



第51期 株式会社ジーフット 定時株主総会

2022年5月19日

対応すべき課題

- ① 環境変化と新たな成長機会
- ② ジーフット中期経営方針
- ③ 23年2月期重点取り組み
- ④ 23年2月期数値計画

(3) 対処すべき課題 ①環境変化と新たな成長機会

世代変化やコロナにより、お客さまが店や商品を「選ぶ理由・買う理由」が大きく変化。この変化を、新たな成長機会とできる取り組みをスタート

「ウィズ・コロナ」 コロナの存在を前提に防疫と経済を両立

世代変化に伴う 価値観の変化

1. シニア世代の
価値観の変化
2. デジタルネイティブ世代の子育て

コロナから 身を守る健康生活

1. 健康維持
 - ・ 運動不足解消
 - ・ 免疫力向上
2. 安心・安全な
場所で気分転換

デジタルを 介した消費行動

1. 安心・安全な
非接触、非対面
2. 簡単・便利な
オンライン

リアルなら ではの価値

1. デジタルには
替えられない
体験と発見
2. 体験全てが価値

コロナ以前からの変化

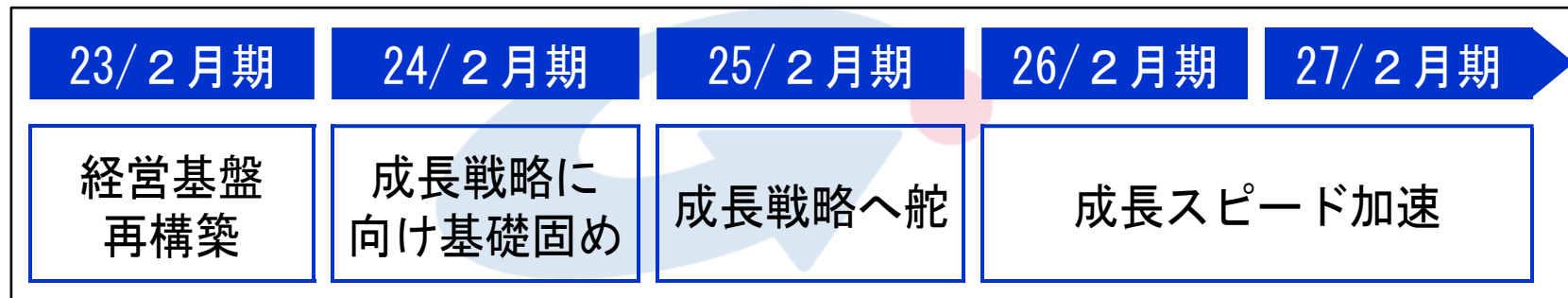
コロナを受けて、
加速した従来からの変化

コロナ禍を経て
更に強まる変化

(3) 対処すべき課題 ②ジーフット中期経営方針

■ 中期経営方針

事業構造改革の推進・実現による、成長軌道への回帰



重点施策

1. 確実な事業収益力の回復
2. 新たな成長を促すデジタルシフト

確実な事業収益力の回復

1. 不採算事業・店舗の整理

出店環境、マーケット等を丁寧に見直し、
今後の成長性が見込めない事業・店舗の整理

2. 活性化による事業・販売効率最大化

- (1) **ASBee** ブランドへ統一
- (2) 日本一のキッズ売上を圧倒的No.1まで高める
- (3) ミレニアルファミリー向け新業態の開発・展開

新たな成長を促すデジタルシフト

1. EC事業の成長と拡大

- (1) オムニチャネル化の推進
- (2) 新顧客情報管理基盤の構築・移行

2. 商品統合管理システムの構築・移行

- (1) 新MDシステムへの移行
- (2) 店舗のデジタルシフト

3. 足型情報管理基盤の構築

新たな成長の要、足型情報と商品・サービスの融合

(3) 対処すべき課題 ③23年2月期重点取り組み

■ 確実な事業収益力の回復

不採算事業・不採算店舗の整理

【単体】出退店計画 (22年4月末時点)

<店舗数>	【前期】	【当期】	【来期】	3期計
	実績 22/2月期	計画 23/2月期	計画 24/2月期	
出店	7	4	3	14
退店	▲76	▲79	▲28	▲183
店舗数	773	698	673	

※不採算事業：小型専門店事業(婦人靴専門店等)

ASBee

ブランドへ統一、事業効率最大化

グリーンボックス活性化

1. 活性化で変わる事

- (1) 更に強まる健康ニーズに広く応える
- (2) 商品の魅力が伝わる売場(陳列・演出)
- (3) 販売ノウハウの集約(販売人員増強)



健康維持



余暇・レジャー



足型計測



接客販売



シューケア

2. 活性化計画

3年間(23~25/2月期)

200店舗以上を計画

・ストアブランド統一は、5年間で完了を計画

(3) 対処すべき課題 ③23年2月期重点取り組み

日本一のキッズ売上を圧倒的No.1まで高める

グリーンボックス子供靴売場へ **ASBee** **KIDS** 導入

1. アスビーキッズ導入で変わる事

- (1) ベビー&チャイルド品揃えの拡充
- (2) 足型計測+足の成長に合わせた接客
- (3) 接客販売へシフト(販売人員増強)



2. 活性化計画

3年間(23~25/2月期)

150店舗以上を計画

イオンキッズリパブリック店舗等、独立型キッズシューズ売場へアスビーキッズ導入

(3) 対処すべき課題 ③23年2月期重点取り組み

楽しさ・快適さ・便利さがつまった **NEW ASBEE**

ミレニアルファミリー向けストア

1. テーマ・ターゲット

- (1) ミレニアル世代の共働き、子育てファミリー向けストア
- (2) 親子共通の体験や、時短に繋がるサービスまで、提供価値を拡げる
- (3) 日常のワンシーンや、趣味・レジャー等、こだわりテーマで深く訴求



家族で楽しく



便利な時短サービス



少し贅沢なアクティブグッズ



2. 活性化計画

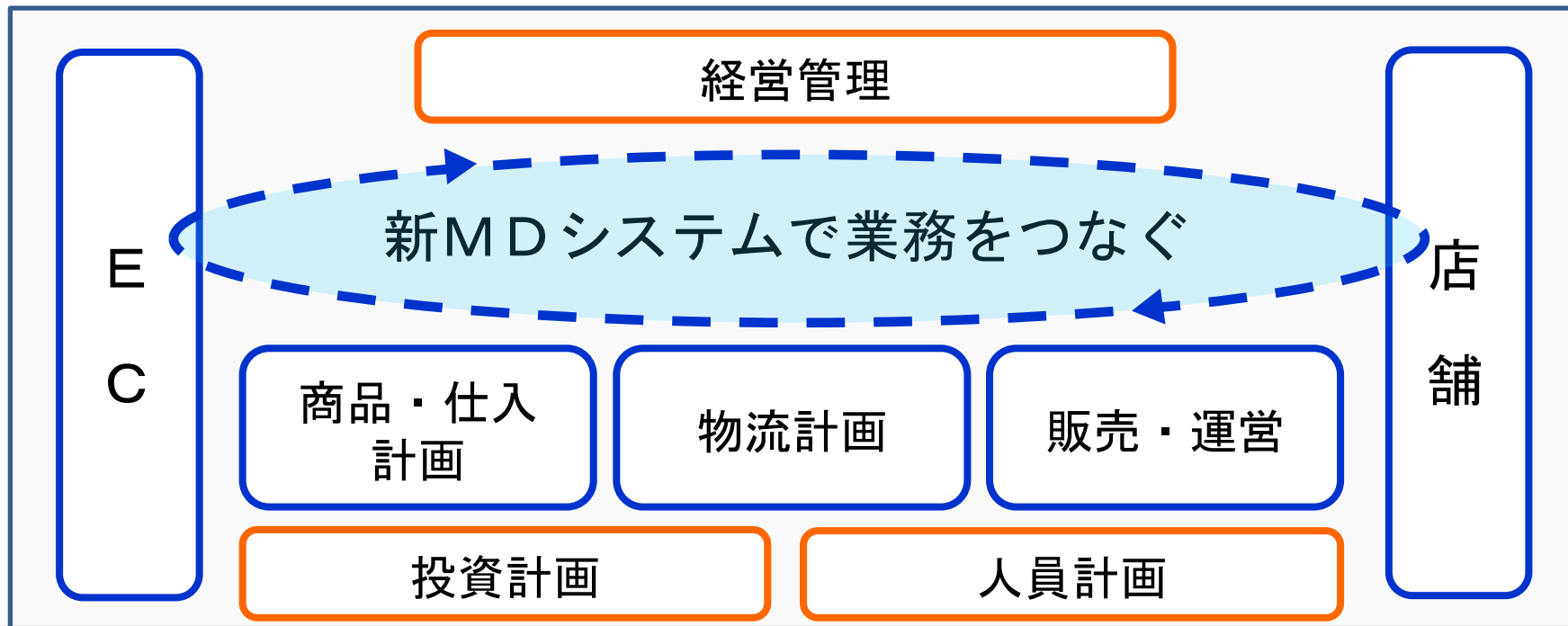
2年間(24~25/2月期)

20店舗以上を計画

(3) 対処すべき課題 ③23年2月期重点取り組み

■ 新たな成長を促すデジタルシフト

新MDシステムへの移行による在庫効率・建値消化率改善



(3) 対処すべき課題 ③23年2月期重点取り組み

■ 接客販売に専念できる環境作り

店舗デジタル化の推進。情報の見える化・業務効率改善で店舗スタッフ一人当たりの販売力向上を図る

お客さまコミュニケーション

今おすすめしたい商品やサービス等、店頭サイネージを使った情報発信



お客さま利便性向上

店舗用スマートフォンでお客さまが、素早く簡単にお買い物できる環境作り



デジタル化で
オンラインと
オフラインを
融合

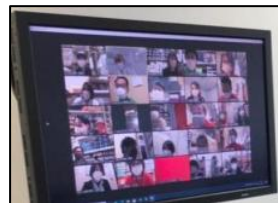
店舗後方業務

シフト管理・作成、申請業務等を電子化、店舗後方業務を削減



対話型WEB会議・研修

オンラインでも、スムーズな相互コミュニケーションが図れる環境作り



(3) 対処すべき課題 ③23年2月期重点取り組み

■ EC事業の成長と拡大

「オムニチャネル化」＋「自社アプリ」×「足型計測データ」で売上拡大

1. 重点取り組み

(1) 自社アプリ会員数の拡大

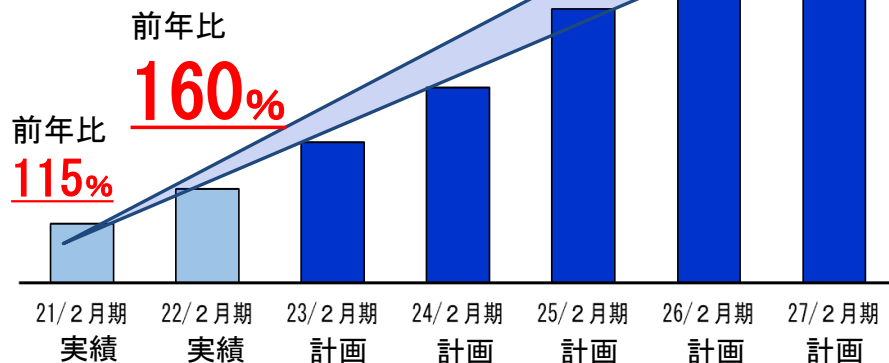
- ① **ASBEE** ブランド統一
 - ・アスビーアプリへ移行
 - ・アスビーキッズサイトOPEN

(2) 自社アプリと足型データの連携

- ① オンラインフィッティング
- ② 足型計測データの活用
 - ・「幅」にこだわった品揃え等

2. 売上高計画

これまで以上に売上を拡大
主力事業へ成長



顧客情報基盤

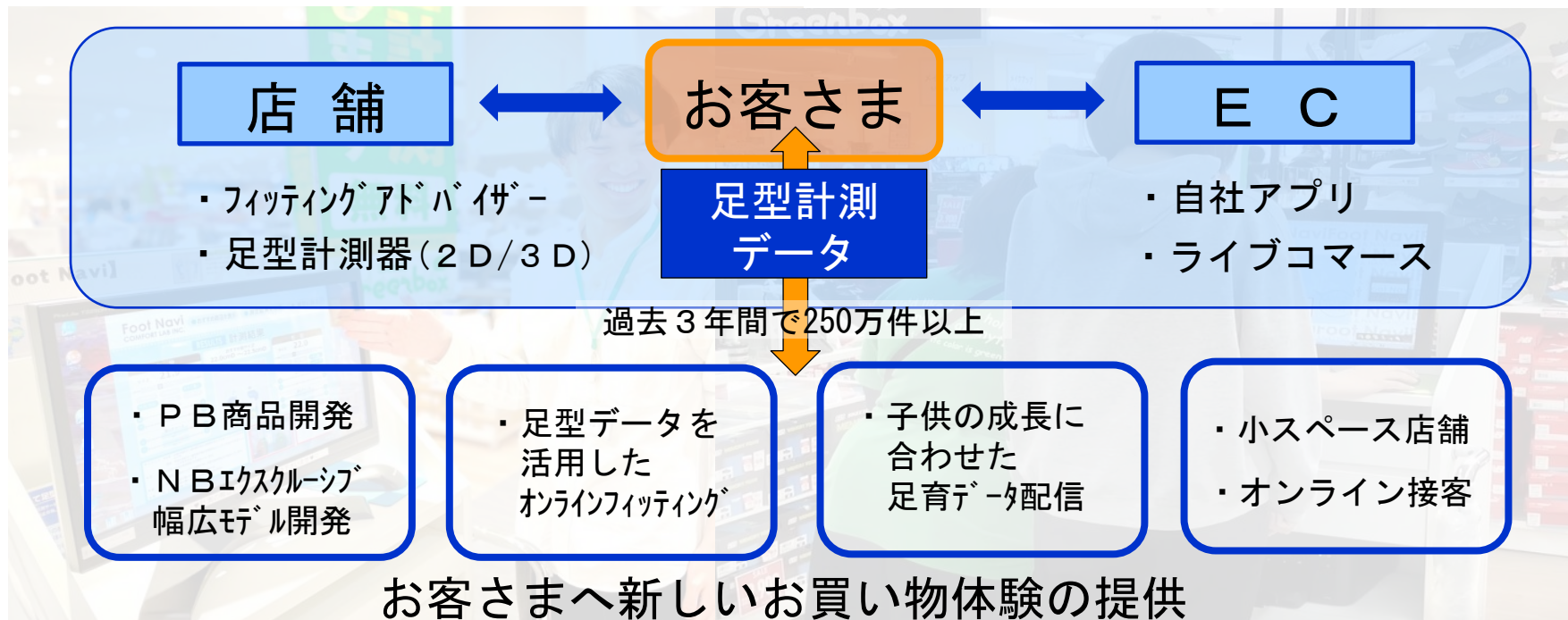
×

足型情報基盤

(3) 対処すべき課題 ③23年2月期重点取り組み

■ 足型情報管理基盤の構築

新たな成長の要、足型情報と商品・サービスの融合



(3) 対処すべき課題 ③23年2月期重点取り組み

ASBee 市川妙典店(千葉県) 4/29リニューアルオープン



アスビーブランド統一に向けた、第1号店

(3) 対処すべき課題 ③23年2月期重点取り組み

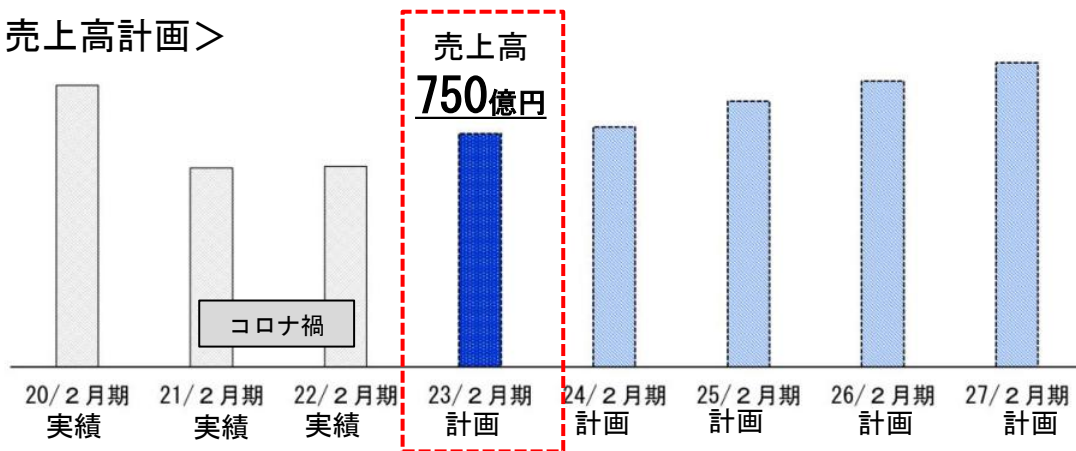


(3) 対処すべき課題

④23年2月期数値計画

売上高

<売上高計画>



営業利益

<利益計画>

