

2018年2月期

決算説明会



2018年4月11日 株式会社 ジーフット

営業成績について



- ■売上総利益率は47.2%で前期比0.6ポイント減
- ■販管費は前期比88百万円減、賃借料及びLED化による光熱費の削減
- ■不採算店舗の閉鎖など、減損損失599百万円を計上

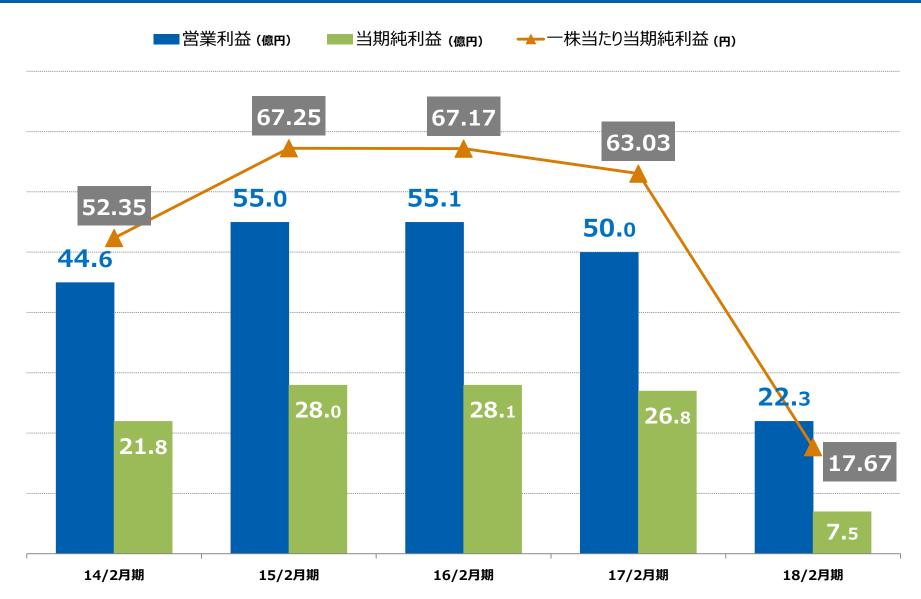
単位:百万円·%

	18/2月期	前期比	前期差	営業収益比	前期差
営業収益	97,282	95.2%	△4,942	-	-
売上総利益	45,965	94.2%	△2,854	47.2	△0.6
営業利益	2,238	44.7%	△2,766	2.3	△2.6
経常利益	2,279	45.4%	△2,747	2.3	△2.6
当期純利益	751	28.0%	△1,928	0.8	△1.8
1株当たり当期純利益	17.67円/株	-	45.36円減	-	-



営業利益・当期利益の推移(過去5カ年の推移)



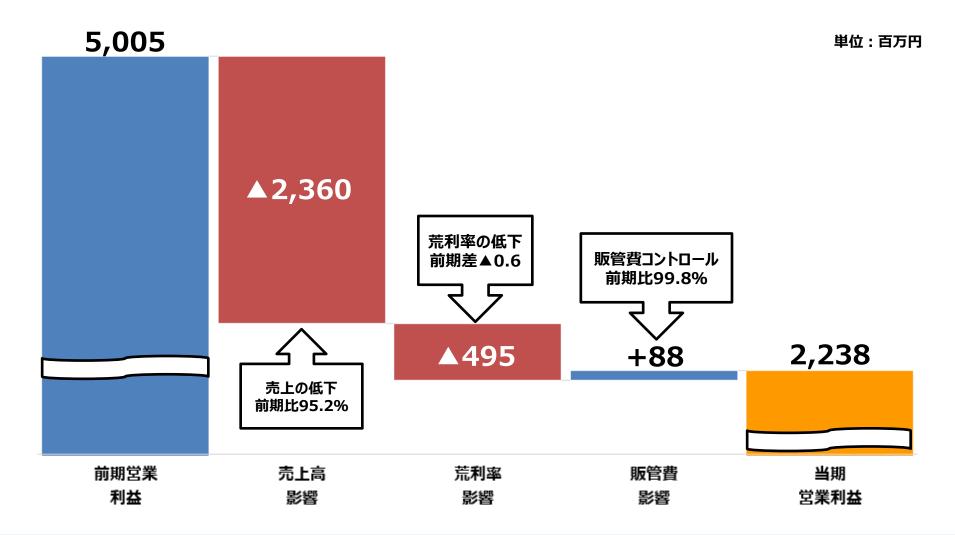




2018年2月期総括



- ■婦人靴及び紳士靴の売上が前年を大きく下回る
- ■PB構成比が伸びず、荒利率が低下したが、販管費を削減するも減益となった





2018年2月期 減収減益要因



- ■売上高前期比95.2% 既存店前期比94.0%
- ■客単価前期比95.7% 既存店前期比95.2%
- ■売上総利益率47.2% 前期差▲0.6ポイント
- ■減損損失 49店舗 599百万円

主な減収減益要因

メガトレンド(カジュアル化・機能本位)への対応不足

MDコントロールカの不足による過剰在庫の常態化

機能価値商品の開発遅れによる客単価のダウン

出店減少・閉店増加による純増店舗数の減少

売上総利益率の低下: PB売上構成比の低下

部門構成比の変化(婦人紳士縮小)

減損損失の増加・業績低迷店舗を減損損失計上

当初計画以上の閉店コストの増加



減収減益の要因:メガトレンドへの対応不足



婦人靴、紳士靴、スポーツシューズ市場の変化

単位:億円

2015年 11,920



2017年 11,610

出典:矢野経済研究所

婦人靴

3,500→3,150

(2015年対比90%)

ジーフット婦人靴 (2015年対比82%)

紳士靴

2,220 -> 1,900

(2015年対比85%)

ジーフット紳士靴

(2015年対比85%)

【市場の変化】

- ・ノンシーズン化
- ・スニーカーのファッション化
- ・シニアファッションの変化
- ・健康・快適へのマインド変化
- ・ビジネススタイルのカジュアル化

新たな市場への対応不足インバウンド市場の拡大Eコマース市場の拡大

スポーツシューズ

6,200→6,650

(2015年対比107%)

ジーフット スポーツシューズ (2015年対比105%)

新たな競争相手の出現

NBブランドの直販拡大



NBブランド 1,330→1,670

3靴種の市場規模は11,920億円から11,610億円(▲3%)となるものの、 カジュアル化の潮流の中で、婦人靴、紳士靴からスポーツシューズへの流出が進む

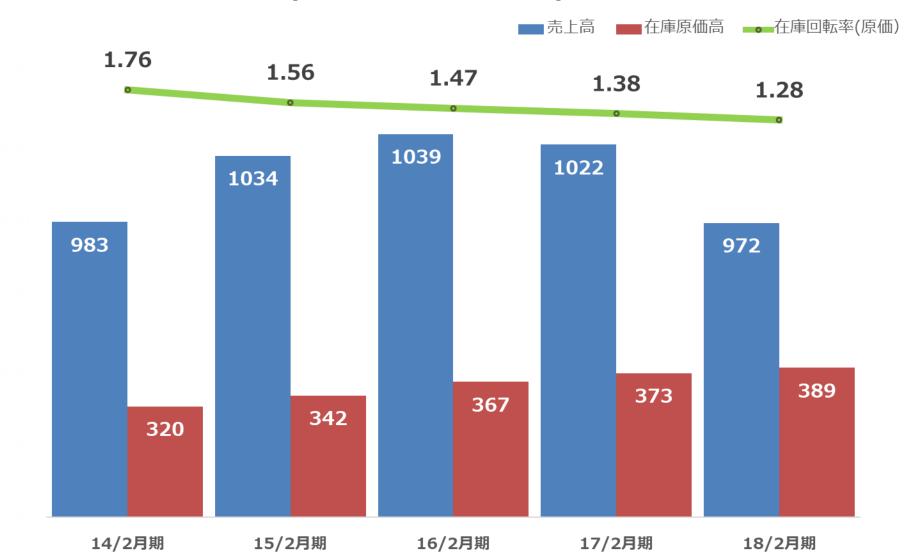


減収減益の要因:

MDコントロールカの不足による過剰在庫の常態化



■ 18/2月期在庫回転 1.28 (14/2月期比較 ▲0.5回)





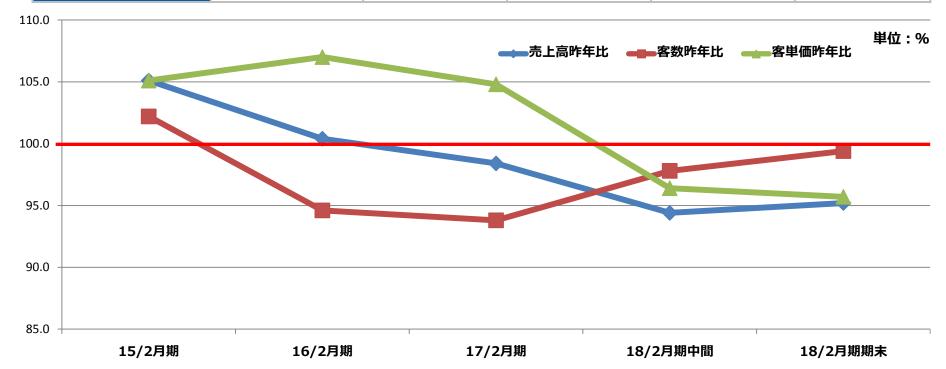
減収減益の要因:機能価値商品の開発遅れによる客単価ダウン



■プチプライス戦略で価格対応を進めるが、価値ある商品の開発不足で客単価ダウン

	単位	:	%
--	----	---	---

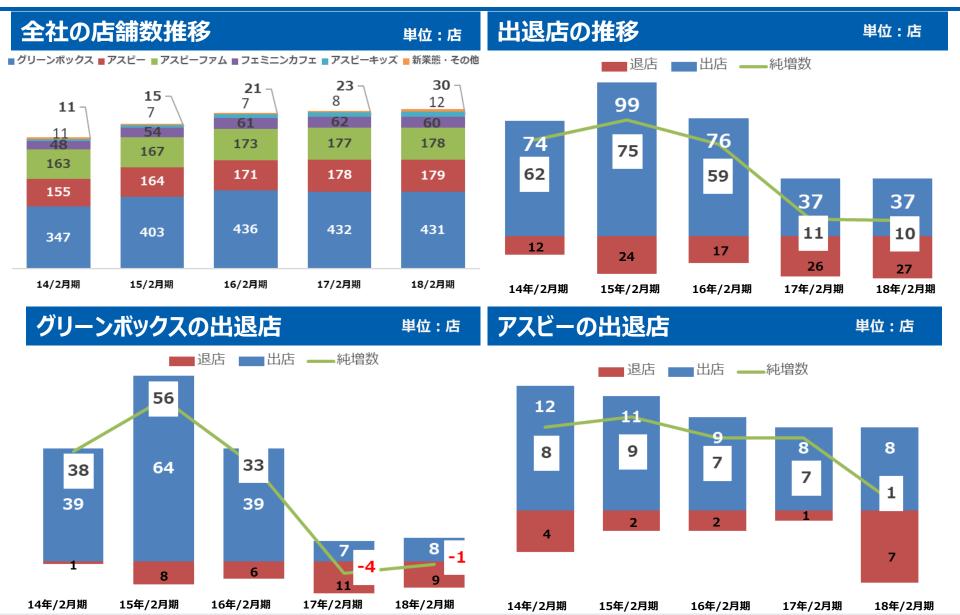
	15/2月期	16/2月期	17/2月期	18/2月期 中間	18/2月期 期末
売上高 前期比	105.1	100.4	98.4	94.4	95.2
客数 前期比	102.2	94.6	93.8	97.8	99.4
客単価 前期比	105.1	107.0	105.0	96.4	95.7





減収減益の要因:出店減少・閉店増加による純増店舗数の減少

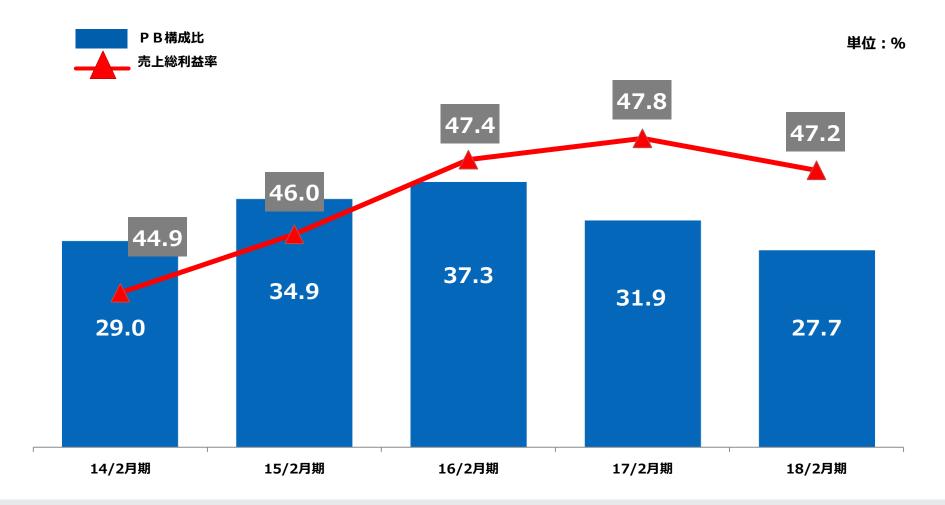




減収減益の要因:売上総利益率の低下(PB売上構成比の低下)



- ■PB構成比は27.7%(前期比4.2ポイント減)
- PB荒利率の改善(前期比0.5ポイント増)
- ■売上総利益率は47.2%(前期比0.6ポイント減)

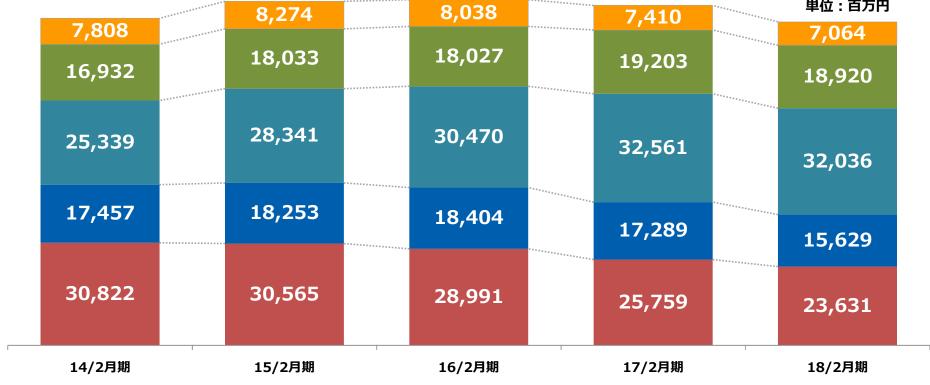




減収減益の要因:売上総利益率の低下(部門構成比の変化)



	18/2月期 (単位:%)	婦人靴	紳士靴	スポーツ靴	子供靴	その他	合計	■ その他 ■ 子供靴
前	年間	91.7	90.4	98.4	98.5	95.3	95.2	■ スポーツ靴
年	上半期	86.1	88.0	100.6	100.2	93.0	94.4	■紳士靴
比	下半期	98.3	92.7	95.7	96.4	97.4	96.1	■婦人靴
			,274	8,038		7,410		立:百万円
	7,808	***************************************					7,	064
	16,932	1	8,033	18,027		19,203	18	.920





2018年2月期 トピックス



出店の実施

出店37店舗、退店27店舗実施 期末店舗数890店(純増10店舗) 改装36店舗実施(うち大型改装17店舗)

「ウエルネスライト」販売開始

ウエルネスライト搭載モデルを2017年10月より本格展開 累計販売足数30万足

幸手新物流センターの稼働 中国物流拠点の一元化

2017年6月に埼玉県幸手市の新物流センター稼働中国の物流拠点も上海へ一元化

新会社の設立

高級紳士靴の販売事業を取得 2017年5月1日に子会社となる株式会社プレステージシューズ設立

株主還元

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











財務状況



- ROE (自己資本利益率) 2.9%、ROA (総資本利益率) 3.8%
- ■有利子負債 10,782百万円

貸借対照表

単位:百万円

キャッシュフロー計算書		単位:百万円
	18/2月期	前期差
営業活動による	002	1 025
キャッシュフロー	983	1,835
投資活動による	^ 2 1/2	△582
キャッシュフロー	△2,143	∠J6 2
財務活動による	967	∆853
キャッシュフロー		△633
現金及び現金同	△192	399
等物の増減額		399
現金及び現金同	1,525	^ F01
等物の期首残高		△591
現金及び現金同	1 222	∆192
等物の期末残高	1,332	<u> </u>

		18/2月期	期首差
流動資産		44,885	1,398
	商品	38,942	1,667
	預け金	2,119	△84
固定資産	Ī	15,577	554
資産合計		60,463	1,953
流動負債	ŧ	31,502	1,498
固定負債	į	3,047	384
純資産		25,913	64
負債·純	資産合計	60,463	1,953





2018年度

(2019年/2月期)

重点取組み事項



2018年度重点施策



新たな成長に向けた改革元年 専門店化に向けたボトルネックの根本的改善

■ボトルネックの根本的改善

1.専門店化の加速に向けた在庫の適正化

- (1)在庫の適正化
- (2)仕入精度向上の仕組の構築

2.MDプロセス改革によるSPA化の深耕

- (1)顧客視点の商品開発・PBのブランディング
- (2)商品コントロール機能の構築



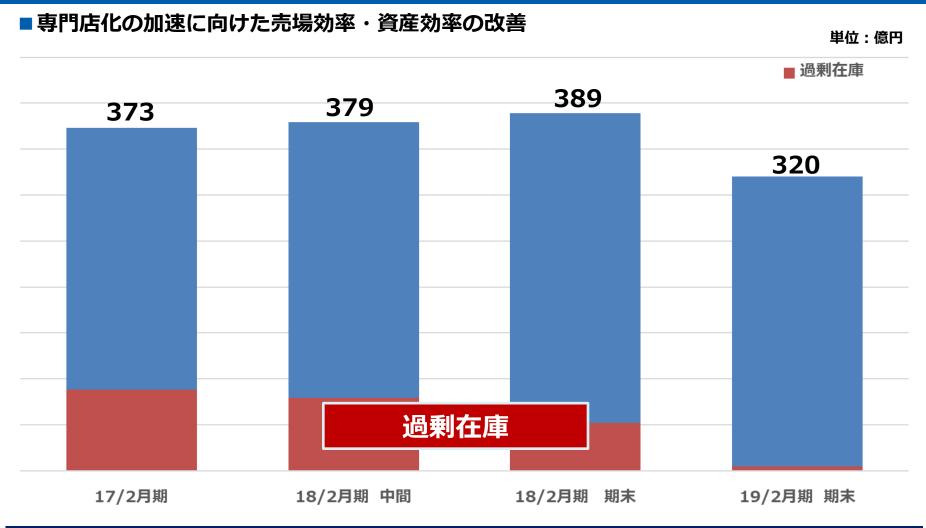
2018年度重点施策 三つの改革



	重点施策				
商品の改革	 二極化消費に対応した生活防衛・機能価値訴求 (客数・客単価改善) 消費トレンド(カジュアル化・機能価値本位)に対応 した強い単品の構築 PB戦略 ブランディングと機能価値の向上 				
売場の改革	 主力2業態の改革 (1)アスビー PBを軸とした複合専門店業態の確立 (2)グリーンボックス 地域密着型経営の推進 (3)キッズ専門店化推進 Eコマース事業の改革 (1)シューズマルシェ事業の収益力確立 (2)オムニチャネルの推進(ぴたトリ・ショールーム化) 				
人の改革	1. IT支援による働き方改革と生産性の向上 2.店舗販売効率の改善				

ボトルネックの根本的改善:1.在庫適正化の推進



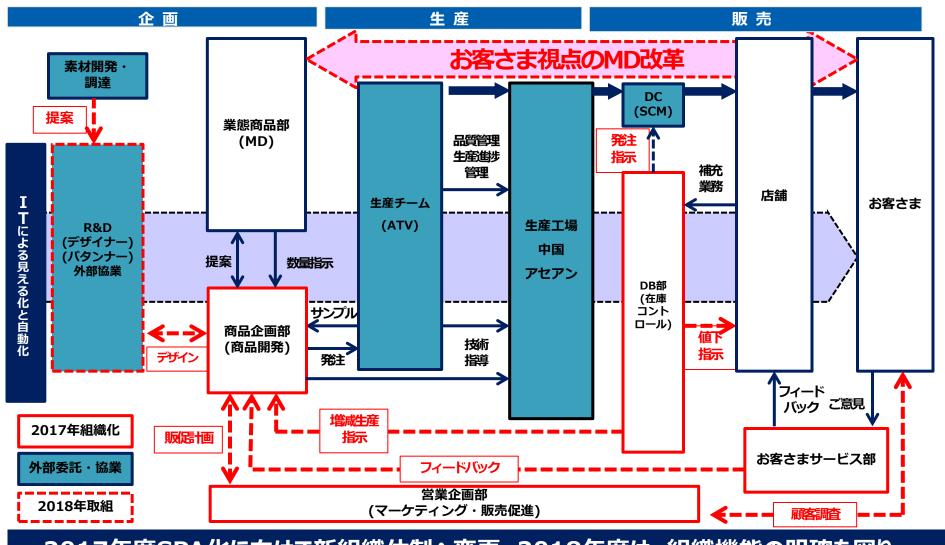


MDプロセスの変更を実施し在庫の効率化を推進 仕入れ精度を向上し過剰品を発生させないプロセスを構築



ボトルネックの根本的改善:2.MDプロセス改革によるSPA化





2017年度SPA化に向けて新組織体制へ変更、2018年度は、組織機能の明確を図り、 顧客視点の商品開発と商品コントロール機能の構築を実施



商品の改革 : 成長マーケット対応(シニア)



シニアマーケットへの新たなアプローチ



おしゃれが基本

普段 カジュアル







ウォーキング カジュアル

軽量



お出かけ カジュアル



年代客層別シニアマーケットに対する対応の強化



商品の改革:カジュアル化への対応 On/Off



ライフスタイルの変化に対応したONとOFF兼用のシューズを開発提案



今期**65**万足 来期**90**万足 2020年度**150**万足へ

ビジネスでもカジュアルでもON OFF兼用コーディネイト ビジネス きれいめ





FUN + WALK





商品の改革:カジュアル化への対応 ファッションスニーカー



ファンクション+ファッション=ファッションスニーカー

スニーカーの持つ履きやすさと婦人靴のファッション性を融合したファッションスニーカーを開発提案

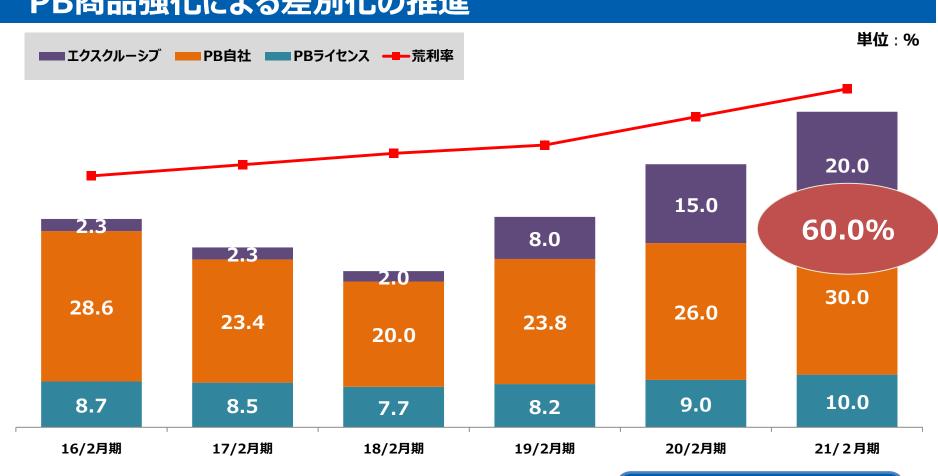




商品の改革:PB戦略(ブランディングと機能価値向上)







自社ブランドのブランディングによる大幅拡大と メーカー協業によるエクスクルーシブブランドの確立

2018年 **PB:32%** エクスクルーシブ:8%



商品の改革 機能商品の充実



機能中敷き「ウエルネスライト」の搭載



自社開発商品、独占ライセンスブランドに搭載

2017年秋発売 30万足販売

9期100万足 来期200万足 2020年度500万足へ



軽量防滑靴底「グリップライト」の搭載





滑らなくて、軽い靴ソールを、子供靴から発売開始 ON/OFFビジネスシューズやファッションスニーカーへ順次搭載!

「グリップライトソール」



今期**20**万足 > 2020年度 **50**万足へ





































CHARKIES



商品の改革 2018年度PB計画







オフィスパンプスの進化⇒働く女性への提案

働く女性へのアプローチを強化し、MDをさらに進化させていきます

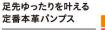
今期**55**万足 → 来期**70**万足 → 2020年度**100**万足へ











オフィスパンプス







商品の改革 2018年度PB計画





コールマンのリブランディングの進化⇒アーバンアウトドア商品の提案

アウトドアを中心にブランディングを進化

今期**50**万足 → 来期**60**万足 → 2020年度**80**万足へ

























商品の改革 2018年度PB計画





Keds[®] ファッションスニーカーの強化(スポーツとレディースカジュアルのミックス)

~コアブランドへの再構築~



Kedsの新シリーズのデビュー(機能+ファッション)

PRO-Kedsのコアアイテムの進化













商品の改革 2018年度PB計画+エクスクルーシブ



年間販売目標:1400万足 390億円

構成比目標: PB32.0% + エクスクルーシブ 8.0% 計40.0%

主力自社開発PB





330万足

Carnival Joy



150万足





35万足



40万足

主力独占ライセンスPB





55万足











50万足

25万足

20万足



売場の改革 アスビーの改革



■専門店複合型業態の確立に向けた活性化の推進

ASBee



■スポーツ&カジュアルの強化





プライベートブランドの強化 Lee Mailcoil



新業態の開発





売場の改革 グリーンボックスの改革 地域密着型経営の推進



- 地域に対応した店別品揃えの徹底
- ■優れた機能価値商品の提案













売場の改革 キッズ専門店多様化推進 2020年80億円体制へ



- ■子供靴売場の改革 クツラ/kutura ASBee Kids
- ■サポート型接客の実施 足型計測の活用







人の改革 ダイバーシティの推進



ダイバーシティ経営の継続推進

働き方改革= 生産性向上

若手 高齢者 女性の活用

共助 (助け合い)

業

効

巫

■販売力の強化

■ ITによる業務支援

■情報の共有

■MDプロセスの改革

人 材

育

成

■若手人材発掘委員会

■フレックス社員の幹部登用

■定年退職者の知見経験活用

■女性管理職の拡大

■障がい者雇用率の向上

制 度

活

用

■イクボスの推進

■育児休暇 介護休暇

■短時間勤務

■テレワーク

■地域限定勤務

●働きやすい職場 ●離職率低下 ●従業員満足の向上



2つの成長戦略 アジアシフト

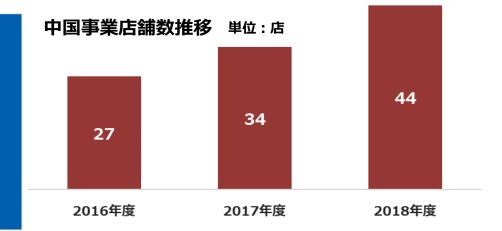


2018年度 アジアシフト

- ・自社開発商品の売上拡大
- ・経費削減:サプライチェーンの合理化

G機能会社の活用

・イオンマレーシアへの商品供給 25万足へ



東莞大朗店 7/19 Open





広州花都店 8/17 GrandOpen



佛山大沥**店** 12/21 GrandOpen





2つの成長戦略 イーコマース事業



2018年度 営業重点取組事項

- ・ジーフットアプリ会員拡大 店舗、ECへの訪問客数増
- ·G-FOOT SHOES MARCHÉ訪問客数増 店舗送客力の向上 店舗受取り注文拡大による店売上増



ジーフットアプリ

アフィリエイト広告強化によ る他社サイトからの流入増

∕EON.com

SAISON POINT MALL

骨をヒナビ

永久不滅ポイント LINEショッピング

〈店舗への送客〉

- ・電子カタログ
- ・イベント、セール、特集
- ·店舗受取
- ·店舗在庫検索機能
- ・新店等のニュース
- ·店舗検索

サイト開設時より連携



MARKET PLACE

● EC事業目標·2020年度売上50億円







AEON MALL各店サイト



AEON 各店サイト



SNS活用

・記事コンテンツ運用

G-FOOT

SHOES MARCHÉ

·SNS広告



検索サイトからの流入

- ·自然検索
- ・リスティング広告

Google



〈ECへの送客〉

・ジーフットアプリ会員 ・店チラシ/小冊子

・ぴたトリ

·店頭POP

(QRコード) ・接客 ·新聞広告

出退店計画



2019年2月期 出退店計画

出店	退店
35店舗	20店舗

2019年2月期		業態別出店	十画
ASBee	6店舗 以上	ASBee fam.	10店舗以上
ASBee KIDS	4店舗 以上	Greenbox	3店舗 以上
Feminine Café	2店舗 以上	<i>SKECHERS</i> 他	10店舗以上

イオンモール座間 3月16日OPEN ASBee・ASBee KIDS





たつのこまち龍ヶ崎モール 3月23日OPEN ASBee Fam.





ミーツ国分寺 4月6日OPEN ASBee



(株) プレステージシューズ



2018年2月期 店舗数 2019年2月期 出店計画

店舗数 前期増減 出店・改装

8店舗

1店舗

8月: 青山本店改装 9月: ホワイトレーベル 天神ヴィオロ店OPEN Trading Post Shoe Museum THE OUTLETS HIROSHIMA

(トレーディングポスト シューミュージアム ジ アウトレットヒロシマ)

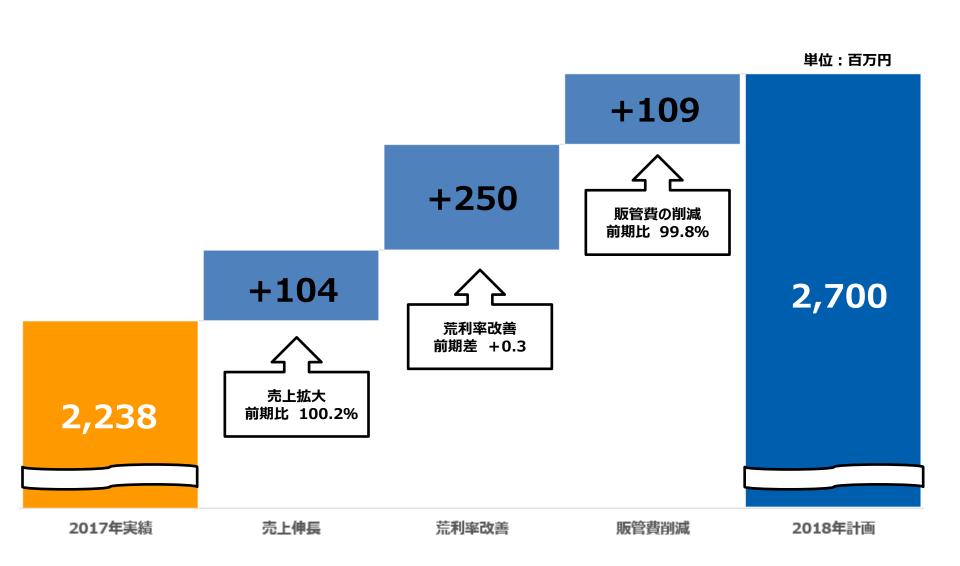






2018年度 営業利益計画







2019年2月期 業績予想



単位:百万円

	年間	前期比
営業収益	97,500	100.2%
営業利益	2,700	120.6%
経常利益	2,700	118.4%
当期純利益	900	119.8%
1株当たり当期純利益	21.16円/株	3.49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
2018年2月期実績	10円/株	10円/株	20円/株







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。

