2027年３月期 第２四半期（中間期）

決算説明資料

株式会社ハードオフコーポレーション

東証プライム　2674

1 2027年３月期 第２四半期（中間期）決算概要

2 2027年３月期 通期の見通し

3 中期経営計画

4 サステナビリティへの取り組み

2027年３月期 第２四半期（中間期）決算概要（連結Ｐ／Ｌ）

売上高・各利益は過去最高を更新

（百万円）	2026/3期 2Q 実績	2027/3期 2Q 実績	2027/3期 2Q 前期比	2027/3期 2Q 予想	2027/3期 2Q 達成率	通期計画進捗率
売上高	17,257	22,546	+30.6%	21,750	103.7%	49.3%
売上総利益	11,810	15,394	+30.4%	―	―	―
売上総利益率	*68.4%*	*68.3%*	*▲0.1%p*	―	―	―
販管費	10,481	13,552	+29.3%	―	―	―
営業利益	1,328	1,842	+38.6%	1,580	116.6%	45.5%
営業利益率	*7.7%*	*8.2%*	*+0.5%p*	―	―	―
営業外収益	117	114	▲2.5%	―	―	―
営業外費用	16	58	+266.5%	―	―	―
経常利益	1,430	1,898	+32.7%	1,630	116.5%	46.3%
経常利益率	*8.3%*	*8.4%*	*+0.1%p*	―	―	―
特別利益	0	1,160	―	―	―	―
特別損失	20	95	+367.7%	―	―	―
親会社株主に帰属する中間純利益	925	1,928	+108.5%	1,800	107.2%	58.5%
純利益率	*5.4%*	*8.6%*	*+3.2%p*	―	―	―

決算のポイント（連結）

売上高

●国内既存店売上高は**9.2％増**と好調に推移。

●前期にオープンした直営店30店舗、前第3四半期から連結対象となった㈱エコノスの69店舗の寄与により、
全社売上高**30.6％増。 過去最高を更新。**

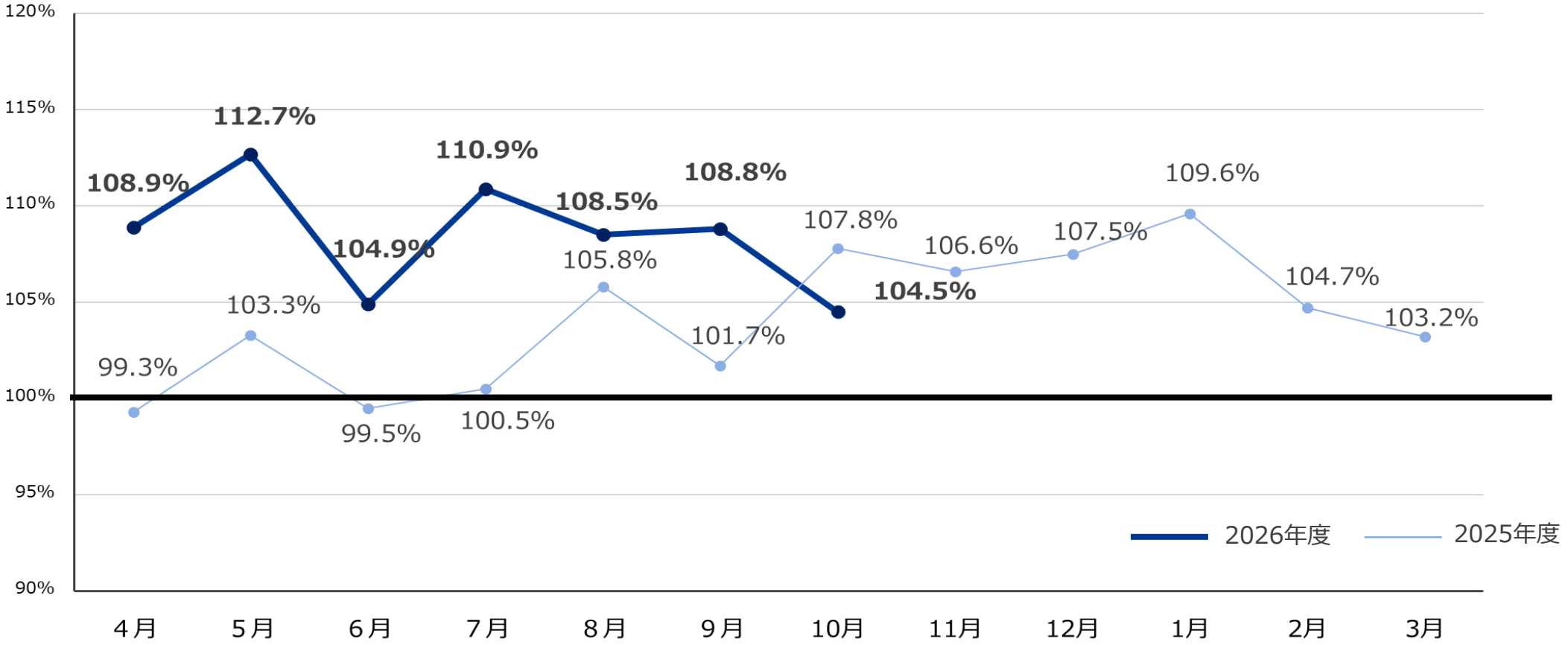
営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する中間純利益

●期中オープンの新店28店舗（前年同期は13店舗）の開業費用の発生により、販管費は29.3％増。

●増収効果により営業利益**38.6％増**、経常利益**32.7％増。**
投資有価証券売却益1,160百万円を特別利益に計上した結果　親会社株主に帰属する中間純利益は108.5％増。
何れも過去最高を更新。

既存店売上高　前年同月比推移（連結）

既存店売上高は9.2%増



第１四半期	第２四半期	上期
108.9%	**109.4%**	**109.2%**

リユース店舗数の増減

直営28店舗、FC9店舗を出店。直営1店舗、FC 2店舗を閉店。純増　34店舗。

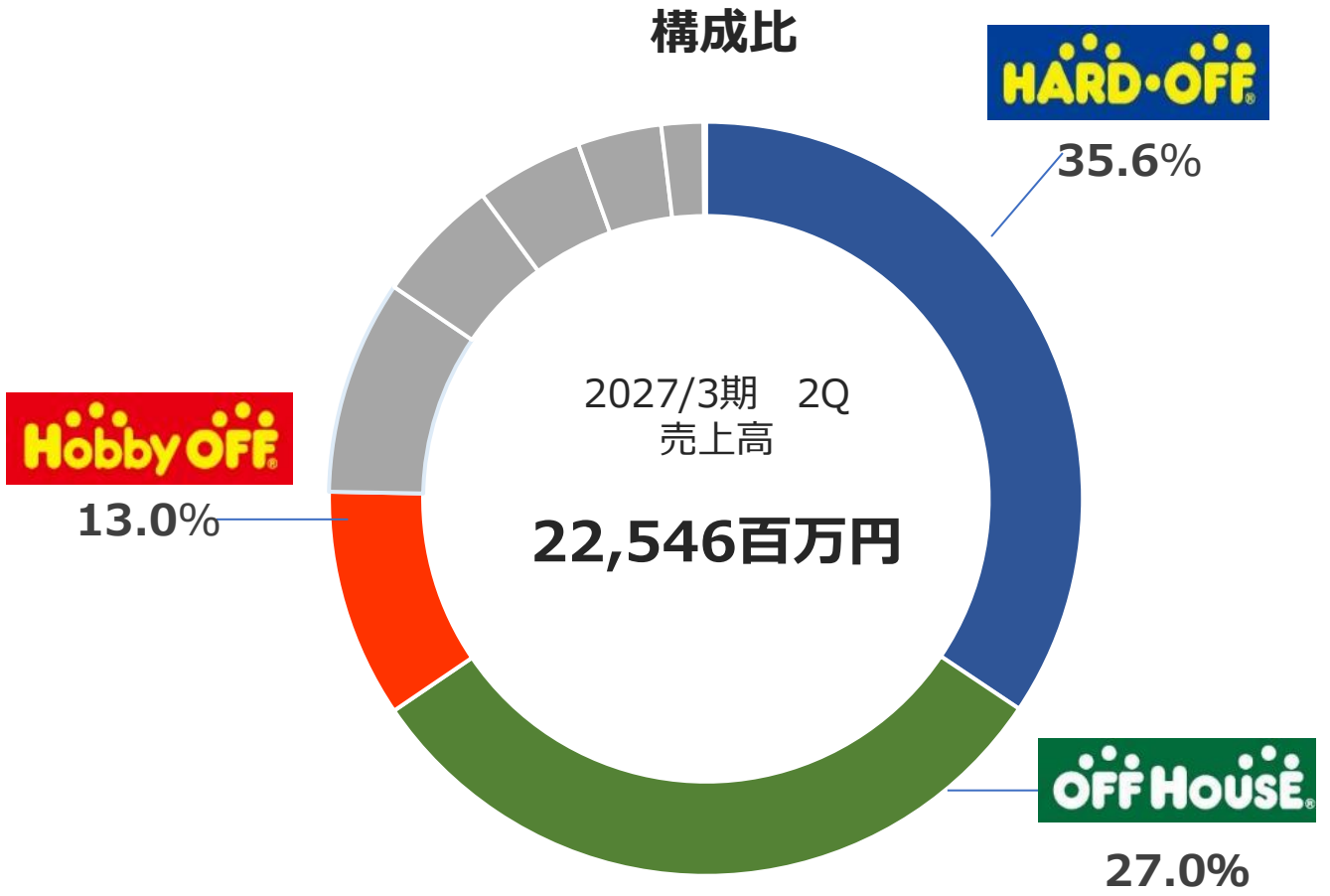
運営形態	ハードオフ	オフハウス	モードオフ	ガレージオフ	ホビーオフ	リカーオフ	ブックオフ	海外	2026年9月末合計
直営店	206	151	14	12	106	3	66	14	572
期初から増減	＋13	＋2	＋1	＋1	＋8	-1	＋1	＋2	＋27
ＦＣ店	247	184	2	5	88	1	-	13	540
期初から増減	＋3	±0	±0	±0	＋3	±0	-	＋1	＋7
合計	453	335	16	17	194	4	66	27	1,112
期初から増減	+16	＋2	＋1	＋1	+11	-1	+1	+3	+34

・子会社が運営する店舗は直営店に含めております。

売上高構成（連結）

ハードオフ・オフハウスを柱にリユース事業の多角化を実現

事業区分	売上高（百万円）	構成比	前期比
ハードオフ	8,018	35.6%	+36.0%
オフハウス	6,094	27.0%	+17.8%
ホビーオフ	2,923	13.0%	+61.5%
モードオフ	553	2.5%	▲4.2%
ガレージオフ	329	1.5%	+21.4%
ブックオフ	2,317	10.3%	＋55.1%
海外	1,350	6.0%	＋40.2%
FC事業	892	4.0%	▲15.2%
その他	65	0.3%	＋272.9%
合計	22,546	100.0%	+30.6%



・リカーオフは、オフハウス事業に含めて表示しております

・FC事業は、ハードオフ・オフハウス・モードオフ・ガレージオフ・ホビーオフ・リカーオフのフランチャイズ事業です

販売費及び一般管理費の内訳（連結）

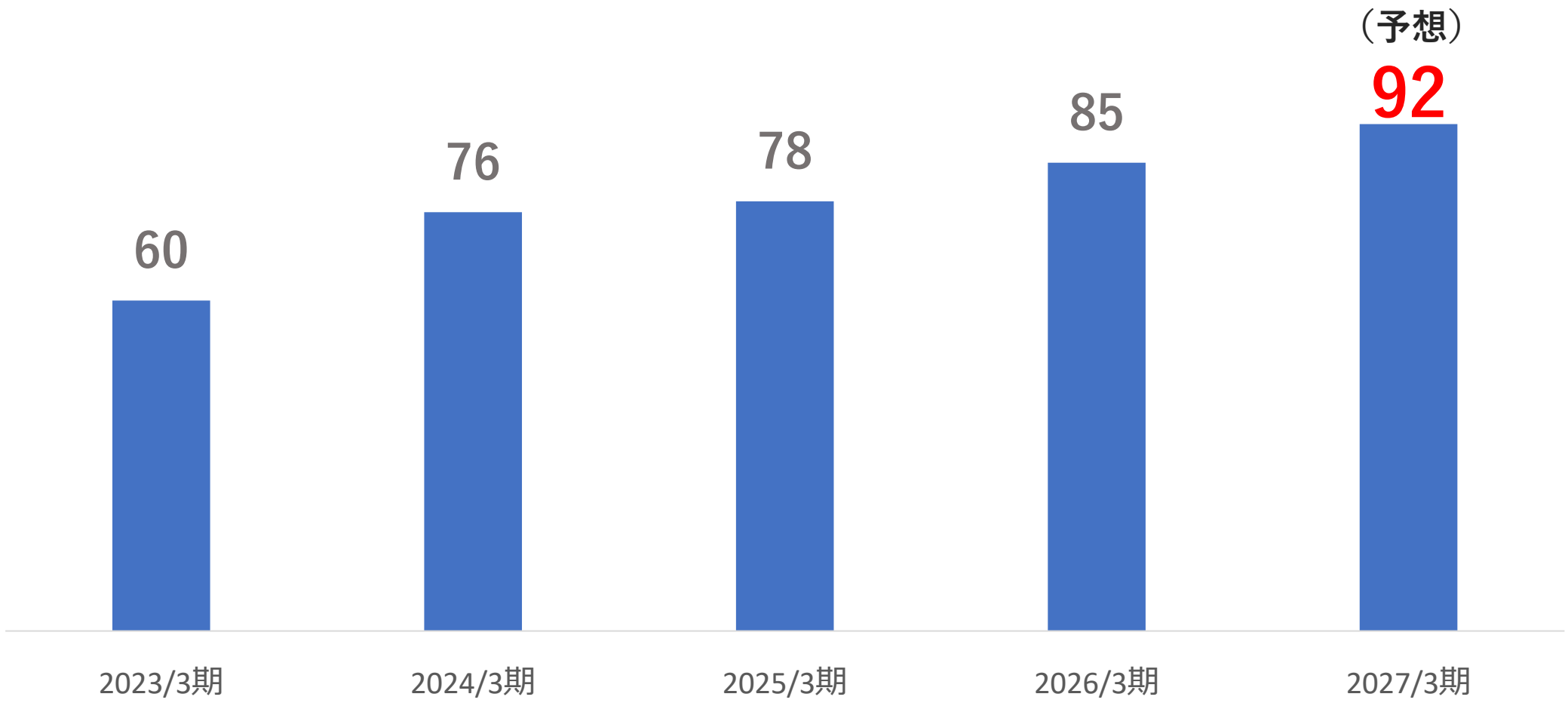
販管費は29.3%増。

（百万円）	2026/3期　2Q 実績	2026/3期　2Q 販管費構成比	2027/3期　2Q 実績	2027/3期　2Q 販管費構成比	2027/3期　2Q 前期比
人件費	5,757	54.9%	7,602	56.1%	＋32.0%
広告宣伝費	132	1.3%	161	1.2%	＋21.8%
水道光熱費	385	3.7%	398	2.9%	＋3.3%
減価償却費	505	4.8%	645	4.8%	＋27.7%
地代家賃	2,001	19.1%	2,366	17.5%	＋18.2%
その他	1,698	16.2%	2,377	17.5%	＋40.0%
合計	10,481	100.0%	13,552	100.0%	＋29.3%

株主還元

DOE（連結純資産配当率）６％を目安に
安定的かつ持続的な配当を実施。

（単位：円）



1 2027年３月期 第2四半期(中間期) 決算概要

2 2027年３月期 通期の見通し

3 中期経営計画

4 サステナビリティへの取り組み

2027年３月期 通期の見通し　連結Ｐ／Ｌ

（百万円）	2026/3期 実績	2027/3期 通期予想
売上高	39,276	45,700 （＋16.4%）
営業利益	3,387	4,050 （＋19.6%）
経常利益	3,489	4,100 （＋17.5%）
経常利益率	8.9%	9.0% （+0.1%p）
親会社株主に帰属する当期純利益	2,519	3,300 （＋31.0%）
当期純利益率	6.4%	7.2% （＋0.8%p）

（　　）内は前期比を表しております。

2027年３月期 通期の見通し　ポイント

売上高

45,700百万円　前期比+16.4%

- 全社売上高は16.4%増、31期連続増収、過去最高更新を見込む

営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益

営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
4,050百万円 +19.6%	4,100百万円 +17.5%	3,300百万円 +31.0%

- 増収効果により、営業利益は19.6%増、経常利益は17.5%増。
- 投資有価証券売却益1,160百万円の特別利益計上により親会社株主に帰属する当期純利益は31.0%増。
- 各利益は何れも5期連続の過去最高更新を見込む。

2027年３月期通期の見通し　チェーン売上高

国内チェーン売上高	774億円⇒845億円
国内外チェーン売上高＊	805億円⇒883億円

＊チェーン
＝直営＋FCの数値

単位:百万円

	2026/3期	2027/3期見込み	
	売上高	売上高	前期比
ハードオフ	31,383	34,400	+9.6%
オフハウス	30,158	32,000	+6.1%
モードオフ	1,413	1,430	+1.2%
ガレージオフ	911	1,000	+9.7%
ホビーオフ	9,908	11,300	+14.0%
ブックオフ	3,698	4,370	+18.2%
国内合計	77,473	84,500	+9.1%
国内・海外合計	80,503	88,300	+9.7%

2027年３月期 通期の見通し　店舗数

直営36店舗・FC21店舗純増、合計57店舗純増を見込む

	ハードオフ	オフハウス	モードオフ	ガレージオフ	ホビーオフ	リカーオフ	ブックオフ	海外	2027年3月末合計
直営店	210 (＋17)	152 (＋3)	14 (＋1)	12 (＋1)	109 (＋11)	3 (△1)	66 (＋1)	15 (＋3)	581 (＋36)
ＦＣ店	253 (＋9)	186 (＋2)	2 (±0)	5 (±0)	95 (＋10)	1 (±0)	-	12 (±0)	554 (＋21)
合計	463 (＋26)	338 (＋5)	16 (＋1)	17 (＋1)	204 (＋21)	4 (△1)	66 (＋1)	27 (＋3)	1,135 (＋57)

・子会社が運営する店舗は直営店に含めております。

2027年３月期 通期の見通し　経営効率

主要経営指標	2026/3期（連結） 実績	2027/3期（連結） 見込み	前年差
売上高経常利益率	8.9%	9.0%	＋0.1%
ＲＯＩＣ（投下資本収益率）	11.4%	10.8%	▲0.6%
ＲＯＡ（総資産経常利益率）	12.2%	12.6%	＋0.4%
ＲＯＥ（自己資本当期純利益率）	13.1%	15.5%	＋2.4%
ＥＰＳ（１株当たり当期純利益）	181円19銭	237円19銭	＋56円00銭
ＢＰＳ（１株当たり純資産）	1,453円07銭	1,605円25銭	＋152円18銭

1 2027年３月期 第２四半期（中間期）決算概要

2 2027年３月期 通期の見通し

3 中期経営計画

4 サステナビリティへの取り組み

長期ビジョン

理念経営に磨きをかけ、

誰にも真似できない唯一無二の存在になる。

強いリアル店舗を中心とした

“Re”NK CHANNEL を作り上げ、

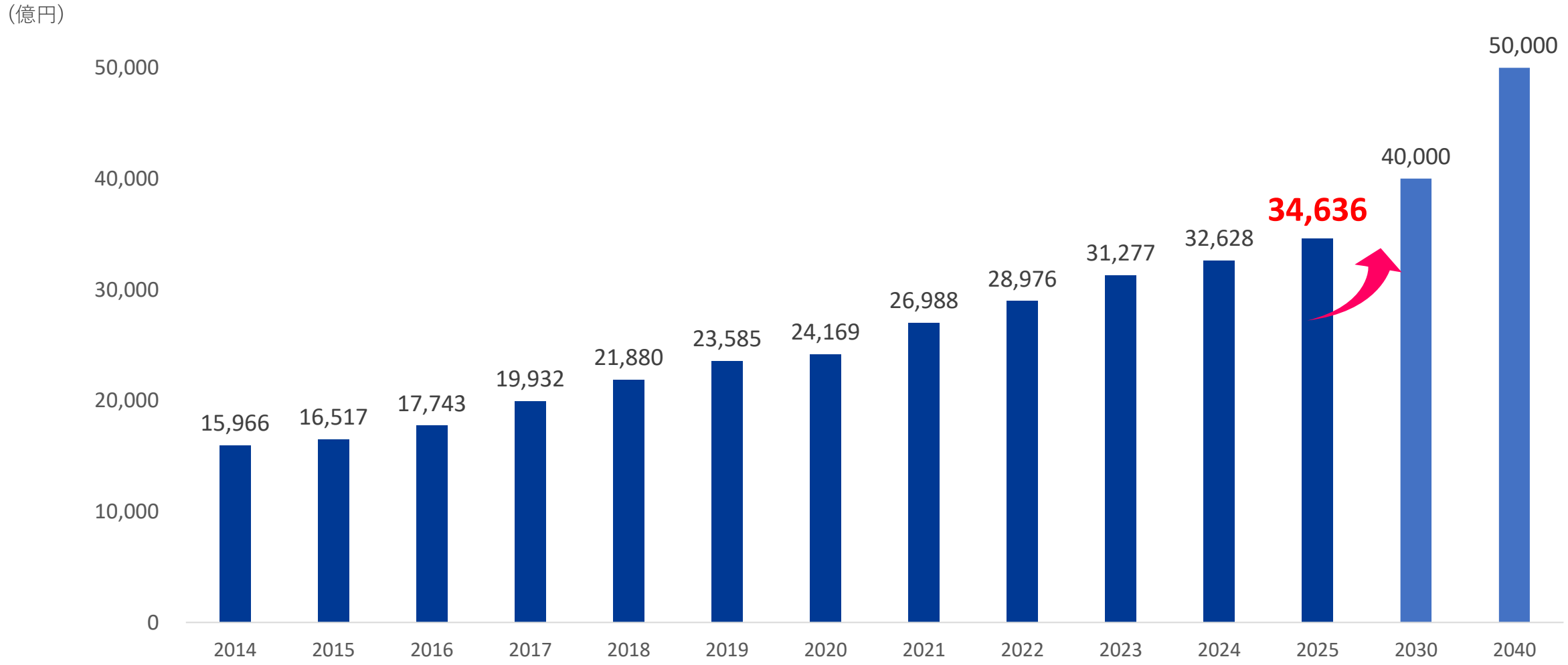
日本国内でも、海外でも、

圧倒的なリユースのリーディングカンパニー

として循環型社会の構築に貢献する。

リユース市場規模の推移と予測

市場は16年連続で拡大、市場規模は約3.4兆円。
2030年には4.0兆円、2040年には5.0兆円の予測。



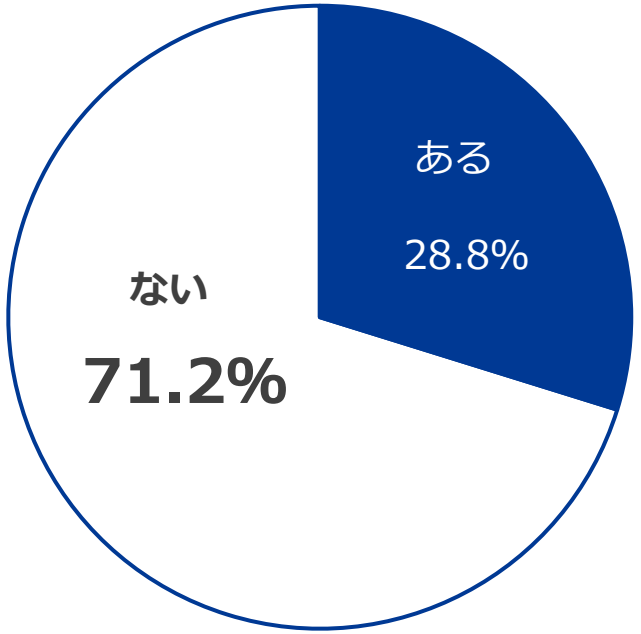
（出典　リユース経済新聞『リユース業界の市場規模推計2026（2025年版）』）

※2030年・2040年は予測値

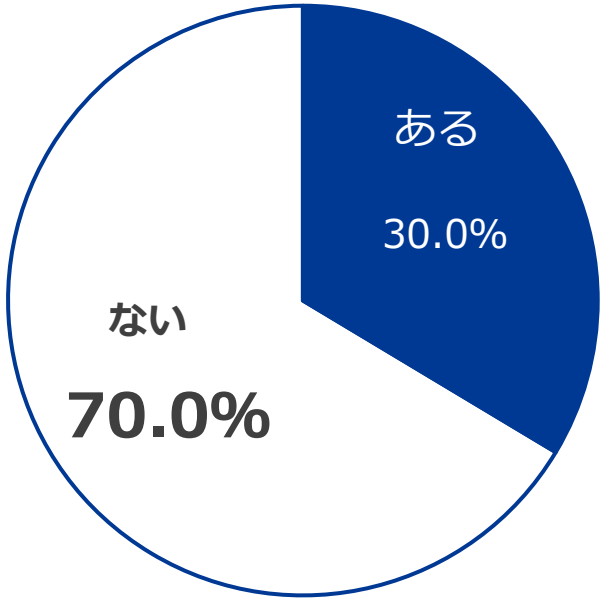
リユースの利用率

リユース利用経験者は約３割　市場の伸びしろ大

過去１年のリユース品
購入経験



過去１年の不用品
売却・引き渡し経験



（出典　環境省　令和６年度リユース市場規模調査報告書）

中期経営計画

４つの戦略で中期経営計画の達成を目指す

リアル店舗戦略
～魅力ある強いリアル店舗～

〇基礎・基本ができている上で、個性のある店舗をつくる。
〇唯一無二の店舗作り。新しい価値観の創造。

出店戦略
～空白地域への積極出店～

〇2030年1300店舗体制を目指す。
〇10万商圏に１店舗の出店を確実に行う。
〇新業態や専門業態を出店し、厚みのあるドミナント出店を実現させる

ネット戦略
～リンクチャネルへの挑戦～

〇リアル店舗を中心としたリンクチャネル構想を実現し、
　新しい小売業の形をつくる。
〇ネットでも伝わる親切・ていねい・温かみ・笑顔。

海外戦略
～海外での挑戦と収益化～

〇リユースのグローバルリーダーになる。
〇世界中でリユースを通じて循環型社会の構築に貢献する。

リアル店舗戦略　基礎・基本×魅力のある強いリアル店舗

お客様をワクワクさせる唯一無二の個性ある店舗づくり

圧倒的基礎・基本を大切にした店舗づくり

きれいなお店
いついっても環境整備ができている
ピカピカのお店にします

笑顔
いついっても元気に笑顔で気持ちの
良いあいさつをするお店にします

豊富な品揃え
いついっても一つでも多い品ぞろえの
質・量ともに良いお店にします

個性を大切にした店舗づくり





品揃えや陳列などを工夫し、店舗の魅力を演出
複数店舗をハシゴするユーザーの増加

ハードオフ公式アプリ内
「ハドフめぐり」機能

チェックイン人数　昨対比119%
（2025年度）

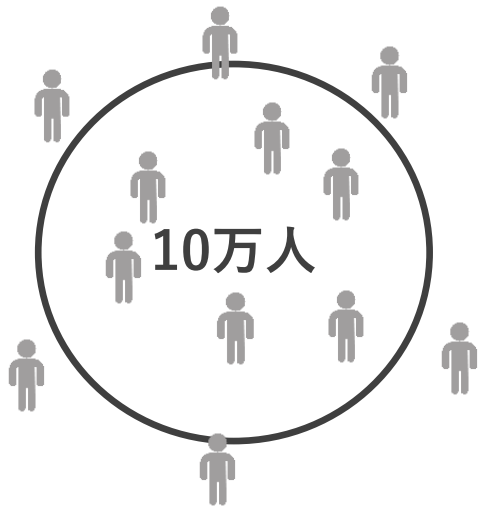


出店戦略　空白地域への積極出店

地方都市の空白エリアも強化　新潟モデルを全国へ

基本の出店基準

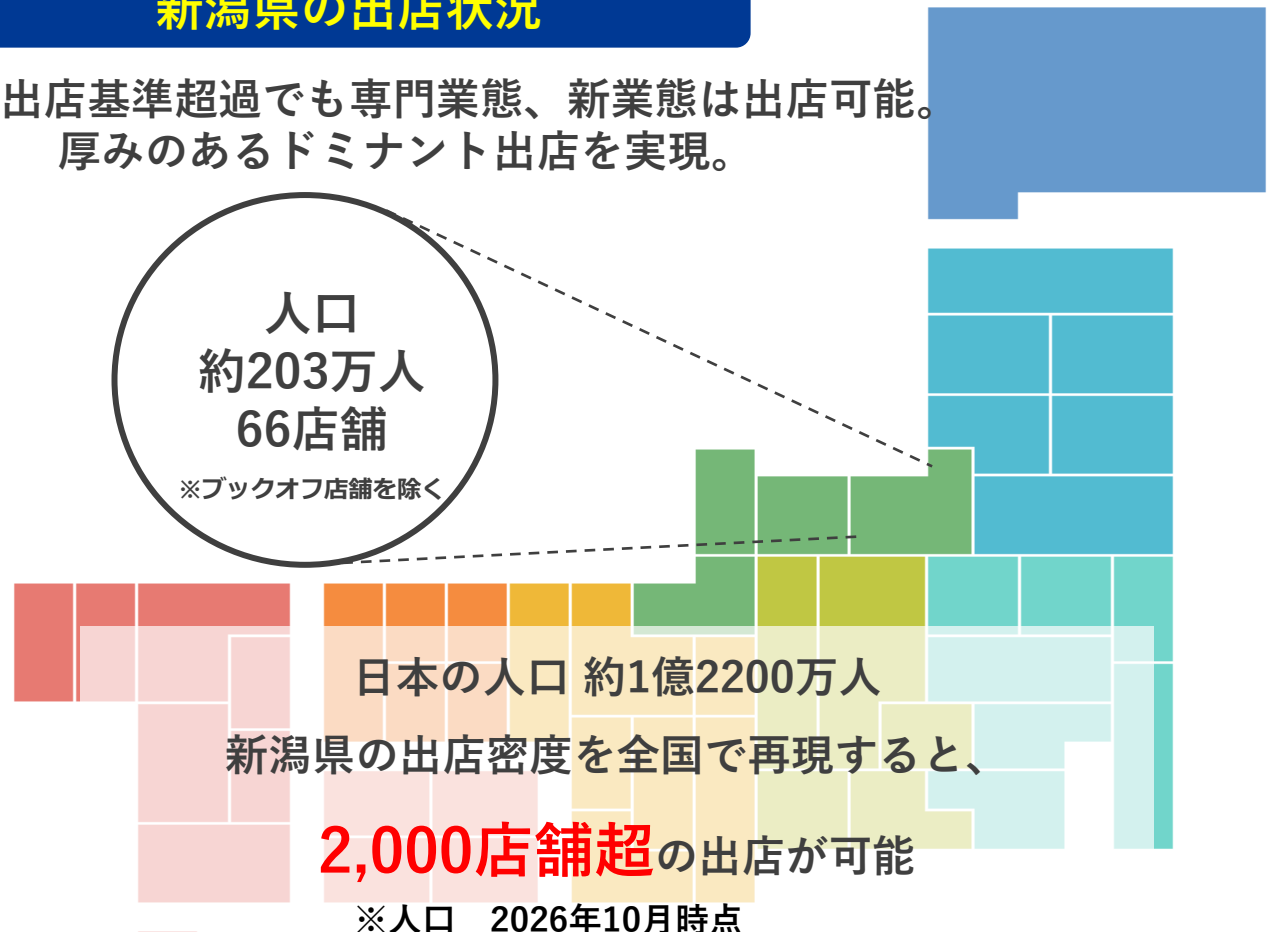
人口10万人に対し１店舗



10万商圏への出店を着実に実施し、
さらなる空白地域へ

新潟県の出店状況

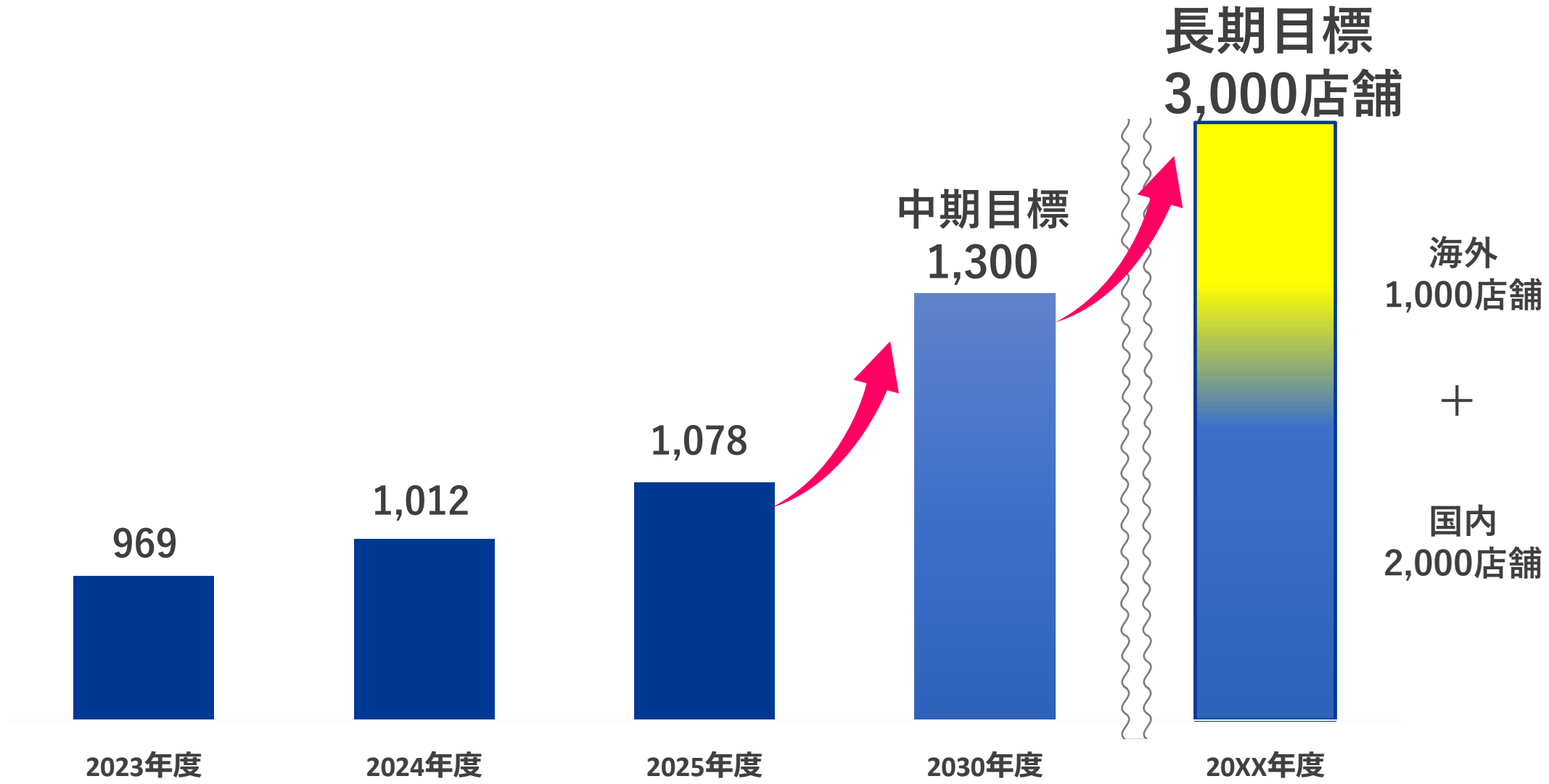
基本の出店基準超過でも専門業態、新業態は出店可能。
厚みのあるドミナント出店を実現。



■M＆Aによる店舗拡大も検討・実施

出店戦略　グループ店舗数 中・長期目標

中期目標2030年度 1,300店舗、長期目標3,000店舗突破を目指す



出店戦略　トピックス

初のカメラ特化型業態を都内で出店





店舗名

ハードオフカメラ館　吉祥寺店
（ハードオフカメラかん　きちじょうじてん）

グランドオープン日

２０２６年８月２８日（金）

■コンセプト
「オーディオ」「楽器」「工具」「パソコン」専門店に続く
カメラに特化した店舗。カメラ本体だけでなく、三脚やバッグなど、
周辺用品も取り揃え、併せて腕時計も取り扱いしています。

■出店の狙い
スマホとは異なる写真表現を楽しむ若者など、幅広い撮影、
配信ニーズに対応。
長年カメラを愛用するアマチュアからライト層までをターゲット
として取り込みます。

デジタル戦略　“Re”NK CHANNEL（リンクチャネル）

リアルとデジタルすべてのチャネルを連携し、スムーズで快適な購買体験を提供。
ネットでも親切・ていねい・温かみ・笑顔を大切にし、新しい小売業の形をつくる。

ネット販売　オフモール



宅配買取





ハードオフ公式アプリ



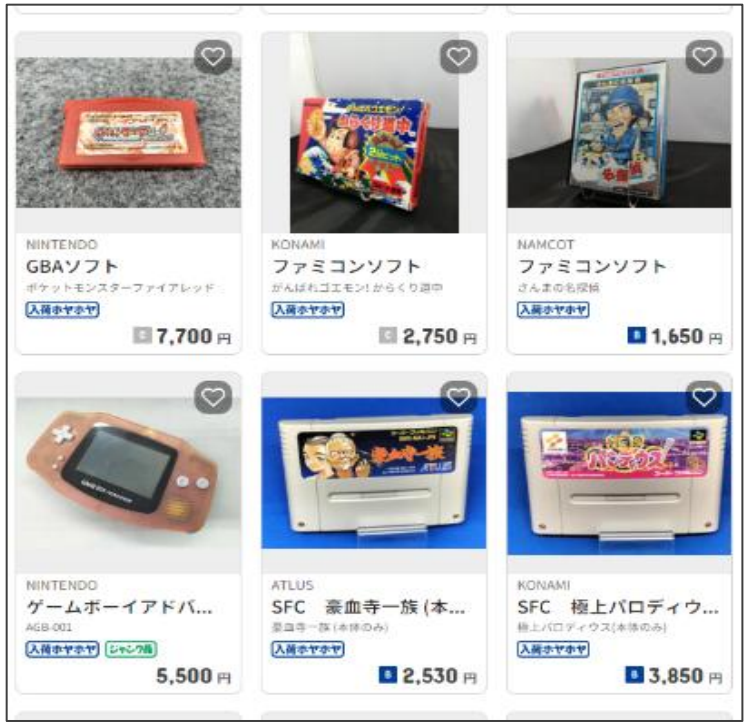
オファー買取



デジタル戦略　オフモール

全国のグループ店舗の商品を購入できる独自のECサイト





■定期的に特集を組み人気ジャンルの商品をアピール

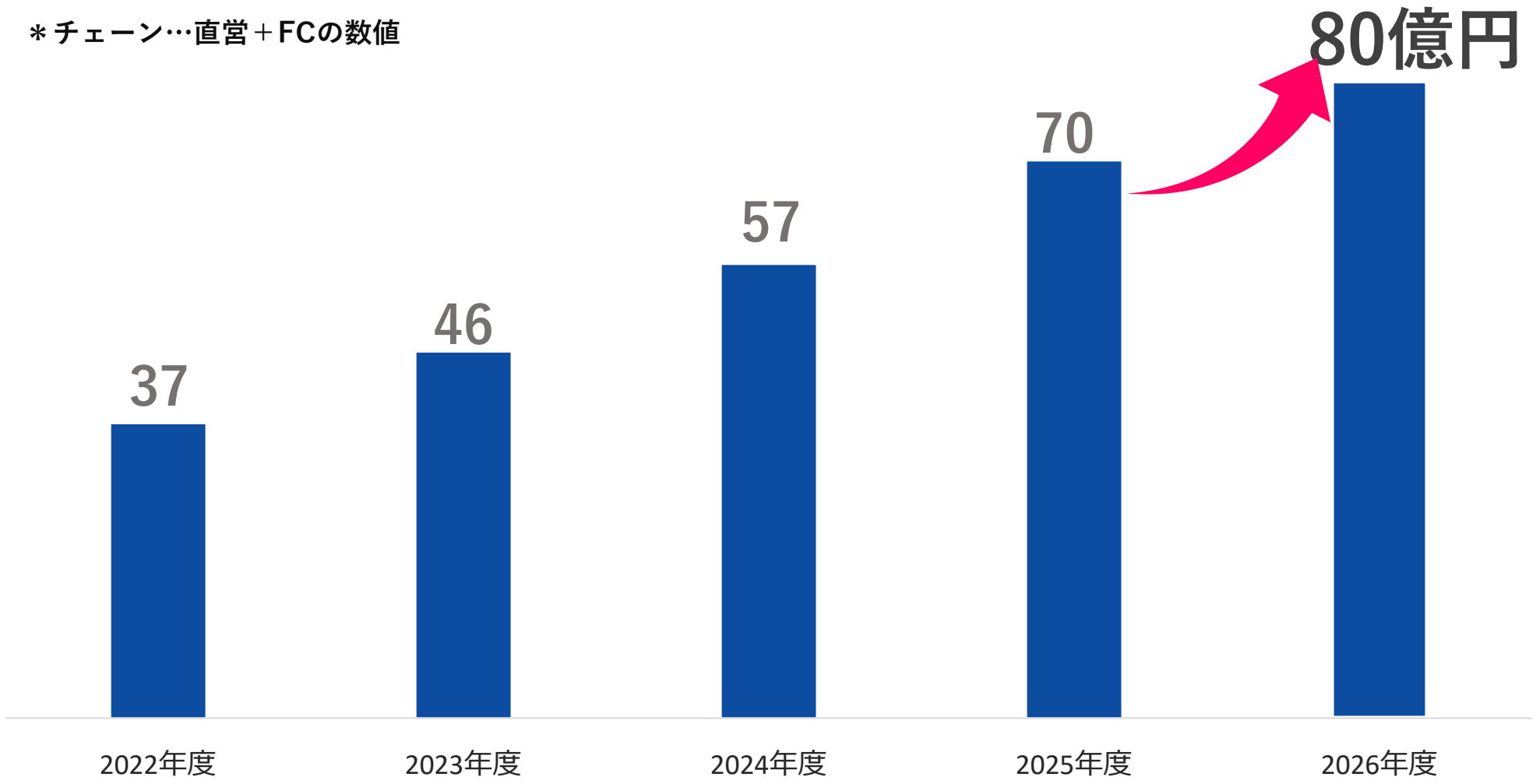
■ジャンク品から高額ブランド品まで幅広い品ぞろえ

■商品は随時更新、リアル店舗に来店するような温かみのあるお買い物体験を目指す

デジタル戦略　EC（オフモール）　年間チェーン売上目標

2026年度　年間チェーン売上　80億円　を目指す

＊チェーン…直営＋FCの数値



デジタル戦略　オファー買取アプリ

不要品を出品すると店舗から買取のオファーが届く





ストア高評価を維持

App Store
4.5
★★★★½

Google Play
4.2
★★★★½

オファー買取の流れ

①不要品の写真を撮影し、ブランドやコンディションを入力

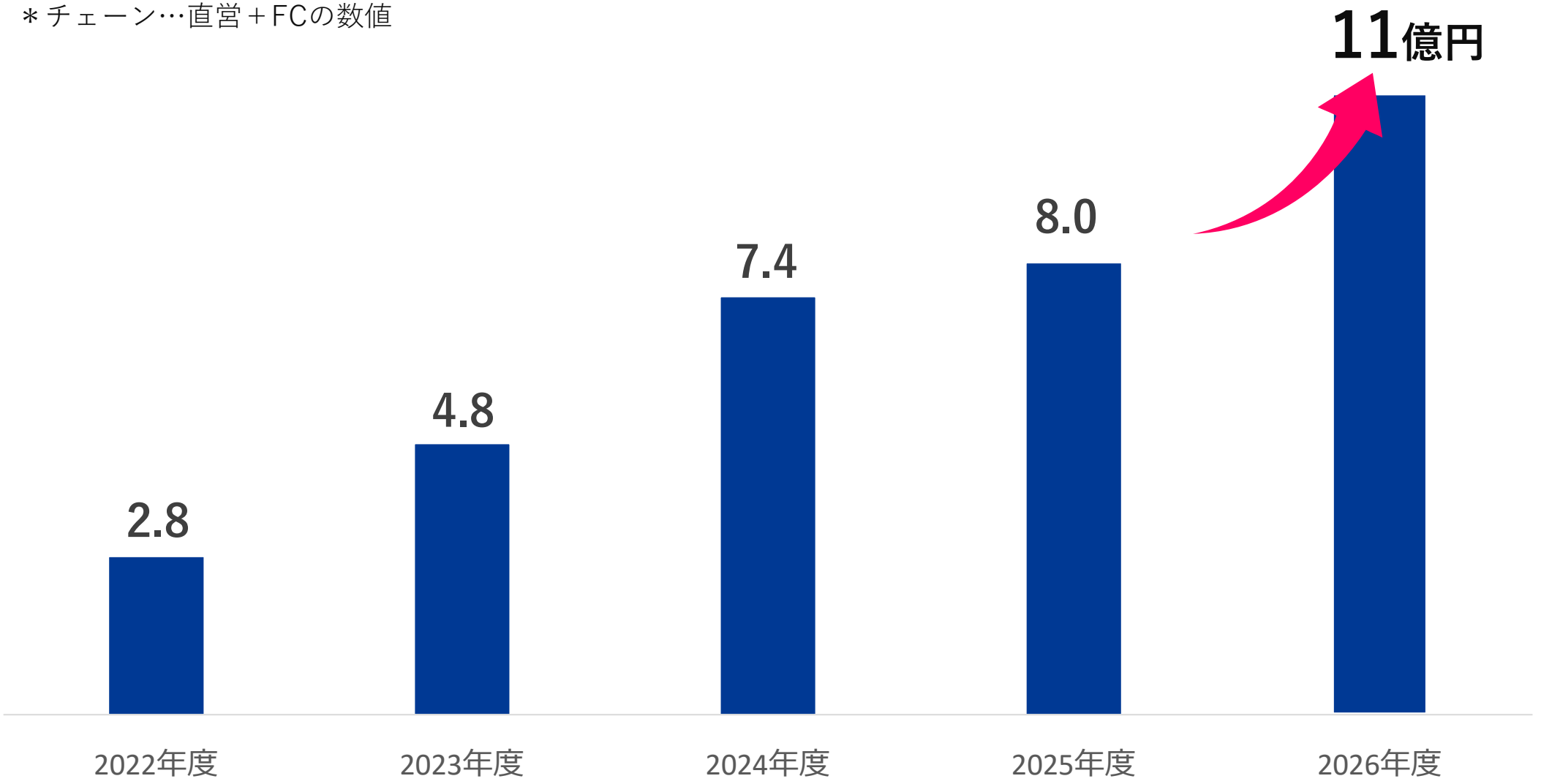
②全国のハードオフグループ店舗から買い取り金額のオファーが届く

③受けたいオファーを選び、宅配買取の依頼をする

デジタル戦略　オファー買取　年間チェーン成約金額目標

2026年度 オファー年間成約金額　11億円　を目指す

＊チェーン…直営＋FCの数値



デジタル戦略　ハードオフ公式アプリ

会員証・店舗検索・EC等コアユーザー向け機能を実装





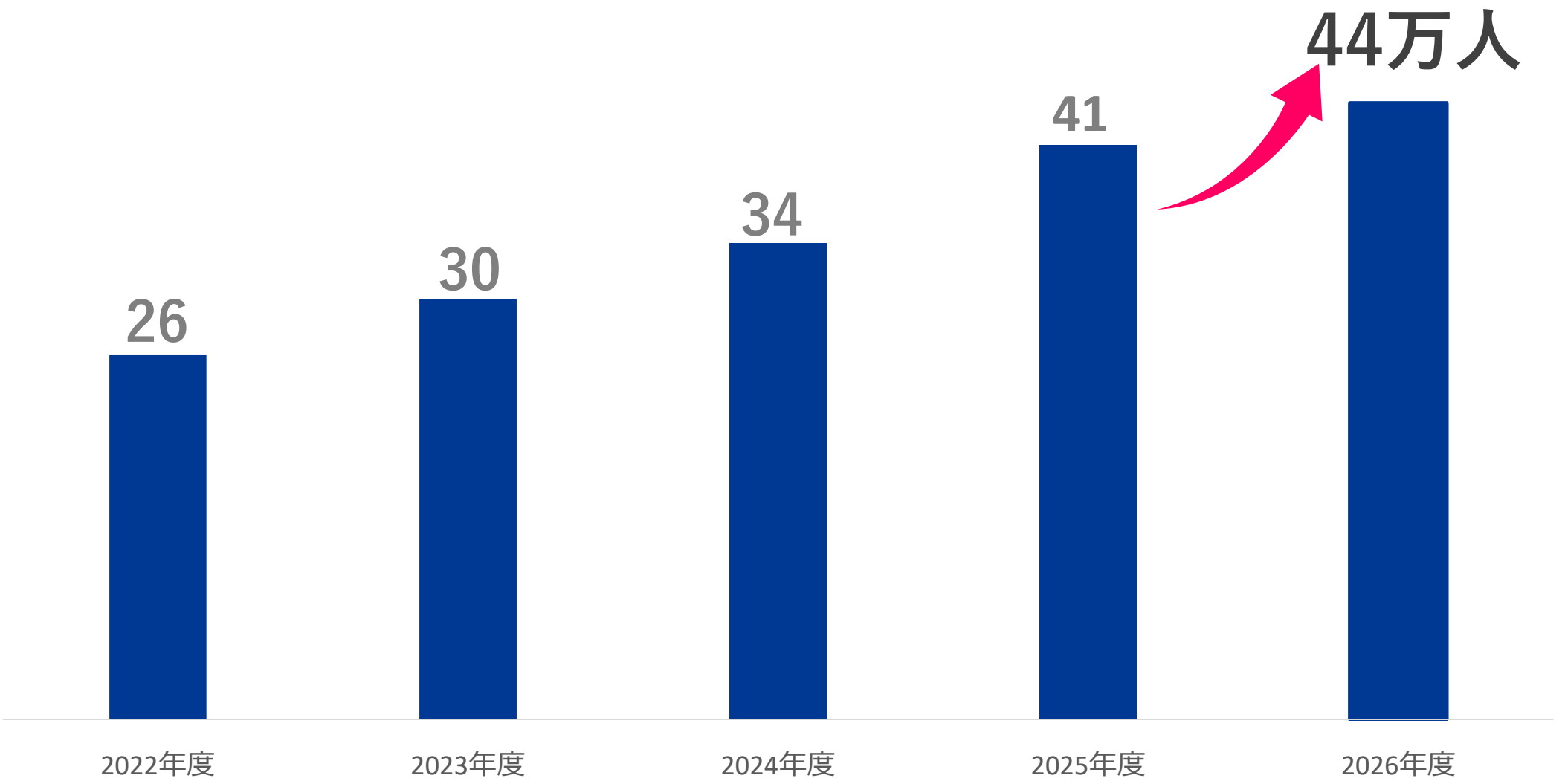
ストア高評価を維持

App Store
4.5
★★★★½

Google Play
4.4
★★★★½

デジタル戦略　公式アプリ月間利用者数（MAU）目標

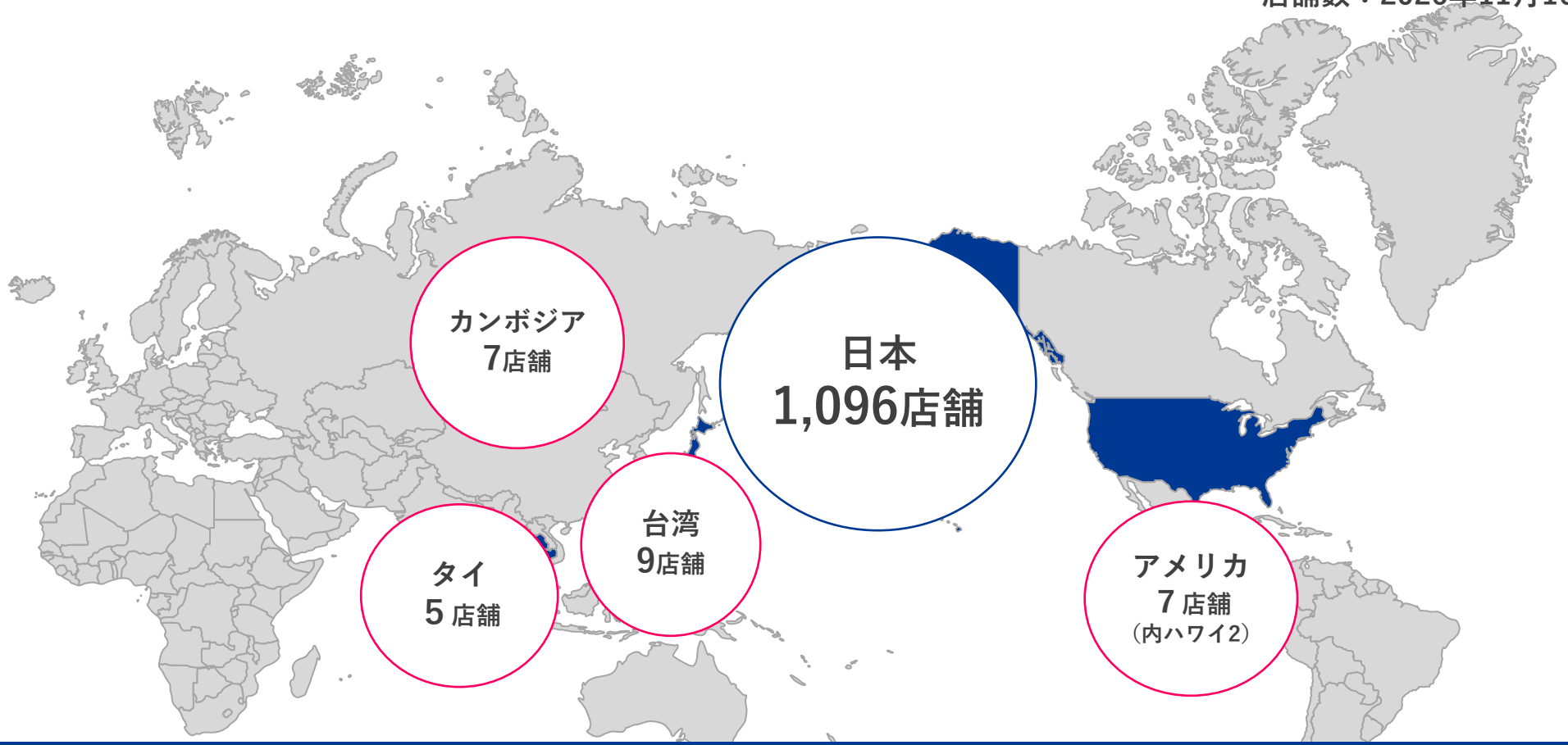
2026年度　月間利用者数　44万人を目指す



海外戦略　海外への出店

海外でグループ店舗　28店舗　を出店

店舗数：2026年11月16日時点



グローバル事業部新設により、海外への出店を加速。
中長期目標として海外1,000店舗を目指し、
世界中でリユースを通じて循環型社会の構築に貢献する。

海外戦略　アメリカ

ECO TOWN SELECT　Irvine店をオープン







店舗名

ECO TOWN SELECT　Irvine店
（エコタウンセレクト　アーバインてん）

グランドオープン日

2026年11月20日（金）

■アメリカ国内７店舗目の出店

■店舗コンセプト

・アーバインエリアはアジア系住民が多く、オフィス・集合住宅が密集し集客が見込めるエリア。

・ハイブランドバッグ、ブランドアパレル、時計、貴金属、アクセサリーなどのラグジュアリーアイテムに特化した店舗です。

中期経営計画（３か年計画）の前提

直営＋FC合計で年間　約50店舗　の純増を計画

運営形態	項目	2027/3期	2028/3期	2029/3期
直営店	既存店売上高前期比	+4%	+3%	+3%
	店舗数純増	+36	+30	+30
ＦＣ店	店舗数純増	+21	+20	+20
合計	店舗数純増	+57	+50	+50
	期末店舗数	1,135	1,185	1,235

中期経営計画（３か年計画）

経常利益率は10%、ＲＯＥは13%超を目指す

（百万円）	2026/3期（昨年度） 実績	2027/3期（今年度） 計画	2028/3期 計画	2029/3期 計画
売上高	39,276 （+17.1%）	45,700 （+16.4%）	49,800 （+9.0%）	53,800 （+8.0%）
経常利益	3,489 （+2.5%）	4,100 （+17.5%）	4,700 （+14.6%）	5,400 （+14.9%）
経常利益率	8.9% （▲1.2%p）	9.0% （+0.1%p）	9.4% （+0.4%p）	10.0% （+0.6%p）
当期純利益	2,519 （+8.9%）	3,300 （+31.0%）	2,900 （▲12.1%）	3,400 （+17.2%）
ＲＯＥ	13.1% （▲0.1%p）	15.5% （+2.4%p）	12.5% （▲3.0%p）	13.6% （+1.1%p）

※2028/3期当期純利益減益は、2027/3期1,160百万円の特別利益計上の反動によるものです。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

現状認識	○当社の株主資本コストは概ね6～7%程度と認識（CAPMベース） ○ROEは、24/3期13.0%、25/3期13.2%、 26/3期13.1%と資本コストを上回り推移 ○PBRは、26/3期末1.3倍。

	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期
ROE	7.8%	11.4%	13.0%	13.2%	13.1%
PBR（倍）	0.8	1.2	1.4	1.4	1.3

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

今後の取り組み

○収益性の強化
　高収益のリユース事業に特化し、中期計画における４つの戦略の
　着実な実行により事業拡大を図る。
　収益性と効率性を高め、経常利益率・当期純利益率向上。

○株主還元
　ＤＯＥ（連結純資産配当率）６％程度を目安に
　業績に裏付けされた安定的かつ持続的な配当を実施。

○IR活動の更なる充実
　機関投資家との積極的な対話。
　英文開示の充実。

資本コストに見合うROEの維持・向上を目指す（29/3期 目標13%超）

参考：売上高・経常利益・店舗数推移（連結）

	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期
売上高　（百万円）	24,507	27,040	30,105	33,531	39,276
経常利益（百万円）	1,668	2,510	2,990	3,403	3,489
経常利益率	*6.8%*	*9.3%*	*9.9%*	*10.1%*	*8.9%*
店舗数	914	931	969	1,012	1,078
直営店舗数	396	408	430	450	545
ＦＣ店舗数	518	523	539	562	533

1 2027年３月期 第２四半期（中間期）決算概要

2 2027年３月期 通期の見通し

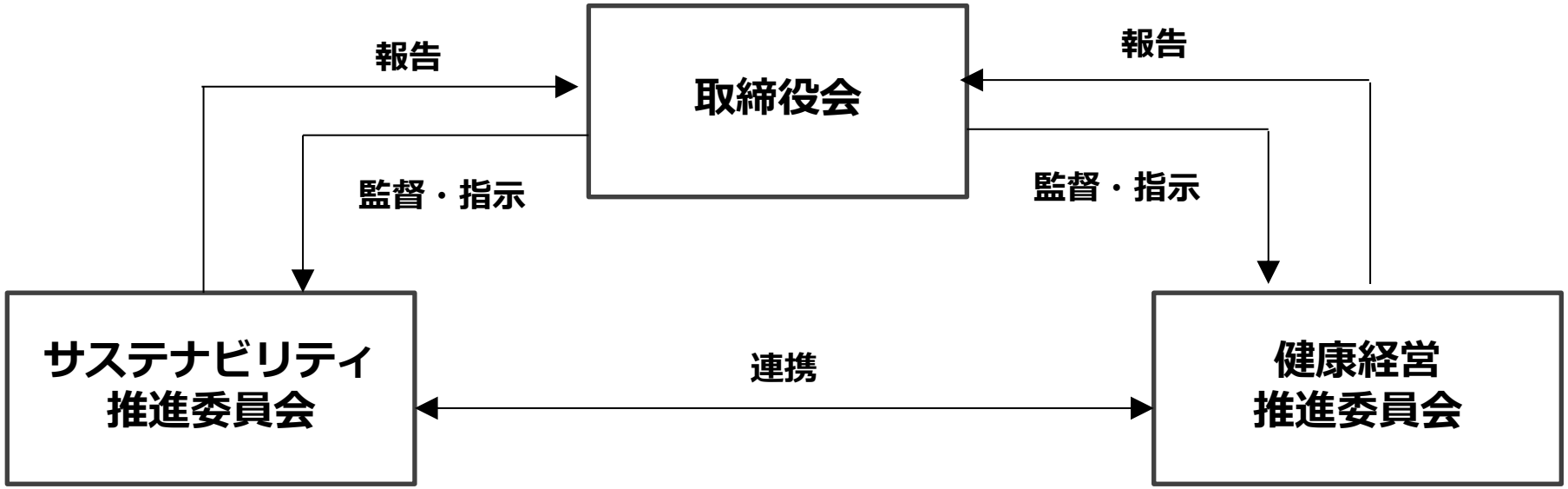
3 中期経営計画

4 サステナビリティへの取り組み

サステナビリティへの取り組み　基本方針

当社グループは、リユースビジネスを通じて、廃棄物や温室効果ガス排出量の削減など、
社会・環境課題の解決にグループ一丸となって取り組み、エコロジーとエコノミーが
共生する社会の実現に貢献してまいります。

また、その担い手である社員・スタッフが笑顔で元気に活躍し、
50年安心して働くことのできる会社を目指し、
健康経営をはじめとした人的資本の強化に取り組んでまいります。



サステナビリティへの取り組み　リユース事業

本業であるリユースを通じてＳＤＧｓの達成に貢献します





リユース事業

リユースショップを日本全国・海外で展開。
物の再利用＝リユースを促進することで
廃棄物を減らし、環境保護に貢献。

ハードオフグループでの買い取りにより
新品を製造した場合に比べ
69,850 t　のCO_2削減に貢献

リユース事業による年間CO_2排出削減量（2025年度）※

品目	CO_2排出削減量（t）
家電６品目	27,054
家具	21,847
衣料品	12,836
ゴルフクラブ	150
タイヤ	200
ホイール	2
CD・DVD	409
書籍	7,353
合計	69,850

※ハードオフグループ店舗での主要13品目
2025年度買い取り点数を元に当社にてチェーン数値を試算
参考
・環境省「平成22年度使用済製品等のリユース促進事業研究会報告書」
・「3R原単位の算出方法」
・「光ディスクの計算方法について」
・排出量単位データベース　Ver3.2」
・「タイヤのLCCO2算定ガイドラインVer3.0.1
・日本自動車タイヤ協会及び排出原単位データベース」

サステナビリティへの取り組み　気候変動への対応

気候変動に関する取り組み

当社グループではリユースビジネスを通じて「リユース＝モノ」の再利用を促すことで、
温室効果ガス排出量の削減に貢献してまいりました。
脱炭素社会への移行に向けて、リユースのリーディングカンパニーとして
更なる貢献を果たしていくため、温室効果ガスの排出量を
2013年度と比べて、2030年度までに70%削減（売上高１億円当たり）し、
2050年度までにカーボンニュートラルを目指してまいります。

■CO_2排出量実績

	2013年度実績 （t-CO_2e）	2025年度実績 （t-CO_2e）	2013年度比
Scope1	680	748	＋10.0%
Scope2	8,349	9,166	＋9.8%
合計	9,029	9,914	＋9.8%
売上高１億円当たり	70.1	28.0	▲60.0%

サステナビリティへの取り組み　人的資本への投資

人的資本への投資に関連する取り組み

①人財育成方針

人財育成については、「ハードオフ理論30ヶ条」において
「企業は人財が全て～人財育成は、あらゆる業務より優先させよう～」を掲げており、最重要な経営課題と位置付け。
また、持続的成長に向け多様性の確保は不可欠との考えから、性別、国籍、年齢、新卒・中途採用の別に関わらず、
能力・適性に応じた採用、管理職登用を行う。

②社内環境整備方針

以下の３点を目指すべき会社像として掲げ、社員のエンゲージメント向上に向けた各種制度の整備などに取り組む。

1　家族を大切にできる会社

2　50年安心して働くことができる会社

3　幸せを感じられる会社

サステナビリティへの取り組み　人的資本への投資

社員の働きやすさを考えた制度を拡充・新設

転勤制度見直し

満30歳を迎えた翌年度から転勤エリアを限定
→社員がライフプランを立てやすくなると共に地域に根差した店舗運営を実現

マイホーム祝金新設

自己、もしくは配偶者との共同名義で初めて住居を取得する勤続５年以上、
かつ60歳までの正社員に100万円を支給
→安心して生活を送るための拠点となる家を持つことで、心身ともに健康で仕事に良い影響をもたらせるように

2025年度までの祝金取得者　１４名

年間休日数の増加

2025年4月より年間休日数を10日間増加（105日⇒115日）
→適切な休養を取ることで心身のバランスを整え、元気に働けるように配慮する

育休復帰祝金

2024年4月1日より、１か月以上の育児休暇を取った社員に、休業前の手取額と国の給付金との差額を復帰後に支給
→育児休業を100％取得し、かつ取得後も全員に復帰してもらうねらい

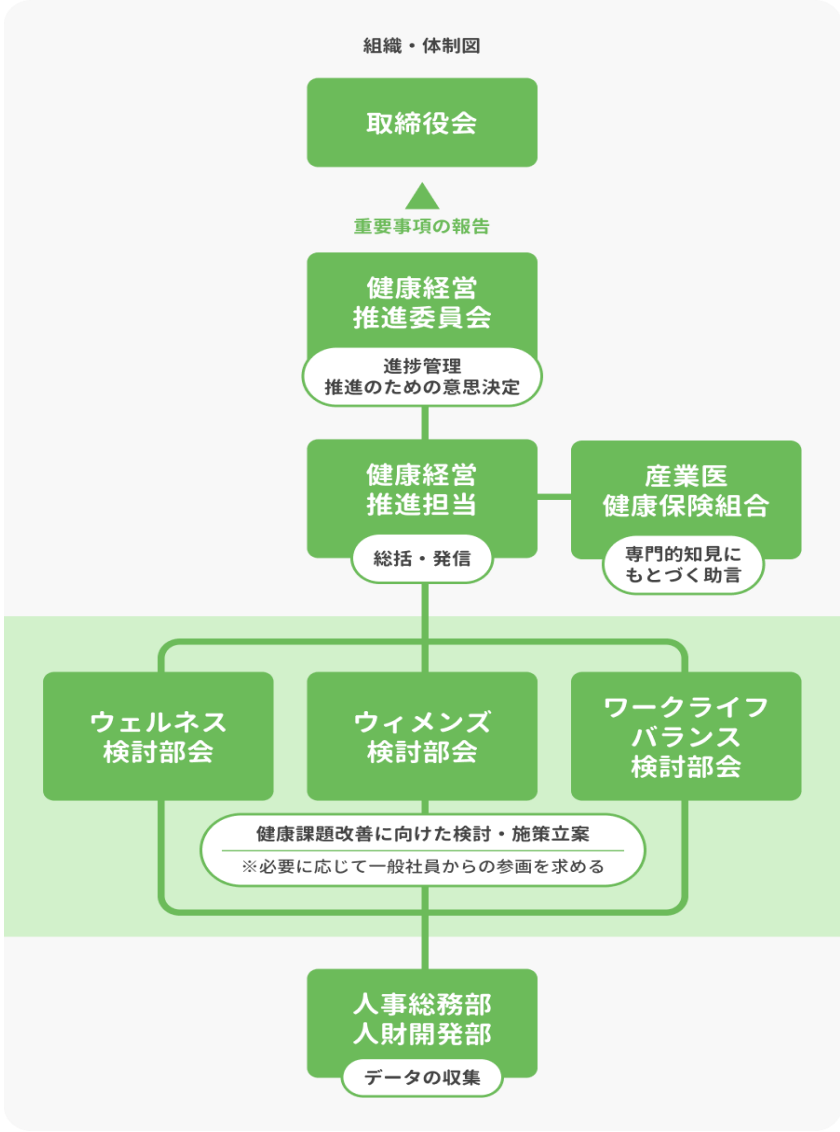
サステナビリティへの取り組み　人的資本への投資（健康経営）

健康経営に取り組み、社員・スタッフの心身をサポート

ハードオフ健康経営宣言

ハードオフグループは、
リユースビジネスを通して、
SDGｓの大きな基盤となっている
環境保全に貢献していきながら、
その担い手である社員・スタッフが
心身ともに健康で、元気に笑顔で
働くことができるよう積極的にサポートし、
全社一丸となって持続可能な社会の実現を目指します。

社長を委員長とした健康経営推進委員会を立ち上げ、
定期的に課題を共有し、取り組みを検討しています。
重要な事項については取締役会で報告をしております。



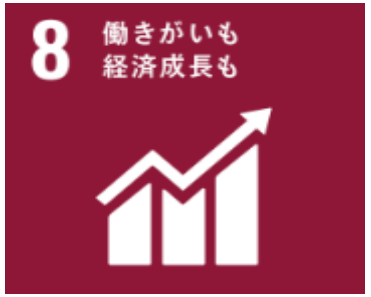
サステナビリティへの取り組み　人的資本への投資（健康経営）

健康経営優良法人2026に認定

経済産業省から４年連続で健康経営優良法人2026（大規模法人部門）に認定。
引き続きホワイト500を目指し取り組む。









今期重点取り組み

・メンタルヘルスに関する取り組みを通して社員・スタッフの心の健康を支える
・喫煙率低下に向けた取り組みを実施する
・女性の健康保持、増進に向けた取り組みを通して働きやすい環境を整える

サステナビリティへの取り組み　その他

本業以外でのＳＤＧｓに関連する取り組み



HARDOFF ECO スタジアム新潟
2009年より新潟県立野球場のネーミングライツを取得。
日本一環境に優しい球場を目指し、地域社会に貢献。



リユースカップ
Ｊリーグアルビレックス新潟のエコロジースポンサーとしてデポジット式リユースカップの運営をサポート。





アーチェリー大会
年に１回、「HARDOFF ECO スタジアム新潟」の無料使用権を活用し、障碍者スポーツ大会を兼ねたアーチェリー大会を開催。

株式会社ハードオフコーポレーション
https://www.hardoff.co.jp/

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報およ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。

ＩＲに関する問い合わせ先

株式会社ハードオフコーポレーション

専務取締役社長室長兼経営管理本部長　　長橋　健

E-mail : ir-info@hardoff.co.jp