△)	585	△1,692
特別利益		
固定資産売却益	16	6
店舗閉鎖損失引当金戻入額	70	2
その他	—	1
特別利益合計	86	10
特別損失		
固定資産売却損	0	—
減損損失	351	436
店舗閉鎖損失	4	35
店舗閉鎖損失引当金繰入額	2	13
その他	0	0
特別損失合計	358	486
税金等調整前四半期純利益又は税金等調整前四半期純損失(△)	313	△2,168
法人税、住民税及び事業税	51	122
法人税等調整額	△16	13
法人税等合計	34	136
四半期純利益又は四半期純損失(△)	278	△2,305
非支配株主に帰属する四半期純損失(△)	△35	△450
親会社株主に帰属する四半期純利益又は親会社株主に帰属する四半期純損失(△)	313	△1,854

四半期連結包括利益計算書
第3四半期連結累計期間

(単位：百万円)

	前第3四半期連結累計期間 (自 2023年3月1日 至 2023年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)
四半期純利益又は四半期純損失(△)	278	△2,305
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	7	1
為替換算調整勘定	△76	42
退職給付に係る調整額	25	9
その他の包括利益合計	△43	53
四半期包括利益	235	△2,251
(内訳)		
親会社株主に係る四半期包括利益	272	△1,815
非支配株主に係る四半期包括利益	△37	△436

(3) 四半期連結財務諸表に関する注記事項

(四半期連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項)

四半期連結財務諸表は、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準に準拠して作成しております。

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(キャッシュ・フロー計算書に関する注記)

当第3四半期連結累計期間に係る四半期連結キャッシュ・フロー計算書は作成しておりません。なお、第3四半期連結累計期間に係る減価償却費（無形固定資産に係る償却費を含む。）は、次のとおりであります。

	前第3四半期連結累計期間 (自 2023年3月1日 至 2023年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)
減価償却費	2,596百万円	2,356百万円

(株主資本等関係)

前第3四半期連結累計期間(自 2023年3月1日 至 2023年11月30日)

配当金支払額

決議	株式の種類	配当金の総額 (百万円)	1株当たり 配当額(円)	基準日	効力発生日	配当の原資
2023年4月12日 取締役会	普通株式	290	10.00	2023年2月28日	2023年4月28日	利益剰余金
2023年10月11日 取締役会	普通株式	290	10.00	2023年8月31日	2023年11月8日	利益剰余金

当第3四半期連結累計期間(自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)

配当金支払額

決議	株式の種類	配当金の総額 (百万円)	1株当たり 配当額(円)	基準日	効力発生日	配当の原資
2024年4月10日 取締役会	普通株式	290	10.00	2024年2月29日	2024年5月2日	利益剰余金
2024年10月9日 取締役会	普通株式	290	10.00	2024年8月31日	2024年11月8日	利益剰余金

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

I 前第3四半期連結累計期間(自 2023年3月1日 至 2023年11月30日)

1. 報告セグメントごとの営業総収入及び利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(単位: 百万円)

	報告セグメント		
	国内事業	海外事業	計
営業総収入			
加盟店からの収益(注) 1	23,462	419	23,882
物品の販売(注) 2	17,049	5,433	22,482
その他(注) 3	2,362	131	2,493
顧客との契約から生じる収益	42,873	5,984	48,858
その他の収益(注) 4	11,628	—	11,628
外部顧客に対する営業総収入	54,501	5,984	60,486
セグメント間の内部営業総収入又は振替高	55	—	55
計	54,557	5,984	60,542
セグメント利益又は損失(△)(注) 5	394	△308	86

(注) 1 加盟店からのロイヤルティ等の収入のほか、加盟店に対する商品の売上高が含まれます。

2 直営店における顧客に対するものです。

3 エリアフランチャイザーから受取ったロイヤルティ収入、デジタルサイネージ広告費、太陽光売電収入等が含まれます。

4 商品ベンダー等の取引先から受け取った運搬料や各種手数料が含まれます。

5 セグメント利益又は損失(△)は、四半期連結損益計算書の営業利益と一致しています。

2. 報告セグメントごとの固定資産の減損損失に関する情報

(単位: 百万円)

	国内事業	海外事業	合計
減損損失	350	1	351

Ⅱ 当第3四半期連結累計期間(自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)

1. 報告セグメントごとの営業総収入及び利益又は損失の金額に関する情報並びに収益の分解情報

(単位：百万円)

	報告セグメント		
	国内事業	海外事業	計
営業総収入			
加盟店からの収益(注)1	23,584	321	23,905
物品の販売(注)2	22,465	6,678	29,143
その他(注)3	1,725	147	1,873
顧客との契約から生じる収益	47,776	7,147	54,923
その他の収益(注)4	11,655	—	11,655
外部顧客に対する営業総収入	59,431	7,147	66,578
セグメント間の内部営業総収入又は振替高	85	—	85
計	59,516	7,147	66,664
セグメント損失(△)(注)5	△1,117	△905	△2,023

(注)1 加盟店からのロイヤルティ等の収入のほか、加盟店に対する商品の売上高が含まれます。

2 直営店における顧客に対するものです。

3 エリアフランチャイザーから受取ったロイヤルティ収入、デジタルサイネージ広告費、太陽光売電収入等が含まれます。

4 商品ベンダー等の取引先から受け取った運搬料や各種手数料が含まれます。

5 セグメント損失(△)は、四半期連結損益計算書の営業損失と一致しています。

2. 報告セグメントごとの固定資産の減損損失に関する情報

(単位：百万円)

	国内事業	海外事業	合計
減損損失	418	17	436

(収益認識関係)

顧客との契約から生じる収益を分解した情報

顧客との契約から生じる収益を分解した情報は、「注記事項(セグメント情報等)」に記載のとおりであります。

(1株当たり情報)

1株当たり四半期純利益又は1株当たり四半期純損失及び算定上の基礎並びに潜在株式調整後1株当たり四半期純利益及び算定上の基礎は、以下のとおりであります。

項目	前第3四半期連結累計期間 (自 2023年3月1日 至 2023年11月30日)	当第3四半期連結累計期間 (自 2024年3月1日 至 2024年11月30日)
(1) 1株当たり四半期純利益又は 1株当たり四半期純損失(△)	10円81銭	△63円92銭
(算定上の基礎)		
親会社株主に帰属する四半期純利益又は 親会社株主に帰属する四半期純損失(△) (百万円)	313	△1,854
普通株主に帰属しない金額(百万円)	—	—
普通株式に係る親会社株主に帰属する 四半期純利益又は親会社株主に帰属する 四半期純損失(△)(百万円)	313	△1,854
普通株式の期中平均株式数(千株)	29,009	29,008
(2) 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益	10円81銭	—
(算定上の基礎)		
親会社株主に帰属する四半期純利益調整額 (百万円)	—	—
普通株式増加数(千株)	2	—
(うち新株予約権(千株))	(2)	(—)
希薄化効果を有しないため、潜在株式調整後1株 当たり四半期純利益の算定に含まれなかった潜在 株式について前連結会計年度末から重要な変動が ある場合の概要	—	—

(注) 当第3四半期連結累計期間の潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、潜在株式は存在するものの1株当たり四半期純損失であるため記載しておりません。

独立監査人の四半期連結財務諸表に対する期中レビュー報告書

2025年1月10日

ミニストップ株式会社
取締役会 御中

有限責任監査法人トーマツ
東京事務所

指定有限責任社員
業務執行社員 公認会計士 井出 正弘

指定有限責任社員
業務執行社員 公認会計士 佐瀬 剛

監査人の結論

当監査法人は、四半期決算短信の「添付資料」に掲げられているミニストップ株式会社の2024年3月1日から2025年2月28日までの連結会計年度の第3四半期連結会計期間（2024年9月1日から2024年11月30日まで）及び第3四半期連結累計期間（2024年3月1日から2024年11月30日まで）に係る四半期連結財務諸表、すなわち、四半期連結貸借対照表、四半期連結損益計算書、四半期連結包括利益計算書及び注記について期中レビューを行った。

当監査法人が実施した期中レビューにおいて、上記の四半期連結財務諸表が、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準に準拠して、ミニストップ株式会社及び連結子会社の2024年11月30日現在の財政状態及び同日をもって終了する第3四半期連結累計期間の経営成績を適正に表示していないと信じさせる事項が全ての重要な点において認められなかった。

監査人の結論の根拠

当監査法人は、我が国において一般に公正妥当と認められる期中レビューの基準に準拠して期中レビューを行った。期中レビューの基準における当監査法人の責任は、「四半期連結財務諸表の期中レビューにおける監査人の責任」に記載されている。当監査法人は、我が国における職業倫理に関する規定に従って、会社及び連結子会社から独立しており、また、監査人としてのその他の倫理上の責任を果たしている。当監査法人は、結論の表明の基礎となる証拠を入手したと判断している。

四半期連結財務諸表に対する経営者並びに監査役及び監査役会の責任

経営者の責任は、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準に準拠して四半期連結財務諸表を作成し適正に表示することにある。これには、不正又は誤謬による重要な虚偽表示のない四半期連結財務諸表を作成し適正に表示するために経営者が必要と判断した内部統制を整備及び運用することが含まれる。

四半期連結財務諸表を作成するに当たり、経営者は、継続企業的前提に基づき四半期連結財務諸表を作成することが適切であるかどうかを評価し、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準に基づいて継続企業に関する事項を開示する必要がある場合には当該事項を開示する責任がある。

監査役及び監査役会の責任は、財務報告プロセスの整備及び運用における取締役の職務の執行を監視することにある。

四半期連結財務諸表の期中レビューにおける監査人の責任

監査人の責任は、監査人が実施した期中レビューに基づいて、期中レビュー報告書において独立の立場から四半期連結財務諸表に対する結論を表明することにある。

監査人は、我が国において一般に公正妥当と認められる期中レビューの基準に従って、期中レビューの過程を通じて、職業的専門家としての判断を行い、職業的懐疑心を保持して以下を実施する。

- ・ 主として経営者、財務及び会計に関する事項に責任を有する者等に対する質問、分析的手続その他の期中レビュー手続を実施する。期中レビュー手続は、我が国において一般に公正妥当と認められる監査の基準に準拠して実施される年度の財務諸表の監査に比べて限定された手続である。
- ・ 継続企業の前提に関する事項について、重要な疑義を生じさせるような事象又は状況に関して重要な不確実性が認められると判断した場合には、入手した証拠に基づき、四半期連結財務諸表において、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準に準拠して、適正に表示されていないと信じさせる事項が認められないかどうか結論付ける。また、継続企業の前提に関する重要な不確実性が認められる場合は、期中レビュー報告書において四半期連結財務諸表の注記事項に注意を喚起すること、又は重要な不確実性に関する四半期連結財務諸表の注記事項が適切でない場合は、四半期連結財務諸表に対して限定付結論又は否定的結論を表明することが求められている。監査人の結論は、期中レビュー報告書日までに入手した証拠に基づいているが、将来の事象や状況により、企業は継続企業として存続できなくなる可能性がある。
- ・ 四半期連結財務諸表の表示及び注記事項が、株式会社東京証券取引所の四半期財務諸表等の作成基準第4条第1項及び我が国において一般に公正妥当と認められる四半期財務諸表に関する会計基準に準拠していないと信じさせる事項が認められないかどうかとともに、関連する注記事項を含めた四半期連結財務諸表の表示、構成及び内容、並びに四半期連結財務諸表が基礎となる取引や会計事象を適正に表示していないと信じさせる事項が認められないかどうかを評価する。
- ・ 四半期連結財務諸表に対する結論を表明するために、会社及び連結子会社の財務情報に関する証拠を入手する。監査人は、四半期連結財務諸表の期中レビューに関する指示、監督及び実施に関して責任がある。監査人は、単独で監査人の結論に対して責任を負う。

監査人は、監査役及び監査役会に対して、計画した期中レビューの範囲とその実施時期、期中レビュー上の重要な発見事項について報告を行う。

監査人は、監査役及び監査役会に対して、独立性についての我が国における職業倫理に関する規定を遵守したこと、並びに監査人の独立性に影響を与えると合理的に考えられる事項、及び阻害要因を除去するための対応策を講じている場合又は阻害要因を許容可能な水準にまで軽減するためのセーフガードを適用している場合はその内容について報告を行う。

利害関係

会社及び連結子会社と当監査法人又は業務執行社員との間には、公認会計士法の規定により記載すべき利害関係はない。

以 上

-
- (注) 1. 上記の期中レビュー報告書の原本は当社（四半期決算短信開示会社）が別途保管しております。
2. XBRLデータ及びHTMLデータは期中レビューの対象には含まれていません。