

ABC MART

FACTBOOK

株式会社エービーシー・マート
2024年2月期 [2023.3.1-2024.2.29]

INDEX

エービーシー・マートとは	01
店舗データ	04
財務データ	06
サステナビリティへの取り組み	11
新店情報	12
会社概要	13



経営方針

靴を中心とした ライフスタイル創造企業から、 世界のシューズストア『ABC-MART』へ

靴を中心とした商品を直接お客様の手元へお届けするために、
靴小売店「ABC-MART」の出店を進め、世界に通用するストアブランドとして確立することを目指します。

事業内容

国内事業

全国各地に展開している小売店「ABC-MART」「ABC-MART GRAND STAGE」「ABC-MART SPORTS」等を通じて、靴を中心に、当社ブランド「HAWKINS」「Danner」「ABC Select」等の自社商品とナショナル・ブランド商品の販売を行い、市場のニーズやトレンドを取り入れた商品を提供しています。また当社は、靴の企画・開発を自社で行い、国内外の委託工場でこれらの商品を生産し、国内市場に供給しています。良質な商品を国内のマーケットニーズに即した適正な価格で提供できる仕組みを最大限に活かし、常にお客様に支持される商品づくりを志向しています。



海外事業

韓国で連結子会社ABC-MART KOREA, INC.が、台湾で連結子会社ABC-MART TAIWAN, INC.が、ベトナムで連結子会社ABC-MART VIETNAM Co., Ltd.が「ABC-MART」を運営しています。また米国では、連結子会社LaCrosse Footwear, Inc.を筆頭にLaCrosseグループが、自社ブランドである「Danner」「White's Boots」等の靴の企画・製造・販売を行い、小売店「Danner」ストアを運営しています。



セグメント別売上高構成比

国内

236,850百万円
68.8%



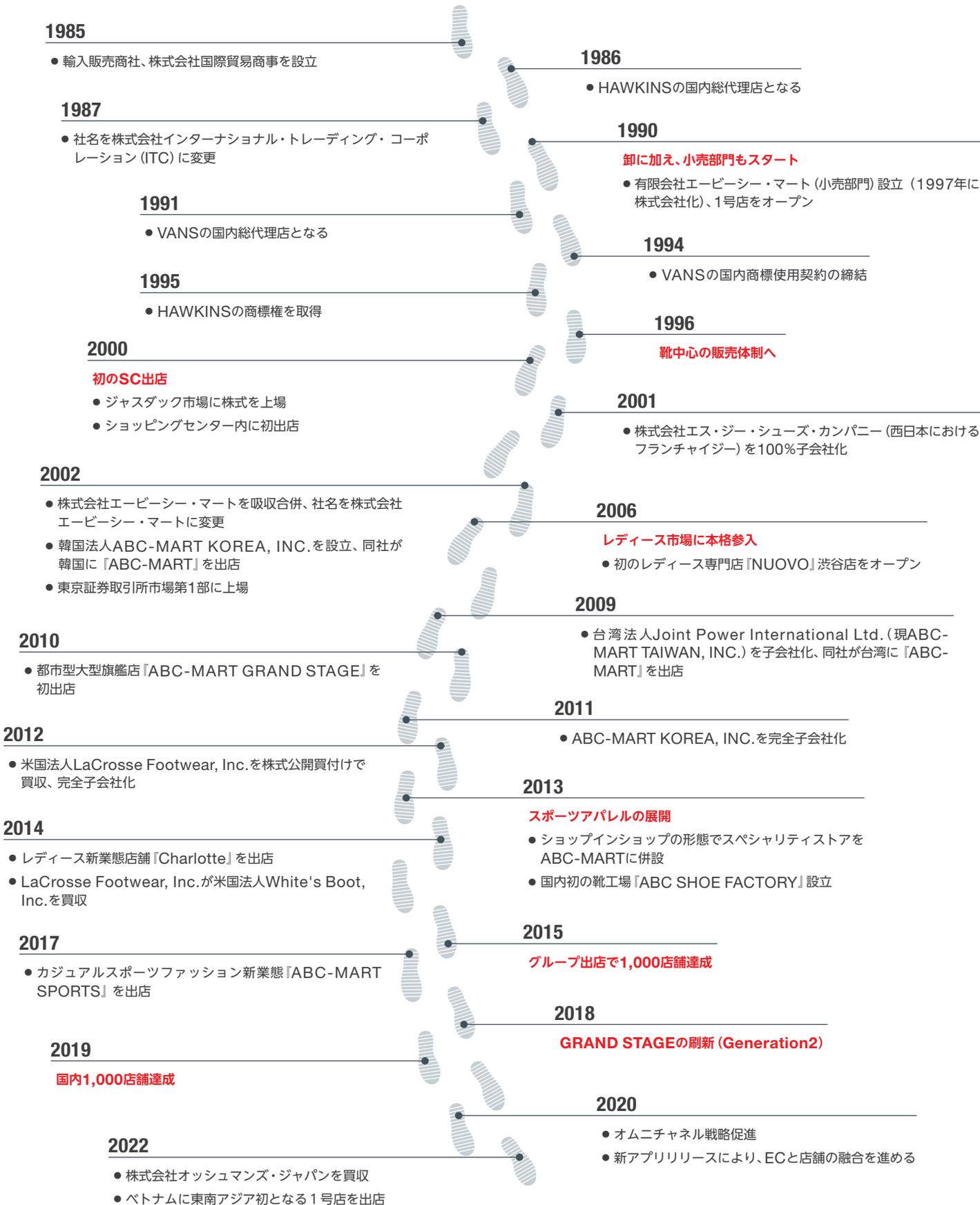
海外

107,347百万円
31.2%

韓国	66,322	百万円	19.3%
米国	28,989	百万円	8.4%
台湾	11,757	百万円	3.4%
ベトナム	277	百万円	0.1%

※外部顧客に対する売上高を記載しています。

沿革



ABCマートの強み

すべてのお客様にご満足いただくために、モノ作り、マーケティングと接客に、ITの力を加えて、先進的な小売を目指します。

店舗戦略

- 地域、商圈に適合したスピーディな出店
- 新業態、新形態店舗の開発
- 市場の変化に対応するリニューアル



運営戦略

- オムニチャネル戦略
- 公式アプリによるサービスの提供
- 積極的なIT投資

商品・ブランド戦略

- 自社ブランドの保持・強化・育成
- 海外ネットワークから得る開発情報
- ナショナルブランドとの連携

人材育成戦略

- 現場での経験と人材育成
- 雇用の多様化とワークライフバランスの充実
- キャリア開発とチームづくり

自社ブランドの製販一貫体制



グローバルブランドとの連携



顧客にとって訴求力が高く、リーズナブルな商品の生産が可能

デジタルコマース戦略

お客様向けアプリ

アプリを使ってより簡単に

ABC MART お買い物をさらに便利に
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



顧客満足度の向上

デジタル活用で販売機会ロス低減 = 売上拡大

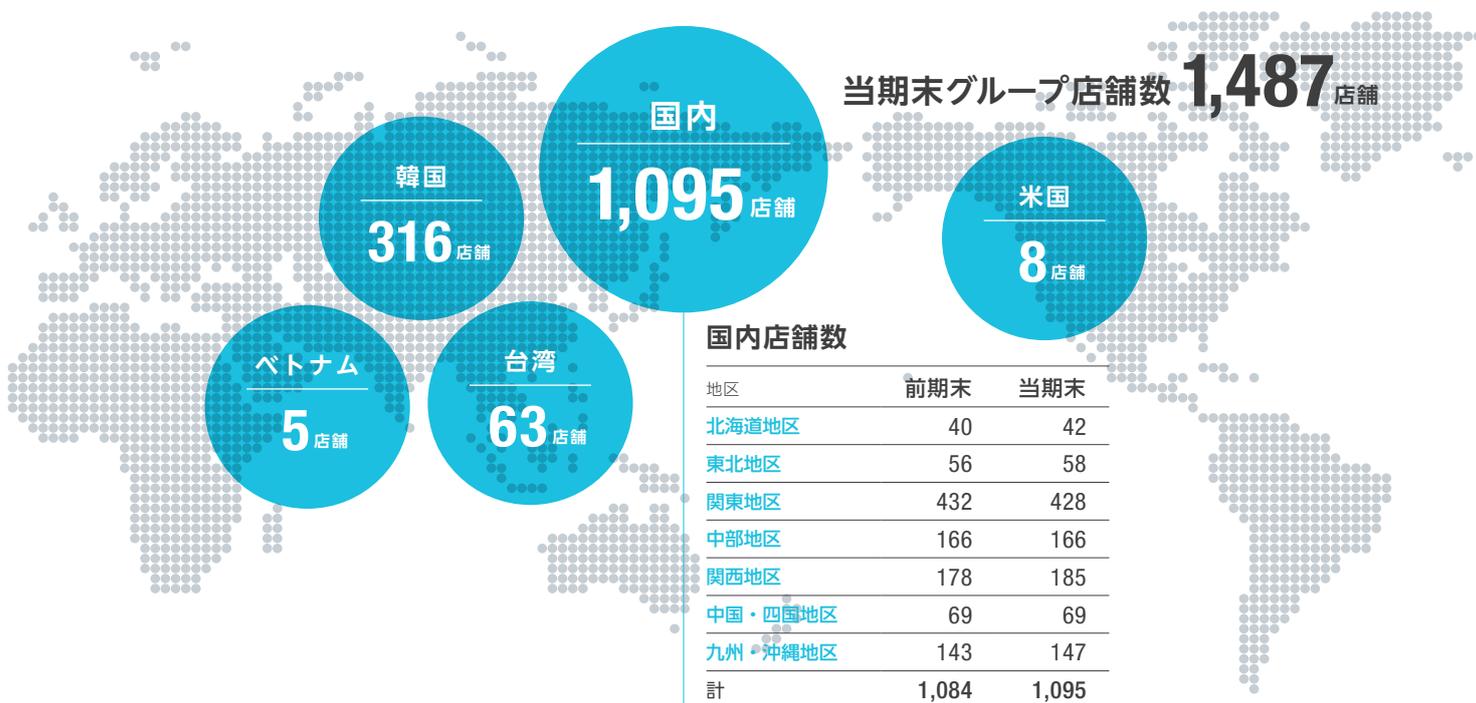
来店店舗のプライス・バーコードを読み込むことで、その商品の店内在庫数、EC在庫数とその場で同時にかかる。EC在庫も店舗で会計、後日自宅へ配送

人時生産性の向上

販売効率アップ

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

店舗展開 (2024年2月末現在) ※海外店舗数(韓国・台湾・米国・ベトナム)は2023年12月末現在の数値となっています。



業態別店舗数(国内)

業態		前期末	当期末
ABC-MART 業態	Grand Stage	67	87
	Premier Stage	18	16
	Mega Stage	16	13
	ABC-MART SPORTS	88	107
	その他のABC業態	768	754
レディース業態	Charlotte	23	15
アウトレット業態	Outlet	57	54
その他業態		37	35
OSHMANN'S		10	14
計		1,084	1,095

形態別店舗数(国内)

施設	前期末	当期末
路面店	84	86
商業ビル	141	135
ショッピングセンター	618	642
NSC	83	81
ロードサイド	103	101
アウトレット	55	50
計	1,084	1,095

デジタル売上高

デジタル売上高構成比の推移(国内)



※デジタル売上高とは、「オンライン販売」と「実店舗におけるデジタルを活用したEC在庫の販売分」を含めた売上です。

※左グラフは、当社単体のみの実績であります。

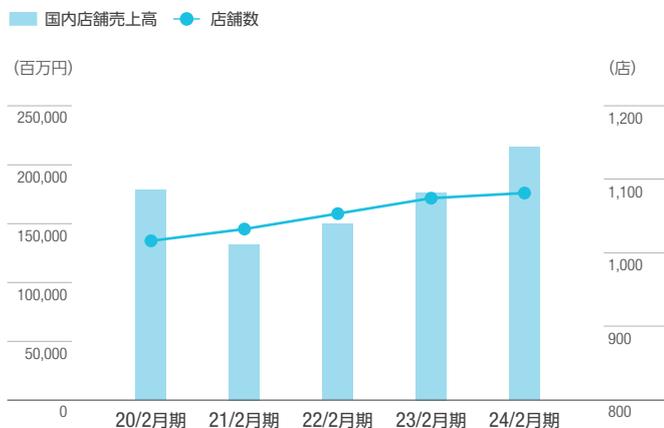
国内店舗売上高

(%)		20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
既存店	売上高増収率	0.5	△15.3	4.5	14.0	16.8
	客数伸び率	△1.2	△11.5	0.8	5.5	7.3
	客単価伸び率	1.7	△4.2	3.7	8.1	8.8
全店	売上高増収率	1.6	△21.8	11.7	17.2	17.2
	客数伸び率	△0.2	△18.4	7.5	8.4	7.5
	客単価伸び率	1.8	△4.2	3.9	8.2	9.0
期末店舗数 (店)		1,016	1,032	1,053	1,074	1,081

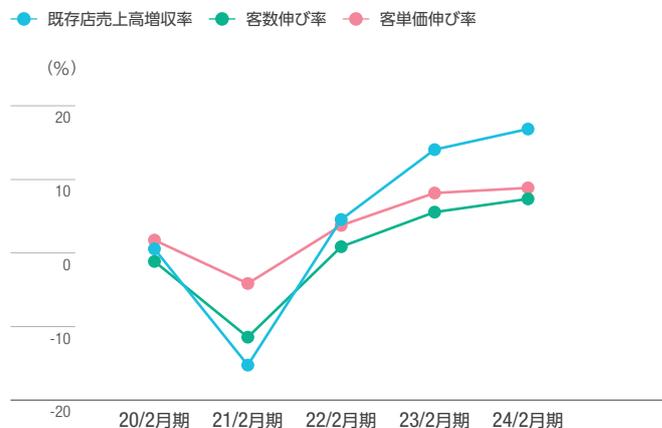
※上記は、当社単体のみの実績であります。EC売上を含みます。

	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
国内店舗売上高 (百万円)	178,867	132,543	149,526	176,615	215,697
平均売場面積 (㎡)	259,061	255,947	274,154	289,559	306,931
1㎡当たり売上高 (千円)	690	517	545	609	702
平均従業員数 (人)	5,262	5,063	5,017	4,982	5,386
1人当たり売上高 (千円)	33,992	26,178	29,803	35,450	40,047

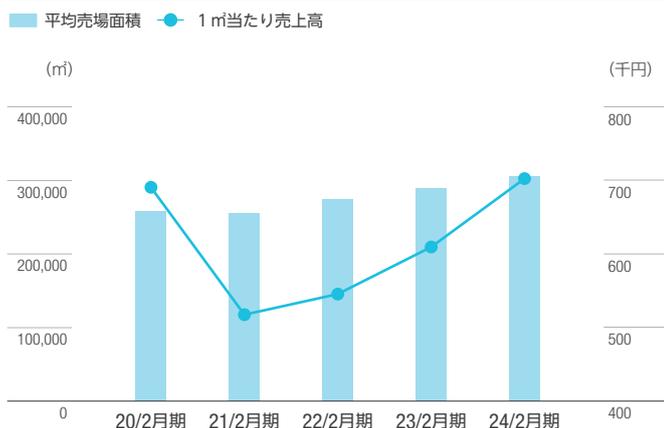
国内店舗売上高と店舗数



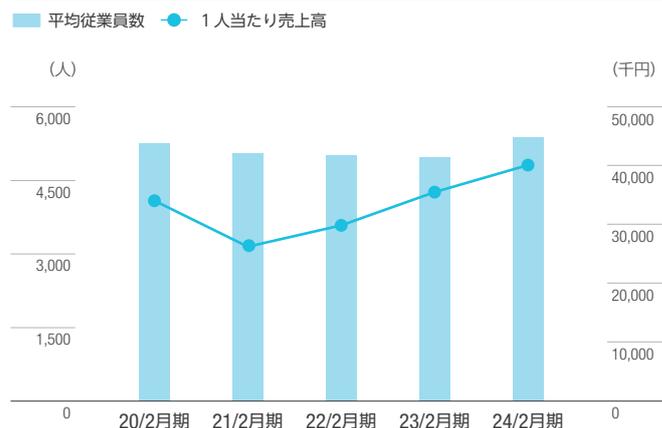
既存店データ



1㎡当たり売上高と平均売場面積



1人当たり売上高と平均従業員数



連結業績ハイライト

(百万円)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
経営状況					
売上高	272,361	220,267	243,946	290,077	344,197
売上原価	129,087	110,004	119,058	140,480	168,603
売上総利益	143,273	110,262	124,887	149,597	175,594
販売費及び一般管理費	99,899	90,748	97,440	107,295	119,922
広告宣伝費	6,991	6,239	6,274	6,525	7,688
人件費	34,791	30,913	32,966	36,616	41,358
地代家賃	27,567	24,788	27,207	30,032	33,652
減価償却費	4,902	5,103	5,472	5,603	5,561
その他	25,646	23,703	25,519	28,518	31,662
営業利益	43,374	19,513	27,446	42,301	55,671
経常利益	44,325	21,283	28,260	43,360	57,834
法人税等	13,410	9,729	8,367	12,252	17,110
親会社株主に帰属する当期純利益	29,706	19,226	17,382	30,256	40,009
設備投資額	7,437	6,559	9,712	6,935	7,754
減価償却費 (CF)	5,085	5,406	5,671	5,801	5,783
キャッシュ・フローの状況					
営業活動によるキャッシュ・フロー	34,547	23,487	25,157	10,882	51,230
投資活動によるキャッシュ・フロー	△9,029	△11,316	△7,458	△9,003	△11,405
財務活動によるキャッシュ・フロー	△15,652	△15,016	△13,918	△9,358	△18,587
フリー・キャッシュ・フロー	25,518	12,171	17,699	1,879	39,825
財政状態					
流動資産	233,803	225,222	226,923	261,391	288,627
現金及び預金	149,344	138,669	141,767	138,918	167,208
棚卸資産	68,011	63,356	59,847	88,584	88,942
固定資産	77,280	92,610	90,796	94,459	98,708
流動負債	37,170	37,145	31,268	43,613	43,972
株主資本	263,630	268,825	272,176	288,400	313,841
純資産	271,809	278,943	284,881	310,974	341,654
総資産	311,084	317,832	317,720	355,850	387,336
自己資本比率 (%)	87.0	87.3	89.2	86.9	87.6
自己資本利益率 (ROE) (%)	11.2	7.0	6.2	10.2	12.3
有利子負債	2,216	1,232	1,350	5,959	1,405
1株当たり指標					
1株当たり当期純利益 (EPS) (円)	359.92	232.94	210.60	366.57	161.58
1株当たり純資産 (BPS) (円)	3,279.24	3,363.55	3,432.30	3,744.84	1,370.85
1株当たり配当金 (DPS) (円)	170.00	170.00	170.00	170.00	65.33
配当性向 (%)	47.2	73.0	80.7	46.4	40.4
その他財務情報					
株価収益率 (PER) (倍)	17.1	26.0	23.6	18.3	15.9
株価純資産倍率 (PBR) (倍)	1.9	1.8	1.5	1.8	1.9
その他					
発行済株式総数 (千株)	82,539	82,539	82,539	82,539	247,618
期中平均株式数 (千株)	82,535	82,539	82,539	82,539	247,616

※24/2月期において、株式分割(1:3)を実施しています。

セグメント別業績

(百万円)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
売上高	272,361	220,267	243,946	290,077	344,197
国内	194,463	151,908	169,773	197,981	237,874
海外	78,877	69,191	75,000	93,251	107,586
消去	△ 979	△ 833	△ 827	△ 1,155	△ 1,262
セグメント利益	43,374	19,513	27,446	42,301	55,671
国内	38,613	17,107	25,287	35,002	45,725
海外	4,709	2,341	2,112	7,224	9,893
消去又は会社	51	64	46	74	52
セグメント資産	311,084	317,832	317,720	355,850	387,336
国内	244,277	251,714	244,393	267,992	288,393
海外	67,160	66,514	73,760	91,398	100,012
消去又は会社	△ 353	△ 395	△ 433	△ 3,539	△ 1,068
(%)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
売上高構成比	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
国内	71.1	68.7	69.3	67.9	68.8
海外	28.9	31.3	30.7	32.1	31.2
セグメント利益率	15.9	8.9	11.3	14.6	16.2
国内	19.9	11.3	14.9	17.7	19.2
海外	6.0	3.4	2.8	7.7	9.2

24/2月期の業績概況

当連結会計年度(2023年3月1日から2024年2月29日まで)における事業環境は、コロナ禍から社会経済活動の正常化が本格化し、外国人旅行客の増加もあり、消費が急速に拡大しました。一方で、地政学的なリスクの高まりを背景に円安や物価の高騰が続いており、景気回復の減速が懸念されています。

シューズ業界におきましては、世界的なインフレの進行とインバウンド需要の高まりにより、コロナ禍に縮小したマーケットが回復基調で推移しました。消費動向としては、エネルギーや食料品等の価格上昇により、お客様の価格志向は消耗品と嗜好品とで二極化が進みましたが、トレンド商品としての靴は需要が増加傾向にあります。商品トレンドは、新作スニーカーを中心としたスポーツ系カジュアルに加え、旅行やレジャーなどアウトドア系ファッションの需要が拡大しています。

このような状況下、当社グループは、デジタルインフラの活用、グランドステージと複合業態店舗の拡大、スポーツシューズやスポーツアパレルを含めたライフスタイルカジュアルの拡充に対応してまいりました。店舗展開につきましては、国内外合わせて79店舗の新規出店を行い、70店舗の改装を実施しました。当社グループの店舗数は、1,487店舗となりました。

以上の結果、当連結会計年度における連結業績は、売上高は前期比18.7%増の3,441億97百万円となりました。利益面につきましては、都心部大型路面店の売上回復が寄与し、営業利益は前期比31.6%増の556億71百万円、連結営業利益率は16.2%となりました。経常利益は前期比33.4%増の578億34百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比32.2%増の400億9百万円となりました。

連結カテゴリ別売上高

(百万円)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
売上高	272,361	220,267	243,946	290,077	344,197
スポーツ	161,023	129,117	139,693	163,404	192,500
レザーカジュアル	37,413	33,268	35,839	44,720	50,470
キッズ	18,271	16,208	19,973	22,790	26,161
レディース	17,695	11,435	12,637	16,563	19,014
サンダル	10,974	9,259	11,782	14,544	18,387
ビジネス	9,973	6,503	7,441	8,550	9,356
ウェアその他	—	—	10,233	12,196	21,108
その他	17,010	14,473	6,344	7,306	7,196

※「ウェアその他」は22/2月期より「その他」から別掲しています。

連結 収益性指標

(百万円)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
売上高	272,361	220,267	243,946	290,077	344,197
売上総利益	143,273	110,262	124,887	149,597	175,594
販売費及び一般管理費	99,899	90,748	97,440	107,295	119,922
営業利益	43,374	19,513	27,446	42,301	55,671
経常利益	44,325	21,283	28,260	43,360	57,834
親会社株主に帰属する当期純利益	29,706	19,226	17,382	30,256	40,009

(%)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
売上総利益率	52.6	50.1	51.2	51.6	51.0
売上高販管費率	36.7	41.2	39.9	37.0	34.8
売上高営業利益率	15.9	8.9	11.3	14.6	16.2
売上高経常利益率	16.3	9.7	11.6	14.9	16.8
売上高純利益率	10.9	8.7	7.1	10.4	11.6

売上総利益率 = 売上総利益 / 売上高

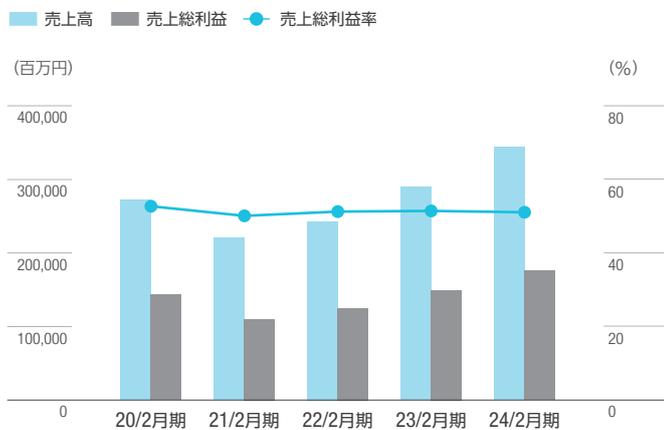
売上高販管費率 = 販売費及び一般管理費 / 売上高

売上高営業利益率 = 営業利益 / 売上高

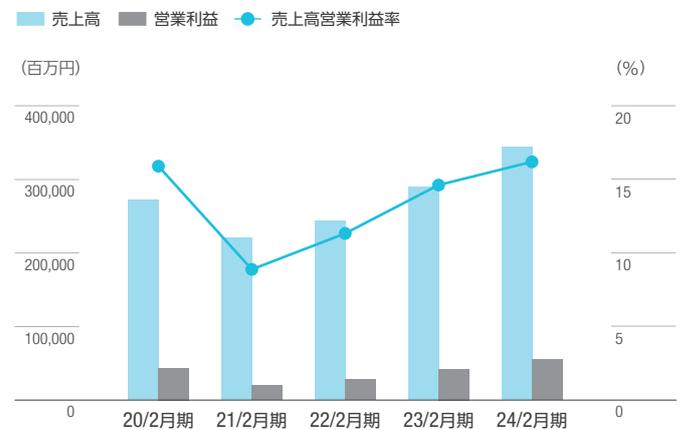
売上高経常利益率 = 経常利益 / 売上高

売上高純利益率 = 親会社株主に帰属する当期純利益 / 売上高

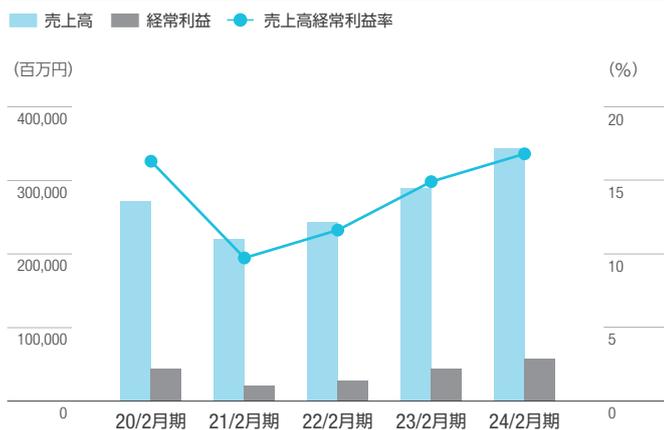
売上総利益率



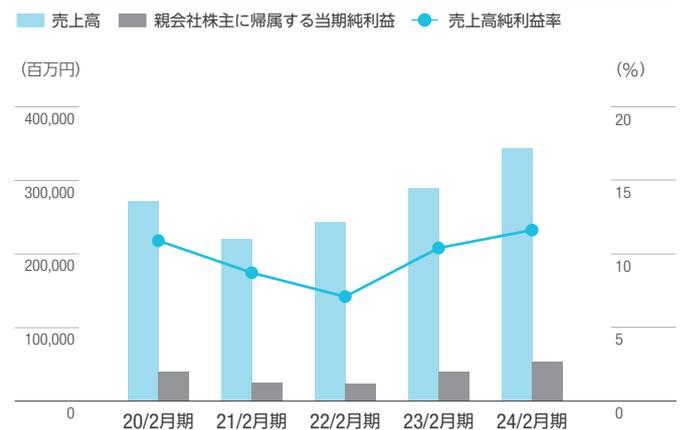
売上高営業利益率



売上高経常利益率



売上高純利益率



連結 効率性指標

(百万円)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
棚卸資産	68,011	63,356	59,847	88,584	88,942
売上債権	10,493	10,275	11,091	15,096	16,262
買入債務	16,413	14,468	13,161	12,484	15,238
(回)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
総資産回転率	0.88	0.69	0.77	0.81	0.89
固定資産回転率	3.52	2.38	2.69	3.07	3.49
流動資産回転率	1.16	0.98	1.08	1.11	1.19
(日)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
在庫回転日数	91.14	104.99	89.55	111.46	94.32
売上債権回転日数	14.06	17.03	16.59	19.00	17.24
買入債務回転日数	22.00	23.97	19.69	15.71	16.16

総資産回転率 = 売上高 / 総資産

固定資産回転率 = 売上高 / 固定資産

流動資産回転率 = 売上高 / 流動資産

在庫回転日数 = (棚卸資産 / 売上高) × 365

売上債権回転日数 = (売上債権 / 売上高) × 365

買入債務回転日数 = (買入債務 / 売上高) × 365

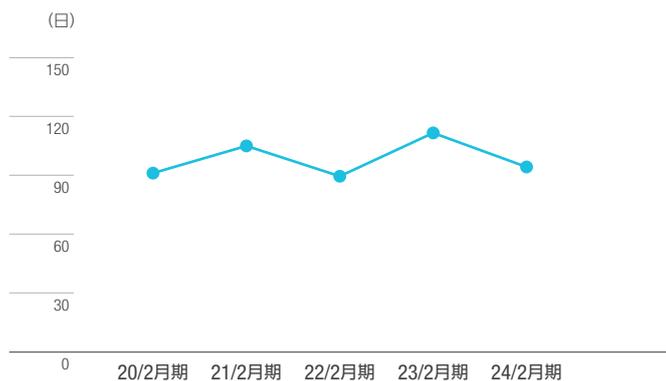
固定資産回転率



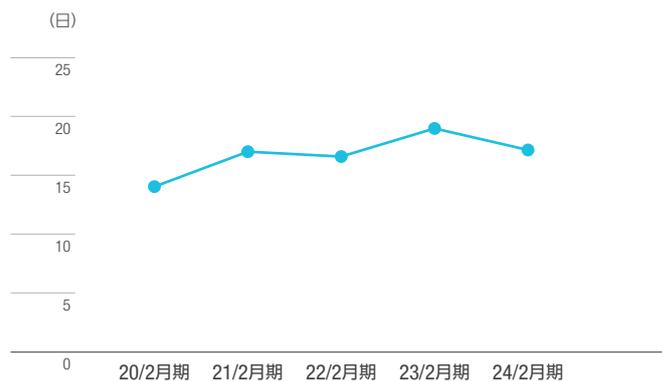
流動資産回転率



在庫回転日数



売上債権回転日数



連結 安全性指標

(百万円)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
自己資本	270,665	277,624	283,298	309,095	339,444
総資産	311,084	317,832	317,720	355,850	387,336
固定資産	77,280	92,610	90,796	94,459	98,708
流動資産	233,803	225,222	226,923	261,391	288,627
流動負債	37,170	37,145	31,268	43,613	43,972
有利子負債	2,216	1,232	1,350	5,959	1,405
(%)	20/2月期	21/2月期	22/2月期	23/2月期	24/2月期
自己資本比率	87.0	87.3	89.2	86.9	87.6
D/E レシオ	0.8	0.4	0.5	1.9	0.4
固定比率	28.6	33.4	32.0	30.6	29.1
流動比率	629.0	606.3	725.7	599.3	656.4
総資産利益率 (ROA)	9.8	6.1	5.5	9.0	10.8
自己資本利益率 (ROE)	11.2	7.0	6.2	10.2	12.3

有利子負債＝短期借入金

流動比率＝流動資産/流動負債

自己資本比率＝自己資本/総資産

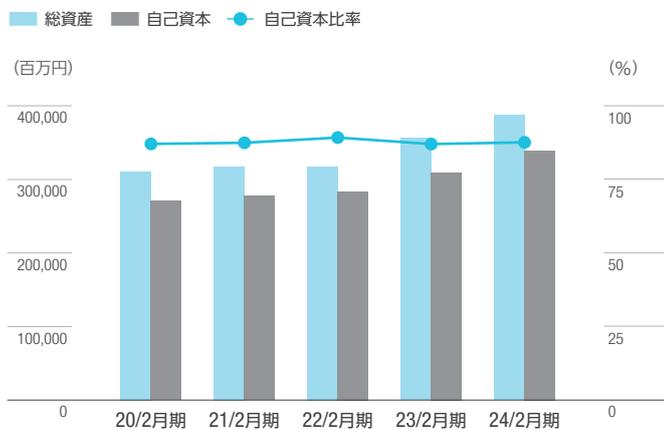
ROA＝親会社株主に帰属する当期純利益/総資産 (期中平均)

D/E レシオ＝有利子負債/自己資本

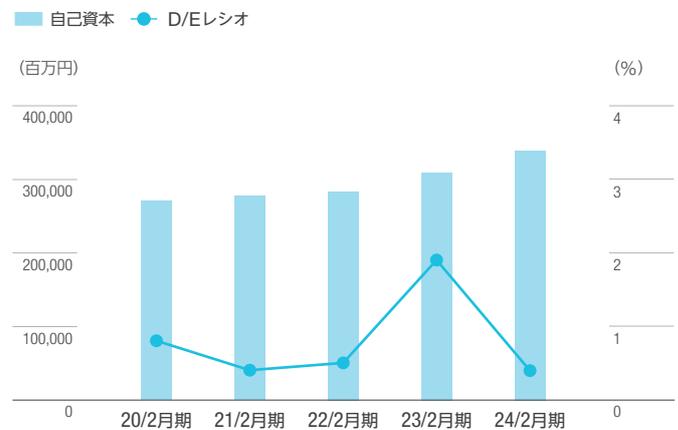
ROE＝親会社株主に帰属する当期純利益/自己資本 (期中平均)

固定比率＝固定資産/自己資本

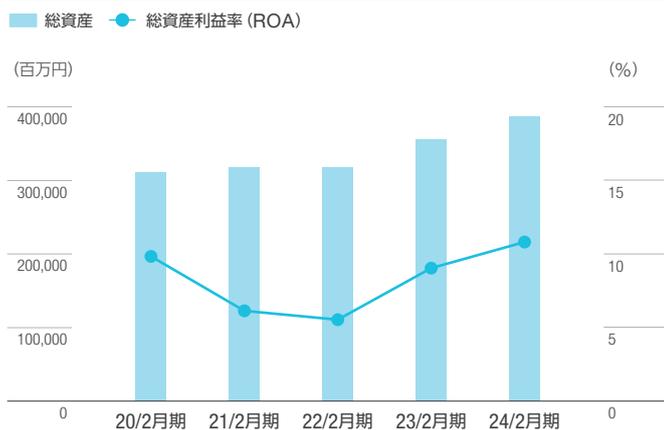
自己資本比率



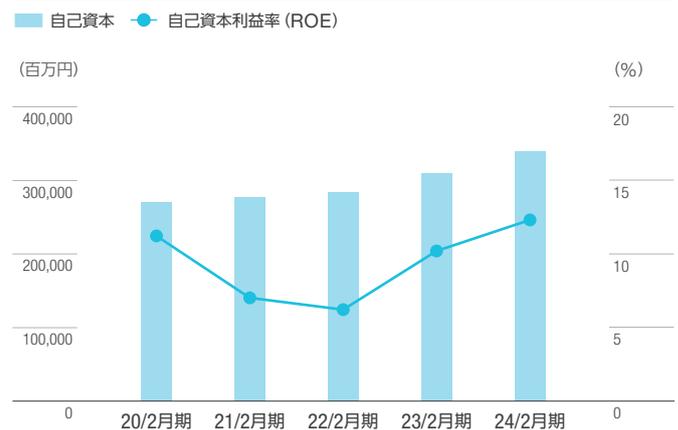
D/Eレシオ



総資産利益率 (ROA)



自己資本利益率 (ROE)



環境への取り組み

全店LED化計画

2027年までに、全店舗の照明をLEDにします

経済産業省が提唱する“2030年LED照明100%普及”より早期完了予定

- 非対応の店舗は、ABC-MART ST (ST=スタンダード) の412店舗
- 5年間のLEDに係る投資総額は、12億30百万円
投資回収期間はおよそ4年
- 単店当たりの電気代の平均削減率は45%
- 412店舗の節電効果は、年間4億円と試算



リサイクル梱包素材の使用

石油由来のポリエチレン製ショッピングバッグを廃止

- CO₂排出量をおよそ423トン削減
(年間3,000万人以上の利用を換算)
- 紙製ショッピングバッグは古紙パルプ配合率30%
- 再生紙に、CO₂排出削減効果が高い植物由来の「ボタニカルインキ」印刷を使用



環境に配慮した商品の取り扱い

使用済みまたは商品製造過程で発生した廃棄物から生まれたリサイクル素材や、サステナブルな手法で栽培した素材等を使用した商品の品揃えを拡充しています



人的投資

テーマ『教育=共育』

ABCマートの強力な販売力の源は、人材育成にあります

現場での経験と人材育成

OJTによるコーチングが実務スキルの軸、単なる教育に留まらない、共に成長できる環境づくりがベース

先輩と後輩間で“ライバル心を育てる事”が販売力の最大化のポイント

雇用の多様化とワークライフバランスの充実

バイトやパート、地域限定社員、ショートタイム社員など地域や目的に

応じた多様な雇用を確立

継続して働ける環境づくりが個々のライフスタイルの充実につながり、仕事の充実へと好循環を生みます

キャリア開発とチームづくり

人事部とエリアスーパーバイザーが連携しチーム編成、適切なキャリア開発を実現

キャリア形成のための各種研修制度の充実 (2023年集合研修 キャリア別34回、選抜型10回)

ダイバーシティ

ABCマートは、女性、障がい者、外国人など多様な人材を採用しています
すべての従業員が働きやすい環境づくりを目指しています

女性支援

組織の意思決定に関わる女性社員を育成する目的で、女性役職者育成研修、選抜女性店長研修、上位職のスーパーバイザーを対象とした研修などを多数実施しています

女性管理職比率は、2024年2月末時点、15.5%

※次期管理職候補である店舗役職者の女性比率は38%

障がい者支援

2024年2月末時点、139名在籍 (雇用率2.61%)

店舗のバックヤード作業など販売の補完的な業務で能力を発揮。支援チームが配属店舗の定期訪問で継続サポートしています

外国人支援

2024年2月末時点、141名在籍、うち46名は正規雇用。新卒のほか、海外の大学を卒業した外国人など、15の国又は地域 (中国、韓国、台湾、ミャンマー、ベトナム、フィリピン、ペルーなど) からグローバル人材を積極採用しています

定着、戦力化を目的とした異文化コミュニケーション研修、フォローアップ研修を随時実施しています

LGBTQに関する取り組み

多様性を尊重し、SOGIハラスメントやアウティングを防止する管理者研修、LGBTQ相談窓口の設置などの取り組みが現在進行中です

ABC-MART GRAND STAGE 札幌ステラプレイス店

●所在地 北海道札幌市 ●オープン日 2023年11月23日



ABC-MART GRAND STAGE 仙台店 / OSHMAN'S 仙台店

●所在地 宮城県仙台市 ●オープン日 2023年4月22日



ABC-MART GRAND STAGE Thiso mall店

●所在地 ベトナム ホーチミン ●オープン日 2023年3月24日



会社情報 (2024年2月29日現在)

商号	株式会社エービーシー・マート
URL	https://www.abc-mart.co.jp/
所在地	〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂一丁目12番1号 渋谷マークシティ ウエスト19階 (登記上の所在地: 〒150-0041 東京都渋谷区神南一丁目11番5号)

設立	1985年6月6日
資本金	19,972百万円
代表者	代表取締役社長 野口 実
従業員数	9,324名 (うちアルバイト他5,465名)

株式の状況 (2024年2月29日現在)

発行可能株式総数	334,500,000株
発行済株式総数	247,618,938株
単元株式数	100株
株主数	8,005名

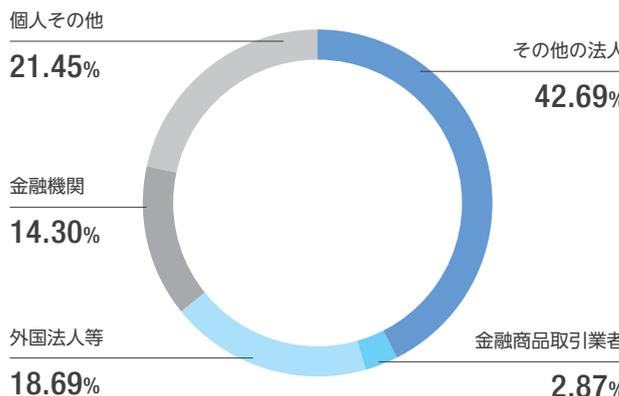
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場 (証券コード 2670)
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社 〒100-0005 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
定時株主総会	5月中

大株主の状況

(上位10社)	所有株式数 (千株)	所有株式の割合 (%)
合同会社イーエム・プランニング	105,225	42.49
三木 正浩	41,940	16.93
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	17,977	7.25
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	8,560	3.45
三木 美智子	7,425	2.99
THE NOMURA TRUST AND BANKING CO., LTD. AS THE TRUSTEE OF REPURCHASE AGREEMENT MOTHER FUND	4,493	1.81
SMBC 日興証券株式会社	2,899	1.17
日本証券金融株式会社	2,744	1.10
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	2,268	0.91
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	2,047	0.82

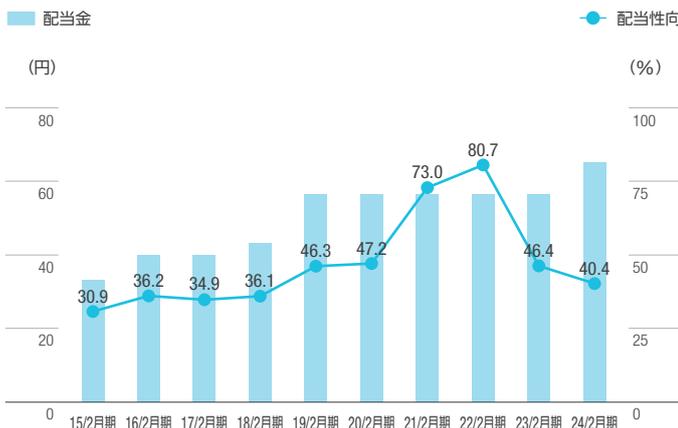
(注) 自己株式2,187株 (0.00%) を保有しています。

所有者別の株式保有率



配当金・株価情報

配当金・配当性向



(注) 配当金は、過年度分も含め、24/2月期の株式分割 (1:3) を加味して調整しています。

株価 (株式銘柄 ABCマート 2670)

