

2025年2月期 第2四半期

# 決算説明資料

株式会社ジーフット

2024.10.10





## 25年2月期 第2四半期 決算概況

1. 25年2月期 第2四半期決算概況
2. 25年2月期 第2四半期重点取り組みの状況
3. 25年2月期 通期連結業績予想

# 1.25年2月期 第2四半期(24年度上半期)決算概況

## ■ 24年度上半期 連結損益サマリー

(1) 段階利益は前期から改善、かつ営業利益は黒字化

(2) 営業収益は既存比104%、売上総利益率は前期0.4ポイント改善

【連結】24年度上半期損益サマリー

(単位：百万円)

	前期	25年2月期 第2四半期	前期比/差	通期業績予想 (4月10日公表)
営業収益	33,665	32,273	95.9%	64,000
売上総利益高	14,772	14,305	96.8%	-
売上総利益率	43.9%	44.3%	+ 0.4	-
販売管理費	15,263	14,191	93.0%	-
営業利益	▲490	118	+ 607	500
経常利益	▲615	▲44	+ 570	200
当期純利益	▲800	▲159	+ 640	10

# 1. 25年2月期 第2四半期(24年度上半期)決算概況

## ■ 24年度 重点施策

1.事業構造改革	アスビーブランド統一を成長エンジンに既存店の収益力強化
2.MD構造改革	①商品在庫の適正化 ②新機軸のプライベートブランド商品開発スキーム構築
3.組織・コスト構造改革	強い専門店を支える現場起点組織の実現
4.EC事業の成長と拡大	アスビーアプリを起点にしたOne to Oneマーケティングの実現

# 1.25年2月期 第2四半期(24年度上半期)決算概況

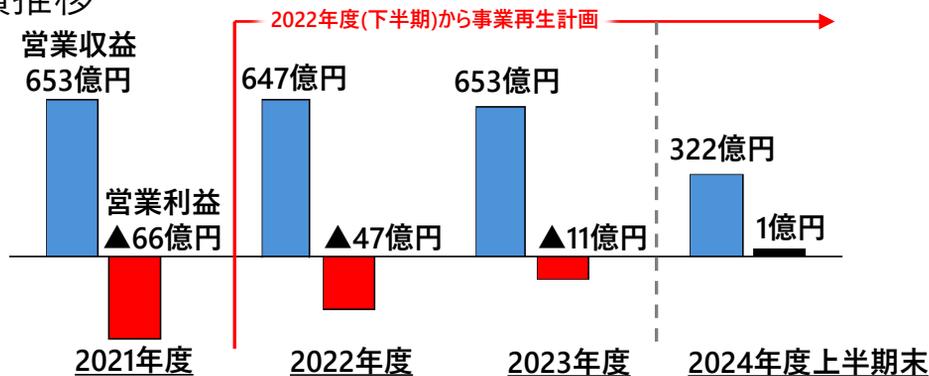
## ■ 事業再生実行計画の進捗状況

アスピーブランド統一を柱にした3つの改革は計画通り進捗  
成長軌道回帰への道筋が整う

### (1)3つの改革の進捗状況

1.事業構造改革	①不採算店舗整理	23年度完了
	②アスピーブランド統一	25年度完了予定
2.MD構造改革	商品在庫適正化	24年度完了予定
3.組織・コスト 構造造改革	①売上規模別・店舗別投入人時モデル確立	23年度完了
	②店舗作業軽減化	継続実施

### (2)業績推移

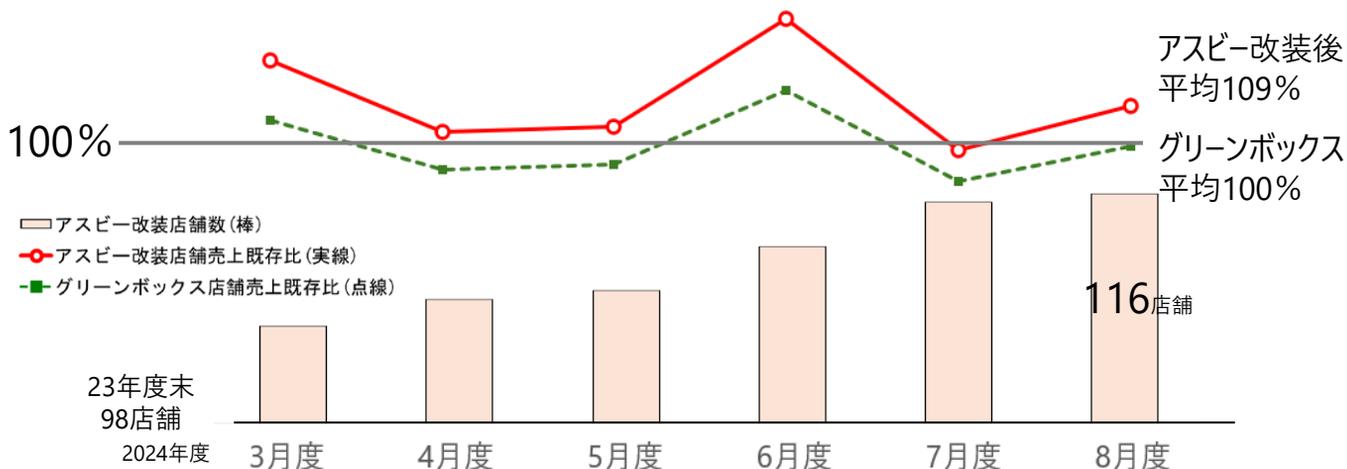


## ■ 事業構造改革

### アスビーブランド統一を成長エンジンに既存店収益力強化

アスビーブランド改装店舗は売上既存比109%(グリーンボックス100%)  
また、荒利率はグリーンボックスより0.4ポイント高い実績

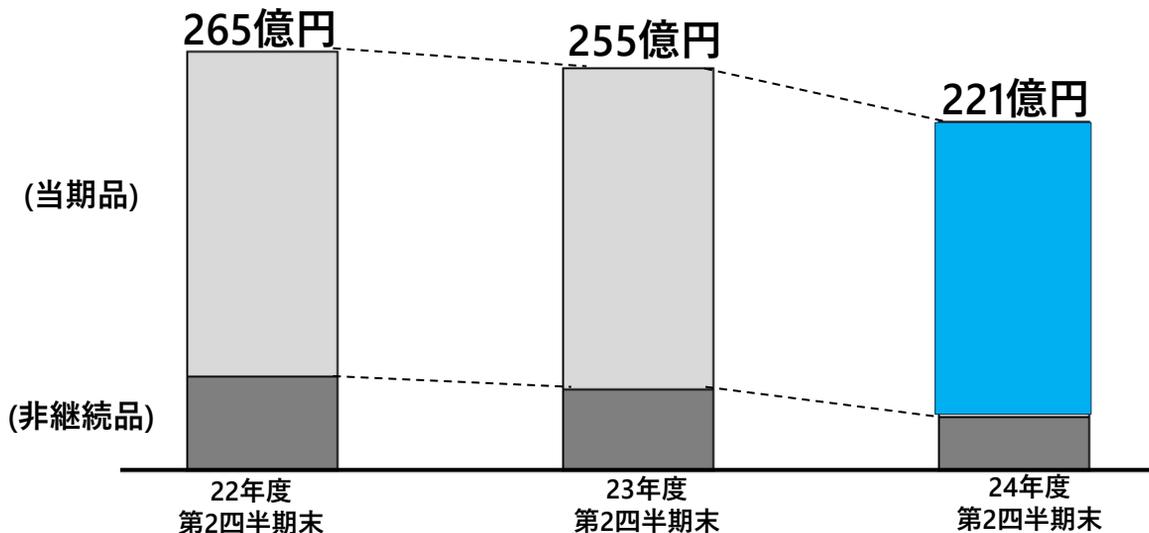
【単体】アスビー改装後のグリーンボックス店舗との売上既存比比較



### ■ MD構造改革 商品在庫の適正化

- (1)商品在庫原価は前期から34億円削減、回転日数も前期30日改善
- (2)非継続品の消化は、計画水準内で推移

【商品在庫原価推移】



## ■ MD構造改革

### 新機軸のPB(プライベートブランド)商品開発スキーム構築

新機軸のプライベートブランド商品は下半期より本格的投入

- ①より多くの情報に基づいたプライベートブランド企画の立案(外部知見)
- ②ソーシング先の得意分野に合わせて選定し集約

healme



ATHREAM



MAD<sup>®</sup>  
Madfoot!



### ■ 組織・コスト構造改革 販売管理費(前期差)10億円削減

- (1) 売上規模別・店舗別投入人時モデルに合わせた人員配置完了
- (2) 接客時間創出(店舗業務の自動化・簡略化による業務軽減化)  
⇒ 業務効率改善により1人当たり28h/月間の接客時間創出
  - ① 店舗用スマホ機能追加
  - ② 申請業務電子化
  - ③ 紙管理帳票電子化
- (3) 店舗用スマホを使った商品在庫検索機能の進化
  - ① お客さま利便性向上(在庫情報見える化)、② 販売機会ロス削減



※店舗プライスカードへ  
2次元バーコードを表示



< 在庫情報見える化 >

- ① 店舗在庫情報
- ② 近隣店舗在庫情報
- ③ ECサイト在庫情報

### ■ 組織・コスト構造改革

#### 強い専門店を支える現場起点組織の実現

(1) 営業組織のフラット化

⇒ スピーディーな現場と本社の相互コミュニケーションの実現

(2) フレックス店長の積極登用 24年上半期末時点：106名

⇒ 地域に根ざした活きた情報を店舗特性に反映させる

(3) 人材育成強化

① アスビー改装時のスタッフ研修活用(改めて学ぶ機会)

② 接客ロールプレイングコンテスト全国大会開催

③ 社内認定資格フィッティングアドバイザー取得率拡大



従業員取得率: 48%  
取得人数: 2,658人/5,494人中

## ■ EC事業の成長と拡大

### アスピーアプリを起点にしたOne to Oneマーケティングの実現

- ①アスピーアプリ リニューアル(2024年3月)
- ②店舗とECの在庫連携で販売機会ロス撲滅
- ③お客さまの興味・関心に合わせて情報発信(新たな集客装置)

【アスピーアプリ会員数】累計会員数62万人獲得 (2024年8月末時点)

商品・販促情報発信



デジタル販促・キャンペーン



今後の取り組み



足形計測器との連携



- ① 3D計測器の導入
- ② 計測データとお客さま情報の連動
- ③ おすすめ商品の提示

### 3.25年2月期 通期連結業績予想

(単位:百万円)

	25年2月期(通期)	
	予想	前期比/差
売上高	64,000	99.2%
営業利益	500	+1,581
経常利益	200	+1,563
当期純利益	10	+1,778

(※)既存店売上前期比106%