2025年2月期決算の概要

2025年4月

取締役　石井　寧大
IR担当　古橋　龍介

2025年2月期決算サマリー

連結売上高　３，７２２億円　前期比８．１％増　過去最高

・ﾏｰｹｯﾄ（国内）：　企業収益の増加に伴う所得・雇用環境の改善で消費増加、ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ需要増加
・ﾏｰｹｯﾄ（海外）：　円安、ｲﾝﾌﾚの長期化でﾃﾞｨｽｶｳﾝﾄﾏｰｹｯﾄへ
・販売戦略：　ﾊﾝｽﾞﾌﾘｰ商品の拡充、ｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ向け商品の販売強化
・店舗戦略：　ｸﾞﾗﾝﾄﾞｽﾃｰｼﾞとABCﾏｰﾄｽﾎﾟｰﾂの出店強化、増床改装、複合業態の出店拡大
・出退店状況：　国内外　出店62店舗（国内39、海外23）、閉店50店舗、改装73店舗
・国内既存店前年比：　売上+8.7％　客数+1.7％　客単価+6.9％
・国内ﾃﾞｼﾞﾀﾙ売上：　前期比1.6％減、ﾃﾞｼﾞﾀﾙ売上比率10.4％

連結営業利益　６２５億円　前期比１２．４％増
連結営業利益率　１６．８％　前期比プラス０．６pt

・連結売上総利益率は、50.5％（前期比△0.5ｐ）
　単体総利益率　53.9％（前期比△0.3pt）　ﾅｼｮﾅﾙﾌﾞﾗﾝﾄﾞが好調、上期ｾｰﾙ販売が利益に影響
　下期単体総利益率は粗利コントロールで53.2％（前期比ﾌﾗｯﾄ）
　海外総利益率　43.1％（前期比△2.0pt）　ﾃﾞｨｽｶｳﾝﾄﾏｰｹｯﾄによるｾｰﾙ販売増加
・連結販管費率　33.7％（前期比△1.1pt　金額ﾍﾞｰｽで+53億円）
人件費と地代家賃で+39億円
・連結棚卸資産　前期比+26億円　(国内+23億円 海外+2億円)

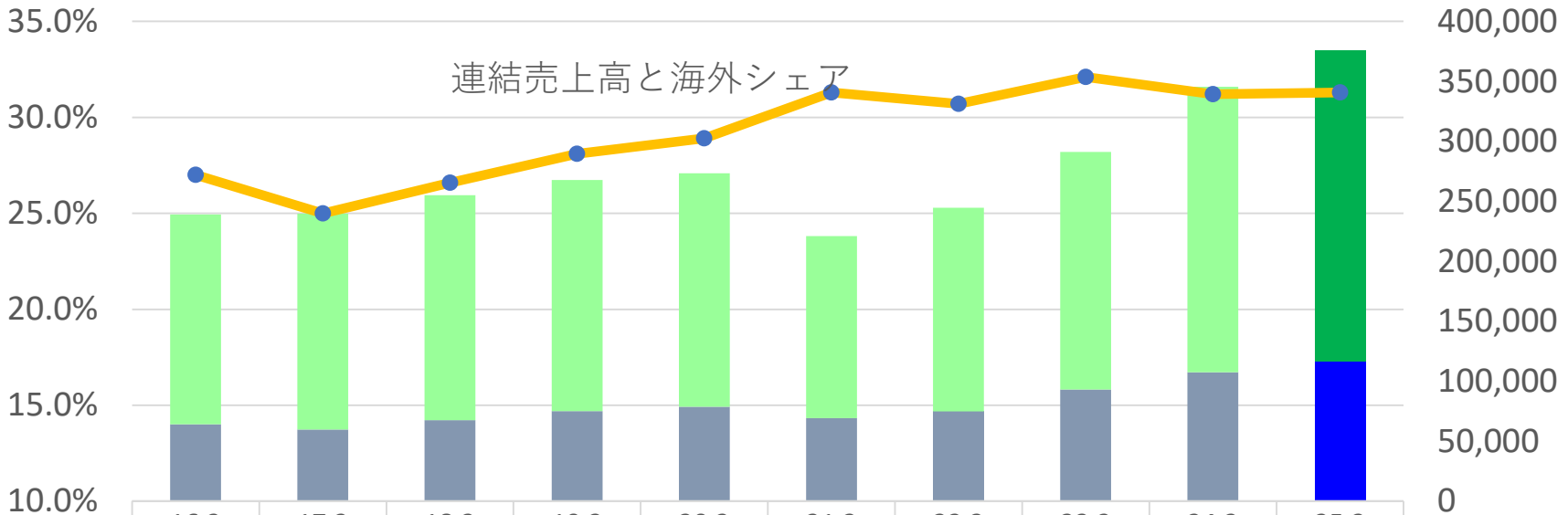
連結売上高

連結売上高　　３，７２２億円

前期売上高　　３，４４１億円　　前期比　　２８０億円増

国内　　２，５９０億円　　前期比　　２１２億円増

海外　　１，１６６億円　　前期比　　９０億円増



	16.2	17.2	18.2	19.2	20.2	21.2	22.2	23.2	24.2	25.2
国内売上	174,875	180,101	187,604	192,742	194,463	151,908	169,773	197,981	237,874	259,095
海外売上	64,264	59,759	67,657	75,063	78,877	69,191	75,000	93,251	107,586	116,605
海外シェア	27.0%	25.0%	26.6%	28.1%	28.9%	31.3%	30.7%	32.1%	31.2%	31.3%

出退店の状況

国内外出店　６２　　退店　５０　　グループ店舗数　１，４９９

	前期末	出店	退店	期末
路面店	86(2)	0	2	84(2)
商業ビル	135(6)	2(1)	6(1)	131(6)
ＳＣ	642(6)	36(4)	15	663(10)
ＮＳＣ	81	0	2	79
ロードサイド	101	0	3	98
アウトレット等	50	1	7	44
国内店舗数	**1,095(14)**	**39(5)**	**35(1)**	**1,099(18)**
韓国	316	19	9	326
台湾	63	3	5	61
米国	8	1	1	8
ベトナム	5	0	0	5
海外店舗数	**392**	**23**	**15**	**400**
グループ店舗数	**1,487**	**62**	**50**	**1,499**

※（　）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

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顧客のニーズを満たす

業態別店舗数		前期末	当期末
ABC-MART業態	**Grand Stage**	**87**	**109**
	Premier Stage	16	14
	Mega Stage	13	9
	ABC-MART SPORTS	**107**	**126**
	その他のABC業態	754	732
レディース業態	Charlotte	15	10
アウトレット業態	Outlet	54	48
その他業態	ACE Shoes他	35	33
	OSHMAN'S	14	18
	TTL	1,095	1,099

- 改装５５店舗、うち増床３１店舗、業態変更３４店舗
- 複合業態（改装+新店）　前期比４８店舗増加　計１２４店舗

店舗売上高増収率の推移（国内）

ABC-MART

ハンズフリー商品とインバウンドの取り込みで売上増加、客単価も上昇

（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	+7.7	+12.7	+9.2	+6.0	**+9.9**	**+7.5**	**+8.7**	**+5.1**	**+3.1**	**+6.5**
	客数	+0.3	+5.0	+1.7	0.0	+2.4	+0.8	+1.7			
	客単価	+7.4	+7.4	+7.3	+6.0	+7.3	+6.6	+6.9			
全店	売上高	+7.1	+12.9	+9.4	+6.2	**+9.8**	**+7.7**	**+8.7**	**+5.4**	**+3.9**	**+6.9**
	客数	-0.5	+4.7	+1.7	-0.1	+2.0	+0.7	+1.4			
	客単価	+7.6	+7.8	+7.6	+6.3	+7.7	+6.9	+7.3			

1Q

●3月　土日+1日ずつ
春物ｽﾆｰｶｰやｱﾊﾟﾚﾙ好調
●4月　日曜▲1日
TVCM等の販促効果で
ｳｫｰｷﾝｸﾞやﾗﾝﾆﾝｸﾞｼｭｰｽﾞが好調
●5月　祝日▲1日
都心部路面・商業施設が好調
ｻﾝﾀﾞﾙ、Tシャツ等の夏物好調

2Q

●6月、土日1日ずつ多い
梅雨入り遅く、天候安定、ｽﾎﾟｰﾂｻﾝﾀﾞﾙ好調
●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

3Q

●9月、前年比祝日+1日
下旬に気温が低下し、秋物新作ｽﾆｰｶｰやﾛﾝｸﾞｽﾘｰﾌﾞが好調
●10月、前年比日曜▲1日
ﾊﾝｽﾞﾌﾘｰ商品　展開店舗拡大
運動会需要でｷｯｽﾞｼｭｰｽﾞが好調
●11月、北日本での降雪需要
ﾌﾞﾗｯｸﾌﾗｲﾃﾞｰｾｰﾙで集客増
気温低下でﾌﾞｰﾂやｱｳﾀｰ好調

4Q

●12月、前年比土曜▲1日
ﾌﾟﾚｾﾞﾝﾄ需要や年末ｾｰﾙで、高単価ｽﾆｰｶｰ好調
●1月、祝日▲1日
年始商戦と下旬からの旧正月需要寒波で冬物商品好調
●2月、前年が閏日で営業日▲1日
全国的に気温が低く、一部地域で豪雪影響あり

商品展開

ABC-MART

販売促進

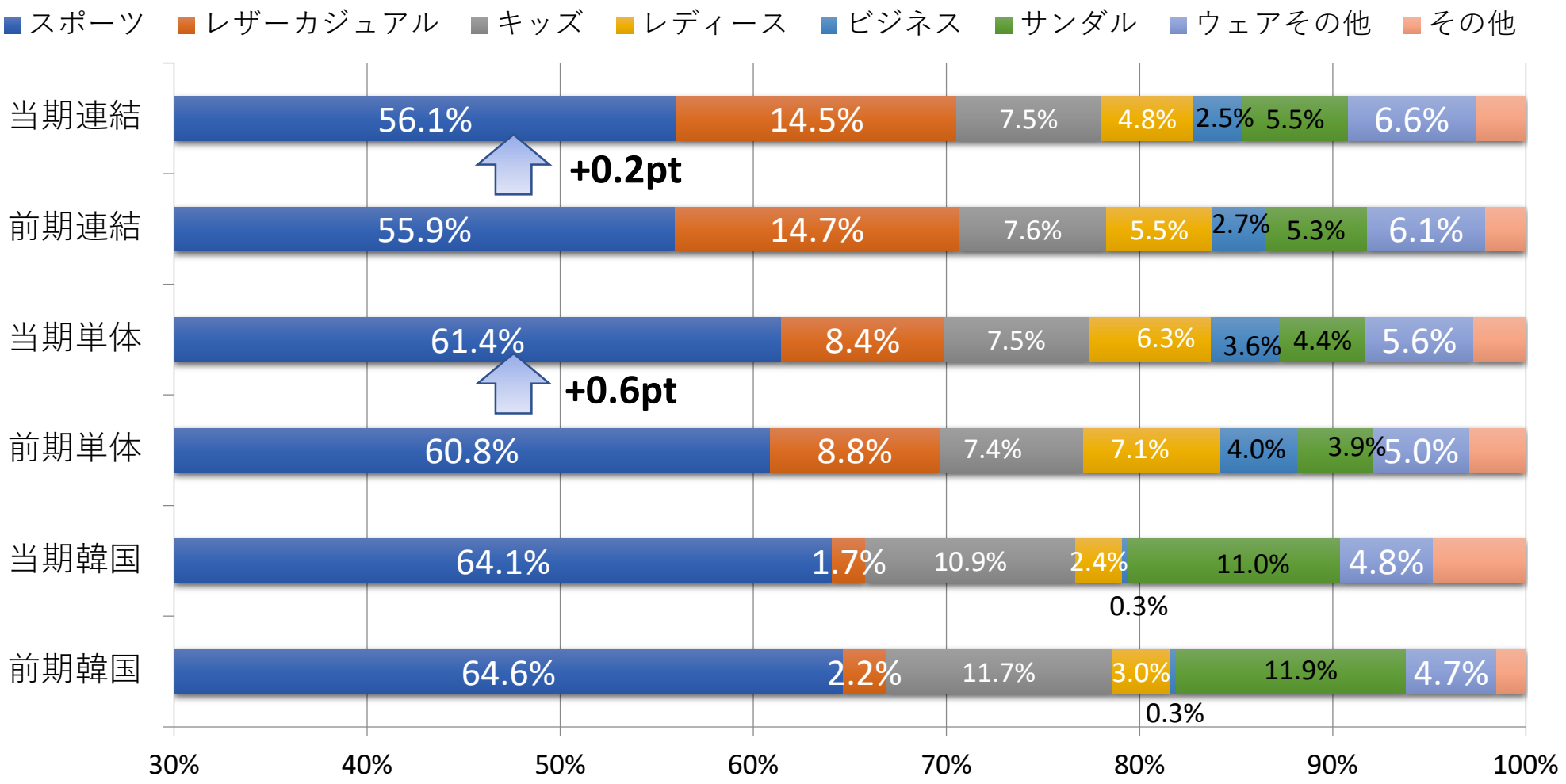
ABC-MART

Instagram TikTok YouTube

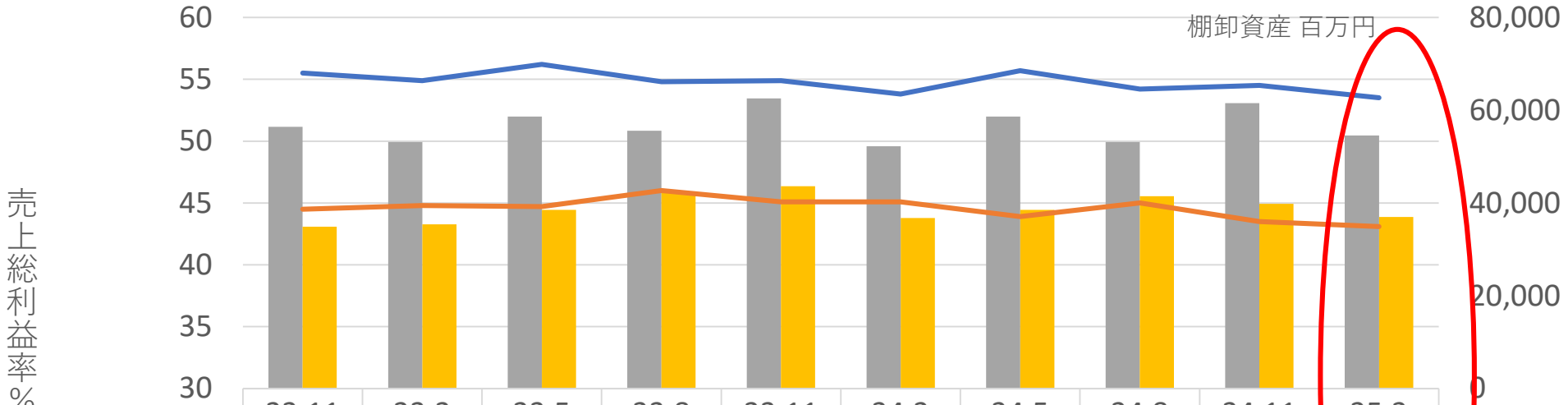
創業４５周年

ABC-MART

連結カテゴリー別売上構成比



連結のスポーツ売上は、２，０８７億円。構成比ではスポーツ、アパレルが伸長。
単体は、高単価スニーカーが売上牽引、アパレルが好調。



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

	22.11	23.2	23.5	23.8	23.11	24.2	24.5	24.8	24.11	25.2
国内棚卸資産	56,418	53,156	58,637	55,550	62,529	52,207	58,637	53,156	61,504	54,563
□□□□□□	34,891	35,428	38,531	42,306	43,598	36,735	38,531	41,468	39,829	36,980
国内売上総利益率	55.5	54.9	56.2	54.8	54.9	53.8	55.7	54.2	54.5	53.5
海外売上総利益率	44.5	44.8	44.7	46.0	45.1	45.1	43.9	45.0	43.5	43.1

■連結売上総利益率　50.5%（前期比△0.5pt）　当4Q会計　48.4%（前期比△0.5pt）
単体は、前期比△0.3ptで53.9%。　当4Q会計　51.1%（前期比△0.1pt）
海外は、前期比△2.0ptの43.1%。　当4Q会計　41.8%（前期比△3.4pt）
■在庫消化も計画通り進み、棚卸資産　3Q比較　国内△69億円、海外△28億円

連結販売費及び一般管理費

	2025.2 前期比 %	2024.2 前期比%	2025.2 構成比 %	2024.2 構成比%	構成比 増減%
連結売上高	+8.1	+18.7	100	100	+0.0
連結販管費 計	+4.5	+11.8	33.7	34.8	-1.1
広告宣伝費	+2.5	+17.8	2.1	2.2	-0.1
仕入物流費	-3.4	+7.6	1.9	2.1	-0.2
人件費	+4.8	+13.0	11.6	12.0	-0.4
地代家賃	+5.7	+12.1	9.6	9.8	-0.2
減価償却費	+4.0	-0.8	1.6	1.6	+0.0

販管費率33.7%　前期比△1.1pt

・売上の拡大により、販管費率が低下
・国内外で人員増強、賃金の増加
・売上増加に伴い、歩合家賃の上昇
・保管料・輸送費上昇で仕入物流費の増加
・キャッシュレス決済増加

（全従業員数）

人員数	当期末	前期末	増減
連結	12,088	9,052	+3036
国内	5,974	5,813	+161
海外	6,114	3,239	+2875

※海外生産工場を保有する子会社を連結したため、海外が大幅に増加

2025年2月期単体ＰＬ実績

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	**251,288**	**100%**	19,702	8.5%	231,586	100%	246,500	1.9%
売上総利益	**135,444**	**53.9%**	9,980	8.0%	125,464	54.2%		
販管費	**82,704**	**32.9%**	3,085	3.9%	79,619	34.4%		
営業利益	**52,740**	**21.0%**	6,895	15.0%	45,845	19.8%	50,300	4.9%
営業外損益	**1,752**	**0.7%**	-622	-	2,374	1.0%		
経常利益	**54,492**	**21.7%**	6,273	13.0%	48,219	20.8%	52,000	4.8%
特別損益	**156**	**0.1%**	599	-	-443	-0.2%		
税引前利益	**54,648**	**21.7%**	6,872	14.4%	47,776	20.6%		
法人税等	**16,786**	**6.7%**	1,909	12.8%	14,877	6.4%		
当期純利益	**37,862**	**15.1%**	4,963	15.1%	32,899	14.2%	35,300	7.3%

発行済株式総数　247,618,938株　　期中平均株式数　247,616,733株

１株当たり当期純利益　152円91銭

海外セグメント

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	**259,095**	237,874	8.9%	**116,605**	107,586	8.4%	-3498	-1262	**372,202**	344,197	8.1%
	構成比	69.6%	69.1%	-	31.3%	31.3%	-	-0.9%	-0.4%	100%	100%	-
セグメント利益	金額	**53,096**	45,725	16.1%	**9,471**	9,893	-4.3%	-17	52	**62,550**	55,671	12.4%
	構成比	84.9%	82.1%	-	15.1%	17.8%	-	0.0%	0.1%	100%	100%	-

PL為替レート　韓国　100won=¥11.13(前期¥10.79)　　台湾　1$=¥4.72（前期=¥4.52）
米国　1$=¥151.43（前期¥140.54）

韓国

100WON＝	¥11.13		¥10.79			（現地通貨ベース）				連結調整前
	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	**73,086**	**100%**	66,331	100%	10.2%	**656,659**	**100%**	614,752	100%	6.8%
売上総利益	**32,645**	**44.7%**	31,297	47.2%	4.3%	**293,309**	**44.7%**	290,056	47.2%	1.1%
販管費	**26,210**	**35.9%**	24,941	37.6%	5.1%	**235,497**	**35.9%**	231,152	37.6%	1.9%
営業利益	**6,434**	**8.8%**	6,355	9.6%	1.2%	**57,812**	**8.8%**	58,903	9.6%	-1.9%

台湾　売上高　118億円（前期比+1.0%）　現地通貨ベース　25億台湾$
米国　売上高　313億円（前期比+7.2%）　現地通貨ベース　207百万米$

2025年2月期連結ＰＬ実績

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	**372,202**	**100%**	28,005	8.1%	344,197	100%	371,500	0.2%
売上総利益	**187,816**	**50.5%**	12,222	7.0%	175,594	51.0%		
販管費	**125,265**	**33.7%**	5,343	4.5%	119,922	34.8%		
営業利益	**62,550**	**16.8%**	6,879	12.4%	55,671	16.2%	61,800	1.2%
営業外損益	**2,068**	**0.6%**	-95	-4.4%	2,163	0.6%		
経常利益	**64,618**	**17.4%**	6,784	11.7%	57,834	16.8%	63,300	2.1%
特別損益	**-48**	**0.0%**	528	-91.7%	-576	-0.2%		
税引前利益	**64,570**	**17.3%**	7,313	12.8%	57,257	16.6%		
法人税等	**19,103**	**5.1%**	1,993	11.6%	17,110	5.0%		
非支配株主利益	**108**	**0.0%**	-29	-21.2%	137	0.0%		
親会社株主に帰属する当期純利益	**45,358**	**12.2%**	5,349	13.4%	40,009	11.6%	43,200	5.0%

発行済株式総数　247,618,938株　　期中平均株式数　247,616,733株

１株当たり当期純利益　183円18銭

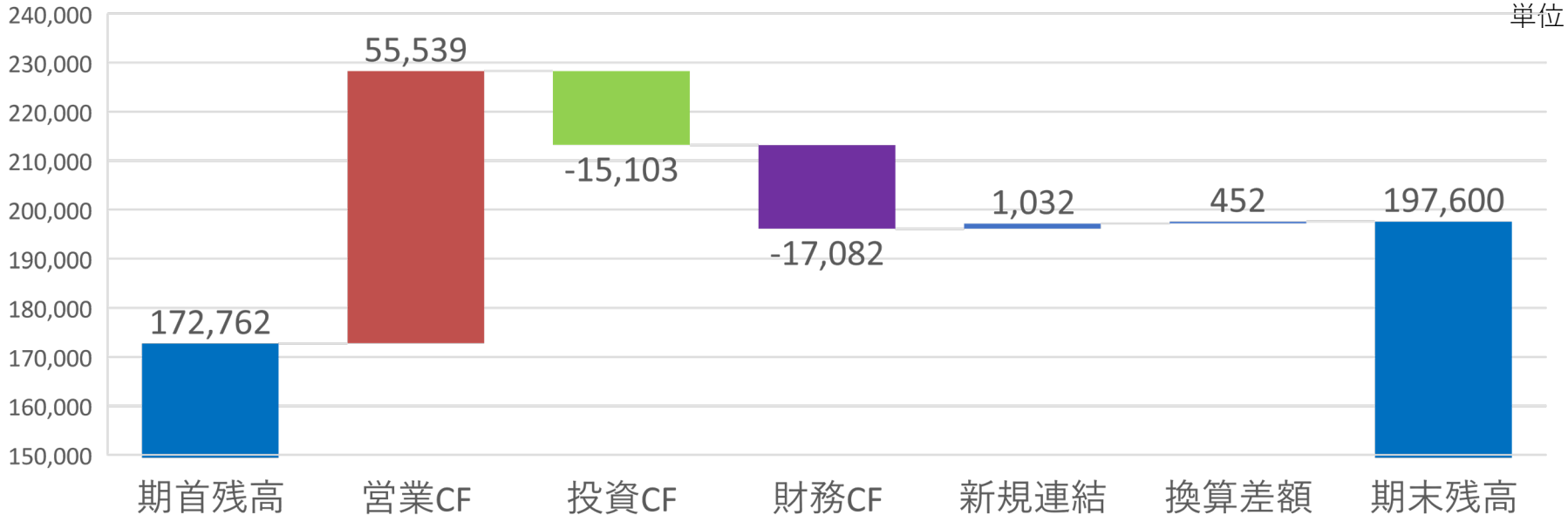
2025年2月末連結・単体BS実績

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	**317,500**	288,627	28,873	**241,744**	221,863	19,881
現金及び預金	**195,721**	167,208	28,513	**161,733**	143,277	18,456
売上債権	**15,744**	16,262	-518	**8,250**	8,400	-150
棚卸資産	**91,543**	88,942	2,601	**52,563**	49,996	2,567
固定資産	**101,224**	98,708	2,516	**97,629**	95,817	1,812
有形無形固定資産	**51,921**	46,662	5,259	**40,461**	36,632	3,829
その他投資	**49,302**	52,046	-2,744	**57,167**	59,185	-2,018
資産計	**418,725**	387,336	31,389	**339,373**	317,681	21,692
流動負債	**47,333**	43,972	3,361	**36,253**	33,996	2,257
固定負債	**1,643**	1,709	-66	**1,180**	1,055	125
負債計	**48,977**	45,681	3,296	**37,433**	35,051	2,382
株主資本等	**341,938**	313,841	28,097	**295,985**	275,456	20,529
評価・換算差額等	**25,389**	25,603	-214	**5,954**	7,172	-1,218
非支配株主持分	**2,420**	2,209	211			
純資産計	**369,747**	341,654	28,093	**301,940**	282,629	19,311
負債・資本計	**418,725**	387,336	31,389	**339,373**	317,681	21,692

2025年2月期連結CF実績

単位：百万円



現金及び現金同等物残高　1,976億円　（前期比+248億円）

営業CF：　+555億円　（前期比43億円収入増）

税金等調整前当期純利益+645億円、減価償却費+57億円、
仕入債務+60億円、受取利息及び受取配当金△14億円、
子会社清算益△7億円、法人税支払△198億円

投資CF：　△151億円　（前期比36億円支出増）

定期預入△49億円、有形無形固定資産取得の支出△109億円、
事業譲渡による支出△23億円、子会社清算による収入+13億円

財務CF：　△170億円　（前期比15億円支出減）

配当支払△173億円

3月度概況

単位%		当年3月	（ご参考）前年3月
既存店	売上高	+4.1	+10.7
	客数	+2.6	+2.3
	客単価	+1.4	+8.3
全店	売上高	+4.5	+9.7
	客数	+2.6	+1.2
	客単価	+1.8	+8.4
	出店数	6	5

●出店6　閉店6

●学需用品、新作スニーカー好調

・PUMA　厚底スニーカー

・Cococee　パンプス

・HAWKINS スニーカー　等

販促活動

サステナビリティ

当期においてもサステナビリティ商品の取り扱いを拡大しました。

自社商品

ペットボトルなどのリサイクル素材を使用

NIKE

リサイクル素材を重量の20%以上使用

VANS

サステナブルな素材を使用

2026年２月期の戦略

ABC-MART, INC.

2025年4月

代表取締役　野口　実

販売戦略

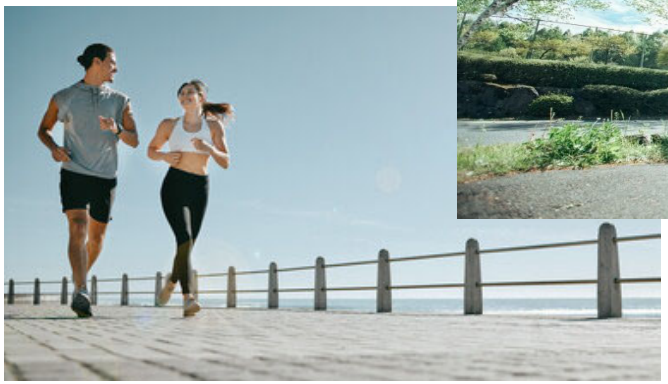
●国内需要とインバウンド需要を取り込むための商品政策の実施

●ABC-MARTグループのスケールメリットを活かした販促活動

- カテゴリー戦略①　スポーツ、シューズ以外の商品
- カテゴリー戦略②　サンダル、ブーツ
- インバウンド

カテゴリー戦略①

- 2025年、世界的な健康志向の高まりにより、**ランニング＆ウォーキング**の要素をファッションに取り入れる動きが浸透。ライフスタイルとスポーツの融合が加速していくものと予想します。これらの需要を取り込むための商品戦略を実施していきます。
- 『**ハンズフリー市場**』では、新しいマーケットを開拓するため、**スニーカー以外の商品カテゴリー（サンダル・ブーツ）**にも拡充していきます。
- 売り場面積の拡大にあわせ、**アパレルやCAPなどの商品展開**を増やし、シューズ以外の売上も拡大していきます。



カテゴリー戦略②

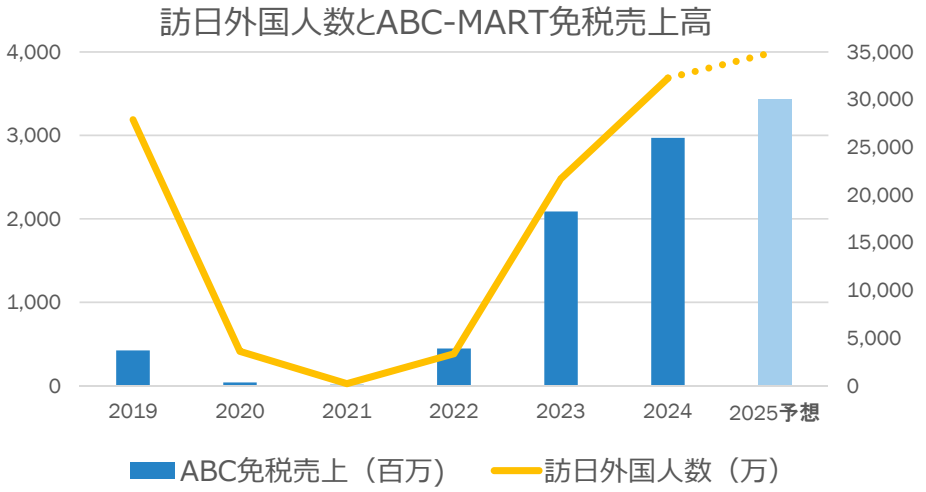
- **シーズナル商品**の需要が増しています。実需に強い商品をファッションを切り口に拡販していきます。
- 春夏シーズンはトレンドの**厚底サンダル**や新しい切り口のハンズフリーサンダルを、
  秋冬シーズンは**レザーブーツ**を展開していきます。
- 昨年からトレンドの　6インチ ブーツ、ラグソールのワークブーツを中心に品揃えを強化していきます。

STUMPTOWN
BOOTS & RECRAFTING

- 2025年秋、レザーシューズ専門店『STUMPTOWN』が京都と仙台にオープン予定。（現在、工房は渋谷のみ）
- DannerやWHITE'S BOOTS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

インバウンド

- 2025年の訪日外国人数は4千万人※を超えると見込み、**インバウンド向けの商品**の企画開発を推進していきます。
- JAPAN LIMITED、EXCLUSIVE モデルなど、**日本（ココ）** でしか買えない商品の販売を強化します。
- ABC-MARTグループ　４ヵ国（日本、韓国、台湾、ベトナム）で新作同時リリース、共同販促を実施します。
  ＊グローバルに販促を展開することで、世界でのABC-MARTの認知度を高めていきます。



※訪日外国人数は、日本政府観光局（JNTO）HPより引用。
※2025年2月末現在の免税対象店舗は、337店舗。

店舗戦略

●グランドステージのインバウンド対策

●様々な顧客層を取り込むための店舗面積の拡大、業態開発

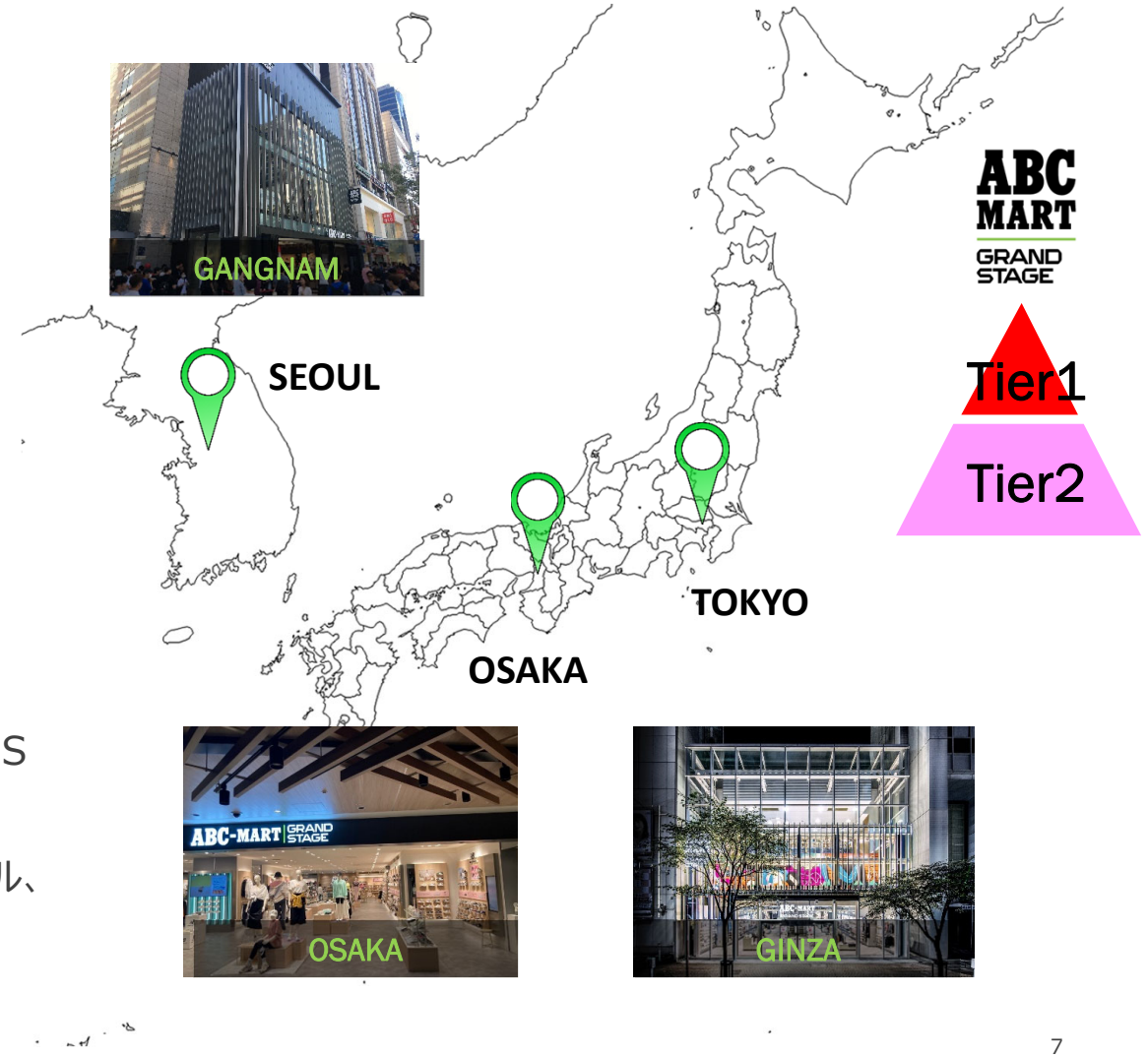
- グランドステージ４．０
- 店舗の大型化と多業態展開
- バナー展開構想

グランドステージ４．０
～『 アジア から世界に 』

- **リアル店舗を<u>メディア化</u>**した発信型のショップ、第４世代の『GRANDSTAGE』がオープンしました。

  2025.2.28　大阪　ルクアイーレ
  2025.3.28　銀座
  2025.5.1予　韓国ソウル　江南（カンナム）

- インバウンド需要が高まる今、『GRANDSTAGE』のブランド浸透により、アジア進出を加速します。
- ３．０業態と同様、DIGITAL・APPAREL・WOMENSが基本コンセプト。
- ファッショントップのTier１の　旗艦店、トップファッションビル、大型SCのみで展開します。
- 将来的には、２０店舗まで出店を拡大していきます。



#MYSTYLE　#MYGRANDSTAGE

グランドステージ４．０

POPUPスペース

最新商品情報発信スペース

DIGITAL

店舗メディア・デジタルマネキン

NEW ITEM

フラッグシップSHOP特別商品

FLEXIBLE KIOSK SOUVENIR&CUSTOM EVENT

海外のお客様のお土産提案エリア・メーカーイベントエリア

VENDHING MACHINE

CUSTOM EVENT

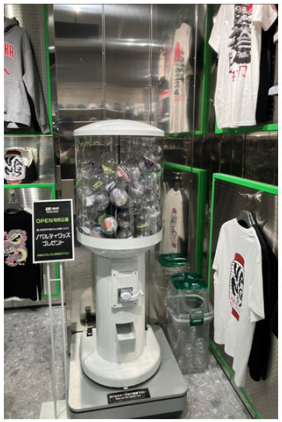
GRANDSTAGE 4.0
LUCUA

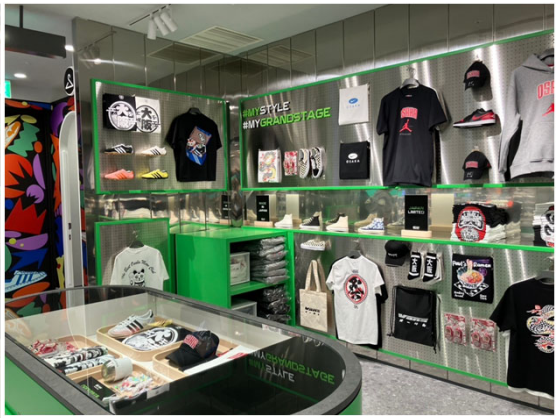
GRANDSTAGE 4.0 LUCUA　2/28OPEN

デジタルマネキン

デジタルサイネージPOP

お土産・イベントカスタムコーナー

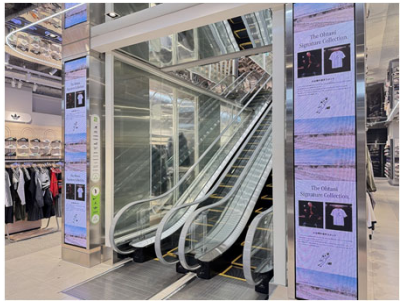




試着室

GRANDSTAGE 4.0
GINZA

GRANDSTAGE 4.0 GINZA　3/28OPEN



左　1F

右　2F

店舗の大型化と多業態展開

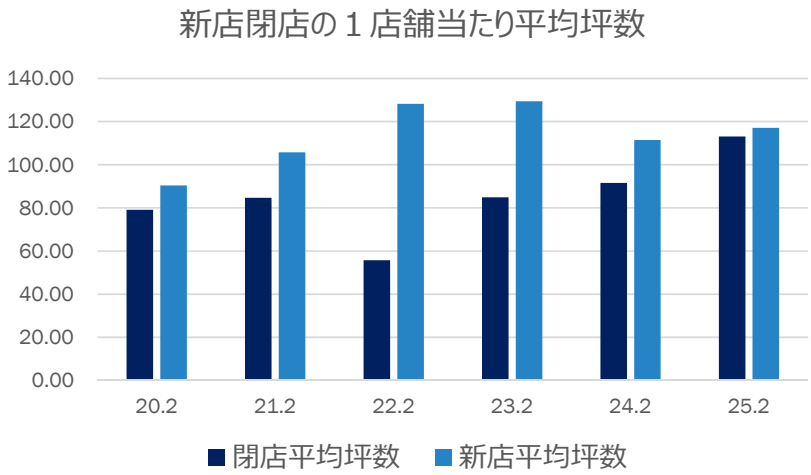
- 既存店のスクラップ＆ビルドを図り、好立地への移転と増床改装、業態変更を進めていきます。
- **売り場面積の拡大**を図り、ファッションを切り口に、**アパレル等シューズ以外**の商品ラインナップを強化します。
- **複合業態の出店**を進めることにより、販売効率（坪売上）を向上させ、**売上の最大化**を図ります。
- IT（アプリ）・人・在庫・家賃など、多業態展開のメリットを最大限活かし、店舗あたり利益を高めていきます。

ABC MART GRAND STAGE

OSHMAN'S

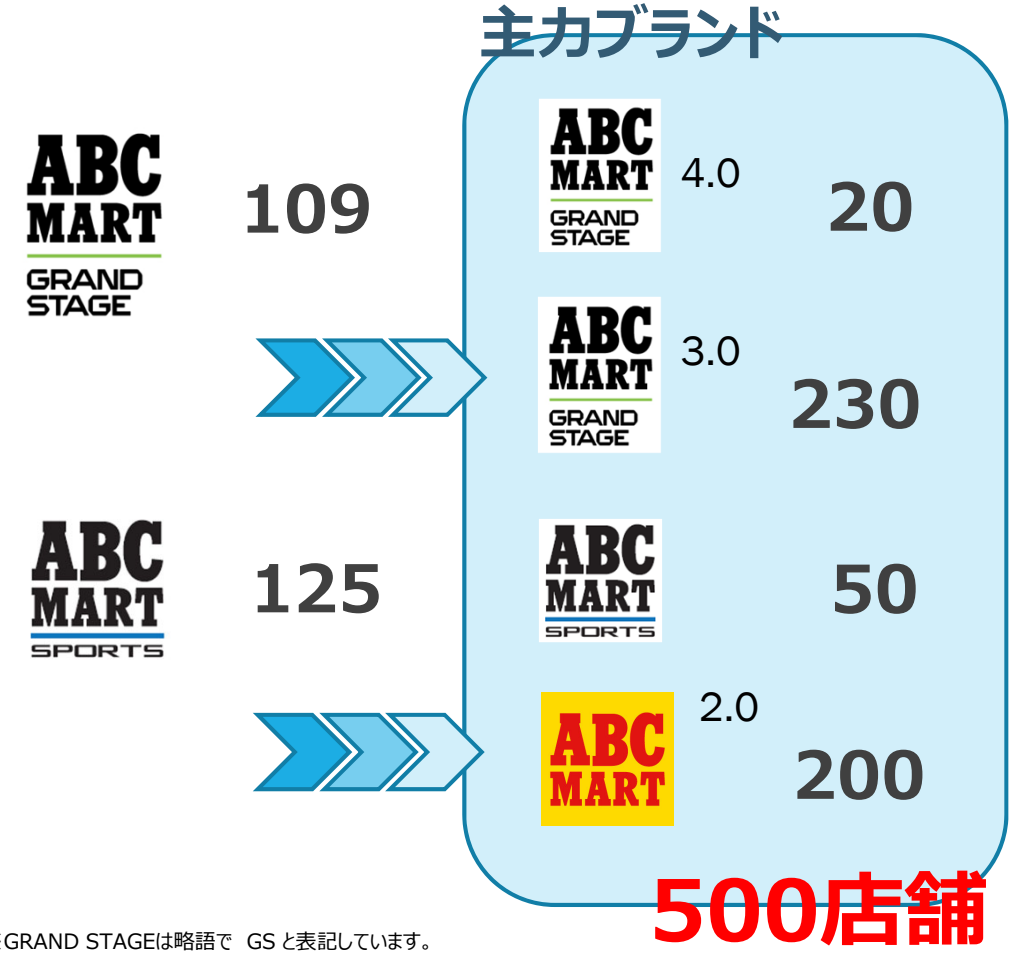
ABC MART

BILLY'S



※2025年2月期中に、大型アウトレット店が複数閉店したことから、閉店店舗の平均坪数が増加しました。（九州マリノアシティ・千歳アウトレット）

バナー展開構図



※GRAND STAGEは略語で GS と表記しています。

- 将来、主力ブランド ５００店舗展開で、ABC国内売上の７０%強をカバーする構想です。
- GS４．０業態は現在のGS３．０業態から、GS３．０業態は現在のGSとABC-MART SPORTSから業態変更し、アップブレードします。
- ABC２．０業態は２００店舗まで拡大を想定。
- BILLY'S、OSHMAN'Sは３０店舗目標です。

BILLY'S 16 → 30

OSHMAN'S 18 → 30

海外戦略

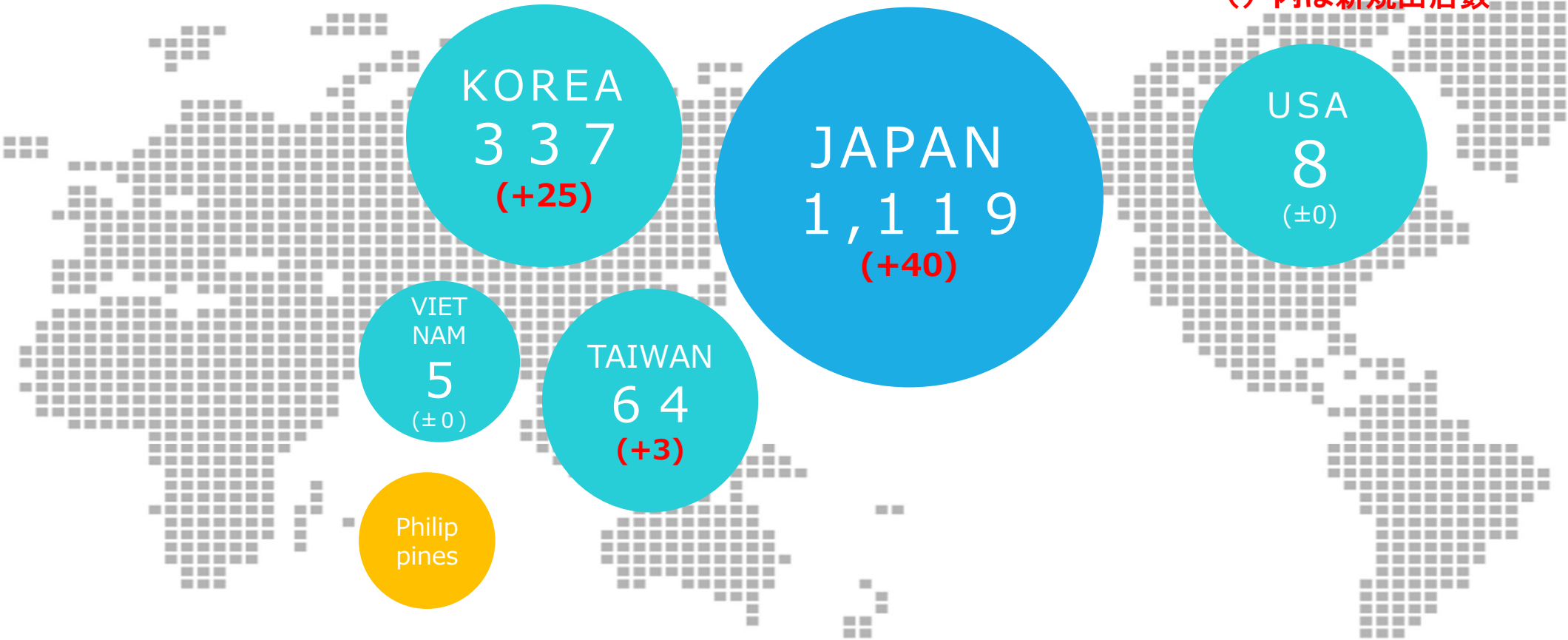
●アジアへの進出拡大

- 海外ネットワーク
- 海外事業計画

海外ネットワーク

2026年2月期末予想

（）内は新規出店数



ABC-MARTグループ　店舗数　１，５３３

海外事業計画

	マーケット環境	事業計画
韓国	2024年末からの政局悪化により、経済が悪化。消費マインドも低迷している。 靴大手マルチショップが撤退し、寡占化が進んでいる。 一方で、日・中・台からのインバウンドは増加。 ハイエンドスニーカーやブーツがトレンド。ランニングブーム。	・GS4.0業態出店。将来、30店舗出店構想。 ・地域全体管理から店舗中心管理体制に転換。売上の好調な店舗に経営資源を投下していく。 ・ランニングブランド取り扱い店舗の拡大。 ・生産性増大のためのスマートワークテクノロジー導入戦略推進。
米国	米国新政権が発足。マーケット全体がインフレとセール過多の影響で業界全体が苦戦している。関税政策などで、海外調達製品や部材の輸入コストの上昇が懸念されている。消費動向はプロパーよりも割引セール商品へ。	・卸売については、カテゴリー毎に販売戦略を見直していく。 好調なライフスタイル、アウトドア、ミリタリーは販売強化。 ・Eコマースはセール販売が継続。ECサイトのアイテム選定強化。 ・主に製品開発への投資、品質管理の維持向上に注力。
台湾	アウトバウンドが増加の一方で、インバウンドも増加。 AI関連の産業は好調だが、地政学的リスク懸念あり。 小売りは競争が激化。ディスカウントマーケット継続。	・3/20三井不動産ららぽーと台北南港にGSを出店。 ・メーカーSMU商品を多数展開。好調なキッズカテゴリー注力。 ・ハンズフリーシューズも展開。
ベトナム	中間所得層の拡大によって消費の拡大が見込まれる。 EC市場が急速に拡大。SNSに慣れている若年層の購買行動に期待。	・1/5 OnlineStoreオープン　ECを強化していく。 ・メーカーSMU商品を多数展開。
フィリピン	若年層・就業人口が増加、経済成長が見込まれる。	・合弁会社を設立。秋に１号店の出店を計画。

小売事業計画

小売事業計画

				2026年2月期		
			前期実績	上期見込	下期見込	**通期見込**
国内	ABC-MART事業	既存店増収率%	+8.7	+4.2	+2.5	**+3.3**
		全店増収率%	+8.7	+4.8	+4.7	**+4.8**
		出店数	34	19	16	**35**
		閉店数	34	12	8	**20**
		期末店舗数	1,081	1,088	1,096	**1,096**
国内	OSHMAN'S事業	出店数	5	3	2	**5**
		閉店数	1	0	0	**0**
		期末店舗数	18	21	23	**23**
海外 ※フィリピン除く		出店数	23	14	14	**28**
		閉店数	15	11	3	**14**
		期末店舗数	400	403	414	**414**

出店計画の概要

- ABC単体は、３５店舗の新規出店、２０店舗の閉店、５０店舗の改装（うち増床30店舗）を計画。
- GRANDSTAGE　4.0　パイロットショップを銀座と大阪に出店。大阪万博によるインバウンド需要の取り込み強化。
- 同一施設での多業態出店強化。GRANDSTAGE、ABC-MART 2.0、ABC-MART SPORTS、BILLY'S、OSHMAN'S。ららぽーと愛知東郷店、ミナモア店（広島）、ららぽーと安城店（愛知）、ららぽーと名古屋みなとアクルス店、沖縄アウトレットモールあしびなー店、二子玉川店
- BILLY'Sは、西日本エリアに５店舗出店見込み。
- OSHMAN'Sは、年間５店舗出店計画。3月に旗艦店の二子玉川店が3/28リニューアルオープン。
  ABCとの共同出店：ミナモア（広島）3/24、ららぽーと安城（愛知）4/18
- 韓国は、GRANDSTAGE　4.0　ソウルの江南に出店。スクラップ＆ビルドでGRANDSTAGE業態への転換が進む。
  ２５店舗の新規出店、１４店舗の閉店、１５店舗の改装を計画。
- 台湾は、ららぽーと台北南港にGRANDSTAGEを出店。他２店舗を新規出店予定。西門店を改装予定。
- 東南アジア　2か国目の進出となる フィリピンでの出店を準備中。

“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

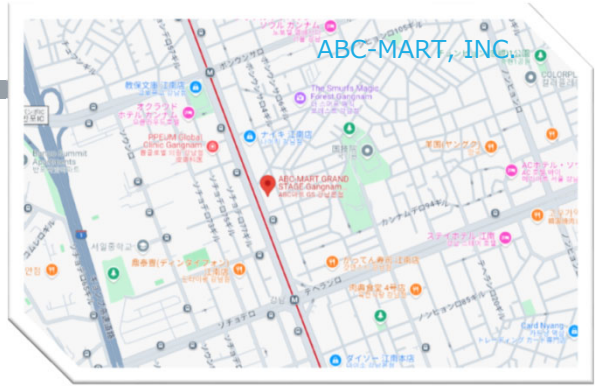
オッシュマンズ

This Feels Good Renewal Store Concept

アスリートやスポーツをする人だけの存在じゃない
「からだを動かすのが好き」な人のためにわたしたちはある。
カラダを動かせば、ココロが震える。その瞬間を感じて欲しい。
汗を流す喜びをもっともつと自由に。みんなのものに。そしてあたりまえのカルチャーに
そのきっかけになるのがオッシュマンズです。

OSHMAN’S 二子玉川 3/28 G.OPEN

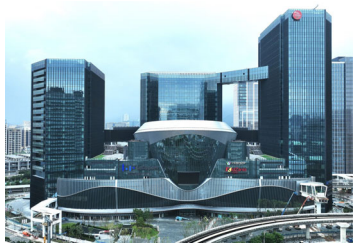
韓国

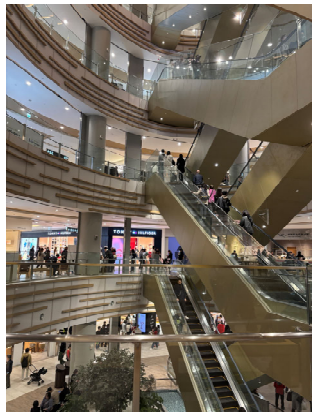


GRANDSTAGE 4.0 Gangnam（江南本店） 5/1 OPEN予定

※イメージパース

台湾



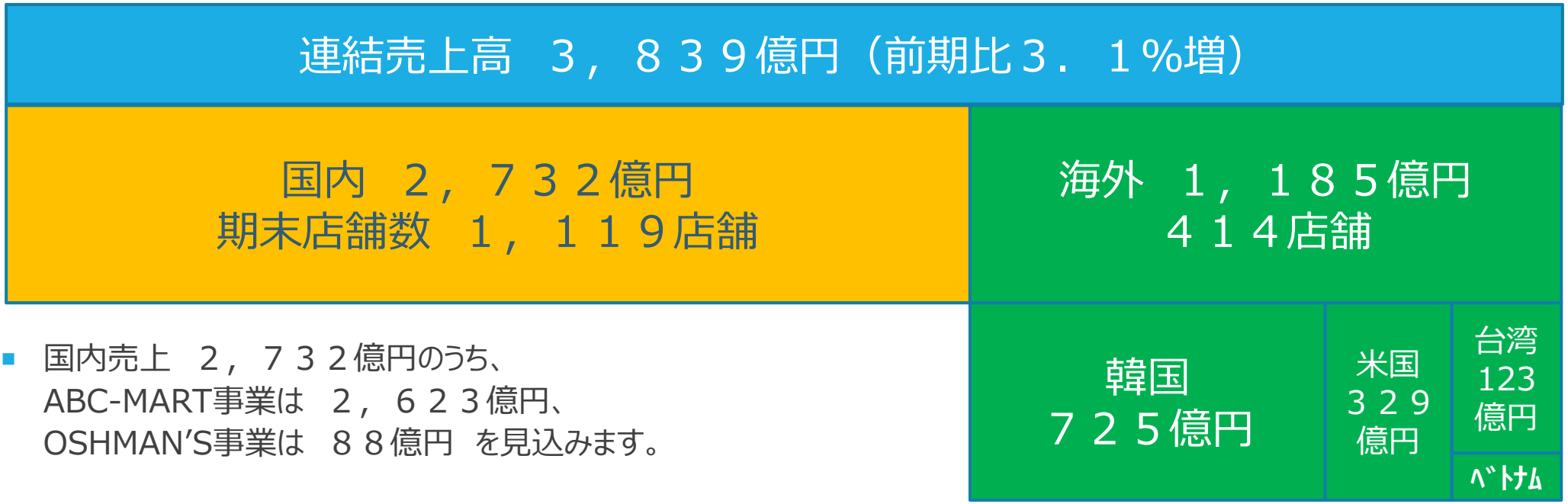


GRANDSTAGE ららぽーと台北南港店　3/20 G.OPEN

売上利益計画

連結売上高

- ２０２５年は、円高、物価高のほか、様々な要因により厳しい業況となる見通しですが、
- 当社グループは、連結売上高　３，８３９億円　を目指していきます。（過去最高）



- 国内売上　２，７３２億円のうち、
  ABC-MART事業は　２，６２３億円、
  OSHMAN'S事業は　８８億円　を見込みます。

単体業績

（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				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）

単体業績（上期・下期）

●売上高　上期　既存店前期比＋4.2％　全店＋4.8％。
　　下期　前期比＋2.5％　全店＋4.7％。
●売上総利益　ナショナルブランドが強い上期が前期比△0.1pt。
　　下期は粗利が高めの自社ブーツ販売強化で前期比＋0.5pt。
●営業外損益　子会社からの受取家賃・受取利息が増加。
●特別損益　前期計上の子会社清算に伴う特別利益分減少。減損損失・除却損は前期並み。

金額単位：百万円	2026年2月期 上期				2025年2月期		2026年2月期 下期				2025年2月期	
	上期計画	売上比	前期比	前期比	前上期実績	売上比	下期計画	売上比	前期比	前期比	前下期実績	売上比
売上高	**133,200**	**100%**	+5,739	+4.5%	127,461	100%	**129,100**	**100%**	+5,274	+4.3%	123,826	100%
売上総利益	**72,500**	**54.4%**	+2,976	+4.3%	69,524	54.5%	**69,300**	**53.7%**	+3,380	+5.1%	65,920	53.2%
販管費	**44,300**	**33.3%**	+2,936	+7.1%	41,364	32.5%	**43,700**	**33.8%**	+2,360	+5.7%	41,340	33.4%
営業利益	**28,200**	**21.2%**	+40	+0.1%	28,160	22.1%	**25,600**	**19.8%**	+1,020	+4.1%	24,580	19.9%
経常利益	**29,000**	**21.8%**	+95	+0.3%	28,905	22.7%	**26,900**	**20.8%**	+1,313	+5.1%	25,587	20.7%
当期純利益	**19,700**	**14.8%**	+216	+1.1%	19,484	15.3%	**18,400**	**14.3%**	+23	+0.1%	18,377	14.8%
（主な販管費）												
広告宣伝費	**2,286**	**1.7%**	+535	+30.6%	1,751	1.4%	**2,174**	**1.7%**	+43	+2.0%	2,131	1.7%
仕入物流費	**2,430**	**1.8%**	+131	+5.7%	2,299	1.8%	**2,501**	**1.9%**	+113	+4.7%	2,388	1.9%
人件費	**14,401**	**10.8%**	+995	+7.4%	13,406	10.5%	**14,539**	**11.3%**	+1,029	+7.6%	13,510	10.9%
地代家賃	**13,882**	**10.4%**	+723	+5.5%	13,159	10.3%	**13,618**	**10.5%**	+664	+5.1%	12,954	10.5%
減価償却費	**1,749**	**1.3%**	+77	+4.6%	1,672	1.3%	**1,774**	**1.4%**	+29	+1.7%	1,745	1.4%

海外セグメント

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。

連結業績

金額単位：百万円	2026年2月期 通期				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　＋１１６億９８百万円
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　＋７３億８４百万円
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。

連結業績（上期･下期）

	2024.6	2024.12	2025
AverageRT	7months	13months	Forcast
KRW	11.30	11.13	10.30
USD	152.31	151.43	148.00
NTD	4.78	4.72	4.50

（上期減益要因）
●前上期は、前期通期決算よりも大幅に円安だったことから、上期の伸び率は低い。
●連結売上高に占める海外セグメントの為替影響は、通期で前期比△67億円。

金額単位：百万円	2026年2月期 上期				2025年2月期		2026年2月期 下期				2025年2月期	
	上期計画	売上比	前期比	前期比	前上期実績	売上比	下期計画	売上比	前期比	前期比	前下期実績	売上比
売上高	**190,800**	**100%**	+2,420	+1.3%	188,380	100%	**193,100**	**100%**	+9,278	+5.0%	183,822	100%
売上総利益	**98,200**	**51.5%**	+1,657	+1.7%	96,543	51.2%	**97,000**	**50.2%**	+5,728	+6.3%	91,272	49.7%
販管費	**65,000**	**34.1%**	+2,507	+4.0%	62,493	33.2%	**66,200**	**34.3%**	+3,428	+5.5%	62,772	34.1%
営業利益	**33,200**	**17.4%**	-850	-2.5%	34,050	18.1%	**30,800**	**16.0%**	+2,300	+8.1%	28,500	15.5%
経常利益	**34,250**	**18.0%**	-871	-2.5%	35,121	18.6%	**31,750**	**16.4%**	+2,254	+7.6%	29,496	16.0%
当期純利益	**23,610**	**12.4%**	-533	-2.2%	24,143	12.8%	**21,920**	**11.4%**	+705	+3.3%	21,215	11.5%
（主な販管費）												
広告宣伝費	**3,860**	**2.0%**	+539	+16.2%	3,321	1.8%	**4,400**	**2.3%**	-162	-3.6%	4,562	2.5%
仕入物流費	**3,470**	**1.8%**	-88	-2.5%	3,558	1.9%	**3,500**	**1.8%**	-12	-0.3%	3,512	1.9%
人件費	**22,720**	**11.9%**	+824	+5.4%	21,896	11.6%	**23,450**	**12.1%**	+1,986	+9.3%	21,464	11.7%
地代家賃	**18,590**	**9.7%**	+689	+3.8%	17,901	9.5%	**18,520**	**9.6%**	+863	+4.9%	17,657	9.6%
減価償却費	**2,960**	**1.6%**	+129	+4.6%	2,831	1.5%	**3,110**	**1.6%**	+160	+5.4%	2,950	1.6%