



by Lin.&Red

2026年2月期

株式会社 **しまむら**

第3四半期決算説明会

2025年12月22日

しまむらのグループ



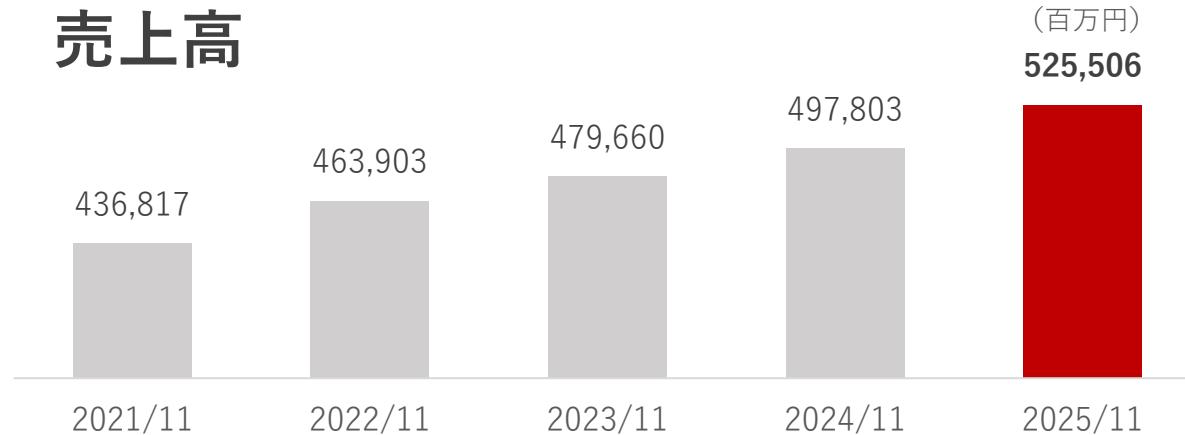
1. 2026年2月期 第3四半期サマリー
および決算概要 P 3
2. 各事業の取り組み P10
3. 成長戦略の取り組み P18
4. 2026年2月期 連結業績予想 P22
5. 株式分割について P24

2026年2月期 第3四半期サマリー（連結）

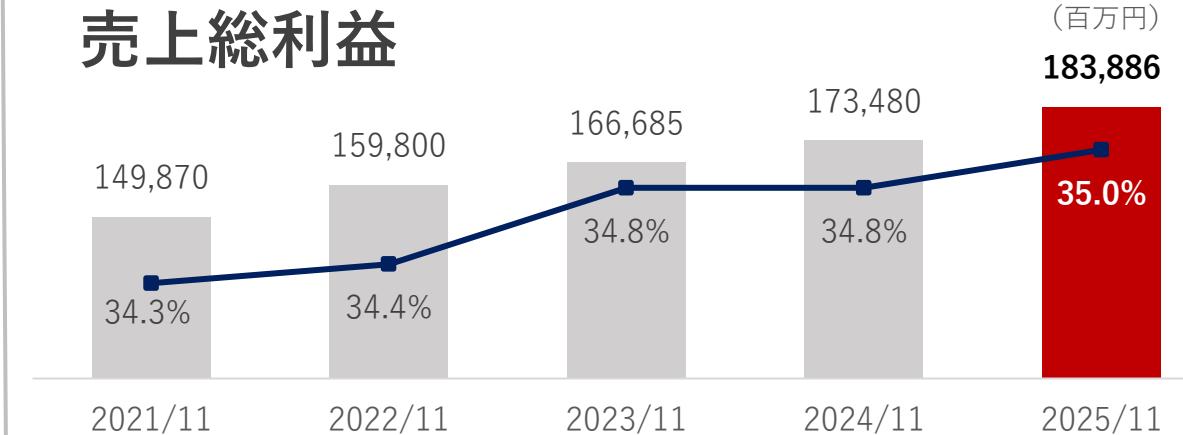
しまむら・グループ

■ 売上高・売上総利益高・営業利益高・当期純利益高は、いずれも過去最高を更新。

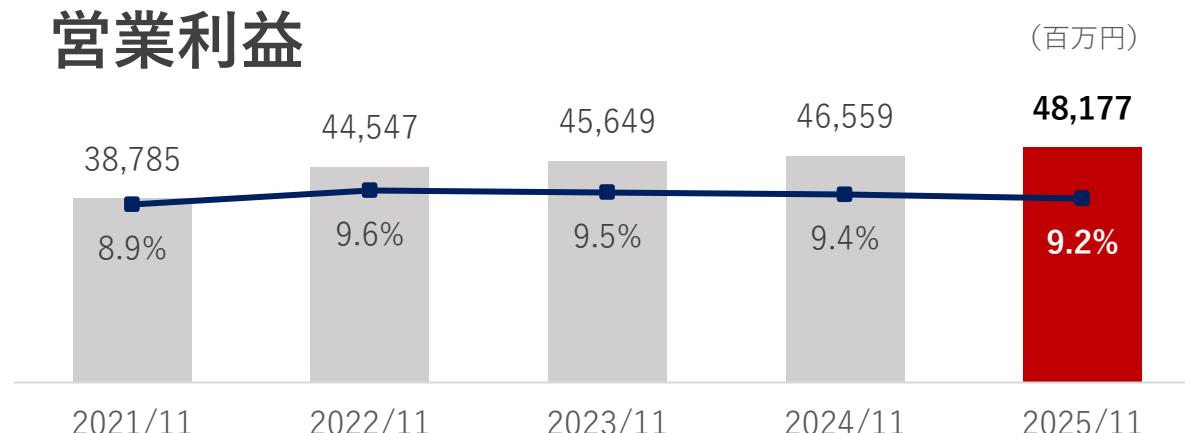
売上高



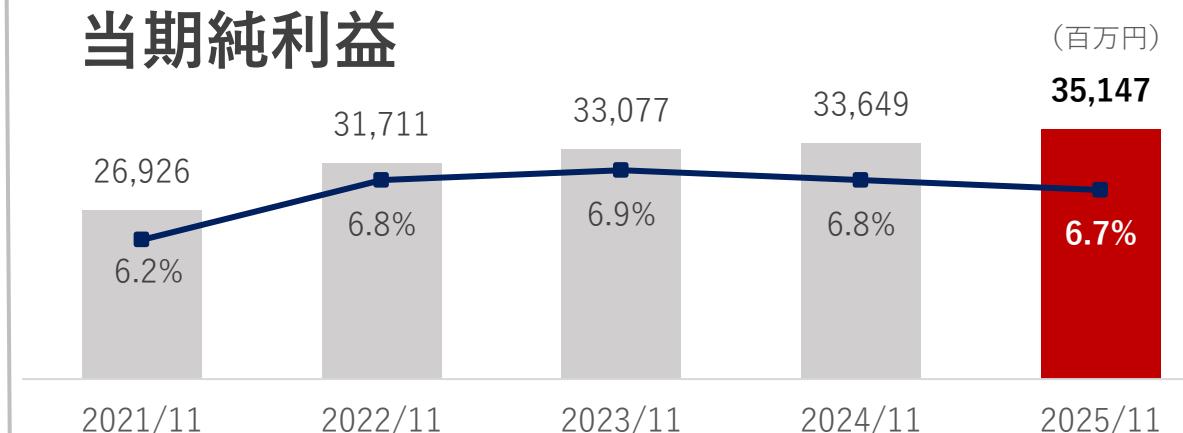
売上総利益



営業利益



当期純利益



■ 売上高および各利益高は、概ね計画通りで着地。

値入率の改善が進み、売上総利益率が上昇。販管費率は、人件費や運賃が上昇したものの、概ね計画通りにコントロールできた。

(百万円、%)

	25年3Q累計	売上比	前期比	24年3Q累計	売上比	前期比
売上高	525,506	100.0	105.6	497,803	100.0	103.8
売上総利益	183,886	35.0	106.0	173,480	34.8	104.1
販売管理費	136,736	26.0	106.8	127,975	25.7	104.8
営業利益	48,177	9.2	103.5	46,559	9.4	102.0
経常利益	49,975	9.5	104.7	47,752	9.6	102.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	35,147	6.7	104.5	33,649	6.8	101.7
1株当たり当期純利益	478.14円	—	—	457.78円	—	—

■ 販管費は、概ね計画通りにコントロール。

人件費は、主に賃上げの影響で前期比 8.1% 増加。広告宣伝費は、重点催事の強化で前期比 3.4% 増加。

1 店舗当たりの売上高の上昇で、賃借料率は低下。

(百万円、%)

	25年3Q累計	売上比	前期比	24年3Q累計	売上比	前期比
給与	60,508	11.5	108.1	55,990	11.2	107.3
人件費合計	71,524	13.6	108.1	66,145	13.3	107.6
広告宣伝費	8,944	1.7	103.4	8,646	1.7	99.3
販売費合計	15,828	3.0	105.8	14,967	3.0	102.4
消耗品費・陳列器材	2,491	0.5	135.5	1,838	0.4	108.3
EDP費	1,298	0.3	83.0	1,563	0.3	85.3
営業費合計	8,491	1.6	114.1	7,444	1.5	103.8
賃借料	24,961	4.8	100.9	24,744	5.0	100.9
減価償却費	5,030	1.0	111.3	4,521	0.9	102.4
設備費合計	37,021	7.1	104.0	35,610	7.1	101.1
一般費合計	3,870	0.7	101.7	3,807	0.8	104.8
販管費合計	136,736	26.0	106.8	127,975	25.7	104.8

連結業績 貸借対照表

しまむら・グループ

- 資産 … 資金運用の拡大、新店・改装の増加などで資産合計は前年同期末比 7.0% 増加。
- 負債 … 気温低下に備えた仕入れ拡大にともなう買掛金の増加により前年同期末比 13.2% 増加。

(百万円、%)

	25年11月度末	構成比	前年同期末比	24年11月度末	構成比
流動資産	392,078	63.6	103.1	380,148	65.9
固定資産	224,824	36.4	114.4	196,454	34.1
資産合計	616,902	100.0	107.0	576,603	100.0
流動負債	83,581	13.5	114.3	73,110	12.7
固定負債	10,955	1.8	105.4	10,397	1.8
負債合計	94,536	15.3	113.2	83,507	14.5
株主資本合計	516,108	83.7	105.8	487,775	84.6
その他の包括利益累計額	6,257	1.0	117.6	5,319	0.9
純資産合計	522,366	84.7	105.9	493,095	85.5
負債純資産合計	616,902	100.0	107.0	576,603	100.0

■ 売上高は、国内外すべての事業で前年を上回る。国内売上高は前期比5.4%増。

インフルエンサー やキャラクターとのコラボ企画など、気温に左右されにくい売上作りが奏功。

(百万円、 %)

事業	25年3Q累計	構成比	前期比	24年3Q累計	構成比	前期比
しまむら	389,819	74.2	105.1	371,039	74.5	103.2
アベイル	52,752	10.0	105.2	50,126	10.1	106.3
バースディ	62,681	11.9	107.0	58,602	11.8	105.0
シャンブル	12,423	2.4	110.8	11,214	2.3	102.5
ディバロ	787	0.2	113.0	696	0.1	111.7
しまむら(単体)	518,464	98.7	105.4	491,678	98.8	103.7
思夢樂(台湾)	7,042	1.3	115.0	6,125	1.2	110.6
しまむら(連結)	525,506	100.0	105.6	497,803	100.0	103.8

■ 客数の増加で、既存店売上高もすべての事業で前年を上回る。

重点催事の強化に加え、気温に左右されにくい商品展開が奏功し、すべての事業で客数が増加。

1点単価は、重点催事の特価商品や雑貨の販売が好調で想定を若干下回るも、客数の増加でカバー。 (%)

事業	期間	売上高		客数	客单価	買上点数	1点単価
		既存店	全店				
しまむら	上期	103.6	103.4	102.3	101.1	98.7	102.3
	3Q	108.5	108.3	107.4	100.8	100.6	100.2
	3Q累計	105.2	105.1	104.0	101.0	99.1	101.7
アベイル	上期	102.3	103.3	100.0	103.3	99.5	103.9
	3Q	108.2	109.3	110.2	99.0	101.6	97.1
	3Q累計	104.2	105.2	103.3	101.8	100.1	101.7
バースディ	上期	102.4	105.4	104.6	100.8	97.1	103.9
	3Q	107.7	109.8	111.1	98.7	94.7	104.2
	3Q累計	104.3	107.0	106.8	100.1	96.1	104.1

■ しまむら事業は、値下げの抑制や値入率の改善により、粗利益率は前年比 0.1pt上昇。

バースデイ事業は品揃えの改善が進み、粗利益率は前年並みまで上昇。

(%, pt)

事業	期間	粗利			値下			在庫 高 前年比 (月平均)
		粗利高 前年比	粗利率		値下高 前年比	値下率		
				前年差			前年差	
しまむら	上期	105.0	34.3	+0.5	94.1	6.2	-0.6	-
	3Q	107.0	34.4	-0.4	115.4	6.6	+0.4	-
	3Q累計	105.6	34.3	+0.1	100.8	6.4	-0.2	104.9
アベイル	上期	103.0	38.7	-0.1	113.1	14.7	+1.2	-
	3Q	107.3	39.3	-0.7	130.7	15.2	+2.5	-
	3Q累計	104.4	38.9	-0.3	118.6	14.9	+1.7	108.9
バースデイ	上期	104.4	33.3	-0.3	119.7	6.5	+0.8	-
	3Q	111.0	35.2	+0.4	110.4	4.0	±0.0	-
	3Q累計	106.8	34.0	±0.0	117.2	5.6	+0.5	108.7

2. 各事業の取り組み



■ PB商品が売上を牽引。機能性商品『FIBER HEAT』シリーズは、前年比51.4%増加。

『FIBER HEAT (FH)』シリーズは、気温低下にともない、幅広い服種で売上が増加。

『活き活きラボ』シリーズは、気温に左右されずに安定して売上を確保。

25年3Q累計 PB実績

- PB売上高 前年比 +10.7%



FHシリーズは幅広い服種で好調



『活き活きラボ』がヒット商品に入賞



『日経MJ』の『2025年ヒット商品番付 前頭』に選ばれました。

- 地域特性に応じた品揃えとセグメント販促により、すべての地域で売上高が上昇。
 - 超サプライズセールの成功で客数は大幅増。セール初日の単日売上は過去最高を更新。

地域特性に合わせた販促実施



超サプライズセールは前夜祭を追加



- 都市部での認知度向上のため、ポップアップ店舗の出店を継続。
- オンラインストアは、限定企画や受注生産販売を強化し、売上拡大に寄与。

錦糸町マルイでポップアップ店舗を出店



オンラインストア限定企画が好調



- キャラクター商品は、ラインロビングと新規キャラクター展開で前年比 20.9%増加。
- JBのトレンド商品は、オンラインストアで好調に推移。

キャラクター商品の品揃え拡充



オンラインストア販売の推進



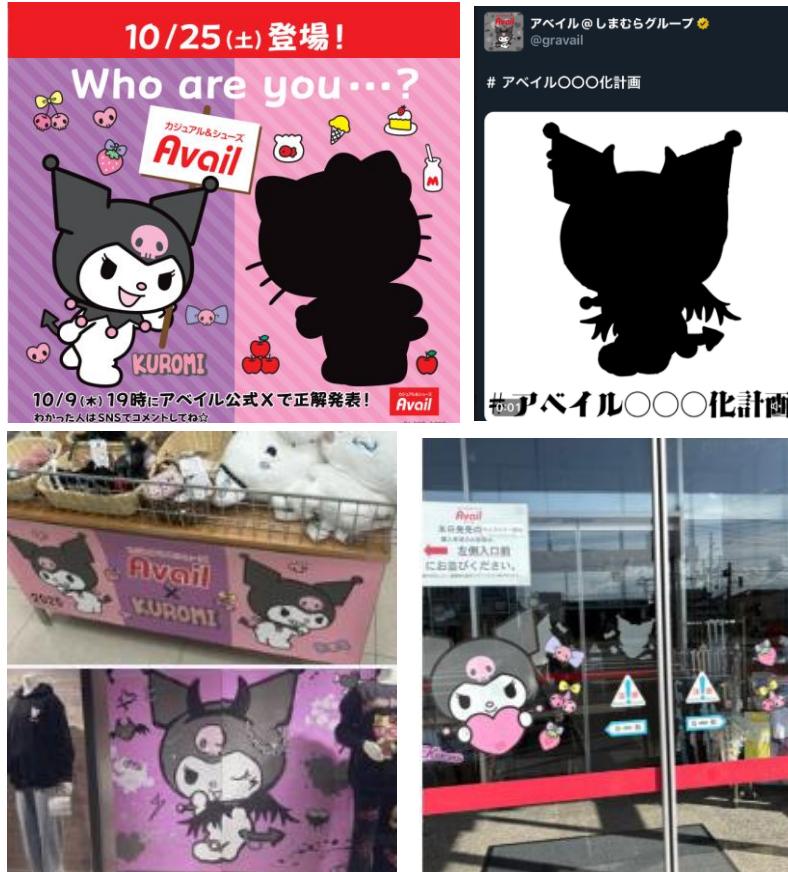
■ 平日の集客対策と認知度向上の施策が客数増につながる。

重点催事の平日開催により、売上が伸長。SNSや販促物、店内BGMを連動させた企画や、札幌コレクション出展など、新しい施策が集客につながり客数が増加。

催事の進化で平日売上を確保



デジタル×リアルの販促企画



札幌コレクションに出展



- 新規ブランド『moi moi（モイモイ）』『&mignon（アンドミニョン）』が好調。
- オンライнстアは、インフルエンサーコラボ商品などの好調で前年比 107.8%増加。

トレンドに合わせて新規ブランドを展開



オンラインストア販売の推進



人気インフルエンサー
Nana
@naaana428

X
バースデイ

■ 重点催事の好調、地域別の品揃えと販促の強化により売上を底上げ。

25周年企画を3回に分けて実施し、客数が大きく増加。また、地域特性に応じた品揃えとセグメント販促ですべての地域で売上高は前年を上回る。イベント出店で、マタニティへの認知度が向上。

25周年企画で客数が増加



地域特性に合わせた販促



マタニティ & ベビーフェスタ（大阪）



3. 成長戦略の取り組み



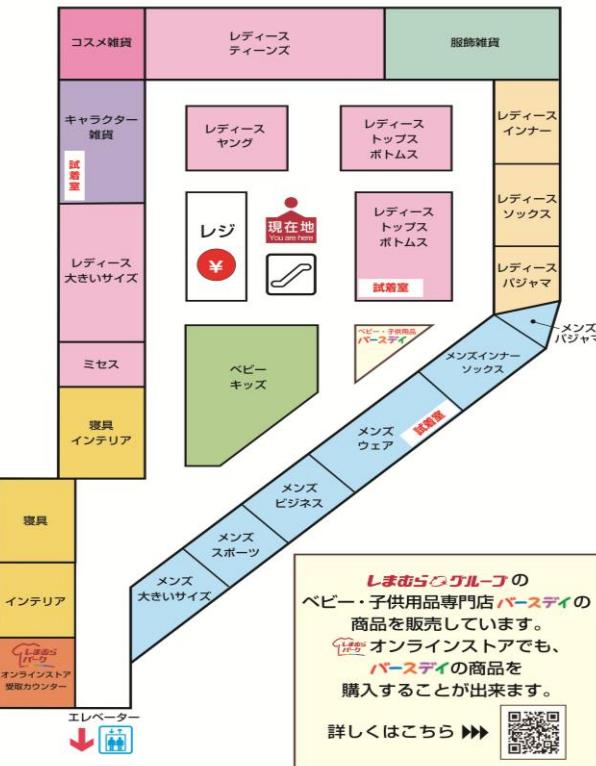
■ 第3四半期時点で 26店舗。年間 50店舗は計画通りに進行。

『しまむら イトーヨーカドー三郷店』『しまむら 西友大森店』が特に順調な売上。

しまむら 西友大森店（東京） 10月30日（木）オープン

都内最大の売場面積 2,016m²

〈しまむら店内案内図〉



オープンセールは大盛況



VMDを強化



オンラインストア受け取りカウンターを設置



バースディのポップアップ店舗を併設

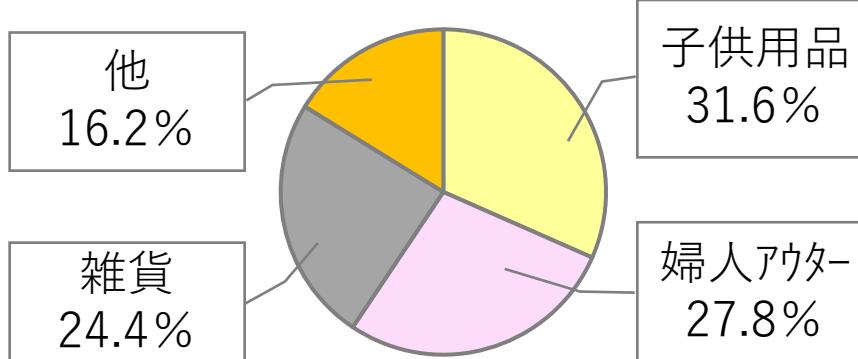


■ 売上高 144億円、前年比 45.9%増加。10月のオンラインストア統合で集客力アップ。

事業別EC売上（3Q累計）

事業	前年比
しまむら	38.9%増
アベイル	26.5%増
バースデイ	107.8%増
シャンブル	117.7%増
ディバロ	NEW

服種別EC売上構成比（3Q累計）



オンラインストア統合により、サイトセッション数が増加



■ タイ（バンコク）にポップアップ店舗を出店。

同時に現地向けの自社ECサイトを開設。また、東南アジア最大級のECモールにも出店。

ポップアップ店舗『SHIMA Park』



オープニングセレモニーは大盛況



ECは複数チャネルで展開

The screenshot shows the homepage of the SHIMA Park website. At the top, there is a logo for "しまパーク SHIMA Park" featuring a cartoon rabbit character. Below the logo, a "Recommended" section displays two products: a black lace-up double-strap tee and a white angel crop top. The website has a clean, modern design with a light gray background and white text. Navigation icons for "Home", "Category", "My Bag", and "Me" are located at the bottom.

しまパーク
SHIMA Park

Recommended

Soft-Charm Lace-Up Double-Strap Tee - The Cute-but-Meet the Soft-Charm Lace-Up

"Ethereal Transcendent" Angel Crop Top - So Cute Ever dreamed of being an angel

Home Category My Bag Me

4. 2026年2月期 連結業績予想



2026年2月期 連結業績予想

しまむら・グループ

- 売上高 … 前期比 4.1%増。 営業利益：前期比 2.4%増の計画。
- 販管費 … 前期比 4.6%増。 人件費は前期比 6.0%増、既存店改装による消耗品や陳列器材も増加の計画。
- 1株当たり配当金 … 年間 205円の見込み。

(百万円、%)

	26年2月期予想	前期比	売上比	25年2月期実績	売上比
売上高	692,640	104.1	100.0	665,358	100.0
売上総利益	240,188	104.0	34.7	230,882	34.7
販売管理費	181,036	104.6	26.1	173,026	26.0
営業利益	60,690	102.4	8.8	59,240	8.9
経常利益	61,990	102.3	8.9	60,596	9.1
親会社株主に帰属する 当期純利益	42,858	102.3	6.2	41,885	6.3
1株当たり純利益	583.07円	—	—	569.83円	—
1株当たり配当金	205円	—	—	200円	—

5. 株式分割について



■ 株式分割の目的

投資単位当たりの金額を引き下げるにより、より投資しやすい環境を整え、当社株式の流動性の向上と投資家層の拡大を図ることを目的とします。

■ 株式分割の概要

① 分割の方法

1株を3株に分割

② 日程

- ・基準日公告日 … 2026年2月5日（木）
- ・基準日 … 2026年2月20日（金）
- ・効力発生日 … 2026年2月21日（土）

■ 株主優待制度の拡充

株式分割と合わせて株主優待の付与水準を引き上げ、優待内容を実質的に拡充します。

決算資料（コーポレートサイトで開示）

- 決算説明会資料（コメント付） … 12月22日（月）
- 決算説明会（質疑応答要旨） … 12月24日（水）
- 決算説明会資料（英語） … 12月25日（木）

将来に関する記述等についてのご注意

本資料に記載されている業績の見通し等の将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定な要素を含んでおります。

実際の業績等は業況の変化等により予想値と異なる場合があります。