



2026 年 10 月 9 日

各位

会 社 名 株式会社 チ ヨ ダ
代表者名 代表取締役社長執行役員 町野 雅俊
(コード番号 8185 東証プライム市場)
問合せ先 取締役常務執行役員管理本部長 井上 裕一郎
(TEL. 03-5335-4134)

特別損失（減損損失）の計上、第 2 四半期（中間期）業績予想（連結・個別）と実績値との差異及び
通期業績予想（連結・個別）の修正に関するお知らせ

当社は、2027 年 2 月期第 2 四半期（中間期）において、特別損失（減損損失）を計上いたしました。

また、2026 年 4 月 10 日に公表（2026 年 5 月 1 日訂正開示分を含む。以下同じ。）しました 2027 年 2 月期第 2 四半期（中間期）業績予想（連結・個別）と、本日公表の実績値に差異が生じたので、下記のとおりお知らせするとともに、最近の業績動向を踏まえ、2026 年 4 月 10 日に公表しました 2027 年 2 月期通期業績予想（連結・個別）について、下記のとおり修正いたしましたのでお知らせします。

1、特別損失（減損損失）の計上

固定資産及び店舗等に係る固定資産の一部において「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき、減損損失や退店に伴う損失など特別損失を 2027 年 2 月期第 2 四半期（中間期）において、（連結・個別）359 百万円を計上いたしました。

2、2027 年 2 月期第 2 四半期連結業績予想と実績値との差異（2026 年 3 月 1 日～2026 年 8 月 31 日）

	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)	経常利益 (百万円)	親会社株主に帰属 する中間純利益 (百万円)	1 株当たり 中間純利益 (円)
前回発表予想 (A)	42,800	1,500	1,700	1,250	36.34
実績値 (B)	40,511	557	851	130	3.84
増減額 (B - A)	△2,288	△942	△848	△1,119	—
増減率 (%)	△5.3	△62.8	△49.9	△89.6	—
(ご参考) 前中間実績 (2026 年 2 月期第 2 四半期)	41,830	1,379	1,494	921	26.46

2027 年 2 月期第 2 四半期個別業績予想と実績値の差異（2026 年 3 月 1 日～2026 年 8 月 31 日）

	売上高 (百万円)	経常利益 (百万円)	中間純利益 (百万円)	1 株当たり 中間純利益 (円)
前回発表予想 (A)	41,600	1,700	1,250	36.34
実績値 (B)	39,304	935	216	6.38
増減額 (B - A)	△2,295	△764	△1,033	—
増減率 (%)	△5.5	△45.0	△82.7	—
(ご参考) 前中間実績 (2026 年 2 月期第 2 四半期)	40,808	1,346	842	24.18

3、2027年2月期通期連結業績予想の修正（2026年3月1日～2027年2月28日）

	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)	経常利益 (百万円)	親会社株主に帰属 する当期純利益 (百万円)	1株当たり 当期純利益 (円)
前回発表予想（A）	82,500	1,400	1,700	1,100	31.98
今回修正予想（B）	80,200	460	860	10	0.29
増減額（B－A）	△2,300	△940	△840	△1,090	－
増減率（％）	△2.8	△67.1	△49.4	△99.1	－
（ご参考）前期通期実績 （2026年2月期）	81,377	1,090	1,508	237	6.91

2027年2月期通期個別業績予想の修正（2026年3月1日～2027年2月28日）

	売上高 (百万円)	経常利益 (百万円)	当期純利益 (百万円)	1株当たり 当期純利益（円）
前回発表予想（A）	80,000	1,600	1,050	30.53
今回修正予想（B）	77,700	840	30	0.88
増減額（B－A）	△2,300	△760	△1,020	－
増減率（％）	△2.9	△47.5	△97.1	－
（ご参考）前期通期実績 （2026年2月期）	78,934	1,144	14	0.43

4、修正の理由

（連結業績予想）

今回の連結業績予想の修正は、主に当社個別の業績によるものであり、以下では当社個別の業績動向および取組みを中心に、連結業績への影響を説明いたします。

上半期は、客数の回復と客単価の向上による売上拡大に向け、PB商品の強化、スパットシューズの対象顧客層の拡大、集客・来店促進、EC（デジタル）の強化などに取り組みました。スパットシューズの売上高は前年同期比135.5%、（デジタル）売上高は同131.5%と伸長しました。一方、創業90周年を記念した大型感謝セールや、QRコード決済、自社アプリポイントの還元等、当初計画していた販売促進施策を実施したものの、客数を計画水準まで引き上げるには至りませんでした。このため、追加の販売促進施策として値引き販売等を実施しました。また、こうした販促施策の効果を売上につなげるための商品面の準備も十分ではなく、顧客層の拡大を意識した商品構成の整備にも課題が残りました。これらにより、既存店の客数は前年同期比100.0%の計画に対して98.1%、客単価は同103.5%の計画に対して99.9%となり、いずれも計画を下回りました。この結果、上半期の連結売上高は40,511百万円となり、前回発表予想を2,288百万円下回りました。

利益面では、当初の売上計画に基づき仕入れを進めたものの、売上高が計画を下回ったことから在庫が増加しました。これに対応して在庫消化を進めるため、値引き販売や自社アプリポイントの還元等を実施したことで、値引率が計画を上回り、連結売上総利益率は計画の48.0%に対して46.8%となり、1.2ポイント下回りました。この結果、売上総利益は18,976百万円となり、計画を1,576百万円下回りました。販管費は各種費用の抑制により計画を633百万円下回りましたが、売上総利益の減少を補うには至らず、連結営業利益は557百万円となり、前回発表予想を942百万円下回りました。

営業外損益については、為替差益や受取利息等の営業外収益が寄与し、営業利益の計画差異を一部補いました。この結果、連結経常利益は851百万円となり、前回発表予想を848百万円下回りました。

また、減損損失等の特別損失の計上に加え、法人税、住民税及び事業税は下回ったものの、繰延税金資産の取崩しにより、法人税等調整額の影響もあったことから、親会社株主に帰属する中間純利益は130百万円となり、前回発表予想を1,119百万円下回りました。

下半期については、足元の業績に改善が見られる中、上半期の実績を踏まえ、販売促進施策の実施効果を検証しながら、施策内容や実施方法を見直してまいります。創業 90 周年施策についても継続して実施しますが、対象商品や実施時期、値引き内容等を見直したうえで実施します。あわせて、d ポイントの導入などによる来店促進や、営業体制の再編による店舗支援の強化を進めます。商品面では、価格帯ごとの役割を明確化し、低価格戦略商品の訴求と付加価値商品の拡充・販売強化を進めることで、客単価の向上を図ります。また、新たな顧客層への訴求を意識した商品構成の整備を進め、集客施策と商品施策を連動させることで、来店客数の回復につなげてまいります。また、上半期に増加した在庫については前年水準まで低減しており、値引き施策の見直しや販売動向に応じた仕入れの適正化を進めることで、売上総利益率の改善を見込んでおります。あわせて、引き続き経費の抑制に取り組めます。

これらの取組みを踏まえ、下半期の業績計画は据え置き、既存店の客数を前年同期比 100.0%、客単価を同 103.5%と見込んでおります。通期の連結業績予想については、上半期の実績を反映し、上記のとおり修正いたします。

この時期での公表になった経緯といたしまして、過去の趨勢では通期業績予想の判断が難しい状況にあり、第 2 四半期（中間期）が終了した時点での実績を確認した上での発表となりました。

（注）上記の業績予想は、本資料の発表時点において収集可能な情報に基づいて作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因によって予想数値と異なる可能性があります。

以上