

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ジェーソン

3080 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年5月22日(金)

執筆：客員アナリスト

星 匠

FISCO Ltd. Analyst **Hoshi Takumi**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2026年2月期の業績概要	01
2. 2027年2月期の業績見通し	01
3. 中長期の取り組み	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業内容	05
4. 重要視する3つのポイント	07
5. 経営陣	08
■ 業績動向	08
1. 2026年2月期の業績概要	08
2. KPIの達成状況	09
3. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	12
● 2027年2月期の業績見通し	12
■ 中長期の成長戦略	13
● 中長期成長に向けた2027年2月期の取り組み	13
■ 株主還元策	14
1. 配当方針	14
2. 株主優待	15

要約

インフレ逆風下でも仕入れ強化で、2027年2月期は黒字回復を目指す

ジェーンソン<3080>は、関東一円で、低価格の飲料、加工食品、日用品などを扱うバラエティストア「ジェーンソン」をチェーン展開しており、2026年2月末時点のグループ拠点は直営店117店舗、子会社が運営する「サンモール」6店舗を有する。「人々の生活を支えるインフラ（社会基盤）となる。ビジネスをサイエンスし、未来へ進化し続けるロープライスストアを目指します。」というビジョンの下、「ムリ・ムラ・ムダ」を省いた徹底したローコスト経営に強みがある。商品の展開においては、独自ルートで仕入れた低価格なJV（ジェーンソン・パリュール）商品※に加え、自社工場で製造する「尚仁沢（しょうじんざわ）の天然水」や、好調な「はじける強炭酸水（天然水の炭酸水）」などのPB（プライベートブランド）商品のラインナップ拡充を進めている。

※JV商品とは、同社の独自の仕入れルートにより他社よりも低価格を実現した商品。

1. 2026年2月期の業績概要

2026年2月期の連結業績は、売上高が前期比1.1%増の28,604百万円、営業利益が同62.7%減の200百万円となった。(株)サンモールの連結子会社化による売上高増加、PB商品の好調な販売などが増収に寄与した。一方、インフレによる仕入れ価格上昇の継続が仕入れ数量の減少につながり、売上高の伸びを抑えた。減益の要因は、将来投資に伴う減価償却費や販管費が増加したことによる。将来の生産能力拡大に向けて、(株)尚仁沢ビバレッジの新倉庫稼働、各店舗への配送を担う車両購入などの投資を積極的に進めた。特別損失により、親会社株主に帰属する当期純利益は上場来初の損失を計上した。

2. 2027年2月期の業績見通し

2027年2月期の連結業績は、売上高が前期比1.4%増の29,000百万円、営業利益が同4.5%増の210百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は150百万円（前期は201百万円の損失）の増収増益を見込んでいる。仕入れ体制の立て直しやPB商品の拡大、サンモールの収益改善により黒字回復と増収増益基調への回帰を計画している。仕入れ強化については、新規仕入れ先の開拓等、積極的に進める。サンモールについては、引き続き管理体制の整備を進めるとともに、同社との共同店舗（ハイブリッド）化の加速や商品の相互補完を強化し、グループ間のシナジー効果を最大限に発揮させる方針である。

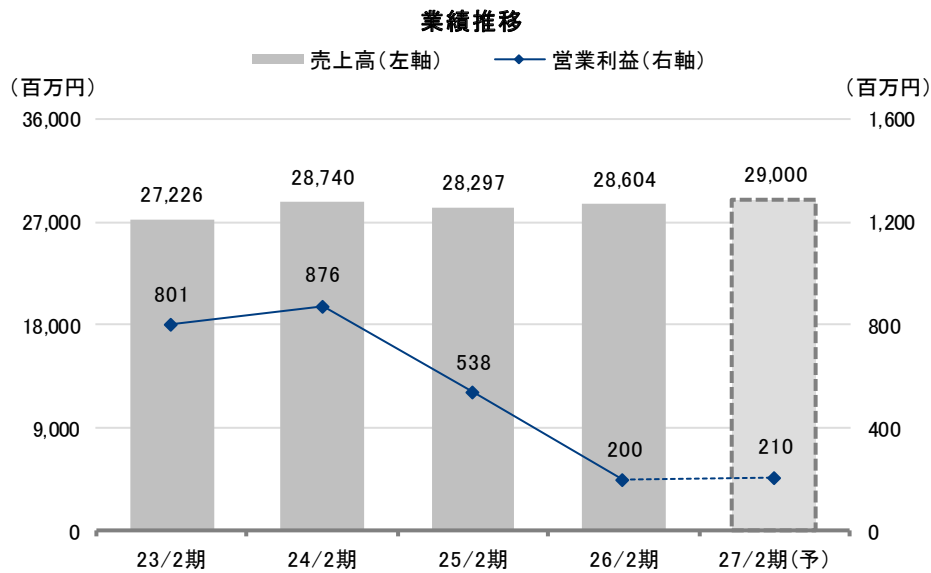
要約

3. 中長期の取り組み

同社は中長期成長に向けて、社内IT・デジタルテクノロジーの高度化を主軸に、徹底したローコスト経営と各種経営戦略を展開し、企業価値向上を目指している。2027年2月期の重点施策として、1) 店舗戦略の推進と収益構造の強化、2) 商品力と商品供給力の強化、3) DXと人的リソースによる経営基盤の整備の3点を掲げている。

Key Points

- ・ 2026年2月期は微増収も、将来投資に伴う減価償却費や販売費の増加により大幅な営業減益
- ・ 2027年2月期はインフレ逆風下でも仕入れ強化で、増収増益の見通し。M&A効果も寄与
- ・ PB商品の増産体制と物流体制を強化し、中長期の成長を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

来店者数1日5万人を超えるバラエティストア「ジェーンソン」を運営。 ローコスト経営が強み

1. 会社概要

同社は千葉県柏市に本社を置く総合小売事業を行う企業で、バラエティストア「ジェーンソン」の運営及びチェーン展開を行っている。「ジェーンソン」1号店を開店した1984年から業績拡大が続いており、大阪証券取引所（現 大阪取引所。以下、大証）ヘラクレス市場へ上場した2008年2月期に売上高161億円、直営店60店舗、東京証券取引所（以下、東証）JASDAQ（スタンダード）市場へ上場した2014年2月期は売上高196億円、直営店86店舗となった。物流センターを開設した2018年2月期には売上高232億円、直営店100店舗を突破し、直近の2026年2月期には売上高286億円、直営店117店舗まで拡大した。居抜き物件を中心に関東一円にバラエティストアをチェーン展開しており、IT及び物流内製化等によるローコスト経営を徹底し、順調に業容を拡大している。地域密着型を特徴としており、1日の来店者数は5万人強、平均的な店舗面積は約210坪である。

2. 沿革

同社は、現 代表取締役社長兼会長である太田万三彦（おおた まさひこ）氏が1983年に埼玉県川口市に衣料品、日用雑貨品等を販売する（株）クルメを設立したことに端を発する。1984年12月に埼玉県和光市に「ジェーンソン」1号店を開店し、1985年5月に商号をジェーンソンに変更した。その後、関東一円で順調に店舗数を拡大し、2007年4月に大証ヘラクレス市場へ上場し、2010年10月には大証JASDAQ（スタンダード）市場への上場を果たした。2017年2月には物流コストの低減を目的として西多摩共配センターを開設し、その後はPOSレジを自社開発して全店舗に導入するなど、システムの内製化に積極的に取り組んでいる。2020年12月には飲料水製造事業を開始し、本格的にPB商品の展開を開始した。2013年7月に東証JASDAQ（スタンダード）市場へ上場し、2022年4月の東証再編に伴いスタンダード市場に移行した。なお、太田氏は埼玉県内を中心に展開するディスカウントストアチェーン「ロチャース」の創業者である太田實氏の次男にあたる。

ジェーソン

2026年5月22日(金)

3080 東証スタンダード市場

<https://jason.co.jp/ir/>

会社概要

沿革

年月	主な沿革
1983年 6月	埼玉県川口市に衣料品、日用雑貨品等を販売する(株)クルメを資本金10百万円で設立
1984年12月	埼玉県和光市にディスカウントストア ジェーソン和光店(1号店)を開店、営業開始
1985年 5月	商号を(株)ジェーソンに変更
1987年 6月	千葉県松戸市の新大和物産(株)を合併
1988年11月	千葉県流山市に本店移転
1989年 5月	商品仕入れを目的に千葉県東葛飾郡沼南町(現 千葉県柏市)に100%出資の子会社(株)スパイラルを資本金90百万円で設立
1990年10月	千葉県東葛飾郡沼南町(現 千葉県柏市)に本店移転
1994年 2月	社内のコンピュータシステムを従来の汎用コンピュータからパソコン主体の社内LANシステムに全面切り替え
1998年 3月	千葉県東葛飾郡沼南町(現 千葉県柏市)の京和物産(株)を形式上の存続会社として、実質上の存続会社ジェーソンを合併、形式上の存続会社の商号を(株)ジェーソンに変更
1999年 5月	東京都葛飾区に現在主力のパラエティストアのモデルとなるジェーソン葛飾白鳥店(15号店)を開店、営業開始
2001年 4月	商品自動補充発注システム「JIOS」を社内で開発、全店全部門で本格運用開始
2005年12月	埼玉県鳩ヶ谷市(現 埼玉県川口市)にジェーソン鳩ヶ谷里店(50号店)を開店、営業開始
2007年 3月	千葉県鎌ヶ谷市にジェーソン東鎌ヶ谷店(60号店)を開店、営業開始
2007年 4月	大阪証券取引所(現 大阪取引所。以下、大証)ヘラクレス市場に上場
2008年 2月	千葉県船橋市にジェーソン船橋習志野台店(70号店)を開店、営業開始(2010年8月閉店)
2009年 1月	千葉県松戸市にジェーソン松戸河原塚店(80号店)を開店、営業開始
2009年11月	埼玉県北本市にジェーソン北本店(90号店)を開店、営業開始(2022年4月閉店)
2010年10月	大証JASDAQ市場、同ヘラクレス市場及び同NEO市場の各市場の統合に伴い、大証JASDAQ(スタンダード)に上場
2012年 6月	埼玉県吉川市にジェーソン吉川店(100号店)を開店、営業開始(2016年8月閉店)
2013年 7月	東京証券取引所(以下、東証)と大証の統合に伴い、東証JASDAQ(スタンダード)に上場
2015年 7月	茨城県桜川市にジェーソン岩瀬店(110号店)を開店、営業開始
2016年 7月	茨城県取手市にジェーソン取手東店(120号店)を開店、営業開始
2017年 2月	物流コストの低減を目的として東京都西多摩郡瑞穂町に西多摩共配センターを開設、自社による倉庫内作業の実験運用開始(2022年1月閉鎖)
2017年11月	茨城県つくばみらい市に守谷共配センターを開設、自社による倉庫内作業及び配送業務の本格運用開始
2018年 5月	監査等委員会設置会社に移行
2019年10月	自社独自開発のJPOSレジ及び電子マネーやクレジットカード等でのキャッシュレス決済を全店舗にて本格運用開始
2019年11月	群馬県高崎市にジェーソン前橋インターアカマル店(130号店)を開店、営業開始
2020年 9月	西多摩共配センターにて配送業務をすべて自社化、物流内製化を実現
2020年11月	将来的な仕入原価の低減を目的に栃木県塩谷郡塩谷町に100%出資の子会社(株)尚仁沢ビバレッジを資本金90百万円で設立
2020年12月	尚仁沢ビバレッジにおいて尚仁沢百年湧水ボトリング工場の事業譲受を実施、飲料水製造事業を開始
2021年11月	ジェーソン店舗の増加に伴い、埼玉県日高市に狭山日高共配センターを開設、西多摩共配センターの倉庫内作業及び配送業務を移転
2022年 4月	東証再編に伴いスタンダード市場に移行
2022年 8月	栃木県鹿沼市にジェーソン鹿沼上殿店(140号店)を開店、営業開始
2022年 8月	尚仁沢ビバレッジにおいてオリジナル商品「尚仁沢の天然水」製造に係る設備を更改、生産能力を増強
2024年 1月	株主優待制度を新設
2025年 2月	尚仁沢ビバレッジにおいてオリジナル商品「尚仁沢の天然水」保管に係る倉庫を新設
2025年 3月	新たなノウハウの蓄積等を目的として群馬県沼田市を中心に食品スーパーを展開する(株)サンモールの株式を取得、100%子会社化
2025年 9月	群馬県沼田市にジェーソン沼田鍛冶町店(150号店)を開店、営業開始

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

3. 事業内容

(1) 事業内容

同社グループは同社、(株)スパイラル、(株)尚仁沢ビバレッジ、(株)サンモールの4社で構成されており、消耗頻度の高い生活必需商品の総合小売を主な事業内容とし、一部ではフランチャイズ展開も行っている。同社は小商圏型のバラエティストアを関東一円に117店舗展開しており、低価格の生活必需商品を豊富に取り揃え、地域における生活便利店としてローコストでの店舗運営を行っている。スパイラルは同社業務を補完するための商品調達を、尚仁沢ビバレッジはPB商品「尚仁沢の天然水」の製造を主な業務としている。また、群馬県に食品スーパーを展開するサンモールの全株式を取得し、2025年3月31日(みなし取得日2025年5月31日)に企業結合した。

グループ概要



※:2025年5月31日を企業結合日として、株式会社サンモールの損益については、2026年2月期第2四半期連結会計期間より連結損益計算書に反映しております。
出所：決算説明資料より掲載

(2) 低価格を実現する「ムリ・ムラ・ムダ」を省いたローコスト経営

同社は、PB商品やJV商品の展開を加速するとともに、コンピューターが販売実績から適正在庫数を計算し、自動的に商品発注を行うオーダーリングシステム「JIOS」を駆使して、1店舗ごとの在庫高を適正に維持することで、仕入価格の低減を進めている。また、「JIOS」によって店内での品出し等の作業時間を大幅に短縮している。このほか、自社で共配センター内の在庫管理や共配センターから各店舗までの配送を行っており、徹底的に効率化した自社物流システムによって物流コストを最小限にとどめている。また、多くの小売業に見られる「チラシ特売」は実施せず、「毎日が低価格」をモットーとする「EDLP(エブリディ・ロープライス)」戦略を実施している。そのほか様々なコストを含め、徹底して「ムリ・ムラ・ムダ」を省くことにより生まれた利益を、主力商品であるペットボトル飲料やJV商品などの価格に反映し、生活必需商品群を安価に提供している。

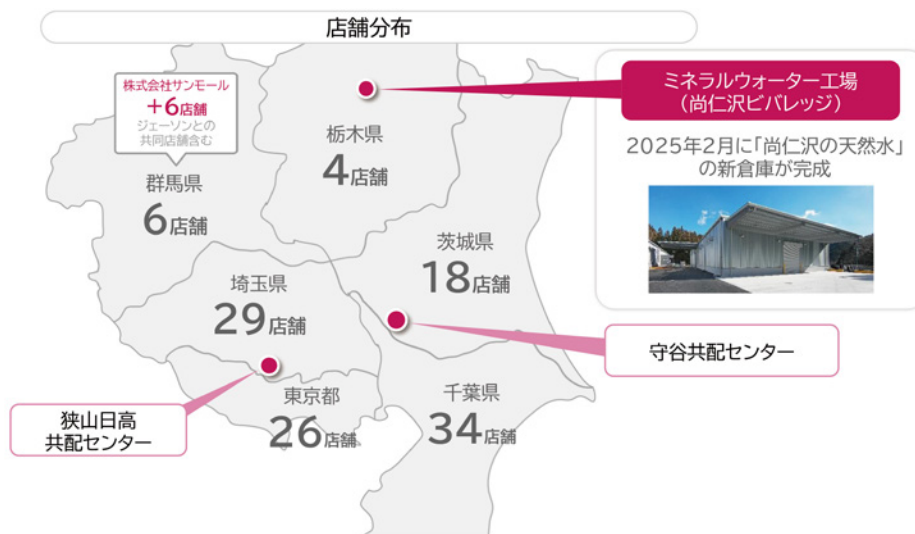
ジェーソン | 2026年5月22日 (金)

3080 東証スタンダード市場 | <https://jason.co.jp/ir/>

会社概要

同社が低価格を実現できる要因は、1) POSレジ、自動発注、プロジェクト管理、流通及びキャッシュレス決済等の各システムを独自開発していること、2) メーカーが作りすぎた在庫や季節外れの商品を格安で仕入れる独自ルートがあること、3) チラシ特売を実施せず、商品を段ボールで箱積み陳列し、店舗の従業員数を最小限に抑え、人件費を抑制するなど徹底したローコストオペレーションを実施していることの3つであると弊社は考えている。緑茶やコーヒー飲料、炭酸飲料などの500mlほどのペットボトルが税込で53円から64円前後など低価格を実現している。主力の「尚仁沢の天然水」(500mlペットボトル)は税込35.2円、「はじける強炭酸水(天然水の炭酸水)」(500mlペットボトル)は税込42.9円で販売している。

関東一円の店舗網と物流センター



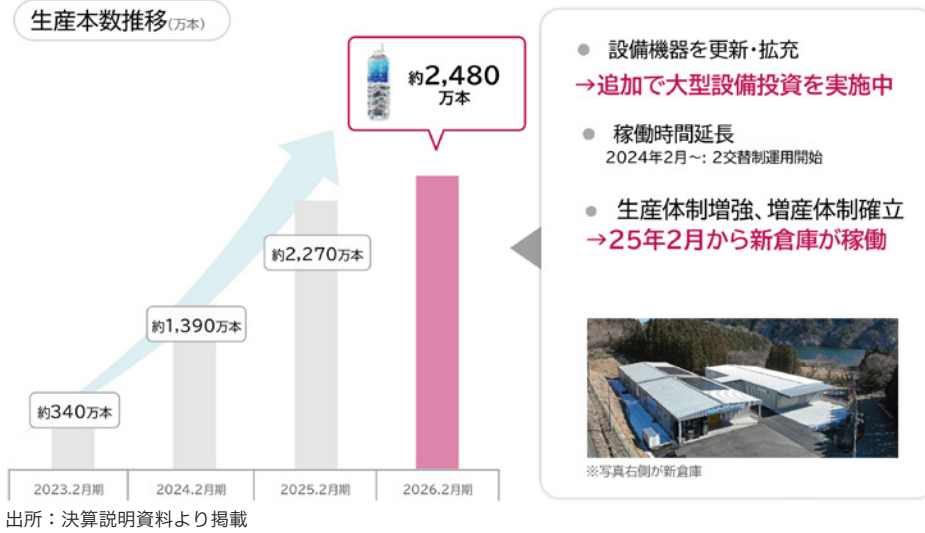
※:2026年2月28日時点の店舗数。ジェーソン・サンモールの共同店舗も含む。
出所：決算説明資料より掲載

(3) PB商品「尚仁沢の天然水」の取り組み

同社では、ナショナルブランドを除いても年間のミネラルウォーターの販売本数は3,600万本以上あるとしており、このうちの一定割合以上を「尚仁沢の天然水」が担う形で、製造子会社の収益化を進めている。2022年2月期に約180万本だった生産本数は2023年2月期に約340万本、2024年2月期には約1,390万本、2025年2月期には約2,270万本、2026年2月期には約2,480万本へと急拡大しており、生産体制の増強のために設備機器を更新・拡充、稼働時間を延長するなどして体制の構築を実施した。2025年2月に新倉庫が稼働したことも含め、「尚仁沢の天然水」の大幅な販売拡大を図っている。スーパーマーケットやドラッグストアなどでは実現が難しい低価格での販売を可能とし、同社を代表する価格訴求力のある低価格商品の1つとなっている。加えて、製造から流通、販売までを一貫して手掛けることで利益の稼ぎ頭の1つという位置付けになりつつある。パラエティストア業界においてPB商品の販売比率拡大で売上総利益率向上を目指す企業は多いが、同社においても「尚仁沢の天然水」での成功を起爆剤として、PB商品のさらなる横展開などについても検討する余地が拡大していると弊社では見ている。

会社概要

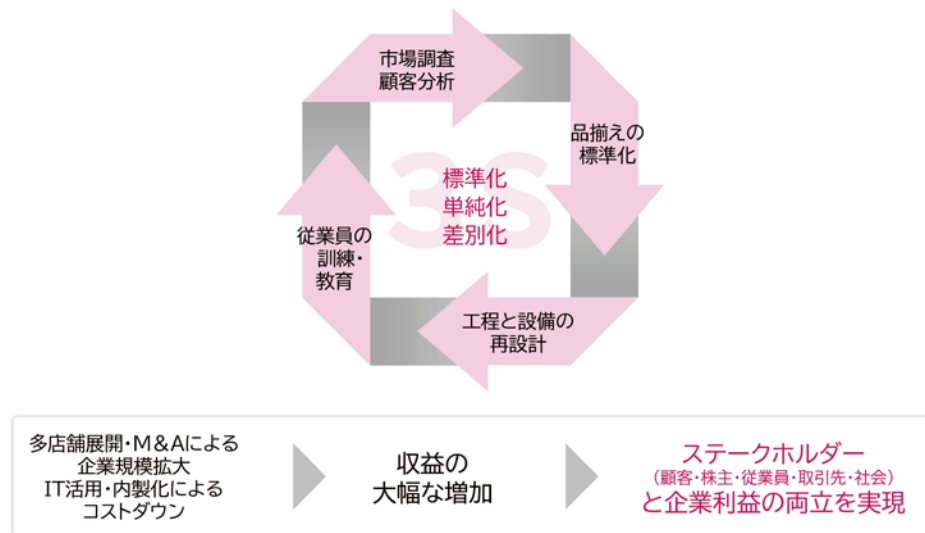
ミネラルウォーター「尚仁沢の天然水」の増産



4. 重要視する3つのポイント

同社は重要視する3つのポイントとして、1) 人々の生活を支えるインフラとなること、2) 科学的、合理的な視点でビジネスを進めること、3) ビジネスをサイエンスし、未来へ進化し続けること、を掲げ推進している。1) は地域密着型の経営で、顧客に喜ばれる店舗づくりを目指している。2) は内製化した業務システムをベースに、高効率な店舗オペレーションや商品管理、商品仕入れ、物流のローコスト体制を構築している。3) は、ベーシックなオペレーションシステムを実施し、ステークホルダーと企業利益の両立を目指している。そうしたマインドを持ちながら、時代の潮流を読み、絶え間なく進化するIT・デジタルテクノロジーを駆使して成長を続けている。

オペレーションシステム体系の流れ



ジェーソン | 2026年5月22日 (金)

 3080 東証スタンダード市場 | <https://jason.co.jp/ir/>

会社概要

5. 経営陣

現 代表取締役社長兼会長である太田氏は、1985年5月に同社代表取締役専務、1989年5月に代表取締役社長に就任した。2003年5月に代表権のない取締役会長に退いたが、2008年2月に代表取締役社長兼会長となった。なお、同社の取締役会は、常勤取締役2名、非常勤の社外取締役3名の計5名で構成されている。また、2026年2月末時点における太田氏の保有株式数は発行済株式総数の25.46%に相当、このほか、資産管理会社である(株)太田興産が428万株、発行済株式総数の33.40%を有しており、創業家が保有する保有割合が高いことが特徴である。

経営陣と所有株式数(2026年2月末時点)

役職	氏名	生年月日	所有株式数
代表取締役社長兼会長	太田 万三彦	1957年1月14日	3,262,700株
専務取締役	山田 仁夫	1961年8月29日	2,000株
取締役(監査等委員)	宮本 啓一郎	1958年9月7日	-
取締役(監査等委員)	勢能 志彦	1951年12月18日	-
取締役(監査等委員)	岡本 直也	1980年11月3日	-

出所：「第41期定時株主総会招集ご通知」よりフィスコ作成

業績動向

2026年2月期は微増収も、将来投資に伴う費用増で営業減益

1. 2026年2月期の業績概要

2026年2月期の連結業績は、売上高が前期比1.1%増の28,604百万円、営業利益が同62.7%減の200百万円となった。期初予想(売上高31,000百万円、営業利益770百万円)に対して、売上高、営業利益ともに未達となったが、2026年3月に公表した修正予想(売上高28,600百万円、営業利益196百万円)に対しては、売上高、営業利益ともに達成した。売上面では、サンモールの連結子会社化やPB商品の好調な販売などが寄与した。一方、インフレによる仕入価格上昇の継続が仕入れ数量の減少につながり、売上高の伸びを抑えた。また、減益の要因は、将来投資に伴う減価償却費や販管費が増加したことによる。将来の生産能力拡大に向けて、尚仁沢ビバレッジの新倉庫稼働、各店舗への配送を担う車両購入などの投資を積極的に進めた。親会社株主に帰属する当期純利益は、一過性の費用としてサンモールの経営基盤健全化を目的としたのれんや、一部固定資産の減損損失(324百万円)を特別損失として計上したほか、M&A関連費用なども利益を圧迫する要因となり、上場来初の損失計上となった。

業績動向

2026年2月期連結業績

(単位：百万円)

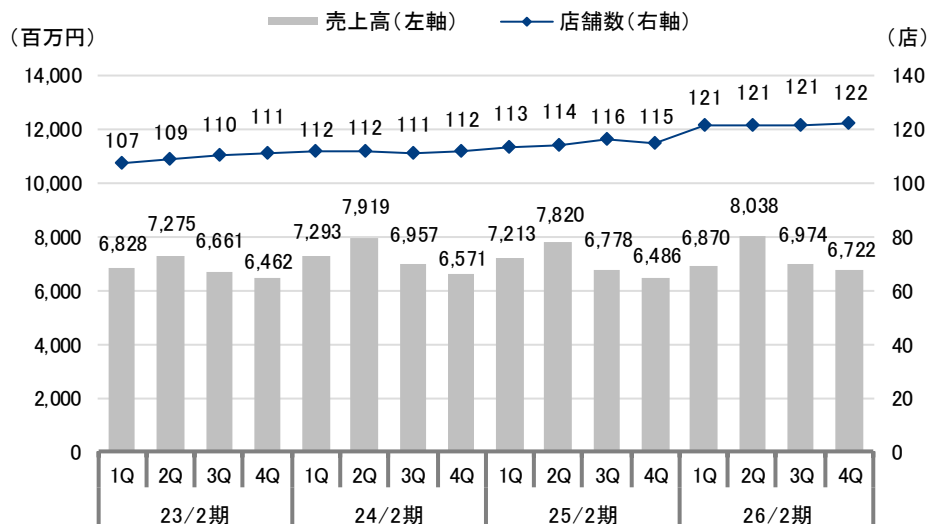
	25/2期		期初予想	26/2期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	期初予想比
売上高	28,297	-	31,000	28,604	-	1.1%	-7.7%
売上総利益	7,308	25.8%	-	7,416	25.9%	1.5%	-
販管費	6,769	23.9%	-	7,215	25.2%	6.6%	-
営業利益	538	1.9%	770	200	0.7%	-62.7%	-73.9%
経常利益	573	2.0%	800	247	0.9%	-56.8%	-69.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	345	1.2%	500	-201	-	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. KPIの達成状況

同社では、四半期売上高の伸び率、月次売上高推移、新規出店数、JV商品やPB商品など売上総利益率が相対的に高い商品の販売数などを重視している。四半期売上高は、第1四半期こそ前年同期比4.8%減でスタートしたが、第2四半期以降はサンモールの連結子会社化やPB商品の好調によりプラス成長へ転じ、通期での増収が数値で示された格好である。月次売上高(既存店)については前年同月を上回った月がなく、インフレによる仕入価格の上昇に伴う仕入れ数量の減少が来店客数の減少に通期で影響した。

四半期売上高と店舗数の推移



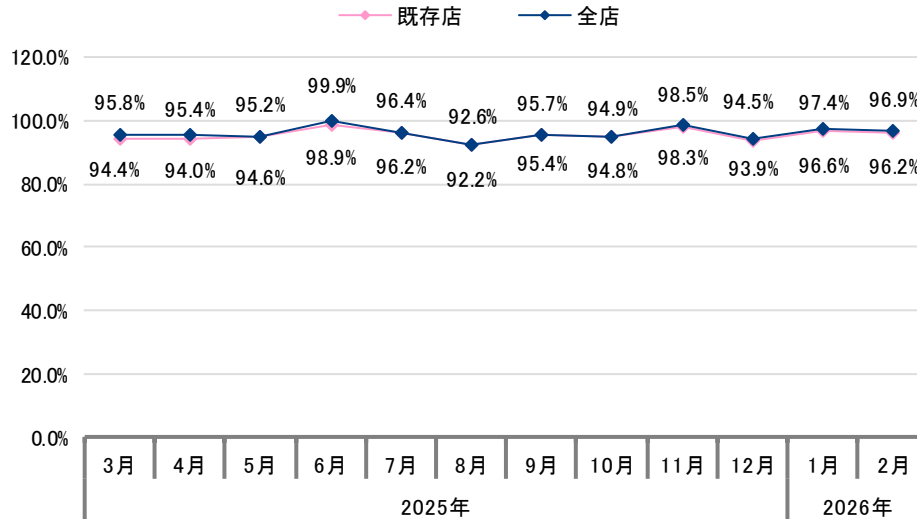
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ジェーソン | 2026年5月22日 (金)

 3080 東証スタンダード市場 | <https://jason.co.jp/ir/>

業績動向

既存店及び全店売上高の月次推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2026年2月期末の財務状況は、資産合計が前期末比15百万円増加の10,875百万円となった。主な変動要因は、商品及び製品133百万円の増加や売掛金60百万円の増加があった一方で、現金及び預金が305百万円減少したことなどによって流動資産が95百万円減少した。また、有形固定資産が子会社の資産・設備更改や倉庫の新設などによって88百万円増加、投資その他の資産は22百万円増加した。有形固定資産の増加は、尚仁沢ビレッジの新倉庫稼働や、物流体制強化に向けた車両の取得など将来投資によるものである。一方、負債合計は有利子負債や買掛金の増加などにより、同384百万円増加の4,943百万円となった。純資産合計は、減損損失(324百万円)の計上などにより、同368百万円減少の5,931百万円となった。

経営指標については、安全性を示す自己資本比率は前期末の58.0%から54.5%に低下し、D/Eレシオは借入金の増加に伴い同0.11倍から0.17倍となった。ネットキャッシュ(現金及び預金-有利子負債)も同3,408百万円から2,796百万円に減少した。特別損失の計上により一時的に純資産が減少したものの、自己資本比率は引き続き50%以上を維持しており、依然として健全な状態にある。今後はJV商品の仕入れ体制立て直しやPB商品の拡大、サンモールとのシナジー創出による収益性の改善を通じて、再び純資産の積み上げや自己資本比率の向上が期待される。

なお、2026年2月期は子会社取得や設備投資などの積極的な将来投資を実施したため、フリー・キャッシュ・フローは一時的にマイナスとなった。2026年2月期の営業活動によるキャッシュ・フローは271百万円の収入、投資活動によるキャッシュ・フローは子会社株式の取得や配送車両・生産設備の取得などにより693百万円の支出、財務活動によるキャッシュ・フローは長期借入金の返済や配当金の支払いなどにより354百万円の支出、フリー・キャッシュ・フローは421百万円の支出であった。

業績動向

連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	22/2期末	23/2期末	24/2期末	25/2期末	26/2期末	増減額
流動資産	6,387	6,869	7,296	7,086	6,991	-95
現金及び預金	3,684	4,015	4,220	4,113	3,807	-305
売掛金	484	499	433	435	495	60
固定資産	3,354	3,536	3,470	3,772	3,883	111
有形固定資産	1,975	2,083	2,018	2,291	2,380	88
無形固定資産	159	158	159	158	158	-0
投資その他の資産	1,219	1,293	1,292	1,322	1,345	22
資産合計	9,742	10,405	10,766	10,859	10,875	15
流動負債	3,475	3,540	3,460	3,445	3,709	264
買掛金	2,123	2,089	2,092	2,040	2,196	155
短期借入金 (1年内返済予定の長期借入金含む)	577	591	543	563	741	177
固定負債	1,015	1,180	1,185	1,114	1,234	119
長期借入金	139	143	191	141	270	129
負債合計	4,491	4,720	4,645	4,559	4,943	384
有利子負債	716	735	735	705	1,011	306
純資産合計	5,251	5,684	6,120	6,300	5,931	-368
【収益性】						
ROA	9.5%	8.3%	8.6%	5.3%	2.3%	
ROE	11.3%	11.0%	10.2%	5.6%	-3.3%	
売上高営業利益率	3.3%	2.9%	3.0%	1.9%	0.7%	
【安全性】						
自己資本比率	53.9%	54.6%	56.9%	58.0%	54.5%	
D/Eレシオ	0.14倍	0.13倍	0.12倍	0.11倍	0.17倍	
流動比率	183.8%	194.0%	210.9%	205.7%	188.5%	
ネットキャッシュ	2,968	3,280	3,485	3,408	2,796	-612

出所：決算短信よりフィスコ作成

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	22/2期	23/2期	24/2期	25/2期	26/2期
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	362	673	551	589	271
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-152	-155	-130	-454	-693
財務活動によるキャッシュ・フロー	-230	-211	-239	-266	-354
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	209	517	421	135	-421
現金及び現金同等物の期末残高	3,439	3,745	3,927	3,796	3,019

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2027年2月期は仕入れ体制を再構築し、商品ラインナップ拡充で増益に転じる見通し

● 2027年2月期の業績見通し

2027年2月期の連結業績は、売上高が前期比1.4%増の29,000百万円、営業利益が同4.5%増の210百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は150百万円(前期は201百万円の損失)と、増収増益を見込んでいる。仕入れ体制の立て直しやPB商品の拡大、サンモールの収益改善により黒字回復と増収増益基調への回帰を見込む。仕入れ強化については、新規仕入先の開拓等、積極的に進める。サンモールについては、引き続き管理体制の整備を進めるとともに、同社との共同店舗(ハイブリッド)化の加速や商品の相互補完を強化し、グループ間のシナジー効果を最大限に発揮させる。既に2025年9月に初の共同店舗としてオープンした「ジェーンソン沼田鍛冶町店」が稼働しており、生鮮食品と日用品をワンストップで提供する利便性を生かした柔軟な店舗戦略を継続する。

主な取り組みとしては、IT・デジタルテクノロジーを活用したDXインフラの整備によるさらなる省人化や各種業務の効率化を推進し、徹底したローコスト経営を深化させることで営業利益率の改善を図る。商品戦略においては、自社工場(尚仁沢ビバレッジ)によるPB商品の供給体制を一段と強化する。同工場では2025年2月に「尚仁沢の天然水」の新倉庫が完成・稼働しており、さらなる生産拡大が可能となった。主力である天然水や炭酸水に加え、新たなPB商品の開発・投入も着実に進めており、生産インフラへの継続的な大型設備投資を通じてグループ全体の収益向上を目指す。

2027年2月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	26/2期		27/2期		前期比
	実績	売上比	予想	売上比	
売上高	28,604	-	29,000	-	1.4%
営業利益	200	0.7%	210	0.7%	4.5%
経常利益	247	0.9%	250	0.9%	0.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	-201	-	150	0.5%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

仕入価格の高騰など逆風のなかで、ローコスト経営の強みを発揮

● 中長期成長に向けた2027年2月期の取り組み

同社は中長期成長に向けて、社内IT・デジタルテクノロジーの高度化を主軸に、徹底したローコスト経営と各種経営戦略を展開し、企業価値向上を目指している。2027年2月期の重点施策として、1) 店舗戦略の推進と収益構造の強化、2) 商品力と商品供給力の強化、3) DXと人的リソースによる経営基盤の整備の3点を掲げている。1) については、スクラップ&ビルドにより着実な店舗数の純増を維持しながら実店舗としての優位性を確保し、売場レイアウトの変更や部門の統廃合によって店舗運営をさらに効率化させる。また、連結子会社となったサンモールの営業体制を抜本的に見直し、収益力の早期改善を目指している。2) については、JV商品及びオリジナル商品のさらなる強化により商品力の底上げを図るほか、M&Aの推進によって商品供給力の強化と多様化を進める。製造子会社の尚仁沢ビバレッジにおいては、設備拡充により生産能力をさらに拡大させ、成長を支える供給体制を盤石なものにする。さらに、サンモールとの商品相互補完を加速させ、生鮮食品と日用品を組み合わせた共同店舗(ハイブリッド)化によるシナジー創出に注力する。3) については、DXインフラの整備を一段と進め、さらなる省人化と業務効率化を推進する。自社開発アプリを活用した店舗オペレーションの効率化や、人的リソースの最適化により、従業員の作業効率と品質を同時に引き上げる。また、グループ戦略に資する盤石な管理体制を構築し、ガバナンスの強化を図る。同業他社との競争が激化するなか、同社は営業利益率の低下トレンドを是正することを最優先課題としている。2026年2月期は将来投資や諸経費増により利益率が0.7%まで低下したが、2027年2月期は仕入れ体制の立て直しやPB商品の拡大により、増収増益基調への回帰と収益性の向上を目指している。

2027年2月期の取り組み

取り組み 1

店舗戦略の推進と 収益構造の強化

- スクラップ&ビルドにより着実な店舗数の純増を維持し、実店舗としての優位性を確保。
- 売場レイアウト変更や部門の統廃合により店舗運営を効率化。
- サンモールの営業体制を抜本的に見直し、収益力改善を目指す。

取り組み 2

商品力と 商品供給力の強化

- JV商品・ジェーンソンオリジナル商品をさらに強化し、商品力の底上げを図る。
- 設備の拡充により、尚仁沢ビバレッジの生産能力をさらに拡大。
- サンモールとの商品補完を加速させ、シナジー創出に注力。
- M&A推進により、PB商品の開発および商品供給力の強化・多様化を図る。

取り組み 3

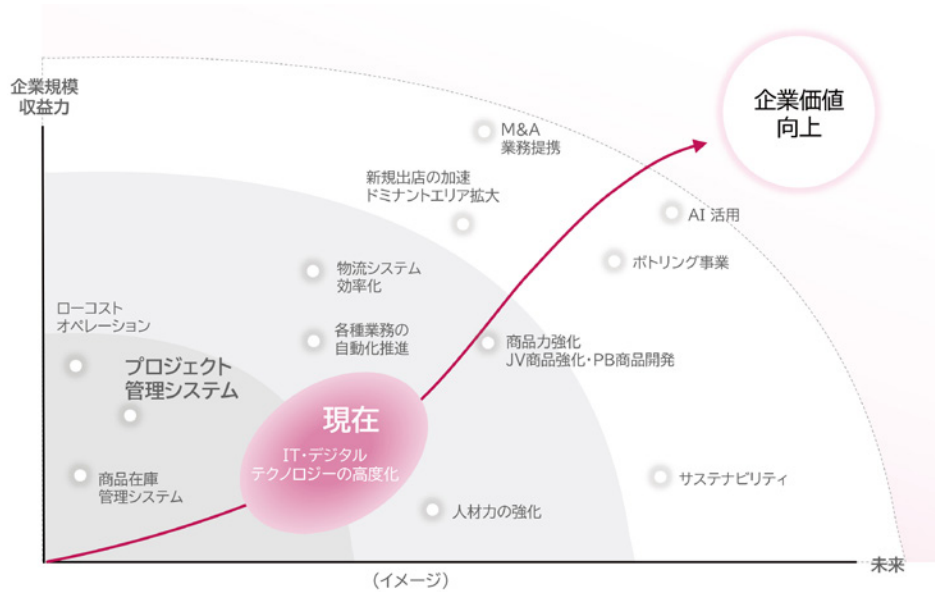
DXと人的リソースに よる経営基盤の整備

- DXインフラの整備を進め、さらなる省人化と業務効率化を推進。
- 人的リソースの最適化により、従業員の作業効率と品質をさらに引き上げる。
- グループ戦略に資する盤石な管理体制を構築するとともに、適切かつ丁寧なIR活動を継続。

出所：決算説明資料より掲載

中長期の成長戦略

今後の成長イメージ



出所：決算説明資料より掲載

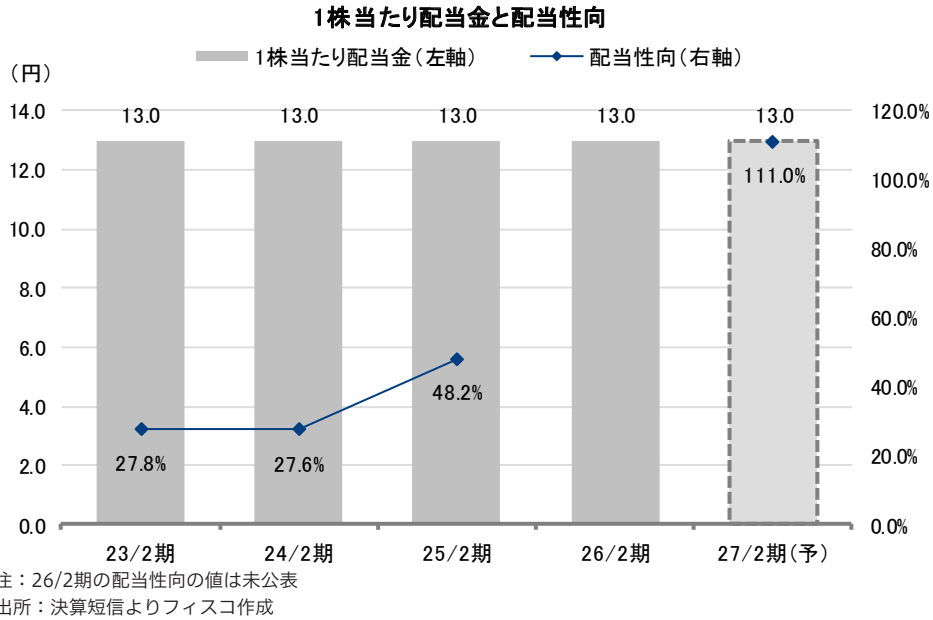
株主還元策

通期で13.0円の配当を継続し、安定配当を維持

1. 配当方針

同社では株主に対する利益還元を重要な経営課題の1つと認識しており、財務体質の強化と将来の事業展開のために内部留保を確保しつつ、配当を実施することを基本方針としている。2021年2月期から1株当たり13.0円の配当を継続しており、2026年2月期に引き続き、2027年2月期においても13.0円の配当を予定している。配当性向は111.0%となる見込みだが、厳しい収益環境にあっても株主還元を重視する姿勢を維持し、安定的な配当を継続する方針だ。今後も配当性向20%以上の安定配当をする意向であり、利益が大きく成長する局面がくれば増配となる可能性もある。

株主還元策



2. 株主優待

同社は、株主への利益還元を重視する姿勢から、2027年2月期においても、株主優待制度を前期と同様の内容で継続する。具体的には、2025年1月に拡充された長期保有株主優待制度を維持しており、保有期間1年以上（毎年2月末及び8月末時点の同社株主名簿に、連続で3回以上記載または記録されている株主）を対象とした手厚い特典となっている。500株以上で、1) 同社店舗で利用できる株主優待券11,000円分（1,000円券11枚）、または、2) ナチュラルミネラルウォーター「尚仁沢の天然水」（500ml24本入×6箱）のどちらかを贈呈する。1,000株以上では、1) 同社店舗で利用できる株主優待券22,000円分（1,000円券22枚）、または、2) ナチュラルミネラルウォーター「尚仁沢の天然水」（500ml24本入×12箱）、または、3) 「尚仁沢の天然水」（500ml24本入×8箱）及び「はじける強炭酸水（天然水の炭酸水）」（500ml24本入×4箱）のいずれか1つを贈呈する。同社は、この優待制度の継続を通じて、株主への日頃の支援に感謝を示すとともに、中長期的に同社株式を保有する株主のさらなる拡大と投資魅力の向上を図る方針である。優待利回りの高さに加え、新たな株主獲得という観点からも、引き続き注目される施策と言えよう。

株主還元策

株主優待



※:保有期間1年以上の株主様が対象。保有期間1年以上の株主様とは、同一株主番号で、2月末日および8月末日の当社株主名簿に、連続で3回以上記載または記録された株主様と定めさせていただきます。

出所：決算説明資料より掲載

重要事項 (ディスクレマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp