



# 2026年2月期 第3四半期 決算説明資料

2025年12月22日

株式会社あさひ  
東証プライム市場 (証券コード: 3333)

# 目次

- 1 2026年2月期 第3四半期 決算実績**
- 2 2026年2月期 下期の取組み状況
- 3 補足資料（通期計画の詳細）

# 環境認識と中期経営計画VISION2025最終年度における取組み

マクロ環境

- ・物価高に伴う消費マインドの減退

市場変化

- ・高機能・高単価な電動アシスト自転車への乗り換え需要の増加
- ・節約意識の高まりを背景にした買い替えサイクルの長期化

成長基盤  
強化

- ・3つの成長基盤強化<sup>※1</sup>
- ・SPAビジネスモデルの深化

変化に対応した  
戦略

- ・OMO<sup>※2</sup>、CRM<sup>※3</sup>強化
- ・新車販売以外での収益性向上

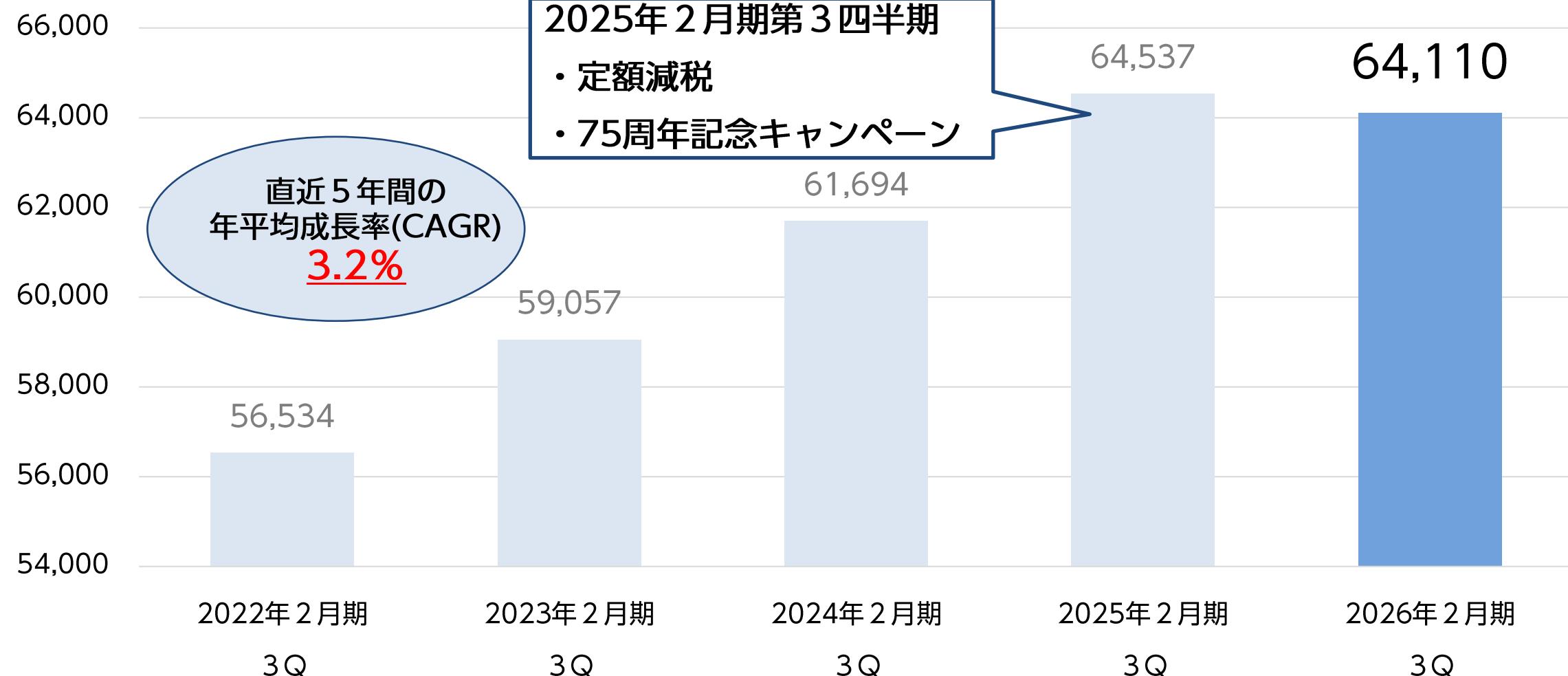
※1 中期経営計画「VISION2025」達成を実現する上で重点的に注力する基盤「物流機能の強化と最適化」「デジタル・IT基盤の強化」「プランディング強化」の3項目

※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します

# 売上高推移（第3四半期） - 中計VISION2025の対象期間 -

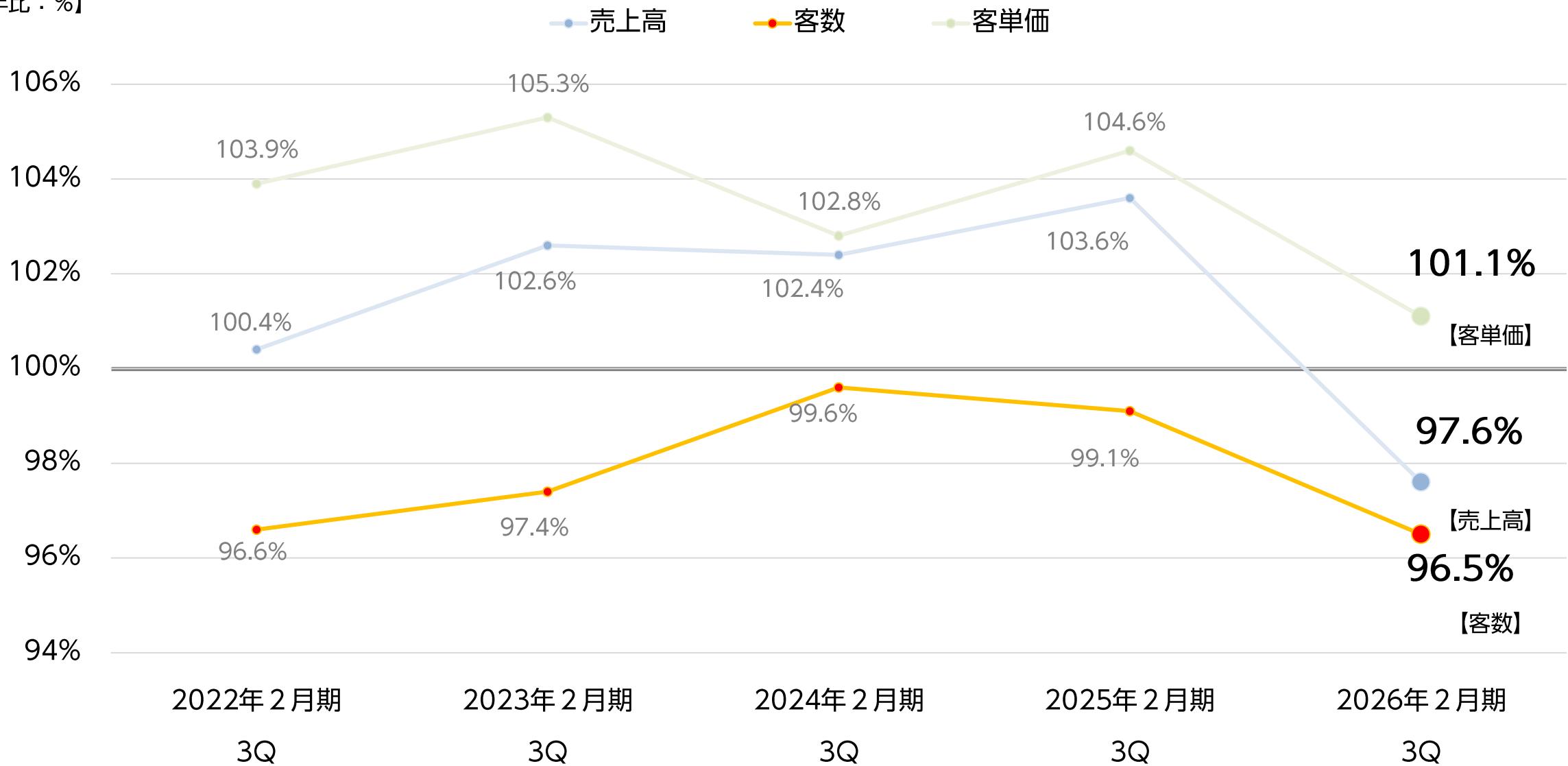
【売上高：百万円】



注) 「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2023年2月期の期首から適用

# 既存店の売上高・客数・客单価の推移 (第3四半期、前年比)

【前年比：%】



# OMO強化による成果 (第3四半期)

-EC売上高とEC化率の推移-

【売上高：百万円】

EC化率は、目標値**16.9%**を上回る水準を達成

【EC化率】

15,000

13,000

11,000

9,000

7,000

5,000

目標値 16.9%

11.0%

13.6%

16.0%

18.5%

11,583

20.0%

17.0%

14.0%

11.0%

8.0%

5.0%

2023年2月期

3Q

2024年2月期

3Q

2025年2月期

3Q

2026年2月期

3Q

6,311

8,136

10,084

6/28

■ EC売上高 ● EC化率

注) 「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2023年2月期の期首から適用

# 2026年2月期 第3四半期 決算実績

【単位：百万円、%】

	2025年2月期 第3四半期実績		2026年2月期 第3四半期実績			
	金額	対売上 高比	金額	対売上 高比	前年 同期比	補足
売上高	64,537	100.0	64,110	100.0	99.3	・新車販売が低調な中、OMOの強化によりEC売上高は増加 ・電動アシスト車は好調
売上 総利益	30,649	47.5	30,649	47.8	100.0	
営業利益	5,584	8.7	4,320	6.7	77.4	
経常利益	5,651	8.8	4,510	7.0	79.8	・売上高の減少
四半期純利益	3,774	5.8	2,927	4.6	77.6	

# 販管費、設備投資額の実績

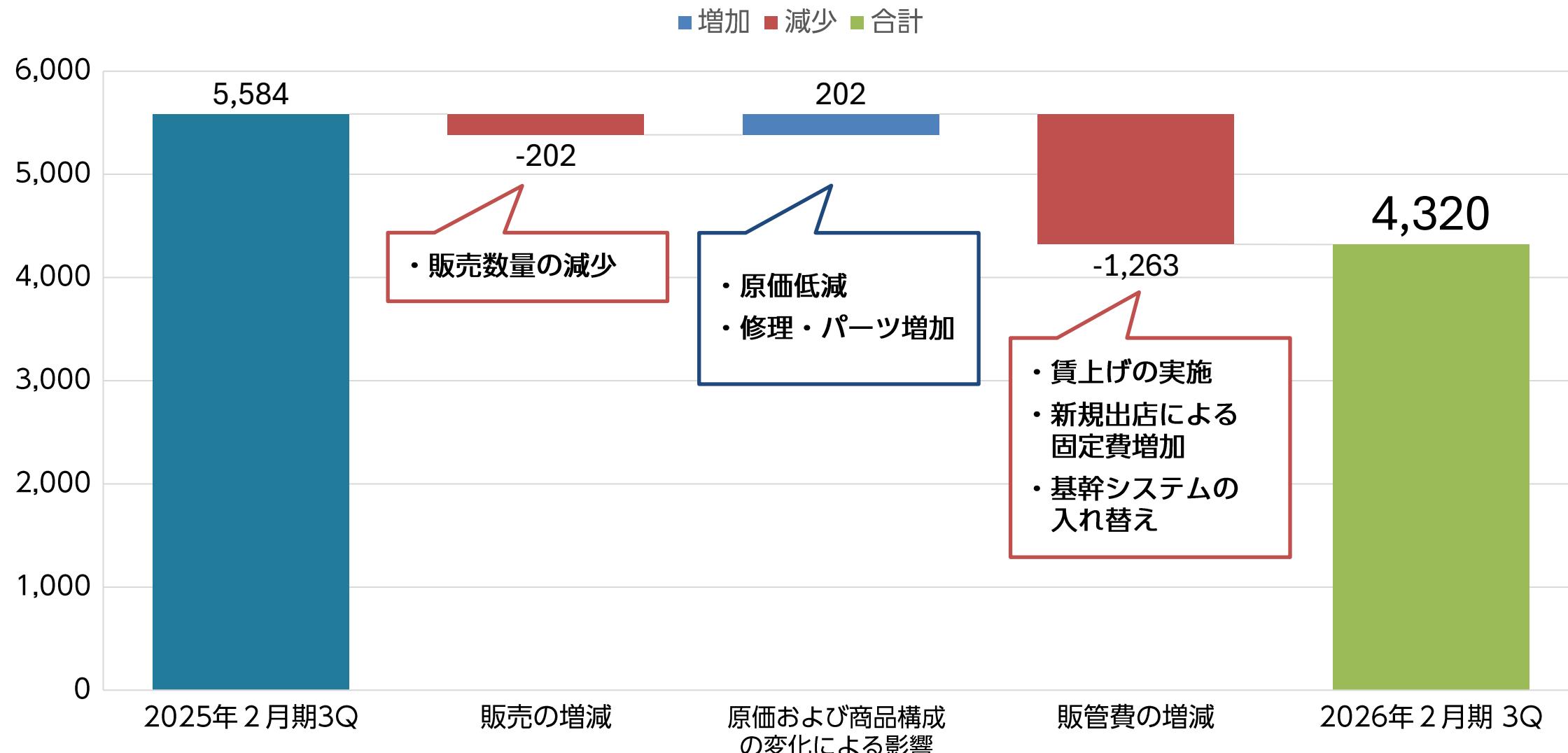
【単位：百万円、%】

	2025年2月期 第3四半期実績		2026年2月期 第3四半期実績			
	金額	対売上 高比	金額	対売上 高比	前年 同期比	補足
販管費	25,064	38.8	26,328	41.1	105.0	
内訳	人件費	11,970	18.5	12,504	19.5	104.5
	広告宣伝費	606	0.9	594	0.9	98.0
	運送保管料*	1,716	2.7	1,720	2.7	100.2
	減価償却費	1,210	1.9	1,353	2.1	111.8
	その他	9,561	14.8	10,155	15.8	106.2
設備投資額	2,348		1,798	76.6	・システム関連の投資が減少	

\* 2026年2月期から、従来の「物流費」ではなく「運送保管料」を表記

# 営業利益の増減分析（第3四半期）

【単位：百万円】



# 部門別売上高

【単位：百万円、%】

		2025年2月期 第3四半期実績		2026年2月期 第3四半期実績			補足
		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	52,763	84.0	50,867	81.5	96.4	・OMO強化により、EC化率が 大きく伸長	
	10,084	16.0	11,583	18.5	114.9		
小売(小計)	62,848	100.0	62,451	100.0	99.4		
その他※2	1,688	-	1,658	-	98.2		
合計	64,537		64,110		99.3		

※1 小売(店舗+EC)における比率

※2 ロイヤリティ収入、FC店並びに卸先への商品売上高、外商売上高など

# 品目別売上高

【単位：百万円、%】

	2025年2月期 第3四半期実績		2026年2月期 第3四半期実績				補足
	金額	売上高構成比	金額	売上高構成比	前年同期比		
一般車	10,464	16.2	9,783	15.3	93.5	・物価高に伴う買い替え見送り	
スポーツ車	8,299	12.9	8,050	12.6	97.0		
子供車	6,592	10.2	6,178	9.6	93.7		
電動アシスト自転車	18,331	28.4	19,250	30.0	105.0	・あさひブランド「エナシス」が好調	
その他自転車	2,017	3.1	1,845	2.9	91.5		
パーツ・その他	18,832	29.2	19,001	29.7	100.9	・整備、点検のキャンペーン活動強化	
合計	64,537	100.0	64,110	100.0	99.3		
あさひブランド売上高	30,863	47.8	30,525	47.6	98.9	・競争力の高いラインナップでお客様ニーズに適合。高水準を維持。	

## 出退店状況（第3四半期）

通期	上半期	下半期
<b>【出店計画】 16店舗</b>	<b>【出店実績】 5店舗</b>	<b>【出店実績】 4店舗 【出店予定】 7店舗（うち5店舗は進行中）</b>
<b>下半期にかけて出店ペース加速中</b>		

	期首	出店	退店 ※2	第3四半期末
店舗数 ※1	545	+9	▲2	552
うち都市型	11	+2	0	13

※1 FC店18店舗含む

※2 洛西口店・千駄ヶ谷デパート（賃貸借契約の満了）

# 目次

- 1 2026年2月期 第3四半期 決算実績
- 2 2026年2月期 下期の取組み状況
- 3 補足資料（通期計画の詳細）

# OMO、CRM強化の現状

## ■期初における想定と現状（全社）

2026年2月期 計画前提	2026年2月期 第3四半期実績
<p>売上高105% = 客単価100% × <u>客数105%</u></p> <p>(前年比)</p>	<p>売上高99.4% = 客単価101.4% × <u>客数98.0%</u></p> <p>(前年比)</p>

ギャップ

## ■分析

- ①物価高継続による生活防衛志向の消費動向が秋以降、特に耐久消費財で顕著  
→来店者に占める自転車購入者数の減少と修理・整備件数の増加
- ②来店に繋がる新規サービスの投入とOMO&CRM強化で客数の落ち込みを緩和  
→電動車の構成比アップが客単価の上昇に直結していない

# 通期計画を達成するための重点取組み事項【売上高】

消費者の節約志向が強まる中、売上の伸び悩みが続いている。引き続き重点取組みを進めていますが、想定以上の逆風により、まだ十分に挽回しきれていない状況です。

## ■中間期の進捗

	2026年2月期 中間期実績 a	2026年2月期 中間期計画 b	差分 a-b
売上高	45,900百万円	48,100百万円	▲2,199百万円
営業利益	3,756百万円	4,570百万円	▲813百万円

## ■売上確保に向けた取組み

### ①CRM強化

- 会員基盤を活かしたコミュニケーション強化

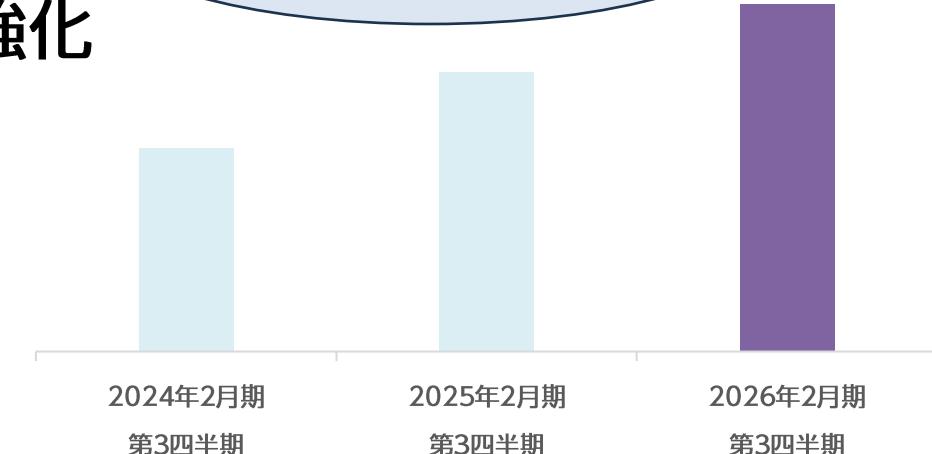
### ②追加施策、キャンペーンの実施

- 550店舗達成！感謝還元キャンペーン

### ③リユース事業の体制強化

### ④来店に繋がる新たなサービスの拡充

直近3年間(第3四半期)の  
アプリ会員数の年平均成長率  
(CAGR) 31%



# 通期計画を達成するための重点取組み事項【利益】

## ■中間期の進捗

	2026年2月期 中間期実績 a	2026年2月期 中間期計画 b	差分 a-b
売上高	45,900百万円	48,100百万円	▲2,199百万円
営業利益	3,756百万円	4,570百万円	▲813百万円

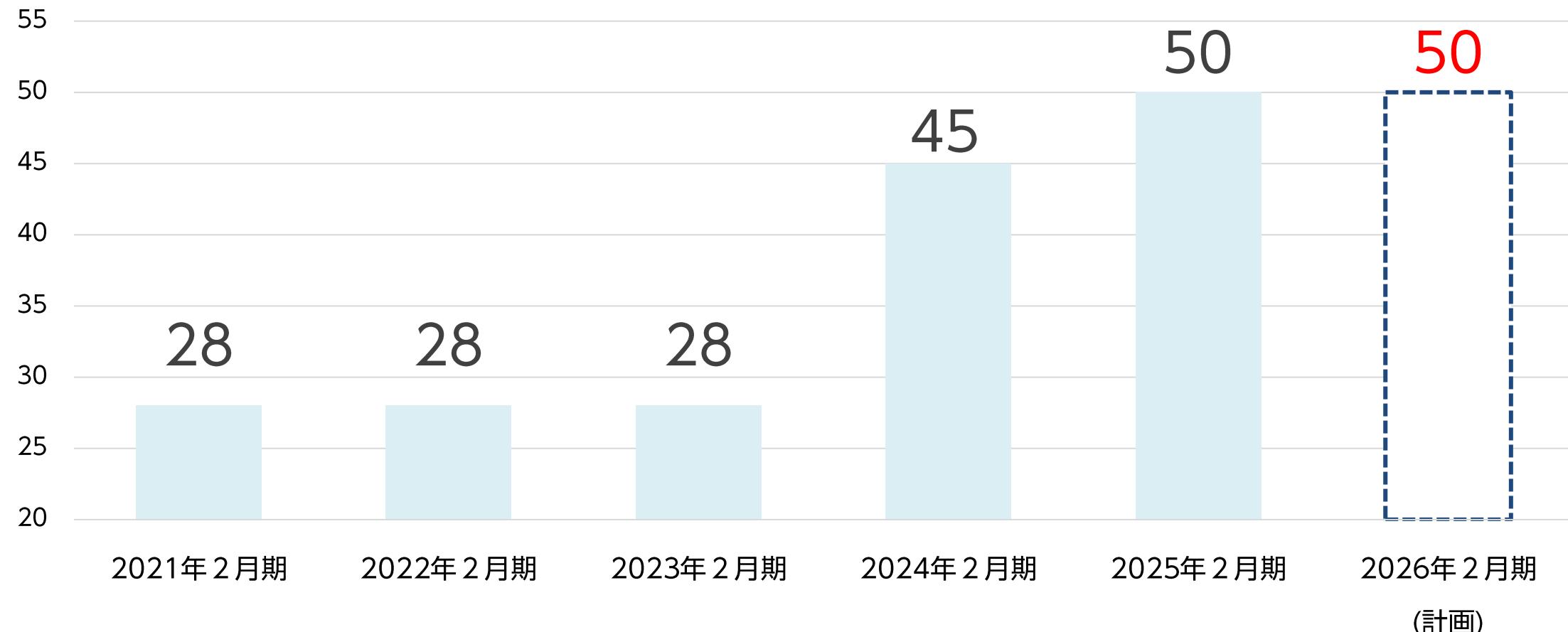
## ■利益確保に向けた取組み

- ①調達コストの見直し（「エナシス」の粗利改善）
- ②ゼロベースでの販管費見直し（成長投資を除く）と再配分
- ③4Qの季節性を踏まえた拡売施策の強化（クリスマスや早期通学車需要）
- ④来店動機に繋がる新サービスの拡充（洗車やメンテナンスパック+α）
- ⑤循環型ビジネスモデルに於ける更なる提案メニューの開発

## 資本コストや株価を意識した経営について

- 1株当たり配当金は50円（計画）
- 収益性や将来の成長を支える基盤への前向きな投資を継続
- 配当性向35%を目安としつつ、安定した株主還元方針を継続する

【1株当たり配当金：円】



# 目次

- 1 2026年2月期 第3四半期 決算実績
- 2 2026年2月期 下期の取組み状況
- 3 補足資料（通期計画の詳細）

# 2026年2月期 通期業績予想の修正

※2025年12月22日に、同年4月4日公表の通期業績予想を修正しました。

- 消費者マインド悪化により耐久消費財の需要が低迷し、自転車販売も想定を下回っている。
- 来店客数は一定程度維持したが、需要回復は限定的で厳しい環境が継続する見込み。

【単位：百万円、%】

	2025年2月期 実績		2026年2月期 当初計画（前回発表予想）		
	金額	対売上 高比	金額	対売上 高比	前年 同期比
売 上 高	81,593	100.0	85,800	100.0	105.2
売上総利益	38,739	47.5	41,500	48.4	107.1
営 業 利 益	5,485	6.7	5,620	6.6	102.4
経 常 利 益	5,626	6.9	5,750	6.7	102.2
当期純利益	3,555	4.4	3,650	4.3	102.6

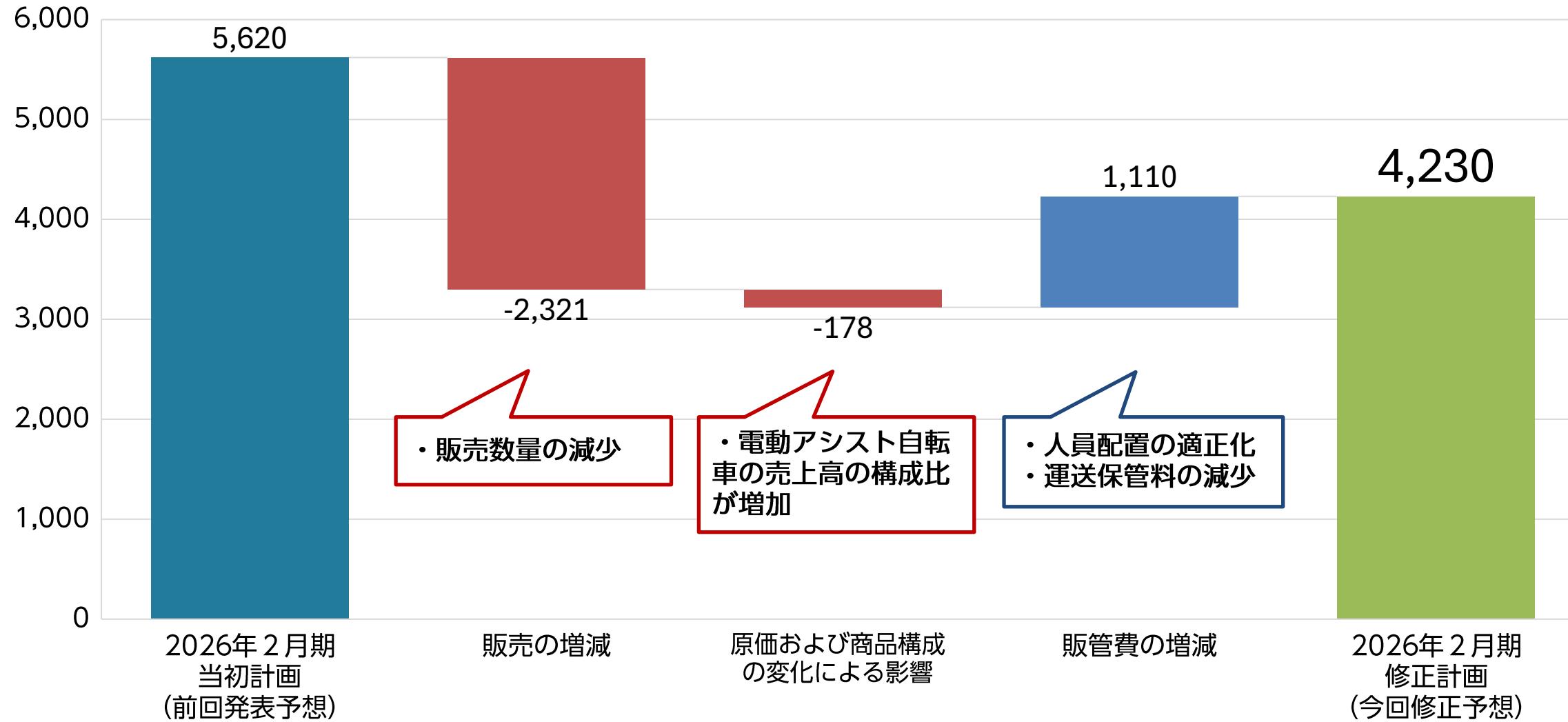


	2026年2月期 修正計画（今回修正予想）			当初計画比	
	金額	対売上 高比	前年 同期比	金額	比率
	81,000	100.0	99.3	▲4,800	94.4
	39,000	48.1	100.7	▲2,500	94.0
	4,230	5.2	77.1	▲1,390	75.3
	4,410	5.4	78.4	▲1,340	76.7
	2,640	3.3	74.2	▲1,010	72.3

# 2026年2月期 通期業績予想の修正 営業利益の増減分析

【単位：百万円】

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計



## 部門別売上高

■店舗では、お客様ニーズの高い新車販売以外の領域拡大を推進

■ECでは、利便性の高いWEBサイト構築や店舗・物流網を活用したOMO戦略をさらに推進

【単位：百万円、%】

		2025年2月期 実績		2026年2月期 当初計画（前回発表予想）			2026年2月期 修正計画（今回修正予想）				
		金額	小売の 構成比 ※1	金額	小売の 構成比 ※1	前年 同期比	金額	小売の 構成比 ※1	前年 同期比	当初計画比	
										金額	比率
店舗	66,643	84.0	69,400	83.1	104.1	64,370	81.8	96.6	▲5,030	92.8	
	12,705	16.0	14,100	16.9	111.0	14,370	18.2	113.1	270	101.9	
小売（小計）	79,348	100.0	83,500	100.0	105.2	78,740	100.0	99.2	▲4,760	94.3	
その他※2	2,244	-	2,300	-	102.5	2,260	-	100.7	▲40	98.3	
合 計	81,593	-	85,800	-	105.2	81,000	-	99.3	▲4,800	94.4	
シェア率※3	25%	-	27%	-	27%	-	-	-	-	-	

※1 小売(店舗+EC)における比率

※2 ロイヤリティ収入、FC店並びに卸先への商品売上高、外商売上高など

※3 当社独自の推定値：シェア率=当社販売台数÷国内向け自転車（出所：財務省貿易統計、経済産業省生産動態調査）

## 品目別売上高

- 電動アシスト自転車を中心に各品目であさひブランドの競争力が向上し、販売台数が増加
- パーツ・その他は、修理・メンテナンス体制強化により増加

【単位：百万円、%】

	2025年2月期 実績		2026年2月期 当初計画（前回発表予想）			2026年2月期 修正計画（今回修正予想）				
	金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年同 期比	金額	売上高 構成比	前年同 期比	当初計画比	
									金額	比率
一般車	13,312	16.3	13,800	16.1	103.7	12,500	15.4	93.9	▲1,300	90.6
スポーツ車	10,076	12.4	10,800	12.6	107.2	9,800	12.1	97.3	▲1,000	90.7
子供車	8,632	10.6	9,000	10.5	104.3	8,100	10.0	93.8	▲900	90.0
電動アシスト自転車	23,278	28.5	24,500	28.6	105.2	24,100	29.8	103.5	▲400	98.4
その他自転車	2,487	3.0	2,600	3.0	104.5	2,200	2.7	88.5	▲400	84.6
パーツ・その他	23,805	29.2	25,100	29.3	105.4	24,300	30.0	102.1	▲800	96.8
合計	81,593	100.0	85,800	100.0	105.2	81,000	100.0	99.3	▲4,800	94.4

## 販管費、設備投資額

- 人件費は、2期連続の賃上げ実施で増加するものの、人員配置の見直しや生産性向上により適正化
- その他の項目は、店舗数増加に伴う影響や水道光熱費の補助金削減により増加

【単位：百万円、%】

	2025年2月期 実績		2026年2月期 当初計画（前回発表予想）			2026年2月期 修正計画（今回修正予想）					
	金額	対売上 高比	金額	対売上 高比	前年 同期比	金額	対売上 高比	前年 同期比	当初計画比		
									金額	比率	
販 管 費	33,253	40.8	35,880	41.8	107.9	34,770	42.9	104.6	▲1,110	96.9	
内訳	人 件 費	15,880	19.5	17,223	20.1	108.5	16,320	20.1	102.8	▲903	94.8
	広 告 宣 伝 費	794	1.0	805	0.9	101.4	740	0.9	93.2	▲65	91.9
	運 送 保 管 料*	2,234	2.7	2,336	2.7	104.6	2,220	2.7	99.4	▲116	95.0
	減 価 償 却 費	1,688	2.1	1,880	2.2	111.4	1,860	2.3	110.2	▲20	98.9
	そ の 他	12,655	15.5	13,635	15.9	107.7	13,630	16.8	107.7	▲5	100.0
設 備 投 資 額	2,774		3,504		126.3	3,504		126.3	-	-	

\* 2026年2月期から、従来の「物流費」ではなく「運送保管料」を表記

# 投資計画

## ■将来の成長を支える基盤への投資を加速（デジタル・IT、物流基盤、店舗）

### ◎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（物流、CRM）
- ・維持更新への投資： 既存店活性化に向け店舗リニューアル・移転（18店舗、前期比+1）
- ・利益拡大への投資： 新規出店16店舗/年、うち都市型4店舗

	期首	出店	期末
店舗数*	545	+16	561
うち都市型	11	+4	15

\* FC店計17店舗(2026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)

# 中期経営計画VISION2025

自転車ライフの最も頼れるパートナーとして、人々の幸せを支えていきます

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

「4つの重点戦略」を  
進めるうえで  
「3つの成長基盤」を  
強化

## 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

VISION2025達成に向け  
「4つの重点戦略」を  
遂行

# 中期経営計画VISION2025の経営ビジョン

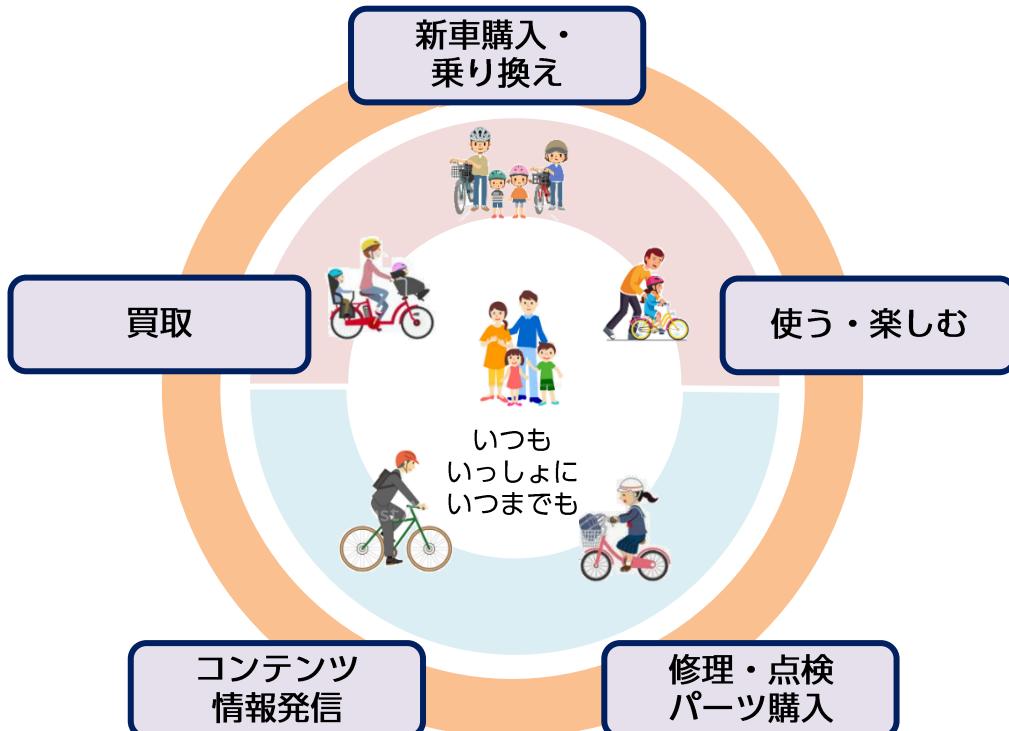
## 【取組み①】 「安全・安心」と 「循環型社会」の両立



## 【取組み②】 自転車の買取、販売体制 (リユース事業)



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。  
～お客様のライフステージに合わせたご提案～



## 【取組み④】 顧客基盤(あさひ会員) の拡大



## 【取組み⑤】 お得な情報・サービス のご案内(公式アプリ)



## 【取組み③】 自転車ライフの楽しさを提案する 総合情報サイト「ちりりん」を通 じたモノ・コト・トキ\*の情報発信

\* 当社のサービス形態の概念

モノ：モノ消費。自転車やパーツ・アクセサリー、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



## 【取組み⑥】 お客様のお困りごとに 対応するサービス体制 強化

## 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ことを承知おき願います。
- ・本資料の転用等は、ご遠慮ください。

