



2023年2月期決算の概要

2023年4月

2023年2月期決算サマリー

ABC-MART

連結売上高 前期比18.9%増加 過去最高

- ・マーケット(国内): 主要都市や観光地中心に人出が増加、インバウンド需要も急速に回復基調
- ・マーケット(海外): 地政学的リスク上昇、インフレの長期化による金融不安、円安傾向
- ・出退店状況: 国内外 出店88店舗、退店38店舗、期末1,457店舗、ベトナムに1号店を出店
- ・店舗戦略: 郊外SCにGSの業態変更促進、複合業態の積極的な出店拡大
- ・商品戦略: トレントアイテムの販売とセールアイテムの絞り込みによる客単価の改善
- ・国内既存店: 行動規制の解除により市況が活発、インバウンド需要の増加で+14.0%
- ・国内デジタル売上: 金額ベースで前期比13.4%増、実店舗の売上増でデジタル売上シェア12.8%

連結売上総利益率 51.6%(構成比前期比0.4pt増)

- ・国内総利益率 54.9%(前期比△0.4pt) 円安、輸入費等仕入コスト上昇
- ・海外総利益率 44.8%(前期比+2.5pt) 韓国利益貢献、景気回復でフロア販売好調、米国はサプライチェーンの物流停滞が解消

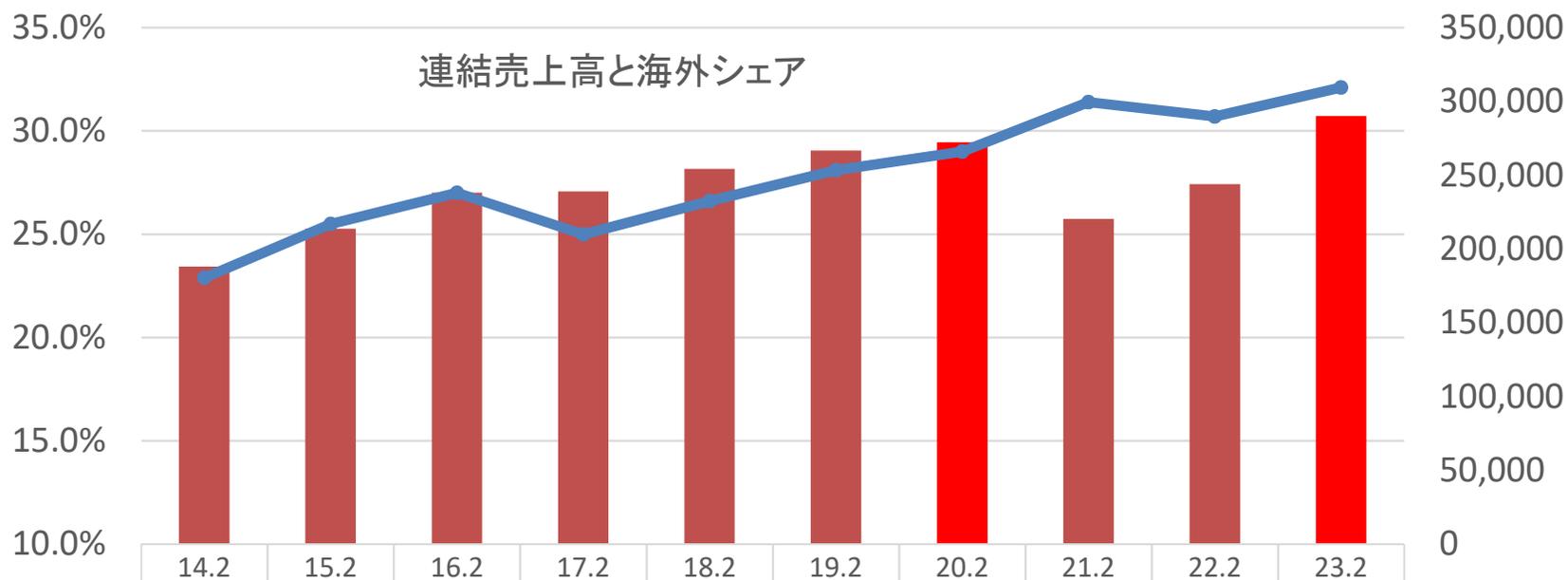
連結営業利益 前期比54.1%増加

- ・連結販管費率 37.0%(構成比前期比△2.9pt)
- ・人件費は人時管理の徹底により抑制(構成比前期比△0.9pt)
- ・広告宣伝費はデジタル販促中心で抑制(構成比前期比△0.4pt)
- ・光熱費の上昇やキャッシュレス決済の増加で決済手数料が増加傾向

連結売上高

ABC-MART

- 連結売上高 2,900億円／コロナ前比プラス6.5%
- グループ店舗数 1,457店舗
- 海外シェア 32.1% 前期比1.4ポイント増加



| | | | | | | | | | | |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| ■ 連結売上 | 188,045 | 213,584 | 238,154 | 238,952 | 254,283 | 266,703 | 272,361 | 220,267 | 243,946 | 290,077 |
| ● 海外シェア | 22.9% | 25.5% | 27.0% | 25.0% | 26.6% | 28.1% | 29.0% | 31.4% | 30.7% | 32.1% |
| ● グループ店舗数 | 927 | 975 | 1,057 | 1,141 | 1,203 | 1,285 | 1,333 | 1,379 | 1,407 | 1,457 |

出退店の状況

ABC-MART

国内外出店 88 退店 38 グループ店舗数 1,457

| | 前期末 | 出店 | 退店 | 期末 |
|----------------|--------------|-----------|-----------|--------------|
| 路面店 | 86 | 1 | 4 | 83 |
| 商業ビル | 132 | 3 | 1 | 134 |
| SC | 593 | 39 | 16 | 616 |
| NSC | 84 | 0 | 1 | 83 |
| ロードサイト | 104 | 1 | 2 | 103 |
| アウトレット | 54 | 3 | 2 | 55 |
| 国内店舗数 | 1,053 | 47 | 26 | 1,074 |
| 韓国 | 285 | 32 | 9 | 308 |
| 台湾 | 62 | 8 | 3 | 67 |
| 米国 | 7 | 0 | 0 | 7 |
| ベトナム | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 海外店舗数 | 354 | 41 | 12 | 383 |
| グループ店舗数 | 1,407 | 88 | 38 | 1,457 |

店舗展開

ABC-MART

- 国内
- Grand Stage と ABC-MART SPORTS の出店拡大
 - 複合業態店舗の拡大により新規顧客獲得
複合業態とは、2つ以上の異なる業態(屋号)を併設した店舗のこと
例) Grand StageとABC-MART、ABC-MARTとABC-MART SPORTS等

| 業態別店舗数 | | 前期末 | 当期末 |
|------------|------------------------|-----------|-----------|
| ABC-MART業態 | Grand Stage | 46 | 67 |
| | Premier Stage | 19 | 18 |
| | Mega Stage | 22 | 16 |
| | ABC-MART SPORTS | 73 | 88 |
| | その他ABC業態 | 776 | 768 |
| レディース業態 | Charlotte | 29 | 23 |
| アウトレット業態 | Outlet | 52 | 57 |
| その他業態 | ACE Shoes他 | 36 | 37 |
| | TTL | 1,053 | 1,074 |

- 改装53店舗、うち増床33店舗、業態変更29店舗
- 複合業態の出店31店舗(改装26、新店5)、計82店舗



ABC-MART GRAND STAGE DONGKHOI (10月29日 Grand Open)

東南アジアとしては初出店
ベトナム ドンコイストリートに1号店を出店





ABC-MART明洞街店 (12月22日 Open)

レディース向け業態は韓国初出店



店舗売上高増収率の推移(国内)

ABC-MART

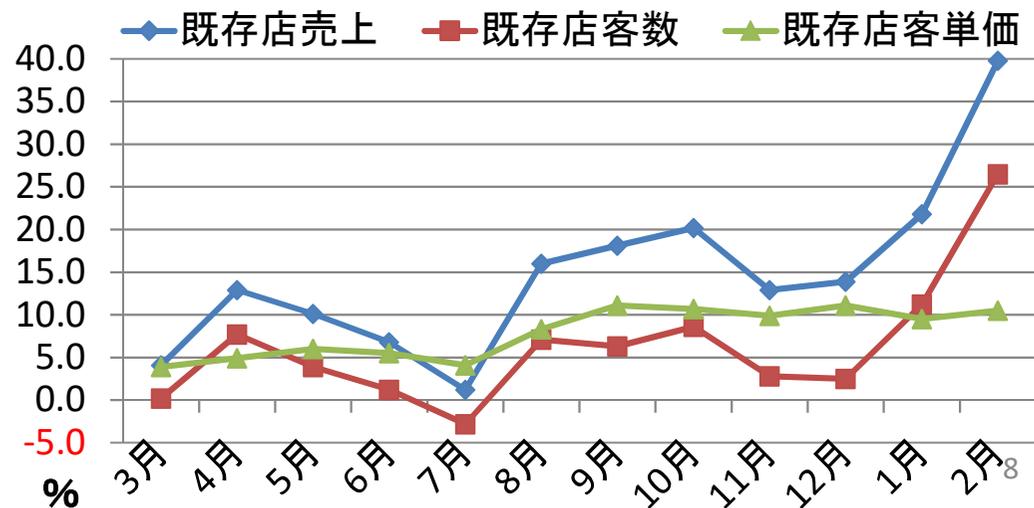
客数の増加と客単価の改善で 4Q既存店売上 プラス22.4%

| (単位:%) | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 上期 | 下期 | 通期 | 上期計画 | 下期計画 | 通期計画 |
|--------|-----|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|
| 既存店 | 売上高 | +8.8 | +7.4 | +16.9 | +22.4 | +8.1 | +19.8 | +14.0 | +1.9 | +2.3 | +5.1 |
| | 客数 | +3.8 | +1.5 | +5.8 | +11.1 | +2.6 | +8.5 | +5.5 | | | |
| | 客単価 | +4.9 | +5.8 | +10.5 | +10.1 | +5.4 | +10.4 | +8.1 | | | |
| 全店 | 売上高 | +16.7 | +9.8 | +18.0 | +23.8 | +13.4 | +21.0 | +17.2 | +6.7 | +3.6 | +8.4 |
| | 客数 | +11.5 | +3.6 | +6.4 | +11.8 | +7.6 | +9.1 | +8.4 | | | |
| | 客単価 | +4.7 | +6.0 | +10.9 | +10.7 | +5.4 | +10.9 | +8.2 | | | |

3年ぶりに行動規制のない年末年始を迎えたことで人流が活発。

値引きの抑制、プロパ-商品の売上好調により、客単価も増加。

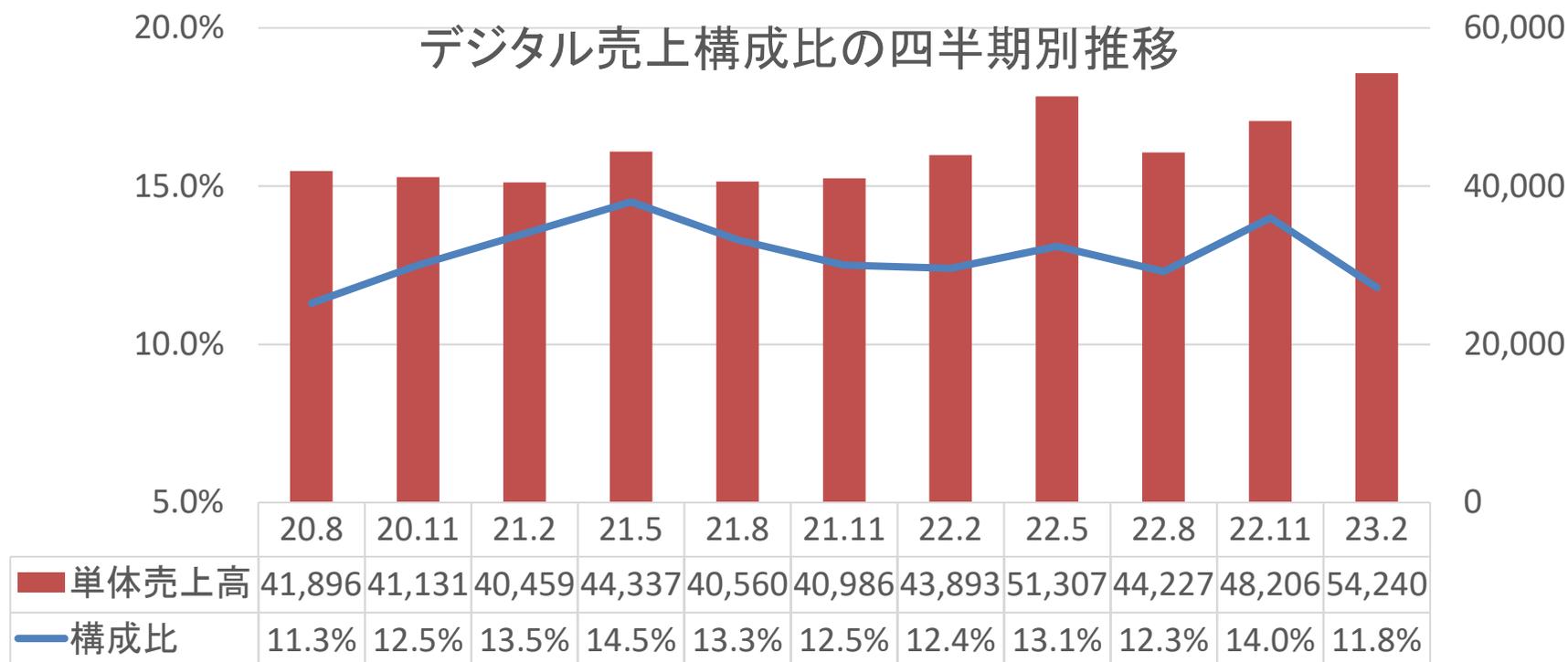
年間を通じて、計画より上回る結果となった。



デジタル売上構成比(国内)

ABC-MART

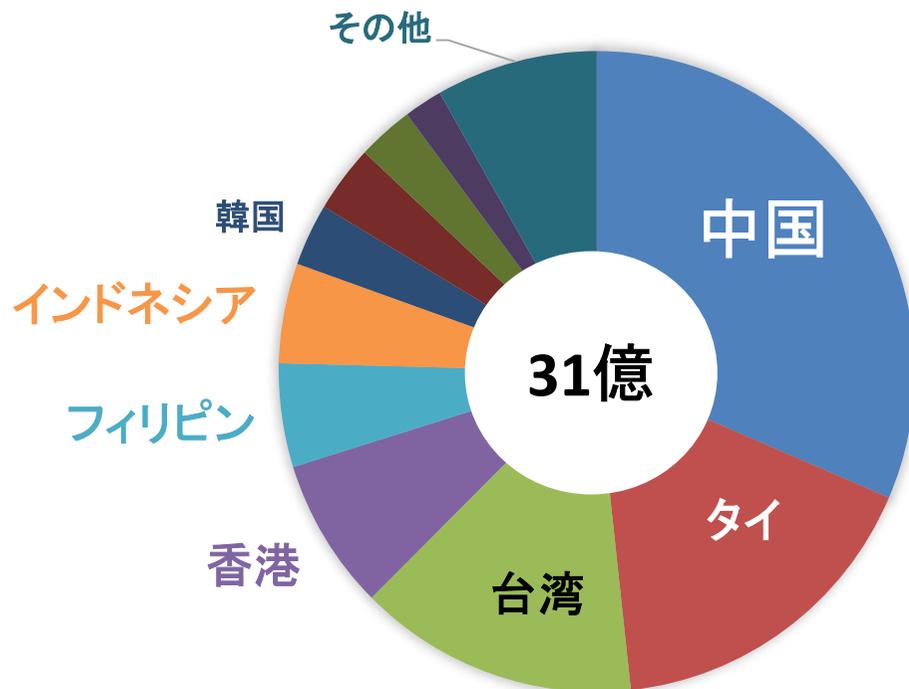
- デジタル広告施策の効果により、
通期デジタル売上高 前期比13.4%増
- 実店舗の売上増加に伴い、
通期デジタル構成比 12.8%(前期比0.4pt低下)



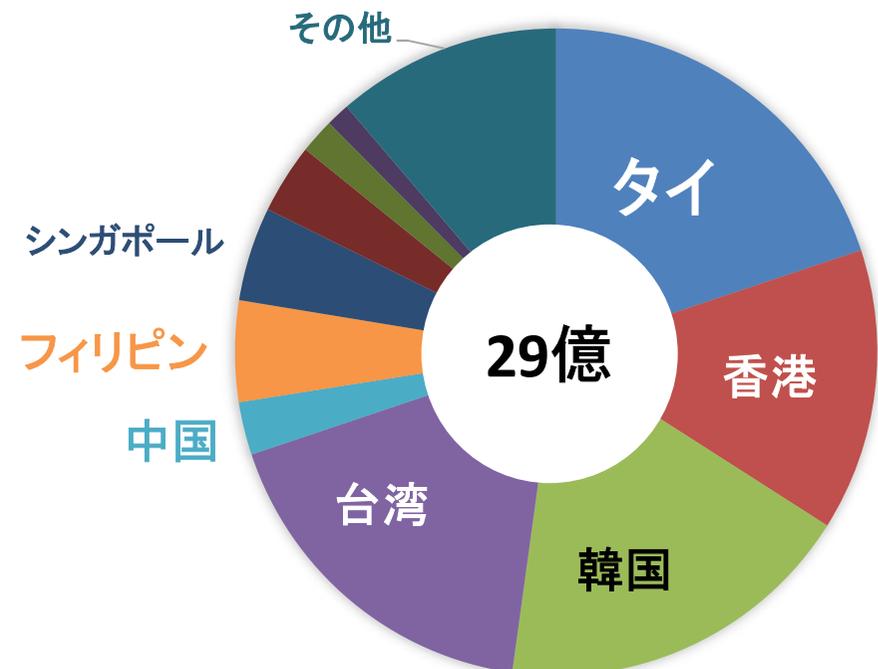
免税売上(国内)

ABC-MART

- アジア(中国除く)の訪日客中心に増加
- 当4Qの免税比率 5.5% (2020年4Q 6.5%)



2020年4Q 免税233店舗

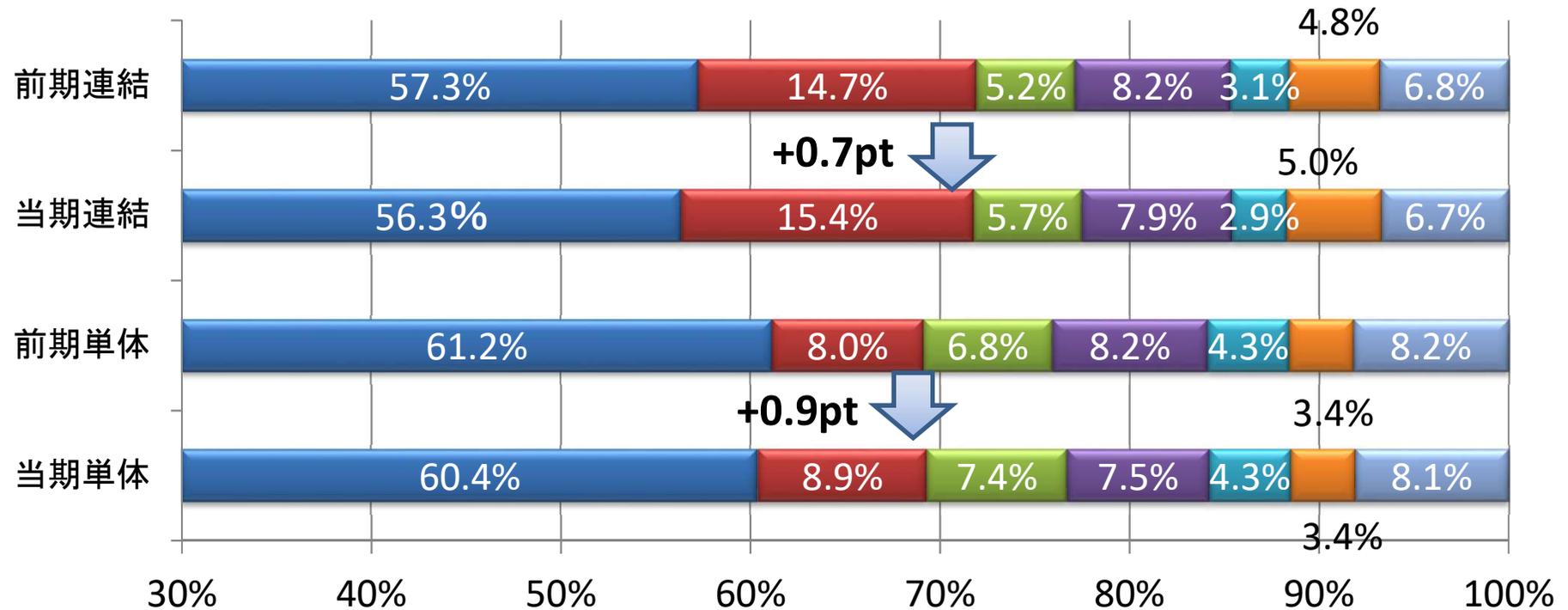


2023年4Q 免税309店舗 10

カテゴリー別売上

ABC-MART

売上高構成比



● 連結

旅行やレジャーの増加、ラクロス好調により、レザーカジュアルが増加（構成比前期比 +0.7pt）

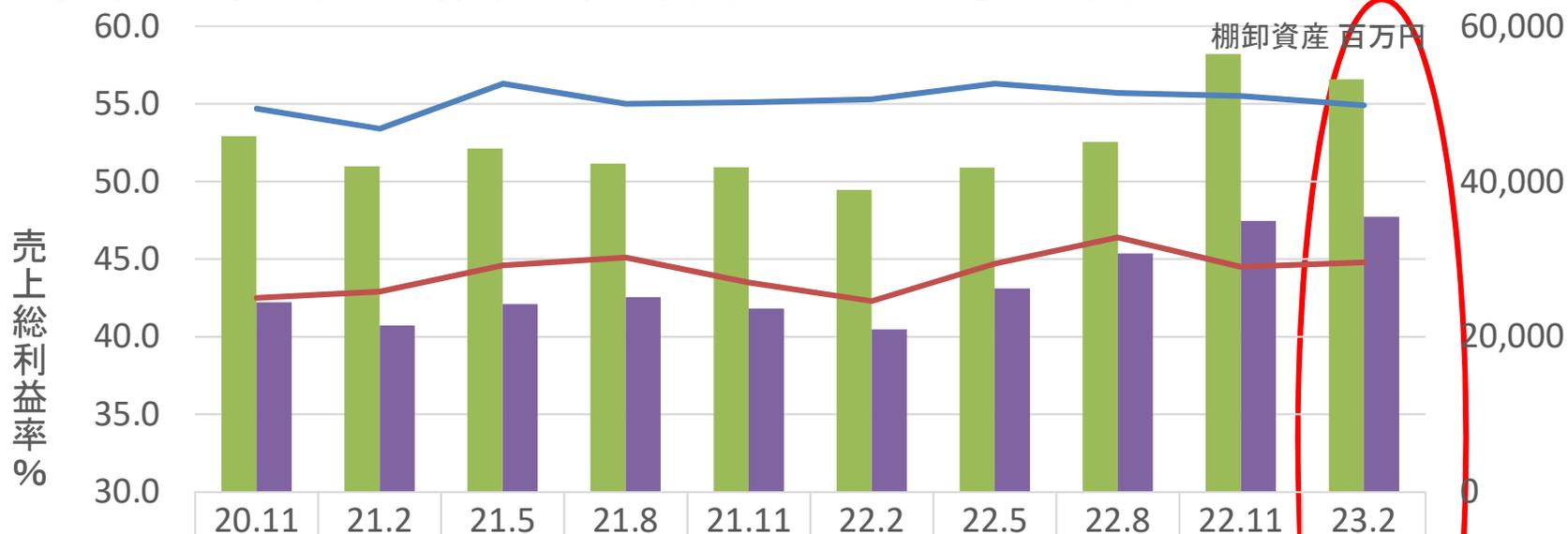
● 単体

在宅から出勤へ勤務スタイルが変化したことで、通勤用のレディースとビジネスの需要が増加（レディース売上高前期比+27.4%、ビジネス売上高前期比+14.7%）

連結売上総利益率と棚卸資産

ABC-MART

売上総利益率(累計期間)と棚卸資産(3カ月毎)の変化



| | 20.11 | 21.2 | 21.5 | 21.8 | 21.11 | 22.2 | 22.5 | 22.8 | 22.11 | 23.2 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 国内棚卸資産 | 45,796 | 41,939 | 44,227 | 42,300 | 41,802 | 38,915 | 41,771 | 45,072 | 56,418 | 53,156 |
| 海外棚卸資産 | 24,435 | 21,416 | 24,170 | 25,090 | 23,596 | 20,931 | 26,198 | 30,711 | 34,891 | 35,428 |
| 国内売上総利益率 | 54.7 | 53.4 | 56.3 | 55.0 | 55.1 | 55.3 | 56.3 | 55.7 | 55.5 | 54.9 |
| 海外売上総利益率 | 42.5 | 42.9 | 44.6 | 45.1 | 43.5 | 42.3 | 44.7 | 46.4 | 44.5 | 44.8 |

●連結売上総利益率 51.6%(前期比+0.4pt)

国内は、下期の急激な円安、仕入コストの上昇により、0.4pt低下の54.9%

海外は、特に韓国の利益改善が寄与し、2.5pt上昇し44.8%

●売上好調で在庫量を積み増し、海外は円安で在庫金額が増加

連結販売費及び一般管理費

ABC-MART

連結販管費率は、前期比で2.9ポイント低下
売上の伸び率に対して、特に人件費抑制(人時管理)が効いた
地代家賃は、SCや商業施設が歩合家賃のため上昇傾向
その他、光熱費や決済手数料などの店舗運営費が上昇中

| %は売上構成比 | 2023.2 | 2022.2 | 対前年 増減 | 2020.2 | 対19年 増減 |
|---------|--------|--------|-----------|--------|------------|
| 売上高 | 100.0% | 100.0% | 0.0% | 100.0% | 0.0% |
| 連結販管費 | 37.0% | 39.9% | -2.9% | 36.7% | 0.3% |
| 広告宣伝費 | 2.2% | 2.6% | -0.4% | 2.6% | -0.4% |
| 人件費 | 12.6% | 13.5% | -0.9% | 12.8% | -0.2% |
| 地代家賃 | 10.3% | 11.1% | -0.8% | 10.1% | 0.2% |
| 減価償却費 | 1.9% | 2.2% | -0.3% | 1.8% | 0.1% |
| その他 | 10.0% | 10.5% | -0.5% | 9.4% | 0.6% |

2023年2月期単体PL実績

ABC-MART

| 金額単位:百万円 | 当期実績 | 売上比 | 前期比増減 | | 前期実績 | 売上比 | 計画 | 計画比 |
|----------|---------|-------|--------|--------|---------|-------|---------|-------|
| | | | 金額 | 比率 | | | | |
| 売上高 | 197,982 | 100% | 28,206 | 16.6% | 169,776 | 100% | 183,300 | 8.0% |
| 売上総利益 | 108,679 | 54.9% | 14,858 | 15.8% | 93,821 | 55.3% | | |
| 販管費 | 73,913 | 37.3% | 5,146 | 7.5% | 68,767 | 40.5% | | |
| 営業利益 | 34,765 | 17.6% | 9,712 | 38.8% | 25,053 | 14.8% | 29,200 | 19.1% |
| 営業外損益 | 1,376 | 0.7% | 144 | 11.7% | 1,232 | 0.7% | | |
| 経常利益 | 36,142 | 18.3% | 9,856 | 37.5% | 26,286 | 15.5% | 30,400 | 18.9% |
| 特別損益 | -535 | -0.3% | 1,693 | -76.0% | -2,228 | -1.3% | | |
| 税引前利益 | 35,607 | 18.0% | 11,549 | 48.0% | 24,058 | 14.2% | | |
| 法人税等 | 11,138 | 5.6% | 3,533 | 46.5% | 7,605 | 4.5% | | |
| 当期純利益 | 24,469 | 12.4% | 8,017 | 48.7% | 16,452 | 9.7% | 20,330 | 20.4% |

発行済株式総数 82,539,646株

期中平均株式数 82,539,119株

1株当たり当期純利益 296円46銭

海外セグメント

ABC-MART

| 単位：百万円 | | 国内 | | | 海外 | | | 連結調整 | | 連結 | | |
|---------|-----|----------------|---------|-------|---------------|--------|--------|-------|-------|----------------|---------|-------|
| | | 当期 | 前期 | 前期比 | 当期 | 前期 | 前期比 | 当期 | 前期 | 当期 | 前期 | 前期比 |
| 売上高 | 金額 | 197,981 | 169,773 | 16.6% | 93,251 | 75,000 | 24.3% | -1155 | -827 | 290,077 | 243,946 | 18.9% |
| | 構成比 | 68.3% | 69.6% | - | 32.1% | 30.7% | - | -0.4% | -0.3% | 100% | 100% | - |
| セグメント利益 | 金額 | 35,002 | 25,287 | 38.4% | 7,224 | 2,112 | 242.0% | 74 | 46 | 42,301 | 27,446 | 54.1% |
| | 構成比 | 82.7% | 92.1% | - | 17.1% | 7.7% | - | 0.2% | 0.2% | 100% | 100% | - |

PL為替レート 韓国 100won=¥10.18(前期¥9.62) 台湾 1\$=¥4.39(前期=¥3.93)
 米国 1\$=¥130.77(前期¥109.84)

韓国

| 100WON= | ¥10.18 | ¥9.62 | | (現地通貨ベース) | | | | | | |
|---------|---------------|--------------|--------|-----------|--------|----------------|--------------|---------|-------|--------|
| | 当期実績 | | 前期実績 | | 前期比 | 当期実績 | | 前期実績 | | 前期比 |
| | 金額百万円 | 売上比 | 金額百万円 | 売上比 | | 金額千won | 売上比 | 金額千won | 売上比 | |
| 売上高 | 57,474 | 100% | 46,288 | 100% | 24.2% | 564,579 | 100% | 481,172 | 100% | 17.3% |
| 売上総利益 | 27,529 | 47.9% | 20,330 | 43.9% | 35.4% | 270,426 | 47.9% | 211,337 | 43.9% | 28.0% |
| 販管費 | 22,064 | 38.4% | 18,952 | 40.9% | 16.4% | 216,739 | 38.4% | 197,008 | 40.9% | 10.0% |
| 営業利益 | 5,465 | 9.5% | 1,378 | 3.0% | 296.6% | 53,687 | 9.5% | 14,328 | 3.0% | 274.7% |

台湾 売上高 98億円(前期比+31.2%) 現地通貨ベース 22億台湾\$

米国 売上高 258億円(前期比+22.4%) 現地通貨ベース 198百万米\$

2023年2月期連結PL実績

ABC-MART

| 金額単位: 百万円 | 当期実績 | 売上比 | 前期比増減 | | 前期実績 | 売上比 | 計画 | 計画比 |
|---------------------|---------|-------|--------|--------|---------|-------|---------|-------|
| | | | 金額 | 比率 | | | | |
| 売上高 | 290,077 | 100% | 46,131 | 18.9% | 243,946 | 100% | 274,000 | 5.9% |
| 売上総利益 | 149,597 | 51.6% | 24,710 | 19.8% | 124,887 | 51.2% | | |
| 販管費 | 107,295 | 37.0% | 9,855 | 10.1% | 97,440 | 39.9% | | |
| 営業利益 | 42,301 | 14.6% | 14,855 | 54.1% | 27,446 | 11.3% | 34,500 | 22.6% |
| 営業外損益 | 1,059 | 0.4% | 245 | 30.1% | 814 | 0.3% | | |
| 経常利益 | 43,360 | 14.9% | 15,100 | 53.4% | 28,260 | 11.6% | 35,300 | 22.8% |
| 特別損益 | -699 | -0.2% | 1,721 | -71.1% | -2,420 | -1.0% | | |
| 税引前利益 | 42,661 | 14.7% | 16,821 | 65.1% | 25,840 | 10.6% | | |
| 法人税等 | 12,252 | 4.2% | 3,885 | 46.4% | 8,367 | 3.4% | | |
| 非支配株主利益 | 152 | 0.1% | 62 | 68.9% | 90 | 0.0% | | |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 30,256 | 10.4% | 12,874 | 74.1% | 17,382 | 7.1% | 23,200 | 30.4% |

発行済株式総数 82,539,646株

期中平均株式数 82,539,119株

1株当たり当期純利益 366円57銭

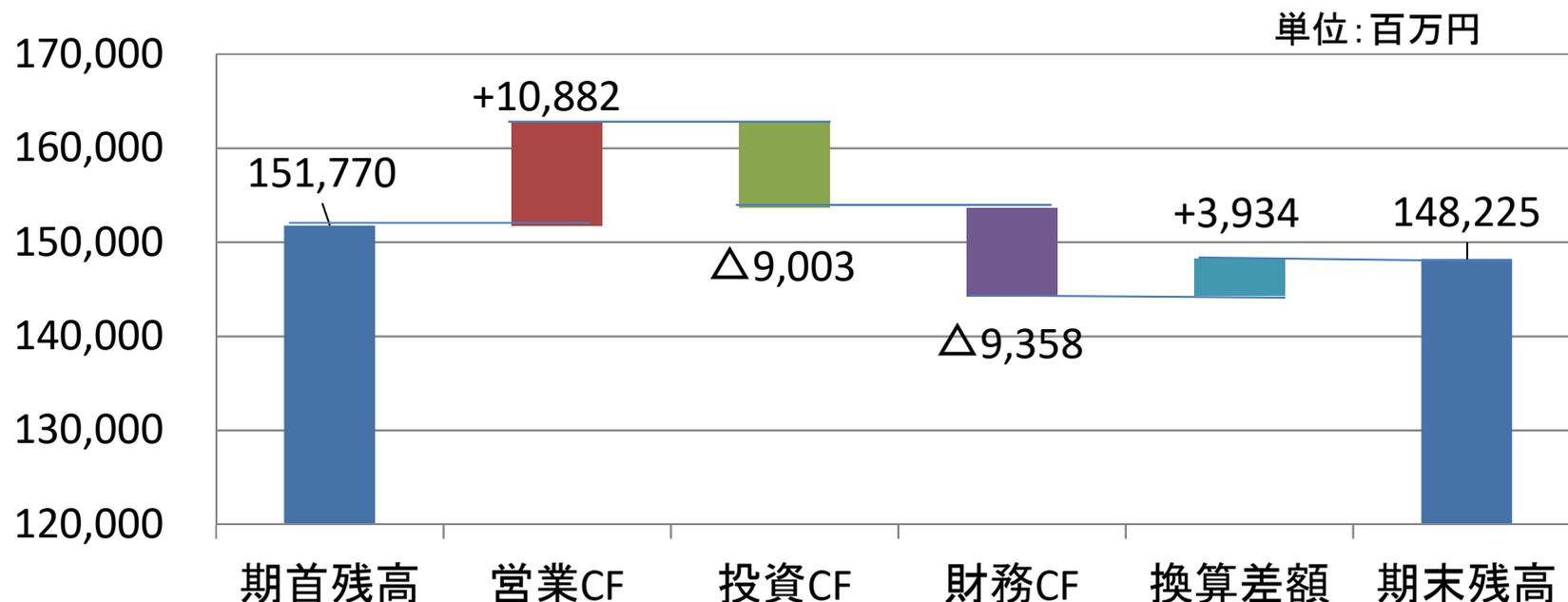
2023年2月末連結・単体BS実績

ABC-MART

| | 連 結 | | | 単 体 | | |
|----------|----------------|---------|--------|----------------|---------|--------|
| | 当期末 | 前期末 | 増減 | 当期末 | 前期末 | 増減 |
| 流動資産 | 261,391 | 226,923 | 34,468 | 203,274 | 182,158 | 21,116 |
| 現金及び預金 | 138,918 | 141,767 | -2,849 | 121,336 | 124,026 | -2,690 |
| 棚卸資産 | 88,584 | 59,847 | 28,737 | 53,003 | 38,921 | 14,082 |
| 有価証券 | 9,529 | 10,181 | -652 | 9,529 | 10,181 | -652 |
| 固定資産 | 94,459 | 90,796 | 3,663 | 93,893 | 90,822 | 3,071 |
| 有形無形固定資産 | 44,663 | 44,211 | 452 | 35,792 | 34,939 | 853 |
| その他投資 | 49,796 | 46,585 | 3,211 | 58,099 | 55,882 | 2,217 |
| 資産計 | 355,850 | 317,720 | 38,130 | 297,166 | 272,980 | 24,186 |
| 流動負債 | 43,613 | 31,268 | 12,345 | 33,775 | 24,201 | 9,574 |
| 固定負債 | 1,263 | 1,570 | -307 | 740 | 635 | 105 |
| 負債計 | 44,876 | 32,838 | 12,038 | 34,516 | 24,836 | 9,680 |
| 株主資本等 | 288,400 | 272,176 | 16,224 | 256,590 | 246,153 | 10,437 |
| 評価・換算差額等 | 20,694 | 11,122 | 9,572 | 6,060 | 1,991 | 4,069 |
| 非支配株主持分 | 1,878 | 1,582 | 296 | | | |
| 純資産計 | 310,974 | 284,881 | 26,093 | 262,650 | 248,144 | 14,506 |
| 負債・資本計 | 355,850 | 317,720 | 38,130 | 297,166 | 272,980 | 24,186 |

2023年2月期連結CF実績

ABC-MART



現金及び現金同等物残高 前期比△35億円

(内訳)

営業活動： 税金等調整前当期純利益+426億円、減価償却費+58億円、減損損失+9億円、仕入債務の増加+15億円、棚卸資産の増加△266億円、売上債権の増加△29億円、法人税支払△85億円

投資活動： 設備投資支出△69億円、敷金保証金△15億円

財務活動： 配当支払△140億円、輸入短期借入金+46億円

サステナビリティへの取組み

ABC-MART

サステナビリティ商品の取り扱い

CONVERGE

リサイクルコットン100%のキャンバスを使用する等、各パーツにリサイクル素材を使用した商品



ADIDAS

アッパーに50%のリサイクル素材を使用し、プラスチック廃棄物ゼロを目指す取り組みの一つを形にした商品



自社商品

ペットボトルなどのリサイクル素材を重量の25%以上使用



工場監査の取り組み

ABC-MART

当社では、BSCI、ETI、FLA、SA8000、WRAP、SLCP、SCANなどを推奨監査プログラムとして採用しています。
当期においては、112件の工場監査を実施し、必要な評価レベルをクリアしています。

●従来からの取引先

全ての監査プログラムに有効期限が定められているため、
半年～1年毎に更新監査を受けさせる

※評価レベルが低下した場合は即時取引停止等の判断を行う

●新規取引先（取引前）

監査プログラムを問題なくパスすることが取引開始の前提条件として提示

●監査状態管理

既存の取引先の監査状態を把握

監査の有効期限が近い場合は、工場やエージェントへの更新監査を促し
常に法令順守に基づいて運営されている状態を維持させている



3月度概況

ABC-MART

| 単位% | | 当年3月 | (ご参考) 前年3月 |
|-----|-----|-------|---------------|
| 既存店 | 売上高 | +23.2 | +4.1 |
| | 客数 | +11.4 | +0.2 |
| | 客単価 | +10.6 | +3.9 |
| 全店 | 売上高 | +25.0 | +5.3 |
| | 客数 | +12.8 | +1.1 |
| | 客単価 | +10.9 | +4.1 |
| | 出店数 | 8 | 7 |

- 出店8 閉店1
- 天候に恵まれ、人出が増加
- 学需用品、新作スニーカー好調
- 春の販促攻勢
 - NIKE AIRMAX
 - ADIDAS FORUM
 - PUMA 厚底スニーカー
 - UNDER ARMOUR スニーカー 等

販促活動





2024年2月期の戦略

2023年4月

代表取締役 野口 実

インバウンドの最大化へ向けた取り組み

～ JAPAN LIMITEDの発信 ～

新型コロナは収束期へ

- 国内旅行消費が拡大
*観光庁統計(速報)より、2022年国内旅行消費額は17兆1,695億円
- 2022年10月以降、
外国人旅行客も増加へ転じた
- 国内の免税売上比率が
旧正月を境に週販で8%台へ

訪日外客数と免税比率の推移

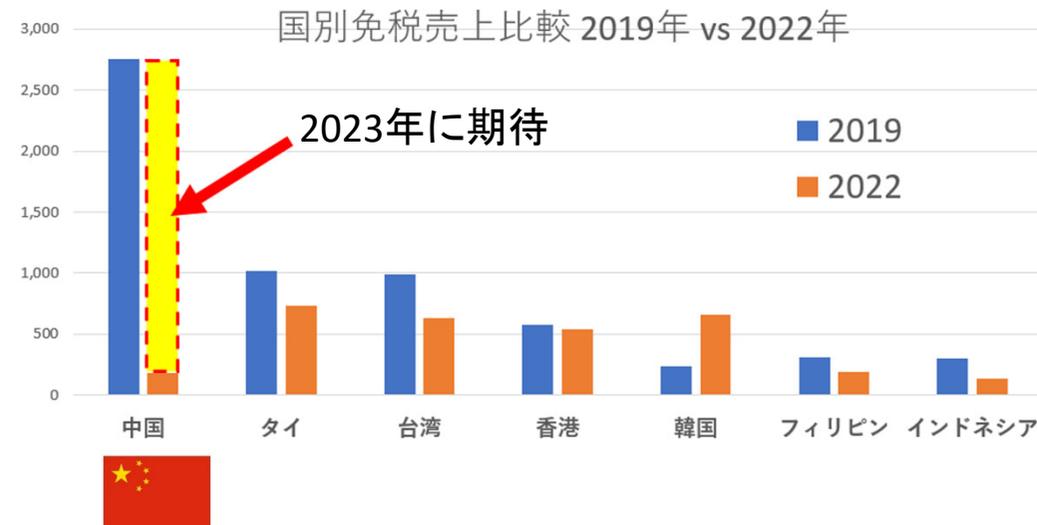
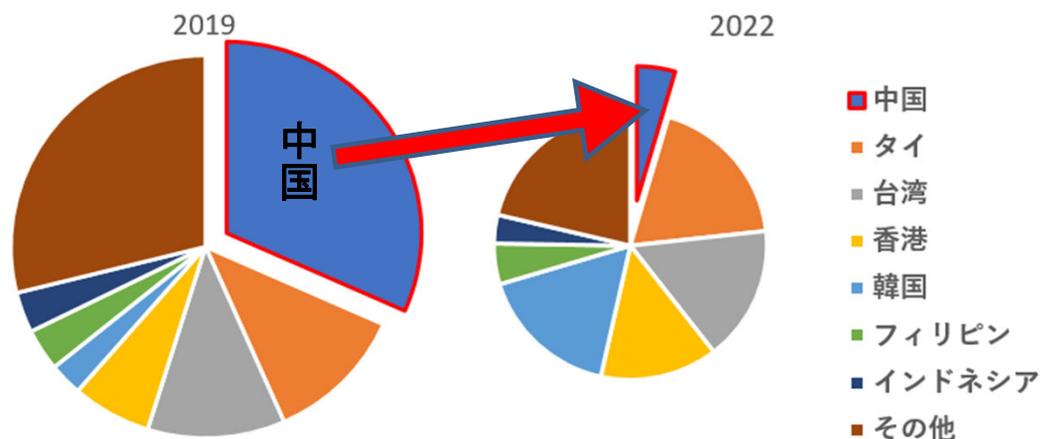


インバウンドの最大化を目指す

インバウンド

ABC-MART

- ✓ 中国を除くアジアからの旅行客の消費は、2019年に迫る勢い
- ✓ 2019年、中国は免税売上の3割を占めたが、足元は3%程



- 4月5日、中国からの入国制限が緩和
- 5月8日、感染症法上の「5類」へ移行

中国からの旅行客
の購買に期待

インバウンド

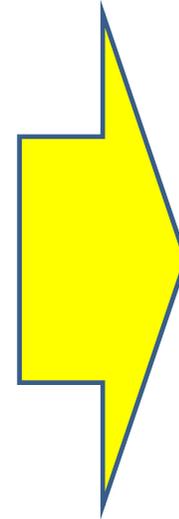
ABC-MART

日本の魅力はなにか

為替円安による割安感

正規品が手に入る安心感

日本文化(サービス精神)



プライス

ブランド

おもてなし

ABC-MARTでファッショントレンドの提案を行い、

『日本でしか買えない商品』の提供を図る



“JAPAN LIMITEDの発信”



商品戦略

健康意識の高まり

スポーツ、トレーニング需要拡大



余暇にアウトドア



アパレル好調
シューズ以外も注力



ABC-MART



トレンドは、厚底
スニーカー、サンダル



店舗戦略

ABC-MART

- 複合バナー展開で増床
トレンド志向からファミリー層まで幅広い客層の取込
- GRANDSTAGEへ業態変更
業態の集約とGRANDSTAGEの多店舗展開



**ABC
MART**
GRAND
STAGE

- GRANDSTAGE Tier
- ①路面、ファッションビル、都心駅ビル
 - ②大型SC、地方駅ビル
 - ③地方SC、ロードサイド

GRANDSTAGE
出店計画



店舗戦略

OSHMAN'S®

▶ GRANDSTAGEとオッシュマンズの共同出店

取扱商品(ブランド)の拡大により新規顧客を獲得

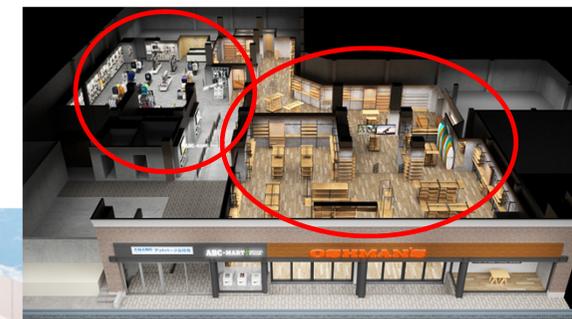
OSHMAN'S(右)



アミュプラザ博多店

OSHMAN'S(左)

GRANDSTAGE(左)



吉祥寺店イメージ

GRANDSTAGEとオッシュマンズは、同じブランド価値を持つ顧客層。

買い回り率アップを図り、売上拡大を図ります。

昨年よりスタッフの人材交流をスタート。3月よりABC-MARTと同じPOS・販売管理システムを使用開始。

共有化を進めて、更なる販売効率アップを狙います。

店舗戦略

OSHMAN'S®

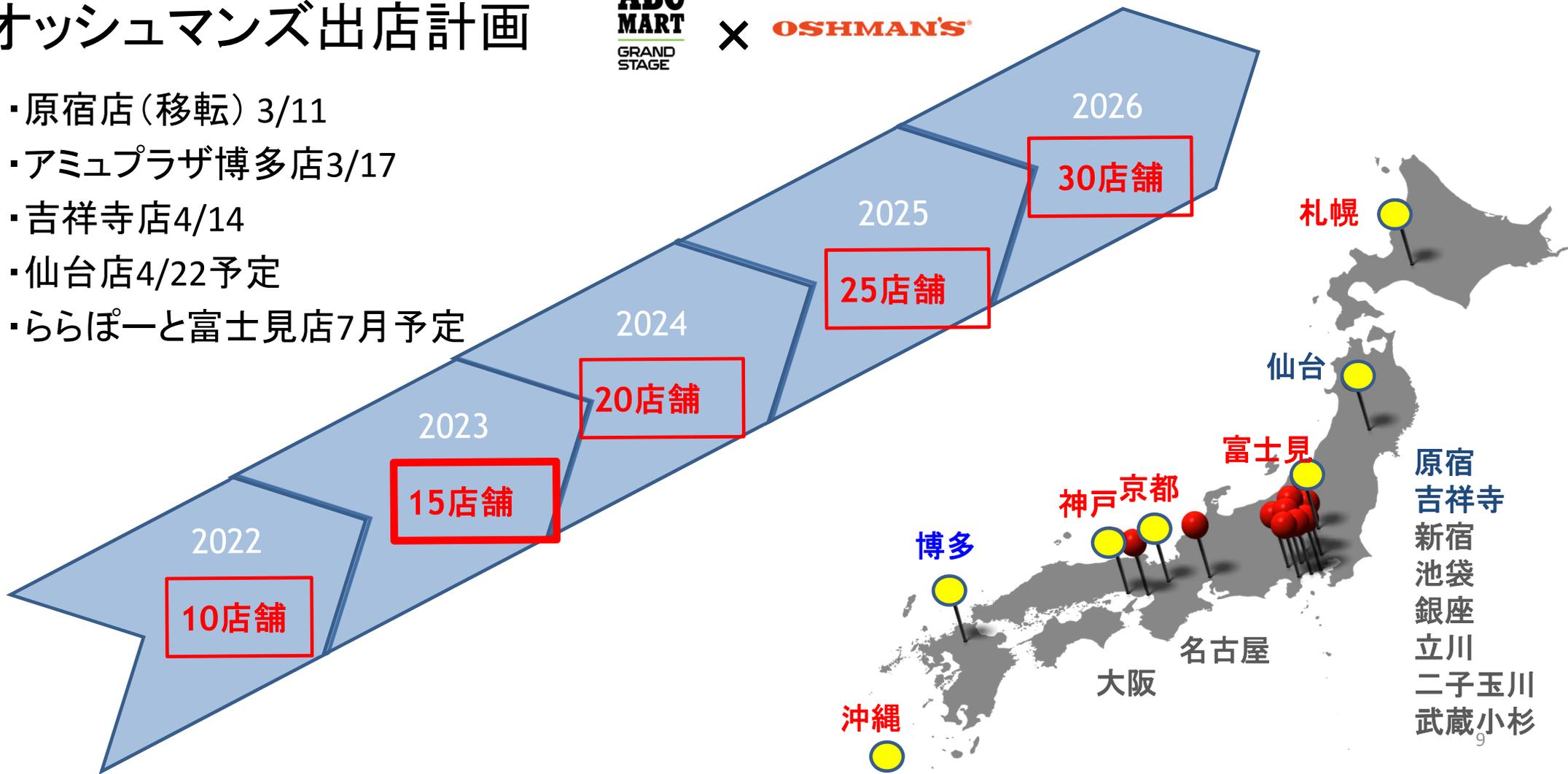
オッシュマンズ出店計画

ABC
MART
GRAND
STAGE

×

OSHMAN'S®

- ・原宿店(移転) 3/11
- ・アミュプラザ博多店 3/17
- ・吉祥寺店 4/14
- ・仙台店 4/22 予定
- ・ららぽーと富士見店 7月 予定



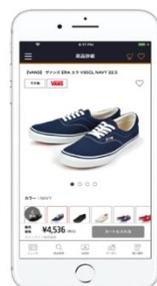
デジタルコマース戦略

ABC-MART

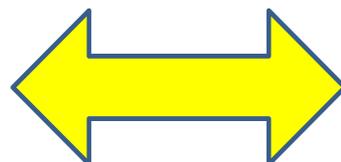
お客様向けアプリ

貯めやすく使いやすいポイントでお得にゲット！

ABC
MART **ABC-MART**
公式アプリ



デジタル基幹システムの
在庫情報の共有化



スタッフ専用アプリ

S Navi



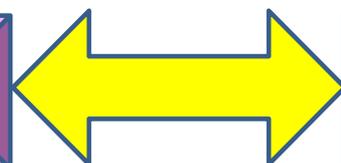
来店店舗のプライス・バーコードを読み込むことで、
その商品の店内在庫数、EC在庫数が同時にわかる
EC在庫についても店舗で会計、後日自宅へ配送

販売効率アップ

- ・在庫探し時間の短縮
- ・複数接客のゆとり増大
- ・より丁寧な接客へ変化
- ・リピート客の獲得へ

デジタル活用で機会ロス低減
= 売上拡大

顧客満足度の向上



人時生産性の向上

海外事業

ABC-MART



韓国
321店舗

海外出店予定 計30店舗
韓国 23店舗(10店舗閉店)
台湾 2店舗(10店舗閉店)
ベトナム 5店舗
期末予想 393店舗

米国
7店舗



台湾
59店舗



ベトナム
6店舗



2号店 Thiso Mall

国内小売事業〔単体〕

ABC-MART

| | 前期実績 | 2024年2月期 | | | 前期比 |
|--------|--------|----------|-------|--------------|-------|
| | | 上期見込 | 下期見込 | 通期見込 | |
| 既存店増収率 | +14.0% | +6.3 | △1.6 | +2.3 | △11.7 |
| 全店増収率 | +17.2% | +6.8 | △0.9 | +2.9 | △14.3 |
| 出店数 | +47 | +23 | +23 | +46 | △1 |
| 閉店数 | △26 | △15 | △5 | △20 | +6 |
| 純増加数 | +21 | +8 | +18 | +26 | +5 |
| 期末店舗数 | 1,074 | 1,082 | 1,100 | 1,100 | +26 |
| 自社商品比率 | 25.5% | 26.0 | 27.7 | 26.8 | +1.3 |

新店改装投資(内装費):
45億円(改装20店舗含む)

自社商品比率:
26.8%(前期比1.3pt)
ローファー、レディースシューズ、
レザーカジュアルの販売強化を図る

免税比率前提:
年平均8%
※中国の需要は、
2019年実績の8割程度
とした。(3月中旬時点想定)

上期は、前期コロナの影響を加味し増収増益、アジアからのインバウンド需要拡大
下期は、前期売上回復基調のため反動減で減収減益

2024年2月期売上利益計画

ABC-MART

連結売上高 3,115億円 (前期比7.4%増)

国内 2,080億円
出店 50店舗

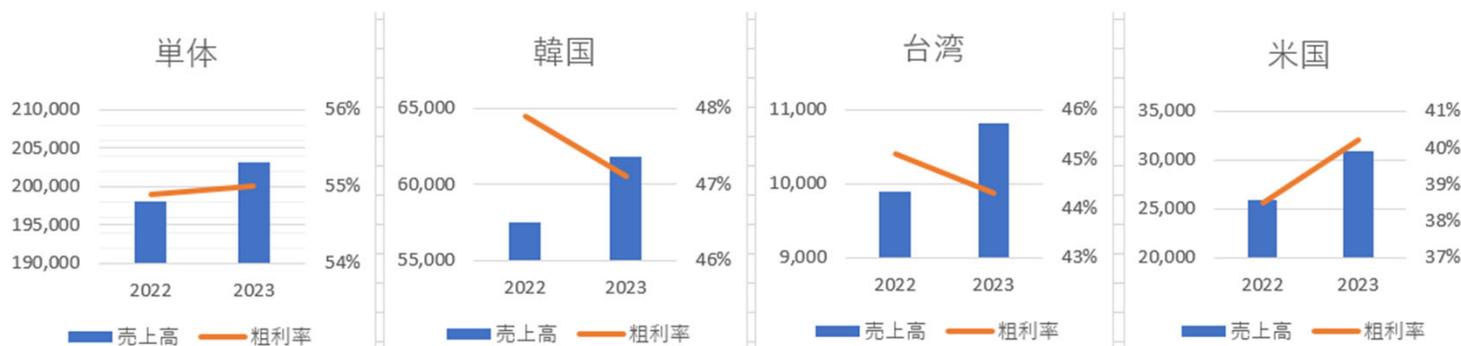
海外 1,035億円
出店 30店舗

グループ店舗数 1,507店舗 (オッシュマンズ既存店含む。)
連結売上高に占める海外シェア 33.2%

韓国

米国

台湾



アジア 仕入コスト上昇
粗利が低下
米国 出荷好調で粗利改善

2024年2月期単体PL計画①

ABC-MART

| 金額単位: 百万円 | 2024年2月期 通期 | | | 前期実績 | 売上比 |
|-----------|-------------|-------|------|---------|-------|
| | 通期計画 | 売上比 | 前期比 | | |
| 売上高 | 203,100 | 100% | 2.6% | 197,982 | 100% |
| 売上総利益 | 111,700 | 55.0% | 2.8% | 108,679 | 54.9% |
| 販管費 | 76,500 | 37.7% | 3.5% | 73,913 | 37.3% |
| 営業利益 | 35,200 | 17.3% | 1.3% | 34,765 | 17.6% |
| 経常利益 | 36,700 | 18.1% | 1.5% | 36,142 | 18.3% |
| 当期純利益 | 24,900 | 12.3% | 1.8% | 24,469 | 12.4% |
| (主な販管費) | | | | | |
| 広告宣伝費 | 3,760 | 1.9% | 6.1% | 3,544 | 1.8% |
| 人件費 | 24,630 | 12.1% | 2.5% | 24,040 | 12.1% |
| 地代家賃 | 23,450 | 11.5% | 3.6% | 22,627 | 11.4% |
| 減価償却費 | 3,222 | 1.6% | 2.6% | 3,139 | 1.6% |

(前提条件)

●売上高

前期比 既存店+2.3% 全店+2.9%

●売上総利益

輸入費・原材料の上昇は継続

FOB想定レート135円

外貨(USD)需要2億ドル

為替の影響は前期より軽減されると予想

総利益率 55.0%(ほぼフラット)を維持

●販管費

宣伝費はデジタル中心で抑制

人件費は販売効率重視

家賃はテナントの歩合家賃上昇中

大都市圏の路面店(固定家賃)の

インバウンド回復見込、家賃比率維持へ

(ご参考) USD FOB平均レート(単位: 円)

| | 上期 | 下期 | 通期 |
|--------|--------|--------|--------|
| 2023.2 | 129.88 | 138.49 | 134.18 |
| 2022.2 | 108.87 | 112.71 | 110.84 |
| 差異 | 21.01 | 25.78 | 23.34 |

一株当たり当期純利益(予想) 301円68銭

年間配当金(予定) 170円(中間85円 期末85円)

2024年2月期単体PL計画②

ABC-MART

| 金額単位: 百万円 | 2024年2月期 上期 | | | 2024年2月期 下期 | | | | | | |
|-----------|-------------|-------|-------|-------------|-------|---------|-------|-------|---------|-------|
| | 上期計画 | 売上比 | 前期比 | 前上期実績 | 売上比 | 下期計画 | 売上比 | 前期比 | 前下期実績 | 売上比 |
| 売上高 | 102,070 | 100% | 6.8% | 95,535 | 100% | 101,030 | 100% | -1.4% | 102,447 | 100% |
| 売上総利益 | 56,660 | 55.5% | 6.6% | 53,161 | 55.6% | 55,040 | 54.5% | -0.9% | 55,518 | 54.2% |
| 販管費 | 37,990 | 37.2% | 5.1% | 36,156 | 37.8% | 38,510 | 38.1% | 2.0% | 37,756 | 36.9% |
| 営業利益 | 18,670 | 18.3% | 9.8% | 17,004 | 17.8% | 16,530 | 16.4% | -6.9% | 17,761 | 17.3% |
| 経常利益 | 19,330 | 18.9% | 10.0% | 17,572 | 18.4% | 17,370 | 17.2% | -6.5% | 18,570 | 18.1% |
| 当期純利益 | 13,090 | 12.8% | 14.6% | 11,422 | 12.0% | 11,810 | 11.7% | -9.5% | 13,047 | 12.7% |
| (主な販管費) | | | | | | | | | | |
| 広告宣伝費 | 1,631 | 1.6% | -8.0% | 1,772 | 1.9% | 2,129 | 2.1% | 20.2% | 1,771 | 1.7% |
| 人件費 | 12,428 | 12.2% | 4.6% | 11,884 | 12.4% | 12,202 | 12.1% | 0.4% | 12,156 | 11.9% |
| 地代家賃 | 11,639 | 11.4% | 4.6% | 11,130 | 11.7% | 11,811 | 11.7% | 2.7% | 11,497 | 11.2% |
| 減価償却費 | 1,610 | 1.6% | 5.6% | 1,524 | 1.6% | 1,612 | 1.6% | -0.1% | 1,614 | 1.6% |

一株当たり当期純利益(予想)

上期158円59銭

下期143円08銭

2024年2月期海外PL計画

ABC-MART

海外売上高 1,035億円(前期比+11.1%) …… 連結売上に占める割合 33.2%

想定レート 10.0円/韓国ウォン 4.3円/台湾ドル 130円/米ドル

韓国 売上高 618億円 (現地通貨ベース 6,182億ウォン)

| | 100WON= | | ¥10.00 | | ¥10.18 | | (現地通貨ベース) | | | |
|-------|---------|-------|--------|-------|--------|---------|-----------|---------|-------|------|
| | 次期計画 | | 前期実績 | | 前期比 | 次期計画 | | 前期実績 | | 前期比 |
| | 金額百万円 | 売上比 | 金額百万円 | 売上比 | | 金額千won | 売上比 | 金額百万won | 売上比 | |
| 売上高 | 61,824 | 100% | 57,474 | 100% | 7.6% | 618,248 | 100% | 564,579 | 100% | 9.5% |
| 売上総利益 | 29,128 | 47.1% | 27,529 | 47.9% | 5.8% | 291,287 | 47.1% | 270,426 | 47.9% | 7.7% |
| 販管費 | 23,714 | 38.4% | 22,064 | 38.4% | 7.5% | 237,142 | 38.4% | 216,739 | 38.4% | 9.4% |
| 営業利益 | 5,414 | 8.8% | 5,465 | 9.5% | -0.9% | 54,145 | 8.8% | 53,687 | 9.5% | 0.9% |

台湾 売上高 108億円 (現地通貨ベース 25億台湾\$)

米国 売上高 308億円 (現地通貨ベース 2億37百万US\$)

※海外子会社は、12月決算です。次期は、2023年1月1日から12月31日までを示しております。

2024年2月期連結PL計画①

ABC-MART

| 金額単位:百万円 | 2024年2月期 通期 | | | 前期実績 | 売上比 |
|---------------------|-------------|-------|-------|---------|-------|
| | 通期計画 | 売上比 | 前期比 | | |
| 売上高 | 311,500 | 100% | 7.4% | 290,077 | 100% |
| 売上総利益 | 159,600 | 51.2% | 6.7% | 149,597 | 51.6% |
| 販管費 | 115,600 | 37.1% | 7.7% | 107,295 | 37.0% |
| 営業利益 | 44,000 | 14.1% | 4.0% | 42,301 | 14.6% |
| 経常利益 | 44,900 | 14.4% | 3.6% | 43,360 | 14.9% |
| 親会社株主に帰属 する当期純利益 | 30,400 | 9.8% | 0.5% | 30,256 | 10.4% |
| (主な販管費) | | | | | |
| 広告宣伝費 | 7,490 | 2.4% | 14.9% | 6,521 | 2.2% |
| 人件費 | 39,910 | 12.8% | 9.0% | 36,607 | 12.6% |
| 地代家賃 | 32,150 | 10.3% | 7.7% | 29,862 | 10.3% |
| 減価償却費 | 5,410 | 1.7% | -3.2% | 5,589 | 1.9% |

一株当たり当期純利益(予想) 368円31銭
 一株当たり年間配当(予想) 170円00銭

2024年2月期連結PL計画②

ABC-MART

| 金額単位: 百万円 | 2024年2月期 上期 | | | 2024年2月期 下期 | | | | | | |
|-----------------|-------------|-------|-------|-------------|-------|---------|-------|--------|---------|-------|
| | 上期計画 | 売上比 | 前期比 | 前上期実績 | 売上比 | 下期計画 | 売上比 | 前期比 | 前下期実績 | 売上比 |
| 売上高 | 153,900 | 100% | 13.0% | 136,191 | 100% | 157,600 | 100% | 2.4% | 153,885 | 100% |
| 売上総利益 | 79,800 | 51.9% | 11.0% | 71,866 | 52.8% | 79,800 | 50.6% | 2.7% | 77,730 | 50.5% |
| 販管費 | 56,800 | 36.9% | 9.5% | 51,871 | 38.1% | 58,800 | 37.3% | 6.1% | 55,424 | 36.0% |
| 営業利益 | 23,000 | 14.9% | 15.0% | 19,995 | 14.7% | 21,000 | 13.3% | -5.9% | 22,306 | 14.5% |
| 経常利益 | 23,500 | 15.3% | 14.6% | 20,501 | 15.1% | 21,400 | 13.6% | -6.4% | 22,858 | 14.9% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 16,190 | 10.5% | 21.6% | 13,317 | 9.8% | 14,210 | 9.0% | -16.1% | 16,938 | 11.0% |
| (主な販管費) | | | | | | | | | | |
| 広告宣伝費 | 3,150 | 2.0% | 16.7% | 2,699 | 2.0% | 4,340 | 2.8% | 13.6% | 3,822 | 2.5% |
| 人件費 | 19,930 | 12.9% | 10.9% | 17,976 | 13.2% | 19,980 | 12.7% | 7.2% | 18,630 | 12.1% |
| 地代家賃 | 15,920 | 10.3% | 9.0% | 14,602 | 10.7% | 16,230 | 10.3% | 6.4% | 15,260 | 9.9% |
| 減価償却費 | 2,650 | 1.7% | -5.1% | 2,793 | 2.1% | 2,760 | 1.8% | -1.3% | 2,795 | 1.8% |

一株当たり当期純利益(予想)

上期196円15銭

下期172円16銭