



第52期  
株式会社ジーフット  
定時株主総会

2023年5月18日



# 事業報告

# (1) 事業報告 ① 23年2月期連結業績

## ■ 連結損益サマリー

### 【23年2月期 通期連結業績】

(単位:百万円)

	前期	23年2月期	前期比 前期増減※	通期業績予想 (10月5日修正)	収益認識基準 適用影響
売上高	66,266	65,695	99.1%	63,000	▲ 285
営業総利益率	41.2%	40.8%	▲ 0.4	-	-
販売管理費	34,010	31,618	93.0%	-	▲ 174
営業利益	▲ 6,648	▲ 4,804	+ 1,844	▲ 5,400	+ 7
経常利益	▲ 6,802	▲ 5,004	+ 1,798	▲ 5,600	+ 7
当期純利益	▲ 7,142	▲ 5,523	+ 1,619	▲ 5,950	+ 7

※旧収益認識基準の前期実績との増減・対比

# (1) 事業報告 ② 23年2月期の位置づけ

## 【年度方針】 経営基盤再構築

23年2月期	24年2月期	25年2月期	26年2月期
経営基盤再構築	成長戦略に向け基礎固め	成長戦略へ舵	成長スピード加速

## 23年2月期重点施策

(1) 事業構造改革	①不採算店舗の整理 ②アスビーブランド統一
(2) MD構造改革	①店舗の強みを最大限発揮できる品揃え ②サイズ欠品による販売機会ロス撲滅 ③持越し在庫の削減
(3) 組織・コスト構造改革	間接部門のコスト削減

# (1) 事業報告 ③事業構造改革の取り組み状況

## ■ 不採算店舗の整理 23年2月期の取り組み状況

23年2月期は、72店舗の不採算店舗を閉店  
コロナ禍以降3カ年で、191店舗を閉店(全店舗の約3割に相当)

【年度別 閉店店舗実績】

	コロナ禍			
	21年2月期 実績	22年2月期 実績	23年2月期 実績	3カ年計
閉店店舗数	43	76	72	191
期末店舗数(単体)	842	773	704	(連結) 23年2月期 期末店舗数 711店舗

不採算店舗の整理は、23年2月期までで一定の目途が立ち、  
24年2月期で完了

# (1) 事業報告 ③事業構造改革の取り組み状況

## ■ アスビーブランド統一 23年2月期の取り組み状況

23年2月期は、35店舗の改装を実施(計画通り)  
改装後の平均売上高は、改装前の1.2倍の実績で推移  
(グリーンボックス総店舗数の9%をアスビーブランド化)

【これまで】



【アスビーブランド統一】



グリーンボックスのアスビー改装のポイント

**売場** お客様が見やすく・買いやすい売場

**品揃え** これまでと部門別構成比を大きく変える

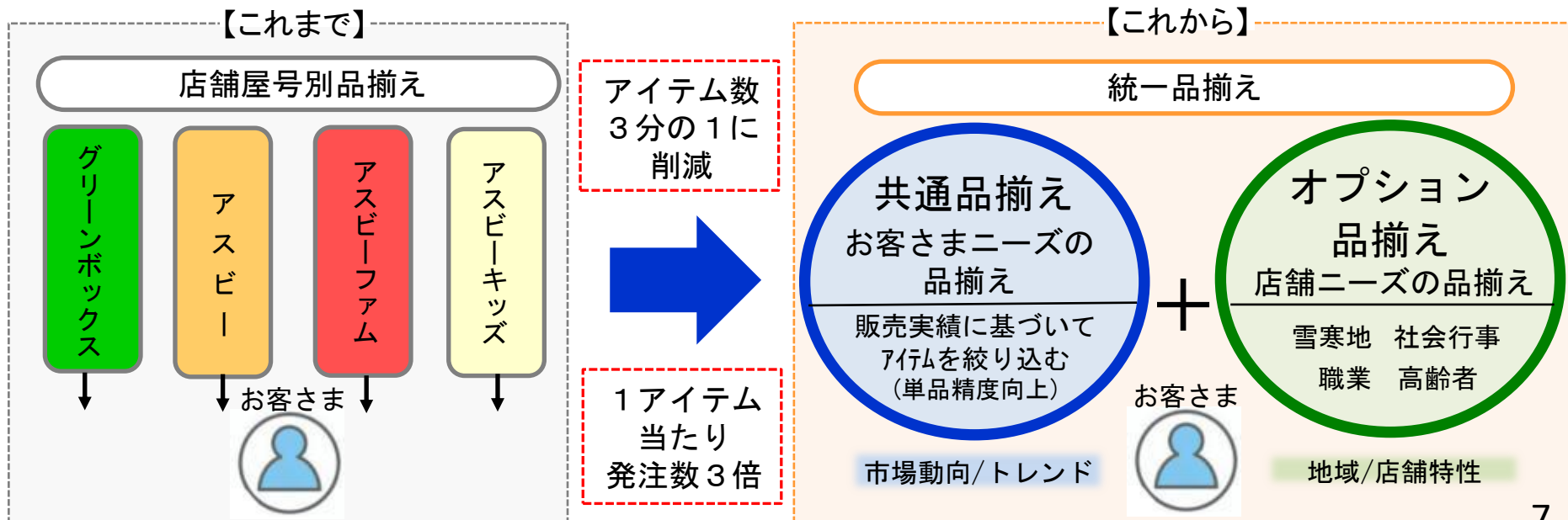
**販売** セルフ販売から接客販売へシフト

**販促** 思わず来店したくなる動機づくり

# (1) 事業報告 ④MD構造改革の取り組み状況

## ■ 統一品揃え・サイズ欠品撲滅 23年2月期の取り組み状況

- (1) サイズ欠品による販売機会ロス撲滅、商品在庫適正化を実現させる為  
23年2月期に品揃えの再構築と持越し在庫削減に取り組む
- (2) 23年2月期に、統一品揃えの完成を計画するも50%の進捗に留まる



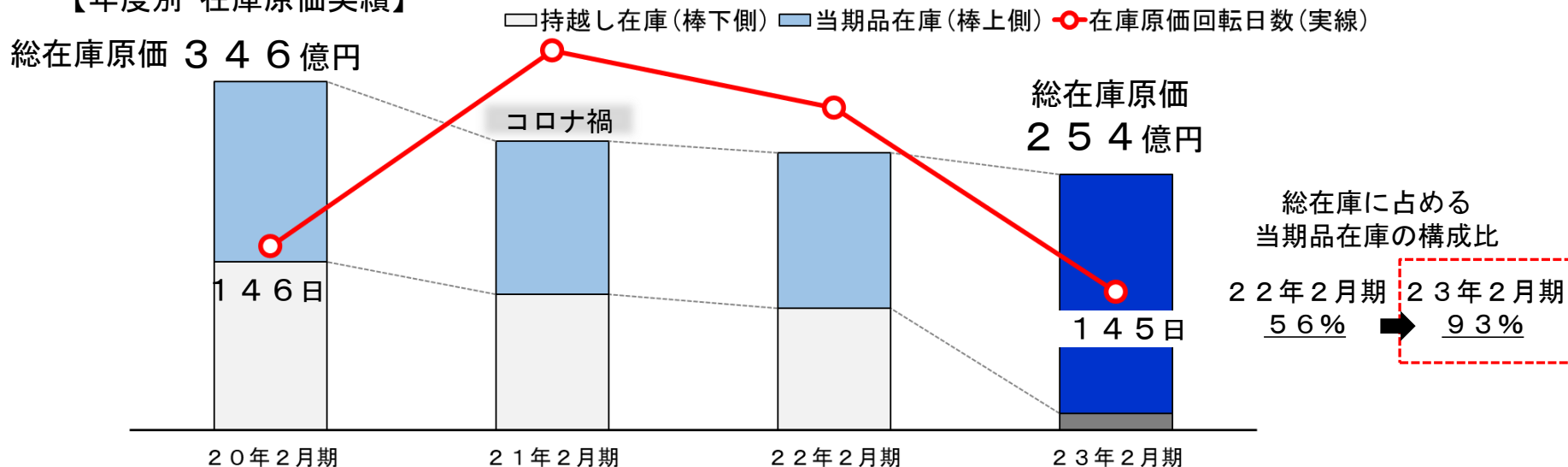
# (1) 事業報告 ④MD構造改革の取り組み状況

## ■ 持越し在庫の削減 23年2月期の取り組み状況

(1) 下半期に持越し在庫削減を一気に進め、計画通りの在庫水準で着地

(2) 持越し在庫削減により、総在庫に占める当期品在庫の構成比が改善

【年度別 在庫原価実績】



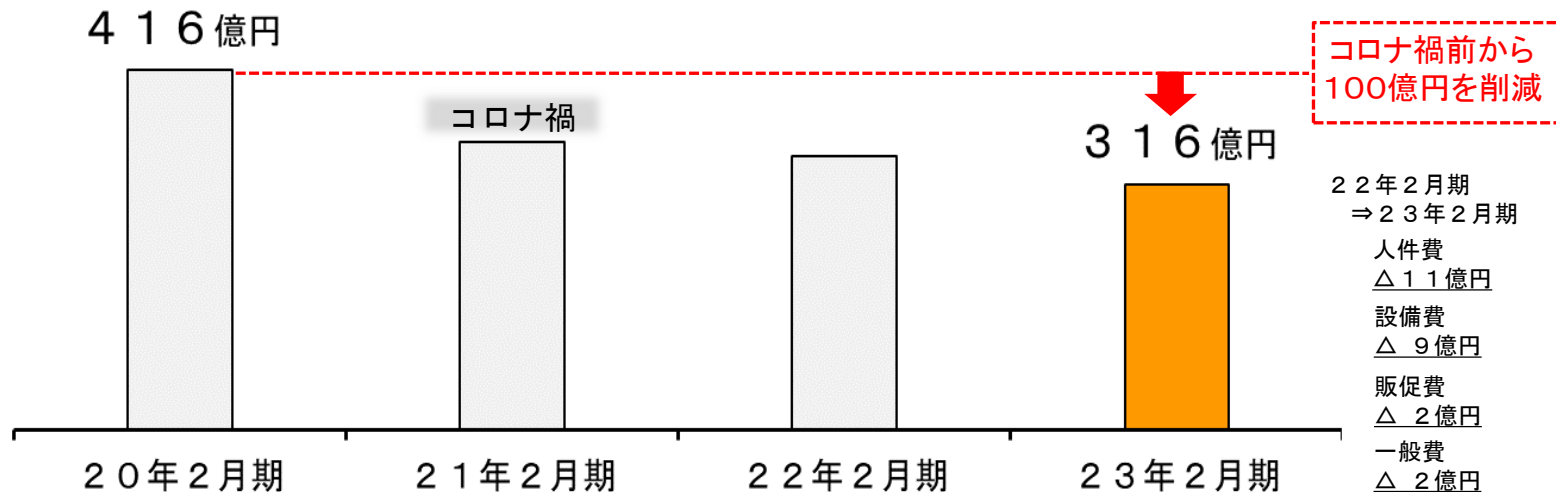


# (1) 事業報告 ⑤組織・コスト構造改革の取り組み状況

## ■ 間接部門のコスト削減 23年2月期の取り組み状況

23年2月期は、販売管理費を前期から24億円削減(計画比93%)  
コロナ禍以降、人件費の抑制、不採算店舗整理、継続店舗の賃料減免等に  
取り組み、3カ年で100億円のコストを削減

【年度別 販売管理費実績】



# (1) 事業報告 ⑥事業再生の進捗状況

## ■ 23年2月期の成果及び24年2月期の課題

(1) 事業構造改革	【成果】 不採算店舗の整理に目途がつく
	【課題】 アスビーブランド統一の加速化
(2) MD構造改革	【成果】 在庫適正化に向け、持越し在庫削減に目途がつく
	【課題】 統一品揃えの完成(24年2月期 8月末) 単品管理の精度向上
(3) 組織・コスト 構造改革	【成果】 販売管理費を一定水準まで圧縮
	【課題】 黒字化に向け、コスト削減をさらに進める
(4) EC事業の 成長と拡大	【課題】 EC事業の黒字化

# (1) 事業報告 ⑦資金借入について

2022年10月5日、当社よりイオン株式会社に対して経営支援を要請

## 【借入の概要】

(1)借入先	イオン株式会社
(2)借入金額	50億円(50億円を極度額とする極度貸付契約)
(3)借入利率	変動金利
(4)借入期間	2023年2月28日から2024年2月29日までの間
(5)借入の返済	個別の借入れ時に定める日
(6)担保・保証の有無	無
(7)遅延損害金	取引約定書に基づく債務を履行しなかった場合には、支払うべき金額に対して年14%(365日の日割計算)の割合の損害金を支払う



# 対応すべき課題

# (3) 対処すべき課題 ① 24年2月の位置づけ

## 【年度方針】成長戦略に向け基礎固め

23年2月期	24年2月期	25年2月期	26年2月期
経営基盤 再構築	成長戦略に 向け基礎固め	成長戦略へ舵	成長スピード 加速

## 24年2月期重点施策

(1) 事業構造改革	アスピーブランド統一の展開本格化
(2) MD構造改革	①統一品揃えの完成 ②PB(プライベートブランド)商品の拡大 ③単品管理の精度向上 ④商品在庫適正化
(3) 組織・コスト 構造改革	①現場起点の組織体制構築 ②本社・店舗のデジタルシフト
(4) EC事業の 成長と拡大	オムニチャネル化の推進、ECとリアルを繋げる

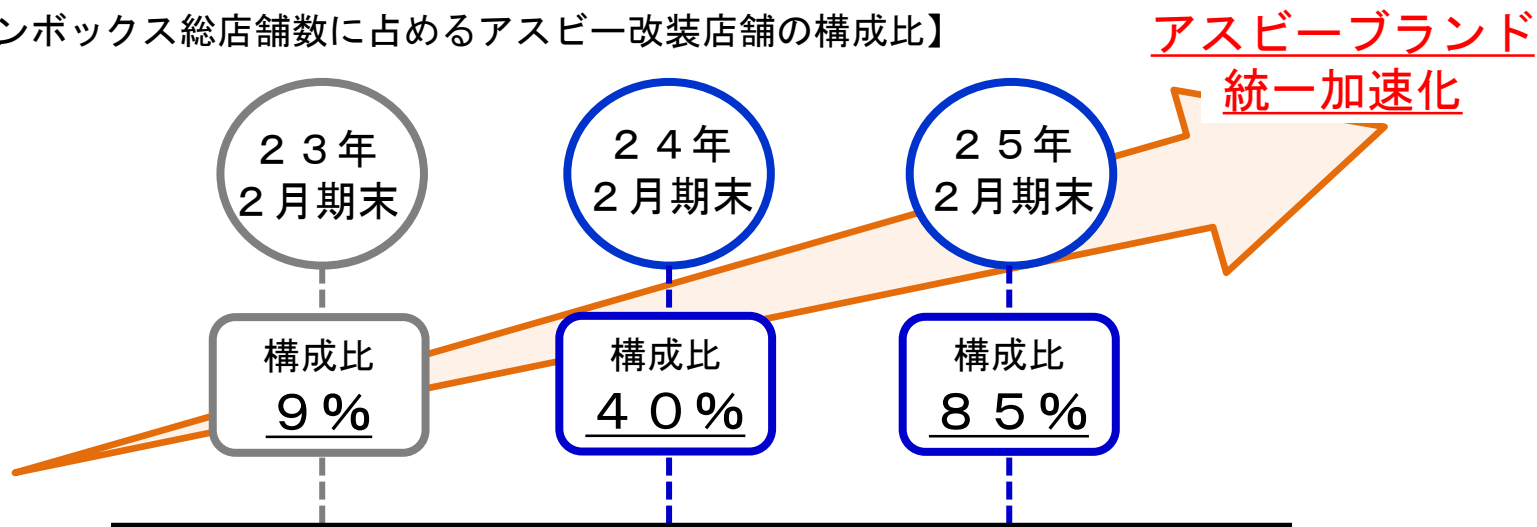
### (3) 対処すべき課題 ② 24年2月期重点施策

#### ■ 事業構造改革 アスビーブランド統一の展開本格化

(1) 24年2月期 グリーンボックス109店舗改装(累計144店舗)

(2) 25年2月期 グリーンボックス162店舗改装(累計306店舗)

【グリーンボックス総店舗数に占めるアスビー改装店舗の構成比】



# (3) 対処すべき課題 ② 24年2月期重点施策

## ■ MD構造改革 荒利率改善への取り組み

### P B (プライベートブランド)商品の売上拡大

(実績)

23年2月期
売上構成比
31%



【P B年度別計画】

24年2月期
売上構成比
35%

25年2月期
売上構成比
40%

26年2月期
売上構成比
50%



P B商品の売上拡大に必要な取り組み

1. 外部知見を積極的に取り入れる
2. ソーシング先の開拓

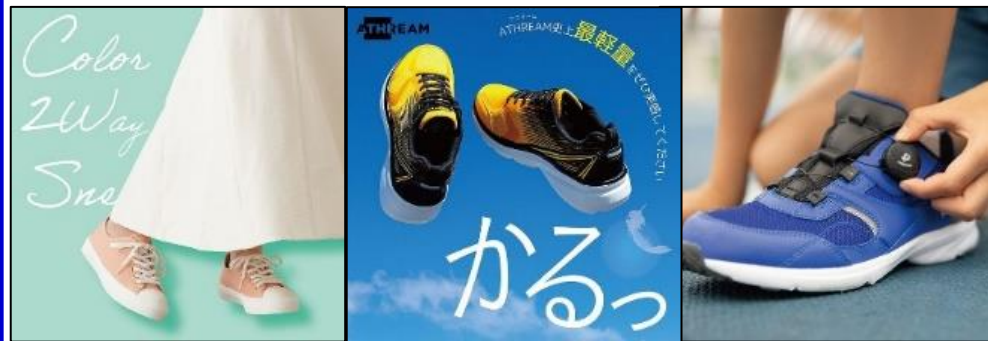
# (3) 対処すべき課題 ② 24年2月期重点施策

## ■ MD構造改革 荒利率改善への取り組み

### PB商品の売上拡大に必要な取り組み

#### (1) 外部知見の活用

情報、企画・デザインは外部知見を積極的に取り入れ、活用



#### (2) ソーシング先の開拓

生産拠点を中国集中からアセアンへ分散

<アセアン生産比率>  
24年2月期  
(計画) 30%

前期実績 9%





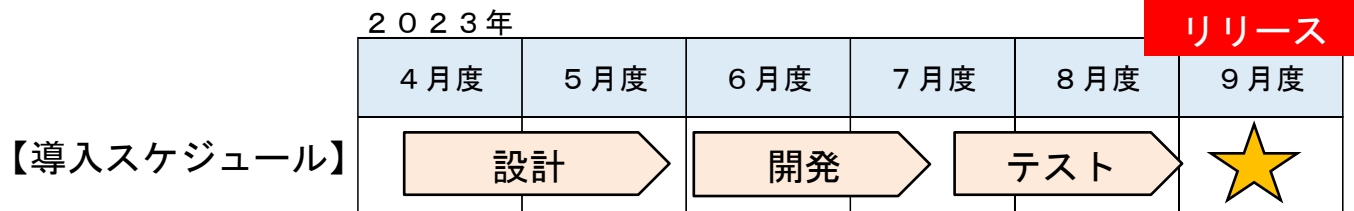
# (3) 対処すべき課題 ② 24年2月期重点施策

## ■ MD構造改革 単品管理の精度向上

- (1) 店別品揃え計画とサイズ別単品販売実績をシステム統制
- (2) 上半期にシステム導入に向けた検証を実施、9月度より移行
- (3) 今後、過剰在庫を生み出さない仕組みを構築

### システム導入で実現すること

- ✓ 実績検証・計画修正スピード向上
- ✓ 発注業務の簡易化、精度向上
- ✓ 店舗・商品部業務の軽減  
(本来必要な業務への時間創出)

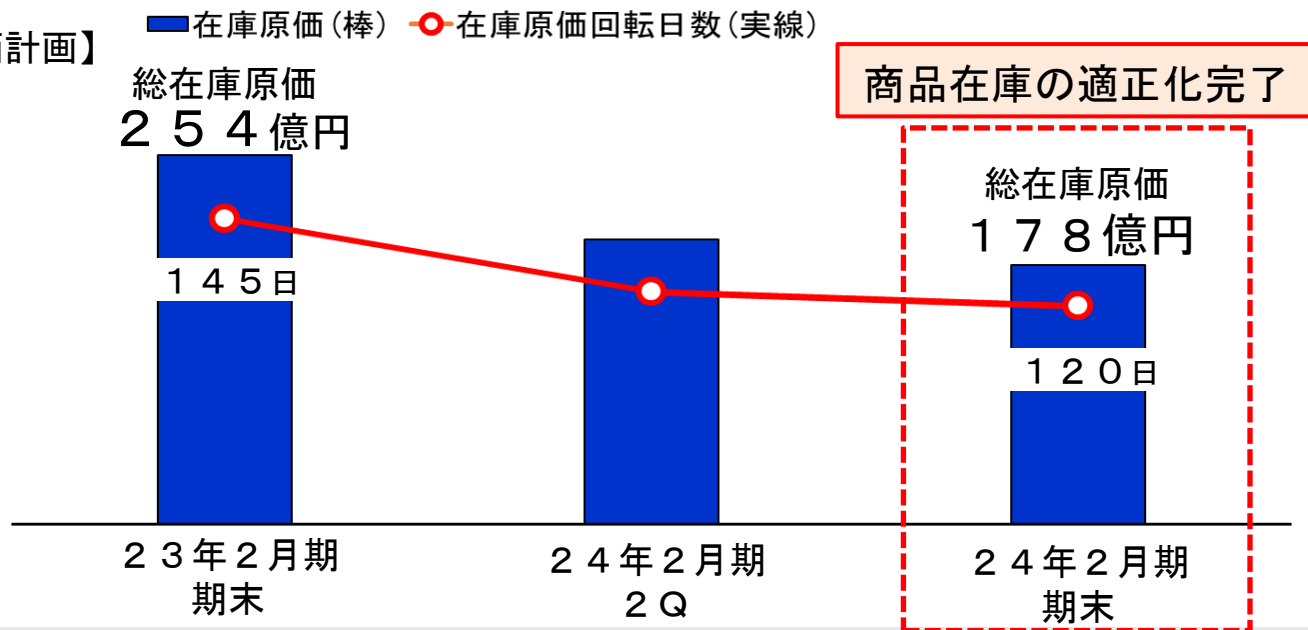


# (3) 対処すべき課題 ② 24年2月期重点施策

## ■ MD構造改革 商品在庫の適正化

24年2月期末に、商品在庫を適正水準まで引き下げる  
⇒在庫原価回転日数120日・在庫原価金額178億円

【商品在庫原価計画】

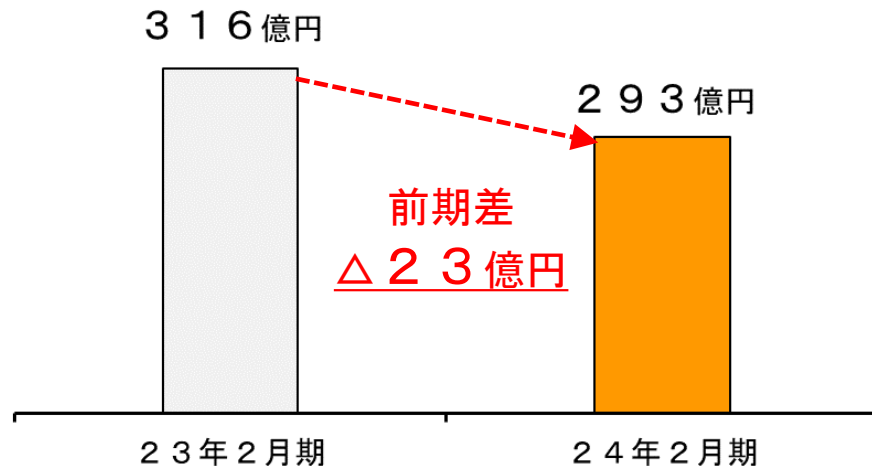


### (3) 対処すべき課題 ② 24年2月期重点施策

#### ■ 組織・コスト構造改革 本社・店舗のデジタルシフト

販売管理費総額を抑制し、接客販売に専念できる店舗環境の実現

【販売管理費計画】



#### (1) 小さな本社の実現

- ① 本社機能、役割の見直し (店舗サポートに特化)
- ② 本社スタッフの店舗配属

#### (2) 店舗販売スタッフの増強

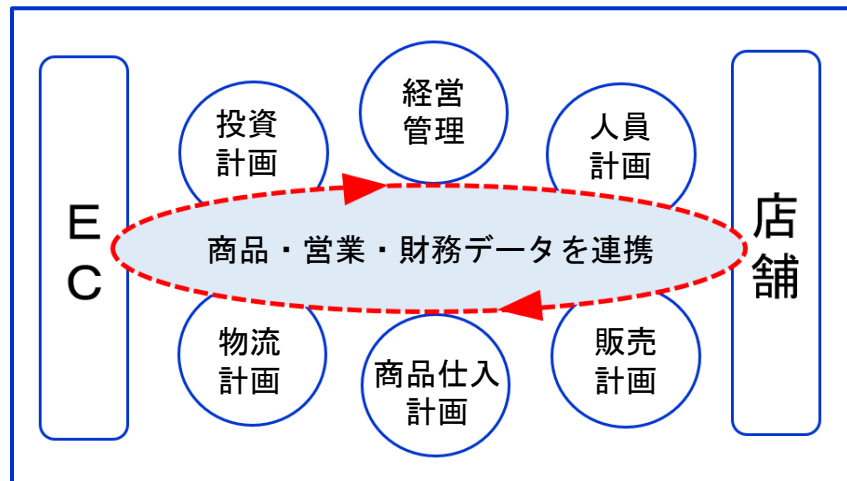
- ① 地域に根差した店長  
現フレックス従業員の店長登用  
24年2月期 25%  $\rightarrow$  25年2月期 50%以上
- ② 地域に根差した店長への教育環境整備  
販売力を高める知識・技術、マネジメント

# (3) 対処すべき課題 ②24年2月期重点施策

## ■ 組織・コスト構造改革 本社・店舗のデジタルシフト

システムで業務を繋ぎ、業務の効率化・高度化を図る

### (1) 本社のデジタルシフト



### (2) 店舗のデジタルシフト

＜店舗業務をスマートフォンへ集約＞

- ①紙帳票電子化による業務の自動化・簡略化
- ②売価変更業務の自動化
- ③商品入荷時スキームの簡略化
- ④店舗運営マニュアルの電子化
- ⑤商品発注・転送機能の追加

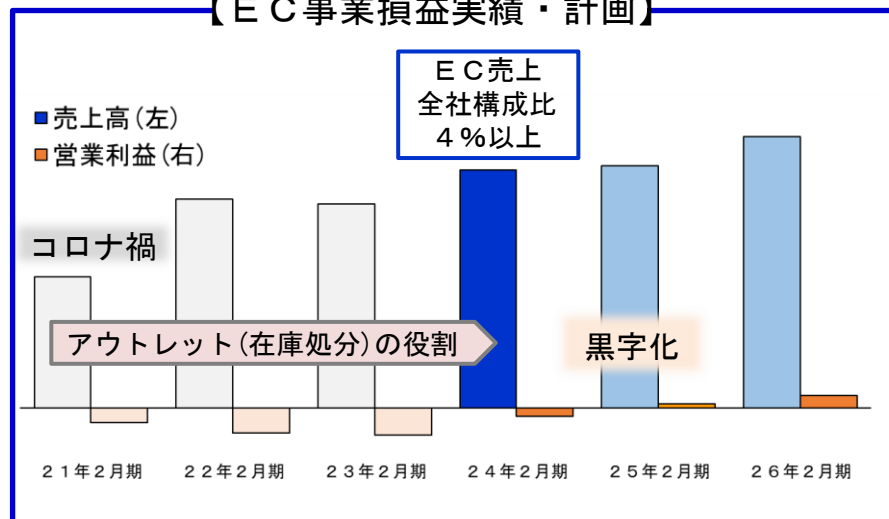


### (3) 対処すべき課題 ② 24年2月期重点施策

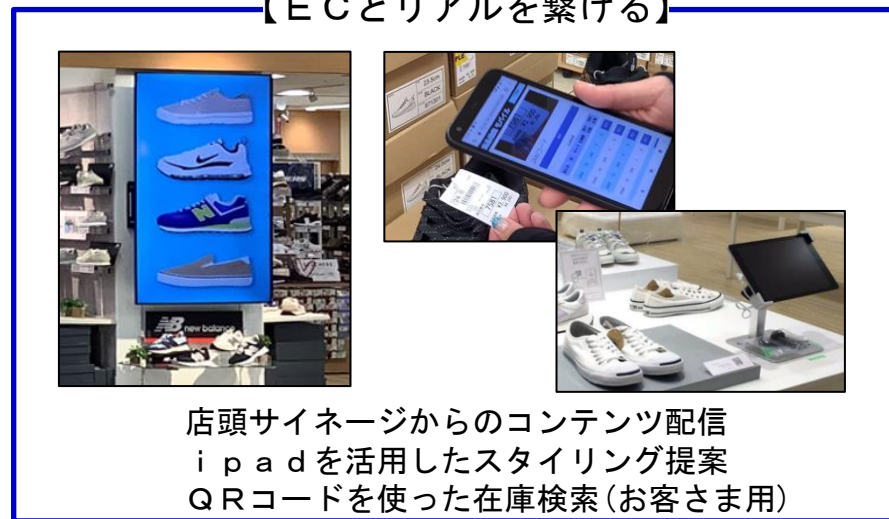
#### ■ EC事業の成長と拡大 EC事業黒字化に向けた取り組み

- (1) 24年2月期まで、アウトレット(在庫処分)の役割を担う
- (2) 不採算外部サイトからの退店及び自社サイト強化(収支構造再構築)
- (3) オムニチャネル化の推進、ECとリアルを繋げる

【EC事業損益実績・計画】



【ECとリアルを繋げる】



### (3) 対処すべき課題 ③ 24年2月期通期連結業績予想

(単位:百万円)

	24年2月期(通期)	
	予想	前期比/差
売上高	66,000	100.5%
営業利益	▲ 1,300	+ 3,504
経常利益	▲ 1,600	+ 3,404
当期純利益	▲ 2,200	+ 3,323

(既存店売上前期比:104.0%)