2026 年 11 月 13 日

各　　位

会　　社　　名　　株 式 会 社 ダ イ イ チ
代　表　者　名　　代表取締役社長　若園　清
（コード 7643：東証スタンダード、札証）
問　合　せ　先　　常務取締役管理本部長　西崎　進
（TEL：0155－38－3456）

中期経営計画策定に関するお知らせ

当社は、本日開催の取締役会において、2027 年 9 月期から 2029 年 9 月期を対象とする「中期経営計画」を策定しましたので、下記の通りお知らせいたします。なお、計画に関しては、経営環境の変化等に応じて毎年見直しを行い、ローリングしていく方針です。

1. 中期経営計画の概要

対象期間

2027 年 9 月期から 2029 年 9 月期まで（3 カ年計画）

(1) 基本方針

『選ばれ続ける価値への挑戦、地域と共に未来へ』

趣旨：**地域(全てのステークホルダー)に選ばれ続ける価値の創造・確立に挑戦し、地域(全てのステークホルダー)と共に、輝かしい未来を目指します**。

(2) 位置付け

社是である「お客様の普段の食生活のお役に立つ」の精神に立ち返り、前中期経営計画の基本方針である「普段の食生活を通じて、地域を笑顔に」を更に進化させ、**厳しさを増す経営環境下においてもお客様の支持を獲得し続けられる**よう、全てのステークホルダーにとっての**「ダイイチ価値」の強化、創造、確立に挑戦し続ける３年間**とします。

(3) 主なステークホルダー別の戦略の方向感

ステークホルダー	強化、創造、確立すべき価値	主な戦略の方向感 （詳細は、別添資料をご参照願います）
お客様	商品価値	・品質、鮮度、適量、適正価格、美味しさへの飽くなき拘り ・地元産品の活用強化(魅力発信、磨き上げ、掘り起こし)
	店舗価値	・より魅力ある、常に新しい価値を提供する店づくり ・店舗改装による活性化
	利便性価値	・新規出店 ・DX 推進、デリバリーサービス強化検討
	ブランド価値	・継続的な IR 情報等の発信強化、企業 CM の刷新

ステークホルダー	強化、創造、確立すべき価値	主な戦略の方向感 （詳細は、別添資料をご参照願います）
地　域	サステナ価値	・環境保全への取組み強化 ・地域活性化への取組み強化
従業員	個人価値 職場価値 組織価値	・人材育成制度の拡充 ・多様な人材の活用 ・福利厚生制度の拡充
株　主	企業価値	・収益性の向上 ・高い安全性の構築 ・株主還元強化

(4) 主な経営指標

経営指標	2026年9月期 実績	2027年9月期 目標	2028年9月期 目標	2029年9月期 目標
売上高(億円)	619	630	650	670
EBITDA(百万円)(注)	2,561	2,300	2,300	2,400
来店客数（千人）	23,765	24,000	25,000	25,500

(注)EBITDA＝営業利益＋減価償却費

2. その他

詳細につきましては、別添資料をご参照願います。

以上

ダイイチ

中期経営計画

対象期間：2026年10月～2029年9月

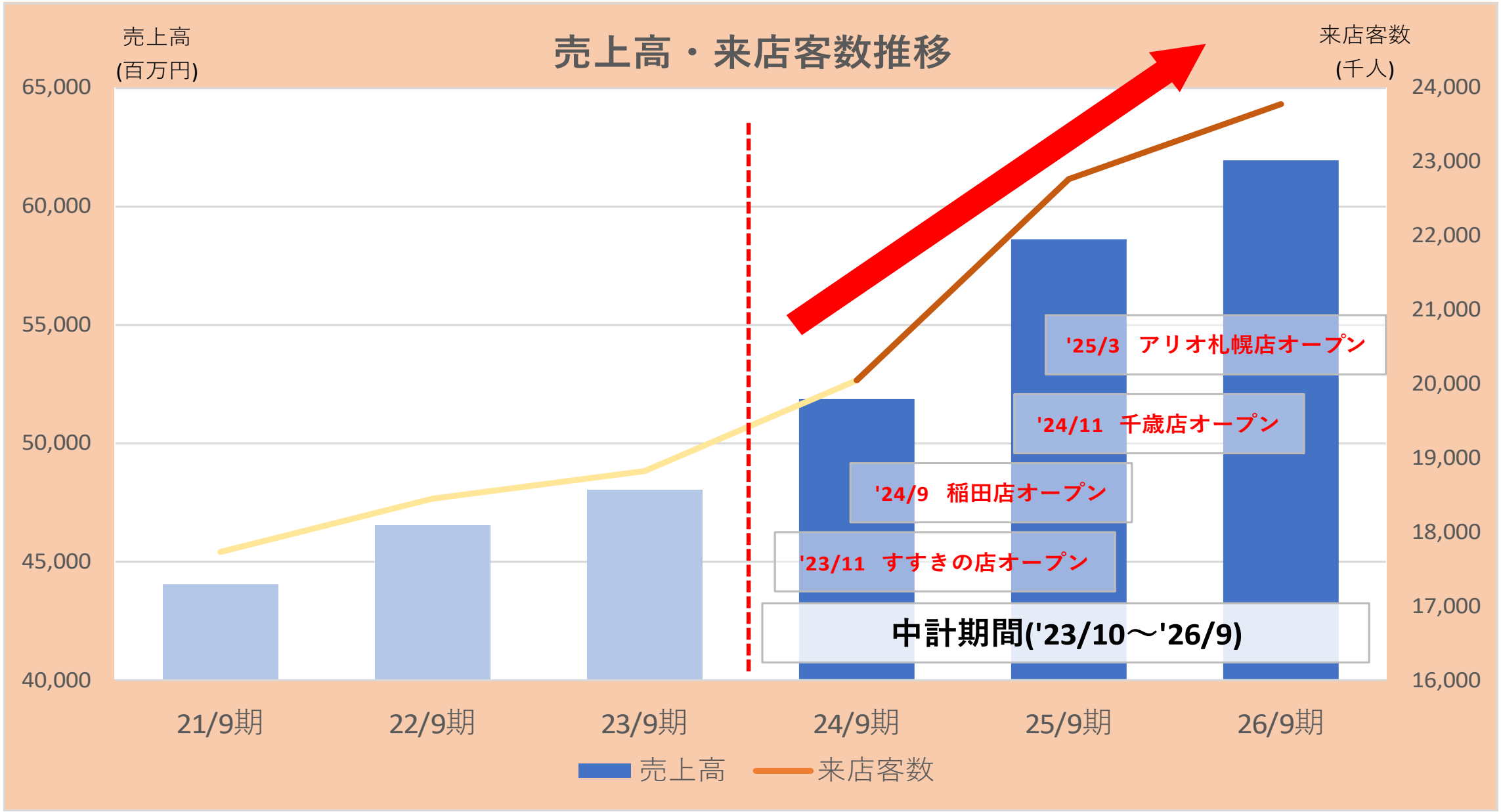
前中期経営計画(2023年10月～2026年9月)の総括

Ⅰ．前中期経営計画(2023年10月～2026年9月)の総括

1．前中期経営計画のKPIの実績

KPI	2024年 9月期実績 (進捗状況評価)	2025年 9月期実績 (進捗状況評価)	2026年 9月期目標	2026年9月期実績 (進捗状況評価)
売上高	518億円 (○)	585億円 (○)	615億円	619億円(○) 前年度までにオープンした新店が寄与
来店客数	2,005万人 (○)	2,276万人 (○)	2,300万人	2,376万人(○) 前年度までにオープンした新店が寄与
当期純利益	1,424百万円 (○)	979百万円 (▲)	1,200百万円	250百万円(×) 減損計上の影響
投資＋財務キャッシュフロー対営業キャッシュフロー比率	97.4% (○)	117.3% (○)	計画期間中60%超	128.9%(○) 金利上昇を踏まえ、余剰資金を運用
CO_2排出量削減	0.228t-co_2/㎡ (△)	0.224t-co_2/㎡ (△)	売場面積当たり排出量 0.220t-co_2/㎡	0.216t-co_2/㎡(○) オフサイトPPMなどの取組みが寄与

2. 売上高、来店客数推移・・・期間中に営業規模を大きく拡大



3. 戦略分野別の主な取組み結果①

戦略分野	課題	主な取組結果
“お客様”を笑顔に	商品力の向上	・地域企業等とのコラボ商品やオリジナル商品の開発 ・・・’26年９月期までに43商品を開発 加えて、地元帯広農業高校とのコラボにより３商品を開発・販売 <主な開発商品>  ダイイチオリジナルブランド「Ms.Sweet」のシャインマスカット  地元企業とコラボしたカレー（北海道十勝発シリーズ）   美珍樓(帯広の名店)のたれを使用した帯広名物中華ちらし  中札内田舎どりを使用したお弁当 ・セブンプレミアム商品(セブンプレミアムゴールド、セブンザプライス含む)の拡充 ・・・’26年９月期までに約2,000アイテムに拡充。販売額は’26年9月期で前年比107.8%。 （うちセブンプレミアム同104.4%、セブンプレミアムゴールド同124.5%、セブンザプライス同137.7% → お客様ニーズの二極化に対応）
	お客様利便性の向上	・<u>中期経営計画の目標(３カ店)を上回る４カ店の出店を2年目で実現</u> ・すすきの店オープン・・・2023年11月 ・稲田店オープン(ｲﾄｰﾖｰｶﾄﾞｰ帯広店継承)・・・2024年9月 ・千歳店オープン・・・2024年11月 ・札幌アリオ店オープン(ｲﾄｰﾖｰｶﾄﾞｰ札幌ｱﾘｵ店継承)・・・2025年3月  アリオ札幌店の外観とオープン日の様子  千歳店のオープン日の様子  稲田店のオープン日の様子  すすきの店のオープン日の様子

3. 戦略分野別の主な取組み結果②

戦略分野	課題	主な取組結果
“従業員”、”地域”を笑顔に	労働環境改善、人財の強化・育成	・研修強化・・・’24年９月期から役職別、部門別研修等を強化 各種研修の開催数：’24年９月期は20回、’25年９月期は23回、’26年９月期は33回 ・女性管理職等の増強・・・中期経営計画期間中に2人の女性管理職を新たに登用したほか、 女性取締役(社外)を１名増員 ・処遇の改善・・・大幅ベースアップを３年連続で実施したほか、継続雇用者(嘱託社員)等の処遇を改善
	ESGへの取組み①	・環境保護・・・節水設備の導入、冷ケース入替やLED化等に加え、’25年９月期より店舗廃棄物のリサイクル(肥料化)を開始、「J-クレジット預金」(株式会社商工組合中央金庫の商品)を通じた森林保全への貢献、北海道電力株式会社等と太陽光発電によるオフサイトPPA契約を締結し、再生可能エネルギー事業に参画(‘26年４月より太陽光発電所が運転開始)、などに取組みました。



オフサイトPPAの概要



J-クレジット預金の概要

太陽光発電設備の状況



3. 戦略分野別の主な取組み結果③

戦略分野	課題	主な取組結果
“従業員”、”地域”を笑顔に	ESGへの取組み②	・ノーマライゼーションイベント・・・ｾﾌﾞﾝ&ｱｲ･ﾎｰﾙﾃﾞｨﾝｸﾞｽ等と共催 ・教育・・・地元小学校向けに食育イベント(ファイブ・ア・デイ)を継続的に開催したほか、職場体験学習にも積極的に協力 ・ノウフクイベント・・・農福連携(農業＋福祉)イベントを継続的に開催 ・自治体と連携した災害時の食料品の供給体制構築 ・・・各自治体と「災害時等における物資供給に関する協定」締結を進め、2025年12月の恵庭市との締結をもって、当社が営業拠点を設置している全ての市町(帯広市、 音更町、幕別町、旭川市、札幌市、恵庭市、千歳市)との締結を完了  ノウフクイベントの様子  音更町との協定締結式の様子  千歳市との協定締結式の様子  恵庭市との協定締結式の様子  旭川市との協定締結式の様子 ・移動スーパーとくし丸 ・・・日頃のお買い物にご不便されている方々に商品をお届けする「移動スーパーとくし丸」は、2025年９月に20台目が稼働開始 ・フードドライブ ・・・フードロス対策と社会福祉を目的とした「フードドライブ」事業を2025年10月より開始。 取扱店を 2026年9月末までに25カ店(すすきの店を除く全店)に拡大し、12,404点、2,575kgの飲食料品を各地域の社会福祉協議会等にお届けしました。  とくし丸20号車出発式の様子  フードドライブの受付窓口の様子

3. 戦略分野別の主な取組み結果③

戦略分野	課題	主な取組結果
“株主”を笑顔に	収益性の向上	・売上増と売上総利益率の改善（’25年9月期25.3%→’26年9月期25.4%)により、’26年9月期の売上総利益は前年比6.3%の増益 ・出店関連費用の減少などにより、’26年９月期の経常利益は前年比26.6%の増益 ・効率化の目的も兼ねたセントラルキッチンやプロセスセンターの導入などは、幅広く情報収集を進めるも実現には至らず
	株主還元強化	・増配の実施(下記の通り、増配を継続) →’24年９月期の配当は、5円の増配を実施し、年間で1株当たり30円に →’25年９月期の配当は、6円の増配を実施し、年間で1株当たり36円に →’26年９月期の配当は、4円の増配を実施し、年間で1株当たり40円を予定 →’27年９月期の配当は、6円の増配を実施し、年間で1株当たり46円を予定 ・中間配当の実施 →‘25年９月期から中間配当を実施 ・株主優待の改善 →‘25年９月期から優待内容を改善　(金額規模で2倍程度に拡大) ・自己株式の取得 →’24年９月期は119,100株、’25年９月期は75,400株を取得 ・資本収益性・資本コストを意識した取組みとして、 ’24年9月期は「営業キャッシュフロー」のほぼ全額(97%)を、’25年９月期は全額以上(117%)を、’26年９月期も全額以上(128%)を「投資活動」や「財務活動」に振り向けることができました。

4. 主な株式関係数値の推移・・・中計期間前と比較し、株価は２倍近く上昇

		中計開始前	中計終了時			
		23/9期末	**26/9期末**	23/9期末比増減	23/9期末比増減率	
配当額(1株当たり)(円)		25	**40**	15	160.0%	配当額は1.6倍に
株価(円)		854	**1,639**	785	191.9%	株価は2倍近く上昇
PBR(倍)		0.62	**1.00**	0.38	161.3%	PBRは1倍を上回る
株主数（名）	金融機関	11	**10**	▲ 1	90.9%	
	金融商品取引業者	18	**14**	▲ 4	77.8%	
	その他法人	119	**116**	▲ 3	97.5%	
	外国法人等	26	**29**	3	111.5%	
	個人・その他	8,700	**8,798**	98	101.1%	個人株主は着実に増加
	合計	8,874	**8,967**	93	101.0%	

Ⅱ．前中期経営計画の結果も踏まえた現状再認識

＜脅威＞
- 温暖化による気候変動の極端化
- 地政学リスクの拡大
- 物価上昇、エネルギー価格の高騰
- 人口減少、少子高齢化の一層の進展
- 業種・業態を超えた更なる競争激化
- サイバーリスクの拡大

＜機会＞
- 健康・安全・安心への意識の高まり
- シニア需要の拡大
- テクノロジーの進化、デジタル活用加速
- お客様ニーズの多様化・二極化
- サステナビリティ意識の高まり

＜弱み＞
- 惣菜を中心としたオリジナル商品の開発力
- 作業の一層の効率性
- 集中化、機械化(DX等)対応の遅れ
- 現預金比率の高さ
- 人手不足、人財育成・女性の活用

＜強み＞
- 商品品質の高さ
- 営業地盤の高いブランド力
- 店内加工比率の高さ(新鮮な商品の提供)
- 財務の健全性
- 高支持を得ているプライベートブランド
- ブロック単位の機動的な組織体制

[課題]　更に厳しさを増す経営環境においても、お客様の支持を獲得し続けるために、ダイイチの提供価値を更に強化していく必要がある。

中期経営計画（2026年10月～2029年9月）

Ⅲ．中期経営計画(2026年10月～2029年9月)の基本方針

<社是>　“お客様の普段の食生活のお役に立つ”

<社訓>
・清潔な店にフレッシュな商品　・お客様の身になって仕入れと販売
・プロ根性でたゆまぬ創意研究　・公明誠実に責任完遂
・勤勉な努力で生活向上

<前中期経営計画の基本方針>
“普段の食生活を通じて、地域を笑顔に”

環境変化に対応すべく進化

<中期経営計画(2026年10月～2029年９月)の基本方針>
“選ばれ続ける価値への挑戦、地域と共に未来へ”

地域(全てのステークホルダー)に選ばれ続ける価値の創造・確立に挑戦し、
地域(全てのステークホルダー)と共に、輝かしい未来を目指します。

Ⅳ. 中期経営計画(2026年10月～2029年9月)の戦略

1. ”選ばれ続ける価値への挑戦”①→「お客様」に選ばれ続ける価値

選ばれ続ける **商品価値**	・品質、鮮度、適量、適正価格、美味しさへの飽くなき拘り →外部アドバイザー活用、業務改善推進専担者設置、品質向上専担者設置　等 ・地元産品の活用強化(魅力発信、磨き上げ、掘り起こし) →商品部の体制見直し、地元生産者との接点・連携強化　等 ・新商品開発強化(惣菜を中心とした開発強化) →外部アドバイザー活用、商品部の体制見直し　等 ・お客様ニーズに応じた品揃え強化(二極化するニーズに対応) →適量・適正価格の追求、PB商品(セブンプレミアム、セブンザプライス等)の拡充　等
選ばれ続ける **店舗価値**	・より魅力ある、常に新しい価値を提供する店づくり →外部アドバイザー活用、業務改善推進専担者によるMD強化　等 ・接客サービスの更なる向上　→社内接客コンテストの実施　等 ・店舗改装による活性化　→期間中(3年間)に５カ店程度の大型リニューアルを実施予定　等
選ばれ続ける **利便性価値**	・新規出店　→期間中(3年間)に複数の新規出店の具現化、新たな店舗形態(中小型店)の研究 ・DX推進　→セルフレジの拡充、アプリ機能強化、AI活用　等 ・とくし丸等、デリバリーサービスの強化検討・ →お客様ニーズに応じた”とくし丸”の増車や外販サービスの強化検討　等
選ばれ続ける **ブランド価値**	・継続的なIR情報(含むSDGs情報)等の発信強化 ・企業CMの刷新　等

2. ”選ばれ続ける価値への挑戦”②→「地域」に選ばれ続ける価値

選ばれ続ける
サステナ価値

- **環境保全への取組み・・・売場面積当たりの排出量をCO_2排出量を３年間で10%削減**
  - →省エネ設備への入替えペースアップ
  - →再生可能エネルギーの活用(オフサイトPPAの拡充等)検討
  - →食品ロス対策、リサイクルへの取組強化(生ごみや食品廃棄物等のリサイクルループの構築、リサイクルトレーの利用拡大)
  - →フードドライブ活動継続
- **地域活性化への取組み**
  - →地域教育機関等との連携(社会体験学習や食育等への積極的協力等)
  - →地域イベントへの積極的協力
  - →社会貢献活動への取組強化
    (フードドライブ活動継続、とくし丸拡充、その他の食を通じた社会貢献活動　等)

3. ”選ばれ続ける価値への挑戦”③→「従業員」に選ばれ続ける価値

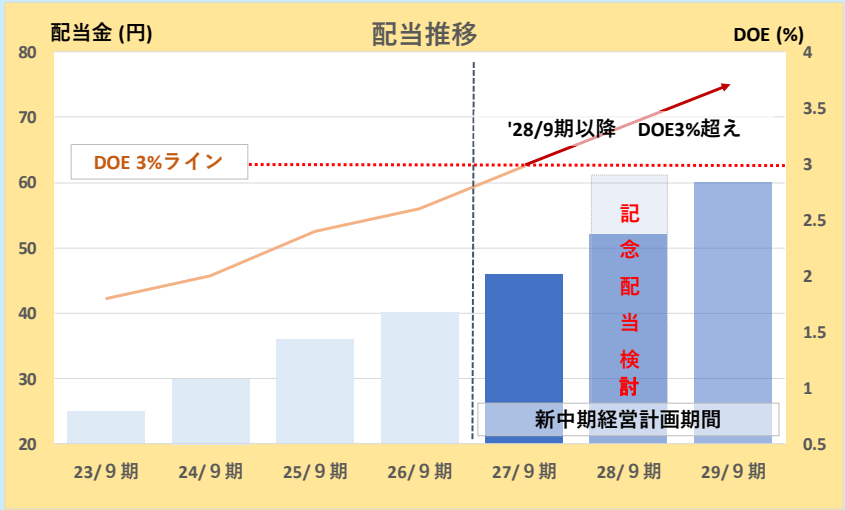
選ばれ続ける
個人価値
職場価値
組織価値

- **人財育成制度の拡充**
- **多様な人財の活用・・・女性管理職比率を３年間で1.8倍に**
- **安全な職場環境の構築**
- **福利厚生制度の拡充**
- **各種人事制度の見直し**
  - →評価制度運用改善(より納得感のある内容に)
  - →役割・責任・能力等に応じた適正な処遇(パートナーを含む)の実現
  - →本人の能力、意欲等に応じた多様なキャリアアップルートの提示

4. ”選ばれ続ける価値への挑戦”④→「株主」に選ばれ続ける価値

選ばれ続ける
企業価値

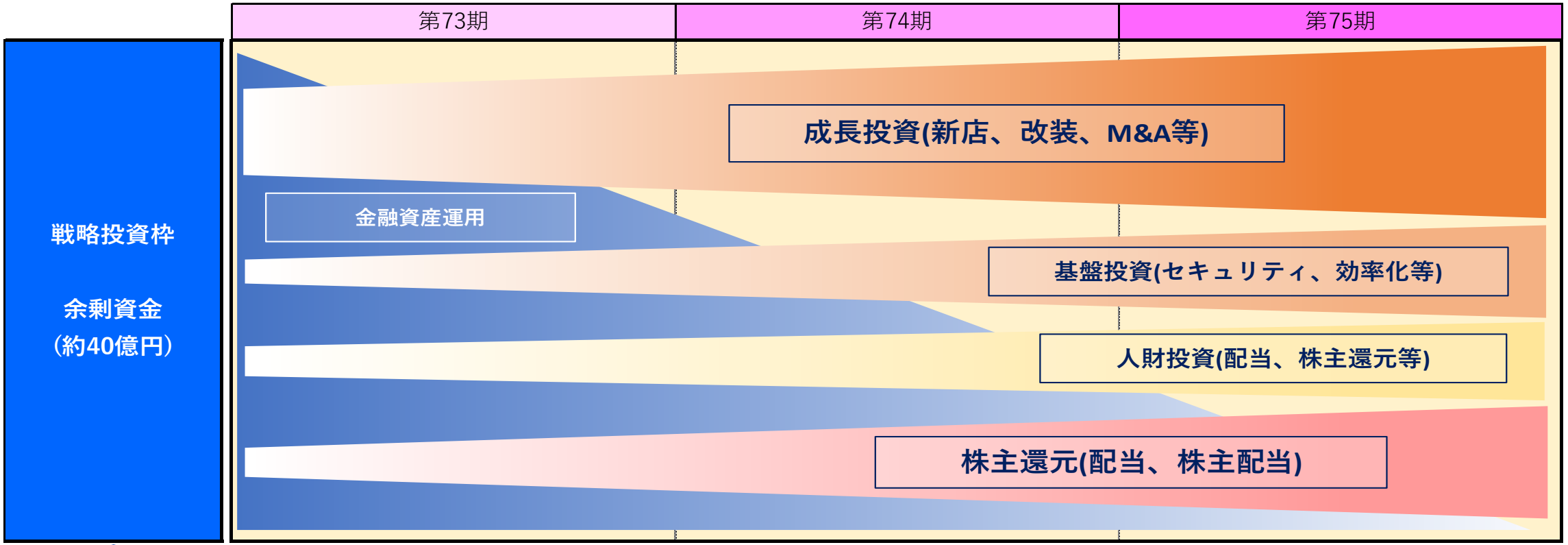
・収益性の向上
　→ローコストオペレーション・効率化の推進
　　・DX活用(AI、フルセルフレジ、サイネージ等)、プロセスセンターやセントラルキッチン導入検討(業務提携含む)
　　・外部アドバイザーの活用、業務・品質向上推進専担者の設置・強化
　→キャピタル・アロケーション戦略推進
　　・成長投資(新店、改装、M&A　等)・・・投資効果を重視
　　・基盤投資(セキュリティ、効率化等)
　　・人財投資(人材育成制度の拡充、処遇改善等)
　　・株主還元(増配、株主優待強化　等)
　　・金融資産運用
　　上記投資への運用を優先しつつ、運用しきれない資金を金融資産での運用を強化(流動性や安全性を重視)
・高い安全性
　→コンプライアンス徹底、コーポレートガバナンス強化
　→リスク管理強化(ITセキュリティ強化、BCP体制強化等)
・株主還元強化
　→配当(着実な増配と創業70周年記念配当検討→’28/9期以降DOE３％超え)、株主優待強化　等



4. ”選ばれ続ける価値への挑戦”④-2→「株主」に選ばれ続ける価値

中期経営計画期間中のキャピタルアロケーション戦略(イメージ図)

現在活用しきれていない資金(約40億円)を戦略投資枠として設定し、「成長投資」・「株主還元」を最優先に、「基盤投資」・「人財投資」に積極活用していく。また、待機資金は、金利上昇を踏まえ、「金融資産」での運用を強化する。



現在活用しきれていない資金
(主に流動性預金で運用)

投資区分	配分イメージ	投資方針
成長投資(新店、改装、M&A等)	最優先	投資効果を重視
基盤投資(セキュリティ、効率化等)	優先	実効性・スピード感を重視
人財投資(育成、採用強化等)	優先	実効性・スピード感を重視
株主還元(配当、株主優待等)	最優先	着実な拡大と記念配当(70周年)を検討
金融資産運用(営業外収益増強)	上記待機資金としての運用	流動性と安全性を重視

5. 中期経営計画(2026年10月～2029年9月)のKPI

	第72期 2025年10月～ 2026年9月 (ご参考)	第73期 2026年10月～ 2027年9月	第74期 2027年10月～ 2028年9月 (創業70周年)	第75期 2028年10月～ 2029年9月
売上高 (億円)	619	630	650	670
EBITDA (百万円)	2,561	2,300	2,300	2,400
来店客数 (千人)	23,765	24,000	25,000	25,500

(注)EBITDAは、現会計基準に基づくもの(新リース会計基準は反映しておりません)