2024年2月期決算の概要

2024年4月

2024年2月期決算サマリー

ABC-MART

連結売上高　3，441億円　前期比541億円増

・ﾏｰｹｯﾄ（国内）：　消費が急拡大でｼｭｰｽﾞﾏｰｹｯﾄが回復基調、円安による物価高騰、ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ増加
・ﾏｰｹｯﾄ（海外）：　世界的なｲﾝﾌﾚの進行、ｱｼﾞｱ消費回復基調、米国流通市場堅調
・販売戦略：　ｸﾞﾙｰﾌﾟ4ヶ国共同販促、著名人とのｺﾗﾎﾞ企画推進、ﾄﾚﾝﾄﾞｱｲﾃﾑのﾌﾟﾛﾊﾟｰ販売強化
・出店状況：　国内外　出店79店舗（国内45、海外34）、改装70店舗（国内58、海外12）
・店舗戦略：　ｸﾞﾗﾝﾄﾞｽﾃｰｼﾞ、ABCｽﾎﾟｰﾂの出店加速、複合業態の積極的な出店拡大
・国内既存店前年比：　大型路面店売上回復　売上+16.8%　客数+7.3%　客単価+8.8%
・国内ﾃﾞｼﾞﾀﾙ売上：　前期比5.6%増、ﾃﾞｼﾞﾀﾙ売上比率11.5%
・海外売上高　1，075億円　前期比+15.4%　海外ｼｪｱ31.3%

期末在庫適正化　889億円　連結総利益率0．6pt低下

・単体総利益率　54.2%（前期比△0.7pt）　ﾅｼｮﾅﾙﾌﾞﾗﾝﾄﾞ高単価商品好調、ｾｰﾙ販売盛況
・海外総利益率　45.1%（前期比+0.3pt）　米国Eｺﾏｰｽ好調で利益率回復
・棚卸資産　計画通り消化　単体　前期比△30億円、海外+13億円

連結営業利益　556億円　営業利益率前期比1．6pt増

・売上の急拡大、ｽﾏﾎ活用による業務効率等で販管費の抑制で、連結販管費率　前期比△2.2pt
・販管費増加要因　人員増強・賃金上昇、SC好調で歩合家賃増加、決済手数料等増加

連結売上高

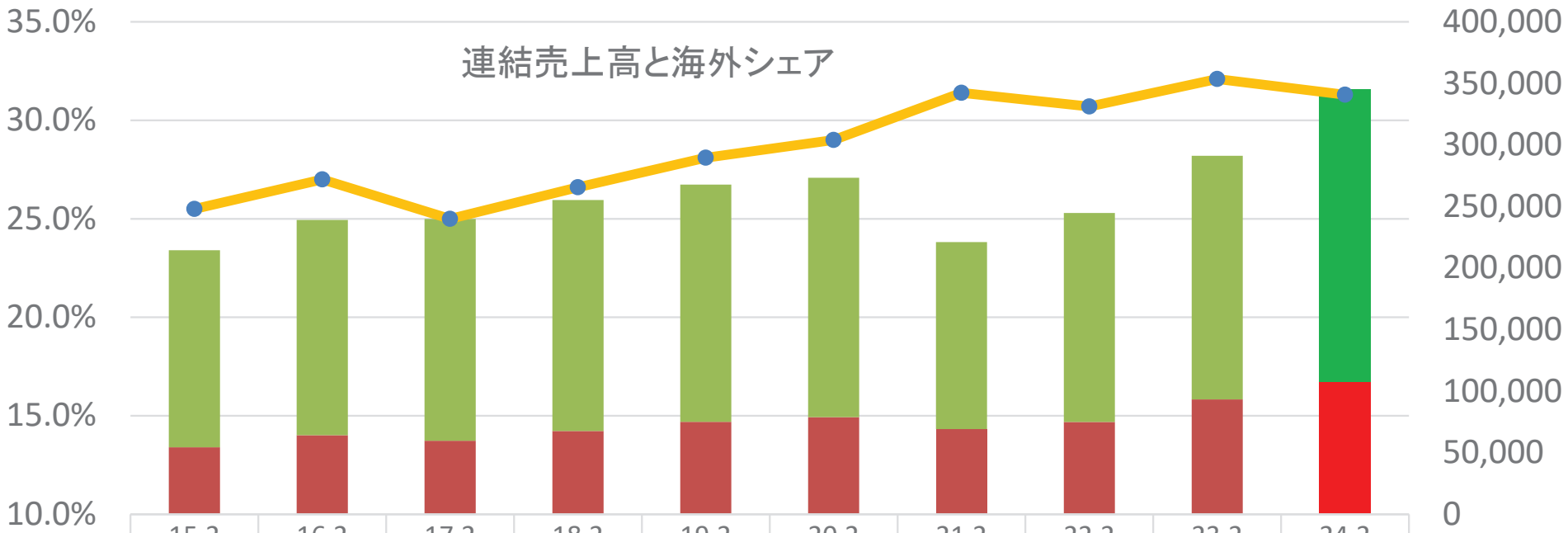
ABC-MART

連結売上高　３，441億円　過去最高更新

予想(8/21)　３，322億円　予算比　120億円増

国内　２，378億円　前期比　398億円増

海外　１，075億円　前期比　143億円増



	15.2	16.2	17.2	18.2	19.2	20.2	21.2	22.2	23.2	24.2
国内売上	160,126	174,875	180,101	187,604	192,742	194,463	151,908	169,773	197,981	237,874
海外売上	54,366	64,264	59,759	67,657	75,063	78,877	69,191	75,000	93,251	107,586
海外シェア	25.5%	27.0%	25.0%	26.6%	28.1%	29.0%	31.4%	30.7%	32.1%	31.3%

出退店の状況

ABC-MART

国内外出店　79　　退店　59　　グループ店舗数　1，487

	前期末	出店	退店	期末
路面店	84(1)	2(1)	0	86(2)
商業ビル	141(7)	2	8(1)	135(6)
Ｓ　Ｃ	618(2)	41(4)	17	642(6)
ＮＳＣ	83	0	2	81
ロードサイド	103	0	2	101
アウトレット等	55	0	5	50
国内店舗数	**1,084（10）**	**45(5)**	**34(1)**	**1,095(14)**
韓国	308	22	14	316
台湾	67	7	11	63
米国	7	1	0	8
ベトナム	1	4	0	5
海外店舗数	**383**	**34**	**25**	**392**
グループ店舗数	**1,467**	**79**	**59**	**1,487**

※（　）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

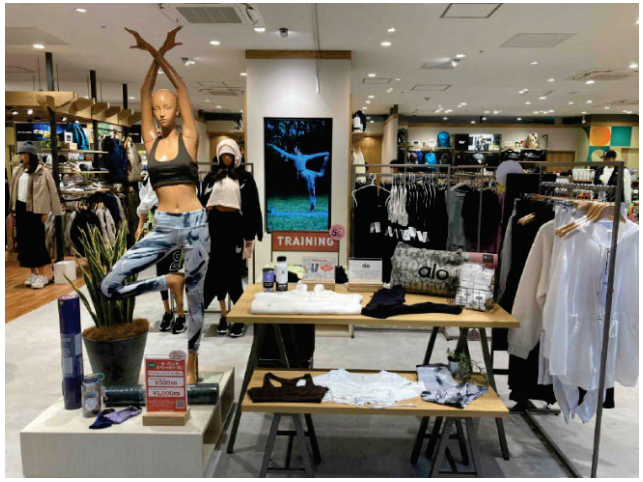
国内　- Grand Stage と ABC-MART SPORTS の出店拡大
　　- 複合業態店舗の拡大により新規顧客獲得

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	ACE Shoes他	37	35
	OSHMAN'S	10	14
	TTL	1,084	1,095

- 改装55店舗、うち増床35店舗、業態変更27店舗
- 複合業態（改装+新店）　前期比36店舗増加　　計103店舗

ABC-MART GRAND STAGE　イオンモールライカム沖縄店
（2023年7月15日 Re Open）

ABC-MART GRAND STAGE　アミュプラザ長崎店
OSHMAN’S　アミュプラザ長崎店
（2023年11月10日　Open）

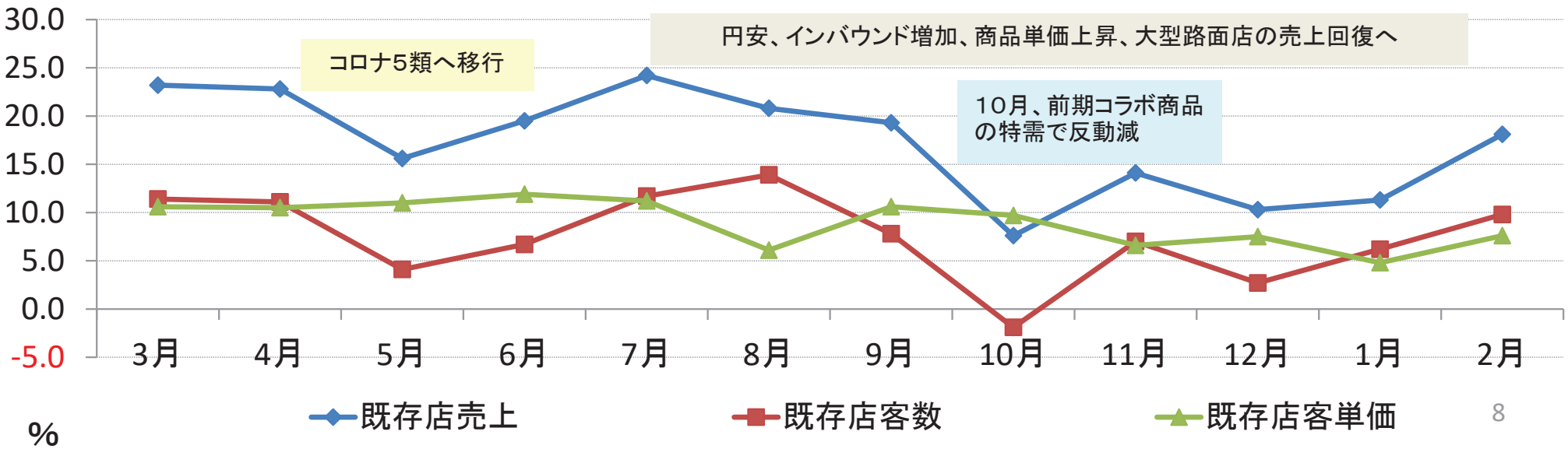


店舗売上高増収率の推移（国内）

ABC-MART

商品単価の上昇、インバウンド増加で客数客単価上昇

（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	+20.4	+21.6	+13.1	+12.7	**+20.9**	**+12.9**	**+16.8**	**+20.6**	**+3.2**	**+11.7**
	客数	+8.7	+10.6	+4.0	+5.8	+9.6	+4.9	+7.3			
	客単価	+10.7	+9.9	+8.8	+6.5	+10.3	+7.6	+8.8			
全店	売上高	+21.6	+22.2	+13.6	+12.1	**+21.8**	**+12.8**	**+17.2**	**+21.6**	**+4.4**	**+12.7**
	客数	+9.7	+10.9	+3.8	+5.2	+10.3	+4.5	+7.5			
	客単価	+10.8	+10.1	+9.4	+6.6	+10.5	+7.9	+9.0			



商品展開

ABC-MART

●BUMP OF CHICKEN とのコラボスニーカーの発売

●ABCマートグループでの共同販促

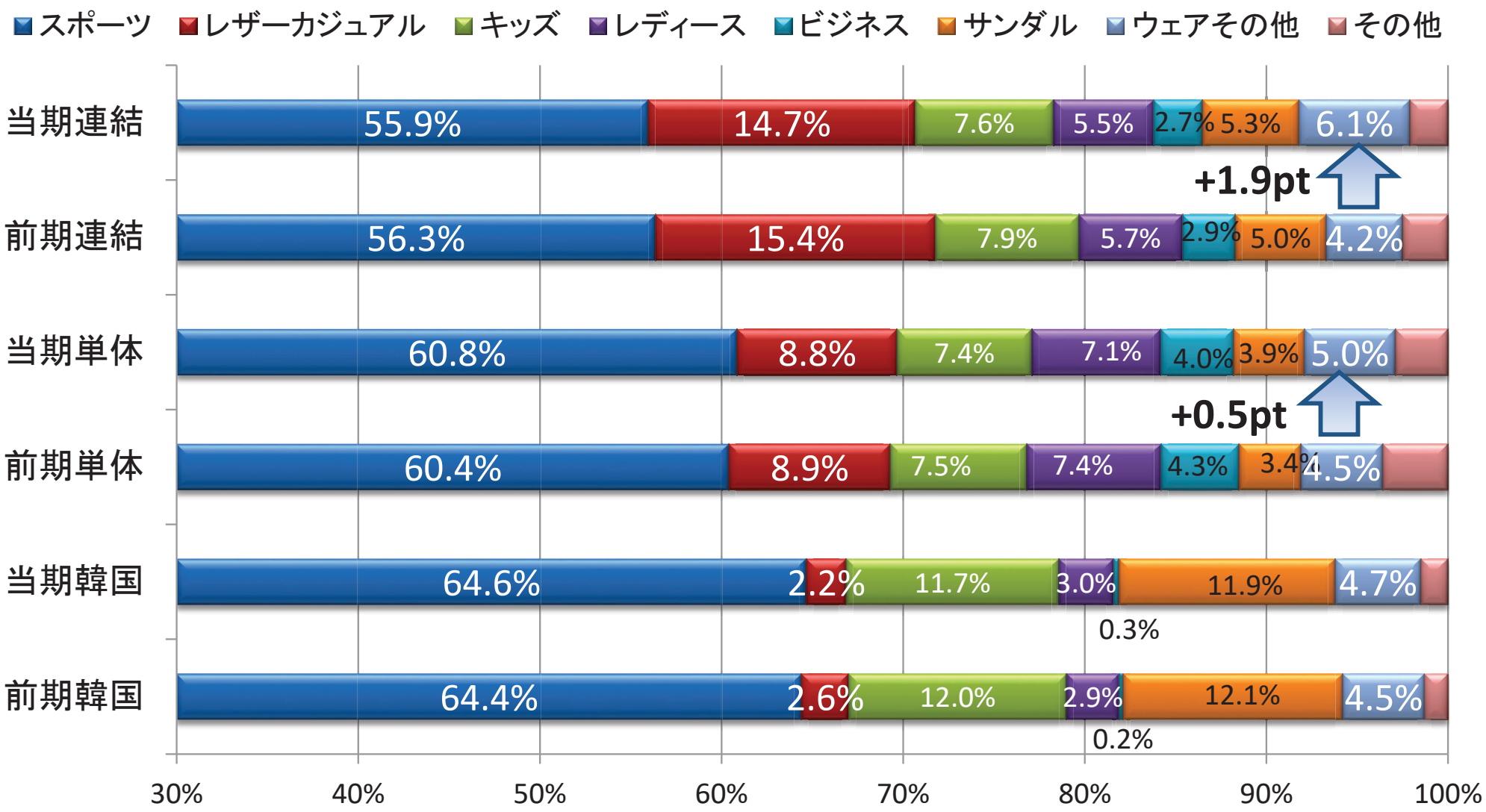
販売促進

ABC-MART

Instagram TikTok YouTube

カテゴリー別売上構成比

ABC-MART

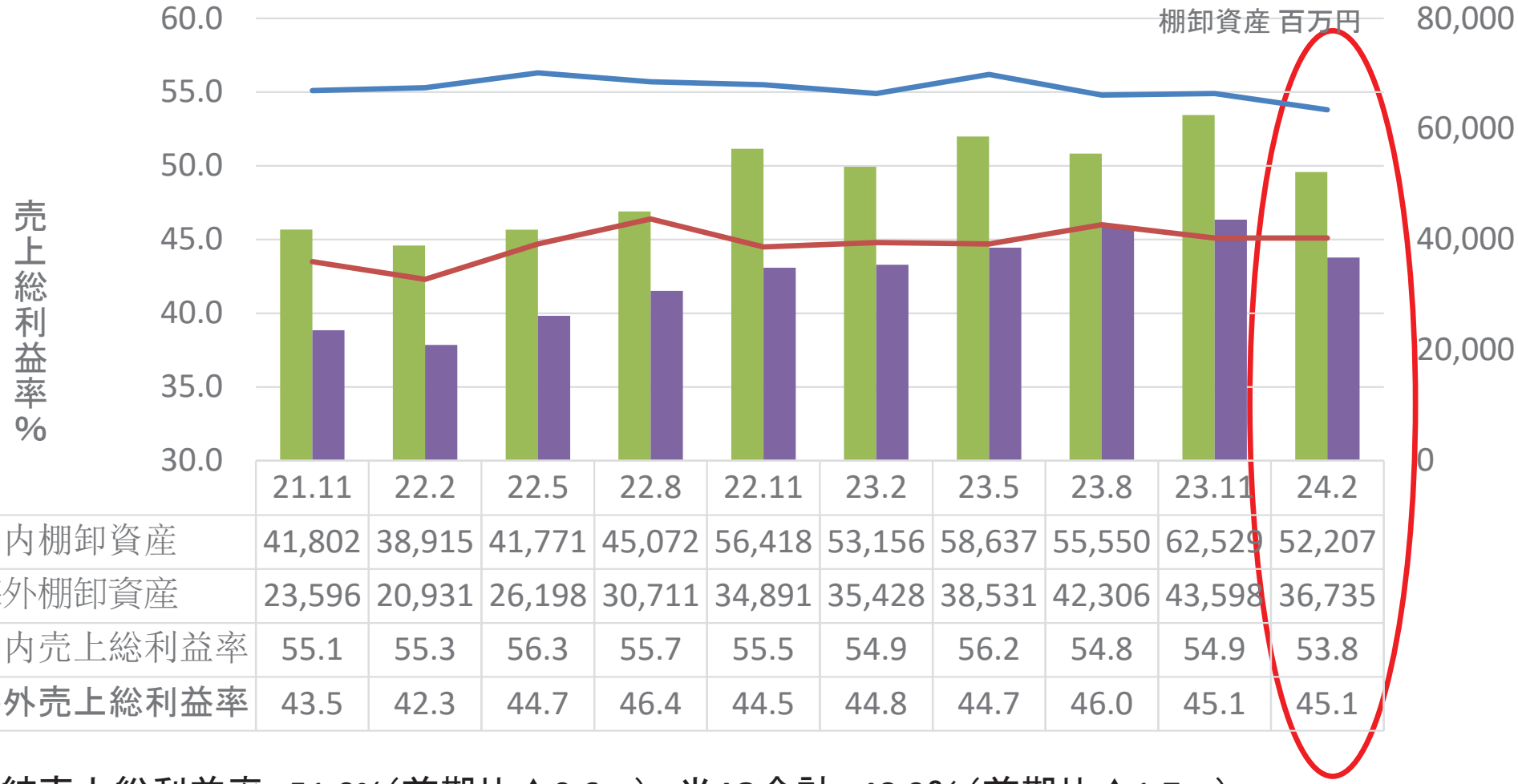


連結のスポーツ売上は、1，900億円超え。構成比ではスポーツ以外が伸長。
単体は、高単価スニーカーとスポーツサンダルが牽引し、スポーツとサンダルが好調。
アパレル展開店舗、アイテム数が増加し、ウェアが大幅伸長。アジアも同様の動き。

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）と棚卸資産の変化



	21.11	22.2	22.5	22.8	22.11	23.2	23.5	23.8	23.11	24.2
国内棚卸資産	41,802	38,915	41,771	45,072	56,418	53,156	58,637	55,550	62,529	52,207
海外棚卸資産	23,596	20,931	26,198	30,711	34,891	35,428	38,531	42,306	43,598	36,735
国内売上総利益率	55.1	55.3	56.3	55.7	55.5	54.9	56.2	54.8	54.9	53.8
海外売上総利益率	43.5	42.3	44.7	46.4	44.5	44.8	44.7	46.0	45.1	45.1

■連結売上総利益率　51.0%（前期比△0.6pt）　当4Q会計　48.9%（前期比△1.7pt）
単体は、前期比△0.7ptで54.2%。NB好調、年末年始・決算セールが盛況で粗利率低下
海外は、前期比+0.3ptの45.1%。米国Eコマース事業が貢献し、利益率UP

■在庫消化も計画通り進み、棚卸資産　3Q比較　国内△103億円、海外△68億円

連結販売費及び一般管理費

ABC-MART

	2024.2 前期比 %	2023.2 前期比%	2024.2 構成比 %	2023.2 構成比%	構成比 増減%
連結売上高	**+18.7**	+18.9	**100**	100	**+0.0**
連結販管費　計	**+11.8**	+10.1	**34.8**	37.0	**-2.2**
広告宣伝費	**+17.9**	+3.9	**2.2**	2.2	**+0.0**
人件費	**+13.0**	+11.0	**12.0**	12.6	**-0.6**
地代家賃	**+12.7**	+10.3	**9.8**	10.3	**-0.5**
減価償却費	**-0.3**	+2.5	**1.6**	1.9	**-0.3**

販管費率34.8%　前期比△2.2pt

・売上の急拡大により、販管費率が低下
・ｽﾏﾎ活用による業務効率で人時生産性UP
・国内外で人員増強、賃金の増加、
　オッシュマンズ連結子会社化で人件費増加
・SCやFBが好調で歩合家賃が増加
・固定家賃の都心部大型路面店の売上回復で
　家賃比率上昇の抑制に寄与
・キャッシュレス決済増加等でその他費目も増加

（全従業員数）

人員数	当期末	前期末	増減
連結	9,052	8,482	+570
国内	5,813	5,314	+499
海外	3,239	3,168	+71

※当期末国内：オッシュマンズ217名含む。

2024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	**231,586**	**100%**	33,604	17.0%	197,982	100%	222,100	4.3%
売上総利益	**125,464**	**54.2%**	16,785	15.4%	108,679	54.9%		
販管費	**79,619**	**34.4%**	5,706	7.7%	73,913	37.3%		
営業利益	**45,845**	**19.8%**	11,080	31.9%	34,765	17.6%	42,600	7.6%
営業外損益	**2,374**	**1.0%**	998	72.5%	1,376	0.7%		
経常利益	**48,219**	**20.8%**	12,077	33.4%	36,142	18.3%	44,300	8.8%
特別損益	**-443**	**-0.2%**	92	-17.2%	-535	-0.3%		
税引前利益	**47,776**	**20.6%**	12,169	34.2%	35,607	18.0%		
法人税等	**14,877**	**6.4%**	3,739	33.6%	11,138	5.6%		
当期純利益	**32,899**	**14.2%**	8,430	34.5%	24,469	12.4%	30,200	8.9%

発行済株式総数　247,618,938株　　期中平均株式数　247,616,857株

１株当たり当期純利益　132円86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	**237,874**	197,981	20.1%	**107,586**	93,251	15.4%	-1262	-1155	**344,197**	290,077	18.7%
	構成比	69.1%	68.3%	-	31.3%	32.1%	-	-0.4%	-0.4%	100%	100%	-
セグメント利益	金額	**45,725**	35,002	30.6%	**9,893**	7,224	36.9%	52	74	**55,671**	42,301	31.6%
	構成比	82.1%	82.7%	-	17.8%	17.1%	-	0.1%	0.2%	100%	100%	-

PL為替レート　韓国　100won=¥10.79(前期¥10.18)　　台湾　1$=¥4.52（前期=¥4.39）
米国　1$=¥140.54（前期¥130.77）

韓国

100WON＝	¥10.79		¥10.18			（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	**66,331**	**100%**	57,474	100%	15.4%	**614,752**	**100%**	564,579	100%	8.9%
売上総利益	**31,297**	**47.2%**	27,529	47.9%	13.7%	**290,056**	**47.2%**	270,426	47.9%	7.3%
販管費	**24,941**	**37.6%**	22,064	38.4%	13.0%	**231,152**	**37.6%**	216,739	38.4%	6.6%
営業利益	**6,355**	**9.6%**	5,465	9.5%	16.3%	**58,903**	**9.6%**	53,687	9.5%	9.7%

台湾　売上高　117億円（前期比+18.8%）　現地通貨ベース　26億台湾$
米国　売上高　292億円（前期比+13.0%）　現地通貨ベース　208百万米$

2024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	**344,197**	**100%**	54,120	18.7%	290,077	100%	332,200	3.6%
売上総利益	**175,594**	**51.0%**	25,997	17.4%	149,597	51.6%		
販管費	**119,922**	**34.8%**	12,627	11.8%	107,295	37.0%		
営業利益	**55,671**	**16.2%**	13,370	31.6%	42,301	14.6%	50,700	9.8%
営業外損益	**2,163**	**0.6%**	1,104	104.2%	1,059	0.4%		
経常利益	**57,834**	**16.8%**	14,474	33.4%	43,360	14.9%	52,000	11.2%
特別損益	**-576**	**-0.2%**	123	-17.6%	-699	-0.2%		
税引前利益	**57,257**	**16.6%**	14,596	34.2%	42,661	14.7%		
法人税等	**17,110**	**5.0%**	4,858	39.7%	12,252	4.2%		
非支配株主利益	**137**	**0.0%**	-15	-9.9%	152	0.1%		
親会社株主に帰属する当期純利益	**40,009**	**11.6%**	9,753	32.2%	30,256	10.4%	35,500	12.7%

発行済株式総数　247,618,938株　　期中平均株式数　247,616,857株

１株当たり当期純利益　161円58銭

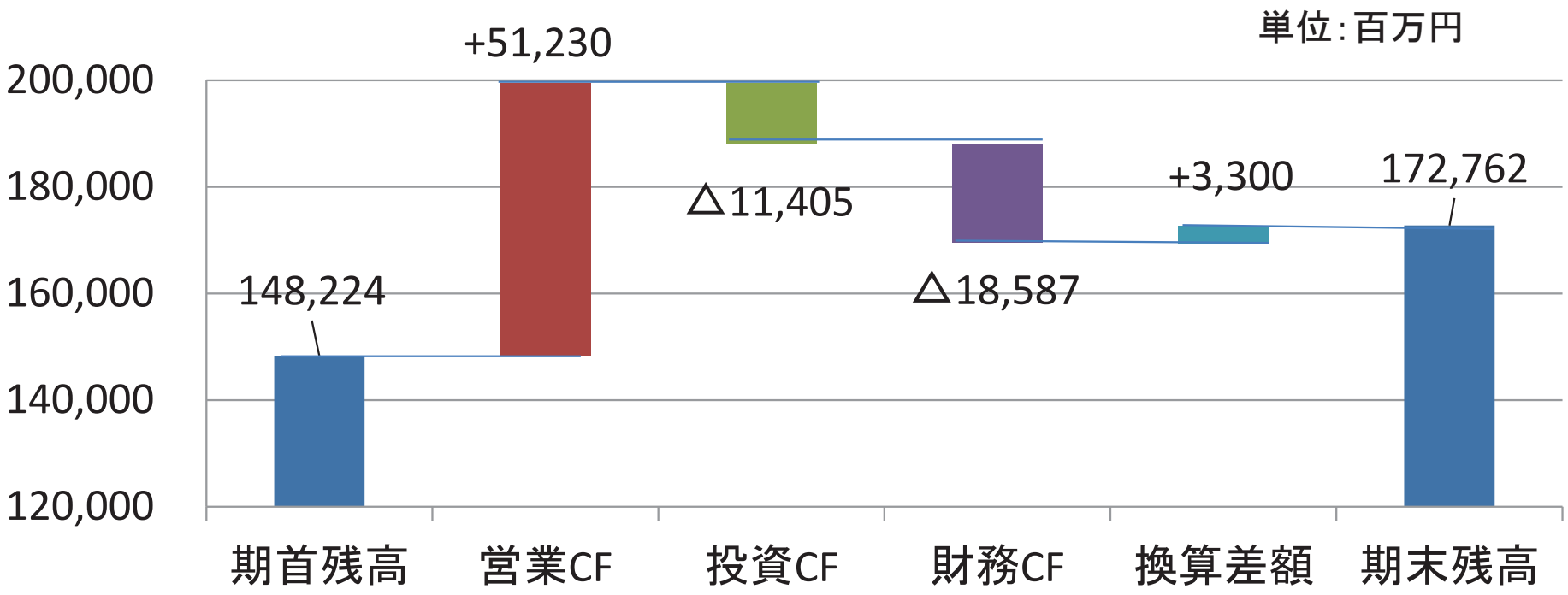
2024年2月末連結・単体BS実績

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	**288,627**	261,391	27,236	**221,863**	203,274	18,589
現金及び預金	**167,208**	138,918	28,290	**143,277**	121,336	21,941
売上債権	**16,262**	15,096	1,166	**8,400**	7,239	1,161
棚卸資産	**88,942**	88,584	358	**49,996**	53,141	-3,145
固定資産	**98,708**	94,459	4,249	**95,817**	93,892	1,925
有形無形固定資産	**46,662**	44,663	1,999	**36,632**	35,792	840
その他投資	**52,046**	49,796	2,250	**59,185**	58,099	1,086
資産計	**387,336**	355,850	31,486	**317,681**	297,166	20,515
流動負債	**43,972**	43,613	359	**33,996**	33,775	221
固定負債	**1,709**	1,263	446	**1,055**	740	315
負債計	**45,681**	44,876	805	**35,051**	34,516	535
株主資本等	**313,841**	288,400	25,441	**275,456**	256,590	18,866
評価・換算差額等	**25,603**	20,694	4,909	**7,172**	6,060	1,112
非支配株主持分	**2,209**	1,878	331			
純資産計	**341,654**	310,974	30,680	**282,629**	262,650	19,979
負債・資本計	**387,336**	355,850	31,486	**317,681**	297,166	20,515

2024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+245億円

営業CF：　前期比403億円収入増

税金等調整前当期純利益+572億円、減価償却費+57億円、
受取利息及び受取配当金△11億円、
棚卸資産の減少+28億円、法人税支払△159億円

投資CF：　前期比24億円支出増

定期預入△41億円、設備投資支出△75億円、敷金保証金△14億円

財務CF：　前期比92億円支出増

配当支払△140億円、輸入短期借入金減少△45億円

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を拡大

NIKE

リサイクル素材を重量の20%以上使用

ASICS

シューズは90%以上、ウェアは50%以上のリサイクル素材を使用

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

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	+10.7	+23.2
	客数	+2.3	+11.4
	客単価	+8.3	+10.6
全店	売上高	+9.7	+25.0
	客数	+1.2	+12.8
	客単価	+8.4	+10.9
	出店数	5	8

●出店5　閉店2

●前年に比べ、土日が一日ずつ多い

●学需用品、新作スニーカー好調

●春の販促攻勢

・SKECHERS　スリップインズ

・PUMA イーズイン

・UNDER ARMOUR スニーカー　等

販促活動

2025年2月期の戦略

2024年4月

代表取締役　野口　実

2025年2月期の戦略

ABC-MART

販売戦略　シューズ＆アパレル市場のシェア拡大
商品戦略　ブランドを活かした商品提案力
販促活動　4ヶ国共同販促の推進
店舗戦略　次世代型GRANDSTAGEとABC2.0業態
　　オッシュマンズ事業
海外事業（出店）

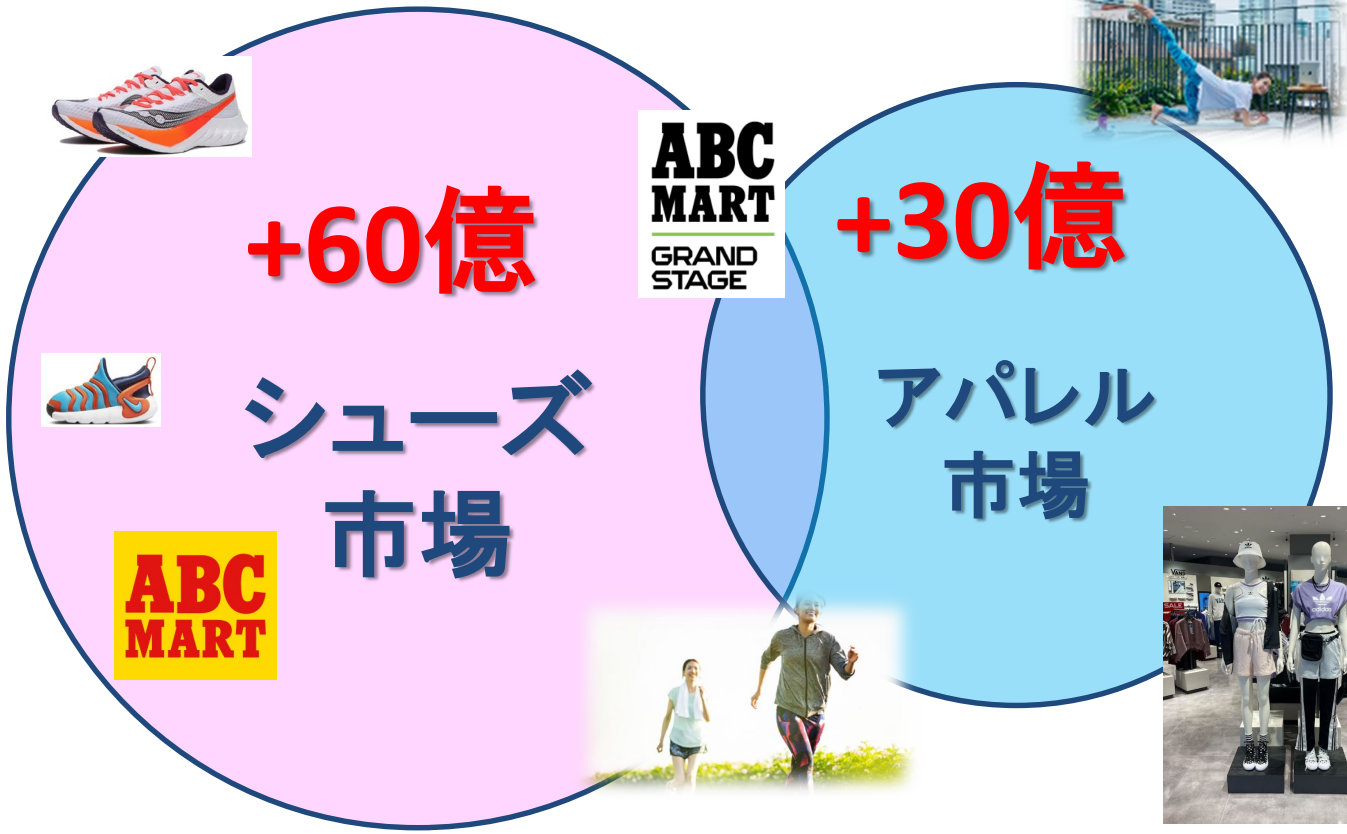
単体小売事業計画
業績予想（単体・連結）

人的投資と人的資本中期計画

販売戦略

ABC-MART

2024年、国内ABC-MART事業で
アパレル売上　**145億円**　を目指していきます。



販売戦略

ABC-MART

2024年は更にインバウンドが増加すると考え、
“日本ONLY” “ABC-MART ONLY” をバネに商品提案していきます

◎定番ブランドは、別注商品をブランド力を活かした販促戦略にて売上拡大

VANS "OFF THE WALL" / new balance / CONVERSE / PUMA / Hawkins

◎トレンドブランドは、サイズ展開を拡大し、ウィメンズを中心に売上拡大

asics / adidas / SKECHERS / crocs / FILA

商品戦略

ABC-MART

スポーツ

履きやすさ、動きやすさを追求した
ウォーキング（ラン）カジュアルがトレンド

asics

PUMA

SKECHERS

saucony

商品戦略

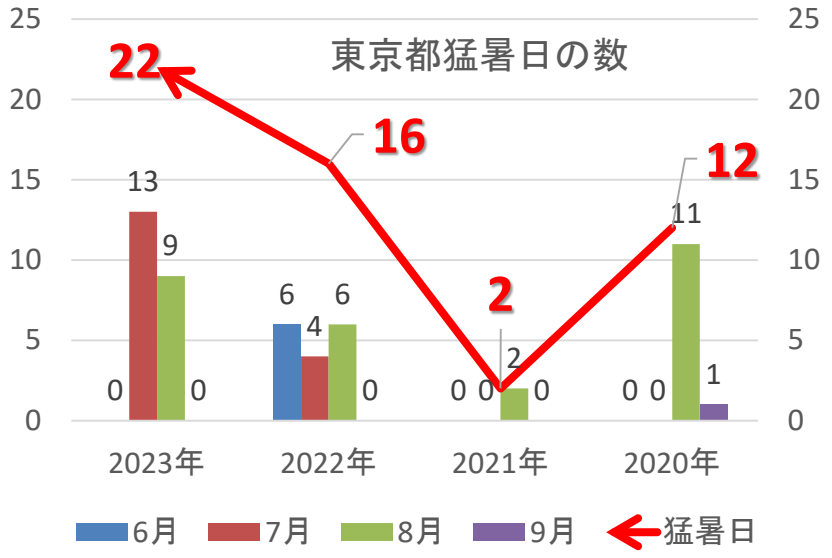
ABC-MART

サンダル

平均気温の上昇、猛暑日の増加による需要拡大

✓ 高単価スポーツサンダル、厚底サンダルの販売強化

✓ 子供から大人まで需要拡大　クロックスサンダル

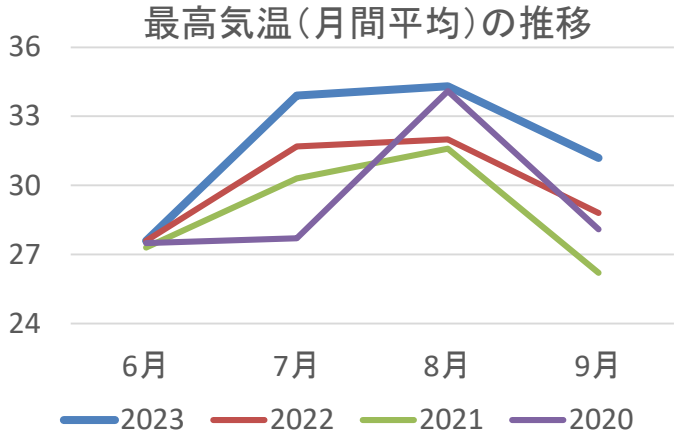


crocs

Sandal +
JIBBITZ

adidas

PUMA



気象庁データより弊社作成

ATSUZOKO　SANDAL

4ヶ国共同販促

ABC-MART

530、574

2021年にデビューした注目のK-POPガールズグループ「Billlie（ビリー）」

new balance

日本、韓国で展開

FILA

K-POPガールズグループ「TWICE」のメンバーJIHYO（ジヒョ）

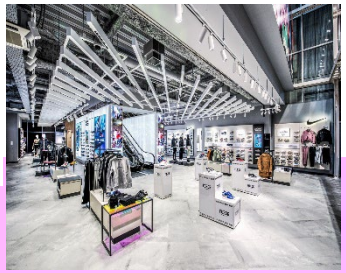
日本、韓国、ベトナムで展開

K-POPや著名アーティストを起用、
ABC-MARTグループの共同販促により、タイムリーに世界へ同時配信
ブランドの認知度アップで新規顧客獲得、単品訴求で売上拡大

店舗戦略

ABC-MART

GRANDSTAGEの刷新



2010 Apr.
GS仙台 初OPEN

2018 SEP. Oct.
GS Gen2
韓国,銀座にOPEN

2021 SEP.
GS Gen2
+digital & Women's
渋谷にOPEN

2025
NEW GS "Gen3"
FLAGSHIPOPEN

2010年、
GRAND STAGE(GS)
新業態スタート

2016 Nov.
GS大阪 OPEN

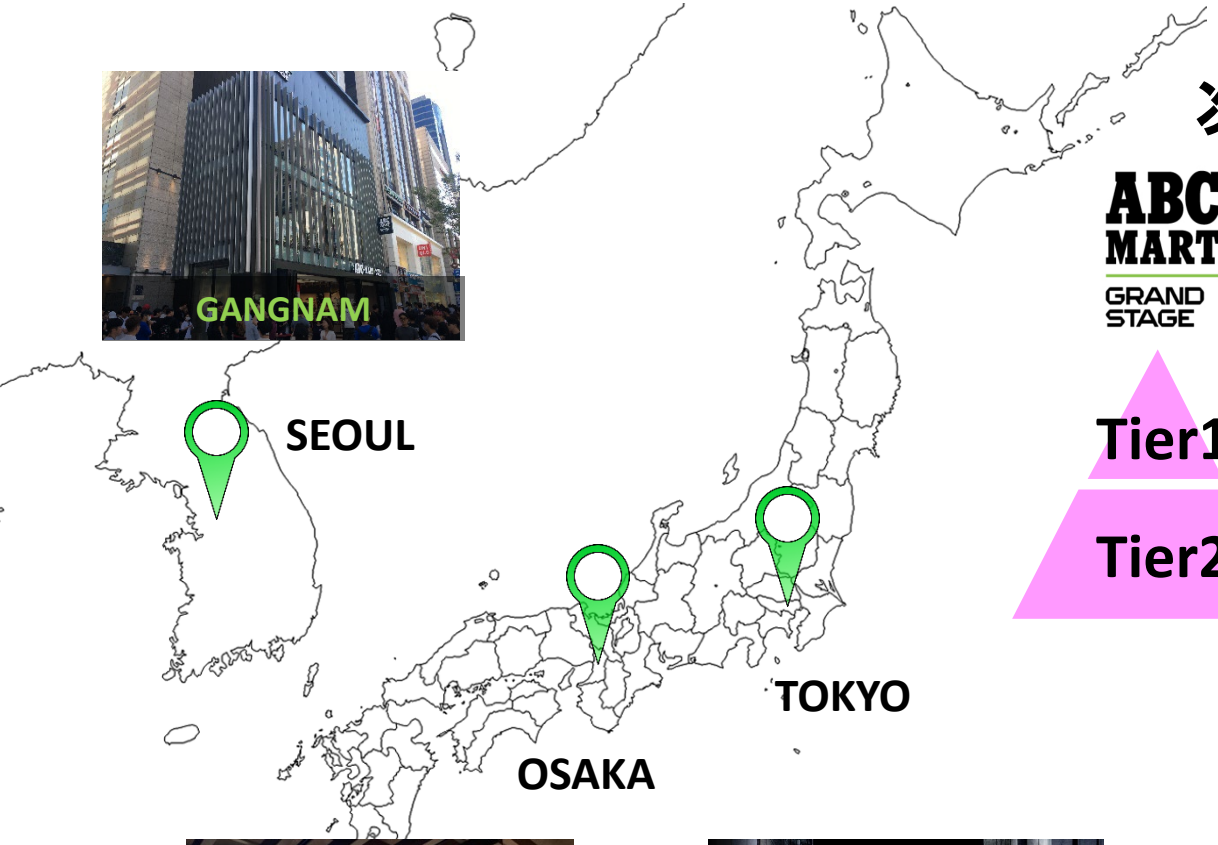
2019 OCT.
GS Gen2 XIMEN
台湾にOPEN

2022 OCT.
GS Gen2 Dong Khoi
ベトナムにOPEN

2025

店舗戦略

ABC-MART



次世代型 GRANDSTAGE　Gen3

ABC MART GRAND STAGE

Tier1

Tier2

2025/4/13～10/13

ファッショントップ（Tier1）に位置する
GRANDSTAGEは　20店舗程。
このうち、東京、大阪の旗艦店を
次世代型のGRANDSTAGE Gen3に刷新いたします。

２０２５年春開催の大阪万博に向け、
新装準備中です。

◎東京、大阪、韓国ソウルの３都市で、
　展開いたします。

店舗戦略

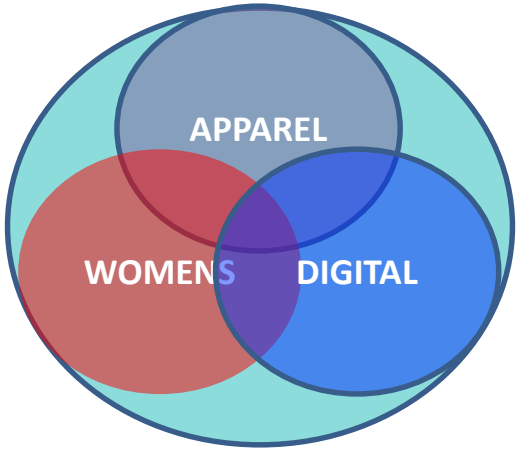
ABC-MART

ABC-MART 2.0

ファッション感度が高まりつつあるスタンダードバナー
ドミナント毎にグレード分けした戦略を実施していきます。

くずはモール

阪急西宮ガーデンズ



750展開している ABC MART STバナー。
中長期でABC2.0業態への移行を選別。
MD構成はデイリー要素高め
3つのコンセプトでGS風にバージョンアップしていきます。

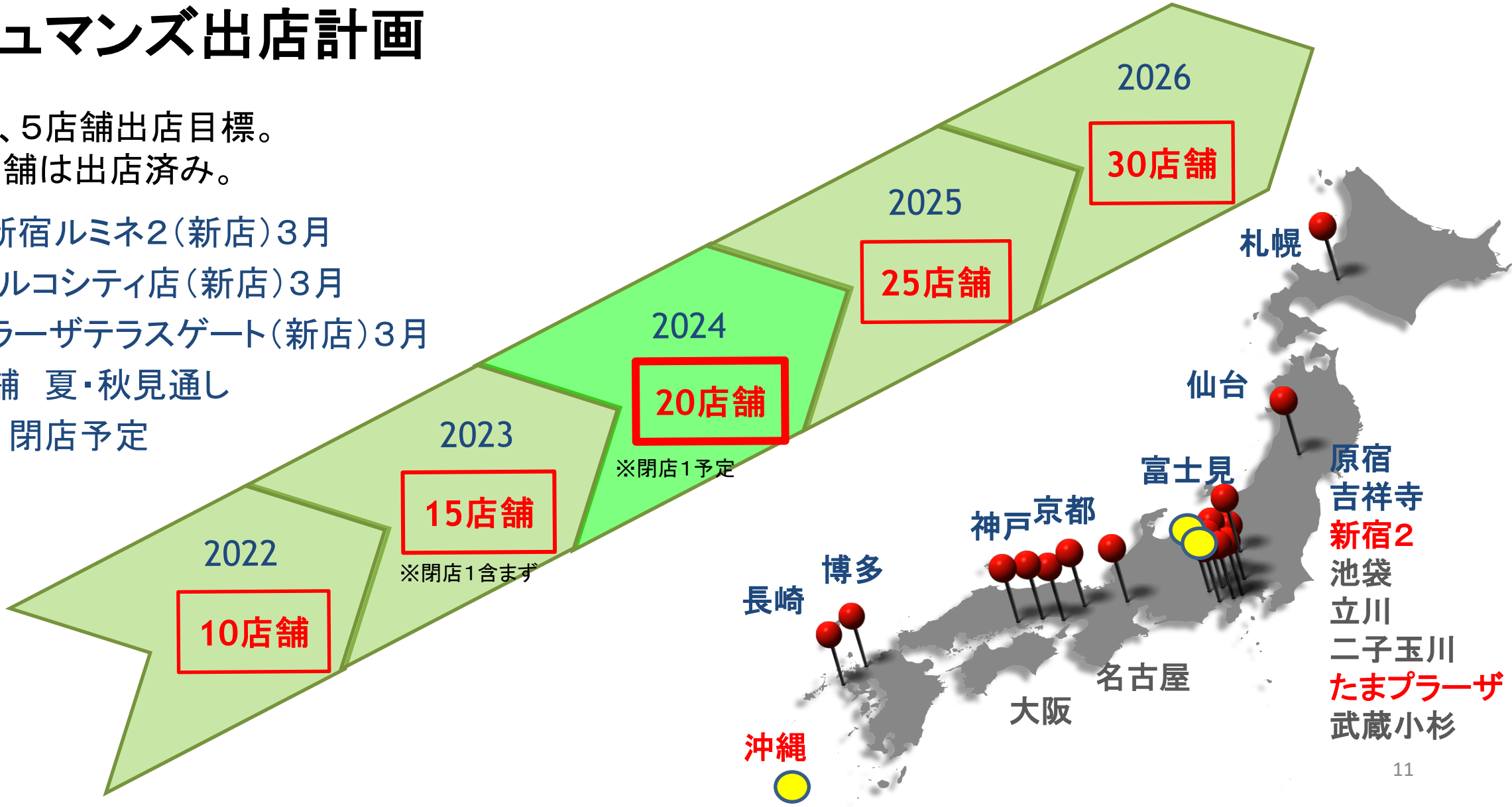
店舗戦略

OSHMAN'S

オッシュマンズ出店計画

2024年、5店舗出店目標。
うち、3店舗は出店済み。

- ルミネ新宿ルミネ2（新店）3月
- 浦添パルコシティ店（新店）3月
- たまプラーザテラスゲート（新店）3月
- 他2店舗　夏・秋見通し
- 1店舗　閉店予定



店舗戦略

ABC MART GRAND STAGE × OSHMAN'S

GRANDSTAGEとオッシュマンズの共同出店

GS　317.8坪
OJ　154.4坪

2024年3月、ルミネ新宿、たまプラーザ、浦添パルコシティ（沖縄）で実現

3/30、沖縄・浦添パルコシティに同時オープン

（共同出店におけるメリット）

・新規顧客獲得、買い回りアップで売上拡大

・人材・システムの共有化で業務効率アップ、販管費の抑制

◎2024年はSKUの絞り込みによる在庫コントロールで粗利率改善へ

海外事業（出店予定）

ABC-MART

韓国　24店舗

出店予定　26店舗
退店予定　18店舗
期末予想　400店舗

米国
1店舗

台湾　1店舗

4号店　IPハノイ

5号店　サイゴンセンター

ベトナム　0店舗

単体小売事業計画

ABC-MART

		2025年2月期			
	前期実績	上期見込	下期見込	**通期見込**	前期比
既存店増収率	+16.8%	+5.1	+1.1	**+3.1**	△13.7
全店増収率	+17.2%	+5.1	+2.4	**+3.7**	△13.5
出店数	+40	+20	+20	**+40**	±0
閉店数	△33	△12	△8	**△20**	+13
純増加数	+7	+8	+12	**+20**	+13
期末店舗数	1,081	1,089	1,101	**1,101**	+20

＜設備投資額（内装費）＞
通期　新店　18億円
　　改装　22億円
　　計　　40億円

前提：
通期　新店　40店舗
　　改装　50店舗
　　（うち増床　20店舗）

＜国内店舗数＞
当社単体　　1，101
オッシュマンズ　　18
期末店舗数　　1，119

インバウンドの前提は、2023年後半の水準が2024年度においても継続するものと仮定しています。
※当社のインバウンド消費の動向については、日本政府観光局（JNTO）の訪日外国人旅行客数の推移とほぼ同じ動向です。
　商品政策上の理由から、2024年より非公表とさせていただいております。

2025年2月期連結売上高

ABC-MART

連結売上高　3，658億円（前期比6．3%増）

国内　2，495億円（連結調整無）
期末店舗数　1，119店舗

海外　1，200億円
400店舗

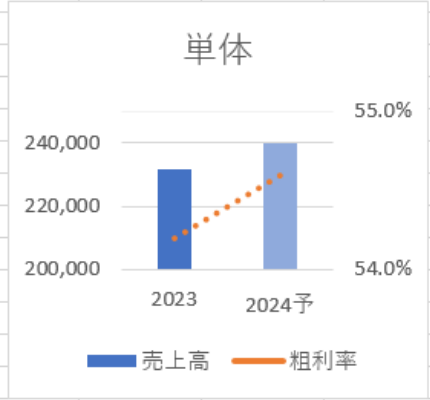
韓国
735億円

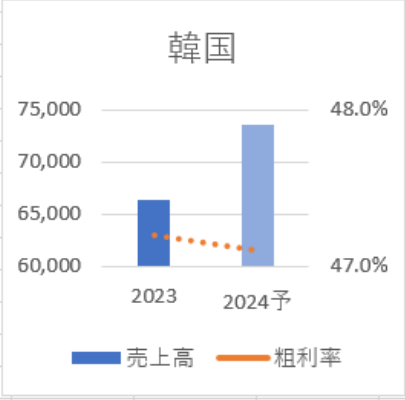
米国
328
億円

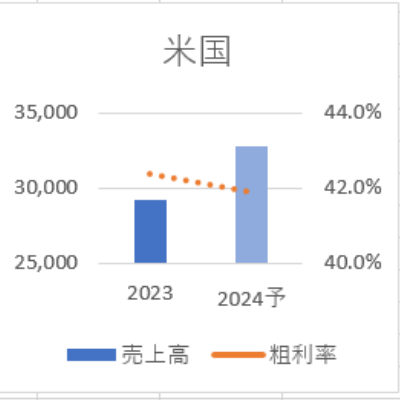
台湾

ﾍﾞﾄﾅﾑ

グループ店舗数　1，519店舗
連結売上高に占める海外シェア　32．8%







円安基調で推移すると仮定
高単価商品で収益獲得
在庫適正化により在庫回転率向上
粗利率改善見込み
海外も増収増益計画

2025年2月期単体PL計画①

ABC-MART

金額単位：百万円	2025年2月期 通期				
	通期計画	売上比	前期比	前期実績	売上比
売上高	**240,000**	**100%**	3.6%	231,586	100%
売上総利益	**131,000**	**54.6%**	4.4%	125,464	54.2%
販管費	**83,200**	**34.7%**	4.5%	79,619	34.4%
営業利益	**47,800**	**19.9%**	4.3%	45,845	19.8%
経常利益	**49,300**	**20.5%**	2.2%	48,219	20.8%
当期純利益	**33,400**	**13.9%**	1.5%	32,899	14.2%
（主な販管費）					
広告宣伝費	**4,460**	**1.9%**	11.2%	4,009	1.7%
人件費	**27,070**	**11.3%**	5.8%	25,597	11.1%
地代家賃	**25,800**	**10.8%**	4.6%	24,664	10.7%
減価償却費	**3,392**	**1.4%**	0.9%	3,361	1.5%

（前提条件）

●売上高
前期比　+84億13百万円
前期比　既存店+3.1%　全店+3.7%

●売上総利益
前期比　+55億35百万円
総利益率予想　前期比+0.4%
足元円安予測、自社開発は抑制
上期FOB想定レートUSD　150円

●在庫
在庫適正化、新商品投入＆高回転率に期待
期中セール商品見極めて在庫コントロールへ

●販管費
宣伝費はマーケティングや媒体活用で増加
人件費は一部賃金上昇
地代家賃はテナントの歩合家賃上昇
在庫量が前期より減少で物流費は減少

●営業外損益
受取家賃、受取利息

●特別損益
店舗に係る固定資産除却損、減損損失

自己株控除後発行済株式数　247,616,751株
一株当たり当期純利益（予想）　134円89銭

2025年2月期単体PL計画②

ABC-MART

金額単位：百万円	2025年2月期 上期					2025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	**122,200**	**100%**	4.9%	116,514	100%	**117,800**	**100%**	2.4%	115,072	100%
売上総利益	**67,300**	**55.1%**	4.7%	64,279	55.2%	**63,700**	**54.1%**	4.1%	61,185	53.2%
販管費	**41,500**	**34.0%**	4.2%	39,822	34.2%	**41,700**	**35.4%**	4.8%	39,796	34.6%
営業利益	**25,800**	**21.1%**	5.5%	24,456	21.0%	**22,000**	**18.7%**	2.9%	21,388	18.6%
経常利益	**26,400**	**21.6%**	2.7%	25,697	22.1%	**22,900**	**19.4%**	1.7%	22,522	19.6%
当期純利益	**17,950**	**14.7%**	2.6%	17,496	15.0%	**15,450**	**13.1%**	0.3%	15,402	13.4%
（主な販管費）										
広告宣伝費	**2,018**	**1.7%**	0.8%	2,001	1.7%	**2,442**	**2.1%**	21.7%	2,007	1.7%
人件費	**13,442**	**11.0%**	5.2%	12,775	11.0%	**13,628**	**11.6%**	6.3%	12,822	11.1%
地代家賃	**13,012**	**10.6%**	5.4%	12,342	10.6%	**12,788**	**10.9%**	3.8%	12,321	10.7%
減価償却費	**1,676**	**1.4%**	0.8%	1,662	1.4%	**1,716**	**1.5%**	1.0%	1,699	1.5%

一株当たり当期純利益（予想）　上期予想72円49銭　前上期70円66銭　下期予想62円39銭　前下期62円20銭

2025年2月期海外PL計画

ABC-MART

海外売上高　1,200億円（前期比+11.5%）　・・・ 連結売上に占める割合　32.8%

想定レート　11.0円／韓国ウォン　4.7円／台湾ドル　145円／米ドル

韓国　売上高　735億円　前期比+10.8%（現地通貨ベース　6,683億ウォン）

100WON＝	¥11.00		¥10.79			（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	**73,514**	**100%**	66,331	100%	10.8%	**668,309**	**100%**	614,752	100%	8.7%
売上総利益	**34,659**	**47.1%**	31,297	47.2%	10.7%	**315,086**	**47.1%**	290,056	47.2%	8.6%
販管費	**27,948**	**38.0%**	24,941	37.6%	12.1%	**254,074**	**38.0%**	231,152	37.6%	9.9%
営業利益	**6,711**	**9.1%**	6,355	9.6%	5.6%	**61,011**	**9.1%**	58,903	9.6%	3.6%

台湾　売上高　131億円　前期比+12.1%（現地通貨ベース　28億台湾$）

米国　売上高　328億円　前期比+12.2%（現地通貨ベース　2億26百万US$）

※海外子会社は、12月決算です。次期は、2024年1月1日から12月31日までを示しております。

2025年2月期連結PL計画①

ABC-MART

金額単位：百万円	2025年2月期 通期				
	通期計画	売上比	前期比	前期実績	売上比
売上高	**365,800**	**100%**	**6.3%**	344,197	100%
売上総利益	**187,000**	**51.1%**	**6.5%**	175,594	51.0%
販管費	**128,300**	**35.1%**	**7.0%**	119,922	34.8%
営業利益	**58,700**	**16.0%**	**5.4%**	55,671	16.2%
経常利益	**59,700**	**16.3%**	**3.2%**	57,834	16.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	**40,300**	**11.0%**	**0.7%**	40,009	11.6%
（主な販管費）					
広告宣伝費	**8,580**	**2.3%**	**11.6%**	7,688	2.2%
人件費	**44,770**	**12.2%**	**8.2%**	41,358	12.0%
地代家賃	**35,420**	**9.7%**	**5.3%**	33,652	9.8%
減価償却費	**5,800**	**1.6%**	**4.1%**	5,573	1.6%

自己株控除後発行済株式数
247,616,751株

一株当たり当期純利益（予想）
162円75銭

一株当たり年間配当（予想）
66円00銭
（ご参考）分割前基準
198円（前期比2円増配）

配当性向（予想）
40.6%（前期比+0.2pt）

2025年2月期連結PL計画②

ABC-MART

金額単位：百万円	2025年2月期 上期					2025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	**182,700**	**100%**	7.8%	169,464	100%	**183,100**	**100%**	4.8%	174,732	100%
売上総利益	**94,600**	**51.8%**	7.1%	88,295	52.1%	**92,400**	**50.5%**	5.8%	87,298	50.0%
販管費	**63,600**	**34.8%**	7.8%	58,975	34.8%	**64,700**	**35.3%**	6.2%	60,947	34.9%
営業利益	**31,000**	**17.0%**	5.7%	29,320	17.3%	**27,700**	**15.1%**	5.1%	26,351	15.1%
経常利益	**31,480**	**17.2%**	2.9%	30,580	18.0%	**28,220**	**15.4%**	3.5%	27,253	15.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	**21,250**	**11.6%**	1.0%	21,043	12.4%	**19,050**	**10.4%**	0.4%	18,966	10.9%
（主な販管費）										
広告宣伝費	**3,840**	**2.1%**	13.2%	3,391	2.0%	**4,740**	**2.6%**	10.3%	4,296	2.5%
人件費	**22,170**	**12.1%**	8.0%	20,525	12.1%	**22,600**	**12.3%**	8.5%	20,832	11.9%
地代家賃	**17,820**	**9.8%**	7.0%	16,658	9.8%	**17,600**	**9.6%**	3.6%	16,993	9.7%
減価償却費	**2,870**	**1.6%**	6.7%	2,690	1.6%	**2,930**	**1.6%**	1.6%	2,883	1.6%

一株当たり当期純利益（予想）　上期予想85円82銭　前上期84円98銭　下期予想76円93銭　前下期76円60銭

ABC-MART

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、2024年2月末現在、15．5%（前期比1．0%増）

障がい者支援

2024年2月末時点、139名在籍（雇用率2．61%／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

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

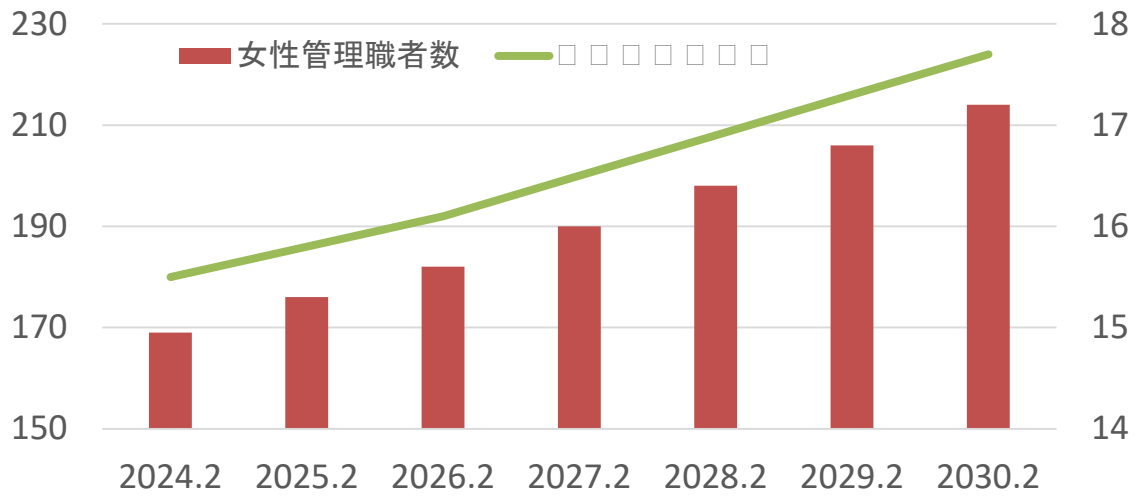
多様性を尊重し、SOGIハラスメントやアウティングを防止する管理者研修を実施しています
LGBTQ相談窓口を設置いたしました

人的資本中期計画

ABC-MART

2030年度目標を定めました。

	2022年度 実績	2023年度 実績	2030年度 目標
女性管理職比率（%）	14.5	15.5	**17.7**
男女賃金格差（%）	77.4	77.3	**90.8**
男性育児休業取得率（%）	26.0	31.3	**100.0**



2023年、女性管理職の数は173人で、女性管理職比率は15．5%となりました。
なお、次期管理職候補の店舗役職者の女性比率は、38．4%となります。

2030年には、管理職ポストを現行1，090人から1，210人（120人増加）へ引き上げ、
女性管理職の数を214人、女性管理職比率17．7%にすることを目標といたします。