



2025年 2 月期 第 2 四半期決算説明会
2024年10月 1 日

しまむらグループ

目次

- | | |
|--------------------|--------|
| 1. 2025年第2四半期 決算概要 | P 3～9 |
| 2. 各事業の取組み | P10～17 |
| 3. 2025年2月期 出店実績 | P18 |
| 4. ESG課題への取組み | P19～20 |
| 5. 2025年2月期 連結業績予想 | P21 |

▽ 国内外の全事業で売上が前年を上回り、売上高と各利益高で過去最高を更新。

▽ 上期店舗数は純増 9 店舗。 下期は出店 28店舗、退店 13店舗、純増 15店舗を計画。

2025年2月期 上期 連結業績

■売上高

3,305 億円

前年比 +4.3%

■売上総利益

1,141 億円

前年比 +4.5%

■営業利益

314 億円

前年比 +4.1%

■当期純利益

221 億円

前年比 +5.5%

出退店実績

■出店

16 店舗

■退店

7 店舗

■店舗数

2,236 店舗

EC事業

■売上高

61.3 億円

前年比 +94.9%

■店舗受取比率

83.9 %

前年比 -4.1pt

2025年2月期業績予想、出退店計画(連結)

■売上高

6,596 億円

前年比 +3.9%

■営業利益

563 億円

前年比 +1.9%

■出店

44 店舗

■退店

20 店舗

■期末店舗数

2,251 店舗

連結業績 損益計算書

▽ 売上高 前期比 4.3%増。 上期として過去最高の売上を更新。

▽ 販管費率 25.2%(前期比 +0.0pt)。 人件費や水道光熱費が上昇も、概ね計画通り。

▽ 営業利益高 314億円(率 9.5%)。 上期として過去最高の営業利益を更新。

(百万円、%)

	24年上期	売上比	前期比	23年上期	売上比	前期比
売上高	330,595	100.0	104.3	316,838	100.0	105.1
売上総利益	114,106	34.5	104.5	109,225	34.5	105.3
販売管理費	83,409	25.2	104.6	79,763	25.2	105.6
営業利益	31,404	9.5	104.1	30,173	9.5	104.3
経常利益	31,987	9.7	104.1	30,725	9.7	103.5
親会社株主に帰属する当期純利益	22,100	6.7	105.5	20,954	6.6	101.6
1株当たり 当期純利益	300.67円	—	—	285.07円	—	—

* 当社は、2024年2月21日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。24年2月期の期首に当該株式分割が行われたとして「1株当たり当期純利益」を算定しております。

▽ PB・JBの進化、重点催事やフェアによる集客力の向上、地域・個店対応の強化などにより、国内全事業の売上高は前期比で 4.3%増。

▽ **思夢楽**はオリジナル商品の拡充や新規取り扱い商品の拡大、デジタル販促の強化などにより、売上高前期比 10.2%と大きく伸長。上期として過去最高の売上高を更新。

(百万円、%)

事業	24年上期	構成比	前期比	23年上期	構成比	前期比
しまむら	246,705	74.6	104.0	237,325	74.9	105.4
アベイル	33,766	10.2	106.8	31,626	10.0	106.9
バースデイ	38,079	11.5	104.8	36,350	11.5	101.1
シャンブル	7,623	2.3	101.4	7,521	2.4	104.2
ディバロ	478	0.2	109.3	437	0.1	115.5
しまむら (単体)	326,654	98.8	104.3	313,261	98.9	105.0
思夢楽 (台湾)	3,941	1.2	110.2	3,577	1.1	118.3
しまむら (連結)	330,595	100.0	104.3	316,838	100.0	105.1

連結業績 販売費及び一般管理費

▽人件費 … 賃上げで前期比 7.9%増。都市部を中心に、人員不足が解消した店舗は売上上昇。

▽広告宣伝費 … チラシ配布部数を見直し、デジタル販促へ切り替えを進めたことなどにより、売上比 1.6%、前期比でも 0.8%減と抑制。

(百万円、%)

	24年上期	売上比	前期比	23年上期	売上比	前期比
給与	36,762	11.1	107.5	34,189	10.8	106.8
人件費合計	43,135	13.0	107.9	39,974	12.6	106.9
広告宣伝費	5,390	1.6	99.2	5,432	1.7	102.8
販売費合計	9,632	2.9	102.1	9,438	3.0	105.9
消耗品費・陳列器材	1,186	0.4	105.6	1,124	0.3	105.5
EDP費	1,123	0.3	84.1	1,336	0.4	160.9
営業費合計	4,604	1.4	102.4	4,496	1.4	118.5
賃借料	16,424	5.0	100.7	16,312	5.1	99.7
減価償却費	2,966	0.9	101.7	2,916	0.9	99.6
設備費合計	23,498	7.1	100.3	23,429	7.4	101.5
一般費合計	2,538	0.8	104.7	2,424	0.8	103.6
販管費合計	83,409	25.2	104.6	79,763	25.2	105.6

連結業績 貸借対照表

▽資産 … 現預金 + 売掛金 + 有価証券が前年同期末比 5.5%増。

▽負債 … 買掛金が前年同期末比 11.0%減。

(百万円、%)

	24年8月度末	構成比	前年同期末比	23年8月度末	構成比
流動資産	357,606	64.8	103.9	344,208	65.8
固定資産	194,597	35.2	108.8	178,832	34.2
資産合計	552,203	100.0	105.6	523,040	100.0
流動負債	53,801	9.7	95.8	56,177	10.7
固定負債	10,270	1.9	100.6	10,206	2.0
負債合計	64,071	11.6	96.5	66,383	12.7
株主資本合計	483,212	87.5	106.8	452,259	86.5
その他の包括利益累計額	4,919	0.9	111.9	4,397	0.8
純資産合計	488,131	88.4	106.9	456,657	87.3
負債純資産合計	552,203	100.0	105.6	523,040	100.0

既存店売上・客数・客単価 前年比

▽ 既存店売上の伸長 … 商品力と販売力の強化、地域・個店対応の継続。

▽ 客数の増加 … 重点催事や各種フェア、インフルエンサーとのコラボ企画やキャンペーン等の打ち出しを強化したことで客数が伸長。

▽ 1点単価 … PBとJBで高価格帯商品の拡充を進め、該当商品は好調な売れ行き。

(%)

事業	期間	売上高		客数	買上点数	客単価	1点単価
		既存店	全店				
しまむら	24年1Q	104.7	104.6	103.6	98.4	100.9	102.7
	24年2Q	103.2	103.4	101.8	99.0	101.6	102.4
	24年上期	103.9	104.0	102.7	98.7	101.3	102.6
アベイル	24年1Q	105.8	105.2	106.1	99.6	99.2	99.6
	24年2Q	108.0	108.3	111.0	98.8	97.5	98.7
	24年上期	106.9	106.8	108.6	99.2	98.3	99.1
バースデイ	24年1Q	101.5	104.2	103.7	96.8	100.4	103.7
	24年2Q	102.4	105.6	103.4	100.0	102.2	102.1
	24年上期	101.8	104.8	103.6	98.2	101.2	103.0

粗利・値下・在庫 前年比

- ▽ 各事業、残暑に備え夏物の展開スケジュールを見直し、粗利益高は前年を上回る。
- ▽ 夏物の値下を抑制し、滞留在庫の値下を計画的に実施したことで在庫内容が改善。

(%、pt)

事業	期間	粗利			値下			在庫
		粗利高 前年比	粗利率		値下高 前年比	値下率		在庫高 前年比
				前年差			前年差	
しまむら	24年1Q	103.7	33.0	−0.3	118.6	8.5	+1.0	101.7
	24年2Q	104.6	34.5	+0.4	102.0	5.2	−0.1	97.4
	24年上期	104.2	33.8	+0.1	111.4	6.8	+0.4	
アベイル	24年1Q	106.4	37.8	+0.4	100.6	15.7	−0.7	105.2
	24年2Q	108.8	39.8	+0.2	108.3	11.4	±0.0	101.8
	24年上期	107.7	38.8	+0.3	103.8	13.5	−0.3	
バースデイ	24年1Q	104.6	34.9	+0.1	95.7	4.4	−0.4	108.2
	24年2Q	101.4	31.7	−1.3	130.2	7.5	+1.4	101.3
	24年上期	103.3	33.6	−0.4	112.2	5.7	+0.4	

商品力・販売力の強化

▽ ブランド力の進化 … PB比率 23.4%、売上高前年比 15.5%増。

- ・ 高価格帯PB「CLOSSHIPREMIUM」…売上高前年比 19.6%増。気温とマッチし◎。
- ・ PB×インフルエンサー企画の拡大 … PBの感度と認知度の向上により販売好調。

■高価格帯PB「CLOSSHIPREMIUM」の拡充



■PB×インフルエンサー企画の拡大

◇田中里奈さん



◇MUMUさん



商品力・販売力の強化

▽ JBの商品企画の強化 … JB比率 8.2%、売上高前年比 3.5%増。

- ・「SEASON REASON」 … 綿や麻などの天然素材を使用した高価格帯商品が継続して好調。
- ・「LOGOS DAYS」 … 3周年で打ち出したキャラクターコラボ企画が高消化。
- ・新JB「VEHEMENT..」 … 若年層を対象にしたトレンド性の高い商品を展開。

■ SEASON REASON



■ LOGOS DAYS



■ 「VEHEMENT..」



しまむら事業の取組み③

商品力・販売力の強化

- ▽ 重点催事・フェアの充実… 重点催事では厳選アイテムを特別価格で販売し、集客効果◎。
フェアではテーマ性のある打ち出しを強化。オンラインストアとの連動により売上伸長。
- ▽ ポップアップストアの出店… 都市部への出店で認知度の向上と新規顧客を獲得。

■重点催事・フェアの充実

◇全力祭「FIBER DRY」特集



◇インナーフェア



◇ベビー・キッズフェア



■ポップアップストアへの出店

◇渋谷モディ



商品力・販売力の強化

- ▽ JB売上高 前年比 12.7%増、JB比率 44.1%。トレンド提案力と認知度向上により売上伸長。
JB×インフルエンサー・モデルとのコラボ企画の打ち出しを強化。
- ▽ ラインロビングによる取扱い商品の拡大。 拡大したキャラクター商品が店頭・EC売上◎。

■JBでトレンド商品の打ち出しを強化

◇JB「CHIP CLIP」



◇JB「SUREVE」



■ラインロビングの推進

◇カー用品



◇トラベルグッズ ◇寝具



■キャラクター企画の拡充



商品力・販売力の強化

▽ JB売上高 前年比 4.4%増、JB比率 24.5%。

▽ 商品力の強化 … オリジナル商品の拡大、コラボ企画による気温に左右されにくい売上作り。

▽ 販売力の強化 … 出産・育児準備商品のチラシ販促により、取扱商品の認知度がアップ。

■オリジナル商品の拡大

◇JB「MY LITTLE WONDER」



■コラボ企画の強化

◇ハローキティ50周年コラボ



◇JB「futafuta」×「Peko」



■出産・育児準備商品のチラシ販促

◇チャイルドシート・ベビーカー特集



こんな人にオススメ♪ チャイルドシートの選び方

車での移動が多い方

車の乗せ換えやカーシェア、
祖父母の車を使う方

子どもが大きくなっても
安心して利用したい方

乗降時回転タイプ



シートベルト取付タイプ



ロングユースタイプ



シャンブル、ディバロ事業の取組み

商品力・販売力の強化

- ▽ シャンブル事業 … 売上高前年比 1.4% 増。新JBの展開開始。コスメ関連の売上が伸長。
- ▽ ディバロ事業 … 売上高前年比 9.3% 増。ラインロビングの推進。店頭・SNS販促を拡大し、トータルコーディネート販売を強化。

シャンブル事業

◇新JB「Clasiiki (クラシーキ)」

Clasiiki



◇コスメ関連の売上が伸長

◇“眠活”ギフトが売れ筋に



ディバロ事業

◇「立ったまま履けるシューズ」売場



◇店頭販促 (LOOKBOOK)

◇SNS販促



商品力・販売力の強化

- ▽ 商品力の強化 … オリジナル商品の品揃え拡大による、気温に左右されにくい売上作り。
日本で好調なテイストの展開を開始し、他社と差別化した品揃えを拡充。
- ▽ 販売力の強化 … 重点催事で集客アップ。インフルエンサーを活用した販促の高度化。

■他社と差別化した品揃えを拡充

◇韓国テイスト



◇地雷系



◇パンク系を店舗限定で販売開始



■販売力の強化

- ◇重点催事で上期過去最高の週間売上高を記録
- ◇人気ファミリー系インフルエンサーを起用



EC事業の規模拡大と利便性向上

- ▽ 上期売上高 61億円（EC化率 1.9%）… 売上高 前年比 94.9%増。 店舗受取り比率 83.9%。
- ▽ 予約・受注生産を拡大… インフルエンサーやキャラクター、売れ筋商品で拡大。 アウター衣料では、秋冬物の先行予約販売を開始し、気温が高い状況下でも多くの注文を受注。
- ▽ 取扱商品の幅出し… オンラインストア限定のサイズや、新規キャラクターを展開。

■ 予約販売・受注生産の拡大

- ◇ インフルエンサー・キャラクター
コラボ企画の予約・受注生産を拡大



レディース ニットカー
ディガン (kano)

1,790円+税

予約

レディース ポケットブ
ルバッグ (Disney)

2,200円+税

受注

- ◇ 秋冬物アウター衣料の先行予約販売開始

■ 取扱商品の幅出し

- ◇ オンラインストア限定サイズ
を拡大



5L / 予約受付中 1,990円
575-0603 (税込 2,189円)

6L / 予約受付中 1,990円
575-0604 (税込 2,189円)

- ◇ 新規キャラクターの展開



都市部の出店事例

▽ 5月に「**しまむら**下高井戸店」（東京都杉並区）を出店。 9月には「**しまむら**西友成増店」（東京都板橋区）がオープンするなど、今後も都市部への出店を拡大。

■立地



■しまむら下高井戸店

◇店舗外観



◇駅構内にオープン告知ポスターを設置 ◇オープンチラシ



■しまむら西友成増店

◇店舗外観



中期経営計画2027

	重点課題	取組み事項/計画	主に関連するSDGs
E	▶ サークュラーエコノミーの推進	ハンガーの完全循環型リサイクル比率 75.0%*1 ビニールの完全循環型リサイクル比率 50.0%*2	    
	▶ GHG排出量の削減	商品廃棄ゼロの継続*3 GHG排出量(Scope1.2) 2013年比 60%削減	    
	▶ 持続可能な調達	サステナブル商品仕入比率 40.0%*4 サプライヤーCoC遵守体制の継続と強化	    
S	▶ 多様な人材活躍	女性管理職比率 23.0%*5 障がい者雇用率 5.0%	   
	▶ 衣料品インフラの役割強化	売上計画 1.3億円*6 出張販売の実施、買い物ツアーの受け入れ実施 オンラインストアの拡大	 
G	▶ ガバナンスの進化	成長戦略・資本政策の継続的な審議と実行 リスク管理の継続と進化 後継者の育成 取締役会の多様性と適性規模の確保	 

*1 商品に付属する当社指定色のプラスチックハンガー *2 納品時に使用している商品保護用透明ビニール（ポリプロピレン素材）

*3 しまむらは、今も商品廃棄ゼロ。今後も継続します。 *4 全事業のPB商品 *5 主幹級以上の女性管理職比率

*6 出張販売、買い物ツアー、高齢者向けオンラインストアの合算の売上

上期の結果（環境・社会）

- ▽ 衣料品回収実験…服から服へのリサイクルを目指す衣料品回収実験を2024年度より開始。
店舗・物流オペレーションの課題を抽出し、衣料品回収の仕組み作りを目指す。
- ▽ お買い物支援サービス（しまサポ）… 2024年度よりしまむら事業全店へ拡大。

■衣料品回収実験

期間	6/3（月）～7/7（日）
店舗	埼玉県近隣の9店舗
回収方法	衣料品専用ボックスを設置

◇衣料品回収ボックス



衣料品回収

しまむらグループでは、使わなくなった衣料品のリサイクルを実施します。

回収できるもの
衣料品全般
しまむら以外で
お買い上げの
商品も対象

回収できないもの
下着、靴下、靴、
防寒着、
寝具類、革製品
(合成皮革等)

— 注意事項 —

お持ち込みの前に必ずお読みください。
お持ち込みの際は必ずお読みください。
お持ち込みの際は必ずお読みください。

回収期間 6月3日～7月7日
対象店舗 ファッションセンターしまむら（さいたま新都心F.M.店、西大宮店、東田店）
アベイル（さいたま新都心F.M.店、西大宮店、東田店）
ハースティ（さいたま新都心F.M.店、西大宮店）
シャンブル（東田店）
※ハースティ東田店、ティハロ東田店では実施していません。

■お買い物支援サービス（しまサポ）

しまサポの種類	上期実施回数
出張販売	46件（昨年度13回）
お買い物ツアー	63件（昨年度5回）

◇しまむら事業全店でスタート



出張販売（特別養護老人ホーム）

しまむら お買い物支援サービス

しまむらでは、店舗にご来店しにくいお客様に向けて、出張販売・お買い物ツアーを行っています。

出張販売
全国の老人ホーム、障がい者支援施設、病院などにしまむらが出張して商品をお届けするサービスです。

お買い物ツアー
他のお客様を気にすることなく、開店前の時間を利用してゆっくりお買い物して頂くことも可能なサービスです。

詳しくは、店舗までお問い合わせください。

店舗 電話

2025年 2 月期 連結業績予想

▽ 売上高 … 前期比 3.9%増、営業利益：前期比 1.9%増の計画。

▽ 販管費 … 前期比 4.8%増。人件費は前期比 6.2%増の計画。

▽ 1 株当たり配当金 … 年間 190円の見込み。

(百万円、%)

	25年 2 月期 予想	前期比	売上比	24年 2 月期 実績	売上比
売上高	659,622	103.9	100.0	635,091	100.0
売上総利益	227,448	104.1	34.5	218,561	34.4
販売管理費	172,624	104.8	26.2	164,662	25.9
営業利益	56,362	101.9	8.5	55,308	8.7
経常利益	57,694	101.7	8.7	56,716	8.9
親会社株主に帰属する 当期純利益	40,194	100.3	6.1	40,084	6.3
1 株当たり純利益	546.83円	—	—	545.35円	—
1 株当たり配当金	190円	—	—	280円	—

* 当社は、2024年 2 月21日付で普通株式 1 株につき 2 株の割合で株式分割を行っております。24年 2 月期の期首に当該株式分割が行われたとして「1 株当たり当期純利益」を算定しております。尚、24年 2 月期の「1 株当たり配当金」は当該株式分割前の実際の配当金の額を記載しております。

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）	…	10月1日（火）
▽ 決算短信（英 語）	…	10月1日（火）
▽ 決算説明会（質疑応答要旨）	…	10月2日（水）
▽ 決算説明会（英 語）	…	10月3日（木）

しまむらグループ統合報告書2024

下記URLよりご確認ください。

< <https://www.shimamura.gr.jp/assets-c/uploads/integratedreport2024.pdf> >

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。