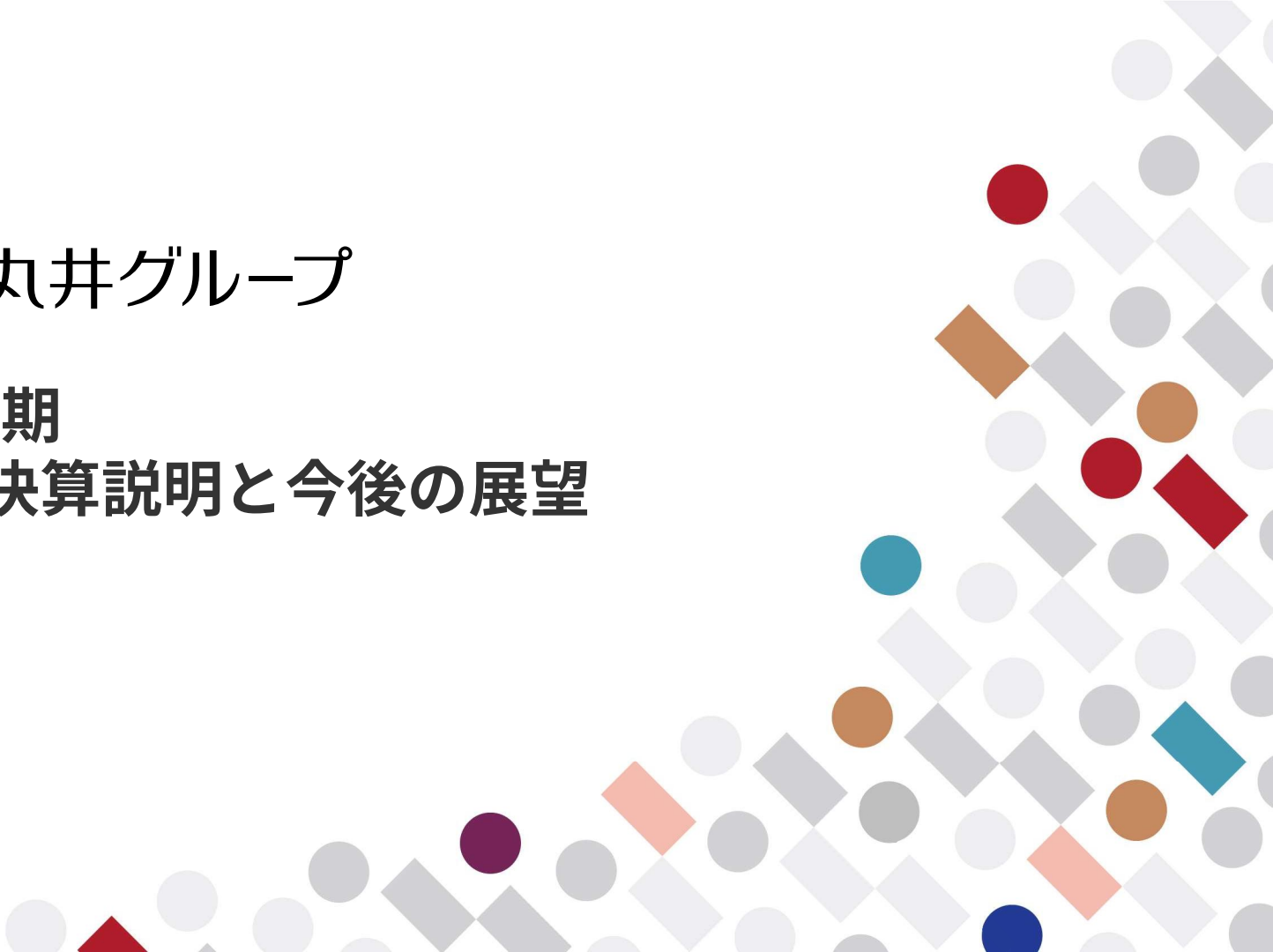


株式会社 丸井グループ

2026年3月期 第2四半期決算説明と今後の展望



2025年11月11日



本日の内容

1 26年3月期第2四半期 決算概要および各事業の状況

取締役専務執行役員 CFO 加藤 浩嗣

2 「好き」を応援するビジネスの進捗状況と 今後の方向性

代表取締役社長 青井 浩



1

26年3月期第2四半期 決算概要 および各事業の状況

取締役専務執行役員 CFO 加藤 浩嗣



26年3月期 第2四半期 決算概要および各事業の状況

- ・ 連結
- ・ 小売
- ・ フィンテック
- ・ バランスシート/資本配分
- ・ ESG
- ・ 通期見通し

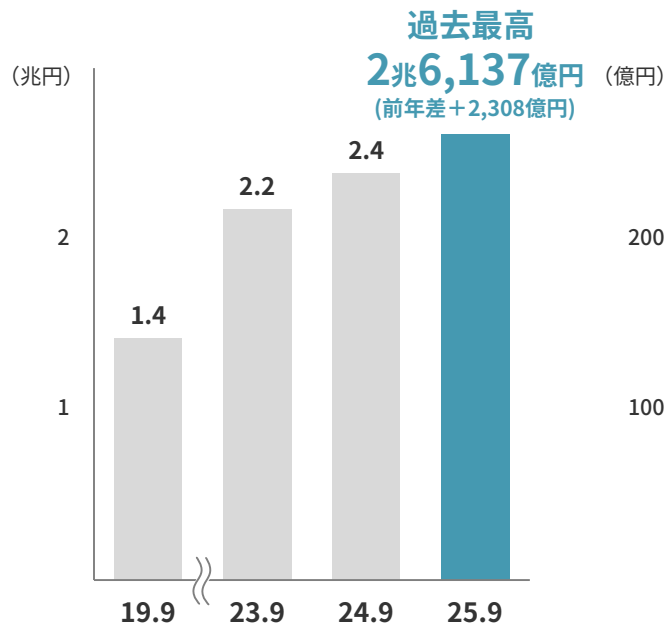
26年3月期 第2四半期 決算概要および各事業の状況

- ・ 連結
- ・ 小売
- ・ フィンテック
- ・ バランスシート/資本配分
- ・ ESG
- ・ 通期見通し

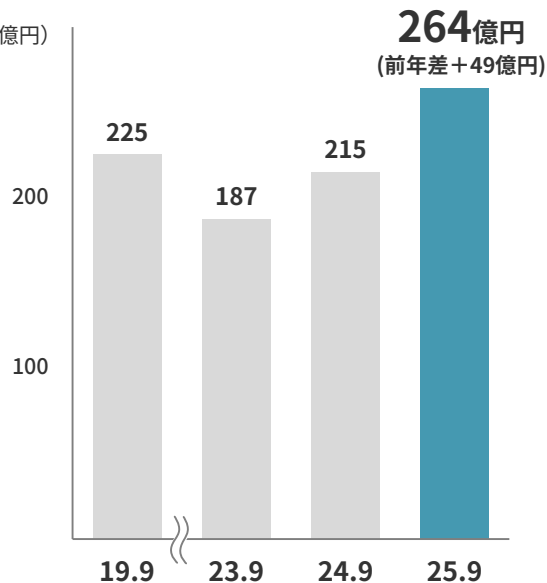
- ① 総取扱高は**10%増の2兆6,137億円**（前年差+2,308億円）
第2四半期は2桁伸長に回復、引き続き過去最高を更新
- ② 営業利益は**23%増の264億円**（前年差+49億円）
実質営業利益*は**14%増の244億円**（前年差+29億円）
 - 小売は19億円増益の51億円、コロナ前水準を上回る
 - フィンテックは31億円増益の254億円
- ③ 経常利益は**17%増の231億円**（前年差+34億円）、金融費用が増加するも順調に増益幅を拡大
当期利益は**22%増の148億円**（前年差+27億円）、4四半期連続で増益

* 実質営業利益 … 債権流動化の前年差影響を除く営業利益

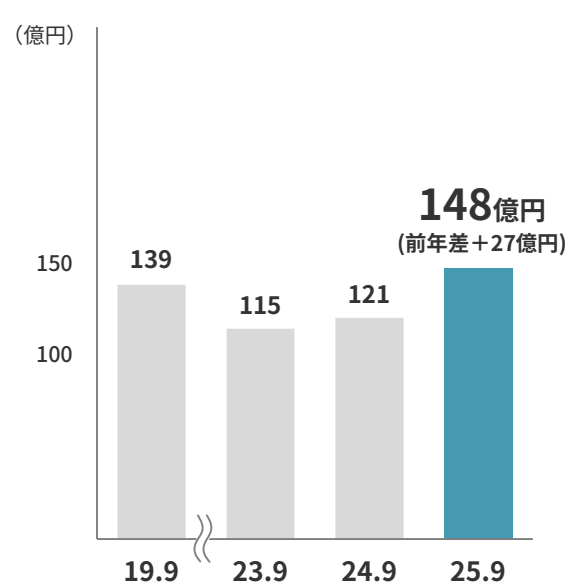
■ グループ総取扱高



■ 営業利益



■ 当期利益



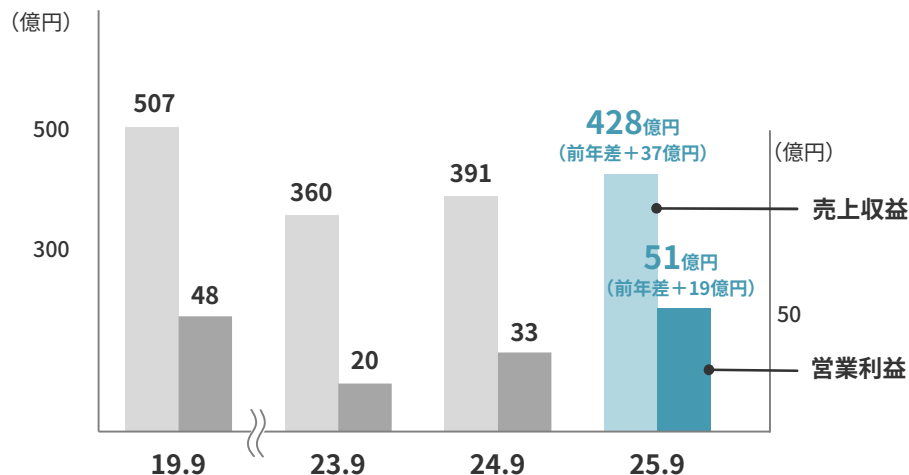
*企業会計基準第29号(収益認識に関する会計基準)等適用後の数値を記載

営業外損益 / 特別損益の状況

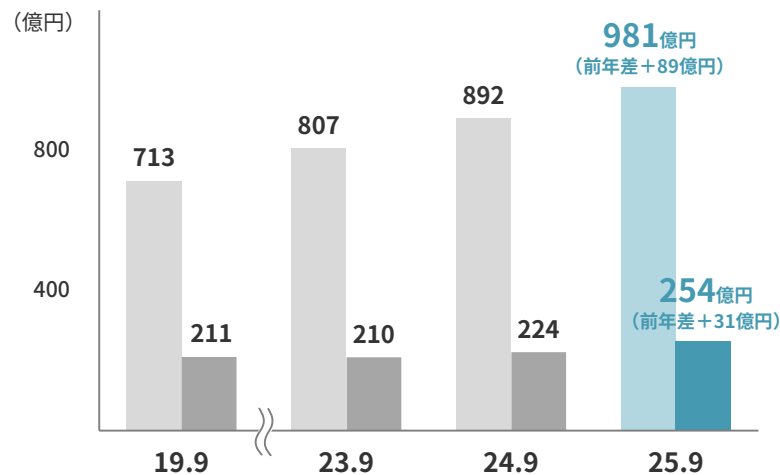
	25年3月期 上半期	26年3月期 上半期	前年比	前年差	前年差要因
	億円	億円	%	億円	
営業利益	215	264	123	+49	小売 +19 フィンテック +31
営業外収益	5	4	82	△1	
営業外費用	24	38	159	+14	金融費用 +15 <金利+13 残高+2>
経常利益	197	231	117	+34	
特別利益	17	24	142	+7	保有株売却 +12 不動産売却 △6
特別損失	30	25	84	△5	株式減損 +4 店舗閉鎖 △10
税引前利益	184	230	125	+46	
当期利益	121	148	122	+27	

セグメント別の状況（売上収益・営業利益）

■ 小売

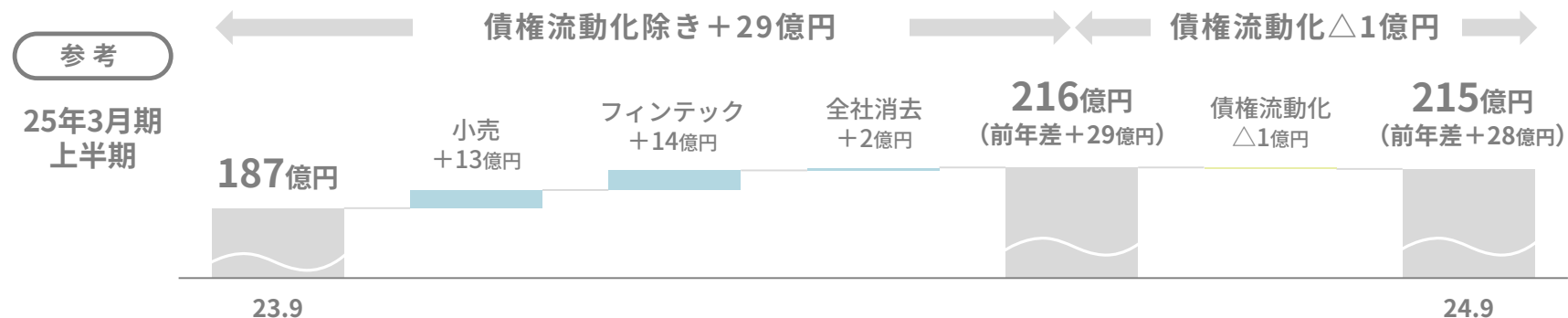
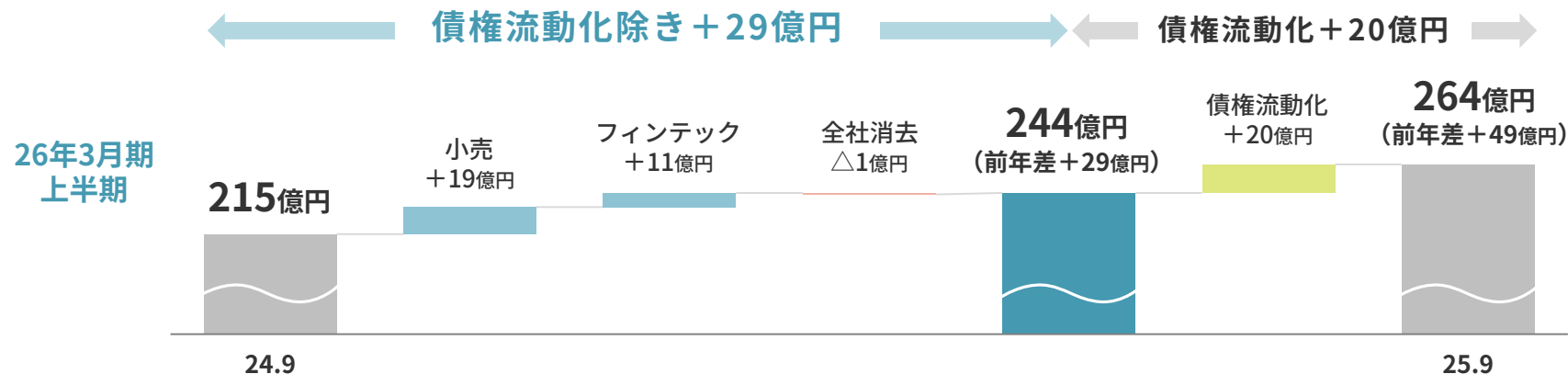


■ フィンテック



*企業会計基準第29号(収益認識に関する会計基準)等適用後の数値を記載

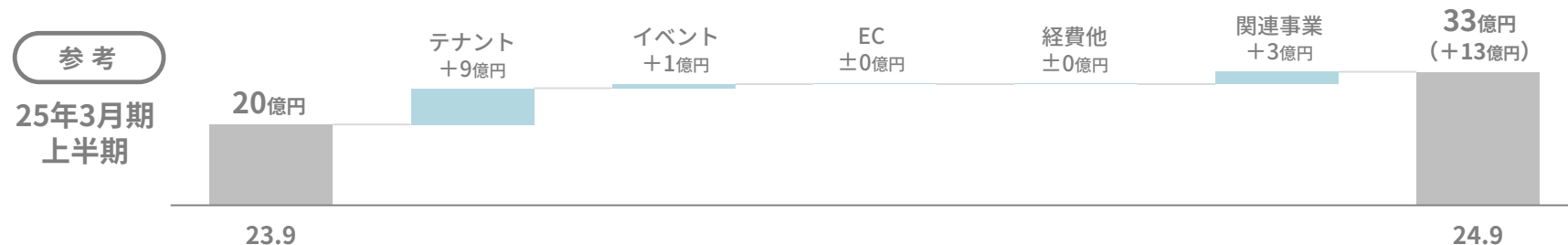
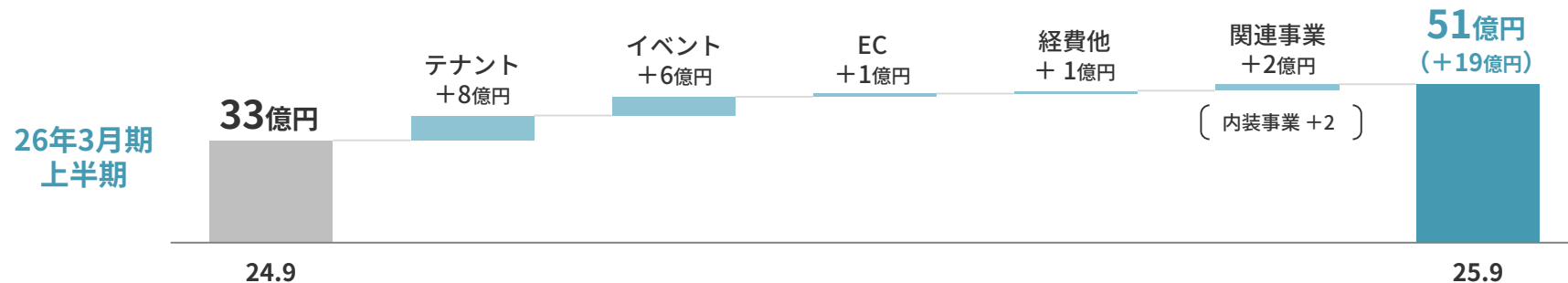
営業利益増減の内訳



26年3月期 第2四半期 決算概要および各事業の状況

- ・ 連結
- ・ 小売
- ・ フィンテック
- ・ バランスシート/資本配分
- ・ ESG
- ・ 通期見通し

テナント・イベント収入の増加等により19億円の増益



定借面積増加と月坪家賃の単価アップ等により、前年に対し8億円増加

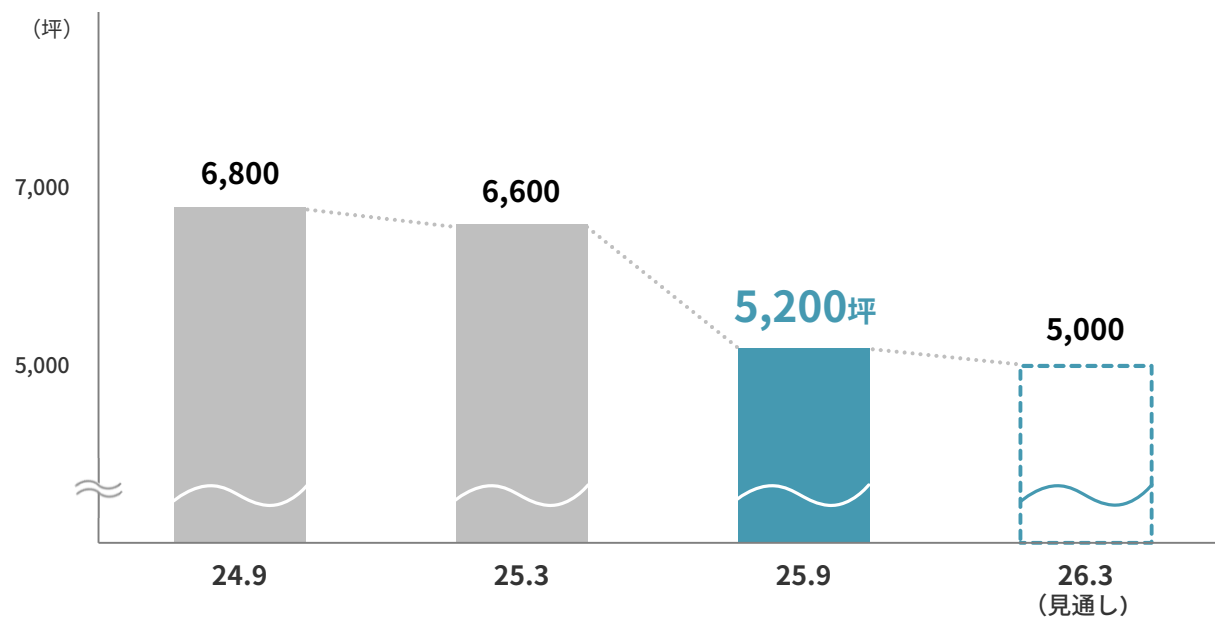
■ テナント収入の増加影響



*テナント収入は、定借テナント収入および消化仕入テナント収入の合計値です

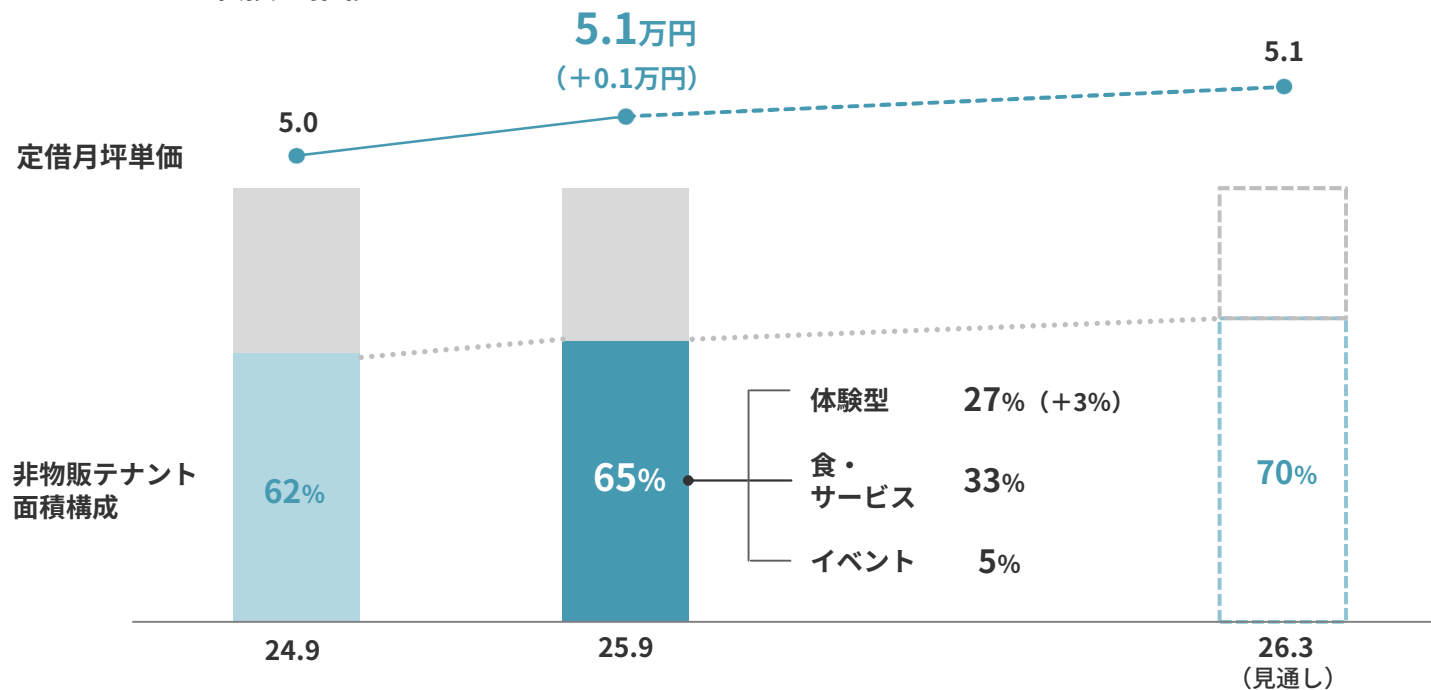
上半期の未稼働面積は5,200坪まで減少

■ 未稼働運行面積の推移（運行平均）



25年9月時点の非物販テナントの面積構成比は65%に拡大（前年差+3%）

■ カテゴリー転換の推移



お客さまに喜んでいただける、体験型・食・サービステナントの導入を進める



ポケモンセンターフクオカ
(博多マルイ)

- ・グッズ販売の他にポケモンカードゲームのイベントも実施

©2025 Pokémon. ©1995-2025 Nintendo/Creatures Inc. /GAME FREAK inc.
ポケットモンスター・ポケモン・Pokémonは任天堂・クリーチャーズ・ゲームフリークの登録商標です。



ドローンスクール海老名
(海老名マルイ)

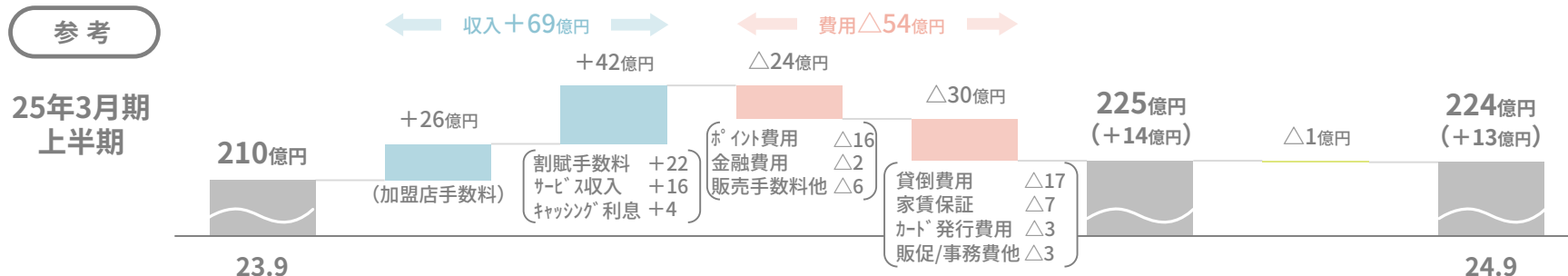
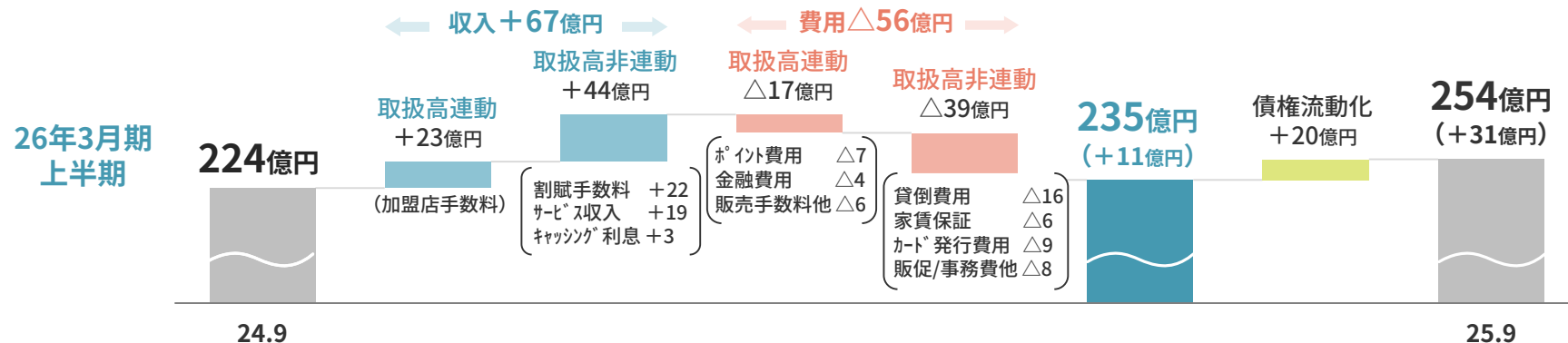
- ・無料体験会、説明会を毎日開催
- ・国家資格取得をサポートするサービスも展開

26年3月期 第2四半期 決算概要および各事業の状況

- ・ 連結
- ・ 小売
- ・ **フィンテック**
- ・ バランスシート/資本配分
- ・ ESG
- ・ 通期見通し

フィンテック 営業利益の増減内訳

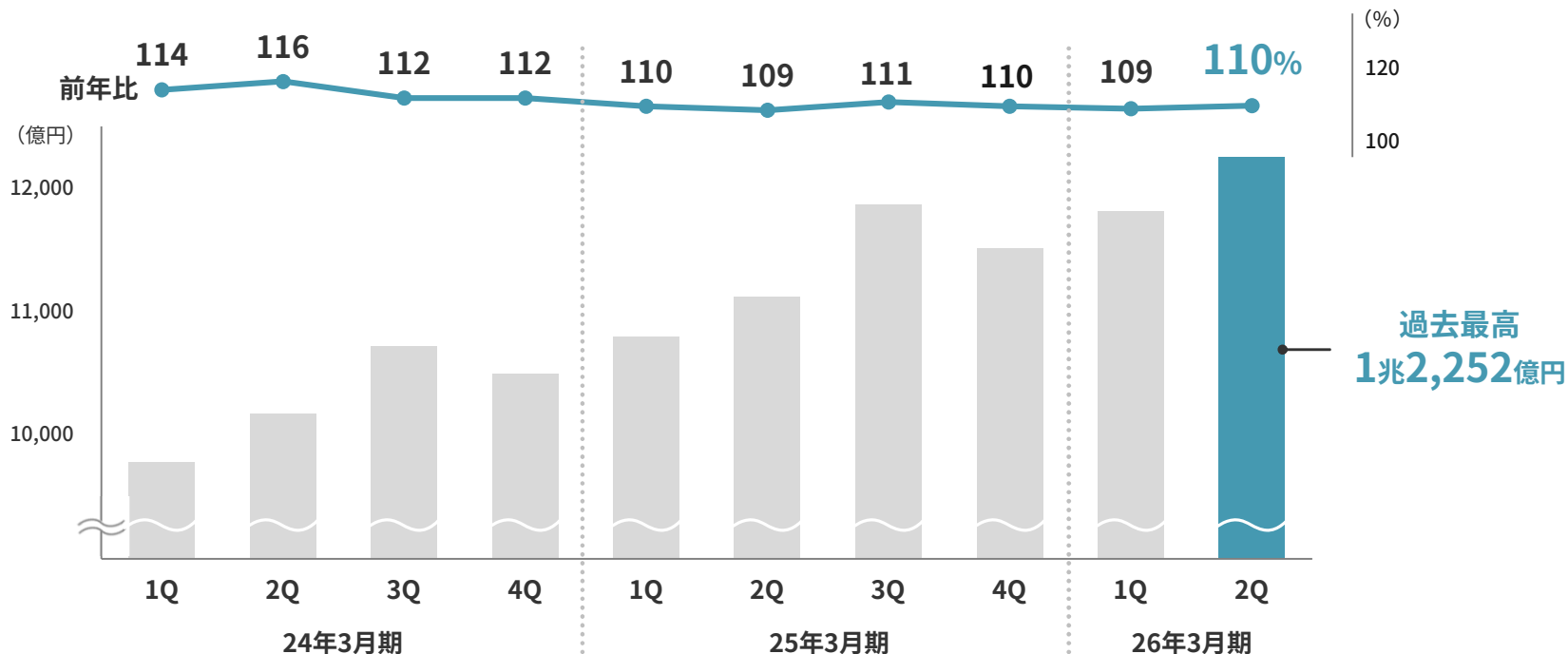
収入の増加に加え、ポイント費用の抑制等により実質営業利益は11億円の増益



カードクレジット取扱高

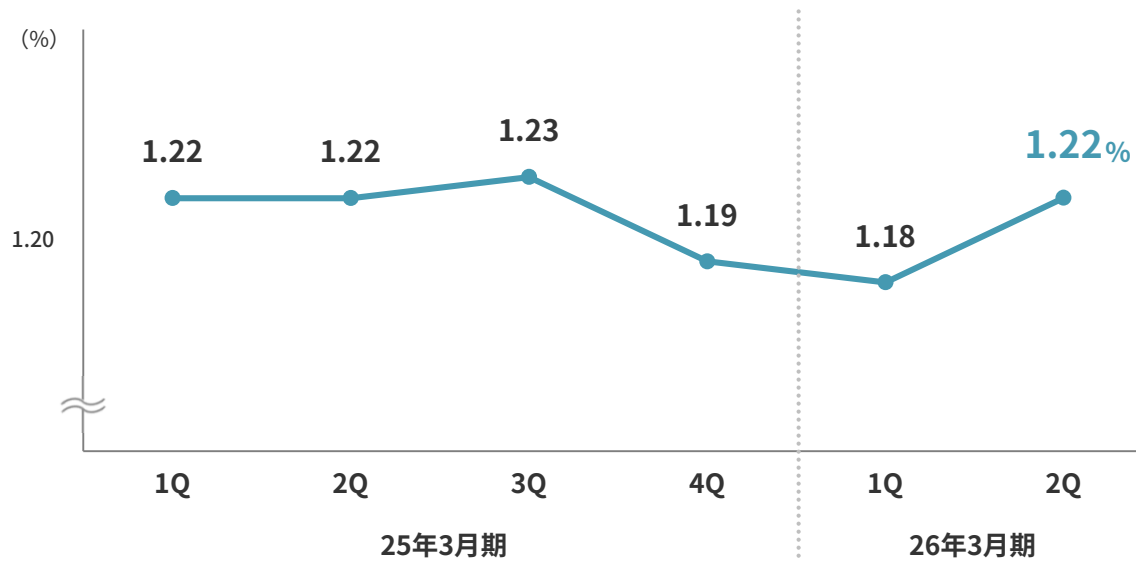
第2四半期の取扱高は過去最高の1兆2,252億円（前年比110%）

■ カードクレジット取扱高の推移



第2四半期の加盟手数料率は外貨決済手数料の見直しなどにより1.22%に上昇

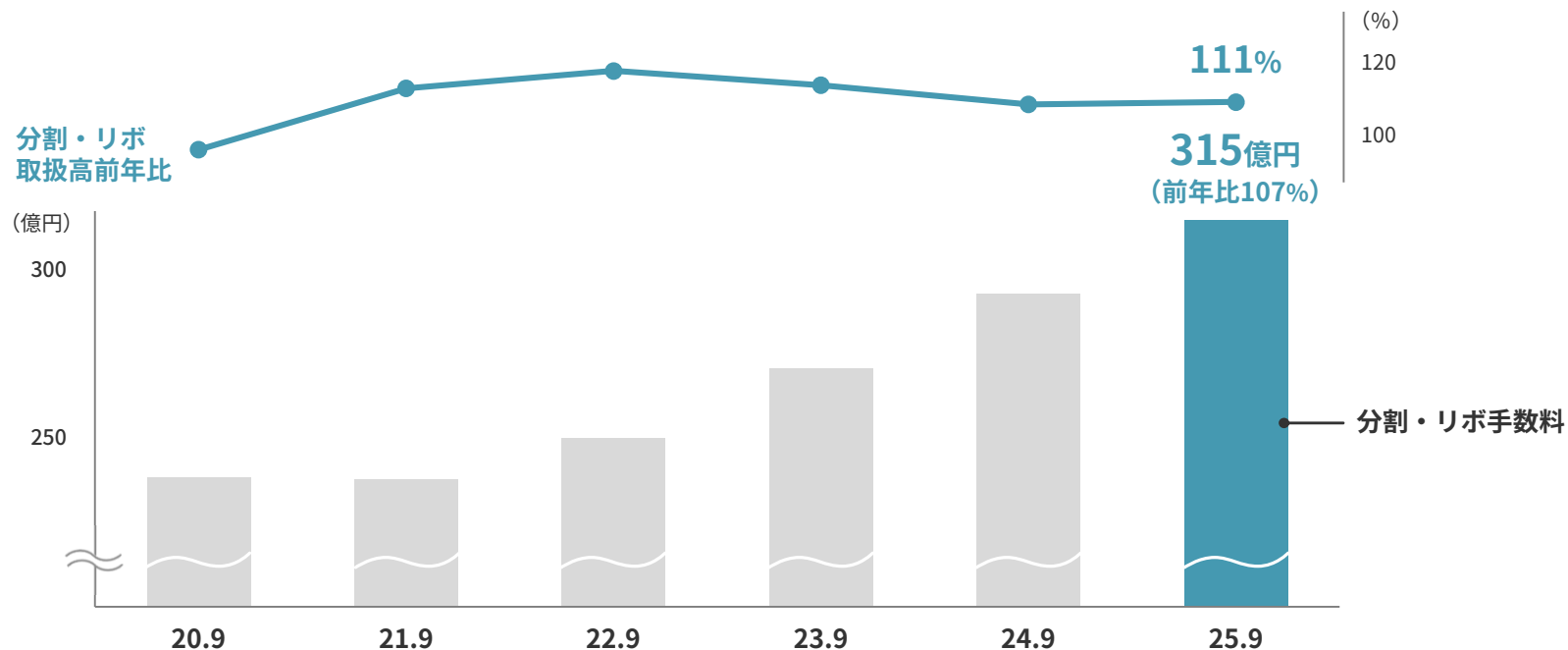
■ 加盟店手数料率の推移



* 加盟店手数料率：フィンテック取扱高に対する加盟店手数料収入の比率

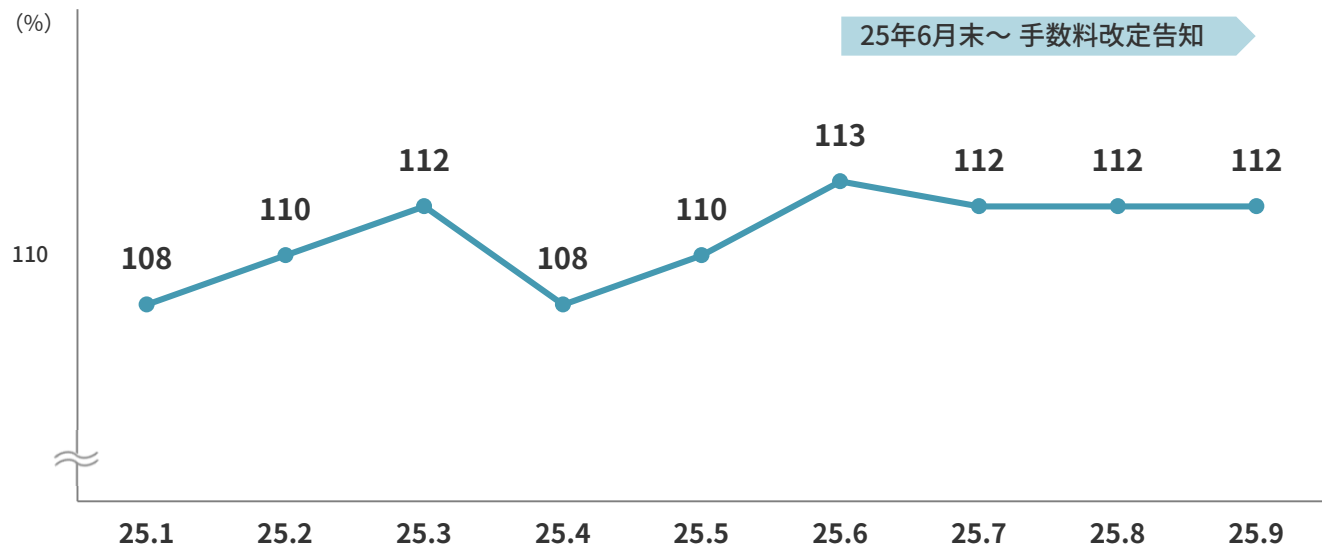
分割・リボ取扱高前年比は111%で推移し、手数料収入は7%増の315億円と順調に拡大

■ 分割・リボ手数料の推移



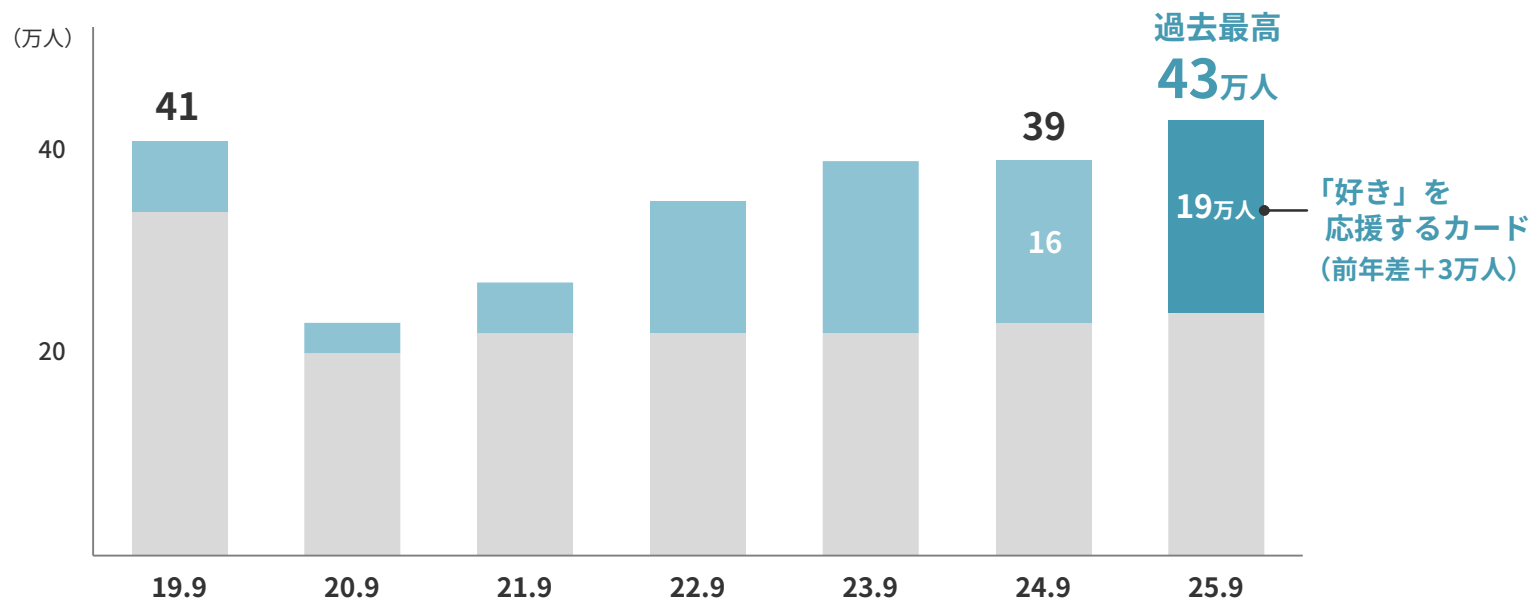
手数料改定告知以降も、分割・リボ取扱高は安定して推移

■ 分割・リボ取扱高の前年比推移



新規入会は「好き」を応援するカードの拡大により、過去最高の43万人

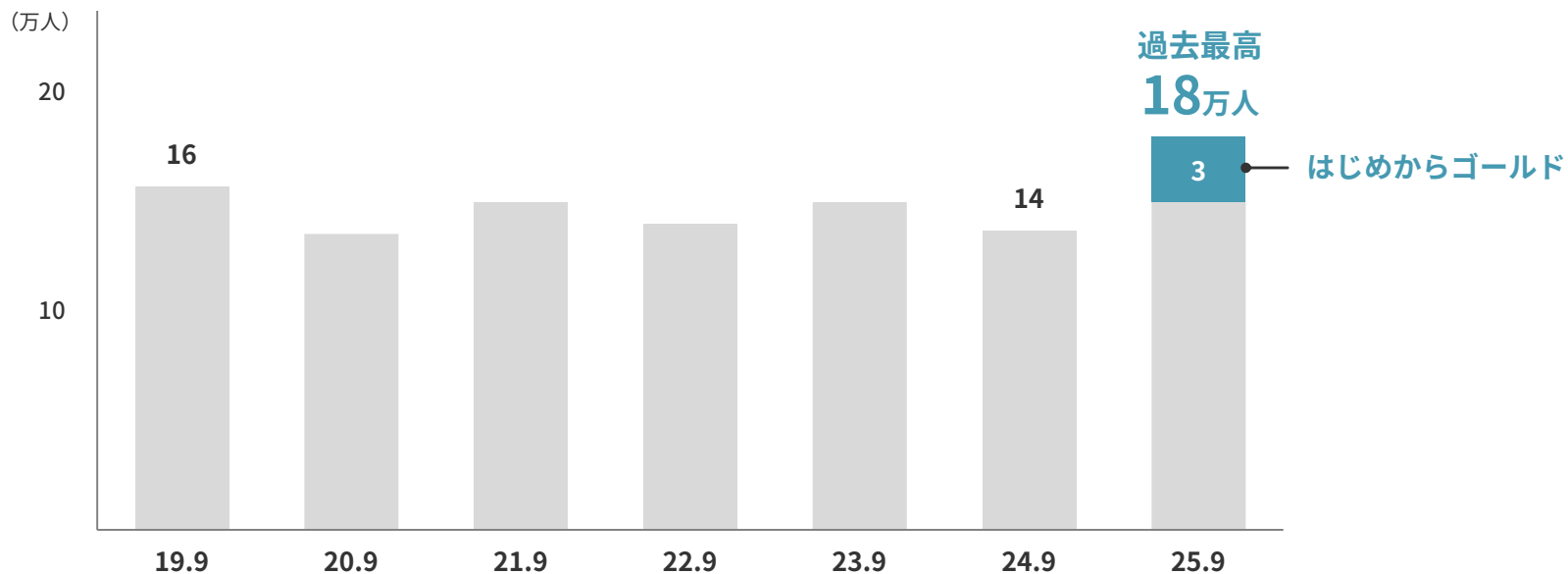
■ 新規入会の推移



ゴールドカード新規会員の状況

はじめてからゴールド*等の取り組みにより、ゴールドカード新規会員は過去最高の18万人

■ ゴールド新規会員の推移

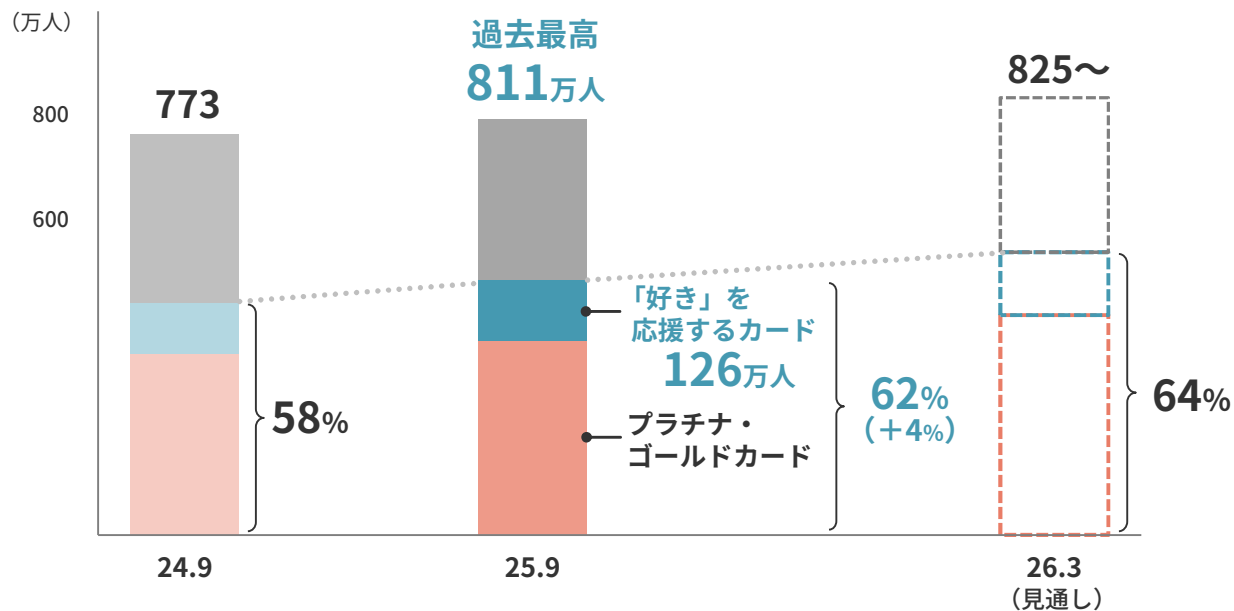


* 家賃保証やデンタルローンなどをご利用のお客さまへ入会時からゴールドカードをご案内

カード会員数の状況

カード会員数は前年から38万人増加し、過去最高の811万人

■ カード会員数の推移

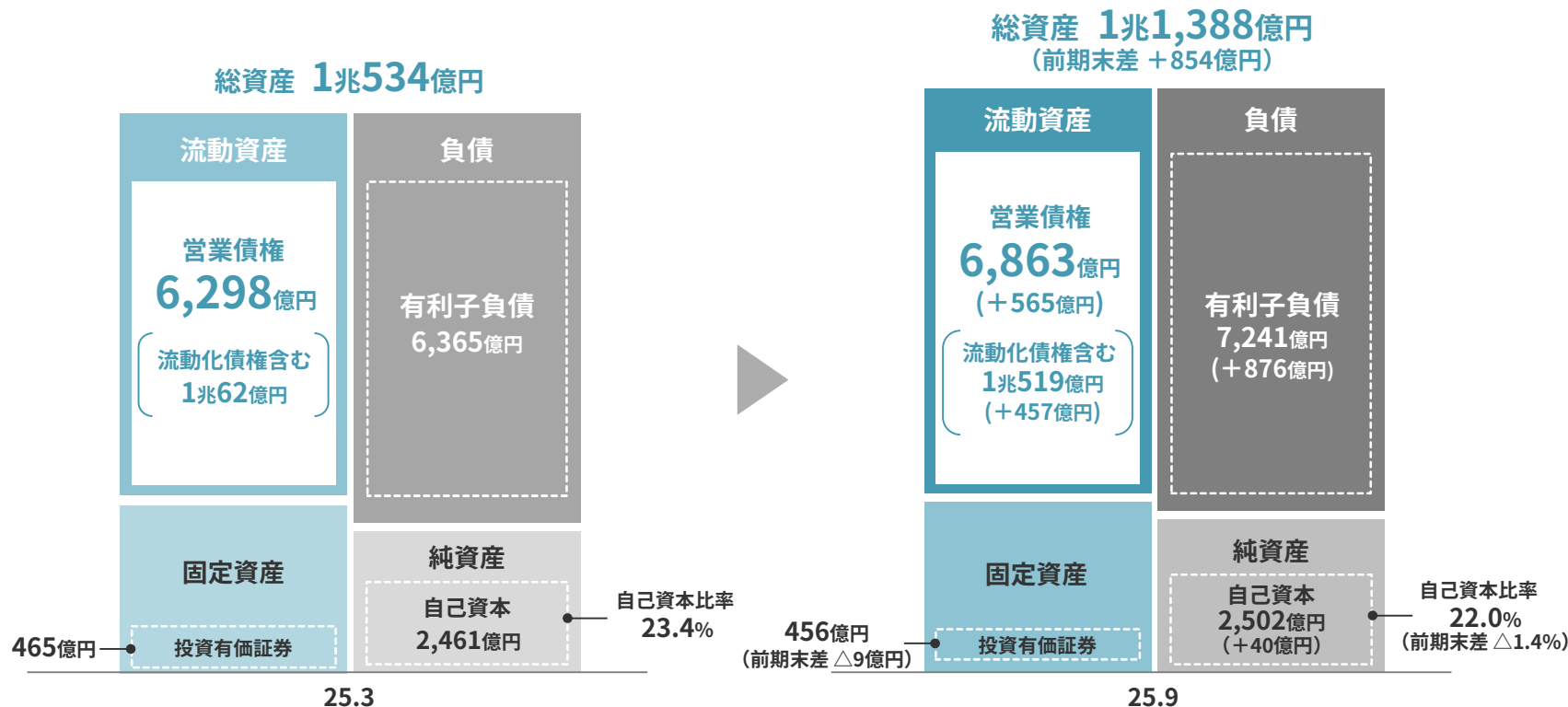


26年3月期 第2四半期 決算概要および各事業の状況

- ・ 連結
- ・ 小売
- ・ フィンテック
- ・ バランスシート/資本配分
- ・ ESG
- ・ 通期見通し

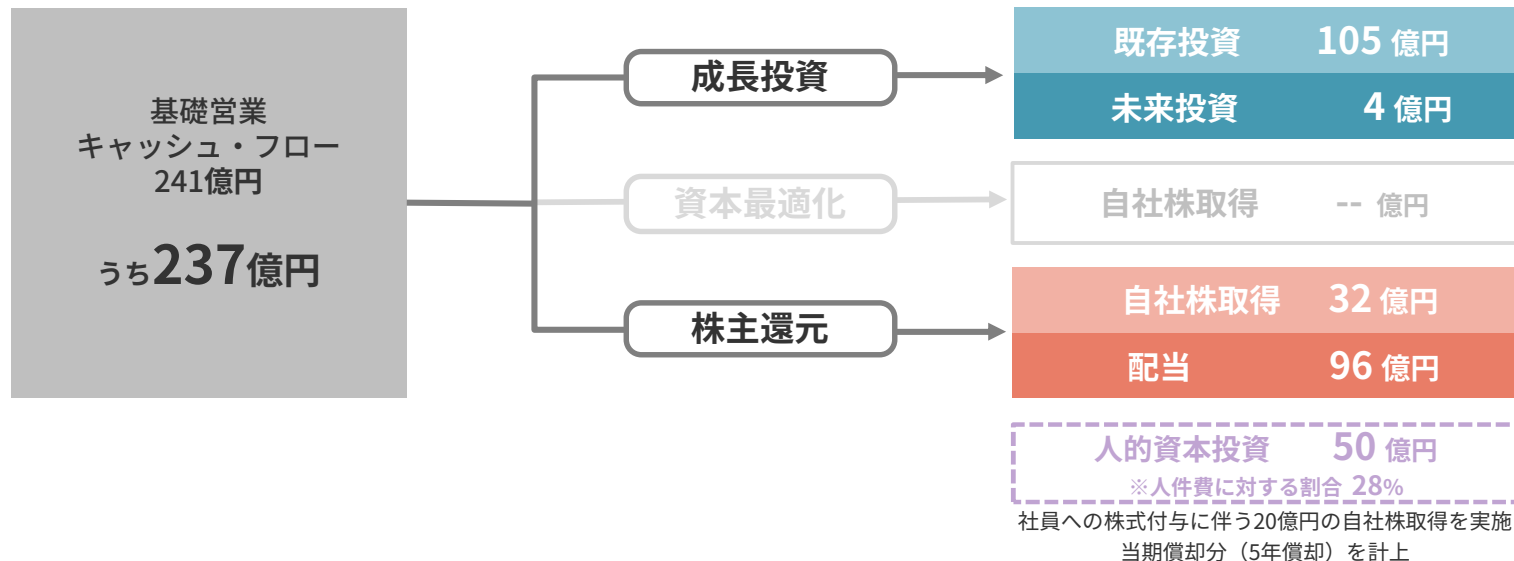
バランスシートの状況

総資産は営業債権の増加等により、前期末に比べて854億円増加



成長投資に109億円、株主還元には128億円を配分。人的資本投資は50億円で人件費に対する割合は28%

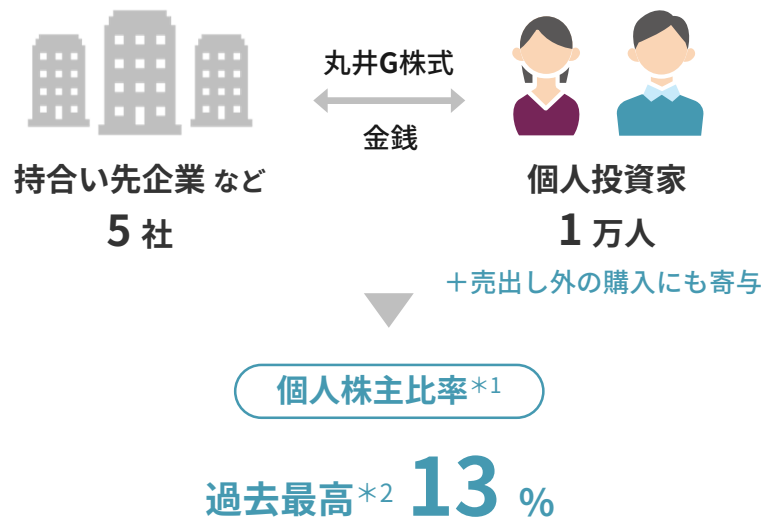
■ 資本配分（26年3月期 第2四半期）



個人株主拡大に向けた取り組みとPERの状況

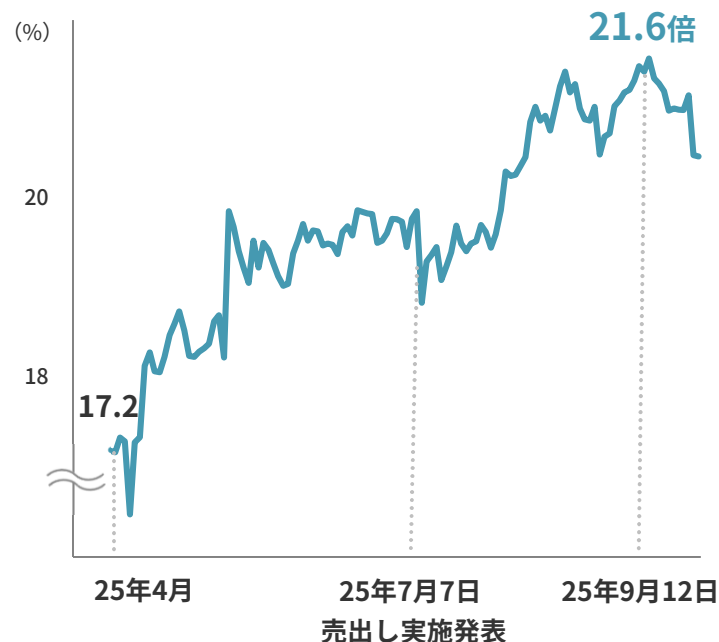
7月に個人投資家向けの株式売り出しを実施、その後PERは好調に推移し9月には21.6倍まで上昇

■ 個人株主拡大の取り組み（個人投資家向け株式売り出し）



- *1 25年9月末時点
個人株主比率：「個人その他」区分の割合（自己株除き）
- *2 発行可能株式数が現行に変更された1991年以降

■ PERの推移（25年4～9月）



26年3月期 第2四半期 決算概要および各事業の状況

- ・ 連結
- ・ 小売
- ・ フィンテック
- ・ バランスシート/資本配分
- ・ **ESG**
- ・ 通期見通し

世界最大の女性取締役支援組織（WCD）より丸井グループが「Visionary Award」を受賞



■ 受賞理由

- 意思決定層の多様化を進めながら実効的なガバナンス体制を構築してきた点が評価され、日本で3社目となる受賞
- 女性リーダーの経営参画が持続的な企業成長やコーポレートガバナンスの向上に貢献
(取締役の女性比率 33%、執行役員の女性比率 23%)
- 女性活躍推進に向けた取り組みを「意識改革」と「制度づくり」の両輪で推進
(独自のKPI「フロー比率」「女性イキイキ指数」の設定)

＊25年10月に「Visionary Award for Leadership and Governance of a Public Company」を受賞

Visionary Award：コーポレートガバナンスと多様性に優れ、持続的な成長を実現する企業などを表彰する国際的なアワード

＊WCD（Women Corporate Directors）：女性取締役のための世界最大のグローバルネットワーク。S&P500やFTSE250等の主要なIndexのメンバーも参加

26年3月期 第2四半期 決算概要および各事業の状況

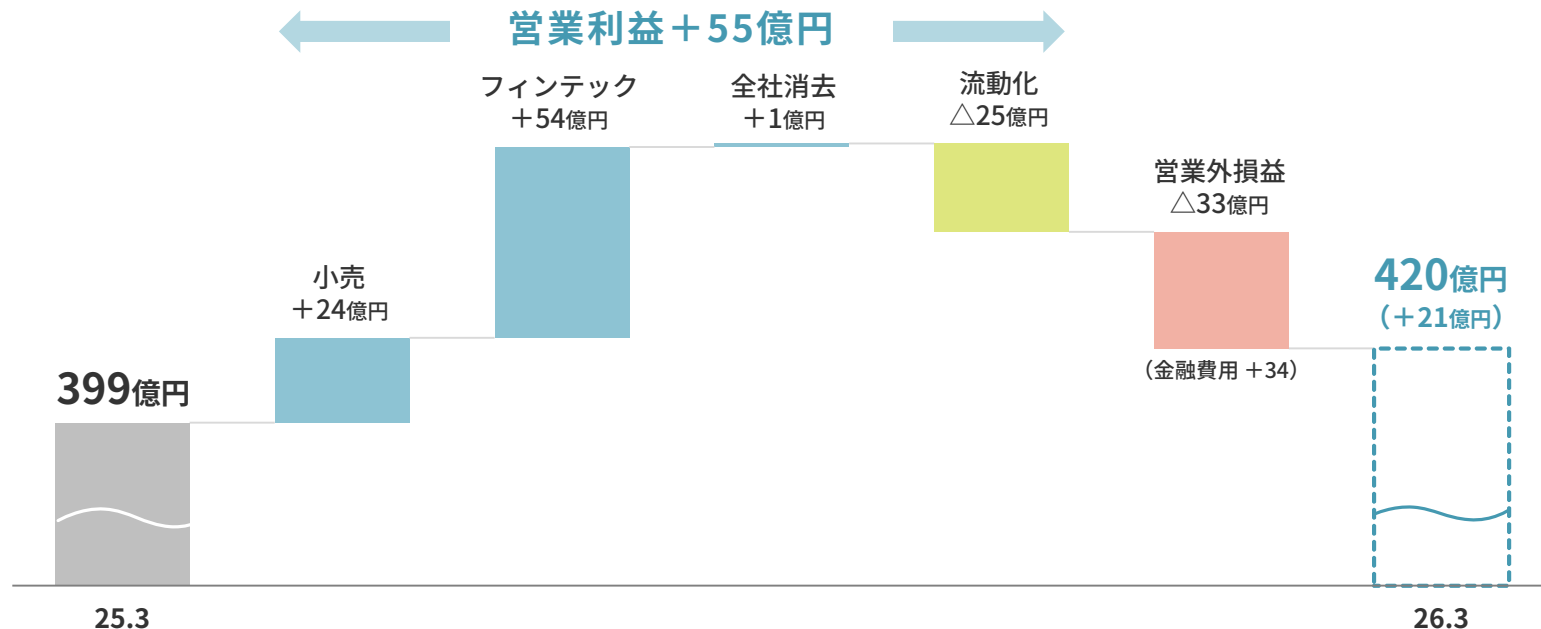
- ・ 連結
- ・ 小売
- ・ フィンテック
- ・ バランスシート/資本配分
- ・ ESG
- ・ 通期見通し

EPS・ROE・ROICの3KPIは年初計画どおりの見通し

	25年3月期	26年3月期	前年比	前年差
EPS (円)	143.2	155.0	108	+11.8
ROE (%)	10.6	11.2	—	+0.6
ROIC (%)	3.8	3.9	—	+0.1
CO2削減量	39万t	50万t	128	+11万t
< 参考 >				
	兆 億円	兆 億円	%	億円
グループ総取扱高	4 9,269	5 3,900	109	+4,631
売上収益	2,544	2,725	107	+181
売上総利益	2,228	2,400	108	+172
販管費	1,782	1,900	107	+118
営業利益	445	500	112	+55
経常利益	399	420	105	+21
当期利益	266	280	105	+14

26年3月期 経常利益の見通し

26年3月期の経常利益は5%増の420億円を見込む



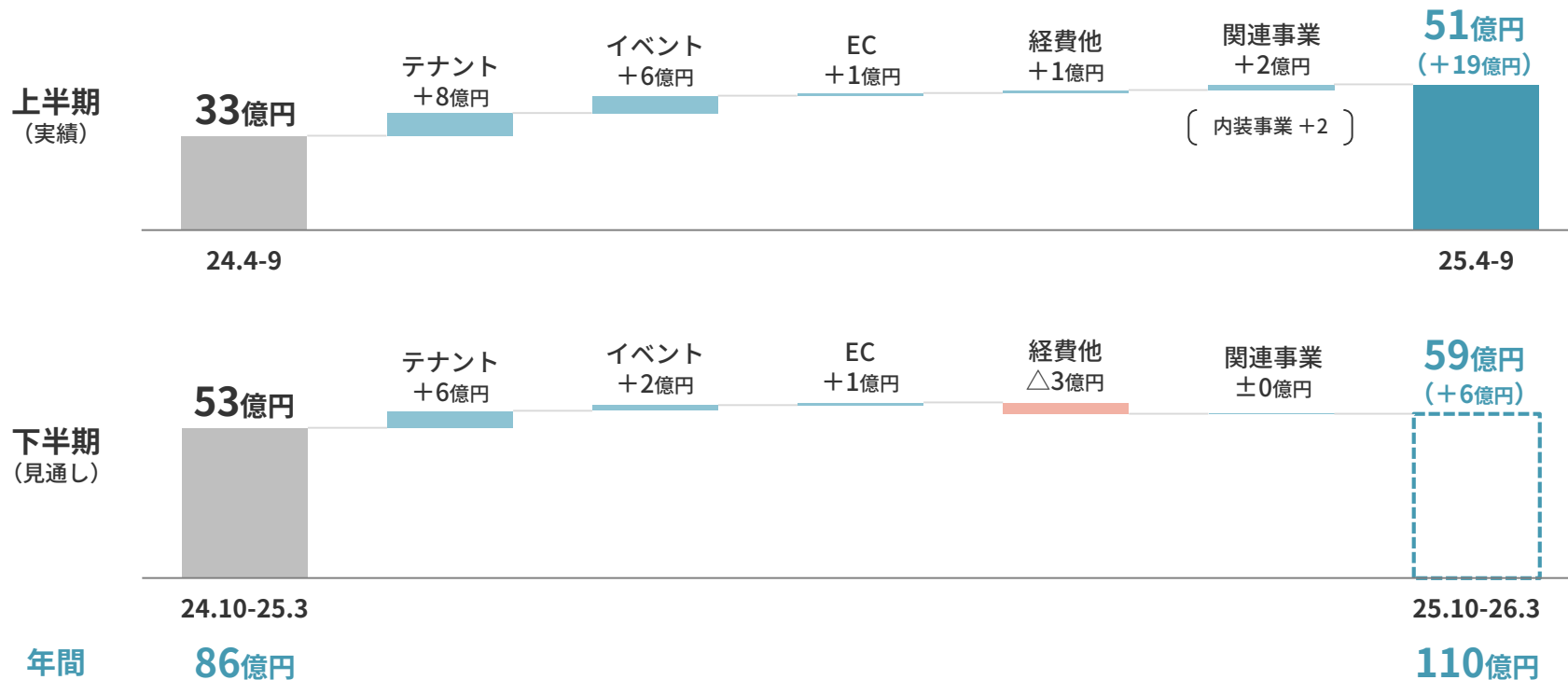
26年3月期 セグメント別営業利益見通し

小売は28%増の110億円、フィンテックは7%増の470億円を見込む

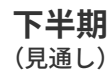
	25年3月期	26年3月期	前年比	前年差
	億円	億円	%	億円
小売	86	110	128	+ 24
フィンテック	441	470	107	+ 29
全社・消去	△81	△80	—	+ 1
連結営業利益	445	500	112	+ 55

小売 営業利益の見通し

下半期は、戦略的な経費執行を見込み6億円増益の見通し



上半期
(実績)



470億円

債権流動化・分割リボ手数料率変更影響の見通し

手数料率変更に伴い下半期の債権流動化の実施は困難も、変更時期の前倒しで利益影響はなし

■ 当初計画

(億円)

	1Q	2Q	3Q	4Q	26年3月期 (見通し)
流動化損益	0	0	0	0	0
譲渡益	25	25	25	25	100
償却等	△ 25	△ 25	△ 25	△ 25	△ 100
手数料率変更	-	-	-	15	15
利益影響額計	0	0	0	15	15

四半期毎に流動化影響を平準化

■ 見通し

	1Q (実績)	2Q (実績)	3Q (見通し)	4Q (見通し)	26年3月期 (見通し)
流動化損益	25	5	△ 28	△ 27	△ 25
譲渡益	49	33	0	0	82
償却等	△ 24	△ 28	△ 28	△ 27	△ 107
手数料率変更	-	-	20	20	40
利益影響額計	25	5	△ 8	△ 7	15
前年差	+26	△ 6	△ 5	0	+15

調達リスクを踏まえ前倒しで実施

変更時期を3ヵ月前倒し

株価に将来の収益性が十分に織り込まれない場合は

機動的に自己株式を取得

最大 **200**億円 の取得枠を設定

(取得期間 25年11月17日～26年5月15日)

＊当期の自己株式取得実績

25年4月1日～5月15日 32億円

25年6月1日～10月31日 27億円

2

「好き」を応援するビジネスの進捗状況と 今後の方向性

代表取締役社長 青井 浩



ビジョン

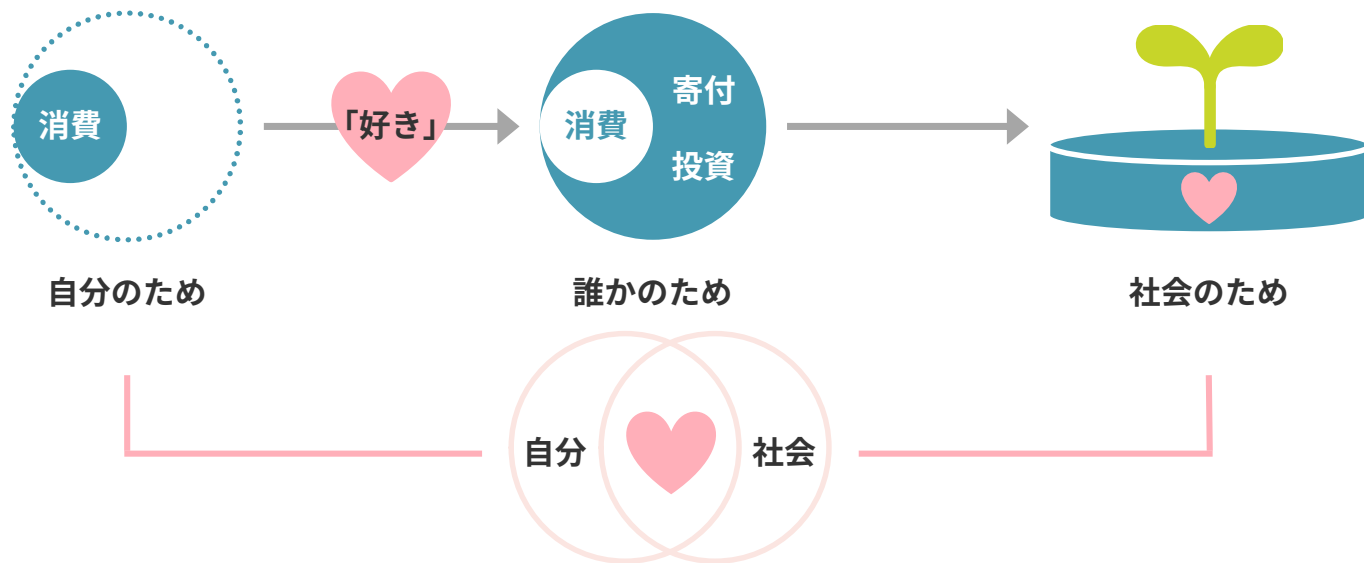
 **「好き」が駆動する経済**

戦 略

 **「好き」を応援するビジネス**

「好き」を通じて誰かのため、社会のためへと広がる消費

「好き」を介し、消費が「誰かのため」「社会のため」となることでインパクトと利益の両立をめざす



「好き」を応援するビジネスにより
インパクトと利益を両立

「好き」は推し活に限定せず、一人ひとりのかけがえのない「好き」を通じてしあわせの拡大をめざす

推し活



一人ひとりのかけがえのない「好き」



ペット



登山



スポーツ



食文化

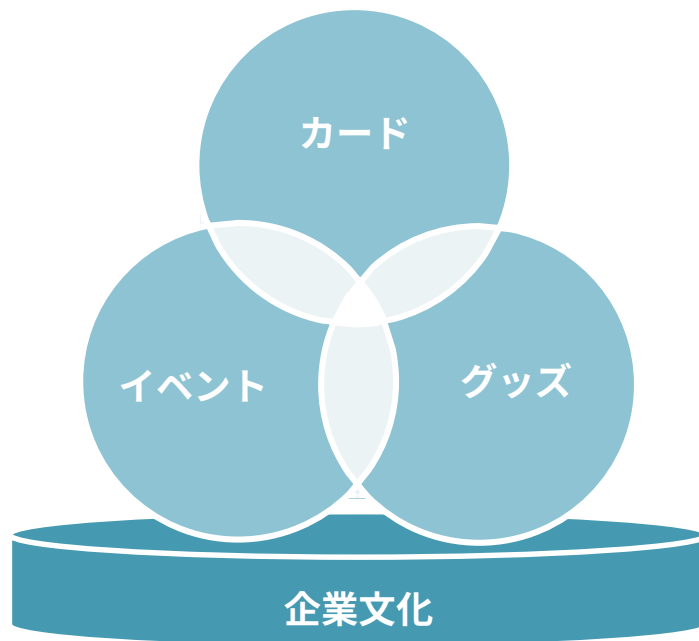


アート



日本文化

「好き」を応援するビジネスの核となるカード、イベント、グッズ、企業文化について進捗をご説明

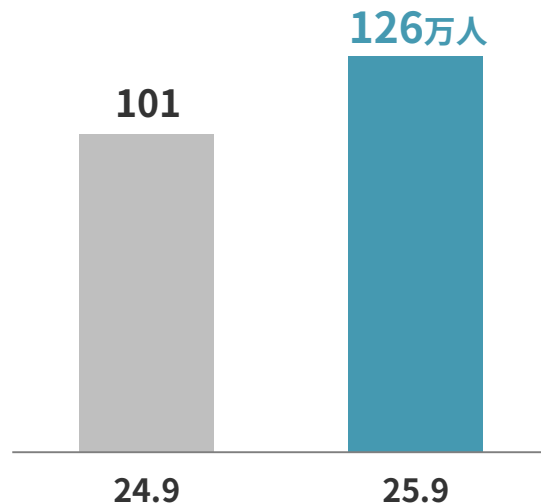
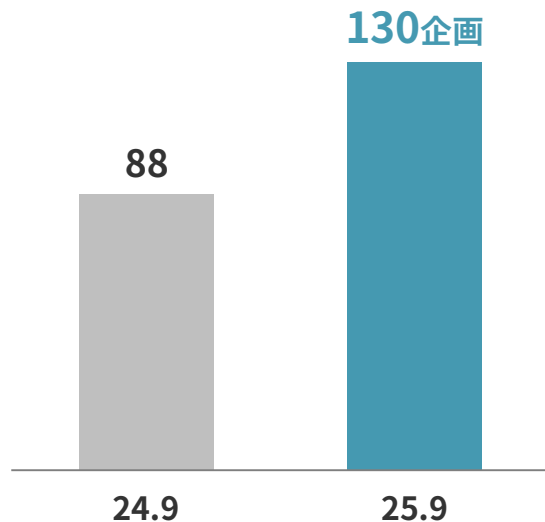


① 「好き」を応援するカードの状況

第2四半期の企画数は130企画、会員数は126万人まで拡大

■ 「好き」を応援するカードの企画数

■ 「好き」を応援するカードの会員数



25年デビュー企画の一例①

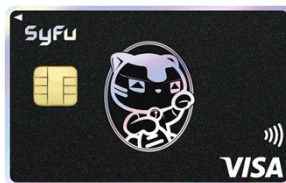
様々なジャンルから40企画の「好き」を応援するカードがデビュー



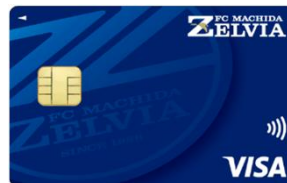
お城



仮面ライダークウガ



SyFu



FC町田ゼルビア



東京グレートベアーズ



FEELCYCLE



FiNANCiE



放課後NPOアフタースクール



マカロニえんぴつ



リカちゃん

＊ 25.10時点

25年デビュー企画の一例②

ファン心理を捉えてお客さまに共感いただけるデザインを券面化

リカちゃんエポスカード



復刻版リカちゃん
レトロリカ



ピンクばかり買っちゃう
リカちゃん

お城エポスカード



香川元太郎作
江戸城寛永期天守



石垣

寄付付き



*お城の保全・維持などを行う公益財団法人日本城郭協会に寄付

25年デビュー企画の一例③

男子バレーボールチーム「東京グレートベアーズ」のキャラクターと14名の選手から券面を選択可能

東京グレートベアーズエポスカード

寄付付き

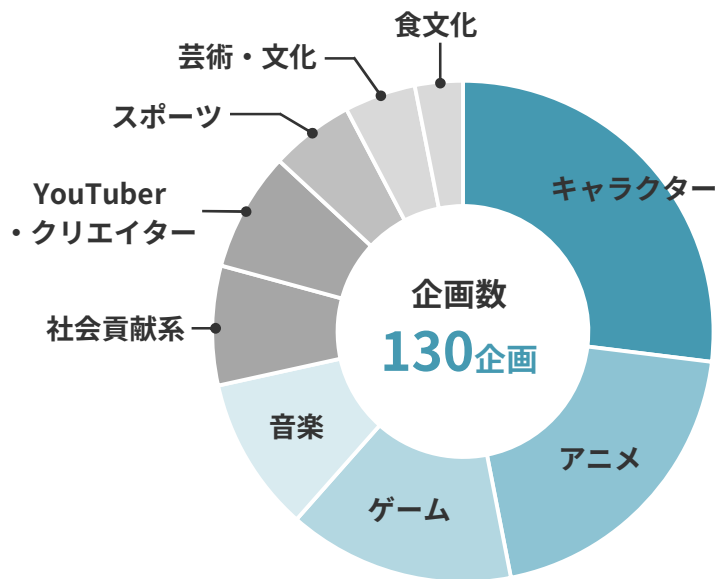


＊次世代選手の育成資金として東京グレートベアーズに寄付

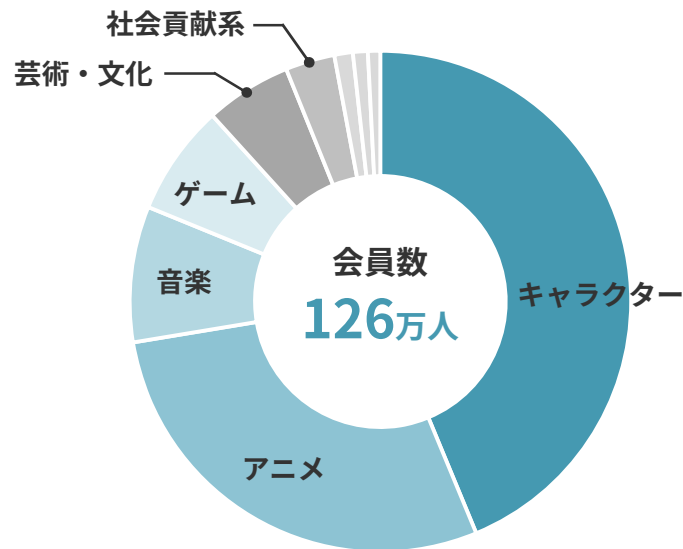
「好き」を応援するカードの内訳

カテゴリーはキャラクター、アニメ、ゲーム、音楽のほか社会貢献系、クリエイターなどへ拡大

■ 企画数（カテゴリー別）



■ 会員数（カテゴリー別）



寄付付きカードの状況

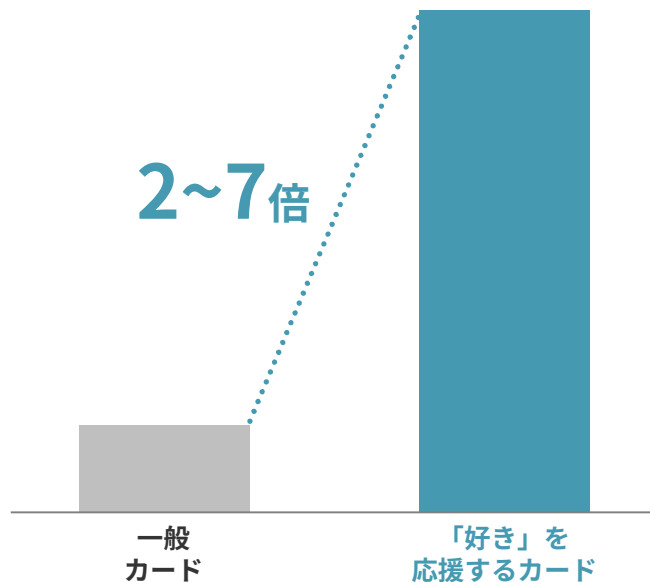
誰かのため、社会のために広がる消費の取り組みである寄付付きカードは21企画まで拡大



「好き」を応援するカードの特徴

「好き」を応援するカードはLTVが2～7倍

■ 券種別LTV比較



「好き」を応援するカードは若年層かつファーストカードが多く、メインカード化しやすい

若年会員構成

30代以下の会員比率

ファーストカード率

初めて持つクレジットカードが
エポスカードの会員比率

メインカード率

メインカードとして
ご利用いただく会員比率

「好き」を
応援するカード

61%

↑ +22%

15%

↑ +2%

58%

↑ +11%

一般カード

39%

13%

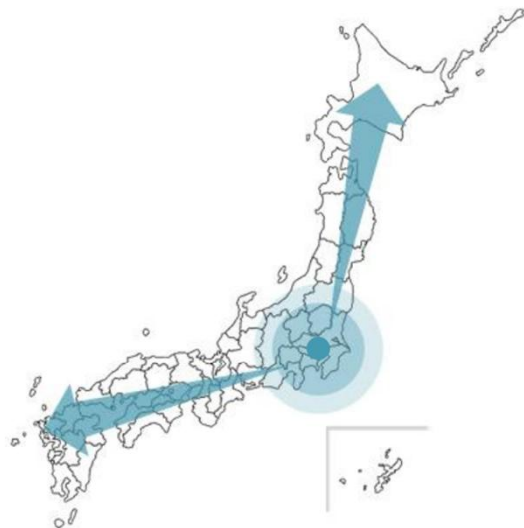
47%

*ファーストカード率：当社にて推計

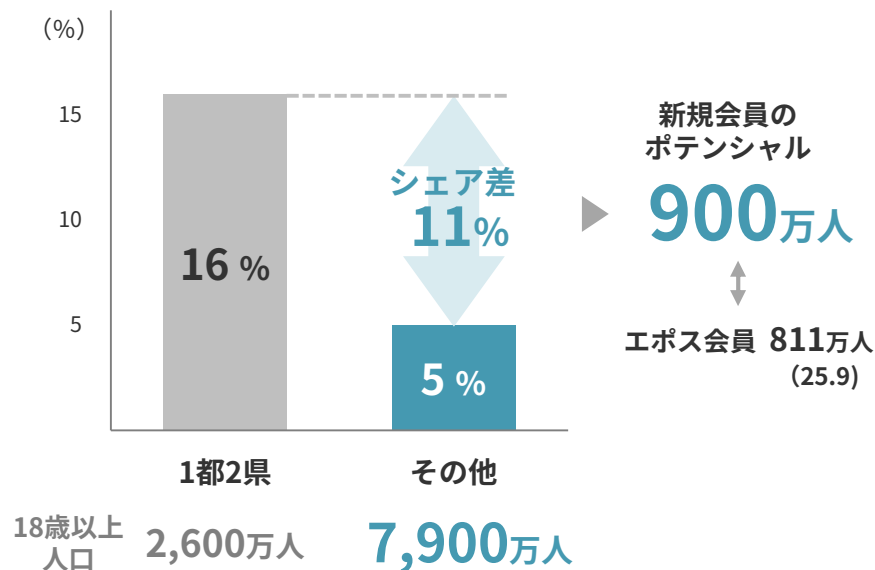
*メインカード率には初年度利用額から算出した将来予測を含む

「好き」を応援するイベントを全国で開催することで会員募集を拡大

■ 大都市圏以外の地域でのポテンシャル



全国展開を通じた新規会員の拡大

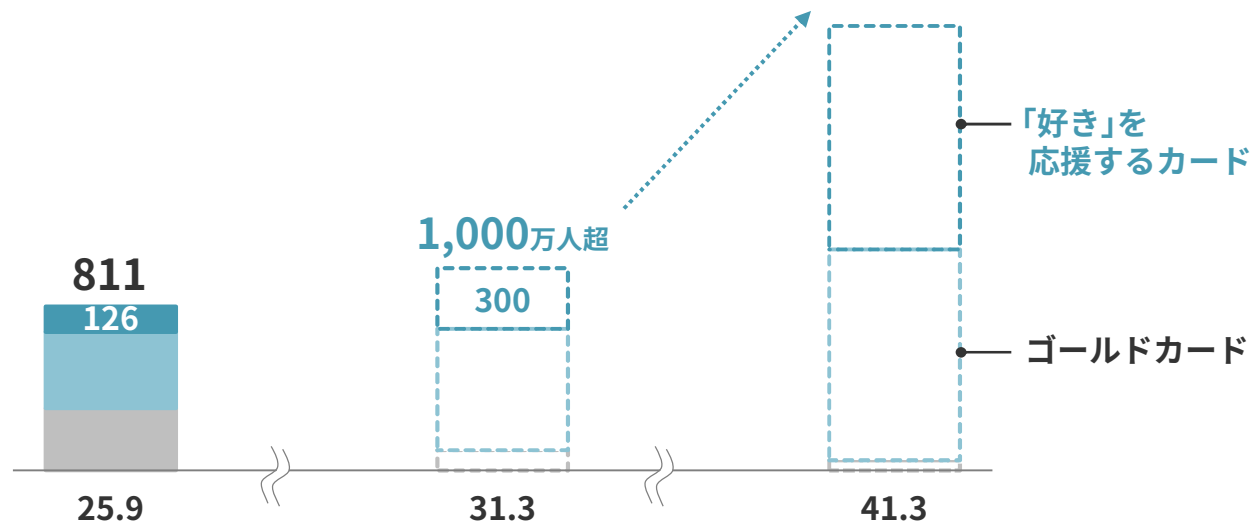


※1都2県：東京都、神奈川県、埼玉県

「好き」を応援するカード会員の拡大

31年3月期には300万人、41年3月期にはゴールドカードを上回る会員数をめざす

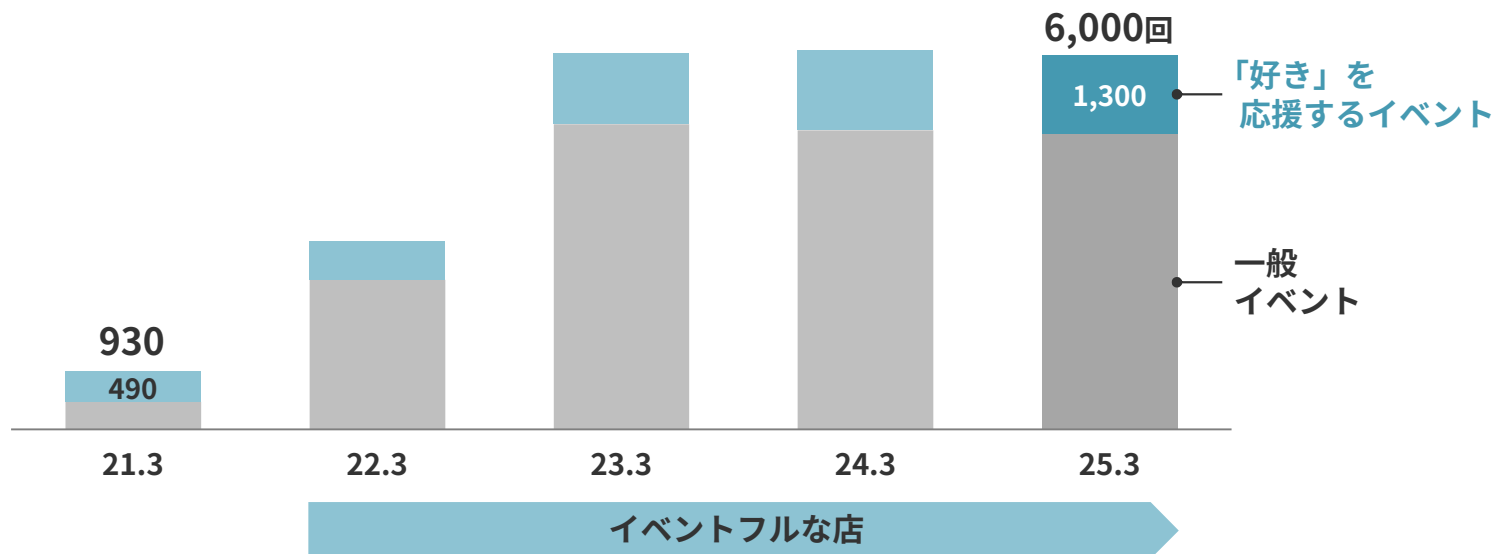
■ 券種別会員数の推移



② 「好き」を応援するイベントの開催数

25年3月期のイベントは6,000回、うち「好き」を応援するイベントは1,300回

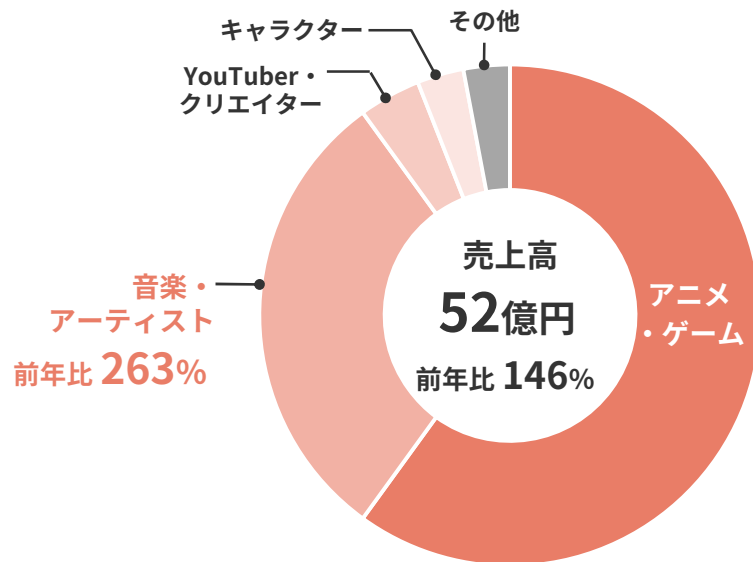
■ イベント種別開催数の推移



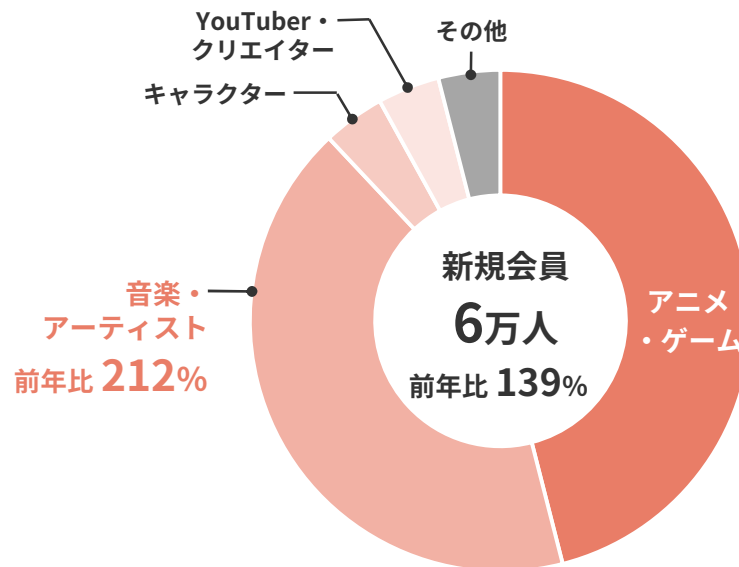
「好き」を応援するイベントの内訳

主なカテゴリーはアニメ・ゲーム、音楽・アーティスト、YouTuber・クリエイター、キャラクター

■ グッズ売上高（カテゴリー別）



■ 新規会員数（カテゴリー別）



*25.9時点

具体事例：アーティストイベント

アーティストと共創したイベントの集客力で、「好き」を応援するイベントを牽引

■ 過去イベントを実施した アーティストの一例 *50音順



GACKT



Creepy Nuts



Saucy Dog



SUPER BEAVER



ずっと真夜中でいいのに。



超特急



TREASURE



BABYMONSTER



Mrs. GREEN APPLE



L'Arc-en-Ciel

■ 26.3期 上半期 実績

開催数 **70** 回以上

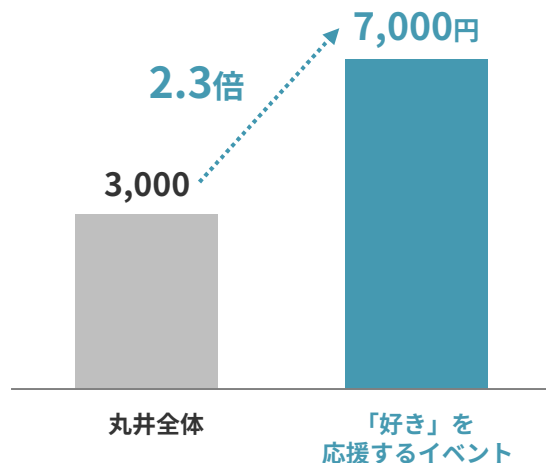
客数 **20** 万人以上

新規会員 **2** 万人以上

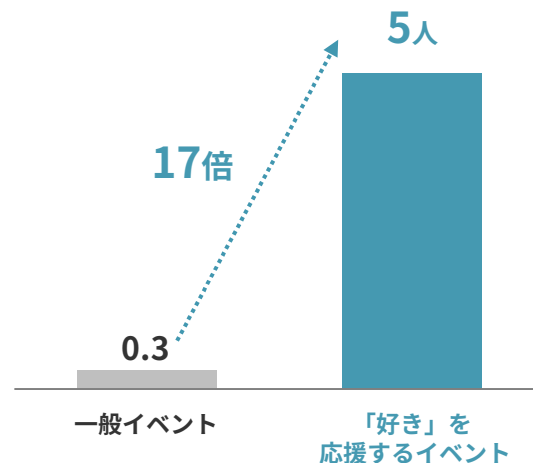
「好き」を応援するイベントの優位性

「好き」を応援するイベントは丸井店舗において最も効率の良い売場・運営形態

■ 客単価



■ 1日あたりの新規会員数

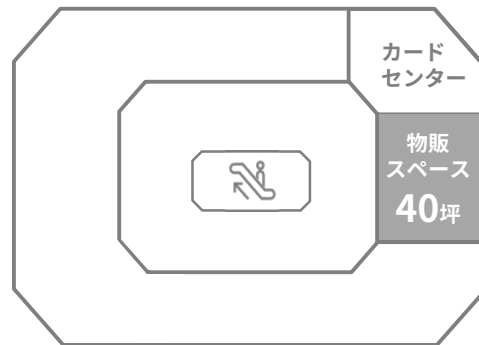


*25.3時点

「好き」を応援するイベントの種類

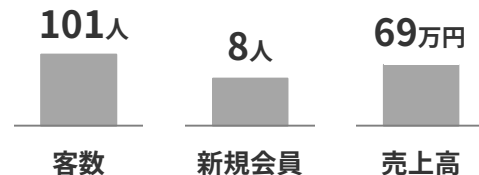
物販と展示を掛け合わせた大型イベントは客数・新規会員・売上高の伸長に寄与

物販中心イベント

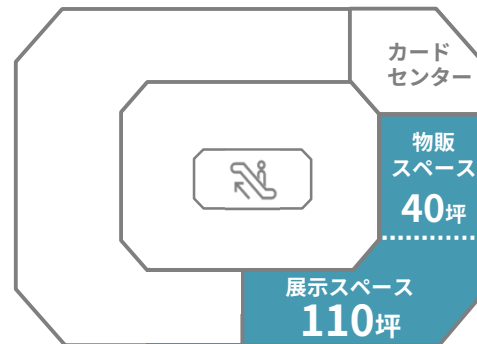


運営人員
4名

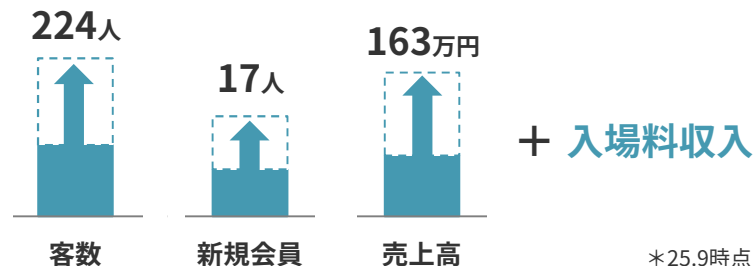
■ 1日あたり実績



物販×展示イベント



運営人員
6名



*25.9時点

具体事例：大型展示イベント

100坪級の広大な面積を活かして大型展示を掛け合わせた体験型イベントを拡大

クリエイター



©abec/BUNBUN 20th Exhibition CHARACTERS

abec / BUNBUN個展
「CHARACTERS」

有料展示

漫画・アニメ



©キヅナツキ / 新書館 ©キヅナツキ・新書館/ギヴン製作委員会

ギヴン展
- given exhibition -

有料展示

漫画・アニメ



©Tomiyaki Kagisora/SQUARE ENIX

ハッピーシュガーライフ
10th Anniversary ミュージアム
「永遠の一瞬を、貴方と。」

無料展示

開催数 約 **40** 回

客数 約 **15** 万人

新規会員 約 **1** 万人

*26.3期 上半期実績

具体事例：新たな「好き」領域

これまでの漫画やアニメに加え、広義の「好き」を応援するイベントへ領域を拡大

新領域

インディーズゲーム



©真田まこと / Vaka, Inc.

「殺戮の天使」10周年記念 真田まこと展

クラウドファンディングで
目標の11倍となる4,500万円を達成
ファンとの共創でイベントの大型化が実現

新領域

サウナ



全国サウナ物産展

社員の「好き」を起点に、
新たな「好き」領域のイベントを開発
売上高5,000万円、客数1万人

今後の「好き」を応援するイベント

31年3月期に向けてはイベント内容を見直し、「好き」を応援するイベントを2倍まで拡大

■ 開催するイベントの内訳

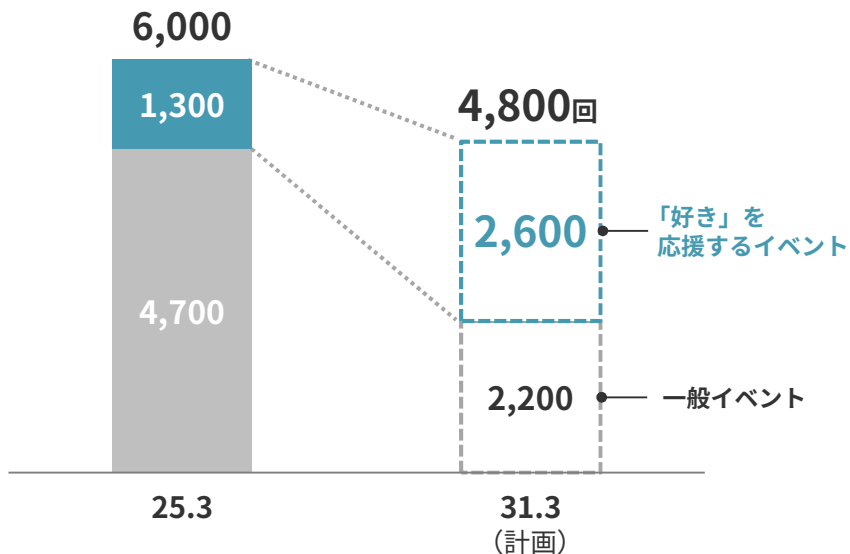
これまで

イベント開催数を拡大するフェーズ



これから

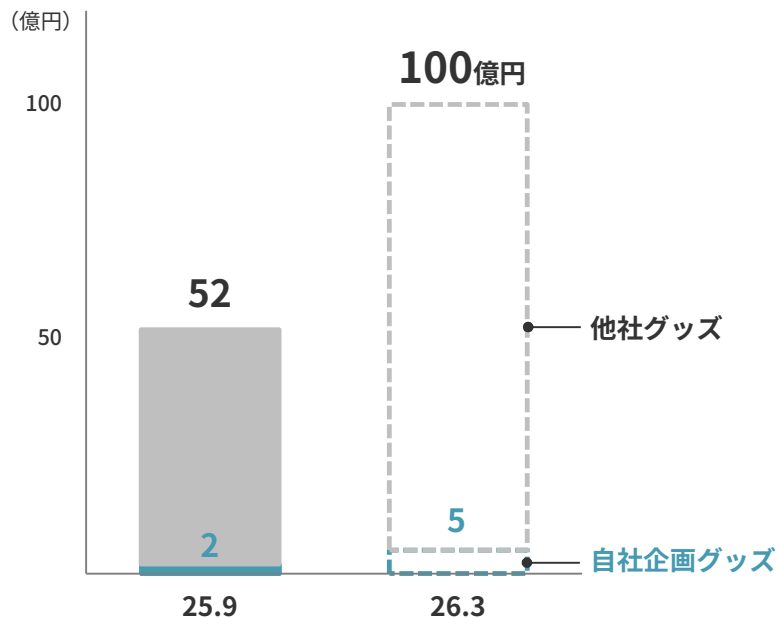
イベント内容を見直し、
「好き」を応援するイベントを拡大



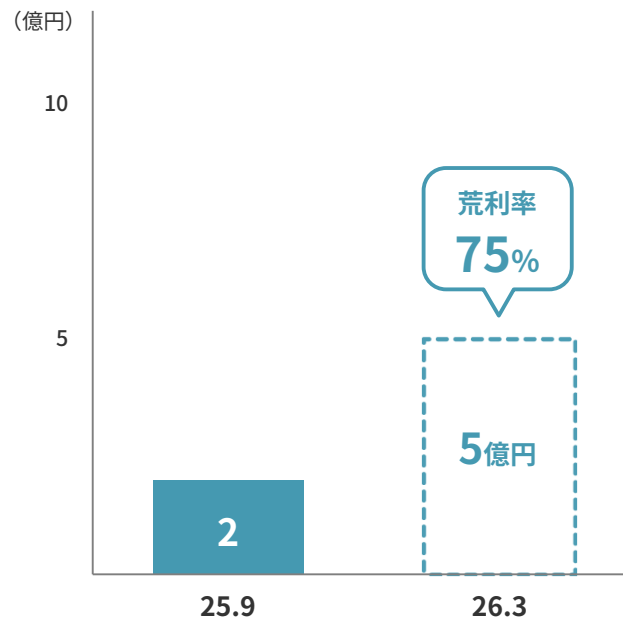
③ 「好き」を応援するグッズの状況

今年度からスタートした自社企画グッズはトライアル中も26年3月期に売上高5億円、荒利率75%の見込み

■ 「好き」を応援するグッズの売上高

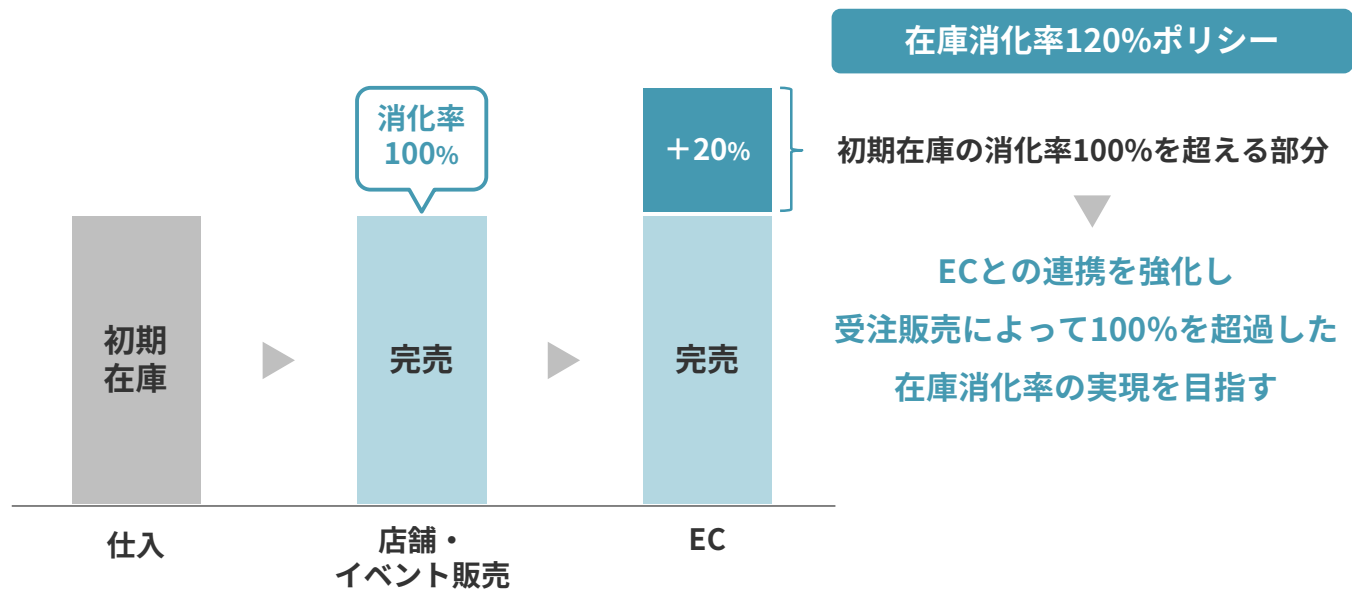


■ 自社企画グッズの売上高・荒利率



自主企画グッズは利益の確保のため「在庫消化率120%」のポリシーを実行

■ 消化率120%ポリシーのイメージ



作品の世界観を体現する独自性の高いオリジナルグッズを開発

等身大スタンディパネル

僕のヒーローアカデミア



© 堀越耕平／集英社・僕のヒーローアカデミア製作委員会

価格：33,000円

キャラクターをより身近に感じてもらえるように
等身大パネルとしてグッズ化

シーンアクリルジオラマ

「殺戮の天使」10周年記念 真田まこと展



©真田まこと / Vaka, Inc.

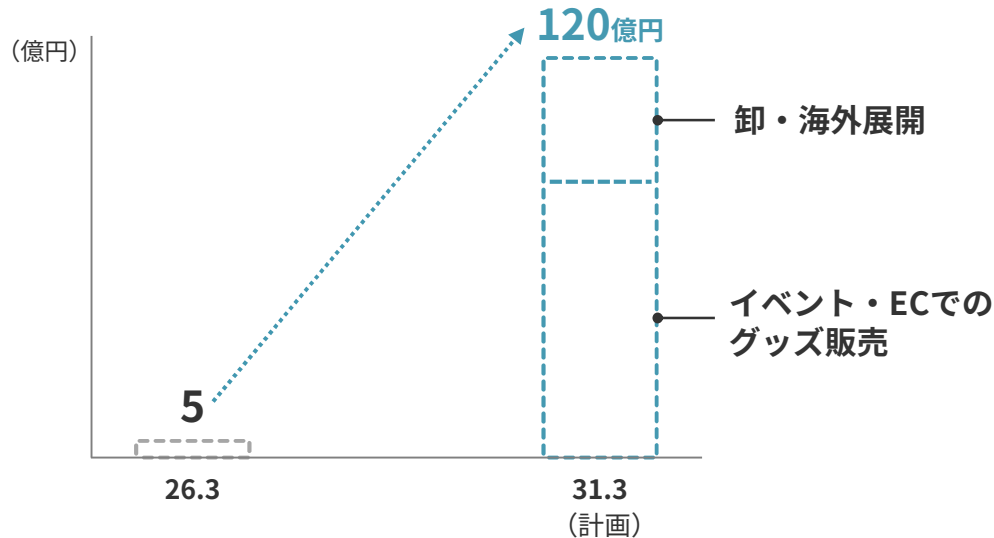
価格：3,080円

普通のアクリルスタンドではなく、ファンの記憶に残る
感動のラストシーンを「アクリルジオラマ」として再現

今後の「好き」を応援するグッズ

イベントと連携した販売やECとの連動に加え、卸や海外展開も視野に入れて規模を拡大

■「好き」を応援するグッズ（自社企画）の売上高計画



「好き」を応援するビジネスは
他社に模倣されるリスクはないのか？

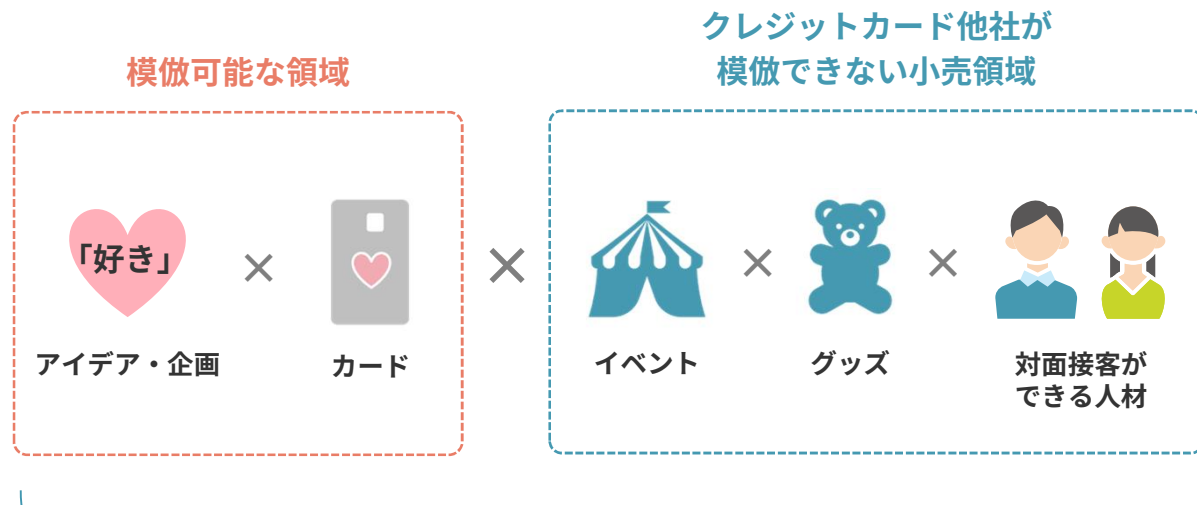
模倣可能な領域



一般的なコンテンツカード

第1の模倣障壁：小売×金融一体による体験価値の提供

小売業における企画・製造、店舗販売、対面接客のノウハウと人材により模倣障壁は高まる



各要素の掛け合わせから成る体験価値の全体
＝ 「好き」を応援するビジネス

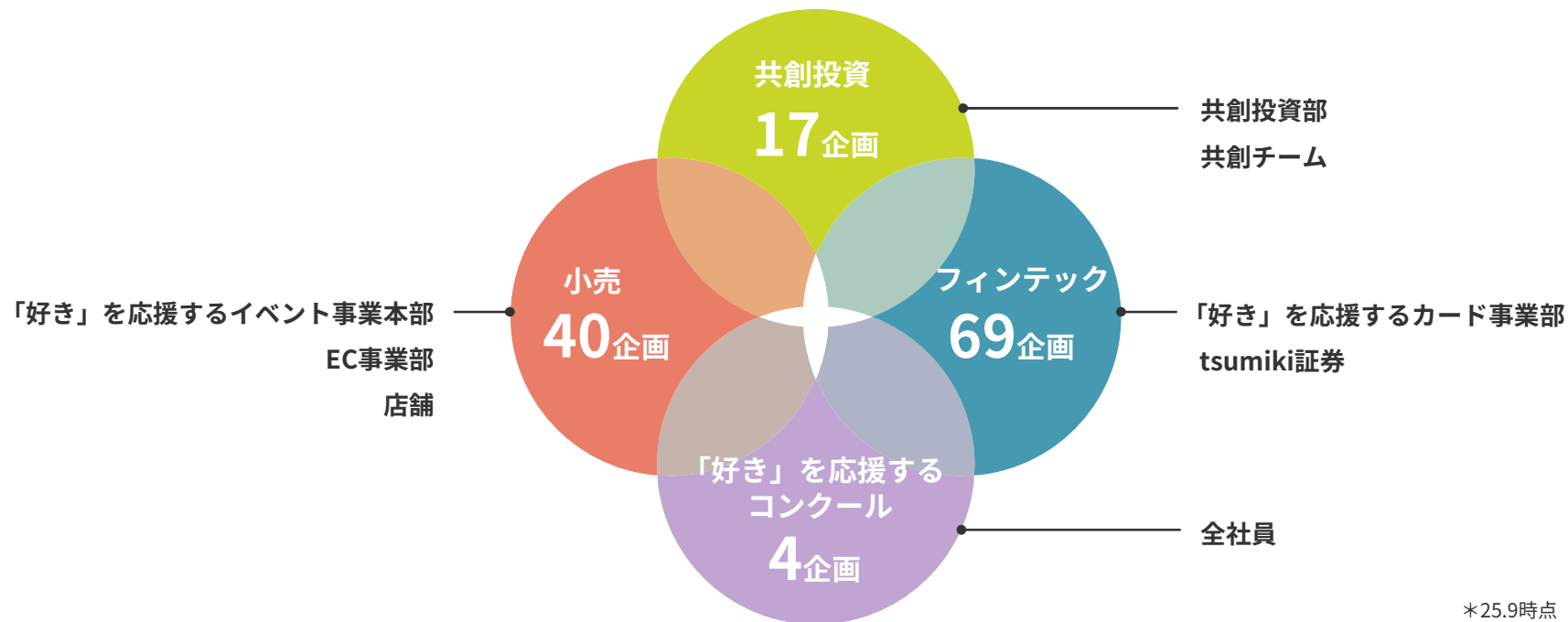
第2の模倣障壁：企業文化

他社が模倣しづらい小売との掛け合わせに加え、土壌となる企業文化により模倣障壁はさらに高まる



フィンテックに限らず小売、共創投資に加えてコンクール発の企画を含めてグループ全体で創発的に開発

■ 組織別「好き」を応援するカードの企画数



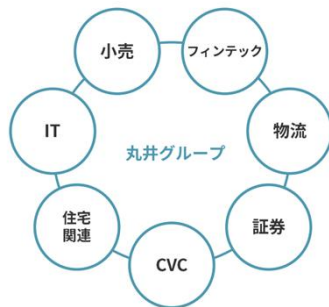
*25.9時点

組織の壁を超えて協業できる企業文化

これまでの企業文化変革の取り組みにより、社内外で協業できる共創の文化が醸成

グループ間職種変更異動

社員の手挙げに基づき
事業をまたぎ異動

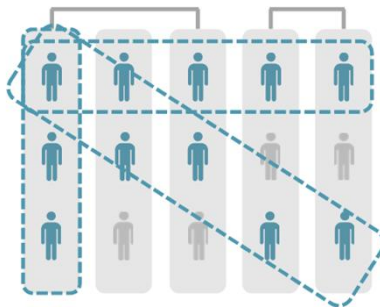


職種変更率 **86 %**

*16.4～25.3累計

プロジェクト型組織

イニシアティブ・プロジェクト等



17 チーム

*25.9時点

共創チーム

共創投資先を含む社外との協業



合計 **17 チーム**

参加社員 **163 名**

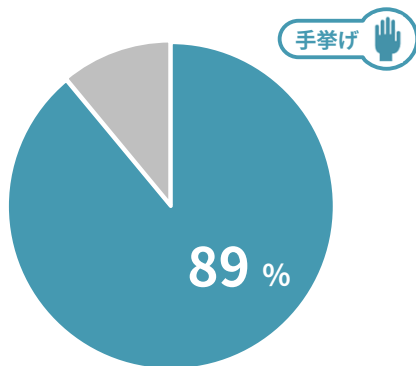
*25.9時点

部門・組織横断で協業できる共創の文化

年齢や役職を問わず様々な場に自ら手挙げし、主体的に参加・提案を行う文化も醸成

手挙げの文化

自ら手を挙げ
参画する社員率



*16.4~25.3累計

手挙げの場

イニシアティブ
「好き」を応援するコンクール
MARUI DIGI CUP



失敗を許容し挑戦を奨励

次につながる失敗を讃える
Fail Forward賞



社員による主体的な参加・提案を行う文化

今後の方向性

- ① 事業開発のオープン化
- ② 「好き」を通じたメインカード化

「好き」のアイデアとプロジェクトリーダーは社内に加えて社外からも募集



「好き」を応援するコンクールオープン版

これまで社内向けに開催してきたコンクールを来春より社外に拡大し、広くアイデアを募集

社内版

「好き」を応援するコンクール



累計応募者数 **240**名 累計企画数 **152**企画

社外オープン版

「好き」を応援するビジネスコンクール

「好き」を
応援する
ビジネス
コンクール

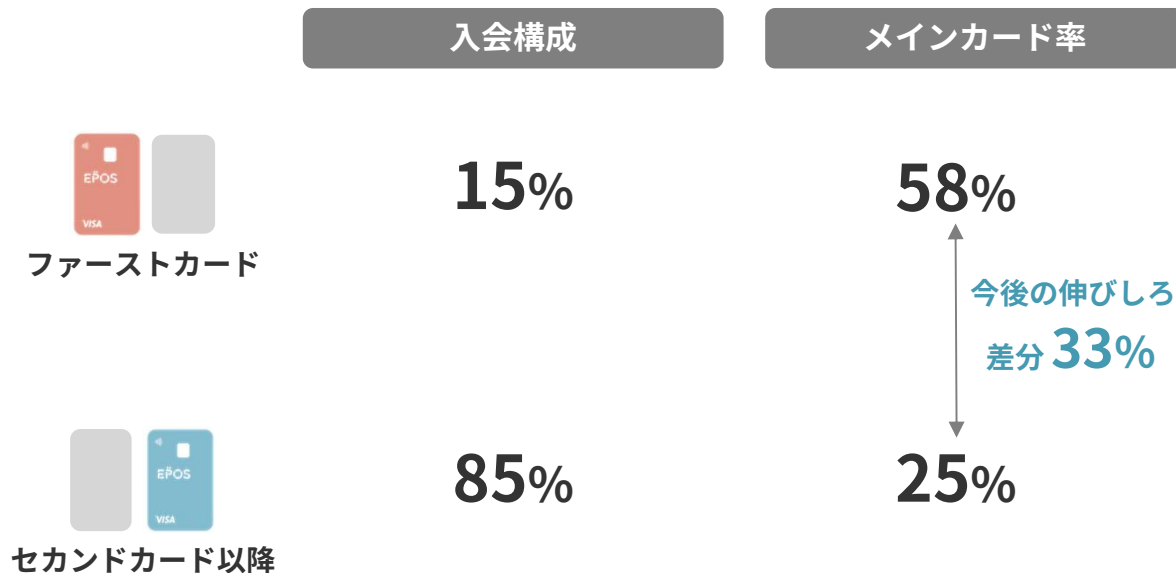


2026年3月 開催予定

「好き」を通じたメインカード化

セカンドカード以降の入会構成はボリュームが大きく、そのメインカード率は今後に向けた伸びしろ

■「好き」を応援するカードのメインカード率

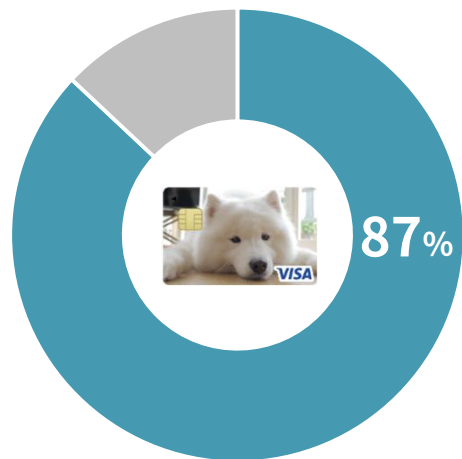


*ファーストカード入会構成：当社にて推計

自身の「好き」をカードの券面とすることでメインカードとして利用されるお客さまが拡大

■ ペットカードのセカンドカード率

■ メインカード率



*当社にて推計

ペットカード

「好き」を
応援するカード
(セカンドカード以降)

40% > 25%

*メインカード率には初年度利用額から算出した将来予測を含む



うちの大切な子がカードに印刷されているなんて、
もうこのカードしか使いません！



使うたびに保護犬猫団体に寄付されるのは
控えめに言っても最高すぎる！！



他のカードを使っていたけどエポスペットカードに
切り替えた。これは自然に使いたくなる！

“「好き」だから使う”による市場創造

利用動機をこれまでのステータスやお得から「好き」へ転換することでメインカードとしての利用を拡大

クレジットカード業界

ステータスになるから使う

ポイント還元でお得だから使う



「好き」を応援するカード

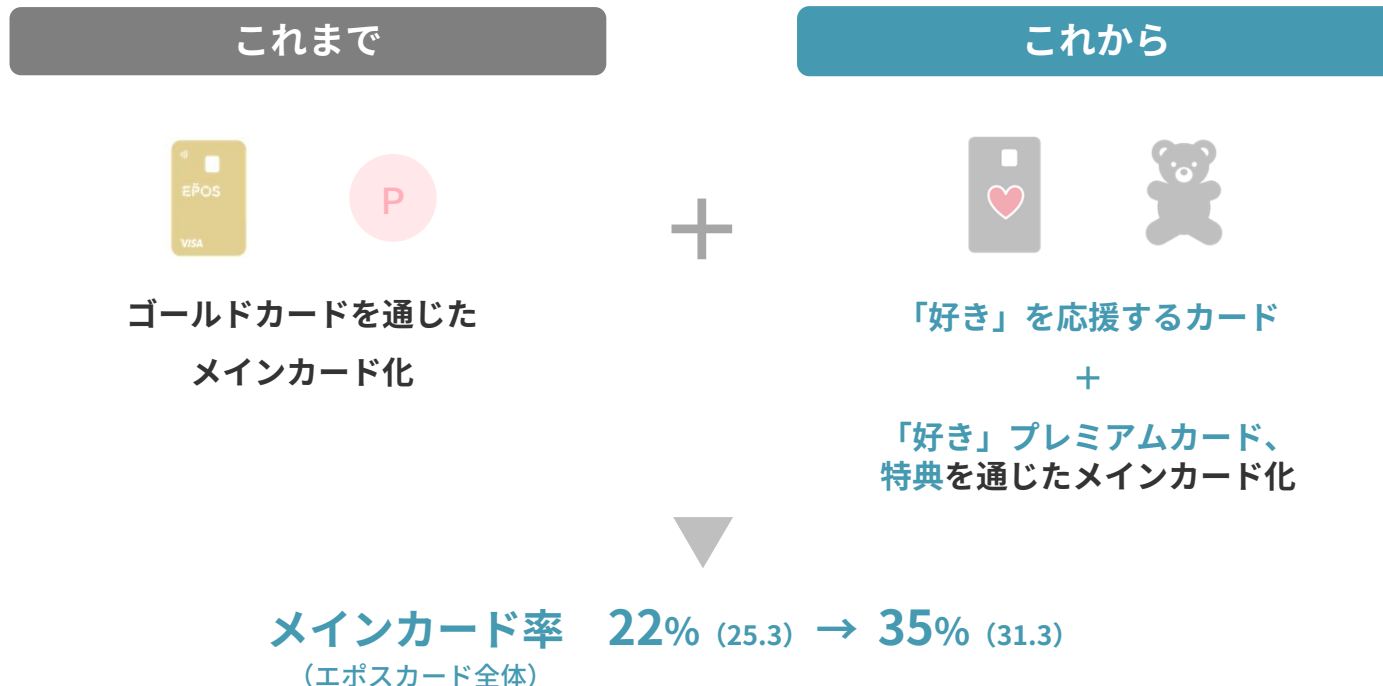


「好き」だから使う

新たな市場の創造

メインカード化に向けた方向性

ゴールドカードに加えて「好き」を応援するカードと「好き」の特典でメインカード率の拡大を目指す



会員募集を目的とした企画からメインカード化に向けた企画に注力

これまで

会員募集を目的としたイベント開催や入会特典グッズなどの製作



これから

メインカード化に向けたイベント開催・グッズ製作に注力

- ・ファンとの継続的な接点創出のための定期的なイベント開催
- ・年間ご利用額に応じた特別なグッズの提供

UX・UIの会社設立後、専門人材の採用も進みライフスタイルアプリを中心としたDX戦略の推進にも着手

会社設立

UXデザイン

muture

合併会社Muture
(2022年～)

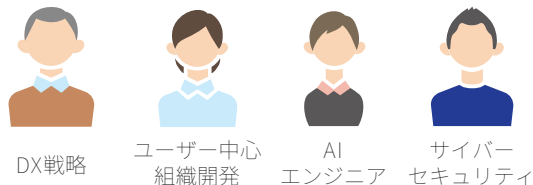
UX・UI開発



marui unite

株式会社マルイユナイト
(2024年～)

専門人材の中途採用



デジタル接点の強化

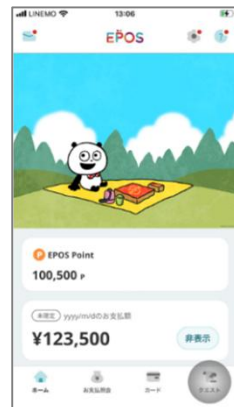
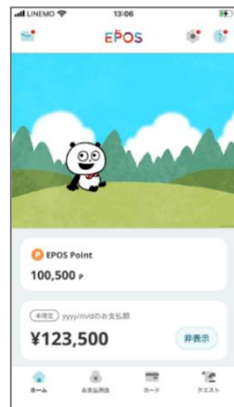


ライフスタイルアプリのUX改善等

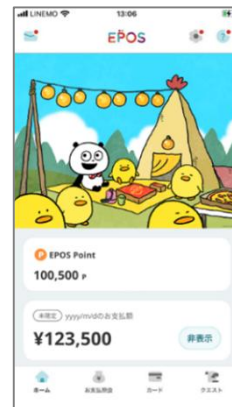
お客さまの「好き」の要素をアプリのUX/UIに盛り込み“「好き」だから使う”という体験価値を提供

■ 事例紹介：「スタジオUG エポスカード」

ダウンロード初期



クエスト達成



©studio UG - NishimuraYuji

様々なサービス/機能を
アプリ内にて探索

さらに探索することで
画面が豊かに変化

エポスカードの便利な機能やサービスを知る・利用することでホーム画面にアイテムが追加

	25.3		31.3
NEW			
メインカード率	22%	▶	35%
グループ総取扱高	5兆円	▶	10兆円
PBR	2倍	▶	3～4倍

「好き」が駆動する経済へ

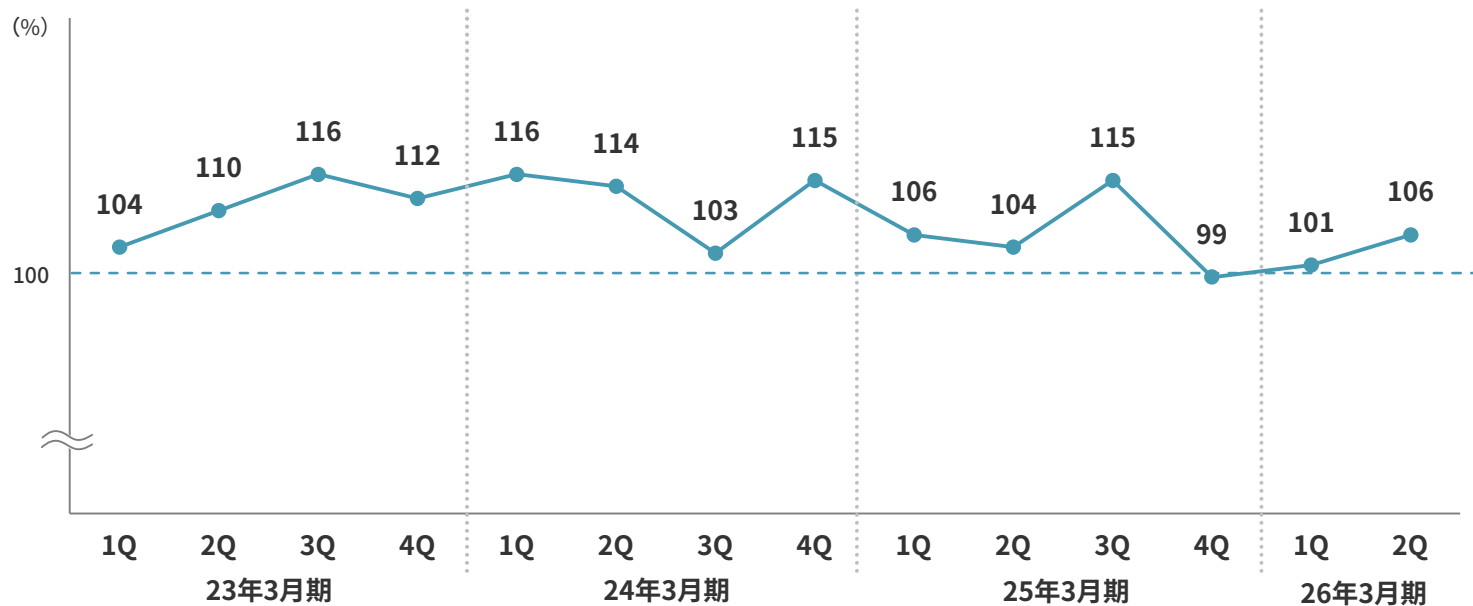
© 公益財団法人日本城郭協会 All Rights Reserved. ©石森プロ・東映 © 2025 SyFu. All Right Reserved © 2017 FC MACHIDA ZELVIA. All Rights Reserved.
©TOKYO GREAT BEARS ©FEEL CONNECTION Inc. ©Houkago NPO Afterschool All rights reserved. © macaroniempitsu All rights reserved. ©TOMY
©Yogibo Versailles Resort Farm ©ハイサイ探偵団 © The Tokugawa Art Museum
©abec/BUNBUN 20th Exhibition CHARACTERS ©キツナツキ / 新書館 ©キツナツキ・新書館 / ギザン製作委員会
© Tomiyaki Kagisora/SQUARE ENIX ©真田まこと / Vaka, Inc. © 堀越耕平 / 集英社・僕のヒーローアカデミア製作委員会
©studio UG - NishimuraYuji

本資料に掲載しております将来の予測に関する記述は、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。
お問い合わせは、I R部 marui-ir@0101.co.jpにご連絡ください。

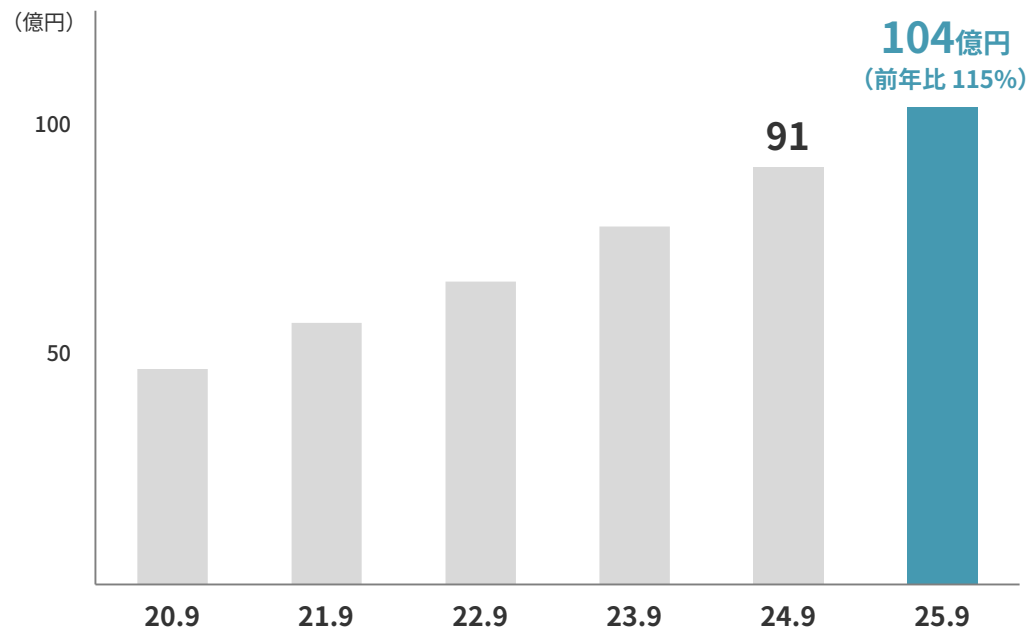
Appendix



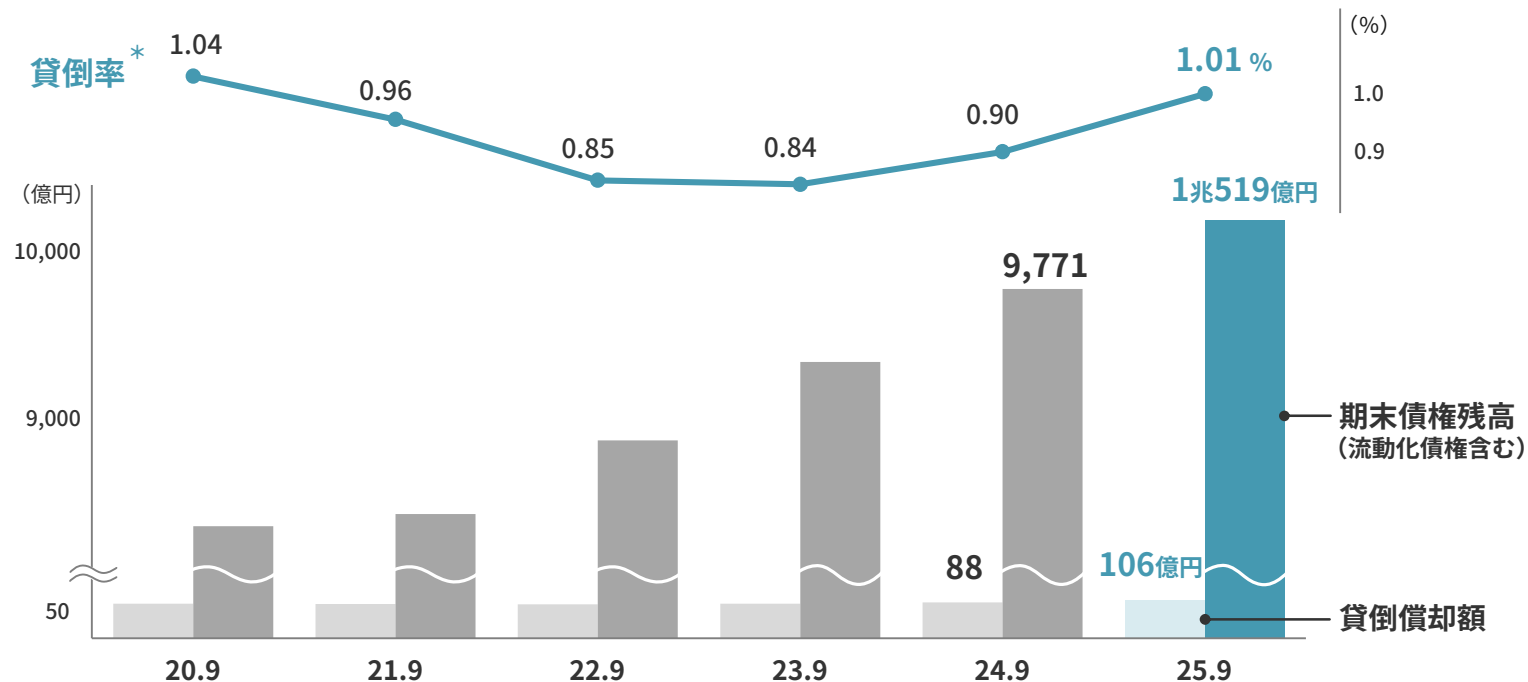
■ EC取扱高 前年比



■ 売上収益の推移

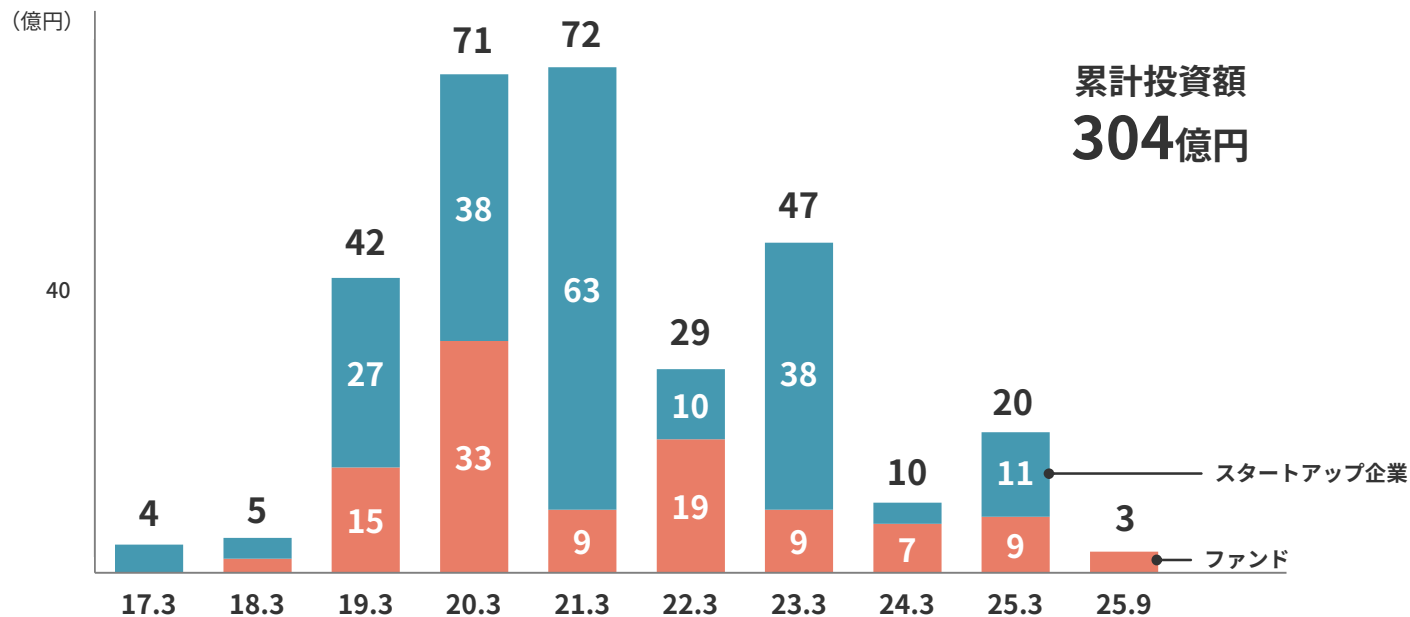


■ 貸倒率の推移

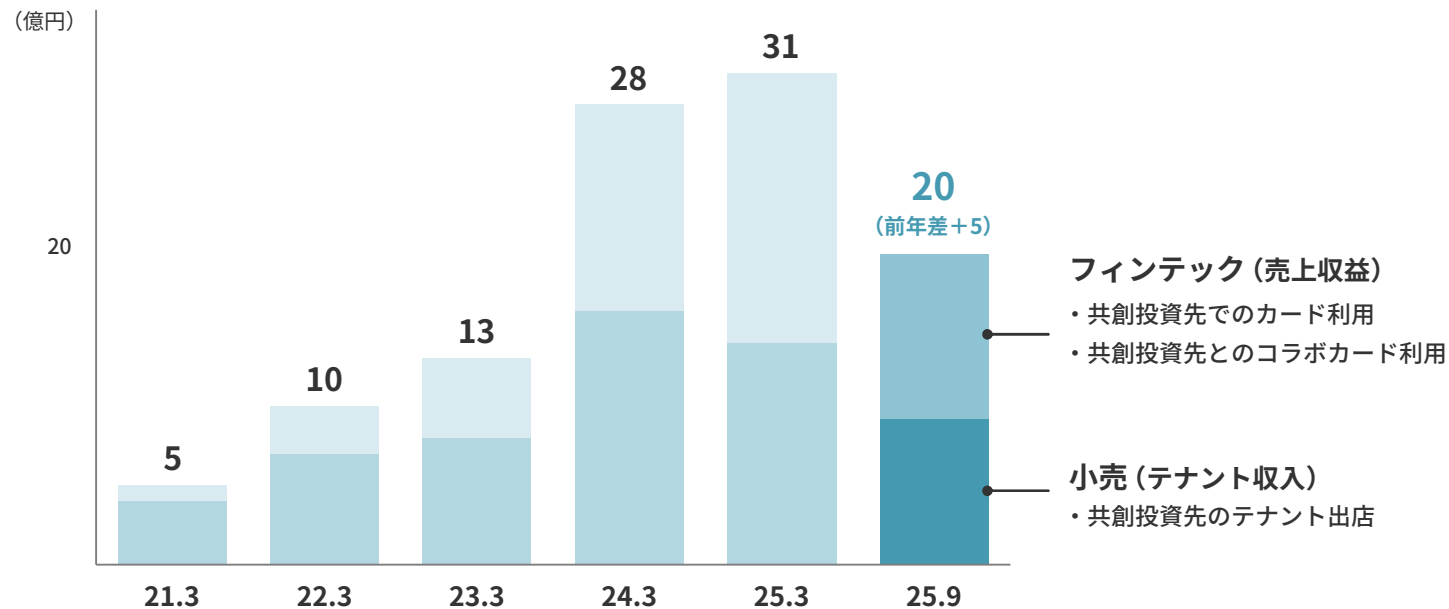


* 貸倒率 = 当期貸倒償却額 ÷ 期末債権残高

■ 共創投資の推移



■ 貢献利益額



* 貢献利益は小売、フィンテックの営業利益に含む

END

