



# 2023年2月期 第2四半期決算説明資料

株式会社ジーフット

22年10月5日



## 23年2月期 第2四半期の概況

1. 23年2月期 第2四半期連結業績
2. 23年2月期 上半期重点施策の取り組み状況
3. 23年2月期 通期連結業績予想

# 1. 23年2月期 第2四半期連結業績

## ■ 中期経営方針

確実な事業収益力の回復と新たな成長を促すデジタルシフトを重点施策に掲げ3つの改革をスタート

### 中期経営方針

23年2月期	24年2月期	25年2月期	26年2月期	27年2月期
経営基板再構築	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	

### 3つの改革 23年2月期上半期重点施策

(1) 事業構造改革	①不採算事業・不採算店舗の整理 ②アスピーブランド統一
(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. 23年2月期 第2四半期連結業績

## ■ 連結損益サマリー

売上高が計画から乖離、営業総利益高を押し下げる。  
販売管理費を計画より抑制するも、減収影響による  
減益分を補いきれず

23年2月期 第2四半期連結業績

(単位:百万円)

	前期	当期	前期比 前期増減※	通期業績予想 (4月8日公表)	収益認識基準 適用影響
売上高	34,650	33,009	95.3%	75,000	▲ 139
営業総利益率	42.2%	42.2%	±0	-	▲ 0.1
販売管理費	17,534	15,932	90.9%	-	▲ 86
営業利益	▲ 2,906	▲ 1,988	+ 918	▲ 1,050	+ 3
経常利益	▲ 2,952	▲ 2,088	+ 864	▲ 1,200	+ 3
四半期純利益	▲ 3,127	▲ 2,135	+ 992	▲ 1,800	-

※旧収益認識基準の前期実績との増減・対比

## 2. 上半期重点施策の取り組み状況 (1) 上半期売上計画

### 重点施策別 上半期売上計画と実績

MD構造改革の重点施策となる品揃え改革とサイズ欠品撲滅による売上拡大で上半期の売上を計画

上半期売上計画と実績差額 (単位:百万円)  
(連結)

		前期売上増減額		
		計画①	実績②	差額(②-①)
重点 施策	事業構造改革			
	— ①不採算店舗の閉店	▲ 300	▲ 300	± 0
	— ②アスビーブランド統一 (グリーンボックスの改装)	+ 50	+ 60	+ 10
	— ③EC事業	+ 600	▲ 6	▲ 606
MD構造改革	— ④品揃え改革・サイズ欠品撲滅	+ 5,600	▲ 1,394	▲ 6,994
合計		+ 5,950	▲ 1,640	▲ 7,590

地域別、事業別においては顕著な売上傾向見られず  
商品部門別の売上動向が上半期実績に大きく影響

## 2. 上半期重点施策の取り組み状況 (2) 商品部門別売上計画

### ■ 商品部門別 売上計画と実績

スポーツ靴と子供靴で、売上拡大計画を見込むも品揃え不足やサイズ欠品を抑制できず、計画と実績が乖離

#### 上半期売上計画と実績差額 (連結)

商品部門別	前期売上増減額		
	計画①	実績②	差額(②-①)
スポーツ靴	+ 2,800	+ 125	▲ 2,675
子供靴	+ 2,500	▲ 95	▲ 2,595
その他(服飾雑貨)	+ 840	+ 40	▲ 800
婦人靴	+ 580	▲ 950	▲ 1,530
紳士靴	▲ 770	▲ 760	+ 10
合計	<u>+ 5,950</u>	<u>▲ 1,640</u>	<u>▲ 7,590</u>

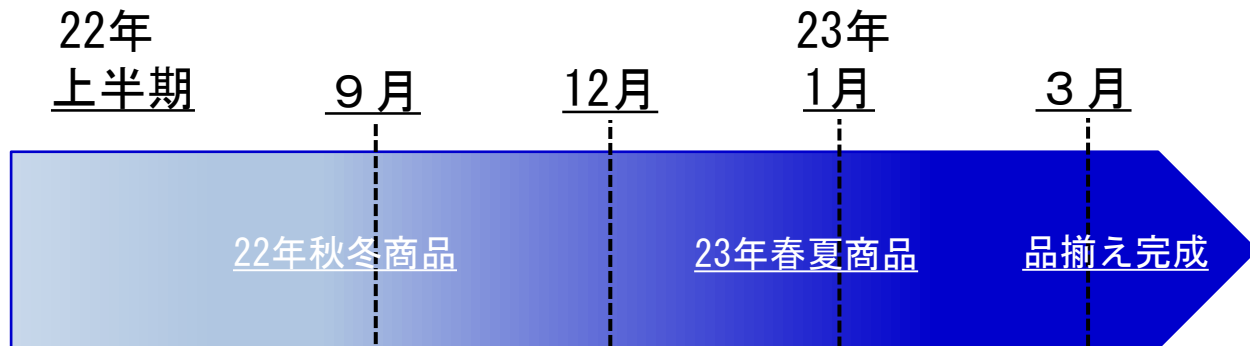
(単位:百万円)

固定観念を払拭しきれないままの発注が、品揃え計画と数量計画とのギャップを生み出し、販売機会ロスの発生を招く

## 2. 上半期重点施策の取り組み状況 (3) 今後の品揃え

### ■ 第3四半期以降の品揃えについて

品揃えと数量計画を仕切り直した商品を第3四半期より展開  
納品6カ月オーダー商品も合わせて23年3月に品揃えが完成



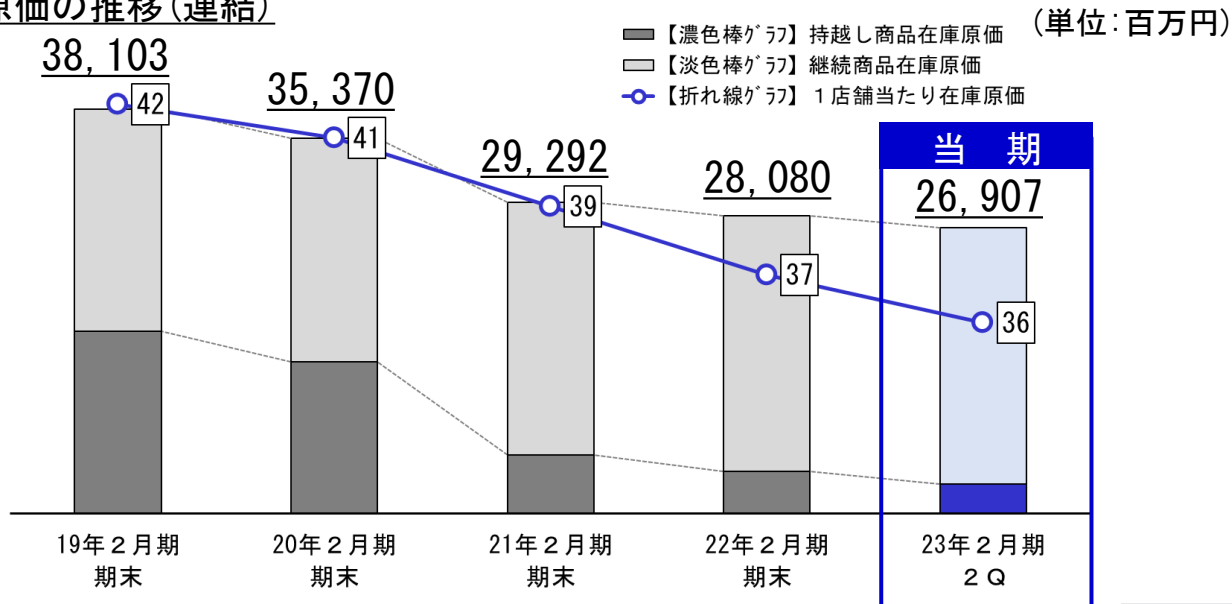
既存店の品揃えについては、積極的にスポーツ靴、  
子供靴の展開を拡大、トップラインの引き上げを図る

## 2. 上半期重点施策の取り組み状況（4）在庫の状況

### ■ 持越し在庫の削減

持越し在庫削減は計画通り進捗。売上計画との乖離による当期在庫の消化遅延はECやアウトレット店舗を活用し消化促進

#### 在庫原価の推移(連結)





## 2. 上半期重点施策の取り組み状況 (5)不採算事業・店舗の整理

### ■ 不採算事業・不採算店舗の整理

閉店候補店舗の今後の方向性や閉店タイミング等を再検証  
今後利益が見込めないと判断した24店舗を退店

23年2月期 出退店実績・計画(連結)

	上半期 (実績)	下半期 (計画)	通 期 (予想)
出 店	0	2	2
退 店	24	52	76
期末店舗数	756	706	706

(期首増減数)  
▲74

(ご参考)

単体店舗数	749	699	699
-------	-----	-----	-----

(期首増減数)  
▲74

## 2. 上半期重点施策の取り組み状況 (6)アスビーブランド統一

### ■ アスビーブランド統一(グリーンボックスの改装)

上半期3店舗をオープン。売上高はコロナ禍前の水準(2019年)を上回り、月坪売上高も改装前の1.2倍の実績



地域のお客さま情報に基づいた売場作りと品揃え、販売人員増強による接客販売へのシフトが成果に繋がる

## 2. 上半期重点施策の取り組み状況 (6) アスビーブランド統一

### ■ 第3四半期以降のスケジュール

グリーンボックス改装計画を前倒し、アスビーブランド統一を加速化  
24年2月までの2年間でグリーンボックス改装の完了を目指す

アスビー鳥取北店



アスビー板橋店



また、今秋中に新業態プロトタイプ(実験店舗)のオープン  
を計画。実証実験を経て、来期より本格展開スタート

### 3. 23年2月期 連結業績予想

#### ■ 23年2月期連結業績予想

第2四半期の業績趨勢より当期業績予想を修正。当社からの経営支援要請に基づき、イオン株式会社と協議を開始

23年2月期 連結業績予想 (22年10月5日発表)

(単位:百万円)

	年間
売上高	63,000
営業損失	5,400
経常損失	5,600
当期純損失	5,950
1株当たり当期純損失	139円85銭

23年2月期 第3四半期以降の重点テーマ

# 事業再生計画の加速化