



2017年2月期

決算説明会



2017年4月12日
株式会社 ジーフット

- 売上総利益率は47.8%で前期比0.4ポイント改善
- 新規出店経費も含め販管費は60百万円増

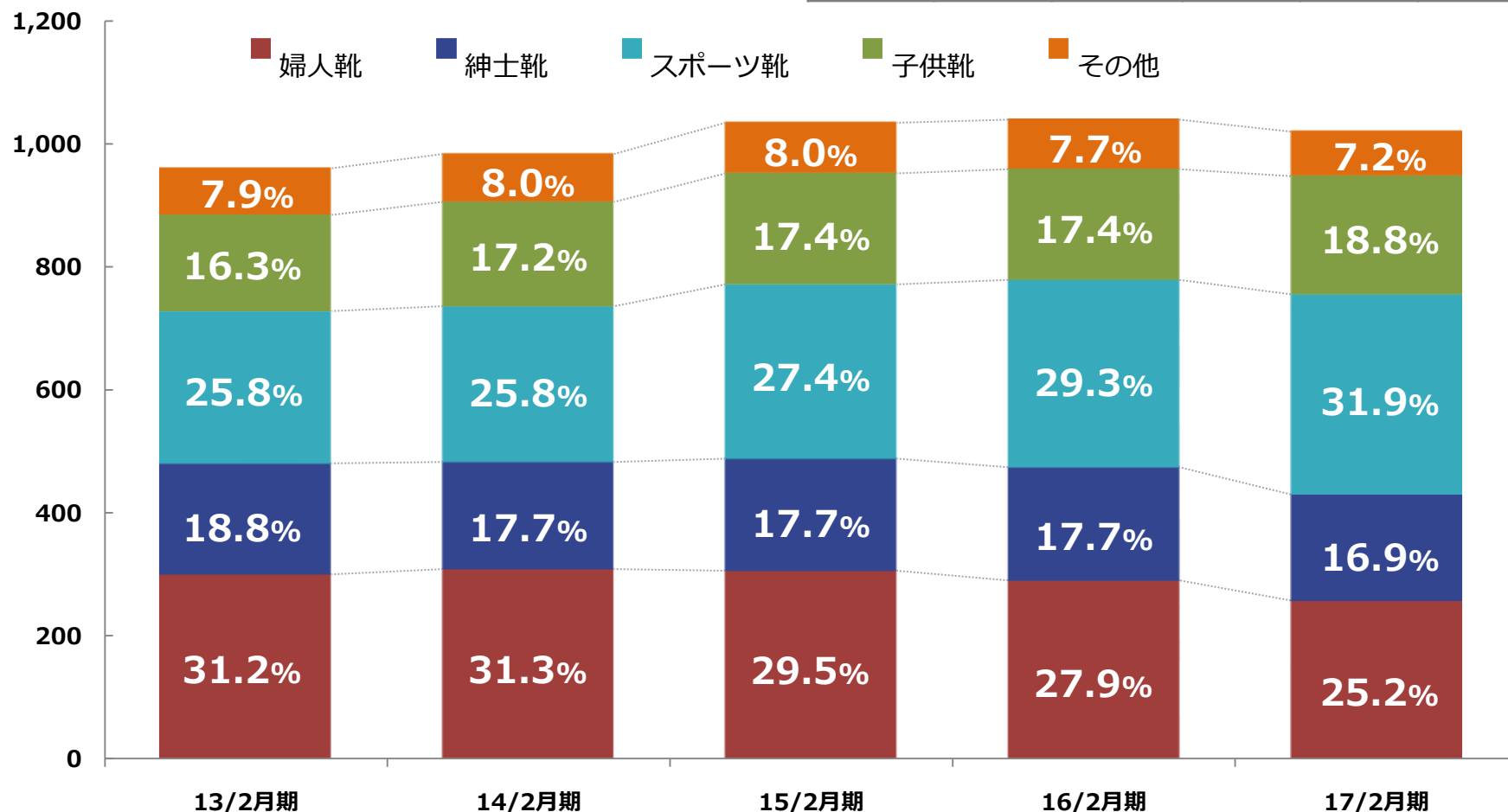
単位：百万円

	17/2月期	前年比	前年差	営業収益比	前年差
営業収益	102,224	98.4%	△1,708	-	-
売上総利益	48,820	99.1%	△450	47.8	0.4
営業利益	5,005	90.7%	△510	4.9	△0.4
経常利益	5,027	91.9%	△445	4.9	△0.4
当期純利益	2,680	95.2%	△134	2.6	△0.1
1株当たり当期純利益	63.03円/株	-	4.14円減	-	-

利益率の改善	売上総利益率0.4ポイント増 前期47.4%から47.8%へ
戦略的伸長 カテゴリーの強化	マーケット変化への対応→伸長カテゴリー強化 スポーツ靴 前期比106.9%、子供靴 前期比106.5%
出店の実施	出店37店舗、退店26店舗実施、純増11店舗 期末店舗数880店舗
アスビー、グリーン ボックスの売場改革	改装44店舗実施（うち大型改装18店舗） アスビーのニューフォーマット アスビー太田店 前期比136.0% アスビー下田店 前期比150.8% グリーンボックス子供靴新概念売場「クツラ」28店舗展開
オムニチャネル化 の推進	EC売上の拡大、タブレットによるオムニチャネルの全店展開と ジーフットアプリの導入
配当政策	年間配当金 前期19円から当期20円へ1円の増配 配 当 性 向 前期28.3%から当期31.7%へ

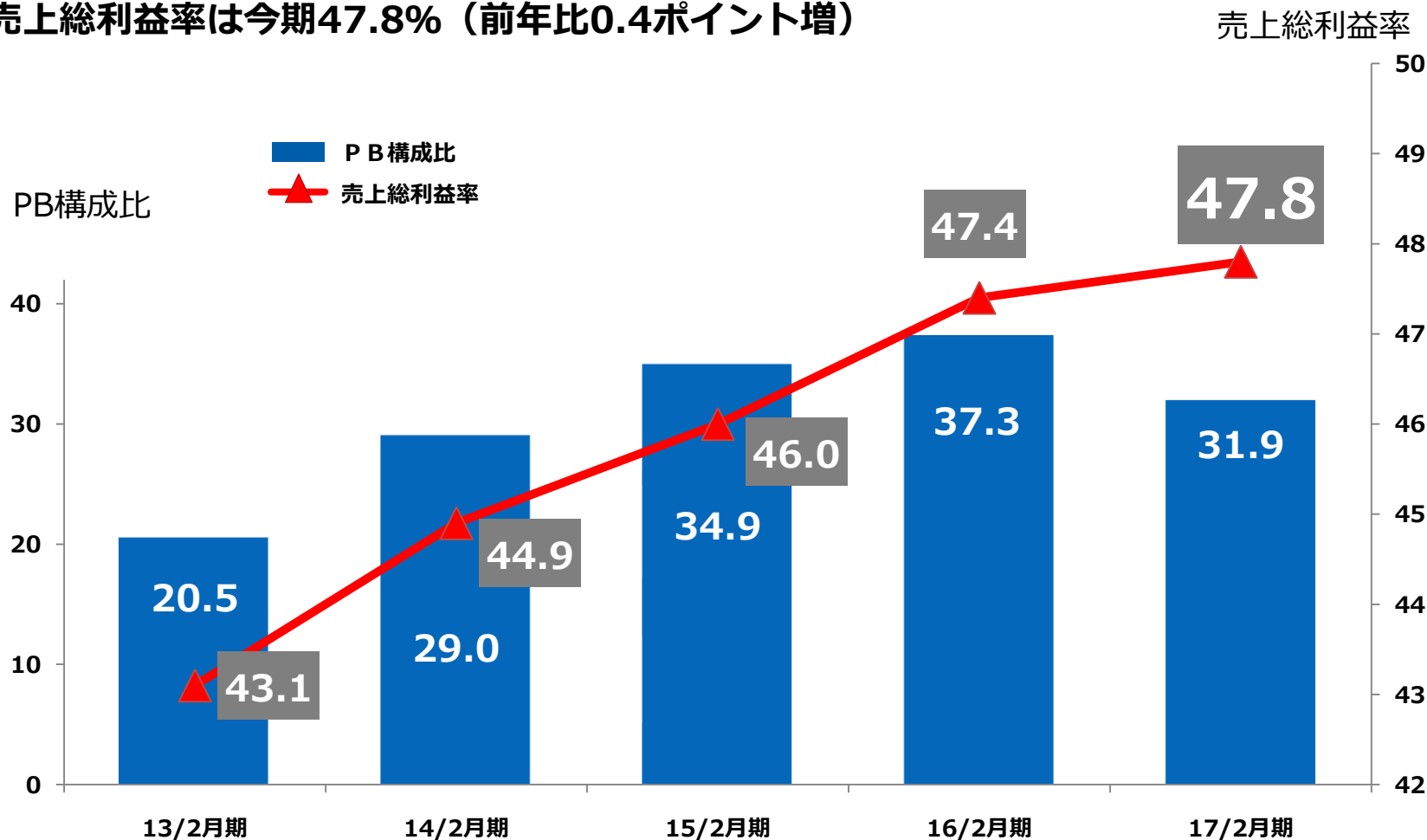
- ファッションスタイル提案の強化でスポーツ靴は売上が伸長。
- 子供靴ショッップ化の推進による子供靴の売上増加。

17/2月期 売上 前年比	婦人靴	紳士靴	スポーツ靴	子供靴	その他
	88.8%	93.9%	106.9%	106.5%	92.2%



*2013年2月期は変則の13カ月決算の為、12カ月決算数値を記載

- PB構成比は今期31.9%（前年比5.4ポイント減）
- PB荒利率の改善（前年比0.7ポイント増）
- 売上総利益率は今期47.8%（前年比0.4ポイント増）



出店 37店舗

ASBee	Shoes Greenbox	ASBee fam.	<i>Feminine Cafe</i>	ASBee KIDS	その他
8店舗	7店舗	9店舗	5店舗	3店舗	5店舗



改装実施 44店舗

ASBee	Shoes Greenbox	ASBee fam.	<i>Feminine Cafe</i>
15店舗	21店舗	4店舗	4店舗



グリーンボックステーマ別売場



営業利益・当期利益の推移

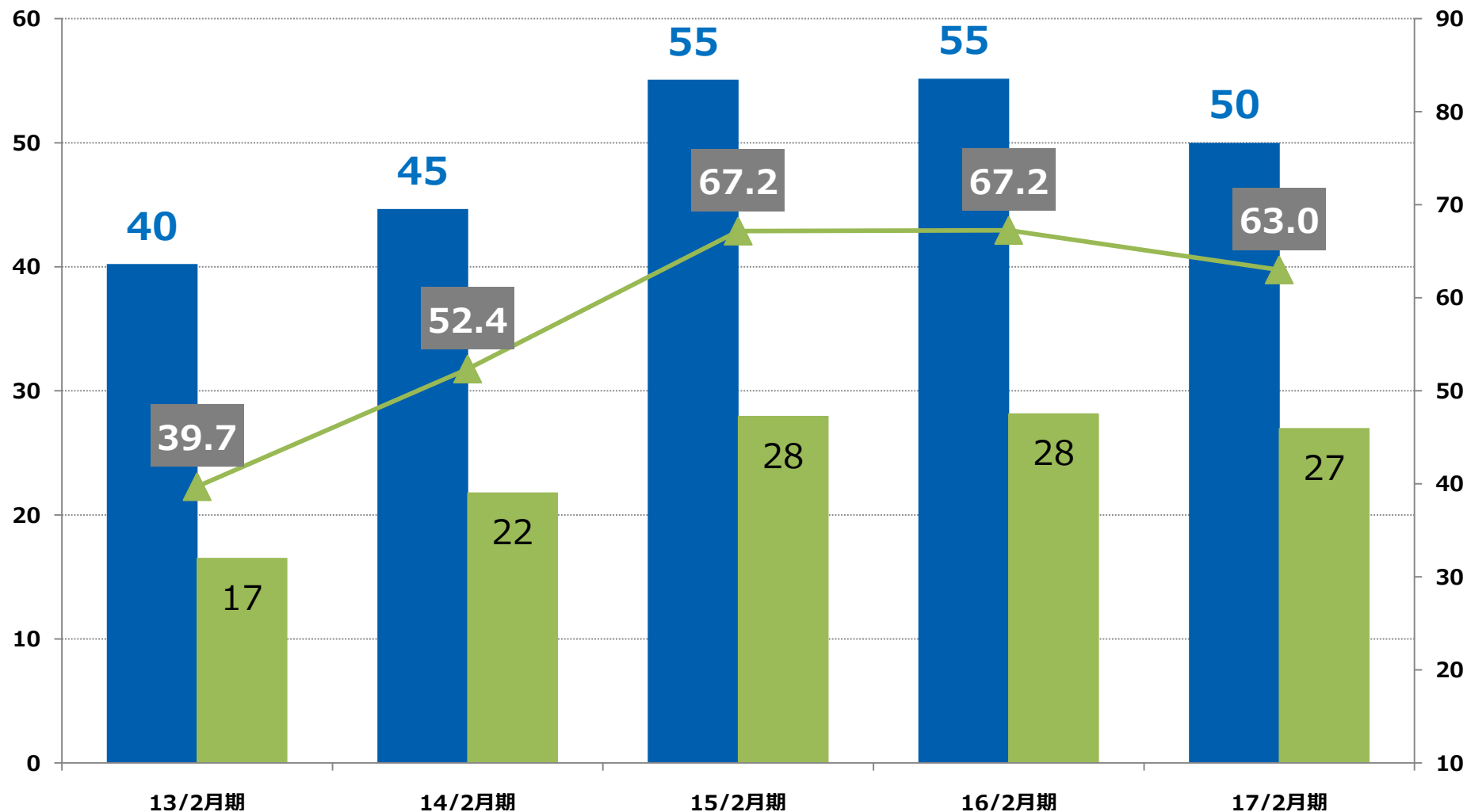
営業利益/
当期利益 (億円)

■ 営業利益

■ 当期利益

▲ 一株当たり当期利益

単位：億円



貸借対照表

単位：百万円

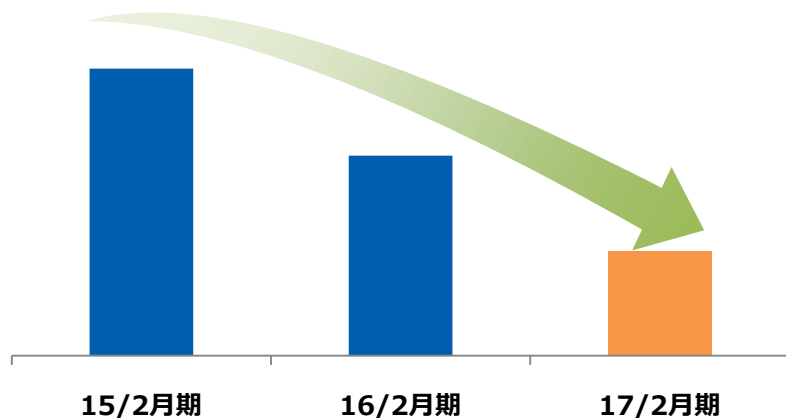
	17/2月期	期首差
流動資産	43,486	108
商品	37,274	613
預け金	2,203	△294
固定資産	15,023	154
資産合計	58,509	262
流動負債	30,003	△2,633
固定負債	2,662	1,109
純資産	25,843	1,786
負債・純資産合計	58,509	262

キャッシュフロー計算書

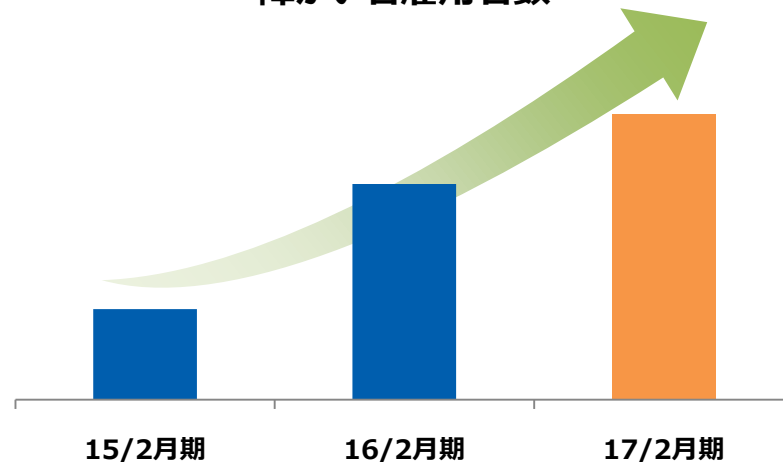
単位：百万円

	17/2月期	前年差
営業活動による キャッシュフロー	△851	△5,885
投資活動による キャッシュフロー	△1,561	494
財務活動による キャッシュフロー	1,820	5,040
現金及び現金同 等物の増減額	△591	△350
現金及び現金同 等物の期首残高	2,117	△241
現金及び現金同 等物の期末残高	1,525	△591

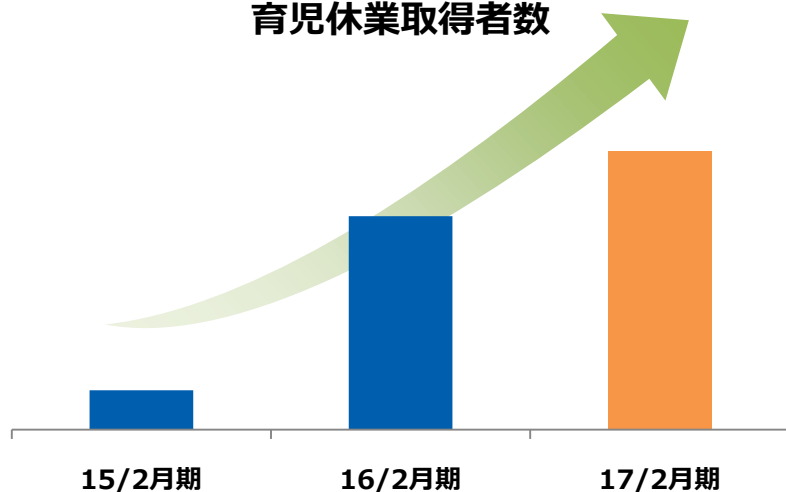
一人当残業時間／月



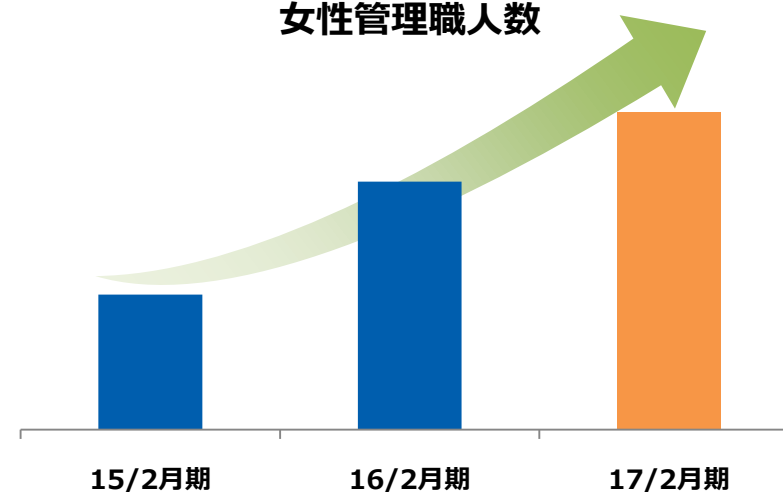
障がい者雇用者数



育児休業取得者数



女性管理職人数



社会貢献活動

「学校法人 ねむの木学園」の生徒の皆さまへ足型計測を実施し、運動会用のシューズを寄贈。



「えるばし」企業認定

女性活躍推進に関する取り組みが優良な事業主に対して厚生労働大臣から与えられる「えるばし」（認定段階2）を取得。



国内外の植樹活動／東北復興支援 「イオン 未来共創プログラム」への参加



プノンペン（カンボジア）での植樹活動風景

2017年度

(2018年/2月期)

重点取組み事項

【4つの要諦】

1. ビジョンと足元経営
2. 4シフトの推進
3. 生産性の向上
4. 地域密着 = 個店経営の推進



3つの改革

1. 商品の改革 = 収益力の向上
2. 業態の改革 = 売場の改革
3. 生産性の改革
= 働き方改革 / ダイバーシティ経営

2つの成長軸

1. 中国事業 / アセアン事業
2. IT改革
Eコマース / オムニチャネル
業務改革 / 生産性向上

3つの改革 / 2つの成長の芽

商品の改革 ＜婦人靴の復活＞

- MDプロセスの改革による商品力強化
- PBの再構築とブランディング強化
- 新価格体系の構築と高付加価値型商品開発の強化

売場の改革 ＜年間50店舗の出店＞

- 基幹フォーマット改革（アスビー、グリーンボックス、アスビーファム）
- 来店客数の拡大 / 一人当り買上率の向上
- 専門店フォーマット開発 & 出店 ⇒ 新規事業の挑戦

生産性の改革

- ダイバーシティ経営を基軸にした働き方改革の推進

中国 / アセアン事業

- 中国事業の黒字化 / アセアン事業のスタート

IT改革

- Eコマースの拡大、オムニチャネルの深耕 / ITを活用した業務改革

婦人靴の復活 品揃えと売場改革

好調企業から学ぶ

- ①ベーシック商材のサイズ展開
- ②マスマッション商品の価格優位性と差別化(機能、産地、材料)
- ③売り込み商品が明確



婦人靴復活シナリオ5カ条

- ①アイテム適正化
- ②商品開発サイクル短縮
- ③マーケティング強化によるファッション商品のマス化
- ④ベーシック高価値商品の開発
- ⑤従前型シニアからの脱却

戦略的伸長カテゴリー

1. カジュアル化/軽量・快適/健康志向

- ・ライト&リラックス：スリッポン、ハイクアレンジのトレンドタイプ

2. 節約お洒落志向

①フラットシューズ/プレーンシューズ

- ・柔らかく歩きやすいフラットソール
- ・コーディネートしやすいシンプルデザイン

②コアのポピュラースタイル

- ・価値あるオープニングプライス
- ・サイクル短期化マスマッション強化

3. 高機能・高品質

①機能オフィス

②フレックスインソール搭載

- ・快適な履き心地を実現

MDの改革

サプライチェーンマネジメントの構築

品揃えのコア	70%
エリア共通	20%
地域・個店対応	10%

マーケティング力向上による
トレンド対応力の強化

開発リードタイムの短縮
▲45日

シーズンMD改革
実需偏重からマスファッション
提案型へ

新価格体系の徹底

消費2極化/節約志向への対応

1. オープニングプライスの強化

- ・プチプライス(シーズン商品)
- ・グッドプライス(ステープル商品)

* 販売構成比目標 構成比10%

2. 価値訴求商品の強化(PB)

- ・バイヤーセクション
素材・高機能・不満の解消等を提案する商品

3. PBのポジション

高付加価値型	PB内構成比	20%
生活提案型	〃	60%
生活応援型	〃	20%

靴の履き心地改革（ウェルネス＝快適さ）



・快適な履き心地へ
→低反発or高反発の高機能インソール



PBのポジション

■ 高付加価値型

- ・バイヤーセクション：
新素材、高機能、不満の
解消等を値ごろな価格で
実現



■ 生活提案型

- ・オフィスサポート：働く女性のニーズに応じて、
通勤やオフィスでの必須の機能を搭載



FORMAL PUMPS

フォーマルパンプス

POINT1
やわらかジェルでかかとの
衝撃を吸収

低反発で、土踏まずの
アーチ部分もしっかりサポート。
足に優しく心地よいフィット感
を実現しました。

POINT2
抗菌加工

抗菌加工でいやなニオイ菌のもとを
断つことができます。
そのため、靴の中をいつも新鮮で
爽やかな状態を保ちます。

就活&OLライフ応援

抗菌メッシュ

中敷きつまみ足部分の抗菌
メッシュが雑菌の繁殖を
抑えニオイを抑えます。

かかとサポート
クッション

かかとサポートクッション
により、歩行時のかかとへの
衝撃を吸収します。

5mmスポンジ

厚さ5mmのスポンジが
足を包み込み、優しくフィット
します。

Variation

5.0 6.0 6.5

■ 生活応援型

- ・プチプライス：お値打ち価格でコーディネート
の選択肢が広がるファッションを提案



- ・グッドプライス：お値打ち価格で旬のファッ
ションと履きやすい機能を融合



(2) 業態の改革

業態	重点政策
アスビー	1. 専門店複合フォーマット改革 ①アスビーキッズ併設 ②地域密着型ショッピンショップの導入 2. ブランド訴求強化 ①ジェンダー別ブランド構成 ②ライフスタイル提案 アスレジャーの強化 ファッション雑貨のラインロビング 3. 活性化の推進 
アスビーキッズ	1. No.1の品揃え/サービス深化 2. ジュニア+親子への提案拡大 3. バッグや雑貨へのラインロビング 

2018年2月期 新店/改装計画

	出店	第1四半期実施状況	改装	第1四半期実施状況
	20以上	(3月)アスビー水戸OPA、アスビー新小松、アスビーキッズ大和鶴間、アスビーキッズ新潟南、アスビーキッズ川口前川、アスビーキッズ新小松	15以上	(3月)アスビーキッズ吉祥寺、アスビーりんくう泉南、アスビー北戸田、アスビー大和鶴間、アスビー石巻西
	10以上	(3月)アスビーファム滝川	10以上	(3月)アスビーファムパパ上尾、アスビーファムさくら
	4以上	(3月)グリーンボックス新小松 GBキッズ碑文谷	20以上	(3月)グリーンボックス草津、グリーンボックス松任、グリーンボックスジェームス山、グリーンボックス前沢、グリーンボックス高松東、グリーンボックス岡山、グリーンボックス浜松志都呂、グリーンボックス大野城
<i>Feminine Cafe</i>	3以上		4以上	(3月)フェミニンカフェ北戸田、フェミニンカフェ大和鶴間、フェミニンカフェ熊本
新業態	5以上	(3月)スケチャーズ浜松志都呂、スケチャーズ京都桂川 インビト碑文谷		
会社計	年間 50以上		年間 50以上	



業態

重点政策



INVITO (インビト)

3月実験開始
「REAL LEATHER」
「HIGH-QUALITY」
「TREND」をキーワードにデ
リーユースからフォーマル
まで、ワンランク上の大人の足元
を演出できるアイテムを提案する
シューズセレクトショップ。

新業態

KIDS ママ&キッズ

下期実験開始

ニューファミリー 世代の母子が
一緒に靴を選ぶ新しいシュー
ズセレクトショップ



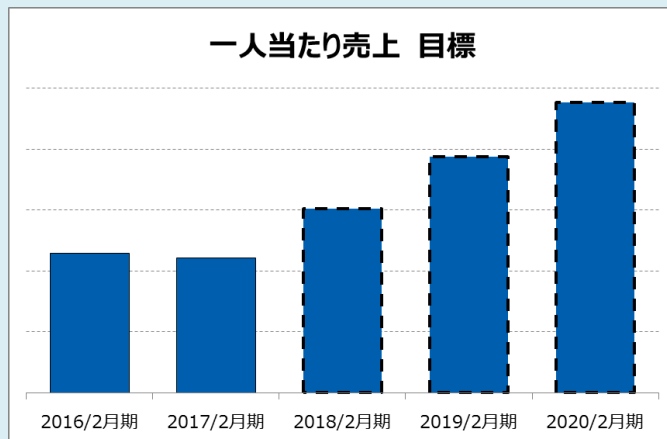
(3) 働き方の改革

働き方改革

業務効率

■生産性の改善/販売力の強化

一人当たり売上高の向上



■適正要員確保

- ①採用力強化 ②離職率の低減

■ITによる業務支援

■情報の共有

在庫/販売情報の一元化

■MDプロセスの改革

人材育成

■職能別教育

■フィッティングアドバイザー研修

■若手人材の活用

- ①新規事業開発PT ②MGR職への登用

■フレックス社員の幹部登用

■女性人材の活用

制度活用

■育児休暇 介護休暇

■短縮勤務 テレワーク

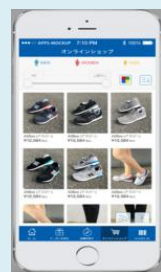
■地域限定勤務



来店客数の拡大

■ スマホアプリ(ジーフットアプリ)会員拡大

- ・アプリの全店対応開始
- ・コンテンツの充実 - 歩数計機能、足型計測器、Eコマースとの連携他
- ・魅力的な商品情報の発信



中期
会員目標
200万人

■ 商品本位の販促企画

- ・商品の魅力/価値を伝える

■ デジタル化の推進

- ・SNSフォロワー数の拡大
- ・動画コンテンツの活用
- ・WEB販促の強化



一人当り買上率

■ 接客力、演出力の向上

- ・ロールプレイング大会、VPコンテストの実施とノウハウの水平展開
- ・足型計測器を使用した接客によるシューズとインソールの販売

■ ラインロビングによる関連商品の販売拡大

- ・インソール、シューケア、ソックス、バッグ等の展開

■ 分かりやすく買いやすい売場の実現

- ・陳列商品と在庫商品の一体となった陳列、番号管理による在庫の可視化

■ お取り寄せサービス「ぴたトリ」の稼働

- ・実店舗でサイズを試し、店在庫の無い商品の取り寄せを可能に

■ 新センター稼働

(2017年6月幸手市)

- ・中間コスト削減
- ・納品スピード向上
- ・店着精度の向上
- ・センター仕訳の改善

■ 中国物流拠点を

上海に一元化

- ・リードタイム短縮
- ・配送コスト低減

■ 生産拠点の最適化

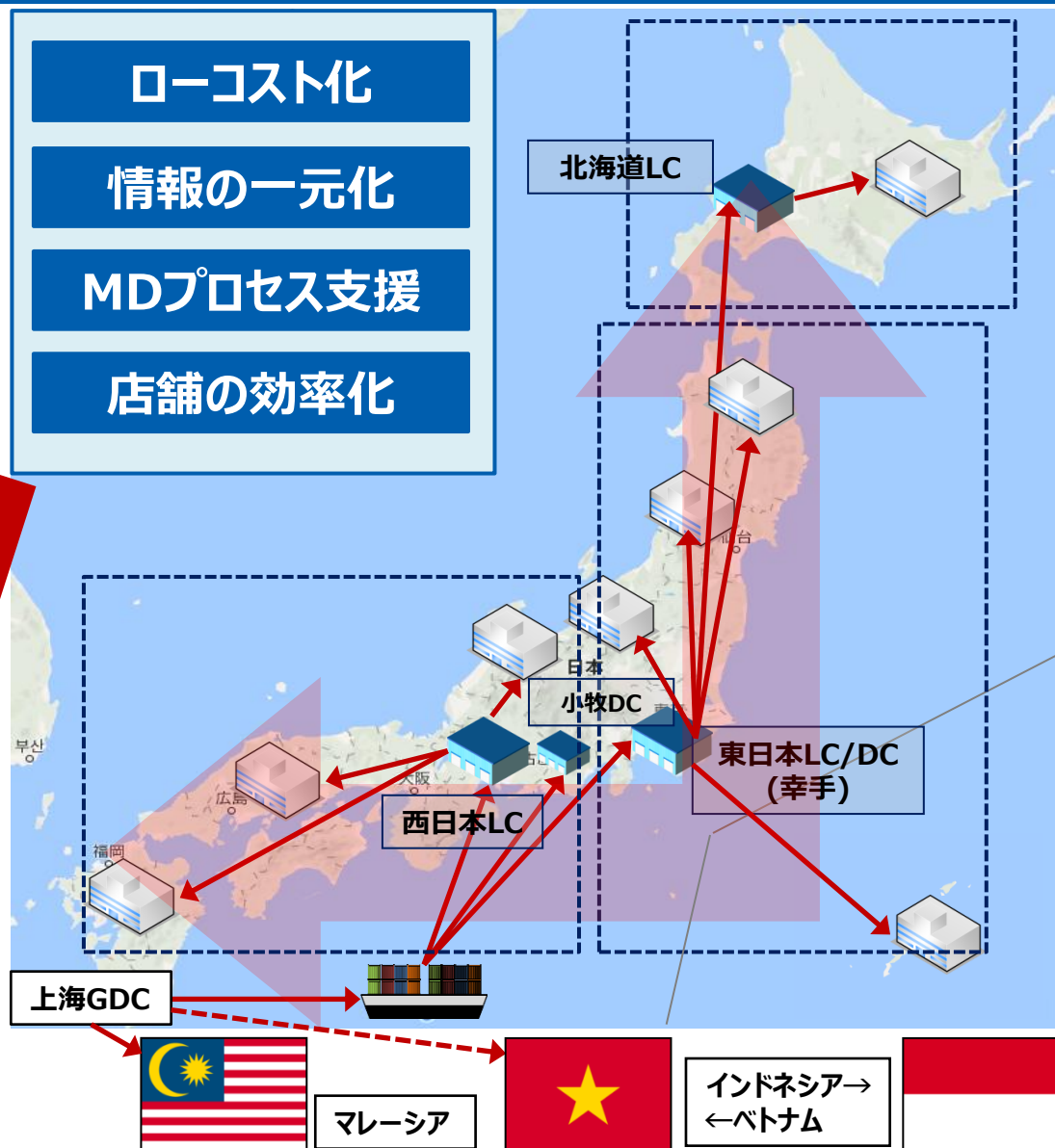
生産計画／追加発注

ローコスト化

情報の一元化

MDプロセス支援

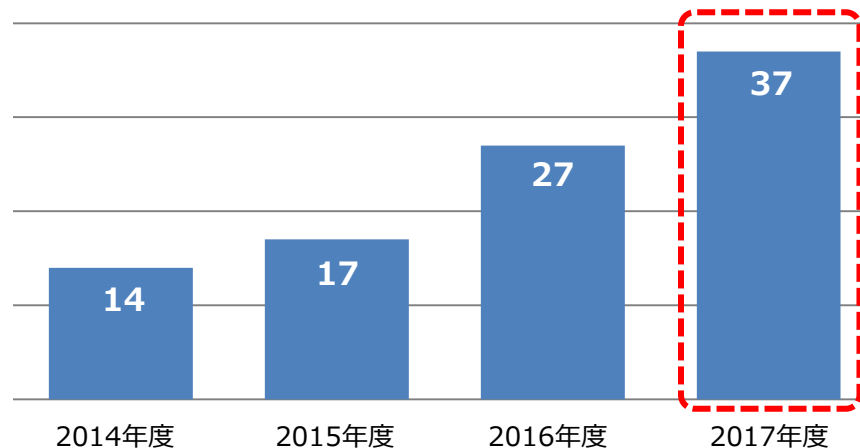
店舗の効率化



2017年度 中国事業方針

1. イオン事業会社・ダフネ社との協業推進
(ダフネ運営モデルでの拡大)
2. 荒利率の改善 → 自主MDの拡大
= ダフネ内覧会での評価
3. 運営経費の見直し
※物流拠点の移動（北京→上海GDC）
4. 海外駐在機能の構築 — 上海事務所

期末店舗数



アセアン事業 中期展望



1. イオンマレーシアとのコラボ
→ 信用・インフラの活用
2. マレーシアNo.1の靴売場の実現
→ 靴のディスティネーション売場化
3. 直営コア売場 → コアカテゴリー、ラインロビング
4. インターナショナルPB+現地向PB
→ 商品調達とソーシング

マレーシアの成果を水平展開

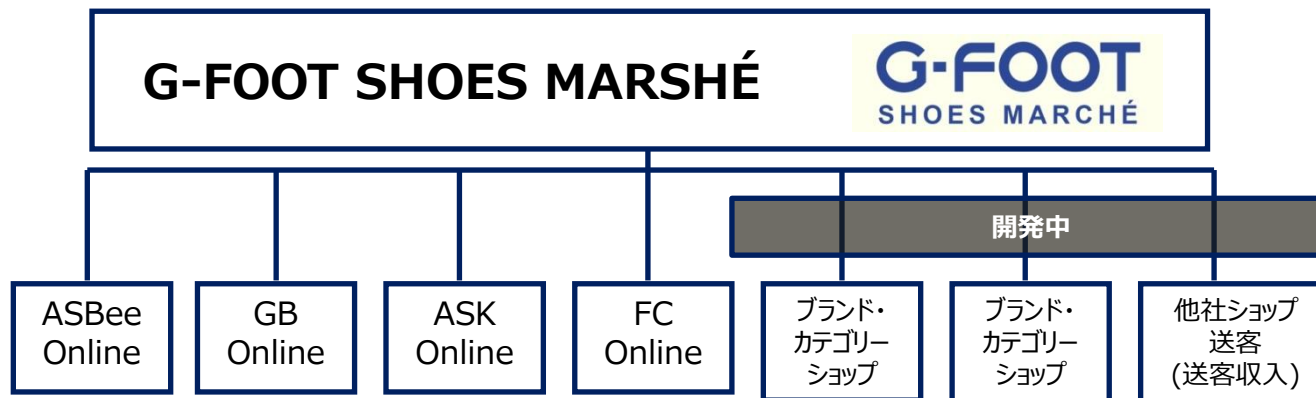
アセアン各国
への展開

本店サイトの改革

ASBee Online Shopは
G-FOOT SHOES MARCHÉ（仮称）へ

今期目標伸び率

140%



新サイトイメージ



■改革のポイント

1. G-FOOT ポータルサイトへの進化
2. 決済手段の拡大(APPLE PAY等)
3. 最短即日出荷の実現
4. 出荷拠点の一元化

株主数の増加

株主数 前期10,384名から当期16,819名に増加

増配の実施

年間配当金 前期19円から当期20円へ1円の増配
配当性向 前期28.3%から当期31.7%へ

株主優待制度の変更

2017年8月31日を基準日とするものから、
株主優待券の贈呈回数を年2回に変更を予定

(変更前)

毎年2月末日現在の株主名簿に登録された100株以上所有の株主さまに対し株主優待券を贈呈。

所有株式数	優待内容
100株以上 1,000株未満	株主優待券2,000円 (1,000円券2枚)
1,000株以上 2,000株未満	株主優待券10,000円 (1,000円券10枚)
2,000株以上	株主優待券20,000円 (1,000円券20枚)



(変更後) ※計画

毎年2月末日及び8月31日現在の株主名簿に登録された100株以上所有の株主さまに対し株主優待券を贈呈。

所有株式数	優待内容
100株以上 1,000株未満	株主優待券1,000円 (1,000円券1枚)
1,000株以上 2,000株未満	株主優待券5,000円 (1,000円券5枚)
2,000株以上	株主優待券10,000円 (1,000円券10枚)

単位：百万円

	中間	前年比	年間	前年比
営業収益	54,500	100.2%	104,000	101.7%
営業利益	3,400	102.0%	5,500	109.9%
経常利益	3,400	101.5%	5,500	109.4%
当期純利益	1,850	100.7%	2,800	104.5%
1株当たり当期純利益	43.51円/株	0.29円増	65.85円/株	3.82円増

予想	中間	期末	年間
1株当たり配当金(円)	10円/株	10円/株	20円/株
2017年2月期実績	10円/株	10円/株	20円/株

2017 – 2019年度 中期経営計画

商品の改革

PB商品戦略を軸
とした商品力の強化
(PB比率36%)

- ブランドポートフォリオの再構築
- 新価格体系の構築
- 高付加価値型商品開発の強化

MDプロセスの改革に
よるSPAの推進

- サプライチェーンマネジメント構築
- G需要の集約と調達コストの改善
- 開発リードタイムの短縮▲45日
- MDサイクルの改革/多ローンチ化

婦人靴の復活
(売上構成比27%)

- アイテム適正化
- R&Dの徹底 (マーケティング強化)
- 高付加価値商品の開発

売場の改革

-業態の改革-

基幹フォーマット改革

専門性強化による収益力向上

新規事業開発と出店

メンズ/キッズ専門店開発強化

オムニチャネル化の推進

スマホアプリ/SNSの連携

働き方の改革

ダイバーシティ経営の推進

一人当り販売効率の向上
(10%向上)

- ・効率的な働き方の推進
- ・本社テレワークの導入
- ・総労働時間の短縮

- ・教育機会の拡大による現場力強化（Fadなど）
- ・ロールプレイング訓練

財務戦略

キャッシュフロー経営の徹底

在庫効率の向上

- ①総アイテム数コントロール（▲20%）
- ②有効在庫比率の向上（回転日数▲30日以上）

4シフトの取り組み

	目指す水準 (2019年定性)	目指す水準 (2019年定量)	課題・重点施策
デジタル	■ デジタル売上高50億円 (EC化率4.6%) ■ 越境ECへの取り組み ■ グループシナジーの最大化	50億円	・ビッグデータ(顧客・商品)の一元化 ・グループインフラ連携強化 (ワオン・イオンスクエア) ・自社サイトの再構築 (シューズマルシェ) ・P Bブランディング
アジア	■ 中国事業の収益性改善 ■ アセアン全店商品供給と直営店出店 (マレーシア・タイ・インドネシア・ベトナム)	28億円	・中国アセアンへの商品供給 ⇒直営化 ・地元サプライヤーとの連携 ・商品力の向上とドロップシップ拡大
シニア	■ シニアマーケットシェア12% (400億円) ■ セミオーダーシステム開発	400億円	・機能価値の商品開発 及び提案強化 ・C R M型販促の導入 ・計測データのシステム連携
都市	■ 専門フォーマット都市出店【30店】 ・紳士セカンドライン、キッズ新業態 ■ アスビー都心モデルの改革 ・MD改革を軸とする活性化	30億円	・生産性の向上 (坪売・荒利率) ・新業態のフォーマット確立 ・専門性の追求 (接客・サービス) ・P Bブランディング

単位：百万円

	2017年度	前年比	2019年度目標
営業収益	104,000	101.7%	108,000以上
営業利益	5,500	109.9%	6,500以上
当期純利益	2,800	104.5%	3,500以上
期末店舗数	918（新店50）		1,000店舗以上



本資料の作成にあたり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、将来に関する記述が含まれている場合がありますが、実際の業績は様々なリスクや不確定要素に左右され、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。本資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、第三者が、その他の目的で公開又は利用することはできません。