



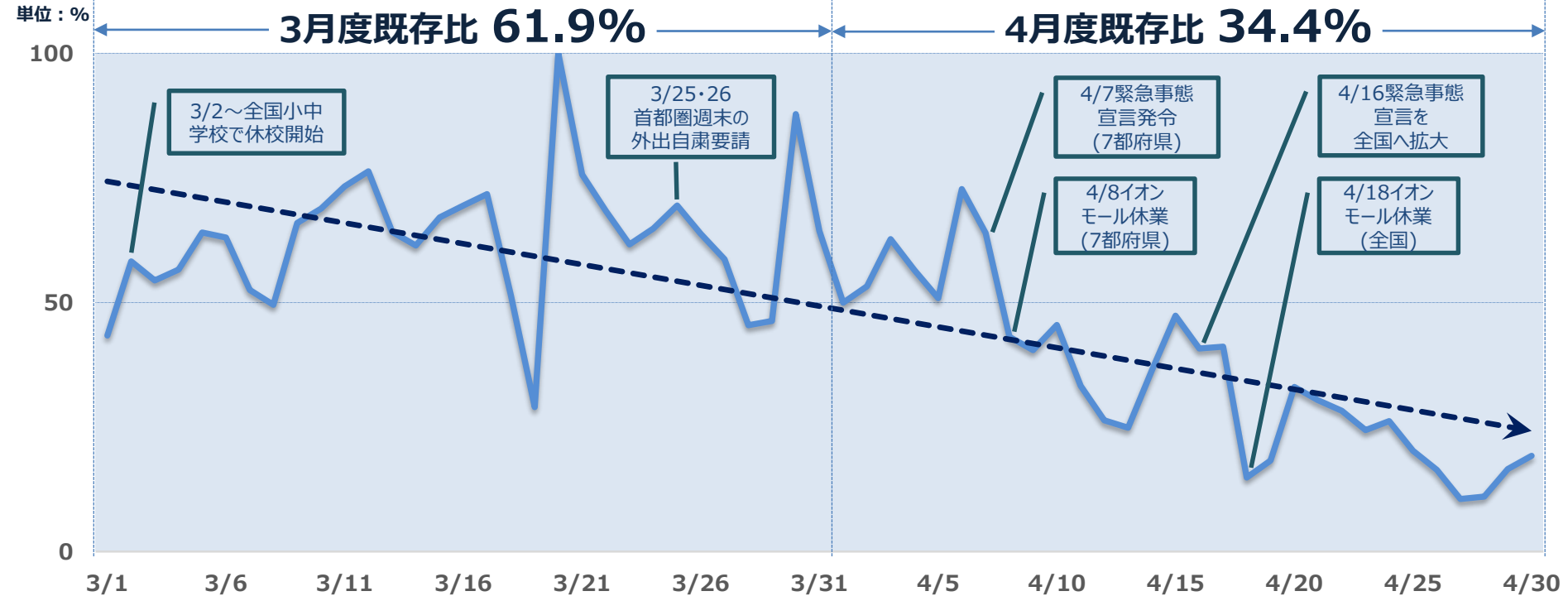
第49期
株式会社ジーフット
定時株主総会

2020年5月19日

新型コロナウイルスの影響

【単体】新型コロナウイルスの影響

単体 売上既存比推移



【単体】新型コロナウイルスの影響

店舗営業状況

4月末時点

	店舗数	構成比 (単位：%)
休業	285	32.6
土日休業	7	0.8
時間短縮営業	148	16.9
通常営業	434	49.7
合計	874	-



5月18日時点

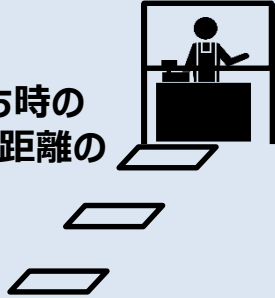
	店舗数	構成比 (単位：%)
	80	9.2
	7	0.8
	260	29.7
	527	60.3
	874	-

- ・5月14日、東京都や大阪府などを除く39県で緊急事態宣言を解除、休業要請を緩和
- ・イオンモールは5月13日より順次営業を再開

【単体】新型コロナウイルスの影響

お客さま・従業員の安心安全を守る取り組み

レジ待ち時の
社会的距離の
確保



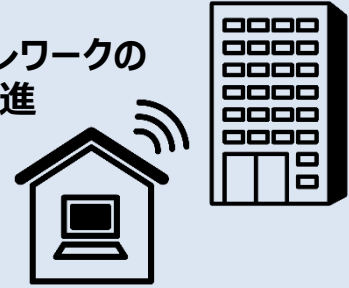
店舗レジ台
事務所
共有部等の
消毒・清掃



全従業員の
毎日の体調
管理を徹底



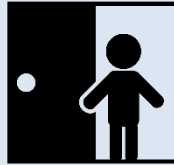
テレワークの
推進



レジカウンターの
飛沫防止
シート設置



店舗・事務所
における
換気の徹底



従業員の
手洗い
うがいの励行



オンライン
TV会議
の推進



上記の対応を徹底していることで、現時点で従業員の感染者はゼロ

対処すべき課題

【単体】2021年2月期 対処すべき課題

新型コロナウイルスの収束後に変化するライフスタイルへの対応

激変する環境を勝ち抜く、強い企業基盤の構築

新しい生活様式

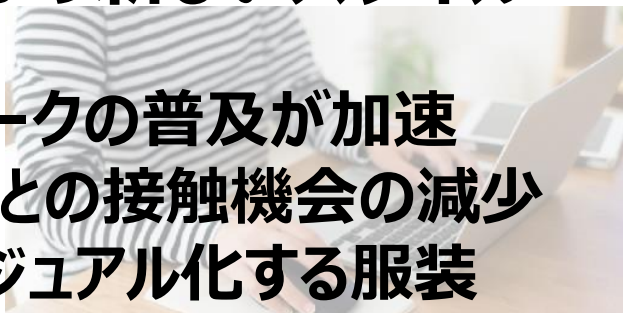
日常生活の新しいスタイル

巣ごもり消費
家でくつろぐ
運動不足解消



働き方の新しいスタイル

テレワークの普及が加速
人と人との接触機会の減少
よりカジュアル化する服装



【単体】2021年2月期 対処すべき課題

商品の改革

1. 強いブランドの確立・お客さまの声を反映したP B商品開発
2. M Dプロセス改革と在庫の適正化
3. サプライチェーンマネジメントの構築

店舗・売場の改革

1. 地域密着型経営の推進（エリア別・ロケーション別管理の強化）
2. 既存店の活性化と新規事業の開発
3. プロモーションの改革

働き方の改革

1. 営業力の強化（リアル店舗の強みを発揮する、接客重視）
2. 人材の活性化と育成の推進
3. ダイバーシティ経営の更なる推進

よりスピードをもって実行

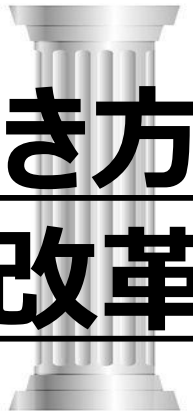
【単体】2021年2月期 対処すべき課題



商品の
改革



店舗・売場
の改革



働き方の
改革

新型コロナウイルスによる「苦境」を改革実行の「転機」へ変える

経費構造の最適化

【単体】2021年2月期 対処すべき課題

1-1. 商品の改革

目的

在庫計画の完遂
上期中に在庫適正化

施策

- 販売機会拡大
- 仕入計画の見直し

【単体】2021年2月期 対処すべき課題

販売機会の拡大

全国のグループ店舗で 別会場催事実施

AEON

AEON STYLE

AEON
MALL

AEON TOWN

【単体】2021年2月期 対処すべき課題

売上減少に伴う仕入計画の見直し

コロナ影響

**在庫計画差
への対応**

第1四半期

**販売期間減少に伴う、
春夏商品の生産調整**

第2四半期

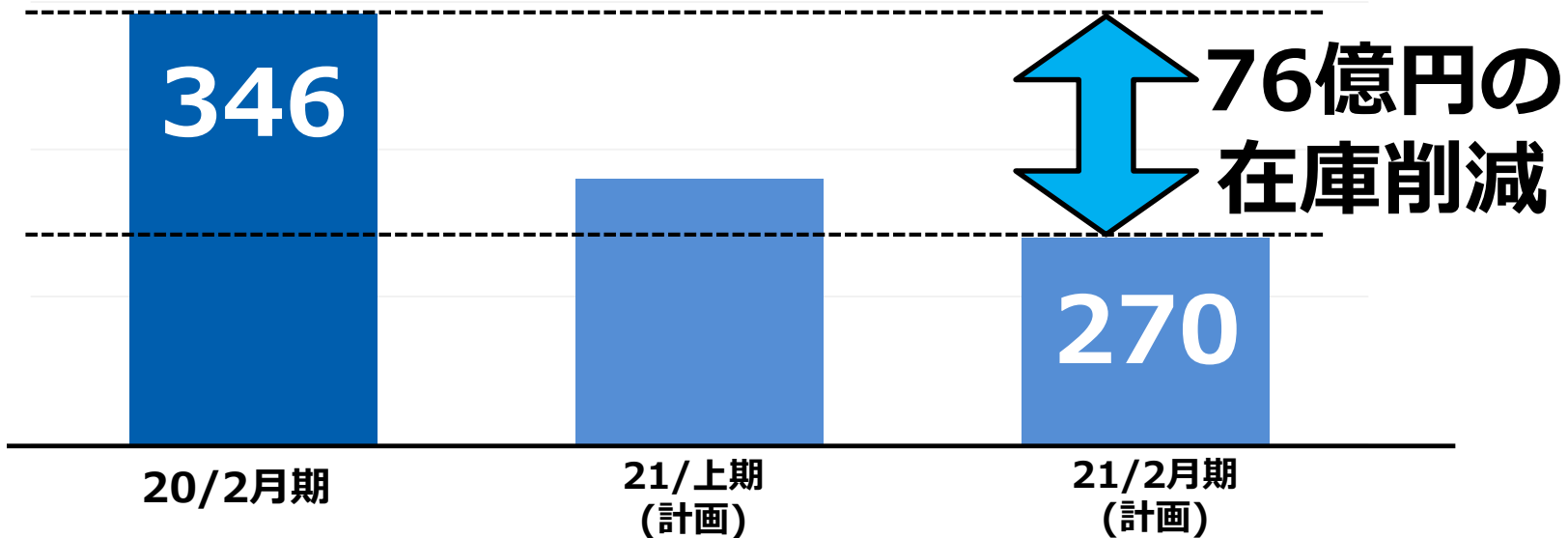
初秋商品の計画見直し

【単体】2021年2月期 対処すべき課題

商品在庫適正化の計画

商品在庫高
単位：億円

在庫計画



【単体】2021年2月期 対処すべき課題

1-2. 商品の改革

目的

**強いブランドの確立・お客さまの
声を反映した P B 商品開発**

施策

- 新しいライフスタイルに対応した商品開発
- MDプロセス改革とサプライチェーン確立

【単体】2021年2月期 対処すべき課題

商品の改革

過去のビジネスモデル、成功体験に
捉われた品揃え

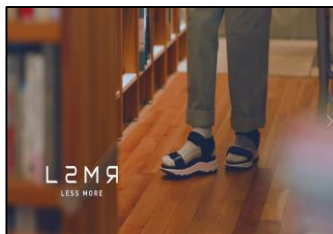


ライフスタイルに
対応した品揃え



【単体】2021年2月期 対処すべき課題

商品の改革



【単体】2021年2月期 対処すべき課題

商品の改革

PATRICK  COX

レザー sneaker
¥7,900 + 消費税



驚きのフィット感
裸足感覚のスニーカー



marie claire
homme



ニットアッパー スリッポン
¥5,900 + 消費税

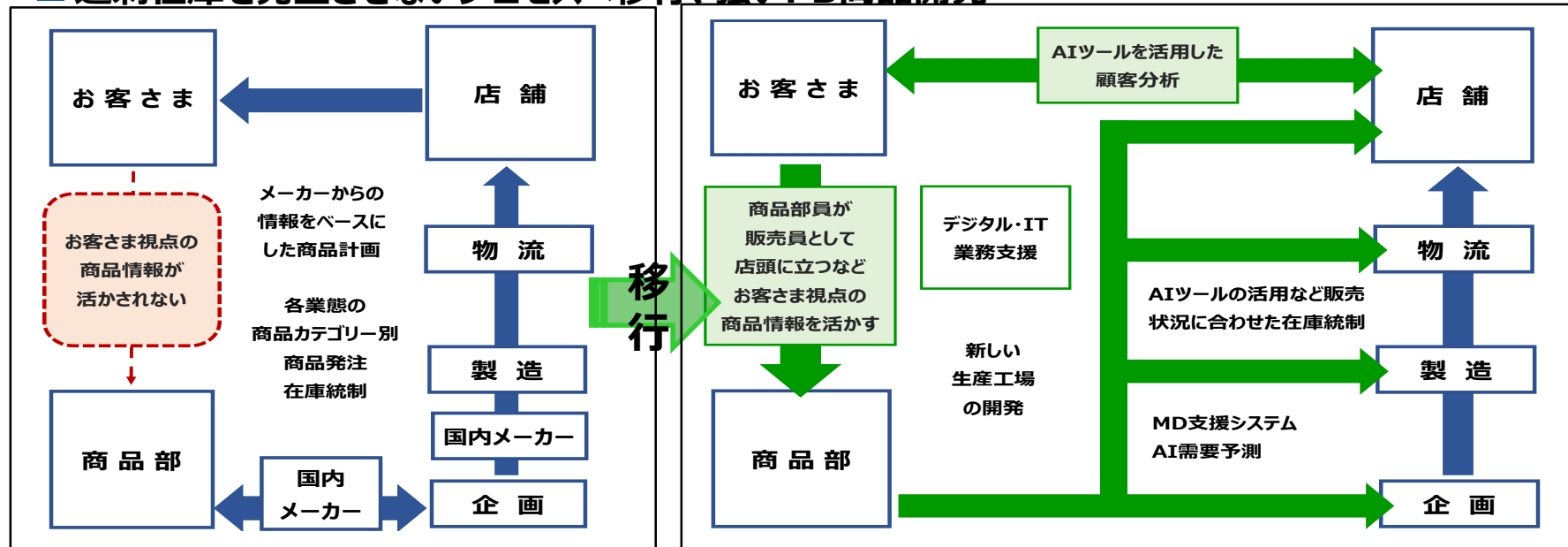


【単体】2021年2月期 対処すべき課題

MDプロセス改革とサプライチェーン確立

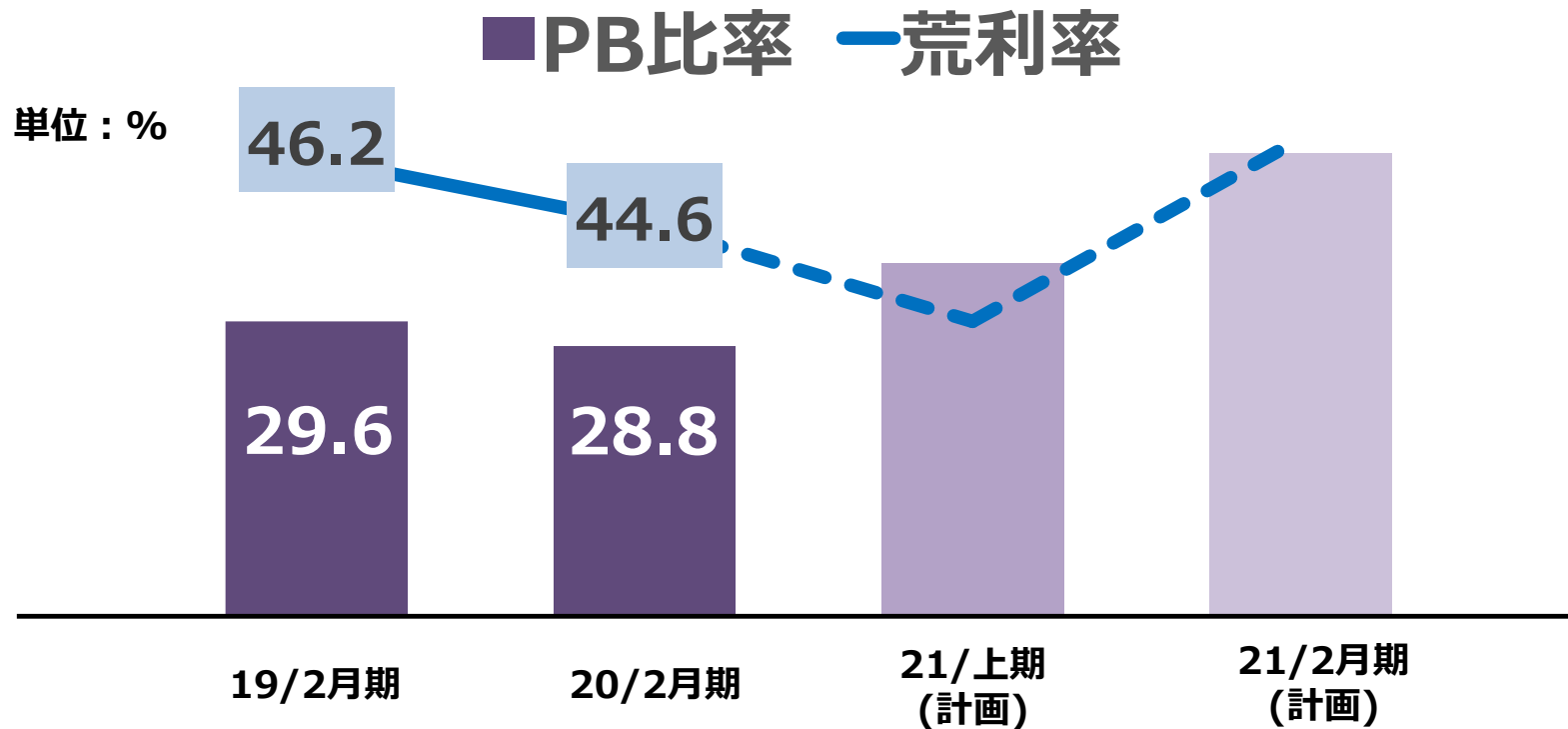
■ お客さまの声を商品の企画・製造・販売へダイレクトに活かせるプロセスへ移行

■ 過剰在庫を発生させないプロセスへ移行、強いPB商品開発



【単体】2021年2月期 対処すべき課題

PB比率・荒利率の計画



【単体】2021年2月期 対処すべき課題

2.経費構造改革

目的

**経営を安定化させ、
危機を乗り越える**

施策

- 本社、店舗経費見える化と最適化
- 投資見直し(IT・サービスヘシフト)

【単体】2021年2月期 対処すべき課題

本社経費、店舗経費を抜本的に削減

本社経費削減

- 本社の人員削減
- テレワークによる残業ゼロ
- 集合会議・集合研修をオンラインへ変更
- コピー・印刷代の削減

店舗経費削減

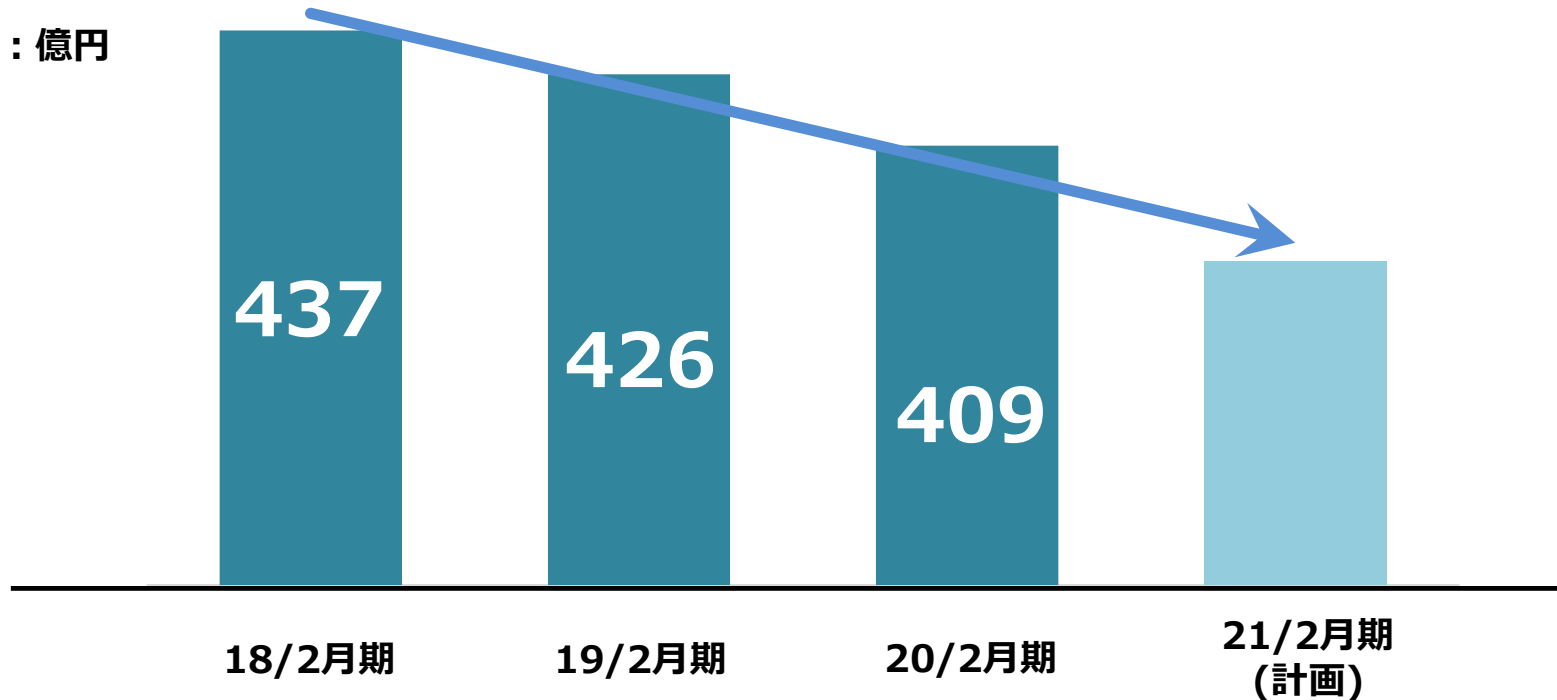
- 残業ゼロ
- チラシゼロ、アプリ販促へ
- POP・印刷代の削減
- 倉庫の解約

IT・サービス投資による業務効率化

【単体】2021年2月期 対処すべき課題

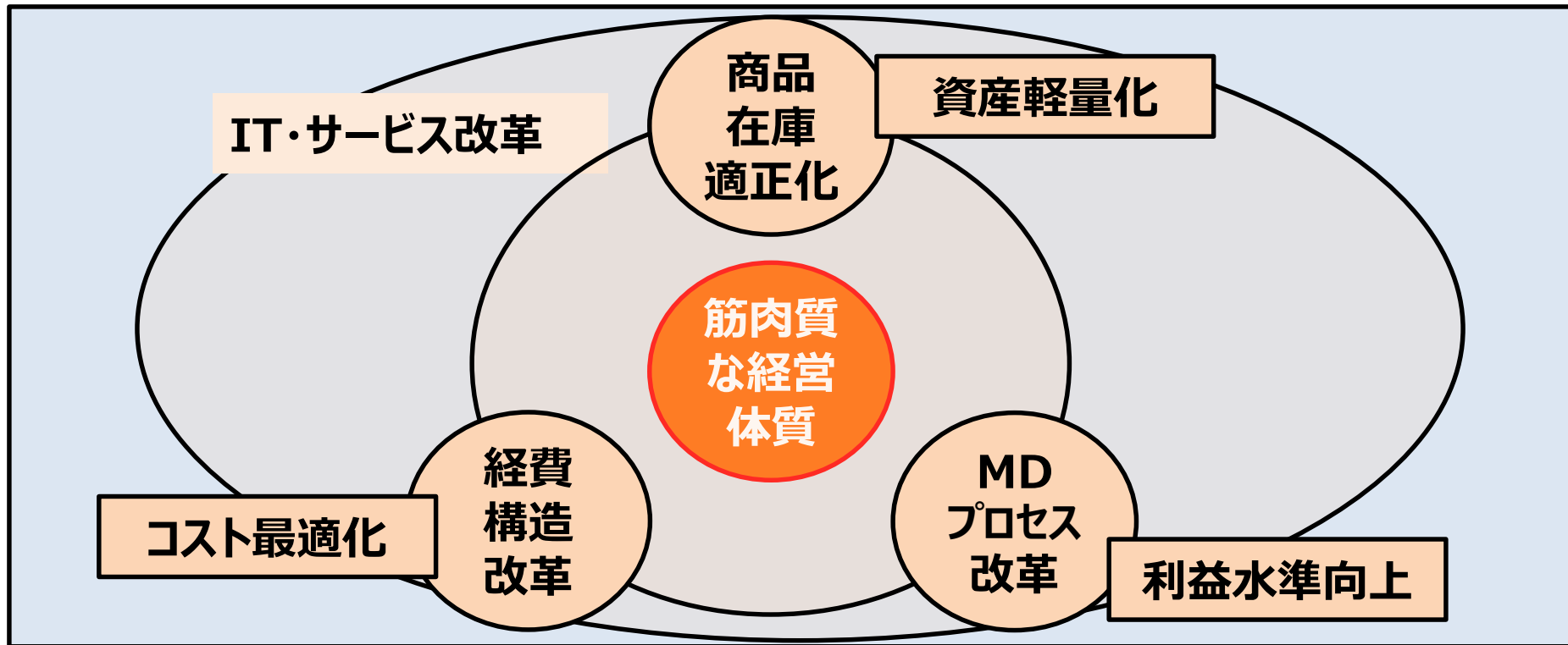
販売管理費の計画

単位：億円



【単体】2021年2月期 対処すべき課題

ヒト・モノ・カネ・情報を改革し、筋肉質な経営体質へ転換



【連結】2021年2月期 業績予想

2021年2月期 連結業績予想について

**2021年2月期 連結業績への影響及び
売上高、利益の見通しにつきましては
新型コロナウイルスの感染拡大に伴う
緊急事態宣言の発令や外出自粛要請など、
通常とは異なる環境を考慮した業績予想を
現在精査中でございます。**

今後、見通しがつき次第、速やかに公表いたします。