



# 2025年2月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社あさひ  
東証プライム市場（証券コード：3333）

2024/12

## 目次

- 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績
- 2 2025年2月期 通期業績予想の進捗 及び 第4四半期 取組み
- 3 トピックス
- 4 成長基盤強化の進捗
- 5 (参考資料)
  - ・ 2025年2月期 通期計画
  - ・ 資本コストや株価を意識した経営について
  - ・ 中期経営計画「VISION2025」 進捗

# 目次

- 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績
- 2 2025年2月期 通期業績予想の進捗 及び第4四半期 取組み
- 3 トピックス
- 4 成長基盤強化の進捗
- 5 (参考資料)
  - ・ 2025年2月期 通期計画
  - ・ 資本コストや株価を意識した経営について
  - ・ 中期経営計画「VISION2025」 進捗

# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

市場変化

成長基盤強化

変化に対応した戦略

- 3つの成長基盤※1強化
- SPAビジネスモデルの深化

- OMO※2、CRM※3強化
- 新車販売以外での収益性向上

対前年同期比で**増収増益**を達成

※1 中期経営計画「VISION2025」達成を実現する上で重点的に注力する基盤「物流機能の強化&最適化」「IT・デジタル基盤の強化」「ブランディング強化」の3項目

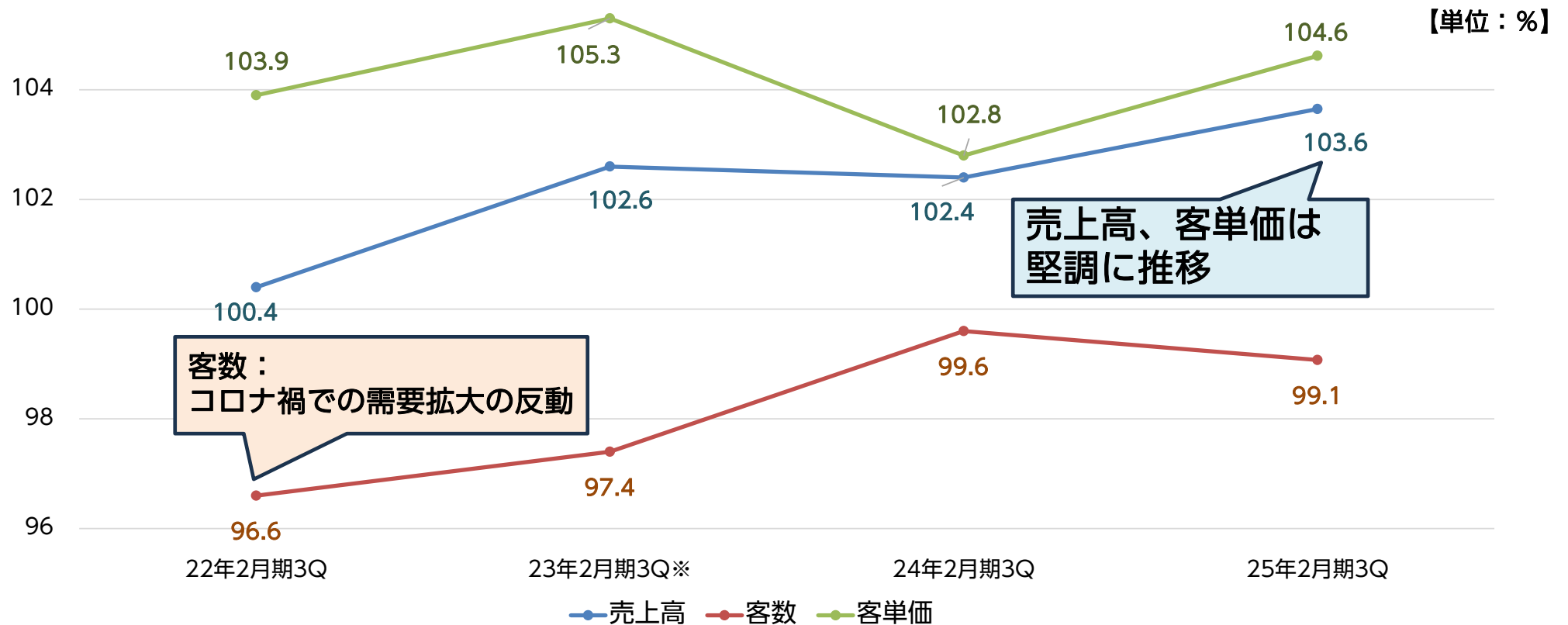
※2 Online Merges with Offlineの略。ECと店舗が融合して、情報入手から購入、利用までをお客様の体験価値としてご提供する仕組み。

※3 Customer Relationship Managementの略。当社では、「サイクルベースあさひ公式アプリ」を通じてお客様の自転車ライフがより便利で快適なものになるよう情報提供を行なうなど、お客様との関係性強化を進めるための取組みを指す。

# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 既存店3Q累計前年同期比（売上高・客数・客単価）4か年推移

・売上高103.6% 客数99.1% 客単価104.6%

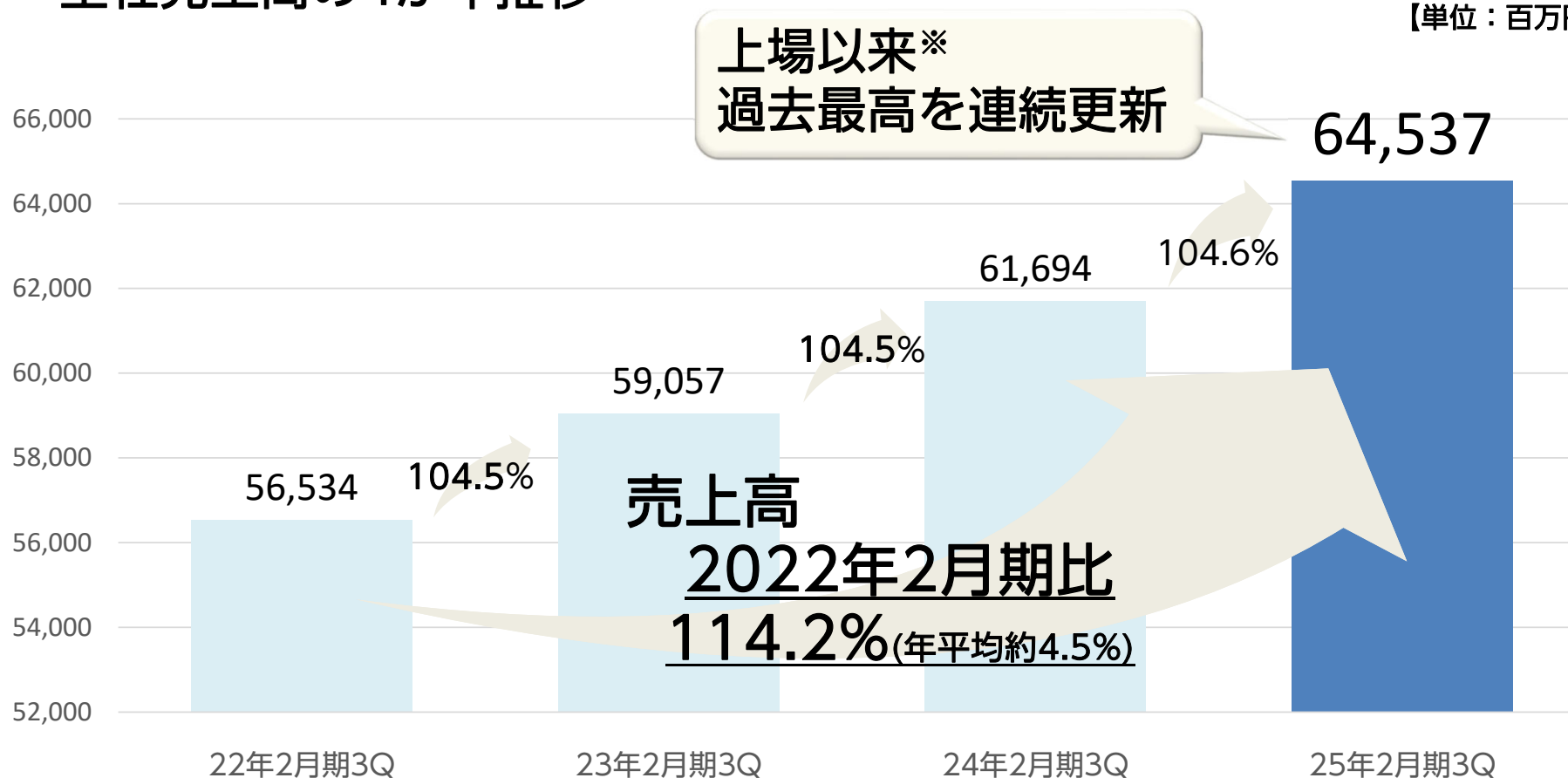


※ 「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）を23年2月期の期首から適用しており、売上高の計上基準が異なるため前年同期比は参考値となります。

# 1 2025年2月期 決算実績

## 全社売上高の4か年推移

【単位：百万円】



※2004年12月にジャスダック証券取引所に株式上場

# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 前年同期比

【単位：百万円、%】

	2024年2月期 第3四半期累計		2025年2月期 第3四半期累計			主な要因
	金額	対売上 高比	金額	対売上 高比	前年 同期比	
売上高	61,694	100.0	64,537	100.0	104.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ OMO、CRM強化</li> <li>・ 修理メンテナンス需要の取込み</li> <li>・ 客単価（前年同期比104.5%）上昇</li> </ul>
売上総利益	29,334	47.5	30,649	47.5	104.5	
営業利益	4,923	8.0	5,584	8.7	113.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 販管費のコントロール</li> </ul>
経常利益	5,142	8.3	5,651	8.8	109.9	
四半期純利益	3,378	5.5	3,774	5.8	111.7	

# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 販管費、設備投資額（前年同期比）

【単位：百万円、％】

		2024年2月期 第3四半期累計		2025年2月期 第3四半期累計			要因
		金額	対売上 高比	金額	対売上 高比	前年 同期比	
販管費		24,410	39.6	25,064	38.8	102.7	販管費率のコントロール
内 訳	人件費	11,781	19.1	11,970	18.5	101.6	人員配置見直し、生産性向上
	広告宣伝費	518	0.8	606	0.9	117.0	効果的な販促実施、75周年施策
	物流費※	1,403	2.3	1,563	2.4	111.4	販売台数増加、西日本拠点の移転
	減価償却費	1,166	1.9	1,210	1.9	103.8	新規出店、リニューアル
	その他	9,540	15.5	9,714	15.1	101.8	・新規出店 ・キャッシュレス手数料、電気料金
設備投資額		2,161		2,348		108.6	基幹システム

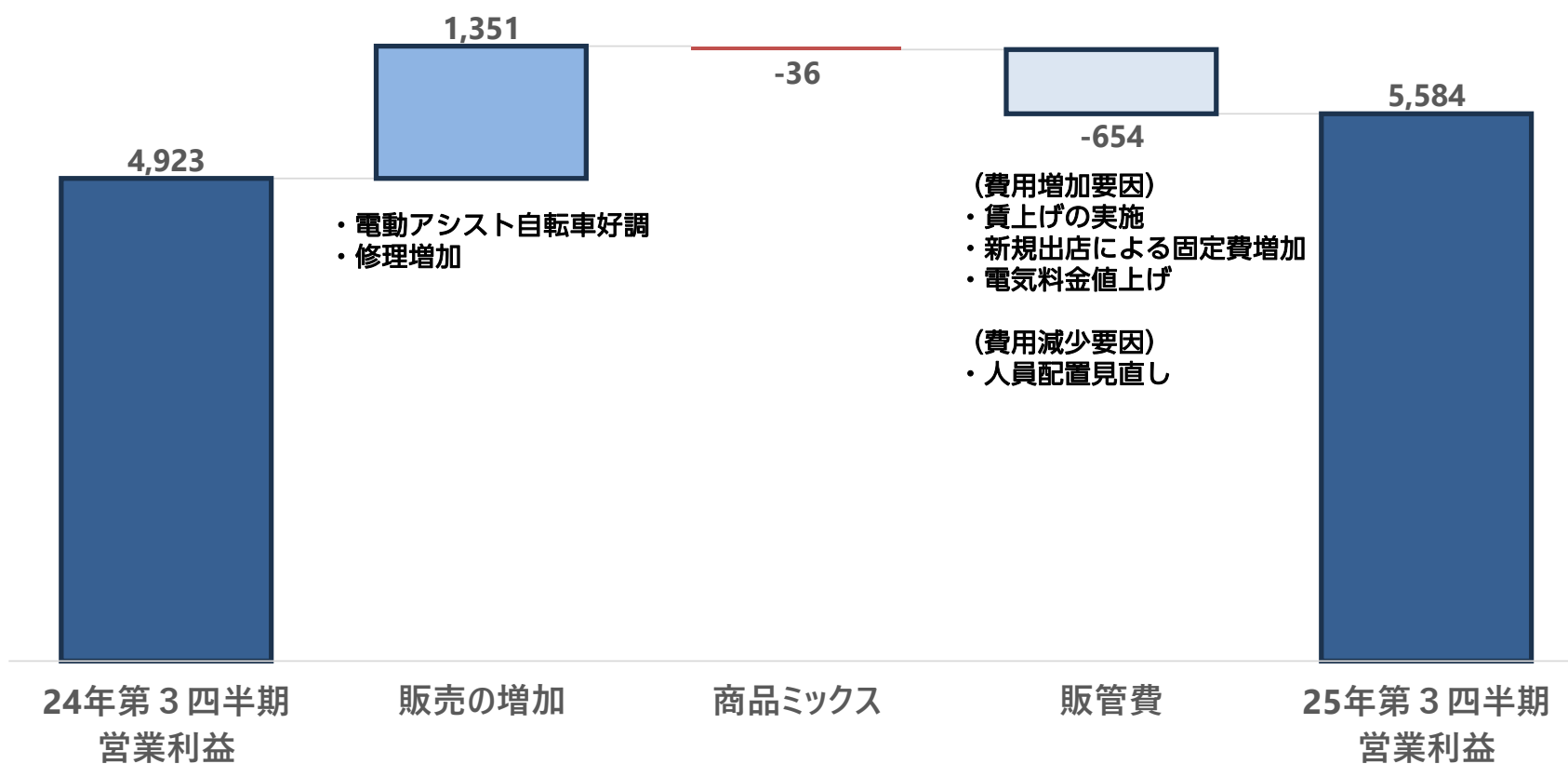
※運送費+保管費



# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 営業利益の増減分析

【単位：百万円】



# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 部門別売上高（前年同期比）

【単位：百万円、%】

		2024年2月期 第3四半期累計		2025年2月期 第3四半期累計			要因
		実績	小売の 構成比 ※1	実績	小売の 構成比 ※1	前年 同期比	
	店 舗	51,866	86.4	52,763	84.0	101.7	・ OMOの基盤強化 ➢ EC化率が大きく伸長
	E C	8,136	13.6	10,084	16.0	124.0	
小 売（小 計）		60,003	100.0	62,848	100.0	104.7	・ 客単価(前年同期比104.5%)
そ の 他 ※ 2		1,691	-	1,688	-	99.8	
合 計		61,694	-	64,537	-	104.6	

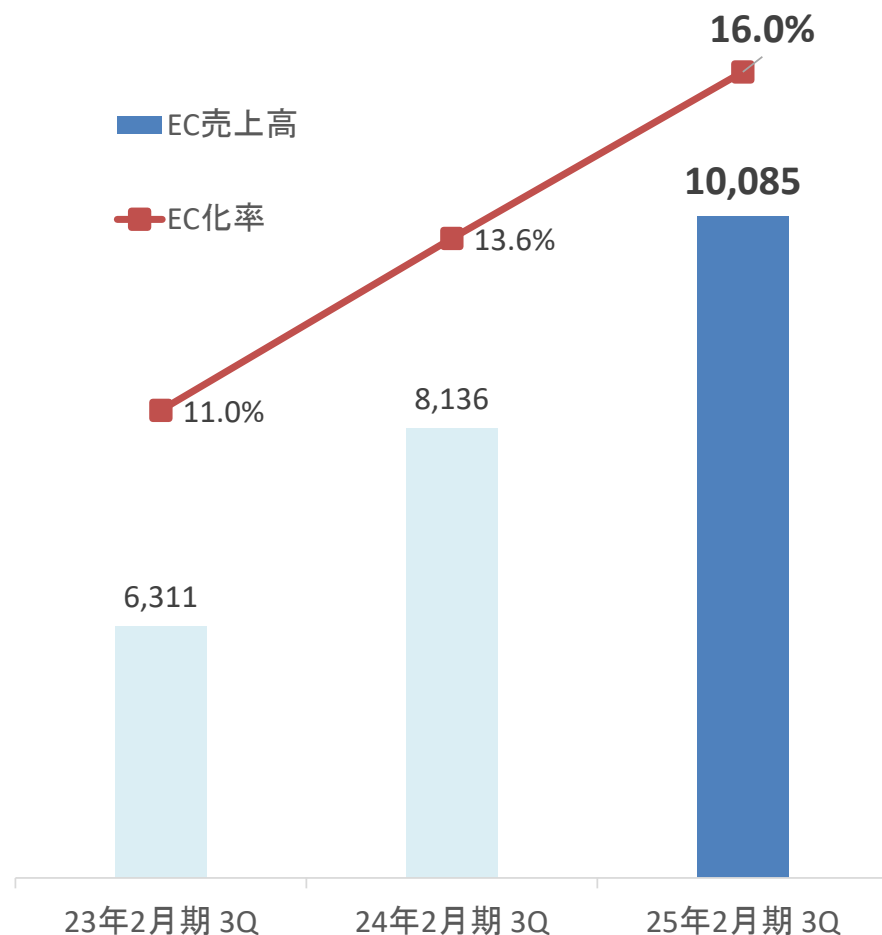
※1 小売(店舗+EC)における比率を構成比として用いております。

※2 その他売上高には、ロイヤリティ収入や、FC店ならびに卸先への商品売上高、外商売上高などを含んでいます。

# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 成長基盤強化による成果

【単位：百万円、%】

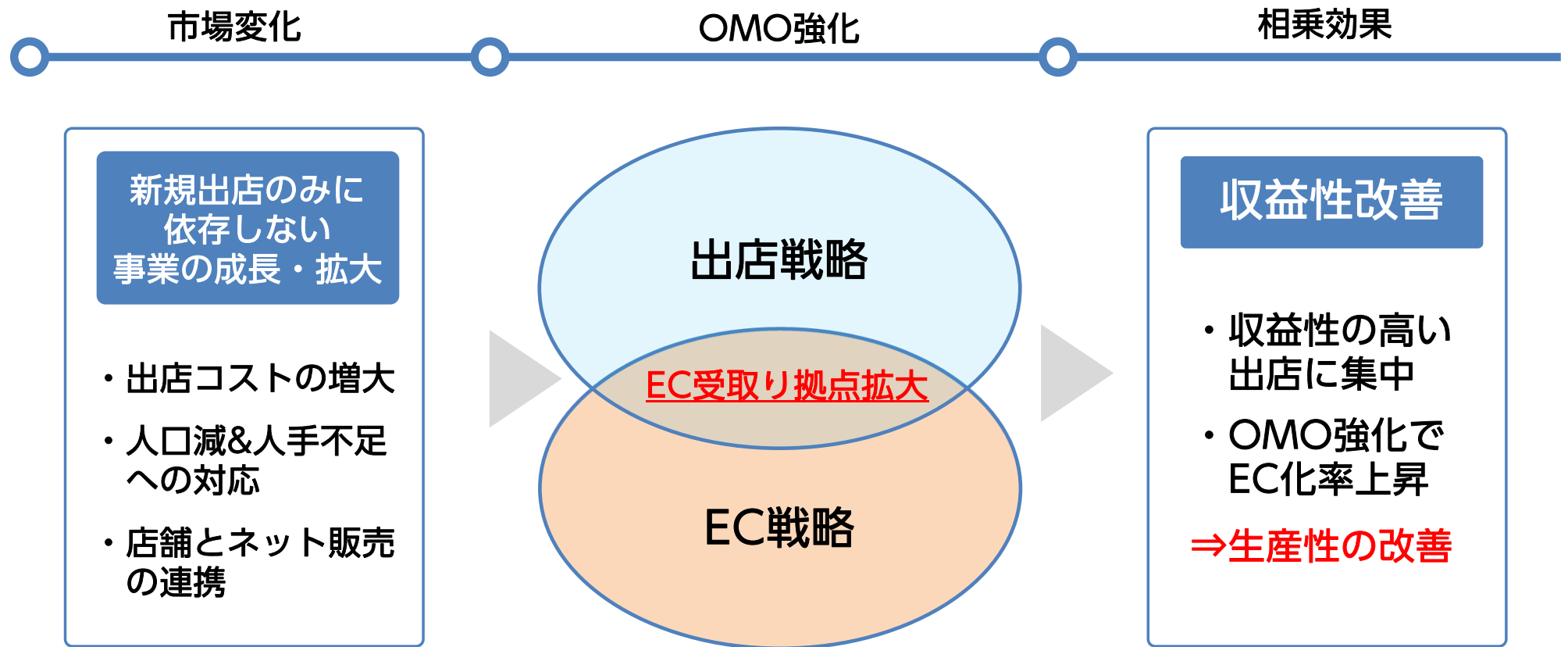


OMO、CRM戦略の遂行

EC売上高  
年平均成長率  
**26.4%増**  
(23年2月期3Q以降)

# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 成長基盤強化による成果（OMO強化を踏まえた出店戦略）



# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 品目別売上高（前年同期比）

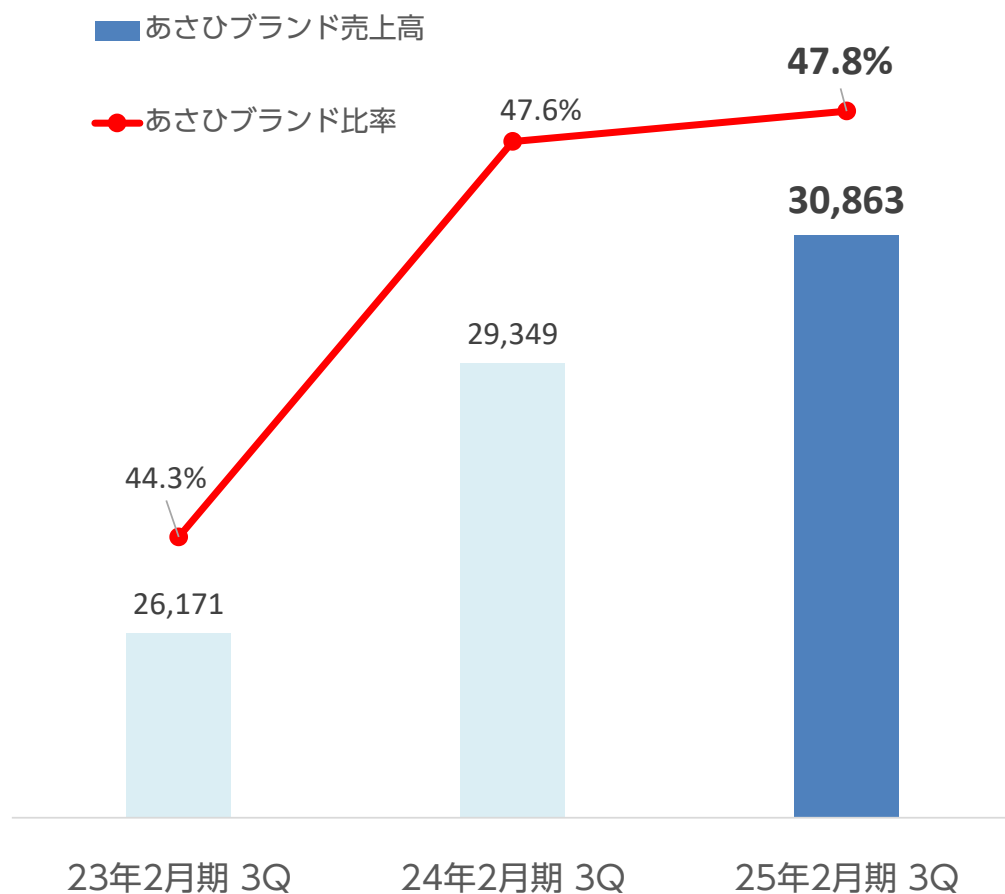
【単位：百万円、%】

	2024年2月期 第3四半期累計		2025年2月期 第3四半期累計			
	金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年 同期比	要因
一般車	10,221	16.6	10,464	16.2	102.4	
スポーツ車	7,862	12.7	8,299	12.9	105.5	あさひブランドが好調
子供車	6,257	10.1	6,592	10.2	105.4	商品ラインナップ強化
電動アシスト 自転車	16,775	27.2	18,331	28.4	109.3	あさひブランドエナシスが好調
その他自転車	2,120	3.4	2,017	3.1	95.1	
パーツ・その他	18,456	29.9	18,832	29.2	102.0	・減少：前年はヘルメット特需 ・増加：修理メンテナンス
合計	61,694	100.0	64,537	100.0	104.6	
あさひブランド 売上高	29,349	47.6	30,863	47.8	105.2	競争力の高いラインナップで お客様ニーズに適合

# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 成長基盤強化による成果

【単位：百万円、%】



**SPA体制の強化**  
あさひブランド売上高  
年平均成長率  
**8.6%増**  
(23年2月期3Q以降)

# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績 品目別売上高（前年同期比）のポイント

電動アシスト自転車 18,331百万円  
(前年同期比109.3% +1,556百万円)



あさひオリジナル電動アシスト自転車「ENERSYS(エナシス)」

パーツ・その他 18,832百万円  
(前年同期比102.0% +376百万円)



## ➤ヘルメット

- ・ **一昨年比約150%以上**  
(前年は特需)
- ・ 安全性への意識向上



## ➤修理メンテナンス

- ・ 前年の工賃価格改定  
以降も **件数は増加**

# 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績

## 店舗

	期首	出店	第3四半期末
店舗数 ※	533	+6	539
うち都市型	9	+1	10

※ FC店計17店舗含む (大阪府:6店舗、兵庫県:1店舗、京都府:4店舗、三重県:4店舗、鹿児島県:2店舗)

◎都市型店舗の進捗  
(ネット販売の受取り拠点、修理需要の受け皿)

認知向上 > 客数増加 > 収益向上

**第2のフォーマットとして確立**



関西初となる都市型店舗 浪速幸町店(大阪市浪速区)

### ■都市型店舗一覧

東京都 (9) : 上落合店、高田馬場店、南千住店、曳舟店、南蒲田店、清澄白河店、方南町店、両国亀沢店、池尻店  
大阪府 (1) : 浪速幸町店



# 目次

- 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績
- 2 2025年2月期 通期業績予想の進捗 及び 第4四半期 取組み**
- 3 トピックス
- 4 成長基盤強化の進捗
- 5 (参考資料)
  - ・ 2025年2月期 通期計画
  - ・ 資本コストや株価を意識した経営について
  - ・ 中期経営計画「VISION2025」 進捗

## 2 2025年2月期 通期業績予想の進捗 及び 第4四半期 取組み

### 通期業績予想の進捗

【単位：百万円、%】

	2024年2月期 第3四半期累計		2025年2月期 第3四半期累計				通期業績予想	通期業績 予想 に対する 進捗率
	金額	対売上 高比	金額	対売上 高比	前年同期比		金額	
売上高	61,694	100.0	64,537	100.0	+2,842	104.6	82,500	78.2
営業利益	4,923	8.0	5,584	8.7	+661	113.4	5,500	101.5

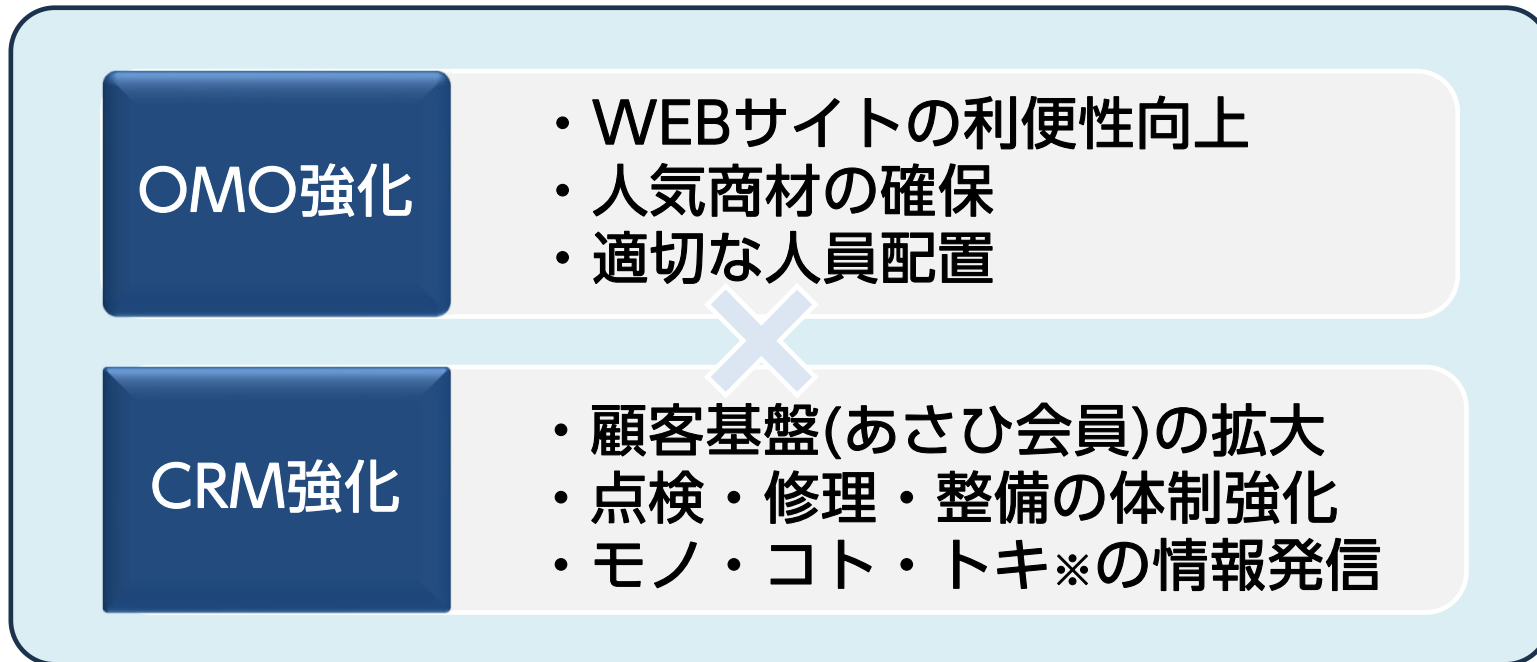
通期達成に向けて



4Q：前倒し需要の創出 > 販売増加

## 2 2025年2月期 通期業績予想の進捗 及び 第4四半期 取組み

### 第4四半期 取組み



### ➤通期計画の達成を目指す

※当社のサービス形態別の概念

- ・モノ = モノ消費。自転車やパーツ・アクセサリ、修理サービスなどの商品・サービス提供の形態。
- ・コト = コト消費。自転車を利用した旅行業やツーリングなどの体験型サービスの形態。
- ・トキ = トキ消費。乗り方講習会、キッズスクールなどの自転車イベントを指し、その時、その場所でしか体験できない感動を共有できるサービスの形態。

# 目次

- 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績
- 2 2025年2月期 通期業績予想の進捗 及び 第4四半期 取組み
- 3 **トピックス**
- 4 成長基盤強化の進捗
- 5 (参考資料)
  - ・ 2025年2月期 通期計画
  - ・ 資本コストや株価を意識した経営について
  - ・ 中期経営計画「VISION2025」 進捗

### 3 トピックス

#### お客様との関係性強化(CRM強化)

アプリ活用状況：

- ・会員数 **前年同期比180%**
- ・月間利用者数 **前年同期比140%**

顧客基盤(あさひ会員)  
の拡大

モノ・コト・トキの  
情報発信

有益な  
情報

公式アプリ



お客様

豊かさ・楽しさ  
(顧客体験・感動)

販売後の  
利用  
(ワクワク・健康)

修理、点検、  
パーツ販売  
(安全・安心)

点検・修理・整備の  
体制強化

**LTV<sup>(※)</sup>**  
**最大化**

※ LTV：Life Time Valueの略。  
生涯を通じて顧客にもたらすトータルの価値。

### 3 トピックス

お客様との関係性強化(CRM強化)

体験型イベント  
コンテンツ充実



デジタルツールの  
活用

×

有益な情報

×

自転車  
コンテンツ



サイクリング総合情報サイト  
「ちりりん」



子供の自転車乗り方教室  
キッズスクール

公式アプリの内容充実と発信力強化

➤ 定期点検やお買い得情報に加え「コト・トキ」体験型イベント等も発信

### 3 トピックス

#### 既存店の活性化（新車販売以外の収益向上）



修理技能を有する専門人材の育成、サービス提供体制整備

修理件数 前年同期比約**107%**

# 目次

- 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績
- 2 2025年2月期 通期業績予想の進捗 及び 第4四半期 取組み
- 3 トピックス
- 4 成長基盤強化の進捗**
- 5 (参考資料)
  - ・ 2025年2月期 通期計画
  - ・ 資本コストや株価を意識した経営について
  - ・ 中期経営計画「VISION2025」 進捗



## 4 成長基盤強化の進捗

経営ビジョン

人生を彩る自転車ライフをいつも、いっしょに、いつまでも。

4つの重点戦略

お客様との  
関係性強化  
(CRM強化)

既存店の  
活性化  
(店舗・EC)

新しい店舗  
スタイルの  
開発

事業領域の  
拡大

3つの成長基盤

デジタル・IT基盤  
の強化

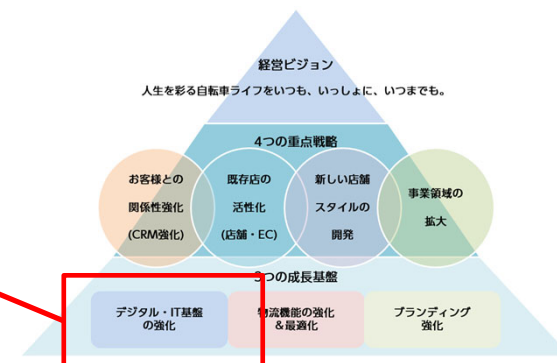
物流機能の強化  
&最適化

ブランディング  
強化

「4つの重点戦略」を  
進めるうえで  
「3つの成長基盤」を強化

## 4 成長基盤強化の進捗

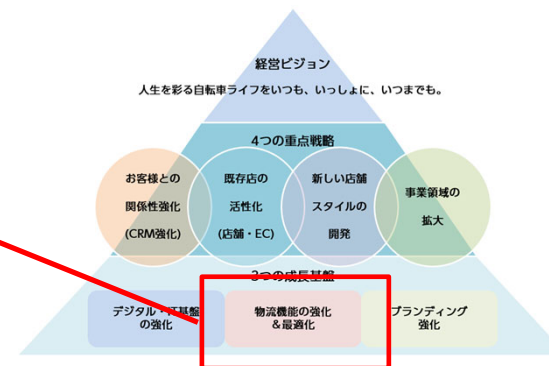
### 1. デジタル・IT 基盤の強化



新基幹システムの導入・稼働開始 ➤ 事業の拡張に対応

## 4 成長基盤強化の進捗

### 2. 物流機能の強化 & 最適化



### 物流拠点の再配置

(京都府京田辺市 2024年10月～稼働)

CO2排出量削減や  
物流2024年問題に対処

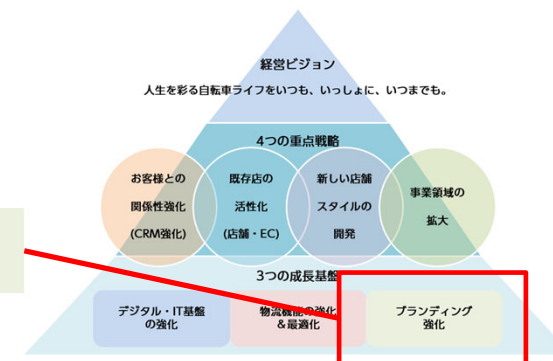
- ① 配送効率向上
- ② DX活用 (生産性改善)
- ③ 100%再生可能エネルギー利用
  - 環境負荷低減

25年2月期3Q  
商品在庫金額  
11,343百万円  
前年同期比87.4%

在庫適正化  
キャッシュフロー改善

## 4 成長基盤強化の進捗

### 3.ブランディング強化（あさひブランド価値向上）



#### 新戦略ブランド「COOSA」の投入



#### ライフスタイルにマッチした 新しい自転車ブランド

#### 既存ブランド「LOG」の磨き上げ

GOOD DESIGN AWARD  
2024年度受賞

LOG  
LIFESTYLE  
OUTDOOR  
GEAR

LOG WAGONe  
電動アシスト自転車



#### 2024グッドデザイン賞

(主催：公益財団法人日本デザイン振興会) 受賞

## 目次

- 1 2025年2月期 第3四半期 決算実績
- 2 2025年2月期 通期業績予想の進捗 及び第4四半期 取組み
- 3 トピックス
- 4 成長基盤の強化
- 5 (参考資料)**
  - ・ 2025年2月期 通期計画
  - ・ 資本コストや株価を意識した経営について
  - ・ 中期経営計画「VISION2025」 進捗

## 5 (参考資料) 2025年2月期 通期計画

### 2024年2月期比

	2024年2月期 実績		2025年2月期 計画			
	金額	対売上 高比	金額	対売上 高比	前年 同期比	要因
売上高	78,076	100.0	82,500	100.0	105.7	・ CRMとOMOの連携強化
売上総利益	37,305	47.8	39,600	48.0	106.2	
営業利益	4,912	6.3	5,500	6.7	112.0	・ 生産性向上 ・ デジタル・IT強化
経常利益	5,192	6.7	5,800	7.0	111.7	
当期純利益	3,113	4.0	3,680	4.5	118.2	

## 5 (参考資料) 2025年2月期 通期計画

### 部門別売上高

【単位：百万円、%】

		2024年2月期 実績		2025年2月期 計画			要因
		金額	小売の 構成比 ※1	金額	小売の 構成比 ※1	前年 同期比	
	店 舗	65,566	86.4	69,053	86.0	105.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 工賃、パーツ販売増加</li> <li>・ 新規出店、既存店の活性化</li> <li>・ CRMとOMOの連携強化</li> </ul>
	E C	10,321	13.6	11,240	14.0	108.9	
小 売 ( 小 計 )		75,887	100.0	80,293	100.0	105.8	
そ の 他 ※ 2		2,188	-	2,206	-	100.8	
合 計		78,076	-	82,500	-	105.7	
シ ェ ア 率		24%	-	25%	-	-	

※1 小売(店舗+EC)における比率を構成比として用いております。

※2 その他売上高には、ロイヤリティ収入や、FC店ならびに卸先への商品売上高、外商売上高などを含んでいます。

## 5 (参考資料) 2025年2月期 通期計画

### 品目別売上高

【単位：百万円、%】

	2024年2月期 実績		2025年2月期 計画		
	金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年同期比
一般車	13,117	16.8	13,887	16.8	105.9
スポーツ車	9,580	12.3	10,244	12.4	106.9
子供車	8,320	10.7	8,289	10.0	99.6
電動アシスト 自転車	21,148	27.1	22,645	27.4	107.1
その他自転車	2,611	3.3	2,706	3.3	103.6
パーツ・その他	23,298	29.8	24,727	30.0	106.1
合計	78,076	100.0	82,500	100.0	105.7



## 5 (参考資料) 2025年2月期 通期計画

### 販管費、設備投資額

【単位：百万円、%】

		2024年2月期 実績		2025年2月期 計画			
		金額	対売上 高比	金額	対売上 高比	前年 同期比	要因
販 管 費		32,393	41.5	34,100	41.3	105.3	
内 訳	人 件 費	15,595	20.0	16,561	20.1	106.2	賃上げ、事業拡大に伴う人員増
	広告宣伝費	715	0.9	766	0.9	107.1	ネット広告強化を継続
	物 流 費	1,761	2.3	1,901	2.3	108.0	物流拠点再配置に関する 在庫移管費用
	減価償却費	1,583	2.0	1,686	2.0	106.4	新規出店、リニューアル
	そ の 他	12,737	16.3	13,185	16.0	103.5	システム関連の維持費増
設 備 投 資 額		3,219		3,235		100.5	店舗、システムの成長基盤

## 5 (参考資料) 2025年2月期 通期計画

### 販管費のポイント

➤ 人件費：16,561百万円 (前年同期比106.2% +966百万円)

- ・ 新卒採用(100名程度)及び中途採用強化
- ・ 賃金の引上げ

➤ 物流費：1,901百万円 (前年同期比108.0% +140百万円)

- ・ 物流拠点再配置に関する在庫移管費用

- 【対策】**
- ・ 適正在庫による在庫圧縮
  - ・ 物流拠点再配置の実行
  - ・ 配送効率の向上

## 5 (参考資料) 2025年2月期 通期計画

### 店舗

	期首	出店	期末
店舗数 ※	533	+15	548
うち都市型	9	+4	13

### 移転・大型改装

	2024年2月期 実績	2025年2月期 計画
対象店舗数	16	18

※ FC店計17店舗(2025年2月期末)含む (大阪府:6店舗、兵庫県:1店舗、京都府:4店舗、三重県:4店舗、鹿児島県:2店舗)

## 5 (参考資料) 資本コストや株価を意識した経営について

### PBR改善に向けた取組み

#### ① 成長投資

- 将来の成長を支える基盤への投資  
(店舗、デジタルIT、物流基盤、SPAビジネスモデルの深化)

#### ② 収益性

- 事業体質改善による収益性向上  
(新車販売以外の収益向上、販管費コントロール)

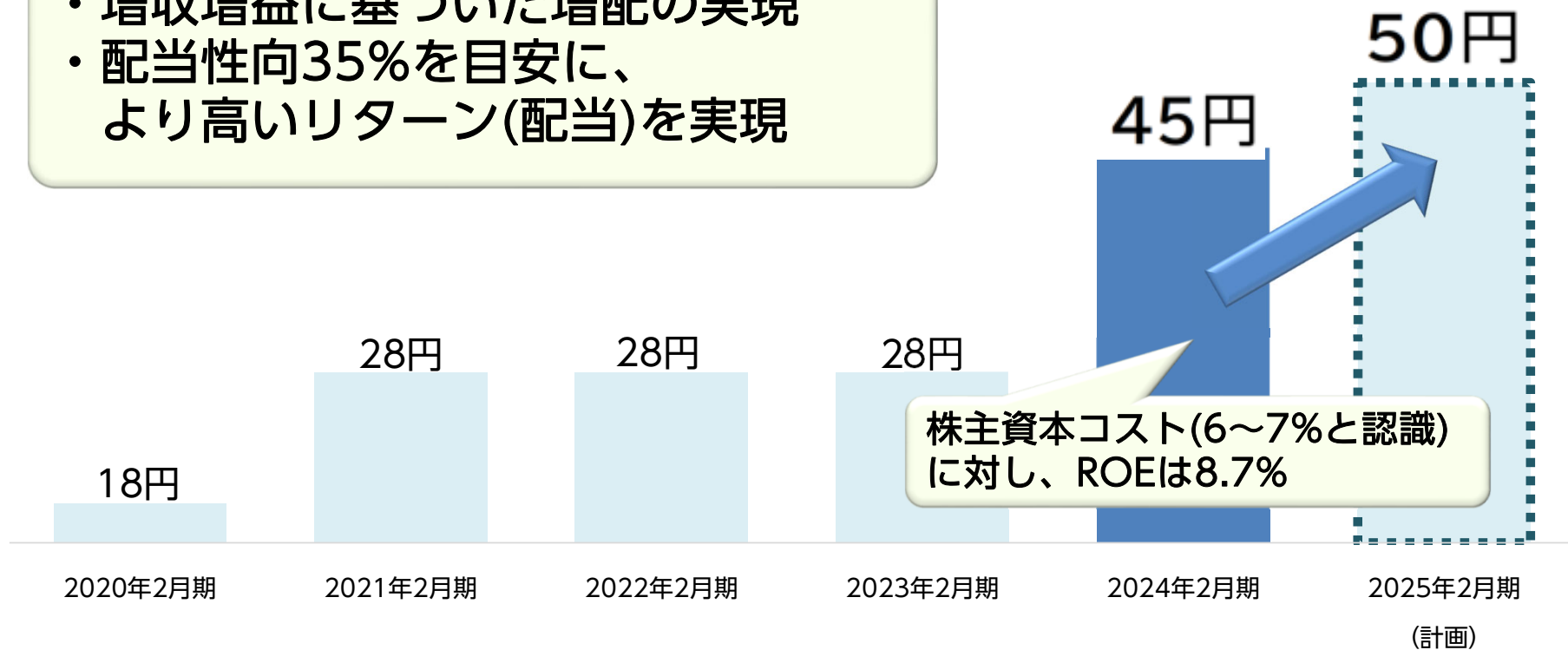
#### ③ 株主価値

- 配当性向35%を目安とした株主還元
- 増収増益に基づく増配の実現

## 5 (参考資料) 資本コストや株価を意識した経営について

### 1 株当たり配当金の推移

- 利益を支える前向きな投資を継続
- 増収増益に基づいた増配の実現
- 配当性向35%を目安に、より高いリターン(配当)を実現



## 5 (参考資料) 資本コストや株価を意識した経営について

### 経営効率性の向上 ➤ PBR改善

【参考資料】財務指標の推移

(単位：百万円、%、倍、円)

	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期 【計画、目標】
売上高	59,852	69,456	71,398	74,712	78,056	82,500
営業利益	4,006	6,863	5,221	5,127	4,912	5,500
当期純利益	2,559	4,717	3,541	3,366	3,113	3,680
R O E	9.4%	15.5%	10.4%	10.0%	8.7%	9.6%
1株当たり 配当金	18円	28円	28円	28円	45円	50円
配当総額	472	734	734	734	1,180	1,312
P B R	1.2倍	1.2倍	1.0倍	1.0倍	0.9倍	1.0倍以上

## 5 (参考資料) 中期経営計画「VISION2025」進捗

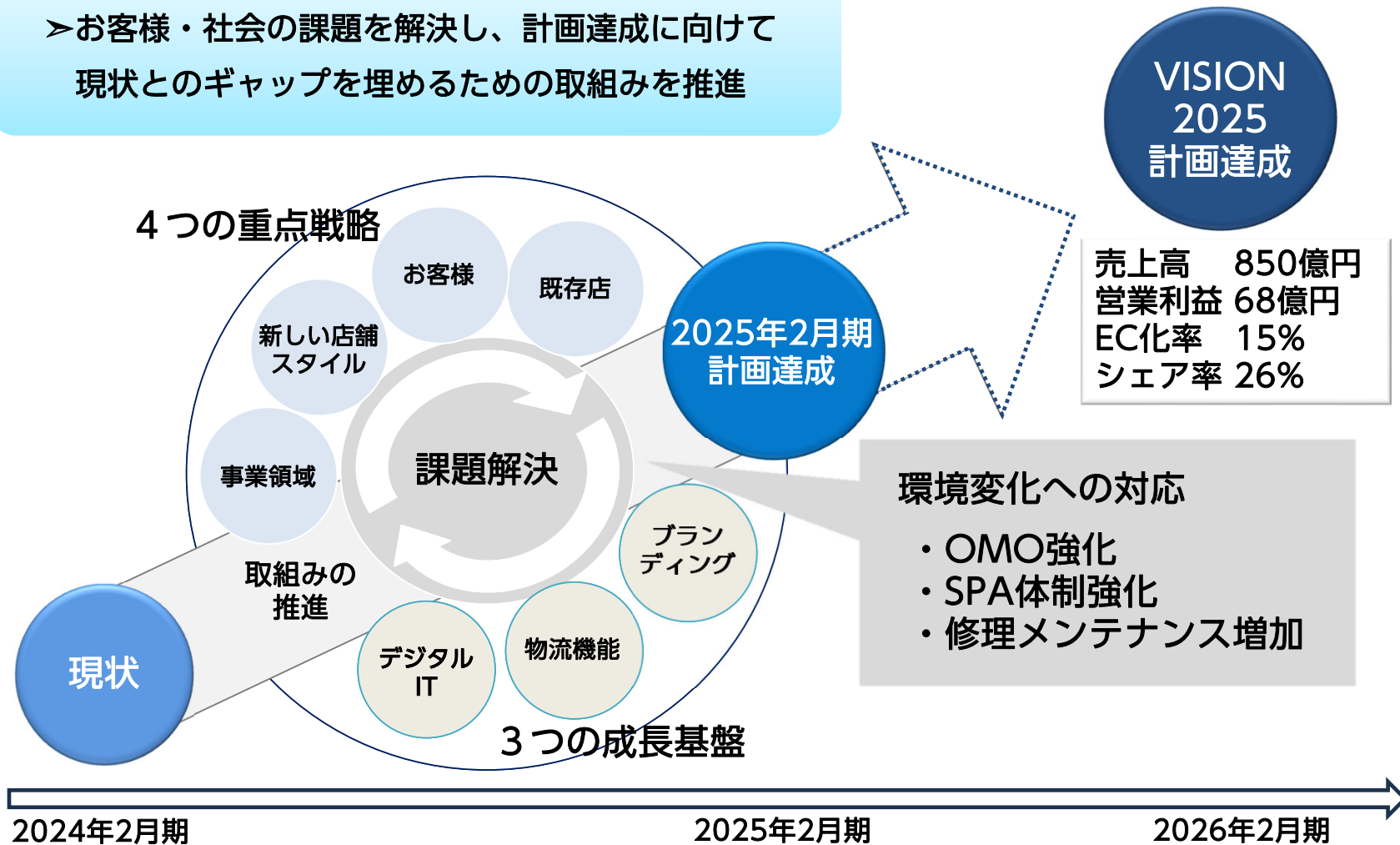
	2024年2月期 実績	2025年2月期 計画	2026年2月期 (VISION2025目標)
売上高	78,076百万円	82,500百万円	85,000百万円
営業利益	4,912百万円 (6.3%)	5,500百万円 (6.7%)	6,800百万円 (8.0%)
店舗数	533店舗	548店舗	560店舗
EC化率	13.6%	14.0%	15.0%
シェア率	24%	25%	26%
設備投資計画	3,219百万円	3,235百万円	3,000~4,000百万円

### ◎主な設備投資項目の内容

- ・成長基盤への投資 DX、インフラ整備、システム投資
- ・維持更新への投資 店舗リニューアル、移転など既存店活性化
- ・利益拡大への投資 都市圏を中心に新規出店15/年

## 5 (参考資料) 中期経営計画「VISION2025」進捗

➤お客様・社会の課題を解決し、計画達成に向けて現状とのギャップを埋めるための取組みを推進





## 5 (参考資料) 中期経営計画「VISION2025」進捗

新車販売に次ぐ事業の柱として、リユース事業を強化



買取 ⇒ 商品化 ⇒ 再販売 の一貫体制強化で更に規模を拡大  
販売台数前年同期比約 **150%** 買取台数前年同期比約 **200%**

## 5 (参考資料) 中期経営計画「VISION2025」進捗

### SPAビジネスモデルの深化

### 調達&開発基盤の強化



調達価格低減  
開発機能強化

### エナシスの シェアアップ

ENERSYS 



¥109,000(税抜)

ENERSYS *Melty*



¥123,000(税抜)

## 資料取扱上のご注意

- 本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する主旨のものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。
- 当社の内部要因や、当社を取り巻く事業環境の変化等の外部要因が直接または間接的に当社の業績に影響を与え、本資料に記載した見通しが変わる可能性があることをご承知おき願います。
- 本資料の転用等は、ご遠慮くださいませ。

