



2024年2月期 第1四半期決算の概要

2023年7月

2024年2月期1Q決算サマリー

ABC-MART

✓ 連結売上高 前期比28.1%増

- ・マーケット(国内): 外出機会の増加、国内景気の回復、インバウンド消費の拡大
- ・マーケット(海外): アジアでの行動制限の緩和による商環境の改善、円安諸問題あり
- ・販売戦略: SNS中心のデジタル広告とインフルエンサーのPRによる販促実施
- ・商品戦略: 新学期、新生活向けのスニーカーやレザーシューズの販売強化

アパレルは取扱店舗増加により売上好調

- ・出退店状況: 国内外 出店31店舗、退店12店舗、期末1,486店舗(OJ含む)

※当四半期より、オッシュマンズ(OJ)を連結子会社へ

- ・店舗展開: 当1Q グランドステージ8店舗出店、複合業態17店舗出店
- ・1Qデジタル売上 前期比15.8%増 シェア12.5%(前期比△0.6pt)

✓ 連結売上総利益率 52.8% 前期比0.4pt減

- ・国内: 総利益率56.2%(前期比△0.1pt)
利益率が高めのGS業態の販売が好調なため、粗利の悪化を吸収
- ・海外: 総利益率44.7%(前期比フラット) 主に、米国が寄与 総利益率+4.1pt

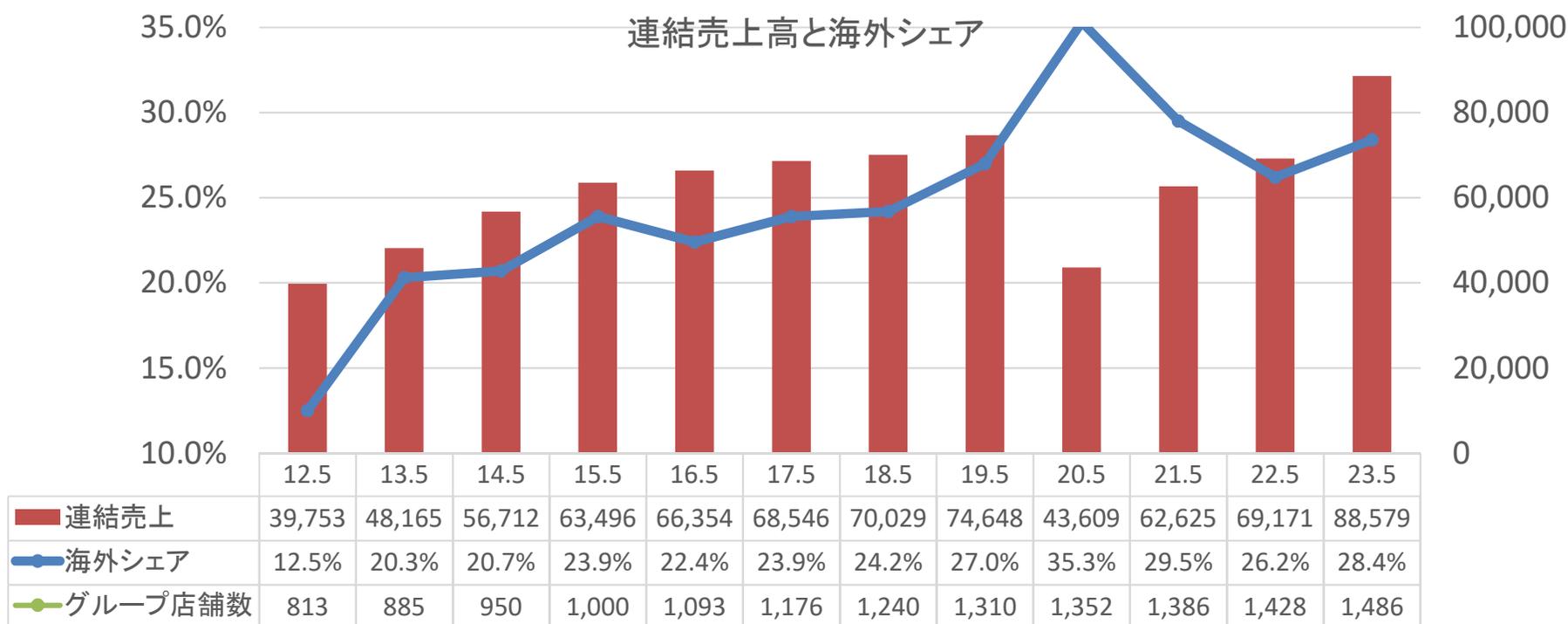
✓ 連結営業利益率 19.1% 前期比3.9pt増

- ・コロナ前の2019年5月期営業利益率19.2%に迫る結果
- ・粗利率の低下を販管費の抑制で吸収し、営業利益率を維持

連結概況

ABC-MART

- 連結売上高 885億円 前期比194億円増
- 海外シェア 28.4%(+2.2pt)
- 連結営業利益 168億円 前期比60.4%増



販促活動①

ABC-MART

- ・ 著名人の起用

商品のターゲット世代に人気の著名人を起用し、
販売機会を増やす取り組みを実施



996

ずっとスタンダード、
ちょっとアップデート。



販促活動②

ABC-MART



▪ SNSによる販促活動

ABCマートキッズアンバサダーや
人気YoutuberやTiktokerを起用し、商品PR



イケてるキッズは
PUMAで攻めてる。



Powered by: vizumo



出退店の状況

ABC-MART

国内外出店 31 退店 12 グループ店舗数 1,486

	前期末	出店	退店	1Q期末
路面店	84(1)	2(1)	0	86(2)
商業ビル	141(7)	1	1	141(7)
S C	618(2)	17(1)	4	631(3)
N S C	83	0	1	82
ロードサイド	103	0	0	103
アウトレット等	55	0	1	54
国内店舗数	1,084(10)	20(2)	7	1,097(12)
韓国	308	8	0	316
台湾	67	2	5	64
米国	7	0	0	7
ベトナム	1	1	0	2
海外店舗数	383	11	5	389
グループ店舗数	1,467	31	12	1,486

※()内はオッシュマンズの店舗数を内書き表記しております。

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

業態別店舗数		前1Q末	当1Q末
ABC-MART業態	Grand Stage	56	75
	Premier Stage	18	17
	Mega Stage	19	16
	ABC-MART SPORTS	83	97
	その他ABC業態	774	765
レディース業態	Charlotte	26	20
アウトレット業態	Outlet	58	58
その他業態	ACE Shoes、VANS他	36	37
	OSHMAN'S	-	12
	TTL	1,070	1,097

- 改装27店舗、うち増床16店舗、業態変更10店舗
- 複合業態 17店舗 計88店舗

**ABC
MART**
GRAND
STAGE

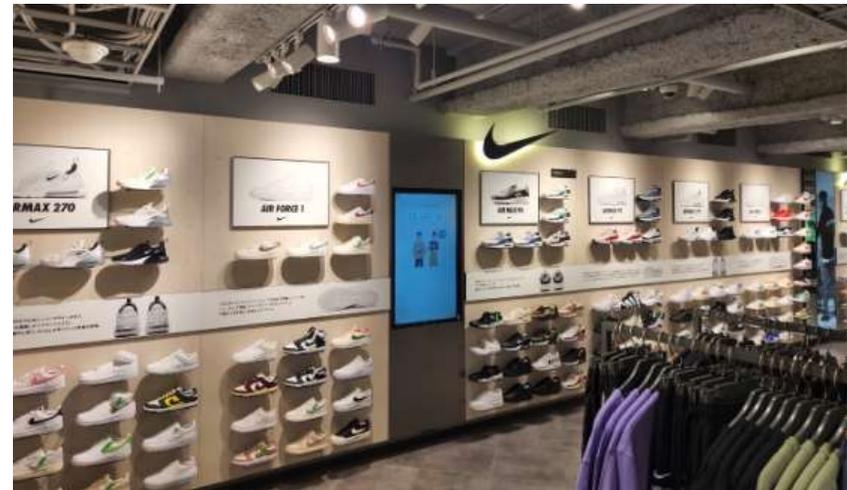
GRANDSTAGE原宿店 (B1F・1F)
OSHMAN'S原宿店 (2F・3F)

OSHMAN'S®





GRANDSTAGE 吉祥寺店
OSHMAN'S 吉祥寺店



ABC-MART GRAND STAGE ららぽーと湘南平塚店





ABC-MART GRAND STAGE Thiso Mall店 (3月24日オープン)



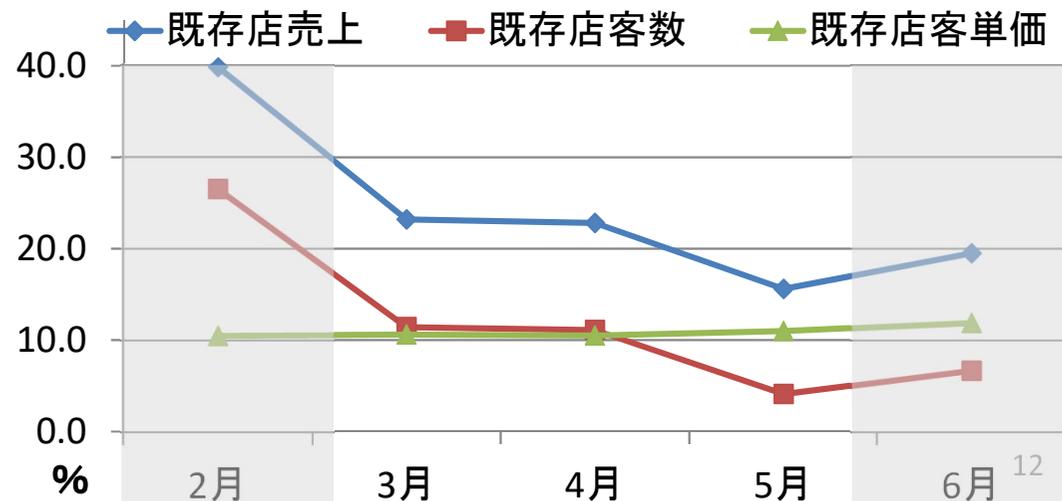
店舗売上高増収率の推移(単体)

ABC-MART

客数と客単価が1割上昇 1Q既存店売上 2割増加

(単位:%)		3月	4月	5月	1Q
既存店	売上高	+23.2	+22.8	+15.6	+20.4
	客数	+11.4	+11.1	+4.1	+8.7
	客単価	+10.6	+10.5	+11.0	+10.7
全店	売上高	+25.0	+23.7	+16.3	+21.6
	客数	+12.8	+11.8	+4.8	+9.7
	客単価	+10.9	+10.6	+10.9	+10.8

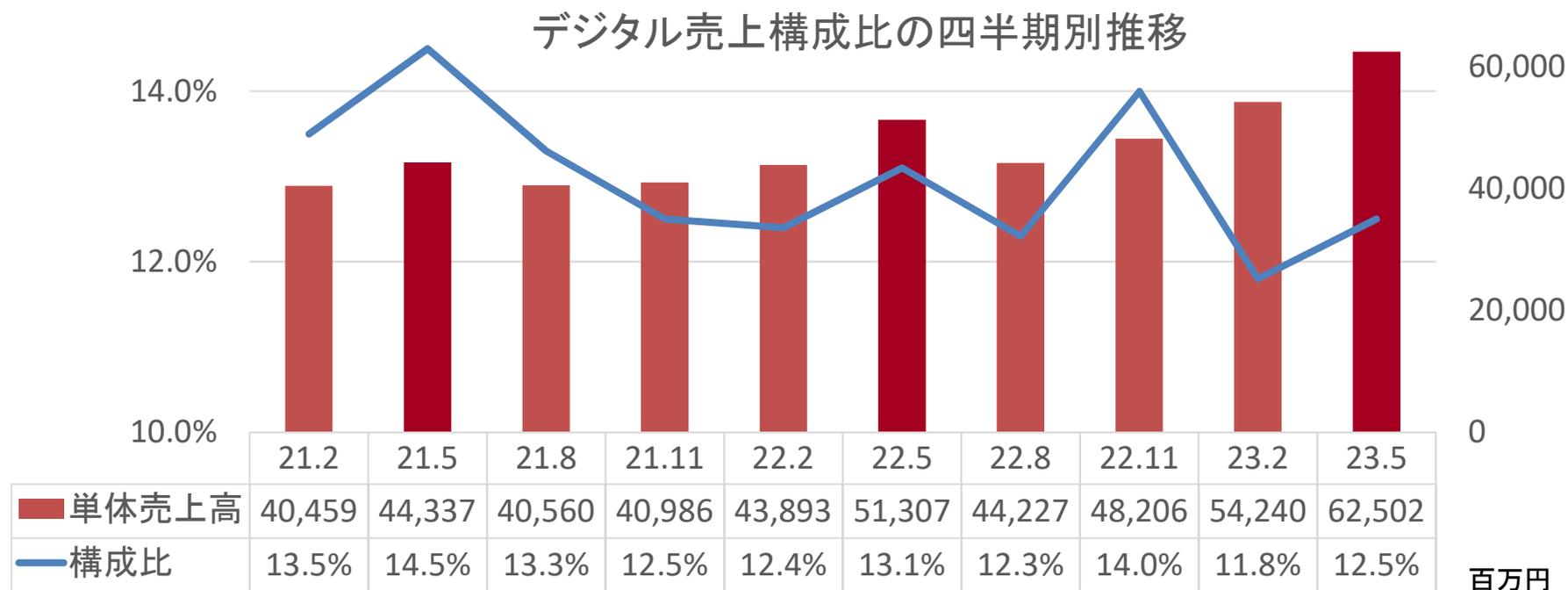
- 3月 コロナ規制解除、集客増
学需用品や新作スニーカーが好調
- 4月 気温が高く、季節商品良好
- 5月 コロナ5類へ移行
GW、都心部路面・郊外SCが好調
Tシャツ、防水シューズ好調



デジタル売上構成比(単体)

ABC-MART

オンライン、実店舗におけるEC在庫の販売も好調
1Qデジタル売上高 前期比15.8%増

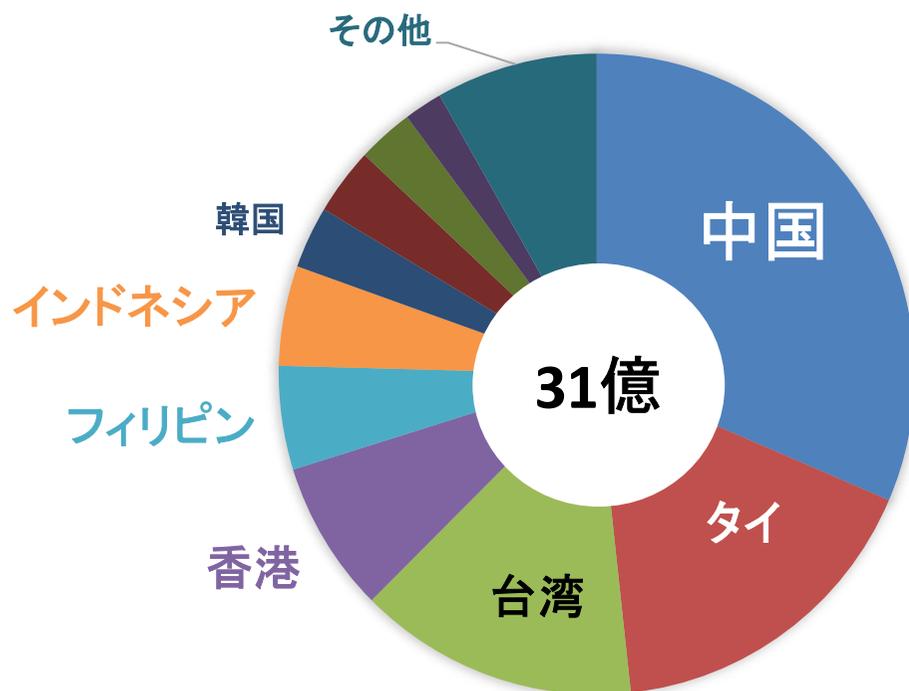


※デジタル売上とは、EC売上と、実店舗でipadを活用して倉庫在庫の発注を行うiChock売上を合算したもの

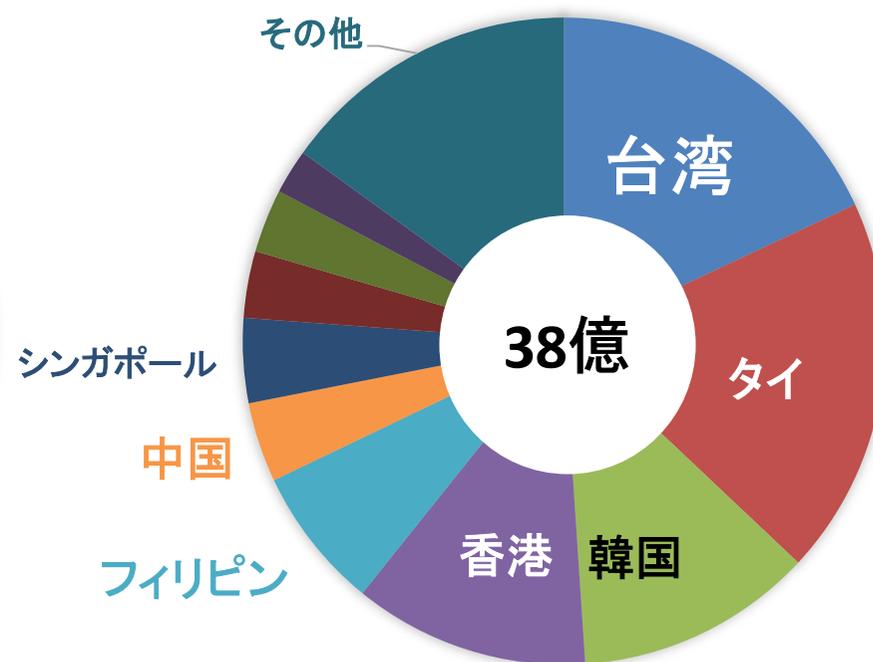
免税売上(単体)

ABC-MART

- アジア(中国除く)の訪日客中心に増加
- 当1Q免税売上比率 6.2% (2020年4Q 6.5%)



2020年4Q 免税233店舗

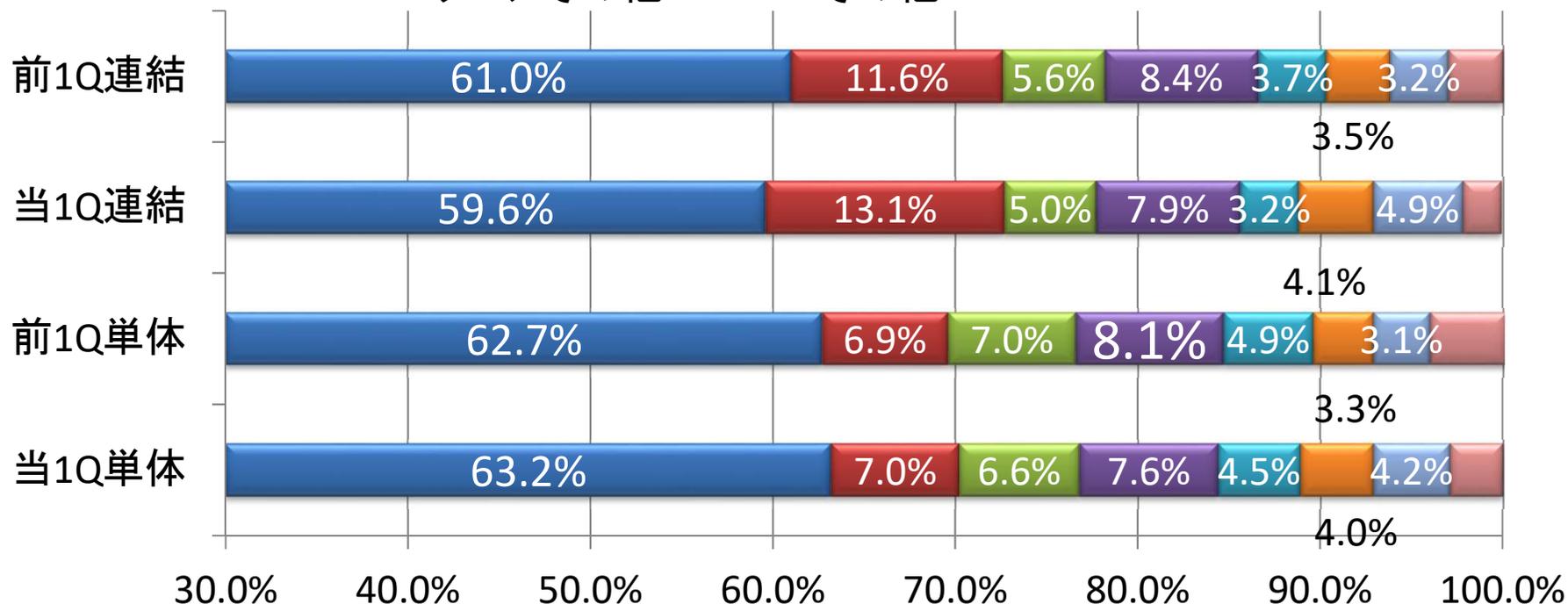


2024年1Q 免税308店舗

カテゴリー別売上

ABC-MART

売上高構成比



<連結>

レジャー・アウトドア向けが好調で、レザーカジュアルの構成比が前期比1.5ポイント増の13.1%。
 当期新設のウェアその他の構成比は、前期比1.7ポイント増の4.9%。

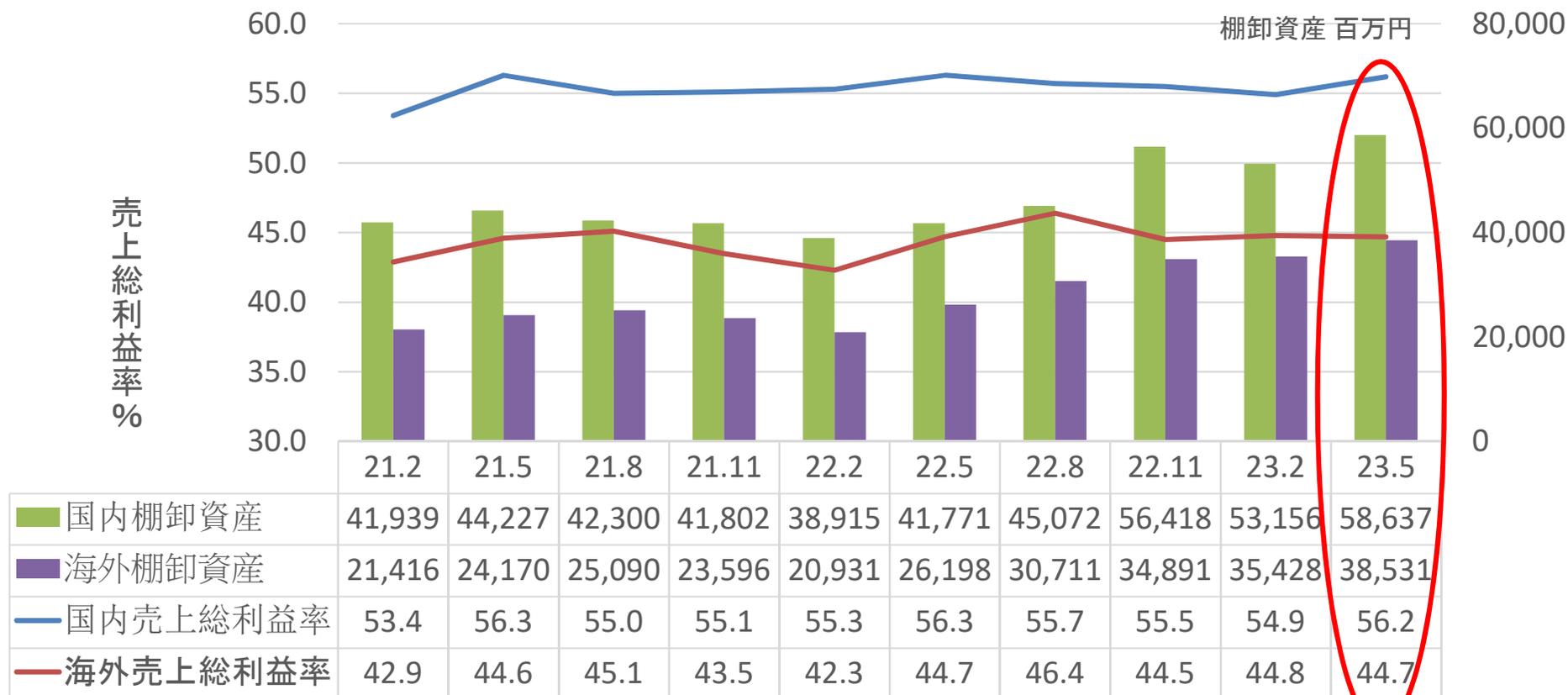
<単体>

学需とインバウンド需要により、スポーツの構成比が前期比0.5ポイント増の63.2%。
 アパレル取扱店舗が439店舗に拡大し、ウェアその他の構成比が前期比1.1ポイント増の4.2%。

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



連結売上総利益率 前期比 Δ 0.4ptの52.8%

国内は、利益率が高めのGS業態の売上増加で、売上総利益率が前期比 Δ 0.1ptの56.2%

海外は、米国がEコマースやDTCの出荷順調で寄与、前期比フラットの44.7%

連結棚卸資産 前期比+291億円（国内168億円増、海外123億円増）

連結販売費及び一般管理費

ABC-MART

販管費の増減要因

- 人件費：販売好調による人員の増強
- 地代家賃：SC、FBが好調で歩合家賃が上昇
- その他：物流費、クレジット等決済手数料の増加

	当1Q 前期比%	前1Q 前期比%
売上高	+28.1	+10.5
連結販管費	+13.9	+6.3
広告宣伝費	+6.1	△12.4
人件費	+13.6	+6.3
地代家賃	+14.2	+11.2
減価償却費	△3.1	+6.8
その他	+18.8	+21.6

2024年2月期1Q単体PL実績

ABC-MART

金額単位: 百万円	当1Q実績	売上比	前期比増減		前1Q実績	売上比
			金額	比率		
売上高	62,502	100%	11,195	21.8%	51,307	100%
売上総利益	35,285	56.5%	6,380	22.1%	28,905	56.3%
販管費	20,452	32.7%	1,663	8.9%	18,789	36.6%
営業利益	14,832	23.7%	4,717	46.6%	10,115	19.7%
営業外損益	587	0.9%	295	101.0%	292	0.6%
経常利益	15,419	24.7%	5,013	48.2%	10,406	20.3%
特別損益	-58	-0.1%	271	-82.4%	-329	-0.6%
税引前利益	15,361	24.6%	5,283	52.4%	10,078	19.6%
法人税等	4,915	7.9%	1,690	52.4%	3,225	6.3%
四半期純利益	10,445	16.7%	3,592	52.4%	6,853	13.4%

発行済株式総数 82,539,646株

期中平均株式数 82,538,996株

1株当たり当期純利益 126円55銭

セグメント別の業績

ABC-MART

単位：百万円		国内			海外			連結調整		連結		
		当1Q	前1Q	前期比	当1Q	前1Q	前期比	当1Q	前1Q	当1Q	前1Q	前期比
売上高	金額	63,691	51,282	24.2%	25,182	18,138	38.8%	-294	-248	88,579	69,171	28.1%
	構成比	71.9%	74.1%	-	28.4%	26.2%	-	-0.3%	-	100%	100%	-
営業利益	金額	14,718	10,159	44.9%	2,160	344	526.4%	12	28	16,890	10,533	60.4%
	構成比	87.1%	96.4%	-	12.8%	3.3%	-	0.1%	-	100%	100%	-

PL為替レート 韓国 100won=¥10.46(前1Q¥9.75) 台湾 1\$=¥4.37(前1Q¥4.17)
 米国 1\$=¥133.25(前1Q¥117.10)

韓国

	当1Q		前1Q		前期比	当1Q		前1Q		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	15,119	100%	11,344	100%	33.3%	144,541	100%	116,348	100%	24.2%
売上総利益	7,035	46.5%	5,335	47.0%	31.9%	67,264	46.5%	54,722	47.0%	22.9%
販管費	5,858	38.7%	4,905	43.2%	19.4%	56,007	38.7%	50,312	43.2%	11.3%
営業利益	1,177	7.8%	430	3.8%	173.8%	11,256	7.8%	4,410	3.8%	155.2%

台湾 売上高 31億円(前期比+21.4%)

現地通貨ベース 724百万台湾\$

米国 売上高 68億円(前期比+63.7%)

現地通貨ベース 51百万米\$

2024年2月期1Q連結PL実績

ABC-MART

金額単位:百万円	当1Q実績	売上比	前期比増減		前1Q実績	売上比
			金額	比率		
売上高	88,579	100%	19,408	28.1%	69,171	100%
売上総利益	46,809	52.8%	10,003	27.2%	36,806	53.2%
販管費	29,919	33.8%	3,646	13.9%	26,273	38.0%
営業利益	16,890	19.1%	6,357	60.4%	10,533	15.2%
営業外損益	584	0.7%	354	153.9%	230	0.3%
経常利益	17,473	19.7%	6,710	62.3%	10,763	15.6%
特別損益	-95	-0.1%	238	-71.5%	-333	-0.5%
税引前利益	17,378	19.6%	6,947	66.6%	10,431	15.1%
法人税等	5,407	6.1%	2,067	61.9%	3,340	4.8%
非支配株主に帰属する 四半期純利益	63	0.1%	-10	-13.7%	73	0.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	11,907	13.4%	4,890	69.7%	7,017	10.1%

発行済株式総数 82,539,646株 期中平均株式数 82,538,996株
 1株当たり四半期純利益 144円26銭(前1Q 85円02銭)

2023年5月末連結・単体BS実績

ABC-MART

	連 結			単 体		
	当1Q末	前1Q末	増減比	当1Q末	前1Q末	増減比
流動資産	269,694	238,821	30,873	209,539	189,942	19,597
現金及び預金	136,842	135,973	869	118,899	120,396	-1,497
有価証券	9,871	11,314	-1,443	9,871	11,314	-1,443
棚卸資産	97,168	67,969	29,199	56,877	41,632	15,245
固定資産	94,678	93,005	1,673	96,564	94,333	2,231
有形固定資産	41,442	40,232	1,210	34,001	33,353	648
無形固定資産	4,804	4,756	48	2,694	2,477	217
その他投資	48,430	48,016	414	59,868	58,502	1,366
資産計	364,372	331,827	32,545	306,104	284,275	21,829
流動負債	49,506	40,565	8,941	38,655	31,949	6,706
固定負債	1,801	1,785	16	2,798	2,409	389
負債計	51,307	42,351	8,956	41,453	34,358	7,095
株主資本等	292,755	272,177	20,578	260,019	245,990	14,029
評価・換算差額等	18,345	15,588	2,757	4,631	3,926	705
非支配株主持分	1,963	1,709	254			
純資産計	313,064	289,475	23,589	264,650	249,917	14,733
負債・資本計	364,372	331,827	32,545	306,104	284,275	21,829

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

NEW BALANCE

環境に配慮したエコな材料と作業工程で仕上げたサステナビリティプログラム対象商品



ADIDAS

限りある資源を守り、プラスチック廃棄物を削減するというアディダスの取組みの一環として、天然素材と再生可能素材で作られた商品。



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



6月度概況

ABC-MART

単位%	前期比	当年6月	(ご参考) 前年6月
既存店	売上高	+19.5	+6.8
	客数	+6.7	+1.2
	客単価	+11.9	+5.5
全店	売上高	+19.8	+11.2
	客数	+7.0	+5.1
	客単価	+12.0	+5.8
	出店数	4	1
	閉店数	4	1

- SC、FB、都心部路面店中心に人出多い
- 気温が高く夏物商品の購買◎
- デジタル広告配信
- テレビCM
 - ・スーパーサマーセール 6/23～7/9



販促活動



株式分割／投資単位の引下げ

ABC-MART

目的：投資しやすい環境、投資家層の拡大、
当社株式の流動性の向上

分割比率：1株につき3株

基準日：2023年8月31日

効力発生日：2023年9月1日



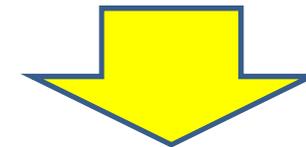
<配当予想の修正>

	1株当たり配当金		
	中間期末	期末	合計
前回予想	85円	85円	170円
今回修正予想	85円	29円	—
(分割前換算)		(87円)	(172円)
前期実績	85円	85円	170円

(分割前)

発行済株式総数 82,539,646株

1株当たり四半期純利益 144円26銭



(分割後)

発行済株式総数 247,618,938株

1株当たり四半期純利益 48円09銭