



# 第54期 株式会社ジーフット 定時株主総会

2025年5月23日

# (1) 事業報告 ①25年2月期(24年度)決算概況

## ■ 24年度 通期連結業績

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)▲46億円、前期比92.8%

(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年度損益サマリー

	実績	前期比/差	24年度 通期業績予想
営業収益	59,975	92.8% (※)	59,600
売上総利益高	26,431	93.1%	-
売上総利益率	44.1%	+ 0.2	-
販売管理費	27,236	92.4%	-
営業利益	▲805	+ 275	▲ 640
経常利益	▲ 1,273	+ 89	▲ 1,140
当期純利益	▲ 1,060	+ 707	▲ 1,400

(単位:百万円)

(※)既存店  
売上前期比99%

# (1) 事業報告 ①25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

お客さまの購買行動のメリハリが強まり、売上の振れ幅が大きくなる

- ・消費行動が活発な時期(ex.学需、ブラックフライデー)⇒売上がさらに集中
- ・節約意識が高まる時期(ex.日用品、光熱費値上げ後)⇒消費を喚起する
- ・長い夏、ゲリラ豪雨、ドカ雪⇒機能を持たせたスニーカー提案が必要  
(スニーカーが世代・シーズンを選ばない快適な靴として定着)

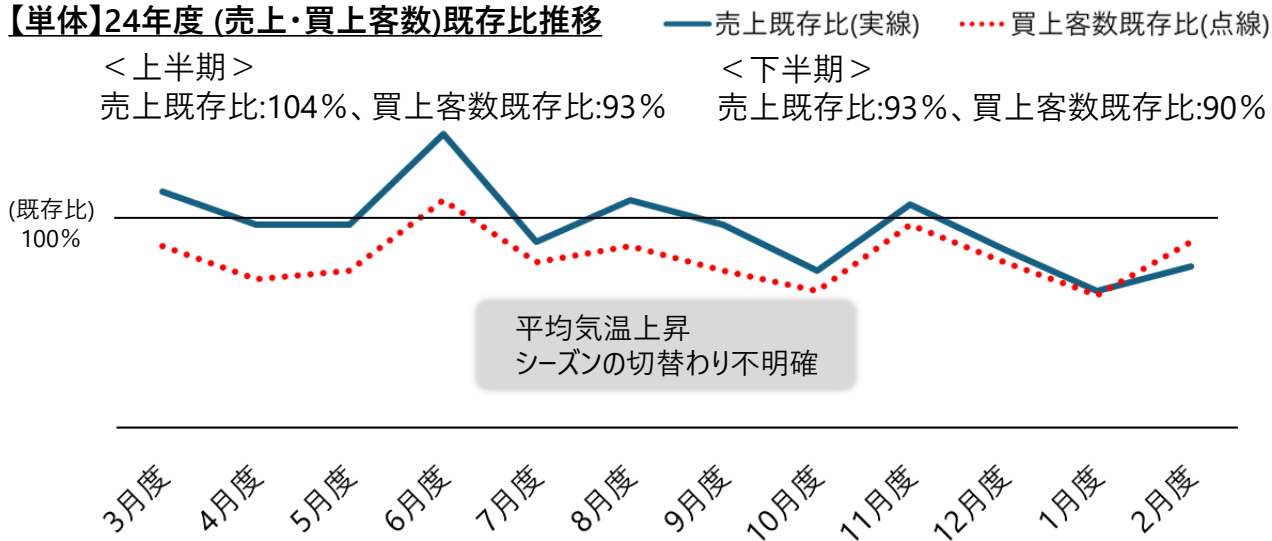
### 【単体】24年度(売上・買上客数)既存比推移

<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%



# (1) 事業報告 ①25年2月期(24年度)決算概況

## ■ 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

# (1) 事業報告 ①25年2月期(24年度)決算概況

## ■ 事業構造改革 不採算店舗整理

24年度は、不採算店舗整理、ショッピングセンター閉鎖、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

# (1) 事業報告 ①25年2月期(24年度)決算概況

## ■ 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) 今後、アスビーブランド統一のスピードを今まで以上に上げて行く

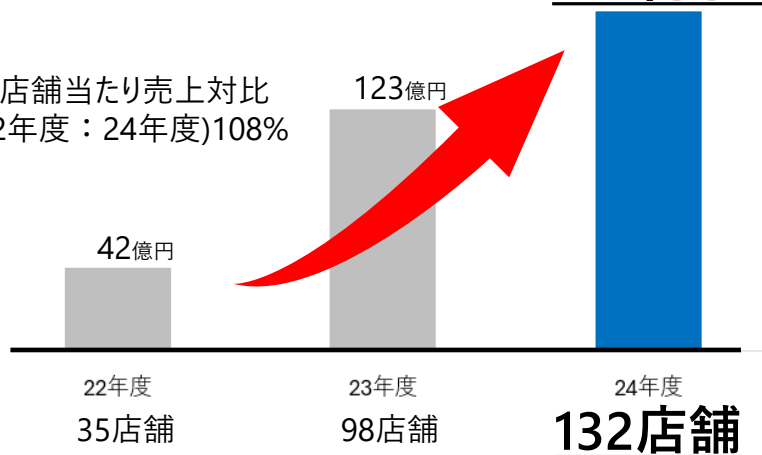
(1)24年度は34店舗の改装を実施、累計店舗数132店舗

(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

**171億円**

1店舗当たり売上対比  
(22年度：24年度)108%



【アスビーレイクタウン店】 10/10ROP



改装後坪売  
**124%増**

【アスビー京都桂川店】 11/25ROP



改装後坪売  
**120%増**

# (1) 事業報告 ①25年2月期(24年度)決算概況

## ■ MD構造改革 商品在庫の適正化

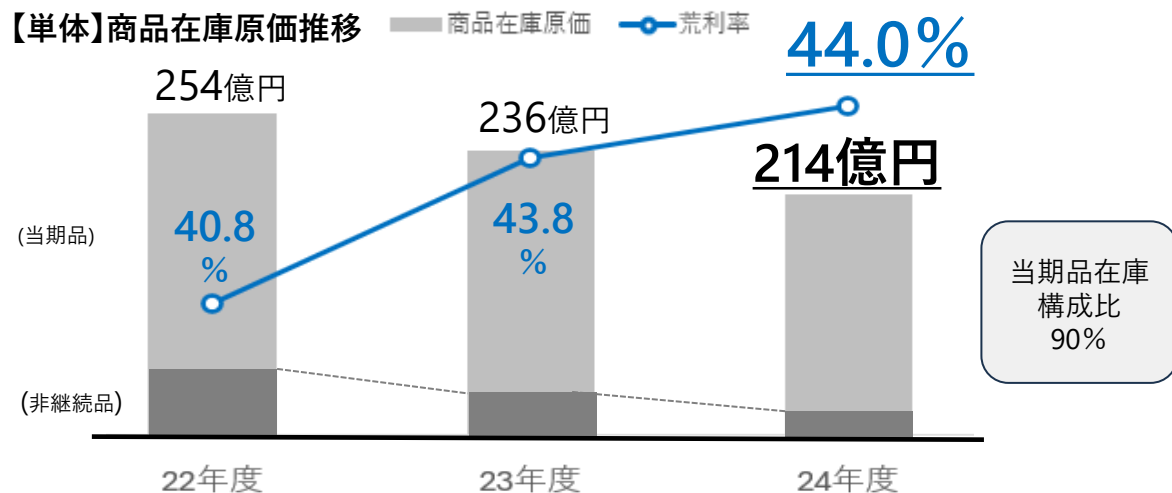
営業総利益率は(前期比)+0.2ポイント改善

(1)末在庫原価(前期差)△22億円、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

- ・シーズン商品、NB商品の非継続在庫が減少
- ・プライベートブランド商品の売上計画差が課題

(3)MD計画システム(サイズ別単品管理システム)の稼働で適時・適量の実現を目指す



# (1) 事業報告 ①25年2月期(24年度)決算概況

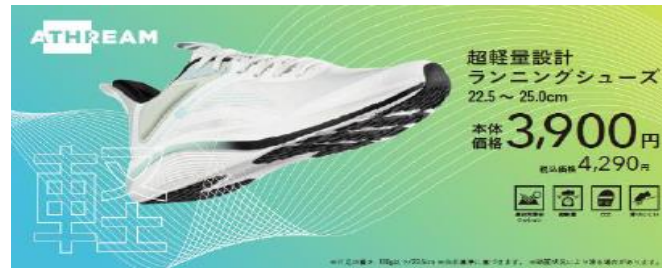
## ■ MD構造改革 新機軸のプライベートブランド商品開発のスキーム構築

### (1) 新機軸のプライベートブランド商品の展開遅れ

24年度9月⇒25年度1月導入

### (2) プライベートブランド商品の開発領域を変える

- ・開発領域をトレンドから、お客さまニーズと環境変化に合わせた主軸に変更
- ・提供価値「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
- ・暑い夏・寒い冬に対応できる機能を搭載したスニーカーを展開



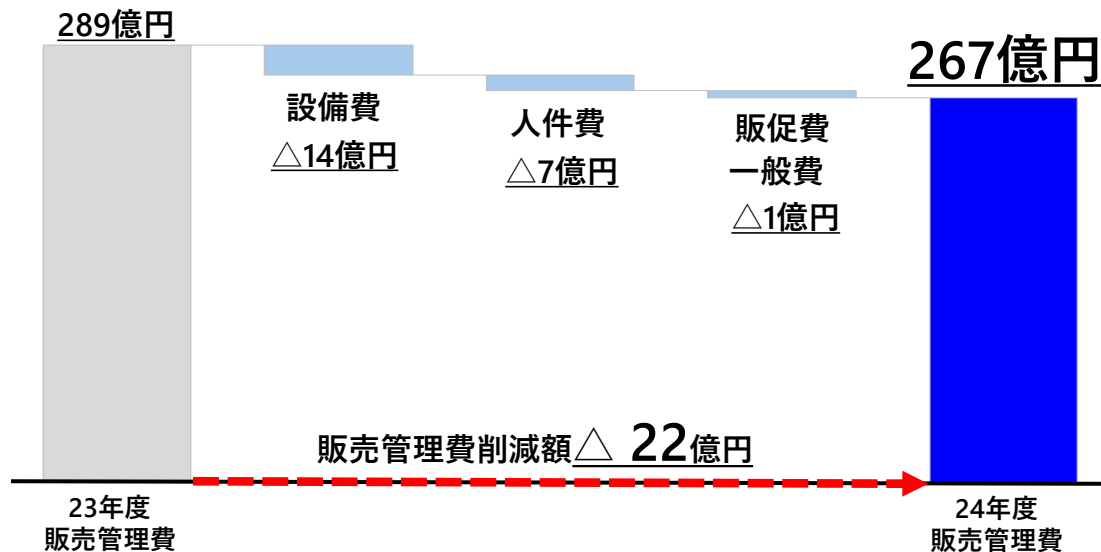


# (1) 事業報告 ①25年2月期(24年度)決算概況

## ■ 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



# (1) 事業報告 ①25年2月期(24年度)決算概況

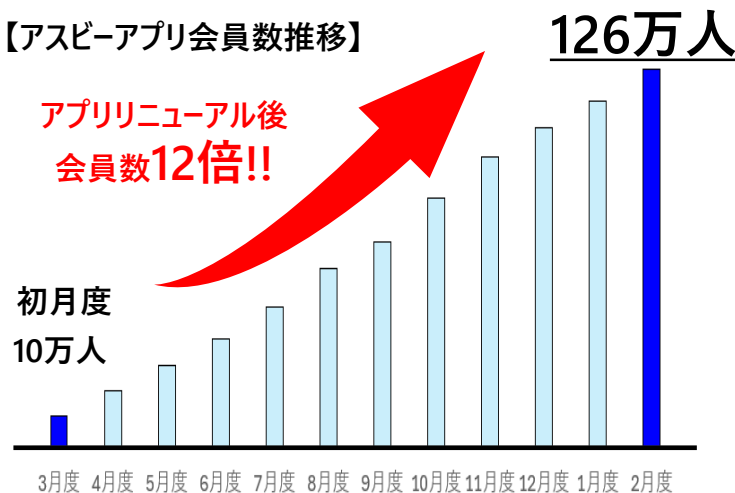
## ■ EC事業の成長と拡大 One to Oneマーケティングの実現 顧客基盤となるアプリ会員数の年間獲得目標超過

(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

(3)25年度は、顧客基盤確立により、お客さま起点の情報発信スタート

【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】



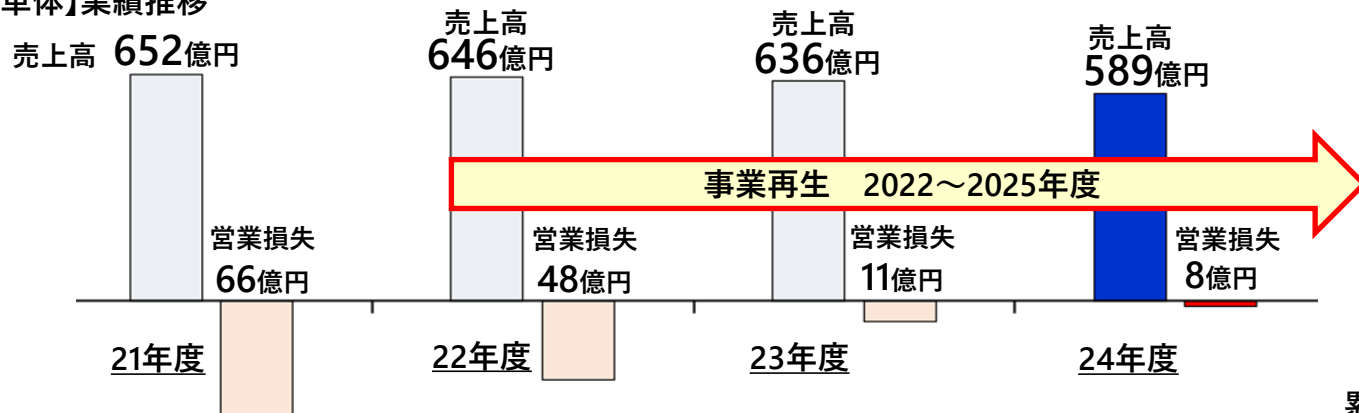
# (3) 対処すべき課題 ①26年2月期(25年度)重点取り組み

## ■ 事業再生振り返り

22年度から計画に沿って事業再生を実行するも当初計画に及ばず  
25年度は、積み残した課題を解決し事業再生を仕上げる

**【課題】事業構造改革：アスビー活性化、MD構造改革：商品在庫適正化**

【単体】業績推移



	21年度	22年度	23年度	24年度	累計
閉店店舗数	76店舗	72店舗	70店舗	30店舗	248店舗
アスビー化店舗数	-	35店舗	63店舗	34店舗	132店舗
末在庫原価	277億円	254億円	236億円	214億円	-
人件費売比	22.3%	20.8%	20.4%	20.9%	-

# (3) 対処すべき課題 ①26年2月期(25年度)重点取り組み

## ■ 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のスピード加速
- (2) MD構造改革：商品在庫適正化水準維持による荒利率向上
- (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

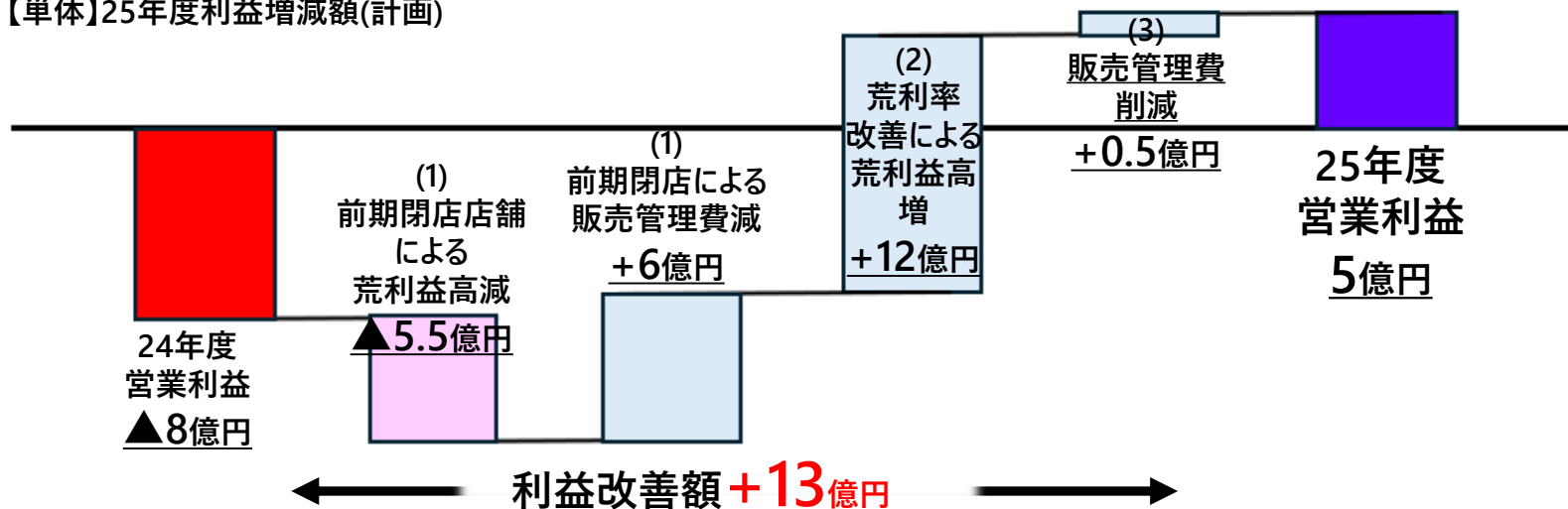
# (3) 対処すべき課題 ①26年2月期(25年度)重点取り組み

## ■ 事業再生の仕上げ

【達成水準】単体25年度段階利益黒字化 (利益前期改善額+13億円)

- (1)前期30店閉店による利益改善額 +0.5億円(売上減▲5.5億円、コスト減+6億円)
- (2)商品在庫適正化・PB売上拡大による利益改善額 +12億円(荒利率前期+2.0ポイント)
- (3)業務改善による利益改善額+0.5億円(貸金増加分を吸収)

【単体】25年度利益増減額(計画)



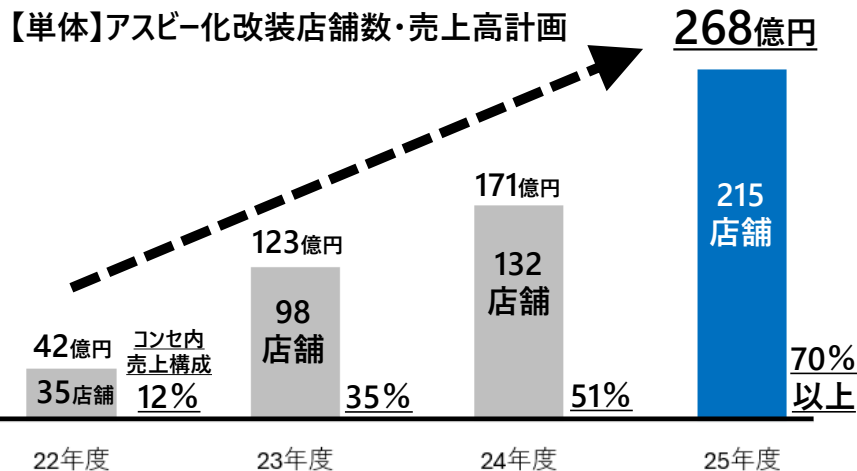
# (3) 対処すべき課題 ①26年2月期(25年度)重点取り組み

## ■ 事業構造改革

### アスビーブランド統一のスピード加速

(1)25年度は、前期の活性化遅れを取り戻し、アスビー化店舗売上構成比70%以上(コンセ事業内)、既存店売上拡大の役割を担う

(2)NBスポーツの品揃えでは補えないシルバー向けの新しい品揃えを構築(エリア別に対応)



#### 【アスビー化改装成功のポイント】

- 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)

アスビー活性化店舗  
NBスポーツ24年度伸び率 112%  
(既存比)

# (3) 対処すべき課題 ①26年2月期(25年度)重点取り組み

## ■ MD構造改革 商品在庫の適正化

商品在庫適正化水準を維持し、荒利率向上を目指す

### (1) プライベートブランド商品の売上拡大が不可欠

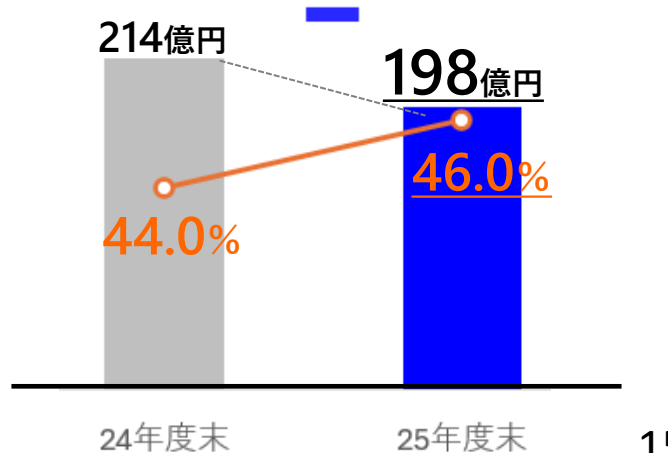
25年度売上計画：売上構成比35%

お客さまニーズと環境変化に合わせコンフォートを提供価値にした商品に変える

### (2) NBスポーツ商品は、次のフェーズへ

メーカーと連携したエクスクルーシブ(当社限定)商品の展開

【単体】商品在庫原価計画





# (3) 対処すべき課題 ①26年2月期(25年度)重点取り組み

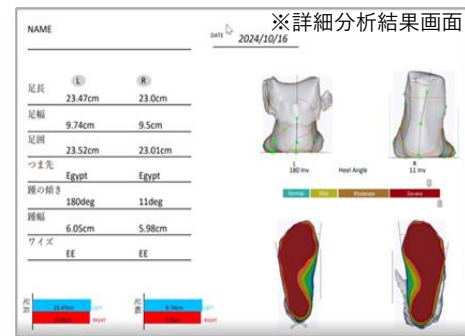
## ■ 組織・コスト構造改革 強い専門店を支える現場組織の実現 店舗デジタル化は、業務効率化から販売力向上へシフト

- (1) 店舗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
  - (これまで) 店舗定型業務のデジタル化 ex.在庫検索、商品発注、POP発行等の自動化、簡略化
  - (これから) 販売力向上を目指すデジタル化 ex.個人売上・KPI管理の電子化、WEB会議のスマホ追加
- (2) アプリを基軸に足型計測データとECを連携させ、お客さま利便性を向上
  - ex.3D足型計測器 ⇒ 計測結果に基づくレコメンド機能、PB商品開発(靴や靴用品)へデータ活用

【店舗スマホ活用による生産性向上】



【3D足型計測器による計測結果のデータ化】






# (3) 対処すべき課題 ①26年2月期(25年度)重点取り組み

## ■ 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名店長登用
- (2)フレックス社員が活躍できる環境整備：教育機会の拡充、接客ロールプレイング大会の実施
- (3)働き方に合わせ活躍できる場を選べる：転居がない、地元で活躍できる仕組み等

【イオンダイ満足アワードNEXT部門賞受賞】

 活躍しているスタッフ紹介



登山でリフレッシュ

2007年入社 2017年 六日町店 フレックス副店長	北信越事業部 六日町店 十日町店
2023年 六日町店 フレックス店長	活躍の場を広げるため社員へ
2024年 社員登用 十日町店との統括店長	冬物スペシャリスト 頼れる統括店長

**今一番力を入れていること**  
お客様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、最初は不安の方が大きかったですが、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、任せられることがありがたく嬉しかったです。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**  
「スタッフがいてくれるから店舗運営できる」「お客様が来てくれるからお給料がもらえる」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】



【地域採用戦力化】



# (3) 対処すべき課題 ①26年2月期(25年度)重点取り組み

## ■ 私たちの役割

### お客さまの快適な歩みを支えるパートナー

足元からの快適提案で、お客さまの期待に応える



(世代共通のニーズ) スニーカーが世代・性別・シーズンを選ばない、快適な靴として定着

(世代で異なるニーズ) 子どもの成長・安心安全      ファッションと健康      健康維持・フットケア

# (3) 対処すべき課題 ①26年2月期(25年度)重点取り組み

## ■ 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】



- ①3/20 イオンレイクタウン店 OPEN
- ②3/20 イオンモールつくば店 OPEN
- ③4/18 イオンモール盛岡南店 OPEN

#### 【アスビーキッズ百貨店出店】



- ①3/5 阪急うめだ本店 OPEN



- ②3/15 横浜SOGO店 OPEN

### (3) 対処すべき課題 ②26年2月期(24年度)通期連結業績予想

#### ■ 25年度 通期連結業績予想

(単位:百万円)

	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%

## (3) 対処すべき課題 ③上場維持基準適合に向けた取り組み

### ■上場維持基準(純資産基準)適合に向けた取り組み

上場維持基準(純資産基準)適合は、

有価証券報告書の公表で確定

(提出予定日 2025年5月26日)