

2025年2月期

決算説明資料

株式会社ジーフット

2025.04.14





1. 25年度 2月期 決算概況
2. 25年度 2月期 重点取り組みの状況
3. 26年度 2月期 重点取り組み骨子
4. 26年度 2月期 通期連結業績予想

1.25年2月期 (24年度)決算概況

■【連結】24年度 通期業績サマリー

上半期、営業利益黒字で折り返すも、下半期に売上トレンド一転(減退)
売上総利益率、販管費を前期改善したが、売上減の利益影響補いきれず

- (1)営業収益(前期差)▲45億円、前期比93% ※既存比99%
- (2)うち、不採算店舗整理による売上影響額(前期差)▲14億円
- (3)売上減の主要因は、シーズン商品の販売不振(前期差)▲21億円

【連結】24年度 通期連結損益サマリー

(単位：百万円)

	実績	前期比/差	通期業績予想 25年1月10日修正値
営業収益	59,975	92.8%	59,600
売上総利益高	26,431	93.3%	-
売上総利益率	44.1%	+ 0.2	-
販売管理費	27,209	92.5%	-
営業利益	▲805	+ 279	▲ 640
経常利益	▲ 1,273	+ 92	▲ 1,140
当期純利益	▲ 1,060	+ 710	▲ 1,400

1.25年2月期 (24年度)決算概況

■【単体】月度別 売上・買上客数既存比

スニーカーが、世代・シーズンを超えた足元の定番として定着がさらに進む
平均気温の上昇が、これまでシーズンの定番商品の販売に影響を及ぼす

【単体】24年度 (売上・買上客数)既存比推移

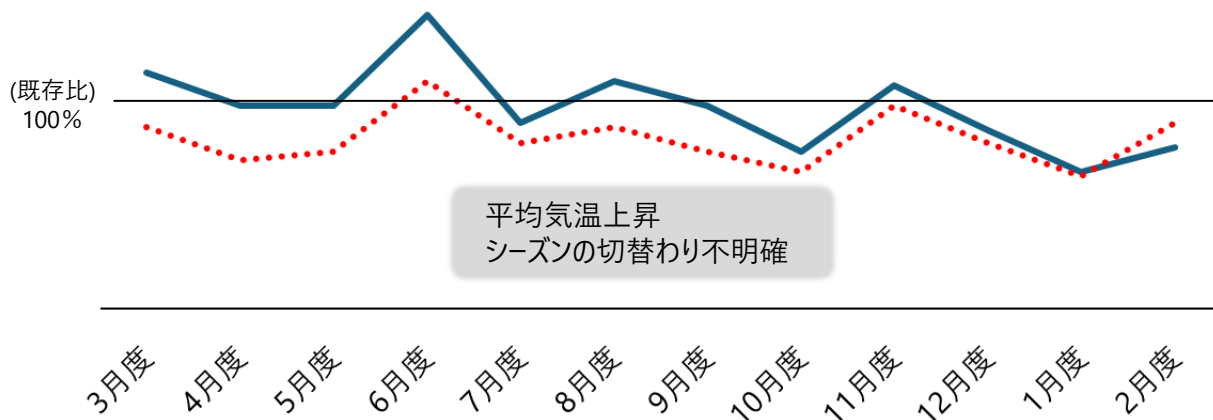
— 売上既存比(実線) 買上客数既存比(点線)

< 上半期 >

売上既存比:104%、買上客数既存比:93%

< 下半期 >

売上既存比:93%、買上客数既存比:90%



2.25年2月期 (24年度)重点取り組みの状況

■ 24年度 重点取り組み

(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としたOne to Oneマーケティングの実現

2.25年2月期 (24年度)重点取り組みの状況

■ 事業構造改革 不採算店舗整理

24年度は、不採算店舗整理、SC閉鎖、アスビー統一に伴う閉店など
30店舗を閉店(当初計画差+27)

【単体】24年度 出退店実績

(単位：店)

	上半期	下半期	通期
出店	3	2	5
閉店	7	23	30
期末店舗数	642	621	621

- ①追加不採算店舗 +14店舗
- ②SC閉鎖 +9店舗
- ③アスビー統一に伴う閉店 +4店舗

24年度で事業構造改革による、収益力向上に向けた基盤が整う

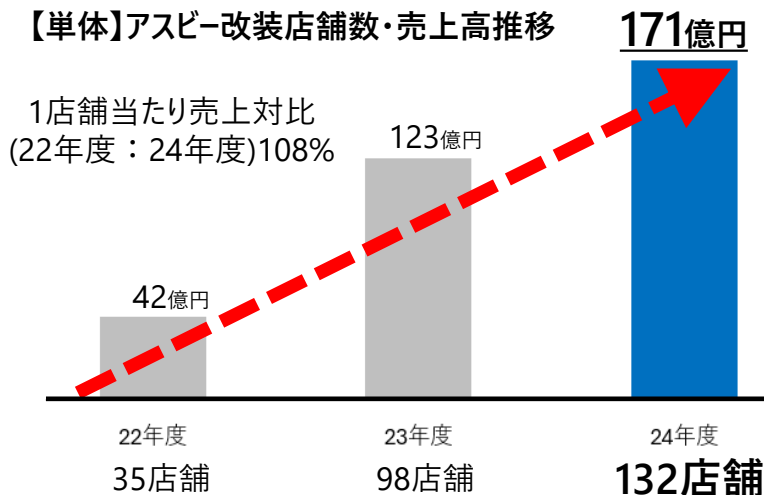
2.25年2月期 (24年度)重点取り組みの状況

■ 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 アスビー化改装店舗の売上構成比は50%超まで拡大(コンセ事業内) 改装店舗数は計画通りに進捗

(1)24年度は34店舗の改装を実施、累計店舗数132店舗

(2)24年度アスビー化改装店舗(坪売上)改装前比較1.2倍超

【単体】アスビー改装店舗数・売上高推移



※アスビーレイクタウン店



改装後
坪売
124%増

※アスビー京都桂川店



改装後
坪売
120%増

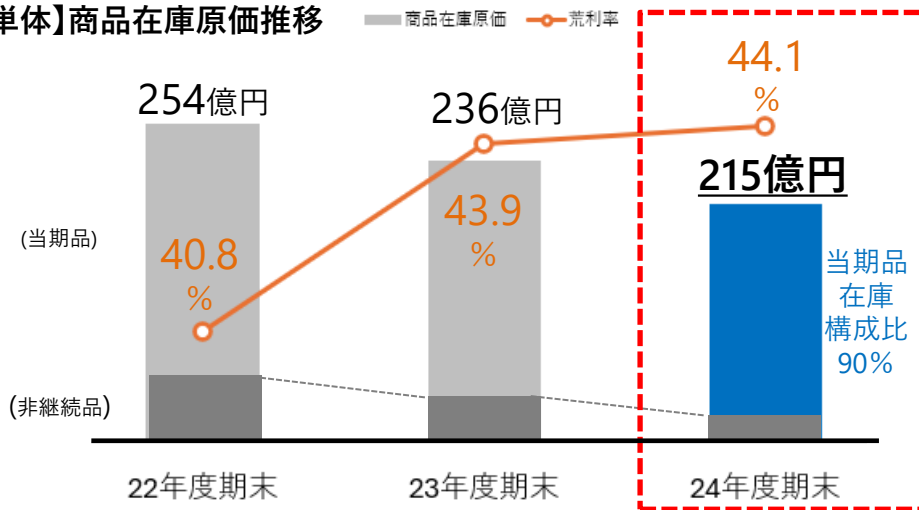
2.25年2月期 (24年度)重点取り組みの状況

■ MD構造改革 商品在庫の適正化

営業総利益率は(前期比)+0.2ポイント改善

- (1) 末在庫原価(前期差)△21億円、在庫原価回転日数△12日改善
- (2) 非継続在庫は計画通り総在庫構成比10%で着地
- (3) MD計画システム(サイズ別単品管理システム)の稼働
適時・適量の実現を目指す

【単体】商品在庫原価推移



2.25年2月期 (24年度)重点取り組みの状況

■ MD構造改革 新機軸のプライベートブランド商品開発のスキーム構築

新機軸のプライベートブランド商品は下半期より導入スタート

「コンフォート」を提供価値に25年度SSより展開拡大(本格化)

(1)コンフォート＝快適性、ファッション性、そしてリーズナブル

(2)スニーカーの履き心地を持ち且つ超軽量のパンプス・ブーツ

(3)リーズナブルプライスで、さらに品質・機能性を向上

【スニカルパンプス・スニカルブーツ】

heel me史上最軽量
130g以下

えっ!?

滑りにくい設計の
アウトソール

つま先ゆったり
幅広3E設計

屈曲ソールが
足の動きに
合わせてフィット

スニカル

まるでスニーカーのような履き心地

heal me

【アスリーム高反発ソール・超軽量 ¥3,900】

LIGHT

ATHREAM

高反発
反発性に優れた高反発クッションを搭載。
弾むような高い弾力性で快適な履き心地。

超軽量設計
徹底的に軽さを追求したライトな設計。

幅広3E設計
幅広い足設計でゆったりとした履き心地。

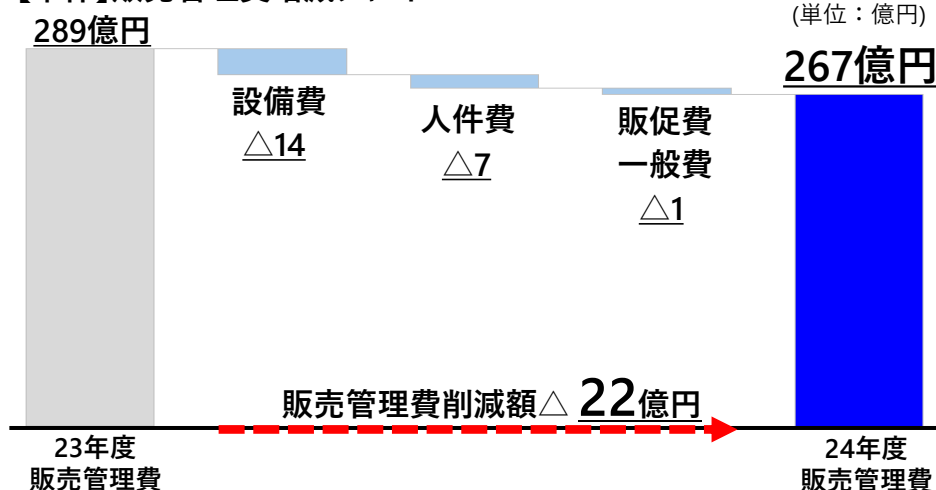
滑りにくい
グリップ力の高いラバー素材を使用した
アウトソールで安定性を確保。

2.25年2月期 (24年度)重点取り組みの状況

■ 組織・コスト構造改革 強い専門店を支える現場組織の実現 販売管理費(前期差)22億円削減、計画通りに進捗

- ①売上減少・閉店追加による賃料減少で設備費を14億円削減
- ②投入人時の最適化取り組み及び残業管理で7億円削減
- ③一般費販促費は販売用備品のコスト見直しを図り1億円削減

【単体】販売管理費増減チャート



2.25年2月期 (24年度)重点取り組みの状況

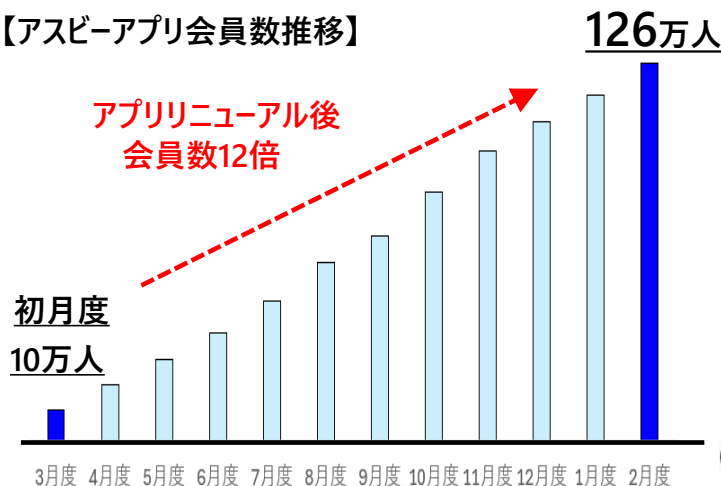
■ EC事業の成長と拡大 One to Oneマーケティングの実現 顧客基盤となるアプリ会員数の年間獲得目標超過

(1)アスビーアプリ(24年3月リニューアル)の会員126万人の獲得

(2)オンラインサイトリニューアル(アスビーキッズ)

※リニューアル後ECキッズ売上高既存比**130%**伸長

【アスビーアプリ会員数推移】



【アスビーキッズオンラインサイトリニューアル】



3.26年2月期 (25年度)重点取り組み骨子

■ 25年度重点取り組み

1.事業再生の仕上げ

- (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収益力強化
- (2)MD構造改革：商品在庫の適正化、プライベートブランド商品の売上拡大
- (3)組織・コスト構造改革：強い専門店を支える現場組織の実現

2.魅力的な店舗フォーマット開発

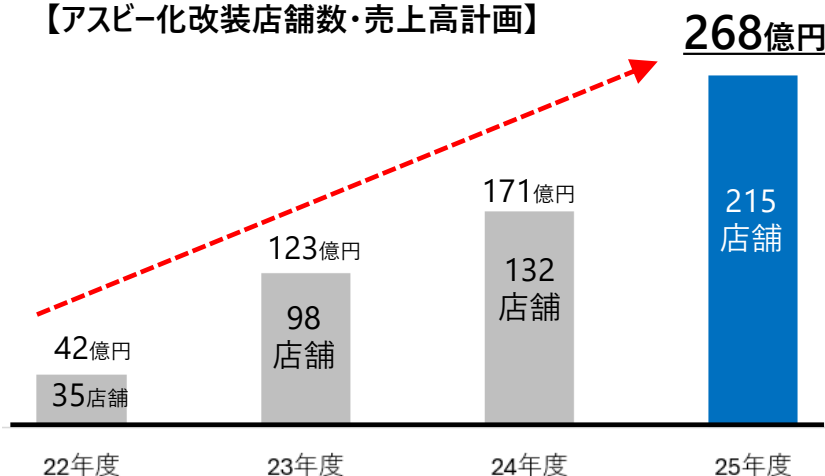
- (1)アスビー：お客さまから期待される店舗の展開を拡大
- (2)アスビーキッズ・グランデ：キッズ新業態で未来のお客さま作り

3.26年2月期 (25年度)取り組み骨子

■ 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 お客さまから期待される魅力的なアスビーの展開拡大

- (1) 25年度はアスビー化活性化店舗売上構成比7割以上を構成
(コンセ事業内)、既存店売上拡大の役割を担う
- (2) 改装成功のポイントは、お客さま起点の売場・接客レギュレーション

【アスビー化改装店舗数・売上高計画】



【アスビー化改装成功のポイント】

お客さまから期待され信頼される店舗

お客さま
起点

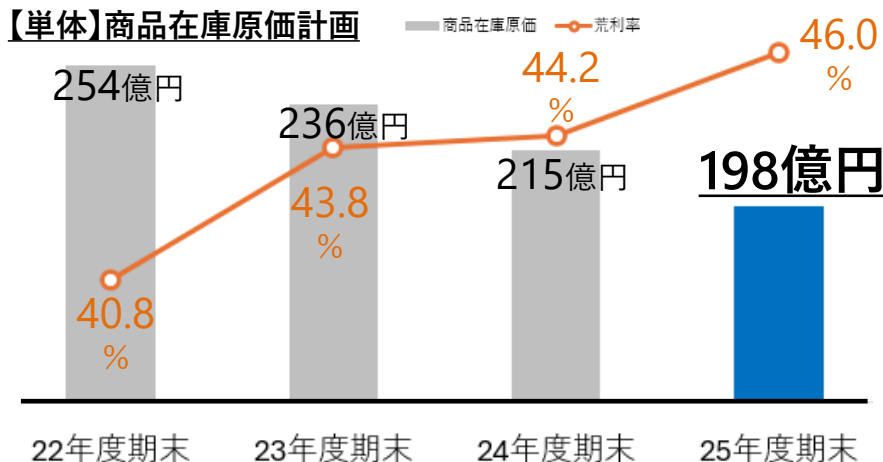
1. 投入人時の考え方を考える
2. 店舗スタッフのマインドを変える
3. 売場レギュレーションを変える
(見やすく・買いやすい売り場)

3.26年2月期 (25年度)取り組み骨子

■ MD構造改革 商品在庫の適正化

MD計画システムを活用した在庫統制で在庫適正化完遂を目指す

- (1) 25年度末在庫原価は198億円を目標(前期差)△17億円
- (2) 在庫原価回転日数は120日を目指す(前年差)13日改善
- (3) 非継続在庫は総在庫構成比10%以下で計画



3.26年2月期 (25年度)取り組み骨子

■ MD構造改革 プライベートブランド商品の売上拡大 コンフォート(快適性・ファッション性・リーズナブル)を更に進化

- (1)提供価値(コンフォート)を実現する技術「テクノロジー」
ex.軽量性・耐久性、デザイン性・機能性、高品質・低価格の両立
- (2)スニーカーをベースに環境変化に対応できる商品
ex.温暖化(通気性+吸水速乾インソール)、ゲリラ豪雨(透湿防水+防臭インソール)
- (3)お客さまニーズ(現場の声)、トレンド情報(外部知見)を商品に反映



3.26年2月期 (25年度)取り組み骨子

■ 組織・コスト構造改革 強い専門店を支える現場組織の実現

店舗デジタル化は、業務効率化から販売力向上へシフト

店舗導入スマートフォンに業務機能集約 ⇒ 生産性UPを更に推し進める

① 店舗定型業務のデジタル化(無人化・自動化)

ex.在庫検索、商品発注、POP発行機能等

② 販売力向上を目指すデジタル化

ex.個人売上・KPI管理、WEB会議機能(スピーディーな情報共有)等



3.26年2月期 (25年度)取り組み骨子

■ 組織・コスト構造改革 強い専門店を支える現場組織の実現 地域に根差した人材活用で、多様な働き方をサポート

(1)フレックス社員の積極的な活用

フレックス社員中心に店舗スタッフを構成、70名が店長として活躍中

(2)フレックス社員が活躍できる環境整備

導入基礎教育、商品知識教育、OJT教育、接客ロールプレイング大会等

【イオンダイ満足アワードネクスト部門賞受賞】



今一着力を入れていること
お客さまがなんでもお店に来てくれるような
接客を心がけています。

社員になろうと思ったきっかけ
責任の割合も大きくなり、最初は不安の方が
多かったのですが、これまでのスキルを活かし
業務の幅を広げたいと思いました。

今後の目標
統括店長として2店舗しっかりと
運営していただけるようにすることです。

初めて店長になった時の気持ち
特に不安もなく、任せてもらえることがありが
たく、嬉しかったし、何より新しいチャレンジに
ワクワクしていました。

店長として大切なことは
「スタッフがいってくれるから店舗運営できる」
「お客さまが来てくれるから給料がもらえる」
というあたり前のことを常に忘れないようにし
て日々周りの人に感謝しながら、
「やれることをやる！」が大事だと思います。

【接客ロールプレイング全国大会】



3.26年2月期 (25年度)取り組み骨子

■ 魅力的な店舗フォーマットの開発 キッズ新業態で未来のお客さま作り

(1) アスビーキッズグランデ：「はじめてとはじまりの一步に」をコンセプトに
日本一の子ども専門店となる豊富な商品展開

(2) 百貨店出店拡大：25年度阪急うめだ本店と横浜SOGO店へ出店

【新業態アスビーキッズグランデ】

【アスビーキッズグランデ レイクタウン店】



【アスビーキッズ百貨店出店】

【アスビーキッズ阪急うめだ本店】



【アスビーキッズグランデ つくば店】



【アスビーキッズ横浜SOGO店】



4.26年2月期 (25年度)通期連結業績予想

■ 25年度連結業績予想

	予想	前期比/差
営業収益	60,000	100.0%
営業利益	500	+ 1,306
経常利益	200	+ 1,474
当期純利益	10	+ 1,070

※既存店売上前期比102%