



2026年2月期 第2四半期決算の概要

2025年10月

株式会社エービーシー・マート

2026年2月期2Q決算サマリー

ABC-MART

✓ 連結売上高 1,901億円 前期比プラス17億円

- ・マーケット(国内): 企業収益増加に伴う個人所得・雇用環境の改善、国内需要は緩やかに増加
- ・マーケット(海外): 政治の混乱や国内経済の悪化により消費が低迷
- ・販売戦略: デジタル広告とテレビCMの活用で来店機会促進、各種セールで価格志向に対応
- ・商品展開: 新作スニーカーの限定発売やハズフリーシューズやサンダルのプロポー販売
- ・店舗戦略: 大型商業施設やSCの売上拡大・スポーツアパレル拡充のため、グラントステージとABCマートスポーツの出店加速、増床改装で複合業態出店拡大へ
- ・出退店: 国内外 出店35店舗、退店31店舗、期末1,503店舗
当2Q末 グラントステージ 118店舗、ABCマートSPORTS 128店舗、複合業態 133店舗
- ・国内既存店: 上期売上+6.0%、客数+3.4%、客単価+2.5%
- ・海外事業: 韓国は大統領選後売上回復だが前年未達、米国は物価高騰で需要悪化

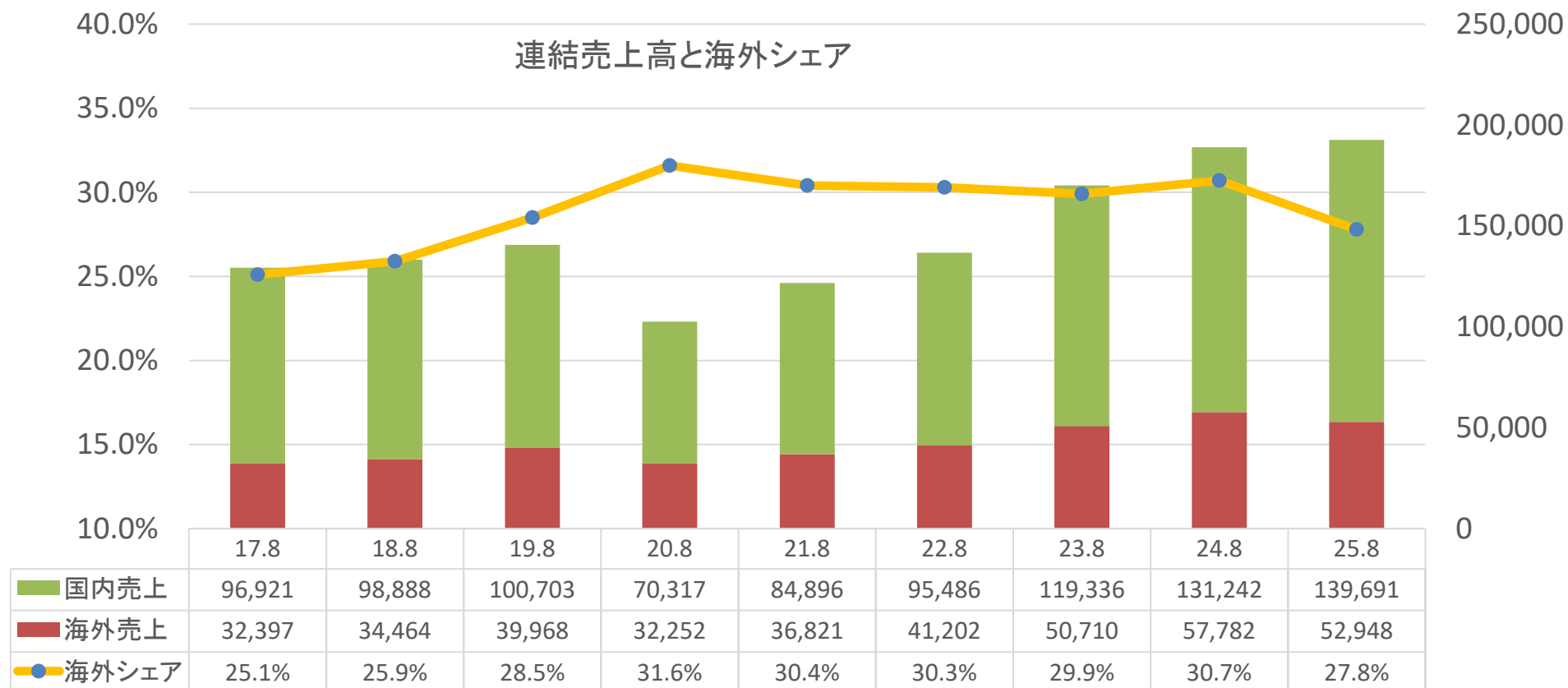
✓ 連結売上総利益率 51.4% 前期比0.2pt増

- ・国内はハズフリーシューズをはじめとしたプロポー販売が好調、海外は消費喚起のセール継続
- ・単体総利益率 54.7%(前期比+0.2pt) 海外総利益率 42.1%(前期比△2.9pt)
- ・連結棚卸資産 秋商戦に向けての仕入増強、前期比+85億円

✓ 連結営業利益率 17.7% 前期比0.4pt減

- ・売上の増加に伴い変動費増加、賃金上昇、連結販管費率は33.7%(前期比+0.5pt)
- ・デジタル販促や物流費削減の取り組み継続

- 連結売上高 1,901億円 前期比0.9%増
- 円高で、海外シェア 27.8%(▲2.9pt)
- 連結営業利益 336億円 前期比1.2%減



販売促進

ABC-MART

【TVCM】

商品のターゲット層に人気のアーティストやタレントを起用し、商品認知の機会を増やす



PUMA
SNOWMANを起用したことで
商品認知が上がり売上好調

スケッチャーズ
新作のハンズフリーサンダルの
PRに菜々緒さんを起用

【チラシ】

サマーセールやキッズシューズ全品割引の
チラシを配布



【SNS】 YouTube



小中学生に人気の
YouTube番組
「めるぷち」と自社
キッズサンダルを
タイアップ

商品展開

ABC-MART

スポーツサンダルが昨年に引き続き好調
ハンズフリーサンダルの発売も開始し、売上牽引

【スポーツサンダル】



【ハンズフリーシューズ】



出退店の状況

ABC-MART

国内外出店 35 退店 31 グループ店舗数 1,503

	前期末	出店	退店	2Q期末
路面店	84(2)	0	0	84(2)
商業ビル	131(6)	1(1)	1	131(7)
S C	663(10)	19(2)	6	676(12)
N S C	79	0	1	78
ロードサイド	98	0	2	96
アウトレット等	44	0	2	42
国内店舗数	1,099(18)	20(3)	12	1,107(21)
韓国	326	13	17	322
台湾	61	2	1	62
米国	8	0	1	7
ベトナム	5	0	0	5
海外店舗数	400	15	19	396
グループ店舗数	1,499	35	31	1,503

※()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。

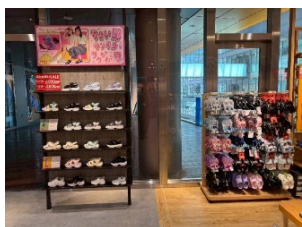
- 国内
- Grand Stage と ABC-MART SPORTS の出店拡大
 - 複合業態店舗の拡大により新規顧客獲得

業態別店舗数		前2Q末	当2Q末
ABC-MART業態	Grand Stage	103	118
	Premier Stage	14	12
	Mega Stage	10	8
	ABC-MART SPORTS	120	128
	その他ABC業態	742	728
レディース業態	Charlotte	11	10
アウトレット業態	Outlet	51	46
その他業態	BILLY'Sなど	35	36
OSHMAN'S事業		16	21
	TTL	1,102	1,107

- 改装28店舗、うち増床17店舗、業態変更9店舗
- 複合業態 上期 15店舗 計133店舗



4F ABC2.0 107.13坪



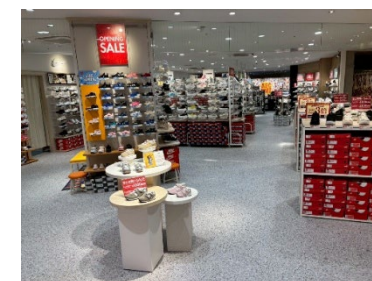
ニ子玉川ライズ

FUTAKO TAMAGAWA

rise



4F GS 96.11坪



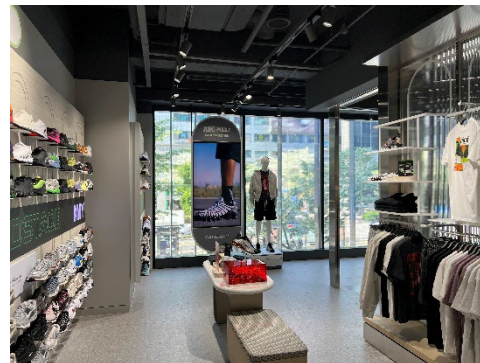
ドッグウッドプラザ ABC2.0 83.2坪

OSHMAN'S®

二子玉川ライズ3F 416.29坪



ABC-MART GRANDSTAGE 江南店 (GS4.0業態) (改裝店)





ABC-MART 西門(シーメン)店 (ABC2.0業態) (改装店)



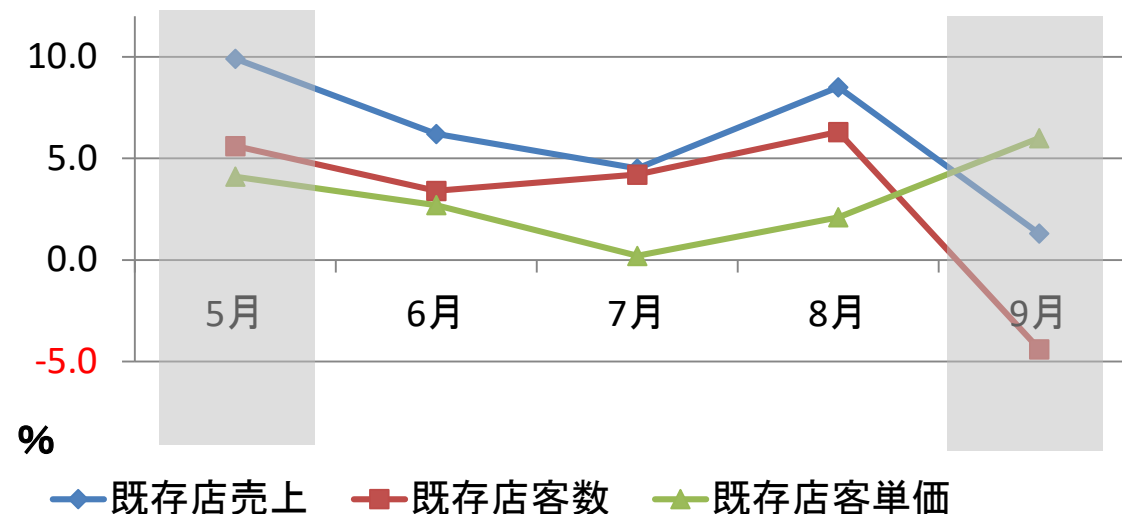
店舗売上高増収率の推移(国内)

ABC-MART

客数客単価が上昇 上期既存店売上 プラス6.0%

(単位: %)		1Q	6月	7月	8月	2Q	上期	計画
既存店	売上高	+5.8	+6.2	+4.5	+8.5	+6.3	+6.0	+4.2
	客数	+2.4	+3.4	+4.2	+6.3	+4.6	+3.4	-
	客単価	+3.3	+2.7	+0.2	+2.1	+1.6	+2.5	-
全店	売上高	+6.3	+6.1	+4.2	+8.7	+6.3	+6.3	+4.8
	客数	+2.4	+2.9	+3.4	+6.1	+4.1	+3.2	-
	客単価	+3.8	+3.2	+0.7	+2.5	+2.1	+3.0	-

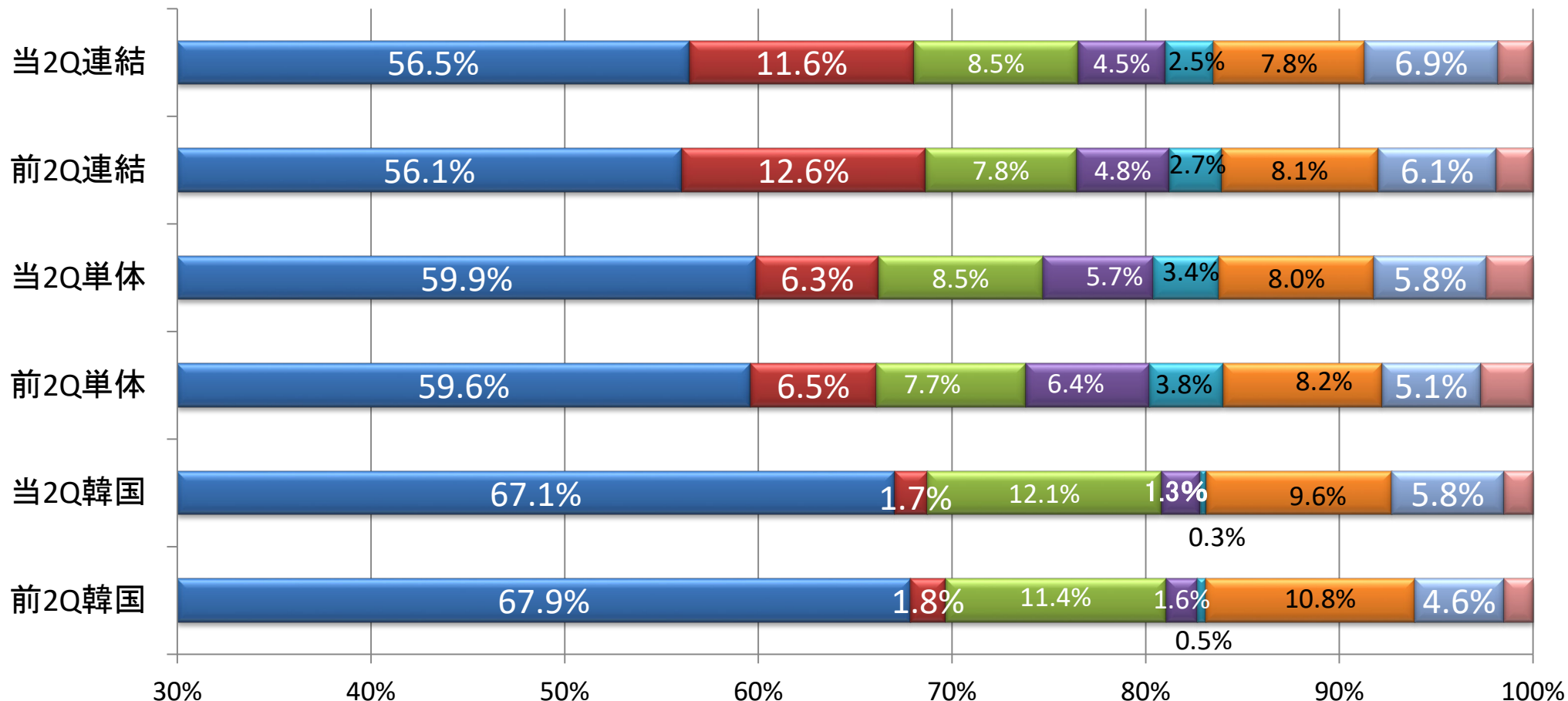
- 6月、土曜日1日少ない
晴天多く、早い夏到来。下旬からのサマーセールはチラシやTVCM効果で売上好調
- 7月、土日1日ずつ少ない
サマーセール好調、猛暑でスポーツサンダル、Tシャツ好調
- 8月、日曜日1日多い
キッズシューズ全品割引実施、夏物需要と学需が好調



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

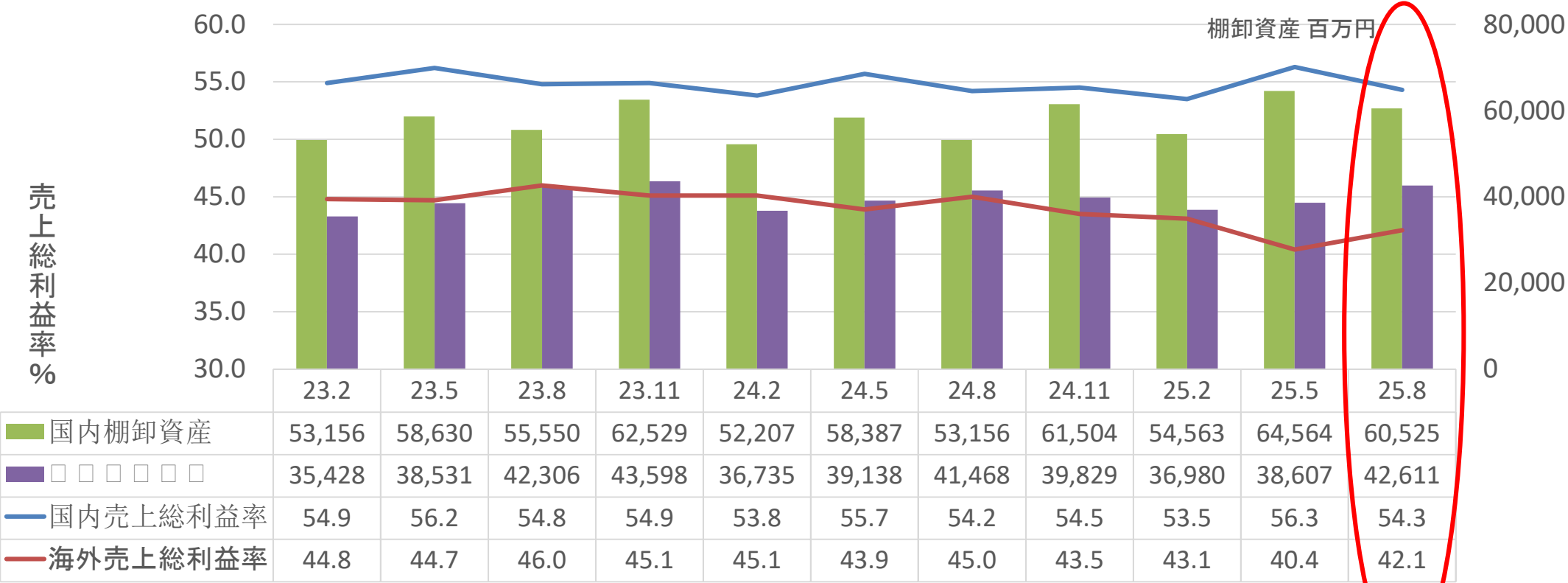


連結 スポーツ売上 1,073億円(前期比1.7%増) 構成比56.5%(前期比+0.4pt)
 キッズ売上 161億円(前期比10.0%増) 構成比8.5%(前期比+0.7pt)
 ウェアその他売上 130億円(前期比14.3%増) 構成比6.9%(前期比+0.8pt)

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+0.2ptの51.4%

国内 ハンズフリー等プロパー好調、セールアイテム絞り込み、在庫回転率UP 単体前期比+0.2ptの54.7%

海外 各国物価高で消費を促すお客様還元セールを実施 前期比△2.9ptの42.1%

連結棚卸資産 秋商戦に向け仕入増強 前期比+85億円（国内+73億円、海外+11億円）

連結販売費及び一般管理費

ABC-MART

	2025.8	2024.8	2025.8	2024.8	構成比
	前期比 %	前期比%	構成比 %	構成比%	増減%
連結売上高	+0.9	+11.2	100	100	+0.0
連結販管費 計	+2.5	+6.0	33.7	33.2	+0.5
広告宣伝費	+2.7	-2.1	1.8	1.8	+0.0
仕入物流費	-2.8	-5.0	1.8	1.9	-0.1
人件費	+3.3	+6.7	11.9	11.6	+0.3
地代家賃	+2.8	+7.5	9.7	9.5	+0.2
減価償却費	+3.1	+5.3	1.5	1.5	+0.0

延べ 人数	当2Q期末	前2Q期末	増減
連結	12,319	9,285	+3,034
国内	6,225	5,958	+267
海外	6,094	3,327	+2,767

販管費率 33.7% 前期比+0.5pt

- ・売上連動で歩合家賃が増加
- ・キャッシュレス決済増加で決済手数料増加
- ・広告宣伝費は、国内販促強化で増加、海外抑制
- ・韓国自社物流センター取得で仕入物流費(商品保管料)が減少

※海外生産工場を保有する子会社を2024年6月に連結したため、
海外が大幅に増加

2026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	135,317	100%	+7,855	6.2%	127,461	100%	133,200	100%	+2,117	1.6%
売上総利益	73,969	54.7%	+4,445	6.4%	69,524	54.5%	72,500	54.4%	+1,469	2.0%
販管費	43,829	32.4%	+2,465	6.0%	41,364	32.5%				
営業利益	30,139	22.3%	+1,979	7.0%	28,160	22.1%	28,200	21.2%	+1,939	6.9%
営業外損益	2,223	1.6%	+1,478	198.4%	745	0.6%				
経常利益	32,363	23.9%	+3,458	12.0%	28,905	22.7%	29,000	21.8%	+3,363	11.6%
特別損益	-299	-0.2%	-48	19.1%	-251	-0.2%				
税引前利益	32,064	23.7%	+3,409	11.9%	28,654	22.5%				
法人税等	10,260	7.6%	+1,091	11.9%	9,169	7.2%				
中間純利益	21,803	16.1%	+2,318	11.9%	19,484	15.3%	19,700	14.8%	+2,103	10.7%

1株当たり中間純利益 88円05銭(前2Q 78円69銭) 期中平均株式数 247,616,653株

◎上期予想に対して、売上高プラス21億円、営業利益プラス19億円

◎営業外収益 有価証券売却益 11億76百万円計上

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	139,691	131,242	6.4%	52,948	57,782	-8.4%	-2506	-643	190,132	188,380	0.9%
	構成比	73.5%	69.7%	-	27.8%	30.7%	-	-1.3%	-0.4%	100%	100%	-
営業利益	金額	30,361	28,343	7.1%	3,269	5,731	-43.0%	13	-24	33,644	34,050	-1.2%
	構成比	90.2%	83.2%	-	9.7%	16.8%	-	0.1%	0.0%	100%	100%	-

PL為替レート 韓国 100won=¥10.44(前上期¥11.30) 台湾 1NT\$=¥4.68(前上期¥4.78)
米国 1\$=¥149.00(前上期¥152.31)

韓国

100WON=	¥10.44		¥11.30			(現地通貨ベース)				
連結調整前	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	33,707	100%	36,812	100%	-8.4%	322,867	100%	325,777	100%	-0.9%
売上総利益	14,368	42.6%	17,424	47.3%	-17.5%	137,631	42.6%	154,197	47.3%	-10.7%
販管費	12,016	35.7%	13,240	36.0%	-9.2%	115,103	35.7%	117,168	36.0%	-1.8%
営業利益	2,351	7.0%	4,184	11.4%	-43.8%	22,527	7.0%	37,029	11.4%	-39.2%

台湾 米国

売上高 59億円(前期比△3.0%) 現地通貨ベース 1,276百万台湾\$
売上高 130億円(前期比△11.2%) 現地通貨ベース 86百万米\$

2026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	190,132	100%	+1,752	0.9%	188,380	100%	190,800	100%	-667	-0.3%
売上総利益	97,679	51.4%	+1,135	1.2%	96,543	51.2%	98,200	51.5%	-520	-0.5%
販管費	64,035	33.7%	+1,542	2.5%	62,493	33.2%				
営業利益	33,644	17.7%	-406	-1.2%	34,050	18.1%	33,200	17.4%	+444	1.3%
営業外損益	2,281	1.2%	+1,209	112.8%	1,072	0.6%				
経常利益	35,924	18.9%	+802	2.3%	35,121	18.6%	34,250	18.0%	+1,674	4.9%
特別損益	-354	-0.2%	-71	-	-283	-0.2%				
税引前利益	35,570	18.7%	+730	2.1%	34,839	18.5%				
法人税等	11,110	5.8%	+520	4.9%	10,589	5.6%				
非支配株主に帰属 する中間純利益	123	0.1%	+16	16.0%	106	0.1%				
親会社株主に帰属 する中間純利益	24,336	12.8%	+193	0.8%	24,143	12.8%	23,610	12.4%	+726	3.1%

1株当たり中間純利益 98円28銭(前2Q 97円50銭) 期中平均株式数 247,616,653株

2025年8月末連結・単体BS実績

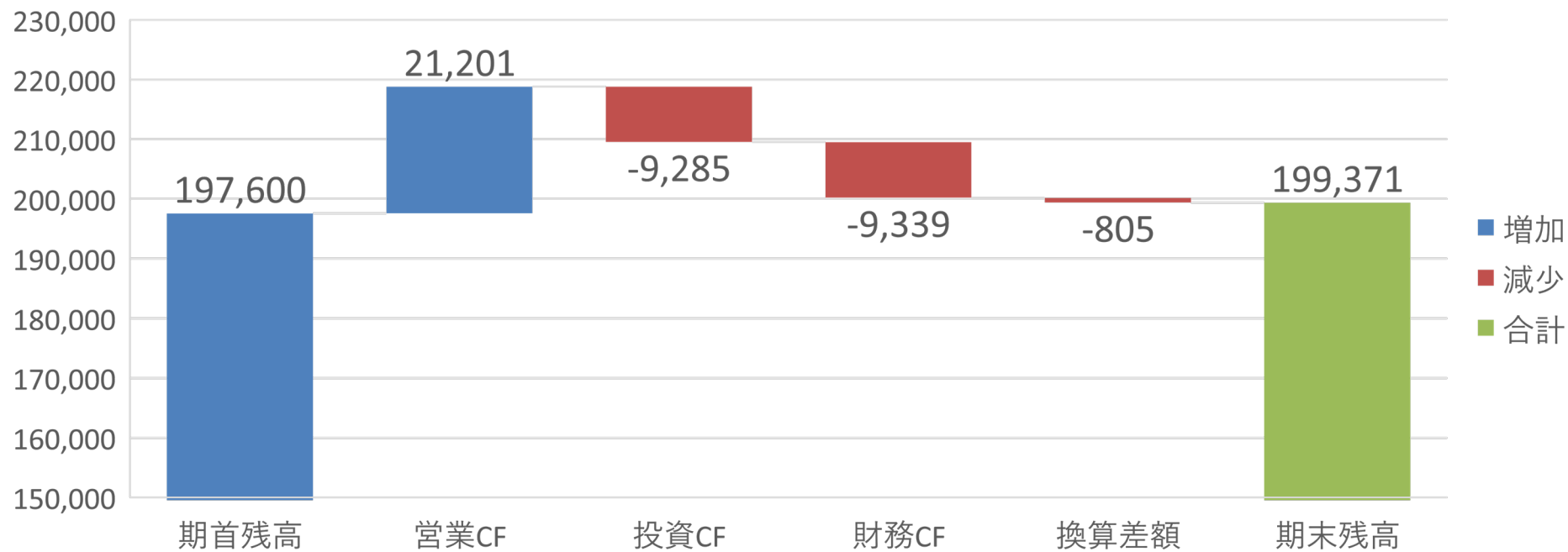
ABC-MART

	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	335,804	316,576	19,228	262,137	237,172	24,965
現金及び預金	193,969	188,103	5,866	167,514	156,354	11,160
売上債権	18,065	17,667	398	10,820	9,353	1,467
棚卸資産	103,137	94,625	8,512	58,139	51,144	6,995
固定資産	107,757	101,137	6,620	102,860	99,363	3,497
有形固定資産	54,362	44,749	9,613	39,584	35,297	4,287
無形固定資産	3,655	4,425	-770	1,663	2,165	-502
その他投資	49,739	51,962	-2,223	61,612	61,900	-288
資産計	443,562	417,713	25,849	364,998	336,536	28,462
流動負債	58,608	53,962	4,646	46,215	40,511	5,704
固定負債	1,947	1,643	304	3,953	3,841	112
負債計	60,555	55,606	4,949	50,168	44,353	5,815
株主資本等	357,112	328,897	28,215	308,627	285,779	22,848
評価・換算差額等	23,302	30,742	-7,440	6,202	6,403	-201
非支配株主持分	2,591	2,466	125			
純資産計	383,006	362,107	20,899	314,829	292,183	22,646
負債・資本計	443,562	417,713	25,849	364,998	336,536	28,462

2026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 1,993億円（前期末比+17億円）

営業CF: +212億円（前年同期比114億円収入減）

税金等調整前中間純利益+355億円、減価償却費+30億円、
仕入債務増加+100億円、有価証券売却益△11億円、売上債権増加△46億円、
棚卸資産増加△125億円、法人税支払△98億円

投資CF: △92億円（前年同期比23億円支出増）

定期預入△14億円、有形固定資産取得支出△90億円

財務CF: △93億円（前年同期比64百万円支出減）

配当支払△91億円

9月度概況

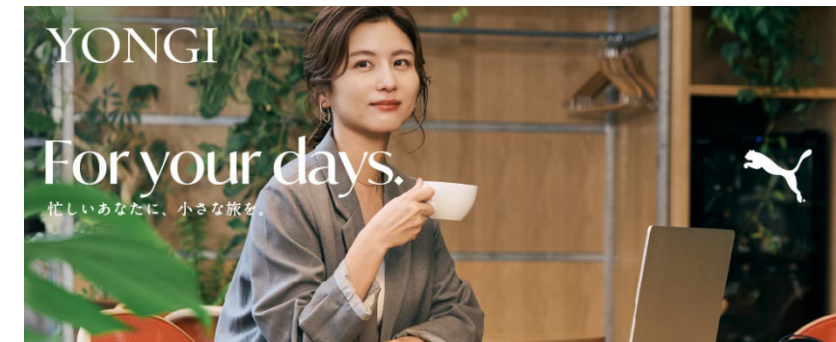
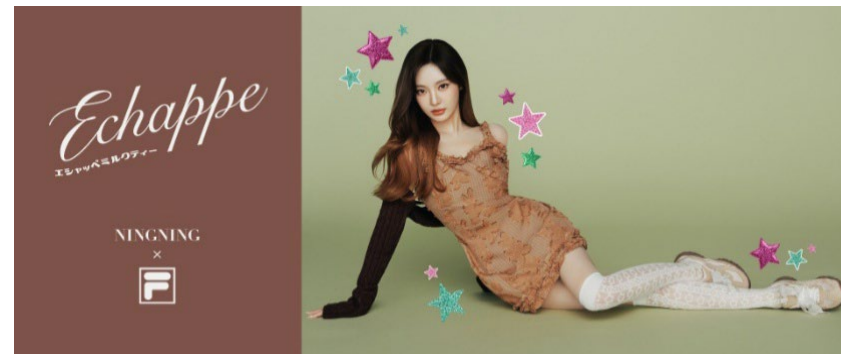
ABC-MART

単位%		当年9月	(ご参考) 前年9月
既存店	売上高	+1.3	+6.1
	客数	-4.4	-0.4
	客単価	+6.0	+6.5
全店	売上高	+1.1	+7.1
	客数	-4.8	+0.3
	客単価	+6.3	+6.8
	出店数	4	4

- 前年に比べ日曜日が一日少ない
- 月後半より気温低下で秋物需要増加
- 新作スニーカーとアパレルが好調



販促活動



ADIDAS

天然素材および再生可能素材を
50%以上使用



MERRELL

再利用しやすいTPE (サーモ プラスチック
エラストマー)素材を原料としている



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



2026年2月期下期の戦略

ABC-MART, INC.



2025年10月

代表取締役 野口 実

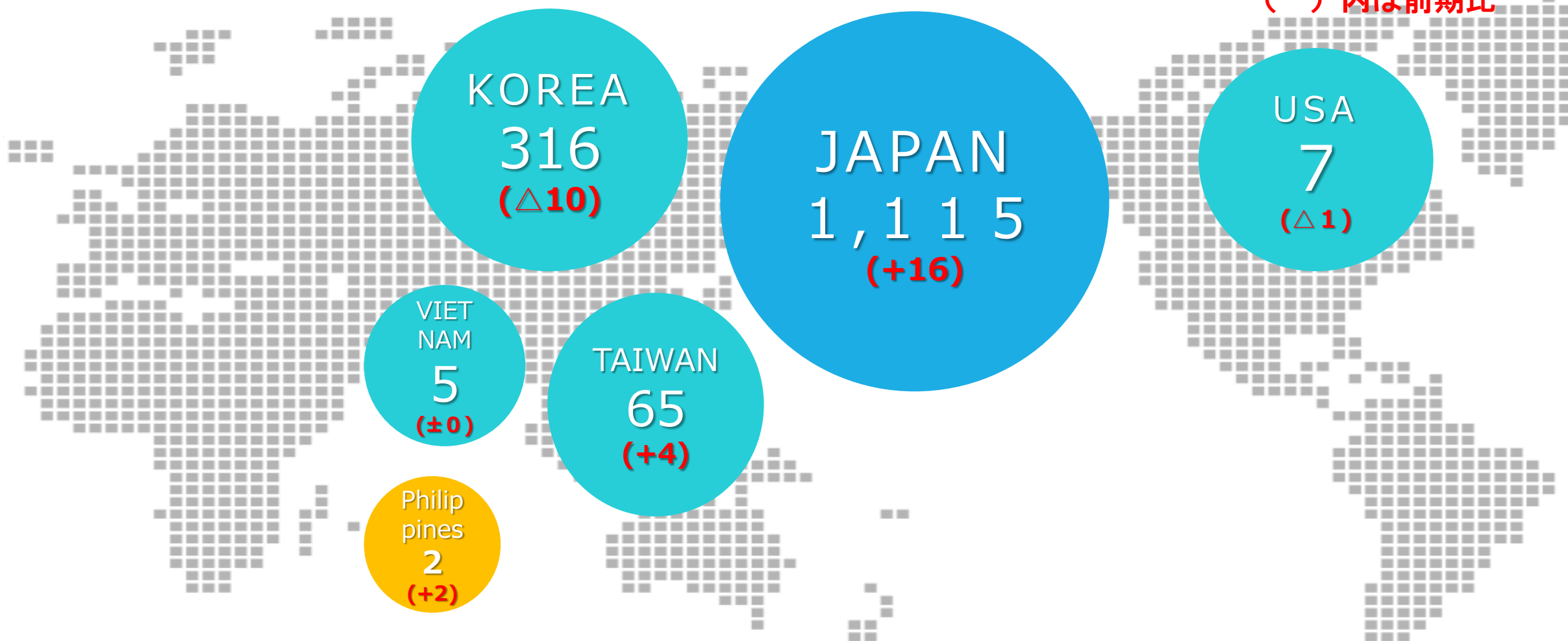
業態戦略

- 店舗展開
- 業態別の商品戦略
- オツushmanズ
- 小売事業計画

店舗展開

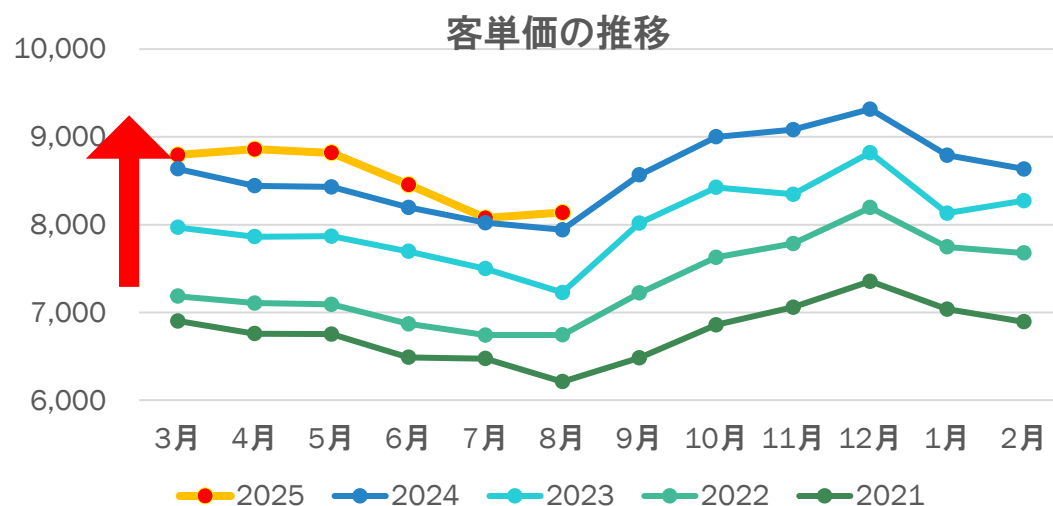
2026年2月期末予想

() 内は前期比

**ABC-MARTグループ 店舗数 1,510**

業態別の商品戦略

- 商品単価は年々上昇しており、客単価は、2021年と比べ2千円近く増加しました。
- 価格志向のお客様のニーズに応えるため、GRANDSTAGEやABC-MART STといった店舗業態を軸に、高単価からリーズナブルなトレンドアイテムのご提案を進めていきます。
- プライスゾーンが幅広いキッズシューズの売上は増加見込み。
- 増床改装によるアパレルの売り場拡大による売上の増加。



KIDS



“新しい自分と出会える” 唯一無二のスポーツセレクトショップ

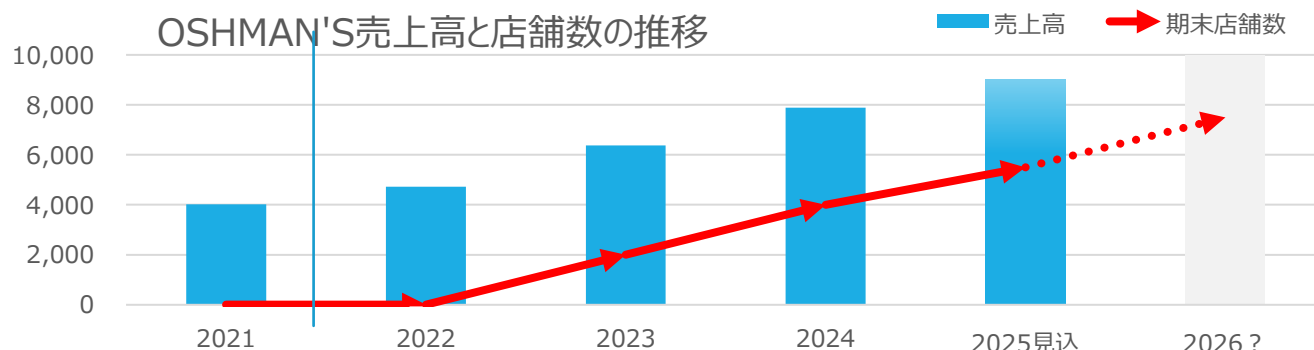
オッシュマンズ

2024年度（前期）3年目で黒字化達成

OSHMAN'S®



- 2022年3月、100%子会社化
- 当初首都圏だけの展開から、ABC-MARTとの共同運営で全国区へ
- エコマースも順調に拡大



2021年既存店
10店舗

2022年新店
○阪急西宮ガーデンズ

2023年新店
○アミュプラザ博多
○仙台
○ららぽーと富士見
○ららぽーと甲子園
○アミュプラザ長崎

2024年新店
○ルミネ新宿
○浦添パルコシティ
○たまプラーザ
○ららぽーと横浜
○グランエミオ所沢

2025年新店
★ミナモア広島 3/24
★ららぽーと安城 4/18
★東武池袋百貨店 8/23

2025年改装
★二子玉川 3/26



小売事業計画

				2026年2月期 () 内は期初計画		
			前期実績	上期実績	下期計画	通期見通し
国内	ABC-MART 事業	既存店増収率%	+8.7	+6.0(+4.2)	+2.5	+3.3
		全店増収率%	+8.7	+6.3(+4.8)	+4.7	+4.8
		出店数	34	17(19)	16	33
		閉店数	34	12(12)	8	20
		期末店舗数	1,081	1,086(1,088)	1,094	1,094
国内	OSHMAN'S 事業	出店数	5	3(3)	0	3
		閉店数	1	0(0)	0	0
		期末店舗数	18	21(21)	21	21
海外		出店数	23	15(14)	13	28
		閉店数	15	19(11)	14	33
		期末店舗数	400	396(403)	395	395

下期計画と通期見通しは据え置き。

ABC-MARTグループ® 店舗数 1, 5 1 0

2026年2月期下期の戦略

ABC-MART, INC.



2025年10月

常務取締役

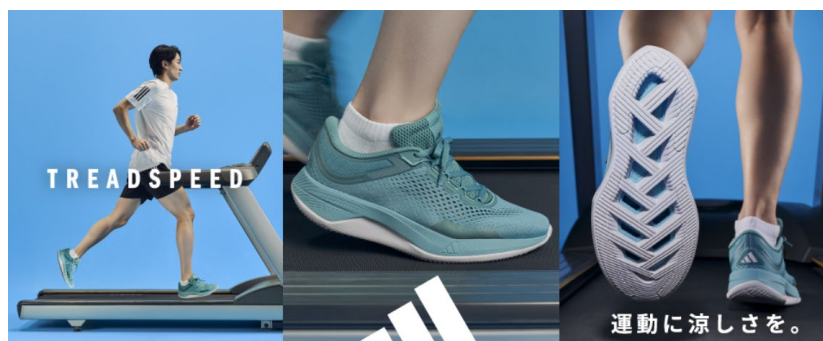
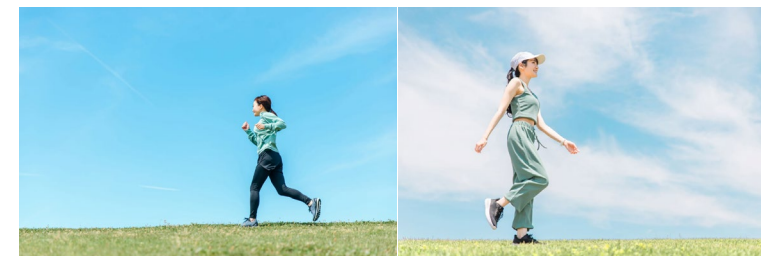
服部 喜一郎

販売戦略

- カテゴリー別商品戦略
 - ランニング&ウォーキング
 - ハンズフリー
 - レザーブーツ
 - キッズシューズ
 - アパレル
- トレンドTOPIX

ランニング&ウォーキング

- 健康志向の高まりから、ランニング、ウォーキング需要が増加しています。
- 普段使いからジョギングを趣味とするランナーまで、幅広い顧客層に付加価値のある商品を多数展開していきます。
- ジムでも街でも快適な adidas TREADSPEED、定番のウォーキングシューズ new balance 880シリーズなど。



暑い夏に室内ランの
ニーズから生み出され
たランニングシューズ
(屋外でもOK)



ハンズフリー

- 手を使わなくても履ける『ハンズフリーシューズ』からは、**ブーツ**を発売いたします。
- 春に需要が拡大したメンズやキッズのハンズフリーも品揃えを強化いたします。
- ハンズフリートレンドを定着させて定番化、マーケットを拡大していきます。



◎ハンズフリー年間販売足数 150万足～目標

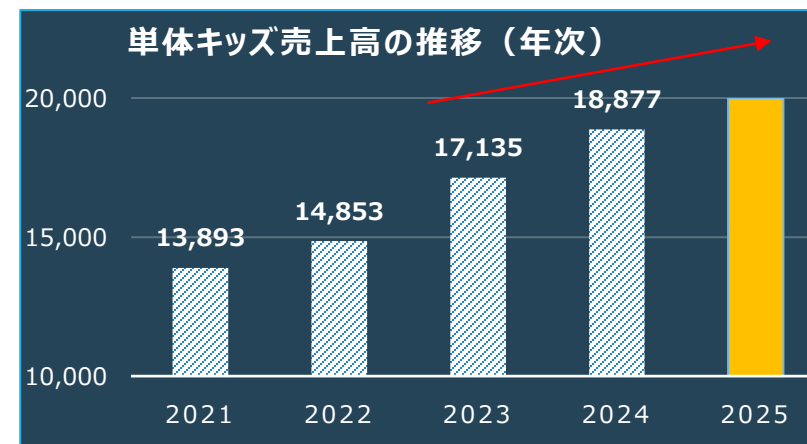
レザーブーツ

- **ブーツトレンド到来！ レザーブーツ**の販売を強化いたします。
6インチ ブーツ、ラグソール【rugged sole】のワークブーツの品揃えを強化します。
ワークブーツカテゴリで売上高前年比142%、足数前年比136%を目指していきます。
- 本格派のTimberlandやREDWINGをはじめ、自社ブランドのDanner、Hawkinsまで。
本革ブーツをはじめて履くエントリー層に向けたアイテムも展開いたします。
- Timberlandについては、870店舗で展開します。GRANDSTAGE、ABC-MART2.0
のほか、ABC-MART ST（一部店舗を除く。）でもTierに応じた商品群を提供していきます。



キッズシューズ

- 国内・海外ともにキッズシューズの需要が急拡大中！
- SNS慣れした子育て中の親世代への販促を強化します。
- ベビー・キッズ・ジュニア世代と、成長による買い替え需要が期待できます。
- 需要の拡大から、0.5cm刻みのアイテムも年々増加中。
- ブランド志向の顧客層には**親子コーデ**が可能な商品を提案いたします。
- **価格競争力**のある**自社企画商品**を多数展開します【コラボ商品etc.】



学研の図鑑LIVE「恐竜」より第三弾コラボ
キッズHAWKINS マッハディノ
アウトソールは歩くたびに光るライト付き。



KIDS 17cm～
PUMA
スピードキャット PS
¥10,450(税込)



KIDS 12cm～
NIKE
エア マックス 90 イージーオン TD
¥9,130(税込)



KIDS 17cm～
New Balance
PV1000
¥12,980(税込)

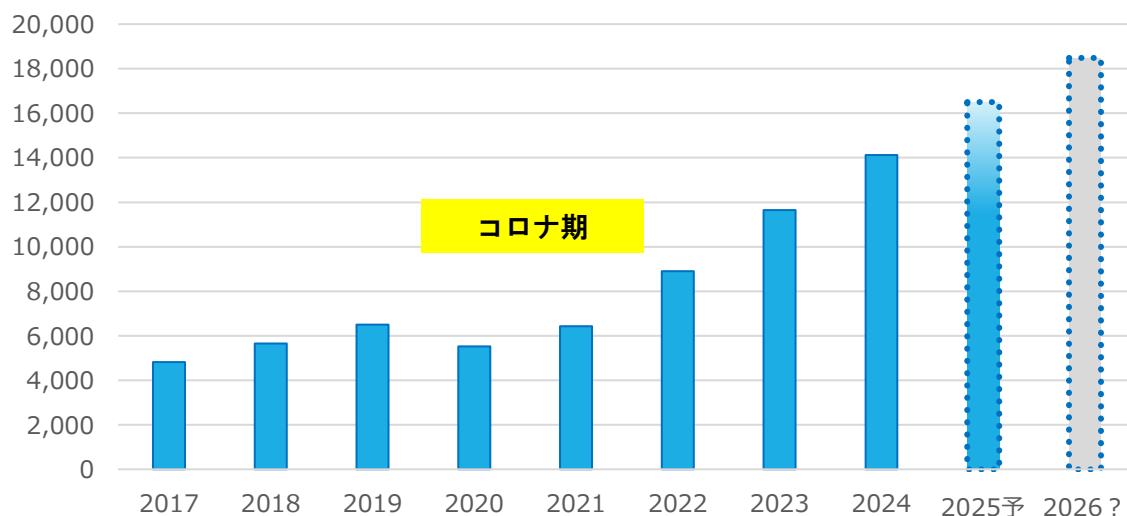


KIDS 17cm～
SKECHERS
マイクロスペックマックス
¥7,590(税込)

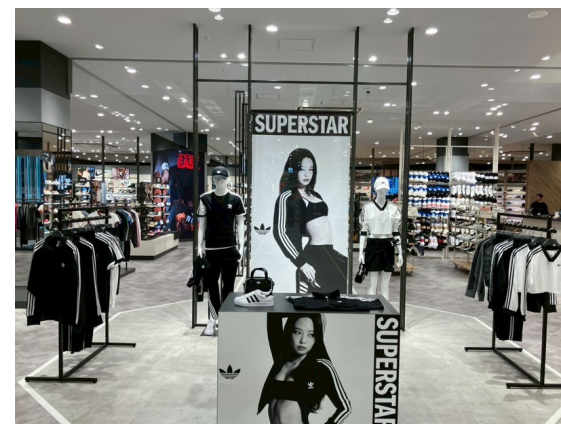
アパレル

- アパレルと小物の展開店舗を増やすため、積極的な増床改装と業態変更により売り場面積を拡大する政策を実行中。
- 毎年、延床面積 3 千坪超の増加でシューズ以外の売上を拡大。当期は、新店改装で 3, 6 1 0 坪の増床見込みです。
- 当期の単体アパレル売上高は、1 6 0 億円超を見込みます。アパレルの展開店舗数は、5 3 0 店舗超。（全店の半分に相当）

単体アパレル売上高の推移



～adidasのセットアップコーデ～
マルチに活躍される重盛さと美さんと磯部希帆さんが、
トレンドのベロア素材のセットアップ「ADIBREAK VELOUR」と
アニマル柄のアクセントが効いた厚底スニーカー「GAZELLE
BOLD」・「OZGAIA」で今年の秋スタイルを提案



トレンド TOPICS

アジアで今、ファッションとしてのニーズが高いローファー

- 学需はもちろんのこと、オフィス、プライベートでも活用度が高いアイテムのひとつです。ファッションを切り口に、デザイン性、機能性を付加して多数展開いたします。
- 粗利率が高い、HAWKINSの『#マジ軽ローファー』『やわピタローファー』販売注力
- 雑誌LEEのスタイリスト高橋美帆さんとのコラボでは、PBブランドよりトレンドの**ラグソールローファー**を展開。



こんなのが欲しかった
を詰め込んだシューズを企画

雑誌LEEスタイリスト
高橋美帆さん

×

ABC-MART



- ナショナルブランドから、**スニーカー系ローファー**を展開いたします。
CONVERSE、PUMA、VANS

CONVERSE



PUMA



VANS



こだわりのポイント



「やわらかい」
とにかく柔らかいから
1日中履いても痛くならない



「足にピタッと」
前滑り防止の
アーチクッションインソール



「シルエットキレイ」
すっきりとしたつま先から
ヒール部分までこだわりの
女の子らしいシルエット



店舗戦略

- 出店計画の概要
- 大型出店
- レザーブーツ専門店『スタンプタウン』
- 海外出店（韓国・フィリピン）

出店計画の概要

- ABC単体は、ほぼ計画どおり。当初計画 3 5 店舗の新規出店、2 0 店舗の閉店、5 0 店舗の改装（うち増床 3 0 店舗）に対し、3 3 店舗の新規出店に修正。改装は計画どおり。
 - ABC-MART GRANDSTAGE東京ソラマチ店（166坪） 10月11日にリニューアルオープン。
 - ABC-MART三井アウトレットパーク岡崎（434坪） 11月に新規出店。
 - レザーシューズ専門店『スタンプタウン』2 店舗オープン。（仙台・京都）
- 韓国は、当初計画 2 5 店舗の新規出店、1 4 店舗の閉店、1 5 店舗の改装から、2 1 店舗の新規出店、1 8 店舗の改装に計画を修正。1 4 店舗の閉店は予定通り。
 - 韓国済州と釜山に、GRANDSTAGE4.0業態を 2 店舗オープン。
 - 韓国ソウル明洞地区に、ランニング専門店をオープン。韓国でマルチブランドの形態では初の試み。
- フィリピン進出。マニラにGRANDSTAGEとABC-MARTの 2 店舗出店予定。
- 台湾は、下期 3 店舗の出店を計画。

大型出店①

ABC-MART GRANDSTAGE東京ソラマチ店
(東京都墨田区 166坪、3F 10/11 Reopened)

**ABC
MART**
GRAND
STAGE

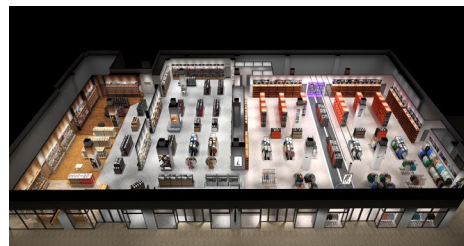
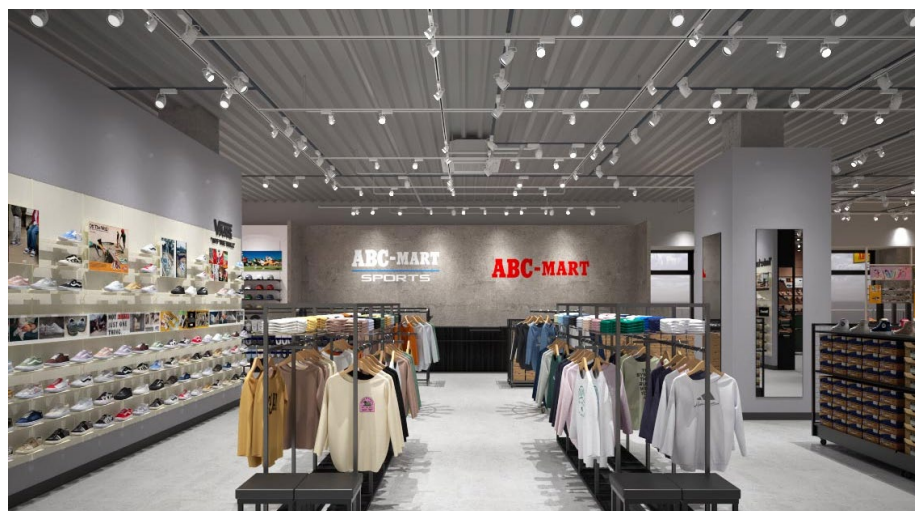
**ABC
MART**



大型出店②

ABC-MART三井アウトレットパーク岡崎店

アウトレット業態ではABC最大規模

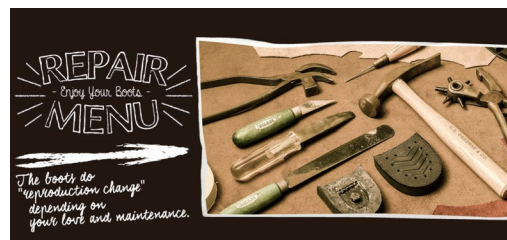


イメージパース（愛知県岡崎市 434坪、2F 11/4 G.OPEN予定）

スタンプタウン

STUMPTOWN
BOOTS & RECRAFTING

- 2025年秋、レザーシューズ専門店『**STUMPTOWN**』を 京都と仙台にオープンします。
- DannerやWHITE'S BOOTS、REDWINGを中心とした本革ブーツの製作、修繕を手掛けるスペシャリティショップ。
- [About | STUMPTOWN BOOTS & RECRAFTING](#)



STUMPTOWN 仙台店 9/20 G.OPEN (BILLY'S仙台店の2F)

韓国

**ABC
MART**
GRAND
STAGE**ABC
MART**
SPORTS

- 下期も、GRANDSTAGE 4. 0を2店舗出店いたしました。ソウルの江南（1号店）に続く2店舗目は済州島で、9月26日にオープンしました。3店舗目は釜山に、10月1日1階のみプレオープン、10月末にグランドオープンします。
- 9月、ソウル明洞地区において、ランニング専門ショップ ABC-MART SPORTS をオープンしました。韓国において、マルチブランドの形態では初めての試み。ランニングブームに肖り、スポーツ需要を取り込みます。



GRANDSTAGE 済州本店



GRANDSTAGE 釜山西面（ソミョン）店

ABC-MART SPORTS
明洞地区のランニングショップ

フィリピン



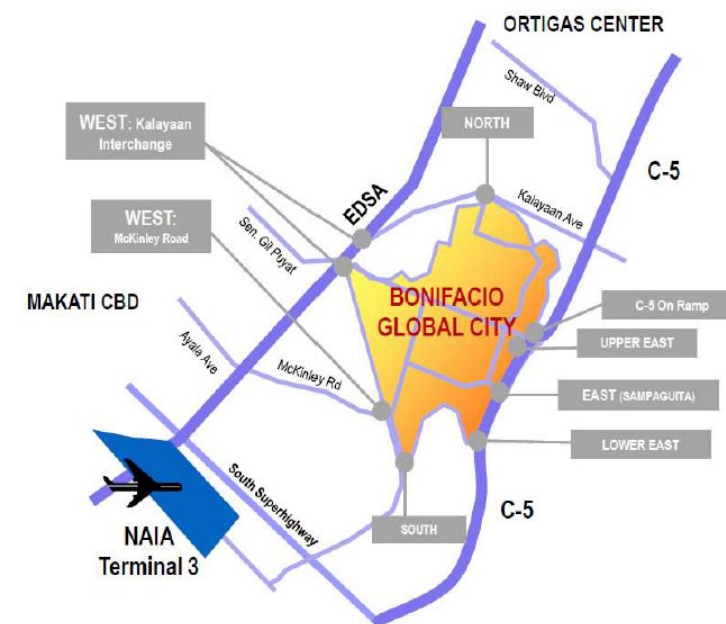
- ABC-MARTとシンガポール法人SONAK RETAIL GROUPがABC-MART SONAK Philippines, Inc.を設立。戦略的なパートナーシップによって、フィリピンにおけるマルチブランドショップの運営と多店舗化。並びに、さらなる東南アジア進出拡大を目指します。
- 2025年、マニラのビジネス中心街 BGC内に2店舗出店。
ABC-MART GRANDSTAGE BHS店 10/10 OPEN
ABC-MART MITSUKOSHI店 11月OPEN予定
- 2026年には5店舗出店を計画中。



BGC: ボニファシオ・グローバル・シティ
BHS: ボニファシオ・ハイ・ストリート (モール名)

SONAK RETAIL GROUPについて

フィリピンにおけるスポーツ、ライフスタイル、ファッションブランドのリーディングリテラーです。全国で40店舗以上を展開中。アシックスやオニツカタイガーなど有名スポーツブランドを取り扱っています。

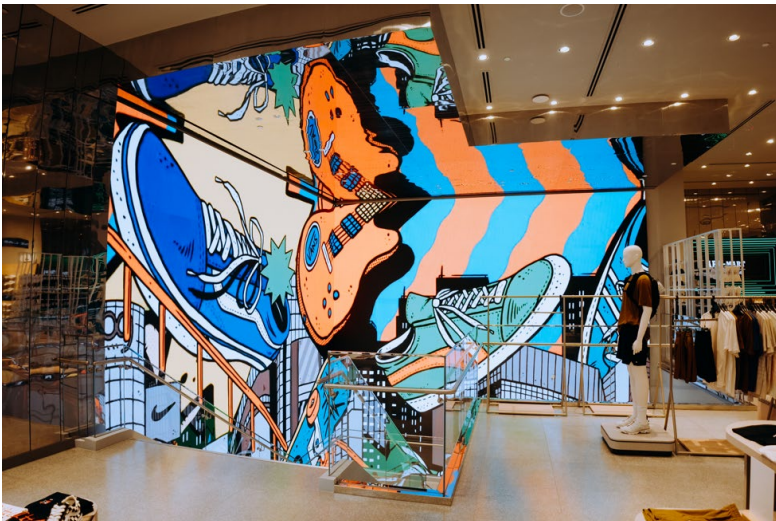




ABC-MART GRANDSTAGE Bonifacio High Street (766m²) 10/10 Opened

ABC-MART, INC.

**ABC
MART**
GRAND
STAGE



2026年2月期 業績予想

ABC-MART, INC.



2025年10月

取締役 石井 寧大

連結売上高目標

- 下半期は、物価高による在庫調整等（ディスカウントマーケット）が続くものと予想します。不安定な海外情勢に加え、米国の関税措置の影響等、不確実性が高い状況が続く見通し。
- 連結売上高 3, 839 億円（期初予想）を目指していきます。

連結売上高 3, 839 億円（前期比3.1%増）

国内 2, 732 億円
ABC-MART 2, 623 億円 OSHMAN'S 88 億円

海外 1, 185 億円

韓国
725 億円

米国
329 億円

台湾
123 億円

ベトナム

- 物価高、気温、季節商品の動向、為替、インバウンドなど今後注視。韓国・米国の政治経済、マーケットの状況等趨勢を見極めていく方針。

期初予想を据え置きます

連結業績予想

ご参考

金額単位：百万円	2026年2月期 通期（期初予想）				2025年2月期	
	通期計画	売上比	前期比	前期比	前期実績	売上比
売上高	383,900	100%	+11,698	+3.1%	372,202	100%
売上総利益	195,200	50.8%	+7,384	+3.9%	187,816	50.5%
販管費	131,200	34.2%	+5,935	+4.7%	125,265	33.7%
営業利益	64,000	16.7%	+1,450	+2.3%	62,550	16.8%
経常利益	66,000	17.2%	+1,382	+2.1%	64,618	17.4%
当期純利益	45,530	11.9%	+172	+0.4%	45,358	12.2%
（主な販管費）						
広告宣伝費	8,260	2.2%	+377	+4.8%	7,883	2.1%
仕入物流費	6,970	1.8%	-101	-1.4%	7,071	1.9%
人件費	46,170	12.0%	+2,810	+6.5%	43,360	11.6%
地代家賃	37,110	9.7%	+1,552	+4.4%	35,558	9.6%
減価償却費	6,070	1.6%	+289	+5.0%	5,781	1.6%

自己株控除後発行済株式数 247,616,690株
 一株当たり当期純利益（予想） 183円87銭（前期183円18銭）

（前提条件）

- 為替想定 前期に比べ円高
 100W = ¥10.3 前期比△0.83円（△7.5%）
 1USD = ¥148 前期比△3.43円（△2.3%）
 1NTD = ¥4.5 前期比△0.22円（△4.6%）

（概要）

- 連結売上高
 前期比 + 1 1 6 億 9 8 百万円
 円高想定のため、海外子会社の売上が減少
- 連結売上総利益
 前期比 + 7 3 億 8 4 百万円
 総利益率予想 前期比+ 0.3 %
 粗利率が低い海外事業が縮小のため、利益率増加
- 海外販管費
 広告宣伝費は、宣伝の強化で増加。
 人件費は、子会社採用費・賃金の増加。
 工場運営の韓国子会社を連結したため人件費増加。

単体業績予想

ご参考

(概要)

●売上高

前期比 +110億12百万円

前期比 既存店+3.3% 全店+4.8%

●売上総利益

前期比 +63億56百万円

在庫評価減の減少

総利益率予想 54.1% 前期比+0.2%

●販管費

広告宣伝費はテレビCMを増やすため増加

仕入物流費は倉庫保管料の値上げによる増加

人件費は新規採用と賃金上昇による増加

地代家賃はテナントの歩合家賃上昇による増加

その他 キャッシュレス決済の増加で手数料増加

金額単位：百万円	2026年2月期 通期 (期初予想)				2025年2月期	
	通期計画	売上比	前期比	前期比	前期実績	売上比
売上高	262,300	100%	+11,012	+4.4%	251,288	100%
売上総利益	141,800	54.1%	+6,356	+4.7%	135,444	53.9%
販管費	88,000	33.5%	+5,296	+6.4%	82,704	32.9%
営業利益	53,800	20.5%	+1,060	+2.0%	52,740	21.0%
経常利益	55,900	21.3%	+1,408	+2.6%	54,492	21.7%
当期純利益	38,100	14.5%	+238	+0.6%	37,862	15.1%
(主な販管費)						
広告宣伝費	4,460	1.7%	+578	+14.9%	3,882	1.5%
仕入物流費	4,931	1.9%	+243	+5.2%	4,688	1.9%
人件費	28,940	11.0%	+2,024	+7.5%	26,916	10.7%
地代家賃	27,500	10.5%	+1,386	+5.3%	26,114	10.4%
減価償却費	3,523	1.3%	+106	+3.1%	3,417	1.4%

自己株控除後発行済株式数 247,616,690株

一株当たり当期純利益 (予想) 153円87銭 (前期152円91銭)

海外セグメント（期初予想）

ご参考

海外売上高 1,185億円（前期比+1.6%） …… 連結売上に占める割合 30.9%

想定レート 10.3円／韓国ウォン 4.5円／台湾ドル 148円／米ドル

韓国 売上高 725億円 前期比△0.8%（現地通貨ベース 7,040億ウォン）※韓国連結事業

100WON=	¥10.30		¥11.13			(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	72,520	100%	73,086	100%	-0.8%	704,081	100%	656,659	100%	+7.2%
売上総利益	31,714	43.7%	32,645	44.7%	-2.9%	307,906	43.7%	293,309	44.7%	+5.0%
販管費	25,662	35.4%	26,210	35.9%	-2.1%	249,152	35.4%	235,497	35.9%	+5.8%
営業利益	6,051	8.3%	6,434	8.8%	-6.0%	58,754	8.3%	57,812	8.8%	+1.6%

米国 売上高 329億円 前期比+5.1%（現地通貨ベース 2億22百万US\$）

台湾 売上高 123億円 前期比+3.9%（現地通貨ベース 27億台湾\$）

※海外子会社は、12月決算です。次期は、2025年1月1日から12月31日までを示しております。