2026年11月10日

各　　位

会社名　ＷＡＳＨハウス株式会社
代表者名　代表取締役社長　児玉　康孝
（コード番号：6537　東証グロース・福証Q-Board）
問合せ先　執行役員管理本部経理部長　永澤　秋二
電　　話　（０９８５）－　７８－４００１

業績予想の修正に関するお知らせ

2026年２月12日に公表いたしました2026年12月期通期連結業績予想を、下記のとおり修正いたしましたのでお知らせいたします。

記

１．業績予想の修正

（１）2026年12月期通期連結業績予想数値の修正（2026年１月１日～2026年12月31日）

	連結売上高	連結営業利益	連結経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益	１株当たり連結当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円　銭
前回発表予想（Ａ）	3,439	195	181	86	12.47
今回修正予想（Ｂ）	2,007	△198	△223	△241	△34.94
増減額（Ｂ－Ａ）	△1,431	△394	△405	△328	△47.41
増減率（％）	△41.6	―	―	―	―
ご参考：前期実績（Ｃ）（2025年12月期）	2,529	19	63	10	1.55

（２）修正の理由

・セルフランドリー事業（ＦＣ部門）

セルフランドリー事業においては、当初、本年度上期を目途に海外進出に向けた市場調査および国内における新規出店エリアや店舗形態の選定を完了し、積極的な出店展開を進める計画としておりました。

しかしながら、海外展開に向けた市場調査や国内の出店候補エリアの選定、収益性を踏まえた店舗スタイルの検討に当初の想定以上の時間を要し、これらの調査・検討が完了したのは11月となりました。

その結果、新規出店数は当期計画の30店舗から29店舗減少の１店舗、ＦＣ部門の売上高は当初計画比83.4％減少となる見込みであります。

こうした状況を踏まえ、売上高及び損益面において業績予想値を下回る見通しとなったため、現時点で入手可能な情報に基づき業績予想を算定し、連結売上高を当初計画3,439百万円から1,431百万円減少の2,007百万円（前期2,529百万円、前期比20.6%減）、連結営業利益は当初計画195百万円から394百万円減少の△198百万円（前期19百万円の営業利益）、連結経常利益は当初計画181百万円から405百万円減少の△223百万円（前期63百万円の経常利益）、親会社株主に帰属する当期純利益は当初計画86百万円から328百万円減少の△241百万円（前期10百万円の親会社株主に帰属する当期純利益）と2026年12月期の通期業績予想を修正するものであります。

なお、今回の調査・検討を通じて、今後の国内出店戦略および海外展開に向けた方向性の整理が進んでおり、今後は収益性と成長性を重視した出店展開を推進してまいります。

※　上記の予想数値は、現時点で入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

以　上

別紙：セルフランドリー事業における来期の国内出店戦略について

1. 来期の国内出店方針

来期のセルフランドリー事業については、本年度に実施した国内市場および出店エリアの調査・分析結果を踏まえ、関東エリアを中心に国内で最低 30 店舗の新規出店を目指してまいります。

出店形態については、従来の店舗スタイルにとらわれず、商業施設や各種テナントへの出店を中心とした小型店舗モデルを基本方針とし、出店可能エリアの拡大と出店スピードの向上を図ってまいります。

2. 新店舗モデルによる初期投資の削減

新たな店舗モデルでは、店舗の小型化や出店形態の見直しにより、1 店舗当たりの出店初期投資額を従来の約 4,500 万円から約 3,000 万円へと引き下げることを目指します。

これにより、1 店舗当たりの投資負担を軽減するとともに、限られた資金でより多くの店舗展開を可能とし、出店効率および投資回収効率の向上を図ってまいります。

3. 営業体制の強化と出店エリアの拡大

また、関西エリアに新たな営業拠点を設置したことにより、関東エリアを中心とした出店に加え、関西エリアにおける出店候補地の開拓や物件情報の収集も強化してまいります。

各営業拠点を活用し、地域特性や商圏分析に基づいた出店候補地の選定を進め、新店舗モデルに適した物件の確保に取り組んでまいります。

4. 今後の事業展開

本年度は、今後の国内出店拡大および海外展開を見据えた調査・検討に注力してまいりましたが、来期はその成果を具体的な店舗展開につなげる実行段階へと移行してまいります。

新たな小型店舗モデルを軸として、初期投資の抑制、出店スピードの向上、収益性の確保を重視した事業展開を推進し、セルフランドリー事業の成長基盤の構築を目指してまいります。

来期の国内出店戦略

来期は新店舗モデルによる出店拡大と投資効率の向上

① 来期の国内出店方針

30店舗以上

関東エリアを中心とした国内新規出店

② 新店舗モデルへの転換

従来の出店コスト	→	新店舗モデルの出店コスト
4,500万円／1店舗		3,000万円／1店舗

1店舗当たり約1,500万円（約33%）の初期投資額削減モデルとする

③ 出店戦略

- 小型テナント型店舗を基本モデルとする
- 関東エリアを中心に出店を拡大
- 2026年に新設した関西エリアの営業拠点を活用した物件開拓

④ 来期の重点方針

調査・検討から、出店拡大の実行へ
初期投資の抑制・出店スピードの向上・収益性の確保を推進

Copyright (C) 2026 WASHHOUSE CO.,LTD. All rights reserved