

2026年2月期 第3四半期 決算説明資料



(証券コード：2698)

<https://www.cando-web.co.jp>

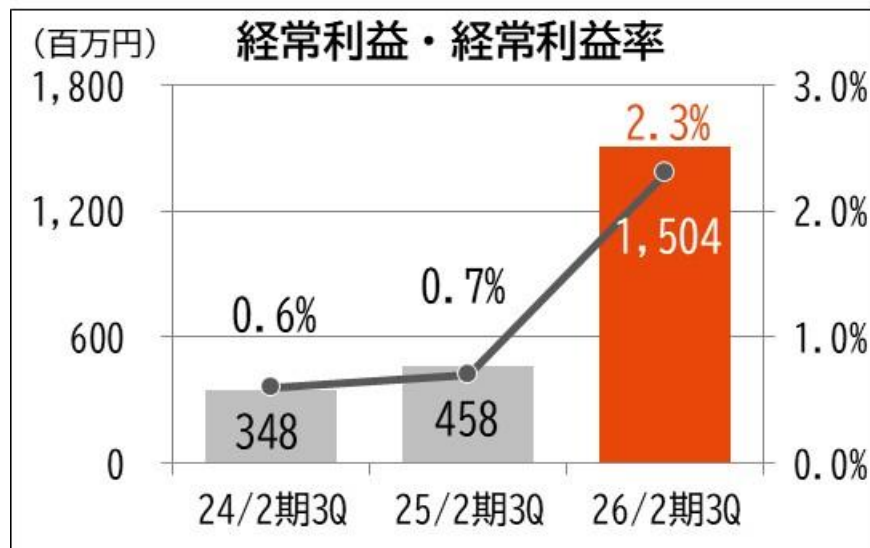
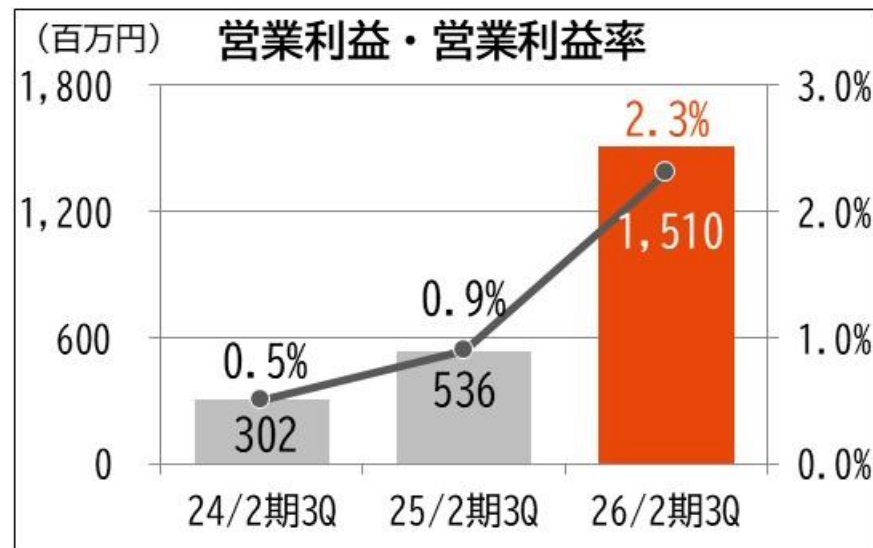
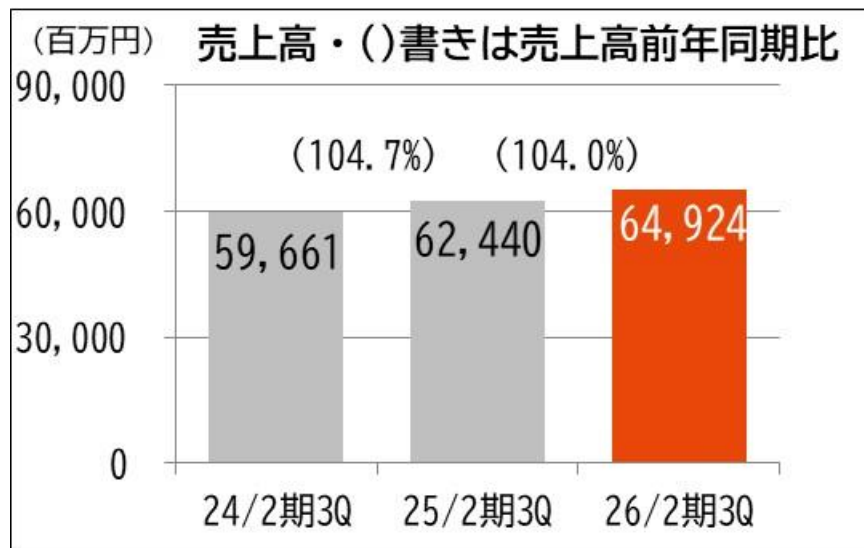
2026年1月8日

連結損益計算書

- ・ 売上高は、前年同期に対し、2,484百万円の増収
- ・ 各段階利益は、前年同期に対し、大幅な増益を確保

(単位 : 百万円)	当期3Q実績	前期3Q実績	前年同期比	前年同期差
売上高	64,924	62,440	104.0%	2,484
営業利益	1,510	536	281.6%	974
経常利益	1,504	458	328.2%	1,045
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	709	▲ 72	—	782
一株当たり四半期純利益又は四半期純損失	44.36円	▲ 4.53円	—	48.89円

連結損益計算書 年次推移



連結貸借対照表

- 資産は、現金・預金2,777百万円、未収入金1,473百万円の増加
- 負債は、電子記録債務2,722百万円の増加

(当第3四半期連結会計期間末日が金融機関の休日であったため、2,151百万円の期末日満期手形等が、当第3四半期連結会計期間末日残高に含まれております)

(単位 : 百万円)	当期3Q実績	前期末実績	前期末比	前期末差
資産	34,444	29,376	117.3%	5,067
負債	23,741	18,957	125.2%	4,784
純資産	10,703	10,419	102.7%	283
自己資本比率	31.1%	35.5%	—	▲ 4.4%
一株当たり純資産	668円90銭	651円39銭	102.7%	17円51銭

連結貸借対照表 資産の部 概況

(単位 : 百万円)	当期3Q実績	前期末実績	対前期末 増減差
流動資産	19,790	15,197	4,593
現金及び預金	4,811	2,033	2,777
売上債権・未収入金	5,586	3,905	1,680
商品	8,601	8,449	151
その他流動資産	790	807	▲ 16
固定資産	14,653	14,179	473
有形固定資産	7,493	7,054	438
無形固定資産	357	315	41
投資その他の資産	6,803	6,810	▲ 6
資産合計	34,444	29,376	5,067

連結貸借対照表 負債・純資産の部 概況

(単位 : 百万円)	当期3Q実績	前期末実績	対前期末 増減差
流動負債	18,328	14,285	4,042
仕入債務	11,009	7,879	3,129
その他流動負債	7,318	6,406	912
固定負債	5,412	4,671	741
負債合計	23,741	18,957	4,784
資本金	3,028	3,028	0
資本剰余金	3,138	3,126	11
利益剰余金	5,567	5,130	437
その他純資産	▲ 1,030	▲ 864	▲ 166
純資産合計	10,703	10,419	283
負債・純資産合計	34,444	29,376	5,067

設備投資

- 「ライフスタイル提案型ショップ（New Can★Do）」フォーマットによる出店推進も、大規模な改装・リニューアルが減少したため、店舗設備投資額は減少
- 生産性向上を図るべく、セルフジ 導入をはじめとしたデジタル投資額が増加

連結 (単位 : 百万円)	当期3Q実績	前期3Q実績	前年同期比	前年同期差
設備投資(総計)	1,629	1,750	93.1%	▲ 121
・店舗	1,257	1,658	75.8%	▲ 400
・デジタル	371	92	401.9%	279
減価償却費	874	765	114.3%	109

- 売上高の伸長により売上原価が伸びた一方で、商品在庫適正化を推進し、在庫回転率は前期より0.31改善

連結 (単位 : 百万円)	当期3Q実績	前期3Q実績	前年同期比	前年同期差
在庫回転率 ($= (①/④)/3 \times 4$)	6.22	5.91	105.2%	0.31
①期間売上原価	39,754	38,804	102.4%	949
②期首在庫	8,449	8,338	101.3%	111
③期末在庫	8,601	9,171	93.8%	▲ 569
④期間平均在庫 (②と③の平均)	8,525	8,754	97.4%	▲ 229

連結損益計算書の概況

当 社

プラス与件

- ・ 節約志向による当社
既存店売上高の増加
- ・ 他価格帯商品のニーズ
上昇
- ・ 外出/お出かけ対応
商品への実需増加
- ・ 酷暑・残暑や豪雨など
異常気象への関心
及び防災意識の高まり

マイナス与件

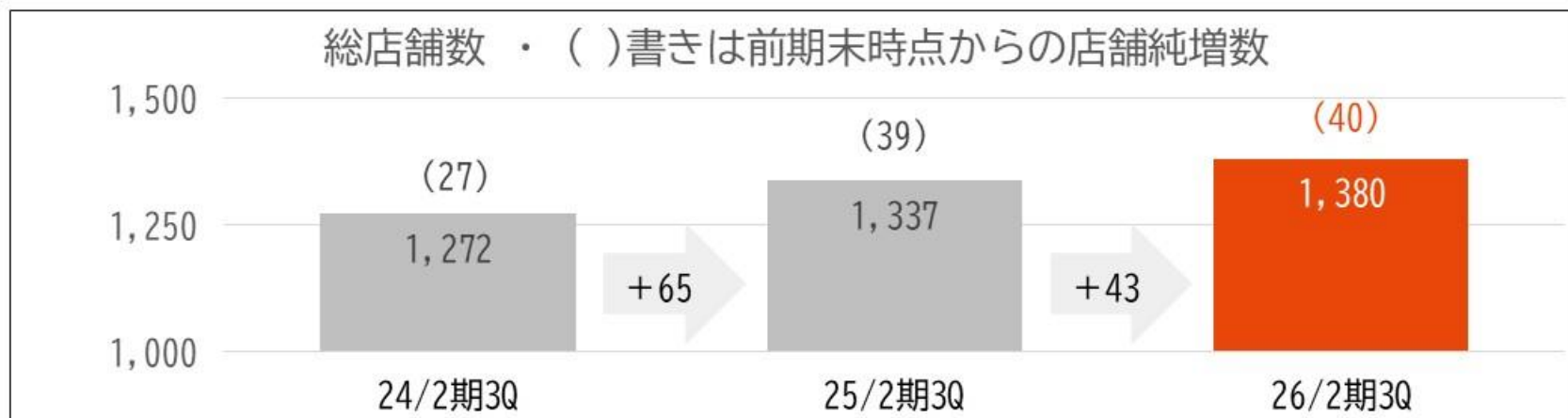
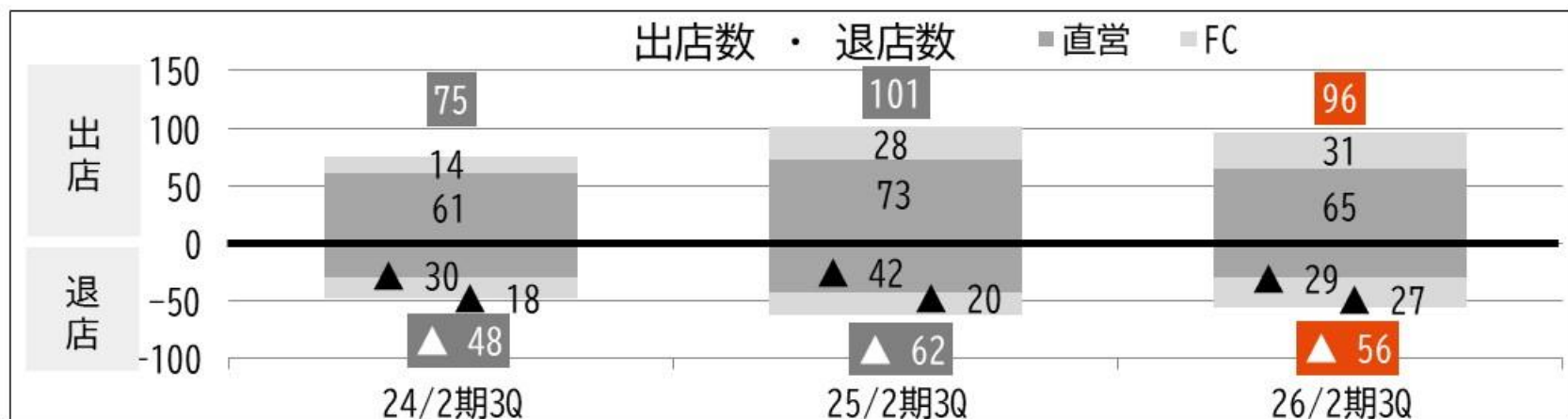
- ・ 人員確保の難度上昇
- ・ インフレによる
原材料等の高騰
- ・ 豪雨などの店舗への影響

- ・ (単体)全社売上高 前年比：(9～11月)104.3%、3Q累計(3～11月)103.8%
- ・ 既存直営店売上高 前年比：(9～11月)101.1%、3Q累計(3～11月)100.6%



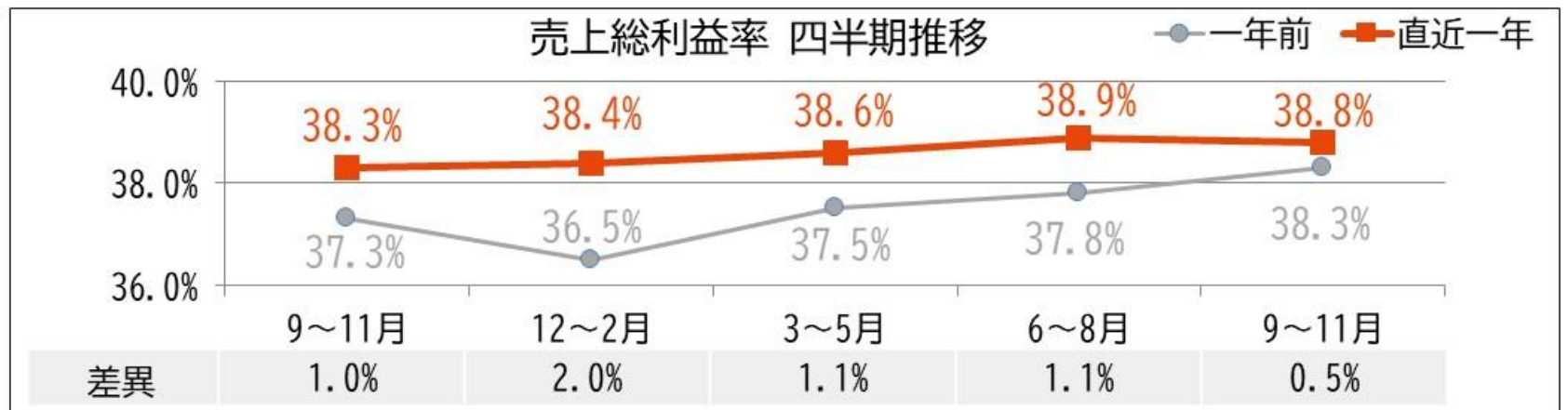
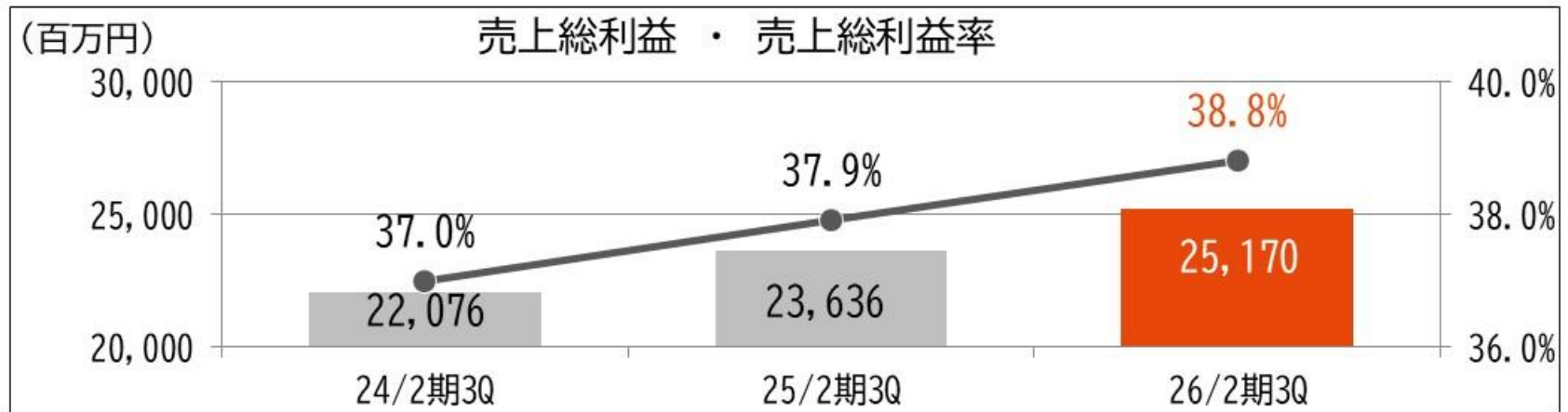
店舗数

- 出店：(9～11月)27店舗、3Q累計(3～11月)96店舗(通期計画100店舗)
- 退店：(9～11月)19店舗、3Q累計(3～11月)56店舗(通期計画30店舗)



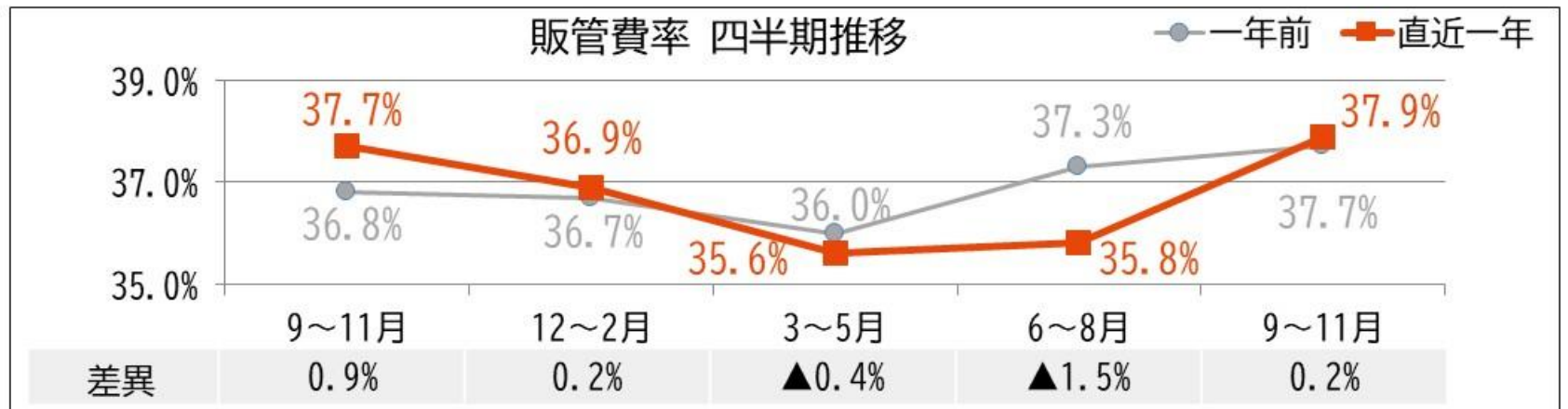
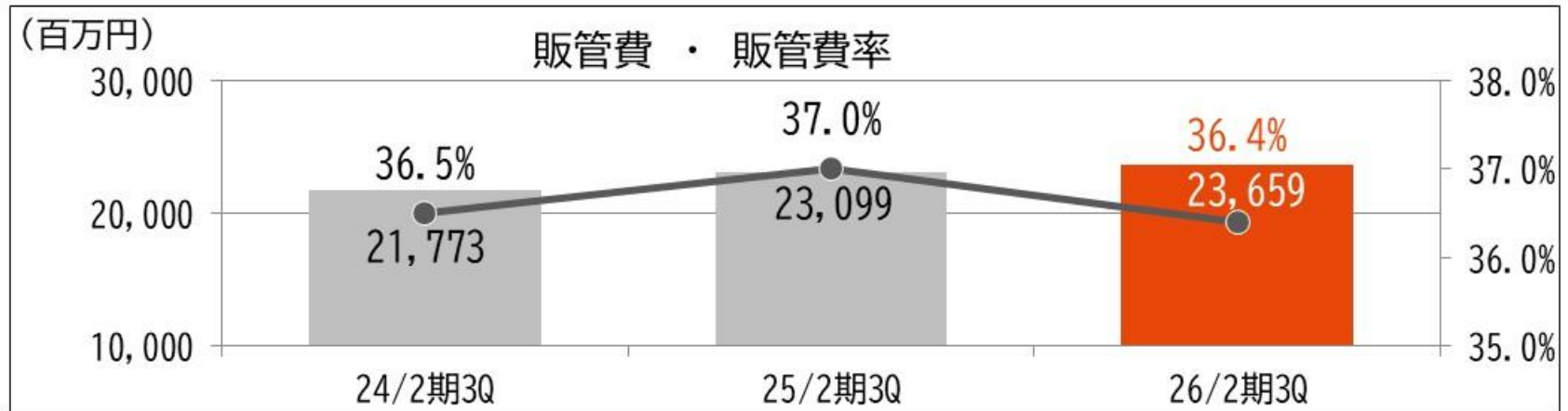
売上総利益

- 売上総利益：売上高の伸長に伴い、売上総利益も連動
- 売上総利益率：原材料高騰のなか、原価維持の取り組みが奏功

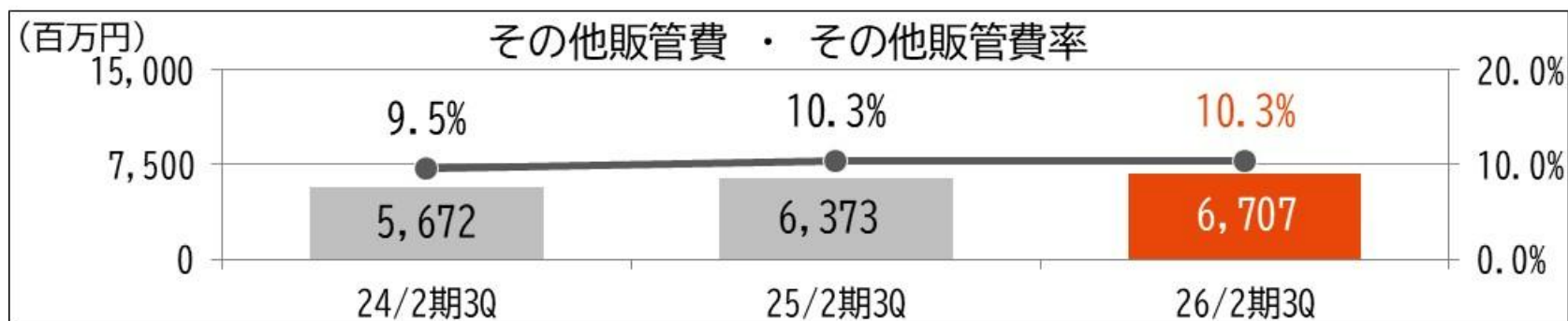
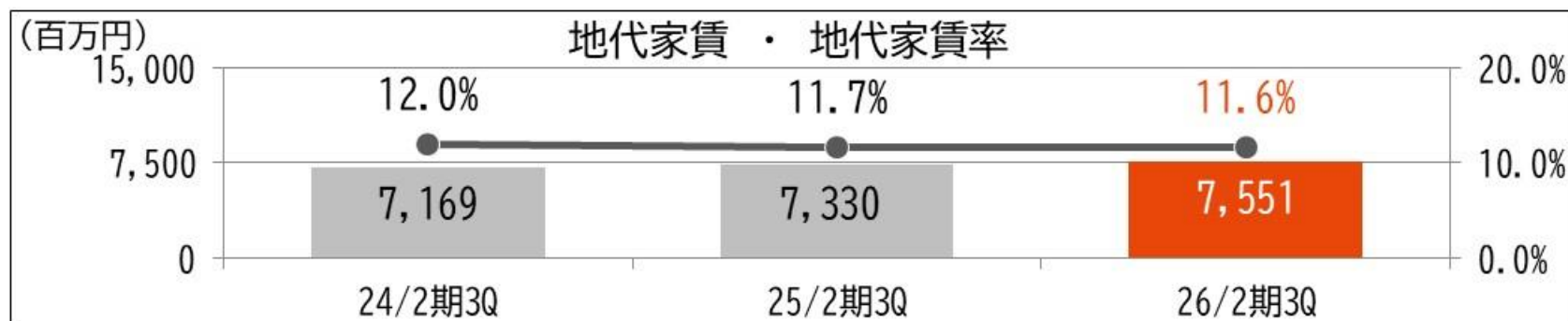
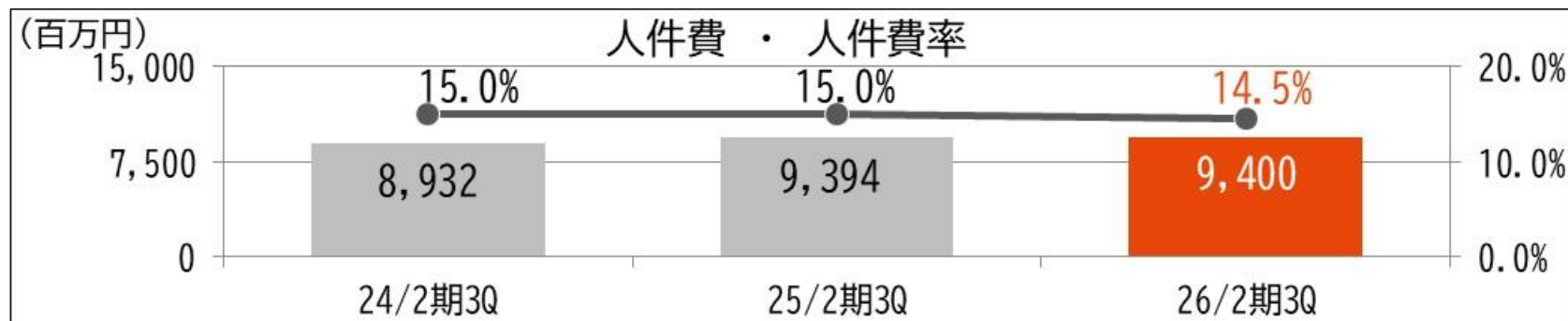


販管費

- ・ 販管費：徹底した人時コントロールによる雑給と外注人件費の抑制
- ・ 販管費率：売上高の伸長に伴い、人件費率・地代家賃比率が減少

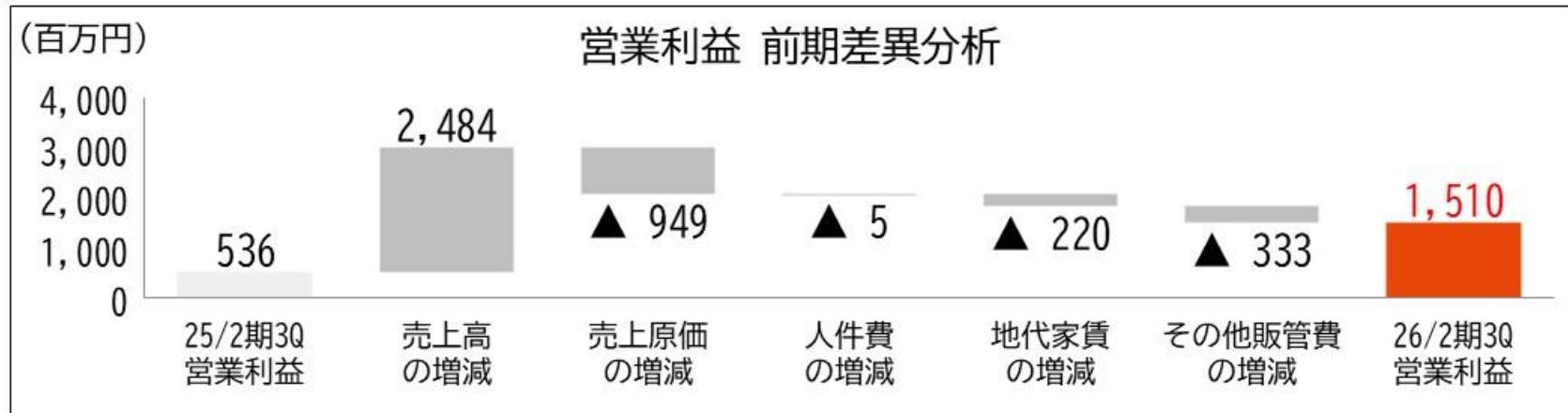


販管費の内訳



営業利益(増益) 前期差異分析

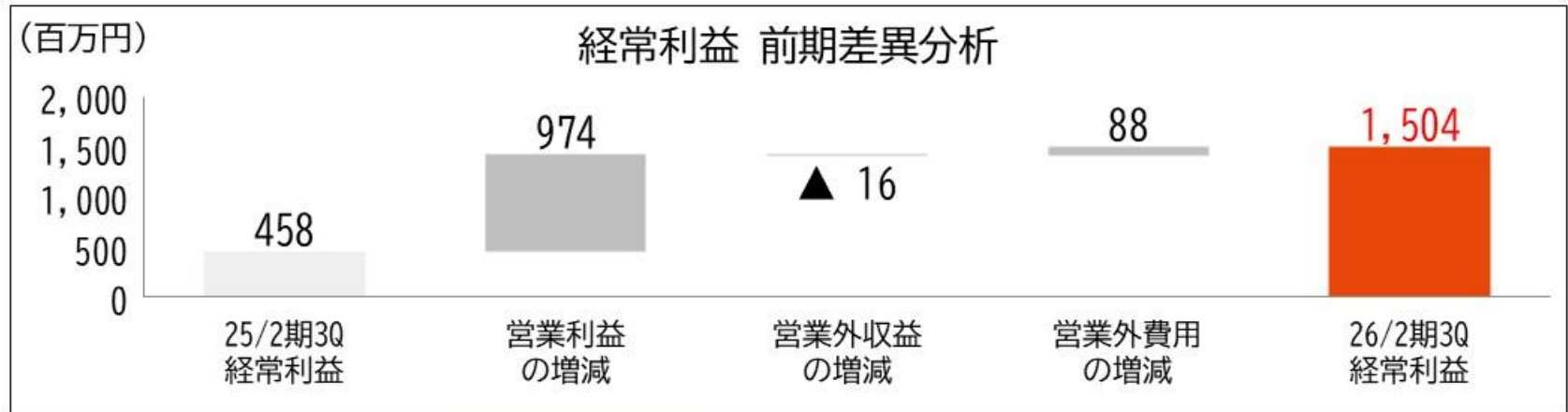
- ・ 売上総利益の増加が、販管費の増加を上回り、974百万円の増益
- ・ その他販管費は、クレジット等の手数料・母店販促費の増加など



連結 (単位 : 百万円)	当期3Q実績	前期3Q実績	前年同期比	前年同期差
売上高	64,924	62,440	104.0%	2,484
売上総利益	25,170	23,636	106.5%	1,534
営業利益	1,510	536	281.6%	974

経常利益(増益) 前期差異分析

- 営業利益の増加に伴い、経常利益も1,045百万円の増益
- 営業外費用は、前期「リハティブ」評価損を119百万円計上した影響



連結 (単位 : 百万円)	当期3Q実績	前期3Q実績	前年同期比	前年同期差
売上高	64,924	62,440	104.0%	2,484
営業利益	1,510	536	281.6%	974
経常利益	1,504	458	328.2%	1,045

四半期純利益(増益) 前期差異分析

- 法人税等増加も、四半期純利益は782百万円の増益
- 特別利益、特別損失も概ね前年同期水準



連結 (単位 : 百万円)	当期3Q実績	前期3Q実績	前年同期比	前年同期差
売上高	64,924	62,440	104.0%	2,484
経常利益	1,504	458	328.2%	1,045
四半期純利益	709	▲72	-	782

特別損失・法人税等の内訳

- ・ 特別損失：前年は大型の退店・改装件数が多く、固定資産除却損が減少
- ・ 法人税等：税引前四半期純利益の増加及び実効税率引上げにより増加

連結 (単位：百万円)	当期3Q実績	前年3Q実績	前年同期比	前年同期差
特別損失	225	262	86.0%	▲ 36
・ 減損損失	177	124	141.7%	52
・ 固定資産除却損	48	137	35.3%	▲ 88
法人税等	570	301	189.4%	269
・ 法人税住民税 及び事業税	468	195	239.4%	272
・ 法人税等調整額	102	105	96.9%	▲ 3

2026年2月期の取り組み

方針：イオングループとの協業によるお客さま満足の最大化

「販路の拡大」

- ・ [出店] 利益が出る出店でお客さまの利便性の向上
- ・ [既存店] 既存店の改装で利益体質を強化してお客さまの利便性を更に向上

「商品・ブランドの差別化」

- ・ [商品] お客さまから支持される商品の追求
- ・ [ブランド] 品揃えと発信を確立した新たなライフスタイル提案型ショップへの進化

「企業価値の向上」

- ・ [成長] イオングループとのシナジーによる成長性の確立
- ・ [利益] デジタルシフトによる生産性の飛躍的な改善

イオングループとのシナジーを最大化＝成長と利益確保の両立

「 新たなお客さまの獲得 」

すでにCan★Doをご利用いただけていたり、
ファンになっていただけたお客さまに加え、
Can★Doを「ご利用いただけていない」お客さまを取り込む

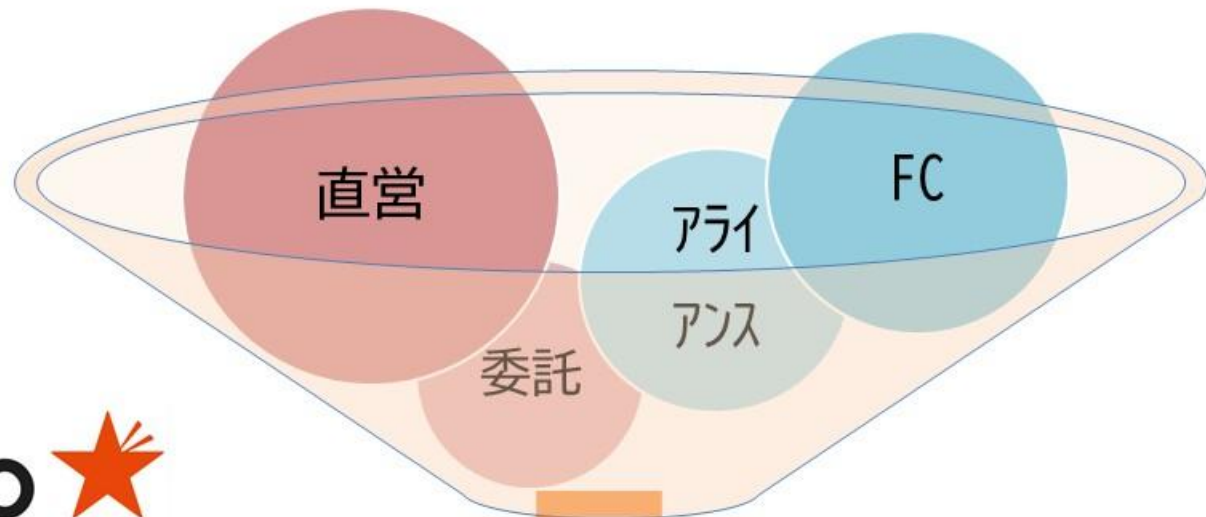
「 店舗のための仕組改革 」

お客さまとの接点になる『店舗』をよりよい場所にするために、
リソースを最大限投入して、ハード面も含んだ仕組を改革する

2026年2月期の具体的取り組み：Ⅰ

『販路の拡大』

お客さまからの期待に応える店づくりの追求と
グループ出店を主軸とした高効率出店の実現

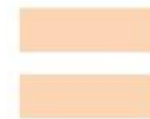


CanDo★

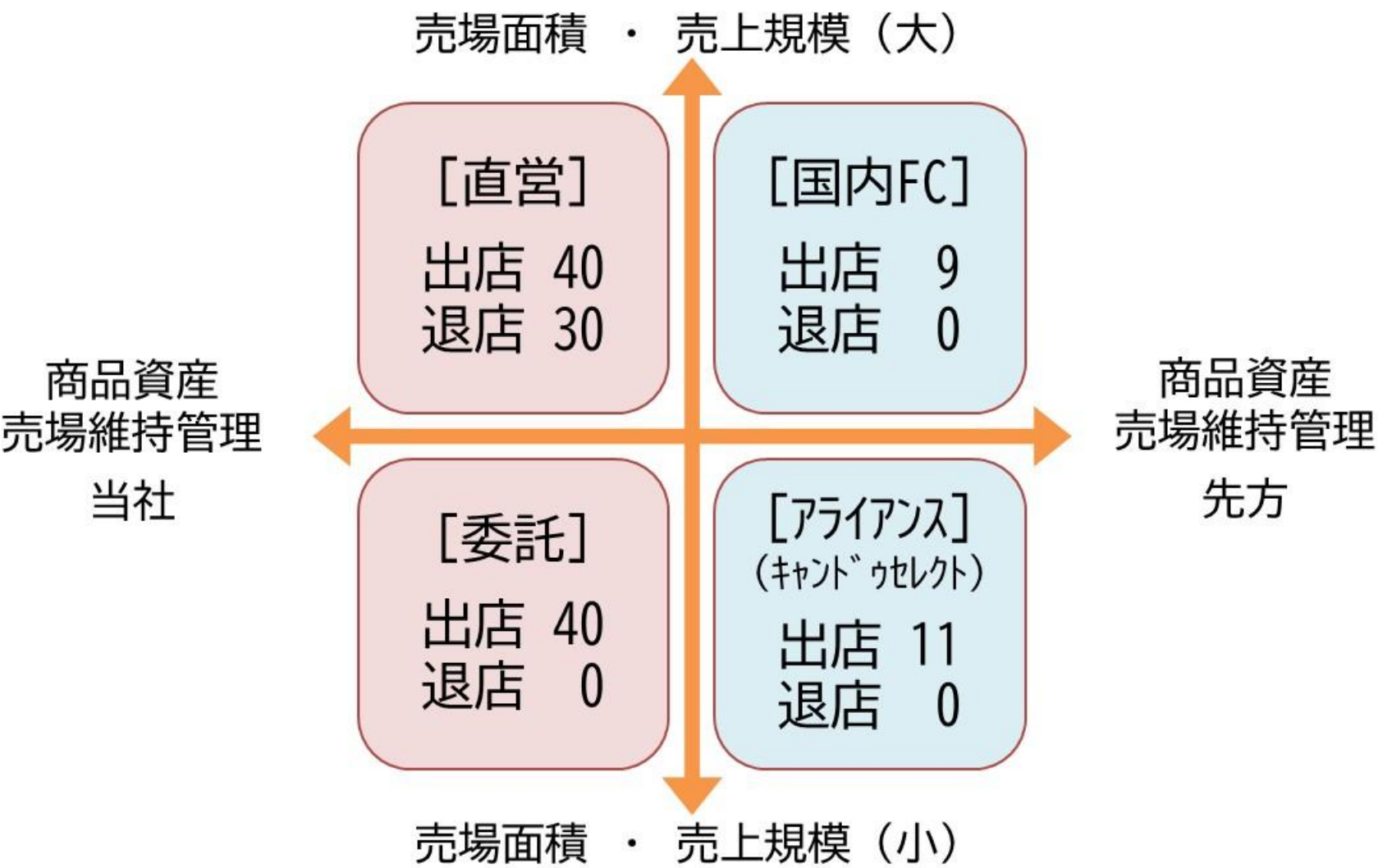
お客さまの
期待に応える
店づくり

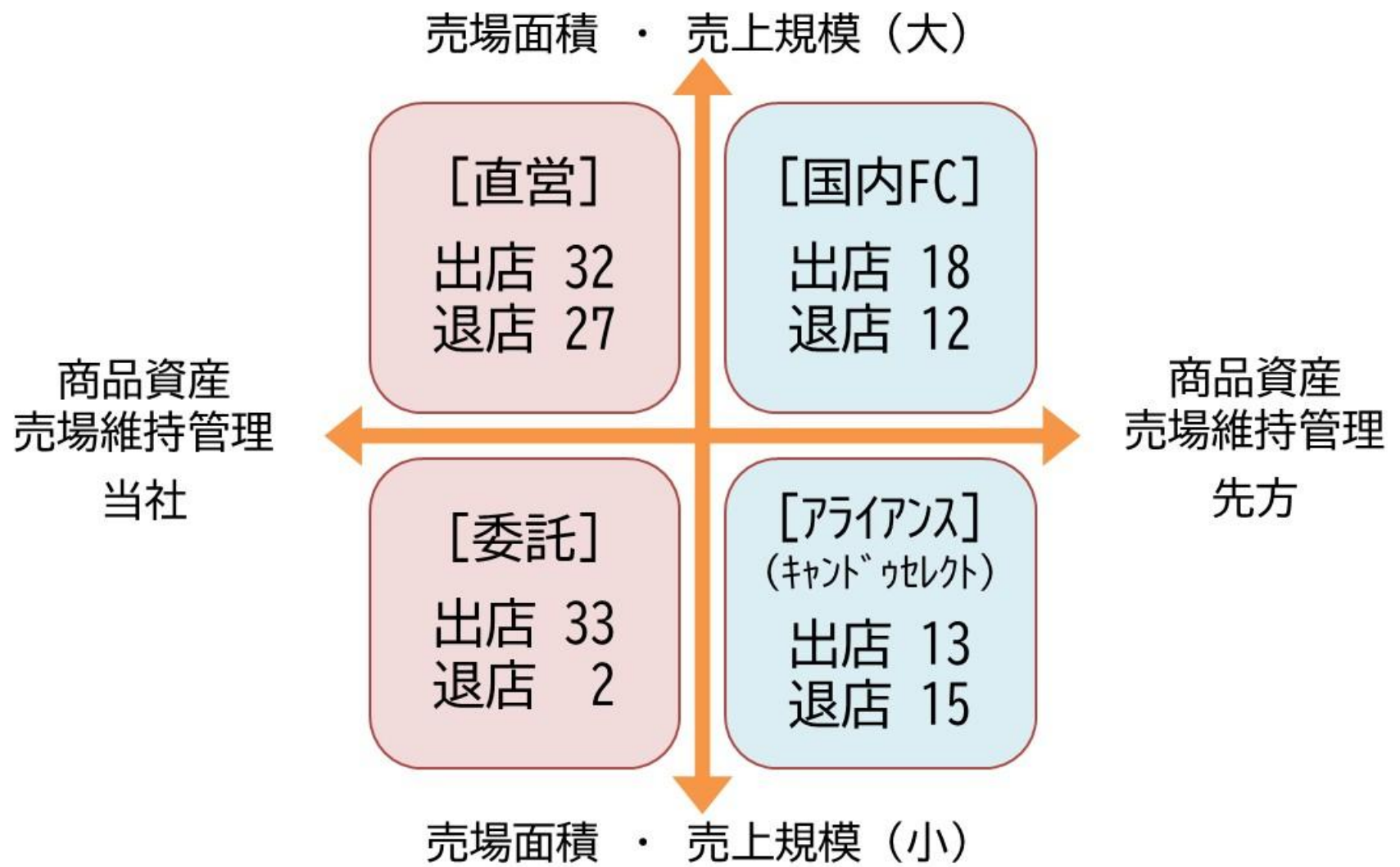


グループ出店
・
未出店エリア
出店



シェア拡大

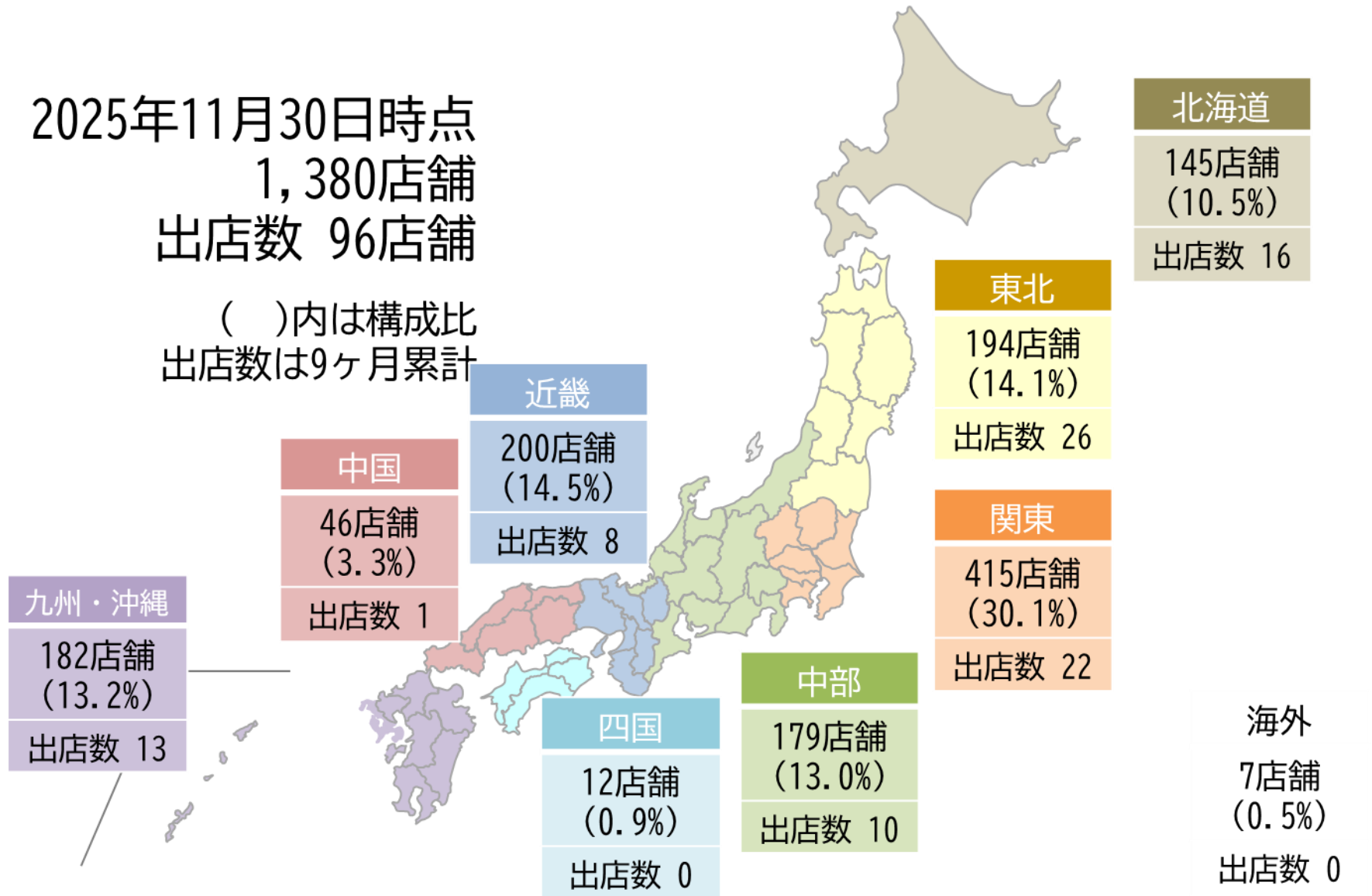




地域別出店状況

2025年11月30日時点
1,380店舗
出店数 96店舗

()内は構成比
出店数は9ヶ月累計



イオンモール大和郡山店
(奈良県・2025年11月14日オープン・140坪)



2026年2月期の具体的取り組み：Ⅱ

『商品・ブランドの差別化』

I ラインロビング戦略による新規顧客拡大

ミニチュア・押し



ペット



ネイル



DIY



II キャンドゥらしい「面白い商品」の強化

モンスタ-ハググッズ



キャスターカバー



日本芸能シリーズ



がんばるあにまるずシール



100円商品

- ・ 定番とスポットを再定義し機会損失を回避
- ・ 生活雑貨・消耗品のラインナップ維持
- ・ 用途の被る商品の集約
- ・ 集客効果の高い食品のラインナップ維持

他価格帯商品

- ・ お客さまに「お値打ち」と感じていただける売価設定
- ・ 話題となる戦略的商品の展開
- ・ 機能やデザインで付加価値のある商品の提案
- ・ 加工食品や菓子類を中心に食品も取扱開始

Instagramによる「キャントゥブランド」の発信強化

- ・フォロワー数は、2025年11月現在、83万人超
- ・国内企業ランキングは、88位(対象10,000社超)
- ・お洒落な画像による商品活用シーン提案

Thanks! 800k

チップ&デール
シリーズ

グルーミーシリーズ



キッズ防寒衣料



ハイジコラボ



Xによる「キャット」ブランドの発信強化

- ・イメージ訴求のInstagramに対し、情報量を優先するXですみ分け
- ・メディアで取り上げられた商品もリポスト
- ・推し活アイテムなどXユーザーに親和性の高い商品を紹介

おそ松さん

ミルモでポン！
グッズ推し魔法少女
シリーズ

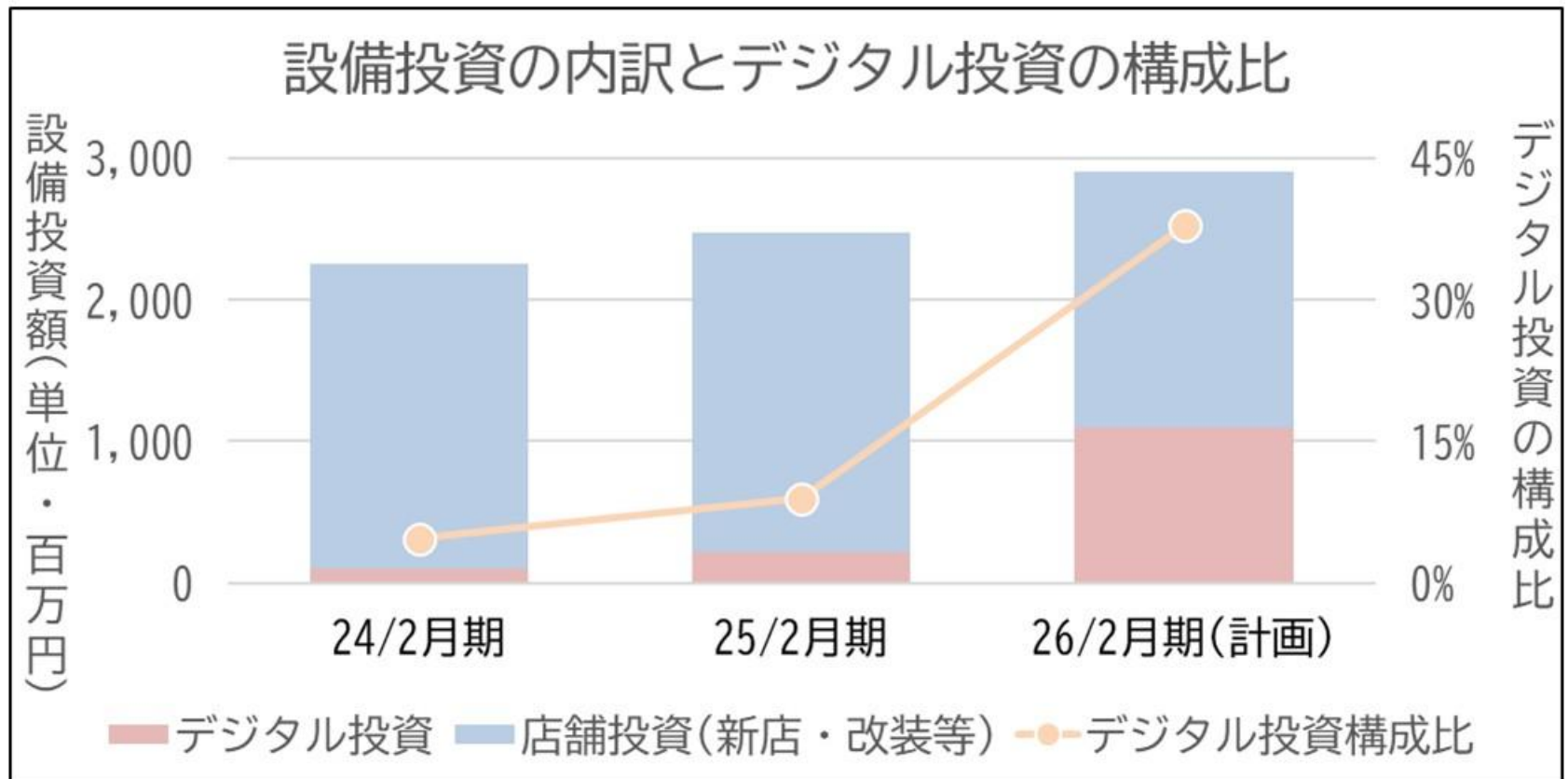
クロミ20周年グッズ



2026年2月期の具体的取り組み：Ⅲ

『企業価値の向上』

デジタル投資へのシフトチェンジにより、
事業を継続し成長を加速させるべく、生産性の向上を図る



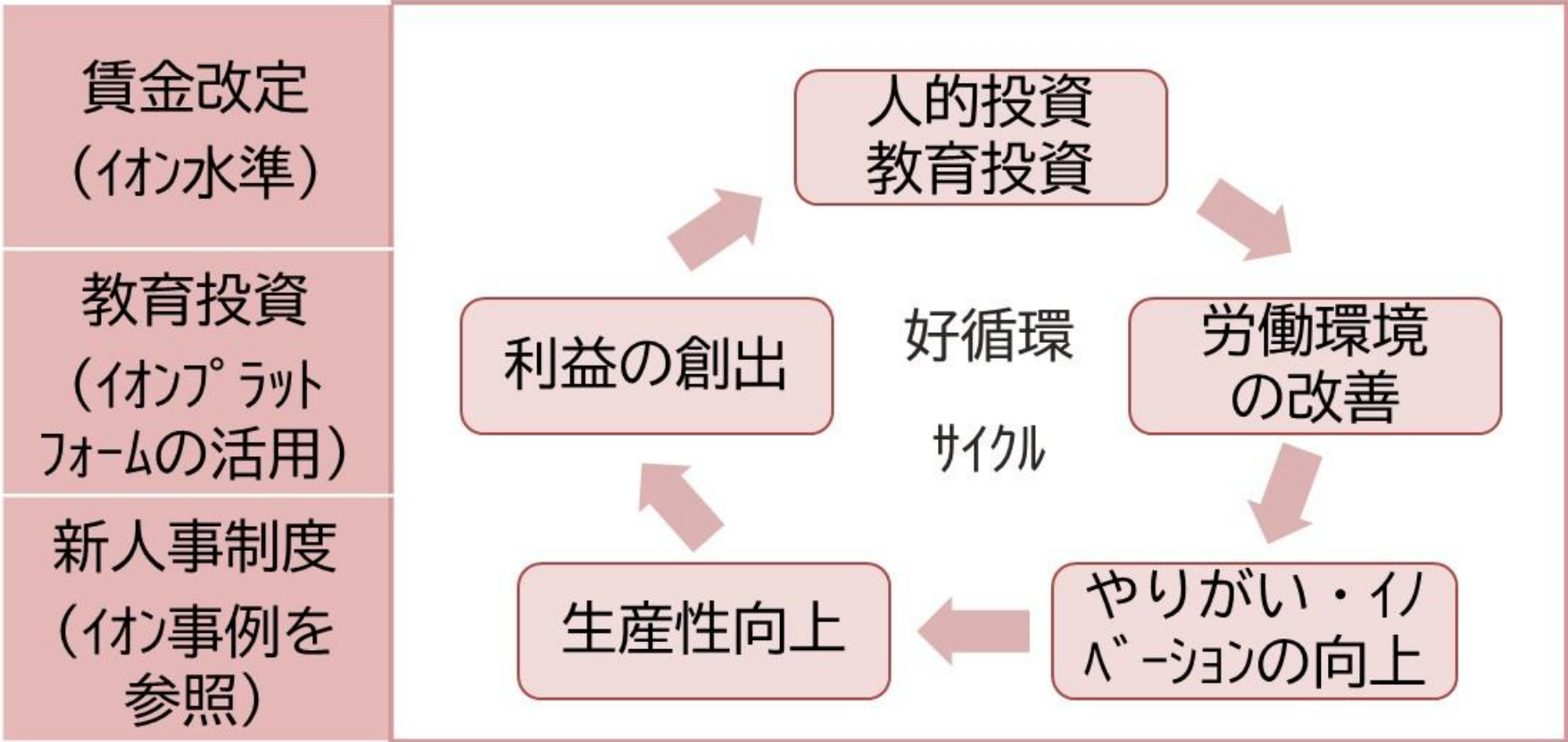
当初計画よりも導入店舗計画数を増加、
更なるオペレーションの改善を加え相乗効果を創出



店舗運営方針：「店舗業務の標準化と店間格差是正」

店舗業務の標準化	・モデル店舗策定と各地域への水平展開 ・QSC(Quality：品質、Service：サービス、Cleanliness：清潔さ)レベルの底上げ ・投入人時管理の緻密化
店間格差是正	・店舗管理ツール導入による現場力の向上 ・4S再徹底による業務効率化 ・売場欠品の徹底的な抑制による機会損失の低減

生産性を高めるための人的資本への先行投資の継続と浸透



【 ご注意 】

本資料に掲載されている株式会社キャンドウの現在の計画、見通し、戦略、認識、評価、想定等のうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確実な要因を含んでおります。これらの情報は、現在入手可能な情報から株式会社キャンドウの経営者の判断に基づいて作成されております。

実際の業績は、様々な重要な要素により、業績見通しとは大きく異なる結果となりうるため、業績見通しのみに全面的に依拠することはお控えいただくようお願いいたします。

また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。

投資に関する決定は、利用者ご自身の判断において行われるようお願い申し上げます。