

2026年2月期 決算説明会資料

2026年4月

株式会社ジュンテンドー

東京証券取引所 スタンダード市場
証券コード:9835

会社概要

株式会社ジュンテンドー

創業

1894年10月

設立

1948年 6月

ホームセンター創業

1969年 9月

資本金

42億2,425万円

営業収益(2026年2月期)

430億4,098万円

店舗数(2026年2月末時点)

116店舗

事業内容 ホームセンターをチェーン展開する小売業

沿革

- 1894年 島根県美濃郡益田町(現益田市)において、順天堂薬局を創立。医薬品販売業を開始。
- 1969年 日本初のホームセンター「幸せを売るバラエティ・ストア順天堂駅前店」開店
- 1980年 新設店舗の主力を小型店舗(150坪型店舗)に変更
- 1987年 店舗数100店を突破
- 1989年 広島証券取引所に株式上場
- 1991年 大阪証券取引所第二部に株式上場
- 1991年 売上高300億円を突破
- 1995年 店舗数188店(最大)
- 1997年 売上高500億円を突破
- 1998年 1,000坪店舗(メイン峰山店)の出店を開始
- 1999年 営業本部を広島県安芸郡へ移転開設
- 2000年 東京証券取引所第二部に株式上場 (広島証券取引所と合併による)
- 2002年 広島トランスファーセンターの開設によりロジスティクスの整備が完了
- 2017年 イエローハット4店舗を事業譲渡
- 2019年 西舞鶴モール店(京都府舞鶴市)(最大規模1,923坪)を開店
- 2019年 ドラッグストア6店舗を事業譲渡
- 2022年 東京証券取引所スタンダード市場へ移行 (東証市場再編による)
- 2024年 JAしまねとの業務提携契約、JA全農との包括連携協定、
JA広島市・JA全農ひろしまとの売買取引契約を締結
- 2025年 JA尾道市との売買取引契約を締結
三木トランスファーセンターを兵庫県小野市へ移転開設

経営理念

「地方都市、中山間地、離島の
なくてはならないインフラになろう」



基軸



ホームセンターは
農業、園芸、資材、
金物、工具、ワーキング
の専門店である

当社の店舗数・売り場面積

売場面積

249,861m²

(75,583坪)

店舗数

116店舗



2026年2月期 業績の概況(1)

営業収益は

2026年2月期の営業収益は継続的な物価上昇に伴う買い控えや客数の減少により、前事業年度を下回る結果となる。
夏は酷暑となり、季節用品が好調の一方、外作業用品は減少。
冬は暖冬となり季節用品が減少。

各部門については

生活関連部門については

- ・9月以降の値上げによる消費者の買い控え、前年度の南海トラフ地震臨時情報発表後の防災商品の需要増の反動により**減少**。

資材工具部門については

- ・新築着工数減少等、建築業界の低迷を背景に販売数が**伸び悩む**。
暖冬により冬物作業衣料は**減少**。酷暑により夏物作業衣料は**好調**。

園芸農業部門については

- ・酷暑により秋口の用土や薬剤需要は**伸び悩む**も、米価格の高騰を背景に**農家向けの資材や刈払機は好調**。

2026年2月期 業績の概況(2)

当期純利益赤字について

特別損失において、店舗の固定資産で事業環境の変化を踏まえた収益性や今後の見通しから、将来の回収可能性を検討した結果、新店の事業計画が実績と乖離したことを主要因として、減損損失を507百万円計上。

また店舗の閉店に伴う解体費用等として63百万円を固定資産除却損に計上したことから、当期純利益において赤字計上することとなった。

2026年2月期 既存店月別前期比較

季節要因などによる、売上高、客数、客単価の既存店月別変動状況

2026年2月期既存店売上高前年比推移 (単位:%)

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
売上高	103.1	101.2	99.1	100.1	102.8	94.6	94.8	95.2	98.3	92.3	92.2	97.4	97.5
客数	101.6	99.6	98.0	97.2	99.0	94.4	93.4	95.2	99.0	92.7	93.1	99.6	96.7
客単価	101.4	101.7	101.1	102.9	103.9	100.3	101.4	100.1	99.3	99.6	99.0	97.8	100.7

季節商品需要

季節商品需要

2026年2月期数値 前期比較

HC	売上高	客数	客単価
全店	97.4	96.3	101.2
既存店	97.5	96.7	100.7

値上により客単価では踏みとどまっているものの、物価高騰を背景とした買い控えによる客数減少が売上高を押し下げているのが現状。
客数の増加をはかり、それに比例させる形で売上高増加へとつなげることが今後の課題となる。

損益計算書(1)

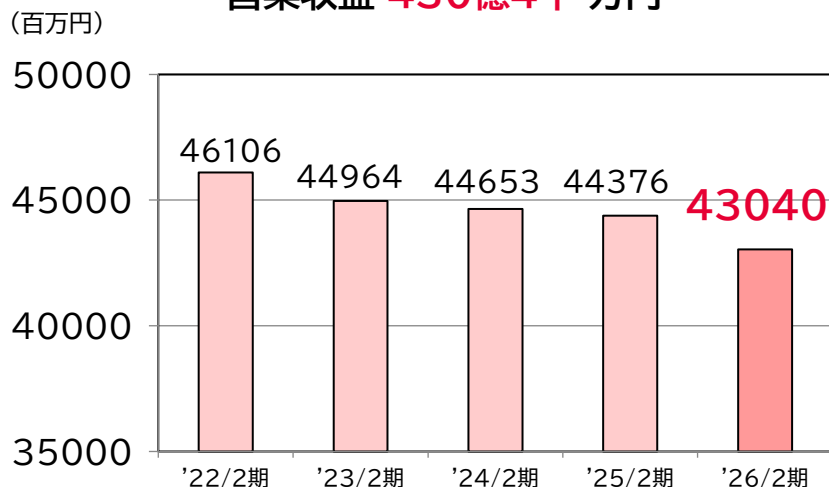
(単位:百万円)

損益計算書	2022/2期	2023/2期	2024/2期	2025/2期	2026/2期	前年比
営業収益	46,106	44,964	44,653	44,376	43,040	97.0%
売上高	44,334	44,057	43,764	43,482	42,111	96.8%
売上総利益	12,895	13,201	12,843	12,906	12,695	98.4%
売上総利益率	29.1%	30.0%	29.3%	29.7%	30.1%	101.6%
営業収入	1,771	906	888	893	929	104.0%
営業総利益	14,667	14,108	13,732	13,799	13,625	98.7%
営業総利益率	33.1%	32.0%	31.4%	31.7%	32.4%	102.0%
販売費及び一般管理費	13,433	13,201	13,413	13,327	13,387	100.5%
販管費率(対売上高比)	30.3%	30.0%	30.6%	30.6%	31.8%	103.7%
うち人件費	6,041	6,175	6,341	6,368	6,421	100.8%
うち広告宣伝費	436	377	393	386	367	95.1%
うち水道光熱費	452	610	628	629	643	102.2%
うち店舗賃借料	2,521	2,558	2,509	2,497	2,411	96.6%
うち減価償却費	1,153	1,179	1,292	1,165	1,242	106.6%
営業利益	1,233	906	319	472	238	50.4%
営業利益率	2.8%	2.1%	0.7%	1.1%	0.6%	52.1%
経常利益	1,261	922	317	458	208	45.4%
経常利益率	2.8%	2.1%	0.7%	1.1%	0.5%	46.9%
税引前当期純利益	1,027	682	296	260	-360	-138.5%
法人税等(調整額含む)	420	299	107	107	1	0.6%
当期純利益	606	382	188	152	-361	-237.5%
当期純利益率	1.4%	0.9%	0.4%	0.3%	-0.9%	-245.2%

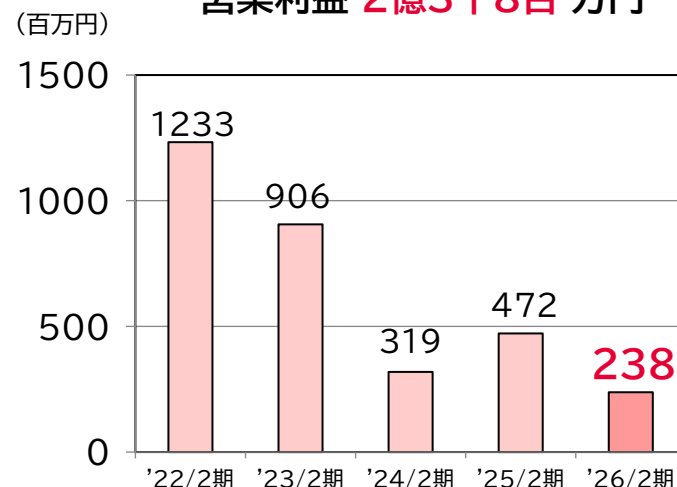
※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。

損益計算書(2)

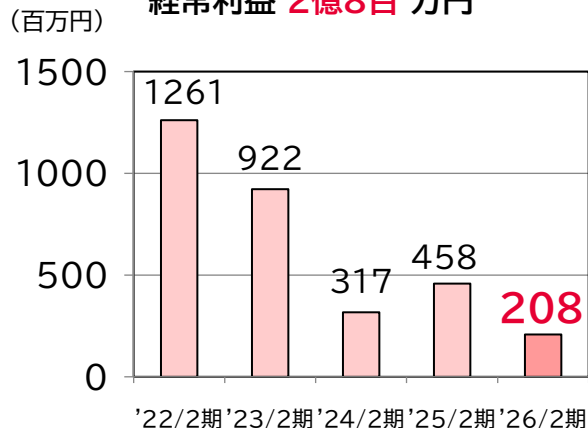
営業収益 430億4千万円



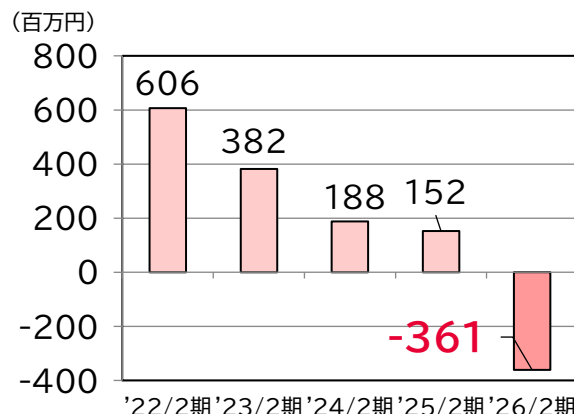
営業利益 2億3千8百万円



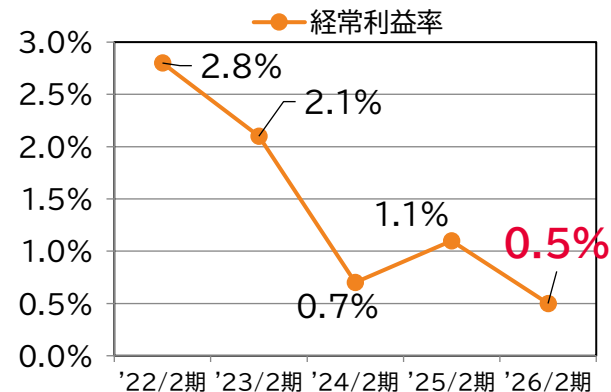
経常利益 2億8百万円



当期純利益 -3億6千1百万円



経常利益率推移



※2023年2月期より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。

貸借対照表(1)

(単位:百万円)

貸借対照表	2022/2期	2023/2期	2024/2期	2025/2期	2026/2期
	2022.2.28現在	2023.2.28現在	2024.2.29現在	2025.2.28現在	2026.2.28現在
流動資産	14,581	15,933	16,476	15,940	16,156
現金および預金	1,398	1,301	1,212	1,279	1,853
売掛金	231	313	383	379	450
商品	12,353	13,697	14,206	13,722	13,180
その他	598	621	673	559	672
固定資産	20,055	21,946	22,032	22,928	25,164
有形固定資産	15,687	17,323	17,051	17,573	19,346
建物等	8,817	9,789	10,154	10,188	10,111
土地	5,988	6,014	5,996	5,956	7,506
リース資産	191	173	100	64	1,047
その他	690	1,345	800	1,363	680
無形固定資産	273	307	322	296	465
投資その他の資産	4,094	4,315	4,658	5,059	5,352
繰延資産	-	-	-	-	-
資産合計	34,637	37,879	38,509	38,869	41,321
流動負債	11,304	13,065	13,095	13,269	12,831
支払手形・電子記録債務・買掛金	6,853	7,268	6,898	6,774	6,563
短期借入金	300	1,100	1,600	500	1,200
1年以内返済予定長期借入金	2,296	2,468	2,737	3,794	3,039
その他	1,855	2,228	1,858	2,200	2,028
固定負債	10,877	12,089	12,585	12,674	15,899
長期借入金	7,361	8,664	9,222	9,395	11,577
リース債務	146	127	74	52	1,065
退職給付引当金	2,375	2,344	2,372	2,301	2,338
その他	994	952	916	925	917
負債合計	22,182	25,155	25,680	25,943	28,730
純資産	12,454	12,724	12,828	12,925	12,590
資本金	4,224	4,224	4,224	4,224	4,224
資本剰余金	4,011	4,011	4,011	4,011	4,011
利益剰余金	4,272	4,494	4,561	4,632	4,190
自己株式	-95	-95	-95	-96	-96
その他	42	90	127	152	260
負債および純資産合計	34,637	37,879	38,509	38,869	41,321

流動資産について

商品は在庫削減の取組の結果、2年前と比較したとき、約10億円の削減。

固定資産について

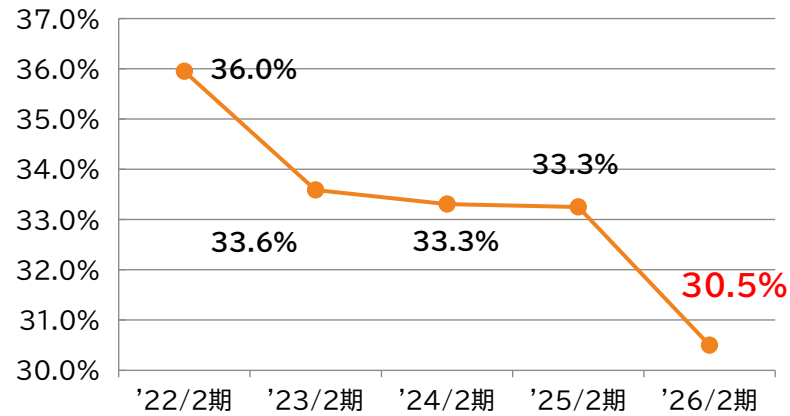
有形固定資産が4年前と比較したとき、約36億円の増加。これは新店の出店や土地購入等によるもの。

負債の部について

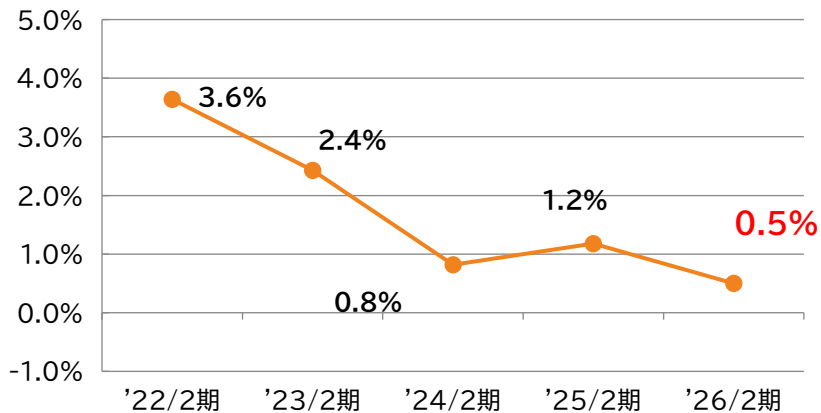
有利子負債(銀行借入)が2026年2月期では158億円。4年前より約58億円増加。これは新店の出店や土地購入等によるもの。

貸借対照表(2)

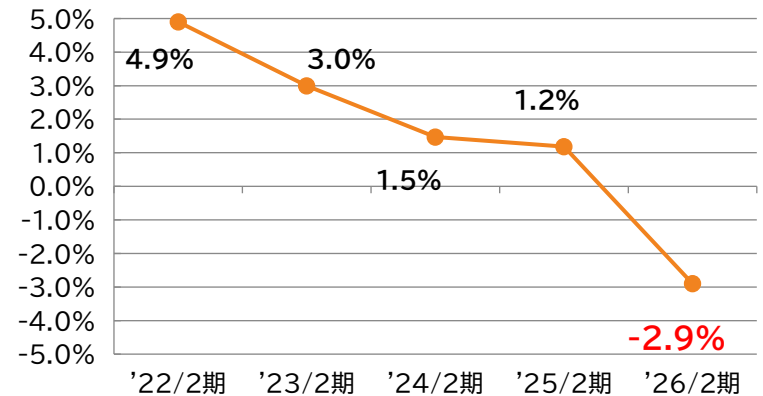
■自己資本比率



■総資産経常利益率(ROA)



■自己資本利益率(ROE)



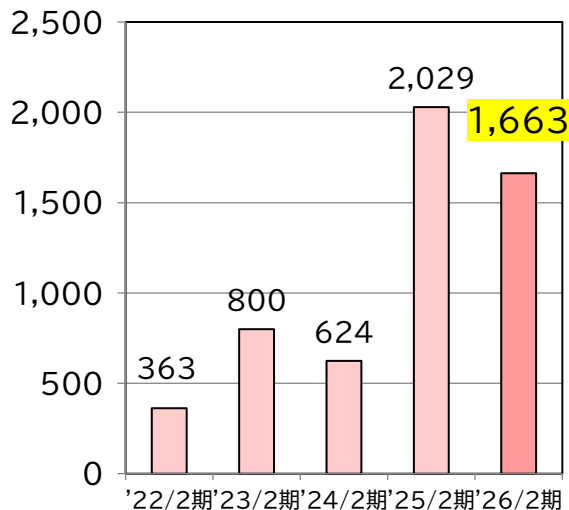
※ROA=経常利益/総資産

キャッシュ・フローの状況

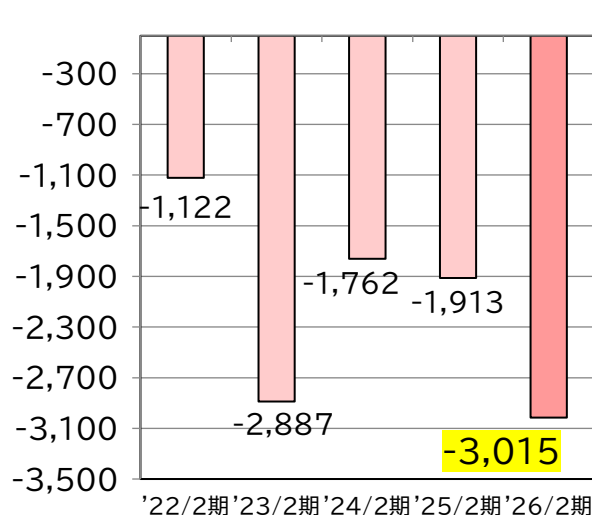
単位：百万円

	2022/2期 2021.3.1~ 2022.2.28	2023/2期 2022.3.1~ 2023.2.28	2024/2期 2023.3.1~ 2024.2.29	2025/2期 2024.3.1~ 2025.2.28	2026/2期 2025.3.1~ 2026.2.28
営業活動CF	363	800	624	2,029	1,663
投資活動CF	-1,122	-2,887	-1,762	-1,913	-3,015
財務活動CF	306	1,989	1,049	-49	1,926

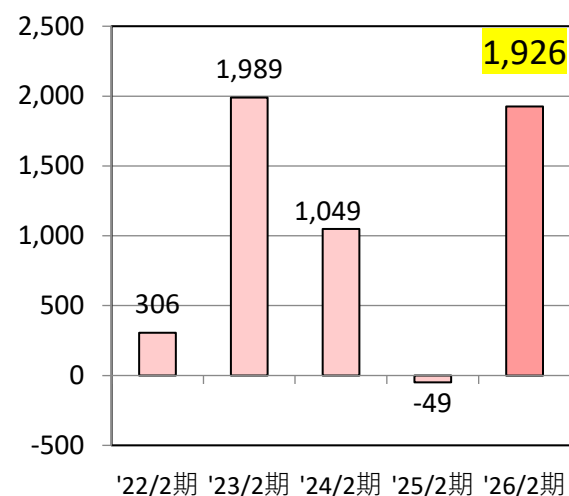
営業活動CF



投資活動CF



財務活動CF



年間の推移

ホームセンター年間推移

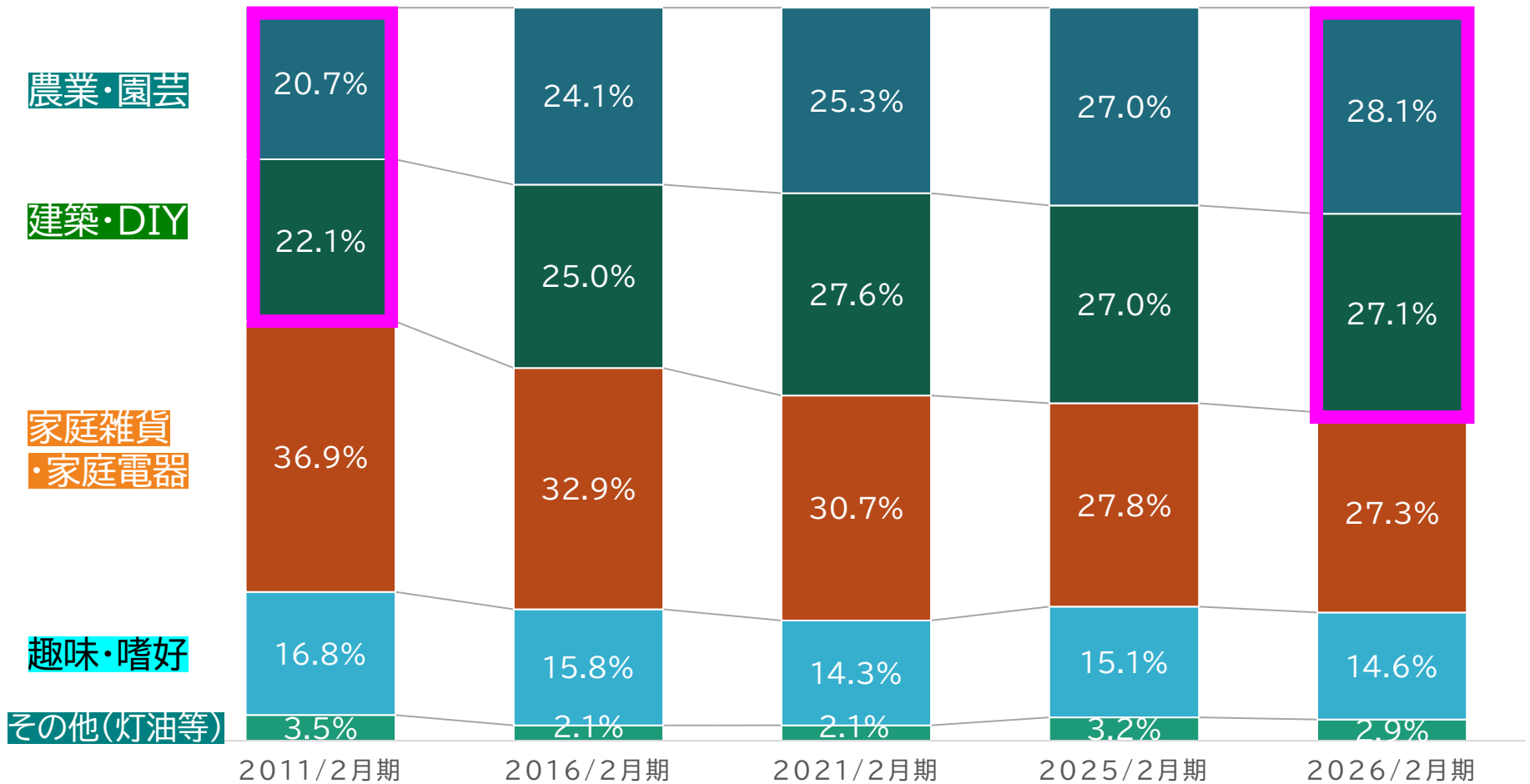
単位:百万円

	【参考】2011/2期	【参考】2021/2期	2025/2期	2026/2期	2011/2期と2026/2期比較
ホームセンター店舗数	133 店舗	127 店舗	121 店舗	116 店舗	-17店舗
売場面積	66,284 坪	73,565 坪	76,494 坪	75,583 坪	+9,299坪
ホームセンター1店舗当たり					
売上高	3.05 億円	3.56 億円	3.63 億円	3.70 億円	+0.65億円
荒利益高	0.83 億円	1.06 億円	1.06 億円	1.09 億円	+0.26億円
売場面積	498 坪	579 坪	632 坪	652 坪	+153坪

老朽化し不採算化していく400坪未満店を計画的に、800坪以上の店舗へとスクラップ&ビルド(S&B)することで小型店では置けなかった商品の取扱いが出来、専門性の向上およびスケールメリットを生かすことが可能となる。

※各事業年度の比較のため、「収益認識に関する会計基準」適用前の数値を記載しております。

部門別構成比の推移



園芸農業部門+資材工具部門 構成比42.8%(2011年2月)から**55.2%**(2026年2月期)

※各事業年度の比較のため、「収益認識に関する会計基準」適用前の数値を記載しております。

部門別構成比 他社比較

ホームセンター22社平均と当社の部門構成比比較

単位:%

2025年3月~2026年2月 日本DIY協会調べ	HC平均 構成比	うち当社 構成比
DIY素材・用品	30.0	27.1
電気	7.6	7.1
インテリア	5.7	3.5
家庭日用品	17.9	16.1
園芸・エクステリア	15.3	28.1
ペット	8.8	7.4
カー・アウトドア	5.3	4.3
カルチャー(文房具・オフィス等)	2.3	2.8
その他(灯油・食品等)	7.1	3.5
合計	100	100

→園芸農業部門が他社と比較して10%以上高い。

→園芸農業・資材工具部門の合計構成比は他社と比較しても高い。

※当社の数値に関しては「収益認識に関する会計基準」適用前の数値で計算を行っております。

2026年2月期 出店等の状況

■新規出店

店名	所在地	開店時期	売場面積
西郷店	島根県 隠岐郡 隠岐の島町 平 平ノ前84番6	4月	1,206坪(3,988㎡)

■閉店

7店舗(内BC1店舗)

※西郷店の新店への移転を伴う閉店を含みます。

※今期の閉店をもってBC事業は全て終了。

■改装店

メイン峰山店(京都府)

■HC期末店舗数

店舗数	店舗数増減	総売り場面積	売場面積の増減
116店	5店減	249,861㎡	-3,012㎡減

2026年2月期出店店舗 西郷店(1)

■新店

西郷店

3,988m²

島根県 隠岐の島町
2025年4月開店

コンセプト

1. 人口減少過疎地へのS&B出店による持続可能な地域インフラとなる
2. 開店時よりJAとの協業を行う新店1号
3. 過疎地での農業園芸・資材強化
4. 隠岐の島産の木材、地元生産者の苗物の販売による地産地消の推進

2026年2月期出店店舗 西郷店(2)

- ・約38年営業を行ったジュンテンドー旧西郷店の後継店。
売り場面積は旧店舗のおよそ2倍となる。
品揃えの大幅な強化を行い、島民の皆様の生活に寄り添います。
- ・エネルギー消費削減の設計がされている建物として環境省の定める、“ZEB Ready”の認証を取得。

西郷店



周辺地図



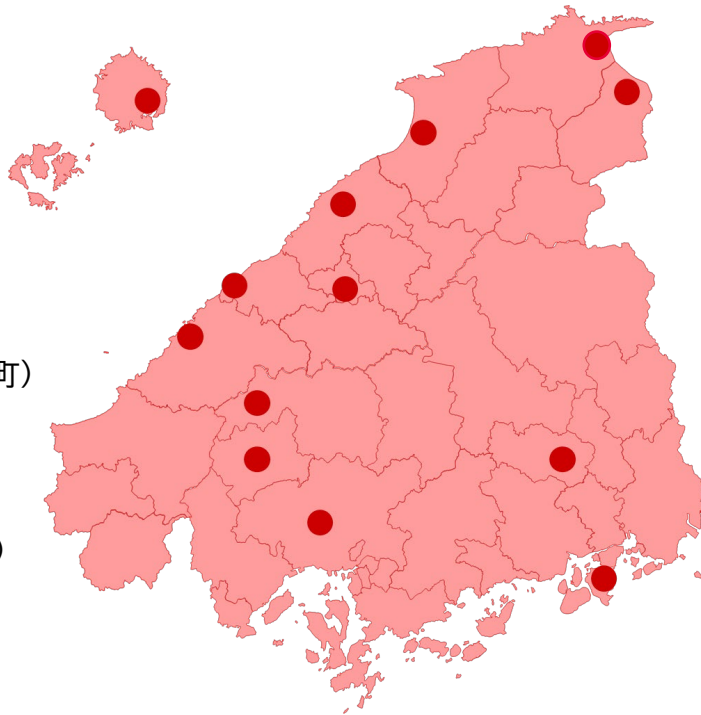
JAとの業務提携の状況

JA商品取扱店舗数

島根県・広島県両県で

現在**13**店舗

2024年 4月	江津店(島根県江津市)
2024年 8月	浜田店(島根県浜田市)
2024年 8月	川本店(島根県邑智郡川本町)
2024年10月	戸河内店(広島県山県郡安芸太田町)
2025年 1月	沼田店(広島県広島市)
2025年 2月	大田店(島根県大田市)
2025年 3月	神西店(島根県出雲市)
2025年 3月	芸北店(広島県山県郡北広島町)
2025年 4月	西郷店(島根県隠岐郡隠岐の島町)
2025年 7月	甲山店(広島県世羅郡)
2025年 8月	中庄店(広島県尾道市因島)
2025年12月	安来店(島根県安来市)
2026年 4月	大庭店(島根県松江市)



2024年3月28日
JAしまねとの調印



2024年9月18日
JA広島市との調印



2025年6月19日
JA尾道市との調印

協業のメリット

一般では取扱いが出来なかった、プロ農家から支持を得ているJAブランドの商品の取扱いが可能となる。

JA組合員にとっても従来のJAの販売拠点に比べ、夕方や休日分の営業時間が長くなり、利便性が向上。農業に携わる顧客の囲い込みが出来る。

2027年2月期 業績予想

単位:百万円

	2026年2月期実績		2027年2月期予想			
	第2四半期累計	通期	第2四半期累計		通期予想	
			予想	対前期 増減率		対前期 増減率
営業収益	23,488	43,040	23,300	-0.8%	44,000	2.2%
営業利益	871	238	820	-5.9%	420	76.4%
経常利益	850	208	770	-9.4%	300	43.8%
当期純利益	572	-361	480	-16.2%	150	-

2027年2月期 経営環境予想

経済の動きについて

地政学的リスクによるエネルギー価格の高騰や物流コストの上昇、円安基調による原材料費・仕入コストの上昇が予想される。国内経済の見通しも不透明な状況が続く。

消費者心理について

上記影響に起因する物価高により、今後も節約志向が続く。

中長期の環境について

少子高齢化および人口減少による市場の成熟化、労働力不足が課題となってくる。

2027年2月期の取組み

物流体制の強化

前期設立された新物流センターを中心として、「物流コスト」「作業コスト」の改善に取り組み、全社的なメリットを生み出す。

JAとの協業の取組の拡大

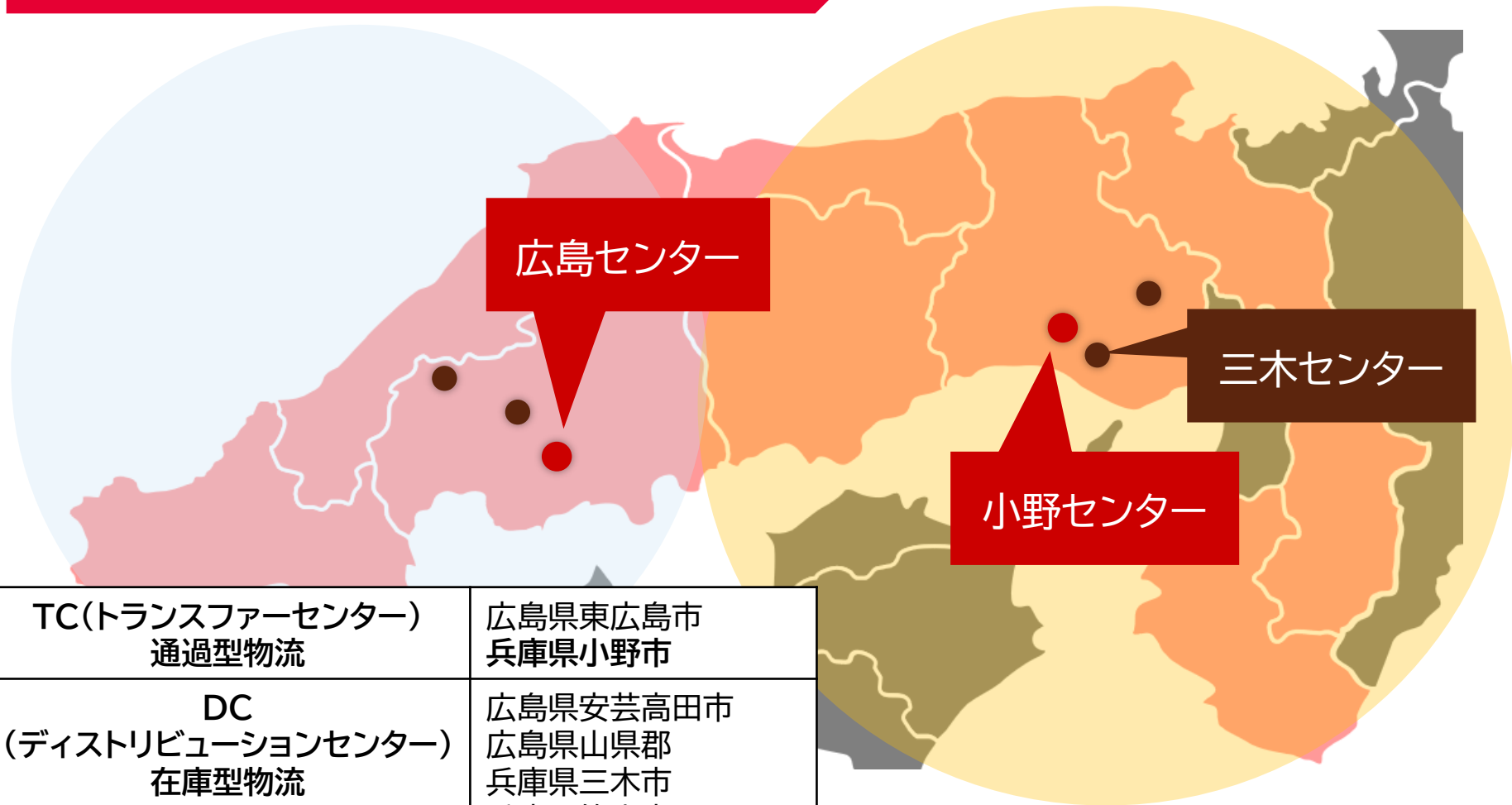
提携を拡大し、中長期的な企業価値向上を図る。
両者の経営資源を活用し、新たな価値の創造。
農業資材専門の新業態店舗の出店。

新人事制度施行

若年層の定着とシニア層の活用、査定中心の評価から育成目的の評価制度への移行を中心とした新人事制度を施行。
10年先の経営を見据え、人的資本の量と質を高める。

物流体制の強化(1)

当社の物流体制網



物流体制の強化(2)

小野センター新設

2025年9月、兵庫県小野市に物流センターを新設。
これは兵庫県三木市で通過型物流センター(TC)として稼働していた三木センターの設備の老朽化に伴い、移転および機能拡張を図ったもの。

- ・機能拡張ならびに配送エリアの再構築による、TCの仕分能力の向上により受入先である店舗の生産性が向上。
- ・TCであった三木センターは在庫型物流センター(DC)専用として活用。三木DCの保管容量は2.5倍となり、輸入コンテナ仕入の拡大が可能となる。
現状のプライベートブランド商品売上構成比7%台を、10%まで高めることを目標に仕入を行う。

新業態の取組

農業資材専門店「ジュンテンドーアグリ」の出店

農業資材専門店「ジュンテンドーアグリ」の出店を予定。
既存店のある地域への出店を基本とし、
小規模でコストを抑え、プロ向け農業資材特化の店舗となる。
(既存店は農業部門を縮小し生活部門+ハード部門の取扱い。)

JAと協業を行っていることのメリットを生かしつつ、
他社に対して、「農業プロ」の需要を取り込む差別化をはかり、
将来的な拡大も見据えた、新フォーマットの構築を進める。



※写真は当社既存店のグリーン部門の売場です。

新人事制度施行

新人事制度の概要

高齢化や人口減少の影響で働き手不足の環境下、10年後も事業を持続・成長させていくため、**若年層の定着**と**シニア層を活用**をはかる新人事制度を2026年3月よりスタート。

社員一人一人の成長や育成、活躍を重視する人事制度を施行し、社員のエンゲージメントを高めていく。

営業力の強化・サービスの拡充

人材の育成と再配置

研修を強化することで社内の有資格者の増員を行うとともに業務改革を行うことで人員を創出、**法人営業**や、**2026年4月より開始している配達・取付サービス**をはじめとした各種サービスへの再配置を行い、さらなる付加価値の提供と収益の拡大を図る。

資格取得者総数(参考)

資格名称	【参考】2021年2月期末	2026年2月期末	2027年2月期目標
DIYアドバイザー	136名	240名	+30名
グリーンアドバイザー	38名	108名	+20名
自転車安全整備士	204名	242名	+15名

2027年2月期取組みによる今後の展望

営業力の強化

経営資源の再配置と他社との差別化を軸に、付加価値の向上と収益の最大化を図る。

コストの抑制

店舗運営体制の最適化を進め、販管費の抑制を図る。



持続的な成長を可能とし、「地方都市、中山間地、離島のなくてはならないインフラ」を実現する。

株主優待と配当の状況(予想)

株主優待

対象:

権利確定日(毎年2月末)時点で

1年以上継続で当社株式**100株**以上ご所有の株主様

内容:

・デジタルギフト**1,000円**相当分

・QUOカード(クオカード) **1,000円分** いずれかを贈呈

配当の状況(予想)

2026年2月期予想

1株当たり年間配当金

10円00銭



最後までご清聴いただきまして誠にありがとうございました。

問合せ先責任者
常務取締役 管理本部長
尾原 司
(TEL 0856-24-2400)

【見通しに関する注意事項】

本資料における業績見通し等の将来に関する記述は、過去の事実ではなく、現時点で把握可能な情報から判断した仮定および所信に基づく見込みです。

実際の業績は、経済情勢や市場環境など様々なリスク要因により、記載の内容と異なる場合があります。