

2026年2月期 第2四半期
決算説明資料

株式会社ジーフット
2025.10.15





アジェンダ

1. 26年2月期 第2四半期(25年度上半期)決算概況
2. 26年2月期 下半期重点取り組み
3. 26年2月期 通期連結業績予想

1. 26年2月期 第2四半期(25年度上半期)決算概況

■【連結】損益の状況

- ・営業収益の減少により、上半期損失計上
- ・営業収益減少要因は、売上既存比・客数既存比の前期割れ

(単位:百万円)

【上半期損益サマリー】	前期	25年度上半期	前期比/差	
営業収益	32,273	29,475	91.3%	(売上既存比) 93.7%
売上総利益高	14,304	13,056	91.3%	(客数既存比) 94.5%
売上総利益率	44.3%	44.3%	±0	
販売管理費	14,186	13,579	95.7%	
営業利益	118	▲523	▲641	(上半期末店舗数)621店舗
経常利益	▲44	▲630	▲586	出店9店舗
中間純利益	▲159	▲833	▲674	退店16店舗

1. 26年2月期 第2四半期(25年度上半期)決算概況

■【連結】財務状況

上半期の収益減により、期首から商品が増加

【貸借対照表】

(単位:百万円)

	26/2月期 期首	26/2月期 第2四半期末
流動資産	25,823	29,657
商品	21,847	24,054
固定資産	3,902	3,759
資産合計	29,725	33,416
流動負債	27,549	32,344
固定負債	1,271	1,107
負債合計	28,821	33,451
純資産	904	▲34
負債・純資産合計	29,725	33,416

【キャッシュ・フロー計算書】

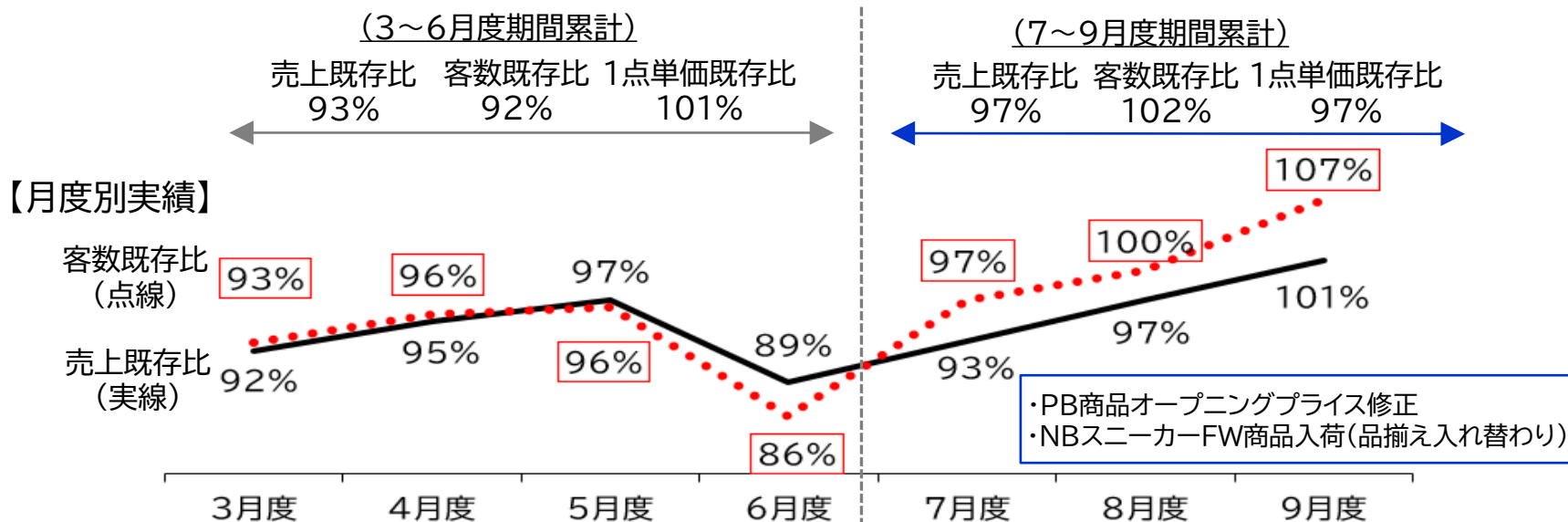
(単位:百万円)

	前中間会計期間 (連結)	当中間会計期間 (連結)
営業活動によるキャッシュ・フロー	7	▲2,296
投資活動によるキャッシュ・フロー	146	▲204
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲270	1,842
現金及び現金同等物の増減額	▲116	▲658
現金及び現金同等物の期首残高	583	1,629
現金及び現金同等物の期末残高	467	970

1. 26年2月期 第2四半期(25年度上半期)決算概況

■【単体】既存店 売上高・客数の状況

- ・お客さまの節約志向捉えきれず、3～6月度客数既存比92%と苦戦も8月度は回復
- ・NBスニーカーのトレンド変化先読みできず、NBスニーカー売上既存割れ



7月度以降入荷のFW商品より価格・品揃えが変わり客数既存比が回復

1. 26年2月期 第2四半期(25年度上半期)決算概況

■【単体】上半期重点取り組み進捗状況 事業再生の仕上げ①

(1)事業構造改革 アスビーブランド統一

- ・改装店舗数は計画通り進捗(33店舗)、上半期末累計店舗数165店舗
- ・アスビー改装店舗 売上既存比97%、**改装3年目店舗の売上伸び悩みが影響**
⇒売上の核となるNBスニーカー売上不足が原因

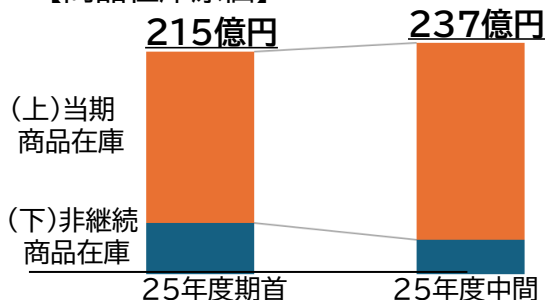
(2)MD構造改革 商品在庫適正化・PB商品の売上拡大

- ・第1四半期の売上不足により**当期商品の在庫増加**(非継続在庫は計画水準内)
- ・**PBオープニングプライス(価格訴求)商品の売上伸長不足**
- ・PB機能性(ハンズフリー・透湿防水)商品の売上は計画超過

【アスビー改装年度別実績】

	売上既存比
改装後3年目店舗	93%
改装後3年目未満	104%
アスビー活性化計	97%

【商品在庫原価】



【PBカテゴリー別実績】

	売上既存比
オープニングプライス	106%
機能性PB	121%
その他	105%
PB計	108%

1. 26年2月期 第2四半期(25年度上半期)決算概況

■【単体】上半期重点取り組み進捗状況 事業再生の仕上げ②

(1)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

- ・店舗導入スマートフォンへ業務集約、店舗業務効率化による接客時間の創出
- ・本社(商品部・管理部門)業務のデジタル化(現場でお客様の声を聞く)

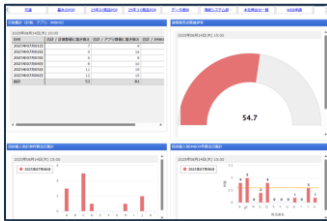
(2)EC事業の成長と拡大 アプリ・EC顧客基盤の連携によるお客さま利便性の向上

- ・ EC事業売上既存比105%、キッズサイトの売上伸長が牽引
- ・ アプリ会員数200万人超過(9月度末時点)、前期から138万人増

【店舗業務デジタル化】



販売KPIのスマホ管理
買上分析ツール稼働

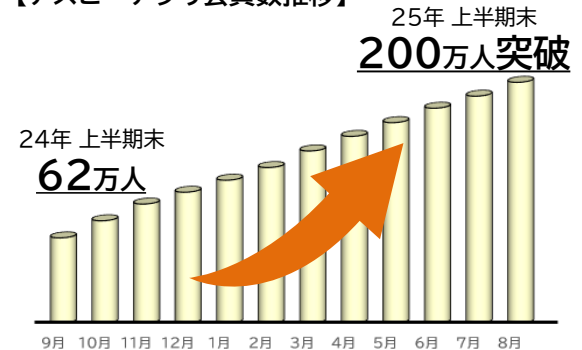


【ECキッズサイトの売上拡大】

- ・キッズシューズ
売上高既存比
150%
- ・キッズ売上構成比
28%へ拡大



【アスビーアプリ会員数推移】



2. 26年2月期 下半期重点取り組み

■ 下半期の課題と対策

課題

(1)既存店売上の伸び悩み

- ・NBスニーカー売上不足による
主カアスビー売上既存割れ
- ・客数既存比割れ

(2)商品在庫適正化

- ・当期品(SSシーズン)在庫の増加

(3)売上に応じたコスト管理

- ・業務デジタル化による生産性向上

対策

- ・NBスニーカーの品揃えを
ランニング、ウォーキングへシフト
- ・顧客情報を活かしたアプリ会員への
情報発信
- ・当期品在庫は第3四半期目途に適正化
- ・PB商品は価格優位性高い機能性商品に集中
- ・上半期施策の継続推進と今期実行が必要な
最低限のコスト・投資に絞り込み

2. 26年2月期 下半期重点取り組み

■ 下半期重点施策 アスビーブランド統一

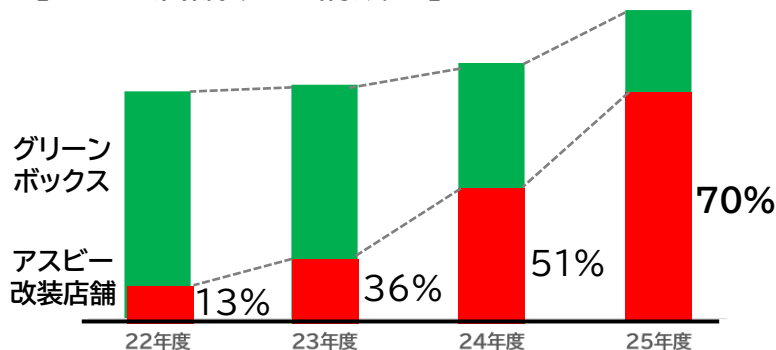
(1) 下半期アスビー改装計画

- ・下半期改装店舗数50店舗、年度末累計店舗数215店舗
- ・コンセアスビー売上既存比(計画)117%、コンセ内売上構成72%(前期差+24億円)

(2) 下半期NBスニーカーの品揃え

- ・お客さまの嗜好に合わせNBスニーカーをランニング・ウォーキング中心にシフト
- ・NBスニーカーは5ブランドを中心に展開、さらに新規ブランドや当社専売モデルを計画

【コンセ店舗 売上構成比】



【ランニング・ウォーキングシューズへシフト】

快適性へのこだわり、スポーツファッションの浸透により、ランニング・ウォーキングシューズがデイリーアイテムとして拡大



2. 26年2月期 下半期重点取り組み

■ 下半期重点施策 機能性PB商品の拡大

コンフォートを提供価値にPB商品を展開

- ・コンフォート⇒快適性・ファッション性・リーズナブルを備えた商品
- ・相反する価値の両立 (ex. 軽量性・耐久性、デザイン性・機能性、高品質・低価格)
- ・変化で生まれるニーズを捉える (ex. カジュアル化、温暖化、物価高騰)

【コンフォートを提供価値にニーズを捉える】



濡れない・蒸れない・滑らない
急な雨にも強い透湿防水機能



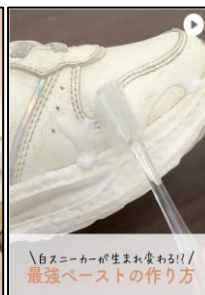
軽く・柔らかく・履きやすく
スニーカーソール・ハンズフリー
ビジネスシューズ



ビジネス過ぎない
カジュアル過ぎない
ちょうどいい中間デザインと
スニーカーの履き心地

【アプリを起点に情報発信】

- ・自社アプリ、イオンお買い物アプリで情報発信
- ・お客さま一人ひとりに合わせた便利でお得な情報



2. 26年2月期 下半期重点取り組み

■ 重点取り組み 魅力的な店舗フォーマット開発

キッズ新業態「アスビーキッズ・グランデ」のほか、アスビーキッズの百貨店出店を進める
足型計測を起点にした商品提案がお客さまより好評をいただく

asbee KIDS grande

レイクタウン店



ASBEE KIDS

阪急うめだ本店



3. 26年2月期 通期連結業績予想

■【連結】通期連結業績予想

(単位:百万円)

	予想	前期差
<u>営業収益</u>	<u>60,000</u>	<u>+25</u>
<u>営業利益</u>	<u>500</u>	<u>+1,306</u>
<u>経常利益</u>	<u>200</u>	<u>+1,474</u>
<u>当期純利益</u>	<u>10</u>	<u>+1,070</u>

※既存店売上前期比102%