

2021年2月期 第1四半期決算説明会 主な質疑応答（要旨） (2020年7月20日実施)

(売上高について)

【質問】 減収の要因は定期会員の解約によるものか。

【回答】 主な要因は新規獲得件数の減少によるものだが、定期購入でも現実には一定の割合で解約が起ころ。当社の場合は、全定期会員のうち毎月10%程度解約が起きている状況。これは新規の顧客獲得で補われるが、定期会員の解約数が新規の顧客獲得を上回った場合には減収につながる。

【質問】 減収の要因は顧客単価や継続率の低下なのか、それとも新規獲得件数の減少か。

【回答】 要因は、新規獲得件数。補足資料スライド15ページにおけるイノベーター層からアーリーアダプター層までを取り切ってしまう、アーリーマジョリティ層を取るためのクリエイティブが追いついていないため新規獲得件数が伸び悩んでいるという状況。

(課題について)

【質問】 クリエイティブの強化というのは、商品開発力を高めるということか。

【回答】 商品開発ではなくマーケティングに関するもので、同じ商品であっても新しい切り口の広告を次々に生み出し広告の新鮮さを保つ力をつけること。

【質問】 クリエイティブ部門強化の進捗について、即戦力人材の採用を強化できればすぐ効果が出る見込みか。実際の今の手応えは。

【回答】 クリエイティブ部門の強化に関しては、採用した経験者の活躍も含めて中長期的な取り組みとなる。

【質問】 大手のように新製品を次々に出す考えはないのか。

【回答】 大手のようにブランドを前面に出しながらシリーズ商品を次々に売るという方法は、いわゆる強者の戦略であり当社の戦略には合わない。また必ずしも効率が良い方法とは考えていない。当社はニーズに合わせた商品をひとつひとつ開発しマーケットを作っていくという戦略。

(顧客フォローについて)

【質問】 顧客フォローを行うことで定期購入の継続につながるのか。

【回答】 顧客フォロー自体は以前から行っているが、解約するお客様は一定数存在する前提があるため特別な施策はしてこなかった。今後は新規の顧客獲得力を高めると同時に既存顧客にも寄り添い継続率向上に注力していく。

【質問】 継続率を上げるための追加コストはあるか。

【回答】 継続率を上げるための販促物や値引きは予定していないため、基本的には追加コストは生じない。

(財務状況について)

【質問】 BS に関して、2020 年期末と比較すると、仕掛品が減って製品が増えているが、製品の過剰在庫など特殊な要因はあるか。

【回答】 会計期間末時点で算出した構成割合の変化であり、特別な事情はない。

(海外展開について)

【質問】 台湾も同じビジネスモデルか。

【回答】 台湾は日本の定期購入文化はないが、1 度に複数人分購入するまとめ買い文化があるため、その文化に合致した販売方法を採用している。

【質問】 中国の Tmall 等で割引販売によりかなり売上を伸ばしている事例があるが、同様の展開予定はあるか。

【回答】 モールで売れるのは初めから知名度があったり割引されている商品であり、当社の商品で利益が出るマーケットとは見ていない。中国マーケットは今のところ優先順位はかなり低い。

(新型コロナウイルスの影響について)

【質問】 新型コロナウイルスによるプラス面マイナス面、商品毎の売上構成の変化とその数値は。

【回答】 商品別の売上については競合との関係上申し上げられない。新型コロナウイルスの影響に関しては、当社はメイクアップ化粧品を扱っているわけではないため直接的な影響はない。逆にインバウンド需要がなくなったことで、逼迫していた国内の化粧品製造キャパシティが少し緩和されてきているというプラス面がある。

(今後の見通しについて)

【質問】 期初段階でかなり保守的な見通しを立てているが、広告宣伝費はどのくらい使う計画か。また新規獲得件数の今後の見込みは。

【回答】 広告宣伝費に関する具体的な計画値は申し上げられない。新規獲得件数については大きく改善する見通しがあるわけではなく、逆に大きく下がる見通しもないという状況。

【質問】 下半期悪化する見立てにも見えるが、その場合どのような背景があるのか。

【回答】 業績見通しは新規獲得件数が増加しない前提で立てられており、その前提だと減収するという想定。新規の顧客獲得効率を上げられるかが重要になる。

(その他)

【質問】 リピーターを重視している理由は。

【回答】 顧客満足に重きを置かなかつたことで一度事業に失敗をしており、現在の事業では顧客満足を優先することを決めて立ち上げたという経緯がある。そのため、他社に比べて商品開発に時間を要する傾向があるが、やはり顧客満足を重視してリピート率を高め永続的な事業につなげていくことを大切にしたい。

免責事項及び本資料の取り扱いについて

- 本資料は説明会での質疑応答をそのまま書き起こしたものではありません。よりご理解いただけるよう当社の判断で、一部加筆・修正を加えているものであることをご了承ください。
- 本資料は、情報提供を目的としたものであり、当社株式等特定の商品についての募集・投資勧誘・営業等を目的としたものではありません。
- 本資料の内容及び資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保障するものではありません。様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。
- 本資料で提供している情報は万全を期していますが、その情報の正確性や完全性を保証するものではありません。また予告なしに内容が変更または廃止される場合がありますので、あらかじめご了承ください。
- 本資料は投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合であっても、ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。
- 資料及びデータの無断転用はご遠慮ください。