



2025年2月期 第2四半期決算の概要

2024年10月22日

株式会社エービーシー・マート

✓ 連結売上高 1,883億円 予算比プラス57億円

- ・マーケット(国内): 円安進行・物価上昇、インバウンド増加、消費は緩やかに拡大
- ・マーケット(海外): インフレ進行でセール色拡大、日米金融政策・地政学的リスクで為替変動大
- ・販売戦略: デジタル販促で新規顧客獲得・プロパー販売強化、一方でセールでポイント客を誘引
- ・商品展開: ハンズフリーシューズ注力、アパレル品揃え、高単価スポーツサンダル、45周年記念モデル
- ・店舗戦略: 売場面積の拡大とスポーツアパレルの拡充のための出店を継続
- ・出退店: 国内外 出店34店舗、退店25店舗、期末1,496店舗
当2Q末 グラントステージ 103店舗、ABCSPORTS 120店舗、複合業態 119店舗
- ・国内既存店: グラントステージ拡大で客単価上昇 上期売上+9.9%、客数+2.4%、客単価+7.3%
- ・海外事業: 韓国グラントステージ拡大で好調 米国セール攻勢で消費促進・ECマース堅調

✓ 連結売上総利益率 51.2% 予算比0.6pt減

- ・ナショナルブランドのプロパー販売が好調、売上高構成比率も上昇、一方で国内外セールも盛況
- ・国内総利益率 54.2%(前期比△0.6pt) 海外総利益率 45.0%(前期比△1.0pt)
- ・季節商品の在庫消化進む 連結棚卸資産 前期末比△32億円

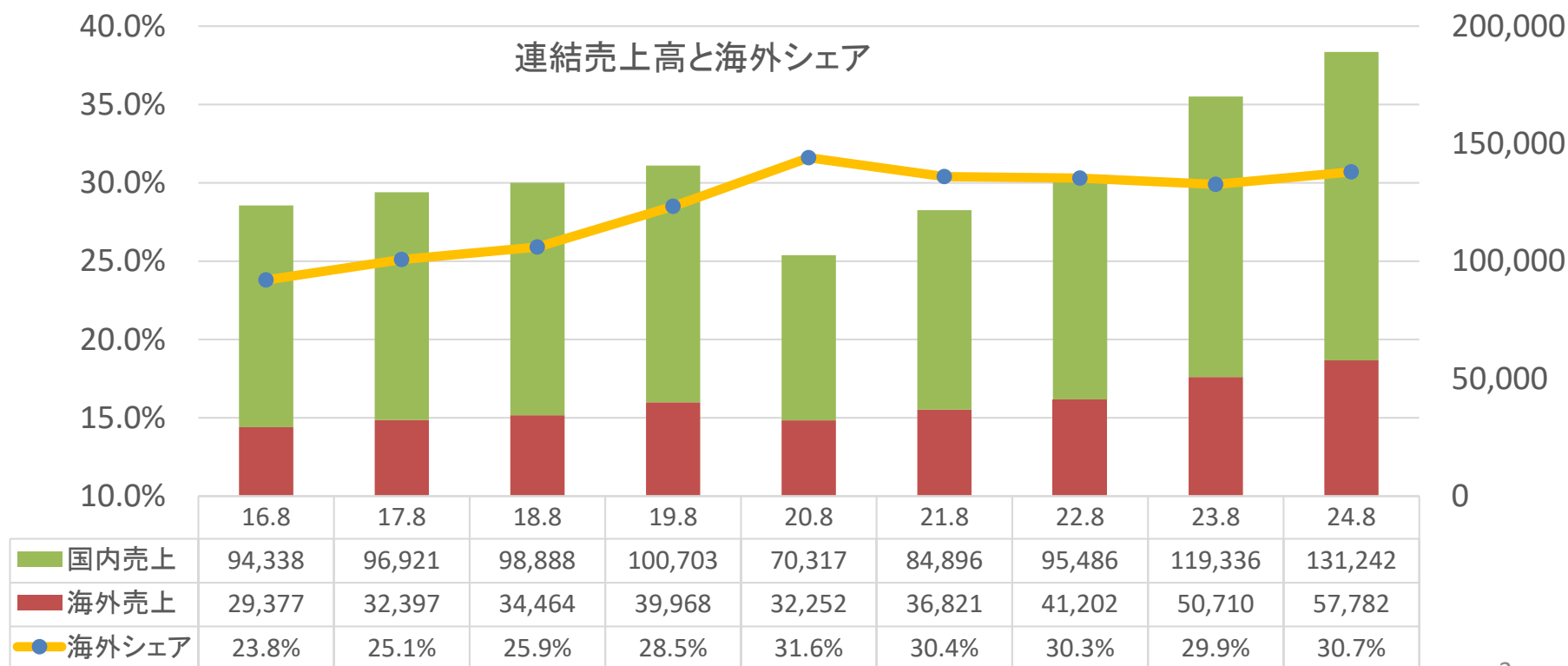
✓ 連結営業利益率 18.1% 予算比1.1pt増

- ・グループ全体で経費の抑制に努めた結果、連結販管費率は33.2%(前期比△1.6pt)に低下
- ・デジタルを活用した店舗運営の効率化で人時生産性UP
- ・仕入&在庫コントロールによる物流費抑制

連結概況

ABC-MART

- 連結売上高 1,883億円 前期比11.2%増
- 海外シェア 30.7%(+0.8pt)
- 連結営業利益 340億円 前期比16.1%増



立ったまま手を使わず履けるスニーカーは 春に引き続き販売好調

HANDS FREE



SKECHERS
HANDS FREE
Slip-ins
ハンスフリー
スリッ・インズ

MAX
CUSHIONING

JUST
SLIP IN™
スリッインするだけ

ハンスフリーで履けるSkechers Slip-ins (スケッチャーズ スリッ・インズ)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!

かがまず履ける、
触らず履ける、
本当です。

日村 勇紀
(バナナマン)
コメディアン

  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



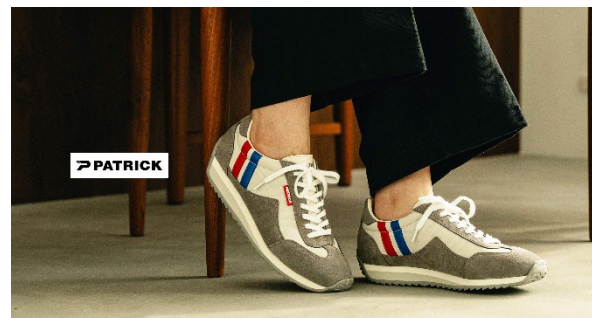
立ったまま楽に履けて
楽ふわな履き心地

PUMA PROWL
EASE IN

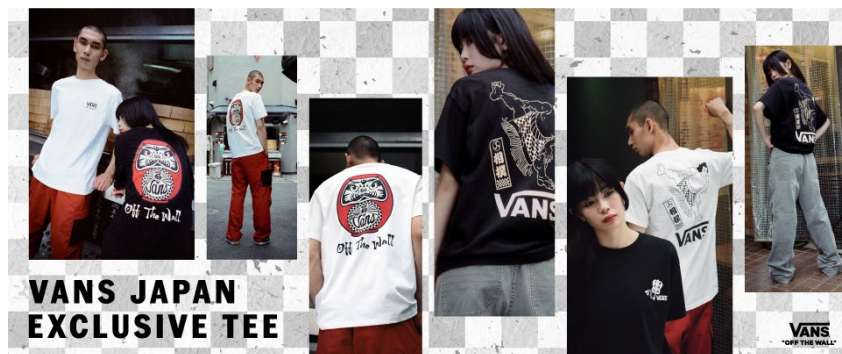
Check it!



ABC-MART 創業45周年 記念モデルの発売



旅行者向けに日本文化をモチーフにしたTシャツを発売



出退店の状況

ABC-MART

国内外出店 34 退店 25 グループ店舗数 1,496

	前期末	出店	退店	2Q期末
路面店	86(2)	0	2	84(2)
商業ビル	135(6)	1(1)	3(1)	133(6)
S C	642(6)	22(2)	5	659(8)
N S C	81	0	1	80
ロードサイド	101	0	2	99
アウトレット等	50	0	3	47
国内店舗数	1,095(14)	23(3)	16(1)	1,102(16)
韓国	316	8	6	318
台湾	63	3	2	64
米国	8	0	1	7
ベトナム	5	0	0	5
海外店舗数	392	11	9	394
グループ店舗数	1,487	34	25	1,496

※()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。

- 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	Grand Stage	78	103
	Premier Stage	17	14
	Mega Stage	15	10
	ABC-MART SPORTS	99	120
	その他ABC業態	757	742
レディース業態	Charlotte	17	11
アウトレット業態	Outlet	55	51
その他業態	BILLY'Sなど	36	35
OSHMAN'S事業		12	16
	TTL	1,086	1,102

- 改装31店舗、うち増床19店舗、業態変更25店舗
- 複合業態 26店舗 計119店舗

ABC-MART GrandStage イトーヨーカド宇都宮店 (96.17坪→221.7坪増床)



ABC-MART GrandStage 大分トキハわさだ店

(197.42坪→329.0坪増床)



ABC-MART GrandStage モレラ岐阜店 (213.3坪→278.3坪増床)



店舗売上高増収率の推移(国内)

ABC-MART

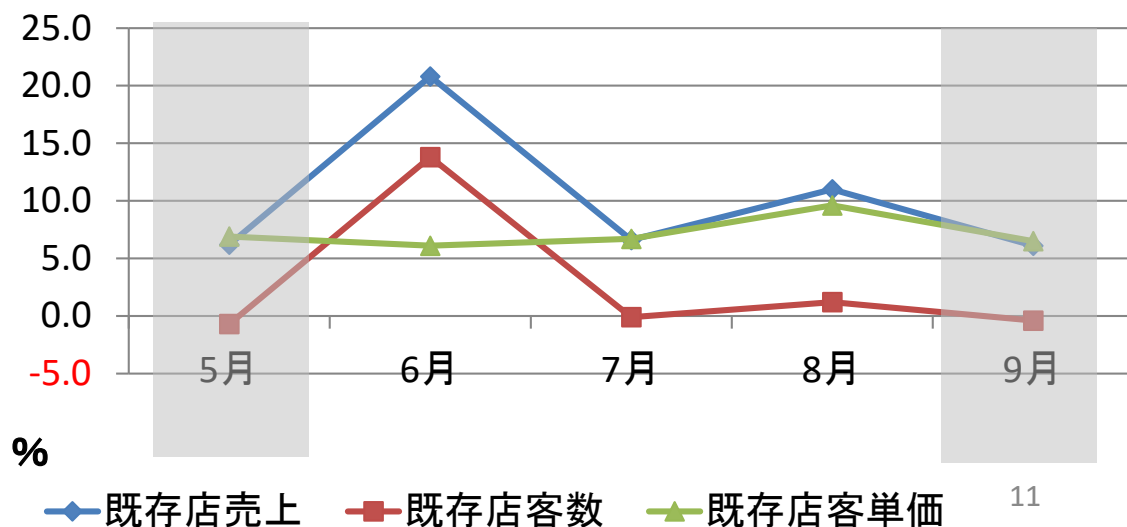
高単価商品が売上牽引 2Q既存店売上 プラス12.7%

(単位: %)		1Q	6月	7月	8月	2Q	上期	計画
既存店	売上高	+7.7	+20.8	+6.6	+11.0	+12.7	+9.9	+5.1
	客数	+0.3	+13.8	-0.1	+1.2	+5.0	+2.4	
	客単価	+7.4	+6.1	+6.7	+9.6	+7.4	+7.3	
全店	売上高	+7.1	+20.5	+6.5	+12.4	+12.9	+9.8	+5.4
	客数	-0.5	+13.2	-0.4	+2.3	+4.7	+2.0	
	客単価	+7.6	+6.5	+7.0	+9.9	+7.8	+7.7	

●6月、土日1日ずつ多い
梅雨入り遅く、天候安定、スポーツサンダル
好調

●7月、土日1日ずつ少ない
夏セールが本格化、都心部路面店や商業
施設を中心に好調

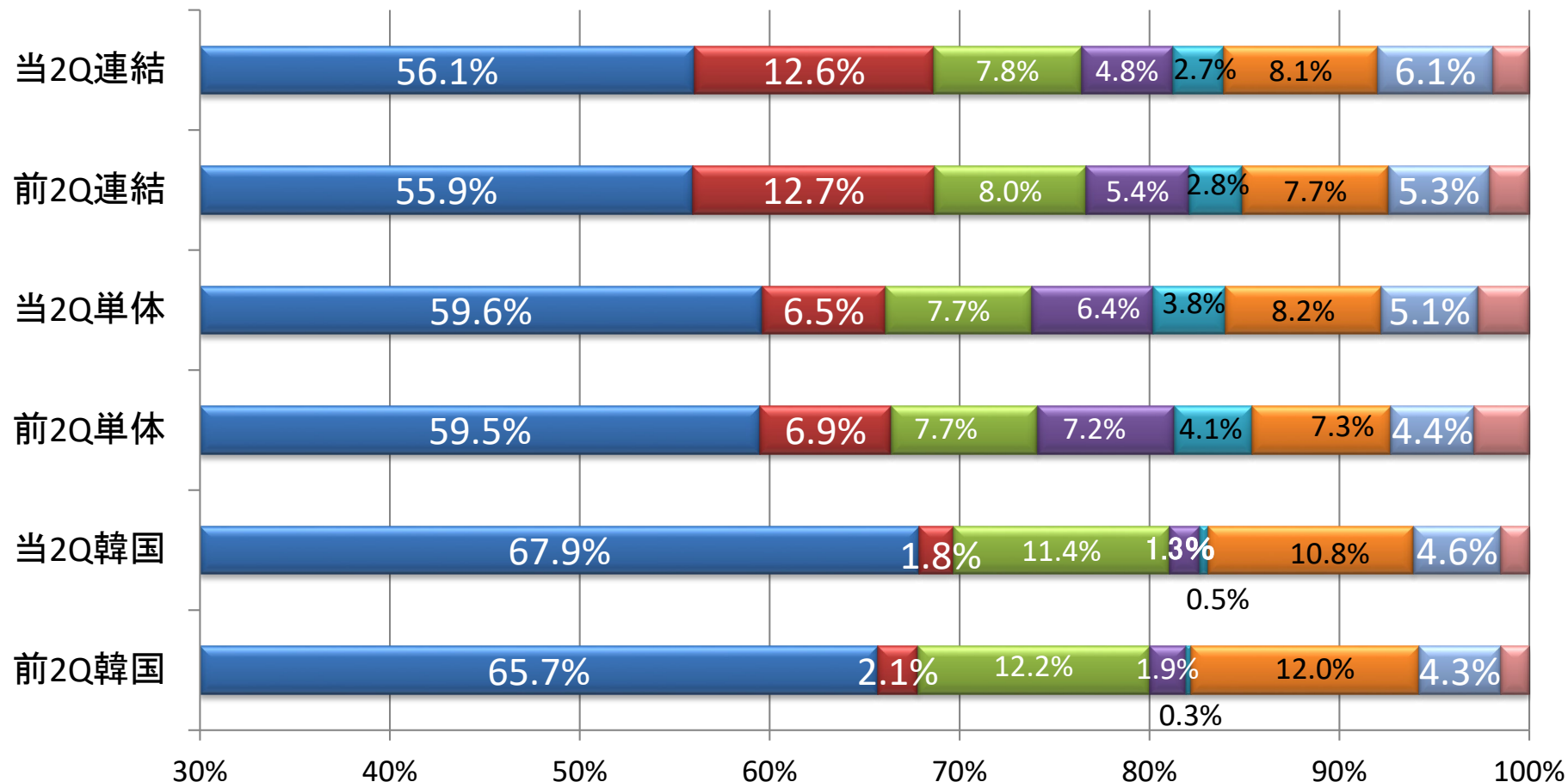
●8月、土曜日が1日多い
地震と台風があったが、売上は好調



カテゴリー別売上

ABC-MART

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



連結 スポーツ売上 1,055億円(前期比107億円増) 構成比56.1%

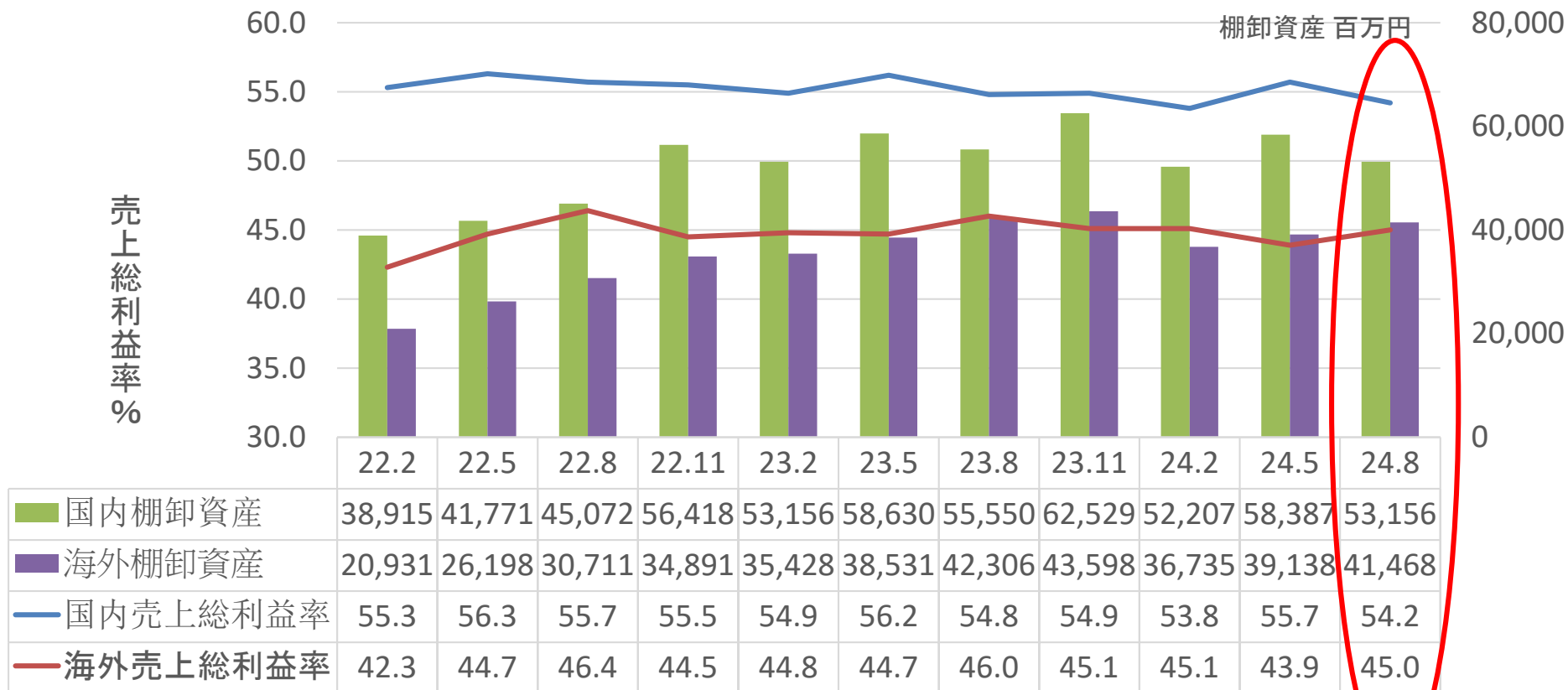
国内アパレル展開 501店舗。ウェアその他大幅増。構成比6.1% 前期比+0.8pt

単体 夏日長期化で需要増・高単価サンダル売上牽引。構成比8.2%、前期比+0.9pt

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ヵ月毎)の変化



連結売上総利益率 前期比△ 0. 9ptの51. 2%

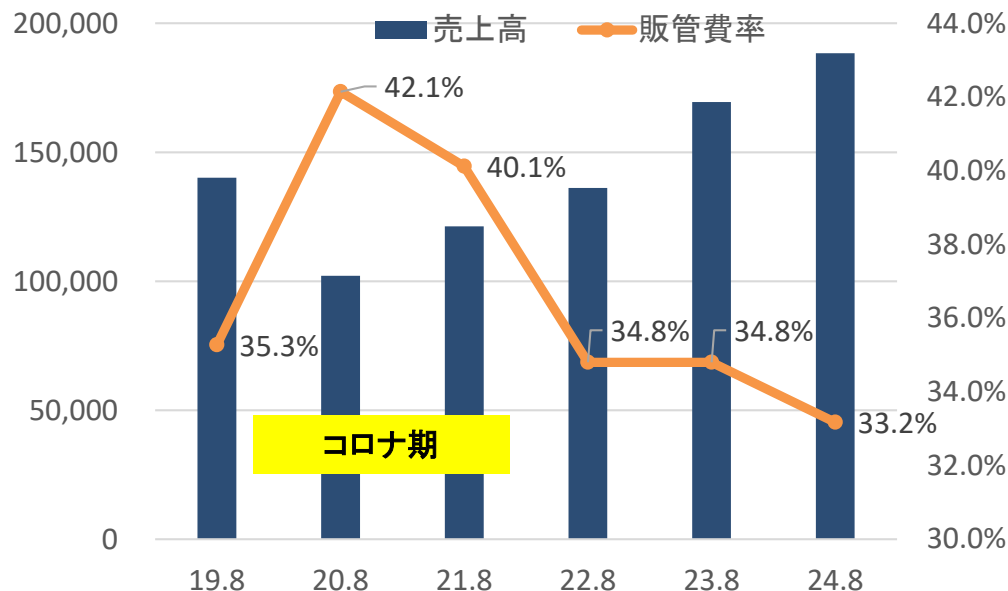
国内は、インバウンド増加でナショナルブランド伸長、サマーセールも盛況で 前期比△ 0. 6ptの54. 2%

海外も、セール好調で総利益率が低下、前期比△ 1. 0ptの45. 0%

連結棚卸資産 セール販売好調、在庫消化順調 前期比△32億円 (国内△24億円、海外△ 8億円)

連結販売費及び一般管理費

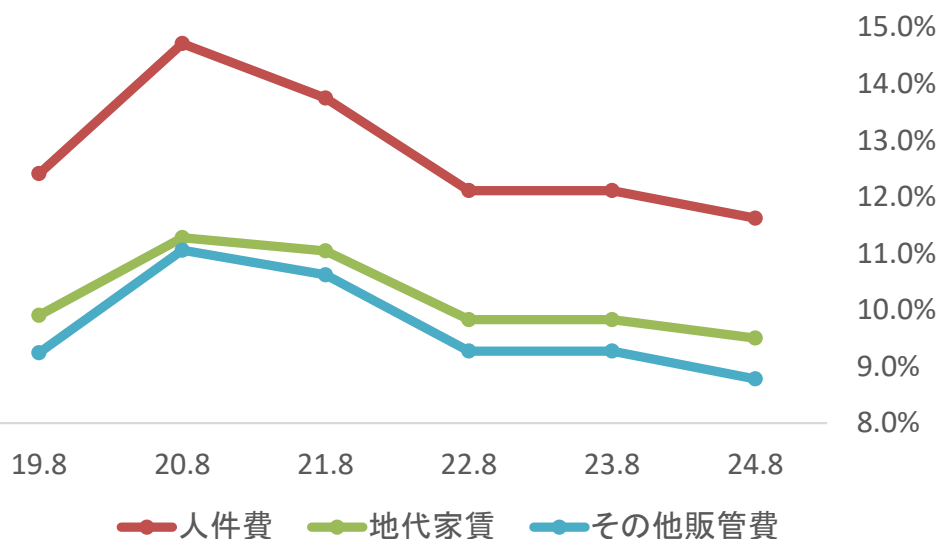
ABC-MART



売上の増加に伴い

歩合家賃、人件費、決済手数料
などが増加していく中で

- ・デジタル活用で
店舗運営効率向上
人件費率上昇抑制
- ・仕入と在庫のコントロールで
商品保管料(物流費)減少



延べ 人数	当2Q期 末	前2Q期 末	増減
連結	9,285	9,099	+186
国内	5,958	5,859	+99
海外	3,327	3,240	+87

2025年2月期2Q単体PL実績

ABC-MART

金額単位: 百万円	当2Q実績	売上比	前期比増減		前2Q実績	売上比	上期予想	売上比	予算比増減	
			金額	比率					金額	比率
売上高	127,461	100%	+10,947	9.4%	116,514	100%	122,200	100%	+5,261	4.3%
売上総利益	69,524	54.5%	+5,245	8.2%	64,279	55.2%	67,300	55.1%	+2,224	3.3%
販管費	41,364	32.5%	+1,542	3.9%	39,822	34.2%	41,500	34.0%	-136	-0.3%
営業利益	28,160	22.1%	+3,704	15.1%	24,456	21.0%	25,800	21.1%	+2,360	9.1%
営業外損益	745	0.6%	-495	-39.9%	1,240	1.1%	600	0.5%	+145	24.2%
経常利益	28,905	22.7%	+3,208	12.5%	25,697	22.1%	26,400	21.6%	+2,505	9.5%
特別損益	-251	-0.2%	-284	N/A	33	0.0%	-150	-0.1%	-101	67.3%
税引前利益	28,654	22.5%	+2,925	11.4%	25,729	22.1%	26,250	21.5%	+2,404	9.2%
法人税等	9,169	7.2%	+936	11.4%	8,233	7.1%	8,300	6.8%	+869	10.5%
中間純利益	19,484	15.3%	+1,988	11.4%	17,496	15.0%	17,950	14.7%	+1,534	8.5%

1株当たり中間純利益 78円69銭(前2Q 70円66銭) 期中平均株式数 247,616,748株

◎上期予想に対して、売上高プラス52億円、営業利益プラス23億円

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	131,242	119,336	10.0%	57,782	50,710	13.9%	-643	-581	188,380	169,464	11.2%
	構成比	69.7%	70.4%	-	30.7%	29.9%	-	-0.4%	-0.3%	100%	100%	-
営業利益	金額	28,343	24,300	16.6%	5,731	4,991	14.8%	-24	27	34,050	29,320	16.1%
	構成比	83.2%	82.9%	-	16.8%	17.0%	-	0.0%	0.1%	100%	100%	-

PL為替レート 韓国 100won=¥11.30(前上期¥10.49) 台湾 1NT\$=¥4.78(前上期¥4.44)

米国 1\$=¥152.31(前上期¥135.98)

韓国

100WON=	¥11.30		¥10.49			(現地通貨ベース)					
※所在地別セグメント調整前実績比較	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	36,812	100%	31,904	100%	15.4%	325,777	100%	304,142	100%	7.1%	
売上総利益	17,424	47.3%	15,454	48.4%	12.7%	154,197	47.3%	147,323	48.4%	4.7%	
販管費	13,240	36.0%	11,912	37.3%	11.1%	117,168	36.0%	113,556	37.3%	3.2%	
営業利益	4,184	11.4%	3,542	11.1%	18.1%	37,029	11.4%	33,767	11.1%	9.7%	

台湾 米国

売上高 61億円(前期比+5.0%) 現地通貨ベース 1,289百万台湾\$

売上高 146億円(前期比+13.9%) 現地通貨ベース 96百万米\$

2025年2月期2Q連結PL実績

ABC-MART

金額単位: 百万円	当2Q実績	売上比	前期比増減		前2Q実績	売上比	上期予想	売上比	予算比増減	
			金額	比率					金額	比率
売上高	188,380	100%	+18,916	11.2%	169,464	100%	182,700	100%	+5,680	3.1%
売上総利益	96,543	51.2%	+8,248	9.3%	88,295	52.1%	94,600	51.8%	+1,943	2.1%
販管費	62,493	33.2%	+3,518	6.0%	58,975	34.8%	63,600	34.8%	-1,107	-1.7%
営業利益	34,050	18.1%	+4,730	16.1%	29,320	17.3%	31,000	17.0%	+3,050	9.8%
営業外損益	1,072	0.6%	-188	-14.9%	1,260	0.7%	480	0.3%	+592	123.3%
経常利益	35,121	18.6%	+4,541	14.8%	30,580	18.0%	31,480	17.2%	+3,641	11.6%
特別損益	-283	-0.2%	-262	N/A	-21	0.0%	-200	-0.1%	-83	41.5%
税引前利益	34,839	18.5%	+4,280	14.0%	30,559	18.0%	31,280	17.1%	+3,559	11.4%
法人税等	10,589	5.6%	+1,153	12.2%	9,436	5.6%	9,900	5.4%	+689	7.0%
非支配株主に帰属 する中間純利益	106	0.1%	+27	34.2%	79	0.0%	130	0.1%	-24	-18.5%
親会社株主に帰 属する中間純利益	24,143	12.8%	+3,100	14.7%	21,043	12.4%	21,250	11.6%	+2,893	13.6%

1株当たり中間純利益 97円50銭(前2Q 84円98銭) 期中平均株式数 247,616,748株

◎円安で海外事業のインパクト増大、韓国の増収増益が大きく貢献

2024年8月末連結・単体BS実績

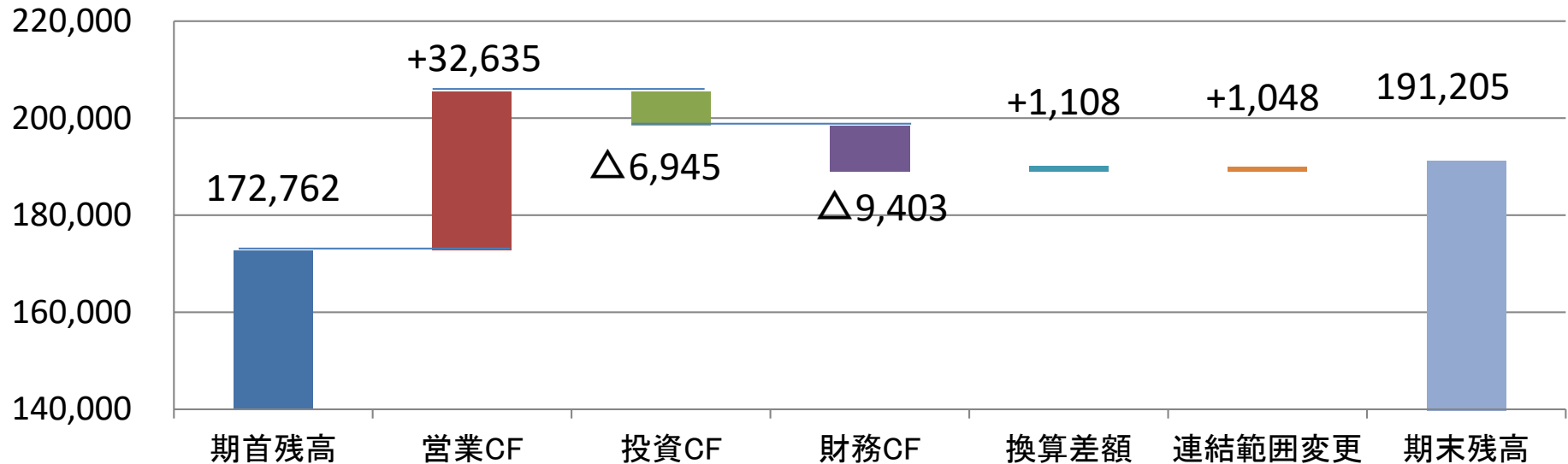
ABC-MART

		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		316,576	278,176	38,400	237,172	211,777	25,395
現金及び預金		188,103	148,354	39,749	156,354	126,520	29,834
売上債権		17,667	15,760	1,907	9,353	8,631	722
棚卸資産		94,625	97,856	-3,231	51,144	53,789	-2,645
固定資産		101,137	95,682	5,455	99,363	96,434	2,929
有形固定資産		44,749	41,792	2,957	35,297	33,881	1,416
無形固定資産		4,425	4,836	-411	2,165	2,646	-481
その他投資		51,962	49,052	2,910	61,900	59,907	1,993
資産計		417,713	373,858	43,855	336,536	308,212	28,324
流動負債		53,962	44,540	9,422	40,511	33,585	6,926
固定負債		1,643	1,872	-229	3,841	2,853	988
負債計		55,606	46,412	9,194	44,353	36,438	7,915
株主資本等		328,897	301,891	27,006	285,779	267,070	18,709
評価・換算差額等		30,742	23,373	7,369	6,403	4,703	1,700
非支配株主持分		2,466	2,181	285			
純資産計		362,107	327,446	34,661	292,183	271,773	20,410
負債・資本計		417,713	373,858	43,855	336,536	308,212	28,324

2025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 1,912億円 前期比 +184億円

(内訳)

営業活動: 税金等調整前当期純利益 +348億円、減価償却費 +29億円
仕入債務の増加 +106億円、売上債権の増加 △34億円
棚卸資産増加 △9億円、法人税等の支払額 △117億円
投資活動: 定期預金預入 △24億円、設備投資支出 △38億円
グループ会社間営業譲受支出 △23億円
財務活動: 配当支払 △91億円

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	+6.1	+19.3
	客数	-0.4	+7.8
	客単価	+6.5	+10.6
全店	売上高	+7.1	+19.2
	客数	+0.3	+7.4
	客単価	+6.8	+11.0
	出店数	4	3

- 前年に比べ祝日が一日多い
- 天候不良が多かったが売上は好調
- 月後半から、気温低下で
秋物スニーカーやアパレルが好調



販促活動



ADIDAS

ヴィーガンアッパーと廃棄ゴムから
作られたアウトソールを使用



TEVA

トレーサブルで検証可能なプラスチックから
作られたREPREVE®製品を使用



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





2025年2月期の下期戦略



2024年10月
代表取締役 野口 実

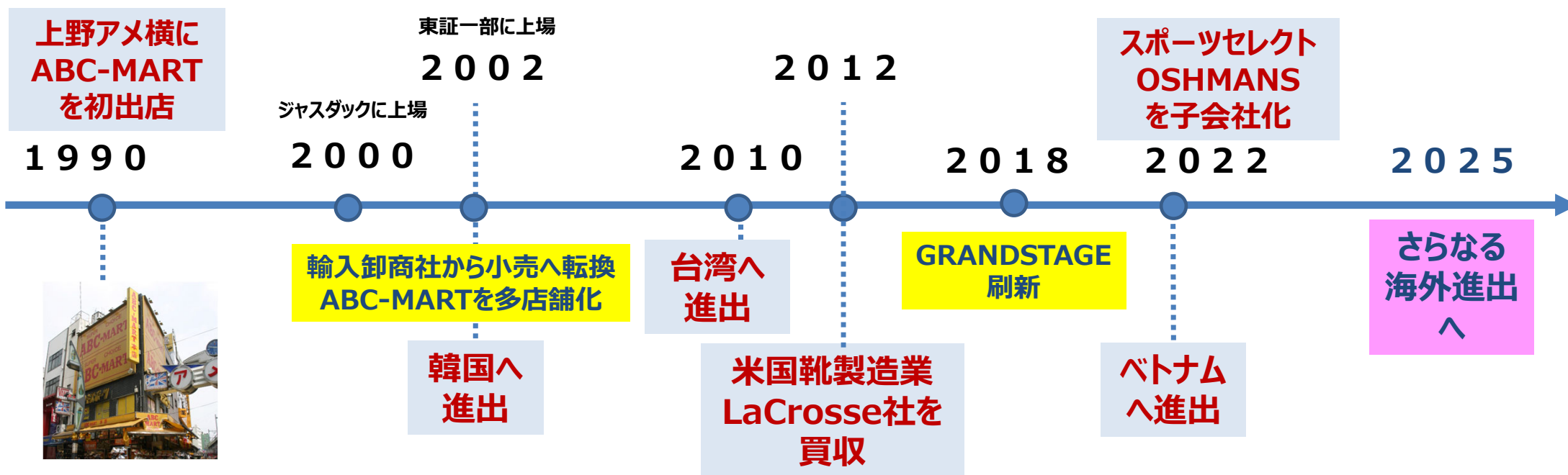


創業45周年

ABC-MART

2024年 ABC-MARTは創業45周年を迎えました♪

靴を中心に、ブランドを基調としたライフスタイル商品の企画と販売を行い、
連結売上3,500億円 国内外1,500店舗を展開するグローバル企業へ成長



◎持続的な成長を遂げるためには、さらなるグローバル化が必要

2023年夏、新たなリーダーを擁立

営業部門のトップに服部喜一郎氏を起用(現・常務取締役営業本部長)

- ✓ 1999年 入社以来、海外渉外業務と海外事業に従事
- ✓ グローバルメーカーとの折衝
- ✓ 台湾・米国・ベトナムへの海外進出の立ち上げを先導
- ✓ 2018年 米国LaCrosse Footwear, Inc. Presidentとして7年赴任(現任)
- ✓ 2023年 常務取締役営業本部長就任(現任)

目的 ◎グローバル目線で日本のビジネスをリード
 ◎最重要課題である海外戦略の強化

変革(①海外戦略)

ABC-MART

海外進出拡大

東南アジアを中心に、新たな国での小売展開にチャレンジしていきます

メーカー仕入のグローバル化

グローバルメーカーとの連携を強化することで、
日本・韓国・台湾・ベトナムでの商品仕入で競争優位性を高めていきます

韓国・台湾の事業強化

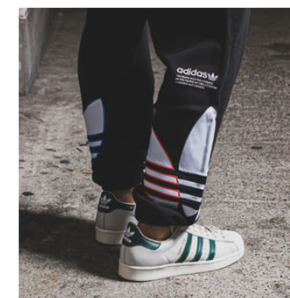
アジアにおけるシェア拡大のため、戦略的に事業をサポートしていきます
出店戦略、販売戦略、販促活動.etc.

変革(②商品戦略)

ABC-MART

脱★スニーカーonlyショップ

スニーカー以外の商品を増やしていくために、
スポーツアパレルメーカーとの取組みを強化していきます
シューズをメインに、トータルファッションを提案していきます



変革(②商品戦略)

ABC-MART

ハンズフリー市場への本格参入

NIKE Flyease、PUMA イーズイン、SKECHERS スリッピンズ、etc.

供給量を大幅に増大させて、売上を拡大していきます



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



“履けば変わる”
NIKE GoFlyease
試着体験イベント
2024年春開催
(東京・名古屋・
大阪・福岡)



NIKE FLYEASE

変革(③店舗戦略)

ABC-MART

店舗業態の収斂

GRANDSTAGE、ABC-MART ST、BILLY'S、OSHMAN'Sへ、他の業態を収斂
商品構成が異なる業態の組合せで全ての顧客層のニーズをフルカバー



Hi GradeなインテリアにTrend商品
デジタル & Women's

坪数：60坪～250坪
平均客単価：12,000円
店舗数ターゲット：250店舗

ABC
MART
GRAND
STAGE

Target Consumer : **ファッション感度が高くトレンドに敏感な男女**



ボリューム感あふれる総合シューズストア
(2.0業態 +SPORTS アパレル)

坪数：130坪～250坪
平均客単価：6,500 ～ 8,500円
店舗数ターゲット：200店舗

ABC
MART

Target Consumer : **日常に少しファッション要素を求めるヤングファミリー**



Running Fitness Training Outdoor Yoga Life style
イベント & Membership
坪数：80坪～300坪
平均客単価：12,000円
店舗数ターゲット：50店舗

OSHMAN'S

Target Consumer : **SPORTS & OUTDOORにクオリティを求める都市生活者**



上質な空間を演出するスニーカーセレクトショップ

坪数：40坪～70坪
平均客単価：13,000～15,000円
店舗数ターゲット：30店舗

B
BILLY'S

Target Consumer : **チープな売場のスニーカーセレクトに飽きたトレンドセッター**

変革(③店舗戦略)

ABC-MART

多業態のドミナント戦略

商業施設との関係強化で、売場面積の拡大、複合業態出店の拡大へ多業態で展開することで、その地域の売上の最大化を目指します



2024年9月20日オープン（1F）



ららぽーと横浜 全業態で展開



2024年11月オープン予定（3F）

小売事業計画(修正)

ABC-MART

				2025年2月期 修正 ()内は期初予想		
			前期実績	上期実績	下期見込	通期見込
国内	ABC-MART事業	既存店増収率%	+16.8	+9.9 (+5.1)	+3.1 (+1.1)	+6.5 (+3.1)
		全店増収率%	+17.2	+9.8 (+5.4)	+3.9 (+2.7)	+6.9 (+4.1)
		出店数	40	20	14	34
		閉店数	33	15	11	26
		期末店舗数	1,081	1,086	1,089	1,089
国内	OSHMAN'S事業	出店数	5	3	2	5
		閉店数	1	1	0	1
		期末店舗数	14	16	18	18
海外	※下期見通しは韓国の計画	出店数	34	11	12 ※	23
		閉店数	25	9	8 ※	17
		期末店舗数	392	394	398	398

国内ABC-MART事業 下期改装 22店舗、うち増床 13店舗 通期改装 53店舗、うち増床 32店舗

2025年2月期売上利益計画(修正)

ABC-MART

連結売上高 3,715億円 (予算比+57億円 前期比+273億円)

国内 2,530億円
出店 39店舗(ABC34+OJ5)

海外 1,185億円
出店 23店舗

グループ店舗数 1,505店舗
連結売上高に占める海外シェア 31.9%

韓国
735億

米国
323億

台湾
ベトナム



- ・国内と韓国が売上牽引
- ・セールのコントロールで粗利率低下抑制
- ・販管費率は維持

2025年2月期単体PL計画(修正) ～下期

ABC-MART

金額単位: 百万円	2025年2月期修正 下期			2025年2月期当初 下期			
	通期計画	売上比	前期比	通期計画	売上比	予算比	対修正
売上高	119,038	100%	3.4%	117,800	100%	1.1%	+1,238
売上総利益	64,275	54.0%	5.1%	63,700	54.1%	0.9%	+575
販管費	42,135	35.4%	5.9%	41,700	35.4%	1.0%	+435
営業利益	22,139	18.6%	3.5%	22,000	18.7%	0.6%	+139
経常利益	23,094	19.4%	2.5%	22,900	19.4%	0.8%	+194
当期純利益	15,815	13.3%	2.7%	15,450	13.1%	2.4%	+365
広告宣伝費	2,441	2.1%	21.6%	2,442	2.1%	0.0%	-1
仕入物流費	2,468	2.1%	0.0%	2,509	2.1%	-1.6%	-41
人件費	13,761	11.6%	7.3%	13,628	11.6%	1.0%	+133
地代家賃	12,851	10.8%	4.3%	12,788	10.9%	0.5%	+63
減価償却費	1,794	1.5%	5.6%	1,716	1.5%	4.5%	+78

【売上高】

- ・既存店増収率 前期比+1.1%から+3.1%へ修正
- ・全店増収率 前期比+2.7%から+3.9%へ修正

【売上総利益】

- ・BFセール、クリアランスセール
- ・粗利率 予算比△0.1pt

【販管費】

- ・在庫コントロールで物流費抑制
- ・複合業態出店拡大、スタッフアプリの活用で経費上昇抑制

一株当たり当期純利益(予想) 下期修正予想 63円87銭 前下期 62円20銭 下期当初予想 62円39銭

2025年2月期単体PL計画(修正) ～通期

ABC-MART

金額単位: 百万円	2025年2月期修正 通期			2025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	予算比	対修正
売上高	246,500	100%	6.4%	240,000	100%	2.7%	+6,500
売上総利益	133,800	54.3%	6.6%	131,000	54.6%	2.1%	+2,800
販管費	83,500	33.9%	4.9%	83,200	34.7%	0.4%	+300
営業利益	50,300	20.4%	9.7%	47,800	19.9%	5.2%	+2,500
経常利益	52,000	21.1%	7.8%	49,300	20.5%	5.5%	+2,700
当期純利益	35,300	14.3%	7.3%	33,400	13.9%	5.7%	+1,900
広告宣伝費	4,193	1.7%	4.6%	4,460	1.9%	-6.0%	-267
仕入物流費	4,768	1.9%	-5.9%	4,940	2.1%	-3.5%	-172
人件費	27,168	11.0%	6.1%	27,070	11.3%	0.4%	+98
地代家賃	26,011	10.6%	5.5%	25,800	10.8%	0.8%	+211
減価償却費	3,467	1.4%	3.2%	3,392	1.4%	2.2%	+75

一株当たり当期純利益(予想) 修正予想 142円56銭 前期 132円86銭 当初予想 134円89銭

2025年2月期海外PL計画(修正)

ABC-MART

海外売上高 1,185億円(前期比+10.1%) ... 海外シェア 31.9%

想定レート(期中平均) 11.0円/韓国ウォン 4.7円/台湾ドル 145円→148.78円/米ドル

韓国 売上高 735億円 期初計画通り(現地通貨ベース 6,681億ウォン)

100WON=	¥11.00		¥10.79			(現地通貨ベース)				
	修正予想		前期実績		前期比	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	73,498	100%	66,331	100%	10.8%	668,169	100%	614,752	100%	8.7%
売上総利益	33,990	46.2%	31,297	47.2%	8.6%	309,009	46.2%	290,056	47.2%	6.5%
販管費	27,006	36.7%	24,941	37.6%	8.3%	245,518	36.7%	231,152	37.6%	6.2%
営業利益	6,984	9.5%	6,355	9.6%	9.9%	63,491	9.5%	58,903	9.6%	7.8%

台湾 売上高 122億円(現地通貨ベース 26億台湾\$)

米国 売上高 323億円(現地通貨ベース 2億17百万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(修正) ～通期

ABC-MART

金額単位: 百万円	2025年2月期修正 通期			2025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	予算比	対修正
売上高	371,500	100%	7.9%	365,800	100%	1.6%	+5,700
売上総利益	189,000	50.9%	7.6%	187,000	51.1%	1.1%	+2,000
販管費	127,200	34.2%	6.1%	128,300	35.1%	-0.9%	-1,100
営業利益	61,800	16.6%	11.0%	58,700	16.0%	5.3%	+3,100
経常利益	63,300	17.0%	9.5%	59,700	16.3%	6.0%	+3,600
親会社株主に帰属 する当期純利益	43,200	11.6%	8.0%	40,300	11.0%	7.2%	+2,900
広告宣伝費	8,100	2.2%	5.4%	8,580	2.3%	-5.6%	-480
仕入物流費	7,400	2.0%	1.1%	7,580	2.1%	-2.4%	-180
人件費	44,500	12.0%	7.6%	44,770	12.2%	-0.6%	-270
地代家賃	35,500	9.6%	5.5%	35,420	9.7%	0.2%	+80
減価償却費	5,800	1.6%	4.1%	5,800	1.6%	0.0%	+0

一株当たり当期純利益(予想) 修正予想 174円46銭 当初予想 162円75銭

2025年2月期連結PL計画(修正) ～下期

ABC-MART

金額単位: 百万円	2025年2月期修正 下期			2025年2月期当初 下期			
	通期計画	売上比	前期比	通期計画	売上比	予算比	対修正
売上高	183,119	100%	4.8%	183,100	100%	0.0%	+19
売上総利益	92,456	50.5%	5.9%	92,400	50.5%	0.1%	+56
販管費	64,706	35.3%	6.2%	64,700	35.3%	0.0%	+6
営業利益	27,749	15.2%	5.3%	27,700	15.1%	0.2%	+49
経常利益	28,178	15.4%	3.4%	28,220	15.4%	-0.1%	-42
親会社株主に帰属 する当期純利益	19,056	10.4%	0.5%	19,050	10.4%	0.0%	+6
広告宣伝費	4,778	2.6%	11.2%	4,740	2.6%	0.8%	+38
仕入物流費	3,841	2.1%	7.4%	3,800	2.1%	1.1%	+41
人件費	22,603	12.3%	8.5%	22,600	12.3%	0.0%	+3
地代家賃	17,598	9.6%	3.6%	17,600	9.6%	0.0%	-2
減価償却費	2,968	1.6%	2.9%	2,930	1.6%	1.3%	+38

一株当たり当期純利益(予想) 下期修正予想 76円96銭 下期当初予想 76円93銭