



2024年2月期決算の概要

2024年4月

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ズマーケットが回復基調、円安による物価高騰、インバウンド増加
- ・マーケット(海外): 世界的なインフルの進行、アジア消費回復基調、米国流通市場堅調
- ・販売戦略: グループ4ヶ国共同販促、著名人とのコラボ企画推進、トレンドアイテムのプロポーザル販売強化
- ・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: グラントステージ、ABCスポーツの出店加速、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%
- ・国内デジタル売上: 前期比5.6%増、デジタル売上比率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) ナショナルブランド高単価商品好調、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

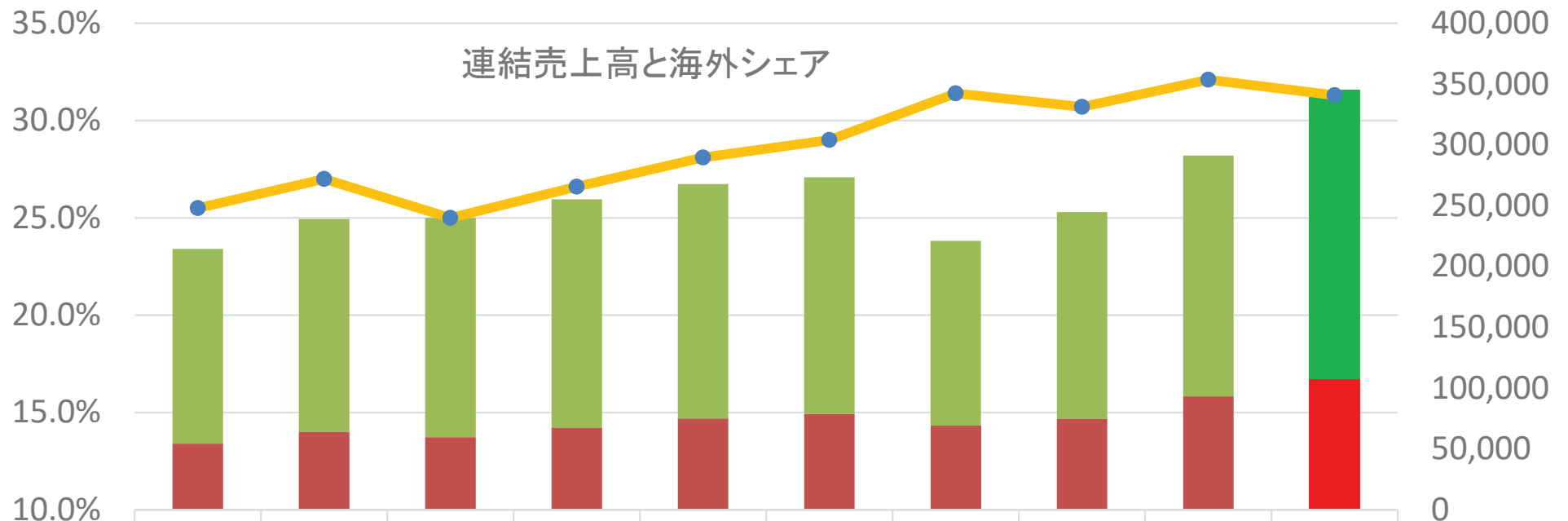
ABC-MART

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



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)
N S C	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



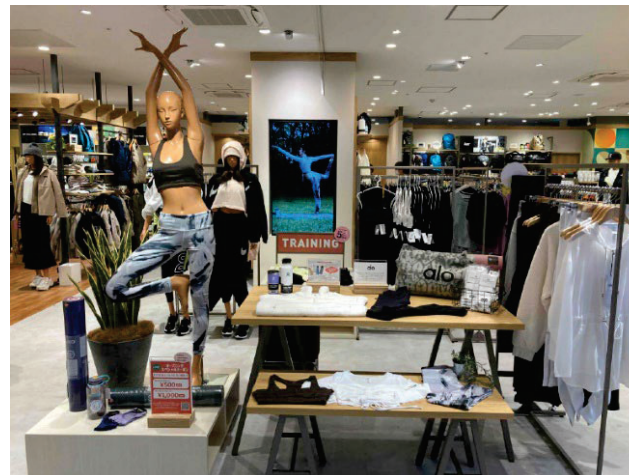
ABC-MART GRAND STAGE イオンモールライカム沖縄店 (2023年7月15日 Re Open)



**ABC
MART**
GRAND
STAGE

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)

OSHMAN'S®

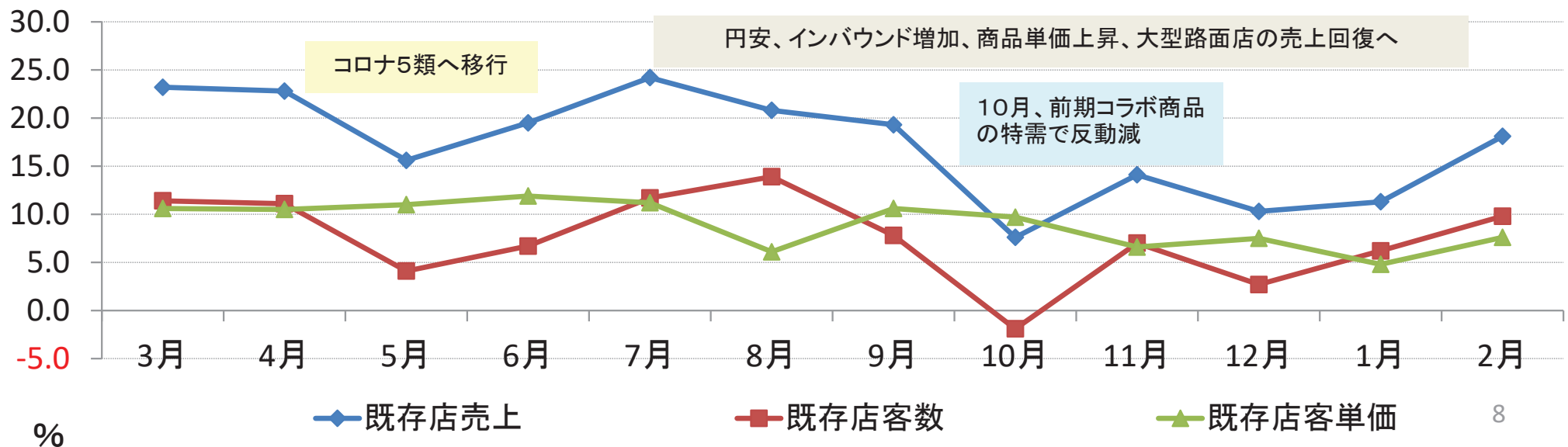


店舗売上高増収率の推移(国内)

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

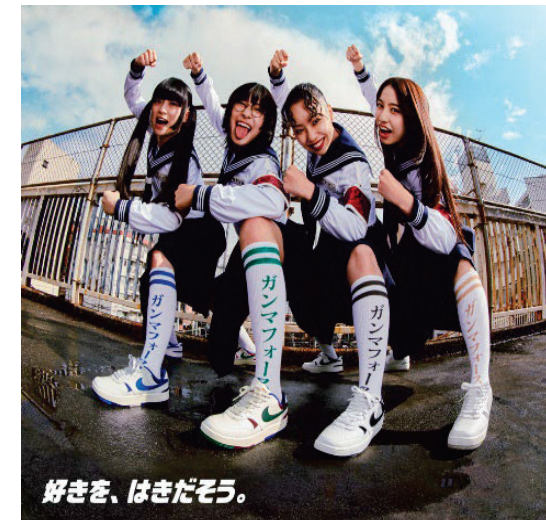


●ABCマートグループでの共同販促



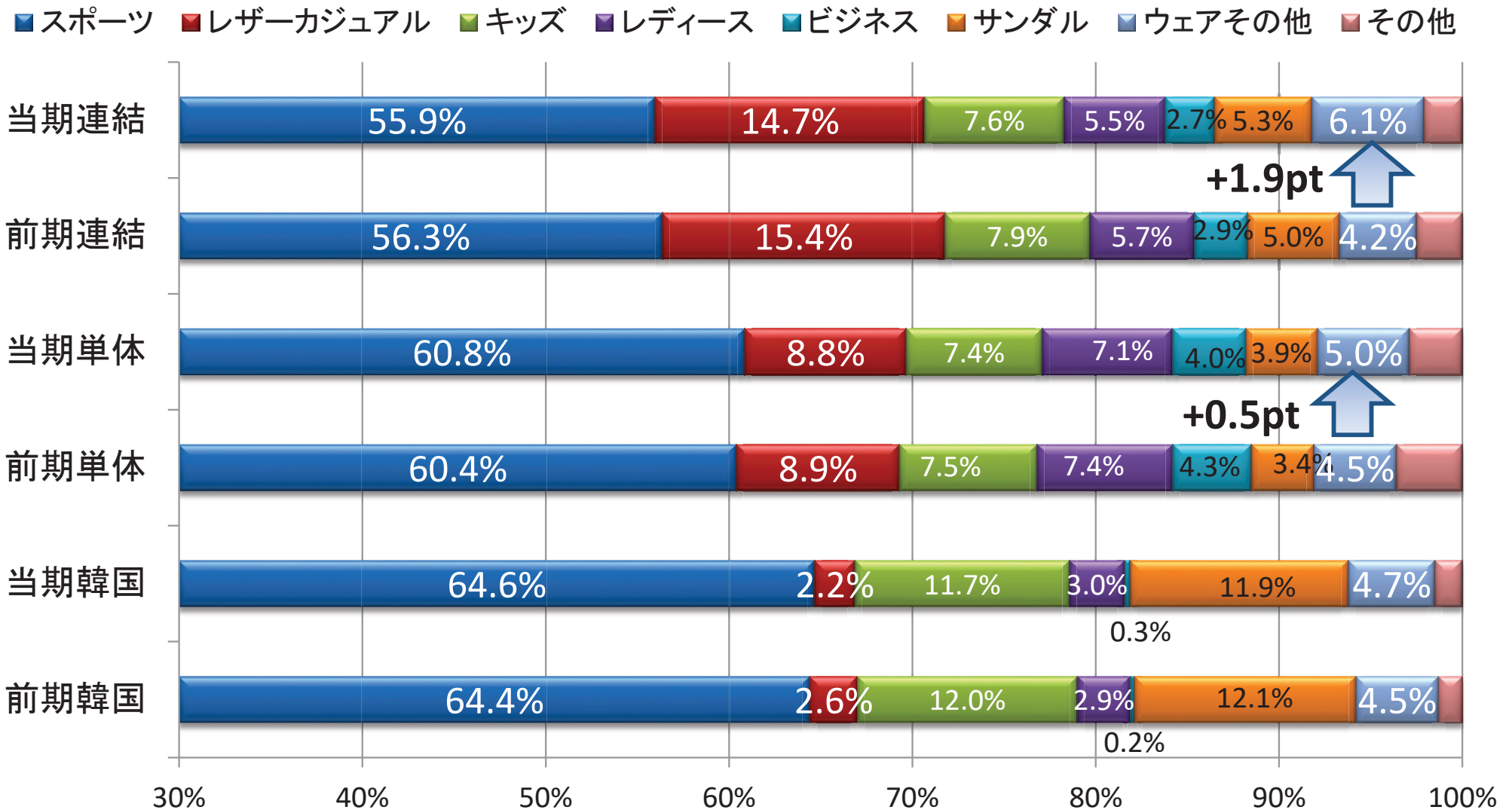
販売促進

ABC-MART



カテゴリー別売上構成比

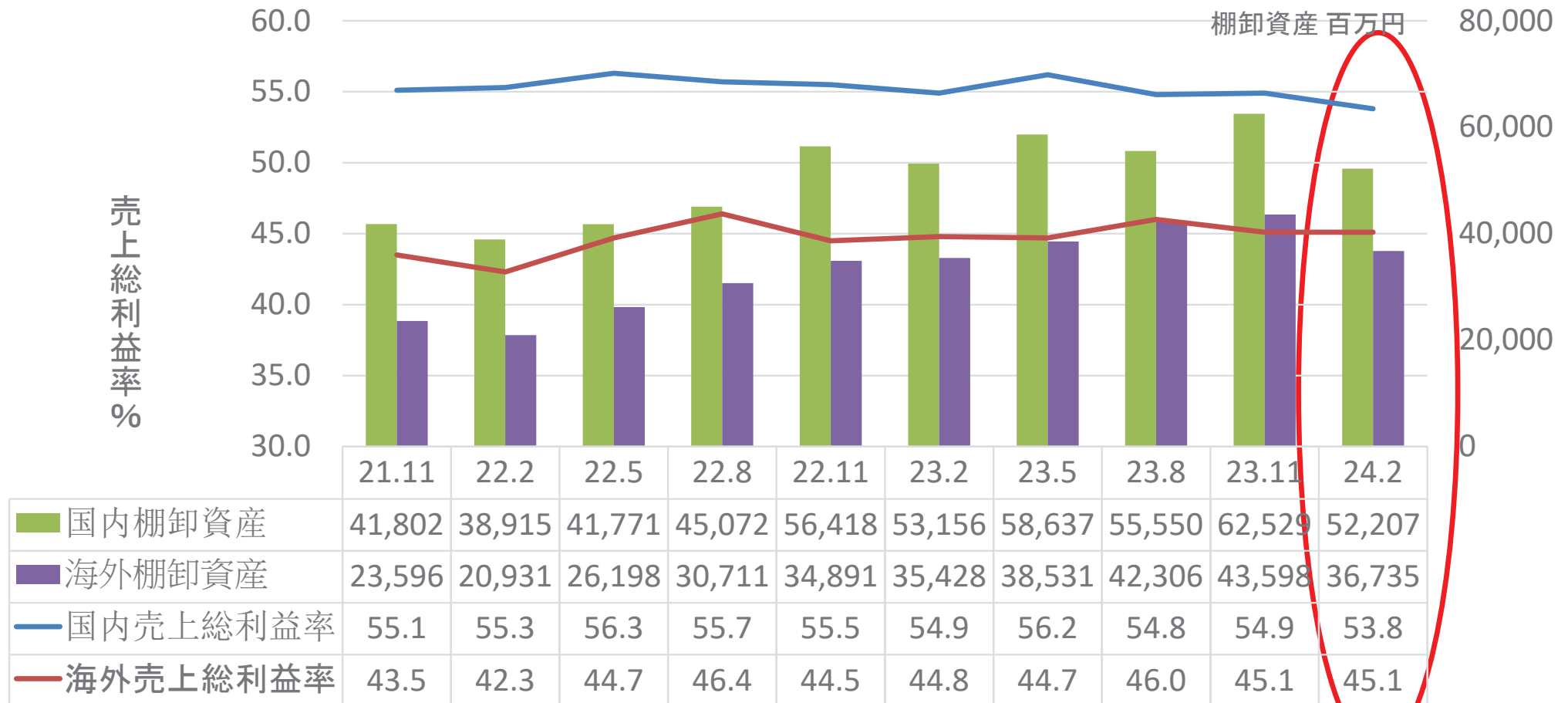
ABC-MART



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

売上総利益率(累計期間)と棚卸資産の変化



■ 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
1株当たり当期純利益 161円58銭

期中平均株式数 247,616,857株

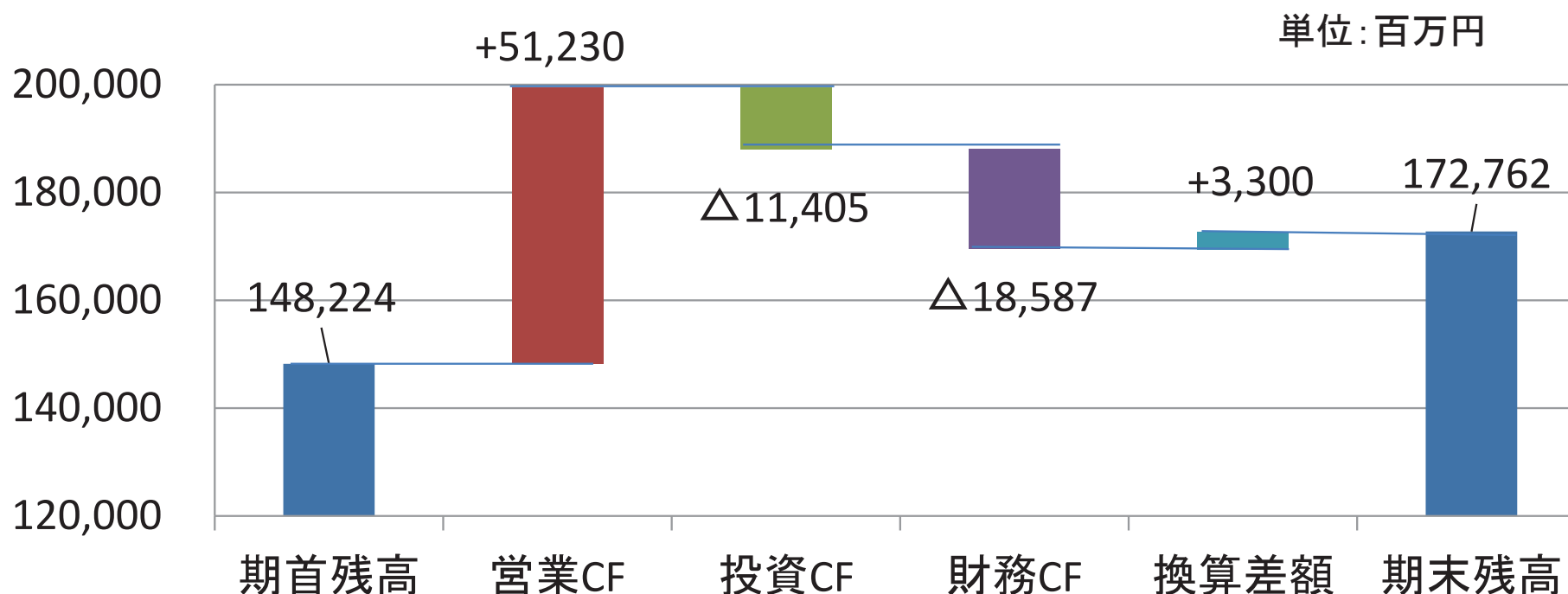
2024年2月末連結・単体BS実績

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り組み

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



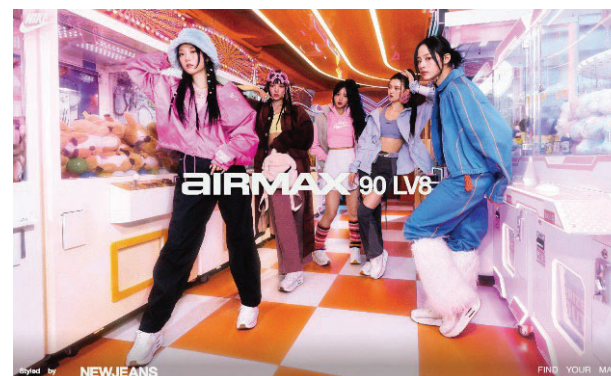
3月度概況

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 スリッパインズ
 - 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

販売戦略
商品戦略
販促活動
店舗戦略

シューズ&アパレル市場のシェア拡大
ブランドを活かした商品提案力
4ヶ国共同販促の推進
次世代型GRANDSTAGEとABC2.0業態
オッシュumann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。



+60億

シューズ
市場



+30億

アパレル
市場



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™



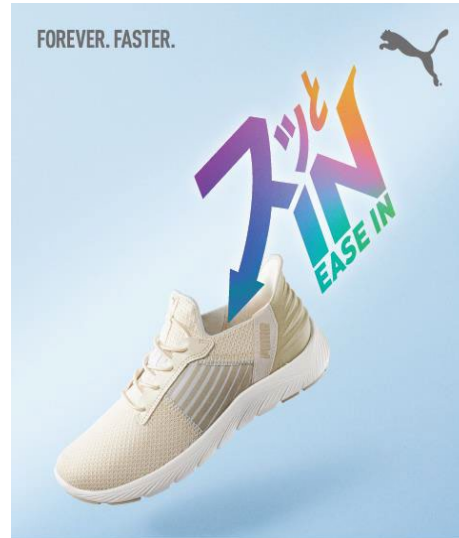
FILA



商品戦略

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



EASE IN
ワンステップでどこへでも



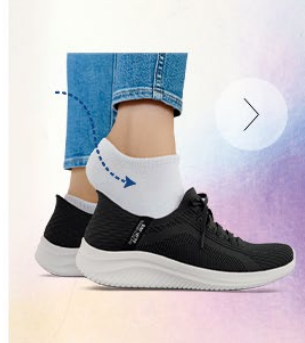
かがまず履ける、触らず履ける、本当です。

JUST SLIP IN™
スリッピンするだけ™

ハンズフリーで履けるSkechers Slip-ins (スケッチャーズ スリッピンズ)が登場。かかてないほど履きやすいシューズです。かがむ必要はありません。かかとを引っ張る必要もありません。脱ぎ履き簡単。独自の技術のHeel Pillow™が足をしっかりとホールド!

SKECHERS HANDS FREE Slip-ins
ハンズフリー スリッピンズ

シューズに触れることなく脱ぎ履きが可能に マシンウォッシュ可能



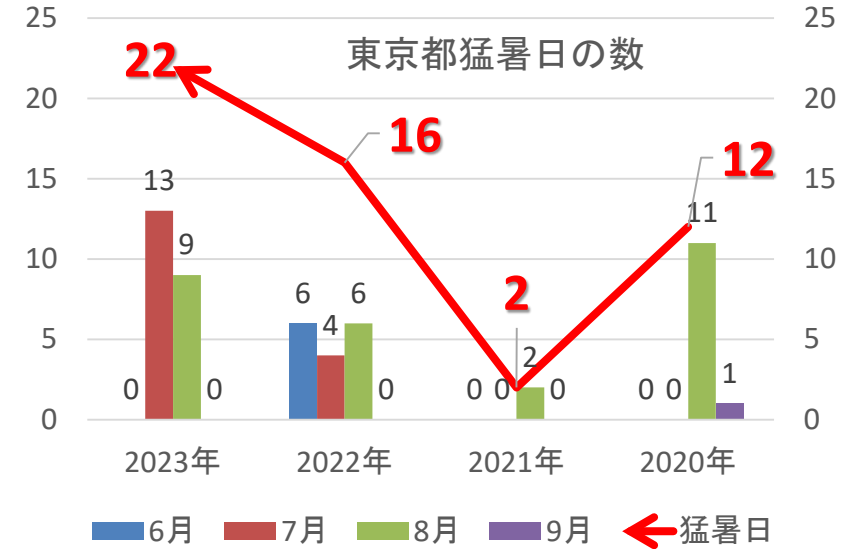
商品戦略

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

ABC-MART



crocs™

Sandal + JIBBITZ



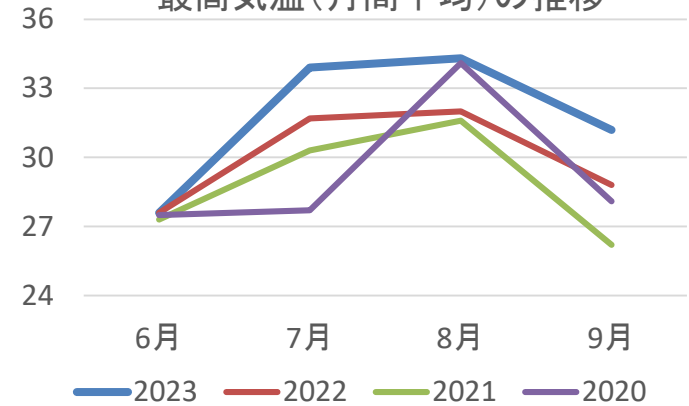
adidas



PUMA



最高気温(月間平均)の推移



気象庁データより弊社作成

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グループ「Billie (ビリー)」



日本、韓国で展開



FILA

K-POP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

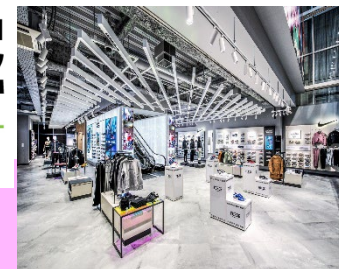
K-POPや著名アーティストを起用、ABC-MARTグループの共同販促により、タイムリーに世界へ同時配信ブランドの認知度アップで新規顧客獲得、単品訴求で売上拡大

店舗戦略

ABC-MART

GRANDSTAGEの刷新

**ABC
MART**
GRAND
STAGE

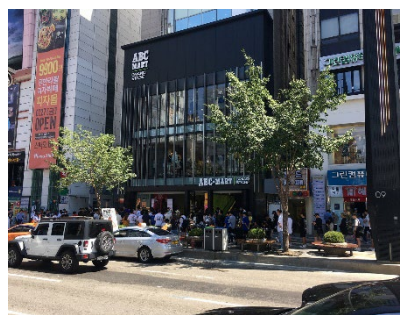


2025
NEW GS "Gen3"
FLAGSHIP OPEN

2025



2010 Apr.
GS仙台 初OPEN



2018 SEP. Oct.
GS Gen2
韓国,銀座にOPEN



2019 OCT.
GS Gen2 XIMEN
台湾にOPEN

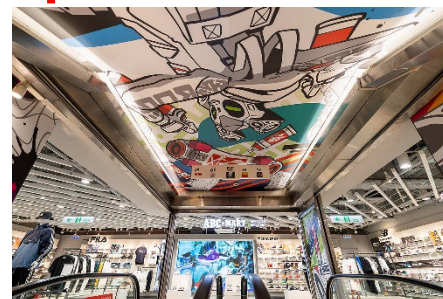


2021 SEP.
GS Gen2
+digital & Women's
渋谷にOPEN

2022 OCT.
GS Gen2 Dong Khoi
ベトナムにOPEN

2010年、
GRAND STAGE(GS)
新業態スタート

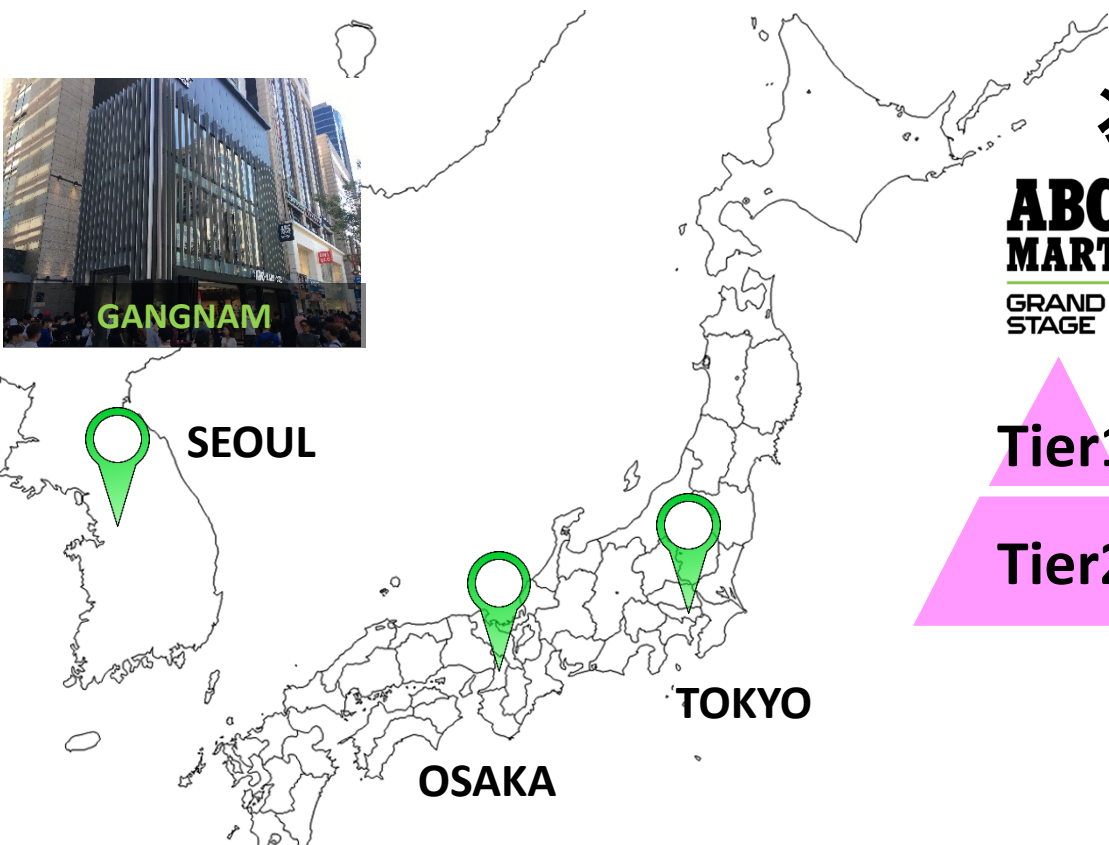
2016 Nov.
GS大阪 OPEN





次世代型 GRANDSTAGE Gen3

2025/4/13~10/13



**ABC
MART**
GRAND
STAGE

Tier1

Tier2

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

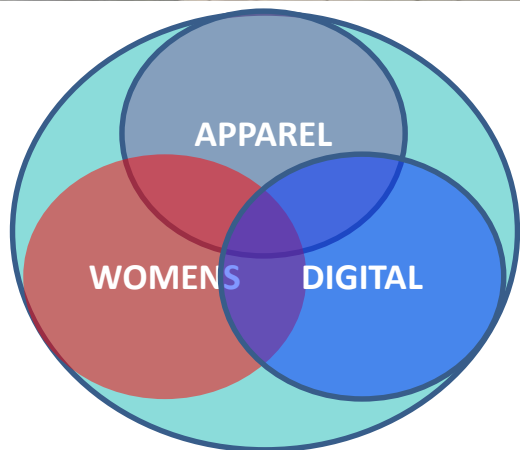


ABC-MART 2.0

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
ABC MART
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



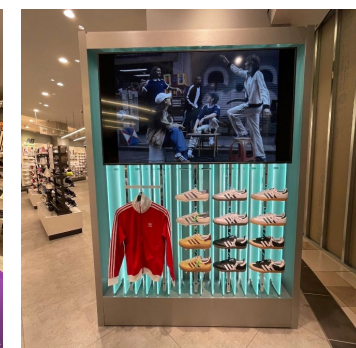
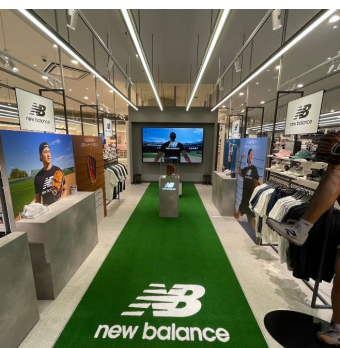
GRANDSTAGEとオッシュマンズの共同出店

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



(共同出店におけるメリット)

3/30、沖縄・浦添パルコシティに同時オープン

- ・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

	前期実績	2025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	+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きます。

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

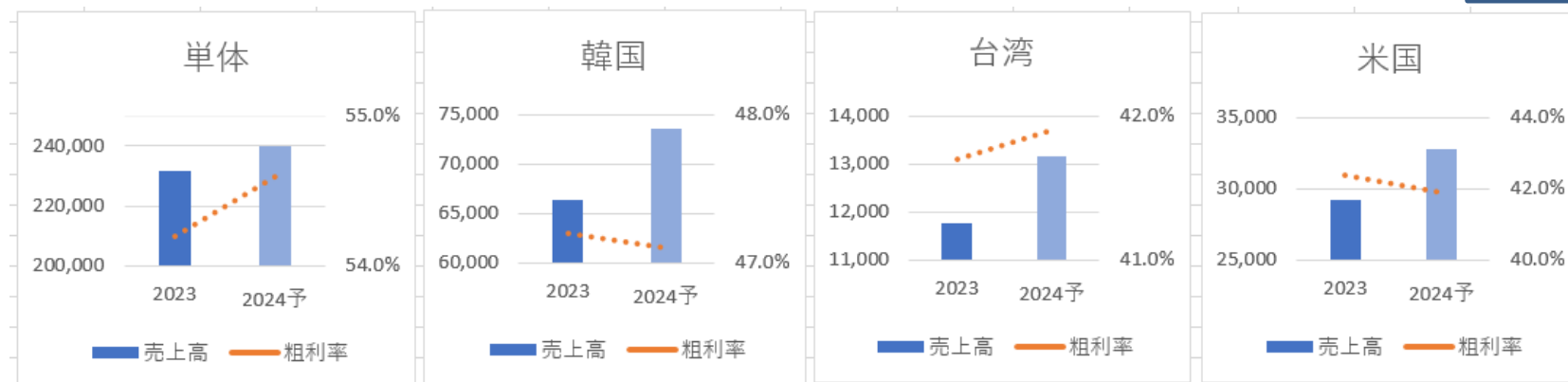
海外 1,200億円
400店舗

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%

韓国
735億円

米国
328億円

台湾
ベトナム



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			前期実績	売上比
	通期計画	売上比	前期比		
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¹⁶

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			前上期実績	売上比	2025年2月期 下期			前下期実績	売上比
	上期計画	売上比	前期比			下期計画	売上比	前期比		
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			前期実績	売上比
	通期計画	売上比	前期比		
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

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

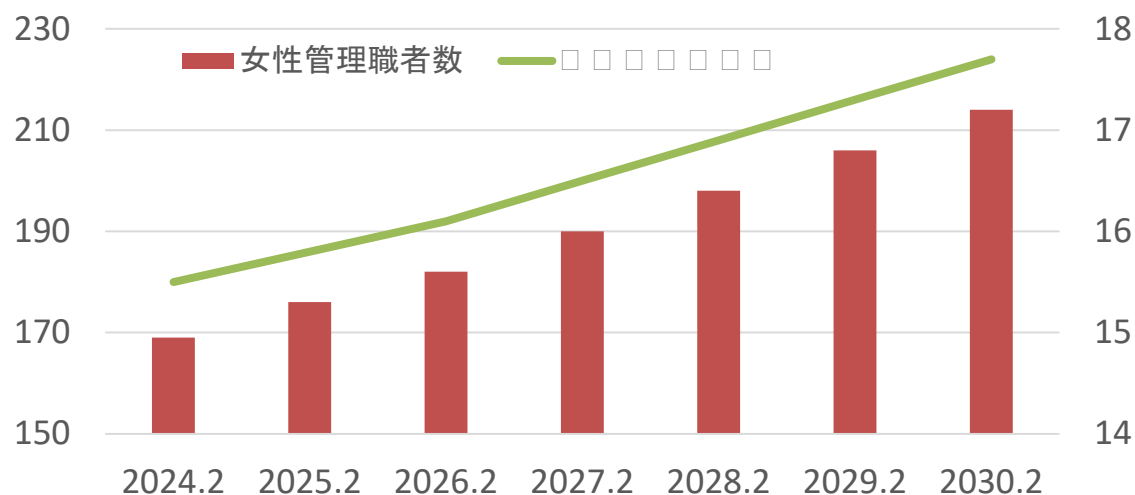
2024年2月末時点、141名在籍、うち46名は正規雇用。新卒のほか、海外の大学を卒業した外国人など、15の国又は地域(中国、韓国、台湾、ミャンマー、ベトナム、フィリピン、ペルーなど)からグローバル人材を積極採用しています
定着、戦力化を目的とした異文化コミュニケーション研修、フォローアップ研修を随時実施しています

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

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。