



# 2024年2月期 第2四半期決算の概要

---

2023年10月18日

株式会社エービーシー・マート

# 2024年2月期2Q決算サマリー

**ABC-MART**

## ✓ 連結売上高 前期比24.4%増

- ・マーケット(国内): 国内需要の拡大、インバウンド消費が活況、円安・物価高騰
- ・マーケット(海外): アジアも景気回復基調、米国経済は堅調
- ・販売戦略: SNSを中心とした販促で付加価値提案、国内需要&インバウンド需要取込強化
- ・商品戦略: ナショナルブランドの新作スニーカーやアウトドア向けシューズ、トレンドのスポーツサンダル  
アパレル等スポーツ以外の販売注力
- ・出退店状況: 国内外 出店45店舗、退店38店舗、期末1,474店舗
- ・店舗展開(国内): グランドステージ12店舗出店で78店舗、改装34店舗、複合業態は91店舗に
- ・店舗売上(国内): 上期既存店前期比20.9%増 / 免税比率 上期7.0%(2Q 8.0%)
- ・デジタル売上 上期前期比11.8%増 シェア11.7%(前期比△1.1pt)

## ✓ 連結売上総利益率 52.1% 前期比0.7pt減

- ・国内 総利益率54.8%(前期比0.9pt減) ナショナルブランド販売好調、サマーセールで粗利率低下
- ・海外 総利益率46.0%(前期比0.4pt減)  
米国は利益率改善、アジアはナショナルブランド売上伸長で粗利率低下

## ✓ 連結営業利益率 17.3% 前期比2.6pt増

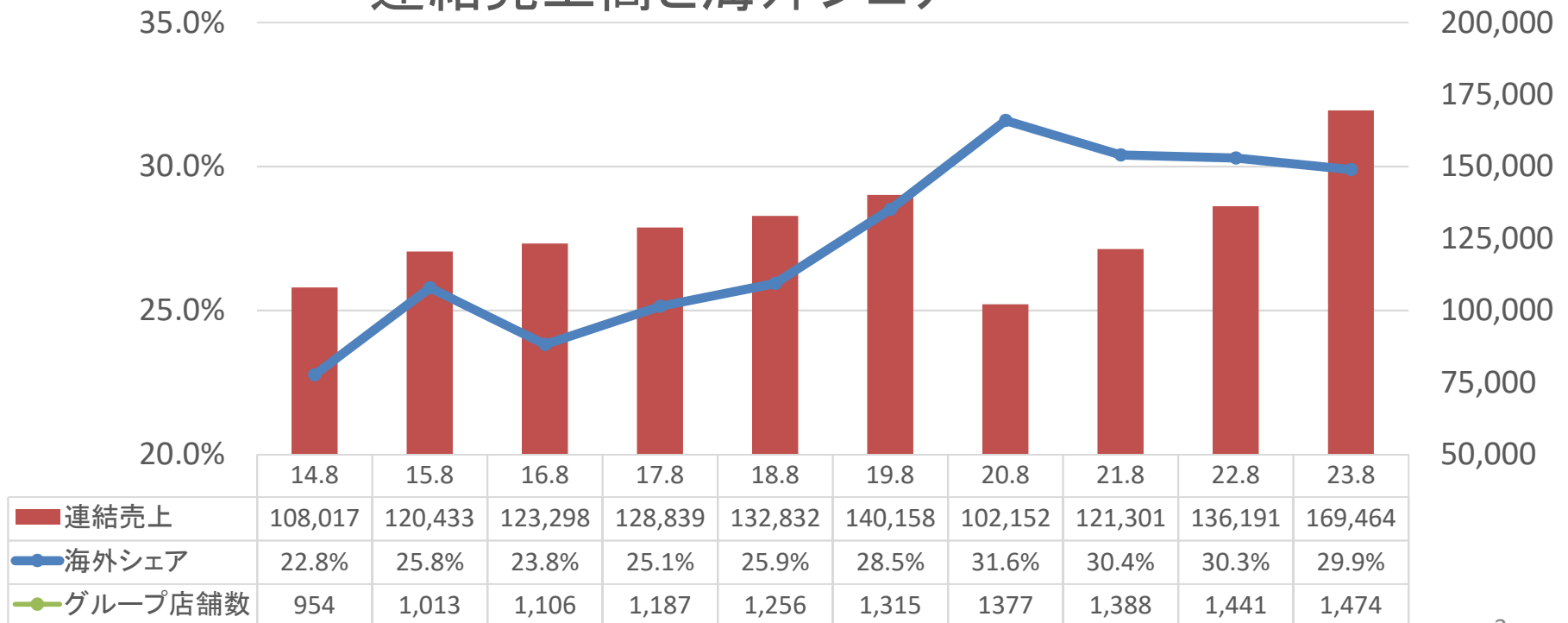
- ・売上の大幅な増加により利益拡大、販管費率が34.8%と前期比3.3pt改善
- ・アルバイト人員増強、SC等歩合家賃増加等が経費増加要因

# 連結概況

**ABC-MART**

- 連結売上高 1,694億円 前期比 332億円増
- グループ店舗数 上期で45店舗の新規出店
- 海外シェア 29.9%

連結売上高と海外シェア



# 出退店の状況

**ABC-MART**

国内外出店 45 退店 38 グループ店舗数 1,474

	前期末	出店	退店	2Q期末
路面店	84(1)	2(1)	0	86(2)
商業ビル	141(7)	1	7(1)	135(6)
S C	618(2)	26(2)	13	631(4)
N S C	83	0	2	81
ロードサイド	103	0	1	102
アウトレット等	55	0	4	51
<b>国内店舗数</b>	<b>1,084(10)</b>	<b>29(3)</b>	<b>27(1)</b>	<b>1,086(12)</b>
韓国	308	11	3	316
台湾	67	4	8	63
米国	7	0	0	7
ベトナム	1	1	0	2
<b>海外店舗数</b>	<b>383</b>	<b>16</b>	<b>11</b>	<b>388</b>
<b>グループ店舗数</b>	<b>1,467</b>	<b>45</b>	<b>38</b>	<b>1,474</b>

※( )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**

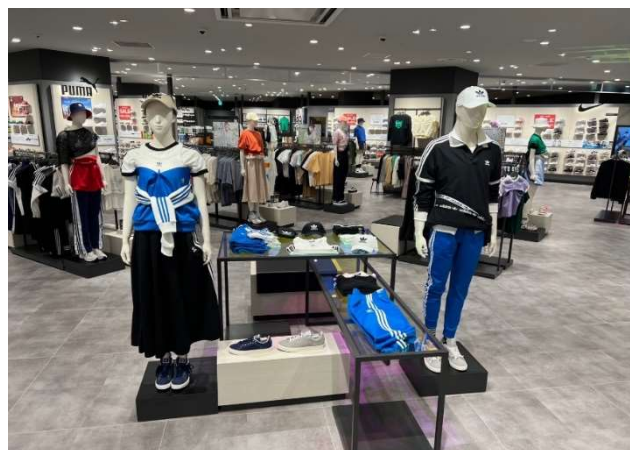
- 国内
- Grand Stage と ABC-MART SPORTS の出店拡大
  - 複合業態店舗の拡大により新規顧客獲得

業態別店舗数		前2Q末	当2Q末
ABC-MART業態	<b>Grand Stage</b>	<b>56</b>	<b>78</b>
	Premier Stage	18	17
	Mega Stage	19	15
	<b>ABC-MART SPORTS</b>	<b>84</b>	<b>99</b>
	その他のABC業態	775	757
レディース業態	Charlotte	25	17
アウトレット業態	Outlet	58	55
その他業態	ACE Shoes他	36	36
	OSHMAN'S	-	12
	TTL	1,071	1,086

- 改装34店舗、うち増床22店舗、業態変更13店舗
- 複合業態 24店舗 計91店舗



# ABC-MART GrandStage イオンモールKYOTO店 (194.54坪⇒486.23坪増床)







# ABC-MART GrandStage イオンモール広島府中店 (112.85坪→179.44坪)





ABC-MART GrandStage 明洞中央店





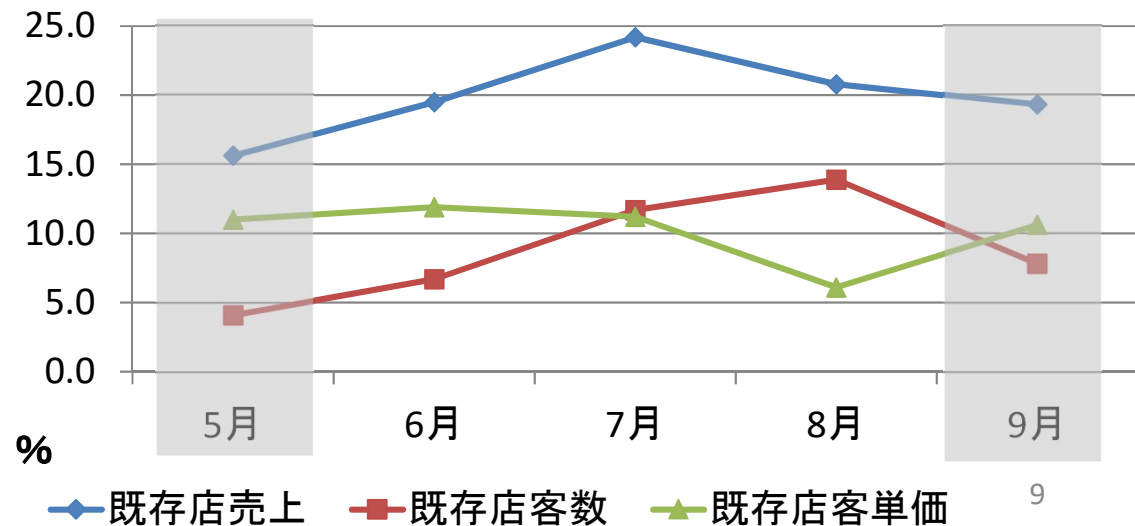
# 店舗売上高増収率の推移(国内)

**ABC-MART**

高単価商品の売上好調 2Q既存店売上 プラス21.6%

(単位:%)		1Q	6月	7月	8月	2Q	上期	計画
既存店	売上高	+20.4	+19.5	+24.2	+20.8	<b>+21.6</b>	<b>+20.9</b>	+3.8
	客数	+8.7	+6.7	+11.7	+13.9	<b>+10.6</b>	<b>+9.6</b>	
	客単価	+10.7	+11.9	+11.2	+6.1	<b>+9.9</b>	<b>+10.3</b>	
全店	売上高	+21.6	+19.8	+24.4	+22.0	<b>+22.2</b>	<b>+21.8</b>	+6.8
	客数	+9.7	+7.0	+11.9	+13.8	<b>+10.9</b>	<b>+10.3</b>	
	客単価	+10.8	+12.0	+11.2	+7.2	<b>+10.1</b>	<b>+10.5</b>	

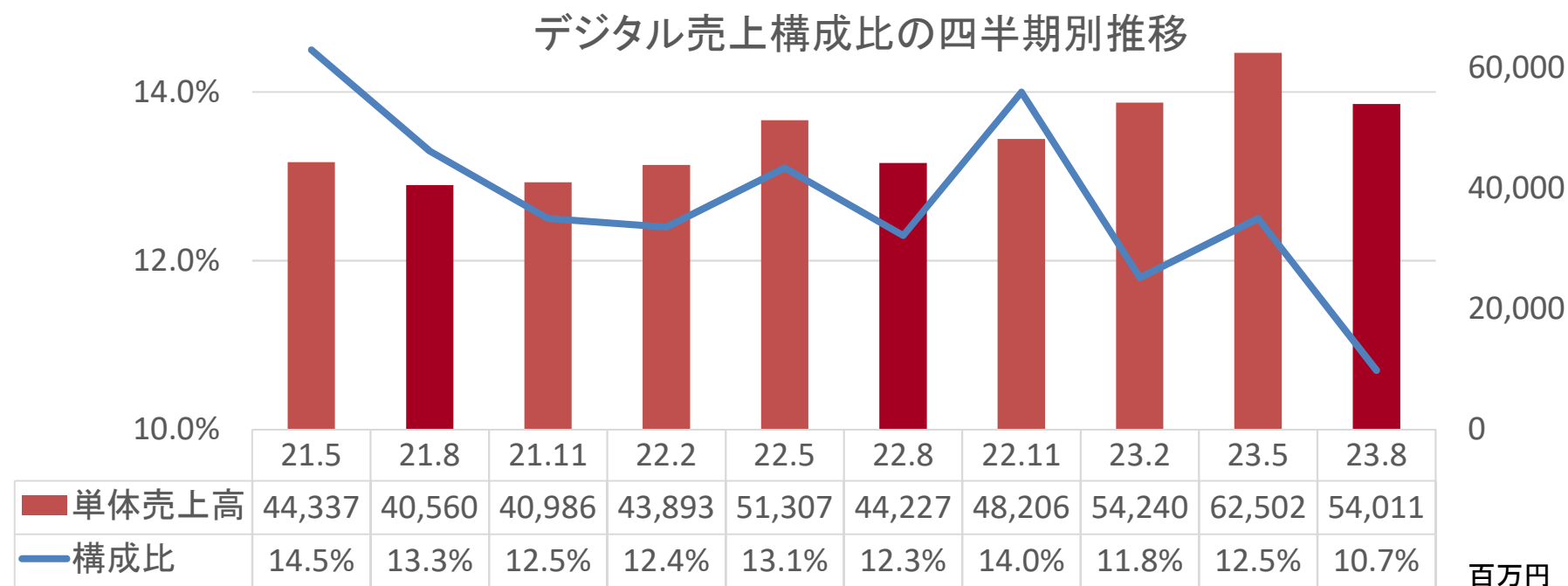
- 6月、路面店・商業ビル中心に売上好調
- 7月、猛暑が続き、夏物の販売好調
- 8月、2度の台風で西日本店舗が休業  
お客様還元セールが盛況



# 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  
上期デジタル売上高 前期比11.8%増

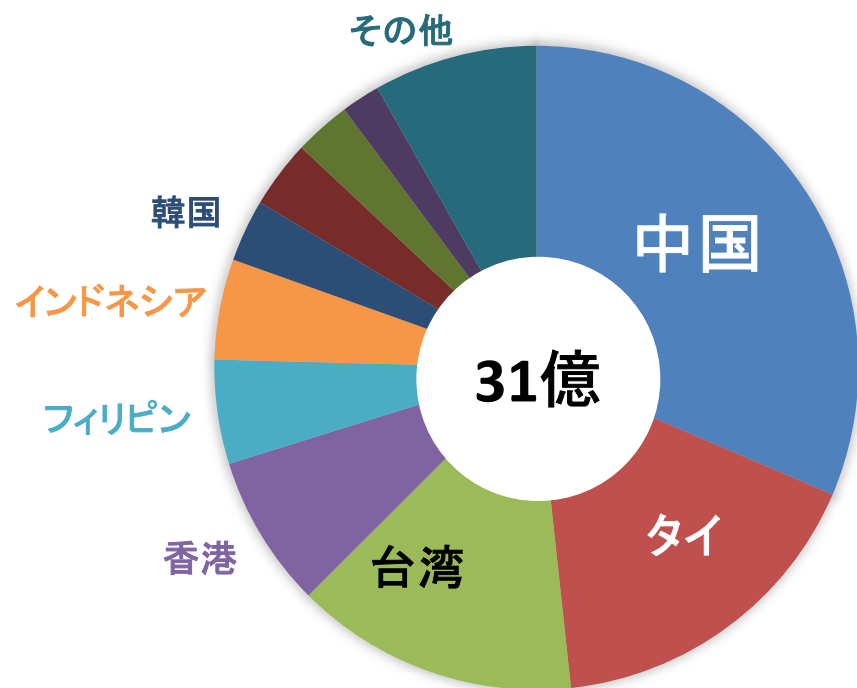


※デジタル売上とは、EC売上と、実店舗でipadを活用して倉庫在庫の発注を行うiChock売上を合算したもの

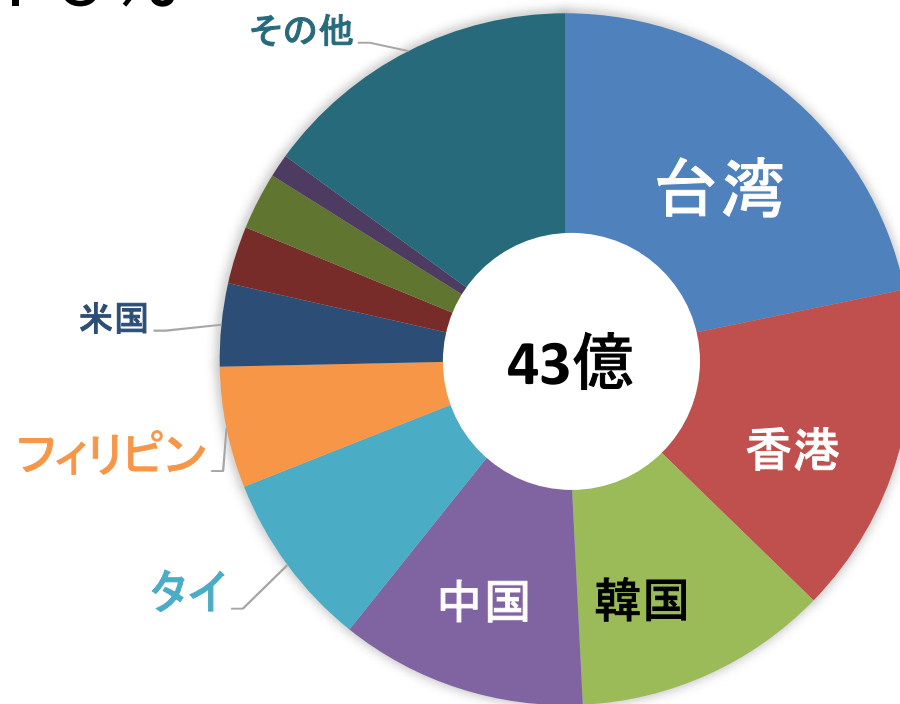
# 免税売上(単体)

**ABC-MART**

- アジアの訪日客中心に増加
- 2Q免税売上比率 8.0% (2020年4Q 6.5%)
- 上期免税売上比率 7.0%



2020年4Q 免税233店舗



2024年2Q 免税310店舗

※2019年7月より免税システムを導入しております。

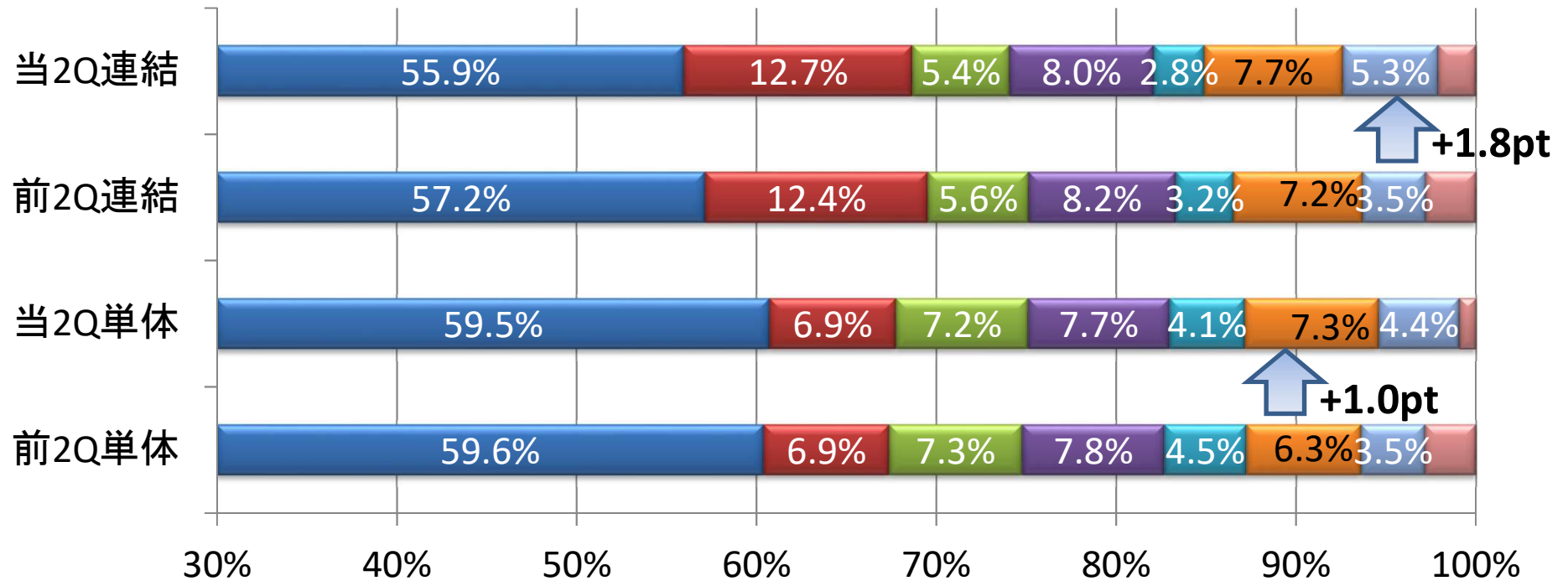


# カテゴリー別売上

ABC-MART

## 売上高構成比

- スポーツ
- レザーカジュアル
- レディース
- キッズ
- ビジネス
- サンダル
- ウェアその他
- その他

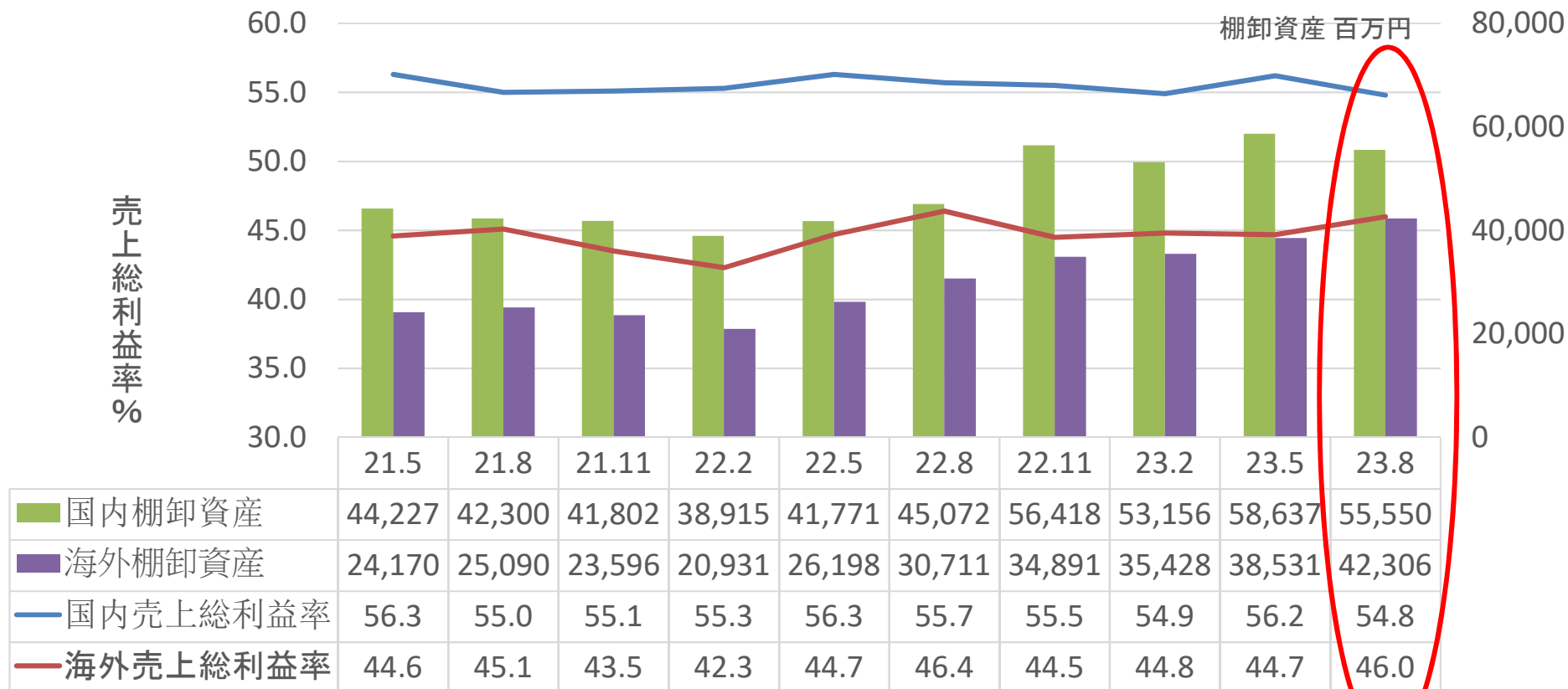


商品戦略として、付加価値の高い高単価なスニーカーやアウトドアシューズ、  
トレンドのスポーツサンダル、取り扱い品目を拡大したアパレルを強化  
スポーツ構成比が55.9%と1.3ポイント低下したものの、  
サンダル売上が前期比32.9%増、ウェア他売上が前期比88.9%増と大きく伸長

# 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 $\Delta$ 0.7ptの52.1%

単体は、インバウンド増加でナショナルブランド伸長、売上総利益率が前期比 $\Delta$ 0.4ptの55.2%

海外は、米国の利益改善、半面、アジアは日本と同様の要因で利益率低下、前期比 $\Delta$ 0.4ptの46.0%

連結棚卸資産 販売好調で在庫積み増し・円安影響 前期比+220億円（国内104億円増、海外115億円増）

# 連結販売費及び一般管理費

**ABC-MART**

## 販管費の増減要因

- 広告宣伝費：国内外、顧客囲い込みのための宣伝再開
- 人件費：アルバイト人員増強、オッシュマンズ連結化
- 地代家賃：SC・商業施設の売上増で歩合家賃上昇
- その他：決済手数料、光熱費、物流費増加

	当2Q 前期比%	前2Q 前期比%
売上高	+24.4	+12.3
連結販管費 計	+13.7	+6.6
広告宣伝費	+25.5	-12.3
人件費	+14.1	+7.8
地代家賃	+13.1	+9.5
減価償却費	-4.2	+6.9
その他	+13.8	+6.4



# 2024年2月期2Q単体PL実績

## ABC-MART

金額単位: 百万円	当上期実績	売上比	前上期実績	売上比	前期比	8.21予想	差異	予算比
売上高	116,514	100%	95,535	100%	22.0%	115,700	814	0.7%
売上総利益	64,279	55.2%	53,161	55.6%	20.9%	64,500	-221	-0.3%
販管費	39,822	34.2%	36,156	37.8%	10.1%			
営業利益	24,456	21.0%	17,004	17.8%	43.8%	24,800	-344	-1.4%
営業外損益	1,240	1.1%	567	0.6%	118.7%			
経常利益	25,697	22.1%	17,572	18.4%	46.2%	25,650	47	0.2%
特別損益	33	0.0%	-775	-0.8%	-104.3%			
税引前利益	25,729	22.1%	16,797	17.6%	53.2%			
法人税等	8,233	7.1%	5,375	5.6%	53.2%			
四半期純利益	17,496	15.0%	11,422	12.0%	53.2%	17,650	-154	-0.9%

1株当たり四半期純利益 70円66銭 期中平均株式数 247,616,937株 (前上期 46円13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		
		当上期	前上期	前期比	当上期	前上期	前期比	当上期	前上期	当上期	前上期	前期比
売上高	金額	<b>119,336</b>	95,486	25.0%	<b>50,710</b>	41,202	23.1%	-581	-497	<b>169,464</b>	136,191	24.4%
	構成比	70.4%	70.1%	-	29.9%	30.3%	-	-0.3%	-0.4%	100%	100%	-
営業利益	金額	<b>24,300</b>	17,131	41.8%	<b>4,991</b>	2,881	73.2%	27	-17	<b>29,320</b>	19,995	46.6%
	構成比	82.9%	85.7%	-	17.0%	14.4%	-	0.1%	-0.1%	100%	100%	-

PL為替レート 韓国 100won=¥10.49(前上期¥10.01) 台湾 1NT\$=¥4.44(前上期¥4.29)

米国 1\$=¥135.98(前上期¥123.16)

## 韓国

100WON=	¥10.49		¥10.01			(現地通貨ベース)				
	当上期		前上期		前期比	当上期		前上期		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	<b>31,904</b>	100%	27,163	100%	17.5%	<b>304,142</b>	100%	271,366	100%	12.1%
売上総利益	<b>15,454</b>	48.4%	13,529	49.8%	14.2%	<b>147,323</b>	48.4%	135,159	49.8%	9.0%
販管費	<b>11,912</b>	37.3%	10,404	38.3%	14.5%	<b>113,556</b>	37.3%	103,945	38.3%	9.2%
営業利益	<b>3,542</b>	11.1%	3,124	11.5%	13.4%	<b>33,767</b>	11.1%	31,214	11.5%	8.2%

台湾 売上高 58億円(前期比+34.5%) 現地通貨ベース 1,321百万台湾\$

米国 売上高 128億円(前期比+33.0%) 現地通貨ベース 94百万米\$

ベトナム 売上高 78百万円

# 2024年2月期2Q連結PL実績

## ABC-MART

金額単位: 百万円	当上期実績	売上比	前上期実績	売上比	前期比	8.21予想	差異	予算比
売上高	169,464	100%	136,191	100%	24.4%	168,600	864	0.5%
売上総利益	88,295	52.1%	71,866	52.8%	22.9%	88,500	-205	-0.2%
販管費	58,975	34.8%	51,871	38.1%	13.7%			
営業利益	29,320	17.3%	19,995	14.7%	46.6%	29,500	-180	-0.6%
営業外損益	1,260	0.7%	506	0.4%	149.0%			
経常利益	30,580	18.0%	20,501	15.1%	49.2%	30,500	80	0.3%
特別損益	-21	0.0%	-780	-0.6%	-97.3%			
四半期純利益	30,559	18.0%	19,721	14.5%	55.0%			
法人税等	9,436	5.6%	6,316	4.6%	49.4%			
非支配株主に帰属する 四半期純利益	79	0.0%	86	0.1%	-8.1%			
親会社株主に帰属する 四半期純利益	21,043	12.4%	13,317	9.8%	58.0%	20,750	293	1.4%

1株当たり四半期純利益 84円98銭 期中平均株式数 247,616,937株 (前上期 53円78銭)



# 2023年8月末連結・単体BS実績

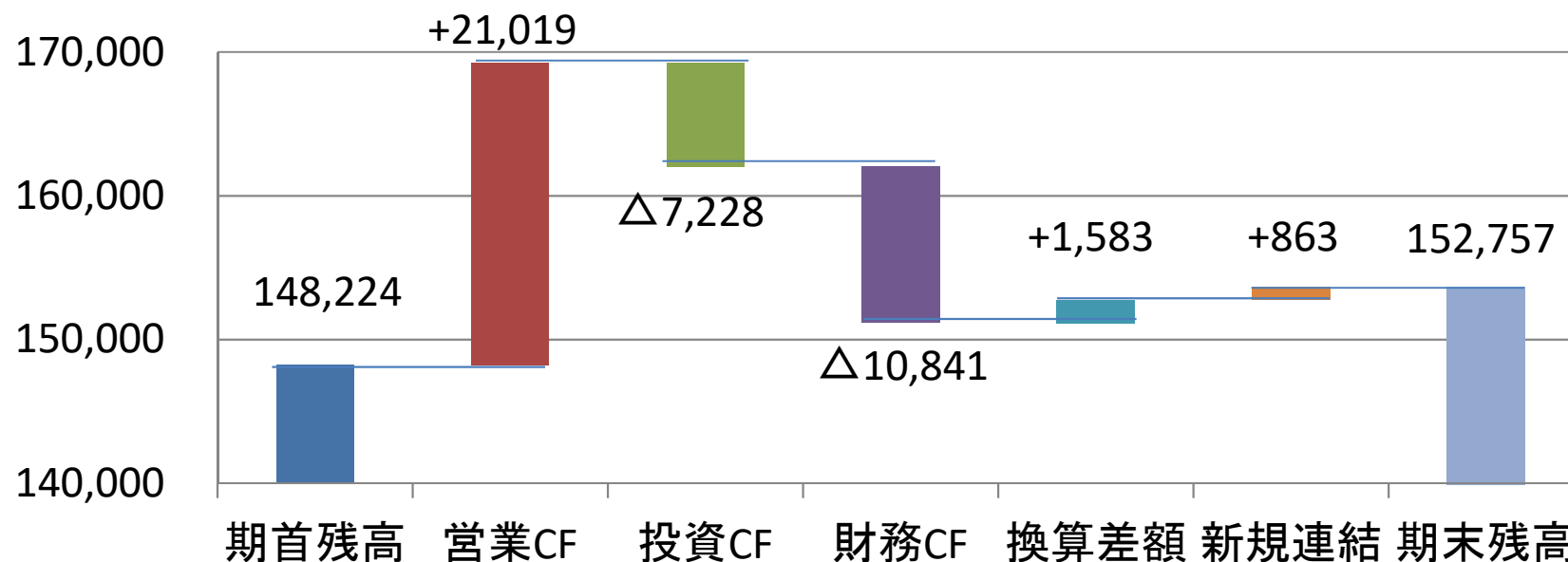
## ABC-MART

	連結			単体		
	当2Q末	前2Q末	増減比	当2Q末	前2Q末	増減比
流動資産	<b>278,176</b>	250,768	27,408	<b>211,777</b>	194,199	17,578
現金及び預金	<b>148,354</b>	140,462	7,892	<b>126,520</b>	120,718	5,802
有価証券	<b>8,985</b>	12,352	-3,367	<b>8,985</b>	12,352	-3,367
棚卸資産	<b>97,856</b>	75,784	22,072	<b>53,789</b>	44,917	8,872
固定資産	<b>95,682</b>	93,354	2,328	<b>96,434</b>	95,688	746
有形固定資産	<b>41,792</b>	39,971	1,821	<b>33,881</b>	32,718	1,163
無形固定資産	<b>4,836</b>	4,687	149	<b>2,646</b>	2,549	97
その他投資	<b>49,052</b>	48,695	357	<b>59,907</b>	60,420	-513
資産計	<b>373,858</b>	344,123	29,735	<b>308,212</b>	289,887	18,325
流動負債	<b>44,540</b>	41,026	3,514	<b>33,585</b>	30,106	3,479
固定負債	<b>1,872</b>	1,575	297	<b>2,853</b>	3,286	-433
負債計	<b>46,412</b>	42,601	3,811	<b>36,438</b>	33,393	3,045
株主資本等	<b>301,891</b>	278,478	23,413	<b>267,070</b>	250,559	16,511
評価・換算差額等	<b>23,373</b>	21,115	2,258	<b>4,703</b>	5,935	-1,232
非支配株主持分	<b>2,181</b>	1,928	253			
純資産計	<b>327,446</b>	301,521	25,925	<b>271,773</b>	256,494	15,279
負債・資本計	<b>373,858</b>	344,123	29,735	<b>308,212</b>	289,887	18,325

# 2024年2月期2Q連結CF実績

**ABC-MART**

単位：百万円



現金及び現金同等物残高 1,536億円 前期比 +53億円

(内訳)

営業活動： 税金等調整前当期純利益 +305億円、減価償却費 +27億円  
仕入債務の増加 +14億円

たな卸資産増加 △51億円、法人税等の支払額 △86億円

投資活動： 定期預金預入 △36億円、設備投資支出 △36億円

財務活動： 短期借入金減少 △38億円、配当支払 △70億円

# 9月度概況

# ABC-MART

単位%		当年9月	(ご参考) 前年9月
既存店	売上高	<b>+19.3</b>	+18.1
	客数	<b>+7.8</b>	+6.3
	客単価	<b>+10.6</b>	+11.1
全店	売上高	<b>+19.2</b>	+18.5
	客数	<b>+7.4</b>	+6.4
	客単価	<b>+11.0</b>	+11.4
	出店数	<b>3</b>	2

- 天候が比較的良好
- 都心部路面店、商業施設、SCが好調
- 販促強化アイテムを中心に、スニーカー、アパレルの売上が好調



## 販促活動



# サステナビリティへの取組み①

ABC-MART

## 環境に配慮した商品の取り扱い

サステナブルな綿花栽培をサポートしているTシャツや  
アッパーに50%以上のリサイクル素材を使用したスニーカー等



## 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3000万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



# サステナビリティへの取り組み②

ABC-MART

## 工場監査の取り組み

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。

前期においては、112件の工場監査を実施し、必要な評価レベルをクリア。



従来からの取引先・・・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)・・・監査プログラムをパスすることを契約前に前提条件として掲示

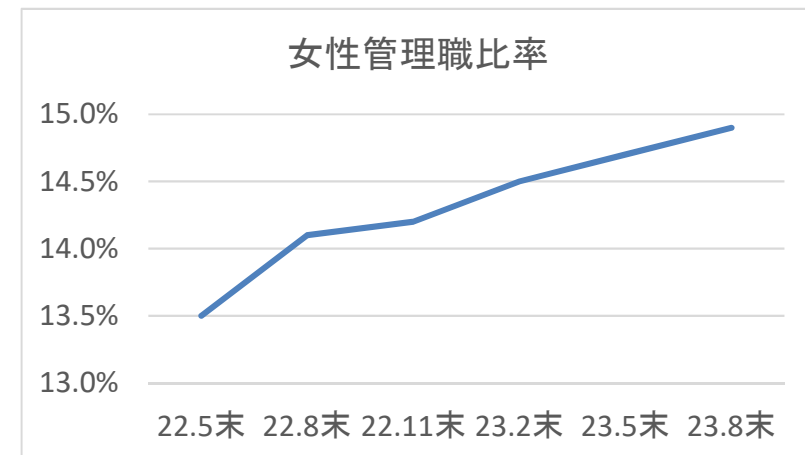
監査状態管理・・・取引先の監査状態を把握し、常に法令順守に基づいて運営する状態を維持させている

## 女性活躍推進

組織の意思決定にかかわる女性社員を育成するための研修を実施

8月末時点の女性管理職比率は14.9%

次期管理職候補の店舗役職者の女性比率は4割超え







# 2024年2月期の下期戦略

---

2023年10月

代表取締役 野口 実

## インバウンド需要 販売戦略

- ・スポーツアパレルの拡充
- ・コラボ企画
- ・4ヶ国共同販促

## 店舗戦略

- ・複合業態店舗の出店拡大
- ・グランドステージ多店舗展開
- ・オッシュマンズ出店計画

## 海外事業(出店計画) 単体小売計画

業績予想 ~8/21公表

## サステナビリティ対応

環境	全店LED化計画
人的投資	人材育成
	ダイバーシティ

# インバウンド

ABC-MART

## 国内売上は、回復から拡大へ

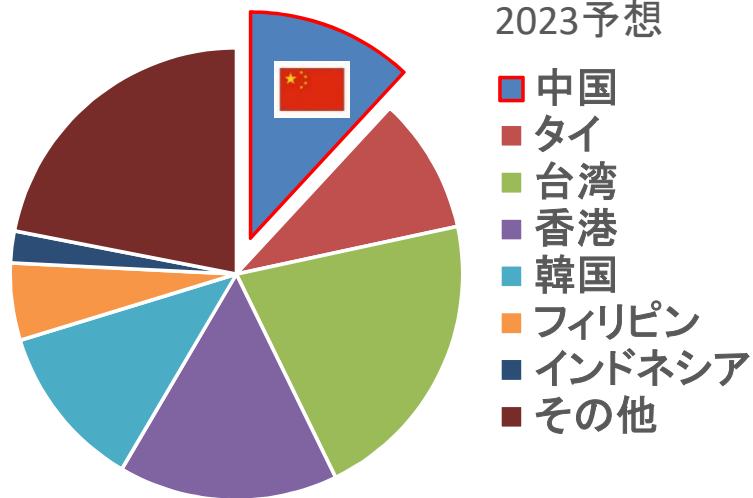
### ➤ 国内旅行消費が拡大

\*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

### ➤ 2023年の訪日外国人客数は急速に増加、コロナ前水準に迫る

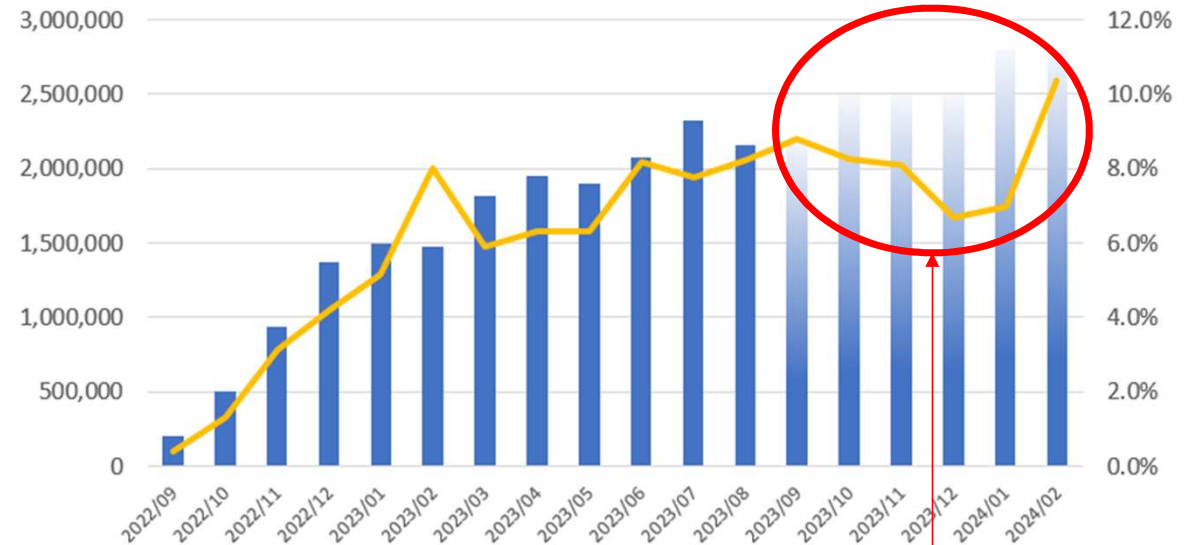
人数	年間訪日外国人*
2019	31,882,049
2020	4,115,828
2021	245,862
2022	3,832,110
2023.8時点	15,190,000

\*日本政府観光局(JNTO)より



■ 訪日外客数 (人)    ■ 免税比率

訪日外客数と免税比率の推移



国別では、台湾、香港、韓国が強い。中国も増加傾向。

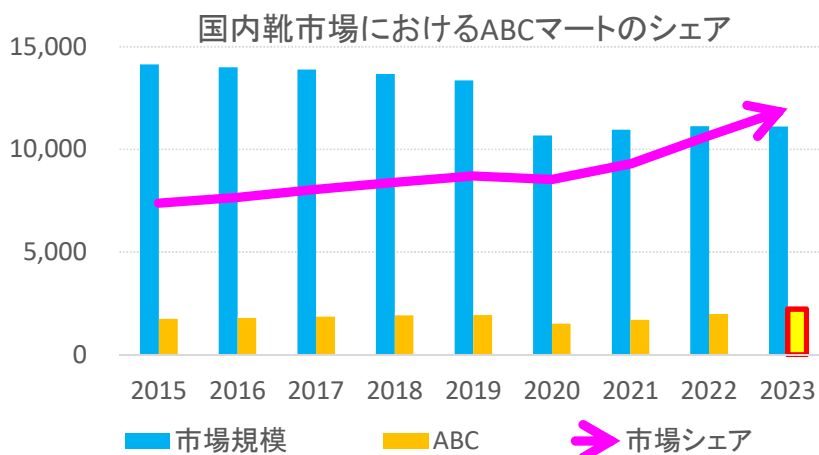
年末年始商戦は国内需要も拡大見込<sup>3</sup>

# 販売戦略

ABC-MART

コロナで外出機会を失い、シューズマーケットは 全盛期の1兆4千億円から大きく縮小。この3年間で、当社は増収を図りシェアを拡大。市場規模は少しずつ回復へ。

2023年、国内事業で、  
シューズ関連で **2,110億円**  
スポーツアパレルで **160億円**  
を目指していきます。



矢野経済研究所出所より



# 販売戦略

ABC-MART

セット販売強化 ~ブランド毎に“シューズ&ウェア”の露出を高め、  
シューズに加えて、アパレルの構成比を高めていきます。



◎アパレル展開店舗は 430店舗から470店舗に拡大へ。



# 販売戦略

ABC-MART

## コラボ企画

VANS "OFF THE WALL" × BUMP OF CHICKEN  
※8/28 EC先行発売(アプリ抽選)

9/8発売(GRANDSTAGE専売)



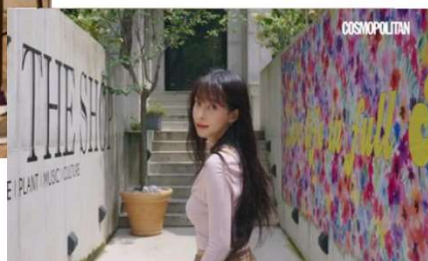
- ✓ 足数限定によるEC先行発売で当日商品価値の増大
- ✓ 全国74店舗で店頭抽選を実施
- ✓ ファンマーケティングを使っでのVANSブランドのPR

# 販売戦略

ABC-MART

4ヶ国共同販促 ~日本・韓国・台湾・ベトナムで同時PR!

今、韓国K-POPがファッショントレンドの中心



第1弾は、レディースシューズ  
PB『ABC SELECT』 FLAT LIGHT 9/7~  
× コスモポリタン韓国タイアップ

第2弾は、メンズブーツ  
PB『stefanorossi』 10/5~ × esquire韓国タイアップ



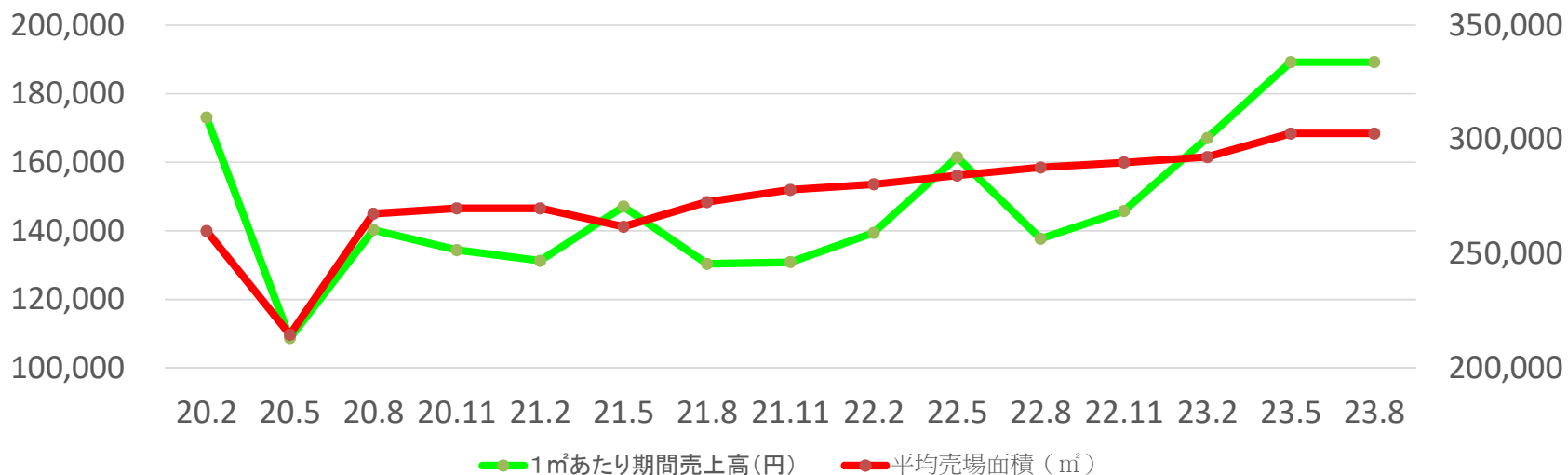
# 店舗戦略

**ABC-MART**

## 複合業態店舗の出店拡大 (GS、ABC、SPORTS、Charlotte)

- ✓ 集客の取れるSCにおいては増床、売場面積を拡大し、売上増へ
- ✓ スポーツ業態の拡大により、シューズ以外の商品の品揃えを強化  
⇒ABC-MART SPORTSの出店加速、今期末110店舗見通し
- ✓ カテゴリー戦略では、購買意欲の高い女性客の囲い込み強化

平均売場面積と㎡当たり期間売上高



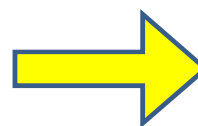
# 店舗戦略

# ABC-MART

## GRANDSTAGEの多店舗展開

今期末、GRANDSTAGEは 88店舗見通し

- 業態変更を進めて、GRANDSTAGEへ集約  
現在のメガステージやプレミアステージなどは、  
グランドステージに集約していきます。



# ABC MART

---

## GRAND STAGE



- GRANDSTAGEの多店舗化はTier毎に展開

\* Tierとは、ファッションでいう商品のグレード分け、店舗の立ち位置のグレード分けです。

- 都心路面・ターミナルビル (Tier1)
- 大型SC・ファッションビル (Tier2)
- 郊外型SC・ロードサイド (Tier3)

} に展開していきます。

# 店舗戦略



## 次世代型GRANDSTAGE

### Tier1

ファッショントップ (Tier1) に位置する  
GRANDSTAGEは 20店舗程。

2025年の大阪万博の集客に期待し、  
新しいGRANDSTAGEの 出店計画がスタートしました。

### Tier2

ボリュームゾーンのTier2。

現在のTier1の仕様を、大型SCやGS複合業態店舗へ応用、  
リニューアルしていきます。

◎韓国や台湾を含めたグローバルな展開をしていきます。



GRANDSTAGE 渋谷店(都心路面店)

# ABC-MART

### Tier1

- ・都心路面店・ターミナルビル
- ・トレンドの発信拠点
- ・大型旗艦店

### Tier2

- ・大型総合SC・ファッションビル
- ・トレンド層からファミリー層まで



GRANDSTAGE ららぽーと湘南平塚店



# 店舗戦略

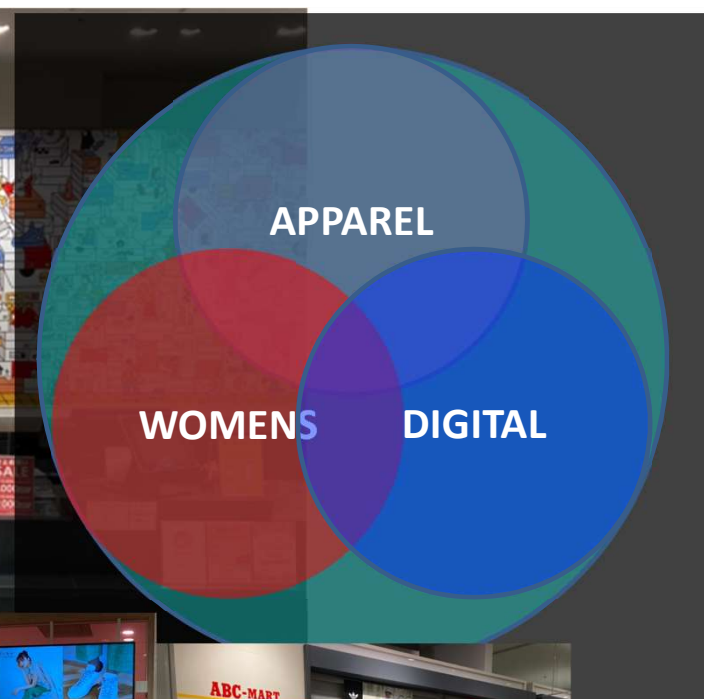
# ABC-MART



## ABC-MART 2.0

～既存ABCをバージョンアップ、順次リニューアルへ

ABC-MART 浜松メイン店



- 3つのコンセプト『WOMENS + APPAREL + DIGITAL』
- 女性客誘引が目的★デジタル提案をビジュアル化
- 今期3店舗、来春3店舗OPEN予定



# 店舗戦略

OSHMAN'S®

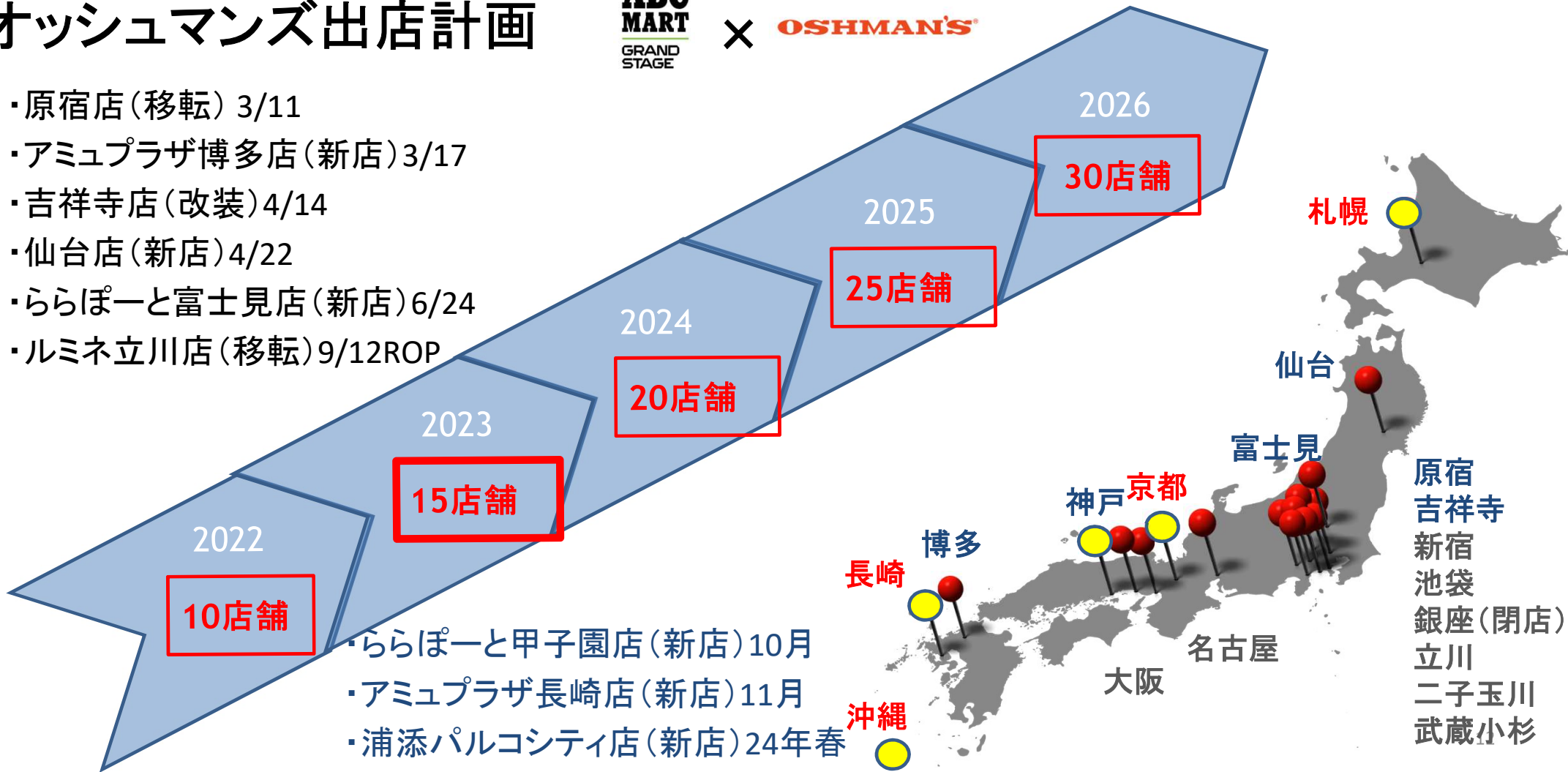
## オッシュマンズ出店計画

ABC  
MART  
GRAND  
STAGE

×

OSHMAN'S®

- ・原宿店(移転) 3/11
- ・アミュプラザ博多店(新店) 3/17
- ・吉祥寺店(改装) 4/14
- ・仙台店(新店) 4/22
- ・ららぽーと富士見店(新店) 6/24
- ・ルミネ立川店(移転) 9/12ROP





# 店舗戦略

**OSHMAN'S®**

## オッシュマンズとの共同出店

**ABC  
MART**  
GRAND  
STAGE

×

**OSHMAN'S®**

共同出店 3店舗 当期末 8店舗へ



GS&OJ ららぽーと甲子園  
GS&OJ アミュプラザ長崎  
GS&OJ 浦添パルコシティ

2023/10/6 OPEN  
2023/11/9 P.OPEN, 11/10 G.OPEN  
2024年春 OPEN

# 海外事業(出店予定)

**ABC-MART**

韓国 8店舗



海外出店予定 16店舗  
期末予想 392店舗

米国  
0店舗



台湾 3店舗



4号店 IPハノイ



5号店 サイゴンセンター

ベトナム 3店舗

# 国内小売事業〔単体〕

**ABC-MART**

		2024年2月期 修正8/21			
	前期実績	上期予想	下期見込	通期見込	前期比
既存店増収率 ( )内は実績	+14.0%	+20.6 (+20.9)	<b>+3.2</b>	<b>+11.7</b>	△2.3
全店増収率 ( )内は実績	+17.2%	+21.6 (+21.8)	<b>+4.4</b>	<b>+12.7</b>	△4.5
出店数	+47	+26	<b>+15</b>	<b>+41</b>	△6
閉店数	△26	△26	<b>△3</b>	<b>△29</b>	△3
純増加数	+21	±0	<b>+12</b>	<b>+12</b>	△9
期末店舗数	1,074	1,074	<b>1,086</b>	<b>1,086</b>	+12

2024年2月期 当初	
下期見込	通期見込
△1.6	+2.3
△0.9	+2.9
+23	+46
△5	△20
+18	+26
1,100	1,100

下期改装 23店舗、うち増床 17店舗／通期改装 55店舗、うち増床 39店舗  
 設備投資額(内装費) 下期 新店改装 20億円／通期 40億円



# 2024年2月期売上利益計画(修正)

**ABC-MART**

**連結売上高 3,322億円** (予算比+207億円 前期比+422億円)

**国内 2,270億円**  
出店 46店舗(ABC41+OJ5)

**海外 1,052億円**  
出店 32店舗

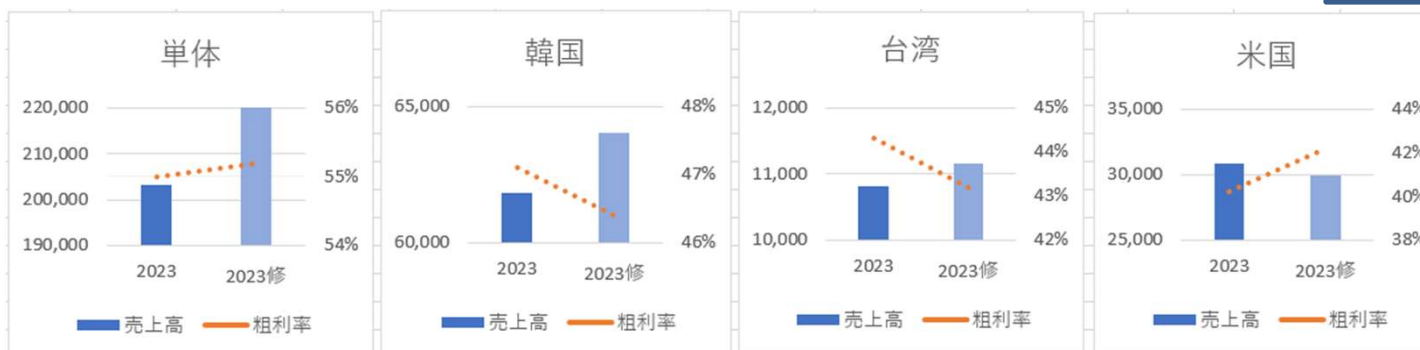
**グループ店舗数 1,492店舗** (オッシュマンズ既存店含む。)  
**連結売上高に占める海外シェア 31.7%**

**韓国**  
640億円

**米国**

**台湾**

ベトナム



**アジア 売上増・利益減**  
**米国 売上微減・利益増**

# 2024年2月期単体PL計画(修正)

**ABC-MART**

金額単位:百万円	2024年2月期修正 通期			前期実績	売上比	2024年2月期当初 通期		
	通期計画	売上比	前期比			通期計画	売上比	対修正
売上高	222,100	100%	12.2%	197,982	100%	203,100	100%	19,000
売上総利益	122,600	55.2%	12.8%	108,679	54.9%	111,700	55.0%	10,900
販管費	80,000	36.0%	8.2%	73,913	37.3%	76,500	37.7%	3,500
営業利益	42,600	19.2%	22.5%	34,765	17.6%	35,200	17.3%	7,400
経常利益	44,300	19.9%	22.6%	36,142	18.3%	36,700	18.1%	7,600
当期純利益	30,200	13.6%	23.4%	24,469	12.4%	24,900	12.3%	5,300
<b>(主な販管費)</b>								
広告宣伝費	4,384	2.0%	23.7%	3,544	1.8%	3,760	1.9%	624
人件費	25,435	11.5%	5.8%	24,040	12.1%	24,630	12.1%	805
地代家賃	24,189	10.9%	6.9%	22,627	11.4%	23,450	11.5%	739
減価償却費	3,327	1.5%	6.0%	3,139	1.6%	3,222	1.6%	105

一株当たり当期純利益(予想) 修正予想 121円96銭 前期 98円82銭 当初予想 100円56銭

# 2024年2月期海外PL計画(修正)

**ABC-MART**

海外売上高 1,052億円 (期初+17億円、前期比+13.1%) ... 海外シェア 31.7%

想定レート 10.0円→10.5円 / 韓国ウォン 4.3円 / 台湾ドル 130円→136円 / 米ドル

韓国 売上高 640億円 期初+22億円 (現地通貨ベース 6,100億ウォン)

100WON=	¥10.50	¥10.18		(現地通貨ベース)						
	8.21修正予想		前期実績		前期比	8.21修正予想		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	64,033	100%	57,474	100%	11.4%	609,838	100%	564,579	100%	8.0%
売上総利益	29,711	46.4%	27,529	47.9%	7.9%	282,959	46.4%	270,426	47.9%	4.6%
販管費	24,616	38.4%	22,064	38.4%	11.6%	234,436	38.4%	216,739	38.4%	8.2%
営業利益	5,095	8.0%	5,465	9.5%	-6.8%	48,522	8.0%	53,687	9.5%	-9.6%

台湾 売上高 111億円 期初+3億円 (現地通貨ベース 26億台湾\$)

米国 売上高 300億円 期初▲8億円 (現地通貨ベース 2億20百万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(修正)

**ABC-MART**

金額単位: 百万円	2024年2月期修正 通期					2024年2月期当初 通期		
	通期計画	売上比	前期比	前期実績	売上比	通期計画	売上比	対修正
売上高	332,200	100%	14.5%	290,077	100%	311,500	100%	20,700
売上総利益	171,300	51.6%	14.5%	149,597	51.6%	159,600	51.2%	11,700
販管費	120,600	36.3%	12.4%	107,295	37.0%	115,600	37.1%	5,000
営業利益	50,700	15.3%	19.9%	42,301	14.6%	44,000	14.1%	6,700
経常利益	52,000	15.7%	19.9%	43,360	14.9%	44,900	14.4%	7,100
親会社株主に帰属する当期純利益	35,500	10.7%	17.3%	30,256	10.4%	30,400	9.8%	5,100
(主な販管費)								
広告宣伝費	8,120	2.4%	24.5%	6,521	2.2%	7,490	2.4%	630
人件費	41,180	12.4%	12.5%	36,607	12.6%	39,910	12.8%	1,270
地代家賃	33,010	9.9%	10.5%	29,862	10.3%	32,150	10.3%	860
減価償却費	5,620	1.7%	0.6%	5,589	1.9%	5,410	1.7%	210

一株当たり当期純利益(予想) 修正予想 143円37銭 前期 122円19銭 当初予想 122円77銭



## 全店LED化計画 ～サステナビリティへの対応

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。

- ✓ 現在、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。



	店舗数	投資コスト
2023年	55店舗	1.8億円
2024年	90店舗	3.0億円
2025年	100店舗	3.3億円
2026年	90店舗	2.3億円
2027年	77店舗	1.9億円



## テーマ『教育＝共育』 ～サステナビリティへの対応

ABCマートの強力な販売力の源は、**人材育成**にあります。

### 1) 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

### 2) 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む

### 3) 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(2022年集合研修 キャリア別24回、選抜型5回)

## ダイバーシティ

## ～サステナビリティへの対応

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、2023年8月末現在、14.9%  
※次期管理職候補である店舗役職者の女性比率は44%

多様性指標	2022年度
女性管理職比率	14.5%
男女賃金差異 (男性100%に対し)	77.4%
男性育休取得率	26.0%

### 障がい者支援

2023年8月末時点、144名在籍(雇用率2.75%/2023年法定雇用率2.3%)  
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

2023年8月末時点、140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