

サミット 2026年3月期 第2四半期決算 ～ 増収増益、各見直し効果が出始める～

【業績概況】

(百万円、%)

| | 2024年9月中間期 | | 2025年9月中間期 | | 2026年3月期(計画) | |
|-------|------------|--------|------------|--------|--------------|--------|
| | 金額 | 対前期増減率 | 金額 | 対前期増減率 | | 対前期増減率 |
| 営業収益 | 179,566 | 4.8 | 184,888 | 3.0 | 380,000 | 4.3 |
| 売上高 | 171,781 | 4.8 | 177,011 | 3.0 | 364,000 | 4.4 |
| 営業利益 | 2,582 | △20.6 | 3,808 | 47.5 | 9,800 | 27.6 |
| 経常利益 | 2,313 | △27.1 | 3,860 | 66.9 | 10,000 | 31.6 |
| 当期純利益 | 1,538 | △30.4 | 2,718 | 76.6 | 6,500 | 28.8 |

サミットの2026年3月期第二四半期決算業績は、売上高1,770億1100万円(3.0%増)、営業利益38億800万円(47.5%増)、経常利益38億6000万円(66.9%増)、当期純利益は27億1800万円(76.6%増)で増収増益、売上高は中間期では過去最高となった。

利益面では売上総利益の増加が人件費等の営業費用の増加を上回り、営業利益・経常利益・当期純利益、全ての段階で増益となった。

なお、2026年3月期の計画数値は、今年5月に発表した数値からの変更はない。

■売上高明細表

売上高の主な内訳は、生鮮食品計2.0%増。総菜及びベーカリー計4.3%増、その他食品計4.3%増、家庭用品及び衣料品他計2.7%減、全店合計で前期比3.0%増。

特にベーカリーの増減率が前期比10.1%と高いが、これは改装により新たに2店舗にインスタベーカリーが導入されたため。

■既存店売上高・客数・客単価

既存店の売上高・客数・客単価前期比は、売上高3.0%増、客数0.9%増、客単価2.1%増。客単価内訳は、1品単価5.6%増、買上点数3.4%減。

| 既存店対中間期増減率 | 2023年9月中間期 | 2024年9月中間期 | 2025年9月中間期 |
|------------|------------|------------|------------|
| 売上高 | 6.6 | 3.9 | 3.0 |
| 客数 | 3.7 | 2.1 | 0.9 |
| 客単価 | 2.8 | 1.7 | 2.1 |
| 一点単価;買上点数 | 6.1 | △3.1 | 5.6 |
| | | 3.5 | △1.8 |
| | | | 3.4 |



サミット株式会社
代表取締役社長 服部 哲也氏

※続きは正規版にお申し込みください。

Food Navigation 年間利用会員様 募集のご案内

惣菜



惣菜売場でポイントが弁当。弁当額は平
台で展開され、弁当の盛り付けに特力
を入れているという。百貨店の商品の盛り付け
を目指し、ボリュームを出しつつ、豪華に見得
るように、品
目や色合いな
ども工夫され
ている。

米飯



「赤魚の格漬け弁当」
「季節の彩りはつき弁当」
「季節の味覚御膳」

アツフライ



「厚切り鮭弁当」
「豚肉アスパラチキチ弁当」

温惣菜



「お昼の塩焼」

「鮮度感」のある情報を...

ヨークベニマル矢野店オープン当日、開
ヨークベニマルの大高善興社長（代表取
締役社長 兼 COO、セブン&アイ HLD. 取締役）
は震災後1年の東北エリア、自社について次
のようにコメントした。

■3.11以降の変化
東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買
行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年
金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという
節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするの
であれば、商品を吟味して安全・安心など、価値のある
ものを買おうというニーズが一段と高まっており、大
きく二極化してきたといえる。どっちつかずの商品や
サービスは消え行く傾向にあるようだ。自分達のター
ゲットとコンセプトを明確にし、お客様を創造してい

も高質なセブンイレブンのマネジメント力などを
もっと学ぶべきであると思っている。

■セブンプレミアム商品について
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や
志、コンセプトが必要。これからはカテゴリ毎に
「コア」商品を作らなくては生き残れない。セブン
プレミアムシリーズに関してはリピーターが増えて
おり、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うご
とに増えている。価格は安くはないが支持は高い。
大事なのはベーシックな商品でリピーターをしまっ
かり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本
の商品で多くの支持を集めていくことが大切。

■SMにとつてのPB
我々の商売の最大のプライベートブランドは野菜
であり、鮮魚であり、精肉であり、デリカテッセン
である。そこにデリーや加工、セブンプレミアム
セブンプレミアム商品の開発には、明確な目標や志、
コンセプトが必要。これからはカテゴリ毎に「コ
ア」商品を作らなくては生き残れない。セブンプレ
ミアムシリーズに関してはリピーターが増えてお
り、特にゴールドシリーズに関しては、月を追うご
とに増えている。価格は安くはないが支持は高い。
大事なのはベーシックな商品でリピーターをしまっ
かり作っていくこと。珍しいものを作るより、基本
の商品で多くの支持を集めていくことが大切。
東北エリアを見ていると、3.11大震災以降の購買
行動が変わってきたように見える。一つは高齢化、年
金、社会保障に関する不安から、1円でも安くという
節約志向にある。もう一方では、同じ買い物をするの
であれば、商品を吟味して安全



「ヤオコー川越的場店」オープン
ヤオコー進化を象徴
新フラッグシップ店

◀▲上記記事は過去
掲載記事例です。

■『Food Navigation』とは・・・

スーパーマーケットの新店をはじめ、一部コンビニや外食など、惣菜を中心に生鮮部門などもレポートする Web 閲覧媒体
です。特に惣菜においては、各バイヤーのコメントなど、他では取れない鮮度感のある情報を提供しております。

■年間サービス利用料金

年間サービス利用料：90,900円+税（税込 99,990 円）

■ご利用にあたって

- ※当サービス利用申込企業様は当サービス「利用規約」を承諾したものとします。
- ※当サービスでは、会員様が安全にご利用頂けるよう暗号化ファイルおよびユーザー認証提供をしております。
- ※暗号化システムおよび認証システムの確認動作環境としては、OS は Windows10 以降、Web ブラウザーは Microsoft Edge（JavaScript 使用 / Cookie 使用）となっております。
- ※また、当サービスは契約法人内のみでの利用となっており、営業手段としての配布等の利用は固くお断りしております。

《 入 会 申 込 書 》

株式会社フードナビゲーションジャパン 担当：小池 宛

FAX. 048-424-5547 TEL. 048-424-5546
携帯：090-2545-4724
E-mail：info@foodnavigation.com

申込日： 年 月 日（ 年 月より利用開始、 □）

『Food Navigation』 利用規約を承諾し、年間利用に申し込みます。 ← 左空欄に必ずチェックを入れて下さい。

| | | | | |
|-------------------|-----|--|-------|--|
| 配信 先 情 報 | 企業名 | | TEL. | |
| | 住所 | | FAX. | |
| | 部署名 | | Email | |
| | 役職 | | | |
| | 姓名 | | 携帯 | |

※上記と同じであれば 同上で結構です。

| | | | | |
|-------------------|-----|--|-------|--|
| 請求 先 情 報 | 住所 | | TEL. | |
| | 部署名 | | FAX. | |
| | 役職 | | Email | |
| | 姓名 | | | |