

2025年8月期 第2四半期 決算説明会

2025年4月18日

株式会社 **ビックカメラ**
東証プライム:3048

株式会社 **コジマ**
東証プライム:7513



2025年8月期 第2四半期

決算説明会

1. **コジマ**

2. **ビックカメラ**



株式会社 **コジマ**

(東証プライム : **7513**)

パーパス

家電を通じて 笑顔あふれる
明るく暖かいみらいをつくる
くらし応援企業であること

中澤 裕二
代表取締役社長

【コジマ】第2四半期(中間期) 決算概要

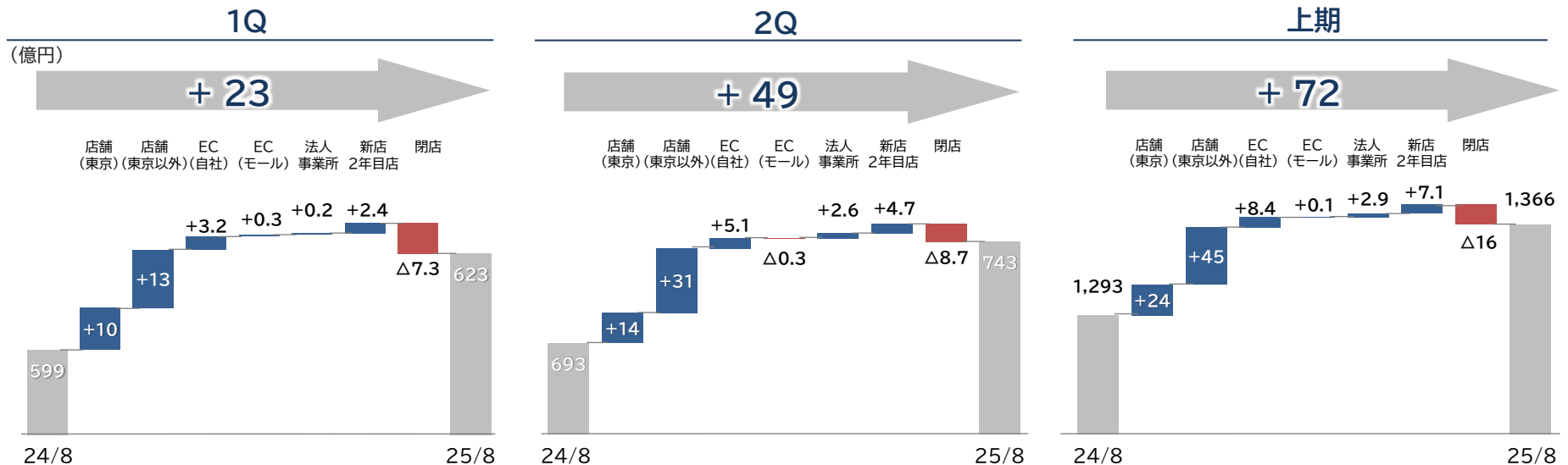
単位:百万円, %	2024年8月期 上期		2025年8月期 上期					
	実績	売上比	計画	売上比	実績	売上比	前同比	計画比
売上高	129,385	100.0	134,500	100.0	136,667	100.0	105.6	101.6
売上総利益	34,940	27.0	37,020	27.5	37,161	27.2	106.4	100.4
販売費及び一般管理費	32,751	25.3	34,620	25.7	33,720	24.7	103.0	97.4
人件費	11,799	9.1	12,774	9.5	12,518	9.2	106.1	98.0
広告宣伝費	591	0.5	683	0.5	599	0.4	101.4	87.8
販売促進費	1,166	0.9	1,175	0.9	1,227	0.9	105.3	104.5
物流費(運賃)	5,395	4.2	5,658	4.2	5,321	3.9	98.6	94.0
地代家賃	4,562	3.5	4,540	3.4	4,493	3.3	98.5	99.0
水道光熱費	917	0.7	1,032	0.8	998	0.7	108.9	96.7
減価償却費	720	0.6	647	0.5	666	0.5	92.5	102.9
その他	7,599	5.9	8,107	6.0	7,894	5.8	103.9	97.4
営業利益	2,188	1.7	2,400	1.8	3,440	2.5	157.2	143.4
営業外収益	194	0.2	166	0.1	296	0.2	152.5	178.2
営業外費用	47	0.0	66	0.0	48	0.0	102.5	73.1
経常利益	2,335	1.8	2,500	1.9	3,688	2.7	157.9	147.6
特別利益	1	0.0	—	—	—	—	—	—
特別損失	19	0.0	—	—	16	0.0	81.7	—
税引前中間純利益	2,317	1.8	2,500	1.9	3,672	2.7	158.5	146.9
法人税、住民税及び事業税	236	0.2	510	0.4	422	0.3	178.6	82.9
法人税等調整額	447	0.3	440	0.3	758	0.6	169.5	172.4
中間純利益	1,633	1.3	1,550	1.2	2,491	1.8	152.5	160.7

【コジマ】決算概要(1Q・2Q・上期)

単位:百万円, %		1Q			2Q			上期		
		実績	前同比 (前同差)	計画比 (計画差)	実績	前同比 (前同差)	計画比 (計画差)	実績	前同比 (前同差)	計画比 (計画差)
売上高		62,305	103.9	99.5	74,362	107.2	103.4	136,667	105.6	101.6
営業利益		554	(+344)	(+114)	2,886	(+907)	(+926)	3,440	(+1,252)	(+1,040)
経常利益		632	(+370)	(+132)	3,056	(+982)	(+1,056)	3,688	(+1,353)	(+1,188)
中間純利益 (四半期純利益)		403	(+217)	(+128)	2,088	(+640)	(+813)	2,491	(+858)	(+941)
売上比	売上総利益	27.2	△0.1	△0.6	27.2	+0.5	△0.1	27.2	+0.2	△0.3
	販管費	26.3	△0.7	△0.8	23.3	△0.6	△1.3	24.7	△0.6	△1.1
	営業利益	0.9	+0.5	+0.2	3.9	+1.0	+1.2	2.5	+0.8	+0.7
	経常利益	1.0	+0.6	+0.2	4.1	+1.1	+1.3	2.7	+0.9	+0.8
	中間純利益 (四半期純利益)	0.6	+0.3	+0.2	2.8	+0.7	+1.0	1.8	+0.6	+0.7

【コジマ】売上高(販売チャネル別)

単位:百万円, %	1Q				2Q				上期			
	2024年8月期	2025年8月期			2024年8月期	2025年8月期			2024年8月期	2025年8月期		
	実績	実績	前同差	前同比	実績	実績	前同差	前同比	実績	実績	前同差	前同比
全社	59,992	62,305	+2,313	103.9	69,393	74,362	+4,969	107.2	129,385	136,667	+7,282	105.6
既存店	58,443	61,242	+2,799	104.8	67,333	72,710	+5,376	108.0	125,776	133,952	+8,175	106.5
店舗	47,755	50,162	+2,406	105.0	54,575	59,205	+4,630	108.5	102,331	109,368	+7,037	106.9
東京 (29店舗)	12,019	13,032	+1,013	108.4	13,578	15,048	+1,469	110.8	25,597	28,081	+2,483	109.7
東京以外 (107店舗)	35,736	37,130	+1,393	103.9	40,996	44,157	+3,160	107.7	76,733	81,287	+4,554	105.9
E C	8,075	8,438	+362	104.5	9,602	10,088	+485	105.1	17,678	18,526	+848	104.8
自社サイト	1,875	2,199	+323	117.3	2,368	2,887	+518	121.9	4,244	5,087	+842	119.9
モール型ECサイト	6,199	6,238	+39	100.6	7,234	7,200	△33	99.5	13,433	13,439	+5	100.0
法人事業所	2,612	2,641	+29	101.1	3,155	3,416	+260	108.3	5,767	6,057	+290	105.0
新店・2年目店、閉店	1,548	1,062	△486	68.6	2,059	1,652	△407	80.2	3,608	2,714	△893	75.2



【コジマ】売上高(品目別)

単位:百万円, %	1Q					2Q					上期				
	2024年8月期		2025年8月期			2024年8月期		2025年8月期			2024年8月期		2025年8月期		
	金額	構成比	金額	構成比	前同比	金額	構成比	金額	構成比	前同比	金額	構成比	金額	構成比	前同比
音 響 映 像 商 品	9,251	15.4	9,299	14.9	100.5	10,864	15.7	10,806	14.5	99.5	20,116	15.5	20,106	14.7	99.9
カメラ	1,485	2.5	1,584	2.5	106.6	1,715	2.5	1,745	2.3	101.8	3,200	2.5	3,329	2.4	104.0
テレビ	4,209	7.0	4,370	7.0	103.8	5,042	7.3	5,101	6.9	101.2	9,251	7.2	9,472	6.9	102.4
レコーダー・ビデオカメラ	864	1.4	786	1.3	90.9	1,045	1.5	943	1.3	90.3	1,909	1.5	1,729	1.3	90.6
オーディオ	902	1.5	765	1.2	84.9	1,014	1.5	960	1.3	94.7	1,916	1.5	1,726	1.3	90.1
家 庭 電 化 商 品	25,995	43.3	26,231	42.1	100.9	29,303	42.2	30,594	41.1	104.4	55,298	42.7	56,826	41.6	102.8
冷蔵庫 ④	4,697	7.8	4,830	7.8	102.8	4,659	6.7	4,542	6.1	97.5	9,357	7.2	9,372	6.9	100.2
洗濯機	4,447	7.4	4,566	7.3	102.7	5,172	7.5	5,367	7.2	103.8	9,619	7.4	9,933	7.3	103.3
調理家電	3,519	5.9	3,482	5.6	98.9	4,758	6.9	4,653	6.3	97.8	8,278	6.4	8,135	6.0	98.3
季節家電	5,850	9.8	5,730	9.2	98.0	5,789	8.3	6,772	9.1	117.0	11,639	9.0	12,503	9.1	107.4
(内 エアコン) ③	3,778	6.3	3,841	6.2	101.7	2,921	4.2	3,440	4.6	117.8	6,700	5.2	7,282	5.3	108.7
理美容家電	2,845	4.7	2,920	4.7	102.6	3,437	5.0	3,512	4.7	102.2	6,282	4.9	6,432	4.7	102.4
情報通信機器商品	17,581	29.3	19,181	30.8	109.1	20,828	30.0	24,041	32.3	115.4	38,409	29.7	43,222	31.6	112.5
パソコン本体 ②	3,213	5.4	3,119	5.0	97.1	4,278	6.2	4,291	5.8	100.3	7,491	5.8	7,411	5.4	98.9
パソコン周辺機器	2,176	3.6	2,357	3.8	108.3	2,749	4.0	2,976	4.0	108.2	4,926	3.8	5,334	3.9	108.3
携帯電話 ①	8,402	14.0	9,869	15.8	117.5	9,455	13.6	12,320	16.6	130.3	17,858	13.8	22,190	16.2	124.3
そ の 他 の 商 品	6,805	11.3	7,233	11.6	106.3	8,033	11.6	8,566	11.5	106.6	14,839	11.5	15,799	11.6	106.5
ゲーム	1,974	3.3	2,208	3.5	111.8	2,769	4.0	2,859	3.8	103.3	4,744	3.7	5,068	3.7	106.8
スポーツ用品	488	0.8	532	0.9	109.2	494	0.7	582	0.8	117.9	982	0.8	1,115	0.8	113.6
玩具	823	1.4	828	1.3	100.7	1,393	2.0	1,486	2.0	106.6	2,216	1.7	2,315	1.7	104.5
医薬品・日用雑貨	375	0.6	357	0.6	95.1	381	0.5	398	0.5	104.4	757	0.6	755	0.6	99.8
物品販売事業	59,634	99.4	61,946	99.4	103.9	69,030	99.5	74,008	99.5	107.2	128,665	99.4	135,955	99.5	105.7
その他の事業	357	0.6	358	0.6	100.3	362	0.5	353	0.5	97.6	720	0.6	712	0.5	98.9
合 計	59,992	100.0	62,305	100.0	103.9	69,393	100.0	74,362	100.0	107.2	129,385	100.0	136,667	100.0	105.6
(住宅設備)※	2,008	3.3	2,239	3.6	111.5	2,275	3.3	2,431	3.3	106.9	4,284	3.3	4,670	3.4	109.0

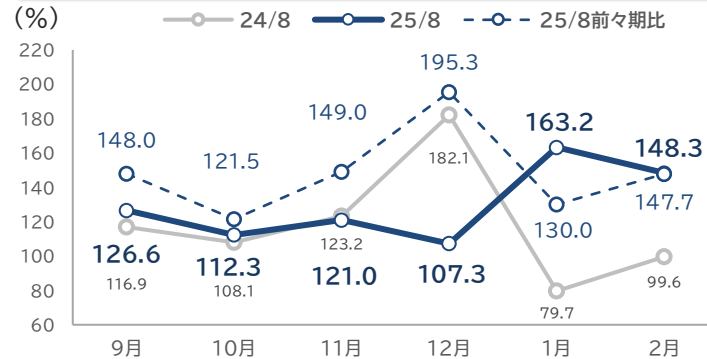
※各商品カテゴリーに含まれる数値を別途集計しております

注)商品カテゴリー毎の詳細は抜粋

【コジマ】売上高(品目別)

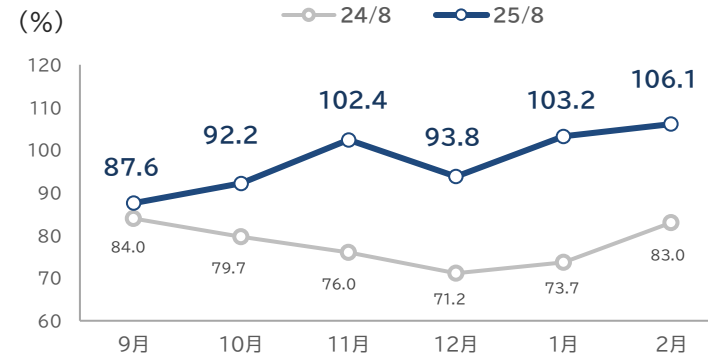
※受注売上前期比(POSベース)

①携帯電話



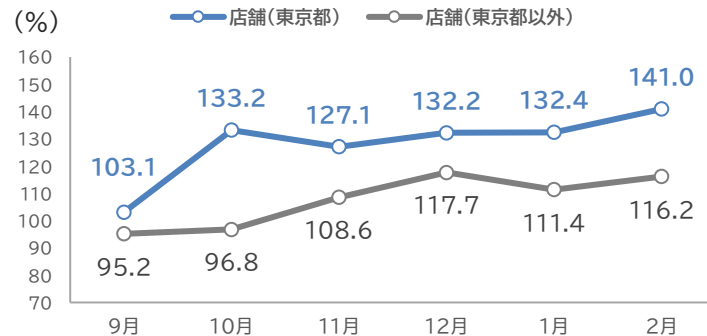
- 24/8期 2023年12月に電気通信事業法改正に伴う駆け込み需要が発生、1月以降はその反動減により落ち込む
- 25/8期 2024年12月の電気通信事業法改正による再規制の影響は軽微であったことから、継続して好調に推移
※前々期との対比でも好調に推移

②パソコン(本体)



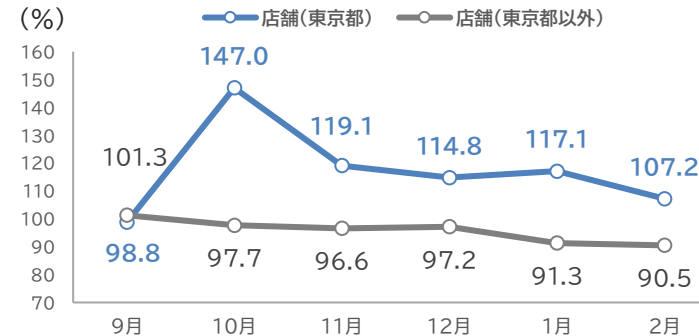
- 24/8期 テレワーク需要等の反動減が継続し低調が続く
- 25/8期 モバイルノートPCやタブレットを中心に好調
Windows10サポート終了前の駆け込み需要が高まりつつある

③エアコン



東京ゼロエミポイントの制度変更の影響により、東京都内の店舗を中心に好調に推移

④冷蔵庫



【コジマ】売上総利益率

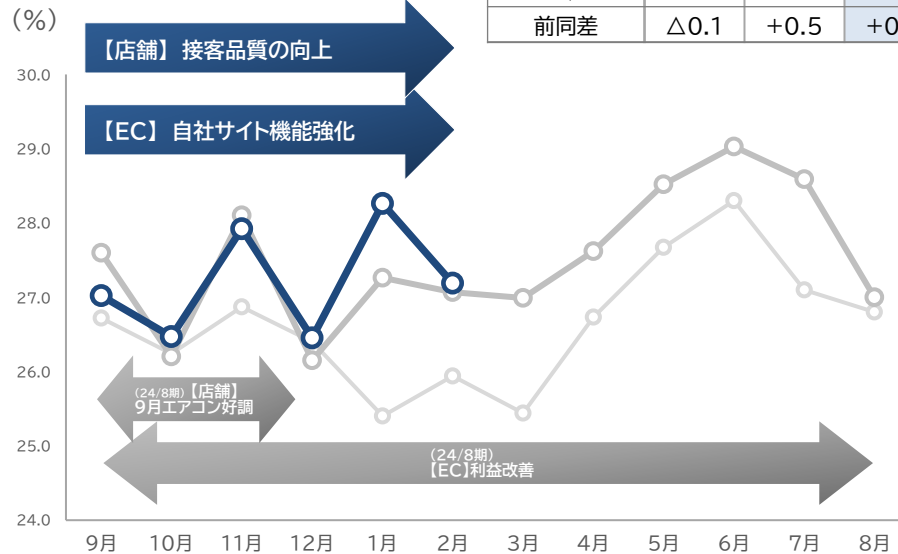
全社

粗利率前同差 上期

+0.2P

—○— 23/8 —○— 24/8 —●— 25/8

単位：％	1Q	2Q	上期
24/8	27.3	26.8	27.0
25/8	27.2	27.2	27.2
前同差	△0.1	+0.5	+0.2



■24/8期 【上期】 (EC) 各サイトごとに販売する商品構成の最適化等を実施

(店舗) 接客力・専門性の強化により、白物家電を中心とした高付加価値商品の販売を強化

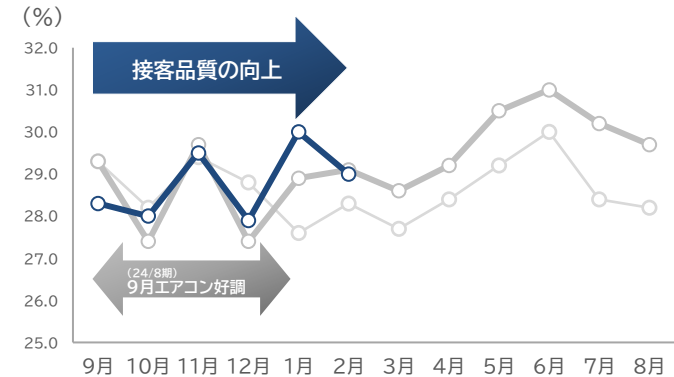
■25/8期 【上期】 (EC) 自社サイトにおいて、コンテンツのリッチ化や決済方法の拡充により高付加価値商品の販売を強化

(店舗) 粗利率の比較的低い携帯電話の好調により低下するものの、販売員の接客品質の向上を図り、大型白物家電などの高付加価値商品の販売強化に努める

店舗

粗利率前同差 上期

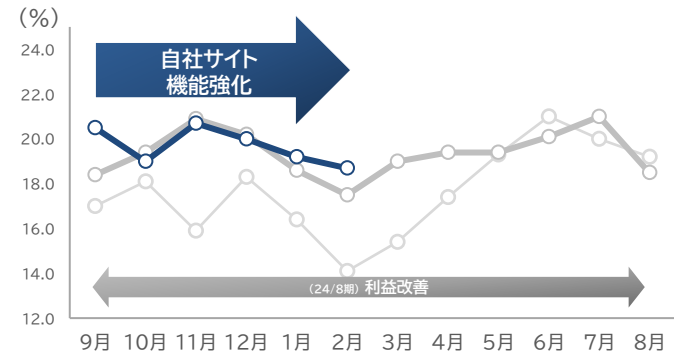
+0.2P



EC

粗利率前同差 上期

+0.5P



【コジマ】販売費及び一般管理費

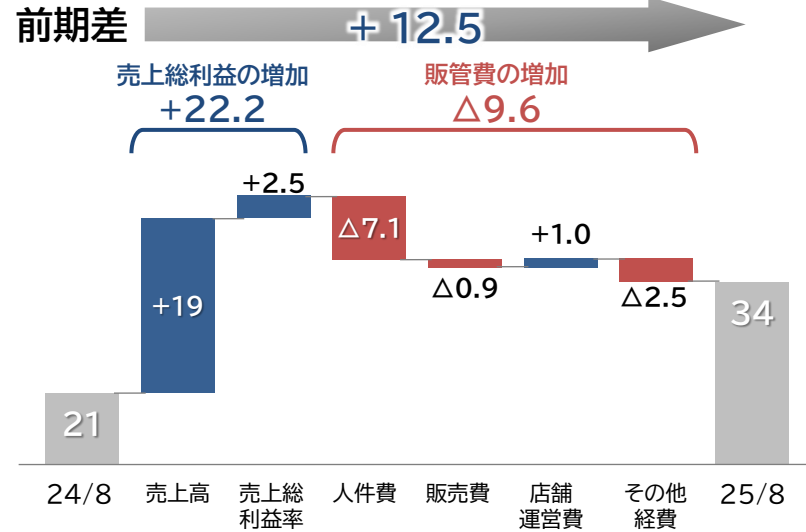
単位:百万円, %	2024年8月期 上期		2025年8月期 上期					
	実績	売上比	計画	売上比	実績	売上比	前同比	計画比
販売費及び一般管理費	32,751	25.3	34,620	25.7	33,720	24.7	103.0	97.4
人件費	11,799	9.1	12,774	9.5	12,518	9.2	106.1	98.0
広告宣伝費	591	0.5	683	0.5	599	0.4	101.4	87.8
販売促進費	1,166	0.9	1,175	0.9	1,227	0.9	105.3	104.5
物流費(運賃)	5,395	4.2	5,658	4.2	5,321	3.9	98.6	94.0
地代家賃	4,562	3.5	4,540	3.4	4,493	3.3	98.5	99.0
水道光熱費	917	0.7	1,032	0.8	998	0.7	108.9	96.7
減価償却費	720	0.6	647	0.5	666	0.5	92.5	102.9
その他	7,599	5.9	8,107	6.0	7,894	5.8	103.9	97.4

	前年同期差	計画差	前期差の要因
■人件費	+719	△256	人財確保のため、従業員の待遇改善・働きやすい職場環境づくり等への積極的な投資により増加
■広告宣伝費 販売促進費 (展示費用含む)	+69	△30	デジタル広告、アプリ等の活用によりチラシ広告費用が減少した一方、集客に係る販促費用(イベント販促、DM、キャンペーンCM費用等)が増加
■物流費(運賃)	△74	△337	前期入出荷の多かった小物品(トイズ・乾電池)が減少したことにより、物流センタ費用が減少
■水道光熱費	+81	△33	再エネ賦課金の上昇や電気使用量の増加に伴い、電気代が増加
■その他	+294	△213	販売費(長期保証料、クレジット手数料、支払手数料等)の増加に加えて、システム投資に伴いシステム維持費が増加
販管費計	+968	△900	

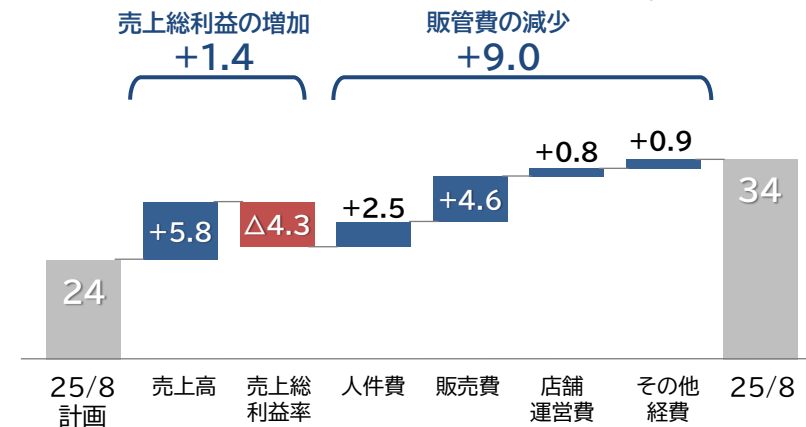
【コジマ】営業利益

増減要因 上期

(億円)



計画差

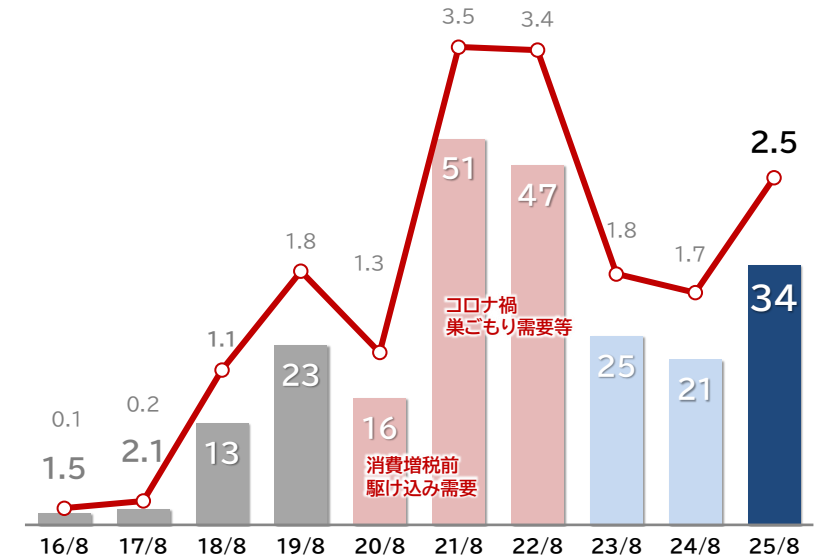


営業利益推移 上期

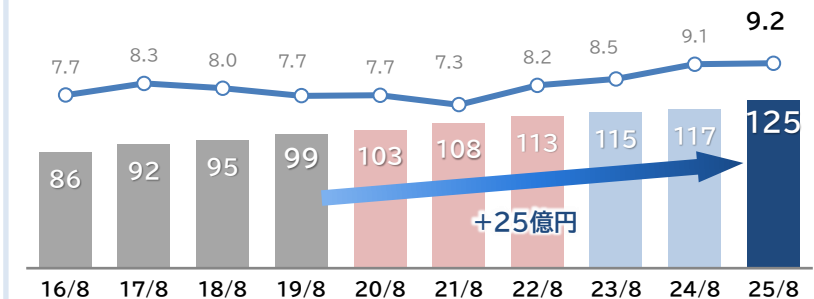
(億円, %)

■ 営業利益 ○ 営業利益率

2019年9月 (20/8上期) : 消費増税駆け込み需要
 2019年10月~ (20/8上期) : 消費増税駆け込み需要の反動減
 2020年3月~ (20/8下期) : コロナ禍(巣ごもり・テレワーク需要)



(億円, %) ■ 人件費 ○ 人件費(売上比)



【コジマ】店舗展開

単位:店	前期末	2025年8月期						
		9月	10月	11月	12月	1月	2月	2月末
店舗数(全店)	139	139	139	140	140	140	140	140
出店				+1				+1
退店								

単独店



スーパー複合店



ショッピングモール



その他複合店



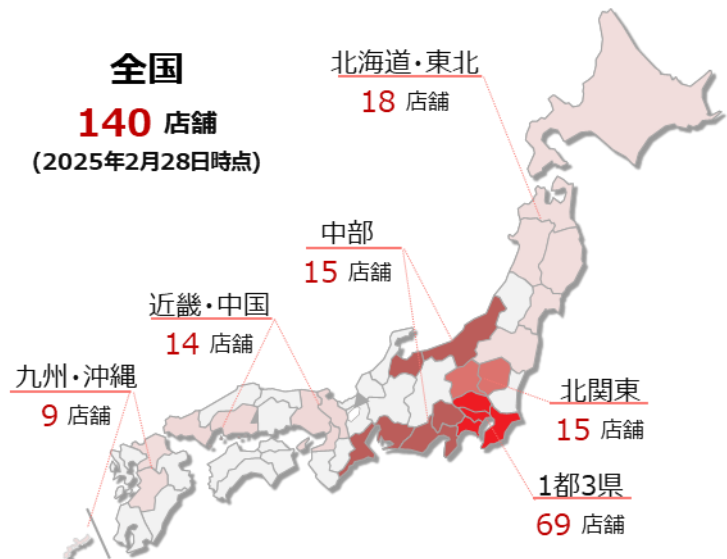
リユース売場導入

上期	計 10店舗
1Q	5店舗
2Q	5店舗
■ 2024/12	「コジマ×ビックカメラ 柏店」
■ 2025/ 1	「コジマ×ビックカメラ 池上店」
■ 2025/ 2	「コジマ×ビックカメラ 葛飾店」 「コジマ×ビックカメラ 江戸川店」 「コジマ×ビックカメラ 静岡店」



単位:店, %	2月末時点	構成比
店舗数(全店)	140	—
店舗形態	単独店	79 56.4
	スーパー複合店 ※アトレット1店舗を含む	30 21.4
	ショッピングモール	19 13.6
	その他複合店	12 8.6

単位:店, %	2月末時点	構成比
店舗数(全店)	140	—
エリア	北海道・東北	18 12.9
	北関東	15 10.7
	1都3県	69 49.3
	中部	15 10.7
	近畿・中国 ※アトレット1店舗を含む	14 10.0
	九州・沖縄	9 6.4



【コジマ】下期の取り組み(収益向上①)

接客品質の向上

教育機会の充実

関東・東北研修センターの活用強化
家電製品アドバイザー資格取得率の向上



「エアコンのコジマ」

売場・販促展開、提案力の強化

早期購入・価格訴求、CM・チラシ展開強化
東京ゼロエミポイント制度の活用
社内研修(エアコンマイスター研修)



買取⇒リユース品販売

リユース品売場の導入店舗拡大

買い取りカウンター : 現在138店舗に展開
リユース品売場 : 今期 25店舗 に導入予定



新規出店

コジマ×ビックカメラ コーナン田無店

(東京都西東京市) 4/26オープン



【コジマ】下期の取り組み(収益向上②)

ブランディング強化

創業70周年記念企画を展開

- ・新たなブランドメッセージを社内・社外に向け発信
- ・様々なステークホルダーに向けて
感謝セールやイベント等の企画を順次リリースする予定



成長3事業の収益拡大

住設事業

- ・水回りリフォーム(お風呂・キッチン等)
再生可能エネルギー商品の販売強化



EC事業

- ・配送サービス等の拡充
コジマネット 当日配送対応
楽天市場店 最強翌日配送対応
- ・ふるさと納税への出品拡大
- ・メルカリへの出店



法人事業

- ・4事業所の稼働
 - ①品川・②大阪堺(共に2月開設済み)
 - ③福島(4月開設済み)
 - ④神奈川(6月開設予定)



【コジマ】下期の取り組み(環境・社会)

人的資本経営の推進

健康経営の推進

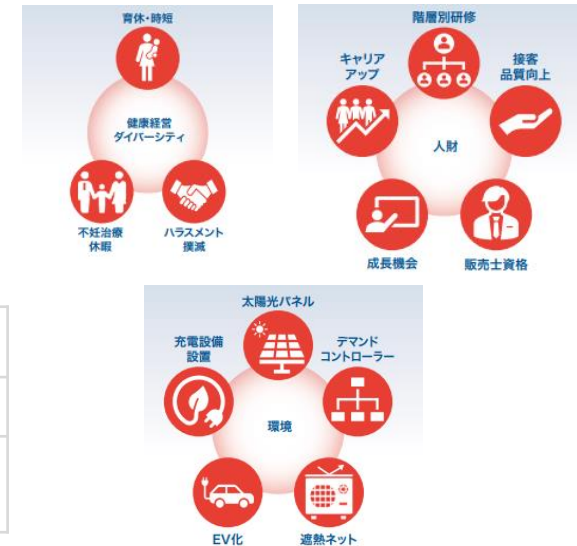
- ・健康経営優良法人(大規模法人部門)ホワイト500
(健康経営優良法人:6年連続6回目 ホワイト500:2年連続3回目)



2025
健康経営優良法人
KENKO Investment for Health
大規模法人部門
ホワイト500

ダイバーシティの推進

- ・パート、アルバイトの能力発揮を後押しする職務等級制度の導入



環境に配慮した取り組み

脱炭素社会の実現に向けた取り組み

- ・コーポレートPPA方式による太陽光発電パネル導入
- ・調光式LED照明への交換、人感センサー設置

導入店舗数

下期	期末累計
3店舗	15店舗
4店舗 約8店舗	18店舗 約70店舗

外部評価

ESG評価機関からの評価

- ・FTSE Blossom Japan Index
- ・FTSE Blossom Japan Sector Relative Index (構成銘柄に選定)
- ・CDP2024(Bスコア)
- ・S&Pグローバル CSA2024(ESGスコア42)



FTSE Blossom
Japan Index



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

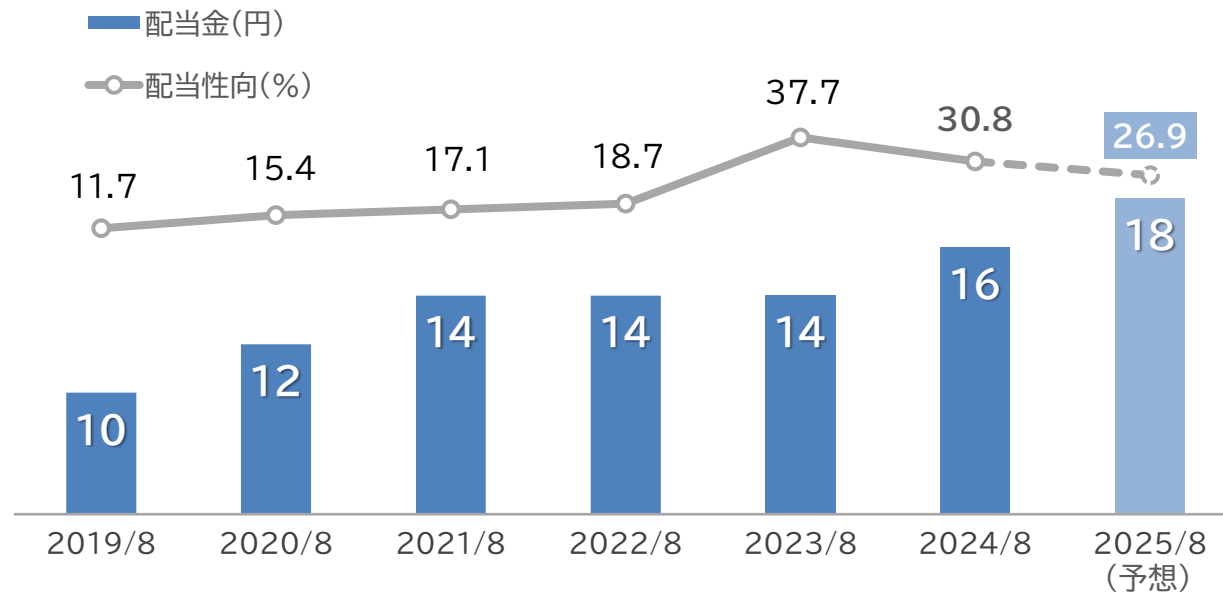
CDP
Discloser
2024

【コジマ】業績予想(2025年8月期)

単位:百万円, %		上期			下期			通期		
		25年8月期	25年8月期		25年8月期	25年8月期		25年8月期	25年8月期	
		期初予想	実績	期初予想比	期初予想	修正予想	期初予想比	期初予想	修正予想	期初予想比
売上高		134,500	136,667	101.6	140,800	142,032	100.9	275,300	278,700	101.2
営業利益		2,400	3,440	143.3	4,000	4,109	102.7	6,400	7,550	118.0
経常利益		2,500	3,688	147.5	4,150	4,161	100.3	6,650	7,850	118.0
当期純利益 (中間純利益)		1,550	2,491	160.7	2,650	2,658	100.3	4,200	5,150	122.6
売上比	売上総利益	27.5	27.2	△0.3	28.4	28.2	△0.2	28.0	27.7	△0.3
	販管費	25.7	24.7	△1.1	25.6	25.4	△0.2	25.7	25.0	△0.7
	営業利益	1.8	2.5	+0.7	2.8	2.9	+0.1	2.3	2.7	+0.4
	経常利益	1.9	2.7	+0.8	2.9	2.9	+0.0	2.4	2.8	+0.4
	当期純利益 (中間純利益)	1.2	1.8	+0.6	1.9	1.9	+0.0	1.5	1.8	+0.3

【コジマ】配当・自己株式取得の推移

		2019年 8月期	2020年 8月期	2021年 8月期	2022年 8月期	2023年 8月期	2024年 8月期	2025年 8月期 (予想)
1株当たりの 配当額 (円)	年間	10	12	14	14	14	16	18
	中間	0	0	0	0	0	0	0
	期末	10	12	14	14	14	16	18
配当金総額 (百万円)		776	931	1,079	1,079	1,080	1,231	1,387
配当性向 (%)		11.7	15.4	17.1	18.7	37.7	30.8	26.9
自己株式取得	株式数(千株)	300	—	500	—	—	300	—
	取得総額(百万円)	154	—	419	—	—	279	—





株式会社

ビックカメラ

(東証プライム:3048)

秋 保 徹
代表取締役社長

1. 2025年8月期 第2四半期業績

2. 2025年8月期 業績予想

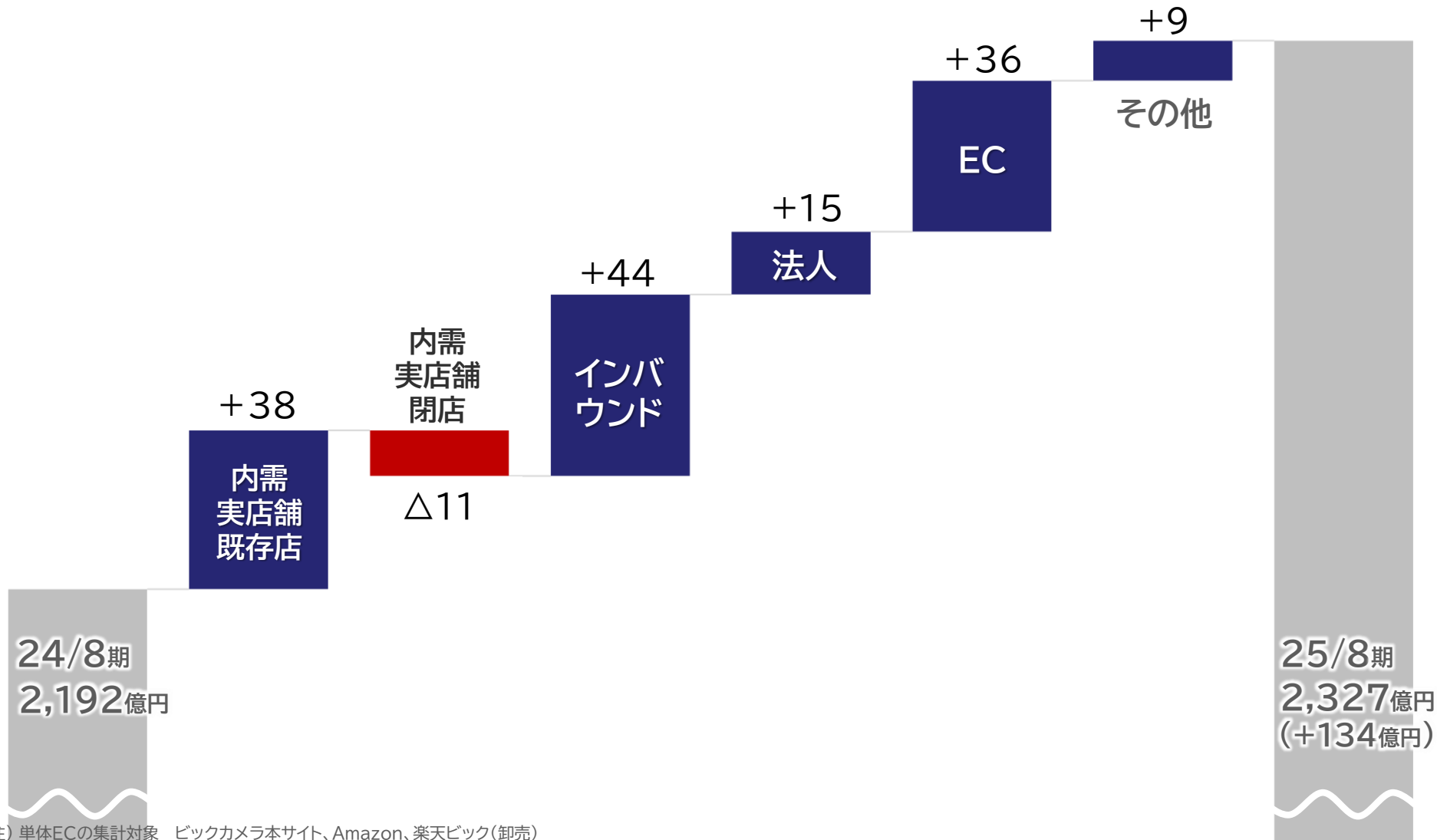
3. 重要経営課題

単体 決算概要

単位:百万円, %	2024年8月期 2Q		2025年8月期 2Q			
	実績	売上比	実績	売上比	前同比	予想
売上高	219,278	100.0	232,701	100.0	106.1	230,000
売上総利益 (卸売除く売上総利益)	52,036	23.7 (24.8)	55,999	24.1 (25.1)	107.6	
販売費及び一般管理費	49,939	22.8	52,118	22.4	104.4	
人件費	16,614	7.6	18,620	8.0	112.1	
広告宣伝費	1,474	0.7	1,632	0.7	110.7	
物流費	5,899	2.7	6,563	2.8	111.3	
水道光熱費	1,038	0.5	1,115	0.5	107.4	
地代家賃	10,604	4.8	10,563	4.5	99.6	
減価償却費	3,148	1.4	3,071	1.3	97.6	
その他	11,159	5.1	10,550	4.5	94.5	
営業利益	2,097	1.0	3,881	1.7	185.0	2,600
営業外収益	4,131	1.9	4,833	2.1	117.0	
営業外費用	98	0.0	189	0.1	192.7	
経常利益	6,131	2.8	8,525	3.7	139.1	6,200
特別利益	55	0.0	—	—	—	
特別損失	1,378	0.6	1	0.0	0.1	
税引前中間純利益	4,807	2.2	8,523	3.7	177.3	
法人税等合計	946	0.4	1,492	0.6	157.6	
中間純利益	3,860	1.8	7,031	3.0	182.2	4,900

単体 売上高

単体売上高の増減(前期比) (億円)



注) 単体ECの集計対象 ビックカメラ本サイト、Amazon、楽天ビック(卸売)

会社別業績

単位:百万円, %	ラネット(個別)					TDモバイル				
	2024年8月期 2Q		2025年8月期 2Q			2024年8月期 2Q		2025年8月期 2Q		
	金額	売上比	金額	売上比	前同比	金額	売上比	金額	売上比	前同比
売上高	61,519	100.0	70,105	100.0	114.0	34,091	100.0	40,754	100.0	119.5
売上総利益	11,076	18.0	13,064	18.6	118.0	6,675	19.6	8,961	22.0	134.2
販管費	8,137	13.2	8,906	12.7	109.4	5,509	16.2	7,415	18.2	134.6
営業利益	2,938	4.8	4,158	5.9	141.5	1,166	3.4	1,546	3.8	132.5
経常利益	2,970	4.8	4,200	6.0	141.4	1,126	3.3	1,514	3.7	134.4

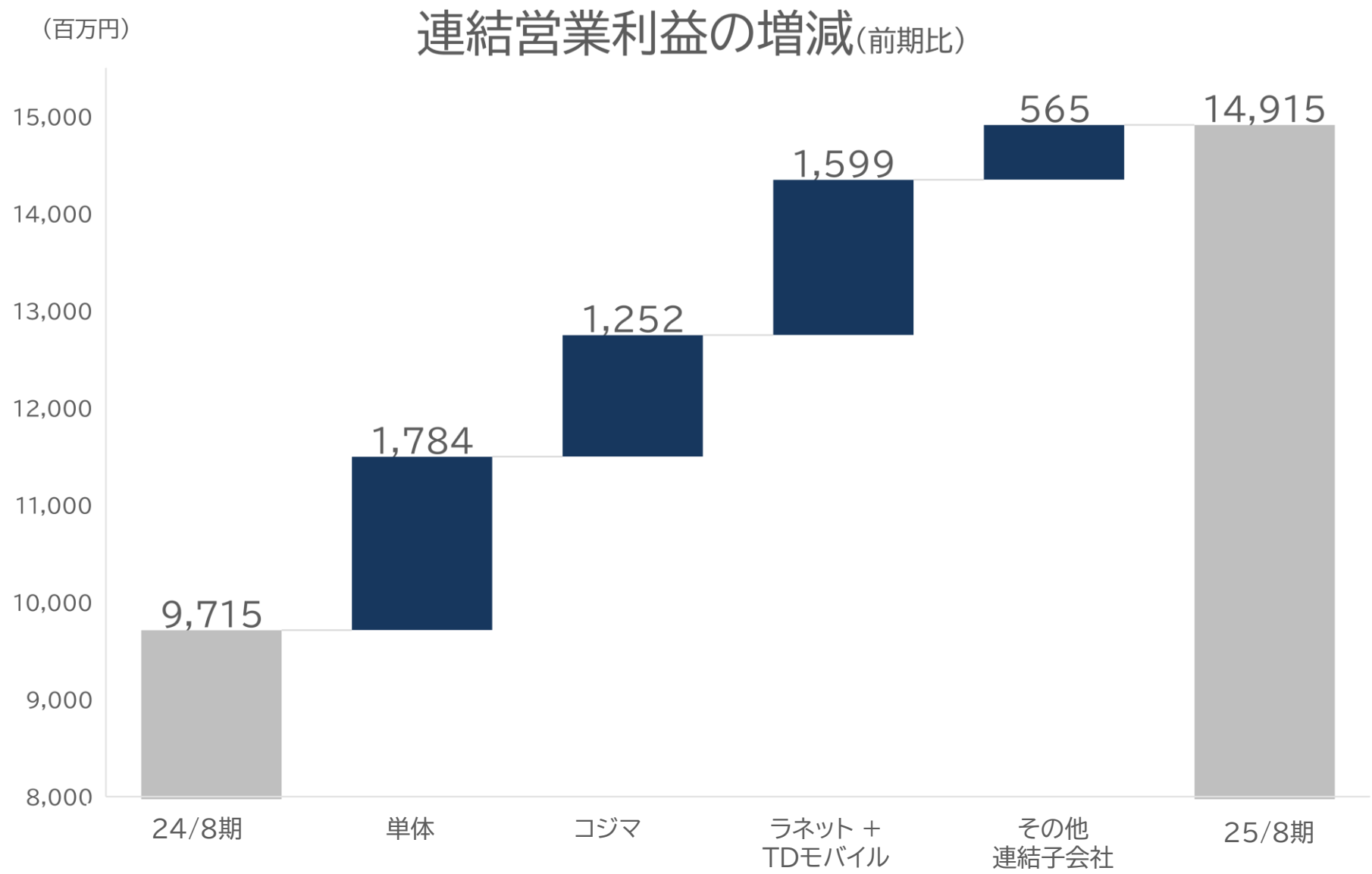
単位:百万円, %	ソフマップ(個別)					日本BS放送(個別) 東証スタンダード:9414				
	2024年8月期 2Q		2025年8月期 2Q			2024年8月期 2Q		2025年8月期 2Q		
	金額	売上比	金額	売上比	前同比	金額	売上比	金額	売上比	前同比
売上高	21,066	100.0	21,181	100.0	100.5	5,547	100.0	5,534	100.0	99.8
売上総利益	5,763	27.4	5,124	24.2	88.9	2,577	46.5	2,799	50.6	108.6
販管費	5,479	26.0	5,029	23.7	91.8	1,657	29.9	1,606	29.0	96.9
営業利益	283	1.3	95	0.4	33.6	920	16.6	1,192	21.6	129.6
経常利益	509	2.4	299	1.4	58.8	924	16.7	1,208	21.8	130.8

注) 各社の実績に内部取引は考慮していません。

連結 決算概要

単位:百万円, %	2024年8月期 2Q		2025年8月期 2Q			
	実績	売上比	実績	売上比	前同比	期初予想
売上高	447,524	100.0	479,502	100.0	107.1	469,500
売上総利益	115,354	25.8	126,731	26.4	109.9	
販売費及び一般管理費	105,638	23.6	111,815	23.3	105.8	
人件費	43,562	9.7	47,351	9.9	108.7	
広告宣伝費	2,764	0.6	3,006	0.6	108.8	
物流費（運賃）	7,636	1.7	8,201	1.7	107.4	
水道光熱費	2,359	0.5	2,578	0.5	109.3	
地家賃	18,699	4.2	18,943	4.0	101.3	
減価償却費	4,889	1.1	4,711	1.0	96.4	
その他	25,726	5.7	27,022	5.6	105.0	
営業利益	9,715	2.2	14,915	3.1	153.5	10,500
営業外収益	1,450	0.3	1,257	0.3	86.7	
営業外費用	241	0.1	338	0.1	140.1	
経常利益	10,924	2.4	15,834	3.3	144.9	11,500
特別利益	60	0.0	2	0.0	4.7	
特別損失	676	0.2	53	0.0	7.9	
税金等調整前中間純利益	10,308	2.3	15,784	3.3	153.1	
法人税等合計	3,662	0.8	5,202	1.1	142.0	
非支配株主に帰属する中間純利益	1,088	0.2	1,574	0.3	144.7	
親会社株主に帰属する中間純利益	5,558	1.2	9,006	1.9	162.1	6,400

連結 営業利益



注）その他連結子会社には、前期実施したビックライフソリューションの水宅配事業からの撤退による、営業損失解消も含まれております。

連結 貸借対照表

単位:百万円	2024年8月末	2025年2月末	前期末比増減	2024年2月末
流動資産	263,467	279,589	16,121	274,628
現金及び預金	71,396	63,709	△7,687	75,474
商品及び製品	109,481	128,084	18,602	120,298
有形固定資産	80,031	80,012	△19	83,241
無形固定資産	39,354	39,440	86	41,048
投資その他の資産	95,394	92,834	△2,559	92,431
固定資産	214,780	212,287	△2,492	216,722
資産合計	478,248	491,876	13,628	491,350
流動負債	213,009	221,043	8,034	244,695
短期有利子負債(含むリース)	78,444	86,335	7,890	123,551
固定負債	72,059	72,034	△25	62,223
長期有利子負債(含むリース)	25,839	26,411	571	17,193
負債合計	285,068	293,078	8,009	306,918
純資産合計	193,179	198,798	5,618	184,432
負債・純資産合計	478,248	491,876	13,628	491,350

連結 キャッシュフロー計算書

単位:百万円	2024年8月期 2Q	2025年8月期 2Q	
営業活動 に よ る C F	3,924	Δ4,903	・税引前当期純利益 5,475 ・棚卸資産の増加 Δ5,723 25/8期 Δ18,624 ※24/8期 Δ12,901 ・仕入債務の減少 Δ2,487 25/8期 5,142 ※24/8期 7,629
投資活動 に よ る C F	Δ18,242	Δ7,539	・固定資産(有形・無形)の取得 25/8期 Δ5,282
財務活動 に よ る C F	14,657	3,455	・借入金の純増加 25/8期 8,615 ・配当金の支払 25/8期 Δ4,918
現金等 の期末残高	75,474	54,409	

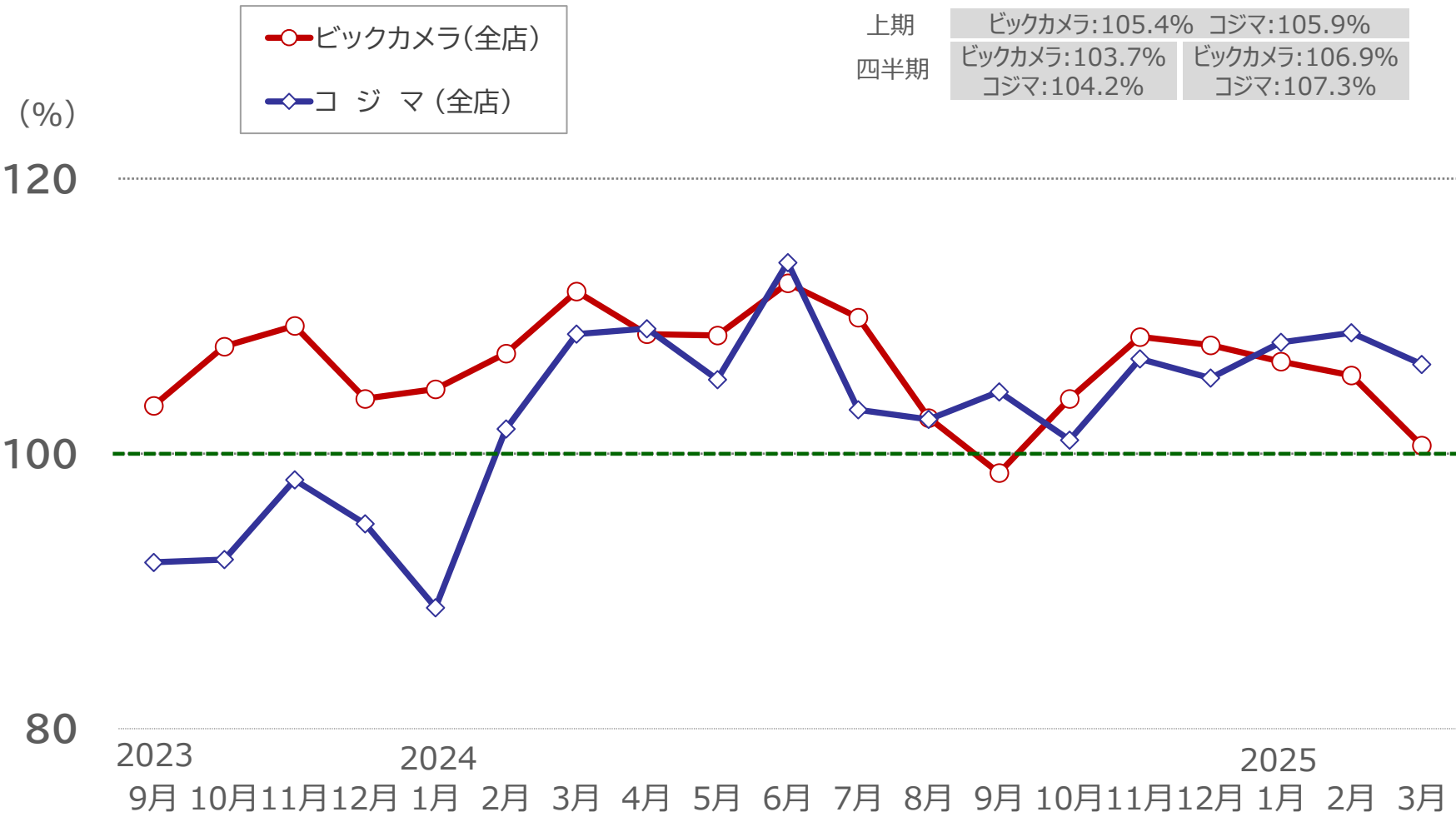
連結 品目別売上高

単位:百万円, %	2024年8月期2Q		2025年8月期2Q						
	金額	構成比	金額	内 ビックカメラ		内 コジマ		構成比	前同比
				金額	前同比	金額	前同比		
音 響 映 像 商 品	58,245	13.0	60,418	38,098	105.6	20,106	99.9	12.6	103.7
カメラ	14,799	3.3	15,576	12,088	105.8	3,329	104.0	3.2	105.2
テレビ	17,685	4.0	18,270	8,429	105.2	9,472	102.4	3.8	103.3
オーディオ	5,058	1.1	4,782	3,005	98.1	1,726	90.1	1.0	94.5
家 庭 電 化 商 品	119,183	26.7	124,708	66,672	106.3	56,826	102.8	26.0	104.6
冷蔵庫	17,108	3.8	17,482	7,910	104.6	9,372	100.2	3.7	102.2
洗濯機	19,105	4.3	19,791	9,477	102.9	9,933	103.3	4.1	103.6
調理家電	16,627	3.7	17,140	8,892	108.1	8,135	98.3	3.6	103.1
季節家電(エアコン)	20,481	4.6	22,226	9,535	110.4	12,503	107.4	4.6	108.5
理美容家電	24,090	5.4	25,092	18,487	105.0	6,432	102.4	5.2	104.2
情報通信機器商品	163,480	36.5	182,727	75,709	109.8	43,222	112.5	38.1	111.8
パソコン本体	25,691	5.7	27,810	18,582	111.5	7,411	98.9	5.8	108.2
パソコン周辺機器	13,199	3.0	14,828	7,995	111.3	5,334	108.3	3.1	112.3
携帯電話	98,061	21.9	111,573	33,852	108.8	22,190	124.3	23.3	113.8
そ の 他 の 商 品	100,285	22.4	105,384	52,220	101.3	15,799	106.5	22.0	105.1
ゲーム	22,945	5.1	20,340	13,197	85.0	5,068	106.8	4.2	88.6
時計	6,948	1.6	7,440	7,155	107.5	266	97.0	1.6	107.1
中古パソコン・スマートフォン	15,387	3.4	16,557	-	-	-	-	3.5	107.6
スポーツ用品	5,047	1.1	5,186	4,067	100.4	1,115	113.6	1.1	102.8
玩具	8,921	2.0	9,412	6,681	106.6	2,315	104.5	2.0	105.5
メガネ・コンタクト	2,425	0.5	2,490	2,350	103.8	-	-	0.5	102.7
酒類・飲食物	4,033	0.9	4,335	-	-	-	-	0.9	107.5
医薬品・日用雑貨	7,018	1.6	8,369	7,608	121.7	755	99.8	1.7	119.2
物 品 販 売 事 業	441,195	98.6	473,238	232,701	106.1	135,955	105.7	98.7	107.3
BSデジタル放送事業	5,522	1.2	5,507	-	-	-	-	1.1	99.7
そ の 他 の 事 業	806	0.2	756	-	-	712	98.9	0.2	93.9
合 計	447,524	100.0	479,502	232,701	106.1	136,667	105.6	100.0	107.1

注)商品カテゴリー毎の詳細は抜粋したものです。

注)内訳(ビックカメラ、コジマ)の数値は、集計の関係から連結とは表示区分が一部異なります。

月次売上高の推移(前年同月比POSベース)



注)ビックカメラ(全店)のPOS実績に卸売売上(楽天ビックなど)は含みません。

1. 2025年8月期 第2四半期業績

2. 2025年8月期 業績予想

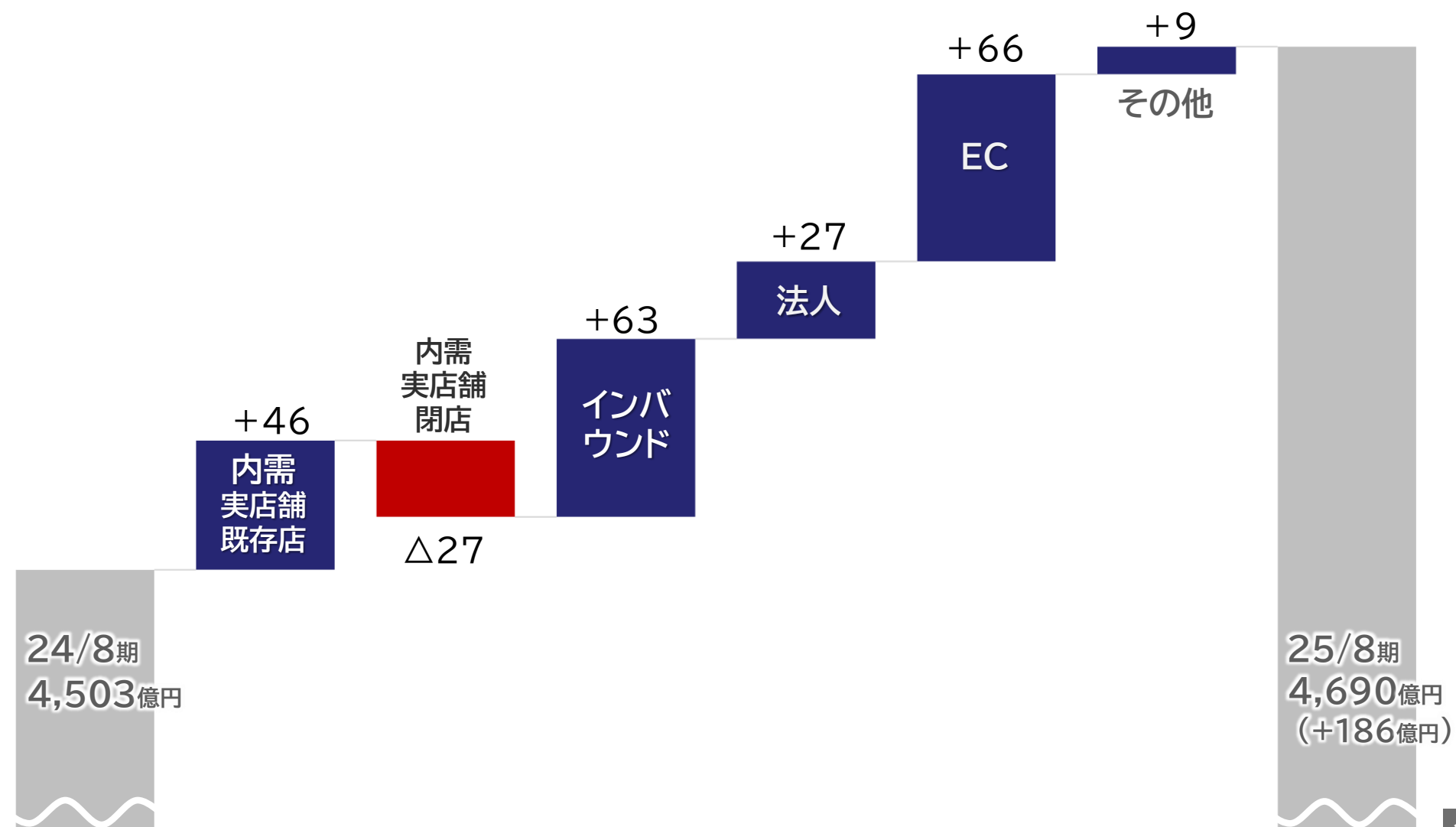
3. 重要経営課題

単体 業績予想

単位:百万円, %		通期					下期				
		24年8月期	25年8月期	25年8月期			24年8月期	25年8月期	25年8月期		
		実績	期初予想	修正予想	前期比	期初 予想比	実績	期初予想	修正予想	前同比	期初 予想比
売上高		450,356	467,000	469,000	104.1	100.4	231,078	237,000	236,298	102.3	99.7
営業利益		6,383	8,700	9,500	148.8	109.2	4,285	6,100	5,618	131.1	92.1
経常利益		11,468	13,200	14,500	126.4	109.8	5,337	7,000	5,974	111.9	85.4
当期純利益		6,142	9,000	10,800	175.8	120.0	2,282	4,100	3,768	165.1	91.9
売上比	売上総利益	24.4	24.9	25.0			25.0	25.7	25.9		
	卸売除く	25.5	26.1	26.1			26.1	26.8	27.1		
	販管費	23.0	23.1	22.9			23.1	23.1	23.5		
	営業利益	1.4	1.9	2.0			1.9	2.6	2.4		
	経常利益	2.5	2.8	3.1			2.3	3.0	2.5		
	当期純利益	1.4	1.9	2.3			1.0	1.7	1.6		

単体 業績予想:売上高

単体売上高の増減(前期比) (億円)



注) 単体ECの集計対象 ビックカメラ本サイト、JREモール、楽天ビック(卸売)

連結 通期業績予想(会社別①)

単位:百万円, %		ラネット(個別)				TDモバイル			
		期初予想	修正予想	前期比	期初 予想比	期初予想	修正予想	前期比	期初 予想比
金額	売上高	114,757	130,645	112.2	113.8	74,677	76,977	108.3	103.1
	営業利益	5,183	7,513	128.8	145.0	1,655	2,292	106.8	138.5
	経常利益	5,200	7,542	130.7	145.0	1,625	2,226	107.2	137.0
売上比	売上総利益	19.5	19.5			22.0	23.0		
	販管費	15.0	13.8			19.8	20.0		
	営業利益	4.5	5.8			2.2	3.0		
	経常利益	4.5	5.8			2.2	2.9		

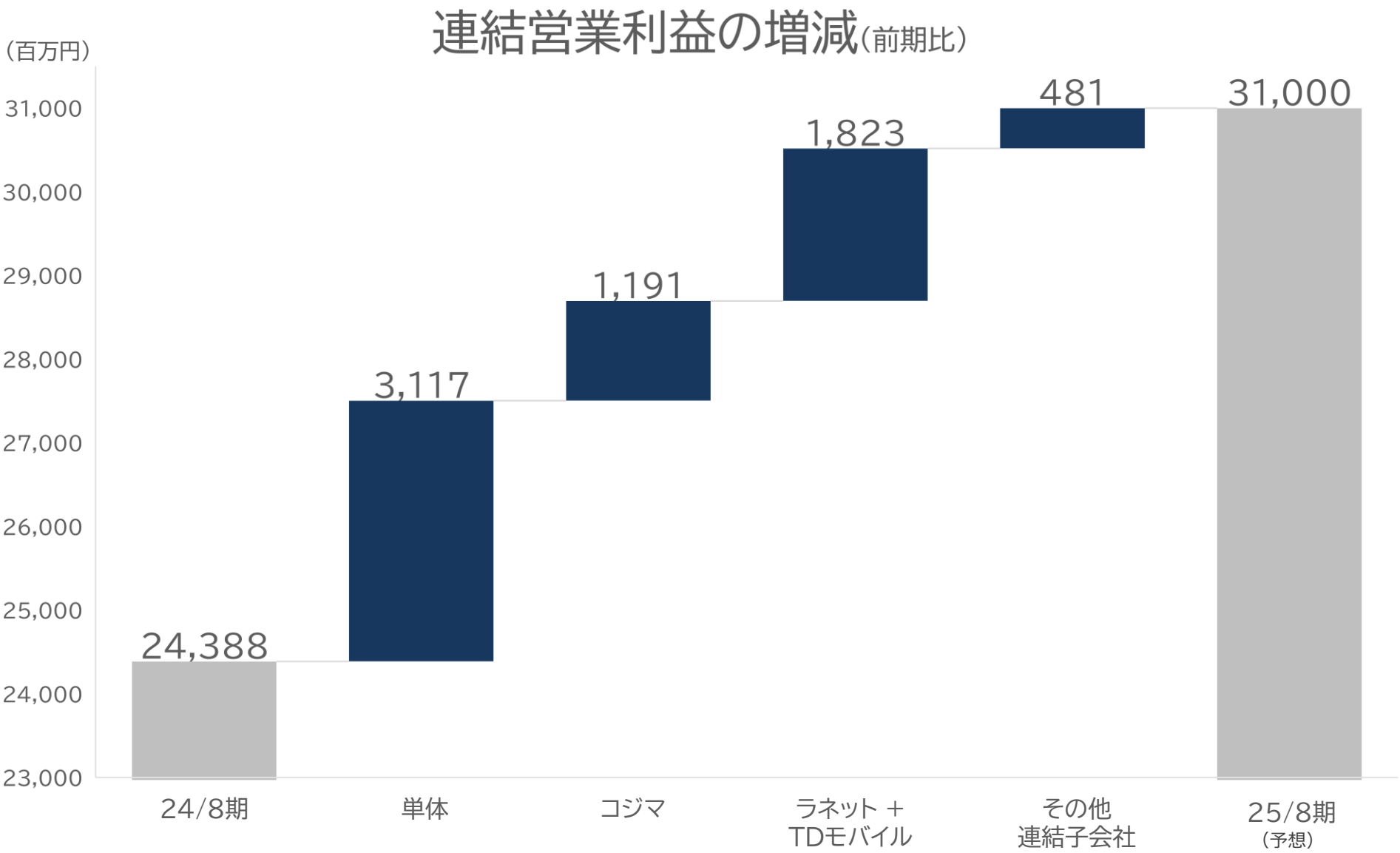
連結 通期業績予想(会社別②)

単位:百万円, %		ソフマップ(個別)				日本BS放送(個別)			
		期初予想	修正予想	前期比	期初 予想比	期初予想	修正予想	前期比	期初 予想比
金額	売上高	44,233	43,981	102.2	99.4	11,600	11,600	102.1	100.0
	営業利益	808	688	84.4	85.1	2,000	2,000	97.2	100.0
	経常利益	1,006	869	84.4	86.4	2,029	2,029	97.9	100.0
売上比	売上総利益	25.9	25.0						
	販管費	24.0	23.4						
	営業利益	1.8	1.6			17.2	17.2		
	経常利益	2.3	2.0			17.5	17.5		

連結 業績予想

単位:百万円, %		通期					下期				
		24年8月期	25年8月期	25年8月期			24年8月期	25年8月期	25年8月期		
		実績	期初予想	修正予想	前期比	期初 予想比	実績	期初予想	修正予想	前同比	期初 予想比
売上高		922,572	952,000	968,000	104.9	101.7	475,047	482,500	488,497	102.8	101.2
営業利益		24,388	26,500	31,000	127.1	117.0	14,673	16,000	16,084	109.6	100.5
経常利益		26,674	28,400	32,000	120.0	112.7	15,749	16,900	16,165	102.6	95.7
親会社株主に帰属する 当期純利益		13,908	15,200	17,000	122.2	111.8	8,350	8,800	7,993	95.7	90.8
売上比	売上総利益	26.4	27.0	27.0			27.0	27.6	27.6		
	販 管 費	23.8	24.2	23.8			23.9	24.2	24.3		
	営 業 利 益	2.6	2.8	3.2			3.1	3.3	3.3		
	経 常 利 益	2.9	3.0	3.3			3.3	3.5	3.3		
	親会社株主に帰属する 当期純利益	1.5	1.6	1.8			1.8	1.8	1.6		

連結 業績予想:営業利益

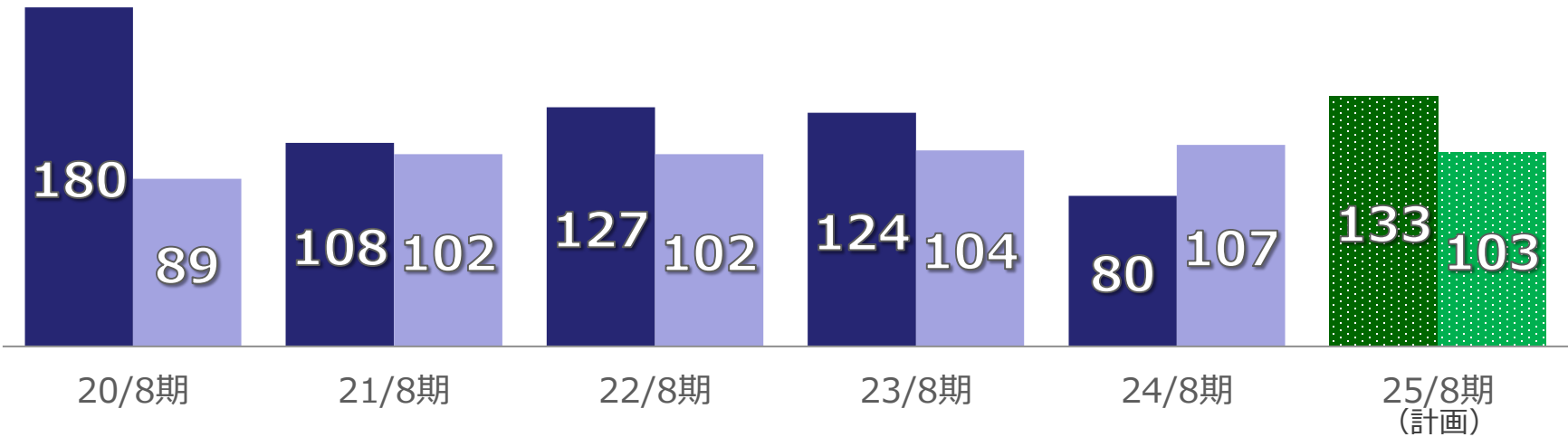


連結 設備投資・減価償却

	2024年8月期	2025年8月期(計画)
設備投資額	80 億円	133億円 (期初160億円)
主な内容	・IT (基幹・EC・効率化) ・店舗 (新店・既存店)	・IT (基幹・EC・効率化) ・店舗 (新店・既存店)
減価償却費	107 億円	103億円 (期初103億円)

設備投資・減価償却費の推移 (C/Fベース)

(億円) ■ 設備投資 ■ 減価償却費



配当金

		2020年 8月期	2021年 8月期	2022年 8月期	2023年 8月期	2024年 8月期	2025年 8月期 (期初予想)	2025年 8月期 (修正予想)
1株あたりの 配当額(円)	年間	13	15	15	15	33	36	40
	中間	10	5	5	5	9	16	18
	期末	3	10	10	10	24	20	22
配当金総額(百万円)		2,287	2,639	2,580	2,567	5,649	—	—
配当性向(%)		42.0	30.1	45.2	87.4	40.6	40.5	40.3
純資産配当率(%)		1.7	1.9	1.9	1.9	3.9	—	—

配当方針

当社は、株主の皆様への利益還元を最も重要な経営課題の一つと考えており、業績に応じた適正な利益配当の実施をその基本方針としております。
この基本方針のもと、連結配当性向 40%を目指しております。

1. 2025年8月期 第2四半期業績

2. 2025年8月期 業績予想

3. 重要経営課題

信頼とワクワク感のあるビックカメラらしい店舗の確立

現場主導の仕組みへの変革

前提:お客様ニーズの多様化

従業員の主体性

ワクワク感のある店作り

丁寧な売場作り・接客対応

取り組み

ハンドレッド計画(現場主導)中心の経営に変革

店舗ごとに地域のお客様にとって最適な商品を選定し、選びやすい・買いやすい売場を構築

・現場への権限委譲

商品選定・商品発注権限を委譲 = 在庫責任を委譲

・評価制度の刷新

ハンドレッド計画を評価に組み込む
表彰制度の拡充(お客様喜ばせ大賞の新設)

・組織改革

2025年4月より「営業ブロック制」を導入
より現場に近い店舗にブロックマネージャーを配置し、
現場支援強化・意思決定の迅速化を図る

■ハンドレッド計画の取組事例



(ビックカメラ柏店 コーヒーメーカー売場)

売場の照明を全て暖色に変え、ジャズを流し、
コーヒー豆で香り出しを行うことで、
お客様に体験・体感いただき、まるでカフェで
商品を選んでいるような感覚になれる売場を展開

■ お客様喜ばせ大賞



(記念すべき第1回目の年間表彰式)

2024年11月に椿山荘で開催
全国の店舗より受賞者が一堂に会し、
年間大賞者を表彰

結果

既存店課税売上高(前年同期比)
2Q 105.3%



EC事業の持続的な成長軌道への復帰

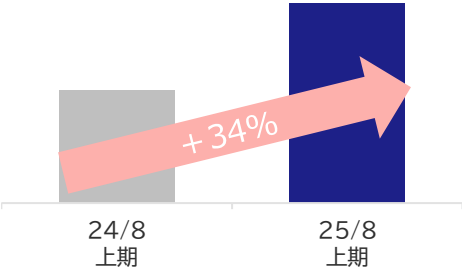
送料無料化

新規顧客数

新規顧客を増やし、リピート顧客の拡大を図る

- ・新規顧客数は前期比大幅増
- ・デジタルマーケティング等により
2回目、3回目の購入を促す施策も推進中

25/8期 上期	前期比較
新規顧客数	+ 34%
売上高	+ 14%

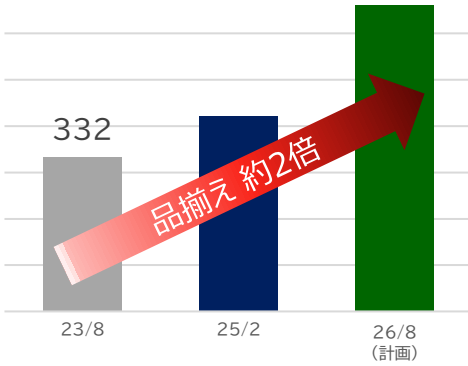


ECサイト掲載数

品揃え、商品情報の拡充

- ・26/8月までに23/8月比で約2倍の掲載数を実現

掲載数(万SKU)



ラストワンマイル

自社便網の取組強化

- ・当日配送を東京23区及び
東京都下の一部まで拡大済み
- ・更にラッピングカー増車により
認知度向上を図り、来期中に
東京23区全域をカバー

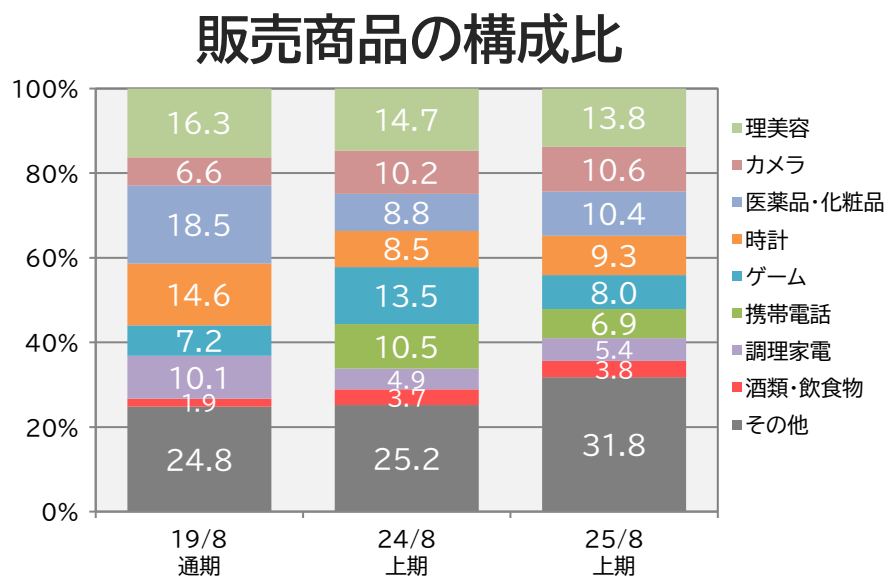
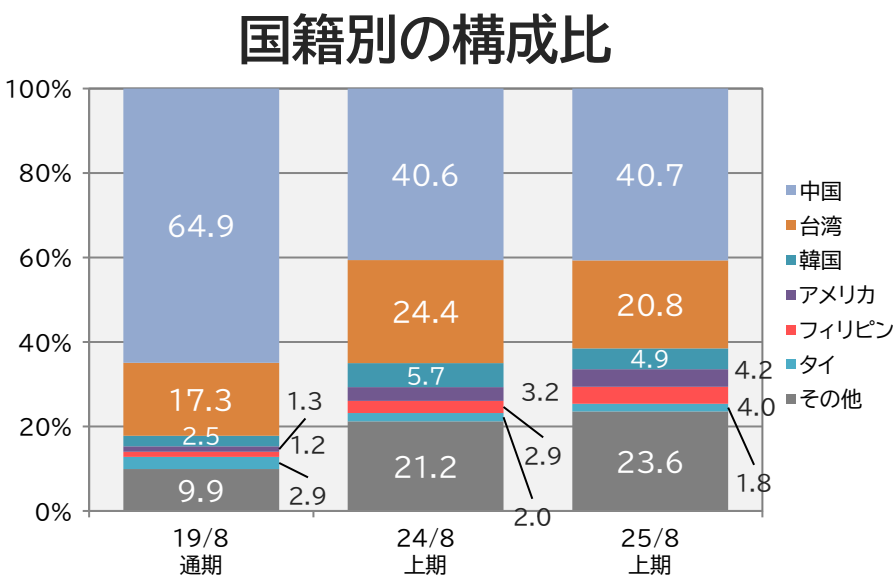
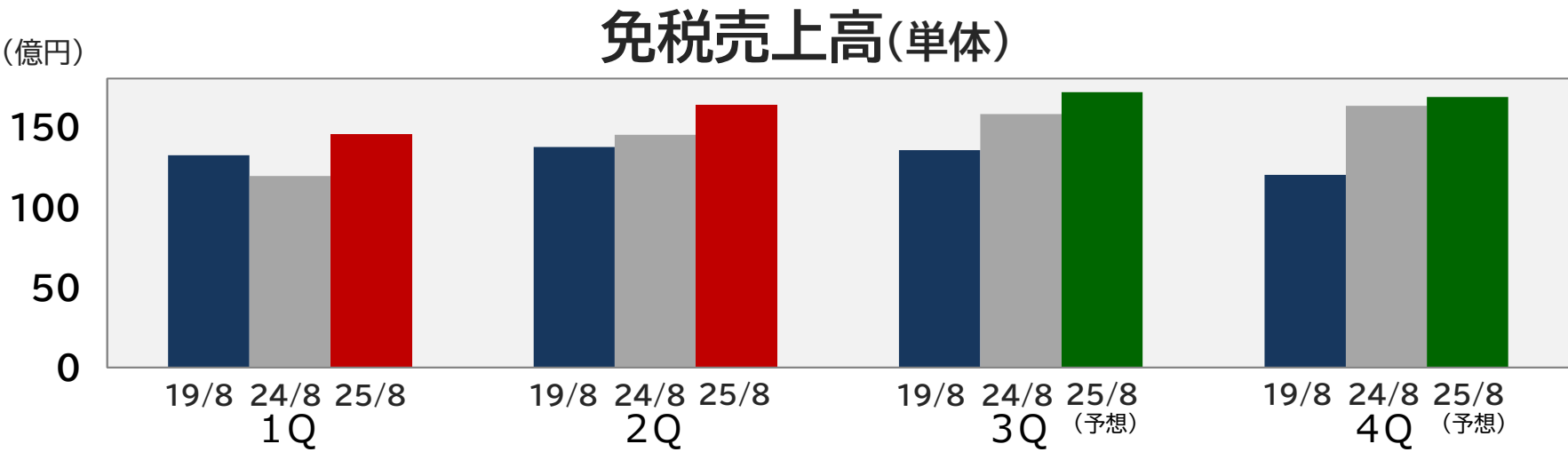
東京都における当日配送対応エリア

※2025年4月1日時点



インバウンド事業の拡大

25年8月期上期は過去最高売上高を更新



サステナビリティ経営の推進②

温室効果ガス(GHG)排出量削減の取り組み

・再生可能エネルギーの利用拡大

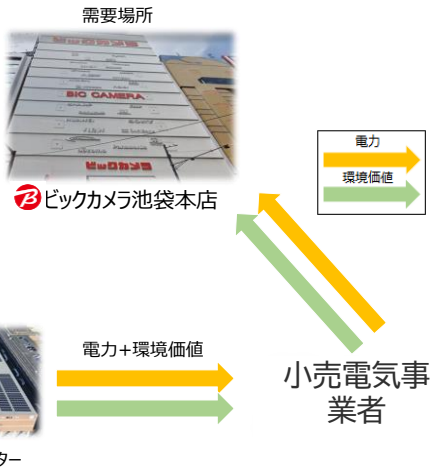
2022年12月に続き、2025年2月には東松山センター(新棟)に太陽光パネルを増設しオンサイトPPA(Power Purchase Agreement)の運用を拡大池袋本店へ送電することで、同店使用電力の100%再生可能エネルギー化を実現

・役員報酬

ESG連動型報酬制度を2025年より導入

・CDP2024

「B」スコアを獲得
更なる情報開示の充実化を目指す



地域密着

豊島区と「スマホ教室」を共催

デジタルデバイド解消を目的に、
スマートフォン活用方法の教室を開催
開催回数:12回(9拠点にて実施)
参加人数:146名



社会貢献

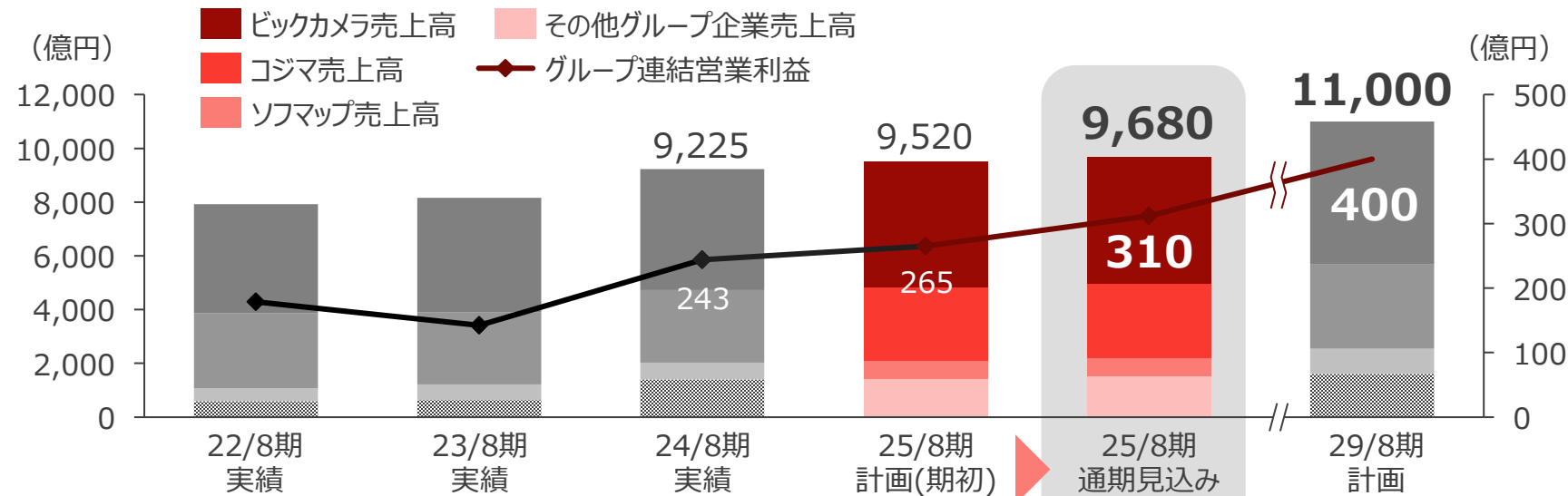
フォトコンテスト開催

写真文化発展を目的とした
「BicCamera Photo World 2025」を初開催
授賞式を池袋にて6月開催予定



応募総数 **53,785** 作品
多数のご応募ありがとうございました。
現在、審査を進めております。受賞の発表は4月下旬を予定しております。
受賞者の方には事務局からご連絡させて頂くと共に、店舗、Web上にて掲載いたします。
また、作品賞と表彰式も開催予定です。詳細は受賞作品発表後、随時お知らせいたします。

中期経営計画の進捗



売上高 (営業利益)	グループ 連結	7,923 (178)	8,155 (142)	9,225 (243)	9,520 (265)	9,680 (310)	11,000 (400)
	ビックカメラ	4,056 (0)	4,255 (8)	4,503 (63)	4,670 (87)	4,690 (95)	5,300 (160)
	コジマ	2,793 (81)	2,678 (48)	2,698 (63)	2,753 (64)	2,787 (75)	3,150 (90)
	ソフマップ ※	486 (11)	588 (14)	617 (15)	662 (16)	659 (14)	946 (23)

※ソフマップはじゃんぱら・エーワン含んだ数値を記載(グループ連結はエーワン除く)

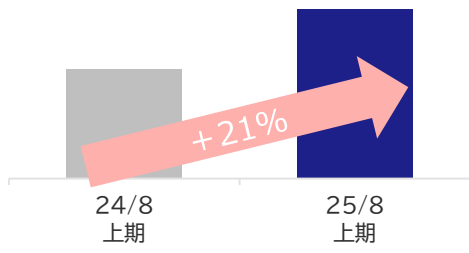
中期経営計画における主な取り組み事例

1. グループアセット活用による 買替需要の創出戦略

①買取・リユース事業強化

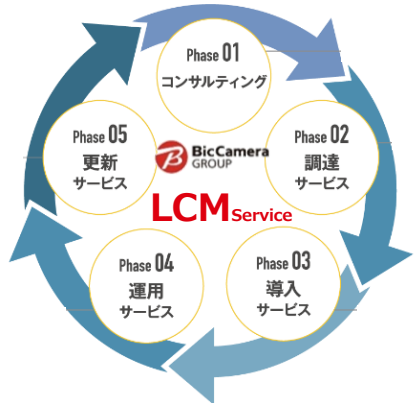
・iPhoneやカメラなど、新製品発売に合わせて
施策を展開、認知拡大により買取点数が21%増

買取点数(グループ合計)



②サービスサポート事業拡大

・法人におけるIT製品の
導入から廃棄までの
すべてのIT資産代行サービス
「LCMサービス」への参入



2. インバウンド強化戦略

①インバウンド特化型店舗による需要取込 心斎橋への出店(2024年10月)



②既存店舗の営業時間の延長



※LCMサービス：Life Cycle Management サービス



本資料は、当社の事業及び業界動向について当社による現在の予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来の展望についても言及しています。

これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確かさが伴っています。既に知られた、もしくははまだ知られていないリスク、不確かさその他の要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。当社は、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。

本資料における将来の展望に関する表明は、2025年4月18日現在において利用可能な情報に基づいて、当社により2025年4月18日現在においてなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではありません。

2025年4月
株式会社ビックカメラ
株式会社コジマ